

Biznes

prestiz
magazyn trójmiejski

**SŁOŃCE I WIATR
LEPSZE OD WODY**

**NIECHCIANA
HYDROENERGETYKA**

**WCZORAJ
LONDYN,
DZISIAJ
MEDIOLAN,
JUTRO PARYŻ**

**PRZEMYSŁAW
LUTKIEWICZ
LPP**

**PROSTRACJA
PRYNCPAŁA
SZEFE W OPAŁACH**

**ZAWÓD
KOREPETYTOR
PŁATNA SZKOŁA
PO SZKOLE**



DOKTOR AI
**CZY SZTUCZNA INTELIGENCJA
ZASTĄPI LEKARZY?**

OLIVIA
PRIZE

Wspólnie doceniamy i inspirujemy!

W konkursie Olivia Prize nagradzamy firmy i pracowników z Olivii Centre wyróżniających się aktywnością społeczną, ekologiczną lub biznesową.

Dowiedz się więcej i wypełnij formularz
do dnia 19 stycznia 2024 roku
na stronie www.oliviacentre.com!





LA ESQUINA

Gdyński modernizm
z południowym charakterem



+48 788 028 222
sprzedaz@abinwestor.pl
abinwestor.pl

UL. 3 MAJA X STEFANA BATOREGO

GDYNIA CENTRUM



Spis treści



Czy jedna chwila może zmienić życie? Przekonała się o tym Sylwia Luks i jej mąż Marcin, którzy najpierw pracę w korporacji zamienili na własną firmę produkującą nakrycia głowy. A potem zamieszkali w Meksyku, skąd zarządzają swoją sopocką marką Looks by Luks. I szykują kolejne projekty.

26



W ostatnim czasie, na polskim rynku, pojawiło się wiele conceptów gastronomicznych dla klientów premium, ze sławną Almą na czele. W Gdyni wyzwanie podjął Marcin suchocki, który otworzył kulturę smaku, unikatowy concept spożywczo - restauracyjny kategorii premium. po czterech latach działalności, sklep ma już spore grono wiernych klientów, a jego właściciel planuje uruchomienie kolejnych lokali w Gdańsku i Warszawie. Wcześniej jednak zdradził magazynowi Biznes prestiż, jakie są cienie i blaski branży spożywczej premium w polsce.

40

Biznes | prestiż

Wydanie nr 9



- 10 SŁOWEM WSTĘPU
12 POSAG JAKO VENTURE CAPITAL
– DARIUSZ FILAR. FELIETON Z CYKLU
„GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ”

TEMAT Z OKŁADKI

- 14 DOKTOR AI. CZY SZTUCZNA
INTELIGENCJA ZASTĄPI LEKARZY?
OD LECZENIA DO ODPOWIEDZIALNOŚCI

MEDYCINA

- 25 AI I GENETYKA W LECZENIU
NIEPŁODNOŚCI. IN VITRO NOWEJ
GENERACJI W KLINIKACH INVICTA

LUDZIE I BIZNES

- 26 SYLWIA LUKS - SOPOT, MEKSYK I TURBANY
34 AGNIESZKA NAWROCKA
NAWROCKI CLINIC - WIĘCEJ NIŻ LECZENIE
38 TOMASZ STOCOWSKI - MARI VAN DE ZELL
OFFSHORE, PALIWA I KLINIKA URODY
40 MARCIN SUCHOCKI - KULTURA SMAKU
BIZNES ZACZYNA SIĘ PRZY STOLE
46 PRZEMYSŁAW LUTKIEWICZ – LPP
WCZORAJ LONDYN, DZISIAJ MEDIOLAN,
JUTRO PARYŻ

MAZDA. TWÓJ DOSKONAŁY WYBÓR DLA BIZNESU!

6^{LE} GWARANCJA MAZDY

Nasi mistrzowie rzemiosła Takumi potrafią z iście japońską precyzją przenieść wysublimowane kształty naszych modeli na linię produkcyjną. Ich kunszt tworzy wyrafinowane piękno Mazdy. Piękno, które będzie wizytówką Twojej firmy.

Tworzymy samochody z myślą o człowieku, dbając o najwyższy poziom komfortu i bezpieczeństwa oraz dostarczając najczystszej przyjemności z prowadzenia.

Mazda to sprawdzony partner biznesowy dla Twojej firmy. Dzięki wysokiej wartości rezydualnej, nasze samochody utrzymują wysoką wartość rynkową po zakończeniu leasingu, przyczyniając się do obniżenia kosztów użytkowania Twojej floty.



BMG GOWOROWSKI
GDYNIA | ŁUŻYCKA 9, TEL. +48 58 660 49 00 | WWW.MAZDA-GDYNIA-GOWOROWSKI.PL

DRIVE TOGETHER





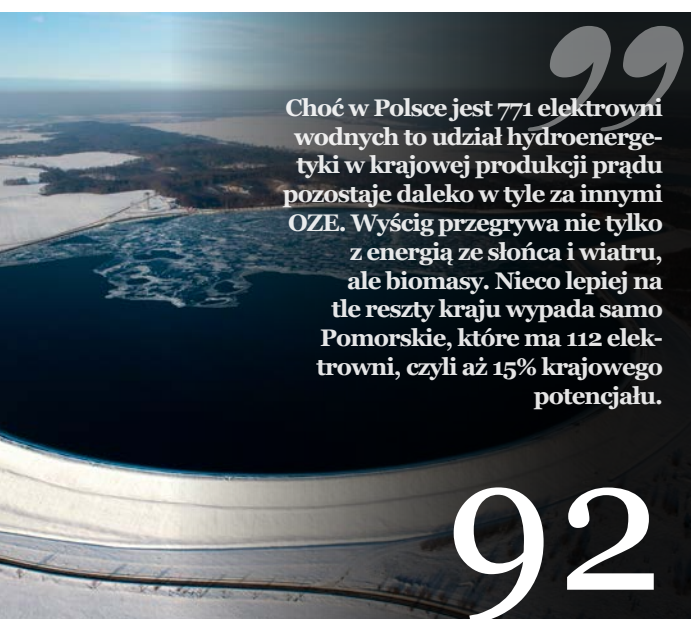
60

Korepetycje to znak naszych czasów i współczesnej szkoły. Uczniom zapełniają lukę edukacyjną, a korepetytorom lukę finansową. Prowadzą je studenci, nauczyciele i emeryci. By utrzymać się podczas studiów, dorobić do pracy w szkole lub też uczynić z nich główne źródło utrzymania. największe wzięcie mają matematyka i fizyka, ważne są też języki obce.



78

Uwzględniony w międzynarodowym raporcie ICCA Gdańsk to jedna z cenionych europejskich destynacji kongresowych. Tylko w samym roku 2022 gościł 1367 wydarzeń zgłoszonych przez lokalne convention bureaux dla 335 039 uczestników, ze średnią liczbą 245 osób na wydarzenie. W ślad za Gdańskiem podążają Sopot i Gdynia.



Choć w Polsce jest 771 elektrowni wodnych to udział hydroenergetyki w krajowej produkcji prądu pozostaje daleko w tyle za innymi OZE. Wyścig przegrywa nie tylko z energią ze słońca i wiatru, ale biomasy. Nieco lepiej na tle reszty kraju wypada samo Pomorskie, które ma 112 elektrowni, czyli aż 15% krajowego potencjału.

92

FINANSE

- 54** SUKCESJA - JAK ZADBAĆ O DOROBK ŻYCIA?
ALBERT JURKOWSKI, MBANK
- 56** TRANSPARENTNOŚĆ PŁAC
KTO ZYSKA, A KT O STRACI

SPOŁECZEŃSTWO

- 60** ZAWÓD KOREPETYTOR
- 66** PŁATNE LEKCJE IDĄ W GÓRĘ
- 70** PROSTRACJA PRYNCYPAŁA
- 75** STAFFING, CZYLI JAK ZGNĘBIĆ SZEFA

RAPORT

- 78** HOTELOWY BIZNES KONGRESOWY.
TRÓJMIASTO W KRAJOWEJ CZOŁÓWCE
- 84** ZAMEK, DWÓR CZY HOTEL
- 88** KONFERENCYJNA CHECK LISTA

EKOLOGIA

- 92** SŁOŃCE I WIATR LEPSZE OD WODY
- 98** HYDROENERGETYKA W POLSCE I NA POMORZU
- 102** ENERGETYCZNA WOLNOŚĆ W MAGAZYNIE
- 106** ŚWINOUJŚCIE WYGRYWA, TRÓJMIASTO CZEKA.
PORTY WALCZĄ O INWESTYCJE ZWIĄZANE
Z BUDOWĄ MORSKICH FARM WIATROWYCH

WYDARZYŁO SIĘ

- 116** OLIWSKI BUDŻET SĄSIEDZKI
KREATYWNA OLIWA
- 118** BRYTYJSKIE SAMOCHODY, TRÓJMIEJSKIE
NIERUCHOMOŚCI, SZLACHETNE WINA
I ŻŁOTA BUTELKA. WSPÓŁGRAĆ Z LOKALNĄ
SPOŁECZNOŚCIĄ. DEBATA BIZNES PRESTIŻU

SPORT I REKREACJA

- 126** JEŹDZIECKI KLUB SPORTOWY BARŁOMINO.
NAJLEPSZA MŁODZIEŻOWA STAJNIA
W POLSCE I NIE TYLKO

OLIWA
501



BIZNES ŻYJE W OLIWIE

Komfortowe biura na wynajem

W centrum komunikacyjnym i biznesowym północnej Polski. W otoczeniu historycznej zabudowy gdańskich kamienic. W sąsiedztwie Parku Oliwskiego. Oliwa 501 gwarantuje przyjazną, nowoczesną przestrzeń w inspirującej scenerii oraz kunszcie architektonicznym.

moderna
Superior living

Zarezerwuj swoją przestrzeń:

+48 503 755 665
moderna.pl

NIECHCIANA WODA

W 2023 roku Polska wykonała kolejny skok klimatyczny. Aż 27% wyprodukowanej energii pochodziło z Odnawialnych Źródeł Energii. Rok wcześniej udział OZE wynosił 20%, a w 2019 – 15%. Tempo wzrostu jest szybkie, a główny udział ma w tym fotowoltaika, po niej farmy wiatrowe. Daleko za nimi znalazła się energia z biomasy, a dopiero potem z wody. Mimo, że w Polsce jest aż 771 elektrowni wodnych, zarówno mikroinstalacji, jak i małych elektrowni.

Powody? Elektrownie wodne nie są najbardziej stabilnym źródłem energii, są mniej efektywne od innych OZE i relatywnie drogie w budowie. Nie są też mile widziane przez ekologów, którzy widzą w nich zagrożenie dla środowiska. I choć w latach 60. i 70. hydroenergetyka rozwijała się nieźle to w kolejnych latach zaczęła mocno hamować. Są co prawda programy wspierające instalowanie małych elektrowni, ale narracja ekologiczna i związane z nią przepisy powodują, że ich przyrost jest minimalny. W 2023 roku wpłynęło w sumie 5 wniosków, z czego 2 zostały od razu odrzucone.

Jeszcze gorzej jest z wielkimi elektrowniami pompowo – szczytowymi, takie jak w Żarnowcu w Pomorskiem. Nie są zaliczane do OZE, bo do działania potrzebują energii z zewnątrz. Mają za to opinię bardzo skutecznych i pojemnych magazynów energii, którą – w razie niedoboru w sieci - można błyskawicznie uwolnić.

Co więc stoi na przeszkodzie? Wg dr Witolda Sterpejkowicza – Wersockiego z Katedry Geotechniki i Inżynierii Wodnej Politechniki Gdańskiej, który opisuje w tym numerze stan hydroenergetyki w Polsce, opinie na temat elektrowni wodnych są jednostronne, a s branża nie ma sił, ani środków, by przebić się ze swoim przekazem.

Jest w tym pewna logika. Rywalizacja naukowa trwa wszędzie: samochody na prąd, czy wodór, a może jednak niskoemisyjne spaliny? Marihuana leczy czy szkodzi? Łosoś jest zdrowy, czy wprost przeciwnie? Kto pamięta spektakularną potyczkę z lat 90. pomiędzy margaryną, a masłem? Telewizja była pełna reklam, które przekonywały, że margaryna to eliksir zdrowia, a masło to

rasowy zabójca. I choć naukowo od tego czasu nic się nie zmieniło, tzn. margaryna jest zdrowsza (ale nie smaczniejsza), to jej antymasłowej ofensywy już nie ma. Masło wygrało biznesową potyczkę do tego stopnia, że dzisiaj popularnym trickiem marketingowym w promocji margaryn jest... udawanie masła. Ważne są więc nie fakty naukowe, ale siła przebicia.

Ostra rywalizacja trwa też wokół OZE, które z roku na rok stają się coraz większym rynkiem z dużymi pieniędzmi. Wiedzą o tym i producenci wiatraków, fotowoltaiki i pozostałych OZE. Im większy sektor tym więcej pieniędzy i większe możliwości lobbingu. Najlepiej widać to w sporze wokół tzw. ustawy wiatrakowej, która reguluje jaka powinna być minimalna odległość wiatraków od zabudowań. W 2016 roku PiS zastrzył przepisy wprowadzając zasadę 10 H (odległość = 10 razy wysokość wiatraka, co daje w praktyce 1500 – 2000 m). Efekt – ponad 90% powierzchni kraju zostało wyłączone z nowych inwestycji w tym sektorze. Zmiana wywołała zrozumiałe niezadowolenie branży, a wiatraki stały się sporem politycznym. Po kilku latach PiS poszedł na kompromis i zliberalizował przepisy zmniejszając odległość do 700 metrów. Branża chciała 500. Spór nie został więc zakończony. Ostatni, najświeższy akt sporu miał miejsce grudniu 2023, kiedy nowy rząd złożył w sejmie nowelizację ustawy, radykalnie zmniejszającą dopuszczalną odległość wiatraków od zabudowań do 300. Tym razem rwało podniósł PiS zarzucając Polska 2050 i KO, że działają na rzecz zachodnich producentów wiatraków, po czym projekt zmian w atmosferze skandalu wycofano.

Wkrótce zapewne czekają nas kolejne awantury polityków, co nie ułatwia trzeźwemu i rozsądnemu spojrzeniu na problem. Bo przecież najważniejsi tutaj nie są politycy, ani wielki biznes, ale ludzie.

Nie jesteśmy wyjątkiem, podobne spory toczono w całej Europie, a ich źródłem były lokalne społeczności niezadowolone z budowy w ich sąsiedztwie wiatraków. A także wątpliwości ekologów. Najczęstsze obawy: naruszają krajobraz, hałasują, niszczą środowisko, zabijają ptaki, mają niekorzystny wpływ



MICHAŁ STANKIEWICZ

Redaktor naczelny
Prestiż Magazyn Trójmiejski,
szef MS Group, wydającej magazyny
Prestiż, Biznes Prestiż, Linia, Lustro,
a także organizującej eventy,
m.in. 3 City Tennis Cup, Sopot Wave.
Od ponad 20 lat dziennikarz
„Rzeczpospolitej”. Laureat wielu nagród
dziennikarskich.

na człowieka. Powstały niezliczone analizy naukowe, które wskazywały na neutralność urządzeń albo brak twardych dowodów na negatywne oddziaływanie. Na ich podstawie sugerowano różne odległości, np. Francuska Akademia Medyczna rekomendowała odległość 1500 m, a państwa na ich podstawie i opinii społecznej wprowadziły swoje limity. W tej dyskusji warto najlepiej więc odsunąć na bok polityków, za to na chłodno zastanowić się co jest najlepsze dla ludzi, czyli dla nas. Na ile ważna jest zeroemisyjność za wszelką cenę i na każdych warunkach, a na ile dobro jednostek, ale i ogółu, bo przecież to ingerencja we wspólny krajobraz i przyrodę. Jak zbadał CBOS choć 83% Polaków popiera rozwój lądowej energetyki wiatrowej to już tylko 49% było za obniżeniem odległości do 700 m. O 300 m nawet nie pytano.

W tym wielkim sporze polityki i interesów hydroenergetyka faktycznie wygląda jak ubogi krewny, który nawet nie ma sił, by wyjść na ring, prowadzić lobbging i walczyć o większy udział w mikście energetycznym. Choć plany są, jak chociażby budowa 3 nowych elektrowni pompowo – szczytowych do 2030 roku, a także nowego stopnia z elektrownią wodną na Wiśle. To jednak tylko plany. Czy hydroenergetyka może liczyć na rzetelną dyskusję, a tym samym podjęcie rywalizacji z innymi OZE? Zobaczymy.

Na koniec pozytywny akcent - Pomorskie jest w czołówce, jeżeli chodzi hydroenergetykę. Mamy 112 elektrowni na 771 w całym kraju. Tych OZE. Do tego największą szczytowo – pompową w Żarnowcu. A udział w gdańskiej Enerdze udział wody wynosi od 30 do 40%, a małych elektrowni wodnych 10%.

Powyższe informacje nie stanowią oferty w rozumieniu prawa cywilnego.



YACHTINGVEST

Wyłączny dystrybutor najlepszych jachtów do biznesu: Lagoon, Prestige, Hanse, Saxdor.

- Własny jacht
- Stabilne ROE 10%
- Zwrot VAT
- Rata leasingu w kosztach firmy
- Prestiżowe narzędzie marketingowe firmy
- Twoja pasja i dobre życie

www.yachtingvest.com | +48.600.003.268

- Kompletna aranżacja biznesu na podstawie funkcjonujących modeli na świecie.
- Profesjonalne zarządzanie licencjonowanego personelu finansowo jachtingowego.
- Realizacja kampanii marketingowo wizerunkowych firmy w oparciu o yachting.
- Nowe możliwości dla Twoich usług i produktów.

50 lat doświadczenia w branży jachtowej, finansowej i marketingowej.

ANDERSEN

SUPER YACHTS

GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ

POSAG JAKO VENTURE CAPITAL

(WŁADYSŁAW STANISŁAW REYMONT „ZIEMIA OBIECANA”)

Venture capital to inwestycja polegająca na zewnętrznym zasileniu kapitałowym przedsiębiorstwa we wczesnej fazie jego rozwoju. Może to zostać dokonane nawet w fazie załączkowej przedsięwzięcia pod warunkiem, że ma ono pionierski charakter i ponadprzeciętne perspektywy wzrostu. Niektórzy historycy gospodarki uważają, że za pierwszą operację typu venture capital można uznać tę, którą przeprowadzili John D. Rockefeller i Maurice B. Clark. Obaj panowie, działając pod firmą Clark & Rockefeller, którą założyli w 1856 roku w Cleveland w stanie Ohio, z dużym sukcesem zajmowali się pośrednictwem w handlu zbożem. W 1863 roku, dysponując wolnym kapitałem, podjęli decyzję o wsparciu kwotą 4000 dolarów 27-letniego Samuela Andrewsa, chemika i zapalnego wynalazcy, by ten mógł kontynuować swoje eksperymenty z rafinacją ropy naftowej. Ten pierwszy krok doprowadził w 1870 roku do powstania Standard Oil Company, późniejszego petrochemicznego imperium.

Samo pojęcie venture capital w jego współczesnym rozumieniu pojawiło się na dorocznej konwencji Investment Bankers Association of America w październiku 1939 roku. Autorstwo terminu przypisywane bywa Jeanowi C. Witterowi, ówczesnemu prezydentowi stowarzyszenia, ale w latach trzydziestych posługiwali się nim już także inni finansisci. A zaraz po zakończeniu II wojny światowej w Nowym Jorku szybko zaczęły organizować się wyspecjalizowane fundusze, które stawiały sobie za cel udostępnianie kapitału nowym, dobrze rokującym przedsiębiorstwom. Poczesne miejsce zajął wśród nich fundusz Venrock założony przez Lawrence’a S. Rockefellera, wnuka Johna D. Rockefellera, który prawie sto lat wcześniej tak trafnie przewidział celowość inwestowania w przetwórstwo ropy naftowej. Fundusz Venrock pozwolił rozwinąć skrzydła kilkuset firmom, a ponad 100 doprowadził do giełdowego debiutu. W tym licznym gronie korzystających ze współpracy z funduszem znalazły się Apple, Intel, Phoenix Technologies, Accel i DoubleClick.

Władysław Stanisław Reymont ukończył pracę nad powieścią „Ziemia obiecana” w 1898 roku, niemal

dokładnie w połowie osiemdziesięcioletniego okresu dzielącego śmiałe decyzje Johna D. Rockefellera i pierwsze dyskusje o venture capital, które prowadzili amerykańscy bankierzy. Głównym, zbiorowym bohaterem utworu Reymonta jest Łódź, która u schyłku XIX wieku była miastem rozwijającym się w iście amerykańskim tempie i stylu. Żywioły przedsiębiorczości żydowskiej, niemieckiej i polskiej (tej ostatniej w najmniejszej skali) ścierały się i mieszały ze sobą, tradycyjne ręczne warsztaty tkackie ustępowały miejsca nowoczesnym fabrykom włókienniczym, młodzi inżynierowie głowili się nad wynalazkami, a chłopcy z okolic porzucali swoje ubogie gospodarstwa, by przeobrazić się w robotników.

Łódzcy kandydaci na wielkich kapitalistów odczuwali głód kapitału potrzebnego do rozkręcenia działalności z taką samą intensywnością jak początkujący amerykańscy nafcjarze. W ujęciu Reymonta najpewniejszym źródłem takiego kapitału okazują się posagi. W jednym z początkowych, a zarazem kluczowych fragmentów powieści, widzimy Karola Borowieckiego czytającego list od Anki, panienci z polskiego szlacheckiego dworku, która jest jego narzeczoną. Anka pisze: „Z pieniędzmi już załatwione, są w Banku Handlowym do pańskiego rozporządzenia, bo kazałam je zapisać na pana nazwisko, na nasze nazwisko ... Kiedyż będzie ta fabryka? Ja tak niecierpliwie czekam, bo takam ciekawa zobaczyć ją i mojego drogiego pana jako fabrykanta!”. Pisarz prowadzi opowieść w taki sposób, że możemy śledzić myśli Borowieckiego towarzyszące lekturze listu: „Pieniądze są, to dobrze, to bardzo dobrze, dwadzieścia tysięcy rubli. Złota dziewczyna. Bez namysłu oddaje swój posag”. Chwilę później Borowiecki zaczyna się jednak zastanawiać, czy naprawdę Ankę kocha, a nawet, czy w ogóle go ona obchodzi. Co zresztą nie przeszkadza mu, by za jakiś czas przyjąć od niej kolejne dwa tysiące rubli, które zdobyła zastawiając swoją biżuterię.

Komediowy, a zarazem brutalnie szczery wydźwięk ma scena oświadczyn Moryca Welta. Przychodzi on do „starego” Grünspana prosić o rękę jego córki Meli z dokładnie sprecyzowanymi oczekiwaniami dotyczącymi posagu: „Dajesz pan pięćdziesiąt tysięcy

gotówką, a drugie tyle w terminie dwuletnim?”. Przyszły teść próbuje odjąć od tej sumy koszty, jakie poniósł na kształcenie córki – czesne za dziesięć lat na drogiej pensji, wydatki na naukę języków obcych i gry na fortepianie – ale na to Moryc ani myśli przystać: „To jej osobisty, nieruchomy majątek, z którego ja nie będę miał ani jednego procentu”. Ostatecznie panowie dochodzą do porozumienia, stwierdzają, że będą żyli w zgodzie i ściskają sobie ręce. Dopiero dogadawszy się z ojcem Meli, Moryc idzie do niej, by zapytać, czy zechciałaby wyjść za niego.

Pojawiają się też na kartach powieści posagi znacznie skromniejsze. Uboga żydowska handlarka, Ruchla Wassermanowa, dała „za córką, na stół, żywych pieniędzy całe czterdzieści rubli”. I nie może przeboleć, że łajdak i gałgan, jakim okazał się jej zięć, w niecałe pół roku wszystko wydał („taki kapitał!”), a żadnego interesu nie rozkręcił.

Łódź położona była na terenie zaboru rosyjskiego, a to tłumaczy, dlaczego wszystkie wspomniane przez Reymonta posagi wyrażone były w rublach. Pewne wyobrażenie o ich faktycznej sile nabywczej uzyskać można dzięki opisanym w „Ziemi obiecanej” machinacjom Stacha Wilczka. Ten syn wiejskiego organisty przybył do Łodzi z niezłomnym zamiarem osiągnięcia pozycji wpływowego finansisty. Jego pierwszym wielkim przedsięwzięciem było nabycie za dwa i pół tysiąca rubli czterech morgów gruntu (1 morg to 0,56 ha) obok fabryki, którą planowano rozbudować. Dokonał zakupu, gdy „zwęszył interes, a dotychczasowego posiadacza oplątał całą siecią podstępów, uprzejmości i pożyczek gwałtem wciskanych”. Kiedy zbliżyło się rozpoczęcie inwestycji, Wilczek odsprzedał swój cały grunt (2,24 ha) za czterdzieści tysięcy rubli, a i tak czuł się głęboko nieszczęśliwy, bo przy twardszych negocjacjach do wzięcia było pięćdziesiąt tysięcy.

Jeśli przyjmiemy interesy Stacha Wilczka za punkt odniesienia, możemy w przybliżeniu ocenić, że posag niezamożnej szlachcianki stanowił równowartość około hektara atrakcyjnego terenu inwestycyjnego. Po upływie 125 lat, w październiku 2023 roku, cena takich hektarów działek wahała się w Łodzi od 4,4 do 4,7 miliona złotych.

- Ładny grosz! – jakby powiedział bankier Groszlik, inna ważna postać z kart „Ziemi obiecanej”.



Fot. Karol Kacperski

DARIUSZ
FILAR

Dr hab., profesor UG, ekonomista, nauczyciel akademicki. Sprawował m.in. funkcję głównego ekonomisty Banku Pekao, członka Rady Polityki Pieniężnej, członka rady gospodarczej przy Prezesie Rady Ministrów.

Specjalizuje się w historii myśli ekonomicznej, makroekonomii oraz funkcjonowaniu przedsiębiorstw transnarodowych. Autor rozpraw „Spór o podział dochodów w rozwiniętym kapitalizmie” (Gdańsk 1989), „Liberalizm społeczny Ferdynanda Zweiga” (Warszawa 1994), „Ekonomia po polsku” (z Andrzejem Rzońcą i Grzegorzem Wójtowiczem, Warszawa 2007), „Między zieloną wyspą, a dryfującą krą” (Gdańsk 2015).

Od zawsze mocno zaangażowany w kulturę, aktualnie członek rady programowej Hevelianum i rady fundacji Theatrum Gedenense. W latach 70. rozpoczął też karierę pisarza science – fiction. Wydał kilka powieści, m.in. „Czaszkę olbrzyma”, czy też „Psa wyścigowego”. Najnowszą powieść wydał w 2020 roku. To wielowątkowa saga rodzinna „Szklanki żydowskiej krwi”.

DOKTOR AI

Autorka: Marta Dworak



Wszyscy znamy futurystyczne wizje z filmów, gdy to zautomatyzowane kapsuły diagnozują i leczą bohaterów bez udziału człowieka. Brzmi to nierealnie, a tymczasem sztuczna inteligencja ma coraz większy udział w medycynie. Wykorzystują ją także trójmiejscy lekarze i naukowcy, przede wszystkim w Gdańskim Uniwersytecie Medycznym. AI jest obecna w diagnostyce radiologicznej, onkologii, badaniach przesiewowych mammografii, czy też chirurgii robotycznej.

Polska medycyna nie pozostaje w tyle, jeśli chodzi o sztuczną inteligencję, a także autoregulację jej dotyczącą. Przy Ministerstwie Cyfryzacji działa Grupa Robocza ds. Sztucznej Inteligencji, zajmująca się m.in. zdrowiem. Współpracuje z nią „Koalicja AI w zdrowiu” zrzeszająca podmioty medyczne, które mają na celu wspieranie rozwoju narzędzi AI, podejmowanie inicjatyw legislacyjnych i prowadzenie merytorycznego dialogu. Grupa ta przygotowuje przegląd innowacyjnych medycznych startupów „Top Disruptors in Healthcare” czy też konferencję AI & MEDTECH CEE. Stworzyła również „Białą Księgę AI”, która identyfikuje najważniejsze pytania i wątpliwości związane z zastosowaniem sztucznej inteligencji w medycynie. Koalicja udowadnia także, że „AI to nie Sci-fi”, prezentując przykłady wdrożeń na gruncie polskim.

MEDYCZNE TRÓJMIASTO PEŁNE AI

We wspomnianej publikacji pojawiły się trójmiejskie akcenty takie jak iSiL-FFR – nowoczesna metoda nieinwazyjnej diagnostyki choroby wieńcowej serca wdrażana m.in. w Uniwersyteckim Centrum Klinicznym w Gdańsku. Unikalna technologia LifeFlow oparta na obliczeniowej dynamice płynów, w opracowaniu wykorzystująca AI, może znacząco zmniejszyć ryzyko pacjenta związane z procedurami diagnostyki inwazyjnej i obniżyć koszty hospitalizacji.

Inny przykład z naszego podwórka to TITAN – Technology in Tumor Analysis - innowacyjne narzędzie AI wspierające diagnostykę guzów nerek wdrażane w Szpitalu św. Wojciecha w Gdańsku, powstałe w odpowiedzi na problem nadmiernej liczby niepotrzebnie wykonywanych operacji usunięcia guza nerki.

- Stworzyliśmy algorytm oparty na sztucznej inteligencji, a dokładnie na uczeniu głębokim, określający w procentach szansę złośliwości guza nerki. Sieć neuronowa została wyuczona na około 7200 przypadkach zdjęć TK guzów nerek fazy tętniczej. Skuteczność naszego rozwiązania wynosi ok. 80 - 85%. Projekt jest obecnie w fazie zbierania dodatkowych przypadków do ponownego treningu sieci – mówi dr Mateusz Glembin z Oddziału Urologii Copernicus.

AI ZNAJDZIE NOWOTWÓR

Jedną z dziedzin, w których AI prężnie się rozwija jest onkologia, która ją wykorzystuje na wszystkich etapach diagnostyki i leczenia pacjentów, a także do monitorowania ich stanu po terapii.

- Obecnie dominują rozwiązania SI wspierające diagnostykę radiologiczną nowotworów. Najczęściej mają jeden konkretny cel, np. wsparcie radiologa w znalezieniu

Fot. Materiały Piotr Czauderna



Fot. UCK Gdańsk



PROF. BARTOSZ KARASZEWSKI

Kierownik Katedry i Kliniki Neurologii
Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego



AI masywnie zmieni format uprawiania medycyny klinicznej. W podejmowaniu indywidualnych decyzji klinicznych pod uwagę będziemy mogli brać nie dziesiątki, ale tysiące i więcej cech.

guzków nowotworowych w badaniu tomografii komputerowej klatki piersiowej w raku płuc. System wskazuje zmiany, liczy je, mierzy i sprawdza czy poszczególne guzki powiększają się czy maleją. Następnie generuje opis. To ogromna pomoc dla lekarza, zwłaszcza w przypadku pacjentów z licznymi guzkami. Najważniejsze jest jednak to, że to lekarz podejmuje ostateczną decyzję. Weryfikuje raport i wskazania systemu SI. Czasami się z nim zgadza, a czasami nie. Wówczas ma prawo zakwestionować taki wynik – opowiada dr Maciej Bobowicz, specjalista chirurgii ogólnej i onkologicznej w Gdańskim Uniwersytecie Medycznym.

Przyznaje on jednocześnie, że nie ma rejestru czy bazy projektów sztucznej inteligencji prowadzonych w Polsce, a sam Zakład Radiologii GUMED uczestniczy w wielu tego typu inicjatywach, krajowych i międzynarodowych, także finansowanych przez Komisję Europejską oraz Agencję Badań Medycznych. Dr Maciej Bobowicz jest zaangażowany w projekty unijne o akronimach EuCanImage, RadioVal, EUCAIM i Cinderella.

Pierwszy z nich, finansowany przez KE, ma na celu stworzenie europejskiej platformy naukowej integrującej badania radiologiczne z danymi klinicznymi w oparciu o sztuczną inteligencję dla medycyny celowanej w onkologii.

- W projekcie realizujemy siedem tematów badawczych opracowanych przez nasz zespół we współpracy z klinicystami z europejskich ośrodków akademickich. Obejmują one stworzenie narzędzi do wsparcia diagnostyki radiologicznej nowotworów piersi, jelita grubego i wątroby oraz narzędzi do wspomagania planowania leczenia na

podstawie badań obrazowych rezonansu magnetycznego. Dla większości tematów mamy opracowane prototypy algorytmów SI, które czekają na wyszkolenie na zbieranych danych. Z tym musimy jednak poczekać, aż pozyskamy założone 25000 przypadków. Przed nami bardzo pracowity rok wymagający dostarczenia brakujących badań, prac nad algorytmami i pisanie publikacji naukowych oraz upowszechniania wyników – wylicza dr Maciej Bobowicz. – To mój ulubiony, ale też najbardziej skomplikowany tematycznie projekt. Jest on najbliższy pracy lekarza, bo wynika z naszych codziennych potrzeb. Był on punktem wyjścia kolejnych projektów. Osiągnięcie założonych celów pomoże nam w codziennej pracy i opiece nad pacjentami, a to ogromna satysfakcja.

IDEALNE ZDJĘCIA

Sztuczna inteligencja nie jest jeszcze stosowana na szeroką skalę w codziennej praktyce lekarza radiologa, jednak coraz więcej urządzeń diagnostycznych i programów wykorzystuje jej algorytmy.

- Nowoczesne aparaty tomografii komputerowej i rezonansu magnetycznego stosują AI, by zautomatyzować sposób przeprowadzenia badania, np. aby skany zostały wykonane pod tym samym wystandaryzowanym kątem czy w takich samych przekrojach. Algorytmy przydają się też w filtrowaniu artefaktów, czyli fragmentów zapisu powstałych w wyniku zakłóceń z zewnątrz, które nie mają rzeczywistego odzwierciedlenia w obrazowanym organizmie. Algorytmy są także częścią oprogramowań służących do opracowania badań RTG i tomografii komputerowej, które wspomagają pracę radiologa – wylicza prof. Edyta Szurowska, radiolog, prorektor ds. klinicznych Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego, kierownik Zakładu Radiologii UCK w Gdańsku. - Na dziś żaden z tych programów nie jest jednak idealnym, dającym 98 - 100% skuteczności, poza tym są kosztowne i mało szpitali stać na ich zakup. Taki program oparty na sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowym wyszukuje zmianę, ale to radiolog ocenia badanie i bierze odpowiedzialność za jego wynik. Zakres stosowanych programów AI do analizy badań radiologicznych posiadających certyfikaty CE jest obecnie bardzo skromny.

Zakład Radiologii kierowany przez prof. Edytę Szurowską prowadzi wspólnie z Katedrą i Kliniką Chirurgii Klatki Piersiowej oraz Politechniką Śląską projekt wykorzystujący AI do oceny badań niskodawkowej tomografii komputerowej w grupie ryzyka zachorowania na raka płuca tj. u palaczy po 55 roku życia.

- Dysponujemy badaniami TK wykonanymi u ok. 20 tys. uczestników trzech pilotażowych progra-

”

PROF. MACIEJ ŚMIETAŃSKI

Prof. Dr hab. MŚ FEBS AWS
Członek Zarządu Europejskiego Towarzystwa Przepuklinowego
Członek zarządu Sekcji Przepuklinowej TChP.
Szpital Swissmed w Gdańsku

Rozwoju technologicznego nie jesteśmy w stanie zatrzymać, ponieważ jest on naturalną potrzebą człowieka. Jednak czasami nauka rozwija się szybciej niż etyka i filozofia. Mamy na przykład problem z transplantacją. Przeszczepiono już zarówno nerki jak i serce od genetycznie modyfikowanej świni. Zmodyfikowanie organizmu i zniewolenie go w celu planowej eutanazji jest więc w rękach lekarzy i naukowców. Entuzjazm możliwości takiego leczenia nie ma tu lustra w postaci refleksji etycznej. Podobnie jest z AI. Rozwój narzędzi na pewno spowoduje szybszy proces diagnostyczny i większe możliwości np. badań przesiewowych, ale ich czułość i specyficzność nigdy nie wynosi 100%. To nie problem, jeśli AI coś błędnie wykryje (np. guza nowotworowego), ale gdy nie wykryje, że to coś jest. Kto za to odpowie, choćby symbolicznie?



”

DR MACIEJ BOBOWICZ

Specjalista chirurgii ogólnej i onkologicznej,
Adiunkt w II Zakładzie Radiologii Gdańskiego
Uniwersytetu Medycznego

Przyszłością medycyny jest lekarz wspierany przez SI, a nie niezależna SI. Nie mogę sobie wyobrazić, aby pacjenci zechcieli oddać się w ręce komputerów i robotów i zrezygnować z człowieka. Jestem optymistą i mam nadzieję na pojawienie się doskonałych narzędzi opartych o SI, których będziemy mogli używać na co dzień w procesie diagnostyki i leczenia pacjentów. W dobie ciągłego niedoboru wykwalifikowanych pracowników medycznych, korzyść z takich rozwiązań odniesiemy wszyscy, zwłaszcza nasi pacjenci.



mów skринingu raka płuca, co stanowi jeden z największych zbiorów na świecie. Zastosowanie sztucznej inteligencji w badaniu przesiewowym w kierunku raka płuca powinno bardzo przyspieszyć sam proces oceny skanów TK. Grupę docelową w Polsce stanowi 8 mln palaczy, z których połowa może wziąć udział w skринingu, a to spore obciążenie dla systemu, biorąc pod uwagę niedobory lekarzy radiologów – tłumaczy prof. Edyta Szurowska. - Sztuczna inteligencja mogłaby pomóc szybko wyodrębnić pacjentów, którzy mają prawidłowy obraz płuc oraz wskazać tych najbardziej zagrożonych zachorowaniem na raka płuca, a musimy pamiętać, że raka płuca wykrytego we wczesnym stadium można w większości przypadków wyleczyć – podsumowuje.

MEDYCZNY DIALOG Z AI

Można powiedzieć, że współczesna medycyna prowadzi dialog ze sztuczną inteligencją, korzystając z jej umiejętności szybkiego analizowania ogromnych ilości danych.

- Mówimy tu o czymś jak czat GPT, ale sposób, w jaki on pracuje jest niczym innym jak korzystaniem z bazy danych do opracowywania sposobu odpowiedzi na pytanie. Cała nauka jest oparta na statystycznym wnioskowaniu na danych. Już w latach 2010-2015 zespół, który tworzymy z Politechniką Gdańską opracował programy do wsparcia leczenia przepuklin uczące się po wprowadzaniu kolejnych danych (HAL 2010). Dziś jest to dość powszechne. To, co się zmieniło, to tylko prędkość wnioskowania, podążająca za rozwojem sprzętu i dysocjowaniem wykorzystania rozproszonych serwerów – opowiada prof. Maciej Śmiateński, chirurg i wykładowca akademicki.

W przyszłości ten dialog może toczyć się w czasie rzeczywistym, co pokazuje jeden z trójmiejskich projektów.

- Obecnie z dr Mateuszem Zamkowskim prowadzimy program mający na celu opracowanie aplikacji, która w dyskusji z chirurgiem będzie pomagała podejmować decyzje kliniczne w czasie rzeczywistym. Dla laika wygląda to jak rozmowa z ekranem w filmie Raport Mniejszości. Przełom nastąpi w momencie, w którym szpitale otworzą swoje bazy danych i to wnioskowanie będzie oparte o globalny materiał. Zanim to jednak nastąpi, trzeba rozwią-

”

PROF. EDYTA SZUROWSKA

Radiolog, prorektor ds. klinicznych Gdańskiego Uniwersytetu
Medycznego, kierownik Zakładu Radiologii UCK w Gdańsku

W ciągu najbliższych lat AI może nam ułatwić pracę i ją usprawnić, być drugim oceniającym „wirtualnym radiologiem”, ale chociażby z przyczyn prawnych nie będzie w stanie zastąpić lekarza. Z czasem natomiast będzie przejmować kolejne zadania i niewykluczone, że za 15 lat będzie dawać końcowy wynik z tomografii komputerowej lub zdjęcia RTG. Zapewne z badaniami rezonansu magnetycznego pójdzie AI trochę trudniej...



zać problemy ochrony danych i prawnych możliwości z nich korzystania. Na razie chcemy pokazać, że to możliwe i rzucić światło na to, jak zmieni to pracę chirurga. Pierwsze wyniki projektu planujemy zaprezentować już w maju 2024 roku na kongresie Europejskiego Towarzystwa Przepuklinowego w Pradze – relacjonuje prof. Maciej Śmiateński.

ROBOT CHIRURG

Robotyka to dynamicznie rozwijająca się gałąź chirurgii małoinwazyjnej. W pomorskiej urologii wykorzystuje się na przykład Robota Da Vinci. Podobnie jak inne tego typu urządzenia, kontrolowany jest on na bieżąco przez człowieka.

- Oczywiście istnieje pewien styk sztucznej inteligencji i robotyki chirurgicznej. Jednak polega on głównie na usprawnianiu działania tego typu maszyn, ewentualnie na postępach w automatycznej analizie obrazu, np. w celu integracji wcześniejszych badań obrazowych z obrazem rzeczywistym (tzw. augmented reality) czy na możliwości dokładniejszej interpretacji obrazu po podaniu znacznika fluorescencyjnego – tłumaczy prof. Piotr Czauderna, Kierownik Katedry i Kliniki Chirurgii i Urologii Dzieci i Młodzieży GUMED, który przeprowadził w UCK

wraz z zespołem z udziałem prof. Thomasa Blanc z Paryża pierwsze w Polsce operacje dzieci z wykorzystaniem robota Da Vinci.

- Operacje te potwierdziły zalety robota, czyli niesamowitą wprost precyzję operacyjną dzięki stabilizacji obrazu i ruchów narzędzi oraz umożliwieniu uzyskania wysokiej jakości obrazu. Pozwala to na bardzo dokładne i bezpieczne operowanie przy minimalnej utracie krwi. Ale robot, jak każde urządzenie, ma też swoje ograniczenia, pomijając już problem niezwykle wysokich kosztów jego użycia. Nie da się go na przykład zastosować przy bardzo małym polu roboczym, a, co za tym idzie, u najmniejszych dzieci – podsumowuje prof. Piotr Czauderna.

Cały program ruszy ponownie po Nowym Roku w związku z koniecznością dalszych szkoleń i planami pozyskania robota dla szpitala na stałe. Tymczasem rozszerzona rzeczywistość i robotyka w niedalekiej przyszłości znacząco wesprą rozwój chirurgii.

- Na dziś chirurgia robotowa jedynie na bazie algorytmów koryguje człowieka, np. nie pozwala wykonywać pewnych ruchów. Już wkrótce w połączeniu z rozszerzoną rzeczywistością maszyny będą ostrzegały o możliwości uszkodzenia struktur np. niewidocznych naczyń

”

PROF. PIOTR CZAUDERNA

Przew. Rady ds. Ochrony Zdrowia Narodowej Rady Rozwoju,
Kier. Katedry i Kliniki Chirurgii i Urologii Dzieci i Młodzieży GUMED

Obecnie AI w chirurgii robotowej dotyczy przede wszystkim dziedziny analizy obrazu. Ale w przyszłości mogą sobie wyobrazić przeprowadzanie symulowanych operacji (jeszcze przed właściwą procedurą) czy też podpowiadanie chirurgowi konkretnych ruchów czy rozwiązań operacyjnych. Jednak do czasów, kiedy to robot będzie sam operował, jest z wielu powodów jeszcze bardzo daleko. - przewiduje prof. Czauderna.



krwionośnych, schowanych wewnątrz narządów. Obraz będzie nakładany w czasie rzeczywistym na obraz z pola operacyjnego. Takie urządzenia już są i pozwalają rozwijać chirurgię (np. instytut IRCAD). Cały czas jednak to człowiek kontroluje maszynę – stwierdza prof. Maciej Śmietański.

RAK PIERSI W OBIEKTYWIE AI

Sztuczna inteligencja może także skutecznie wesprzeć badania przesiewowe w kierunku raka piersi, a algorytm może zastępować jednego z dwóch lekarzy oglądających każde badanie.

- Być może w przyszłości algorytmy będą na tyle dokładne, że będziemy mogli używać ich do zidentyfikowania badań, w których nie ma absolutnie żadnych podejrzanych zmian. Będziemy mieli wówczas więcej czasu na dokładne przeanalizowanie pozostałych 20-30% badań mammograficznych – mówi dr Maciej Bobowicz.

Dodatkowo w GUMED realizowany jest projekt Cinderella dedykowany pacjentkom walczącym z rakiem piersi.

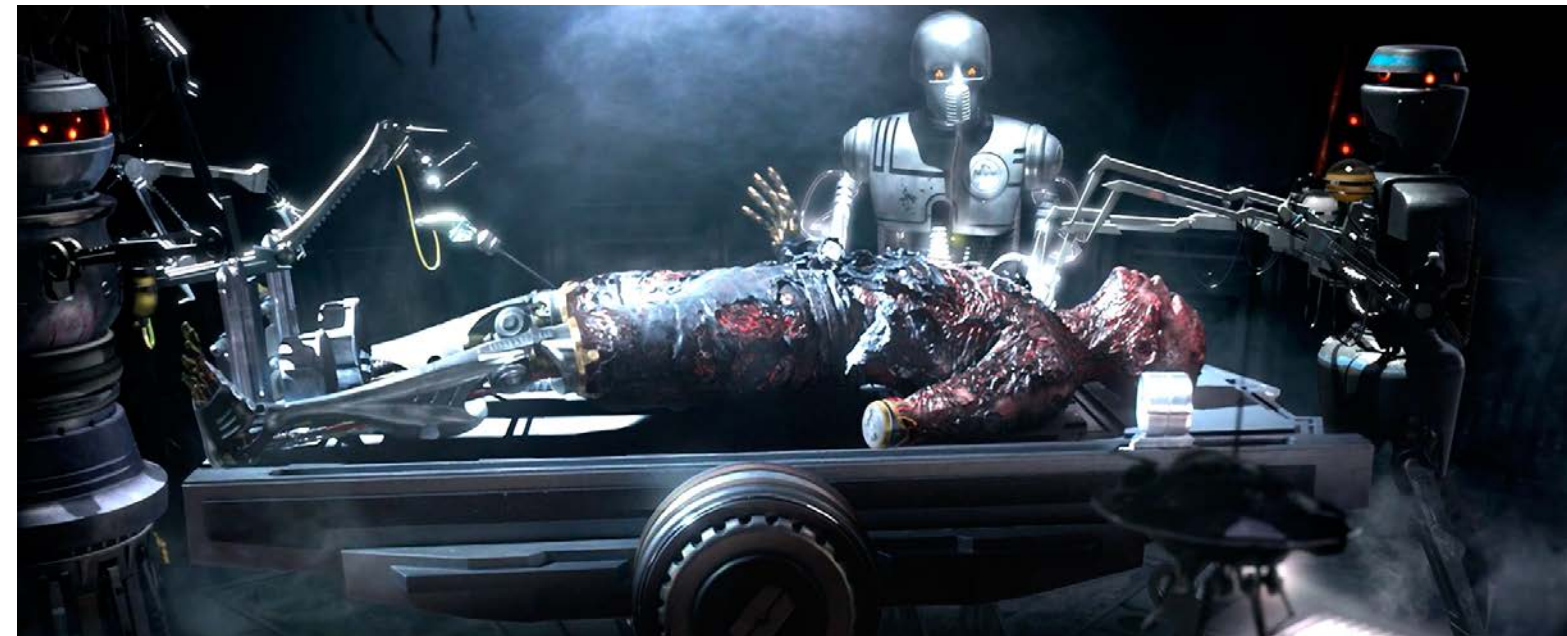
- W projekcie, wykorzystujemy SI do modelowania obrazów przedstawiających możliwy efekt estetyczny po operacji piersi. Na podstawie zdjęć klatki piersiowej pacjentki oraz wprowadzonych informacji o planowanym leczeniu algorytm generuje obraz. Jednak zdjęcia to nie wszystko. Pacjentka otrzymuje dostęp do całej platformy edukacyjnej wspomagającej łatwiejsze przejście przez proces leczenia. Mamy nadzieję, że projekt Cinderella przełoży się na znacznie lepszą akceptację pooperacyjnego efektu estetycznego, a tym samym zmniejszy wpływ operacji na samoakceptację pacjentek – wylicza dr Maciej Bobowicz.

AI NADZIEJĄ W LECZENIU NIEPŁODNOŚCI

Sieć Klinik i Laboratoriów INVICTA swoją przygodę ze sztuczną inteligencją zaczęła w 2018 roku, gdy na popularności zyskały modele analizujące obrazy. To właśnie wtedy zrodziło się wiele pomysłów na projekty i prototypy. Jednak tak naprawdę pierwsze modele AI, INVICTA zaczęła wykorzystywać w 2021 roku.

SCI-FI

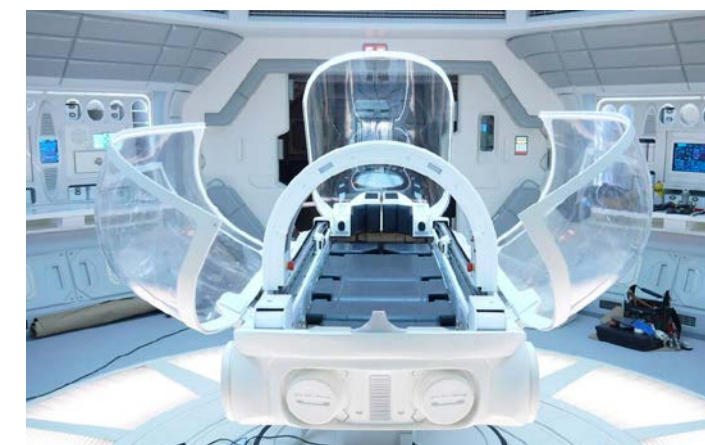
Motyw AI od lat jest widoczny w filmach SCI-FI. Pojawienie się w nich żywego lekarza to rzadkość. Funkcje medyczne najczęściej pełnią kapsuły medyczne oraz wszelkiej odmiany roboty.



Star Wars: Episode III - Revenge of the Sith - 2005 r.



Alien - 1979 r.



Prometheus - 2012 r.

Fot. Mat. Prasowe

- Aktualnie korzystamy z różnego rodzaju modeli sztucznej inteligencji, które pomagają nam w automatyzacji wielu etapów procesu diagnostycznego oraz w prowadzeniu procedury in vitro. Każdego dnia algorytmy sztucznej inteligencji wspomagają nasze położne i lekarzy w trakcie wykonywania i analizowania badań USG, skracając czas potrzebny na ocenę wyników takiego badania i jednocześnie zapewniając jego najwyższą jakość. Liczy się

DOROTA BIAŁOBRZESKA -ŁUKASZUK

Założycielka i od ponad 20 lat Prezes Zarządu sieci Klinik i Laboratoriów Medycznych INVICTA.

W sztucznej inteligencji widzimy szansę, a nie zagrożenie. Wierzimy, że AI będzie wspierała lekarza na różnych etapach jego pracy z pacjentami jako dodatkowe narzędzie weryfikacji. Rozwiązania bazujące na AI wykorzystujemy po to, żeby lekarzom pracowało się łatwiej, a pacjenci – by mieli dostęp do jeszcze bardziej skutecznego leczenia.

nie tylko efektywność, ale i zrozumienie działania danego modelu – mówi Dorota Białobrzaska-Łukaszuk, założycielka i od ponad 20 lat Prezes Zarządu sieci Klinik i Laboratoriów Medycznych INVICTA.

Idąc z duchem czasu, INVICTA zainicjowała dwa autorskie projekty AIOO® i GPS™, których celem była optymalizacja stymulacji hormonalnej wykonywanej w trakcie in vitro. Uzyskanie wysokiej jakości komórek jajowych, przy jednoczesnym ograniczeniu dawek leków stymulujących. To dzięki temu leczenie może być bardziej bezpieczne, komfortowe, skuteczne, a także tańsze.

I tak bazujące na AI oprogramowania wspierają lekarzy w leczeniu niepłodności przez możliwie najlepszy dobór gamet i zarodków oraz w optymalizacji schematu leczenia. Dzięki mechanizmom sztucznej inteligencji lekarz zyskuje wsparcie, a pacjent szansę na optymalne dopasowanie przebiegu leczenia do swojej indywidualnej historii medycznej. W tej szczególnej dziedzinie liczy się dosłownie każdy procent skuteczności więcej.

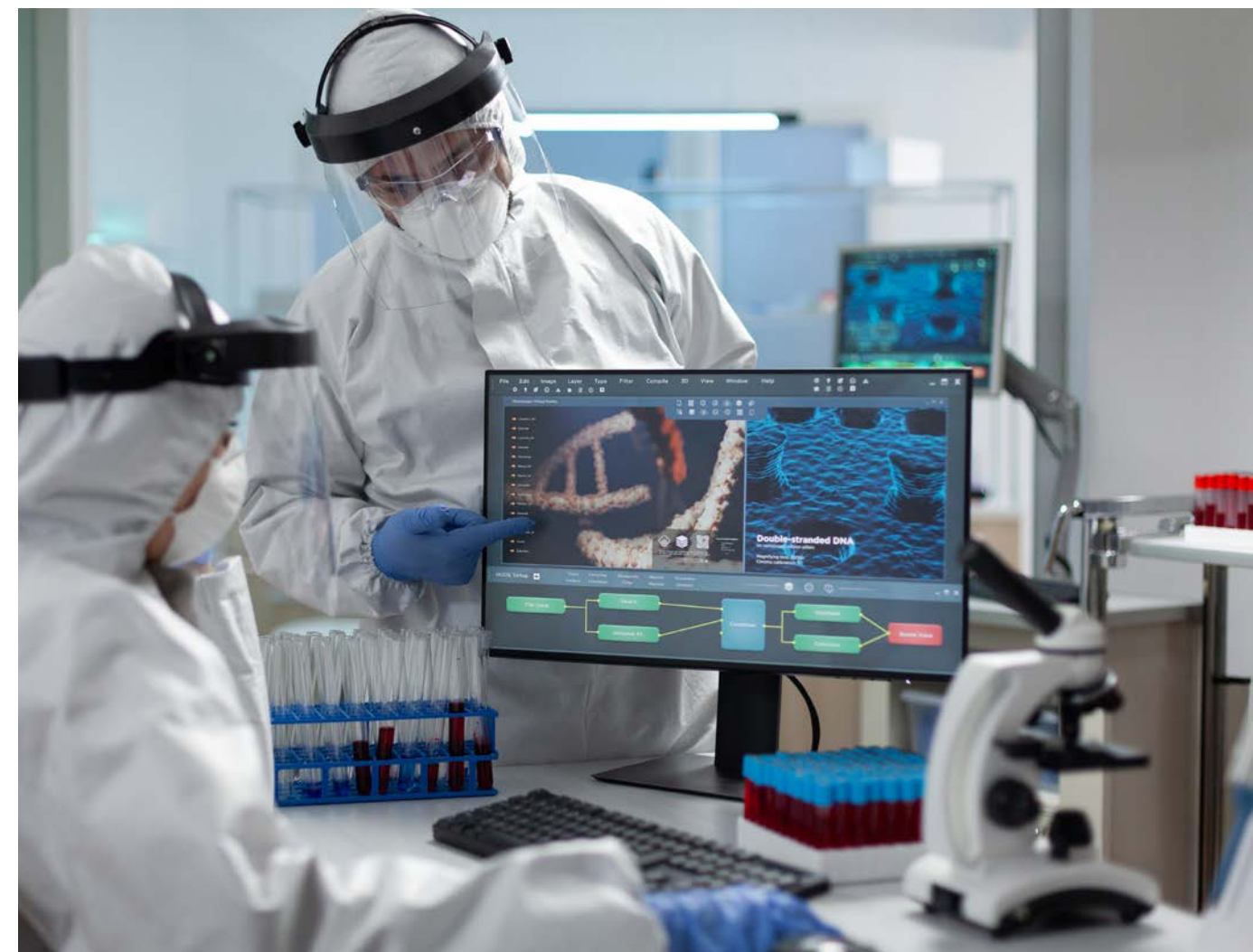
SPERSONALIZOWANA NEUROLOGIA

Profesor Bartosz Karaszewski kierownik Katedry i Kliniki Neurologii Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego dostrzega potencjał wykorzystania sztucznej inteligencji np. w leczeniu udaru mózgu. Dzięki jej gigantycznej zdolności analitycznej w przyszłości znane będą mechanizmy powodujące dłuższą trwałość mózgowia i będzie je można stymulować.

- AI masywnie zmieni format uprawiania medycyny klinicznej. W podejmowaniu indywidualnych decyzji klinicznych pod uwagę będziemy mogli brać nie dziesiątki, ale tysiące i więcej cech. Na przykład, gdy do danych standardowych, tzw. medycyny opartej na faktach, dorzucimy informację o biologii pacjenta i przy pomocy AI powiążemy ją z analogicznymi informacjami o pacjentach leczonych z tego samego powodu w przeszłości, o wynikach tego leczenia, bieżącą terapię dobierzemy precyzyjniej. AI pozwoli na przejście do zupełnie nowego wymiaru pracy klinicznej, medycyny personalizowanej w zakresie nieporównywalnym do współczesnego. Wspólnie z konsorcjantami zaprojektowaliśmy narzędzie, które miałoby sprawić, że taka rewolucja nastąpi szybciej, ale nad podobnymi pracują setki zespołów na świecie. Mniej kompleksowe narzędzia z zastosowaniem AI, czy technik głębokiego uczenia, operujące w różnych domenach medycyny, pomagają lekarzom już od lat, np. w ocenie badań obrazowych, czy histologicznych – podsumowuje prof. Bartosz Karaszewski.

OD LECZENIA DO ODPOWIEDZIALNOŚCI

Wraz z rozwojem SI pojawiają się też kolejne pytania o dalsze tempo i granicę postępu technologicznego. Najważniejsze z nich dotyczy jednak potencjalnego wyeliminowania człowieka, a w przypadku medycyny tego, kto będzie nas leczyć i kto będzie ponosić odpowiedzialność za nasze zdrowie i życie? Lekarze czy maszyny?





AI I GENETYKA W LECZENIU NIEPŁODNOŚCI IN VITRO NOWEJ GENERACJI W KLINIKACH INVICTA

Wiedza i doświadczenie ponad 60 ekspertów specjalizujących się w leczeniu niepłodności, zgromadzona w jednym narzędziu. Analiza ponad 9 tys. historii leczenia i 400 zmiennych, by w sposób spersonalizowany zadbać o każdą kolejną, unikalną historię medyczną pacjentów. Kliniki INVICTA jako pierwsze w Polsce proponują pacjentom leczenie in vitro z wykorzystaniem autorskich rozwiązań z obszaru sztucznej inteligencji i genetyki, aby podnieść standardy w zakresie skuteczności, bezpieczeństwa i komfortu leczenia.

Według Światowej Organizacji Zdrowia co 6. para na świecie ma problem z płodnością. Dla wielu z nich jedyną drogą do spełnienia marzeń o rodzicielstwie jest in vitro. Na skuteczność procedury ma wpływ przebieg każdego z jej etapów. Centrum Badawczo-Rozwojowe INVICTA dostrzegło potencjał do optymalizacji na etapie stymulacji hormonalnej, której w ramach IVF poddawane są pacjentki.

- Do zapłodnienia in vitro potrzebujemy dobrej jakości komórek jajowych. Abyśmy mogli je uzyskać, pacjentka poddawana jest stymulacji hormonalnej, polegającej na przyjmowaniu leków, które pobudzają wzrost oraz dojrzewanie pęcherzyków jajnikowych. Zdarza się, że pacjentki obawiają się ryzyka wystąpienia hiperstymulacji, czyli nadmiernego pobudzenia jajników. Obawy może wzbudzać też samo przyjmowanie leków, które w zależności od wrażliwości pacjentki, może wiązać się z pewnym dyskomfortem. Dlatego kluczowy jest optymalny dobór protokołu stymulacji oraz ustalenie odpowiednich dawek leków – mówi lek. Katarzyna Gross-Kępińska z Kliniki INVICTA.

Celem Centrum Badawczo-Rozwojowego INVICTA było stworzenie rozwiązania, które pomogłoby w uzyskiwaniu wysokiej jakości komórek jajowych, przy zastosowaniu możliwie niskich dawek leków. Wykorzystując mechanizmy AI i genetyki, zespół naukowy INVICTA opracował autorskie rozwiązania – oprogramowanie AIOO® (Artificial Intelligence Oocytes) oraz badanie GPS™ (Genetycznej Predykcji Stymulacji).

AIOO® I GPS™ – INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA DLA SKUTECZNOŚCI IN VITRO

Bazujący na algorytmach sztucznej inteligencji system AIOO®, wspiera lekarzy w zakresie doboru odpowiedniego protokołu stymulacji hormonalnej, dopasowania optymalnych dawek leków, bieżącej oceny skuteczności leczenia i predykcji jego efektów.

System prognozuje na podstawie indywidualnych informacji na temat pacjentki tj. m.in. poziomu hormonu AMH, wieku, BMI oraz dotychczasowej historii leczenia.

- AIOO® łączy w sobie historie 13 tys. stymulacji hormonalnych. To prawie 9 tys. unikalnych historii pacjentek i ponad 400 zmiennych, którymi je opisywaliśmy. Wzbogaciłszy te dane danymi genetycznymi, dzięki czemu jesteśmy w stanie zapewnić pacjentkom jeszcze bezpieczniejsze i skuteczniejsze leczenie – mówi dr Damian Drzyzga z Centrum Badawczo-Rozwojowego INVICTA.



GPS™ to jedyne badanie na świecie, które pozwala na interpretację wpływu poszczególnych wariantów genów odpowiadających za prawidłową czynność hormonów oraz ich receptorów, na przebieg i efekty stymulacji hormonalnej. - Badanie GPS™ pozwala ustalić, jak czynniki genetyczne mogą wpłynąć na efekty stymulacji jajników i liczbę komórek jajowych, które możemy uzyskać u danej pacjentki. Do wykonania badania wystarczy próbka krwi lub śliny – dodaje dr Damian Drzyzga.

Dzięki analizie czynników genetycznych, prognozy generowane przez oprogramowanie AIOO® są precyzyjniejsze, a system może zaproponować najlepszy typ protokołu stymulacji oraz optymalne dawki leków dla danej pacjentki. - Już teraz wiemy, że dzięki zastosowaniu oprogramowania AIOO® i badania GPS™ w trakcie procedury in vitro jesteśmy w stanie do 20% precyzyjnie dobrać protokoły stymulacji hormonalnej oraz stosować do 10% niższe dawki leków stymulujących. Dla pacjentek oznacza to, że stymulacja staje się skuteczniejsza, bezpieczniejsza i bardziej komfortowa oraz tańsza, ponieważ niższe dawki leków, to niższy koszt leczenia – mówi Dorota Białobrzęska-Lukaszuk, Prezes Zarządu Grupy INVICTA.

Publikacje na temat AIOO® i GPS™ ukazały się na łamach prestiżowego czasopisma PLOS Computational Biology, na portalu GenomeWeb oraz na portalu EurekAlert, należącym do Amerykańskiego Towarzystwa Postępów w Nauce.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020.

Sztuczna inteligencja wykorzystywana jest w medycynie od lat, ułatwiając precyzyjne diagnozy, monitorując stan zdrowia pacjentów, automatyzując pracę personelu i wspierając badania kliniczne sprawną analizą ogromnych ilości danych. Wraz z postępującą transformacją cyfrową AI przejmuje coraz to większe obszary medycznego warsztatu, wkracza na grunt prognozowania chorób, rozpoznawania emocji oraz edukowania pacjentów o stanie ich zdrowia. Zaczyna wyręczać lekarzy w zadaniach administracyjnych, wspomaga ich w diagnostyce, dając tzw. drugi ogląd.

Postęp ten niesie za sobą pewne obawy choćby o bezpieczeństwo danych i stroniczość ich zbiorów. Nie sprzyjają tu niespójne regulacje, braki legislacyjne czy niejasna kwestia odpowiedzialności za błędy medyczne. A wszystko to dzieje się przy pędzącym rozwoju sztucznej inteligencji, którego, wydawałoby się, nic nie zdoła już powstrzymać. Czy zatem wszystko zmierza do stopniowego wyeliminowania czynnika ludzkiego z procesu medycznego?

W WYŚCIGU

„Nasza przyszłość to wyścig pomiędzy rosnącą potęgą technologii a mądrością, z jaką jej używa-

my.” Ten cytat laureata Nobla, Stephena Hawkinga, otwiera raport WHO „Etyka i Zarządzanie Sztuczną Inteligencją dla Zdrowia”. Twórcy publikacji przyznają, że mądrze zastosowana AI umożliwi pacjentom i społecznościom przejęcie kontroli nad własną opieką zdrowotną. Niemniej jednak, jeśli nie wypracujemy odpowiednich mechanizmów, możemy doprowadzić do sytuacji, w której decyzje podejmowane będą przez maszyny, co podważałoby ludzką autonomię. Światowa Organizacja Zdrowia podkreśla, że to ludzie powinni zachować pełną kontrolę nad systemami opieki zdrowotnej i decyzjami medycznymi – w sposób odpowiedzialny, transparentny, zrównoważony, inkluzywny, a nade wszystko chroniący poufność pacjentów.

LEKARZE NA WYGINIECIU?

Sztuczna inteligencja mogłaby okazać się lekarstwem na wszechobecne w medycynie braki kadrowe. Co więcej, automatyzacja zadań administracyjnych da lekarzom więcej czasu dla pacjentów. Dzięki AI można będzie w dużym stopniu wyeliminować błędy lekarskie, warto jednak pamiętać, że nie jest ona nieomylna, a póki co cała odpowiedzialność spoczywa na lekarzu, którego nie może zabraknąć w tym procesie, przynajmniej na razie.



LOOKS BY LUKS

SOPOT, MEKSYK I TURBANY

Czy jedna chwila może zmienić życie?
Przekonała się o tym Sylwia Luks i jej mąż
Marcin, którzy najpierw pracę w korporacji
zamienili na własną firmę produkującą nakrycia
głowy. A potem zamieszkali w Meksyku, skąd
zarządzają swoją sopocką marką Looks by Luks.
I szykują kolejne projekty.



Duże, przestronne mieszkanie. Salon, kuchnia i taras. Widać z niego basen i ocean. Choć jest grudzień, to przez okno przebijają ciepłe promienie słońca, a na plaży widać sporo ludzi. W Tulum, które położone jest na meksykańskim półwyspie Jukatan nad Morzem Karaibskim, nigdy nie jest chłodno, a deszcze padają tylko przez dwa miesiące. Sylwia Luks, właścicielka i dyrektorka kreatywna marki Luks wróciła właśnie ze szkoły dokąd odwozila dzieci i siada przy biurku. Będzie planować kampanię najnowszej kolekcji.

- Większość naszych ubrań i dodatków nadaje się do noszenia latem. Zwiewne kimona, sukienki z naturalnych materiałów, turbany trzymające fryzury przed wiatrem. Inspiracje codziennie znajduję w przyrodzie Meksyku, ludziach, którzy nas otaczają oraz codzienności determinowanej przez klimat. To idealne miejsce na pokazywanie letnich ubrań – opowiada.

PROROCZA CHWILA

Droga jaka zaprowadziła ich do Meksyku, a wcześniej własnej marki nie była łatwa, ale też i nie bardzo długa. Raptem kilka lat, ale za to bardzo intensywnych, nie tylko jeżeli chodzi o wydarzenia, ale przede wszystkim pełne odważnych decyzji. A o wszystkim zdecydował jeden moment, jedna chwila. Sylwia pracowała wtedy w korporacji zajmującej się rynkami obligacji, a Marcin w firmie zajmującej się digital marketingiem. Był 2013 rok, mieli po dwadzieścia kilka lat, gdy pojechali na pierwszy urlop do Meksyku. Właśnie tam Sylwia pewnego dnia zobaczyła idącą dziewczynkę, z turbanem na głowie. Ten widok zauroczył ją. Marzyła o córce. No i te piękne nakrycie głowy dziewczynki. Moment okazał się proroczy. Na tyle, że gdy w 2016 roku urodziło się ich drugie dziecko, córka Mia, postanowiła uszyć jej podobny turban, taki jaki zapamiętała z Meksyku. Po tem kolejny.

- Szybko okazało się, że turbany podobały się każdemu, kto je u nas widział. Zaczęły się prośby o uszycie, które po wielu naleganiach zaczęłam spełniać i pewnego dnia miałam tyle zamówień, że zorientowałam się, że chyba czas potraktować ten biznes poważnie. I tak to się zaczęło – opowiada.



Po urlopie macierzyńskim nie wróciła już do korporacji, ale założyła własną markę, którą nazwała Looks by Luks. Początkowo robiła wszystko sama, od szycia, po pakowanie, wysyłki, sesje zdjęciowe i obsługę klienta. Aż włączył się jej mąż, Marcin.

- Gdy tylko pojawiła się taka możliwość, postanowił przejąć ogromną ilość moich obowiązków i rozkręcić nasz biznes. Po turbanach zaczęliśmy szyc także opaski, które okazały się hitem, a następnie nasze wyjątkowe kimona. Zaczęliśmy tworzyć własne wzory, a dziś posiadamy całkiem spory przekrój odzieży szytej w etycznych warunkach i według zasad zrównoważonego rozwoju – opowiada.

Pomysł okazał się wielkim sukcesem. Otworzyli sklep i pracownię przy ulicy Haffnera w Sopocie. Sprzedawali na miejscu i w Internecie. Początki były ciekawe. Turbany okazały się istnym fenomenem. Wtedy nigdzie nie było podobnych produktów. Zdjęcia znanych osób oraz ich córek udo-



stępniane w social mediach, okazały się świetną reklamą. Uroczę dziewczynki w turbanach Luks stały się znakiem rozpoznawalnym marki. Nowi klienci, zamówienia, spowodowały, że marka mogła się rozwijać. Tak zaczęły powstawać pomysły na kolejne elementy garderoby, które dziś są już w stałym asortymencie. Od początku liczba produktów była limitowana, a większość z nich powstała na zamówienie. Kolejnym punktem zwrotnym były kimona, które podobnie jak turbany, rzadko były produkowane przez marki odzieżowe. Poszerzenie portfolio o sukienki, komplety, topy oraz odzież męską i dziecięcą pozwoliło Luks rozwinąć skrzydła. Ubrania i dodatki kojarzące się z wakacjami, w unikatowe wzory, chętnie były kupowane, a marka stała się rozpoznawalna nie tylko w Polsce.

PRACA W DZIEŃ I W NOCY

Biznes w Sopocie rozkręcał się, ale Meksyk mocno tkwił w ich głowach. Pojechali kolejny raz i jeszcze kolejny. Trzeci pobyt trwał aż 3 miesią-



ce. Na świecie panowała pandemia. Wtedy podjęli decyzję o przeprowadzce. Już w piątkę, bo do syna Teo i córki Mii, dołączyła najmłodsza Zoe.

- Kochamy ten kraj za piękną pogodę, niezwykłą przyrodę i krajobrazy, za ich ciekawą kulturę, którą tak pielęgnują, za pyszną kuchnię i niezwykle miłych i otwartych ludzi. To ogromny kraj, bardzo zróżnicowany, teraz zaś niesamowicie się rozwija, więc dodatkowo widzimy tu ogromne możliwości. Dla mnie Meksyk od początku dawał poczucie bycia

jak w domu. Jest tu niezwykła energia, która przyciąga tu świadomych ludzi takich jak my – podkreśla Sylwia Luks.

Pożegnali ludzi w Polsce i przygotowali firmę na nowy model funkcjonowania. W Sopocie zostawili działające biuro i pracownię.

- Nasza pracownia wraz z biurem i magazynem znajduje się w jednym miejscu. Tam szyjemy i pakujemy nasze produkty. Tam pracuje większość zespołu. W Meksyku, na miejscu też

mamy krawcową/projektantkę, z którą współpracujemy w celu robienia poprawek na prototypach, jeżeli zachodzi taka potrzeba. Tutaj też robimy letnie sesje zdjęciowe i content na social media. Pogoda zdecydowanie temu sprzyja – opowiada Sylwia Luks.

Podzielili się pracą. Marcin odpowiada za rzeczy operacyjne, a Sylwia za rozwój i działania marketingowe, a także zamówienia materiałów, social media, współpracę z markami, a także planowanie kolejnych sesji wizerunkowych. Pracy we własnej firmie nigdy nie brakuje i często trzeba zajmować się rzeczami, o których do tej pory nie miało się pojęcia. Jeśli jest taka potrzeba, wymieniają się zadaniami, oferując sobie wsparcie.

Jakie są największe wyzwania pracy na odległość?

- Myślę, że dużo zależy od rodzaju biznesu, odległości oraz strefy czasowej. Kiedy jest się producentem fizycznego produktu, to jest to dużo bardziej wymagające niż np. usługi i produkty online. U nas dodatkowo jest ogromna odległość, więc w grę wchodzi, co i rusz, wysyłanie produktów do akceptacji do Meksyku oraz 6 - 7 godzinna różnica czasu. Przez to mój mąż pracuje po nocach. Od poniedziałku do piątku chodzi spać około 21, a potem wstaje o 2:00 w nocy, żeby pracować z naszym zespołem w tych samych godzinach. Mamy troje dzieci, więc ja wstaję razem z nimi o 6 – 7 rano. Często przez to się mijamy i nie spędzamy dużo czasu razem, bo w ciągu dnia jest praca i dzieci, a wieczorem on dosłownie pada, gdy ja siedzę do 22 albo 23. To niesamowite, że dużo osób patrzy na nas oglądając nasze życie w social mediach i myśli: „wow, ale im to łatwo przychodzi”. Prawda jest jednak taka, że jest to ogrom wyrzeczeń. W zeszłym roku mieliśmy nawet przez to kryzys w naszym związku. Staramy się też latać do Polski, aby na miejscu pracować z zespołem. Meksyk blisko nie jest, także jest to pewnego rodzaju wyprawa na minimum trzy tygodnie, co bywa stresujące dla dzieci na tym etapie. To jest cena jaką płacimy za życie, które sobie wymarzyliśmy dla naszej rodziny. Nigdy nie ma nic za darmo. Mamy w życiu swoje priorytety.

CZAS ZDOBYĆ MEKSYK

W międzyczasie udało się im powiększyć portfolio. Początkowo Luks tworzył turbany i opaski, by w końcu rozwinąć się i oferować kimona, komplety, topy i wiele innych produktów z zakresu mody damskiej, męskiej i dziecięcej. Tworzą własne wzory na odzieży szytej w etycznych warunkach i według zasad zrównoważonego rozwoju.





Filozofią marki jest tworzenie wyjątkowych produktów dostępnych w małych ilościach przy współpracy z młodymi, zdolnymi artystami. Rocznie wypuszczane są tylko dwie kolekcje, nie zachęcając do nadmiernego konsumpcjonizmu. Dzięki szcziu na zamówienie ograniczają ryzyko związane z nadmiernym magazynowaniem produktów, które mogą się nie sprzedać i w ten sposób nie zaśmiecają środowiska. Bycie spójnym w tym, jakie wartości się wyznaje i jak prowadzi się biznes, to duże wyzwanie. Biznes nie zawsze powstaje z tabel i kalkulacji. Często wynika z pasji, intuicji i potrzeby serca. Choć trywialnie to brzmi, to właśnie takie biznesy zyskują oddanych klientów, którzy mogą się z marką utożsamiać.

To, co zasługuje na wyróżnienie w marce Luks, to świadome podejście do produkcji ubrań. Chcąc działać w sposób zrównoważony wycofali produkty z wiskozy, lycry, poliestrowych koronek, w zamian wprowadzając bawełnę bambusową. Nowe wzory i produkty pojawiają się rzadziej, w mniejszych dropach, tworząc limitowane edycje wyjątkowych ubrań odpowiadających na potrzeby klientów. Ich rzeczy sprzedawane są w wielu krajach, nie tylko w Polsce. Skupiają się na sprzedaży online oraz hurtowej, rozwijając kanały sprzedaży za granicą, gdzie obecnie widzą największy potencjał.

- Nasze produkty sprzedajemy na cały świat. Zarówno detalicznie jak i hurtowo do butików nawet w tak odległych zakątkach jak Kostaryka, nie wspominając o Europie czy Stanach Zjednoczonych. Meksyk dopiero się dla nas otwiera. Zostaliśmy tu bardzo ciepło przyjęci. Nasze produkty robią tu furorę i mamy w związku z tym duże plany wejścia na ten rynek bardziej odważnie w 2024. To jest ogromny kraj, bardzo prężnie się ostatnio rozwija więc i możliwości są tu ogromne. Do tego w Meksyku są miejsca, gdzie cały rok jest ciepło, a nasze flagowe produkty to właśnie te letnie. Widzimy więc tu ogromny potencjał rozwoju naszej marki – zapewnia właścicielka.

Sylwia Luks pracuje też nad zupełnie nowym, innowacyjnym produktem.

- Według Human Design mój typ osobowości to Manifestujący Generator, a to oznacza, że mam milion pomysłów na minutę! Co chwilę coś wymyślam. Tylko doba jest za krótka... Dlatego nasze plany na 2024 to launch nowego produktu, który mam nadzieję zrewolucjonizuje modę i będzie o nim głośno na całym świecie. Oprócz tego, chcemy się także skupić przede wszystkim na tym co robimy dobrze i zdobyć tym rynek meksykański! To dla nas teraz priorytet. A co będzie potem to czas pokaże. Wierzę, że świat idzie w kierunku, gdzie będzie coraz większy nacisk kładziony na świadomość, wyjątkowość, przemyślaną ekologię i zrównoważony rozwój. A na tych właśnie wartościach opiera się nasza marka Looks by Luks.



WIĘCEJ NIŻ LECZENIE

Profesjonalna klinika stomatologiczna to nie tylko proces leczenia, ale także skomplikowany i wymagający biznes. Jak się go buduje, co go napędza i jak może wyglądać filozofia biznesu, opowiada Agnieszka Dojlidko – Nawrocka, właścicielka Nawrocki Clinic.



Fot. Karol Kacperski

Michał Stankiewicz: Łatwo jest prowadzić klinikę stomatologiczną?

Agnieszka Dojlidko – Nawrocka: Nie, bo nie ma biznesu, który łatwo się prowadzi. Pamiętajmy, że wszystko czym zajmujemy się zawodowo wymaga dużego nakładu pracy i wielu poświęceń. Jeżeli zależy nam na osiągnięciu sukcesu i satysfakcji z tego co robimy.

Miałem na myśli raczej porównanie do innych zawodów, branż, czy też sektorów.

Myszę, że jest podobnie jak w innych sektorach, z tą jednak różnicą, że tutaj oprócz biznesu jest misja lekarska. I te dwie sfery trzeba pogodzić.

No właśnie, klinika stomatologiczna dla pacjentów kojarzy się przede wszystkim z lekarzami i procesem leczenia. Tymczasem to także firma, czyli biznes.

Myszę, że skojarzenie jest właściwe, bo pacjent przychodzi do nas w konkretnym celu. By uwolnić się od bólu, poprawić komfort życia i dokonać metamorfozy estetyki uśmiechu. To co dzieje się za kulisami, czyli ten słynny "backstage" wydaje się dla niego tylko dodatkiem. Z mojego punktu widzenia oczywiście tak nie jest, bo to za co odpowiadam jest dla mnie znacznie ciekawsze. Klinika to coś więcej niż leczenie. To zespół ludzi, którzy ją tworzą. To organizacja ich pracy, rekrutacja, zamówienia odpowiedniej jakości materiałów dentystycznych, księgowość, ustawianie procesów i procedur, analiza wszelkich raportów, marketing, prowadzenie social mediów, stała współpraca z prawnikami, ubezpieczalnymi, bankami itd. Wymieniłam tylko najważniejsze zadania, bo jest ich więcej.

Lekarze to więc tylko część zespołu. W waszym przypadku nawet ta mniejsza. Jak wygląda wasza struktura?

W Nawrocki Clinic pracuje ponad 50 osób, a nadal zatrudniamy kolejne. Sercem jest rejestracja, bo to tutaj dzwonią, pytają i umawiają się pacjenci. Tutaj też są witani. Lekarze różnych specjalizacji ściśle współpracują też z higienistkami i asystentkami, posiadamy własne laboratorium protetyczne, a w nim pracuje zespół techników dentystycznych. Spinamy to klamrą koordynatorów nad którymi czuwa dyrektor kliniki. Z naszą kliniką współpracuje na stałe również trzech pianistów i myślę, że jest to ewenement na skalę światową (śmiech).

Z pewnością to ewenement, a do tego dobrze się ich słucha. Ponad 50 osób to duży zespół. A jakie były początki?

Nie będę odkrywca, jeżeli powiem, że początek to oczywiście praca mojego męża Michała, który 25 lat temu zaczynał przygodę ze stomatologią, a zaczął od dwustanowiskowej praktyki.

Dwa stanowiska. To jak się buduje taką klinikę?

Klinika to mury, a stomatologia to specjaliści, którzy muszą stworzyć zespół, doświadczenie i zaawansowane rozwiązania technologiczne. Całość to długi proces, mozolnego spinania wszystkich tych elementów i budowania zaufania wśród pacjentów, a to oczywiście wymaga największej uwagi.

To może spróbujmy inaczej - jakie były wasze kamienie milowe? Te najważniejsze decyzje rozwojowe.

Michał powiedziałby, że najważniejszym krokiem i to nie tylko życiowym, ale też biznesowym było namówienie mnie na przeprowadzkę z Warszawy i wykorzystanie moich umiejętności oraz doświadczenia w zarządzaniu do kierowania gabinetem stomatologicznym. Ja myślę, że było to otwarcie naszej pierwszej wspólnej praktyki dentystycznej. Dwa gabinety zostały zamienione na 5, pojawiło się małe laboratorium protetyczne, a ja małymi krokami zaczynałam poznawać rynek i świat stomatologii. No i poszło.

Dla pani to było przestawienie się z zupełnie innej branży?

Mój poprzedni zawodowy świat to finanse i bankowość, giełda, waluta, indeksy. Przez ponad 10 lat pracowałam w banku jako manager, zarządzałam zespołami liczącymi ponad 100 osób, szkoliłam ze standardów obsługi, stworzyłam i zostałam szefem departamentu bankowości prywatnej w jednym z zagranicznych banków. Uwielbiam to. I wtedy pojawił się Michał ze swoim chłopięcym uśmiechem.

Kiedy jest ten moment, gdy wiadomo już, że proces leczenia i proces biznesowy muszą być oddzielone, że to zupełnie inne dziedziny? Kiedy wy to poczułście?

My tego nie poczuliśmy. Kilkanaście lat temu usiedliśmy z Michałem i ustaliliśmy, że każde z nas zajmie się tym na czym zna się najlepiej. Tak powstało Nawrocki Clinic.

I od razu podział - Michał Nawrocki – leczenie, a pani biznes?

Tak, to się idealnie sprawdza, bo nie wchodzimy sobie w drogę. Dzięki temu Michał ma możliwość rozwijania swoich umiejętności, poszerzania wiedzy i dzielenia się nią w trakcie kursów, które organizujemy dla lekarzy z całej Polski, a ponadto jest światowym wykładowcą. Jego pasją jest stomatologia, On uwielbia swoich pacjentów, do każdego podchodzi bardzo indywidualnie. Ja robię swoje.

Na pewno największym kamieniem milowym był ten ostatni z ubiegłego roku, czyli uruchomienie kliniki w zupełnie nowym miejscu i nowej skali.

Tak, oboje jesteśmy z tego dumni i szczęśliwi. Kiedy wchodzę do środka to pękam z dumy.

Klinika robi wrażenie. Co było najdroższe?

Całość. Klinika powstała w zabytkowym budynku z 1918 roku. Odnowienie go, przebudowa wnętrza, stworzenie designu, wyposażenie oraz dobór najnowocześniejszego sprzętu stomatologicznego to było bardzo duże przedsięwzięcie finansowe.

Postawiliście mocno na design, wnętrze przypomina butikowy hotel, jest nawet fortepian i pianista. Wizerunkowo wygląda to świetnie, czy to przekłada się też na biznes?

Moim celem było stworzenie wyjątkowego miejsca na mapie Polski, bo kliniki są i były, a pacjent, który ma odwiedzić stomatologa często ma w głowie obrazy niczym z horrorów i jeszcze wspomnienie zapachu z gabinetu dentystycznego. Chciałam, by od początku budowania relacji z pacjentem był on wyjątkowym gościem, który w oczekiwaniu na spotkanie z lekarzem może wypić kawę, poczytać prasę, obejrzeć ciekawy album, posłuchać muzyki na żywo. Sama kocham dźwięk fortepianu, muzyka mnie relaksuje i wycisza, widzę, że naszych pacjentów to ujmuje i na pewno zachęca do rekomendowania naszych usług wśród znajomych. Tej atmosfery nie przeliczałam na cenę za zabieg w gabinecie. Nie podniosłam cen zmieniając lokalizację.

Czy możemy poznać jakieś statystyki i dane pokazujące skalę działania?

Dziennie przyjmujemy ponad 100 pacjentów, ponieważ czas oczekiwania na wizytę do lekarza znacznie się wydłużył, rozpoczęliśmy współpracę z kolejnymi specjalistami, żeby skrócić kolejkę.

Sporo. Rozmawiamy o biznesie, zapytam więc z jakimi rządu przychodami wiąże się taka klinika?

Jeżeli chodzi o przychody to długa historia i pewnie dla wielu osób może być ciekawa, dlatego trochę się tu rozwinę. Patrząc na ten biznes z boku można pomyśleć, że jest ciekawo. Pewnie w niektórych gabinetach tak jest, ale jak zawsze diabeł tkwi w szczegółach. Wszystko związane jest z jakością, jakością i jeszcze raz jakością. Dla mnie to jest kluczowe. Pacjent, który do nas trafi ma dostać najlepszą jakość. Czy chodzi o doświadczenie lekarza, czy o materiał na których on pracuje, czy sprzęt, z którego korzysta. Przecież opowiadamy za zdrowie osoby, która nas wybrała i nam zaufała. A jakość oczywiście przekłada się na koszty, a te z kolei na konieczny przychód.

Dla zobrazowania skali podam przykłady kosztów: ostatnie szkolenie w którym uczestniczył Michał kosztowało 50 tys. zł. Fotel stomatologiczny może kosztować 30 tys. zł, a u nas najtańszy kosztuje prawie 100 tys. zł, ponieważ jest lepiej wyposażony i zdecydowanie wygodniejszy dla pacjenta. Lasery w które czasem wyposażane są kliniki to koszt od 25 tys. zł, a w naszym przypadku blisko 600 tys. zł. Za różnymi markami i producentami implantów stomatologicznych stoją różne doświadczenia kliniczne badania naukowe i proces produkcji, a to ostatecznie wpływa na klasę i cenę implantu. My postawiliśmy na jakość, specjalistów z doświadczeniem i najwyższej jakości sprzęt. A to powoduje koszty, które musi pokryć odpowiedni przychód.

Duże kwoty. No i koszt ludzki. Zawód stomatologa uchodzi za bardzo dochodowy. Czy zdradzi pani ile zarabia u was?

Zawód stomatologa może być dochodowy, tak jak wiele innych. Wszystko zależy od doświadczenia lekarza, jego specjalizacji, a przede wszystkim od jego zaangażowania w wykonywaną pracę. Mogę podać tzw. widełki – zarobki są od kwoty xxx do kwoty yyy.

Z raportu GUS na temat Pomorza wynika, że jeżeli chodzi o lekarzy najwięcej jest właśnie stomatologów. Wydziały stomatologiczne na uczelniach medycznych cieszą się wielką popularnością. Więc chyba w przeciwieństwie do innych specjalizacji, nie mówiąc już o innych zawodach nie macie problemów ze znalezieniem kadry?

Nie mamy takiego problemu, chce z nami współpracować wielu lekarzy, asystentki dentystyczne czy technicy protetyki. Wszyscy stawiamy na rozwój, to bardzo łączy.

W jaki sposób dokonujecie naboru? Jest ostra selekcja?

Przy nawiązywaniu współpracy oprócz kwalifikacji istotna jest dla mnie osobowość i spojrzenie na pracę zespołową kandydata.

Od wielu lat Polska jest atrakcyjną destynacją turystyki stomatologicznej. Wciąż jesteście atrakcyjni cenowo?

Tak, jesteśmy atrakcyjni cenowo. W gdańskich gabinetach można spotkać np. wielu Skandynawów.

Bo jeżeli chodzi o poziom medyczny, jakość i technologie chyba nie mamy się czego wstydzić.



Fot. Karol Kacperski

Michał jako wykładowca był zapraszany m.in. do Berlina, Wiednia, Moskwy, Kanady, Słowenii. Proszę mi wierzyć wykonujemy pracę na światowym poziomie, zarówno pod kątem protokołów leczniczych jaki i sprzętu, z którego korzystamy.

Podchodzicie do pacjenta holistycznie, tzn. można wykonać u was wszystkie procedury jakie wiążą się ze stomatologią?

Tak. Pacjenci pod jednym dachem mają przeprowadzoną całą diagnostykę, dostęp do logopedy, fizjoterapeuty, ortodonta. Lekarze leczą zachowawczo, wykonujemy endodoncję (leczenie kanałowe), modny teraz bonding, ustawiamy zgryz, leczymy dzieci, na szeroką skalę zajmujemy się implantologią i tym na co szczególnie stawiają pacjenci, czyli implantologią z natychmiastowym obciążeniem. To oznacza, że w dniu zabiegu chirurgicznego - wprowadzamy implant i jesteśmy w stanie od razu zrobić odbudowę protetyczną, czyli pacjent zgłasza się brakiem jednego lub paru zębów a wychodzi z pełnym uśmiechem. Tak więc robimy wszystko.

A co jest wiodące?

Najwięcej pacjentów zgłasza się do nas w celu poprawy funkcjonalności i estetyki. Specjalizujemy się w tym od lat, dlatego mamy też własne laboratorium protetyczne, żeby nowe korony zębowe lub licówki były idealnie dobrane do potrzeb i wymagań pacjenta. Funkcjonalnością zajmują się lekarze, ale to nasze panie techniczki, indywidualnie dobierają kolor, kształt zębów czy licówek. Rozmawiają z pacjentami o jego oczekiwaniach. Ostatnim naszym "hitem" – jeżeli można to tak ująć - są zabiegi przeprowadzane w znieczuleniu ogólnym. Okazuje się, że u wielu chorych dzieci nie ma możliwości, żeby przeprowadzić leczenie w czasie standardowej wizyty, jest dużo dzieci i dorosłych z dentofobią, wielu dorosłych pacjentów decyduje się na zabieg pod narkozą, ponieważ chcą mieć komfort podczas zabiegów implantacji czy chirurgicznych.

W jakim kierunku będziecie rozwijać klinikę? Więcej pacjentów, czy też może kolejne usługi, np. medycyny estetycznej?

Myślę, że skupimy się na tym co robimy, bo to nam po prostu wychodzi. Specjalizujemy się w implantologii i tworzeniu nowych pięknych uśmiechów. Każda metamorfoza uskrzydla nie tylko pacjenta, ale również nas. Niech tak zostanie.

Tomasz Stogowski

Biznesmen od wielu lat związany z branżą offshore i paliwami oraz rynkiem nieruchomości. Niedawno zdecydował się wypłynąć na nieznane wody i otworzył klinikę medycyny estetycznej Marii Van De Zell, która mieści się w zabytkowej kamienicy w Sopocie.



OFFSHORE, PALIWA I KLINIKA URODY

Przez wiele lat związany z branżą offshore i paliwami, teraz zdecydował się wypłynąć na nieznane wody i...otworzyć klinikę medycyny estetycznej. Jak sam mówi, ten rejs w nieznane szybko okazał się czymś więcej niż przygodą. O wyzwaniach i szansach, jakie niesie ze sobą budowanie od podstaw nowego biznesu opowiada Tomasz Stogowski, Regional Technical Manager w Noble Corp. oraz współwłaściciel sopockiej kliniki Marii Van De Zell.

Czy to prawda, że na początku swojej kariery zawodowej pracował pan na nowoczesnych statkach pasażerskich i poznał tam m.in. gwiazdy Disney'a?

Faktycznie, po ukończeniu Akademii Morskiej przez jakiś czas pływałem na dużych statkach wycieczkowych jako tzw. Chief Staff Engineer, byłem tam odpowiedzialny głównie za kwestie techniczne. Brałem też udział w tzw. formal dinners, w czasie których „zabawiało się” pasażerów rozmową na różne tematy. W tym okresie poznałem wszystkich, którzy tworzyli Disney World, w zasadzie byli to moi koledzy i koleżanki z pracy, łącznie z Hannah Montana :) Ale to na dłuższą metę nie było dla mnie. Za dużo błysku fleszy, za mało konkretów.

Po „przygodzie” ze statkiem wycieczkowym na wiele lat związał się pan z branżą offshore i paliwową.

Zgadza się, dla kompanii naftowych pracuję w sumie już blisko 13 lat. To ciekawa i jednocześnie bardzo wymagająca branża, zwłaszcza, kiedy fizycznie trzeba było być obecnym

na platformach wiertniczych. To jest walka z trudnymi warunkami, własną słabością i specyficzny klimat pracy w bardzo zmaskulinizowanym środowisku. Niełatwo zarządza się grupą kowbojów (śmiech)...

Czy to towarzystwo kolegów zmęczyło pana na tyle, że postanowił pan spróbować czegoś zupełnie nowego? Jest pan współwłaścicielem nowo otwartej kliniki w Sopocie, Marii Van De Zell. Zajmujecie się kosmetologią i medycyną estetyczną. Śmiem twierdzić, że odpłynął pan daleko od paliwowej macierzy...

I tak, i nie. Z zarządzania w branży paliwowej nie zrezygnowałem, mam w tym spore doświadczenie i po prostu lubię tę pracę. Z naszymi „kowbojami” dogaduję się świetnie, wypracowaliśmy sobie wspólny język komunikacji. Natomiast bycie współwłaścicielem kliniki to rzeczywiście szereg nowych wyzwań, z którymi trzeba się zmierzyć w warstwie czysto ludzkiej, jak i biznesowej.

I jak pan sobie radzi z każdą z tych materii?

Z jednej strony dużo się uczę, jest sporo kwestii formalno-prawnych, które wymagały zgłębienia zwłaszcza w fazie przed otwarciem Marii Van De Zell. Ale w samym zarządzaniu kliniką wykorzystuję wiele cech, które nabyłem w trakcie pracy dla różnych korporacji. Na procesy managerskie potrafię patrzeć holistycznie, dodatkowo staram się traktować swój zespół tak, jak sam chciałbym być w życiu traktowany. Zaufanie do ludzi, których wybieramy do pracy to jest przejaw dojrzałości pracodawcy. Taki właśnie chciałbym być i takimi ludźmi chcę się otaczać.

Co z potrzebną w branży wiedzą? Dokszałca się pan w temacie medycyny?

Na szczęście nie ma takiej konieczności. Marii Van De Zell to doskonale funkcjonujący zespół specjalistów, wszyscy wspieramy się w nim w ramach naszych kompetencji i obszarów, którymi zarządzamy. Ja np. skupiam się na kwestiach technicznych. Znam się na tym bardzo dobrze i szczególnie zależało mi, żeby w naszej klinice było wyposażenie z absolutnie najwyższej półki, dlatego tę inwestycję poprzedził długi i dokładny research, potrzebne konsultacje. Dzięki temu w jednym miejscu udało nam się stworzyć bardzo dobre zaplecze dla wielu różnorodnych zabiegów, wszystko jest w jednym punkcie i jeśli chce się skorzystać z usług lekarza dermatologa, fizjoterapeuty, trychologa, kosmetologa czy dietetyka, to nie trzeba biegać po całym Trójmieście. Mamy ponad 230 m2 powierzchni w zabytkowej sopockiej kamienicy, 7 nowoczesnych gabinetów urządzonych ze smakiem i z poszanowaniem architektury miejsca, w którym się znajdujemy. Do tego wysokiej klasy sprzęt, oferujący wszystkie dostępne technologie służące dbaniu o urodę - nie przeprowadzamy tylko operacji chirurgicznych, w to na razie nie chcemy się angażować.

Dlaczego? Implanty i chirurgiczne korekcje to chyba całkiem dochodowy biznes?

Od samego początku stawiamy sprawę jasno – w Marii Van De Zell zajmujemy się szeroko pojętą estetyką, zatrudniamy najlepszych specjalistów w swojej dziedzinie, ale chirurgia estetyczna wymaga jednak zupełnie innego profilu działalności. To poważna ingerencja w tkanki, tu są potrzebne naprawdę szpitalne warunki, zupełnie inny sprzęt oraz specjalny zespół lekarzy. Nasza klinika oferuje bogaty pakiet zabiegów, ale klientki, które nie mają naprawdę wyraźnych wskazań do ingerencji chirurgicznej zawsze staramy się uświadomić, że przysłowiowe cięcie – czy nawet ostrzykiwanie – to powinna być ostateczność. W naszym społeczeństwie w dalszym ciągu pokutuje przekonanie, że dbanie o swój wygląd jest równoznaczne z powiększaniem sobie różnych części ciała i aplikowaniem botoksu. A dzisiejsza kosmetologia, dermatologia i przede wszystkim – specjalistyczna technologia oferują nam wiele rozwiązań, które nie wymagają tego typu ingerencji. Większość z nas nawet nie wie, jak potężnym narzędziem do uruchomienia procesów na-

prawczych jest nasze własne ciało. Trzeba tylko wiedzieć, że mamy odpowiednie możliwości i umieć wspomóc naturalne procesy przy pomocy dobrego sprzętu.

A jak Tomasz Stogowski czuje się w nowej branży, dla odmiany zdominowanej jednak przez kobiety? Jak pan sobie radzi z emocjonalną warstwą przedsięwzięcia, jakim jest zarządzanie kliniką kosmetologii i medycyny estetycznej?

Przed wszystkim, po raz pierwszy od wielu lat czuję ogromną satysfakcję z tego, co robię, i jest to zadowolenie innego rodzaju niż to, które odczuwa się po sprawnie zamkniętym projekcie w branży paliwowej. Jeszcze kilka lat temu, kiedy po długiej podróży po świecie wracałem do Polski, tankowałem samochód na stacji i przy dystrybutorze nikt nie uśmiechał się do mnie myśląc, że jestem jedną z osób, dzięki której ten dystrybutor w ogóle jest pełen. Teraz, zaledwie po kilku miesiącach funkcjonowania kliniki, dostaję masę dobrego feedbacku, wiem, że nasze klientki są zadowolone, że budują z zespołem fajną więź, że dzięki temu, co robimy, pozbywają się problemów.

Co ma pan na myśli? Jakich problemów, oprócz skórnych, można pozbyć się u kosmologa?

Chodzi o walkę z własnymi kompleksami – a to jest dla każdego człowieka poważny problem, nawet, jeśli głośno o tym nie mówi. Fakt, że współtworzę miejsce, w którym ludzie czują się zaopiekowani, a potem głośno dają temu wyraz w rozmowach czy wpisach w mediach społecznościowych, jest niesamowicie budujący. Dla mnie to ogromna wartość. Jako jedni z niewielu w Trójmieście robimy ScarlNK, tj. usuwanie blizn po poparzeniach, po ciężkich przypadkach trądziku, trudnych rozstępach itp. Specjalistę od tej procedury mamy na stałe w naszej klinice.

Wróćmy jeszcze na chwilę do kwestii „kobiecych”.

Skłamałbym mówiąc, że komunikacja z kobietami niewiele różni się od tego, czego doświadczam na co dzień w innej branży. Zdecydowanie więcej tu emocji, dyplomacji i delikatności, której potrzeba w kontakcie z klientką. Doskonale to rozumiem, ale tak jak powiedziałem, zawsze uważałem, że kluczem do sukcesu w biznesie jest umiejętny podział obowiązków w zespole. Moja współpracownica, Marzanna Ziemińska to osoba, która doskonale radzi sobie z komunikacją, potrafi wsłuchiwać się w potrzeby ludzi i szukać najlepszych rozwiązań. Mam do niej ogromnie zaufanie, od samego początku naszej współpracy wiedziałem, że trafiłem nie tylko na sprawną bizneswoman, ale przede wszystkim, na empatyczną i uczciwą osobę. Podobnie nasza menadżerka, Karolina Biernatowicz, od wielu lat związana z branżą, dodatkowo rekomendowana przez producentów sprzętu, nasi pracownicy i pracowniczki – wszyscy reprezentują wielką kulturę osobistą i wysoki poziom wiedzy merytorycznej. Ufam swojemu zespołowi i jestem pewien, że to przekłada się na dobre samopoczucie naszych klientów.



KULTURA SMAKU

BIZNES ZACZYNA SIĘ PRZY STOLE

Autorka: Katarzyna Lepianka-Głuszkiewicz

W ostatnim czasie, na polskim rynku, pojawiło się wiele konceptów gastronomicznych dla klientów premium, ze sławną Almą na czele. W Gdyni wyzwanie podjął Marcin Suchocki, który stworzył Kulturę Smaku, unikatowy koncept spożywczo - restauracyjny kategorii premium. Po czterech latach działalności, sklep ma już spore grono wiernych klientów, a jego właściciel planuje uruchomienie kolejnych lokali w Gdańsku i Warszawie. Wcześniej jednak zdradził magazynowi Biznes Prestiż, jakie są cienie i blaski branży spożywczej premium w Polsce.

Katarzyna Lepianka: Lubi pan tiramisu pistacjowe?
Marcin Suchocki: Uwielbiam. Jestem od niego uzależniony. I nie tylko ja, bo nasze pistacjowe tiramisu sprzedajemy w tysiącach każdego miesiąca. To jest taki produkt, w którym zakochujesz się od pierwszej zanurzonej łyżeczki. Pistacja z rejonu Bronte, która rośnie na czarnej ziemi, to najlepsza i najdroższa pistacja na świecie. Jest chyba tylko trzydziestu producentów tej pistacji we Włoszech. Właśnie tego rodzaju jakości pistacji używamy do produkcji naszego bestsellerowego tiramisu.

Jakie inne produkty premium możemy u was kupić?

Wszystkie z ponad 6 tysięcy produktów jakie są na półkach Thelikatesów znalazły się w wyniku specjalnej selekcji, a wskazanie najciekawszych to trudne zadanie. Każdy produkt jest przez nas przetestowany i sprawdzony pod kątem jakości i smaku. Co do moich osobistych ulubieńców, jest kilka takich produktów. Zaczniemy od słodczy i włoskiej marki czekolady Venchi. Mamy w ofercie jedną taką czekoladę, która bije rekordy: pistacjowa czekolada Gourmet. Poza tym, wśród moich ulubieńców, na pewno znajdzie się szynka Iberico ze świni, która je żółędzie. Niesamowity smak i aromat, którego nie da się porównać z niczym innym. Jest ręcznie krojona, specjalnym nożem i trzeba mieć odpowiednie kwalifikacje, żeby ją pokroić zgodnie ze sztuką. Dalej polecam owoce morza w puszkach od portugalskiego dostawcy – najlepsza jakość w bardzo dobrej cenie.

Unikalną rzeczą jest u nas polskie pieczywo przez cały dzień: o której godzinie klient nie przyjdzie, może kupić u nas chleb wypiekany dla nas przez najlepsze piekarnie i restauracje w Trójmieście. Jest również jedna osoba, która odpowiada za warzywa i owoce. Każdego dnia o godzinie 3:00 pojawia się na giełdzie i wybiera dla klientów najlepsze produkty. Jakość jest dla nas najważniejsza.

Skąd pomysł na taki biznes?

Pomysł wziął się z wyzwania, z którym wielu z nas się spotyka: żeby kupić jakościowe produkty, musimy szukać ich w wielu sklepach i miejscach. To pochłania ogromną ilość czasu. Obecnie mamy na rynku dużo sklepów masowych, w których liczy się wynik, niekoniecznie jakość. Natomiast myślę, że idea bazarów już nie zaspokaja oczekiwań klientów, moich również, szczególnie stojąc z dziećmi w kolejce. Odwiedzając dziesięciu wystawców, stoimy w tych dziesięciu kolejkach, kilka razy płacimy, itd. To uświadomiło mi, że nie ma sklepów, które by spełniły jakościowe oczekiwania klientów, ale także dawały komfort robienia zakupów.

Czy nie bał się pan tego segmentu? Jest mnóstwo dyskontów spożywczych, które też wprowadzają już produkty premium, tworzą serie deluxe, żeby przyciągać bardziej wymagających klientów. To

był jeden z powodów upadku Almy, która przegrała rywalizację.

Może nie jestem w branży spożywczej długo, ale miałem z nią do czynienia, bo uczestniczyłem w czterech projektach gastronomicznych. Natomiast produkty premium od zawsze mnie interesowały. Produkty spożywcze z najwyższej półki są o tyle ciekawe, że prawie każdy, od czasu do czasu, może sobie na nie pozwolić. Na luksusowy jacht, czy apartament już nie. Jakość niestety często przekłada się na cenę z różnych względów. Rynek w Polsce producentów jakościowych żywności jest bardzo ograniczony, ponieważ nie ma odbiorców, do których można sprzedać swój produkt: dużych sklepów, delikatesów, restauracji, które kupują takie ilości, żeby temu producentowi opłacało się je robić. Poza tym, gdy już mamy dobrej jakości produkt, to trzeba jeszcze umieć opowiedzieć o nim klientowi, żeby docenił jego wartość.



Myślę, że jeśli chodzi o jedzenie, to jesteśmy coraz bardziej świadomi tego, co jemy, patrzymy na skład, pochodzenie i wolimy wydać więcej, ale zjeść zdrowiej.

To prawda. W międzyczasie miałem również dwie restauracje, polską i hiszpańską, które dostałem w spadku z różnych powodów. Szczególnie w tej polskiej, nastawialiśmy się na to, żeby klient mógł zjeść bardzo dobre danie w dobrej cenie. Natomiast dzisiaj w produkcji najwyższym kosztem nie jest cena surowca, tylko opłaty pracownicze, najmu, energii. To są koszty wyniszczające i powodujące zamknięcia lokali premium. Dlatego postanowiłem stworzyć miejsce, które będzie łączyć kilka funkcji: sklepu i restauracji. W Kulturze Smaku jest dostępny garmaż na poziomie restauracyjnym. Wiedziałem również, że w Polsce jest mnóstwo osób, które są ciekawe nowych smaków, cenią jakościowe jedzenie. Jesteśmy bardzo otwartym narodem. Znamy produkty włoskie, hiszpańskie, kuchnie świata. Znając koncepty takie jak KaDeWe, Harrods czy Italy włoskie, wiedziałem, że w Polsce jest przestrzeń na sklep, który odpowie na oczekiwania ludzi. Poza tym jestem finansistą. Zrobiłem tabelę w Excelu i to policzyłem. Wiedziałem, że się to opłaci, więc nie bałem się zainwestować. Ponadto, tak, jak mówiłem, wiedziałem, że brakuje tego typu miejsca, a zapotrzebowanie jest ogromne.

Na stronie internetowej podajecie dane: przychody i zysk za pierwsze trzy lata działalności. Bilans co roku macie coraz lepszy. Rok 2020 zamknęliście przychodem 4,475 mln, rok kolejny – 10,009 mln, a 2022 – 11,753 mln. Jak zamkniecie 2023 rok?

Mamy rekordy we wszystkich miesiącach. Ten rok jest o tyle ciekawy, że nie miał wielkich podwyżek cenowych. Podwyżki inflacyjne były największe w 2022 roku. W 2023 nawet niektóre ceny obniżyliśmy: dzięki zwiększeniu sprzedaży, importom, itd. Ten rok będzie na pewno rekordowy. O ile w 2022 mieliśmy

przychody w kwocie 11,753 mln, to w 2023 mamy przyrost ok. 20%, a przewidywaliśmy 16% wzrosty.

Co jest waszym największym wyróżnikiem? Gama produktów, ich niedostępność w innych sklepach? Najlepsze produkty jakościowe ze świata i wybitny zespół ludzi, którzy to miejsce tworzą. Jeżeli chodzi o produkty, to dla przykładu, gdy ściągamy wagyu, czyli najlepszą wołowinę z Japonii, to tylko taką o najwyższej klasie. Jeśli mówimy o owocach to tylko te autentyczne, ekologiczne, które wyszukujemy na giełdzie i u rolników lub też takie, które przylatują do nas samolotem następnego dnia po zerwaniu w egzotycznym kraju. Mamy ogromne portfolio produktowe od nabiału, przez pieczywo, herbaty, chemię, produkty dla dzieci i alkohol - ze wszystkich jesteśmy dumni i żaden produkt nie znalazł się na półce przypadkiem. Natomiast bardzo ważna jest dla nas polityka cenowa, dlatego cena, którą prezentujemy klientom to średnia europejska, podczas gdy w innych miejscach w Polsce potrafi być wyższa nawet o 100%. Wyróżnia nas szczególnie uważne podejście do potrzeb klienta i jego możliwości. Kultura Smaku to przede wszystkim fantastyczny zespół, który każdego dnia dba o wyjątkowe doświadczenia zakupowe klientów. Ten zespół dba nie tylko o obsługę klienta, ale też o nowe produkty, śledzi światowe trendy i prowadzi uszyty na miarę marketing, z którego jesteśmy bardzo znani.

No i nasz garmaż. Codziennie inne, świeże dania z najlepszych produktów o domowym smaku. Przyznam, że przerósł moje oczekiwania, bo liczyłem, że jego udział w sprzedaży całego sklepu dojdzie maksymalnie do 15%. Natomiast dzisiaj wynosi on 30%, a cała gastronomia to już 50%. Mamy również część kawiarnianą, gdzie serwujemy najlepszą kawę na rynku w umiarkowanej cenie, czym zdecydowanie wyróżniamy się na drogim kawowym rynku trójmiejskim, bo nam zależy na tym,



żeby każdy mógł sobie pozwolić na odrobinę przyjemności.

Czy dużo jest takich produktów u was, których na pewno nie ma w innych sklepach?

Myślę, że między 35%, a 45% produktów, które mamy u siebie nie znajdziemy nigdzie indziej w Polsce.

Skąd pochodzą towary? Wiele sklepów ma kilku dostawców, portfolio produktowe i dzięki temu mają podobny asortyment. Jak wy znajdujecie rzadkie produkty?

Sami importujemy i dystrybuujemy produkty. W związku z tym w tym roku powstała spółka Kultura Smaku Distribution, mamy więc zespół, który odpowiada za import produktów z zagranicy, a także ich dystrybucję. Przyjeżdżają do nas palety z nabiałem z włoskich gór, bo nigdzie nie ma takiego mleka jak tam. Mamy jedną zasadę: jeżeli dany super produkt znajduje się w Polsce, to ściągamy ten produkt z Polski. Jeśli nie, to szukamy odpowiedników na rynku zagranicznym. Zwiedziłem większość kluczowych zagranicznych delikatesów, w których również znajdujemy produkty do naszego sklepu. Jest to nabiał, słodczy, migdały, oliwki, alkohole. Jesteśmy również na każdym najważniejszych targach spożywczych w Europie, a warto wiedzieć, że największe odbywają się właśnie w Europie, bo rynek amerykański nie ma tylu unikalnych produktów, co np. rynek hiszpański, czy włoski. Teraz np. znaleźliśmy wysokiej jakości foie gras. Na targach rzadko spotyka się małych dostawców, dlatego często jeździmy po różnych rejonach i lokalnie dowiadujemy się kto, co produkuje. Mamy swoje sposoby na szukanie takich miejsc. Często odwiedzający nas goście z Włoch, z dużych firm, są zdziwieni jak to się stało, że mamy tak dużo jakościowych, innych produktów, jak je znaleźliśmy. Mamy zrzeszonych prawie 230 rolników i producentów, swój hub w samych Włoszech północnych: od gór do Toskanii. Dobrymi informatorami są również nasi klienci: przychodzą do nas, mówią jedliśmy coś tak dobrego, czy możecie to dla nas ściągnąć, żebyśmy to mieli na co dzień? My sprawdzamy producenta, jakość itd. i wtedy weryfikujemy, czy to wprowadzamy czy nie. Myślę, że produktów przyniesionych przez klientów i różnego rodzaju alkoholi, które pojawiły na półkach dzięki nim, jest więcej niż 100.

Czy sprowadzanie tylu produktów całego świata jest trudne pod kątem logistycznym? Korzystamy z ponad 150 dostawców z całej

”

Produkty spożywcze z najwyższej półki są o tyle ciekawe, że prawie każdy, od czasu do czasu, może sobie na nie pozwolić. Na luksusowy jacht, czy apartament już nie.

”



go świata. Jeśli chodzi o logistykę to mamy swoje huby, gdzie mniejsi dostawcy dostarczają towar w jedno miejsce i stamtąd idzie transport do nas, np. paletowy. Mamy tak dużą sprzedaż, że nie mamy już z tym problemów. Nasz asortyment pochodzi z takich krajów jak: Polska, Włochy, Hiszpania, Francja, Portugalia, Holandia, Niemcy, Ukraina, Słowacja, Austria, z Japonii czasami mamy bezpośrednie dostawy. Poza polskimi produktami, to najczęściej mamy włoskich produktów. Co ciekawe, naszymi klientami są również restauratorzy.

Właśnie chciałam o to zapytać, czy dostarczacie także produkty do trójmiejskich restauracji?

Tak. Uważamy, że jest przestrzeń na wzajemne wspieranie się. Restauratorzy pieką dla nas wysokiej jakości pieczywo - dzisiaj jest ich trzech. Dzięki temu niektórym udało się nawet rozrosnąć. Często kupują również u nas produkty premium. Robimy też degustacje, na których pojawiają się restauratorzy, żeby nasi klienci poznali produkty, bo dzięki temu zwiększa się ich sprzedaż. Teraz będziemy robić degustację trufli. Dlatego też stawiamy na nasz zespół. Na jednej zmianie potrafi być w sklepie dwudziestu sprzedawców. Chcemy, żeby doradzali, mieli czas na rozmowę z każdym klientem i opowiedzenie mu o danym produkcie. Są klienci, którzy lubią przejść przez cały sklep z jedną osobą i dowiedzieć się, co jeszcze warto wziąć, co fajnego przyjechało. Mimo, że jesteśmy czwarty rok na rynku, to ilość asortymentu zwiększyła się o 200%.

Jak ocenia pan konkurencję w Trójmieście?

Nie mamy jej. Nie mamy też konkurencji w Polsce. Jedynie sklep EPI we Wrocławiu mógłby z nami konkurować, ale on ma o wiele więcej produktów masowych i nie ma takiego wyboru produktów trudno dostępnych.

Kto jest klientem Kultury Smaku?

Mamy kilka rodzajów klientów. Tak, jak powiedziałem wcześniej, raz na rok każdy może sobie pozwolić, żeby coś fajnego sobie kupić. Niektórzy twierdzą, że jest to dla nich jak wycieczka raz na kwartał do delikatesów. Są też klienci codzienni. Każdemu się marzy, żeby w jednym sklepie kupić śniadanie, obiad, pieczywo, jak skoń-

czyło się mydło do mycia rąk, to również je u nas dostaniesz, żeby nie musieć jechać do kolejnego sklepu. Od cygar, przez obiad, ofertę śniadaniową, przez pieczywo i nabiał. Ludzie mają potrzebę przychodzenia do nas codziennie. Kolejnym klientem są foodies, czyli ci, którzy kochają jedzenie oraz klienci, którzy lubią produkty premium. Ta oferta jest u nas szeroka: mamy sporo unikalnych, drogich produktów. Natomiast ceny naszych produktów są już porównywalne do tych, które są we Włoszech czy Francji, ponieważ sami je importujemy bezpośrednio od producenta.

Czy będą kolejne sklepy w Trójmieście?

Planujemy sklep w Gdańsku. Znalezienie miejsca nie jest łatwe. Zależy nam na lokalizacji, gdzie będzie mieszkał nasz docelowy klient. Ponadto powierzchnia powinna wynosić minimum 1 tys. m kw, a parking bezpośrednio przed sklepem, bo wyróżniamy się tym, że nasi pracownicy zanoszą zakupy klientom do samochodu. Mamy spore wymagania, ale ciągle szukamy dobrego miejsca.

Czy chcecie rozwijać koncept poza Trójmiasto?

Tak, i już jesteśmy w trakcie rozmów o lokalu w Warszawie. Mamy bardzo dużo klientów ze stolicy i wiemy, że czekają na nasz sklep. Docelowo chcemy mieć maksymalnie 5 do 8 sklepów w całej Polsce. Ludzie z całej Polski odwiedzają nasz sklep w Gdyni Orłowo. Dlatego chcemy stworzyć aplikację: wideo delikatesy, dzięki której będziemy mogli chodzić z pracownikiem po sklepie, przeglądać asortyment, pytać, rozmawiać i zamawiać dostawę do domu. Mamy już możliwość dostaw przez DPD Food w temperaturze kontrolowanej, bez konieczności stosowania wkładów chłodzących. Jest to też dla nas ważne, żeby prowadzić sprzedaż w sposób zrównoważony.

Poza tym, wiemy, że wśród społeczności, którą tworzymy w Kulturze Smaku, jest sporo osób, które mają potrzebę jeżdżenia na podróże kulinarne, dlatego wkrótce ruszymy z biurem podróży Kultura Smaku. Będą to wycieczki premium, np. do pięknych obiektów hotelowych znajdujących się w winnicach, jak i te bardziej budżetowe wyjazdy. Nasi dostawcy często posiadają butikowe hotele, o których mało kto wie.

WCZORAJ DZISIAJ JUTRO

LONDYN MEDIOLAN PARYŻ



Autor: Michał Stankiewicz

Już w 2015 roku wybraliśmy 3 miasta, w których chcieliśmy zaistnieć: Londyn, Mediolan i Paryż. Pierwszy był Londyn. Teraz Mediolan, w którym znaleźliśmy świetny lokal na najbardziej znanej ulicy handlowej miasta, czyli Corso Vittorio Emanuele II. To wprawdzie zupełnie inny styl w stosunku do Londynu – Mediolan bardziej elegancki, tymczasem Londyn ekstrawagancki i odważny. Jednak dostosowujemy nasze kolekcje do każdej lokalizacji, by pokazać się od jak najlepszej strony i wpasować w gusta lokalnych klientów – mówi w rozmowie z Prestiżem Przemysław Lutkiewicz, wiceprezes LPP S.A., największej polskiej firmy odzieżowej, która po wyjściu z Rosji rozpoczęła wielką ekspansję w Europie. Wg niej marka Reserved ma zdobywać modowe stolice Europy, a bardziej dostępny cenowo Sinsay, zapełniać mniejsze miejscowości centralnej i południowej części kontynentu.

Michał Stankiewicz: W jakim miejscu jest dzisiaj LPP?

Przemysław Lutkiewicz: Jesteśmy w momencie dużej zmiany strategii, przekierowania uwagi z rynków Europy Wschodniej na Centralną i Południową, z perspektywą zaistnienia w Europie Zachodniej.

Pytam, bo ostatnie 3 lata bardzo mocno uderzyły we wszystkich, także w handel. Najpierw wszystko stało się przez pandemię, a potem wybuchła wojna w Ukrainie.

Gdyby ktoś u progu 2020 roku napisał scenariusz filmowy, w którym uwzględniłby Covid, a dwa lata później wojnę za naszą wschodnią granicą, nie uwierzyłbym w taki ciąg zdarzeń. Okazało się jednak, że życie jest bogatsze od scenariuszy. Covid spowodował nagle zamknięcie wszystkich sklepów, nie tylko w Polsce, przekierowując cały handel do Internetu. To była dla nas duża zmiana, szczególnie po stronie logistycznej. Przeszliśmy ten okres względnie suchą nogą dzięki szybkości i elastyczności działania oraz naszej dobrej kondycji finansowej. Dlatego możemy dzisiaj ze sobą rozmawiać.

W marcu 2020 sklepy stacjonarne nagle stanęły. Co się wtedy działo w LPP?

Warto sobie przypomnieć, że kiedy nasz rząd 13 marca 2020 roku ogłaszał zamknięcie sklepów, galerii, szkół, nie zapowiedział, kiedy otworzy je z powrotem. To był moment dużej niepewności i pytań jakie nas dręczyły - jak długo będziemy musieli wytrzymać z zamkniętymi sklepami, czy wystarczy pieniędzy na funkcjonowanie firmy. Mielśmy zamówiony towar, za który trzeba było zapłacić. Ludzie oczekiwali od nas wypłaty pensji, tylko jak temu sprostać, gdy brakuje wpływów. To był najtrudniejszy okres.

I jedynym ratunkiem dla wszystkich był handel on line. Udział tego kanału w waszej sprzedaży tuż przed pandemią wynosił 12,7%, czyli stosunkowo niewiele patrząc z dzisiejszej perspektywy.

W tamtym momencie nasze magazyny nastawione były głównie na obsługę sklepów. Wymagały więc natychmiastowego przebrojenia, aby dostosować je do sprzedaży internetowej, która nagle wystrzeliła. To było najtrudniejsze - wymagało przyuczenia personelu, przestawienia maszyn i zmian w systemach



Pierwszy salon Reserved w Mediolanie, na Corso Vittorio Emanuele II



Nowy koncept salonu i dedykowana kolekcja Reserved na rynek włoski

informatycznych. Na szczęście mieliśmy duże działy informatyczne, pracowało u nas wówczas aż 300 specjalistów IT, więc daliśmy radę w 3 tygodnie zaadaptować się do trybu obsługi wyłącznie handlu internetowego.

Wasz kanał on line działał już mocno w Polsce, a jak było w innych krajach?

Sprzedaż on line była już uruchomiona, ale trzeba było zwiększyć tempo dystrybucji towaru. Działał ogółouropejski sklep internetowy, to też dało nam możliwość wykorzystania istniejącej infrastruktury i rozwiązań. Już wtedy byliśmy obecni na ponad 30 rynkach. Wchodzenie do nowego kraju w tamtym momencie byłoby dość trudne, bo e-commerce wymaga sporego nakładu pracy. Trzeba nawiązać współpracę z logistycznymi partnerami, lokalnymi kurierami, dopasować się do specyfiki rynku w kontekście preferowanych form płatności czy dostaw. Zwykle zajmuje to kilka miesięcy, których w tamtym momencie nie mieliśmy. Dlatego duża sieć naszych sklepów e-commerce była kolejnym atutem, który nie pozostawał bez znaczenia w momencie zamknięcia sklepów stacjonarnych.

I wtedy, w pierwszym roku pandemii udział on line w sprzedaży skoczył wam do 28,4%.

Taki wynik mieliśmy w ujęciu rocznym, natomiast w trakcie trzech miesięcy pierwszego lockdownu wyniósł oczywiście 100%.

Minęła pandemia i wydawało się, że życie wraca do normy, a tutaj mamy kolejne „trzęsienie ziemi”. W lutym 2022 wybuchła wojna w Ukrainie. I znów zmiana strategii?

Tak, zanim jednak przejdziemy do 2022 roku warto zatrzymać się na roku 2021. Tuż po pandemii sprzedaż wręcz „wybuchła”. Ludzie wyszli wreszcie z domów, zaczęli wracać do pracy, szkół i potrzebowali odnowić garderobę. To sprawiło, że w 2022 rok wchodziliśmy w naprawdę dobrych nastrojach, licząc na kontynuację pozytywnych trendów. I nagle wojna. Z ponad 2,2 tys. sklepów stacjonarnych jakie wtedy mieliśmy, blisko jedną trzecią stanowiły te zlokalizowane w Rosji i Ukrainie. Musieliśmy je zamknąć i znów powróciliśmy do trudnej sytuacji oraz niebezpiecznych scenariuszy. Trzeba było rozstrzygnąć co zrobić z zamówionym już towarem, którego z racji zamknięcia salonów na wschodzie było zdecydowanie za dużo – o jakieś bagatela 30%. Drugi problem to konieczność zmiany planów rozwojowych. Przed wybuchem wojny w naszej długofalowej strategii, rynki wschodnie były obszarem, gdzie upatrywaliśmy największego potencjału do wzrostu. Trzeba było jednak wszystko zmieniać, znów szukać nowych możliwości rozwoju.

Byliście w Rosji 20 lat. Mielście magazyny, centra logistyczne, 557 sklepów, umowy najmu na 10 lat, 7,5 tys. pracowników. I tak zastanawiam się, jak w trybie ekspresowym zamaka się tak wielki biznes? Mielście wątpliwości?

To był wielki dylemat, bo budowaliśmy ten biznes od 20 lat, a te ponad 7 tys. osób to byli koledzy i koleżanki z pracy, nasi znajomi. Mielliśmy bardzo długie rozmowy co zrobić. W końcu przecież sprzedajemy tylko odzież, nie chcemy wchodzić w politykę, a ta zwyczajnie nas dopadła. Co więcej sankcje na odzież

i na żywność nie weszły w życie, bo nie były bezpośrednio związane z wojną. To nie produkty przemysłu zbrojeniowego. Niemniej podjęliśmy trudną decyzję o ostatecznej sprzedaży tej części naszej działalności. Dylemat polegał nie tylko na utracie biznesu, ale na aspektach społecznych i ludzkich. Jak naszym pracownikom zapewnić miękkie lądowanie. W końcu ich ta wojna dopadła też znienacka, wbrew ich woli. Zaczęliśmy więc szukać inwestora, który przejąłby od nas spółkę. Pojawiały się oferty wyłącznie dotyczące zakupu towaru, inni proponowali przejęcie sklepów, jeszcze inni magazynów. Postanowiliśmy jednak nie dzielić firmy na kawałki. Udało się wreszcie znaleźć inwestorów z Azji, którzy zadeklarowali kupno całości spółki, ale płatność za to, niestety chcieli w ratach. Zgodziliśmy się, bo mieliśmy gwarancję, że ten biznes będzie kontynuowany, przynajmniej przez jakiś czas, zapewniając naszym byłym pracownikom pracę.

A kwestie finansowe? Z jednej strony poniesione nakłady, z drugiej utracone wpływy. Udało się je odzyskać?

To były wielkie inwestycje. Mielliśmy sklepy warte prawie 1 mld zł, do tego ponad 1 mld zł w towarach. Nie mogliśmy powiedzieć, że zapominamy, zostawiamy te pieniądze, bo to wyrzuciłoby całą naszą grupę kapitałową. Zgodziliśmy się więc na spłaty w ratach, bo wierzymy, że odzyskamy pieniądze w ciągu najbliższych kilku lat. To też pozwoli nam zachować płynność.

A co z Ukrainą? Tam też zbudowaliście sieć sklepów.

Ukraina stanęła od pierwszego dnia wojny, ale pracownicy dalej mieli zapewnione zatrudnienie i dostawali wynagrodzenie. Czekaliśmy, bo chyba każdy się łudził, że wojna szybko minie, Rosja wycofa się i będzie dobrze. Tak się jednak nie stało, ale już po paru miesiącach pracownicy z Ukrainy zaczęli do nas dzwonić i mówić: „nie możemy siedzieć wciąż zamknięci w domach, patrzymy w telewizory, schodzimy do schronu, ale to nie jest już tak, że bomby latają wszędzie. Chcemy zacząć żyć normalnie, ludzie chodzą do pracy, do szkoły, my też chcemy pracować i wieść w miarę normalne życie”. Na początku byliśmy zdziwieni, co oni wymyślają? Może są w jakimś szoku? Widzimy relacje telewizyjne, z których wynika, że nie jest bezpiecznie. Wreszcie, w lipcu uznaliśmy, że najlepiej jak lokalny management sam podejmie decyzję, bo zna realia. Po kilkudniowej naradzie ukraińscy pracownicy przekazali nam, że chcą wznowić handel. Tak więc od sierpnia otworzyliśmy sklepy, na początku te najbliżej polskiej granicy, potem kolejne, uwzględniając przy tym przede wszystkim bezpieczeństwo ludzi, a następnie biznesu.

I dzisiaj te sklepy działają normalnie?

Sklepy działają, handel internetowy też został przywrócony. Można powiedzieć, że działa prawie normalnie, choć przecież tam wciąż jest wojna.

Przed wojną mieliście w sumie ponad 2,2 tys. sklepów. Wskutek utraty rynku rosyjskiego nastąpił nagły i duży spadek ich liczby. Dzisiaj znów zbliżacie się do tej liczby i planujecie ją przekroczyć. Na jakie kraje skierowaliście swoją uwagę po utracie Rosji?

Naturalnym kierunkiem okazało się południe Europy. To rynki, na których już byliśmy, czyli Rumunia, Bułgaria i dawna Jugo-

Mamy 3 biura w Polsce: w Gdańsku, Krakowie i Warszawie. I niedawno otwarte w Barcelonie. Doszliśmy do wniosku, że skoro wchodzimy do Europy Południowej i Zachodniej to tamtejsi designerzy czy kupcy pomogą nam skutecznie uzupełnić ofertę o elementy, których my z perspektywy Polski nie widzimy, a są potrzebne, by podbijać rynki zachodnie.



sławia. Coraz bardziej nasycamy je naszymi sklepami i coraz więcej sprzedajemy w kanale on line. Zdecydowaliśmy też, że wchodzimy do Grecji i Włoch. Spoglądając na naszych konkurentów widzimy, że te rynki zapewne nie są tak bogate jak Niemcy, czy Wielka Brytania, ale jeżeli chcemy iść do Europy Zachodniej, to musimy najpierw zaznaczyć mocno swoją obecność na południu.

Macie dzisiaj 5 marek odzieżowych, a tą pierwszą i flagową zawsze było Reserved. Słysząc wiele opinii, że w ostatnich latach mocno się zmieniła, stała się bardziej modowa.

Faktycznie mamy 5 marek w portfolio, a Reserved jest tą najbardziej znaną i z nią wychodzimy do krajów Europy Zachodniej. Niemniej ta, którą dzisiaj najbardziej rozwijamy i która daje nam siłę oraz przewagę jest Sinsay. To najtańsza marka w naszym portfolio, ale daje nam możliwość otwierania sklepów w mniejszych miejscowościach, w retail parkach albo przy ulicy. Wracając do Reserved, ten brand otwiera nam drogę na Europę Zachodnią, bo tam w dłuższej perspektywie widzimy naszą przyszłość zaraz po Europie Centralnej i południowej. To marka z najszerzym wachlarzem produktów dla kobiet, mężczyzn i dzieci. Z drugiej strony najbardziej modowa, stąd decyzja o otwieraniu kolejnych salonów w Londynie, czy też flagowego sklepu w Mediolanie. Wierzymy w nią, że będzie tą wiodącą w Europie Zachodniej.

W Wielkiej Brytanii zadebiutowaliście już w 2017 roku i to z wielkim hukiem, bo na słynnej Oxford Street w Londynie.

Dlaczego akurat tam?

Po to, by budować świadomość marki. Pierwsze wejście do Londynu było poprzedzone badaniami, jakie miasto w Europie jest najczęściej odwiedzane przez turystów. Numerem jeden jest Londyn. Jeżeli więc chcemy budować świadomość marki dla ludzi z całego świata, to bądźmy na najważniejszej ulicy handlowej świata. Oczywiście nie jest tak, że po podjęciu decyzji od razu można przejść do realizacji. Czekaliśmy 2 lata, by znaleźć na tej ulicy odpowiedni lokal. Drugi powód - to miasto jest bardzo modowe.

Modowe, ale nie w stylu klasycznym. Wyspy i Londyn są kolebką wielu gatunków muzycznych, które kształtują światową modę, np. stylistyka punkrocka wciąż jest inspiracją, tzw. ramoneski, t-shirty, spodnie i trampki do dzisiaj są obowiązkowym elementem kolekcji największych sieci. To was pociągało?

Gdy zastanawiamy się, gdzie dać najbardziej odważne elementy naszej kolekcji, a tworzymy też wersje kapsułowe, krótkie, bardzo śmiałe i bardzo modowe, to właśnie w Londynie sprzedają się one najlepiej. To stolica europejskiej mody, mimo, że wymienia się też Mediolan.

Wygląda na to, że Londyn tak wam się bardzo spodobał, że otwieracie już kolejne sklepy.

Tak, otworzyliśmy drugi sklep na Oxford Street i dwa salony w centrach handlowych Londynu, by sprawdzić jak tam



Salon Reserved w Centrum Handlowym Westfield Stratford City w Londynie

wygląda handel, jaki jest klient, poznać dokładniej rynek. W przyszłym roku planujemy otwarcie piątego sklepu, również w Londynie.

Myślicie by wyjść też poza Londyn?

Stolica jest bardzo konkurencyjna, są tam największe brandy świata. Stąd powinniśmy też zerknąć na miejscowości, gdzie konkurencja jest mniejsza, a jednocześnie klient poszukuje modnej odzieży w atrakcyjnej cenie.

Kolejny spektakularny kierunek to Mediolan. Ten sam powód działania co Londyn?

Już w 2015 roku wybraliśmy 3 miasta, gdzie chcieliśmy zaistnieć: Londyn, Mediolan i Paryż. Pierwszym był Londyn, a teraz udało się znaleźć lokal na najbardziej znanej ulicy handlowej Mediolanu, czyli Corso Vittorio Emanuele II. Otwarcie nastąpiło w połowie września. Widać tam jednak zupełnie inny styl. Londyn jest odważny, buntowniczy, z kolei Mediolan bardziej spokojny i elegancki. Dlatego dostosowujemy nasze kolekcje do każdego sklepu i lokalizacji, by pokazać się od jak najlepszej strony i wpasować w gusta lokalnych klientów.

Paryż też będzie?

Na razie nie, ale nie wykluczone.

To może Nowy Jork? Też stolica mody.

Za daleko, na razie skupiamy się na Europie.

Skoro marka Reserved jest bardziej modowa, a Sinsay najbardziej przystępny cenowo to zapewne same sklepy także różnią się wnętrzem i wyposażeniem?

Tak, mamy w swoim portfolio 3 kategorie sklepów. Najwyższą kategorię można znaleźć w najlepszych centrach handlowych.

W Trójmieście można ją zobaczyć w Forum Gdańsk?

Tak, a w Warszawie np. w Arkadii. W takie miejsca wchodzimy z najdroższym conceptem. Następne są koncepty kategorii B, które prezentujemy w sklepach zlokalizowanych w średnich miejscowościach. Musi być ładnie, przejrzyste, przyjaźnie, ale jednocześnie nie nazbyt elegancko, aby nie odstraszyć i nie zniechęcić potencjalnego klienta. I mamy też kategorię C, która dedykowana jest małym miejscowościom. Generalnie, co 3 – 4 lata wypuszczamy nowy design sklepu, adaptując go do nowych potrzeb i trendów w branży.

Co wyróżnia najnowsze koncepty względem poprzednich?

Postawiliśmy trochę na inny design. Są gruboziarniste struktury tynku w odcieniach bieli, dużo jasności, a to za sprawą m.in. ciekawych krzywizn zastosowanych we wnętrzu, które skutecznie odbijają światło, nadając poczucie przestrzenności. Nawiązaliśmy też do korzeni, wprowadzając do wyposażenia elementy dekoracyjne z wikliny

czy rodzimą roślinność. Zależało nam na tym, żeby stworzyć ciekawe, przytulne i miłe dla oka wnętrza, które jednocześnie nie będzie przesłaniać naszych kolekcji, stąd ażurowość i przejrzystość wnętrza.

Zaintrygowali mnie te wikliny, element związany z Polską. To celowy zabieg?

Dokładnie o to chodziło. Gdy wchodziliśmy do Mediolanu, zależało nam, by zrobić to z przytupem i to nie tylko w kontekście wyglądu naszych sklepów, ale przede wszystkim atrakcyjności proponowanej przez nas mody, stąd nasz dział produktowy przygotował z tej okazji specjalną kolekcję Ciao Milano! Co fajne, nie zabrakło w niej również akcentów rodzimych, np. haftów kaszubskich, które są charakterystyczne dla nas, północnej Polski. Chcemy dyskretnie nawiązywać do polskiej kultury i dziedzictwa na nowych rynkach.

Jeszcze niedawno polskie marki, z małymi wyjątkami nie chciały komunikować, że są z Polski. LPP posiadając tak dużą sieć punktów w Europie może skutecznie kształtować wizerunek polskich produktów, ich jakość, design. Macie świadomość tej szansy, a z drugiej strony odpowiedzialności?

Oczywiście, że mamy świadomość, i wiemy, że musimy to wykorzystać wchodząc na nowe rynki. Polska swego czasu słynęła z mody, potem nastąpił trudniejszy okres w naszym kraju. Dlatego takie elementy jak wiklina czy akcenty kaszubskie w kolekcjach są z naszej strony całkowicie celowym zabiegiem. Z drugiej strony na wszystkich naszych ubraniach znaleźć można metkę z napisem „Designed in Poland”, aby podkreślić, że ubrania są efektem polskiej kreatywności, bo zostały tu zaprojektowane. Chcemy pokazywać polski design odzieżowy na nowych rynkach.

Czy przygotowanie kolekcji na zagraniczne rynki wymaga innego podejścia niż na rynek polski?

Mamy w Polsce zatrudnionych tzw. sales koordynatorów z innych krajów, np. z Czech, Rumunii, Bułgarii, Ukrainy. Znając swój rodzimy rynek i oczekiwania osób tam mieszkających, potrafią tak dobrać część naszej kolekcji do specyfiki swoich krajów, by najlepiej się sprzedawała. Np. Bułgarzy nie chcą ciepłych kurtek, za to lekkie sukienki. Z kolei kurtki lepiej wysłać do Finlandii. Mamy więc ekspertów, którzy nie tylko pozwalają nam dobrać kolekcję do danego kraju, ale jeszcze proponują, by dodatkowo zaprojektować coś, co u nich będzie potrzebne.

Czyli dobieranie kolekcji pod kątem uwarunkowań i potrzeb w danym kraju.

Tak, ale w grę wchodzi też inne czynniki. Jeżeli w naszych kolekcjach znajdą się elementy bardziej odważne to wysłanie ich na rynek konserwatywny będzie ryzykowne. Za to na Zachodzie będą w pierwszej trójce najlepiej sprzedających się modeli. I tutaj musimy zahaczyć o sprawę technologii, która pozwala nam precyzyjnie różnicować towar już na poziomie poszczególnych sklepów. Robimy to na podstawie historycznych danych sprzedażowych, które skrupulatnie gromadzimy i analizujemy. Przykładowo, jeżeli w sklepie

w Krakowie nie sprzedawały się czerwone spodnie to znaczy, że nie powinniśmy ich lub im podobnych modeli dosyłać. Za to świetnie szły niebieskie bluzki, więc zatowarujemy sklepy w asortyment zbliżony kolorystycznie i stylowo do rzeczonych bluzek. Codziennie zbieramy tego typu dane i wykorzystujemy tę wiedzę nie tylko dobierając konkretny towar, ale projektując go, a także dostosowując rozmiarówkę. Ta technologia pozwala nam na indywidualne dopasowanie towaru pod konkretny sklep.

Macie 2146 stacjonarnych sklepów w 39 krajach, w tym kilka topowych lokalizacji. I kanał on line, który odpowiada za 25% przychodu. Jaka jest generalna strategia LPP co do rozwoju sprzedaży?

Tutaj trzeba rozróżnić nasze brandy. Z marką Sinsay, tak jak wspominałem, wchodzimy do mniejszych miejscowości i tu chcemy otwierać około 300 sklepów rocznie. Największą ekspansję planujemy w regionie Europy Centralnej. Pozostałe 4 marki będziemy rozwijać głównie przez sprzedaż on line. Mamy aplikację mobilną Reserved, za chwilę udostępnimy też podobną dla Mohito. Dzięki takim narzędziom staramy się personalizować naszą ofertę, by lepiej dotrzeć do klienta. Te 4 marki rozwijały się przez długie lata poprzez obecność w ładnych centrach handlowych, takich już się dzisiaj raczej nie buduje. Wygrywa handel internetowy. Tak więc rozwijamy kanały on line dedykowane Reserved, Mohito, Croppowi i Housowi, a dla Sinsay – przede wszystkim sieć sklepów, ale też Internet.

Jaki wzrost zakładacie dla kanału on line?

W dłuższym czasie udział Internetu będzie rósł od poziomu 25-30%, mniej więcej o jeden, dwa punkty procentowe rocznie. Widzieliśmy skokowe szaleństwo w trakcie Covidu. Potem dynamika trochę spadła, ale w długiej perspektywie kanał on line będzie bardzo ważny.

Wspomniał pan, że dużych centrów handlowych się nie buduje, a tymczasem widać inny trend. Następuje ich redefinicja. Podobnie jak sklepów, które stają się wielofunkcyjne. Stacje paliwowe to dzisiaj markety z gastronomią. Inny przykład – Żabki to dzisiaj także poczta i bar. Sklepy odzieżowe też się zmieniają?

Obserwujemy trendy w handlu. W latach 90. otwierały się hipermarkety, wszyscy chodzili tam na zakupy. Potem zaczęły tworzyć się mniejsze sklepy jak Biedronka, Lidl, a handel żywnością zaczął wychodzić do ludzi, do mniejszych miejscowości, na osiedla. Na przykład polska sieć Dino, rozwija się tylko w małych miejscowościach. Te sklepy mają inny koncept, są bardziej dostępne, wygodne, mogą działać w innych godzinach. To samo powoli dzieje się w branży odzieżowej, stąd nasza odpowiedź w postaci marki Sinsay, która wchodzi do mniejszych miejscowości, do mini centrów handlowych, retail parków. Tak się dzieje w całej Europie. A czy dodamy coś do naszych sklepów? Na dzisiaj nie mamy takich pomysłów i nie widzimy takich potrzeb. Robiliśmy parę lat temu eksperymenty w Londynie, gdzie w salonie były ławeczki, drzewka, ładowarki do telefonów, można było usiąść i odpocząć w trakcie zakupów. Nie każdy musiał być nimi



Drugi salon Reserved na Oxford Street w Londynie



Otwarcie salonu Sinsay w Salonikach, Grecja 2023 rok

Gdy zastanawiamy się, gdzie dać najbardziej odważne elementy naszej kolekcji, a tworzymy też wersje kapsułowe, krótkie, bardzo śmiałe i bardzo modowe, to właśnie w Londynie sprzedają się one najlepiej. To stolica europejskiej mody, mimo, że wymienia się też Mediolan.

zainteresowany. Mamy też przecież osoby towarzyszące kupującym. Takie próby są robione.

Do jakich rynków się przymierzacie?

W perspektywie 3 – letniej zostajemy w Europie. Myślimy o rynku hiszpańskim, portugalskim, patrzymy też na Albanie.

Rozwój nie tylko sieć sprzedaży, ale część biurową. Gdzie dzisiaj rodzą się kolejne idee w LPP?

Mamy 3 biura w Polsce: w Gdańsku, Krakowie i Warszawie. I niedawno otwarte w Barcelonie. Doszliśmy do wniosku, że skoro wchodzimy do Europy Południowej i Zachodniej to tamtejsi designerzy czy kupcy pomogą nam skutecznie uzupełnić ofertę o elementy, których my z perspektywy Polski nie widzimy, a są potrzebne, by podbijać rynki zachodnie.

Czemu akurat Barcelona, a nie np. Londyn?

To bardzo ciekawe i silne miasto, jest w nim dużo butików modowych i osób ze świata mody. Wiele fabryk zlokalizowanych w Turcji czy Chinach otwiera też tam swoje oddziały i pokazuje co mogą zaoferować dla firm europejskich. Ich designerzy proponują gotowe wzory, to jest nowy model działania. Fajnie się sprawdza, dlatego w dłuższym okresie działania chcielibyśmy mieć taki miś – patrzeć co jest świeżego na rynku, korzystać też z doświadczeń innych i jednocześnie rozwijać nasze projektowanie.

Główna siedziba i myśl niezmiennie pozostanie jednak w Gdańsku?

Tak, chcemy się w Polsce rozwijać, rozbudowywać polską myśl i polski design. To ważne z dwóch powodów. Po pierwsze, by młodym ludziom, często po kierunkach artystycznych dać możliwość rozwoju właśnie w sztuce, kreacji i designie. Po drugie – wysyłając nasze towary, zwiększamy eksport Polski, a większość zysków trafia do naszego kraju i chyba o to w tym chodzi. Możemy więc myśleć o Londynie, Paryżu czy Helsinkach, ale ostatecznie serce pozostaje tutaj – w Polsce.

SUKCESJA

JAK ZADBAĆ O DOROBK ŻYCIA?

W Polsce istnieje ponad 800 tys. firm rodzinnych, z których ponad połowa w ciągu najbliższych 5 lat zmierzy się z problemem sukcesji. Badania wskazują, że mniej niż 10 proc. dzieci przedsiębiorców jest zainteresowana aktywnym przejęciem biznesu rodziców. Czy rozwiązaniem jest tylko sprzedaż firmy? Jak w takiej sytuacji postąpić? O tym rozmawiamy z Albertem Jurkowskim z bankowości prywatnej mBanku.

Minęło już ponad 30 lat od transformacji ustrojowej w Polsce. To był czas wyzwań, wielu zmian, ogromnego wysiłku wielu Polaków, włożonego w budowę i rozwój własnych firm. Teraz nadchodzi moment ich przekazania. Czy mamy rozwiązania prawne, które nam w tym pomagają?

Albert Jurkowski: Jeszcze do niedawna nie było na naszym rynku rozwiązań ustawowych, które by wspierały proces sukcesji. Na szczęście w maju tego roku weszła w życie ustawa o fundacji rodzinnej i jest to milowy krok regulujący te kwestie. Na świecie jest wiele firm, które od lat działają w ramach takiego rozwiązania. Cieszę się, że teraz także polscy przedsiębiorcy mogą z niej skorzystać. Fundacja rodzinna zapewnia firmie przetrwanie i rozwój, nawet po odejściu jej założyciela, a rodzinie stabilizację i zabezpieczenie finansowe na przyszłość. Jej konstrukcja prawna została stworzona tak by pasowała właściwie do każdego rodzinnego biznesu, bez względu na jego skalę i dotyczy wielu zagadnień m.in. kwestii zarządczych, prawnych, finansowych oraz podatkowych. Fundacja rodzinna pełni funkcję parasola ochronnego, zarówno w stosunku do samego biznesu, jak i osób najbliższych fundatorowi. Ma chronić majątek firmy i rodziny nie tylko przed ryzykiem biznesowym, ale także szybkim konsumowaniem go przez kolejne pokolenia. Fundacja pozwala fundatorowi na przygotowanie „instrukcji” dotyczącej firmy, jak też sposobu korzystania z majątku przez następne pokolenia. Między innymi może on określić konkretny kierunek rozwoju swojego biznesu, sposób zarządzania nim albo sposób dystrybucji zysków między spadkobierców, niekoniecznie powiązany z ich zaangażowaniem w firmę. Może też określić momenty, w których ma być wypłacana



dywidenda – np. gdy dziecko będzie pełnoletnie lub pójdzie na studia. Podobnie, można także określić inne wydatki np. na cele filantropijne. To bardzo ważne - podczas w polskich warunkach nie było sposobu by właściciel mógł tak silnie wpłynąć na przyszłość firmy.

Jaka jest rola banku w fundacji rodzinnej?

AJ: W procesie sukcesji nasza rola to wsparcie klienta na etapie analizy i tworzenia zapisów sukcesyjnych oraz jak najefektywniejsze zaopiekowanie się tak zwanym żelaznym kapitałem wniesionym do fundacji rodzinnej, czyli tym, który jest przeznaczony na inwestowanie. Nasza wieloletnia współpraca z klientami często oznacza wsparcie rodzin, dwóch a nawet trzech pokoleń. To wymagało od nas zbudowania wyjątkowych kompetencji, odwołam się tu do medycyny - podobnych do dobrego lekarza rodzinnego. Aby

optymalnie pracować musimy poznać sytuację całej rodziny i to w zakresie wykraczającym poza tradycyjne bankowanie. Nie udałoby się to gdyby nie zaufanie jakim wzajemnie się obdarzamy. Dodatkowo naszych doradców wspierają też inni specjaliści, m.in. z kancelarii prawno-podatkowych, a nawet psychologów biznesu.

Od czego zaczynacie?

Nasi doradcy omawiają wspólnie z fundatorem jego aktualną sytuację finansową i plany na przyszłość. Bardzo często podczas wstępnej rozmowy okazuje się, że mówimy tylko o fragmencie majątku. Brak widoku całości, niejako z lotu ptaka, powoduje, że podjęte decyzje mogą nie być najlepsze. Całościowa perspektywa majątku klienta to taka, która obejmuje nie tylko aktywa płynne klienta, czyli gotówkę czy szybko zbywalne dobra takie jak auto, obrazy, nieruchomości, ale też sama wartość jego firmy i zobowiązania

jakie posiada (kredyty, płatności fiskalne, działalność charytatywna). Co więcej, całościowa perspektywa powinna uwzględniać także plany inwestycyjne klienta na najbliższe lata, związane z rozwojem biznesu, ale także edukacją dzieci lub wnuków i dalszą działalnością filantropijną. Kiedy już wiemy, gdzie i jaki majątek klienta jest ulokowany możemy zaproponować mu rozwiązania uszyte na miarę jego potrzeb. Zazwyczaj życie zaczynamy od odpowiedniej dywersyfikacji zarówno w ramach klas aktywów, jak i geografii ulokowania środków. Ważne jest bowiem, by nie uzależniać swoich inwestycji od jednego rynku czy sektora gospodarki. Często jest tak, że klient jest udziałowcem spółki, której pozycja rynkowa, wyniki finansowe i wycena w znaczącym stopniu zależą od koniunktury rodzimej gospodarki. Wtedy dla bezpieczeństwa inne aktywa powinny zostać przeniesione za granicę. Nie mniej istotna jest rozmowa o płynności posiadanych rozwiązań, czyli o tym jak szybko możemy spieniężyć dane aktywa, a także wpływie zmian rynkowych (waluty, stopy procentowe itp.) na bezpieczeństwo majątku.

Dla wielu naszych klientów bardzo wartościowa jest możliwość zderzenia własnych pomysłów na przyszłość ze specjalistami widzącymi ten obraz bez emocji. W efekcie widzą bowiem szerszą perspektywę, poznają więcej możliwości. A to oznacza podjęcie lepszych decyzji.

Skoro mowa o emocjach, wyobrażam sobie, że jest ich dużo gdy mówimy o dorobku życia klienta?

AJ: Tak wokół sukcesji rzeczywiście jest dużo emocji. Nasze działania jako banku wobec klienta – fundatora - nie ograniczają się tylko do czysto finansowej strony. Rozstanie z własną firmą, znalezienie odpowiedzi na pytanie co z nią dalej robić, jest dużym wyzwaniem emocjonalnym. Na spotkaniach staramy się trochę je zmniejszyć. W tym celu wykorzystujemy historie innych klientów, to jak sobie poradzili z różnymi tematami. Tłumaczymy też, jak mogą wyglądać różne rozwiązania, np. że możliwe jest napisanie konstytucji rodzinnej, która określa zasady jakimi kierują się członkowie rodziny przy podejmowaniu decyzji dotyczących wspólnych spraw.

Czy zauważacie wzrost świadomości potrzeby planowania przyszłości?

AJ: Szacujemy, że blisko 40 proc. naszych klientów to właściciele firm, różnej wielkości. Aktualnie prowadzimy około 100 projektów dotyczących sukcesji i fundacji rodzinnych. Z mojego doświadczenia wynika, że klienci poświęcają na to coraz



więcej czasu i energii. Najczęstsza reakcją na szczerą dyskusję o zbilansowanym majątku w perspektywie kolejnych 10-20-30 lat to decyzja o podjęciu działań, które zwiększą bezpieczeństwo majątku i lepiej przygotują całą rodzinę na nieuniknione zmiany pokoleniowe. Zarówno w przypadku majątku rodzinnego, jak i w biznesie, planowanie nie polega jednak na podjęciu jednej decyzji. To głęboko przemyślana wizja, którą trzeba wypracować. Planowanie to też przygotowanie spółki, zanim przeprowadzi się jakiegokolwiek transakcje – czy to podziału, czy sprzedaży, czy też oddania zarządzania w ręce zawodowych menedżerów. Warto także przyrzeć się, jak wyglądają procesy decyzyjne w firmie i je efektywnie ułożyć, mieć pomysły na rozwój na kolejne lata – nowych produktów, klientów, rynków zbytu, inwestycji. Najlepszą cenę dla naszego biznesu uzyskuje się, sprzedając przyszłość, a nie historyczne wyniki.

Od 2004 roku zarządza Pan zespołem ekspertów bankowości prywatnej mBanku w Trójmieście, jak w tym czasie zmienił się ten biznes?

Często nasza działalność kojarzy się ze starszymi klientami z tradycyjną i konserwatywną obsługą. Nic bardziej mylnego. Średnia wieku szybko spada i od dłuższego czasu coraz większą grupę naszych klientów stanowią osoby, które dorastały w otoczeniu technologicznych udogodnień. Inna kwestia to wpływ czasu pandemii na szybką, cyfrową edukację także starszego pokolenia. W dalszym ciągu spotykamy się w tradycyjny sposób, ale wideokonferencje stanowią aktualnie równie istotną część naszego kalendarza. Podczas takich rozmów nie tylko widzimy się, ale i wizualizujemy posiadane portfele lub symulujemy efekty decyzji inwestycyjnych. Każdy może wybrać to co najbardziej mu odpowiada. Przedsiębiorców zainteresowanych działalnością fundacji rodzinnych oraz szerzej tematem zarządzania majątkiem czy finansowania inwestycji, zapraszamy do naszej placówki private banking mBanku przy ulicy Jana z Kolna 11 w Gdańsku. A jeśli klient na początku wolałby porozmawiać przez telefon to prosimy o wypełnienia formularza kontaktowego na mbank.pl (zakładka private banking) – nasz doradca zadzwoni do klienta na wskazany w nim nr tel.

Fot. Unsplash



TRANSPARENTNOŚĆ PŁAC

KTO ZYSKA, A KTO STRACI

Autorka: Katarzyna Lepianka-Głuszkiewicz

Jawność płac w firmach przestanie być tematem tabu. Parlament Europejski zdecydował, że wszystkie państwa członkowskie zobowiązane są wprowadzić transparentność płac do 7 czerwca 2026 roku. W ten sposób urzędnicy chcą wyeliminować rozbieżności zarobków kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach. Choć sama idea jest słuszna to przepisy budzą różne opinie – jedni przedsiębiorcy widzą w nich same plusy, a inni także zagrożenia.

W marcu tego roku, Parlament Europejski prze-głosował dyrektywę o większej jawności płac. Cel: wyrównanie płac bez względu na płeć. Zdaniem PE kobiety w Unii Europejskiej za tę samą pracę zarabiają średnio o 13 proc. mniej niż mężczyźni. Tą dysproporcję ma zmienić właśnie obo-wiązkowa jawność płac. Warto zaznaczyć, że od tego roku obowiązuje już w Polsce dyrektywa do-tycząca work-life balance, która powinna łączyć się z nadchodzącymi zmianami jeśli chodzi o wy-równanie płac. Dzielenie się obowiązkami między rodzicami jest kluczowe, bo bez tego, kobietom będzie trudno dojść do tego samego poziomu wynagrodzeń, a same systemowe ustalenia w tym nie pomogą. Polska ma czas na przyjęcie dyrektywy do połowy 2026 roku. Firmy mogą się więc do tego przygotować.

Z czym wiąże się dyrektywa, która wkrótce za-cznie obowiązywać również w Polsce?

Dla wielu firm, to będzie przełom, bo dowiemy się kto ile zarabia. Nastąpi koniec z tajemnicą wy-nagrodzenia – pracownicy będą mieli prawo do informacji o wynagrodzeniu w swojej kategorii albo precyzyjniej: o poziomie wynagrodzeń pra-cowników tej samej lub innych kategorii. W ogło-szeniach o pracę mają być widełki płacowe (co

nadal jest rzadkością, oprócz branży IT), bądź minimalne wynagrodzenie na danym stanowi-sku. Pracodawca nie będzie mógł umownie zo-bowiązać pracownika, by nie zdradzał wysokości wynagrodzenia, więc przestaną istnieć klauzule związane z tajemnicą zarobków, które obecnie są często praktykowane przez firmy. Ponadto ogłoszenia o naborze i nazwy stanowisk będą musiały być neutralne płciowo, a procesy rekruta-cji – niedyskryminacyjne.

Małe przedsiębiorstwa, średnie czy korporacje – dla kogo wprowadzenie dyrektywy okaże się największym wyzwaniem?

- Na pewno kwestie dotyczące jawności płac będą bardziej problematyczne dla firm, które nie są konkurencyjne w tym zakresie, a także dla tych, które obecnie mają duże dysproporcje w za-kresie wynagrodzeń – mówi Joanna Kamińska, właścicielka firmy doradczej Go4HR. - Po drugie dla wielu firm będzie to czasochłonne i kosztow-ne, aby przygotować wartościowanie stanowisk pracy oraz opracowanie siatki płac. Potrzebne będzie odpowiednie sklasyfikowanie i wycenienie każdego stanowiska. Wiele firm z sektora MŚP (małych średnich przedsiębiorstw) nie ma takich rozwiązań, więc na pewno będzie to problema-





ALEKSANDRA JOACHIMOWSKA

Właścicielka salonu optycznego
Optical Christex

„Myślę, że to jest to kolejny obowiązek, który w przypadku małych firm, spadnie na właściciela. To nowy temat, w którym widzę dużo niejasności, może to powodować niepotrzebne konflikty wśród pracowników różnych firm, zarówno małych jak i dużych. Najbliższe lata pokażą jak mądrze podejść do tego tematu w swoich firmach.

tyczne. Dla korporacji wprowadzenie dyrektywy wydaje się być łatwiejszym krokiem, zwłaszcza, że wiele z nich ma już regulacje dotyczące równości płci oraz praktyki antydyskryminacyjne, a także przygotowane siatki płac i zwartościowane stanowiska.

Mało znajdujemy, póki co, przykładów firm, które wdrożyły transparentność płac z własnego wyboru, a nie w wyniku zmiany prawa. W Trójmieście prekursorem jawności zarobków jest niewątpliwie firma Traffit, która już od kilku lat zarobki ma jawne. Dzieli się także założeniami swojego Traffit Pathways w sieci.

- Na pomysł jawności wynagrodzeń wpadł Mick Griffin, nasz Chief of Growth, który zainspirował się amerykańską firmą Buffer – wyjaśnia Anika Osmólska, Head of People and Culture w firmie Traffit. - Zależało nam na tym, aby pracownicy znali swoją ścieżkę rozwoju nie tylko pod kątem kompetencji, ale też możliwości finansowych. Dlatego każda rola ma rozpisaną ścieżkę finansową i wraz z informacją jaką otrzyma podwyżkę na danym poziomie. Dzięki temu, jesteśmy w stanie zagwarantować także równość w kwestii przyznawania podwyżek. Czynniki takie jak płeć, wyznanie, staż pracy nie mają znaczenia – liczą się tylko umiejętności i osiągnięcia.

Wielu pracodawców obawia się wprowadzenia jawności płac. Nie ma się co dziwić, bo nowe obowiązki niosą ze sobą wiele niejasności. Brak przewidywalności wzbudza poczucie zagrożenia, z którym mierzą się zwłaszcza mniejsi przedsiębiorcy.

- Rozmawiając z wieloma firmami, główną obawą przed wprowadzeniem jawnych wynagrodzeń jest fakt, że może to uwydatnić nierówności w wynagrodzeniach. Dotyczy to zarówno dużych jak i małych firm. Aby wprowadzić jawność płac, warto najpierw zadbać o to, aby wynagrodzenia były uczciwe dla każdego z naszych pracowników. Kolejnym powodem dla którego firmy obawiają się jawności wynagrodzeń jest konkurencyjny rynek rekrutacji. Pracodawcy obawiają się, że ich najlepsi pracownicy będą otrzymywać atrakcyjniejsze finansowo oferty pracy. Jednak na pracę w danej firmie wpływa wiele czynników, nie tylko finansowych – dodaje Anika Osmólska.

Czy jawność płac ma pozytywny czy negatywny wpływ na firmy i pracowników?

Transparentność płac wzbudza wiele kontrowersji. Pracodawcy, którym bliska jest idea równości płci, nie boją się wyrównania płac. Boją się konfliktów w zespołach, utraty dobrych pracowników, którzy będą chcieli skorzystać z oferty innej firmy proponującej wyższe wynagrodzenie. Obawiają się problemów związanych

z pozyskaniem pracowników, zwłaszcza w małych firmach, w których stawki nie są konkurencyjne. Zadowolenie z miejsca pracy nie ogranicza się tylko do wypłaty. Wydaje się, że w strukturze jawnych płac nie ma miejsca na umieszczenie wartości, których nie da się wycenić, a są one dla wielu pracowników istotnym elementem współpracy z daną firmą. Przyjazna atmosfera, miłe relacje ze współpracownikami, kultura firmy, wyrozumiały przełożony, wartości, które firma reprezentuje i wizerunek, z którym można się identyfikować. Elementy poza finansowe są dla wielu pracowników kluczowe w wyborze danego stanowiska.

- Na pewno dużym wyzwaniem jest odpowiednie komunikowanie zasad wynagradzania i przygotowanie siatek płac w taki sposób, aby były dla pracowników jasne i czytelne. Jawność płac jest też na pewno trudna dla firm, których nie stać na konkurowanie wynagrodzeniami z organizacjami o większych budżetach. Nie każda firma może płacić więcej, bo nie każdy biznes jest tak samo dochodowy. Pracownicy często są w takich miejscach z uwagi na inne, pozapłacowe warunki. Natomiast w sytuacji, kiedy firmy jawnie publikują wynagrodzenia, pracownicy mogą napotkać na pewną trudność, jaką jest zmierzenie się z tym, że ich znajomi wiedzą, jakie są ich zarobki. Czy pracownik w takiej sytuacji zostanie, czy poszuka bardziej prestiżowego miejsca? Znam przykłady firm, dla których wprowadzenie jawności było niestety pod tym kątem bardzo problematyczne i zakończyło się odejściem części pracowników – mówi Joanna Kamińska.

Są też plusy dla pracowników wynikające z dyrektywy. Pracownicy zyskują prawo do informacji o średnim poziomie wynagrodzenia z podziałem na płeć, dla kategorii obejmującej tę samą pracę lub pracę o takiej samej wartości. Firma będzie musiała udzielić tej informacji w ciągu dwóch miesięcy od otrzymania prośby o nią. Jak wiadomo nie każdy chce, aby jego wynagrodzenie było publiczną informacją. Jednak dyrektywa nie zakłada publikowania listy pracowników z ich pensją. Przepisy dotyczą uśrednionych danych. Nie jest więc tak, że od razu będziemy wiedzieć, dokładnie, kto ile zarabia. Natomiast raporty, średnie i inne dane, które będą udostępniane przez firmy z pewnością przyniosą o wiele więcej informacji o zarobkach niż mamy obecnie.

W ciągu najbliższych trzech lat będziemy obserwować wdrażanie dyrektywy transparentności do firm. Nie tylko w Polsce, ale również w innych krajach UE, które być może wcześniej rozpoczną ten proces. Będziemy mogli go obserwować i uczyć się na ich przykładzie, jak mądrze to przeprowadzić w przedsiębiorstwach.



PIOTR ZWOLIŃSKI

Dyrektor Zarządzający Pepper House

„W Pepper House wszyscy wiedzą ile kto zarabia, dotyczy to zarówno agentów pracujących na prowizji jak i asystentów/specjalistów ds. wsparcia sprzedaży, których stałe elementy wynagrodzenia stanowią większą część wypłat. Wynika to z naszych standardów i naszej kultury organizacyjnej. W naszej firmie panują jasne i proste zasady ustalania wysokości prowizji, przyznawania premii oraz ścieżki kariery dla agentów/awansów dla pracowników. Transparentność jest u nas standardem i dotyczy nie tylko płac.

ZAWÓD KOREPETYTOR



Korepetycje to znak naszych czasów i współczesnej szkoły. Uczniom zapełniają lukę edukacyjną, a korepetytorom lukę finansową. Prowadzą je studenci, nauczyciele i emeryci. By utrzymać się podczas studiów, dorobić do pracy w szkole lub też uczynić z nich główne źródło utrzymania. Największe wzięcie mają matematyka i fizyka, ważne są też języki obce.

Schowany na uboczu biurowiec w centrum gdańskiego Wrzeszcza. Z korytarza na drugim piętrze dobiegają wesołe rozmowy dzieci. Za ścianą, w jednym z gabinetów siedzi Aleksandra Brańska, sympatycznie wyglądająca brunetka w okularach. Spogląda na zegarek, nieubłaganie dochodzi godzina 17.00, zostały ostatnie minuty, by przygotowywać materiały na zajęcia.

- Dzisiaj będą ćwiczyć angielskie słówka, budując wieżę z kubeczków oraz pisząc palcem na tackach z mąką. Skutecznie udowadniamy,

że nauka może być też przygodą – zdradza Aleksandra Brańska.

Po zajęciach grupowych czas na lekcje z Martą, która obecnie jest w 1. klasie liceum i bez problemu rozwiązuje arkusze z matury podstawowej. W końcu to laureatka wojewódzkiego konkursu oratorskiego "Stand Up and Talk", która uczy się u niej już 6 lat. Ostatnim uczniem tego dnia będzie Maciek, któremu dysleksja oraz dysgrafia nie ułatwiają nauki języków. Dzięki zastosowaniu różnorodnych metod, udało mu się poprawić te trzy jedynki,

jakie "złapał" na samym początku roku szkolnego.

SPOSÓB NA DOROBIE NIE CZY BIZNES?

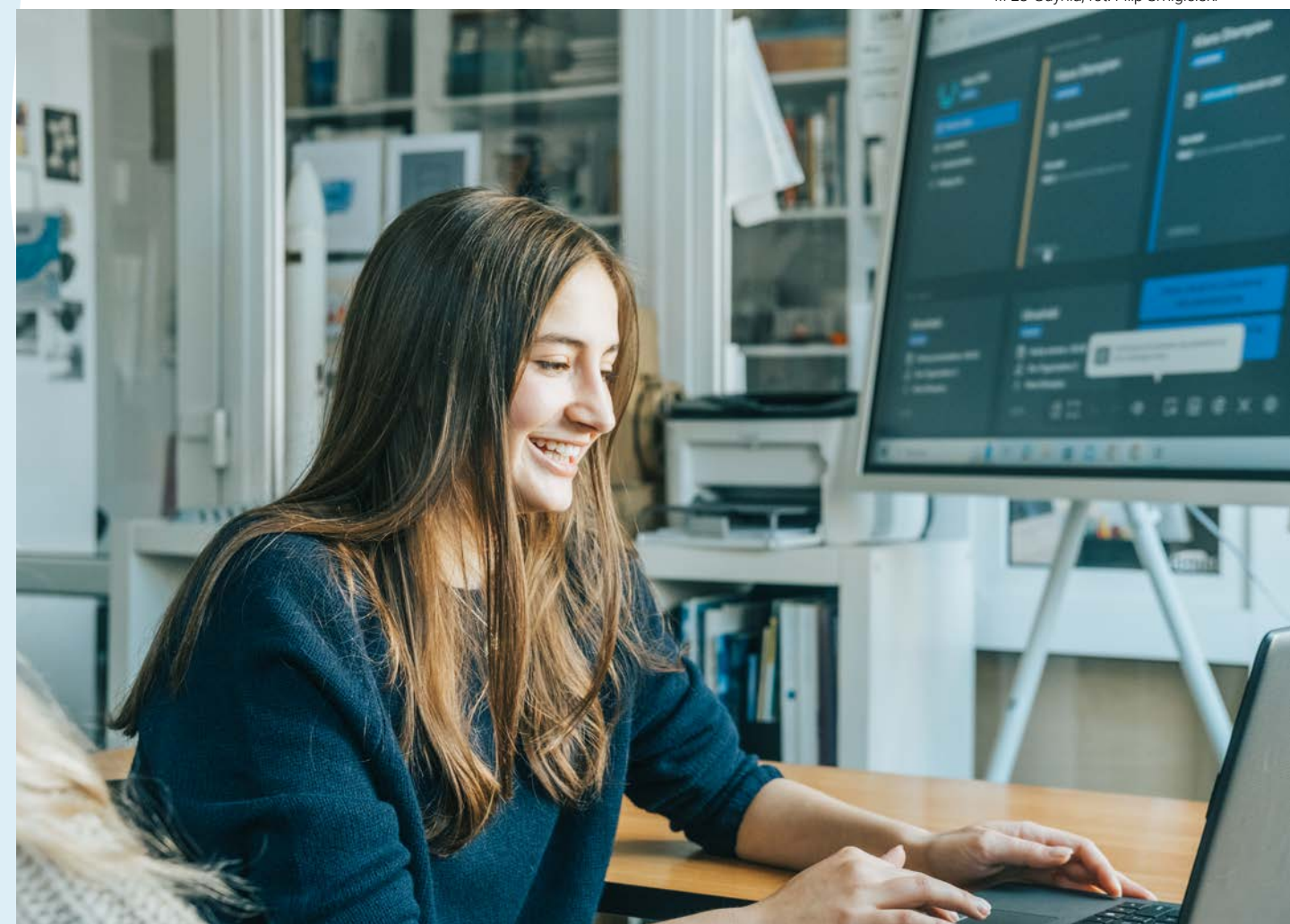
Aleksandra Brańska działalność korepetytorską rozpoczęła w 2021 roku. Kończył się jej urlop macierzyński. Wcześniej pracowała jako nauczycielka w gdańskich szkołach, publicznych i prywatnych, od podstawówki po liceum. Dzięki temu nauczyła się skutecznego zarządzania klasą i komunikacji z rodzicami, ale zaczęła też dostrzegać coraz więcej ograniczeń, nadmiar biurokracji i papierologii.

- Mając dwójkę małych dzieci stanęłam przed trudnym wyborem - czy wrócić do szkoły na etat czy zaryzykować i otworzyć własną działalność. Trwała jeszcze pandemia, więc decyzja o podjęciu działalności była podwójnym wy-

zwaniem. Ale, prawdę mówiąc, szkolna nauczycielska pensja ledwo pokryłaby koszty żłobka i przedszkola. Próbowałam dotąd różnych zajęć, ale bardzo lubię uczyć, to moja pasja. Założyłam profile w mediach społecznościowych, zrobiłam wstępne kalkulacje, znalazłam lokal. Z racji mocno ograniczonych funduszy, wszystko na początku robiłam sama – badania rynku, reklamy, marketing, aranżację lokalu, zakup sprzętu i materiałów dydaktycznych, sprzątanie. Wtedy przestałam być jedynie nauczycielką angielskiego, stałam się też przedsiębiorczynią - wspomina Brańska, która swoją działalność nazwała „Olka Korepetytorka”.

W pierwszym roku działalności pracowała sama, a korepetycje obejmowały jedynie angielski. W 2022 roku oferta została wzbogacona o matematykę oraz język polski, a zespół powiększył się do 4 osób.

III LO Gdynia, fot. Filip Śmigielski



III LO Gdynia, fot. Filip Śmigielski



- Obecnie pracuje 7 korepetytorów i możemy zapewnić pomoc z praktycznie wszystkich przedmiotów szkolnych. Nasz zespół jest bardzo różnorodny - są w nim zarówno nauczyciele szkolni, najzdolniejsi studenci oraz osoby z doświadczeniem w pracy w korporacjach poza granicami kraju. Nasze główne motto to: edukacja to relacja! - przyznaje z dumą Brańska. - Prowadząc taką działalność, jak moja, można się utrzymać, ale na pewno nie spokojnie - niestabilne prawo, biurokracja, wysokie koszty prowadzenia działalności sprawiają, że jako właścicielka firmy muszę ciągle szukać nowych rozwiązań, aby zapewnić usługi na najwyższym poziomie w rozsądnej cenie - dodaje.

DOBRODZIEJ NAUCZYCIELA

Znacznie wcześniej swoją pracę korepetytora rozpoczął Michał Leoniec. Studiował Automatykę i Robotykę na Politechnice Gdańskiej. Finansowo nie

było lekko, postanowił więc dorabiać już od 1. roku, udzielając korepetycji z matematyki i fizyki.

- Początkowo zajmowałem się głównie przygotowaniem do testu gimnazjalnego z matematyki, później zaczęło się pojawiać więcej licealistów i maturzystów. Nigdy nie chciałem pracować w szkole, cenię sobie elastyczność i możliwość doboru klientów. Poza tym wysokość zarobków oferowanych w szkole oraz nieefektywność pracy w tak dużej grupie kompletnie mnie od tego pomysłu odrzucają - przyznaje Michał Leoniec.

Dość szybko korepetycje z zajęcia dorywczego stały się pełnoetatowym. Do tego potrzeba jednak sporej grupy stałych klientów, a ich pozyskanie może na początku frustrować.

- Aktualnie prowadzę jednoosobową działalność gospodarczą. Korepetycje to zajęcie, z którego

można się utrzymać, ale wymaga posiadania kilkunastu stałych klientów i trzeba się liczyć z tym, że wakacje to raczej martwy sezon. Polecałbym zacząć od praktykowania korepetycji jako źródła dodatkowych zarobków, a dopiero potem rozwinięcia tego w pełnoetatową pracę. Nade wszystko trzeba to lubić, inaczej człowiek szybko się wypali - kwituje Michał Leoniec.

Jeszcze w innym momencie życia na udzielanie prywatnych lekcji zdecydowała się Barbara, emerytowana nauczycielka języka polskiego w klasach IV-VIII.

- Gdy pojawiły się problemy finansowe w domu, a miałam już przywoity staż i sporo umiejętności, zdecydowałam się na tę formę dorabiania. Korepetycje potrafią zdecydowanie poprawić sytuację nauczyciela i jego rodziny. Dodatkowo nauczyciel np. polonista powinien iść do teatru, na koncert, wystawę, kupić książkę czy opiniotwórczy tygodnik. Trzeba się rozwijać, a to kosztuje - mówi Barbara.

Dla nauczycieli pracujących w szkołach korepetycje to sposób dodatkowego zarobku, ale i okazja do innego modelu współpracy z uczniem. Istnieje też coraz większe zrozumienie dla douczania się po lekcjach.

- W korepetycjach cenię sobie efektywność pracy, reagowanie na ewentualne braki i uzupełnianie ich oraz budowanie poczucia wartości moich podopiecznych. Z drugiej strony korepetytor był zawsze moim „dobrodziejem”. Wspomagał moich uczniów i pracował ze mną w jednej drużynie. Uczniowie nie bali się mówić np.: moja pani też tak interpretowała tę przypowieść - wspomina Barbara.

BENEFICJENCI

Korepetycje to zarówno sposób na podciągnięcie się w nauce, jak i droga do lepszej szkoły.

- Przeładowany program i tempo jego realizacji sprawiają, że niektórzy uczniowie nie mogą nadążyć. Z kolei ci najzdolniejsi pragną znaleźć się w najlepszej szkole. Każdy poziom potrzebuje korepetycji: najslabsi, by spokojnie dobrać do końca roku; uczniowie poziomu 3+, by osiągnąć lub przekroczyć magiczną dla nich czwórkę; najlepsi, by wspinać się coraz wyżej - tłumaczy Barbara. - Ja wierzę w tych 3+, tak ich kiedyś w szkole nazywałam. Bywa, że rozkwitają.



ALEKSANDRA BRAŃSKA

”Prowadząc taką działalność, jak moja, można się utrzymać, ale na pewno nie spokojnie - niestabilne prawo, biurokracja, wysokie koszty prowadzenia działalności sprawiają, że jako właścicielka firmy muszę ciągle szukać nowych rozwiązań, aby zapewnić usługi na najwyższym poziomie w rozsądnej cenie.



MICHAŁ LEONIEC

„Korepetycje to zajęcie, z którego można się utrzymać, ale wymaga posiadania kilkunastu stałych klientów i trzeba się liczyć z tym, że wakacje to raczej martwy sezon.

W czasach, gdy wiemy coraz więcej o różnych dysfunkcjach edukacyjnych dzieci, rodzice szukają pomocy w nadążaniu za rówieśnikami, zwłaszcza, że konkurencja do szkół jest spora.

- Można wyróżnić dwie główne grupy kursantów. Pierwsza z nich to osoby z bardzo dobrymi ocenami, które chcą się dostać do najlepszych szkół i osiągnąć wysokie wyniki egzaminacyjne. Drudzy to uczniowie o innych potrzebach edukacyjnych (dysleksja, dysgrafia, dyskalkulia), którzy wymagają zastosowania specjalnych metod i strategii – zauważa Aleksandra Brańska. - Szczyt zapotrzebowania nastąpił w zeszłym roku, gdy mieliśmy podwójny rocznik przystępujący do Egzaminu Ósmoklasisty. Rodzice naprawdę obawiali się, że dziecko może nie dostać się do wybranej szkoły. System edukacji jest w kryzysie od wielu lat, czego sama doświadczam jako mama. Korepetycje to dla rodziców korzystniejsza finansowo opcja niż szkoła prywatna, dlatego skala zjawiska jest szeroka i będzie rosnąć. Śledząc trendy w branży, widać, że z korepetycji korzystają coraz młodsi uczniowie, powstają nawet "uniwersytety malucha" – dodaje Aleksandra Brańska.

KRÓLOWE NAUK

Korepetytorzy dostrzegają stały wzrost zapotrzebowania na dodatkowe kształcenie, nawet w dobie inflacji. Rodzice wybierają natomiast przedmioty ścisłe, które trudno samemu opanować.

- Polacy mają obecnie problemy finansowe, a korepetycje to spory wydatek. Na język polski rzadziej decydują, głównie przed egzaminem. Królową korepetycji jest matematyka. Jeśli nie przeciwicysz, nie utrwalisz, nie nabierzesz nawyków w liczeniu, będzie ciężko – mówi Barbara.

Wygląda na to, że najbardziej perspektywiczna jest fizyka i rozszerzona matematyka w związku z deficytem dobrych nauczycieli i trudnościami czasów pandemii.

- Największy problem jest z fizyką. Nauczycieli brakuje, a zastępują ich osoby kompletnie nieznające tematu, wątkujące samą teorię i niebędące w stanie rozwiązać samodzielnego żadnego maturalnego zadania, nie mówiąc już o nauczaniu innych. Na matematykę zawsze jest ogromne zapotrzebowanie. Moi uczniowie to głównie licealiści z rozszerzoną matematyką, a czasem także



Fot. Canva

fizyką. Co roku mam też kilku uczniów szykujących się do testów ósmoklasisty. Poniżej siódmej klasy nie przyjmuję, gdyż wolę pracować ze starszą młodzieżą – opowiada Michał Leoniec.

Dla rodziców ważne są też języki obce - zwłaszcza angielski - jako przydatne w szerszej perspektywie.

- Rodzic myśli długoterminowo – chce, aby nabyte przez dziecko kompetencje przyczyniły się do sukcesu w przyszłości, nie chodzi tylko o przygotowanie do egzaminu, ale też, aby jego pociecha miała wysokie szanse na znalezienie w przyszłości dobrej płatnej pracy – przyznaje „Olka Korepetytorka”.

PRESTIŻOWY ZAWÓD CZY LUKA DO ZAPEŁNIENIA?

Współczesna szkoła „pomaga” korepetytorom rozwijać ich działalność. Rozbudowane wymo-

gi programowe, przepełnione klasy z uczniami w różnym wieku, o odmiennych poziomach wiedzy, sprawiają, że łatwo nie nadążyć. Popularny portal e-korepetycje.pl, twórca e-booka „Zawód: Korepetytor. Kompendium wiedzy 2017.” tak podsumowuje aktualną sytuację:

„Prestiż korepetytorów wzrasta, co wynika ze zmian, jakie zachodzą w systemie edukacji i ich odpowiedniego przygotowania do prowadzenia zajęć. Programy są przeładowane, a liczba jednostek lekcyjnych nie wystarcza, by wszystko skrupulatnie przerobić. Nawet najbardziej sumienny nauczyciel nie jest w stanie dokładnie omówić wszystkich tematów, bo albo brakuje mu godzin na przeprowadzenie lekcji, albo nie ma możliwości wykorzystania zdobytych materiałów ze względu na ograniczenia techniczne (np. brak rzutnika), albo chce zapoznać z czymś wychowanków, ale nie może, bo nie uwzględniono tego w standardach nauczania.”



PŁATNE LEKCJE IDĄ W GÓRĘ

Niedoskonałe szkolnictwo powoduje, że krajowy rynek korepetycji stale wzrasta. Wg danych Quality Watch co czwarty uczeń korzystał z dodatkowego wsparcia w roku szkolnym 2021/2022, a 67% respondentów zadeklarowało wzrost wydatków na prywatne lekcje. Z kolei z badania CBOS za rok szkolny 2022/2023 wynika, że średnia miesięcznych wydatków na zajęcia edukacyjne i ogólnorozwojowe, do których zalicza się też korepetycje, wzrosła do 699 zł. Trójmiejski rynek korepetycji jest już mocno nasycony. Konkurują ze sobą osoby prywatne, prowadzące działalność, czy też franczyzy i „sieciovki”.

Tendencję wzrostową przyspieszyła na pewno pandemia i wynikające z niej zaległości. Co ważne, nawet w domach o mniej zasobnych budżetach 27% rodziców posyłało dzieci na korepetycje.

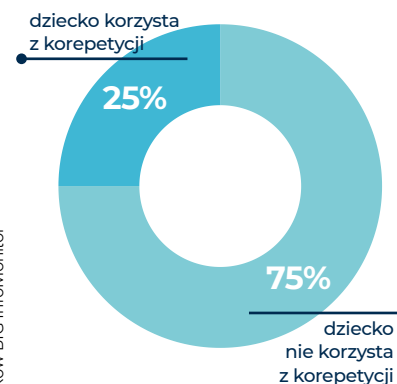
Centrum Badania Opinii Społecznej zauważa się zjawiskiem korepetycji już od 1998 roku. I tak zaobserwowało znaczący wzrost w roku 2016/2017 po wprowadzeniu programu 500+. Niewielki spadek przyniósł z kolei okres pandemii, by już w roku 2021/2022 odnotować dalszy wzrost. Przybyło też rodzin, które zdecydowały się na opłacanie korepetycji swoim dzieciom.

Badanie CBOS „Wydatki rodziców na edukację dzieci w roku szkolnym 2022/2023” pokazuje dużą rozpiętość kwot, które przeznaczane są na dodatkowe zajęcia edukacyjne i ogólnorozwojowe. Średnia arytmetyczna miesięcznych wydatków wynosi 699 zł, o 114 zł więcej niż rok wcześniej. Najczęściej deklarowaną kwotą na dodatkowe zajęcia jest obecnie 500 zł. Wśród aktywności królują zajęcia językowe (39%) i sport (36%), następne są właśnie korepetycje oraz kursy przygotowawcze (26%), a na końcu - zajęcia artystyczne (17%).

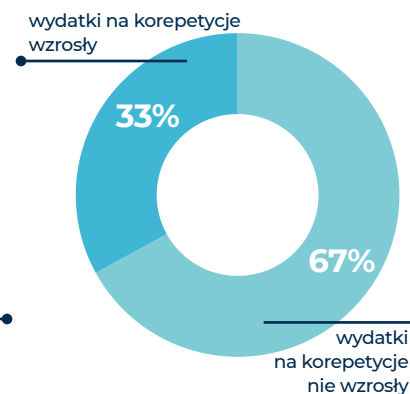
Także raport Santander „Polaków portfel własny. Edukacja pod znakiem inflacji” potwierdza, że mimo trudności finansowych rodzice traktują kształcenie dzieci jako priorytet i za korepetycje z przedmiotów szkolnych w roku 2021/2022 planowało płacić 24% z respondentów, a z języka angielskiego nawet 48%.

Z kolei w innym badaniu banku „Polaków portfel własny. Edukacja przyszłości” aż 55% rodziców chciało posłać swoje dziecko na płatne korepetycje w roku szkolnym 2023/2024. Największą popularnością cieszy się język angielski, ale zaraz potem matematyka i fizyka, a następnie język polski, chemia i biologia. Roczne wydatki na dodatkowe nauczanie jednego dziecka wynosiły między 1001 a 2000 zł w przypadku 24% respondentów, nie więcej niż 1000 zł dla 20% z nich oraz ponad 4000 zł dla 22%.

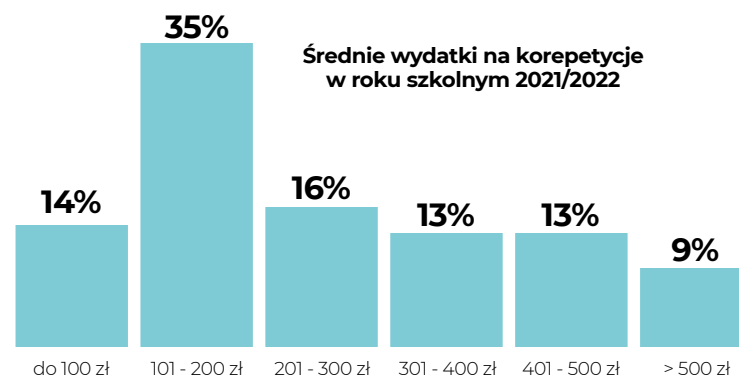
Zainteresowanie korepetycjami w roku szkolnym 2021/2022



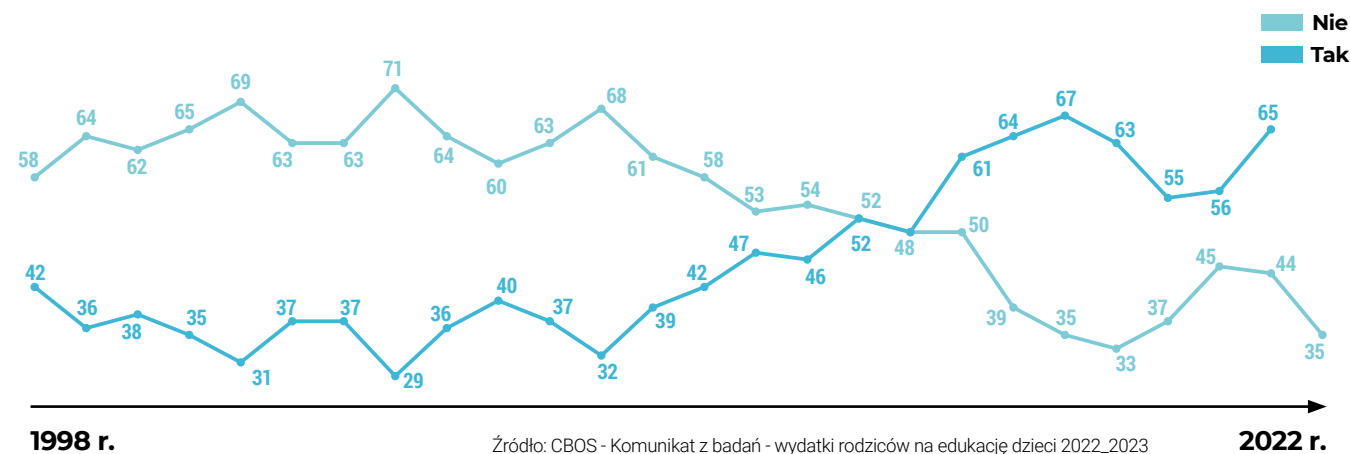
Wydatki na korepetycje w roku szkolnym 2021/2022 w porównaniu z okresem przed pandemią



Średnie wydatki na korepetycje w roku szkolnym 2021/2022



Czy ktoś z Pana(i) dzieci będących w wieku szkolnym uczęszcza lub będzie uczęszczać w bieżącym roku szkolnym na zajęcia dodatkowe, opłacane przez Pana(ią) w szkole lub poza szkołą?



Źródło: Badanie Quality Watch dla Rejestru Dłużników BIG InfoMonitor

Źródło: CBOS - Komunikat z badań - wydatki rodziców na edukację dzieci 2022_2023

2022 r.

Czy któreś z Pana(i) dzieci będących w wieku szkolnym uczęszcza lub będzie uczęszczać w bieżącym roku szkolnym na zajęcia dodatkowe, opłacane przez Pana(ią) w szkole lub poza szkołą?	Wykształcenie rodzica		
	zasadnicze zawodowe lub niższe	średnie	wyższe
	w procentach		
Tak	30	59	78
Nie	70	41	22

Źródło: CBOS - Komunikat z badań - wydatki rodziców na edukację dzieci 2022_2023

UKRYTA PRYWATYZACJA POLSKIEJ EDUKACJI?

Fundacja im. Stefana Batorego pokusiła się o badanie ukrytej prywatyzacji polskiej edukacji, według którego dostrzegalny wzrost wydatków na korepetycje świadczy o spadku zaufania do oferty edukacyjnej szkoły. Osoby zamożne posyłają dzieci do prywatnych szkół lub łożą niemałe kwoty na zajęcia dodatkowe. Gorzej sytuowani mogą sobie tylko pozwolić na korepetycje i to też nie zawsze. Z badania wynika, że korepetycje są tzw. miejską specjalnością, a najczęściej posyłają na nie rodzice z wyższym wykształceniem, korzysta już z tego 34,26% rodzin i to najczęściej kilka razy w miesiącu. Zgodnie z prognozą Fundacji im. Stefana Batorego, jeśli nic się nie zmieni, dzieci z rodzin gorzej wykształconych i sytuowanych nie nadrobią dystansu do swoich rówieśników.

Na tym tle cieszą inicjatywy takie jak Projekt 3 CLASS realizowany przez III Liceum Ogólnokształcące w Gdyni, a finansowany przez gdyńską firmę JIT Team, w ramach którego uczniowie i absolwenci zaangażowali się w trakcie pandemii w bezpłatną pomoc innym dzieciom.

- Na dzień dzisiejszy przepracowaliśmy ponad 10 tysięcy godzin. Chcieliśmy pomóc zarówno uczniom, jak i nauczycielom w tym trudnym i niepewnym okresie. Korepetycje online w naszym przypadku, poza darmową pomocą naukową, stanowiły sposób radzenia sobie z izolacją. Na początku pracowało około 14 osób, w ciągu tygodnia uczniowie zdążyli postawić platformę i wygrać I miejsce w kategorii edukacja w hackatonie „Hack the Crisis Tech for Good 2020” organizowanym przez Gov Tech. Udało się również dotrzeć do uczniów wykluczonych cyfrowo, nasi przyjaciele z JIT Team przekazali kilkadziesiąt laptopów dla potrzebujących dzieci z wiosek – mówi koordynatorka Anna Rzepa.

- W projekcie aktywnie uczestniczyli także absolwenci III LO oraz obecni studenci renomowanych uczelni, takich jak Cambridge University, Imperial College London czy TU Delft. Korepetycje odbywały się na niezależnych platformach takich jak Zoom czy Skype – dodaje liderka Gaia di Marco.

- Projekt nadal trwa i cały czas się rozwijamy. Mamy nową platformę stworzoną przez naszych kolegów. Przy jej pomocy nasi wolontariusze będą udzielać korepetycji młodzieży z Polski i Ukrainy. Nie ma nic bardziej wartościowego w procesie nauki niż wsparcie ze strony kompetentnych i zaangażowanych rówieśników – uzupełnia koordynatorka uczniowska Kiara Stępień.

W TRÓJMIEŚCIE WAŻNE SĄ POLECENIA

Trójmiejski rynek korepetycji wydaje się być nasycony. Na samym trojmiasto.pl znajdziemy aktualnie 461 ogłoszeń. Z kolei na platformie e-korepetycje.pl w lokalizacji Gdańsk wyświetlają się 6552 oferty. Korepetycji udzielają głównie osoby prywatne, ale i te na własnej działalności. W raporcie GUS „Praca nierejestrowana w Polsce w 2017 r.” korepetycje stanowiły 23,10 %, a wśród osób je świadczących przeważały kobiety, głównie z miast.

- Uważam, że Trójmiasto to trudny rynek, jeśli chodzi o korepetycje – ocenia Aleksandra Brańska, prowadząca własną działalność „Olka Korepetytorka”. - Po pierwsze, jest tu bardzo dużo sieciówek i francyz, które mają światowe marki i rozbudowane fundusze na marketing. Chodzi zarówno o szkoły językowe, jak i duże firmy korepetycyjne (Zazumi, Indeks Trójmiasto itp.) z potężnym kapitałem finansowym. Takie podmioty wynajmują sale w szkołach, gdzie infrastrukturę oraz klienta dostają niemalże podane na tacy. Niestety, będąc niedużym jednoosobowym przedsiębiorcą, jest się odsyłanym z kwitkiem. Po drugie, jest to obszar z dość prężnie rozbudowaną szarą strefą, w której godzina zegarowa korepetycji jest czasem oferowana za tak niską kwotę, która nie pokryłaby nawet kosztów prowadzenia działalności gospodarczej. Nasi klienci doceniają to, że zawsze szczerze z nimi rozmawiamy i nie obiecujemy gruszek na wierzbie, zajęcia u nas są cykliczne, nie ma notorycznego przekładania czy odwoływania. Nie obawiam się konkurencji, idę do przodu po swojemu – stwierdza Aleksandra Brańska.

Duża konkurencja sprawia, że trzeba znaleźć sposób na wybicie. Najlepiej sprawdzają się polecenia, które mają też wpływ na cenę i renomę korepetytora.

- Początkowo reklamowałem się głównie przez gazetkę dzielnicową oraz ogłoszenia internetowe na różnych portalach. Aktualnie nie reklamuję się już nigdzie, uczniowie docierają do mnie tylko z polecenia i ta forma najbardziej mi odpowiada – mówi Michał Leoniec, korepetytor. – Ceny korepetycji zależą w dużej mierze od tego, jak trudno znaleźć osobę kompetentną, by tego nauczać. Powiedzmy, że przeciętny przecrój cenowy to od 60 do 120 zł za godzinę lekcji. Najtaniej znajdziemy korepetycje online z matematyki na poziomie szkoły podstawowej lub matury podstawowej. Nieco drożej zapłacimy za biologię, chemię i matematykę rozszerzoną dla licealisty, a najwięcej za fizykę, elektrotechnikę czy inne, bardziej specjalistyczne dziedziny dla studentów. Koszt lekcji zależy głównie od kompetencji i doświadczenia korepetytora oraz tego, czy legalnie rozlicza swój biznes.

Zawód korepetytora ma z pewnością wiele zalet, pozwalając dorobić w wolnym czasie. Na pewno uczy też cierpliwości, umiejętności miękkich, a także przedsiębiorczości. Niemniej jednak jak każdy wolny zawód ma też swoje wady, jakimi są pewna nieprzewidywalność, sezonowość, a także popołudniowe i weekendowe godziny pracy. Trzeba też mieć zacięcie nauczycielskie, aby nie zrażać się powtarzaniem tego samego materiału mniej lub bardziej opornym uczniom. Jeśli je mamy, to ta praca może przynieść nie tylko przyzwoite zarobki, ale też prawdziwą satysfakcję i realny wpływ na życie innych.



III LO Gdynia, fot. Filip Śmigieński

KOREPETYTOR ZAWÓD PRZYSZŁOŚCI?

Korepetytorem może zostać praktycznie każdy, kto dysponuje pewną wiedzą i dojściem do zainteresowanych nią osób. Korepetycji udzielają nauczyciele, ale i studenci czy nawet uczniowie. Stopień wiedzy i doświadczenie oraz rekomendacje mają decydujące znaczenie, jeśli chodzi o ceny.

Rozpiętość średnich stawek za korepetycje stacjonarne (za „Raportem z cen korepetycji” przygotowanym przez e-korepetycje.pl) zależy także od lokalizacji oraz formy. Co ciekawe zajęcia online, dające większą swobodę nauki z dowolnego miejsca i brak konieczności dojazdu są średnio o 10% droższe. Ceny różnią się nawet między tak blisko położonymi miastami jak Gdańsk i Gdynia i to z przewagą tej ostatniej.

PRZEDMIOT	KOREPETYCJE STACJONARNE		KOREPETYCJE HYBRYDOWE	
J. POLSKI	54,80 zł	59,54 zł	63,33 zł	67,60 zł
MATEMATYKA	48,75 zł	52,28 zł	59,46 zł	62,47 zł
FIZYKA	62,32 zł	52,28 zł	72,98 zł	75,29 zł
CHEMIA	53,55 zł	59,05 zł	65,82 zł	68,86 zł
BIOLOGIA	54,34 zł	59,72 zł	63,47 zł	66,02 zł
ANGIELSKI	55,38 zł	58,02 zł	65,11 zł	67,12 zł
	GDAŃSK	GDYNIA	GDAŃSK	GDYNIA

A to w praktyce przekłada się na ogromną rozpiętość cenową:

PRZEDMIOT	KOREPETYCJE TRÓJMIASTO	
J. POLSKI	30 zł / h	120 zł / h
MATEMATYKA	25 zł / h	160 zł / h
FIZYKA	30 zł / h	160 zł / h
CHEMIA	25 zł / h	160 zł / h
BIOLOGIA	30 zł / h	150 zł / h
ANGIELSKI	45 zł / h	120 zł / h
	MINIMUM	MAKSIMUM

PROSTRACJA PRYNCPAŁA

Badania, raporty, statystyki i liczne publikacje w dużej mierze pomijają kondycję kadry zarządzającej, odmawiając jej niejako prawa do słabości. Tymczasem nie mamy do czynienia z nadludźmi, a z osobami, które mają na swoich barkach wielką odpowiedzialność, a pod sobą rzeszę pracowników do zaopiekowania. Wielkie oczekiwania, permanentny stres i brak zrozumienia sprawiają, że także liderzy, managerowie i właściciele firm są podatni na wypalenie zawodowe.

Autorka: Marta Dworak



W

W popandemicznym świecie bardzo dużo uwagi poświęca się pracownikom, ich warunkom zawodowym, stanowi psychicznemu, lękom, frustracjom, oczekiwaniom... Tymczasem zaskakująco mało się mówi o kondycji kadry menedżerskiej, a ta jest jeszcze bardziej wypalona niż ich podwładni. Nic dziwnego, jeśli weźmiemy pod uwagę fakt, że to na nich spoczywał cały ciężar dbania zarówno o firmę jak i o pracowników w niepewnym czasie pandemii, co wiązało się z ogromnym stresem. Zaraz po niej wkroczyli w nową rzeczywistość, w której trzeba godzić nadal pożądaną pracę hybrydową z rosnącą samoświadomością zatrudnionych dotyczącą równowagi życiowej i własnego well-beingu. A to wszystko w pędzącym świecie, w którym prym wiedzie digitalizacja, sztuczna inteligencja i gonienie za trendami.

PRZYWÓDZTWO W NOWEJ NORMALNOŚCI

Zrealizowane w sierpniu badanie Future Forum Pulse pokazuje, że to kadra kierownicza odczuwa największy spadek nastrojów wynikający z nowych wyzwań związanych ze zmieniającymi się oczekiwaniami i normami w miejscu pracy. Dominuje niechęć do zbyt częstego chodzenia do biura i rezygnacji z elastycznego harmonogramu.

Coraz popularniejsze jest także zjawisko tzw. quiet quitting czyli cichej rezygnacji, przejawiające się wyrzeczeniem się kultu pracy, angażowanie się w absolutne minimum wymagane przez pracodawcę i odejściem do postawy proaktywnej. Badanie Blue Colibri „Quiet quitting i work-life balance w Polsce 2023” wykazało, że „według połowy Polaków wykonywanie tylko wymaganych zadań w pracy jest mądre i sprytne, a tylko co czwarty pracownik szuka w pracy dodatkowych obowiązków i zakłada, że może mu to pomóc w awansie. Jednocześnie tylko 3 na 10 respondentów nie wykonuje w pracy nic ponad absolutne minimum konieczne do zachowania posady”.

Tendencję tę dostrzega także Pracuj.pl w badaniu „Praca w czasach zmian: zaangażowanie Polaków w pracy” (2022), według którego co trzeci pracownik skupia się wyłącznie na formalnych obowiązkach, starając się unikać zadań dodatkowych. Nie wiąże się to bynajmniej z jakimś buntem, pracownicy nadal postrzegają siebie jako dobrych specjalistów. To po prostu swoista zmiana kultury pracy

w Polsce, do której właściciele firm i kadra kierownicza muszą się przystosować. Ta rzeczywistość wymaga od managerów innego podejścia i zrozumienia, że do wcześniej stosowanych rozwiązań nie ma już powrotu. A taka kolejna duża zmiana wymaga wysiłku i może zniechęcać.

WYPALENIE CHOROBA NASZYCH CZASÓW?

Obecne tempo życia, prywatnego i zawodowego, ilość otaczających nas stresorów, zacieranie się granic między pracą, a życiem poza nią to prosta droga do wypalenia zawodowego, które dotyka pracowników na wszystkich szczeblach, a także ich przełożonych. To wyzwanie na rynku pracy, którego negatywne konsekwencje odczuwają już liczne firmy.

Według definicji WHO „wypalenie zawodowe to syndrom wynikający z przewlekłego stresu w miejscu pracy, któremu skutecznie nie zaradzo” . Charakteryzuje się on trzema wymiarami: poczuciem wyczerpania, zwiększonym dystansem psychicznym do wykonywanej pracy (także negatywizmem i cynizmem) oraz obniżoną skutecznością zawodową. W maju 2019 roku WHO wpisało wypalenie zawodowe do międzynarodowej klasyfikacji chorób i problemów zdrowotnych.

Raport „Wypalenie zawodowe – problem naszych czasów” stwierdza, że co piąty pracownik narażony jest na długotrwały stres, który może być przyczyną wypalenia zawodowego. Część ankietowanych już przez nie zresztą przeszła na pewnym etapie życia, ale jedynie co czwarta osoba szukała jakiegokolwiek pomocy. W przypadku managerów ta statystyka może być jeszcze gorsza.

WSTYDLIWE OBLICZE PORĄŻKI

Według Eweliny Strawy, doradcy managerów i przedsiębiorców, powodem może być fakt, że nie dajemy sobie w Polsce prawa do porażki. Traktujemy ją jako przegraną, a nie element życia.

- W moim przekonaniu w Polsce na pewno, tzn. my dzisiaj, kiedy widzimy słabość to podkreślamy kurek albo dajemy pracownikowi wyższe cele, dociskamy go, przyspieszamy, albo go zwalniamy. Z managerem, właścicielem firmy jest podobnie – mówi Ewelina Strawa.

Według połowy Polaków wykonywanie tylko wymaganych zadań w pracy jest mądre i sprytne, a tylko co czwarty pracownik szuka w pracy dodatkowych obowiązków i zakłada, że może mu to pomóc w awansie. Jednocześnie tylko 3 na 10 respondentów nie wykonuje w pracy nic ponad absolutne minimum konieczne do zachowania posady.



Monika Reszko, psycholog biznesu widzi jeszcze większe obciążenie po stronie kadry kierowniczej, bo to od nich oczekuje się przede wszystkim dbania o innych, a nie o siebie.

- Obszernie mówi się o wypaleniu lub o dobrostanie pracowników, mało kto myśli o tych zjawiskach w kontekście szefów. To jest coś, czemu otwarcie się przeciwstawiam, całej tej narracji o „poszkodowanych” pracownikach i szefach, którzy mają być empatyczni, wyrozumiali, wspierający i towarzyszący. To są cechy idealnej matki, a nie szefa. Przy czym idealnych matek też nie ma. Osoby, z którymi pracuję mówią o niewyobrażalnym zmęczeniu, przeciążeniu, poczuciu osamotnienia. Nie nazywają tego wypaleniem i też nie widzę potrzeby, aby to jakoś etykietować – opowiada Monika Reszko. - Moje statystyki pokazują, że większość szefów dba często bardziej o swoich pracowników i rodziny niż o samych siebie. Mamy plagę skrajności: albo na górze jest pracownik, albo szef - rynek

pracownika, rynek pracodawcy. Nic bardziej antagonizującego i szkodliwego. Potrzebujemy się nawzajem. Gorzej, że mało kto chce otwarcie o tych potrzebach mówić. Wówczas robi się kakofonia wzajemnych pretensji i roszczeń.

Przyznaje też, że często osoby takie sięgają po różne sposoby radzenia sobie z objawami wypalenia typu ucieczki na szybkie urlopy, po których wracają do pracy w jeszcze gorszym stanie, bo nie leczą tym przyczyn swoich problemów, a jedynie objawy. Trudne może być także zderzenie z kreowanym przez otoczenie kultem sukcesu, udawania, gry pozorów, gdy sami widzą, jakie to wszystko nieadekwatne do ich sytuacji.

SELF-CARE

Tymczasem trzeba zacząć od genezy własnego stanu i gruntownie zadbać o siebie.

- Jestem zwolenniczką self-care - odpowiedzialności

za siebie lidera, czyli przedsiębiorcy czy managera. Wspieranie postawy kształtującej zadowolenie z życia, umiejętność nazywania emocji, dbania o siebie to są obszary mi bliskie. Co czwarty Polak czuje się wypalony zawodowo, według drugiej definicji 45% pracowników na to cierpi. Jeżeli lider, manager, właściciel firmy nie będzie potrafił po pierwsze czytać siebie, a po drugie nie będzie uważny na drugiego człowieka, to będziemy mieli problem – wyjaśnia Ewelina Strawa.

Jak przyznaje, sama kiedyś jako top manager przeszła przez wypalenie zawodowe, które ostatecznie połączyło się także z chorobą.

- Rano chce się niewiele. To taki stan zwolnienia, braku sensu, nieobecności, większego brania do siebie. Czułam się bez celu życiowego, a dodatkowo w stanie permanentnego niezadowolenia. Niezmiernie ważna jest edukacja przedsiębiorców, wyłapania tego momentu, spowodowanego przewlekłym stresem, który prowadzi do sytuacji, gdy nie jesteśmy w stanie skutecznie funkcjonować na poziomie zawodowym, ale i prywatnym. Człowiek wypalony czuje się, jakby uszło z niego całe życie. Organizm też zaczyna wtedy chorować i ja to u siebie, w pracy trenera biznesu, psychologa bardzo mocno łączę – wspomina Ewelina Strawa.

Konsekwencją takiego stanu jest spadek wydajności, motywacji i może to być początek drogi do depresji czy innych chorób. Wypalenie jest bardzo istotne w biznesie, bo dotyczy sensu pracy. W przypadku właścicieli firm chodzi dodatkowo o samą istotę biznesu i umiejętność jej zdefiniowania, nadania konkretnego celu, także sobie.

- Statystyki pokazują, że 70% firm upada w pierwszych trzech latach istnienia, a dziesiątych urodzin dożywa zaledwie 5,86% firm. Powierzchnowa analiza prowadzi do wniosków, że nie potrafimy robić biznesów. Jednak, jeśli kiedy pytam swoich klientów, po co właściwie prowadzą firmę i większość z nich nie jest w stanie odpowiedzieć na to pytanie tak po prostu, to myślę, że to nie o umiejętności chodzi, a o psychiczną gotowość i umiejętność określania własnych potrzeb i życia w zgodzie z nimi – konstatuje Monika Reszko. - Pisząc swoją pierwszą książkę „Mindset szefa” chciałam zwrócić uwagę szefów, właścicieli firm i menedżerów, na to, aby myśleć, podejmować decyzje, zachowywać się w pełni świadomie. „Używanie” mózgu w sposób intencjonalny, uważny, z rozmysłem i zamysłem, wymaga już zupełnie innego poziomu świadomości: pewnych psychologicznych konstruktów, ale przede wszystkim samoświadomości, czyli wiedzy o własnych emocjach, stanach, potrzebach. Te ostatnie zresztą okazują się najbardziej zaniedbane. Ogrom-



MONIKA RESZKO

Psycholog biznesu, przedsiębiorca, podcaster, autor badań, programów rozwojowych dla biznesu oraz dwóch książek: „Mindset szefa” oraz „Mindf*ck szefa”. Współzałożycielka RemoteSchool.Net. Mówi się o niej, że zadaje pytania, na które czasem trudno, ale zdecydowanie warto sobie odpowiedzieć.

Obszernie mówi się o wypaleniu lub o dobrostanie pracowników, mało kto myśli o tych zjawiskach w kontekście szefów. To jest coś, czemu otwarcie się przeciwstawiam, całej tej narracji o „poszkodowanych” pracownikach i szefach, którzy mają być empatyczni, wyrozumiali, wspierający i towarzyszący. To są cechy idealnej matki, a nie szefa. Przy czym idealnych matek też nie ma.

na rzesza moich klientów na początku naszej wspólnej pracy nie jest w stanie wymienić choćby trzech potrzeb, czy pragnień, o które w obecnej sytuacji chcą zadbać, lub też czym głównie się kierują. „Mindset szefa”, to świadome konstruowanie i konsumowanie zdrowych treści – podsumowuje Monika Reszko.

NOWOCZESNY LIDERSHIP

Współczesny manager i szef musi więc być uważny, dobrze znać siebie, swoje otoczenie, aby móc zrozumieć pracownika i jego potrzeby. Temu ostatniemu powinien być w stanie zaoferować wsparcie psychologiczne – to zresztą innowacyjny benefit w firmach na miarę naszych czasów.

- My jako liderzy, właściciele firm musimy nauczyć się samoświadomości, dbać o to dobre środowisko w firmach, pamiętając o inkluzywności, że to nie jest tylko płeć, ale i neuroróżnorodność. Jeżeli dwoje robi to samo, to nie jest to samo, co oznacza, że zadania powinny być przydzielane w firmach versus osobowość. No i wreszcie budowanie odpowiedzialności za siebie, czyli nie tylko zewnątrzsterowność, ale przede wszystkim wewnątrzsterowność. I tego - jako liderzy, szefowie uczyć siebie i innych – stwierdza Ewelina Strawa. Z pomocą przychodzą psychologowie biznesu, coachowie oraz osoby, które przeszły przez to samo.

Korzyści z takiego profesjonalnego wsparcia są niecenione i stosunkowo szybkie, bo już po 3 miesiącach można odczuć pierwsze efekty.

- Największą przyjemność w mojej pracy sprawia mi wspieranie, edukacja, towarzyszenie ludziom w zmianie. Gdy np. manager jest wypalony i nie widzi swojej przyszłości w danej organizacji, a po naszej współpracy awansuje w tej samej firmie i jeszcze zarabia więcej. Słowem, kiedy liderzy, managerowie na nowo czują sens swojego życia zawodowego. Proces trwa minimum trzy miesiące, a cały program Akademii Lidera Zmiany - sześć. Wszystko też zależy od tego, jaka to faza. Jeśli ktoś jest wypalony zawodowo, to przez trzy miesiące jesteśmy w stanie wyprostować sprawę przy wsparciu materiałów dodatkowych, ćwiczeń do przepracowania w domu między sesjami. A, jeżeli w grę wchodzi choroba psychiczna, depresja czy choroba nowotworowa, to bardzo indywidualne – przyznaje Ewelina Strawa.

Korzyści takiej współpracy są szerokie i wpływają nie tylko na wymiar biznesowy, ale i na życie prywatne.

- Moi klienci zwiększają swoją zasobność w sobie szerokim tego słowa znaczeniu. Niektórzy odczuwają więcej spokoju, inni odbudowują relacje - z żonami, mężami, partnerami, dziećmi. Inni w końcu zaczynają czuć się naprawdę swobodnie. Wie pani, ile osób tak naprawdę nigdy nie odczuwała prawdziwej swobody? To taki mały kłopot, który robi duże problemy. Chyba więc mogę tę korzyść nazwać wielowymiarową i wielopoziomą swobodą – relacjonuje Monika Reszko.

- Nowoczesny lider, to samoświadomy lider. To ktoś, kto jest blisko swoich potrzeb i emocji, rozumie je, ma jasną wizję tego, co i po co chce osiągnąć i do realizacji tej wizji zaprasza współpracowników, których wartości są zgodne z jego własnymi. Przy czym pamięta, że jest człowiekiem, zatem pozwala sobie na nieidealność.

Taki zaopiekowany, świadomy lider będzie w stanie promować w firmie kulturę dobrego samopoczucia psychicznego i tworzyć wspierające pracowników środowisko.

STAFFING

Despotyczni szefowie to wdzięczny temat filmowy, ale znany z codziennego życia biurowego. O ile trudniej wyobrazić sobie sytuację odwróconą – kiedy to podwładni nękają swoich pracodawców, stosując bardziej subtelne metody niesubordynacji i konspiracji. Tymczasem staffing to jeden z powodów złej kondycji szefów, a jednocześnie wstydlive, do którego niechętnie się przyznają.

Staffing to stosunkowo nowe zjawisko polegające na prześladowaniu szefa przez pracowników. Co ciekawe, o ile mobbing klasyczny jest ujęty w Kodeksie Pracy, to staffing jeszcze nie. Tak naprawdę trudno znaleźć jakiegokolwiek raporty na ten temat czy statystyki. Powodem takiego stanu rzeczy może być mniejsza skala zjawiska oraz wiążący się z nim wstyd, który powoduje, że szefowie niechętnie się do tego przyznają. Niemniej jednak, ponieważ dorobiło się ono już oficjalnej nazwy, to znak, że temat robi się coraz popularniejszy.

STAFFING CO TO?

Liczne linki z publikacjami online poświęcone temu zjawisku to potwierdzenie tych przypuszczeń. Sama geneza słowa staffing wywodzi się z angielskiego „staff” oznaczającego personel czy kadrę – w tym wypadku stronę nękającą przełożonego.

A przejawy tego prześladowania są różne - począwszy od lekceważenia jego osoby, przez wyśmiewanie czy plotkowanie na jego temat, aż po buntowanie innych pracowników przeciwko niemu i podważanie jego kompetencji. W sytuacji staffingu pracownicy nie wykonują poleceń, skracają drogę służbową czy przerzucają odpowiedzialność na przełożonego. Zachowania te nie muszą się wiązać z agresją jako taką. Przejawy staffingu są bardziej „subtelne” jak na przykład notoryczne nieodbieranie służbowego telefonu.

- Staffing to zjawisko, do którego managerowie w Polsce bardzo mało się przyznają, a, mam wrażenie, że organizacje nie potrafią sobie z tym poradzić. Jeżeli mamy managera wypalonego zawodowo czy mającego jakieś wyzwania,

których sam jeszcze nie potrafi dobrze nazwać, to zdarza się, że zespół chce go wyprzeć. Czasami jest tak, że na miejsce tego managera jest ktoś dedykowany lub ktoś z uporem wybiera sobie sam to stanowisko – tłumaczy Ewelina Strawa. – I wówczas na przykład pracownicy nie wykonują poleceń, nie odpisują na maile, albo łamią drogę służbową, czyli idą od razu wyżej czy też piszą anonimy. Mam najświeższy przykład od mojej klientki, gdzie poza anonimami były groźby. Znam klientów, którzy nawet bali się o swoje życie i nie mieli z kim o tym porozmawiać. To dopiero może powodować lęk, a to uczucie bardzo niepokojące. HeyDay Foundation jest właśnie takim miejscem, gdzie manager czuje się bezpiecznie.

„ODWRÓCONY MOBBING”

Staffing z mobbingiem łączy powtarzalność i celowość zachowania, eskalacja konfliktu i nierównowaga sił – w tym przypadku jednostki kontra grupa. Środowisko pracy postrzegane jest przez prześladowanego jako wrogie, a szkody rozlewają się na całą firmę, jej kulturę organizacyjną, relacje między pracownikami i zaufanie do współpracowników.

I mobbing i staffing są notoryczną psychologiczną agresją, a dotknięte nią osoby są narażone na utratę zdrowia i alienację. Docelowo prowadzi to do umniejszenia własnej wartości, co może też wpływać na życie prywatne. Pojawiają się dolegliwości psychosomatyczne takie jak bóle brzucha, głowy, trudności w zasypianiu, brak apetytu... Dominujące jest uczucie bezsilności, spadku nastroju, bycia bezwartościowym i nierównej walki z grupą.



- Trudno uwierzyć, jak czasem nadużywana jest pozycja względem szefa, który jest typem „bohatera”. Tę swoją klasyfikację opisuję w swojej drugiej książce „Mindfuck szefa”. To osoby, które z reguły całe swoje życie „służyły” innym. Nierzadko były nieadekwatnie traktowane w relacjach rodzinnych, w których dochodziło do różnego rodzaju nadużyć. Nieświadomym motywem w ich działaniach jest dbanie o dobro innych. Zakładają firmy i tak, jak niegdyś w rodzinie pochodzenia, tak teraz względem pracowników, zdarza się, że są nadużywane. I dotykam tu kwestii emocjonalnych, a przecież jest jeszcze cały kawałek nadużyć formalno-prawnych – tłumaczy Monika Reszko.

WSTYDLIWY TEMAT

Do tej pory szefom trudno było mówić o staffingu i tak naprawdę nie mieli komu się poskarżyć, nie ryzykując przy tym utraty stanowiska. Umiejętność zarządzania zespołem to przecież kluczowa kompetencja kadry kierowniczej. Poza tym istnieje konieczność udowodnienia prześladowania i to w momencie, gdy wyniki zespołu są słabe, a efektywność mocno zaburzona.

- To chyba jakoś niemodne mówić, że to nie tylko pracodawcy „robią źle” pracownikom, ale też działa to w drugą stronę. Nie sądzę, żeby to była kwestia wstydu, raczej całej tej narracji o katach, ofiarach i wybawcach.

Zawsze pozostaje nam wybór, czy w tę grę chcemy się bawić. Osobiście uważam, że w naszych firmach jest coraz mniej dojrzałych partnerskich relacji – stwierdza Monika Reszko. - Jeśli natomiast wszystko jest o relacjach, a przecież z nimi mamy właśnie nieustannie do czynienia, w każdym miejscu pracy, to uznajmy, że ludzie są różni, niezależnie od stanowiska czy pozycji. Ważne, by nie stygmatyzować, ale rozumieć, że każda ofiara znajdzie swojego oprawcę i na odwrót. Dlatego kluczowe jest rozumienie własnych konstruktów psychologicznych – podsumowuje.

Szczęśliwie, wraz z upowszechnieniem nazwy staffingu jako zjawiska pojawia się większa otwartość „ofiar” na mówienie o nim.

- Coraz częściej liderzy przychodzą do mnie z tym problemem i zaczynają sami o nim opowiadać, co świadczy o tym, że jest coraz większa potrzeba, by o tym rozmawiać. Dlatego ja i moja fundacja zajmujemy się self-carringiem, czyli samoodpowiedzialnością za siebie, w tym przebranżawianiem. Niezależnie, na jakim jesteś szczeblu, ważne, żeby zacząć od siebie i tego czy na pewno robisz wszystko by być w porządku wobec drugiego człowieka oraz wobec siebie – wylicza Ewelina Strawa. – Wypalenie zawodowe, to uczucie pustki, wynika z głodu większej uczciwości wobec siebie w codziennym życiu biznesowym.

NAZYWAĆ, KOMUNIKOWAĆ, REAGOWAĆ

Staffingu nie można pozostawić samemu sobie. Jak każdy problem, urasta do jeszcze większego, gdy może „karmić się” wstydem i przemilczeniem. Pracodawca ma prawo zastosować kary porządkowe typu upomnienie czy nagana, rozwiązać umowę o pracę ze wskazaniem konkretnych przyczyn, także bez wypowiedzenia, ale tutaj konieczne jest wykazanie rażącego naruszenia obowiązków pracowniczych. Ostateczność to dochodzenie swych praw na drodze sądowej poprzez pozew cywilny o naruszenie dóbr osobistych. Najważniejsze to zareagować i to zgłosić.

- Przede wszystkim należy to zgłosić do zarządu, zadbać o opiekę i wsparcie prawnika (tym zajmujemy się właśnie w naszej fundacji) oraz wzmacniać siebie psychologicznie i mentalnie, bo to często nie jest historia o tym managerze, który jest mobbingowany, a historia tej osoby, która ma złe intencje wobec niego. W Polsce tak mało mówimy o chorobach psychicznych, a to się dzieje. To może zrobić np. osoba narcystyczna, a pracodawcy nie potrafią tego rozpoznać. Z kolei osoba z osobowością borderline tak bardzo będzie się bała, że zostanie odrzucona, że sama odrzuci. Mamy tak małą wiedzę w Polsce na temat inkluzywności, a to jest duży problem – kwituje Ewelina Strawa.

Także szefowie mają swoje własne nieprzepracowane doświadczenia, u podstaw których stoją wzorce zachowań i doświadczenia z przeszłości, nawet z dzieciństwa.

- W swojej pracy skupiam się głównie na analizie procesów psychicznych - wiem, brzmi to mało sexy, ale to właśnie tam ukryte są odpowiedzi na większość szczęść i nieszczęść, jakie nam się przytrafiają. Pracuję z właścicielami firm na wielu płaszczyznach. Czasem są to relacje pracownicze lub ze wspólnikami. Innym razem kwestie bardziej osobiste. Na terapię, czy po jakiegokolwiek psychologiczne wsparcie trafiają ludzie, którym na sobie zależy – opowiada Monika Reszko. - Możemy nie rozumieć i nie wiedzieć wielu rzeczy, jeśli jednak są pewne okoliczności czy sytuacje, które się powtarzają, odtwarzają w różnych relacjach, to znaczy, że jest coś, co je wyzwała i to najczęściej nasze nieświadome wzorce zachowań wyniesione jeszcze z dzieciństwa. Całe życie i role, jakie w nim przyjmujemy to odtwarzanie pierwotnych relacji. Jeśli więc nie były one karmiące, a umówmy się, że idealni rodzice nie istnieją, to każdy coś by tam znalazł do odkrycia, uzdrowienia i wyzwolenia się z nieświadomych szkodliwych schematów.

Warto mówić o problemach zawodowych i nie zostawać z nimi samemu. Jeśli otoczenie biznesowe nie budzi w nas zaufania i chęci do zwierzeń, a nie chcemy obarczać nimi rodziny, najlepszym rozwiązaniem jest kontakt z osobami zajmującymi się profesjonalnym wsparciem. Psycholog biznesu, coach czy doradca zawodowy skutecznie przeprowadza przez proces i pomaga znaleźć najlepsze wyjście z sytuacji.



EWELINA STRAWA

Ekspert w dziedzinie zarządzania, sprzedaży i psychologii biznesu, CEO HeyDay Foundation, BrainPoint, trenerka mentalna liderów. Od wielu lat przeprowadza przez proces zmian przedsiębiorców, liderów, managerów oraz ich zespoły. Jest autorką unikalnego projektu „Akademia Lidera Zmiany” (Lider 5.0), który umożliwił wyjście z kryzysu i powrót do aktywności zawodowej wielu osobom.

Wypalenie zawodowe, to uczucie pustki, wynika z głodu większej uczciwości wobec siebie w codziennym życiu biznesowym.



HOTELOWY BIZNES KONGRESOWY

Uwzględniony w międzynarodowym raporcie ICCA Gdańsk to jedna z cenionych europejskich destynacji kongresowych. Tylko w samym roku 2022 gościł 1367 wydarzeń zgłoszonych przez lokalne convention bureaux dla 335 039 uczestników, ze średnią liczbą 245 osób na wydarzenie. W ślad za Gdańskiem podążają Sopot i Gdynia.



Fot. Mat. EFNI



W 2022 roku konferencje i kongresy zgromadziły łącznie minimum 1 360 964 uczestników i to głównie z Polski (przynajmniej 59%) i stacjonarnie (92%). Hotele okazały się być miejscami najczęściej wybieranymi na wydarzenia (58%), daleko w tyle znalazły się obiekty specjalne i sale (18%), centra wystawiennicze (13%) oraz szkoły wyższe (11%). Te statystyki są jeszcze wyższe w przypadku wydarzeń korporacyjnych i motywacyjnych, głównie dla firm krajowych (89%), które zgromadziły minimum 1 406 736 uczestników, a odbywały się aż w 77% w hotelach. Z kolei rekomendowani organizatorzy kongresów i podróży motywacyjnych swoje 567 wydarzeń i prawie milion uczestników rozłożyli na 8 miast: Warszawę, Kraków, Poznań, Gdańsk, Łódź, Wrocław i Katowice/Gliwice.

Sam Gdańsk odnotował 156% wzrost z 1367 wydarzeniami zgłoszonymi przez lokalne convention bureaux dla 335 039 uczestników, ze średnią liczbą 245 osób na wydarzenie. Na tym tle 54% zajęły konferencje i kongresy, 39% wydarzenia korporacyjne i motywacyjne, 7% wystawy, a aż 49% wszystkich eventów odbyło się w hotelach.

GDAŃSK LIDERM DESTYNACJI TURYSTYCZNEJ

Gdańsk cieszy się popularnością nie tylko wśród turystów krajowych, ale i zagranicznych, czego dowodem zdobyty status „European Best Destination 2017” nadany przez europejską organizację turystyczną powołaną do promocji kultury i turystyki w Europie. Nagroda jest

przyznawana na podstawie badań Eurostatu i danych o aktywności miast w Internecie.

- Gdańsk Convention Bureau czyni wszelkie starania, aby jak najwięcej wydarzeń odbywało się w Gdańsku i na Pomorzu. Z rozmów z naszymi partnerami wiemy, że sytuacja z roku na rok jest coraz lepsza. Widać także wyraźnie „pocovidowe” odbicie. Rok do roku zanotowaliśmy aż 156% wzrost liczby wydarzeń – mówi Michał Brandt, Starszy Specjalista ds. Promocji i Marketingu Biznesowego Gdańsk Convention Bureau. - Z pewnością mocną stroną Gdańska i regionu jest duża liczba „unique venues”, takich jak Europejskie Centrum Solidarności, Muzeum II Wojny światowej, Teatr Szekspirowski czy zamek w Malborku. Dodatkowy atut to bardzo bogata oferta spędzania czasu poza-kongresowego dla wszystkich uczestników, w tym aktywności związane z wodą wynikające z nadmorskiego położenia.

MORZE, KUCHNIA I POTENCJAŁ INTELEKTUALNY

W oczach ekspertów przemysłu spotkań na powodzenie nie tylko Gdańska, ale Trójmiasta i całego Pomorza składa się kombinacja kilku mocnych walorów.

- Trójmiasto ma niezwykle potencjał dla branży spotkań. Wszak każdy uczestnik rynku spotkań lubi i chce spotkać się właśnie nad polskim morzem. Spektrum obiektów hotelowych, coraz bardziej wysublimowana kuchnia i szerokie patrzenie na klienta również poza sezonem turystycznym to coś, co sprawia, że Gdańsk - Gdynia

W międzynarodowym raporcie ICCA (International Congress and Convention Association) 2022, określającym potencjał kongresowo-konferencyjny destynacji biznesowych, Polska znalazła się na 23 miejscu z 4 miastami: Warszawą, Krakowem, Gdańskiem i Wrocławiem. ICCA przygotowuje swój ranking w oparciu o dane zebrane z convention bureaux, obiektów konferencyjnych, hoteli i stowarzyszeń, a analizowane spotkania muszą odbywać się cyklicznie, skupiać minimum 50 uczestników i migrować pomiędzy co najmniej trzema krajami. Gdańsk zajął w tym zestawieniu 164 miejsce, wyprzedzając większy od siebie Wrocław. Natomiast pominięte zupełnie zostały, mimo świetnego zaplecza targowo-konferencyjnego i dobrej reputacji, Poznań oraz Katowice. Utrzymanie stabilnej pozycji Polski w rankingu ICCA to efekty działań Polskiej Organizacji Turystycznej z miejskimi i regionalnymi convention bureaux oraz organizatorami kongresów, a także zaangażowana przedstawicieli polskiej nauki.

POLSKI POTENCJAŁ KONGRESOWO - KONFERENCYJNY

Krajowy potencjał kongresowo-konferencyjny budowany jest w dużej mierze przez członkostwo w międzynarodowych organizacjach prowadzących badania statystyczne dotyczące spotkań. Poza wspomnianą ICCA, do której należy 18 podmiotów z Polski, istnieje również UAI - Union of International Associations.

Polska Organizacja Turystyczna (POT) prowadzi także własne badania, które zbiera w corocznym raporcie „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”. Edycja 2023 zawiera dane o 12554 spotkaniach i wydarzeniach z ubiegłego roku pozyskanych z miast, a także o 567 innych otrzymanych od Profesjonalnych Organizatorów Kongresów (PCO) oraz Incentive Travel Company (ITC). Mimo, że zestawienie nie pokrywa wszystkich inicjatyw, pozwala wysnuć pierwsze wnioski na temat krajowej branży MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).



Fot. Mat. Europejski kongres Finansowy

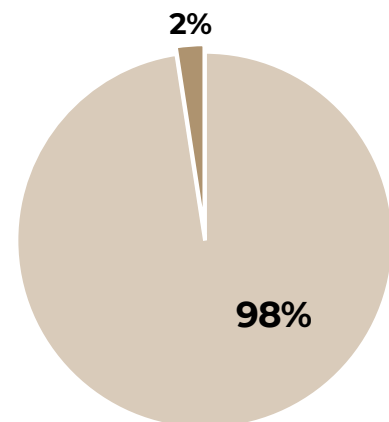
POMORSKA BAZA NOCLEGOWA

Pomorskie dysponuje pokaźną bazą noclegową, na którą składają się zarówno skategoryzowane hotele jak i obiekty hotelarskie – motele, pensjonaty, kempingi, domy wycieczkowe, schroniska i inne. Urząd Marszałkowski wszystkie je ewidencjonuje. Na podstawie zebranych danych widać, że hotele są w mniejszości - jedynie 277 na 15372 obiekty.

Liczba obiektów

15 095 inne obiekty świadczące usługi hotelarskie
277 obiekty hotelarskie

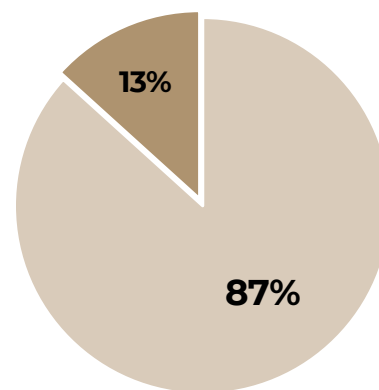
łącznie 15 372



Liczba miejsc

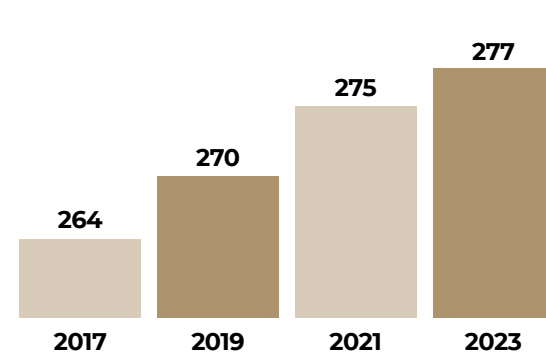
300 877 miejsca w innych obiektach
33 587 miejsca w obiektach hotelarskich

łącznie 334 464



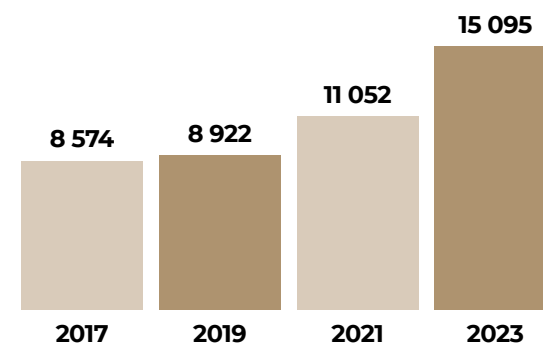
Jednocześnie można zaobserwować, że liczba obiektów skategoryzowanych z roku na rok, nieznacznie, ale się powiększa – w 2017 roku było ich 13 mniej.

Liczba obiektów skategoryzowanych



O wiele większą dynamikę widać po stronie innych obiektów hotelowych, których liczba z 8922 przed pandemią, prawie się podwoiła w 2023 roku – do 15095.

Liczba innych obiektów świadczących usługi hotelarskie



Fot. Marriott

- Sopot są coraz silniejsze. Współpraca publiczno-prywatna oraz otwartość na edukację powoduje, że organizatorzy patrzą przychylnym okiem na północ Polski. Zobaczymy czym jeszcze Pomorze nas zaskoczy – konstatuje Krzysztof Celuch, Rektor Szkoły Głównej Turystyki i Hotelarstwa Vistula oraz profesor i dyrektor Centrum Projektowania Doświadczeń w Branży Spotkań i Turystyce na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Z punktu widzenia organizatorów kongresów i konferencji liczy się także potencjał intelektualny Pomorza.

- Region pomorski ma bardzo duży potencjał na rynku MICE ze względu na nadmorskie położenie, czyli możliwość organizowania różnego rodzaju aktywności związanych z wodą, dobrą reputację, rozwiniętą infrastrukturę, liczne połą-

czenia lotnicze, silne środowisko akademickie, a także prężnie funkcjonujące Convention Bureau. Potwierdzają to dane statystyczne i rankingi zarówno polskie jak i międzynarodowe – stwierdza Anna Górską Wiceprezes Zarządu Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce ds. Współpracy Międzynarodowej. – Z punktu widzenia SKKP, region ma duży potencjał intelektualny, gdyż jest tu silnie rozwinięte środowisko akademickie, co pozwala na identyfikowanie liderów różnych dziedzin i zachęcanie ich do starań o pozyskiwanie międzynarodowych wydarzeń na Pomorze. Działanie to może być realizowane w ramach Programu Klubu Ambasadorów Kongresów Polskich lub poprzez utworzenie lokalnego Klubu Ambasadorów Kongresów, do czego bardzo zachęcam. Warto podkreślić, że to, co wyróżnia region pomorski, to fakt, że Gdańsk jest kolebką Solidarności i może to przyciągać zarówno organizatorów jak i uczestników spotkań.

Fot. Karol Kacperski

Radisson Blu Hotel



ZAMEK, DWÓR CZY HOTEL

Głównym graczem na pomorskim rynku MICE, czyli szeroko rozumianego przemysłu spotkań oprócz obiektów typowo konferencyjnych są hotele. Według danych GUS w 2021 roku w regionie posiadały 624 sale konferencyjne mogące pomieścić 39 384 osoby. Dla Trójmiasta wskaźniki te wyniosły odpowiednio 276 i 16010 w 104 obiektach.

– W Trójmieście hotele konferencyjne występują w centrum miast Gdańsk, Sopot, Gdynia. To większe hotele, posiadające bardzo zróżnicowane zaplecze konferencyjne pod wieloma względami. Najczęściej różnią się one wielkością, standardem świadczonych usług, choć większość hoteli jest wyższej klasy w standardzie usług hotelu kategorii 4 i 5-cio gwiazdkowym – mówi Marta Chełkowska, Dyrektor Departamentu Turystyki Pomorskiego Urzędu Marszałkowskiego. – Nie posiadamy wiedzy o nowych planowanych inwestycjach z zapleczem konferencyjnym. Rynek usług hotelowych jest już trochę nasycony, co powoduje, iż inwestycji hotelowych jest mniej.

Sektor MICE wypełnia hotele w terminach posezono- wych, które są mniej popularne wśród turystów indywi- dualnych, czy też w dni w środku tygodnia.

- Niestety nie posiadamy zbiorczych danych o struktu- rze przychodowej branży hotelowej, jednak na podsta- wie badań ruchu turystycznego realizowanych przez Pomorski Instytut Naukowy im. prof. B. Synaka szacu- jemy, że co najmniej 13% gości przyjeżdża do Gdańska m.in. by wziąć udział w konferencji, targach, szkoleniach itp. – mówi Łukasz Wysocki, Prezes Gdańsk Convention Bureau. - Istotną cechą turystyki biznesowej jest także odmienny profil sezonowości niż w przypadku turystyki indywidualnej. Najwięcej gości indywidualnych przyjeż-

dza do Gdańska od czerwca do września, nato- miast najwięcej wydarzeń jest organizowanych od marca do czerwca i od września do grudnia. Efekt to rozproszenie ruchu turystycznego w cią- gu roku, co jest korzystne zarówno z punktu wi- dzenia branży turystycznej, jak i komfortu tury- stów i mieszkańców.

KONGRESY Z NAJLEPSZYM WIDOKIEM W KRAJU

W Trójmieście najcenniejszy aspekt organizacji wydarzeń to styczność z morzem. Uczestnicy przyjeźdni robią, co mogą, by choć na chwilę zawitać nad Bałtyk w trakcie swojego pobytu. Będąc w takim hotelu jak Sheraton Sopot, z ła- twością można to połączyć. Od plaży dzieli go dosłownie kilka kroków, a morze i sopockie moło widoczne są z centrum konferencyjnego, na które składa się aż 14 sal i 2 foyer mogące pomieścić łącznie 1100 osób. W takiej przestrze- ni można zorganizować naprawdę prestiżowy event.

- Sheraton Sopot Hotel posiada jedno z najwięk- szych centrów konferencyjnych w regionie, 3 tys. m. kw., 14 sal konferencyjnych i bankietowych, z czego 10 z dostępem do światła dziennego. Największa sala Christopher Columbus o po- wierzchni 545 m. kw., może pomieścić jedno- razowo w ustawieniu teatralnym do 650 osób. Jej niewątpliwym atutem jest wysokość, czyli 6,5 m oraz brak filarów. Przestronne foyer po- zwala na organizację targów oraz dodatkowych atrakcji dla gości. Niewątpliwą zaletą naszego centrum konferencyjnego jest winda cargo o ga- barytach pozwalających na wprowadzanie do wnętrza naszych największych sal samochodów osobowych typu SUV. Należy także pamiętać, iż miejsce w którym mieści się część konferencyj- na, nie znajduje się w części mieszkalnej hotelu, dzięki czemu wydarzenia odbywające się tam nie wpływają na komfort gości – wylicza Piotr Kro- pidłowski, Dyrektor Sprzedaży Sheraton Sopot Hotel. - Centrum konferencyjne Hotelu Sheraton to także dwie sale balowe, z czego Sala Baltic Panorama posiada jeden z najpiękniejszych wi- doków w Polsce na sopockie moło oraz morze.

Nazwa	Hotel / standard	max liczba miejsc konf.
Almond Business & SPA, Gdańsk	★★★★★	320
Astor, Jastrzebia Góra	★★★★	700
Central Hotel, Gdańsk	★★★★★	400
Courtyard by Marriott Gdynia Waterfront, Gdynia	★★★★★	500
Grand Lubicz Uzdrowisko Ustka	★★★★★	500
Mercure Gdynia Centrum, Gdynia	★★★★	500
Orle Centrum Konferencyjne, Gdańsk Sobieszewo	★★★★	320
Radisson Blu Hotel Sopot	★★★★★	1 250
Radisson Hotel & Suites Gdańsk	★★★★★	700
River Style Hotel & SPA, Reda	★★★★	600
Rycerski, Gniew	★★★★★	400
Scandic Gdańsk	★★★★★	330
Sheraton Sopot Hotel	★★★★★★	650
SPA Faltom Gdynia Rumia	★★★★★	1 000

Skategoryzowane hotele z zapleczem konferencyjnym w zestawieniu przygotowanym przez Departament Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego.

W bieżącym roku mieliśmy przywilej organizować po raz kolejny Europejski Kongres Finansowy, Samorządowy Kongres Finansowy czy chociażby Forum Rynku Nieruchomości.

Duże wydarzenia potrzebują potężnej przestrzeni – eventowej, ekspozycyjnej, noclegowej etc. Radisson Blu Hotel Sopot to aktualnie największe hotelowe centrum konferencyjne w Trójmieście, pozwalające na organizację eventu dla nawet 1000 gości.

- Posiadamy własną scenotechnikę, a także udźwiękowienie w parametrach sali koncertowej. Dodatkowo niewątpliwym atutem obiektu jest jego lokalizacja – zaledwie 250 metrów od plaży, w otoczeniu zieleni sopockich Błoni – komentuje Krystyna Hartenberger-Pater Dyrektor Marketingu i Sprzedaży Radisson Blu Hotel Sopot. - To jedna z niewielu przestrzeni hotelowych w Trójmieście, gdzie poza organizacją konferencji, spotkań branżowych czy jubileuszowych gal można zrealizować premierę aut, ekspozycje targowe i inne nietypowe wydarzenia wymagające oryginalnej oprawy. Ostatnio w naszych ogrodach usypana została plaża, tak więc przywiezienie 40 ton piachu również jest możliwe. Na swoim koncie mamy wiele niestandardowych realizacji, które dalece wykraczały poza tradycyjne ramy MICE. Z ambitnych eventów cyklicznych warto wspomnieć o Europejskim Forum Nowych Idei czy Akademii Dermatologii Estetycznej. Ten rok to również wiele ważnych wydarzeń z branży medycznej, obszaru IT czy różnego typu premier.



Fot. Sheraton

HISTORIA Z NOWOCZESNOŚCIĄ

Pomorze słynie również z obiektów historycznych, w tym szlaku zamków gotyckich. Gdy jeden z nich zaadoptowano na hotel, stał się popularnym miejscem konferencyjnym. Zamek w Gniewie, bo o nim mowa, może poszczycić się długoletnią tradycją oraz zabytkowymi przestrzeniami połączonymi imponującym dziedzińcem wykorzystywanym na różnego typu wydarzenia. Ich unikalny charakter podkreśla możliwość historycznej oprawy, która jednocześnie nie wyklucza nowoczesnych rozwiązań technicznych czy artystycznych. Z tego venue korzystają w dużej mierze firmy z Pomorza (45%), ale i z całej Polski.

- Wydarzenia biznesowe to bardzo ważny obszar naszej działalności, gdyż stanowi on około 70% dochodów hotelu. W tym roku zorganizowaliśmy 202 imprezy, w pełnym zakresie rodzaju eventów dla blisko 11 000 uczestników tych wydarzeń – mówi Dariusz Gajewski Kierownik działu Sprzedaży i Marketingu Zamku Gniew. – Wciąż prowadzimy rozmowy dotyczące przyszłego roku, aktualnie mamy zapla-

Zamek Gniew Hotel



Fot. Zamek Gniew

nowane 50 imprez. Wynik ten nie będzie miarodajny, gdyż od paru lat mamy tendencję do rezerwacji nawet największych wydarzeń na miesiąc przed dniem imprezy. Zdecydowana większość organizatorów zwraca uwagę na koszty organizacji, część na miejsce, a część na wyjątkowość tego miejsca.

Historyczną przestrzeń oferuje także otwarty dwa lata temu Dwór Uphagena Arche zlokalizowany na zrewitalizowanym Dolnym Mieście Gdańskie. Aż trudno sobie wyobrazić, że w tych industrialnych, minimalistycznie urządzonych wnętrzach nie tak dawno mieściły się sale szpitalne. W obiekcie zaadoptowano na przestrzenie noclegowe, restauracyjne oraz konferencyjne takie budynki jak: Dwór, Oficyna, Fabryka, Kotłownia i Kamienica. Całość łączy rozległy zielony dziedziniec z widokiem na zabytkowy kościół. Na miejscu powstaje muzeum gdańskiego dworku Uphagenów

oraz starego szpitala Najświętszej Maryi Panny, a sam obiekt udostępniany jest do zwiedzania, co w samo w sobie może być atrakcją także dla uczestników eventu.

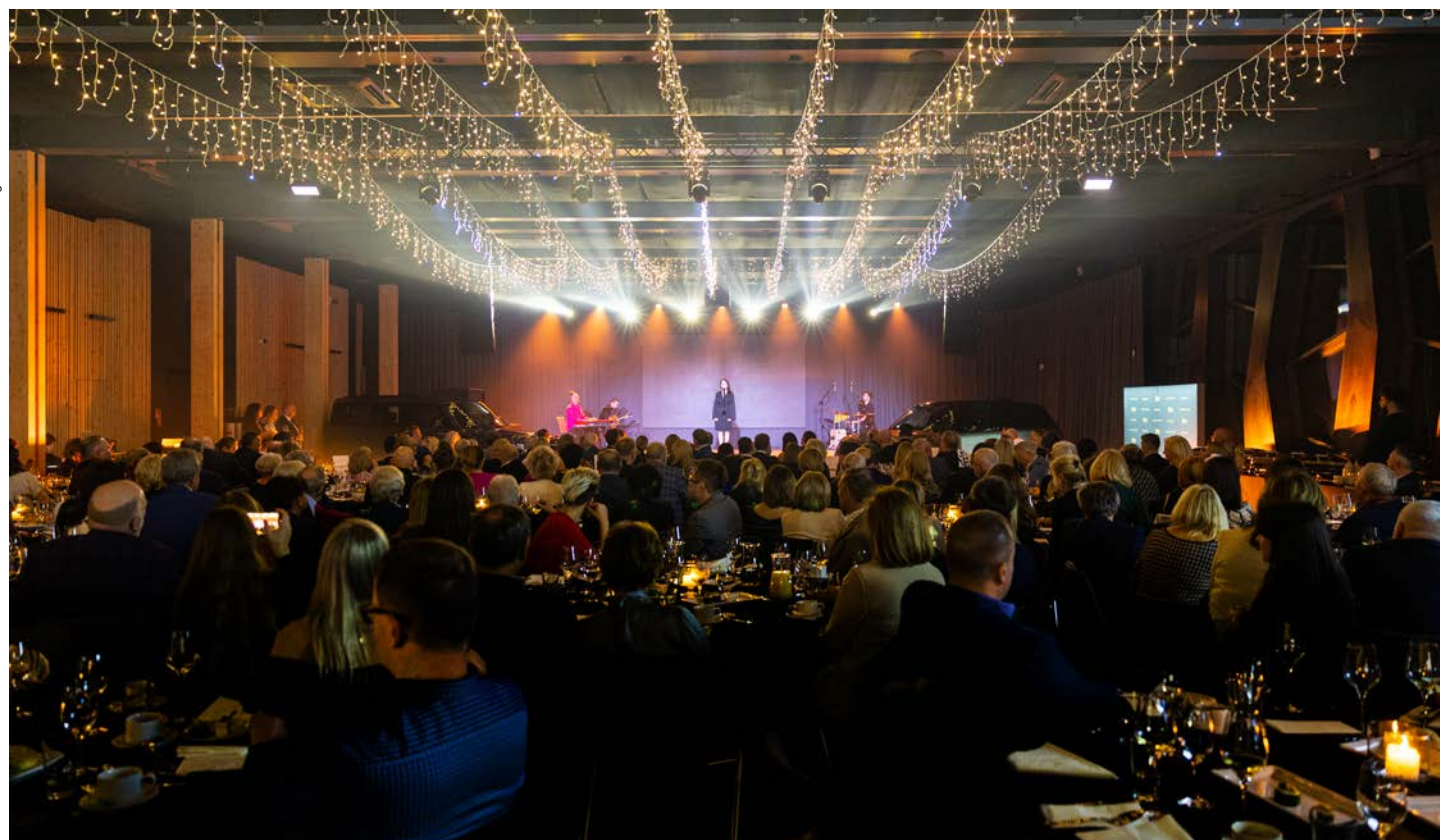
Organizatorzy konferencji starają się zapewnić swoim gościom dobre wspomnienia i to nie tylko merytoryczne. O powodzeniu wydarzenia decydują przecież także takie aspekty jak atrakcje dodatkowe, aktywności poza venue eventowym oraz w nim. Wśród tych ostatnich króluje strefa wodna ze Spa. Hotel Almond Business & Spa w Gdańsku w ramach pobytu oferuje nieograniczony dostęp do strefy wellness z basenem, jacuzzi, sauną suchą i łaźnią parową. Jak na dawną fabrykę marcepanu i kakao przystało, zabiegi spa bazują tu na olejku migdałowym i czekoladzie. To doskonałe zwieńczenie intensywnego konferencyjnego dnia i coś, dla czego warto tu się zatrzymać.

KONFERENCYJNA CHECK LISTA

Lokalizacja, pojemność, wyposażenie, zaplecze noclegowe i gastronomiczne – to najważniejsze czynniki, jakie biorą pod uwagę organizatorzy wydarzeń przy wyborze tzw. venue, czyli miejsca eventu.

Fot. Krzysztof Nowosielski

Radisson Blu Hotel



Punktem wyjścia zawsze jest lokalizacja i łatwość dojazdu do obiektu, a także dostępne miejsca parkingowe. Na tym etapie następuje także wybór między destynacjami miejskimi, a peryferyjnymi oraz między hotelami, a innymi przestrzeniami eventowymi. Lokalizacja to także dodatkowe walory dla uczestników (dostęp do morza, gór, specyficznych sportów, historycznego terenu etc.) oraz możliwość zorganizowania dla nich wyjątkowych atrakcji, które sprawiają, że dane wydarzenie będzie naprawdę niezapomniane, a na tym każdemu szanującemu się organizatorowi najbardziej zależy.

Następny aspekt to maksymalna pojemność venue i to w różnych ustawieniach. Najbardziej popularne z nich jest

teatralne (czyli wolnostojące krzesła rozsiane wg pewnego schematu na sali), bankietowe (okrągłe stoły zakryte obrusami), tzw. klasa (biurka z przyporządkowanymi do nich krzesłami), podkowa (stoły ułożone w kształt litery U) lub wyspa (jak sama nazwa wskazuje, punkt lub punkty ułożone w różnych miejscach sali, przy których może pracować grupa). Tu istotny jest także sam metraż sal zapewniający uczestnikom swobodę i komfort. Standardy unijne przewidują, że optymalnie na jedną osobę powinny przypadać 2 m kw, a minimum to 1,1 m kw.

Sama liczba sal dostępnych w obiekcie jest o tyle istotna, że przy mniejszej można mieć je na wyłączność, a przy większej – istnieje ryzyko, że centrum konferencyjne,

Najbardziej popularne i pożądane przez organizatorów elementy wyposażenia sal eventowych wg publikacji „Turystyka w 2021” wydanej przez Główny Urząd Statystyczny

Rodzaje obiektów	Obiekty posiadające:											
	salę konferencyjną			nagłośnienie	mikrofon bezprzewodowy	projektor multimedialny	zestaw do wideokonferencji	obsługę techniczną	ekran	flipchart (tablica suchościeralna)	komputer/laptop na wyposażeniu	sieć WiFi na terenie obiektu
	obiekty	sale	miejsca									
Ogółem	3 136	7 369	475 665	2 480	2 371	2 687	1 123	1 758	2 736	2 569	1 760	6 507
Obiekty hotelowe	2 234	5 812	388 744	1 816	1 739	1 981	875	1 380	2 006	1 945	1 260	3 074
Hotele	1 755	5 031	342 319	1 477	1 420	1 621	760	1 178	1 622	1 603	1 054	2 097
Motele	32	42	2 645	22	18	21	5	8	22	20	14	64
Pensjonaty	105	150	9 298	76	73	81	28	50	85	83	47	250
Inne obiekty hotelowe	342	589	34 482	241	228	258	82	144	277	239	145	663

a zwłaszcza jego przestrzenie wspólne, będzie współdzielone z innymi grupami. Szczęśliwie większe obiekty potrafią odpowiednio zarządzać cyrkulacją uczestników tak, by nie wchodzili sobie w drogę.

Warto upewnić się, jak wyposażone są sale i jakie elementy mieszczą się w cenie wynajmu. Zazwyczaj to ekran z projekтором i zintegrowany z nim komputer, mikrofon, nagłośnienie i flipchart. Ekrany i projektory mogą być wmontowane w salę lub mobilne, umożliwiające ich dowolne umiejscowienie. Dodatkowa technika przeważnie wiąże się kosztami.

W przypadku konferencji wyjazdowej organizator potrzebuje noclegu dla uczestników. Najwygodniejsza opcja to zapewnienie go w miejscu wydarzenia, co z jednej strony daje komfort, a z drugiej – pozwala łatwiej zarządzać grupą. To na pewno coś, co przemawia za wyższością hoteli nad pozostałymi venues eventowymi.

Inny argument to zaplecze gastronomiczne – to kluczowy aspekt przy organizacji wydarzeń. Uczestnicy po wybranym miejscu i zapewnionym poczęstunku oceniają sam event oraz firmę, organizację czy instytucję, która go tworzy. Gastronomia to coś, co mocno wpływa na nastrój przybyłych na wydarzenie gości.

Podobnie działa strefa spa lub chociaż basen z saunami i jacuzzi, w którym można się zrelaksować po trudach merytorycznego dnia. Uczestnicy coraz częściej dbają o swój well-being i doceniają, gdy organizator pomyśli także o tym aspekcie eventu, nawet jeśli będzie on dodatkowo płatny.

Negocjując wybór venue, warto doprecyzować, na jakie wsparcie organizacyjne i techniczne można w nim liczyć w trakcie danego eventu. Ważne, by dedykowany koordynator był na miejscu i służył pomocą, a optymalnie, gdy wspiera go także technik.



ZAMEK GNIEW



zaplecze konferencyjne:

Zamkowe Centrum Konferencyjne to 8 wyposażonych sal konferencyjnych o łącznej powierzchni 1000 m². Największa z nich oferuje 450 m² i może pomieścić 400 osób. Sale umożliwiają prowadzenie warsztatów lub szkoleń w grupach od 40 do 200 osób.

Biznesowa sala „Królewska” dla 10 osób.

technika:

projektory, mikrofony, nagłośnienie, oświetlenie

zaplecze noclegowe:

Hotel posiada w trzech budynkach historycznych ogółem 114 pokoi na 250 osób.

zaplecze cateringowe:

Restauracja „Kolumnowa”, dziedziniec pod bankiety, inne sale konferencyjne również wykorzystywane pod bankiety.

odległość od lotniska:

79 km. Dojazd autostradą A1

Hotel Zamek Gniew to kompleks budynków w skład, którego wchodzi:

Hotel Rycerski**** - zbudowany został w 1930 r. W roku 2013 r budynek został zaadoptowany na czterogwiazdkowy hotel z klimatyzowanymi pokojami w tym 2 apartamenty. W tej części hotelu znajduje się Restauracja Kolumnowa.

Hotel Pałac Marysieńki*** - Obiekt został wybudowany w latach 1674–1678 z inicjatywy ówczesnego starosty gniewskiego Jana Sobieskiego. Obecnie ta część hotelu posiada 45 stylowych pokoi w tym 8 apartamentów z przepięknym widokiem na pradolinę Wisły lub na Zamek Krzyżacki.

Zamek Pokrzyżacki - Budowę Zamku rozpoczęto w 1283 r. Zamek gościł ważne osobistości, m.in.

przebywał tu król Zygmunt III Waza. Odbudowa zabudku rozpoczęła się w latach 1968-1974, w trakcie której przywrócono częściowo wygląd zamku z czasów średniowiecza. Drugi etap odbudowy rozpoczął w 1991 r.

Obecnie w Zamku znajdują się:

- Luksusowe Komnaty Zamkowe, w tym apartament Króla Jana III o pow. 100 m kw. z przepięknymi widokami na miasto i pradolinę Wisły.
- SPA Królowej Marysieńki – mieszczące się podziemiach zamku.
- Strefa Wellness - basen wewnętrzny, jacuzzi oraz strefę saun.
- Siłownia i sala fitness,
- Księgarnia Zamkowa.



SHERATON SOPOT HOTEL



zaplecze konferencyjne:

14 sal (w tym 2 balowe) i 2 foyer – mogące pomieścić łącznie 1100 delegatów

technika:

projektory, mikrofony, nagłośnienie, oświetlenie

zaplecze noclegowe:

189 pokoi w tym 11 apartamentów

zaplecze cateringowe:

restauracje, bar, dedykowana przestrzeń na bufety w Centrum Konferencyjnym, serwis lustrzany

odległość od lotniska:

17 km od Lotniska im. Lecha Wałęsy w Gdańsku



Hotel Sheraton Sopot to kultowa destynacja nad Morzem Bałtyckim. Położony kilka kroków od piaszczystej plaży i najdłuższego drewnianego mola w Europie oferuje jedno z największych Centrów Konferencyjnych w regionie. 14 sal konferencyjnych i 2 duże foyer to niemal 3000 m² przestrzeni konferencyjnej, w tym sala balowa Baltic Panorama z widokiem na morze, dwupoziomowa sala Marco Polo czy też wysoka na 6,5 m sala Christopher Columbus. Centrum Konferencyjne Sheraton Sopot sprawdzi

się zarówno na kameralne spotkanie biznesowe dla kilku osób, jak i gale i konferencje do 1100 delegatów. Oddzielne wejście, dedykowana szatnia, winda cargo, mogąca pomieścić samochód oraz bardzo szybki Internet sprawiają, że hotel gotowy jest na najbardziej wymagające wydarzenia. O każdy szczegół dba kompetentny zespół, w tym dedykowany event manager czy specjalista do spraw wesel, wszyscy mający duże doświadczenie w organizacji zarówno kameralnych imprez jak wielkich kongresów.





Żarnowiec | fot. mat.prasowe PGE

SŁOŃCE I WIATR LEPSZE OD WODY

Choć w Polsce jest 771 elektrowni wodnych to udział hydroenergetyki w krajowej produkcji prądu pozostaje daleko w tyle za innymi OZE. Wyścig przegrywa nie tylko z energią ze słońca i wiatru, ale biomasy. Nieco lepiej na tle reszty kraju wypada samo Pomorskie, które ma 112 elektrowni, czyli aż 15% krajowego potencjału.

Autorka: Magdalena Szymańska



Rewolucja OZE nieustannie przyspiesza. Wg Instytutu Fraunhofera w 2023 roku Polska zrobiła kolejny duży krok. Z ponad 160 TWh energii jaką wyprodukowano w Polsce aż 39,42 TWh pochodziło z OZE. To oznacza 26% udziału w krajowym mikście (dla porównania w 2022 było to 19,3%, a w 2021 – 14,7%). Na sukces zapracowały przede wszystkim elektrownie wiatrowe, które wyprodukowały 22,12 TWh (14,6% krajowej produkcji prądu), a potem fotowoltaika – 12,22 TWh (13,22 TWh). Stosunkowo niewielki udział miały z kolei biomasa i woda.

Najlepszy wynik wiatraków nikogo nie dziwi. W 2021 roku ich łączna moc wyniosła 7,95 GW, a w 2022 osiągnęła już 9,63 GW. To jednak tylko połowa sukcesu, bo drugim elementem poza zainstalowaną mocą jest efektywność. W przypadku wiatraków współczynnik wykorzystania zainstalowanej mocy jest dość wysoki, bo wynosi od 30 do 40%. Dlatego też wygrywają z fotowoltaiką. Choć w 2021 jej moc zainstalowana w całym kraju wynosiła 6,66 GW, a w 2022 już 14,28 GW (czyli więcej niż wiatraków), to panele fotowoltaiczne

odznaczają się niskim współczynnikiem wykorzystania mocy (11 %), a w efekcie są mniej skuteczne.

Zgodnie z danymi Urzędu Regulacji Energetyki w 2022 roku moc zainstalowana elektrowni wodnych wynosiła 989 MW, a więc nieznacznie więcej niż elektrowni na biomasę (981 MW). Jednak to z biomasy powstaje więcej energii, bo zapewnia pełną moc przez dłuższy czas niż woda, podczas gdy warunki hydrologiczne są zróżnicowane, a przepływ wody i jej spadek nie są stałe.

DUŻE ELEKTROWNIE NIEEKOLOGICZNE?

Choć dzisiaj hydroenergetyka wyraźnie jest w ogonie za innymi źródłami energii, to jednak ona ma najdłuższą historię jako OZE. Wystarczy wspomnieć, że najstarsze elektrownie wodne w Polsce działają już od ponad 100 lat. Na Pomorzu najstarsze elektrownie to Rutki i Straszyn na Raduni. Zaprojektowano je w systemie kaskadowym. Tę w Straszynie uruchomiono w 1910 r. jako pierwszą na wypływającej z Kaszub Raduni. Na odcinku 105 km,



Żarnowiec | fot. mat.prasowe PGE

spad od źródła do ujścia rzeki to aż 162 m. W sumie na Raduni w XIX i XX wieku powstało osiem elektrowni zasilających Gdańsk. Oprócz Rutek i Straszyna są też w Łapinie, Bielkowie, Prędzieszynie, Kuźnicach, Juszkwie i Pruszczu Gdańskim. Większość z nich musi pracować jednocześnie. Cztery z nich tj. Rutki, Łapino, Bielkowo i Straszyn udostępniono zwiedzającym jako część Szlaku Zabytków Hydrotechniki.

Szczyt rozwoju hydroenergetyki przypadł na lata 50., 60. i 70. XX wieku. Wtedy też budowano najczęściej, najczęściej na obszarach górskich, Wiśle, a dalszej kolejności na Odrze. W kolejnych dekadach impet mocno wyhamował, a uwaga skupiła się na fotowoltaice i energii wiatrowej. Jednym z głównych przyczyn jakie zahamowały rozwój hydroenergetyki poza wysokimi kosztami budowy są czynniki środowiskowe – zaczął przeważać pogląd, że budowa elektrowni wodnych zaburza środowisko, naturalne ciekły wodne i rzeki podziemne, niszczy florę i faunę, pogłębia erozję rzek. Pod tym kątem zaczęły się też systematycznie zmieniać przepisy, które nałożyły nowe restrykcje i wymogi. Tym samym budowa elektrowni wodnych prawie, że stanęła.

SŁUPSKIE ZAGŁĘBIE WODNE

Dzisiaj buduje się wyłącznie te najmniejsze elektrownie o jak najmniejszym stopniu oddziaływania na środowisko. W Polsce jest obecnie 771 elektrowni wodnych, z czego w samym Pomorskiem aż 112. Z kolei według wykazu URE nieuwzględniającego mikroinstalacji (czyli o mocy nie większej niż 40 kW) w kraju działa 489 instalacji hydroenergetycznych, z tego aż 84 na Pomorzu. Obydwa zestawienia wysoko plasują województwo pomorskie. Najwięcej - 13 hydroelektrowni ma powiat słupski, potem powiat starogardzki z 11 instalacjami i gdański z 9. Sama gdańska Energa posiada 45 małych elektrowni wodnych o łącznej mocy około 40 MW. Ponad połowa z nich znajduje się na Pomorzu. Ich łączna moc to 26,4 MW. Największą moc zainstalowaną ma elektrownia wodna Bielkowo na Raduni (ok 5,85 MW). Spośród pomorskich hydroelektrowni Energa ona też produkuje najwięcej energii.

- Produkcja z elektrowni wodnych jest uzależniona od bieżących warunków hydrologicznych, te zaś są zmienne i nieporównywalne rok do roku. Na podstawie ostatnich dwóch lat można jednak stwierdzić, że procentowy udział wszystkich hydroelektrowni



Biesowice | mat. Prasowe Energa

HYDROENERGIA ZE WSPARCIEM SŁOŃCA I WIATRU

Istnieją sposoby, by hydroenergetykę uczynić jeszcze bardziej ekologiczną i niezależnym źródłem energii elektrycznej. Hydroelektrownie można wspomagać wiatrakami lub panelami fotowoltaicznymi. Uzyskana w ten sposób energia może być wykorzystana w elektrowniach szczytowo-pompowych, aby wpompować wodę do zbiornika znajdującego się na dużej wysokości.

Przykładem takiego energetycznego samograja jest należąca do archipelagu Kanarów wyspa El Hierro z unikalną elektrownią wiatrowo-wodną Gorona del Viento. Już w 2014 roku pochodząca z pięciu wiatraków energia pokrywała 80–85 proc. zapotrzebowania wyspy. Na potrzeby hydroenergetyki w pobliżu miejscowości Valverde powstał zbiornik o pojemności 150 tys. m³. Drugi, o pojemności 550 tys. m³, zlokalizowany jest 650 m wyżej, w kraterze wygasłego wulkanu.

Przy regularnym i mocnym wietrze nadwyżka energii elektrycznej trafia do stacji pomp,

przetaczających wodę z mniejszego zbiornika, do większego, położonego wyżej. Jeżeli wiatr słabnie, otwierają się sterowane komputerowo przepusty, a spływająca woda porusza turbiny, których wydajność osiąga 11,3 MW. Teoretycznie, przy bezwietrznej pogodzie hydroelektrownia może zaspokajać energetyczne zapotrzebowanie wyspy przez 48 godzin.

W innych regionach sprawdzić się może mariaż fotowoltaiki i energii pochodzącej z wody. Takie pionierskie rozwiązanie w 2017 roku zastosował Ciel&Terre francuski producent pływających systemów fotowoltaicznych, instalując panele o łącznej mocy 220 kW mocy na zbiorniku przy tamie na rzece Rab ago w Portugalii. Tama działa od lat 60-tych XX wieku. Sam zbiornik ma 60m głębokości, a powierzchnia lustra wody zmienia się nawet o 30m. Zakład miał wygenerować 332 MWh energii elektrycznej w pierwszym roku działalności, jednak już w ciągu pierwszych 7 miesięcy osiągnięto produkcję 160 MWh, czyli wyższą niż oczekiwano.

w łącznej produkcji z OZE grupy mieści się między 30 a 40%, a małych elektrowni wodnych – ok. 10% - wyjaśnia Krzysztof Kopeć, dyrektor Biura Prasowego Energa S.A.

ŻARNOWIEC NAJWIĘKSZY W POLSCE, CHOĆ NIE OZE

Oddzielną kategorią elektrowni wodnych, których jednak nie zalicza się do OZE, stąd nie są ujmowane w statystykach OZE są elektrownie szczytowo – pompowe. To te największe i najbardziej znane budowle. Na świecie najsłynniejszą z nich jest chińska Tama Trzech Przełomów, a w Polsce elektrownia nad Jeziorem Żarnowieckim na Pomorzu. I choć korzystają z wody to nie należą do OZE. Dlaczego? Rzecz w tym w jaki sposób woda napędza turbinę, która następnie wytwarza energię: dzięki naturalnemu spadkowi wody, spiętrzeniu, siłą nurtu rzeki, prądów morskich albo fal.

W elektrowniach szczytowo – pompowych woda jest pompowana na szczyt zbiornika, a następnie zrzucana w dół, wytwarzając tym samym energię. Do pompowania potrzebna jest jednak też energia, w tym przypadku przekazywana z zewnątrz. Dlatego wielkie elektrownie traktuje

się nie tyle jako źródła energii, ale jako jej wielkie magazyny. W sytuacji, gdy w sieci jest nadwyżka energii, trafia do elektrowni, dzięki, czemu pompowana jest woda. Z kolei, gdy w sieci nastąpi niedobór energii elektrownia może błyskawicznie spuścić wodę i oddać energię.

W Polsce jest sześć elektrowni tego typu, z czego największa w Pomorskiem, nad Jeziorem Żarnowieckim. To sztuczne jezioro zajmuje 135 hektarów, a jego pojemność sięga 13,8 mln metrów sześciennych. Elektrownia pełną moc osiągnęła w 1983 roku i do dziś jest największą polską elektrownią wodną. Jej moc zainstalowana to 716 MW. Do produkcji energii wykorzystuje spiętrzone wody jeziora, a także zmagazynowane w zbiorniku na pobliskim płaskowyżu. Dzięki temu zgromadzona woda pozwala wyprodukować 3,5 GWh energii elektrycznej. Wodę doprowadzają rurociągi o długości 1100 metrów, przez które przepływa ponad 700 m³ wody na sekundę.

Turbiny tej wielkiej hydroelektrowni mogą być uruchamiane zdalnie z Warszawy. Obiektem zarządza PGE Energia Odnawialna S.A.



TYLKO 1,5% Z WODY

16% energii na świecie wytwarzanych jest dzięki wodzie. W Polsce to około 1,5%. Energia wytwarzana jest w elektrowniach przepływowych, pływowych, szczytowo – pompowych, zaporowych.

Największe z nich to zapory i elektrownie szczytowo – pompowe, które potrzebują do pracy energii z zewnątrz. Stąd traktowane są jako wielkie magazyny energii i nie są zaliczane do OZE. Największa z nich to Tama Trzech Przełomów w Chinach (moc 22,5 GW) i Itapu na granicy Brazylii i Paragwaju (14 GW). W Polsce działa 6 elektrowni szczytowo – pompowych o łącznej mocy 1,9 GW. Największą hydroelektrownią jest Żarnowiec w Pomorskiem. Ponadto mamy 771 elektrowni wodnych zaliczanych do OZE.



Ciecholub | mat. Prasowe Energa

MAŁYCH POWSTAJE NIEWIELE, A W PLANACH WIELKIE ELEKTROWNIE

Wiele wskazuje na to, że przepaść pomiędzy wodą, a słońcem i wiatrem będzie się pogłębiać. Za każdym z tych sektorów stoją określone argumenty społeczne i naukowe, a przede wszystkim biznes. Energia ze słońca budzi niezmiennie duże zainteresowanie, ale w największej ofensywnie jest dzisiaj energia z wiatru. W 2022 zliberalizowano przepisy dotyczące budowy farm wiatrowych na lądzie, które – wiele na to wskazuje – mogą ulec dalszej liberalizacji. Głównym celem jest zmniejszanie odległości wiatraków od zabudowań mieszkalnych. Im mniejsza będzie dopuszczalna odległość tym wzrośnie liczba terenów na których będzie można budować wia-

traki. Ta kwestia budzi najczęściej kontrowersji, bo budowa wiatraków nie jest całkowicie neutralna ani dla krajobrazu, ani dla środowiska, ani dla ludzi. Dlatego główna ofensywa już rozgrywa się na morzu, gdzie w ciągu kilku lat mają powstać wielkie farmy wiatrowe. Te inwestycje, z dala od lądu prawie nie budzą emocji.

Wobec powyższego plany dotyczące hydroenergetyki wydają się bardzo skromne. Teoretycznie Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej prowadzi dwa programy zachęcające do budowy elektrowni wodnych. W ramach programu Agroenergia rolnicy mogli ubiegać się o dofinansowanie na biogazownie i małe elektrownie wodne o mocy do 500 kW. Dofinansowanie jest w formie pożyczki do poziomu 100% lub dotacji do 50% kosztów

i do kwoty 2 500 000 zł. Mimo barier prawnych i fiskalnych dla hydroenergetyki oraz popularności innych OZE, znaleźli się chętni do inwestowania w tym obszarze. W ramach Agroenergii wpłynęły trzy wnioski na mikroelektrownie wodne, z czego dwa zostały odrzucone. Trwają negocjacje przed podpisaniem umowy o wsparciu dla jednej takiej instalacji.

Dofinansowanie na budowę większych elektrowni wodnych o mocy powyżej 10 kW i do 10 MW zakłada z kolei program Energia dla wsi, w którym nabór wniosków trwał do połowy grudnia 2023. Uzyskać można było do 45% dofinansowania (+10% dla średniego przedsiębiorcy i +20% dla mikro i małego przedsiębiorcy). Są też pożyczki. Dotychczas

w ramach programu Energia dla wsi wpłynęły dwa wnioski dotyczące hydroenergetyki.

Niezależnie od małych OZE od lat pojawiają się pomysły budowy kolejnych wielkich elektrowni w Polsce, głównie z przeznaczeniem pod magazyny energii. Dzisiaj jest ich 6, o łącznej mocy zainstalowanej 1,9 GW. I tak, PGE ujawnił, że chce do 2030 roku postawić elektrownię w Młotach, Energa (Orlen) do 2029 chce wybudować elektrownię w Tolkmicku nad Zalewem Wiślanym, a Tauron do 2030 chce zbudować Różnów II. Jeżeli plany zostaną zrealizowane to łączna moc nowych obiektów wyniesie 2,5 GW. Dla porównania Zapora Trzech Przełomów ma 22,5 GW, a Itapu na granicy Brazylii i Paragwaju 14 GW.

BO ENERGIA LEŻY W WODZIE

Rozwój energetyki wodnej w Polsce, jak również w wielu państwach Unii Europejskiej blokuje przekonanie o szkodliwości stopni wodnych dla środowiska przyrodniczego. W oparciu o nie sformułowano akty prawne związane z ochroną przyrody i zasobów wodnych, tak, aby można je było wykorzystywać do blokowania wszelkich inicjatyw związanych nie tylko z energetyką wodną, ale również np. z ochroną przeciwpowodziową. Kampanie prowadzone przez środowiska „proekologiczne” jednostronnie postrzegają skutki budowy stopni wodnych i zbiorników wodnych wykorzystywanych m.in. do produkcji energii elektrycznej – mówi dr inż. Witold Sterpejkowicz-Wersocki z Katedry Geotechniki i Inżynierii Wodnej Politechniki Gdańskiej.



Lapino | mat. Prasowe Energia

Magdalena Szymańska: Na świecie aż 16% energii pochodzi z wody. W Polsce około 1,5%. Z czego wynika tak mały udział w krajowym mikscie energetycznym?

Dr Witold Sterpejkowicz – Wersocki, Katedra Geotechniki i Inżynierii Wodnej Politechniki Gdańskiej: Polska jest krajem w przeważającej części nizinnym. Nie mamy dogodnych warunków do wytworzenia wysokich piętrzeń wody, a co za tym idzie uzyskania wysokich mocy w elektrowniach wodnych. Zasoby wodne Polski również nie są imponujące. Na jednego mieszkańca przypada zaledwie około 1/3 średniej europejskiej. To sprawia, że Polska ma jedno z najmniejszych zasobów wodnych Europy. W latach 1953-1961 zespół specjalistów pod kierunkiem prof. Alfonsa Hoffmanna oszacował potencjał hydroenergetyczny wód płynących w Polsce. Według tego opracowania teoretyczne zasoby wodno-energetyczne dla średniego roku hydrologicznego wynoszą około 23 TWh/rok, zaś zasoby techniczne około 14 TWh/rok. Ograniczony potencjał hydroenergetyczny wynika głównie z warunków topograficznych i opadów. Dodatkowo jego wykorzystanie jest niewielkie i wynosi zaledwie około 17%.

A jak Polska wypada na tle innych krajów?

Wykorzystanie potencjału technicznego w Rumunii wynosi około 48%, w Czechach około 56%, a w Słowacji około 65%. Niższe od Polski wykorzystanie potencjału jest na przykład w Białorusi – 12%, czy w Gruzji – 10%. Wyjątkowa pod względem wykorzystania potencjału technicznego jest Norwegia, gdzie energetyka wodna pokrywa zapotrzebowanie na energię w około 98%. Umożliwiły to inwestycje realizowane głównie w drugiej połowie XX w., podobnie jak w wielu innych państwach zachodnich.

W skali światowej największy rozwój energetyki wodnej obserwuje się w Chinach, Indiach, Brazylii, czy Turcji, gdzie energetyka wodna ma kluczowe znaczenie. Największym producentem energii pozyskiwanej z wody są Chiny. Wg danych z 2022 r. było to około 1,3 PWh/rok, podczas gdy w 2013 r. było to 0,92 PWh/rok.

Ile mamy obecnie elektrowni wodnych?

Według danych URE na koniec roku 2019 w Polsce funkcjonowało 771 elektrowni wodnych w sektorze OZE, czyli bez uwzględnienia elektrowni wodnych szczytowo-pompowych. W województwie pomorskim było ich 112, a ich łączna moc to 31,4 MW.

Która z elektrowni wodnych na Pomorzu ma największą moc?

Największą moc z grupy OZE ma Biolkowo na Raduni. To 7,2 MW. Uzyskanie tak dużej mocy na stosunkowo małej rzece było możliwe dzięki wybudowaniu dwóch zbiorników połączonych kanałem derywacyjnym, z których woda doprowadzona została do elektrowni sztolni, w efekcie czego spad w Biolkowie wynosi aż 44,8 m. Elektrownią wodną o największej mocy jest elektrownia szczytowo-pompowa Żarnowiec, która osiąga moc 716 MW podczas pracy turbinowej lub 800 MW podczas pracy pompowej.

Jest to jednocześnie elektrownia wodna o największej mocy w Polsce.

Jak najlepiej wykorzystywać potencjał rzek?

Najbardziej racjonalnym podejściem do wykorzystania energetycznego zasobów wód płynących jest budowa kaskadowych stopni wodnych. Przykład takiego podejścia znajdziemy na niewielkiej Raduni, najbardziej pracowitej rzece w Polsce. W latach 1910 – 1937 wykorzystując spad około 100 m zbudowano tu 8 elektrowni wodnych: Rutki, Łapino, Biolkowo, Straszyn, Prędziszyn, Kuźnice, Juskowo, Pruszcz, tworząc kaskadę stopni energetycznych o łącznej mocy około 14 MW.

Jednak ten potencjał w kraju wykorzystujemy tylko do pewnego stopnia. Niektórych inwestycji nawet nie sfinalizowano.

Elementem niedokończonej kaskady jest samotny stopień wodny na Wiśle we Włocławku. Miał być częścią Kaskady Dolnej Wisły, składającej się z 8 stopni wodnych od Tczewa do Wyszogrodu. Projekt, pomimo wielu prób, nie doczekał się kontynuacji. Zaniechanie budowy stopni wodnych poniżej Włocławka, według ostatniej koncepcji "Programu rozwoju drogi wodnej rzeki Wisły" z 2019 r., skutkuje w skali roku brakiem wytworzenia około 1724 GWh energii lub koniecznością pokrycia tego braku z innych, najczęściej nieodnawialnych źródeł. Taka była szacowana średnioroczna produkcja energii elektrycznej na stopniach wodnych leżących od Włocławka do Gniewa.

Czy w dobie rozwoju energetyki wiatrowej i fotowoltaiki można mówić o nowinkach technicznych w obszarze hydrotechniki?

Trwają badania nad wykorzystaniem nowych rodzajów turbin, np. vortex lub turbin o wirniku ukształtowanym w sposób bardziej przyjazny dla ryb. Badania prowadzone są również dla turbin pracujących na małych lub ultramałych spadach, co w naszych warunkach topograficznych jest dość istotne. W Polsce są tylko dwa laboratoria zajmujące się badaniami modelowymi turbin, w tym jedno na Pomorzu - Instytut Maszyn Przepływowych PAN w Gdańsku.

Hydroenergetyka jest obecnie w Polsce najmniej znaczącym źródłem energii odnawialnej energii. Przeszło dwa razy



Witold Sterpejkowicz-Wersocki



Braswald | mat. Prasowe Energa

więcej pochodzi z instalacji wykorzystujących energię promieniowania słonecznego i aż 97 razy więcej z biomasy...

To prawda, hydroenergetyka stanowi obecnie najmniej znaczące źródło energii odnawialnej. W rozmowach, artykułach lub komentarzach w mediach na temat odnawialnych źródeł energii jest wręcz pomijana. Najbardziej dynamiczny okres w budowie ambitnych projektów związanych z hydroenergetyką w Polsce przypada na lata 60. i 70. XX w. To też czas, kiedy wiele obiektów małej energetyki wodnej popadło w ruinę. W latach 80. w związku z kryzysem państwa rozwój sektora hydroenergetycznego, w tym także budownictwa wodnego zahamował. Brak znaczących inwestycji skutkuje brakiem zainteresowania wśród młodych inżynierów, w efekcie czego Polska straciła kilkadziesiąt lat i doświadczenie specjalistów w branży budownictwa wodnego.

Dlaczego nie staramy się nadrobić tej straty?

Rozwój energetyki wodnej w Polsce, jak również w wielu państwach Unii Europejskiej blokuje przekonanie o szkodliwości stopni wodnych dla środowiska przyrodniczego. W oparciu o nie sformułowano akty prawne związane z ochroną przyrody i zasobów wodnych, tak, aby można je było wykorzystywać do blokowania wszelkich inicjatyw związanych nie tylko z energetyką wodną, ale również np. z ochroną przeciwpowodziową. Kampanie prowadzone przez środowiska „proekologiczne” jednostronnie postrzegają skutki budowy stopni wodnych i zbiorników wodnych wykorzystywanych m.in. do produkcji energii elektrycznej.

Czyli hydroenergetyka podupada z uwagi na jednostronną narrację i niesprzyjające ramy prawne?

Problemem jest niestabilność uwarunkowań prawnych i ekonomicznych, wynikające z braku konsekwentnej polityki wobec sektora hydroenergetycznego, wysokich obciążeń fiskalnych, a także związanych z utrzymaniem zapór i zbiorników wielozadaniowych.

Do budowy elektrowni wodnych skutecznie zniechęcają procedury m.in. konieczność uzyskania decyzji o środowiskowych uwarunkowaniach inwestycji, oceny oddziaływania na środowisko obligatoryjne dla obiektów o mocy powyżej 2,5 MW, raport oceny oddziaływania na obszar Natura 2000 dla inwestycji w tym obszarze lub jego sąsiedztwie, pozwolenia wodnoprawne, decyzje o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, projekt techniczny i oczywiście pozwolenia na budowę.

Ale to nie wszystkie ograniczenia...

W Polsce każdy grunt pokryty wodami płynącymi uznawany jest za własność Skarbu Państwa. Inwestor musi nabyć prawa do dysponowania gruntem nie tylko na obszarze budowy stopnia wodnego m.in. zapory, jazu, elektrowni, ale też przyszłego zbiornika oraz opłacać dzierżawę jeszcze na etapie uzgodnień z ochroną środowiska. Należy też wnioskować o przyłączenie obiektu do sieci energetycznej, co niekiedy oznacza znaczące nakłady oraz uzyskać koncesję na wytwarzanie energii. Przygotowanie inwestycji związanej z budową elektrowni wodnej to szacunkowo od 5 do 8 lat. Do tego doliczyć należy czas budowy obiektów hydrotechnicznych, instalacji urządzeń oraz ich rozruchu. W efekcie nie dziwi wzrost udziału innych źródeł energii, jak np. farmy fotowoltaiczne lub wiatrowe, w stosunku do elektrowni wodnych.

Dlaczego warto te procedury uprościć?

Energia wytwarzana w elektrowniach wodnych jest całkowicie odnawialnym i czystym źródłem energii, a zbiornik wodny powstały w wyniku spiętrzenia wody, spełnia wiele dodatkowych funkcji. Elektrownie wodne zwiększają retencję wód powierzchniowych i gruntowych, tj. stabilizują poziom zwierciadła wody gruntowej, zapobiegając skutkom suszy. Powodują także napowietrzenie wody oraz jej oczyszczenie, m.in. poprzez systematyczne usuwanie śmieci i osadów gro-

madzących się na kratkach wlotowych do elektrowni. Woda zgromadzona w zbiorniku może być wykorzystana do innych celów np. nawodnień rolniczych lub leśnych oraz umożliwia żeglugę, a więc najbardziej ekologiczny i ekonomiczny transport. Zbiorniki podnoszą też atrakcyjność terenów leżących nad nimi. Ogromną zaletą elektrowni wodnych w stosunku do innych źródeł OZE jest stabilna i przewidywalna produkcja energii elektrycznej. Elektrownie wodne, nawet te największe, można uruchomić do pracy z postoju do pracy z pełną mocą w ciągu zaledwie kilku minut. To nie jest możliwe w elektrowniach konwencjonalnych (ciepłownach).

Czyli hydroenergetyka niesie wiele korzyści, które nie są skutecznie komunikowane?

Tak. Oprócz wymienionych wcześniej korzyści, związanych głównie z elektrowniami wodnymi przepływowymi lub zbiornikowymi, osobne korzyści dotyczą elektrowni wodnych szczytowo-pompowych, które stanowią niezbędny element na drodze do transformacji energetycznej. Nie istnieje bardziej efektywny i przyjazny dla środowiska sposób magazynowania energii niż elektrownie szczytowo-pompowe, a dokładniej górne zbiorniki elektrowni szczytowo-pompowych. Dla porównania górny zbiornik największej w Polsce elektrowni szczytowo-pompowej w Żarnowcu stanowi wodny magazyn energii o pojemności 3600 MWh i mocy 716 MW, a największy baterijny magazyn energii przy farmie wiatrowej Bystra, wykorzystujący litowo-jonowe i kwasowo-ołowiowe baterie o dużej pojemności ma moc 6 MW i pojemność 27,3 MWh. Osobnym problemem jest utylizacja baterii po okresie ich przydatności. Ten problem nie występuje w elektrowni szczytowo-pompowej. Inną zaletą elektrowni wodnych, zwłaszcza szczytowo-pompowych, to kompensacja fluktuacji parametrów sieci elektroenergetycznych wprowadzanych do niej przez niestabilne źródła energii.

Skoro najwięcej inwestycji w hydroenergetykę w Polsce przypada na lata 60 i 70 XX w. to zapewne wiele obiektów czeka na modernizację...

”

Nie istnieje bardziej efektywny i przyjazny dla środowiska sposób magazynowania energii niż elektrownie szczytowo-pompowe, a dokładniej górne zbiorniki elektrowni szczytowo-pompowych.

Dla porównania: górny zbiornik największej w Polsce elektrowni szczytowo-pompowej w Żarnowcu stanowi wodny magazyn energii o pojemności 3600 MWh i mocy 716 MW, a największy baterijny magazyn energii przy farmie wiatrowej Bystra, wykorzystujący litowo-jonowe i kwasowo-ołowiowe baterie o dużej pojemności ma moc 6 MW i pojemność zaledwie 27,3 MWh.

”

Budowle wodne pracują w trudnym środowisku, gdzie mamy do czynienia ze stałą obecnością wody, wilgoci, procesami filtracyjnymi lub sufozyjnymi, korozją mrozową, itp. Sprawia to, że budowle te w większym stopniu niż inne, narażone są na oddziaływanie procesów niszczących, czego konsekwencją jest konieczność podejmowania prac remontowych, związanych głównie z naprawami konstrukcji betonowych lub ziemnych budowli piętrzących. Równolegle prowadzone są także modernizacje istniejących obiektów, które związane są przede wszystkim z unowocześnieniem części elektrycznej tj. transformatorów, rozdzielnic, systemów sterowania, automatyzacji, lub wymianą systemów smarowania łożysk z olejowych na wodne, które są bardziej ekologiczne. Części hydrotechniczna i hydromechaniczna funkcjonalnie pozostają w zasadzie niezmienione. Wynika to z faktu, że turbiny wodne stosowane w elektrowniach są maszynami hydraulicznymi o stosunkowo wysokiej sprawności, która w przypadku dużych jednostek osiąga wartości ponad 90%. Dla porównania sprawność pełnowymiarowych modułów fotowoltaicznych osiąga około 24%.

O czym jeszcze się nie mówi w temacie złożonych uwarunkowań zaniechania rozwoju energetyki wodnej?

Zaniechania w budownictwie wodnym w wielu krajach skutkują katastrofalnymi powodziąmi, a w Polsce również systematycznym obniżaniem się poziomu wód gruntowych. Aby kształtować społeczne poparcie dla budowy nowych piętrzeń i zbiorników wielozadaniowych, służących między innymi energetyce wodnej, należy upowszechniać wiedzę o ogromnych korzyściach płynących z racjonalnej gospodarki wodnej oraz dbałości o to, aby obiekty hydrotechniczne pozytywnie oddziaływały na środowisko naturalne. Dzisiejsze wyzwania, a zwłaszcza konsekwencje zmian klimatycznych wymagają przyłożenia znacznie większej wagi do zagadnień retencjonowania wody i magazynowania energii, jak również właściwego zarządzania tymi zasobami, które pomimo, że są odnawialne, to dostępne są w ograniczonej ilości.



ENERGETYCZNA WOLNOŚĆ W MAGAZYNIE

Wzrastające zapotrzebowanie na energię, a z drugiej strony coraz liczniejsze możliwości jej samodzielnego wytwarzania powodują, że coraz większym wyzwaniem jest jej efektywne wykorzystanie. Tak, by gromadzić energię, gdy jest jej za dużo i wykorzystać, gdy jej brakuje. Jednym ze skutecznych rozwiązań jest przemysłowy magazyn energii Energate, projekt pomorskiej spółki Elmech Ase z Grupy Mercor. Może być wykorzystywany praktycznie wszędzie: w przemyśle, usługach, biurach, centrach handlowych, czy też do ładowania samochodów elektrycznych.

Magazyny energii to nic innego jak baterie zarządzane przez specjalny system informatyczny, który pozwala na zasilanie nie tylko urządzeń, ale i całych obiektów. Składają się z elektronicznego modułu przetwarzania i zarządzania energią oraz szaf z bateriami. Magazyn jest zabezpieczony przez monitorujący go program oraz system ochrony przeciwpożarowej umieszczony wewnątrz. Całość może być zainstalowana w budynku lub zamknięta w wolnostojącym, kompaktowym kontenerze. Tak właśnie wygląda modelowy magazyn Energate produkowany przez pomorską firmę Elmech – ASE, która posiada ponad 35-letnie doświadczenie w produkcji urządzeń energoelektrycznych. W rozwiązaniach technologicznych wspiera ją gdańska Grupa Mercor S.A., której częścią jest Elmech.

OSZCZĘDNOŚĆ DLA CENTRÓW HANDLOWYCH

Jednym z miejsc, gdzie można wykorzystać Energate są centra handlowe. Peak shaving to redukcja szczytowego zapotrzebowania na energię. Centra handlowe często mają duże szczyty zużycia energii w określonych godzinach, na przykład w czasie największego ruchu klientów. Magazyn energii pozwala na gromadzenie energii w okresach niskiego zużycia i uwalnianie jej w czasie szczytowego zapotrzebowania, co może pomóc w zniwelowaniu szczytowych obciążeń sieci i zmniejszeniu kosztów związanych z energią.

Time shifting to zmiana profilu poboru energii polegająca na kupowaniu prądu z sieci, kiedy jest tani w tzw. taryfowej reszcie doby, a zużywaniu, kiedy jest droższy w szczytach przedpołudniowym i popołudniowym. To jedna z bardziej efektywnych metod oszczędzania, którą daje magazyn energii.

Centra handlowe często mają duże dachy lub parkingi, które mogą być wykorzystane do instalacji paneli słonecznych lub innych źródeł energii odnawialnej. Magazyn energii pozwoli na przechowywanie nadmiaru wyprodukowanej energii i wykorzystanie jej w momencie, gdy jest najbardziej potrzebna. W tej sytuacji wykorzystanie darmowej, zielonej energii jest dużo bardziej opłacalne niż sprzedawanie jej do sieci za dużo niższą cenę niż zostałaaby pobrana później.

ELEKTRYKI W KAŻDYM DOMU

Energate to doskonałe wsparcie ładowania samochodów elektrycznych. Pozwala na oszczędności, dzięki temu, że ładowanie jest możliwe, kiedy energia jest najtańsza. Pod koniec listopada w Polsce funkcjonowało 3277 ogólnodostępnych stacji ładowania z 5829 punktami, z czego 25% stanowiły szybkie punkty ładowania prądem stałym, a 75% wolne punkty prądu przemiennego. To jednak kropla w morzu potrzeb wobec rosnącej liczby „elektryków”, stąd by zaspokoić potrzeby ich użytkowników liczba stacji musi lawinowo rosnąć. Najlepszym rozwiązaniem

OPTIMALIZACJA KOSZTÓW ZAKUPU ENERGII

Firmy mają do wyboru kilka możliwości optymalizacji kosztów zakupu energii elektrycznej. Pierwszą z nich jest zmniejszenie zapotrzebowania np. przez wymianę oświetlenia z tradycyjnego na LEDowe, co jednak może spowodować pojawienie się opłat za pobór energii biernej, które są eliminowane przez instalacje kompensatorów energii biernej.

Drugim sposobem jest zmniejszenie ilości kupowanej energii od zakładu energetycznego przez instalację własnego źródła w postaci instalacji fotowoltaicznej lub wiatrowej. Własna instalacja OZE to źródło darmowej, a przede wszystkim zielonej energii. Niestety mają jednak swoje wady. Pierwszą z nich jest niestabilna i zależna od warunków pogodowych produkcja. Drugą są coraz częstsze odmowy przyłączenia instalacji ze względu na niewystarczające zdolności przesyłowe i przyłączeniowe. Trzecią wadą są nadwyżki produkowanej energii, które są sprzedawane do sieci, a następnie odkupywane przez firmy po dwukrotnie wyższej cenie.

Trzecim, najbardziej efektywnym sposobem na optymalizację kosztów jest połączenie fotowoltaiki z magazynem energii. Firmy mogą znacząco obniżyć koszty zakupu energii przez budowę własnego źródła wytwórczego oraz zarządzanie energią produkowaną we własnej instalacji i kupowaną z sieci energetyki. Czas zwrotu magazynu energii w firmie to 4 do 7 lat, a jest on zależny między innymi od wielkości i struktury zużycia energii, wysokości cen, mocy instalacji fotowoltaicznej.

pod kątem komfortu jest ładowanie w miejscu zamieszkania, np. w garażu podziemnym budynku wielorodzinnego. Problemem może być jednak moc przyłączeniowa, bo w przypadku stacji szybkiego ładowania potrzebna jest wielokrotnie większa infrastruktura zasilająca. O ile w nowobudowanych budynkach można ją wcześniej zaplanować, co jednak i tak zwiększy mocno koszty, to w już istniejących budynkach, jej zwiększenie może być długotrwałe, kosztowne lub wręcz niemożliwe. Zamiast tego można jednak zainstalować Energate, który byłby ładowany w ciągu niższego zużycia, by następnie zasilać stację ładowania w okresie szczytu zapotrzebowania.

CABLE POOLING I SPÓŁDZIELNIE ENERGETYCZNE

Magazyn energii jest także istotnym elementem cable pooling. To strategia, która polega na współdzieleniu infrastruktury przyłączeniowej pomiędzy różnymi źródłami energii elektrycz-

nej. W ramach tego modelu, źródła energii, takie jak elektrownie słoneczne, wiatrowe czy wodne, mogą korzystać z tych samych instalacji przyłączeniowych, dzięki czemu redukowane są koszty inwestycyjne oraz minimalizowane są ograniczenia związane z brakiem mocy przyłączeniowych. Magazyny energii są dodatkowym elementem tego scenariusza, odgrywając kluczową rolę przez zapewnienie elastyczności i wydajności systemu. Pozwalają na gromadzenie nadmiarowej energii w okresach, gdy produkcja przewyższa zapotrzebowanie. W momencie spadku produkcji, na przykład w nocy lub w czasie braku słońca, magazyny mogą dostarczać zgromadzoną energię, stabilizując dostawę i minimalizując ryzyko przerw.

Stosunkowo nowym rozwiązaniem na rynku energetycznym są spółdzielnie energetyczne. To wspólnota wytwórców energii i odbiorców, której celem jest produkcja energii z OZE na własne potrzeby. Nadwyżka produkcyjna przekazywa-



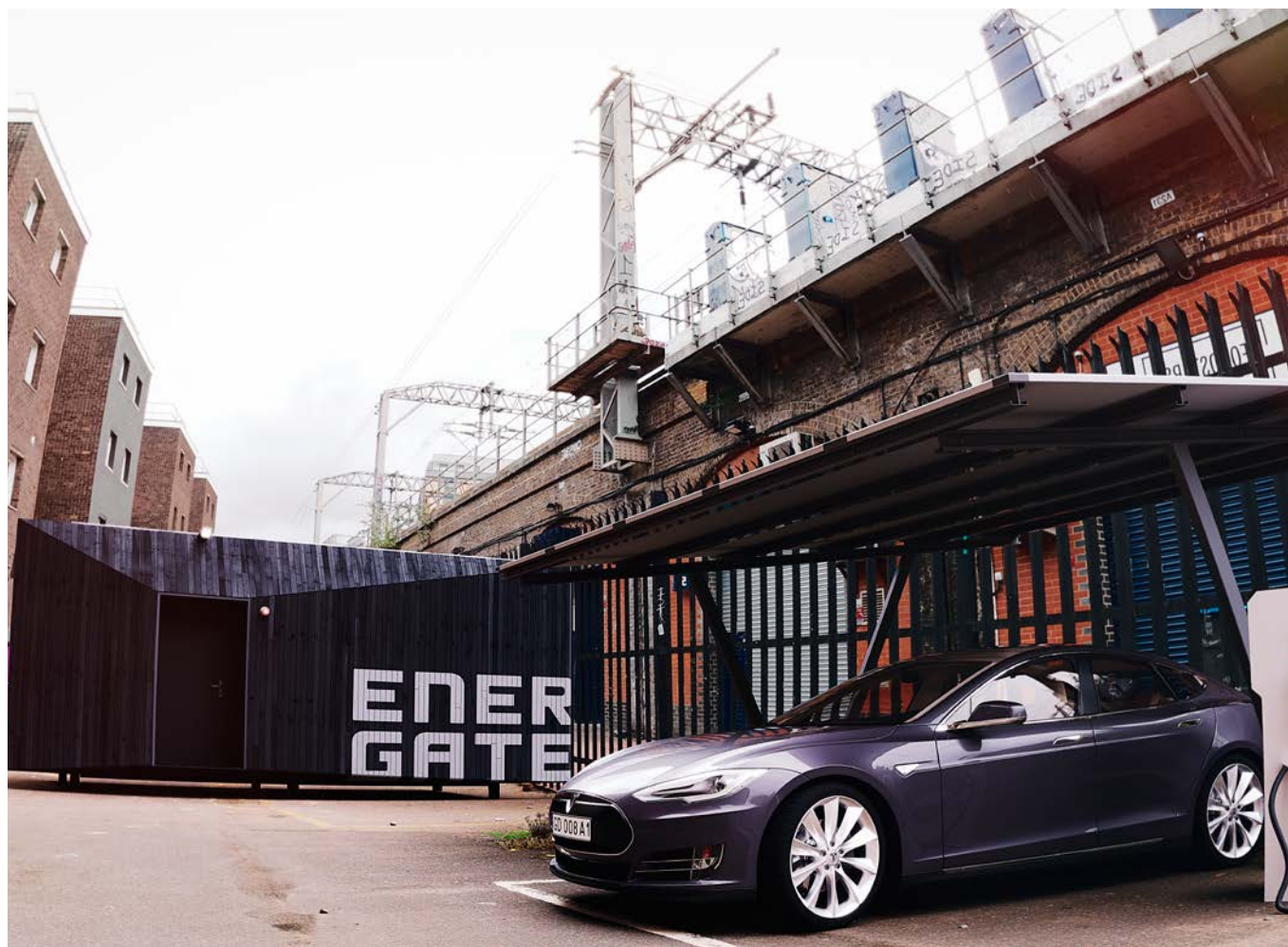
na jest do sieci, a spółdzielnia może w ciągu 12 miesięcy odzyskać z niej tylko 60%. Pozostałe 40% musi jednak zakupić po cenach rynkowych, stąd optymalnym rozwiązaniem jest jak najlepsze zbilansowanie własnej produkcji z zużyciem energii. Do tego może posłużyć magazyn energii, który z jednej strony zaoszczędzi te tracone 40% energii, a z drugiej pozwoli uniknąć drogiego zakupu energii z sieci energetycznej.

NIEZALEŻNOŚĆ PRZED W SZYSTKIM

Magazyny energii znajdują zastosowanie praktycznie w każdym sektorze biznesu. Mogą być wsparciem w biurach i zakładach produkcyjnych. Dzięki modułowej budowie i łatwości montażu będą źródłem energii w miejscach, gdzie nie ma przyłączy do sieci np. na placach budowy. W centrach danych posłużą jako zbiorowy UPS podtrzymujący pracę serwerów w czasie przerwy w dostawie prądu. Dają pełną niezależność energetyczną - od awarii sieci, od warunków atmosferycznych wpływających na pozyskiwanie energii OZE i czasu. Niezwykle ważnym argumentem są też kwestie środowiskowe. Korzystając z zestawu - magazyn energii oraz instalacja OZE - przedsiębiorca zmniejsza nie tylko pobór energii z sieci i obniża rachunki za prąd, ale też znacząco zmniejsza swój ślad węglowy.

ELMECH I MERCOR SYNERGIA DOŚWIADCZEŃ

Producentem magazynów energii jest firma Elmech z Pruszcza Gdańskiego. Na tle konkurencji wyróżnia ją ponad 35 lat doświadczenia w projektowaniu i produkcji elektroniki oraz energoelektroniki dla lekkiego i ciężkiego przemysłu. W swoim portfolio posiada wiele nowatorskich konstrukcji dla zasilania gwarantowanego, konwersji energii, ładowania, nadzoru i zarządzania bateriami akumulatorów oraz poprawy jakości energii. Od 2021 roku Elmech jest częścią gdańskiej Grupy Mercor S.A., doświadczonego i uznanego producenta z branży zabezpieczeń przeciwpożarowych. Dzięki temu Elmech w projektowaniu i tworzeniu Energate korzysta ze wsparcia technologicznego i know-how Grupy Mercor, która działa na rzecz kształtowania i wsparcia bezpieczeństwa energetycznego swoich klientów.



ŚWINOUJŚCIE WYGRYWA, TRÓJMIASTO CZEKA

Autorka: Magdalena Szymańska



Budowa farm wiatrowych na Bałtyku to szansa dla polskich portów, które walczą o związane z nią inwestycje. Póki co największym wygranym wydaje się zespół portów Szczecin – Świnoujście. W Szczecinie produkowane będą wieże wiatrowe, a Świnoujście będzie tzw. portem instalacyjnym. W Trójmieście pewnikiem jest tylko produkcja wież na gdańskiej Wyspie Ostrów. Gdynia została na razie z pustymi rękoma, a w kolejce po offshorowe inwestycje ustawiają się już mniejsze porty: Władysławowo, Ustka, Łeba, Darłowo i Kołobrzeg. Utrudnieniem dla wszystkich planów i inwestycji może być kryzys w branży offshore na świecie, co wiązać się będzie ze znacznym wzrostem planowanych kosztów i opóźnieniami.

Stawka jest wysoka. Bałtyckie farmy wiatrowe mają stanąć na obszarze aż 3 ławic – Odrzanej, Słupskiej i Środkowej. Budowę zadeklarowały Energa z Grupy Orlen, Ocean Winds, Orlen wraz z Northland Powers, PGE Baltica wspólnie z Ørsted, Polenergia, Equinor i RWE Renewables. Do ich obsługi niezbędne są porty instalacyjne, z których będą dostarczane komponenty do budowy, a gdy już farmy rozpoczną działanie to do pracy przystąpią tzw. porty serwisowe. Wg bieżących szacunków tylko sama budowa farm może pochłonąć 130 mld zł, z czego znaczna część może trafić właśnie do portów. To oczywiście planowane szacunki, bo w przypadku inwestycji publicznych finalne koszty prawie zawsze okazują się wyższe od zakładanych. Kolejne miliardy będą przeznaczane na utrzymanie i serwisowanie potężnych farm. Badania pokazują też, że jedno miejsce pracy w porcie generuje osiem miejsc pracy w przemyśle okołoporowym. Jest więc o co walczyć.

JEDEN Z NAJWIĘKSZYCH TERMINALI W EUROPIE

Na dzisiaj największym wygranym z grupy dużych portów tj. Gdańska, Gdyni i Szczecina-Świnoujścia jest ten ostatni. Choć Szczecin i Świnoujście fizycznie to dwa porty, to formalnie stanowią jeden podmiot pod nazwą Zarząd Morskich Portów Szczecin Świnoujście S.A.



Wyspa Ostrów, Gdańsk

- Od początku rozważań o polskim porcie instalacyjnym jedyną lokalizacją w Polsce możliwą do wykorzystania pod względem logistycznym i dostępności transportowej było Świnoujście. Ma to związek z brakiem możliwości transportu łopat do turbin drogą lądową, a także utrudnieniami w Trójmieście jeżeli chodzi o transport sztuk ciężkich czy ponadgabarytowych - ocenia Rafał Zahorski, pełnomocnik Marszałka Województwa Zachodniopomorskiego ds. gospodarki morskiej, a jednocześnie aktywny obserwator i komentator gospodarki morskiej, dodając, że offshore wiąże się z wagami i rozmiarami nieporównywalnie większymi wobec lądowej energetyki wiatrowej, którą obsługiwała Gdynia.

Zgodnie z zapowiedziami na przełomie lat 2024 i 2025 w Świnoujściu ma ruszyć pierwszy w Polsce i jeden z najnowocześniejszych w Europie terminali instalacyjnych dla morskich farm wiatrowych zaprojektowany przez gdańską spółkę Wuprohyd. Umowę na dzierżawę terenów portowych podpisano jesienią ub. roku między ZMPSS, a PKN Orlen. Za część hydrotechniczną odpowiada port, a lądową zrealizuje Orlen Neptun. Na potrzeby terminala

powstaną dwa nabrzeża, pogłębiony będzie też tor wodny, a materiał z pogłębiania zostanie wykorzystany na lądzie. W części lądowej powstaną z kolei powierzchnie składowe dla elementów morskich turbin wiatrowych - wież, łopat i gondoli oraz cała infrastruktura drogowa i biurowa.

Obydwa nabrzeża terminalu w Świnoujściu pozwolą na wstępny montaż wież turbin wiatrowych o wysokości 100 m i masie około 1000 ton. Długie na 250 m nabrzeża umożliwią operowanie największym dostępnym specjalistycznym statkom typu jack-up, przeznaczonym do instalacji najnowocześniejszych turbin o mocy jednostkowej 15 MW. Terminal posłuży w pierwszej kolejności do instalacji komponentów farmy Baltic Power, a następnie kolejnym inwestycjom na Bałtyku. Co ważne - port w Świnoujściu będzie mógł obsługiwać nie tylko polskie inwestycje, ale też te na wodach niemieckich, szwedzkich czy duńskich.

Baltic Power to wspólne przedsięwzięcie Grupy Orlen i Northland Power. W ramach projektu rozpoczęto rów-

nież budowę lądowej infrastruktury przyłączeniowej w gminie Choczewo (Pomorskie). Tej samej, gdzie powstanie elektrownia atomowa. Przez tamtejszą plażę na ląd będzie docierać prąd wyprodukowany przez morskie turbiny.

WIEŻE WIATROWE W SZCZECINIE

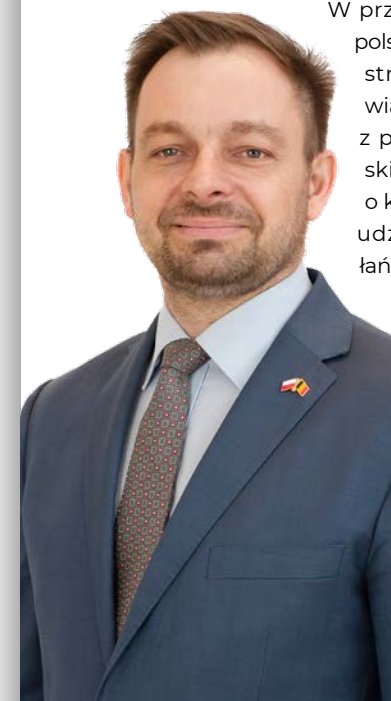
Za sprawą umowy ze spółką Windar Polska w porcie w Szczecinie powstanie także fabryka do produkcji wież wiatrowych.

- To jest bardzo dobra umowa - ocenia Krzysztof Urbaś, prezes ZMPSiŚ. - Stronom udało się osiągnąć kompromis i bardzo się z tego cieszymy. Dla Szczecina jest to duże wydarzenie gospodarcze, ponieważ na 17 hektarach powstanie zakład produkujący między innymi monopale. Komponenty będą transportowane drogą wodną i rozładowywane na terenie, który Windar przygotowuje według

”

Rafał Zahorski

Pełnomocnik Marszałka Województwa Zachodniopomorskiego ds. gospodarki morskiej, ekspert branży morskiej



W przypadku pierwszej nie tyle polskiej, a budowanej w polskiej strefie ekonomicznej, farmy wiatrowej mamy do czynienia z praktycznym brakiem polskich dostawców. Informacje o kilkudziesięcioprocentowym udziale polskich firm w tzw. łańcuchu dostaw należy traktować z przymrużeniem oka.

Obecnie proces powstawania farm kontrolują zagraniczni partnerzy państwowych koncernów energetycznych, które choć finansują ten proces, nie mają ani know-how, ani wpływu na kształtowanie łańcuchów dostaw. Układ jest pozornie partnerski, ale państwowe koncerny energetyczne w tej biznesowej relacji są na

mocno podporządkowanej pozycji. Mogą jedynie prosić o, a nie żądać udziału polskich firm w łańcuchu dostawców czy poddostawców. Deklaracje to jedno, a biznes i pragmatyka to drugie. Polscy dostawcy czy poddostawcy będą się pojawiać, ale bardzo powoli. W perspektywie wielu lat możemy liczyć na maksymalnie kilka, a nie kilkadziesiąt procent udziału. Są to w większości firmy, które zadeklarowały chęć uczestniczenia w łańcuchach, a od tego do zostania dostawcą branży offshore widzie trudna i daleka droga. Wymaga ona dużych nakładów finansowych i inwestycyjnych oraz przejścia procesu prekwalfikacji, by otrzymać pierwsze zapytania ofertowe. Branża offshore jest hermetyczna i wymagająca. Liczy się renoma, udokumentowana jakość i terminowość. Są w Polsce firmy, które mają w branży wyrobioną markę, ale mowa o kilku, a nie o kilkudziesięciu czy kilkuset podmiotach. Znam też wiele firm, którym się nie powiodło i poniosły kosztowną lekcję. Branżę offshore cechują większe wymagania techniczne i jakościowe oraz bariery wejścia niż te w branży stoczniowej. Porównywanie standardów i technologii z branży stoczniowej do offshore jest daleko posuniętym uproszczeniem. Fachowcy znają te różnice, ale tych w Polsce nie ma wielu. Polscy fachowcy, nawet u byłego szczecińskiego producenta fundamentów morskich farm wiatrowych ST3-Offshore pracują na zagranicznych kontraktach i wielu z nich trudno będzie ściągnąć do Polski.



swojej koncepcji i za swoje środki finansowe. Następnie gotowe elementy będą dalej transportowane drogą wodną. Być może część z nich będzie też wykorzystywana do energetyki wiatrowej na lądzie. To przyniesie minimum 400 miejsc pracy w Szczecinie, co jest bardzo istotne. Fabryka będzie bardzo nowoczesna, spełniająca najwyższe normy związane z ochroną środowiska. Jako zarząd portu jesteśmy zobowiązani do doprowadzenia do granic działki mediów, drogi oraz połączenia kolejowego – opisuje projekt prezes ZMPSS S.A.

Wykonawca robót budowlanych został już wyłoniony. Wkrótce rozstrzygnięte zostanie postępowanie na nadzór inwestorski.

TRÓJMIASTO WCIAŻ CZEKA

Dużych powodów do radości nie ma jak na razie Trójmiasto. Najpierw w 2021 roku ogłaszano, że port instalacyjny dla farm powstanie w Gdyni. Rok później, na wniosek Ministra Aktywów Państwowych zmieniono jednak lokalizację na port zewnętrzny w Gdańsku. To efekt uzgodnień pomiędzy spółkami odpowiedzialnymi

za przeszło 60 proc. zaplanowanych inwestycji offshore, czyli PGE i PKN Orlen, a także Polskim Funduszem Rozwoju. Nowa lokalizacja miała gwarantować realizację I fazy rozwoju sektora offshore do połowy 2025 roku. W marcu 2022 gdański port ogłosił postępowanie na wyłonienie dzierżawcy, który załadowi obszar morski m.in. celem wybudowania terminalu instalacyjnego. Choć oferty miały wpływać do 8 czerwca 2022 roku, postępowanie wydłużano kilkakrotnie m.in. do 29 września 2023. Obecnie komisja przetargowa analizuje otrzymane dokumenty.

- Ze względu na trwające postępowanie, do czasu wyłonienia przyszłego najemcy nie jest możliwym określenie lokalizacji przyszłego, ewentualnego terminala offshore, terminu rozpoczęcia prac budowlanych czy jego parametrów technicznych. Wynik postępowania przetargowego, wybór potencjalnego dzierżawcy w przyszłości umożliwi określenie kosztów realizacji inwestycji – tłumaczy Łukasz Malinowski, Prezes Zarządu Portu Gdańsk.

I choć jest jeszcze szansa, że terminal instalacyjny powstanie w Gdańsku, to przewagę ma Świnoujście.

- Obserwowałem kolejne nierealne rządowe decyzje o lokalizacji portu czy terminalu instalacyjnego w Gdyni czy w Gdańsku. Nie należy się spodziewać, że terminale instalacyjne będą w każdym polskim porcie, ponieważ to skomplikowane technicznie i kosztowne inwestycje. Świnoujście jest doskonale skomunikowane ze swoim zapleczem oraz połączone siecią transportu śródlądowego z Niemcami, a przez to z całą Europą zachodnią. Tą drogą mogą być transportowane wielkie i ciężkie gabaryty. Blisko jest Szczecin z zapleczem stoczniowym i produkcyjnym w postaci powstającej fabryki gondoli, fundamentów, fabryki podwodnych kabli morskich, łopat i wszystkiego co potrzeba by przygotować morskie farmy wiatrowe do montażu w Świnoujściu – wyjaśnia Rafał Zahorski.

I choć port Szczecin – Świnoujście prowadzi w wyścigu to nie oznacza, że wszystko jest kolorowe, a przedstawiany oficjalnie termin oddania terminala na pewno zostanie dotrzymany.

- Niestety nie ma szans, by terminal instalacyjny w Świnoujściu ruszył w 2024 czy 2025. Myślę, że optymistycznym terminem jest 2026 – ocenia Rafał Zahorski. - Huraoptymistyczne zapowiedzi Daniela Obajtka i Marka Gróbarczyka, że inwestycja zajmie 2 lata nie miały pokrycia w rzeczywistości. Wiadomo było, że potrwa minimum 4 lata. Małe są też szanse, by nowy terminal instalacyjny był gotowy na tyle

”

Krzysztof Urbaś

Prezes Zarządu Morskich Portów Szczecin i Świnoujście



W Świnoujściu powstanie jeden z najnowocześniejszych terminali w Europie. Jego nabrzeża i place składowe pozwolą na transport i montaż najnowocześniejszych turbin wiatrowych o mocy 15 MW i większych. Docelowo terminal umożliwi instalację około 80 turbin rocznie. Powstanie na 20 hektarowym terenie, który ZMPSS S.A. kupił od MSR Gryfia. W październiku 2022 r. ZMPSiŚ

podpisał z Orlenem umowę dzierżawy na 30 lat. W czerwcu 2023 roku na świnoujską inwestycję przyznano portowej spółce ok. 66 mln euro z unijnego funduszu CEF 2. To 85 proc. dofinansowania, czyli maksymalna wielkość. Dla części hydrotechnicznej, za którą odpowiada ZMPSiŚ, wykonawca jest już wybrany.

Farmy Wiatrowe



Wizualizacja - Terminal instalacyjny w Świnoujściu / ZMPSiŚ / Mat. pras.



JAKIE FARMY POWSTANĄ NA BAŁTYKU

Pierwsze pozwolenia lokalizacyjne na MFW wydano w 2013 roku, jednak dotychczas żadna nie powstała. W ostatniej turze Ministerstwo Infrastruktury ogłosiło, że rozdysponowano sześć ostatnich lokalizacji, z czego pięć przypadło Grupie Orlen a jedna PGE.

Inwestorzy, którym przyznano lokalizacje w polskiej strefie ekonomicznej Bałtyku:

- Energa z Grupy Orlen
- Ocean Winds - joint venture portugalskiego EDP Renewables i francuskiego ENGIE (MFW BC-Winds)
- Orlen i kanadyjska Northland Powers (MFW Baltic Power)
- PGE Baltica (MFW Baltica 1)
- PGE Baltica i duński Ørsted (MFW Baltica 2 i Baltica 3)
- Polenergia i norweski Equinor (MFW Bałtyk I, Bałtyk II i Bałtyk III)
- RWE Renewables (MFW FEW Baltic II)

Fot. Winder Renovables



wcześniej, by brać go pod uwagę przy budowie pierwszej naszej morskiej farmy wiatrowej na Bałtyku. Według moich informacji obsłuży ją duńskie Rhone na Bornholmie.

W Trójmieście póki co pewniakiem za to jest produkcja wież wiatrowych na gdańskiej Wyspie Ostrów. Na początku 2023 umowę podpisały Agencja Rozwoju Przemysłu, Baltic Towers i hiszpańska spółka GRI Renewable Industries. Produkcja ma ruszyć w 2025 roku na terenie należącym do ARP. Powstanie tam hala do produkcji wież dla największych turbin wiatrowych o mocy powyżej 14 MW.

USTKA, ŁEBA I WŁADYSŁAWOWO

W kolejce po inwestycje związane z morskim offshore ustawiają się też mniejsze porty ulokowane pomiędzy Szczecinem – Świnouj-

ściem, a Gdynią i Gdańskiem. To licząc od zachodu: Kołobrzeg i Darłowo (Zachodniopomorskie), a następnie Ustka, Łeba i Władysławowo (Pomorskie). Z uwagi na wielkość tych portów, możliwość zanurzenia, wielkość kanałów żeglugowych i możliwość przyjmowania jednostek, nie wejdą do nich statki układające kable na farmie wiatrowej, stąd nie mają szans na bycie portami instalacyjnymi. Za to w grę wchodzi późniejsza obsługa i serwis. Tutaj z kolei ich atutem wobec wielkich portów jest bliska odległość od planowanych farm.

W tej rozgrywce zdecydowanie lepiej na razie stoją porty w Pomorskiem. W Ustce zaplanowano już 3 inwestycje, z czego 2 centra serwisowe morskich farm wiatrowych (PGE i RWE Renewables Poland Sp. z o.o.). Wiadomo, że baza operacyjno serwisowa PGE powstanie na terenie obejmującym część dawnej bazy przetwórstwa

rybnego. W przypadku usterki, pracownicy wypłyną w morze, aby naprawić i uruchomić turbinę. Będą też przeprowadzać przeglądy. Trzecią planowaną inwestycją w Ustce jest rozbudowa wejścia do portu za którą odpowiada Urząd Morski w Gdyni. Wszystkie są na etapie projektowym.

- Najistotniejszą z naszego punktu widzenia i największą inwestycją jest rozbudowa wejścia do portu Ustka. Inwestorem w przypadku tej inwestycji jest Urząd Morski w Gdyni, a planowanym źródłem finansowania jest Krajowy Plan Odbudowy – mówi Maciej Karaś, prezes Zarządu Portu Morskiego w Ustce Sp. z o.o. I dodaje: - Zależy nam na wszystkich tych inwestycjach jednak największym problemem jest przewlekłość ich realizacji. Obaj „nasi” deweloperzy poinformowali o dwuletnich opóźnieniach w realizacji zamierzeń. Natomiast inwestycja



Fot. Mat. Northland Power

związana z rozbudową portu jest wstrzymana ze względu na zablokowane środki z KPO – wyjaśnia.

W Uście powstanie również Centrum Kompetencji Morskiej Energetyki Wiatrowej. Tymczasem w Łebie wiadomo już, że działać mają dwie bazy serwisowe – jedna to Baltic Power za którą stoi Orlen i druga Equinor.

- BalticPower podpisało umowę na wieloletnią dzierżawę nabrzeża z Urzędem Miasta w Łebie, natomiast Equinor posiada własną nieruchomość w Porcie Morskim Łeba - ujawnia Patryk Prajowski z Portu Łeba.

Equinor i Polenergia budują trzy morskie farmy wiatrowe: Bałtyk I, Bałtyk II i Bałtyk III, o łącznej mocy około 3 GW. Mają zasilić energią ponad 4 mln gospodarstw domowych.

- Equinor i Polenergia rozwijają na Morzu Bałtyckim trzy projekty farm wiatrowych Bałtyk o łącznej mocy 3000 MW. Baza serwisowa w Łebie, którą Equinor realizuje dla morskich farm wiatrowych Bałtyk, zostanie oddana do użytku w początku roku 2026. W tym roku skupiamy się na projekcie obiektów bazy O&M oraz wyborze głównego wykonawcy inwestycji. Pracujemy także nad pozyskaniem niezbędnych pozwoleń celem rozpoczęcia budowy w drugiej połowie 2024 roku. Także już w przyszłym roku planujemy pierwsze rekrutacje specjalistów do obsługi morskich farm wiatrowych. W Łebie docelowo pracę znajdzie około 100 osób, w tym także serwisantów turbin przy projektach morskich farm wiatrowych Bałtyk - tłumaczy Aneta Wieczerek-Krusińska, Leader Communication, Equinor Polska sp. z o.o.

W trzecim z portów pomorskiego, czyli Władysławowie bazę serwisową zdecydował się utworzyć Ocean Winds za którym stoi hiszpańska spółka będąca efektem joint venture EDPR S.A. i ENGIE S.A. Umowę dzierżawy zawarto już wiosną 2022 roku, prace budowlane mają się rozpocząć w 2024, a jej start zaplanowano na 2026.

Na mapie inwestycji nie znalazły się Kołobrzeg i Darłowo z Zachodniopomorskiego.

- Nasz port nie został uwzględniony jako port serwisowy do obsługi morskich farm wiatrowych, które mają powstać na obszarze Ławicy Słupskiej. W związku z tym nie są planowane żadne inwestycje na terenie portu. Widzimy jednak szansę w momencie powstania drugiej dużej farmy wiatrowej, która ma powstać pomiędzy Darłowem, a Kołobrzegiem, ale na chwilę obecną nie podjęto decyzji o lokalizacji portów serwisowych – mówi Damian Andrys, Inspektor ds. eksploatacji portów w Zarządzie Portu Morskiego Darłowo Sp. z o.o.

Nie tylko polskie porty liczą na swój udział w budowie i obsłudze polskich farm na Bałtyku.

- Pamiętajmy, że muskuły prężą też floty serwisowe i ich porty bazowe północnego Bałtyku, już specjalizujące się w obsłudze farm wiatrowych. Według mojej wiedzy my nawet nie zaczęliśmy budować własnej floty serwisowej. Chciałbym, by nie tylko Ustka, ale także port w Kołobrzegu były znaczącymi portami serwisowymi, a doświadczone i profesjonalne załogi kutrów rybackich stanowiły w niedalekiej przyszłości załogi floty serwisowe morskiej energetyki wiatrowej w naszej strefie ekonomicznej – tłumaczy Rafał Zahorski, dodając, że to, czy dany port staje się tym serwisowym, jest decyzją biznesową inwestorów czy potem operatorów energetycznych, a nie rządu czy ministerstwa.

ZADYSZKA W BRANŻY OFFSHORE

Wielkość inwestycji w portach, terminy ich realizacji są pochodną sytuacji w sa-

mej branży offshore, ale i też np. środków unijnych. Tylko w KPO na poprawę warunków dla rozwoju OZE przewidziano 3,7 mld złotych. Wnioskować o nie mogą użytkownicy krajowego systemu elektroenergetycznego, społeczności energetyczne, wytwórcy energii z farm wiatrowych na Bałtyku, producenci elementów do budowy morskich farm wiatrowych, zarządy portów morskich, operatorzy terminali czy administracja morską. Jednym z efektów ma być właśnie budowa morskich farm wiatrowych o mocy 1500 MW.

Co do samej branży zdaniem Rafała Zahorskiego mamy do czynienia z międzynarodowym kryzysem. Jak twierdzi ekspert wycofało się przynajmniej kilku dużych inwestorów, unieważniono kilka prawie dopiętych inwestycji, a wyniki finansowe za 2022 r. niektórych producentów nie robią wrażenia. Są problemy w łańcuchach dostaw, widać gigantyczny wzrost kosztów inwestycji, wpadki jakościowe w najnowszych turbinach 15 MW, wzrastają też koszty reklamacji i napraw.

- Nowy rząd stanie przed problemem przekalkulowania kosztów inwestycji i zrewidowania ich wielkości, co oznacza, że już wkrótce możemy być świadkami redukcji zapędów inwestycyjnych. Koszty morskiej energetyki wiatrowej w 2026 roku będą nie do porównania, z tymi w 2018 czy 2019, kiedy planowano inwestycje do realizacji pierwotnie nawet w 2024 r. – tłumaczy Rafał Zahorski.

Wśród pozytywów warto podkreślić, że według Międzynarodowej Agencji Energii (IEA) oraz Światowej Rady Energetyki Wiatrowej (GWEC) Bałtyk obok Morza Północnego, Żółtego i Wschodniochińskiego ma najlepsze na świecie warunki do budowy morskich elektrowni wiatrowych. Fakt, że Bałtyk nie zamarza, ułatwi montaż i eksploatację turbin. Według Rafała Zahorskiego w wariantcie optymistycznym montaż pierwszych fundamentów na pierwszej farmie wiatrowej w Polsce rozpocznie się w 2026 r. Tym samym pierwsza moc może być oddana najwcześniej w 2027 roku.



OLIWSKI BUDŻET SĄSIEDZKI KREATYWNA OLIWA

Zajęcia Tai Chi dla osób z chorobami neurologicznymi, ekologiczna edukacja oraz skierowane do dzieci warsztaty szydełkowania, zgłoszone przez uczennicę 7 klasy i zajęcia tworzenia kukiełek zdobyły dofinansowanie w ramach Oliwskiego Budżetu Sądzieckiego 2023. To już czwarta edycja projekt finansowanego przez Olivia Centre.

Oliwski Budżet Sądziecki już na stałe wpisał się w harmonogram inicjatyw społecznych w jednej z najstarszych gdańskich dzielnic. Jest to zarazem jedyny na Pomorzu stały projekt wsparcia lokalnych społeczności przez sektor prywatny w formie budżetu sąsiedzkiego. W czwartej edycji wnioski złożyło łącznie 11 instytucji i osób prywatnych.

W tym roku jury, w skład którego weszli Andrzej Stelmasicz - gdański radny, Małgorzata Skwira - dyrektor Szkoły podstawowej nr 35 w Oliwie, Tomasz Strug - przewodniczący Rady Dzielnic Oliwa oraz Grzegorz Kidybiński - członek zarządu Olivia Centre wybrało 4 projekty, które otrzymały dofinansowanie na ich realizację.

SZYDEŁKOWANIE ALICJI

Największe poruszenie wywołał projekt warsztatów szydełkowania, zgłoszony przez mieszkankę

Oliwy Alicję, uczennicę 7 klasy Szkoły Podstawowej nr 23. Co ciekawe to już nie pierwszy projekt zgłoszony przez tak młodą osobę – w tym roku Alicja wystartowała w Gdańskim Budżecie Obywatelskim, gdzie zgłosiła przygotowanie ekologicznego muralu, a na co dzień wykazuje się przedsiębiorczością z sukcesem sprzedając własne wyroby szydełkowe.

- Bardzo lubię szydełkować i tą metodą od około roku robię czapki, skarpety, a także maskotki – mówi Alicja Jankowska, uczennica 7 klasy w Szkole Podstawowej nr 23 w Oliwie. - To dla mnie niesamowita satysfakcja widzieć radość, jaką moje prace sprawiają osobom, dla których je przygotowuję. Szydełkowanie pozwala mi twórczo spędzać czas, odprężyć, rozwijać zdolności manualne i daje dużo radości, dlatego zależy mi, aby podzielić się moją pasją z innymi.

NIEPEŁNOSPRAWNI, EKOLOGIA I WARSZTATY TWORZENIA KUKIELEK

Wśród pozostałych beneficjentów znalazło się Stowarzyszenie dla Osób z Chorobą Parkinsona i Chorobami Zwyrodnieniowymi Mózgu Park On, które przygotowało cykl zajęć Tai Chi dla osób z niepełnosprawnością. Jak podkreśliła Aleksandra Węgorzewska, celem projektu jest poprawa jakości życia osób z niepełnosprawnością i osób z problemami koordynacji ruchowej w formie organizacji w Oliwie jak również transmitowanych online dwudziestu 60-minutowych zajęć Tai Chi oraz promocja aktywności fizycznej. Projekt będzie realizowany przez 8 miesięcy.

Warsztaty ekologiczne na terenie Oliwy i Przymorza Małego przygotuje Fundacja RC. Jak deklaruje Patrycja Surowiec, koordynator projektu wciąż za mało jest działań „u podstaw” na rzecz ograniczania liczby odpadów i świadomości naszych wyborów na poziomie konsumenckim.

- Część z naszych codziennych wyborów dotyczy również decyzji podejmowanych przez dzieci – gadzety, które kupujemy są pakowane w wiele warstw plastiku, napoje są sprzedawane w puszkach i plastikowych butelkach, a atrakcyjne, ale tandetne zabawki psują się lub nudzą po kilku użyciach. W naszym cyklu warsztatów chcemy, edukując zarówno o globalnie pojmowanym środowisku, jak i o najbliższym otoczeniu, oddać dzieciom i młodzieży poczucie sprawczości. W naszym projekcie drobne kroki na rzecz środowiska układają się w logiczną całość, dzięki której czujemy sens proekologicznych zachowań. Jest to niezwykle istotne nie tylko dla wdrożenia tej wiedzy i trwałości nawyków, ale też dla poczucia wpływu na rzeczywistość i wartości działania w grupie – opowiada Patrycja Surowiec.

Projekt realizowany będzie przez 4 miesiące i obejmie 10 warsztatów, a wezmą w nim udział dzieci i młodzież z lokalnych szkół.

Czwartym projektem, który uzyskał dofinansowanie są warsztaty tworzenia kukiełek, zgłoszony przez mieszkankę Oliwy Małgorzatę Martusewicz. W czasie cyklu warsztatów, trwających do maja 2024 roku uczestnicy w grupach: dziecko – rodzic, dzieci w grupach 15-osobowych, jak i dzieci pracujące w parach będą uczyć się sztuki tworzenia lalek, a cały projekt zakończy się przedstawieniem miniteatru. Warsztaty pozwolą zrealizować szereg funkcji: łączenia międzypokoleniowego, integracji dzieci pozostających pod opieką Domu im. Janusza Korczaka – oliwskiej placówki opiekuńczo-wychowawczej oraz dzieci w wieku 8-12 lat, które będą pracować w parach.

DLA MIESZKAŃCÓW DZIELNICY

- W tym roku rozszerzyliśmy możliwość realizacji projektów także o Przymorze Małe, przylegającą do Oliwy dzielnicę Gdańską. Codzienne życie i kreatywność naszych wnioskodawców nie zna granic administracyjnych. Cieszymy się, że Olivia może wpływać pozytywnie na swoje najbliższe otoczenie i zachęcamy inne firmy do włączenia się w projekt – mówi Bogusław Wiczorek, pełnomocnik zarządu Olivia Centre.

Oliwski Budżet sąsiedzki to inicjatywa wsparcia projektów istotnych dla mieszkańców dzielnicy. Od 2019 roku mieszkańcy, placówki oświatowe i organizacje pożytku publicznego zgłaszają swoje inicjatywy, rozwijające Oliwę, dzielnicę, w której swoją siedzibę ma Olivia Centre. Budżet został powołany z inicjatywy tego największego w Polsce centrum biznesowego, jednak na jego budżet składa się również Andrzej Stelmasicz gdański radny, a zarazem lokalny animator kultury. Dotychczasowe edycje budżetu sąsiedzkiego pozwoliły dofinansować projekty o łącznej wartości ponad 65 tys. złotych.





BRYTYJSKIE SAMOCHODY TRÓJMIEJSKIE NIERUCHOMOŚCI SZLACHETNE WINA I ZŁOTA BUTELKA

AUTORKA: MARTA DWORAK | FOTO: KAROL KACPERSKI

Dyskusja na temat społecznej odpowiedzialności deweloperów była głównym punktem kolejnego „Wieczoru DeLuxe” jaki zorganizował MS Group, wydawca Prestiżu. Swoje portfolio zaprezentowali Pepper House oraz Range Rover Zdunek – partnerzy wydarzenia.

Duże zainteresowanie wzbudził projekt butelki rumu z 24 - karatowego złota, o której opowiadał jej autor prof. ASP Mariusz Waras. Impreza odbyła się w wyjątkowym miejscu jakim jest Mielżyński Wine Bar.



To właśnie miejsce wydarzenia i jego specyfika nadawało dość mocno ton i charakter całej imprezie. Mielżyński Wine Bar to skład win oraz restauracja ulokowana w odrestaurowanej remizie strażackiej na terenie gdańskiej Stoczni Cesarskiej. Stylowe, ale proste i nienachalne wnętrza zachęcają do luźniejszych rozmów i dłuższych nasiadówek, nie tylko towarzyskich, ale i biznesowych. Tak też było tym razem - Mielżyński nie tylko uraczył gości wybornym winem i nieoczywistymi przekąskami, ale i niezobowiązującą atmosferą. Gości witał osobiście właściciel lokalu - Robert Mielżyński, który przy okazji opowiadał o swoim projekcie.

Początek imprezy zdominowały prezentacje partnerów – Pepper House i Range Rover Zdunek. Piotr Zwoliński i Piotr Lewiński, właściciele trójmiejskiej agencji nieruchomości Pepper House opowiadali o jej nieszablonych projektach jak ekodomy jednorodzinne Oliwkowa Park w Jasieniu, a także o dzieleniu się z klientami oraz deweloperami sumą swoich doświadczeń pomocnych zarówno

przy wyborze nieruchomości jak i w prowadzeniu inwestycji. Z kolei Robert Dziobak, dyrektor zarządzający Dealer British Auto Zdunek przywołał emocje i wrażenia, które stanowią DNA Range Rovera, prestiżowej, brytyjskiej marki. Dwa modele samochodów można było podziwiać przed wejściem do restauracji.

Na „Wieczorze DeLuxe” nie zabrakło także bohatera ostatniej okładki „Biznes Prestiżu” – profesora ASP Mariusza Warasa, który zaprezentował projekt butelki z 24 - karatowego złota wykonanej przez niego dla kolumbijskiej marki rumu Dictator. Butelka stała się sławna, po tym jak została kupiona za kwotę 1,5 mln UDS.

Organizator przygotował także upominki dla gości, które ufundowali partnerzy Wieczoru de luxe: Kwiatek Lasu, Marina Beach Gym, Mesmetric, Klinika Marii Van De Zel, Medycyna Estetyczna Anna Butowska, Range Rover Zdunek, Premium Yachting, Mielżyński.

WSPÓŁGRAĆ Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

Nie od dziś wiadomo, że inwestycje deweloperskie znacznie wykraczają poza interesy tej grupy. Nowo budowane mieszkania, biura, lokale usługowe i inne obiekty wpływają nie tylko na ich odbiorców, ale i na całe otoczenie. W ślad za inwestycjami zmienia się krajobraz, ruch, infrastruktura i funkcje, stąd kluczowa staje się społeczna odpowiedzialność deweloperów. O tym, czym jest w praktyce i jakie ma znaczenie, dyskutowali przedstawiciele branży i eksperci podczas „Wieczoru DeLuxe” zorganizowanego przez MS Group, wydawcę magazynów Prestiż Magazyn Trójmiejski i Biznes Prestiż.



Gdyby zapytać sztuczną inteligencję – czym jest społeczna odpowiedzialność dewelopera (CSR) uzyskamy odpowiedź zgodną z większością obiegowych definicji. I właśnie od definicji podanej przez AI rozpoczął debatę jej prowadzący Ireneusz Osiński.

- To podejście, według którego deweloperzy nieruchomości i firmy budowlane uwzględniają, monitorują, integrują kwestie społeczne, środowiskowe i etyczne

w swojej działalności biznesowej. Obejmuje to troskę o interesy społeczeństwa, środowiska naturalnego oraz innych interesariuszy. Oprócz aspektów ekonomicznych odpowiedzialność społeczna dewelopera zakłada, że firma nie jest odpowiedzialna wyłącznie za generowanie zysków, ale także za tworzenie wartości społecznych i ochronę środowiska – przytoczył opinię Ireneusz Osiński.

Zdaniem Jadwigi Kosińskiej, Dyrektor Projektu Stoczni Cesarskiej Development, odpowiedzialność deweloperów to przede wszystkim budowanie społeczności na wzór wcześniejszych 15-minutowych, kompaktowych miast, w których znajduje się wszystko to, co niezbędne: przedszkole, szkoła, sklepy, przestrzeń wspólna.

- Odpowiedzialność społeczna to idea, zgodnie z którą nie budujemy inwestycji dla nagród architektonicznych, chociaż one nas też cieszą, ale takie, które wybiera społeczność – mówi Jadwiga Kosińska.

Według profesora Piotra Lorensa, Architekta Miasta Gdańska, społeczna odpowiedzialność biznesu nie ogranicza się do aspektów finansowych.

- Najważniejsze jest uświadomienie sobie, że deweloperzy budują nie tylko budynki, na których zarabiają pieniądze, ale tak naprawdę współtworzą przestrzeń miasta. A to oznacza także tworzenie społeczności i propozycję oferty nie tylko premium, ale także dla wszystkich innych – konstatuje profesor. - Moją rolą jest między innymi uświadamianie inwestorom, że to, co robią, w co inwestują, co realizują, powinno także współistnieć, współgrać z pewnymi potrzebami społeczności lokalnej i myślę, że tutaj w kontekście Gdańska czy szerzej rozumianego Trójmiasta można już zobaczyć pewne dobre przykłady tego działania.

Dla Izabeli Disterheft, Dyrektor Regionalnej Colliers w Gdańsku społeczna odpowiedzialność deweloperów polega na słuchaniu tego, czego potrzebują ci, którzy będą korzystać z wybudowanych przez nich obiektów.

- Sądzę, że społeczna odpowiedzialność polega na tym, aby to, co wypracujemy, potrafić mądrze podzielić. My co roku robimy projekt „Małe kroki, duży wpływ” i to są konkretne działania. W tym roku wyremontowaliśmy dom dla osób w kryzysie bezdomności. W ubiegłym roku zrobiliśmy to samo dla domu dziecka – opowiada Izabela Disterheft.

Bogusław Wieczorek, pełnomocnik zarządu Olivia Centre, wprowadza rozróżnienie między CSR, który każdy biznes od pewnego poziomu rozwoju powinien prowadzić, a odpowiedzialnością społeczną deweloperów. Różnica tkwi w społecznościach, a na przykładzie OC także w tworzeniu miejsc pracy oraz przeskoku rozwojowym, którego beneficjentem są całe miasta.

– Olivia była na pewno jednym z tych kamyków, który ruszył lawinę. Tę lawinę możemy w pewnym momencie obserwować w cenach nieruchomości – Gdańsk doszłusował do tych najważniejszych miast Polski, co jest pośrednim wyrazem tego, że tu się dobrze żyje i dobrze się zarabia – mówi Bogusław Wieczorek.

DEWELOPERZY TRAKTOWANI SĄ OSTRZEJ

Trudno nie zauważyć, że deweloperzy wzbudzają wiele kontrowersji, a na wizerunek tej branży wpływa tzw. patodeweloperka. W sieci pojawiają się liczne przykła-



IZABELA DISTERHEFT

**Dyrektor Regionalna Colliers
w Trójmieście**

Absolwentka Wydziału ekonomii UG, posiada ponad 15-letnie doświadczenie w zakresie rozwoju biznesu, sprzedaży i wynajmu nieruchomości oraz zarządzania nieruchomościami. Doświadczenie zdobywała m.in. jako prezeska Fundacji Interizon, dyrektorka GGPNT, w Invest GDA, a ostatnio rozwijając Partners International Premium Real Estate Agency.



PIOTR LORENS

Architekt Miasta Gdańska

Prof. dr inż. hab. arch., kierownik Katedry Urbanistyki i Planowania Regionalnego UG, członek Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, pełnił funkcję prezesa zarządu głównego TUP (2015 - 2018) i wiceprezenta Międzynarodowego Stowarzyszenia Planistów Miejskich i Metropolitalnych (ISCOCARP) (2011 - 2017).



JADWIGA KOSIŃSKA

Dyrektor Projektu Stoczni Cesarskiej

Absolwentka kierunku Inżynierii Lądowej na Politechnice Warszawskiej oraz studiów Executive MBA na Uniwersytecie Illinois w Urbana Champaign. Pracowała m.in. w Hochtief Polska, Vastint Poland, HB Reavis Construction, cmT. Brała udział w wielu skomplikowanych projektach, m.in. budowie najwyższego wieżowca w UE Varso Tower, czy też modernizacji Rafinerii Gdańskiej w ramach programu 10+. Jest mentorką programu w ramach stowarzyszenia „Top Woman in Real Estate”.



BOGUSŁAW WIECZOREK

Pełnomocnik zarządu Olivia Centre

Absolwent prawa na UG, radca prawny. W OC odpowiada m.in. za współpracę pomiędzy środowiskiem biznesu, a władzą publiczną, środowiskiem nauki i trzeciego sektora. Z ramienia OC prowadzi m.in. program Oliwski Budżet Sąsiedzki, mający na celu finansowanie oddolnych inicjatyw w dzielnicy Oliwa, czy też Olivia Prize, konkurs dla rezydentów kompleksu, który wyłania najlepsze projekty biznesowe, społeczne i ekologiczne. Ostatnia kategoria przyznawana jest wraz z United Nations Global Compact.

dy klaustrofobicznych projektów mieszkaniowych czy też osiedli łanowych budowanych na obrzeżach miast wzdłuż jednej drogi, bez żadnych przestrzeni wspólnych.

Jadwiga Kosińska uważa, że to pojęcie patodeveloperki jest nadużywane i sztucznie wykreowane.
- Polski Związek Firm Deweloperskich, którego jesteśmy członkiem, zlecił agencji PR badania, z których wynika, że coraz mniej jest informacji na temat tzw. patodeveloperki, natomiast od tej nazwy pojawili się patopiekarze, patostomatolodzy – przywołuje Jadwiga Kosińska.

Zdaniem profesora Lorensa powodem ostrzejszego traktowania inwestycji deweloperskich jest ich bezpośredni związek z naczelną potrzebą człowieka czyli posiadaniem miejsca zamieszkania, bo ono definiuje jakość naszego życia.

- Nikt tego patomieszkania nie kupuje z własnej woli, tylko na takie go stać i w tym problem, że to jest na szczycie naszych potrzeb, a skonfrontowane zostaje z możliwościami finansowymi tych najbardziej potrzebujących – podsumowuje Piotr Lorens.

W opinii Bogusława Wieczorka rynek deweloperski w Polsce to świat małych i średnich firm, które nie są w stanie w skuteczny sposób narzucać swojej narracji. Z drugiej strony samorządy przeoczyły możliwość wymuszania na deweloperach pewnych rozwiązań urbanistycznych takich jak np. połączenia drogowe. Budowa OC też miała zarówno zwolenników, jak i przeciwników, choć w perspektywie czasowej odegrała pozytywny wpływ na całe miasto.

- Zgodnie ze statystyką, którą prowadziliśmy, blisko 70% osób nie dojeżdża do OC samochodem, a przecież tam pracuje 15 tysięcy osób. Tak więc postawienie tego centrum uwolniło Gdańsk od wielu problemów pod tytułem Mordor w Warszawie. Świetne skomunikowanie tego miejsca pozwala na to, że ludzie mogą dojeżdżać do pracy i z niej wracać – tłumaczy Bogusław Wieczorek. - Proces konsultacyjny w pasie ulicy Grunwaldzkiej pokazuje, jak świetnie można współpracować. Wszyscy interesariusze, deweloperzy, mieszkańcy, aktywiści miejscy i dzielnicowi spotykają się na cyklicznych warsztatach mniej więcej raz na kwartał i dyskutują, w jaki sposób mogą zmieniać tę przestrzeń. Ten pas to kręgosłup całego Trójmiasta.

PREMIUM ZNACZY WIĘCEJ

Określenie „premium” dość często pojawia się w komunikacji deweloperów i agencji nieruchomości. Jednak, co dokładnie znaczy, biorąc pod uwagę tak obecną nowoczesną architekturę, jakość materiałów i wykończenia, a jednocześnie gęstą zabudowę?

- Premium to przede wszystkim lokalizacja jak wspomniała Wyspa Spichrzów, która bardzo zmieniła krajobraz i otoczenie miasta. To, co się wydarzyło kiedyś na

Fot. Krzysztof Nowosielski





sopockim Monte Cassino, dzisiaj się przeniosło tam. Tak więc premium to dobry widok, wspaniała jakość, a wyżej mamy kategorię deluxe, która dodaje do tego wszystkiego jakość podejścia do wysokości – wylicza Izabela Disterheft. - Apartamenty premium i deluxe znajdują się w starych zabytkowych kamienicach, ale i w wysokich apartamentowcach typu warszawski Cosmopolitan, który spełnia nie tylko parametry dotyczące wysokości czy metrażu, ale także dostępnych dla mieszkańców udogodnień: od concierge'a po części wspólne – miejsca, gdzie można poćwiczyć, odpocząć, spotkać się z sąsiadami, a nawet odbyć krótką telekonferencję.

Można więc powiedzieć, że to klient nadaje subiektywną ocenę nieruchomościom, a dla każdego premium czy deluxe znaczy coś innego.

- Polacy mają potężne aspiracje, żeby był taras lub balkon, a potem z niego nie korzystają, taras jest aspiracyjny – zauważa Izabela Disterheft. - Z kolei w budownictwie komercyjnym, nie mamy

subiektywizmów, mamy budynek klasy A lub klasy B, wchodzą certyfikacje i wszystko jest jasne. Oblicze nieruchomości komercyjnych, jest bardzo konkretne, restrykcyjne i tutaj wiemy, po czym się poruszamy."

NIESPIESZNE MŁODE MIASTO

Młode Miasto w Gdańsku to imponujący wielkością projekt powstający na dawnych terenach stoczniowych. Od lat budzi wiele dyskusji i sporów, a w zależności od jego fragmentu widać różne stopnie zaawansowania prac. Powstają m.in. mieszkania Doki Living i Montownia (Euro Styl), stoi apartamentowiec NDI, a kolejne budynki mieszkaniowe stawia Invest Komfort. Znacznie wolniej postępuje budowa biurowców. Jeżeli chodzi o deweloperów, to zmiany najwolniej postępują na terenach objętych największą uwagą ze strony konserwatorskiej - Centrum Stoczni Gdańskiej (CSG) i Stoczni Cesarskiej. W pierwszym dopiero



ruszają prace, a w drugim wyremontowano budynek dyrekcji i dawną remizę.

- Oczywiście zależy nam na wybudowaniu nowych budynków na tym terenie. Mówimy tutaj o 16 hektarach, z czego 7 to hale historyczne z XIX wieku. Taką inwestycję trzeba przygotować również pod kątem infrastruktury, co robimy z udziałem miasta. Na tym terenie mamy postoczniove instalacje, które wymagają przygotowania – tłumaczy Jadwiga Kosińska. - Czekamy 15-minutowe miasto kompaktowe. Powstaną tutaj budynki mieszkaniowe, rozmawiamy również z Gutek Film, żeby pojawiły się też kina. Chcemy, żeby to było tętniące życiem miejsce, takie miasto w mieście. Tu jest szansa stworzenia prawdziwego śródmieścia Gdańska.

Profesor Piotr Lorens przyznał, że prace zarówno na terenie Stoczni Cesarskiej, jak i CSG posuwają się bardzo wolno.

- Z punktu widzenia odbiorcy zewnętrznego posuwają się pomalutku, ale jednak naprzód. Wystarczy spojrzeć za okno. Poza tymi nieszczęsnymi wieżowcami zrealizowanymi na styku terenów postoczniowych i miasta, które wpisały się w pewną lukę konserwatorską - po całej południowej stronie ulicy Popiełuszki pozycje inwestycyjne są bardzo mocno zaawansowane. Realizowany jest kolejny etap projektu Doki, a także Żurawi – wymieniał Piotr Lorens. - Natomiast na północy mamy tereny objęte pracami konserwatorskimi. Można powiedzieć, że ze względów głównie politycznych niewiele się wydarzyło w tym obszarze – choćby przez ten słynny postulat wpisu do UNESCO, który już pomału oddala się w niebyt, co oznacza, że wracamy do myślenia prorozwojowego w stosunku do obszaru Stoczni Cesarskiej czy Półwyspu Drenica.

- Teren stoczni ruszy. To są tereny, jakie istnieją w innych krajach, ale żadne z tych miast nie ma w swojej historii Lecha Wałęsy. I to jest niepowtarzalna historia, na której wiele można zbudować. Lokalnie nie doceniamy tego miejsca tak bardzo, jak to robią goście z zagranicy. U nich to jest pełen zachwyt. To tu musi się wydarzyć – przewiduje Izabela Disterheft.

DALSZA PRZYSZŁOŚĆ: NOWY PORT I ORUNIA

Bogusław Wieczorek również uważa, że Młode Miasto to dzielnica, która będzie z czasem zyskiwać na znaczeniu. Inne lokalizacje z potencjałem to Nowy Port i zapomniana ulica Kołobrzeska. Jadwiga Kosińska do tego zestawienia dodaje Jasień, a profesor Piotr Lorens z kolei w perspektywie 30 lat prognozuje świetność Oruni.

- Za te 20 czy 30 lat Młode Miasto już będzie zrealizowane. Natomiast w kontekście przyszłości należałoby wymienić te obszary, które są teraz najbardziej dyskutowane czyli pas alei Grunwaldzkiej, w tym ulica Kołobrzeska, ale nie tylko. To jest też Nowy Port, w którym nota bene już miasto szuka partnerów do przedsięwzięcia, a więc to już jest byt, który nam się jak najbardziej ucieleśnił – mówił Piotr Lorens.

- Przy takim samorządzie, jaki jest w Gdańsku, miasto będzie się rozwijało czy to będzie Młode Miasto, czy Jasień czy inna dzielnica. Ludzie lubią tu mieszkać, czego jestem najlepszym przykładem i coraz więcej osób wybiera to miasto. Myślę, że jesteśmy skazani na sukces – podsumowuje Jadwiga Kosińska.



JEŹDZIECKI KLUB SPORTOWY BARŁOMINO

NAJLEPSZA MŁODZIEŻOWA STAJNIA W POLSCE I NIE TYLKO

AUTOR: MARTA DWORAK

Połączenie nowoczesności, funkcjonalności i dbałości o dobrostan koni stwarzające świetne warunki treningowe i wyjątkowe środowisko dla rozwoju talentów. A to wszystko 30 minut od Trójmiasta, w malowniczej kaszubskiej scenerii. Barłomino to miejsce, które nie tylko pasjonaci jeździectwa powinni poznać.

Jazda konna to szczególny sport – wymagający fizycznie, ale i psychicznie; dyscyplina, w której trzeba się zmierzyć z samym sobą, swoimi ograniczeniami, a jednocześnie zbudować relację z inteligentnym zwierzęciem, które wiele rozumie i potrafi skrzętnie to wykorzystać. Tym ważniejsze, żeby trenować w odpowiednich warunkach, w przyjaznym miejscu i pod okiem profesjonalistów. Jeździecki Klub Sportowy Barłomino to właśnie taki wymarzony ośrodek, zresztą wyróżniony tytułem najlepszej młodzieżowej stajni w Polsce.

NUMER JEDEN W KRAJU

Barłomino od początku postawiło na tworzenie zgranego zespołu wspierającego się niezależnie od poziomu umiejętności. Sprzyjają temu grupowe wyjazdy na zawody, wzajemne kibicowanie, bycie razem w trudnych chwilach oraz wspólne świętowanie radosnych momentów.

- W Barłominie zarówno „skoczkowie”, jak i „ujężdzeniowcy” wzajemnie się wspierają i kibicują, co buduje niesamowitą atmosferę. Jesteśmy zgranym teamem. W ośrodku trenują zarówno amatorzy, jak i profesjonaliści, zawsze szanujący swoją pracę i gotowi do pomocy, gdy jest to potrzebne – mówi trenerka Daniela Kuczkowska. - Wspólna odpowiedzialność stanowi fundament naszej drużyny – dodaje.

KASZUBSKA IDYLLA

O atrakcyjności stajni stanowi także jej lokalizacja – z dala od miasta, w pięknej scenerii kaszubskiej wsi Barłomino, znajdującej się w gminie Luzino w powiecie wejherowskim.

Otoczenie natury, sąsiedztwo malowniczych lasów i kame-ralna, pełna spokoju atmosfera to niekwestionowane atuty tego miejsca.

- Zaledwie 30 minut od pulsującego życiem centrum Trójmiasta, Barłomino stanowi oazę spokoju i piękna otoczonego kaszubskim krajobrazem. Ta harmonijna mieszanka sprawia, że staje się miejscem wyjątkowym dla miłośników jeździectwa, poszukujących zarówno intensywnego treningu, jak i ucieczki od miejskiego zgiełku – opowiada Karolina Krempeć, managerka obiektu.

DOSKONAŁA INFRASTRUKTURA

JKS Barłomino zajmuje obszar 13 hektarów, który został zagospodarowany na stajnie, padoki, place do jazdy, hale i lonżowniki. Rozległy zielony teren i przemyślana infrastruktura zadowolili najbardziej wymagającego jeźdźcę.

- Na terenie JKS Barłomino znajdują się trzy zewnętrzne place o doskonałym podłożu kwarcowym. Dzięki temu zarówno konie, jak i ich jeźdźcy mogą cieszyć się stabilnym i bezpiecznym podłożem, co jest kluczowe dla skutecznego treningu. Te place stanowią bazę dla różnorodnych aktywności, począwszy od podstawowych ćwiczeń aż po zaawansowane treningi. W ramach infrastruktury dostępne są także dwie kryte hale, które umożliwiają kontynuację treningu bez względu na warunki atmosferyczne. Zewnętrzny tor treningowy jest zróżnicowany pod względem stopnia nachylenia, co pozwala na świetny trening kondycyjny – opowiada Karolina Krempeć.



Natalia Plata



Warto również podkreślić, że na terenie ośrodka znajdują się stajnie murowane oraz drewniane, doskonale przystosowane nawet dla koni z alergiami. Dbając o komfort zwierząt, JKS Barłomino stawia na wysokie standardy opieki i warunków życia koni.

- Stajnia Barłomino to nie tylko miejsce, gdzie do dyspozycji jest doskonała infrastruktura dla naszych zawodników, ale również możliwość kompleksowego podejścia do treningu koni. Nasza oferta obejmuje różnorodne elementy treningowe, które umożliwiają nie tylko doskonalenie umiejętności, ale także dbanie o kondycję i równowagę koni oraz ich jeźdźców. To jest kluczowe dla osiągnięcia doskonałych wyników podczas zawodów – relacjonuje trener Adam Nicpoń.

BOGATY PROGRAM TRENINGOWY

Oferta Barłomino to szeroka gama treningów jeździeckich dostosowanych do różnych grup wiekowych i poziomów umiejętności. W ośrodku działają szkoły zarówno dla młodzieży, jak i dorosłych. Programy szkoleniowe dopasowane są do wieku i umiejętności uczestników, umożliwiając im stopniowy rozwój. Funkcjonująca tu szkoła Cavallo proponuje szkolenia przygotowujące do zdobycia oznak jeździeckich, co doskonale motywuje młodych adeptów tego sportu.

- Dla mnie jako trenera w JKS Barłomino istotnym ułatwieniem w mojej pracy jest skuteczny podział hali w sezonie zamkniętym na dni skokowe i ujeżdżeniowe. Nawet przy dużej liczbie koni w ośrodku, możliwe jest prowadzenie treningów w komfortowy sposób, unikając wzajemnych zakłóceń – przyznaje Daniela Kuczkowska.

Nie sposób nie zauważyć dbałości, z jaką klub podchodzi do jeźdźców, ale i do samych koni i ich dobrostanu.

- Skupiamy się nie tylko na wynikach sportowych, ale również na kompleksowym rozwoju koni i jeźdźców. Infrastruktura i różnorodne treningi pozwalają nam osiągać doskonałe rezultaty, tworząc jednocześnie harmonijne środowisko dla naszych koni – podsumowuje Adam Nicpoń.

OPIEKA DOŚWIADCZONYCH TRENERÓW

W JKS Barłomino możliwe jest także zorganizowanie treningów na najwyższym poziomie prowadzonych przez doświadczonych trenerów.

- W Barłominie możemy pochwalić się zespołem doświadczonych trenerów, którzy są prawdziwymi mistrzami swoich dziedzin. Daniela Kuczkowska, to prawdziwy autorytet w świecie ujeżdżenia, którego doświadczenie i profesjonalizm zdobywały uznanie na arenach krajowych i międzynarodowych. Jej niezwykła wiedza i umiejętności przekładają się na sukcesy zawodników, których prowadzi, a jej indywidualne podejście do treningu pozwala osiągać znakomite rezultaty – tłumaczy Karolina Krempeć. - Z kolei Adam Nicpoń, to doświadczony zawodnik i trener w dziedzinie skoków przez przeszkodę. Jego pasja do jeździectwa i zdolności trenerskie przyciągają do Barłomina licznych zawodników dążących do doskonalenia swoich umiejętności skokowych. Skuteczne metody szkoleniowe sprawiają, że jego podopieczni osiągają znaczące sukcesy na arenie sportu jeździeckiego – dodaje.

Warto podkreślić, że oferta JKS Barłomino stale się poszerza zgodnie z potrzebami i najnowszymi trendami jeździeckimi.

- Wkrótce wprowadzimy treningi krosowe, które dadzą nowego wymiaru naszym działaniom. Ten rodzaj treningu buduje zdecydowanie, utrzymując rytm i tempo, co później wpływa na dynamikę

jazdy na parkurze. To nie tylko doskonale przygotowanie do konkurencji, ale również sposób na rozwijanie umiejętności koni i ich jeźdźców w różnych warunkach terenowych. Z kolei nowopowstały plac do startów na parkurach trawiastych to kolejny atut Stajni Barłomino – mówi z dumą Adam Nicpoń.

KOMPLEKSOWE CENTRUM JEŹDZIECKIE

W trosce o komfort gości na terenie ośrodka powstała także baza noclegowa z nowoczesnymi apartamentami. To na pewno wygodne rozwiązanie dla jeźdźców pragnących skoncentrować się na swoich celach treningowych.

- Przyjazna atmosfera, profesjonalna obsługa oraz wysoki standard wyposażenia pokoi sprawiają, że każdy pobyt staje się nie tylko okazją do treningu, ale także relaksu i regeneracji sił. Poza tym to wygodne rozwiązanie, które sprawia, że JKS Barłomino staje się kompleksowym centrum jeździeckim, oferującym nie tylko doskonałe warunki treningowe, ale także komfortowy wypoczynek. Ośrodek jest także idealnym miejscem do prowadzenia szkoleń. Zawodnicy mają tu możliwość nie tylko doskonalenia swoich umiejętności, ale także uczestniczenia w różnego rodzaju wydarzeniach, co sprawia, że JKS Barłomino staje się dla nich drugim domem – podsumowuje Karolina Krempeć.

EMOCJONUJĄCE WYDARZENIA JEŹDZIECKIE

W 2024 roku JKS Barłomino będzie gospodarzem eksygujących wydarzeń sportowych takich jak np. Halowe Zawody Regionalne i Towarzyskie w Ujeżdżeniu (24-25.02.2024). We współpracy z partnerami z Trójmiasta planowany jest szereg prestiżowych imprez jeździeckich zarówno rangi mistrzowskiej, jak i tych dedykowanych amatorom. Wszystkie one wpisują się w misję tworzenia wyjątkowego środowiska dla pasjonatów jeździectwa. Zawodnicy klubowi wezmą także udział w innych wydarzeniach w kraju i zagranicą.

- Razem ze starszymi końmi planuję uczestniczyć w cyklu Cavaliada, będącym jednym z najważniejszych cykli zawodów jeździeckich w Polsce. Halowe Mistrzostwa Polski to kolejny cel tego sezonu halowego – wymienia Adam Nicpoń - Dla mojej zdolnej zawodniczki, Igi Biegalskiej, wyznaczaliśmy cel treningowy, którym jest udział w Mistrzostwach Europy Juniorów w Zduchowicach oraz Mistrzostwach Polski w Białym Lesie. To nie tylko wyjątkowa okazja do reprezentowania kraju, ale również możliwość zdobycia cennych doświadczeń na międzynarodowych arenach. Dla młodych koni Stajni Barłomino stawiamy również ambitne cele, w tym udział w Sportowym Czempionacie Młodych Koni w Olszy oraz Mistrzostwach Świata Młodych Koni w Lanaken. To znakomita okazja do prezentacji potencjału i jakości hodowlanej, a także szansa na zdobycie uznania na światowej scenie jeździeckiej – podsumowuje Adam Nicpoń.

Dzięki takim aspiracjom i imponującym planom ośrodek, jego pracownicy oraz ich podopieczni mają okazję do nieustannego rozwoju.



Iga Biegalska

NAJBLIŻSZE ZAWODY

Halowe Mistrzostwa Pomorza w Ujeżdżeniu 24-25.02.2024
we współpracy z Mercedes BMG Goworowski

Biznes

prestiz
Trojmiasto

Wydawca

MS Group Sp. z o.o.
al. Grunwaldzka 56 lok. 202
80 - 241 Gdańsk
NIP: 9571059132

Prezes

Michał Stankiewicz

Dyrektor zarządzająca

Maria Bek
bek@msgroup.pl

Dyrektor działu foto

Karol Kacperski
kacperski@msgroup.pl

Dyrektor działu eventów

Aleksandra Staruszkiewicz
staruszkiewicz@msgroup.pl

Dyrektor Sprzedaży

Marta Blendowska
tel. 791 971 399

Dział sprzedaży i marketingu

Krzysztof Nowosielski
tel. 533 200 779

Aleksandra Staruszkiewicz
tel. 606 603 416

Redaktor Naczelny

Michał Stankiewicz

Zastępca Redaktora Naczelnego

Klaudia Krause - Bacia

Redakcja

Michalina Domoń
Marta Dworak
Katarzyna Lepianka - Głuszkiewicz
Magdalena Szymańska

Sekretarz redakcji

Joanna Bieńkowska

Adres redakcji

ul. Stanisława Moniuszki 10,
81-829 Sopot
redakcja.trojmiasto@msgroup.pl

Projekt graficzny

Kamil Żurek

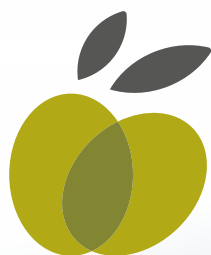
Redakcja nie odpowiada za treść reklam

MS
GROUP



MS
GROUP

www.prestiztrojmiasto.pl
www.issuu.com/prestiz



**Oliwkowa
Park**



**Pepper
House**

BIURO NIERUCHOMOŚCI

Biuro
nieruchomości
nr1
wg
trojmiasto.pl

— ♦ —
www.pepperhouse.pl

10
LAT NA RYNKU