

# Biznes

prestiz  
magazyn trójmiejski

**NADCHODZI  
WODOROWA  
LAWINA**

MAREK FOLTYNOWICZ

**NAUKA  
KONTRA  
PIENIĄDZE**

KAROLINA PIERZYNOWSKA

**ZNÓW MOGĘ  
REAGOWAĆ!**

ALAN ALEKSANDROWICZ

**DULKIEWICZ  
KARNOWSKI  
SZCZUREK**

PREZYDENCI  
W MEDIACH  
SPOŁECZNOŚCIOWYCH

**MICHAŁ  
HEROK**

**SEOgroup**

**BENEFICJENCI CYFROWEJ REWOLUCJI**

# FORWARDYZM

KAŻDY RUCH MA SWOJĄ IKONĘ.



#bornelectric

THE NEW

i7



Poznaj elektryczne BMW i7 na: [www.bmw.pl/i7](http://www.bmw.pl/i7).

"Zużycie energii w kWh/100 km: 19,7 – 18,9 (WLTP)\*. Zasięg elektryczny (WLTP) w km: 580 – 610\*.

\*Wartości prognozowane na podstawie stanu rozwoju pojazdu."



## 5,500 MILES

On 5th October 1931 **Clyde Pangborn and Hugh Herndon, Jr.**, two daring American aviators, completed the world's first nonstop, transpacific flight from Japan to the United States. They took off and landed 41 hours later in Wenatchee, Washington, having covered a distance of 5,500 miles. At the time, it was the longest flight ever made over water.





LONGINES SPIRIT ZULU TIME

# LONGINES



N. NAGEL



GDYNIA, AL. ZWYCIĘSTWA 256, CH KLIF PARTER



W I L L A  
D O L C E V I T A  
R A D O Ś Ć Ż Y C I A

+48 788 028 222

[sprzedaz@abinwestor.pl](mailto:sprzedaz@abinwestor.pl)

[abinwestor.pl](http://abinwestor.pl)



UL. PARTYZANTÓW 1 / GDYNIA



# SPIS TREŚCI



**Na okładce:**  
Michał Herok

**Fotografia:**  
Karol Kacperski

Temat z okładki



„ Jeszcze niedawno firmami rządili szefowie marketingu i sprzedaży. Obok nich ludzie od finansów, a nawet PR. Trwająca od lat rewolucja internetowa, wzmoczona pandemią zmieniła jednak ten układ sił. Dzisiaj równie ważni, o ile nie ważniejsi stają się specjaliści od Internetu. Tak jak Michał Herok, właściciel gdyńskiego SEO group.

32

18 „ Od 2015 roku spada wiarygodność ekonomiczna Polski – wynika z „Indeksu Wiarygodności Ekonomicznej”. To projekt łączący cechy ratingów z oceną zaufania publicznego, który przygotowuje grupa ekspertów pod kierunkiem prof. Jerzego Hausnera.

- 12 SŁOWEM WSTĘPU
- 14 GIEŁDOWE PUŁAPKI – DARIUSZ FILAR. FELIETON Z CYKLU „GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ”

## WYDARZENIA

- 18 PAŃSTWO MNIEJ WIARYGDNE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW
- 20 NAJLEPSI W BIZNESIE
- 26 ZDOLNI DO GENEROWANIA WIELU ROZWIĄZAŃ
- 30 ZGŁOŚ SWOJĄ FIRMĘ DO NAGRODY GRYF GOSPODARCZY

## TEMAT Z OKŁADKI

- 32 MICHAŁ HEROK SEOGROUP – BENEFICJENCI CYFROWEJ REWOLUCJI



„ Kilkaset osób uczestniczyło w uroczystej gali Pracodawców Pomorza jaka odbyła się w Europejskim Centrum Solidarności. Największa i najstarsza na Pomorzu organizacja pracodawców nagrodziła przedsiębiorców, a także osoby zaangażowane w tworzenie środowiska gospodarczego.

20



# Apartamenty

w otulinie Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego

Trzy słowa: Smolna, las, Sopot. To kameralne osiedle, otulone lasem Trójmiejskiego Parku Krajobrazowego, położone z dala od zgiełku miasta. Naturalne materiały, takie jak drzewo palone shou sugi ban tworzą jedność z roślinnością wewnątrz i z przyrodą wokół. Tu znajdziesz spokój i harmonię w zacisznym miejscu Sopotu. Gotowe apartamenty zostaną oddane jesienią 2023 roku.

[smolnasopot.pl](https://smolnasopot.pl)



99  
Pięćdziesiąt pięć. Tyle grup zawodów na Pomorzu uznawanych jest za deficytowe. Nie dziwnego, że masowy napływ imigrantów z Ukrainy rozbudził nadzieje na wypełnienie luk na rynku pracy. Ale eksperci studzą emocje.

58

## LUDZIE I BIZNES

- 42    PODOLE WIELKIE  
      - U ŹRÓDŁA WODY ŻYCIA
- 50    KAROLINA PIERZYNOWSKA  
      - NAUKA KONTRA PIENIĄDZE

## TRENDY, ANALIZY, RAPORTY

- 58    AAA UKRAIŃCÓW ZATRUDNIĘ
- 66    TRÓJMIEJSCY PREZYDENCI  
      W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH  
      - JAK POSTUJESZ TAK CIĘ WIDZĄ
- 74    WESTCOAST VS EASTCOAST

## GOSPODARKA I SAMORZĄD

- 84    ALAN ALEKSANDROWICZ  
      - ZNÓW MOGĘ REAGOWAĆ

## GOSPODARKA MORSKA

- 92    TERMINALE CZEKAJĄ NA PROMY

## EKOLOGIA

- 96    NADCHODZI WODOROWA LAWINA
- 100    DAMIĘCKI KUFEL DK USŁUGI  
      PORZĄDKOWE - PRACA TO  
      NARZĘDZIE, A NIE CEL

## MOTORYZACJA

- 104    CZYSTA PRZYJEMNOŚĆ Z JAZDY



74  
Liczące ponad 500 km polskie wybrzeże to potentat turystyczny. Na północy kraju znajduje się jedna trzecia krajowej bazy noclegowej. Od wielu lat pierwsze miejsce zajmuje Zachodniopomorskie, z dynamicznie rozwijającymi się uzdrowiskami – Kołobrzegiem i Świnoujściem. Z kolei Pomorskie rywalizuje z Małopolską o drugą pozycję.

74



99  
Przez ostatnie trzy lata nadzorował projekty inwestycyjne Gdańska. Warunki były wyjątkowe, nagle i tragiczne – najpierw nieoczekiwana zmiana władzy w Gdańsku, potem pandemia, wojna, a teraz nadeciągający kryzys.

84



# MAŁOKACKA



## Mieszkania z widokiem na morze

**Zaledwie 10 min. od centrum Gdyni**

Blisko, zielono i rodzinnie. Inwestycja Małokacka położona jest na skraju Witomina, pośród gdyńskich lasów. Z myślą o przyszłych mieszkańcach zaprojektowano taras widokowy na dachu, z którego będzie można podziwiać panoramę miasta i wspólnie spędzać czas z rodziną. W ramach udogodnień mieszkańcy mają do dyspozycji m. in. strefę wypoczynkową oraz fitness.

Nie znajdziemy tu oczywistych rozwiązań stylistycznych i materiałowych, za to naturalne tworzywa i niekonwencjonalne formy, które czynią przestrzeń wspólnie przytulnymi, wręcz domowymi. Ceny mieszkań inwestycji Małokacka zaczynają się od 11 400 zł/m<sup>2</sup>.

[malokacka.pl](http://malokacka.pl)

**INVEST**  
KOMFORT

# SZANSE I ZAGROŻENIA CYFROWEGO ŚWIATA

To, że IT jest beneficjentem ostatnich zmian w gospodarce nikogo chyba już nie dziwi. Rewolucja cyfrowa przyspieszyła szczególnie w okresie pandemii zmieniając nasze życie. Sposób w jaki pracujemy, komunikację, a nawet zakupy. Korzysta na tym szeroko pojęta branża IT, wśród nich agencje, które stają się przewodnikami po coraz bardziej wyrafinowanym i wyspecjalizowanym cyfrowym świecie. Jedną z nich jest SEO group Michała Heroka z Gdyni. Nasz rozmówca szczerze to przyznaje, nie kryjąc szalonego wręcz skoku zysku o ponad 900% rok do roku.

Rozwój branży IT to nowe szanse, ale i też nowe zagrożenia, o czym również mówi bohater naszej okładki. Coraz bardziej wyrafinowane specjalizacje sprawiają, że powstają wciąż nowe zawody, a nam coraz trudniej samemu sobie poradzić z obsługą. Zresztą jak w każdej dziedzinie gdzie następuje postęp. Wystarczy przypomnieć sobie chociażby motoryzację – tą sprzed kilkadziesiąt lat i obecnie. Kiedyś pewnie większość kierowców wiedziało co się kryje pod maską ich samochodu, co należy zrobić w razie awarii, a każdy kto miał instynkt inżyniera mógł sam próbować naprawiać. Dzisiaj – w razie awarii – niewiele już sami zdiagnozujemy. No chyba, że znamy się na... komputerach.

Szansą, ale i zagrożeniem są też social media. Tutaj można by nawet podyskutować – czy już nie bardziej zagrożeniem, niż szansą. Myślę, że przekonamy się lada moment, gdy w dorosłe, zawodowe życie wejdzie pokolenie nie znającego świata bez SM i całkowicie od nich uzależnione. To będzie pierwszy, empiryczny test.

Co nie zmienia faktu, że korzystamy z nich wszyscy, na co dzień i w coraz większym stopniu. Także politycy.

Niedawno się obiegło zdjęcie Sanny Marin, premier Finlandii z festiwalu - ubranej w skórzaną kurtkę i krótkie spodenki. Stało się wiralem, bo faktycznie nie jest to stereotypowy strój wysokich rangą polityków. Trzeba przyznać,

że premier Finlandii ma styl i klasę. I chyba to wszystko co można wywnioskować ze zdjęcia. Tymczasem pod udostępnianym zdjęciem – dodam, że akurat na LinkedInie, uchodzącym za najbardziej profesjonalną i merytoryczną platformę - pojawiły się daleko dalej idące komentarze. Można było przeczytać, że to fantastyczna kobieta, prawdziwy lider itd. Czy te opinie były wystawione na podstawie analiz jej działań, wystąpień i podjętych decyzji, czy też emocji pod wpływem fajnego zdjęcia? Tendencją dzisiejszych czasów i SM jest wyciąganie daleko idących wniosków tylko na podstawie obrazków, więc – w niczym nie ujmując Sannie Marin - można przypuszczać, że właśnie z taką sytuacją mieliśmy do czynienia. Nasi trójmiejscy władarze również coraz częściej sięgają po te kanały. Jak im to wychodzi – o tym przeczytacie w tekście Aleksandry Tartaruk.

Alan Aleksandrowicz, do niedawna zastępca prezydent Gdańska, wrócił do Invest GDA. Nowy, stary prezes nie kryje zadowolenia z powrotu. Praca w urzędzie miasta, a kierowanie spółką, która bezpośrednio obsługuje inwestorów to dwie rzeczywistości. Urzędy i związany z nimi proces decyzyjny to splot wielu czynników, gdzie obok wiedzy merytorycznej równie ważne wydaje się umiejętność balansowania pomiędzy wpływami wielu grup - politycznych, czy to biznesowych. No i druga rzecz – często decydujący głos mają niekoniecznie ci, którzy mają wiedzę i doświadczenie, ale ci, którzy lepiej potrafią to wszystko ogarnąć i mieć wpływ na lidera. Ot, po prostu esencja polityki. Alan Aleksandrowicz w długim wywiadzie podsumowuje swoje trzy lata, a także nakreśla cele jakie stoją przed nim jako szefem Invest GDA.

Interesujących rozmówców w tym numerze jest oczywiście znacznie więcej. Wśród nich Marek Foltynowicz, ekspert od wodoru. Z tym gazem wiążemy duże nadzieje, a zdaniem Foltynowicza wkrótce stanie się jednym z wiodących paliw, skutecznie wygrywając wyścig



## 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.

w wielu dziedzinach komunikacji. Autobusem po Trójmieście, pociągami na Hel? Już niedługo, tylko po drodze trzeba pokonać kilka barier. Raczej finansowo – organizacyjnych, bo technologie już są.

O trudnym połączeniu nauki z biznesem opowiada dr Karolina Pierzynowska, biologka z UG, badaczka leku na Alzheimera. I choć współpraca nauki i biznesu to dzisiaj chleb powszedni, to jednak znalezienie równowagi pomiędzy oczekiwaniami inwestora, a badacza nie jest proste. W czym tkwi problem – o tym opowiada Monice Rogo.

Ewa Karendys pochyliła się nad rynkiem pracy w związku z Wojną w Ukrainie, a Dagmara Rybicka porównała potencjał turystyczny dwóch nadmorskich regionów – Zachodniopomorskiego i Pomorskiego. Jak wypadł nasz region, który kurort jest dzisiaj najbardziej oblegany – Sopot, a może Kołobrzeg, czy też Świnoujście tego dowiedzieć się z raportu.

Zapraszam do lektury.





## SUPER YACHTS CLUB

MARINA YACHT PARK GDYNIA



Szanowni Państwo,

witamy w Super Yachts Club. Przygotowaliśmy dla Was selekcję najnowszych jachtów żaglowych i łodzi motorowych, które w połączeniu z oferowanymi przez nas usługami i magią wyjątkowego miejsca, tworzą wymarzony przepis na smakowanie jachtingu.

Przestrzeń klubowa oferuje min. doskonale zaopatrzone bar G.H. Mumm, autorskie bistro Gaggenau z selekcją win, live jazz oraz bibliotekę klubową z bogatą kolekcją rumu i cygar.

Ciekawy repertuar regularnych przeglądów muzyki jazzowej Yacht&Jazz Festival, spotkania z literaturą i ciekawymi osobowościami podkreślają atmosferę jedyne takiego miejsca w Polsce.

Na życzenie zorganizujemy dla Państwa event firmowy lub okolicznościowy, który może być udanym sposobem budowania relacji biznesowych.

U nas znajdziecie Państwo również najlepszych skipperów, wsparcie w rozwoju własnych kompetencji jachtingowych, dedykowane szkolenia oraz egzaminy na stopnie żeglarskie. Ponadto oferujemy obsługę concierge, parking i zaplecze techniczne.

Naszą misją jest dostarczanie Państwu dobrego życia na jachtach i wokół nich. Zapraszamy do zapoznania się z programami uczestnictwa zawartymi w kartach klubowych: [www.superyachtsclub.com](http://www.superyachtsclub.com)

Dbając o komfort naszych klubowiczów, dyspozycyjność floty oraz przestrzeni klubowych ilość kart klubowych każdego roku jest ograniczona.

Zapraszam do kontaktu i do zobaczenia w Super Yachts Club!



DARIA MALANOWSKA  
YACHT CLUB MANAGER  
+ 48 606 875 482  
[daria.malanowska@superyachtsclub.com](mailto:daria.malanowska@superyachtsclub.com)

[www.superyachtsclub.com](http://www.superyachtsclub.com)   [www.oceanchallengeclub.com](http://www.oceanchallengeclub.com)   [www.superyachts.pl](http://www.superyachts.pl)   [www.jachtkrolewski.com](http://www.jachtkrolewski.com)

GAGGENAU



BANG & OLUFSEN





## GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ

GIEŁDOWE  
PUŁAPKI

(Deborah Moggach „Tulipanowa gorączka”)

**I**W swej powieści Deborah Moggach zabiera czytelnika do siedemnastowiecznego Amsterdamu. W początkowej części utworu jeden z jego zasadniczych wątków, w gruncie rzeczy sprężyna napędzająca całą akcję, pozostaje przed czytelnikiem ukryty. Przedstawieni zostają natomiast bohaterowie przyszłych wydarzeń: bogaty kupiec Cornelis, starzec na patykowatych nóżkach i ze zwiotczałą skórą oraz wielkim bębniem w miejscu brzucha, jego piękna żona Sophie, dwudziestoczterolatka, która oddała mu rękę przymuszona przez ubóstwo nękające jej rodzinę, malarz Jan, mężczyzna młody, urodziwy i namiętny, a jednocześnie obdarzony talentem i dlatego zatrudniony przez Cornelisa do stworzenia portretu małżonków, a wreszcie służąca Maria i handlarz rybami Willem, para połączona gorącym uczuciem, a rozdzielona przez brak pieniędzy na zawarcie ślubu i założenie wspólnego gospodarstwa domowego. Taki zestaw postaci każe oczekiwać wyłącznie opowieści o miłosnych perypetiach, dla których wybrano historyczne entourage, a nie wnikliwych rozważań o istotnym mechanizmie gospodarki. Dopiero w siódmym rozdziale pojawia się niedługi akapit o godzinach otwarcia i zamknięcia amsterdamskiej giełdy, a także wygłoszona z ekscytacją uwaga Cornelisa: „Można zarobić tysiące florenów, jeśli się wie, kiedy kupić i kiedy sprzedać”.

Giełdę towarową w Amsterdamie otwarto w 1611 roku. Notowano na niej kursy kilkuset towarów – przede wszystkim zbóż, ale także drewna, skór, bel sukna i bawełny, kości słoniowej i metali szlachetnych, jak również pieprzu, goździków, cynamonu i gałki muszkatołowej. Z początkiem lat trzydziestych XVII w. towarem budzącym wzmogony popyt stały się cebulki tulipanów. Sprawdzone z Imperium Osmańskiego kwiaty zajęły miejsce prestiżowej ozdoby ogrodów, a każda nowa i rzadka odmiana rozbudza-

ła mocniejsze pożądanie w potencjalnych nabywcach. Cebulki osiągały coraz wyższe ceny i nadszedł moment, w którym przestano w nich widzieć punkt wyjścia do upiększania rabatek, lecz zaczęto je traktować wyłącznie jako instrument spekulacyjnej gry. Deborah Moggach w „Tulipanowej gorączce” tak odmalowuje ówczesne zachowania mieszkańców Amsterdamu: „Od dawna nie oglądaliśmy cebulek; stały się dla nas pewną abstrakcją. Kupujemy cebulki, których wcale nie widzieliśmy i za które nie mamy jeszcze czym zapłacić; obracamy na giełdzie nowymi odmianami, których ceny prawdopodobnie pójdą gwałtownie w górę, skupujemy je i zaraz odsprzedajemy”. Cenowy szczyt osiągnięty został w styczniu 1637 roku, a w lutym bańka nagle pękła. Posiadacze cebulek masowo rzucili się do ich sprzedaży i ceny poszybowały w dół. Ci, którzy w porę nie wycofali się z ryzykownej inwestycji, musieli pogodzić się ze stratami.

Dlaczego ludzie wdają się w takie gry? Odpowiedź na to pytanie zawarta jest w rozmyślaniach, jakie w powieści snuje prostoduszny Willem: „Pieniądze można pomnażać bez najmniejszego kłopotu. Naprawdę w magiczny sposób!”. A Willem musi pomnożyć swój mizerny kapitalik, by poślubić Marię. I akurat jemu się to udaje – floren czy dwa, jakie posiadał, szybko przeobrażają się w 78 florenów, a to było więcej niż jego półroczne zarobki. Wycofuje się z giełdy we właściwym momencie, a o tym, że jego zyski jednak przypadną, złośliwy los rozstrzyga w zupełnie inny sposób. Powiększyć swoje pieniężne zasoby muszą także Sophie i Jan, bo ona planuje ucieczkę od starego męża do kochanka, a ten jest przecieź niezamożnym malarzem. Gdy Janowi nie udaje się ukraść cebulek, postanawiają z Sophią upłynnić poniżej wartości jego najlepsze dzieła i zastawić jej biżuterię, a za to dokonać tulipanowej inwestycji. Szczęście im sprzyja – trwa jeszcze lato 1636 roku,

ceny cebulek wciąż idą w górę i wyłożona na nie kwota szybko ulega potrojeniu. Wtedy sprzedają wszystkie cebulki, jakie zgromadzili, a uzyskane pieniądze lokują w jedną jedyną cebulkę szczególnie cenionej odmiany Semper Augustus. I to także wydaje się trafnym posunięciem – po trzech miesiącach cena wzrasta czterokrotnie i zrównuje się z ceną kamienicy nad amsterdamskim kanałem. Pragnienie wzbogacenia się rośnie. Ostatecznie bezcenną cebulkę, po pijanemu wzięwszy ją za zwykłe warzywo, zjada służący Jana. To symboliczna zapowiedź tego, że już wkrótce, w dniach giełdowego krachu, i tak okazałaby się bezwartościowa.

Czy siedemnastowieczny Amsterdam bardzo się różni od dwudziestowiecznego Nowego Jorku? W latach 1995-2000 przez elektroniczny rynek giełdowy NASDAQ przetoczyły się wydarzenia pod wieloma względami podobne do tulipanowego szaleństwa sprzed wieków. Indeks tego rynku, Nasdaq Composite, w okresie wskazanych pięciu lat wspiął się z około 1000 punktów na szczyt, który w marcu 2000 roku przewyższył poziom 5000 punktów. A zatem 1 dolar zainwestowany w akcje w 1995 roku przeobraził się w 5 dolarów. Jednak już w miesiąc później, w kwietniu 2000 roku, wartość indeksu zjechała do 3000 punktów, a po kolejnych dwóch i pół roku powróciła w pobliże wyjściowego 1000 punktów. Krociowe zyski wyparowały! Mało tego – jeśli większość notowanych firm, nawet tych znanych (na przykład Cisco Systems), straciła trzy czwarte swojej rynkowej wartości, to bardzo liczne spośród mniej znanych po prostu upadły.

To, co przed dwudziestu laty rozegrało się na rynku NASDAQ, przeszło do historii jako dot-com bubble (polski odpowiednik to „bańka internetowa”), bo przedmiotem intensywnych obrotów były akcje spółek z branży informatycznej, które rozwijały działalność w sieci. Przytoczone wcześniej zdania, jakimi Deborah Moggach odmalowała handel cebulkami tulipanów w Amsterdamie, wystarczy lekko sparafrazować, by zobrazowały handel akcjami spółek informatycznych w Nowym Jorku: „Od dawna nie analizujemy, czym naprawdę zajmują się firmy deklarujące działalność w sieci; stały się dla nas pewną abstrakcją. Kupujemy akcje firm, których nie znamy i dokonujemy zakupów za pożyczone pieniądze; obracamy na giełdzie firmami, które dopiero co powstały i jeszcze nie wykazały zysków, ale których akcje prawdopodobnie gwałtownie zdrożeją, skupujemy je i zaraz odsprzedajemy”. Cóż, w dwudziestowiecznym Nowym Jorku, tak samo, jak w siedemnastowiecznym Amsterdamie, z pewnością nie brakło ludzi, którzy poddali się iluzji szybkiego i łatwego zwielokrotnienia majątku.



Fot. Arch. prywat. Fot. Anna Rezulak

## 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 „Szlanki żydowskiej krwi”.







# Wspieramy inicjatywy Oliwian!

Rusza kolejna edycja Oliwskiego Budżetu Sąsiedzkiego.

Masz pomysł na działanie, które rozwinie Twoją dzielnicę?

Już dziś zgłoś swoją inicjatywę na stronie

[www.oliviacentre.com!](http://www.oliviacentre.com!)

**Masz czas do 31 sierpnia 2022 roku.**

Projekty zrealizowane ze środków **Oliwskiego Budżetu Sąsiedzkiego**:

**Biblioteka+** – przytulny dział dziecięcy w Bibliotece Oliwskiej

**Oliwa Kulturalna i Kulinarna** – mapa największych atrakcji dzielnicy

**ARTE-kreacja** – warsztaty plastyczne i ceramiczne

**Oliwska Stacja Rekreacja** – ścieżka do plenerowej nauki i zabawy

**Tai Chi w Oliwie** – 38 godzin zajęć Tai Chi w Parku Oliwskim

**Festyn Świąteczny na Rynku w Oliwie**





# PAŃSTWO MNIEJ WIARYGODNE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

**Od 2015 roku spada wiarygodność ekonomiczna Polski - wynika z „Indeksu Wiarygodności Ekonomicznej”. To projekt łączący cechy ratingów z oceną zaufania publicznego, który przygotowuje grupa ekspertów pod kierunkiem prof. Jerzego Hausnera. Jego pierwszą odsłonę pokazano podczas Europejskiego Kongresu Finansowego w Sopocie.**

Celem projektu jest pokazanie w jak najszerszy sposób, w oparciu o twarde dane i opinie ekspertów jak wygląda wiarygodność ekonomiczna Polski. Indeks został oparty o 122 wskaźniki, zgrupowane w 7 obszarach związanych z funkcjonowaniem państwa i gospodarki. Analizowano praworządność, wiarygodność finansów publicznych, stabilność systemu finansowego, swobodę działalności gospodarczej, ochronę i bezpieczeństwo pracy, jakość usług publicznych i respektowanie zobowiązań międzynarodowych. Badaniem objęto lata 2014 – 2021, z tym, że lata 2019 – 2021 zostały ujęte jako jeden

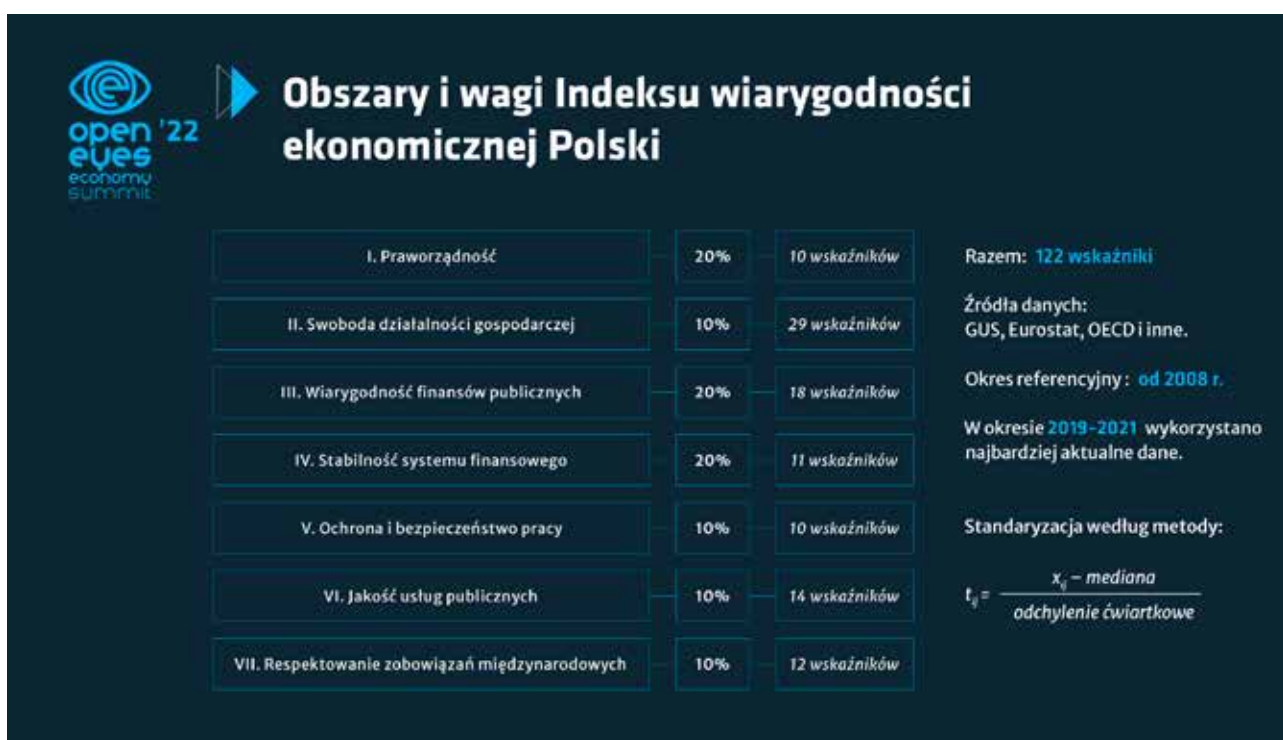
okres, ze względu na niepełne dane. Wartość indeksu w 2014, a więc pierwszym badanym roku wynosiła – 0,15, rok później 0,21, by w kolejnych latach już stale spadać. W ostatnim okresie (2019 – 2021) spadła do poziomu - 0,99.

W indeksie ujęto też opinie 116 ekspertów, którzy wskazali aż 374 zagrożeń w omawianych 7 obszarach.

- Wiarygodność ekonomiczna państwa oddziałuje na warunki i koszty gospodarowania. Jest swoistego rodzaju dobrem publicznym, które trzeba podtrzymywać,

a nie niszczyć. Gdy władza publiczna traci wiarygodność ekonomiczną sięga po propagandę i przekupywanie ważnych dla interesu politycznego grup. Prowadzi to m.in. do ograniczenia zaufania do krajowego pieniądza oraz do inflacji – komentuje prof. Jerzy Hausner, koordynator grupy pracującej nad indeksem i jednocześnie przewodniczący rady programowej Open Eyes Economy Summit.

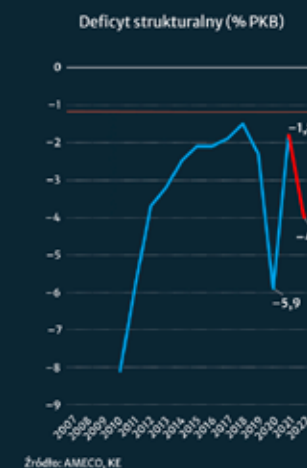
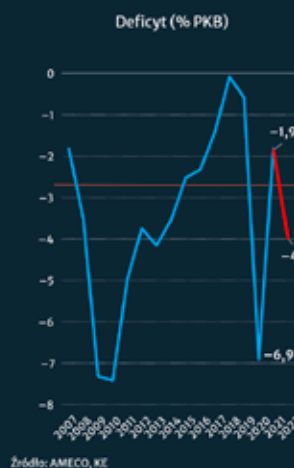
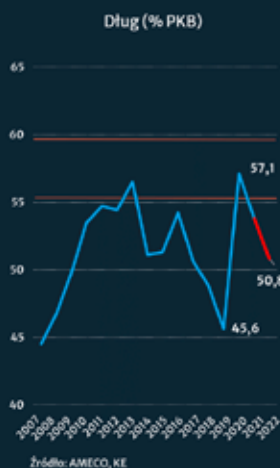
Prezentację finalnej wersji raportu zaplanowano podczas VII Międzynarodowego Kongresu Open Eyes Economy Summit w dniach 22 – 23 listopada.



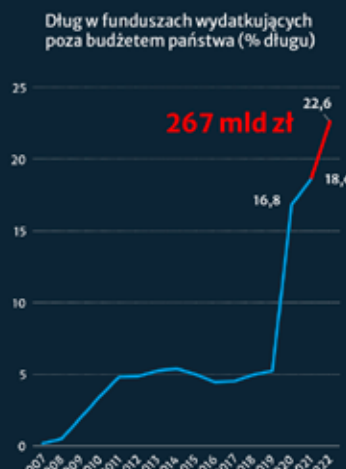
## Wartości indeksów cząstkowych

OBSZAR	INDEKSY CZĄSTKOWE					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019–2021*
I. Praworządność	-0,15	0,12	-0,41	-0,40	-0,73	-0,99
II. Swoboda działalności gospodarczej	-0,24	0,17	0,20	0,41	0,30	0,21
III. Wiarygodność finansów publicznych	0,02	-0,03	-0,67	-0,69	-0,50	-1,77
IV. Stabilność systemu finansowego	0,46	0,51	0,39	0,66	-0,07	-2,49
V. Ochrona i bezpieczeństwo pracy	-0,42	-0,37	-0,07	0,45	1,51	1,66
VI. Jakość usług publicznych	0,09	-0,07	0,03	-0,15	0,05	-0,29
VII. Respektowanie zobowiązań międzynarodowych	-1,32	-0,40	-0,13	0,27	-0,07	-0,11

## Pogorszenie stanu finansów w 2020, w 2021 po-pandemiczne odbicie, ale na krótko, prognozowane pogorszenie, krajowe reguły spełnione w rezultacie „kreatywnej księgowości długu”



## Nieprzejrzystość finansów publicznych, dezintegracja budżetu, kreatywna księgowość jest ogromna – NIK: „zasadne jest przywrócenie budżetowi państwa odpowiedniej rangi”





*Zbigniew Canowiecki, prezydent Pracodawców Pomorza i Henryka Bochniarz, prezydent Konfederacji Lewiatan*

# NAJLEPSI W BIZNESIE

**Kilkaset osób uczestniczyło w uroczystej gali Pracodawców Pomorza jaka odbyła się w Europejskim Centrum Solidarności. Największa i najstarsza na Pomorzu organizacja pracodawców nagrodziła przedsiębiorców, a także osoby zaangażowane w tworzenie środowiska gospodarczego. „Biznes Prestiż” jest patronem medialnym konkursu.**



# W

- W 2021 roku zadedykowaliśmy nasze jubileuszowe wydarzenie wszystkim pracownikom ochrony zdrowia, w podziękowaniu za ich poświęcenie w walce z pandemią koronawirusa – rozpoczął galę Zbigniew Canowiecki, prezydent Pracodawców Pomorza. - Tegoroczna gala odbywa się w cieniu wojny w Ukrainie. Wojny, która jest szokiem dla całego demokratycznego świata. My, Europejczycy, wyobrażaliśmy sobie, że stworzyliśmy taki system organizacji międzynarodowych, który będzie w stanie rozwiązywać wszystkie konflikty na drodze negocjacji, jednocześnie zwiększając współpracę

międzynarodową, umacniając zasady demokracji i zwiększając dobrobyt obywateli Europy. Dzisiaj przedsiębiorcy zmagają się z wieloma problemami i trudnościami. Nie mają pewności czy najgorsze lata mają już za sobą. Dziś chcielibyśmy przedstawić tych spośród nich, którzy radzą sobie na niespokojnym rynku pracy i działalności gospodarczej.

Ideą konkursu jest wyłonienie firm, które nie tylko osiągają dobre wyniki ekonomiczne, ale tworzą właściwe warunki pracy oraz potrafią dostrzec potencjał swoich pracowników. Ce-



Fot. Olga Kharina

*Ireneusz Koszałka, właściciel Kaszubskiego Centrum Wypoczynku „Koszalkowo”*



*Adam Abramowicz, Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorstw*



*Prof. Dr hab. Adriana Zaleska - Medynska, kierownik Katedry Technologii Środowiska oraz Zespołu Fotokatalizy na Wydziale Chemii Uniwersytetu Gdańskiego*



*Prof. zw. dr hab. Cezary Obracht - Prondzyński*

lem konkursu jest upowszechnienie dobrych praktyk odpowiedzialności w biznesie i promocja laureatów w mediach.

Podczas gali nagrodzono przedsiębiorców w 4 kategoriach. Pomorskim Pracodawcą Roku 2021 w kategorii przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 250 osób została firma Marcopol Sp. z o.o., w kategorii od 50 do 250 osób Masters Sp. z o.o., od 10 do 50 – Chronospace Sp. z o.o., a do 9 osób – Plona Consulting Sp. z o.o.

Przyznano także nagrody specjalne – Pomorskim Pracodawcą Roku 2021 za aktywny udział w walce z covid 19 w zakresie odbioru i utylizacji odpadów medycznych została firma Port Service Sp. z o.o., a z kolei firma Przedsiębiorstwo Turystyczno – Produkcyjne „Koszalka Ireneusz Koszałka za stworzenie wyjątkowego, kaszubskiego centrum aktywnego wypoczynku.

Nagrodę Diamentowy Oxer przyznawana jest osobom, które dzięki własnej inicjatywie, uporowi i determinacji zbudowali od podstaw firmę lub organizację będącą rozpoznawalną marką w kraju i za granicą. W tym roku kapituła przyznała ją Jerzemu Owsiakowi za szczególne działania charytatywne i społeczne oraz za wizję i konsekwencję w realiza-





Wojciech Plona, prezes zarządu Plona Consulting Sp. z o.o.

cji celów wielkiej orkiestry świątecznej pomocy. W jego imieniu nagrodę odebrał prof. Bohdan Maruszewski.

Nagrodę Specjalną „Primum Cooperatio” czyli „Współpraca ponad Wszystko” przyznano prof. dr hab. inż. Adrianie Zaleskiej - Medynskiej, Kierownik Katedry Technologii Środowiska oraz Zespołu Fotokatalizy na Wydziale Chemii Uniwersytetu Gdańskiego. Kapituła konkursu uznała, że rozumiejąc potrzeby gospodarki w sposób aktywny, swoją twórczą myślą i doświadczeniem wspiera realizację nowatorskich rozwiązań w gospodarce.

Nagroda „Dialogus Supra Omnia”, czyli „Dialog Ponad Wszystko” trafiła do rąk Adama Abramowicza, Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorstw w uznaniu za konsekwentnie, profesjonalnie i wytrwale prowadzony dialog na rzecz środowiska gospodarczego.

Podczas gali uhonorowany został także Zbigniew Canowiecki, który z rąk Henryki Bochniarz, prezydent Konfederacji Lewiatan otrzymał nagrodę specjalną.

Gościem wieczoru był prof. zw. dr hab. Cezary Obracht - Pronrzyński, socjolog, historyk i antropolog, który wygłosił wykład na temat roli przedsiębiorcy w społeczeństwie. O oprawę muzyczną zadbała Polska Filharmonia Kameralna Sopot pod batutą prof. Wojciecha Rajskiego, a gwiazdą wieczoru była sopranistka Aleksandra Olczyk oraz baryton Leszek Skrla.



Polska Filharmonia Kameralna Sopot pod batutą prof. Wojciecha Rajskiego



Aleksandra Olczyk, sopranistka



# LAUREACI POMORSKI

Fot. Olga Kharina

**Pomorski Pracodawca Roku 2021 w kategorii przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 250 pracowników.**

## MARCOPOL SP. Z O.O.

Prezes Zarządu: Jerzy Brzeziński  
Rok założenia: 1985  
Siedziba: Chwaszczyno



*Piotr Budyn, dyrektor Marcopol Sp. z o.o.*

Marcopol jest wiodącym europejskim producentem szerokiej gamy wyrobów metalowych oraz dystrybutorem najszerzej na rynku oferty elementów złącznych, chemii budowlanej i technik zamocowań dla wielu branż gospodarki. Aktualnie firmę tworzy 12 biur handlowych rozmieszczonych w głównych miastach w Polsce, oraz filie zagraniczne, m.in.: w Litwie, Estonii i Finlandii. Taka organizacja pozwala firmie realizować dostawy dla przedsiębiorstw i odbiorców indywidualnych w bardzo krótkim terminie bez względu na wielkość zamówienia Klienta. Oprócz oferty produktowej firma, dysponująca szeregiem wyspecjalizowanych pracowników, dostarcza całe spektrum rozwiązań logistycznych, m.in.: składy konsygnacyjne, kanban, EDI i inne. Oferuje również szeroki pakiet usług dodatkowych z uwzględnieniem szczególnych potrzeb klienta, np. etykietowanie, pakowanie, nakładanie powłok specjalnych. Dzięki zaawansowanym procesom kontrolnym, produkty firmy spełniają najwyższe wymagania jakościowe oraz posiadają niezbędne europejskie certyfikaty. Marcopol wspiera również klientów w optymalizacji ich finalnych kosztów zaopatrzenia. Firma zatrudnia 481 pracowników.

**Pomorski Pracodawca Roku 2021 w kategorii przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 250 pracowników.**

## MASTERS SP. Z O.O.

Prezes Zarządu: Ryszard Marcinkowski  
Rok założenia: 1996  
Siedziba: Straszyn



*Ryszard Marcinkowski, prezes zarządu Masters Sp. z o.o.*

Firma Masters to jeden z większych i najczęściej wybieranych w Polsce producentów i dystrybutorów komponentów elektronicznych. Firma posiada własny dział badawczo-rozwojowy, linie produkcyjne i centrum szkoleniowe. Klienci otrzymują również pełne wsparcie projektowe. Historia firmy rozpoczęła się w 1996 roku z chwilą otwarcia pierwszego zakładu w Gdańsku. Od tej pory firma konsekwentnie się rozwija, o czym również świadczy realizowany eksport. Spółka Masters będąc nastawiona na potrzeby Klienta jest otwarta na ich sugestie, oferując rozwiązania szyte na miarę potrzeb odbiorców swoich produktów i usług. Łączy kompleksową obsługę z najnowszymi technologiami wykorzystywanymi w branży elektronicznej. Firma Masters sp. z o.o. ma obecnie siedem oddziałów na terenie Polski i Czech. Największą siłą firmy są pracownicy o najwyższych kwalifikacjach, pracujący z pasją i z zaangażowaniem na rzecz realizacji misji firmy. Firma zatrudnia obecnie ponad 150 pracowników.

# PRACODAWCA ROKU

# 2021

**Pomorski Pracodawca Roku 2021 w kategorii przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 250 pracowników.**

## **CHRONOSPACE SP. Z O.O.**

Prezes Zarządu: Rafał Lewkowicz  
Rok założenia: 2019  
Siedziba: Sopot



*Rafał Lewkowicz, prezes Chronospace Sp. z o.o.  
i współzałożyciel firmy Piotr Szott*

Chronospace to pomorski startup tworzący autorskie rozwiązania oparte o technologię VR/AR/MR (wirtualna rzeczywistość, rzeczywistość rozszerzona, mieszana rzeczywistość) powołany przez osoby z ponad 20 -letnim doświadczeniem w branży nowych technologii oraz finansów. Spółka zaczęła działalność operacyjną poprzez prace badawcze (B+R) wspólnie z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju nad autorskim urządzeniem VR (6DOF), które umożliwi interakcję człowiek-maszyna bez użycia niewystarczająco intuicyjnych kontrolerów. Następnie Chronospace wykorzystując swoje kompetencje zaczęła realizować gry edukacyjno-rozrywkowe, inscenizacje historyczne, animacje 3D i ich postprodukcję, aplikacje oraz symulatory szkoleniowe z niespotykanymi dotychczas szczegółami zarezerwowanymi do teraz wyłącznie dla gier klasy AAA. Cały zespół firmy liczy ponad 25 osób, w tym ponad połowa to pracownicy etatowi. Obecnie spółka nieustannie powiększa swój zespół oraz prowadzi ekspansję na nowe rynki zagraniczne.

**Pomorski Pracodawca Roku 2021 w kategorii przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 250 pracowników.**

## **PLONA CONSULTING SP. Z O.O.**

Prezes Zarządu: Wojciech Plona  
Rok założenia: 2018  
Siedziba: Gdańsk



*Wojciech Plona, prezes zarządu Plona Consulting Sp. z o.o.*

Plona Consulting to spółka, która w modelu outsourcingu wspiera przedsiębiorców w skutecznym zarządzaniu finansami ich firm. Spółka dostarcza pełen zakres informacji o rentowności, marżach, płynności i wynikach finansowych. Dzięki przejrzystości w zarządzaniu wpływa realnie na rentowność i bezpieczeństwo firm. Kilka lat temu firma z jednoosobowej działalności prowadzonej przez Wojciecha Plonę urosła do spółki, która zrealizowała już ponad 230 projektów doradczych. Spółka zatrudnia obecnie siedem osób.

# ZDOLNI DO GENEROWANIA WIELU ROZWIĄZAŃ

**Żyjemy w niestabilnych i nieprzewidywalnych czasach, które wymagają nowych, multidyscyplinarnych kompetencji menedżerskich. Studia MBA są przeznaczone dla menedżerów którym zależy na rozwoju umiejętności, jakie przygotowują ich do podejmowania decyzji w tym wymagającym otoczeniu biznesowym – mówi dr Beata Krawczyk-Bryłka, dyrektor programu International MBA in Strategy, Programme and Project Management na Politechnice Gdańskiej.**

Fot. Karol Kacperski





## Jakie cechy i umiejętności powinien posiadać współczesny menedżer?

W 2020 roku Jamais Cascio, amerykański pisarz i futurysta opisał rzeczywistość, w której obecnie funkcjonujemy określeniem BANI czyli Brittle (kruchy), Anxious (niepokojny), Non-linear (nieliniowy), Incomprehensible (niezrozumiały). Atrybuty te wskazują, jakie wyzwania stoją dziś przed menedżerami, których rolą jest zarządzanie biznesowymi fragmentami tej rzeczywistości. Potrzebują kompetencji, rozwijania talentów, które będą dobrą odpowiedzią na wymagania świata BANI.

## O jakich dokładnie kompetencjach mówimy?

Aby radzić sobie z niestabilnością sytuacji, menedżerowie muszą być kreatywni, przedsiębiorczy, zarządzać ryzykiem i prowadzić zespoły przez zmiany. World Economic Forum wskazuje kompetencję - Fluency of ideas, tj. zdolność generowania wielu rozwiązań jako kluczową w 2030 roku.

## Co się pod nią kryje? Wszelstronność, zdolność do realizowania wielu projektów równocześnie, umiejętność adaptacji, elastyczność w działaniu?

Tak, Fluency of ideas to element kreatywności, to przede wszystkim zdolność generowania wielu rozwiązań w odpowiedzi na pojawiające się wyzwania. Kompetencja ta otwiera na innowacyjne myślenie, uwrażliwia na wieloaspektowe postrzeganie kontekstu podejmowanych działań, na przykład biznesowych. Sprawia, że podejmowane decyzje skutkują budowaniem wartości dla biznesu i jego otoczenia.

Dlatego też studenci International MBA in Strategy, Programme and Project Management tworzą Capstone Projects, w których proponują innowacyjne rozwiązania biznesowe, uwzględniające również aspekty zrównoważonego rozwoju i dobra społecznego.

## Jak ich przygotowuje do tego wyzwania wasz program?

Nasz program podzielony jest na cztery filary tematyczne dokładnie odpowiadające współczesnym potrzebom. Aby działać efektywnie w nieliniowym otoczeniu, gdzie trudno przewidzieć wszystkie skutki podejmowanych decyzji potrzebne są zdolności refleksji i rozumienia szerokiego kontekstu, stąd filar Foundations, który buduje kontekst ekonomiczny – prawno – społeczny decyzji biznesowych. Z kolei Strategic Thinking koncentruje się na uświadomieniu mechanizmów, które determinują strategiczne rozwiązywanie problemów. Filary Operational Excellence dotyczą dosko-

nalenia procesów i zarządzania projektami. Odnalezienie klucza do ich efektywności to zadanie, w którym wspieramy liderów realizujących przedmioty z tej części programu MBA.

## A kompetencje miękkie?

Bardzo ważny jest rozwój samoświadomości, uważność i empatia wobec ludzi, z którymi pracujemy. Dlatego mamy analizę talentów menedżerskich na początku programu MBA, a jednym z czterech filarów jest People Management and Self-Development, gdzie koncentrujemy się na rozwoju kompetencji miękkich naszych słuchaczy. To szczególnie bliski mi filar, bo jako psycholog biznesu wiem, jak ważne jest w zarządzaniu rozwijanie umiejętności dotyczących budowania relacji opartych na zaufaniu, tworzenia zespołów, które działają efektywnie i z entuzjazmem oraz konstruktywnej komunikacji pomiędzy liderem i jego ludźmi oraz klientami.

## Kiedyś kontakty międzynarodowe w biznesie kojarzone były z wąską grupą zarządzającą, czymś elitarnym. Dzisiaj międzynarodowość jest zjawiskiem powszechnym w firmach.

Dlatego ważnym elementem edukacji jest kształtowanie kompetencji wrażliwości międzykulturowej, komunikacji w zróżnicowanym kulturowo otoczeniu. Przejście z organizacji lokalnej do międzynarodowej, zagraniczna ekspansja firmy czy też rozwój zespołu o przedstawicieli innych kultur to częste wyzwania, jakie motywują liderów do rozwijania tych umiejętności. Program MBA Politechniki Gdańskiej już w nazwie podkreśla swój międzynarodowy charakter. Realizowany jest w języku angielskim, połowę naszej kadry stanowią profesorowie i eksperci biznesowi spoza Polski, w każdej kohorcie mamy około 20% zagranicznych studentów. Gdy przygotowywałam na potrzeby ostatniej inauguracji informację o krajach, z których pochodzą nasi nauczyciele i słuchacze byłam aż zaskoczona faktem, że mieliśmy już studentów z prawie wszystkich kontynentów, oprócz Antarktydy.

## Jakimi międzynarodowymi certyfikatami możecie się pochwalić?

Od 2015 roku nasz program posiada akredytację AMBA (Association of MBAs), która uważana jest za paszport do światowej kariery menedżerskiej. Otrzymują go wyłącznie programy, które spełniają bardzo wysokie standardy. W Polsce jest ich zaledwie siedem, na całym świecie niecałe 300, więc jesteśmy bardzo dumni, że należymy do tego grona. Mamy też akredytację CEEMAN, która jest świadectwem, że nasz program nie tylko

**Program International MBA in Strategy, Programme and Project Management realizowany na Politechnice Gdańskiej skierowany jest do osób z doświadczeniem menedżerskim. Mogą wziąć w nim udział zarówno menedżerowie projektów, osoby zarządzające zespołami, prezesi i właściciele firm. Minimalne kryterium rekrutacyjne, które należy spełnić to 3 lata doświadczenia po ukończeniu studiów wyższych. W procesie rekrutacyjnym ważne są kryteria związane z motywacją kandydatów, a także aktywnością i zaangażowaniem społecznym. Studia trwają dwa lata. To 20 merytorycznych modułów i ponad 530 godzin dydaktycznych. Zajęcia odbywają się raz w miesiącu (piątki, soboty i niedziele). Rekrutacja do najbliższej, 15 edycji MBA potrwa do 15 września 2022 roku. 25 – osobowa grupa studentów rozpocznie zajęcia 18 listopada.**

[www.mba.pg.edu.pl](http://www.mba.pg.edu.pl)



MBA



spełnia międzynarodowe standardy jakości, ale też promuje wartości zrównoważonego zarządzania.

Obecnie na Wydziale Zarządzania i Ekonomii jesteśmy też w procesie przygotowań do akredytacji AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business). To ogromne wyzwanie, ale jesteśmy gotowi, by jako International MBA mu sprostać, bo już dziś jesteśmy ważnym elementem globalnej społeczności kształcącej kolejną generację liderów, a taka jest misja AACSB.

### **Dzięki temu program MBA Politechniki Gdańskiej wyróżnia się w polskich i międzynarodowych rankingach?**

Tak. W 2021 roku zajęliśmy 7 pozycję w rankingu Perspektyw najlepszych polskich programów MBA. Pod koniec czerwca 2022 zostały zaprezentowane najnowsze wyniki międzynarodowego rankingu QS. Jesteśmy jednym z zaledwie kilku polskich programów, które zostały w tej klasyfikacji uwzględnione. Wynik, z którego jesteśmy szczególnie dumni pokazuje, jak udział w MBA na Politechnice Gdańskiej wpływa na kariery zawodowe naszych absolwentów. Zajęliśmy 34 lokatę w Europie, zaś 72 na świecie w tym kryterium, które obejmuje wskaźniki dotyczące wzrostu wynagrodzenia i awansów absolwentów programu MBA w okresie 12 miesięcy po ukończeniu studiów. W 2021 roku nasz program otrzymał międzynarodową nagrodę BMDA w kategorii Innowacyjność.

### **Wymieniła pani zakres wiedzy jaką nabywają absolwenci MBA. Ale tutaj nawet sam dyplom też ma znaczenie.**

Tak, to prawda. W międzynarodowym biznesie dyplom akredytowanych przez AMBA studiów MBA to przepustka do wysokich stanowisk, ale przede wszystkim do podejmowania ważnych decyzji w organizacji. Studia MBA to również doskonała okazja do budowania biznesowego networkingu. Ukończenie programu MBA na Politechnice Gdańskiej dodatkowo zapewnia certyfikację w wybranej metodyce projektowej: PRINCE2 lub AGILE. W ramach filaru Operational Excellence oferujemy moduł przygotowujący do certyfikacji oraz przystąpienie do egzaminu certyfikującego. Każdy student na zakończenie programu otrzymuje nie tylko prestiżowy dyplom MBA Politechniki Gdańskiej, ale również dokument oświadczający uzyskaną certyfikację. Dodam, że wymiernym efektem studiów MBA nie jest tylko dyplom i pakiet kompetencji, ale również realne korzyści biznesowe.



Fot. Karol Kacperski

### **Jakie korzyści ma pani na myśli?**

Dobrym przykładem są projekty końcowe MBA (Capstone Projects). Niektóre zespoły pracują obecnie nad wdrożeniem swoich startupowych pomysłów w życie. Jeden z zespołów z zakończonej w 2021 roku edycji 11 MBA opracował strategię rozwoju kompetencji miękkich młodzieży przez działania w ramach inicjatywy Be. Heard Academy i pracuje obecnie nad wdrożeniem gry planszowej na rynek edukacyjny. Ich pomysł, zaprezentowany ostatnio w ramach Demo Day Szkoły Startup Politechniki Gdańskiej, zyskał zainteresowanie obecnych na prezentacjach przedsiębiorców i inwestorów. Wspieramy też dwa zespoły z 13 edycji MBA, które prezentowały realizowane obecnie projekty - ParQj i Eated App.

### **Czego dotyczą te aplikacje?**

ParQj ma być wsparciem dla mieszkań-

ców miast w parkowaniu aut, a Eated App we wdrażaniu nawyków zrównoważonego odżywiania się. W tej edycji są też projekty, w których udało się połączyć oczekiwania organizacji, z których pochodzą nasi słuchacze z potencjałem ich menedżerskich talentów i możliwościami nowoczesnej technologii 3D dostępnej na uczelni. Na przykład dla Muzeum II Wojny Światowej powstaje projekt rekonstrukcji wybranych zasobów historycznych Westerplatte, w którym studenci MBA współpracują z zespołem studentów z Wydziału Elektroniki, Telekomunikacji i Informatyki PG przy stworzeniu interaktywnych wizualizacji dla zwiedzających. Ważne jest, że projekty te służą lokalnym społecznościom, bo zgodnie z naszym mottem: studia MBA to nie tylko edukacja, to wartości, które razem kreujemy.

# GDANSK LECH WALESA AIRPORT.



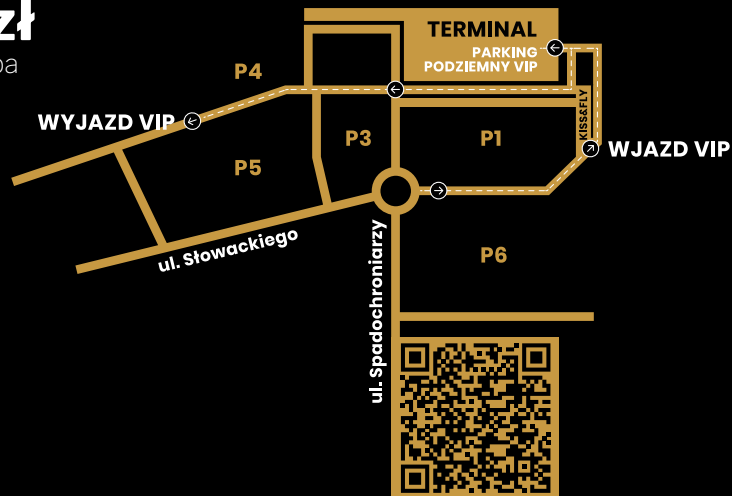
**300 zł**  
netto / osoba

## STREFA VIP



rozpocznij lub zakończ podróż  
korzystając z naszej usługi VIP

### W ramach usługi zapewniamy Państwu:




-  Dedykowanego opiekuna.
-  Skrócony do minimum czas pomiędzy kontrolą bezpieczeństwa, a wejściem na pokład samolotu.
-  Koordynację odprawy biletowo-bagażowej.
-  Indywidualną kontrolę bezpieczeństwa, odprawę paszportową oraz celną w strefie VIP.
-  Poczęstunek w formie przekąsek, napoi oraz szeroki wybór alkoholi.
-  Dedykowany transport limuzyną pomiędzy Strefą VIP a samolotem.
-  Możliwość skorzystania z łoży VIP (z prywatną toaletą i prysznicem).
-  Możliwość zaproszenia do Strefy VIP dwóch osób odprowadzających lub witających.
-  Możliwość skorzystania z bezprzewodowego Internetu oraz telewizji.
-  Możliwość skorzystania z komputera i drukarki.



### Usługi opcjonalne na życzenie Pasażera (wliczone w cenę):

-  Pomoc przy wyborze i rezerwacji hotelu.
-  Zamówienie transportu.

### Usługi dodatkowe na życzenie Pasażera (płatne według cennika):

-  Podziemny parking VIP w sąsiedztwie Strefy VIP (w czasie trwania usługi).
-  Wjazd na teren zastrzeżony Portu Lotniczego Gdańsk pojazdu wskazanego przez pasażera oraz pilotaż pomiędzy Strefą VIP a samolotem.
-  Możliwość zamówienia indywidualnych usług gastronomicznych.





# ZGŁOŚ SWOJĄ FIRME DO NAGRODY GRYF GOSPODARCZY

**Gryf Gospodarczy to jedno z najbardziej prestiżowych wyróżnień dla przedsiębiorstw działających w naszym regionie. Udział w konkursie jest bezpłatny, a zgłoszenia przyjmowane są do końca września 2022 r. W tegorocznej edycji pojawiła się nowa kategoria skierowana do firm, które dbają o podnoszenie kompetencji swoich pracowników.**

**N** Nagroda Pomorska Gryf Gospodarczy jest przyznawana wspólnie przez Pomorską Radę Przedsiębiorczości i marszałka województwa pomorskiego. Jej celem jest promocja postaw przedsiębiorczych, wsparcie i inicjowanie przedsięwzięć innowacyjnych i rozwojowych, a także upowszechnianie dobrych praktyk w biznesie.

– Zapraszamy do udziału w konkursie firmy z województwa pomorskiego, które przyczyniają się do rozwoju regionu lub promują swoją działalnością na arenie krajowej i zagranicznej. Udział w konkursie to nie tylko prestiżowa statuetka, ale przede wszystkim możliwość zaprezentowania swojej działalności, a także okazja do nawiązania wartościowych kontaktów biznesowych – mówi Mieczysław Struk, marszałek województwa pomorskiego.

Finałiści konkursu byli wielokrotnie nominowani do innych renomowanych nagród gospodarczych, takich jak np. Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP czy Nagroda Polskiej Rady Biznesu.

Gryfy Gospodarcze zostaną przyznane w następujących kategoriach:

- Lider innowacji – nagradzane będą firmy wprowadzające na rynek innowacyjne usługi i produkty, przyczyniające się do rozwoju Inteligentnych Specjalizacji Pomorza.
- Lider eksportu – kategoria skierowana do przedsiębiorstw, które prowadzą i konsekwentnie rozszerzają działalność eksportową, a pod uwagę brane będą nie tylko wielkość eksportu, ale przede wszystkim konsekwentne rozszerzanie rynków zbytu.
- Lider inwestycji – skierowana do przedsiębiorstw, których działalność inwestycyjną wyróżnia odwaga podejmowanych decyzji inwestycyjnych, zwłaszcza ich wpływ na rozwój gospodarczy otoczenia.
- Lider odpowiedzialności społecznej – skierowana do przedsiębiorstw, które są zaangażowane m.in. w działalność na rzecz rozwoju społeczności lokalnej, wspierają i wdrażają działania na rzecz ochrony środowiska, zwłaszcza takie, które mają pozytywny wpływ na otoczenie firmy.
- Pomorski start-up – skierowana do przedsiębiorstw, które funkcjonują nie dłużej niż 5 lat i wyróżniają się nowatorskim pomysłem, stabilnym źródłem finansowania, społeczną i biznesową wartością start-upa.
- Lider kształcenia zawodowego – skierowana do pracodawców, którzy angażują się i aktywnie wspierają kształcenie zawodowe uczniów podejmując współpracę ze szkołami zawodowymi z województwa pomorskiego.
- Lider przedsiębiorczości młodzieżowej – skierowana do osób lub podmiotów, które organizują oraz wspierają przedsiębiorczość

Fot. Piotr Poczarski



młodzieżową, w środowiskach akademickich i szkolnych. Nagradzane będą takie działania, które sprzyjają rozwojowi kompetencji młodzieży w zakresie przedsiębiorczości, poprzez naukę, zabawę lub bezpośrednie działanie.

W tym roku do konkursu dołączona została nowa kategoria Lidera rozwoju kompetencji. Skierowana jest do przedsiębiorstw, które dbają o podnoszenie kompetencji i umiejętności osób tworzących firmę, a przede wszystkim traktują politykę szkoleniową jako uczenie się przez całe życie, będące stałym i ciągłym procesem, który obejmuje inwestowanie w szkolenia lub kursy podnoszące umiejętności pracowników oraz pozwala na ich przekwalifikowanie zgodnie z potrzebami firmy.

Tradycyjnie kapituła konkursu przyzna też statuetkę w kategorii Gmina przyjazna przedsiębiorcom. Jest to nagroda dla samorządów lokalnych, które konsekwentnie i systematycznie prowadzą działania na rzecz rozwoju i wspierania przedsiębiorczości na swoim obszarze. Dodatkowo, media i instytucje patronujące konkursowi wyłonią spośród uczestników laureata Gryfa Medialnego.

Udział w konkursie jest bezpłatny i mogą do niego przystąpić przedsiębiorstwa, które mają zarejestrowaną siedzibę na terenie województwa pomorskiego. Zgłoszenia przyjmowane są do 30 września 2022 r. Szczegółowe informacje wraz z regulaminem dostępne są na stronie internetowej: <https://gryfgospodarczy.pl/>



# SPOTKANIA BIZNESOWE Z WIDOKIEM NA MORZE

**COURTYARD**<sup>®</sup>  
BY MARRIOTT

Gdynia Waterfront

**SPRAWDŹ  
WOLNE TERMINY:**

[sales.GDNCY@hotelco51.com](mailto:sales.GDNCY@hotelco51.com)

+48 58 743 07 04

[Marriott.com/GDNCY](http://Marriott.com/GDNCY)

## WIDOK, ZAPADAJĄCY W PAMIĘCI

Centrum konferencyjne o powierzchni 1000m<sup>2</sup> to idealne miejsce to organizacji wszelkiego rodzaju spotkań. Stylowe wnętrza dostosowane do potrzeb organizatora oraz gwarancja usług na najwyższym poziomie czyni hotel idealnym wyborem na wszelkie uroczystości.

**Courtyard by Marriott**<sup>®</sup>  
**Gdynia Waterfront**

ul. Jerzego Waszyngtona 19, Gdynia  
T: +48 58 743 07 00  
[reception.GDNCY@hotelco51.com](mailto:reception.GDNCY@hotelco51.com)  
[www.courtyardgdynia.com.pl](http://www.courtyardgdynia.com.pl)

**MICHAŁ HEROK SEOgroup**

# **BENEFICJENCI CYFROWEJ REWOLUCJI**

**Jeszcze niedawno firmami rządzą szefowie marketingu i sprzedaży. Obok nich ludzie od finansów, a nawet PR. Trwająca od lat rewolucja internetowa, wzmożona pandemią zmienia jednak ten układ sił. Dzisiaj równie ważni, o ile nie ważniejsi stają się specje od Internetu. To oni przejmują kanały komunikacji i promocji w firmach. A teraz już nawet realne kanały sprzedaży. Tak jak Michał Herok, właściciel gdyńskiego SEOgroup. 14 lat temu uznał, że przyszłość leży w sieci, a dzisiaj – jak większość z tej branży – stał się beneficjentem zmian. W rozmowie z Michałem Stankiewiczem opowiada o polskim e-commerce, o tym co się zmieniło w ostatnich latach, a także filozofii działania swojej agencji.**







**Jesteś już bogaty?**

Zależy jak ktoś odbiera to określenie. Dla każdego ma inny wymiar. Jeśli chodzi o doświadczenie zawodowe, to na pewno.

**Tzn. czy masz wysokie dochody jak na polskie warunki?**

W tym sensie to tak, ale nie ja, tylko nasza firma, która zamknęła rok o 944% wyższym zyskiem niż w 2020.

**Przyznam, że nie spodziewałem się innej odpowiedzi, bo przecież rozmawiam z założycielem agencji, która specjalizuje się w digital marketingu, a konkretnie w SEO, czyli pozycjonowaniu firm w google oraz performance marketingu, czyli reklamie efektywnościowej w Internecie.**

Przyznam, że nasza branża, mam tutaj na myśli szeroko pojęte IT, jest jednym z największych beneficjentów obecnej sytuacji.

**E-commerce - bo to jedna z głównych branż, którą obsługujecie – ta przedpandemiczna z 2019 i ta z 2022 to chyba dzisiaj dwie odległe galaktyki?**

Tak, odległe galaktyki, zupełnie jak w „Gwiezdnym wojnach”. Przed pandemią e-commerce miał się nieźle, choć oczywiście sklepy stacjonarne wciąż dominowały. Te trzy lata wiele zmieniły. Widać to było po naszych klientach, którzy się pojawili. Mieliśmy takich, którzy od lat posiadali po kilka sklepów w centrach handlowych. Równolegle prowadzili sprzedaż internetową, ale taką na zasadzie „nice to have”. Z e-commerce generowali może z 5% przychodów. I wtem z dnia na dzień nastąpił lockdown. Czego następstwem było, że błyskawicznie pojawili się u nas, żeby tak z dnia na dzień dowalić do pieca w Internecie, bo przecież mieli „nóż na gardle”.

**Z dnia na dzień ruszyć sprzedaż w Internecie?**

Tak, dosłownie w ciągu kilku dni. Trudno im się było dziwić, ale musieliśmy wyprowadzić ich z błędu, że to tak nie działa. Jeżeli nie pielęgowali tego kanału przez ostatnie lata to nie da rady tak z dnia na dzień nagle coś pozmieniać, coś dołożyć i już będzie efekt. To jest proces i w pewnym sensie rozpoczynanie biznesu na nowo. Wtedy były to oczywiście sytuacje alertowe, które z nimi przepracowaliśmy. Teraz, jeżeli miałbym być zupełnie szczerzy, jeżeli jakkolwiek firma chciałaby wejść do Internetu i myśli o tym poważnie, to musi przygotować się już na konkretne kwoty związane ze skuteczną promocją. Generowanie ruchu od czasu pandemii jest droższe właśnie ze względu na to, że spora część firm zaczęła wydawać znacznie więcej.

**Czyli próg wejścia jest znacznie wyższy?**

Na pewno. Podkreślam to, bo przez lata zawsze się mówiło, że Internet to tanie źródło. Te czasy już nie wróćą. Pozyskanie dobrego ruchu nie kosztuje już 50 groszy, czy też 1 albo 2 zł za użytkownika, ale czasem nawet kilkadziesiąt złotych. Natomiast pozyskanie leada, czyli potencjalnego klienta, który wejdzie na naszą stronę bądź już dokonanie przez niego końcowego zakupu to koszt już rzędu kilkudziesięciu, a często i kilkuset złotych.

**Czyli nasz Internet z jeziorka urósł do wielkiego oceanu pełnego ryb?**

Tak, teraz trzeba się mozolnie przebijać. Stąd nie zniechęcam, ale nieco studzę entuzjazm osób, które dzisiaj myślą, że tak łatwo wypromować sklep internetowy. Chcesz sprzedawać bieliznę? Proszę bardzo, ale miesięcznie potrzebujesz grubo powyżej 10 – 20 tys. zł., żeby to się w ogóle ruszyło.

**Mówimy o kosztach SEO, czyli pozycjonowania i performance marketingu? I to tylko na rynku polskim?**

Tak, mówimy o łącznych kosztach kompleksowych działań w zakresie digital marketingu w Polsce. Moja su-

gestia jest taka – jeżeli ktoś teraz chce wejść w Internet to niech szuka innowacji, w ten sposób jest szansa, że koszt będzie trochę niższy, a pozyskanie klienta łatwiejsze. Może działać też na marketplace'ach (np. Allegro, Amazon), ale wtedy będzie w dużej części uzależniony od platform i też nie rozwinię skrzydeł w całości.

**Chyba, że ma górę pieniędzy.**

Albo ma górę pieniędzy lub inwestora. Ale jeżeli ma coś inno-

wacyjnego to znajdzie dla siebie ten „blue ocean”.

**Tylko, że z innowacjami jest coraz trudniej.**

Trudniej, co nie znaczy, że ich nie ma. Szczególnie, że innowacja może mieć wiele kształtów, nie zawsze musi być technologiczna, a może być produktowa. Można powiedzieć, że pół doliny krzemowej stoi na jakiś projektach startupowych. Większość z nich nie osiągnie pełnego sukcesu, ale część tak.

**Jak wygląda rozwój e-commerce w Polsce w ostatnich latach jeżeli chodzi o dane?**

Zacznijmy od tego, że w 2022 roku dostęp do Internetu posiadało 90,4% Polaków, a w 2021 – 92,4%. Wzrost o 2 punkty procentowe przy takiej skali to dużo. W 2019 roku 53,9% Polaków dokonało zakupu przez Internet, w 2020 – prawie 61%, a w 2021 – 70%. Zatem jeszcze trzy lata temu tylko połowa Polaków dokonywała zakupów w sieci, a obecnie już ¾, a może i więcej biorąc pod uwagę prognozy na 2022 rok, czyli mówimy o 50% wzroście!

**PwC szacuje, że w 2026 roku wartość brutto polskiego rynku handlu e-commerce, na którym działa aktualnie około 150 tys. przedsiębiorstw, osiągnie poziom 162 mld zł, co oznacza średnioroczny wzrost na poziomie 12%.**







## Michał Herok

Founder & CEO - SEOgroup, gdyńskiej agencji specjalizującej się w tworzeniu i realizacji strategii digital marketingowych z wykorzystaniem najbardziej efektywnych kanałów, tj. SEO i performance marketingu. W ciągu ponad 14 lat agencja obsłużyła setki firm z Polski i Europy, zwiększając im przychody o dziesiątki milionów złotych. Laureaci konkursów MIXX Awards, European Search Awards, Global Search Awards, Performance Marketing Diamonds CEE. Druga agencja na świecie w konkursie Global Search Awards 2021.

### **To pewnie i wydajemy też w sieci znacznie więcej niż kiedyś?**

Wartość brutto polskiego rynku handlu e-commerce w 2021 r. osiągnęła 105 mld złotych, a prawie 85% Polaków deklaruje, że nawet po zakończeniu pandemii nie zamierza zmniejszyć częstotliwości e-zakupów, w tym 10% planuje robić zakupy online nawet częściej. PwC szacuje, że w 2026 roku wartość brutto polskiego rynku handlu e-commerce, na którym działa aktualnie około 150 tys. przedsiębiorstw, osiągnie poziom 162 mld zł, co oznacza średnioroczny wzrost na poziomie 12%.

### **Liczyby robią wrażenie. E-commerce już nie jest wyborem, ale koniecznością. Jak mocno zmieniła się świadomość firm?**

Kiedyś SEO, performance marketing i e-commerce to był prawie, że Dzikie Zachód. Wchodziłeś z tymi hasłami do firm niczym czarnoksiężnik pokazujący jakąś magię, którą niewielu rozumiało. SEOgroup działa od przeszło 14 lat. W pierwszym roku chodziłem po firmach, rozmawiałem, wpraszałem się na spotkania. Temat zaciekawiał, ale nie było natychmiastowej reakcji. Musiały minąć miesiące zanim ktoś zareagował. I to nie trzy miesiące, ale pół roku, a nawet więcej. Wtedy ktoś do mnie oddzwaniał, bo jednak podjął decyzję, by coś zrobić w tym Internecie. No, a teraz to must have.

### **Role się odwróciły.**

Teraz my, z miłą chęcią przyjmujemy klientów. Choć nie ukrywam, że działamy głównie na podstawie rekomendacji, które zapewniają aż 90% skuteczności. W naszej branży nie ma nic lepszego właśnie niż rekomendacja, czyli zadowolony klient.

### **Mówiłeś o graczach, którzy dopiero mają wejść do Internetu. A tych doświadczonych też obsługujecie?**

Jest wiele firm doskonale radzących sobie już od dawna. To sieci znanych marek, które działają omnichannelowo, czyli łączą kanały sprzedaży. Mają bardzo rozwiniętą świadomość, mają własne zespoły, badają ścieżkę konsumenta cały czas, ale im też pomagamy. Bo taki zespół może popaść w pewnym momencie w rutynę.

### **Zamknij się w pewnej bańce i konieczne jest spojrzenie z zewnątrz?**

Tak. My operujemy w różnych branżach, stąd mamy otwarte umysły, szerokie spojrzenie. I dlatego jesteśmy w stanie im pomóc.

### **To pewna forma audytu?**

Albo też stałej współpracy.

### **To może pochwal się tymi dużymi.**

Proszę bardzo – z Trójmiasta np. Eurostyl, Moderna, OXIMO, Pika, Balticon, Arka Gdynia, Energa, Invicta, a krajowych Expander, Sferis, Solaris Bus & Coach, Morizon. Z międzynarodowych np. Verizon Connect, dla którego prowadzimy działania na rynku niemieck-



kim czy Oponeo, które obsługiwaliśmy na rynku hiszpańskim i francuskim. I wiele innych.

#### **Takie firmy obsługujecie kompleksowo?**

Najczęściej tak, ale nie zawsze. Zdarza się, że czasem wykonujemy tylko usługi SEO albo performance marketing. Niektórzy klienci dywersyfikują usługi, jeden element robi jedna firma, inna kolejny. Najlepiej jednak, gdy całość jest obsługiwana w ramach jednej agencji. Wtedy można idealnie zaplanować strategię, dobrać poszczególne kanały do procesu sprzedażowego i wszystko oprzeć na customer journey, dokonując mariażu kanałów, dostosowując odpowiednie narzędzia dla każdego klienta indywidualnie.

#### **Jedną z waszych dwóch specjalności to SEO. Inaczej pozycjonowanie. Przeczytałem na waszej stronie, że macie wyjątkową usługę SEO360® stopni. To teraz wyjaśnij laikowi, czym się różni od innych SEO?**

Zacznijmy od tego, że to najlepsze SEO jakie można wykonywać, lepsze również od modnego ostatnio SXO. Nie mówię, że tylko my jesteśmy w stanie to zrobić, natomiast SEO360® samo w sobie

jest tak skonstruowane, że stanowi niewątpliwie innowację produktową i jest swoistym game - changerem.

#### **Cieszę się, że to lepsze od modnego SXO, cokolwiek to znaczy i wierzę, że jest to innowacyjne. Tylko proszę być to wyjaśnić laikowi.**

Spróbuję. Jak wiesz pozycjonowanie to wszelkie działania, które mają spowodować, że twoja strona internetowa będzie pojawiała się na czołowych pozycjach wyników wyszukiwania. Za to odpowiada SEO. Ważne jednak by strona nie tyle co była wysoko, ale to co dzieje się dalej, mianowicie czy wzrasta jakościowy ruch, a wraz z nim przychody. To w dużym stopniu zapewnia SXO, będące połączeniem SEO i UX. Wymienione UX, czyli user experience oznacza badanie zachowania użytkowników na stronie. No i dochodzimy do nas. SEO360® stopni jest jeszcze szerszym działaniem niż SXO. Tworzymy strategię w ramach której badamy prawdziwe potrzeby konsumentów (CI) oraz tworzymy dla nich ścieżki zakupowe, za pomocą których trafiamy precyzyjnie z działaniami na każdym etapie tego procesu. Zwiększamy im świadomość, budzimy w nich zainteresowanie produktem i końcowo prowadzi-

my do zakupu. Brzmi prosto? Ale takie proste nie jest. Przez 14 lat istnienia SEOgroup zebraliśmy wszystkie bolączki klientów, zbadaliśmy je i znaleźliśmy skuteczne antidotum. Jeśli miałbym opisać nasze działania jednym słowem, to powiedziałbym, że są one po prostu skuteczne. Myślę, że z punktu widzenia klienta w relacji z agencją nie ma nic ważniejszego niż to słowo właśnie - skuteczność.

### Coś jeszcze odróżnia SEO360® od tradycyjnego SEO?

Sporo, ale myślę, że warto wspomnieć, że stosujemy trwały link building, czyli pozyskujemy trwałe linki kierujące do strony klienta, których nikt mu nie zabierze po skończonej umowie. Bardzo duża część agencji SEO, szczególnie w Polsce bazuje na wynajmie linków, tzn. umieszczają artykuły z linkiem do stron klienta, a gdy współpraca się kończy to je usuwają. W ten sposób próbują zmusić ich do wiązania się na lata. Skutek często jest odwrotny, niezadowolony z takiego rozwiązania klient tym bardziej chce odchodzić. Nasi klienci uzyskują większą efektywność usługi, co przekłada się na zwiększenie ruchu i przychodów. Całość skoncentrowana jest na stworzeniu pełnej i ciągłej ścieżki zakupowej. Jest to coś na co klienci czekali, szczególnie ci e-commerce'owi, bo mogą za pomocą tej usługi swobodnie dokonać ekspansji na każdy europejski kraj bądź też klienci europejscy w Polsce, uzyskując przewagę konkurencyjną. Na ten moment nie ma drugiej takiej dedykowanej usługi w Europie.

### I komu zrobiliście tak dobre kampanie?

Wielu markom. Mamy kampanie, które przyniosły naszym klientom na tyle poważne efekty, że zostały dostrzeżone przez jury międzynarodowych konkursów. Między innymi przykład kampanii dla marki Expander, którą robiliśmy przez dwa lata, przyniosła niesamowite efekty, wręcz nieprzyzwoicie dobre, bo w ciągu niespełna 10 miesięcy poprzez realizację SEO360® zwiększyliśmy klientowi ruch o 172%, a konwersję aż o 760%! Za te działania otrzymaliśmy wyróżnienie w konkursie Mixx Awards 2019 oraz nominację do European Search Awards 2020.

Kolejny przykład to działania dla marki Verizon Connect, które realizujemy nieprzerwanie już od ponad 4 lat, wykonując performance marketing i SEO360® zarówno w Polsce jak i w Niemczech, gdzie generujemy wysokiej jakości leady. Naszym celem jest zwiększanie ich ilości przy jednoczesnym maksymalnym obniżeniu kosztu ich pozyskania i zachowaniu najwyższej ich jakości, aby spełniały kryterium leada kwalifikowanego. Za dotychczasową realizację kampanii dla tej marki otrzymaliśmy aż 3 nominacje w prestiżowych konkursach: European Search Awards 2021, Global Search Awards 2021 i Performance Marketing Diamonds CEE 2021. Przy czym nie jest to na pewno nasze ostatnie słowo. W tym roku otrzymaliśmy kolejne nominacje do European Search Awards 2022, Global Search Awards 2022 za kampanię SEO360®, prowadzoną dla serwisu HH24 - platformy wsparcia zdrowia psychicznego. Raptem w 6 miesięcy zwiększyliśmy jakościowy ruch organiczny z wszystkich interesujących klienta słów kluczowych o prawie 450% i wzrost pobrań aplikacji o 60%.

### Brzmi świetnie, ale przyznam, że nie mam punktu odniesienia. Nie wiem jaki mają zasięg te nagrody, bo to jednak konkursy mocno specjalistyczne.

Te wszystkie konkursy, które wymieniam, tj. europejskie czy światowe, to są branżowe Oscary, więc jesteśmy dumni z tego, że wyniki naszej pracy zostały dostrzeżone przez jury. Największym naszym dotychczasowym wyróżnieniem jest nominacja do konkursu Global Search Awards 2021, w którym jako firma zajęliśmy drugie miejsce w kategorii Best Global Small Integrated Search Agency.

### Czyli jesteście drugą najlepszą tego typu agencją na świecie?

Dokładnie tak. Zatem nie jesteśmy już tylko najlepszą tego typu agencją digital marketingową w Trójmieście, ale drugą najlepszą agencją na świecie, w ramach kompetencji, które posiadamy, czyli SEO i performance marketingu. Jest to dla nas ogromna nobilitacja i motywacja, by zapewniać naszym klientom jeszcze większą efektywność w ramach prowadzonych działań.

### Social media też są w portfolio waszych usług?

Oczywiście. Przy czym wciąż traktujemy to jako element strategii performance marketingowej skupionej na pozyskiwaniu kalorycznego ruchu. Jeśli chodzi o tworzenie komunikacji na profilach, to przekazujemy klientom najlepsze praktyki, przy czym najlepsze działania contentowe wykonuje ktoś, kto siedzi w danej

organizacji, kto jest nią przesiąknięty. Szczególnie dotyczy to branż i marek mocno specjalistycznych. Swego czasu był duży wysyp firm, które poszukiwały agencji do tworzenia treści, ale to nie jest dobre wyjście na dłuższą metę.

### Agencja nie powinna tworzyć sama treści?

Może je tworzyć, ale najlepiej, gdy firma ma kogoś u siebie, kto zna się na danej dziedzinie. Dobry kontent, jakościowy to podstawa, zostaje na stałe w Internecie, a dobre treści bronią się zawsze. Tak więc optymalna

sytuacja jest taka, gdy firma sama stworzy kontent w oparciu o rekomendacje agencji. Druga opcja – bierzemy od niej ten sos, sami go układamy i docieramy z nim tam, gdzie trzeba. Mówię o dobrym, jakościowym kontencie dlatego, że dzisiaj Internet jest zalany nijaką, fatalną treścią. Morze śmieci, nazwijmy rzecz po imieniu.

### Czyli treść od klienta, a technologia od was?

Tak to można uprościć. Jak to mówię: praca po obu stronach. Z kolei w przypadku SEO najlepszy podział – my 2/3, a klient 1/3. Czyli - ty wiesz jak pisać najlepiej, ale i tak tego nie napiszesz, dopóki ci nie powiemy jak to zrobić. Mimo, że masz wiedzę to bez prowadzenia za rękę tego skutecznie nie zrobisz. Naszą rolą jest więc jak najlepsze wykorzystanie twojej wiedzy.

### A jak zweryfikować pracę agencji? Ostatnio pojawia się pojęcie digital fraud. Przyszło z USA, gdzie jedna z firm po zmniejszeniu nakładów na reklamy o 50% prawie nie odczuła zmniejszenia zasięgów. Okazało się, że budżety są przepalane, szacuje się, że średnio 8% każdego budżetu.

Ponad 100 lat temu słynny pionier mierzenia skuteczności reklam - John Wanamaker - powiedział: „Połowa pieniędzy wyda-

**Kiedys SEO, performance marketing i e-commerce to był prawie, że Dziki Zachód. Wchodziles z tymi hasłami do firm niczym czarnoksiężnik pokazujący jakąś magię, którą niewielu rozumiało**





„  
Jeżeli ktoś teraz chce  
wejść w Internet to  
niech szuka innowacji,  
w ten sposób jest  
szansa, że koszt  
będzie trochę niższy,  
a pozyskanie klienta  
łatwiejsze.



wanych na reklamę jest wyrzucana w błoto. Problem w tym, że nie wiem, która połowa”. Wiele przez ten czas się nie zmieniło. Pojęcie fraudu było tak samo aktualne wtedy jak i obecnie. Jak temu zapobiec? Uważam, że kluczowym jest, aby po stronie klienta była kompetentna osoba, która jest w stanie koordynować i umiała analizować zachodzące procesy. Ktoś to z jednej strony jest partnerem dla agencji, ale również stoi na straży interesów klienta.

W naszej firmie to pojęcie nie występuje, bo w codziennej pracy dowozimy klientowi to co dla niego najważniejsze - sprzedaż.

### **Jak najlepiej oceniać skuteczność agencji?**

Często klient dąży do rozliczeń za ruch. Mówi – mnie nie interesuje co wy robicie, ja chcę mieć ruch. Wydaje mu się, że jest cwany, ale agencja może mu wygenerować śmieciowy ruch. Dokupują go, dopalają.

My co miesiąc przesyłamy raport, w którym są wszystkie elementy, na które się umówiliśmy, przede wszystkim twarde KPI w postaci generowanych leadów czy sprzedaży.

### **Na koniec zapytam jak to połączyć z filozofią Kaizen. Bo wszem i wobec ogłaszacie, że działacie właśnie w tym duchu.**

Gdy mieliśmy 10. rocznicę działalności, w 2018 roku przekształciliśmy się w spółkę akcyjną i wykonaliśmy duży rebranding. Zrobiliśmy coś co dojrzewało w nas przez lata, czyli odwoływanie się do najlepszego etosu kultury pracy Japonii. Byłem tam wiele razy i uważam, że jest to społeczeństwo doskonałe. Nasza praca jest precyzyjna, jak to się mówi diabeł tkwi w szczegółach, stąd też nazywamy nas tutaj wszystkich Takumi 匠. To najwyższej klasy japoński rzemieślnik. To takie osoby, które pieczołowicie wykonują swoje zadanie. Zgodnie z wdrożoną u nas filozofią Kaizen カイゼン każdego dnia unowocześniamy i polepszamy procesy zachodzące w firmie. I co ważne, uczestniczą w tym procesie wszyscy członkowie organizacji – od stażysty po prezesa. Ktokolwiek rzuci pomysł i reszta uważa, że to ma sens, to ten pomysł jest wdrażany. Druga rzecz – w filozofii Kaizen liczy się dobro wspólne, jednostka ma mniejsze znaczenie. Oznacza to, że lepiej jako firma zrobić wspólnie jeden krok do przodu niż pojedyncza jednostka sto kroków. Stosujemy też filozofię Kendo 剣道, czyli nigdy się nie poddajemy, stąd nasz tagline - SEOgroup can do!

### **W Kaizen panuje hierachia?**

Jest. Można powiedzieć, że prawdziwe zmiany powinny być inspirowane działaniami kierownictwa wyższego szczebla, a następnie wdrażane przez resztę. Nie ukrywam, że jako firma przeszliśmy różne etapy zarządzania. I kiedyś byliśmy bardziej „czerwoni”, co oznacza bardzo hierarchiczną strukturę, gdzie szef jest bossem, a nikt nie ma nic do gadania. To też przerobiliśmy.

### **Bo jak mówiliście o Kaizen to trochę pomyślałem o turkusowej organizacji.**

To zupełnie co innego, bo Kaizen działa bardzo dobrze, natomiast turkus moim zdaniem w naszych warunkach jest prawie niewykonalny. To moja opinia, oczywiście podziwiam firmy, które go wprowadziły i to faktycznie działa, że nie ma szefów i każdy podejmuje decyzje dobre dla firmy. To piękna idea, ale nie znam nikogo kto by ją z sukcesem realizował. My oprócz Kaizen staraliśmy się inaczej motywować zespół, np. poprzez pełną transparentność w kontekście finansowym czy przekazywanie pakietów akcji najbardziej zaufanym osobom w spółce. A jako firma jesteśmy pomarańczowo – zieloni.

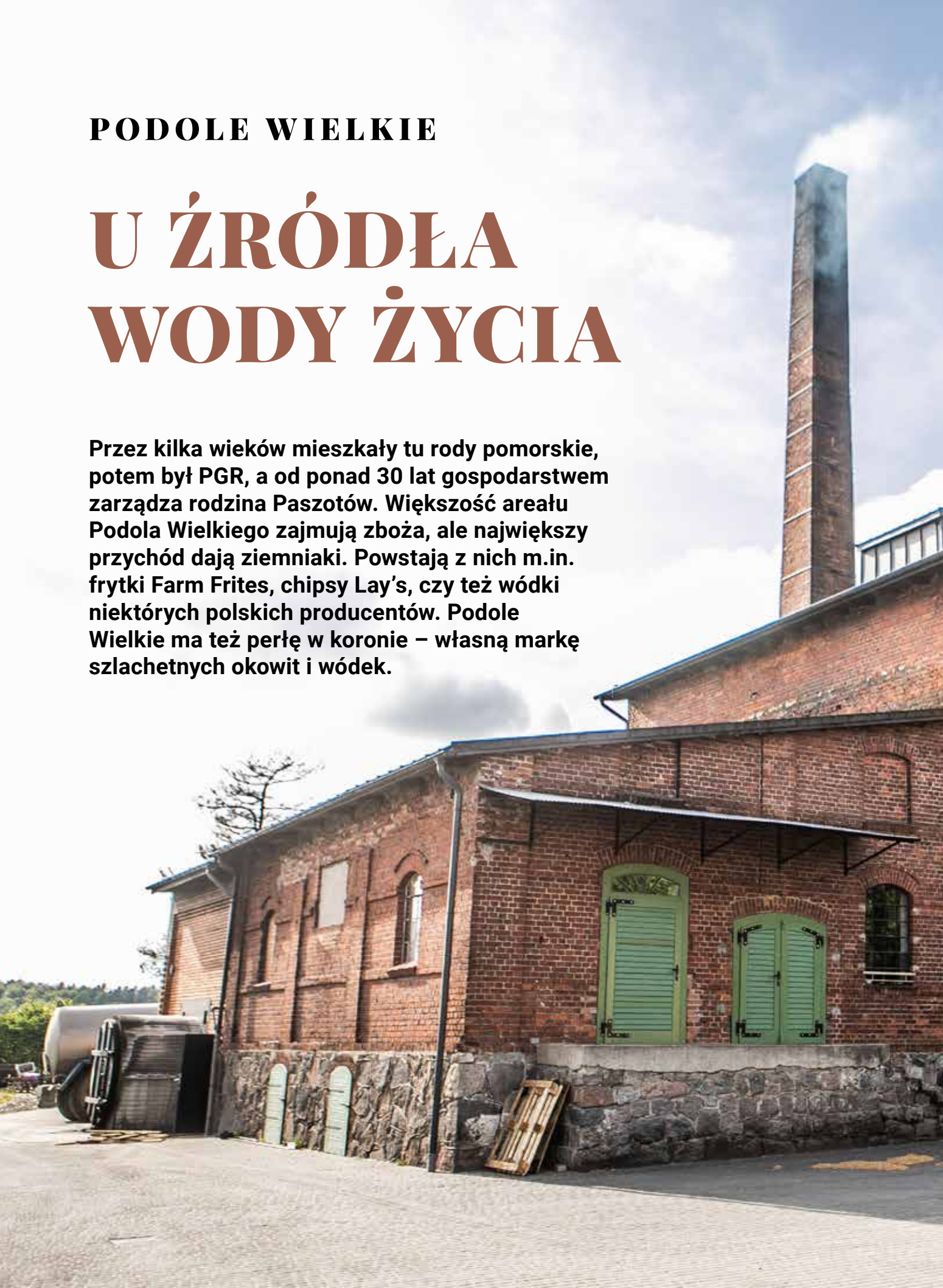




**PODOLE WIELKIE**

# U ŹRÓDŁA WODY ŻYCIA

**Przez kilka wieków mieszkali tu rody pomorskie, potem był PGR, a od ponad 30 lat gospodarstwem zarządza rodzina Paszotów. Większość areалу Podola Wielkiego zajmują zboża, ale największy przychód dają ziemniaki. Powstają z nich m.in. frytki Farm Frites, chipsy Lay's, czy też wódki niektórych polskich producentów. Podole Wielkie ma też perłę w koronie – własną markę szlachetnych okowit i wódek.**











Fot. Karol Kacperski

Duży plac, po prawej budynki gospodarcze, po lewej potężne silosy i zabytkowy budynek gorzelni. Pośrodku widać skład drewnianych skrzyń z napisami „Podole Wielkie”. Za nimi, w tle pięknie odnowiony pałac. I co najważniejsze mnóstwo zieleni, z rzucającym się w oczy świetnie zachowanym starodrzewem, pamiętającym z pewnością początki gorzelni. To pierwsze wrażenia po wjechaniu do Podola Wielkiego.

- Podole Wielkie to trzy filary – gospodarstwo, gorzelnia rolnicza i gorzelnia rzemieślnicza. I choć formalnie to oddzielne firmy to wszystkie są wzajemnie połączone i stanowią jedną markę – mówi w wstępie Michał Paszota, jeden z gospodarzy Podola Wielkiego.

#### ŻYJNE POMORZE

Z Podola Wielkiego do Łęborka jest ponad 20 km, nieco dalej, bo 27 km do Łeby. Tereny położone na północy

dzisiejszego Pomorskiego zawsze słynęły z dorodnych pól, zielonych lasów i obfitej przyrody. Przez wieki swoje wielkie gospodarstwa prowadziły na tych obszarach stare rody pomorskie. Pozostały po nich folwarki, zachowane dwory i pałace. Nie inaczej było z Podolem Wielkim, które na mapie pojawiło się już w XV wieku. W XIX wieku stanął późnoklasycystyczny pałac, a po nim gorzelnia. Po II wojnie światowej gospodarstwo zostało przekształcone w PGR. Pod koniec działalności właśnie do niego trafili na praktyki absolwenci akademii rolniczej - Irena i Andrzej Paszotowie, rodzice Michała. Po przemianie ustrojowej PGR-upadły, taki sam los spotkał Podole Wielkie, a wraz z nimi miejsca pracy i mieszkania. Wtedy Paszotowie podjęli ryzykowną decyzję, by wydzierżawić gospodarstwo.

- To nie było przejście firmy takie jak dzisiaj rozumiemy, że firma może działać gorzej lub lepiej, ale działa i ją przejmujemy. Gospodarstwo było rozkradzione, nic



w nim nie działało. Można powiedzieć, że było w totalnym upadku. A moi rodzice mieli wtedy po 28 lat, żadnych funduszy, ale za to wiedzę i pracowitość – opowiada Michał Paszota.

- Dachy były nieszczelne i zrywały je wichury. Gleby były tak zaniedbane, że nie rósł nawet jęczmień. Górzelnia rolnicza działała, ale też była w złym stanie. Pierwsze siedem lat trwała walka o przeżycie – dodaje Paulina Paszota, żona Michała.

## KRÓL ZIEMNIAK

Po siedmiu latach napraw, porządkowania i mozolnej walki przyszła pierwsza stabilizacja i pierwszy sukces. Wiązał się z podjęciem decyzji o uprawie ziemniaków. W 1997 roku Podole Wielkie zostało pierwszym polskim dostawcą ziemniaków do Farm Frites w Lęborku, gdzie produkowana jest znana marka frytek.

- W PGR-ach uprawiano polskie odmiany ziemniaków. W Podolu Wielkim też je uprawiano. Miały dobrą odporność na patogeny, były tanie w uprawie, ale miały słabe cechy użytkowe. Sposób uprawy, zbiorów i przechowywania był prymitywny. Nam udało się wykonać duży przeskok jakościowy. Zarówno fabryka w Lęborku, jak i firmy holenderskie pomagały, by dokonać tego przeskoku, by można było stworzyć rzetelny fundament nowej działalności, z odpowiednią wiedzą i zapleczem – wyjaśnia Paszota.

Ziemniaki stały się więc najważniejszą jakościową i biznesową dźwignią dla Podola. Wystarczy spojrzeć na wydajność zbiorów. Pierwsze zbiory w 1997 roku obejmowały 30 hektarów i trwały przez półtora miesiąca, gdyż z dwóch kombajnów jakie wtedy były jeden zawsze był w naprawie. Obecnie uprawa obejmuje aż 250 ha, a zbiory trwają tylko trzy tygodnie.

W 2001 roku dzierżawcy postanowili skorzystać z możliwości ratalnego wykupu gospodarstwa od państwa. Zaczęła się nowa era. Zainwestowali w sprzęt i infrastrukturę, dzięki czemu dzisiaj Podole Wielkie jest jednym z dwóch gospodarstw w Polsce, które przechowuje 100% zbiorów ziemniaków.

- Ziemniaki są dużo trudniejsze do przechowywania niż zboża, czy rzepak. Uwodnienie ziemniaka przekracza 80%, to są żywe organizmy i by zapewnić określone cechy użytkowe to trzeba przechowywać je w rygorystycznych warunkach. Temperatura jest regulowana z dokładnością do 0,3 stopnia – tłumaczy Michał Paszota.

Przechowywanie jest ważnym elementem biznesu. Jak każdy produkt rolny ziemniaki najtańsze są w sezonie, czyli sprzedawane prosto z pola. Tymczasem odbiorcy, głównie przemysłowi potrzebują ich przez 12 miesięcy w roku. Stąd cena surowca rośnie wraz z długością okresu przechowywania.







Dzisiaj całe gospodarstwo liczy 800 ha gruntów. Powierzchniowo dominują rzepak oraz zboża, czyli żyto, jęczmień, pszenica. Jednak to właśnie wspomniany ziemniak króluje pod względem przychodów. Liczby mówią same za siebie - z 1 hektara uzyskuje się od 6,5 do 9,5 tony zboża albo od 45 do 70 ton ziemniaków.

#### **NAJWIĘKSZA W POLSCE**

Równolegle do gospodarstwa działają dwie gorzelnie – rolnicza i rzemieślnicza. To kolejne dwa filary Podola Wielkiego. Zajmują się nimi właśnie Paulina i Michał Paszotowie. W gorzelni rolniczej powstaje wyłącznie ziemniaczany spirytus surowy o mocy ~91%. Rocznie - nawet 2 mln litrów, co czyni ją największym producentem spirytusu ziemniaczanego w Polsce. Co ważne – do tej produkcji nie trafiają własne uprawy, ale wyłącznie skupowane od innych producentów. Jako surowiec służą też ziemniaki niewykorzystane w fabryce w Lęborku.

Z Podola Wielkiego spirytus trafia do producentów wódek gdzie przechodzi dalsze etapy produkcji – przede wszystkim rektyfikację. Można więc przyjąć, że jeżeli ktoś kupuje komercyjną wódkę ziemniaczaną to jest duża szansa, że jej pierwszy etap produkcji odbywał się właśnie w Podolu Wielkim.

#### **OD POLA DO BUTELKI**

Perłą w koronie są jednak własne wyroby alkoholowe – wyrafinowane okowity i wódki. Powstają w gorzelni rzemieślniczej, która mieści się w tym samym zabytkowym budynku co gorzelnia rolnicza. Te destylaty – w przeciwieństwie do rolniczych - powstają wyłącznie z własnych upraw. Flagowym surowcem jest oczywiście ziemniak, chociaż okowity są produkowane także ze zbóż. Obowiązuje zasada „od pola do butelki”. To oznacza całkowitą kontrolę nad surowcem i procesem powstawania okowity. W przypadku ziemniaka okowity



## 30 MEDALI W TRZY LATA

Pierwsza, historyczna partia okowity Podole Wielkie powstała już w 2015 roku z ziemniaków Miranda. Destylat odpoczywał w zbiorniku przez 3 lata, by w 2019 roku trafić do sprzedaży w liczbie 1300 butelek. Drugim, już tzw. pełnym rocznikiem jest 2018, który do sprzedaży trafił w 2019 roku. Trzeci rocznik to 2019, czwarty – 2020 i piąty – 2021. Roczники mają swoich patronów. Wszyscy to pracownicy gorzelnii.

Podstawą marki są okowity z ziemniaków, ale co roku powstają też z jęczmienia, pszenicy i żyta. Nowością są okowity wytwarzane z piwa. Partnerem jest AleBrowar.

Pojawiły się też perełki jak okowita Porter Bałtycki na bazie piwa Porter Bałtycki browaru Zamkowego w Cieszynie. Okazją do jej powstania był jubileusz 175- lecia działania browaru.

Destylaty z Podola Wielkiego łącznie dostały już prawie 30 medali na konkursach polskich i zagranicznych. Zarówno na polskich Spirits Competition w latach 2019–2021, jak i na międzynarodowych festiwalach np. Berlin International Spirits Competition, czy też World Spirits Competition w San Francisco.

*Okowita, z łac. aqua vitae – woda życia. Wysokoprocentowy destylat alkoholowy produkowany z ziemniaków albo zboża. W Europie od XIII wieku, początkowo produkowany w celach leczniczych, by stać się popularnym napojem alkoholowym.*

Fot. Podole Wielkie



Fot. Karol Kasperski

Ludzie i Firmy





powstają z różnych jego odmian stąd potem ich nazwy np. Ziemniak 2020 Innovator, czy też Ziemniak 2021 Gala. Na etykietce każdej okowity jest też dokładna informacja o pochodzeniu - gdzie dokładnie rósł surowiec, kiedy i jakiej jest odmiany. Bo choć procedury są zawsze takie same to okowity się różnią, chociażby z powodu pogody. Stąd tak ważne jest ich opisywanie, tak jak to robi się w winiarstwie.

- Istnieje takie francuskie pojęcie dla win „terroir”. Określa ono geologiczne i klimatyczne czynniki wpływające na wino – począwszy od miejsca geograficznego gdzie leży uprawa, poprzez panujący mikroklimat, panującą pogodę aż po rodzaj gleby. Staramy się działać w tym samym duchu, stąd tak dokładne opisy każdej butelki – wyjaśnia Paulina Paszota.

Również produkcja to żmudny i w pełni rzemieślniczy proces. Surowce są dokładnie selekcjonowane i następnie rozdrabiane. Trafiają do podgrzewanej kadzi w której zaczyna się proces zacierania. To moment kiedy skrobia zawarta w ziemniakach zaczyna rozkładać się na cukry proste. Kolejnym etapem jest kilkudniowa fermentacja. Do zacieru dodaje się drożdże, które z uwolnionych cukrów zaczynają wytwarzać alkohol. Podczas tego etapu wydziela się dwutlenek węgla, a zacier przypomina gotującą się supę. Po uwolnieniu dwutlenku węgla odfermentowany zacier jest gotowy do procesu destylacji. Ten proces odbywa się wysokiej, miedzianej kolumnie o po-

jemności 2 tys. litrów. Po zagotowaniu zacieru alkohol wyparuje do górnej części kolumny, a następnie jest skraplany.

Wszystkie etapy mają wpływ na końcową jakość i smak okowity, dlatego osobiście prowadzi je Michał Paszota. Produkcja odbywa się praktycznie w jednym pomieszczeniu. Obok siebie stoją zbiorniki, kadzie i wysoka, miedziana kolumna destylacyjna. To właśnie w niej, z zacieru wyparuje „woda życia”.

### **DOM I ŚRODOWISKO**

Do tej pory do sprzedaży trafiło 5 roczników okowity. W tym roku powstanie szósty z kolei.

- Mamy ambicje i chcemy rozwijać markę naszych okowit. Mamy plany eksportowe, przecież polska wódka to najbardziej rozpoznawalny polski produkt na świecie – mówi Michał Paszota. I dodaje: - Spoglądamy na Podole Wielkie jako jedną całość, jako jedną wizję. Chodzi o wykorzystanie wszystkich dostępnych elementów, wszystkich resztek z produkcji rolnej, np. po to, by mieć własną zieloną energię elektryczną, własną zieloną energię cieplną. Podole Wielkie to nie tylko projekt biznesowy, ale także nasz dom, miejsce do którego mamy stosunek emocjonalny. Chcemy i możemy tworzyć tutaj własną rzeczywistość i własne koncepcje rolnictwa zrównoważonego, z dużą odpowiedzialnością za środowisko.





Fot. Karol Kacperski

**KAROLINA PIERZYNOWSKA**

# **NAUKA KONTRA PIENIĄDZE**

**Firmy inwestują pieniądze, a my dajemy pomysł, wiedzę i pracę. Nasz wkład wycenia się jednak bardzo nisko, co może skutkować nierównością wobec potencjalnych zysków. A przecież bez nas nie byłoby tematu – mówi w rozmowie z Biznes Prestiżem dr Karolina Pierzynowska, biologka z Uniwersytetu Gdańskiego. Mimo młodego wieku ma już na koncie sporo wyróżnień i nagród za badania nad lekiem na Alzheimera, a także wyzwanie przed którym stoi wielu naukowców w Polsce – jak znaleźć inwestora nie tracąc swojego dorobku.**







# M

**Monika Rogo: Kilka miesięcy temu widziałam panią na okładce Forbes Women jako jedną ze 100 kobiet roku 2021. Mocne wyróżnienie.**

Karolina Pierzynowska: Faktycznie. Nie spodziewałam się na początku, że trafię na okładkę. Dowiedziałam się o tym trochę przypadkiem, gdy stylistka zapytała mnie o wymiary na potrzeby sesji zdjęciowej (śmiech).

**Spoglądała pani z niej z bliskim w oku, a podtytuł zaczynał się od słów „gwiazda polskiej nauki”. Jak się pani czuje z takim określeniem?**

Nie czuję się gwiazdą polskiej nauki. Przyjmuję to bardziej żartobliwie, ale rodzina mówi, że na to pytanie powinnam odpowiadać, że gwiazdą polskiej nauki może nie jestem, ale gwiazdą Uniwersytetu Gdańskiego na pewno (śmiech). A tak poważniej, to zapewne chodzi tu o słowo „gwiazda” w nazwie nagrody Future Science Future Star, którą otrzymałam w zeszłym roku.

**No właśnie, w tak młodym wieku i jako jedyna Polka w historii zdobyła pani tę międzynarodową prestiżową nagrodę. Była pani też laureatką 19. edycji programu L'Oréal-UNESCO „Dla Kobiet i Nauki”, a ostatnio została pani wyróżniona w 10-tce Pomorza roku 2021 Zawsze Pomorze. To nie jedyne wyróżnienia, a le-dwo przekroczyła pani 30-stkę!**

Jeśli miałabym dodać jeszcze dwie, z których jestem również bardzo dumna, to byłyby to Nagroda Miasta Gdańska dla Młodych Naukowców im. Jana Uphagena i stypendium programu START Fundacji na rzecz Nauki Polskiej.

**Tylko pogratulować. Popularność i splendor z pewnością ułatwią dalszą pracę, przede wszystkim pozyskiwanie finansowania. Bo przecież badania wymagają dużych nakładów.**

Zainteresowanie na pewno jest dużo większe. Przykładowo jedna firma spoza branży wyraziła chęć przekazania 8 milionów złotych, mimo że poinformowaliśmy ich, że przez ok. 10 lat nie będzie z tego najprawdopodobniej żadnych zysków.

**I udało się zawrzeć umowę?**

Podtrzymali zainteresowanie, ale utknęliśmy na razie na kwestii rozdzielania składu procentowego w potencjalne zyski w przyszłości. Poza tym często właśnie to nie te znane, prestiżowe firmy farmaceutyczne odzwierają się do nas z chęcią podjęcia współpracy, ale prywatni i mało znani inwestorzy. To z kolei często nie jest na rękę uczelniom, których władze

bezpieczniej się czują współpracując ze znanymi, dużymi koncernami.

**Czyli finansowanie jest wciąż na poziomie uczelni?**

Najczęściej fundusze na badania dostaje się z Narodowego Centrum Nauki oraz Narodowego Centrum Badań i Rozwoju. We wniosku grantowym wpisuje się zarówno jednostkę, jak i kierownika projektu oraz wykonawców.

**A tak się dużo mówi o współpracy nauki z biznesem. Do tego zaraz wrócimy. Proszę teraz opowiedzieć o swojej pracy. Czemu akurat wybrała pani badania nad tymi chorobami?**

W nauce często jest to kwestia przypadku. Pracownicy katedry, w której pracuję zajmowali się głównie badaniami chorób genetycznych, a więc na to właśnie miała fundusze. Zaczęłam więc od badań nad chorobą Huntingtona, ale gdy okazało się, że genisteina jest efektywna w leczeniu przyczyn tej choroby, postanowiłam rozwinąć dodatkowy projekt, który zakładałoby zbadanie efektywności działania genisteiny na chorobę Alzheimera. Te choroby są do siebie podobne

z racji powstawania tzw. agregatów białkowych, które uszkadzają funkcjonowanie komórek nerwowych. Różnicą jest rodzaj białek jaki się kumuluje w obu chorobach, ale mechanizm ich powstawania jest bardzo podobny.

**Jak rozumieć była to pani własna inicjatywa?**

Tak, ten projekt to faktycznie moje „dziecko naukowe”. Już na etapie pracy doktorskiej badałam czy

**„ (...) często właśnie to nie te znane, prestiżowe firmy farmaceutyczne odzwierają się do nas z chęcią podjęcia współpracy, ale prywatni i mało znani inwestorzy. To z kolei często nie jest na rękę uczelniom, których władze bezpieczniej się czują współpracując ze znanymi, dużymi koncernami.”**

jeden z izoflawonów, czyli genisteina będzie efektywna w usuwaniu tych agregatów, które są przyczyną chorób neurodegeneracyjnych. Wygląda to tak, że białka przyjmują nieprawidłową strukturę zlepiając się w duże „kulki”, czyli te agregaty białkowe przeszkadzające w funkcjonowaniu komórek nerwowych. Wszyscy naukowcy pracujący dotychczas nad terapiami próbowali zatrzymać tworzenie się tych agregatów, a ja wraz z moim szefem, prof. Grzegorzem Węgrzynem postanowiliśmy podejść do tego inaczej. Były przesłanki, by sądzić, że genisteina, zamiast hamować ich tworzenie, może je usuwać. Moją rolą było sprawdzenie czy tak się stanie. Najpierw badałam to na modelu komórkowym, a potem zwierzęcym. Przeprowadzałam bardzo dużo testów behawioralnych i okazało się, że chore zwierzęta po podaniu genisteiny zachowywały się bardzo podobnie do zwierząt zdrowych. Podawaliśmy ten izoflawon zarówno jednostkom z zaawansowaną chorobą, jak i z pierwszymi objawami i kończyło się to z dużym powodzeniem. Genisteina działała więc zarówno leczniczo, jak i profilaktycznie.



Fot. Karol Kacperski



Fot. Karol Kacperski



**Kolejnym logicznym krokiem wydają się teraz badania kliniczne przeprowadzane przy udziale ludzi.**

Oczywiście i dążymy do tego, ale nie jest to niestety wcale takie proste na poziomie wielu różnych procedur.

**A na jakim etapie jest projekt?**

Już go kończę, badam jeszcze m.in. profilaktyczne działanie genisteiny względem chorób neurodegeneracyjnych, czyli jak szybko trzeba ją podać, by dała jak najlepsze efekty. Jak wspominałam, kolejnym krokiem są kosztowne badania z udziałem pacjentów. Nie jestem w stanie przeprowadzić ich sama, gdyż potrzebuję do współpracy zarówno lekarzy, którzy pomogliby w badaniu samych pacjentów, jak i inwestorów, którzy sfinansowałyby

te badania. Stoję więc przed wyborem. Mogę zostawić już to moje dziecko naukowe, bo przeprowadziłam badania przedkliniczne, czyli to co należało do roli biologa. W takim wypadku mogłabym razem z jednostką sprzedać patent lub udzielić na niego licencję firmie farmaceutycznej lub biotechnologicznej. Tylko że wtedy straciłabym kontrolę nad tym, co się dalej będzie z tym działa. Z drugiej strony, mogę kontynuować mój projekt wchodząc w środowisko biznesowe i zakładając spółki, które sfinansowałyby dalsze badania. Wtedy miałabym kontrolę nad tym co się dalej dzieje z opracowywaną przeze mnie terapią, ale wymagałoby to ode mnie wiele czasu poświęconego na sprawy biznesowe, a nie naukowe.



**No i wracamy do połączenia biznes - nauka. Zapoznałam się m.in. z raportem „Komerjalizacja badań naukowych: spojrzenie inwestorów i naukowców” Fundacji Przedsiębiorczości Technologicznej, Narodowego Centrum Badań i Rozwoju i Fundacji na rzecz Nauki Polskiej z 2016 roku. Jest tam mowa o tym, że wyceny projektów naukowych są zlecane firmom doradczym i naukowcy często oceniają je jako nieadekwatne obawiając się o zaniżenie wartości ich wkładu pracy.**

No właśnie jest to jeden z największych problemów. Założenie spółki nie jest trudne, ale temat się komplikuje przy ewentualnym podziale zysków. Firma musi zainwestować dużą kwotę pieniędzy i to jest jej wkład. My dostarczamy patent i naszą pracę, które jednak trudno wycenić. A bez naszych badań i patentu nie byłoby w ogóle tematu. Założmy hipotetycznie, że zostaje wyceniony na 50 tysięcy złotych,

ale by zrobić badania kliniczne przy udziale ludzi potrzebuje my 20 milionów złotych. Prawie całą kwotę musi więc wyłożyć firma. Jeżeli późniejsze zyski dzielimy wg takich samych proporcji powstaje gigantyczna nierówność.

**Występują aż takie dysproporcje pomiędzy wyceną patentu, a ewentualną wielkością inwestycji?**

Tak, zdecydowanie. Na razie mamy tylko polski patent, bo europejski jest obecnie rozpatrywany. Jeżeli nam go przyznają, to będzie więcej wart. Kolejny aspekt to taki, że naukowcy wkładają czas i doświadczenie, a po tym wszystkim mają tylko - jeśli dobrze pójdzie - właśnie ten patent. Nic innego nie może zostać wycenione. Sam pomysł, bez patentu nic nie jest wart, a na przyznanie patentu czeka się czasem aż 1,5 roku.

**Czy nie można wyżej wycenić patentu?**

To zależy od rzeczoznawcy. Zazwyczaj jest tak, że rzeczoznawca firmy zaniża wartość patentu, a rzeczoznawca uczelni może z kolei ją zawyżać. Ostatecznie muszą spotkać się gdzieś pośrodku.

**Z jednej strony wydaje się to logiczne, inwestor wykląda pieniądze, a więc ponosi ryzyko biznesowe, stąd w przypadku sukcesu jest też głównym beneficjentem zysku. Jak według pani powinno to wyglądać, by było sprawiedliwie?**

Moim zdaniem bez pomysłu nie ma niczego. Pomysł jest wart najwięcej, ale on nie podlega wycenieniu. I uważam, że to powinno się zmienić, żeby dążyć do równowagi. Byłoby sprawiedliwiej, gdyby proporcja wkładu pomysłu i funduszy wynosiła 50/50.

**Jakie jeszcze wyzwania czekają na naukowców, zwłaszcza tych młodych, zdobywających dopiero obeznanie na tym rynku?**

Mówiąc wprost, jako naukowcy nie znamy się na biznesie. Czuć tu dużą barierę i słyszymy to zewsząd. Byłby więc potrzebny jakiś pośrednik, np. manager projektu, ale znowu pojawia się kwestia jego pensji. Naukowcy nie są w stanie jej opłacić, a więc byłaby to również rola inwestora i tym samym zwiększa się coraz bardziej jego wkład. Temat jest naprawdę skomplikowany.

**Co dalej z finansowaniem? Jakie ma pani teraz perspektywy?**

Aby zbadać działanie genisteiny na modelu ludzkim muszę wejść we współpracę ze środowiskiem lekarskim i oczywiście zdobyć fundusze. Najlepszą drogą byłaby próba kliniczna, ale tak jak już wspominałam to koszty ok. 20 milionów złotych. Myślimy więc, żeby zrobić tzw. eksperyment medyczny na ludziach, który wymaga mniejszej liczby zasobów i tym samym nakładów finansowych. Mówimy tu o kwocie ok. 8 milionów złotych. Byłaby to dłuższa droga do wprowadzenia leku na rynek, ale bardziej możliwa i wydaje mi się, że gdyby wszystko przebiegło pozytywnie, to ten temat byłby zauważony i skutkowało to przeprowadzeniem próby klinicznej. A w efekcie lek zostałby wprowadzony na rynek i taka współpraca byłaby opłacalna dla wszystkich stron. Zwłaszcza, że według orientacyjnego zestawienia, które zrobiłam, chorych na rzadkie choroby neurodegeneracyjne takie jak choroba Huntingtona, Parkinsona lub Sanfilippo jest mniej więcej już tyle ile chorych na astmę. Jest to zatem coraz większa liczba pacjentów i przestają być to choroby rzadkie.

**Skoro mówimy o finansach z pewnością wiele osób zastanawia się też z czego wynikają tak zawrotne kwoty terapii. Co chwilę słyszymy o zbiórkach na leczenie, które kosztuje kilka milionów złotych lub więcej. Skąd te koszty?**

Przy takich zbiórkach chodzi zazwyczaj o choroby rzadkie, a wprowadzenie leku na rynek musi się zwrócić koncernowi farmaceutycznemu w zaledwie rok. Takie są zasady w tej branży. Inaczej jest to dla niego nieopłacalne. Zatem przy takich chorobach jest niewielu pacjentów i dlatego muszą płacić krocie. Chyba, że państwo dofinansuje takie leczenie, ale ostatnio raczej wycofuje się z takiego wsparcia wobec osób dotkniętych właśnie chorobami rzadkimi.

**Co według pani każda ze stron mogłaby zrobić, by współpraca była bardziej efektywna i opłacalna?**

Kluczową stroną jest tu uczelnia, która zatrudnia nas, naukowców i na jej sprzęcie badawczym pracujemy. A każda uczelnia ma swoje założenia i procedury. Im więcej stron, tym więcej niuansów. Myślę, że wszystkie strony musiałyby iść na duży kompromis, także finansowy, i wtedy współpraca byłaby bardziej możliwa. Może chodzi też o zbudowanie większego zaufania i chęci do podjęcia ryzyka. Ważne byłoby też porozumienie się z prawnikami, którzy rzecz jasna chronią interesy swoich stron i mówią zupełnie innym językiem niż my. Ale to jest w ogóle kwestia ułatwiania procedur i spraw formalnych. To leży częściowo w gestii uczelni, a częściowo państwa i programów grantowych. Jestem jednak nadal dobrej myśli i otwarta na rozmowy oraz dalsze próby, by taka współpraca doszła do skutku.

**Czy istnieje duża rywalizacja pomiędzy naukowcami w staraniach o granty i komercjalizację wyników badań?**

Rywalizacja jest zawsze i jest to naturalne. Zdarzają się też sympatie i antypatie jak w każdym miejscu pracy. Wewnątrz naszego zespołu bardzo sobie kibicujemy. Zresztą to też nie jest tak, że każdy sobie rzepkę skrobie. Każdy z nas rozpisuje jakiś projekt, a ktoś inny go czyta, żeby wyłapać ewentualne błędy i je poprawić. A później jeszcze czyta i poprawia go również szef. Wszystko po to, by projekt miał jak największe szanse na zdobycie dofinansowania. Jest to więc praca zespołowa, bo jeśli dany projekt otrzyma finansowanie, to będzie to z korzyścią dla całego zespołu, a nie tylko dla jednej osoby. Fundusze z grantu to pieniądze m.in. na odczynniki, dzięki którym możemy pracować, ale i studenci mogą dzięki nim robić prace licencjackie, magisterskie i doktoraty. Za tym idą także pensje i to nie tylko pensja dla kierownika, ale i dla wykonawców projektu. To są naczynia połączone i taki sukces idzie na konto katedry, a tym samym uczelni.

**Czym dla pani byłby sukces w kontekście swoich badań naukowych?**

Ja już chyba osiągnęłam sukces, przede wszystkim zmieniając postrzeganie tego, co robię. Najpierw chciałam tylko zrobić doktorat i myślałam o etacie dydaktycznym, ale szef się nie zgodził. Widział we mnie jednocześnie potencjał naukowy i najwidoczniej miał rację. Co prawda jeszcze długa droga do wprowadzenia leku na rynek, ale dzięki publikacjom medialnym dużo ludzi zna wyniki moich badań na modelu zwierzęcym i ci związani z nauką czy farmacją zaopatrują się w suplementy, których składnikiem jest genisteina. Oczywiście robią to na własną odpowiedzialność. Wiele osób się do mnie odzywa. Słyszałam m.in. o mężczyźnie chorym na Alzheimera w bardzo zaawansowanym stadium choroby tzn. już się nie poruszał. Jego żona mi powiedziała, że po półtoramiesięcznej terapii samodzielnie wstaje z łóżka, je posiłki, chodzi po mieszkaniu, korzysta z toalety i bawi się z kotem. Kiedy się o tym dowiedziałam byłam już laureatką kilku znaczących nagród. Pamiętam, że tego dnia spojrział na mnie szef i zapytał: „I co? Lepsze niż jakakolwiek nagroda, prawda?” To był dzień, który zmienił moje życie, bo mówi się, że kto ratuje jedno życie, to tak, jakby ratował cały świat.



UNIKALNE BIURA  
NA SPRZEDAŻ

GOTOWE DO ODBIORU

G D Y N I A O R Ł O W O

UNIQUE



# AAA UKRAIŃCÓW ZATRUDNIĘ

Pięćdziesiąt pięć. Tyle grup zawodów na Pomorzu uznawanych jest za deficytowe. Nic dziwnego, że masowy napływ imigrantów z Ukrainy rozbudził nadzieje na wypełnienie luk na rynku pracy. Ale eksperci studzą emocje.



# W

Według danych Straży Granicznej od momentu wybuchu wojny w Ukrainie funkcjonariusze odprawili na przejściach granicznych z Ukrainy w stronę Polski 3,879 mln osób (dane na dzień 7 czerwca). To więcej niż liczba mieszkańców Berlina – największego miasta Unii Europejskiej (ok. 3,7 mln mieszkańców). Należy jednak pamiętać, że dane, ile osób przekraczających granicę realnie pozostaje w Polsce, mogą zmieniać się jak w kalejdoskopie. Część imigrantów i imigrantek decyduje się bowiem na dalszą podróż do innych krajów Unii Europejskiej, inni zaś - na powrót do ojczyzny.

Badacze z Ośrodka Badań nad Migracjami (OBM) szacują, że na koniec kwietnia w Polsce przebywało 1,4-1,55 mln uchodźców z Ukrainy. Do których miast udawali się najczęściej - to wzięło pod lupę Centrum Analiz i Badań Unii Metropolii Polskich im. Pawła Adamowicza w raporcie "Miejska gościnność: wielki wzrost, wyzwania i szanse. Raport o uchodźcach z Ukrainy w największych polskich miastach". Badania oparto m.in. na geotrappingu - metodzie wykorzystywanej do tej pory przede wszystkim przez świat reklamy. Polega ona na identyfikowaniu przebywających w danym czasie i miejscu użytkowników urządzeń mobilnych (głównie smartfonów).

## POŁOWA UCHODźCÓW CHCE PODJĄĆ PRACĘ

Jeszcze przed inwazją Rosji w Ukrainie, w Polsce przebywało około półtora miliona Ukrainek i Ukraińców. W pierwszych pięciu tygodniach wojny liczba ta się podwoiła. Z danych na koniec kwietnia wynikało, że najwięcej Ukraińców przebywało wówczas w aglomeracji warszawskiej – 469 628 osób, Górnośląsko-Zagłębiowskim Obszarze Metropolitalnym - 302 963, Wrocławskim Obszarze Metropolitalnym - 302 467, Kąkowskim Obszarze Metropolitalnym - 229 938 oraz Gdańskim Obszarze Metropolitalnym - 223 952 (w samym Gdańsku liczba mieszkańców miasta miała wzrosnąć aż o 24 proc.!).

Kolejne wyniki badań, które mogą być pewną wskazówką w przewidywaniach, jak wojna w Ukrainie wpłynie na nasz rynek pracy, w maju opublikowała pracownia ARC Rynek i Opinie. Wynika z nich, że około 83 proc. uchodźców z Ukrainy nie pracuje, jednak ponad połowa (54%) chciałaby podjąć pracę. Co więcej, badacze wzięli pod lupę także długofalowe plany. Wynik?

## Na jakich stanowiskach Ukraińcy zatrudniani są najczęściej (dane Wojewódzkiego Urzędu Pracy):

1095

- robotnicy wykonujących proste prace w przemyśle

697

- pracownicy wykonujący proste prace

674

- robotnicy magazynowi

595

- pakowacze ręczni

559

- pomoc kuchenna

399

- pomoce sprząająca w biurach lub hotelach

381

- magazynierzy

366

- pracownik utrzymania czystości

\*58 proc. uchodźców planuje pozostanie w naszym kraju, jeśli działania wojenne będą nadal prowadzone w ich ojczyźnie

\*ponad 1/5 badanych planuje zostać w Polsce nawet w sytuacji zakończenia wojny. Z tym że chęć pozostania w Polsce, nawet jeżeli wojna się skończy, jest większa wśród osób z najmłodszych grup wiekowych (18-24 lata). Warto podkreślić, że odsetek uchodźców, którzy nawet w sytuacji zakończenia wojny chcą pozostać w Polsce jest też wyższy w grupie osób pracujących – tutaj wynosi 30 proc.

## BRAKUJE RĄK DO PRACY

Nadzieje na to, że Ukraińcy będą chcieli zostać w Polsce dłużej, wiąże wielu pomorskich pracodawców. Nic dziwnego. Aż 55 grup zawodów na Pomorzu uznawanych jest za deficytowe, czyli takie dla których liczba ofert pracy jest wyższa niż liczba bezrobotnych. Zapotrzebowanie na pracowników w wybranych zawodach od siedmiu lat regularnie bada Wojewódzki Urząd Pracy w Gdańsku. Ostatnie badania „Barometr zawodów” z prognozą na rok 2022 przeprowadzono jeszcze przed wybuchem wojny w Ukrainie i opublikowano w listopadzie ubiegłego roku.

Na liście zawodów deficytowych znaleźli się pracownicy wielu branż m.in.: budowlanej (murnarze i tynkarze, pracownicy ds. budownictwa drogowego i kolejowego), medycznej i opiekuńczej (np. lekarze, pielęgniarzy i położne, opiekunki dziecięce, fizjoterapeuci i masażyści), edukacyjnej (np. nauczyciele języków obcych i lektorzy), transportowej (np. magazynierzy, zaopatrzeniowcy i dostawcy), gastronomicznej (np. kelnerzy i barmani, szefowie kuchni), rachunkowości (np. samodzielni księgowi), usług (np. sprzedawcy i kasjerzy), oraz osoby wykonujące prace proste (np. piekarze, krawcy i pracownicy produkcji odzieży).

Czy można spodziewać się, że masowo przyjeżdżający do Polski Ukraińcy wypełnią luki na pomorskim rynku pracy? Odpowiedź na to pytanie nie jest tak prosta.

Pewien obraz pozwalają nakreślić dane gromadzone przez urzędy pracy. Po wybuchu wojny w Ukrainie, Gdański Urząd Pracy wysłał prośbę do pracodawców z informacją, że istnieje możliwość zgłaszania ofert pracy również dla uchodźców z Ukrainy. W marcu wpłynęło 464 ofert pracy na ponad 1300 miejsc pracy, zaś w kwietniu 129 ofert pracy na ponad 450 miejsc pracy. Pomorscy pracodawcy oferty umieszczają ochoczo także na portalach rekrutacyjnych. Na Pracuj.pl





O tym, że pracy nie brakuje – świadczy niska stopa bezrobocia. Na koniec kwietnia w województwie pomorskim wyniosła 4,8 proc. (w Polsce: 5,2 proc.). Wówczas odnotowano 45 448 osób bezrobotnych. Według szacunków (oficjalne dane zostaną opublikowane dopiero na koniec czerwca) wartość stopy bezrobocia dla województwa pomorskiego na koniec maja br. wyniosła 4,7%. Jak podaje Pomorskie Obserwatorium Rynku Pracy w stosunku do kwietnia br. liczba zarejestrowanych bezrobotnych zmalała o 1,3 tys., zaś w stosunku do maja 2021 r. liczba ta była mniejsza o 12,8 tys.

znajdziemy ok. 1500 wolnych wakatów z dopiskiem „zapraszamy pracowników z Ukrainy”.

#### W MAGAZYNACH, SKLEPACH I ZA STERAMI KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ

Które branże mają najwięcej miejsc pracy dla pracowników z Ukrainy? - Zauważamy, że najwięcej ofert zgłaszanych jest na następujące stanowiska: pomocniczy robotnik budowlany, robotnik magazynowy, pakowacz, sortownik, pracownik produkcji, sprzedawca, kucharz, pokojówka, szlifierz, specjalista w branży IT, kierowca kat. C+E, pracownik gastronomii - wylicza Krzysztof Kunicki z Gdańskiego Urzędu Pracy.

Z otwartymi ramionami obywateli Ukrainy chcą zatrudnić m.in. trójmiejskie spółki przewozowe, odpowiadające za komunikację zbiorową: gdańska spółka Autobusy i Tramwaje oraz gdyńskie: Przedsiębiorstwo Komunikacji Autobusowej, Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej oraz Przedsiębiorstwo Komunikacji Trolejbusowej. Co istotne, spółki kierują ofertę nie tylko do osób, które posiadają uprawnienia do posiadania pojazdów, ale i tych, którzy chcą je zdobyć. Będzie to



# ARTEM

Artem ma 26 lat i pochodzi z Siewierodoneicka, miasta w Ukrainie, w obwodzie Ługańskim, gdzie obecnie toczą się ciężkie walki. Gdy Rosjanie zaatakowali Ukrainę był w Moskwie, tam przez ostatnie trzy lata pracował na stanowisku administratora IT, choć z wykształcenia jest prawnikiem. Do Gdańska przyjechał w marcu autobusem z Kaliningradu.

- Nie wyobrażałem sobie dłużej zostać w Rosji. W Gdańsku przez pierwszy miesiąc mieszkalem w hotelu – wspomina Artem. – Właściciele bardzo mi pomogli, pozwalając się w nim zatrzymać. Mieszkanie również znalazłem dzięki ludziom, których tu spotkałem. Gdyby nie oni, pewnie znalazłbym się na ulicy. Jestem wdzięczny Polakom za gościnność. Ludzie są bardzo przyjaźni, pomogli mi w każdy możliwy sposób: w znalezieniu mieszkania, napisaniu CV, oferując pomoc w szukaniu pracy.

Dlaczego nie wrócił do Ukrainy, by walczyć za ojczyznę? – Muszę zaopiekować się moimi bliskimi – babcią i dziadkiem – ze względu na ich zdrowie. Wkrótce przyjadą z Ukrainy do Polski – odpowiada krótko.

Aktywnie szuka pracy, ale utrudnieniem jest język. Brał już m.in. udział w rekrutacji na stanowisko asystenta pomocy uchodźcom oraz analityka ds. przeciwdziałania przestępczości finansowej.

- Teraz uczę się języka polskiego, a także pracuję nad moim angielskim. Polskiego zacząłem uczyć się samodzielnie, drugiego dnia pobytu – wyjaśnia Artem. - Następnie z urzędu pracy zostałem wysłany na kursy, które trwały 3 tygodnie. Otrzymałem certyfikat. Teraz kontynuuję samodzielną naukę języka i chodzę na zajęcia grupowe organizowane w Inkubatorze Starter.

Artem nie wie jeszcze jak długo zostanie w Gdańsku. – Jeśli znajdę pracę, być może będę tu do końca roku. A kiedy moje rodzinne miasto przestanie być okupowane przez Rosjan na pewno wrócę, by pomóc w odbudowie.

możliwe dzięki udziałowi w specjalnych bezpłatnych kursach.

- Od dawna w Polsce, nie tylko w Gdyni borykamy się z niedoborami kierowców. Wiemy, że na Ukrainie kierowców komunikacji publicznej jest bardzo dużo. W zasadzie to powinniśmy powiedzieć „kierowczyń” - ponieważ w większości tym zadaniem zajmują się kobiety. Wiemy, że wśród uchodźców dominują kobiety, bo jak wiadomo, mężczyźni muszą pozostać w swoim kraju i bronić swojej ojczyzny. Łącząc te dwa fakty, wyszło nam w sposób oczywisty, że warto te osoby zatrudniać jako kierowców czy to autobusów, czy też trolejbusów – mówiła już w marcu Katarzyna Gruszecka-Spychała, wiceprezydentka Gdyni.

## **SZANSA DLA GASTRONOMII I HOTELARSTWA. ALE NA PRZESZKODZIE STOI JĘZYK**

Kluczowe jest jednak pytanie, ilu Ukraińców rzeczywiście podejmuje pracę. Według da-

nych Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej z dnia 8 czerwca – w całym kraju już ponad 209 tys., w tym na Pomorzu – 15,6 tys. W samym Gdańsku przedsiębiorcy od marca zgłosili 5645 powiadomień, dotyczących podjęcia pracy przez obywateli Ukrainy, którzy legalnie przebywają w Polsce (dane na dzień 24 maja). Oznacza to, że minimum tyle osób znalazło zatrudnienie w stolicy województwa pomorskiego. W Gdyni do Powiatowego Urzędu Pracy wpłynęło 2067 powiadomień (dane na 7 czerwca).

Nie jest tajemnicą, że Ukraińców, szczególnie w rozpoczynającym się sezonie, chętnie zatrudniają gastronomicy i hotelarze.

- Brakuje nam kelnerów, barmanów, ale także pracowników recepcji - wylicza Krzysztof Kowalczyk, menadżer sprzedaży i marketingu pięciogwiazdkowego Hotelu Gdańsk. - Sytuacja w gastronomii pogorszyła się od czasu wybuchu pandemii, gdy w obliczu niepewności wiele osób odeszło z branży i zna-

lazło zatrudnienie w innych zawodach. Dlatego restauracje w Trójmieście muszą mocno rywalizować o pracowników – dodaje.

Kłopot w tym, że tam, gdzie jest bezpośredni kontakt z klientem, barierą dla imigrantów stanowi język.

Obecnie w Hotelu Gdańsk brakuje około sześciu kelnerów, trzy osoby poszukiwane są do pracy w recepcji. – Niestety, nie udało się zapełnić tych braków uchodźcami z Ukrainy. Imigranci nie znają polskiego, a to w przypadku obsługi klienta jest dużym utrudnieniem. Sytuacja wygląda inaczej na stanowiskach, w których znajomość języka nie jest tak ważna. W ostatnim czasie do sprzątnięcia pokoi oraz na stanowiska pomocy kuchennej zatrudniliśmy około 15 osób pochodzących z Ukrainy. W większości przypadków są to osoby polecane przez Ukraińców, którzy pracowali u nas jeszcze przed wybuchem wojny. Dzięki temu, jeśli chodzi o sprzątnięcie pokoi, sytuacja kadrowa jest stabilna - tłumaczy Kowalczyk.





Aż 30 osób od momentu ataku Rosji na Ukrainę zatrudnił pięciogwiazdkowy hotel Sheraton w Sopocie. – Głównie na stanowiskach: pomoc w dziale służby pięter i kelner – wyjaśnia Julia Klinicka, specjalistka ds. rekrutacji i zasobów ludzkich w Sheraton Sopot. – Niektórzy mówią po polsku lub rozumieją nasz język, część komunikuje się głównie w języku ukraińskim. Ale i to nie jest wielkim problemem, już wcześniej zatrudnialiśmy bowiem pracowników z Ukrainy. Dzisiaj pomagają oni swoim nowym kolegom i koleżankom. Osoby, które nie komunikują się w języku polskim nie mają bezpośredniego kontaktu z gośćmi. Natomiast ci, którzy taki kontakt mają, muszą znać język angielski - i takie osoby z Ukrainy także mamy w zespole.

#### **STRATY I WYZWANIA**

Ale jest też druga strona medalu. Tomasz Limon, prezes Pracodawców Pomorza – organizacji zrzeszającej blisko 1000 przedsiębiorców zaznacza, że wybuch wojny w Ukrainie spowodował odptyw pracowników z pomorskiego rynku pracy.

– Wielu Ukraińców pracujących u nas w takich branżach jak budownictwo, przemysł, transport i logistyka wróciło, by walczyć za swoją ojczyznę. To dla firm duże wyzwanie.

**W marcu weszła w życie Ustawa o pomocy obywatelom Ukrainy. Dzięki niej uciekający przed wojną Ukraińcy mogą zarejestrować się w urzędzie pracy jako osoby bezrobotne. Efekt? Do 24 maja br. w powiatowych urzędach pracy województwa pomorskiego zarejestrowało się 2 139 obywateli Ukrainy. Na koniec kwietnia odnotowano 1 285 bezrobotnych obywateli Ukrainy. W maju, w powiatowych urzędach pracy województwa pomorskiego zarejestrowało się o 35% mniej bezrobotnych obywateli Ukrainy niż w kwietniu. Liczba powiadomień o powierzeniu pracy obywatelom Ukrainy wzrosła miesiąc do miesiąca o 7,8%.**





# NATALIIA

Kiedy Rosjanie zakatowali Ukrainę, Nataliia, mieszkanka Kijowa, wraz z mężem i 15-letnim synem, 10 dni spędzili w schronie przeciwbombowym.

- Byłam przekonana, że ten horror nie potrwa długo – wspomina Nataliia. – Jednak prawie nie opuszczaliśmy schronu, a kiedy ostrzelano wieżę telewizyjną w Kijowie, mój strach zaczął narastać. Byliśmy bowiem w schronie jednego z kanałów telewizyjnych. Zdecydowaliśmy, że wyjedziemy do Turcji – tam mieszka nasza dorosła córka. Jednak najpierw postanowiliśmy dostać się do Polski. Z synem przekroczyliśmy granicę i zatrzymaliśmy się w hotelu w Krakowie. Wolontariusze pozwolili zostać nam przez 5 dni, zapewnili jedzenie. Z czasem zaczęłam analizować: cena biletów do Turcji jest za wysoka, nie znam tureckiego. W dodatku syn skończył 9 klasę, a ja muszę zadbać o jego dalszą edukację. Postanowiłam zostać w Polsce i myślę, że to była słuszna decyzja.

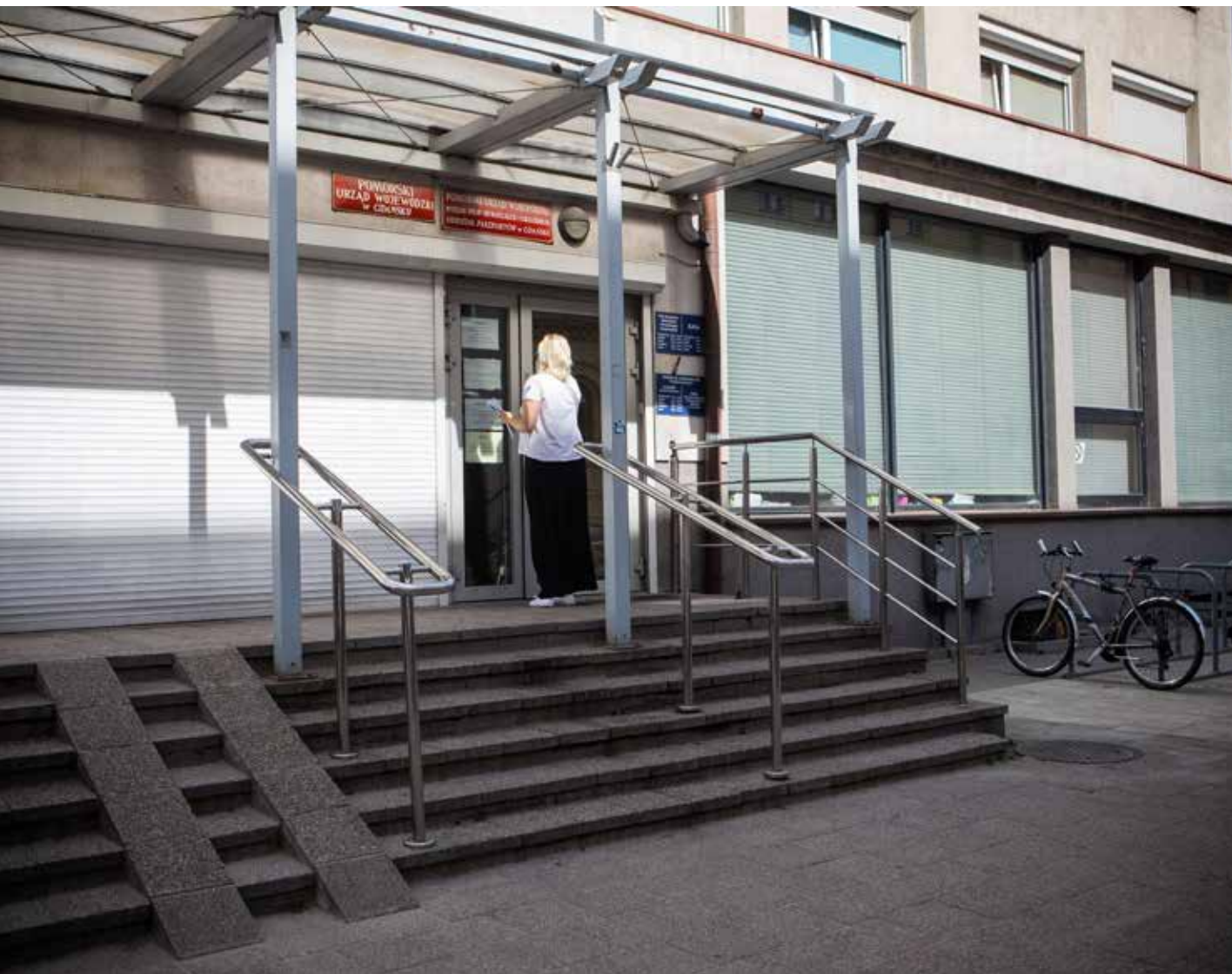
Nataliia już pierwszego dnia w Gdańsku zaczęła szukać pracy przez portale rekrutacyjne i Facebooka. – Nie miało znaczenia, jakie to będzie zajęcie. Nie znałam języka, byłam gotowa do podjęcia jakiegokolwiek pracy – wyjaśnia.

Najpierw dorywczo myła okna, pracę pomógł jej znaleźć jeden z wolontariuszy. Wcześniej nigdy nie sprzątała dla obcych. W Kijowie pracowała jako analityczka finansowa.

Szukała dalej, bo marzyła o stabilnej pracy. Po kilku rozmowach rekrutacyjnych (w fińskiej korporacji, pizzerii oraz McDonald's), znalazła pracę jako asystentka nauczyciela, pracująca z dziećmi ukraińskimi.

Ale umowa obowiązuje tylko do końca roku szkolnego. Dlatego w Polsce Nataliia z synem nie zostanie dłużej. Zdecydowała się na wyjazd do Wielkiej Brytanii.

- Moja umowa w szkole wkrótce wygasa, muszę szukać nowej pracy. Mieszkam w Polsce od trzech miesięcy, ale nie znalazłam stabilnej pracy. Moja pensja w szkole nie wystarcza na wynajem mieszkania. Dużym utrudnieniem jest to, że nie mówię po polsku. Jestem pewna, że w Anglii znajdę zatrudnienie. Wiele ukraińskich uchodźców wróciło do domu, ale ja nie jestem gotowa. Nie jestem też przekonana, że to bezpieczne. Oczywiście chcę wrócić do ojczyzny. Będziemy musieli ciężko pracować, aby odbudować nasz kraj – dodaje.



Mamy sygnały, że starają się pozyskać pracowników z innych krajów byłego ZSRR np. Armenii, Kazachstanu.

Prezes Pracodawców Pomorza podkreśla, że uchodźcy, którzy przyjechali z Ukrainy to głównie kobiety z dziećmi, które nie zrekomensują deficytów w branżach takich jak budownictwo i przemysł.

– Ponadto, w Ukrainie część kobiet pracuje w domu, zajmując się dziećmi i nie ma dużego doświadczenia zawodowego. I to również jest wyzwaniem dla pracodawców – mówi Tomasz Limon. - Rolą urzędów i organizacji będzie aktywizacja tych kobiet (organizacja szkoleń, zachęcanie do podjęcia pracy). Również pod kątem biznesowym. Część z nich prowadziła własne działalności usługowe w Ukrainie - np. gabinety kosmetyczne, czy kawiarnie. Warto stworzyć takie warunki, by Ukrainki chciały otwierać swoje firmy w Polsce. Pamiętajmy też, że przed wojną uciekły osoby pracujące w różnych zawodach: inżynierowie, lekarze, pielęgniarki. One również mogą znaleźć zatrudnienie w naszych firmach i instytucjach - szpi-

talach, przychodniach. Owszem, utrudnieniem jest język, ale można spodziewać się, że taką barierę z czasem uda się przezwyciężyć.

Według badań przeprowadzonych przez pracownię ARC Rynek i Opinie aż 78 proc. uchodźców zamierza nauczyć się języka polskiego lub już się uczy.

Obecnie najbardziej prawdopodobny wydaje się scenariusz, że napływ imigrantów będzie szansą głównie na uzupełnienie wolnych miejsc pracy z niższymi kwalifikacjami. Według Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Gdańsku można spodziewać się zmniejszenia deficytów tylko w niektórych grupach zawodów.

- Są to pracownicy fizyczni w produkcji i pracach prostych, pomoce kuchenne, pokojowe, magazynierzy, przetwórcy mięsa i ryb, betoniarze i zbrojarze, kucharze, kelnerzy i barmani, sprzedawcy i kasjerzy oraz opiekunowie osób starszych lub niepełnosprawnych – wylicza Tomasz Robaczewski z WUP w Gdańsku.

# DEFICYTÓW NIE UDA SIĘ ZAPEŁNIĆ

**Ilu uchodźców z Ukrainy zostanie w Polsce na dłużej – odpowiedź dostaniemy dopiero za jakiś czas, gdy nie tylko znajdą odpowiadającą ich wymogom pracę, ale, co jest bardzo istotne, mieszkanie. Problem dostępnych mieszkań, za które nie trzeba będzie płacić horrendalnych stawek, jest ogromnym wyzwaniem które, stoi przed władzami rządowymi i samorządowymi – mówi prof. Krystyna Gomółka z Wydziału Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej.**

**Ewa Karendys: Czy uchodźcy z Ukrainy wypełnią luki na pomorskim rynku pracy?**

**Prof. dr hab. Krystyna Gomółka:** Z danych na dzień 25 maja wynika, że do Polski wyjechało ok. 3,6 mln Ukraińców, w tym na Pomorzu przebywało około 230 tys. Należy jednak pamiętać, że zdecydowana większość uciekających przed wojną uchodźców to kobiety i dzieci. Wiele oferty pracy w Polsce jest skierowanych do mężczyzn, a wielu z nich wyjechało na Ukrainę bronić swojego kraju. Dlatego uważam, że deficytów na rynku pracy nie uda się wypełnić.

Kolejną kwestią jest, czy Ukraińcy zechcą na stałe pozostać w Polsce, czy może zatrzymają się u nas tylko na chwilę.

**Pani zdaniem nie zechcą?**

Kobiety, które przyjechały z dziećmi muszą zapewnić im opiekę, mieć możliwość postania ich do żłobka, przedszkola, szkoły. Dopiero wtedy mogą myśleć o podjęciu zatrudnienia. Obecnie otrzymują pewne świadczenia społeczne, ale co będzie dalej?

Poza tym nie każdy imigrant chce pracować poniżej swoich kwalifikacji. A wiele osób wyjechało z Ukrainy bez dokumentów – dyplomów, świadectw pracy i zmuszone są podjąć pracę niezgodną ze swoim wykształceniem. Nie jest tajemnicą, że na polskim rynku pracy najwięcej ofert to te związane z wykonywaniem prac prostych, niewymagających specjalistycznych kwalifikacji. Na Pomorzu są to głównie oferty w budownictwie, usługach, przemyśle.

**Gastronomia, hotelarstwo, handel, prace sezonowe – czy w tych branżach Ukraińcy mogą poratować pracodawców, którym przecież mocno doskwiera brak pracowników?**

Prace sezonowe – jak najbardziej. Myślę, że osoby, które chcą pracować znajdują zatrudnienie choćby w rolnictwie, bo taka praca



**Prof. dr hab. Krystyna Gomółka**

Profesor Nauk Społecznych zatrudniona na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Kierowniczka Zakładu Studiów Wschodnich. Specjalistka w obszarze transformacji polityczno-gospodarczej w państwach poradzieckich, rynku pracy oraz stosunków gospodarczych z państwami poradzieckimi. Autorka i współautorka ponad 260 publikacji naukowych o tej



nie wymaga znajomości języka polskiego. W przypadku usług, handlu ze względu na bezpośredni kontakt z klientem sytuacja wygląda inaczej, bo tam od pracowników wymaga się choćby podstawowej znajomości języka polskiego. Przypuszczam też, że osoby, które znają język angielski szybciej znajdą pracę niż z ci, którzy takiej umiejętności nie posiadają.

**A czy podejmowane na poziomie lokalnym i krajowym zachęty są wystarczające, żeby poszukać pracy w Polsce?**

Myślę, że województwo pomorskie robi wiele. Przykładowo obecnie powstaje portal kojarzący pracodawców z Ukraińskimi pracownikami, którzy będą mogli szukać pracy nie wychodząc z domu, organizowane są kursy języka polskiego. W naszym województwie do 23 maja 2022 r. PESEL uzyskało 58 tys. obywateli. Są to osoby, które moim zdaniem chcą zostać u nas dłużej niż np. kilka miesięcy. Badania wskazują, że będzie to okres ok. 3 lat, a w niektórych przypadkach - na stałe. Odpowiedź dostaniemy dopiero za jakiś czas, gdy uchodźcy z Ukrainy nie tylko znajdą odpowiadającą ich wymogom pracę, ale, co jest bardzo istotne, mieszkanie. Problem dostępnych mieszkań, za które nie trzeba będzie płacić horrendalnych stawek, jest ogromnym wyzwaniem, które stoi przed władzami rządowymi i samorządowymi.

Wiemy, że prawie 2 do 2,5 mln uchodźców, którzy emigrowali z Ukrainy nie zatrzymało się w Polsce, pojechali dalej i obecnie przebywają w państwach Europy Zachodniej. Nie bez znaczenia jest bowiem kwestia wynagrodzeń. Wyższe wynagrodzenia w tych państwach mogą sprawić, że dobrze wykształcone osoby ze znajomością języków obcych, emigrujące z Ukraińcy, wybiorą inne kraje.

Pamiętajmy, że część osób chce mieszkać i pracować w ojczyźnie – i wróci, gdy tylko będzie to możliwe. Szacuje się, że spośród osób, które przyjechały do Polski może pozostać do 40 proc.

**I one także nie wypełnią zgłaszanych przez pracodawców deficytów?**

Nie wypełnią. Dlatego, że zbyt wiele osób odchodzi z rynku pracy na emeryturę, a imigranci wszystkiego nie załatwią. Uważam, że deficyty będą nadal występować.





# JAK POSTUJESZ TAK CIĘ WIDZĄ

**Czasy tradycyjnej komunikacji polityków z wyborcami skończyły się. Dzięki mediom społecznościowym runęła dzieląca ich "ściana" i teraz mogą zwracać się do swoich wyborców niemal bezpośrednio. Dla polityków, zwłaszcza tych posiadających łatwość budowania relacji, mogą one przynieść ogromne korzyści. Pod warunkiem, że wiedzą jak z nich korzystać. Niektórzy mają do tego naturalną smykałkę, inni posilkują się wsparciem specjalistów. Co jednak w przypadku gdy piastują funkcje publiczne i do budowania swojej komunikacji korzystają z pieniędzy podatników? Do czego powinny służyć ich konta w takiej sytuacji? Przyglądamy się kontom prezydentów z Trójmiasta - Aleksandry Dulkiejewicz, Jacka Karnowskiego i Wojciecha Szczurka.**

# TRÓJMIEJSCY PREZYDENCI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH



**M**Według Statista, najpopularniejszym portalem społecznościowym jest Facebook, z którego korzysta 2 910 milionów użytkowników miesięcznie. Za nim znajduje się Youtube, What's Up, z Instagramem na 4 miejscu i TIK TOKIEM na 6. Twitter, który generuje największą liczbę obserwujących wśród niemal wszystkich polityków i zajmuje globalnie 15 miejsce. W Polsce jednak wykorzystywany jest głównie przez osoby związane z polityką i mediami, a liczba "zwykłych użytkowników" jest znikoma. Dlatego obecność polskich polityków na Facebooku wydaje się być oczywista.

Politycy wykorzystują media społecznościowe najczęściej do promowania własnych idei i do budowania swojego wizerunku - publikują informacje o swoich działaniach, o projektach w jakie się angażują. Zdarza im się też często edukować społeczeństwo w różnych kwestiach, co było widoczne zwłaszcza w trakcie pandemii Covid-19. Niektórzy wykorzystują je również do manipulowania opinią publiczną. Przykładem takich działań jest Donald Trump, który swoimi publikacjami na temat rzekomo sfałszowanych wyborów, pośrednio wpłynął na zamieszki w Kapitolu 6 stycznia 2022. W konsekwencji, był prezydent, został wyrzucony z niektórych portali.

## MIEJSKIE SUKCESY

Trójmiejscy politycy nie wyłamują się z tego trendu i w mediach społecznościowych znajdziemy działaczy z Gdańska, zarówno prezydent Aleksandrę Dulkiewicz, jak i jej zastępców: Piotra Grzelaka, Piotra Borawskiego, Monikę Chabior i byłego już zastępcę Alana Aleksandrowicza. Sopotki ratusz reprezentują Jacek Karnowski oraz jego zastępcy Magdalena Czarzyńska-Jachim i Marcin Skwierawski. Gdynia wypada na ich tle nietypowo gdyż na próżno szukać profilu prezydenta Wojciecha Szczurka, gdyż nie ma żadnego - również prywatnego. Za to aktywni są jego zastępcy Marek Łucyk, Katarzyna Gruszecka - Spychała i Bartosz Bartoszewicz. Jednak współpracownicy wójarza Gdyni z Komitetu Wyborczego Samorządność znając hasło "jeśli nie ma cię w Internecie, to nie istniejesz" założyli konto na Facebooku i Instagramie pod nazwą KochamGdynie.pl. Choć w sekcji "Informacje" prze-

czytamy, że jest to konto, na którym publikowane są "Wiadomości, komentarze, zapowiedzi - pisane przez ludzi, którzy lubią swoje miasto i pracują dla niego" już po powierzchownej analizie profilu odniesiemy wrażenie, że jest to konto bardziej prezentujące aktywność Wojciecha Szczurka jako prezydenta Gdyni niż dowody na miłość do tego miasta.

Zgodnie z tendencją social mediów, które w przeciwieństwie do klasycznych mediów, pozwalają na samodzielne kreowanie swojego „wizerunku sukcesu”, wszystkie profile stanowią swoistą kronikę sukcesów.

Wszyscy prezydenci chętnie mówią o wydarzeniach odbywających się w ich miastach, zarówno tych kulturalnych, sportowych, jak i tych związanych z upamiętnieniem rocznic i postaci. Zapraszają na koncerty, mecze, festiwale oraz dokumentują swoją obecność na tych imprezach. Prezydent Gdańska np. wrzucała sporo postów o Świącie Wolności i Praw Obywatelskich, Jacek Karnowski zapraszał na Sopot Film Festival, a Wojciech Szczurek na profilu KochamGdynie.pl gratulował zawodnikom turnieju tenisa ziemnego WTA. U Aleksandry Dulkiewicz możemy zaobserwować spójność z polityką miasta, kreowanego na miejsce wolności, otwartości i tolerancji. Poza wspomnianym świętem wolności prezydent publikowała też informacje o miejskiej kampanii Gdańsk Miastem Równości, zdjęcia z parady równości czy pokazując swoje wsparcie dla osób wykluczonych czy marginalizowanych (np. w ramach postu o Dniu Godności Osób z Niepełnosprawnością).

Są też publikacje bardziej urzędowe. Jacek Karnowski co tydzień zaprasza na czwartkowego "live'a" podczas którego relacjonuje najważniejsze sprawy miejskie. Aleksandra Dulkiewicz informuje o zebraniach rady miejskiej, wyborach do rad dzielnic, czy zmianach osobowych w urzędzie miejskim. Każdy z prezydentów opublikował informacje o pracach nad aktualizacją strategii swojego miasta. Chwalą się również inwestycjami w mieście, niezależnie czy dotyczy budowy węzła Przystań Widna 2A w Gdyni, zakupu nowych autobusów do Gdańska, czy stworzeniu sopockiego wonerfu.





## JACEK KARNOWSKI



Social media, będąc integralną częścią współczesnego społeczeństwa, zmieniły sposób porozumiewania się z jednokierunkowych monologów do wielokierunkowych dialogów społecznościowych, dlatego bardzo ważne jest umiejętne prowadzenie profili społecznościowych opartych na

wiarygodnym i spójnym przekazy. Na profilu Jacka Karnowskiego – Prezydent Miasta Sopotu – na bieżąco są umieszczane informacje dotyczące zarówno aktywności samego prezydenta i wydarzeń, które dotyczą miasta – to zdecydowanie zbliża prezydenta do wyborców. Na szczególną uwagę zasługuje faktyczny dialog i udzielanie odpowiedzi na pojawiające się pod postami komentarze. O ile częstotliwość, aktywność i zaangażowanie zasługują na pochwałę, niestety tego samego nie można powiedzieć o samej jakości postów. Liczne błędy językowe, niedbalstwo w zakresie interpunkcji i nadmierne nasycenie informacji emotkami nie tylko utrudniają zrozumienie komunikatu, ale zdecydowanie tworzą rozdźwięk między oczekiwaniami co do pełnionej funkcji społecznej, niezwykle ważnej i odpowiedzialnej, a pewnej infantylności i bylejakości przekazu.

### Anna Domin,



strateżka i ekspertka komunikacji 360, współzałożycielka pierwszej agencji marketingu odpowiedzialnego społecznie Szeptsum.pl.



### POMIĘDZY GWIAZDAMI, A MIESZKAŃCAMI

Social media to także kronika towarzyska, a im ludzie bardziej znani, lubiani i kojarzeni z sukcesem tym lepiej. Dlatego prezydenci chętnie publikują zdjęcia z celebrytami i znanymi osobami. Aleksandra Dulciewicz jest szczególnie aktywna w tym temacie i zachowuje przy tym dużą różnorodność, dzięki czemu może liczyć na sympatię zdywersyfikowanej grupy. Pozowała do zdjęć m.in. z Dawidem Podsiadło, Tomaszem Lisem, Smolikiem, Kevem Foxem, Lechem Wałęsą, Olgą Tokarczuk czy Natalią Przybysz. Jacek Karnowski pokazuje się z bardziej mainstreamowymi osobistościami. Na jego profilu znajdziemy zdjęcia z Dodą, Niną Terentiew czy Włodzimierzem Lubańskim. U prezydenta Gdyni przeważają zaś sportowcy jak Iga Świątek, czy piłkarze Arki Gdynia.

Jest też druga strona medalu. Choć gwiazdy dają niezbędny „fejm” i zasięgi to samorządowcy, którzy co cztery lata stają w wyborczym wyścigu muszą również dbać o wyborców i pokazywać ludzką twarz. Stąd wszelkie uroczystości, spotkania są wykorzystywane do robienia zdjęć ze „zwykłymi” mieszkańcami. Znajdziemy więc relacje z uroczystości uhonorowania par z długoletnim stażem



małżeńskim, czy też zdjęcia z udzielonych ślubów. Aleksandra Dulcikiewicz składała życzenia stulatkom z Gdańska, a Wojciech Szczurek - obdarował prezentami rodziców pięcioraczków z Gdyni. Prezydenci korzystają też z profili, by złożyć swoim obywatelom grupowe życzenia z okazji świąt: Wielkanocy, Nowego Roku, Dnia Dziecka, Dnia Matki lub życzyć im powodzenia np. w czasie matury. Prezydent Gdańska często publikuje takie życzenia w formie krótkiego filmu nagranych komórką, jak selfie.

Profile różnią się też formą, gdyż w każdym wybrzmiewa osobisty charakter danego prezydenta. Aleksandra Dulcikiewicz zdaje się być najbardziej otwarta i serdeczna w swoich komunikatach. Publikuje od 2 do 5 postów dziennie dzięki czemu część z nich ma charakter mniej formalny. Bardzo często zwraca się bezpośrednio do mieszkańców mówiąc do nich prosto z nagranych filmu, bądź podpisując nie-liczne zdjęcia typu selfie. Poza oficjalnymi komunikatami znajdziemy też bardziej prywatne przekazy - publikowała zdjęcie z siostrą, informowała o śmierci swojego taty, cieszyła się z pierwszej jazdy rowerem po wypadku. Z kolei Jacek Karnowski jest bardziej lakoniczny w wypowiedziach. W opisach używa mniej słów, zdarza mu się udostępnić treści bez komentarza. Za to chętnie udziela się w sekcji komentarzy, odpisując komentującym, a nawet obiecując, że osobiście zajmie się daną sprawą. Prezydent publikuje między 1, a 4 postami dziennie, więc i wśród nich znajdują się mniej formalne - znajdziemy tam jego stare zdjęcia z dzieciństwa oraz "pocztówki znad morza". Widać, że prezydent lubi swoje miasto gdyż często publikuje fotografie zrobione podczas rowerowych przejażdżek. Dominują "widokówki" z sopockiej plaży z krótkim hasłem zachwytu. Najmniej o sobie ujawnia Wojciech Szczurek, gdyż na koncie Kochamgdynie.pl posty publikowane są co kilka dni.

Na każdym z kont znajdziemy również wsparcie dla własnego środowiska politycznego. Aleksandra Dulcikiewicz krytykowała wpływ "Polskiego Ładu" na finanse samorządów, Jacek Karnowski informował o podpisaniu deklaracji o współpracy partii opozycyjnych z Ruchem Samorządowym "Tak Dla Polski", a Wojciech Szczurek wyrażał swój sprzeciw wobec emisji sygnałów dźwiękowych 10 kwietnia 2022 roku. Prezydenci aktywnie uczestniczyli w wsparciu obywateli Ukrainy przez swoje miasta, publikując informacje o zorganizowanej pomocy, udostępniając posty o akcjach pomocowych i zapraszając mieszkańców do prywatnego wsparcia.

#### RANKING JAKOŚCI

Pod koniec stycznia 2022 roku Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych (IBIMS) opublikował "Ranking najbardziej wpływowych samorządowców w internecie w 2021 roku". W pierwszej dziesiątce znalazło się dwóch polityków z Trójmiasta. Aleksandra Dulcikiewicz zajęła 2 miejsce, zaraz za prezydentem Wrocławia Jackiem Sutrykiem. Jacek Karnowski znalazł się na 10 miejscu, wyprzedzając m.in. Rafała Trzaskowskiego. Wojciech Szczurek, ze względu na brak jednoznacznej możliwości przypisania go do jakiegokolwiek konta na mediach społecz-

## Bernie Sanders



Amerykański polityk, senator ze stanu Vermont, polskim internautom znany jest głównie dzięki krążącemu po Internecie zdjęciu na którym w śpi podczas wystąpień w charakterystycznych wełnianych rękawiczkach. Stało się ono inspiracją dla niezliczonych memów. Jest on jednak jednym z najlepiej korzystających z mediów społecznościowych politykiem na świecie. Korzysta z Instagrama, Facebooka, Twittera, a nawet Tik Toka, aby dotrzeć do młodszych wyborców. Sanders publikuje filmy wideo, posty, a nawet memy. Swoje zasięgi wykorzystuje nie tylko w celach autopromocyjnych, ale też w celach edukacji o prawach pracowniczych i prawach człowieka w USA. Na kanale na TikToku często udostępnia zaś rolki zrobione przez swoich fanów.

## Alexandria Ocasio-Cortez



Choć ta polityczka jest aktywna raptem od 5 lat zebrała bardzo pokaźną liczbę fanów na swoich social mediach. Na Facebooku ma ponad 1,8 miliona fanów, na Instagramie pod nikiem "aoc" zebrała 8 i pół miliona obserwujących, a na Twitterze - 13 milionów. Ta młoda polityczka z łatwością wykorzystuje dostępne na tych kanałach narzędzia - nagrywa nawet filmy w formule "reels" choć nie ma konta na Tik Toku.

## Emmanuel Macron



Francuski prezydent jest obecny na Twitterze gdzie śledzi go 8,3 miliona użytkowników, na Instagramie obserwuje go 3 miliony osób, a na Facebooku 4,3 miliony. Bardzo chętnie wykorzystuje media społecznościowe, by dotrzeć do młodszych ludzi. Np. w weekendy zaprasza swoich fanów do sesji Q&A (to udostępnienie specjalnej funkcji, która pozwala na zadawanie bezpośrednich pytań i udostępniania na forum odpowiedzi). W marcu 2022, w trakcie kampanii wyborczej na reelekcję, Francuska Komisja Wyborcza zarzuciła mu, że wykorzystuje konto Prezydenta Francji na Twitterze do promocji własnej kampanii wyborczej. Po wytknięciu tego nadużycia, Prezydent usunął bezpośrednio nawiązujące do kampanii posty. Treści wyborcze publikował potem na swoim drugim koncie na Twitterze @avevous na którym obserwuje go raptem 18,300 osób.

## ALEKSANDRA DULKIEWICZ



Kiedy obserwuje profile innych miast, znajdując się tam "posty wymuszone" w dodatku bardzo nieregularnie wrzucające (3 razy w ciągu dnia, by potem nic się przez tydzień nie pojawiło). Tymczasem konto Aleksandry Dulcikiewicz jest prowadzone bardzo profesjonalnie i na

wysokim poziomie.

Posty są publikowane regularnie, co więcej, pojawiają się również w weekend. Używane są profesjonalne zdjęcia (tzn. robione przez fotografa), w dodatku zdjęcia są podpisane (co często jest zapomniane przez administratorów na FB, przez co łamią prawo autorskie) i występują również filmy. Brakuje mi tutaj LIVE'ów, być może w przyszłości się pojawią.

Jeżeli miałbym się faktycznie do czegoś przyczepić to do:

- braku identyfikacji wizualnej: na zdjęciach brakuje kolorów Gdańska, logo, takiego spójnego graficznego wizerunku, który sprawia, że wystarczy jeden rzut okiem, by wiedzieć, że jesteśmy na fanpage'u prezydent Gdańska;
- niewielkiej interakcji w komentarzach: pamiętajmy, że social media to nie tylko informowanie i pokazywanie, ale również kontakt z wyborcami.

Jednak plusów jest zdecydowanie więcej niż minusów i to się przekłada na zasięgi. Ponad 140 tysięcy zasięgu, pod każdym postem spore zaangażowanie komentarze i udostępnienia. I to jest najlepsze podsumowanie, że profil działa sprawnie i ma na siebie pomysł.

Jeżeli chodzi o inne portale społecznościowe to na uznanie zasługuje Instagram prezydent, który zebrał ponad 76 tysięcy followersów i jest bardzo aktywny (są tam insta stories, co jest rzadko spotykane wśród polityków). Poprawić za to należy aktywność na Twitterze. Na oficjalnym koncie są częściej retweety, niż faktyczne wpisy Aleksandry Dulcikiewicz, być może na to już zabrakło czasu.



nościowych, nie znalazł się w tym zestawieniu. Na potrzeby raportu badacze opracowali specjalny algorytm, dzięki któremu mogli zweryfikować jaki poziom interakcji generuje dane konto, niezależnie od jego wielkości. W ramach badania zweryfikowali 142 profile burmistrzów na Facebooku i 88 profili prezydentów miast członkowskich Związku Miast Polskich.

Wnioski jakie wyciągnęli wskazują, że wielkość profilu wcale nie determinuje wysokiego poziomu zaangażowania. Wręcz przeciwnie, wraz ze wzrostem profilu rośnie trudność w docieraniu z komunikacją do odbiorców. Dobre prowadzone konta na mediach społecznościowych dają swoim obserwatorom poczucie wpływu na swoje miasto, pozwalają uczestniczyć w dyskusji nad jego przyszłością oraz dzielić się swoimi opiniami. To uzasadnia 3 miejsce zajęte przez Marka Materka z niespełna 50 tysięcznych Starachowic, który realizuje wszystkie te postulaty. Dobry profil powinien korelować z charakterem samorządowca i być spójny ze strategią komunikacji miasta. Na jakość profilu wpływa również częstotliwość publikacji postów - powinna być też regularna.

### Wojtek Kardys,

specjalista do spraw komunikacji Internetowej, digital marketingu, i personal branding. Założyciel agencji konsultingowej Good For You.



# Trójmiejscy prezydenci w mediach społecznościowych



**Aleksandra Dulkiewicz**  
prezydent Gdańska

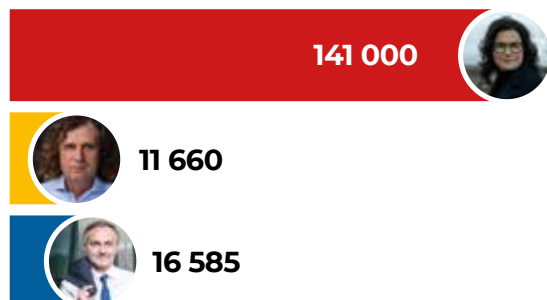


**Jacek Karnowski**  
prezydent Sopotu

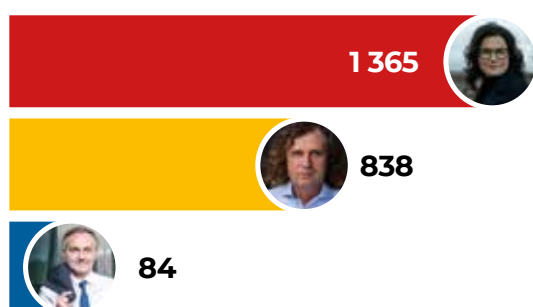


**Wojciech Szczurek**  
prezydent Gdyni

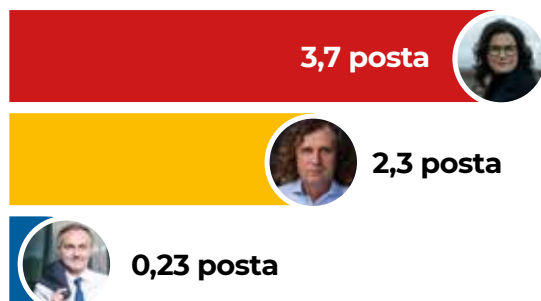
Suma fanów na Facebooku do końca maja 2022:



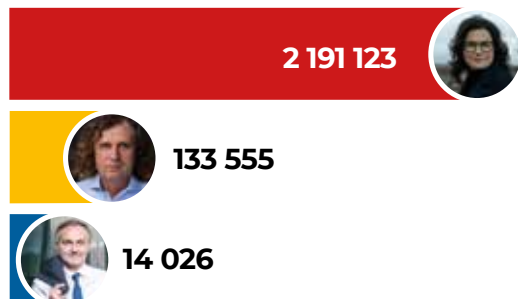
Posty zamieszczone na Facebooku w 2021 roku



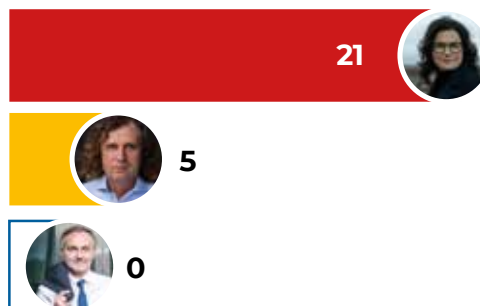
Średnia aktywność dzienna na Facebooku w 2021



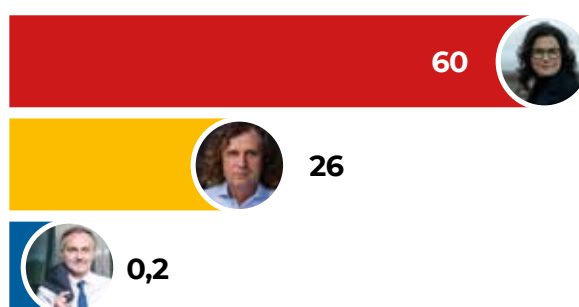
Suma wszystkich interakcji pod postami na Facebooku w 2021 roku



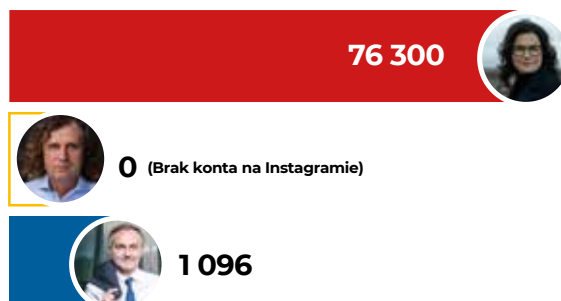
Liczba selfie\*



Wskaźnik performance\*\*



Suma fanów na Instagramie do końca maja 2022



Posty zamieszczone na Instagramie do końca maja 2021 roku





Aleksandra Dulkiwicz postuje średnio 3,7 raza dziennie, Jacek Karnowski 2,3, a moderator konta Kochamgdynie.pl - 0,23 raza. IBIMS wylicza, że minimum dla dobrze zarządzanego konta to 2 posty dziennie, więc około 700 w roku. Administrator gdyńskiego profilu musi, więc znacząco wzmożyć częstotliwość.

### KTO ZA TO PŁACI?

Profil prezydenta czy burmistrza miasta jest bardzo często miejscem, gdzie po raz pierwszy w przestrzeni pojawiają się kluczowe informacje dotyczące ich miast. Publikacja tak dużej ilości postów wymaga przygotowania media planu, napisania treści, dobrania lub nawet wykonania do nich zdjęć. Dlatego prowadzenie takiego profilu przy wsparciu agencji marketingowych czy pracowników ratusza wydaje się uzasadnione. Dla przykładu - oficjalne konto na mediach społecznościowych Gdańska prowadzone są przez trójmiejską agencję Personal PR, która została wybrana w wyniku przetargu. Jednak w przypadku konta prezydent ratusz nie zdecydował się na takie wsparcie. Konto Aleksandry Dulkiwicz prowadzone jest zarówno przez prezydenta oraz przez pracowników biura prasowego. Często umieszcza wpisy swojego autorstwa, zarówno na Twitterze, jak i Facebooku. Część zdjęć czy filmów

## WOJCIECH SZCZUREK



**Jak prowadzić social media władz miast i regionów? Warto rozróżnić profile marketingowe miejsc od profili osobowych. Profil Kochamgdynie.pl jest prowadzony przez współpracowników prezydenta z Komitetu Wyborczego Samorządność i nie ma w tym niczego zaskakującego. To standard nie tylko w polityce. Dziwi mnie jednak sam profil - jego nazwa i charakter.**

Publikowane na nim treści są pokazywane w większości z perspektywy prezydenta oraz dotyczą jego aktywności jako władcy miasta. Tymczasem nazwa konta sugeruje odbiorcy, że to konto miasta, a nie polityka. Użytkownicy nie do końca orientują się jaki cel przyświeca prowadzącym, i kto właściwie za tym stoi? Na kanałach dotyczących Gdyni mieszkańcy czy turyści szukają informacji o mieście, natomiast tutaj odniosą wrażenie, że miasto jest promowane przez osobę prezydenta. Może być to dość dezorientujące, dlatego warto, by prezydent zaczął prowadzić swoje własne konto.



### Wiktoria Czarnecka,

specjalistka od tożsamości marki, marketingu historycznego i sportowego. Założycielka agencji Sztyblety PR.



nagrywana jest osobiście przez nią (w ostatnim kwartale doliczyliśmy się 21 takich filmów i zdjęć). Korzysta również z fotografii zrobionych przez fotografów zatrudnianych przez miasto. Codziennie przy koncie pracuje 1 lub 2 osoby w zależności od dnia, również w weekendy. Poza zaangażowaniem pracowników ratusza, miasto nie przeznaczona dodatkowego budżetu na prowadzenie konta prezydent. Posty są publikowane organicznie, bez wsparcia ich płatną kampanią. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku konta prezydenta Sopotu. Jest ono prowadzone osobiście przez Jacka Karnowskiego ze wsparciem jednego pracownika Biura Promocji i Komunikacji Społecznej. Miasto nie przeznaczona też dodatkowego budżetu na wsparcie postów, czy wykupienia reklam. Za to, na koncie Jacka Karnowskiego często pojawiają się zdjęcia wykonane przez fotografa zatrudnionego przez miasto. W przeciwieństwie do miejskiego profilu, prezydent nie wskazuje ich autorów. Z kolei konto Kochamgdynie.pl jest prowadzone przez osoby związane z Komitetem Wyborczym Wyborców Samorządność Wojciecha Szczurka. Komitet został zarejestrowany jako stowarzyszenie zwykłe i utrzymuje się z wpłat darczyńców. Jak podaje przewodniczący klubu radnych Samorządność - Jakub Ubych, konto Kocham Gdynię prowadzone jest przez członków klubu i praca nad nim nie jest ustrukturyzowana ani planowana, co niestety jest widoczne.

# PREZYDENT TEŻ CZŁOWIEK

**Social media pełnią różnorodne funkcje. Ich użytkownicy szukają w nich rozrywki, kontaktu ze znajomymi, a coraz więcej osób - informacji o świecie. A jaką funkcję powinny pełnić dla polityków piastujących publiczne stanowiska jak prezydent miasta?**

To zależy od indywidualnego podejścia polityka do swojego wizerunku i prywatności, bo to obosieczna broń. Wierzę w autentyczność i cenię ludzką twarz w social mediach. Myślę, że obecność w mediach społecznościowych można łączyć, mówiąc o sprawach ważnych społecznie przez pryzmat osobistych wartości i doświadczeń. Prezydent to też człowiek. Gorzej, kiedy ludzkie sprawy są mu obce i robi coś, na co tak naprawdę nie ma ochoty lub w co nie wierzy.

**Często profile polityków są finansowane z publicznego budżetu, chociażby przez zaangażowanie specjalistów od promocji zatrudnionych w publicznych instytucjach? Czy środki pochodzące z podatków, powinny służyć budowaniu własnej marki polityka?**

To zależy, więc nie chciałabym wyrokować. Jeśli wydatki są jawne, cele jasne, a działalność transparentna i przysługuje się miastu, to nie widzę problemu w zatrudnianiu specjalistów ds. promocji. Zawsze istnieje ryzyko, że może dojść do nadużyć i tu trudno jest powołać się na obowiązującą "etykę social mediów". Korzystając ze wsparcia publicznych specjalistów trzeba odwoływać się do uniwersalnych zasad i poczucia przyzwoitości. Czym innym jest oczywiste konto na instagramie konkretnego miasta, prowadzone przez specjalistę zatrudnionego przez ratusz, a czym innym imienne konto konkretnego samorządowca.

**Jakie są najczęstsze błędy popełniane przez polityków na social mediach?**

Dosyć często jest to tzw. oversharing, czyli nadmierne i niezbyt częste wypowiadanie swoich opinii albo przasnanych anegdot. Problem jest też brak umiejętności przeproszenia i przyznania się do błędu. To wiąże się z autentycznością i budowaniem marki osobistej. Słynne „przepraszam jeśli kogoś uraziłam/uraziłem” chyba wszystkim nam już nieco się przejadło, a to najczęściej tego typu oświadczenia lądują na profilach polityków, w miejsce prawdziwych przeprosin.

**Czy są jakieś miejsca gdzie politycy nie powinni się pojawiać, w mediach społecznościowych? A gdzie powinni koniecznie być?**

Jeden polityk będzie świetnie czuł się na Instagramie, inny na Twitterze. W większości przypadków, poleciłabym LinkedIn, budowany sumiennie, profesjonalnie, jak u ekspertów z branży marketingowej czy technologicznej. Z kolei dyskusje na Twitterze bywają spektakularne, mają realny wpływ na postrzeganie danej figury, pozwalają poczuć się częścią społeczności, ale to zazwyczaj krótkie i emocjonalne przekazy, bez większej wartości merytorycznej. Social jest



Edyta Maciejewska, Communications and Social Media Director, związana z Agencją Gong.

przestrzenią dla każdego i można realizować z ich pomocą swoje cele, ale trzeba dane medium "czuć", znać zasady jakie w nim rządzą i mieć pomysł na swoją obecność na danym kanale.

**Czy jacyś polscy politycy są wyjątkowo "dobrzy w social media"?**

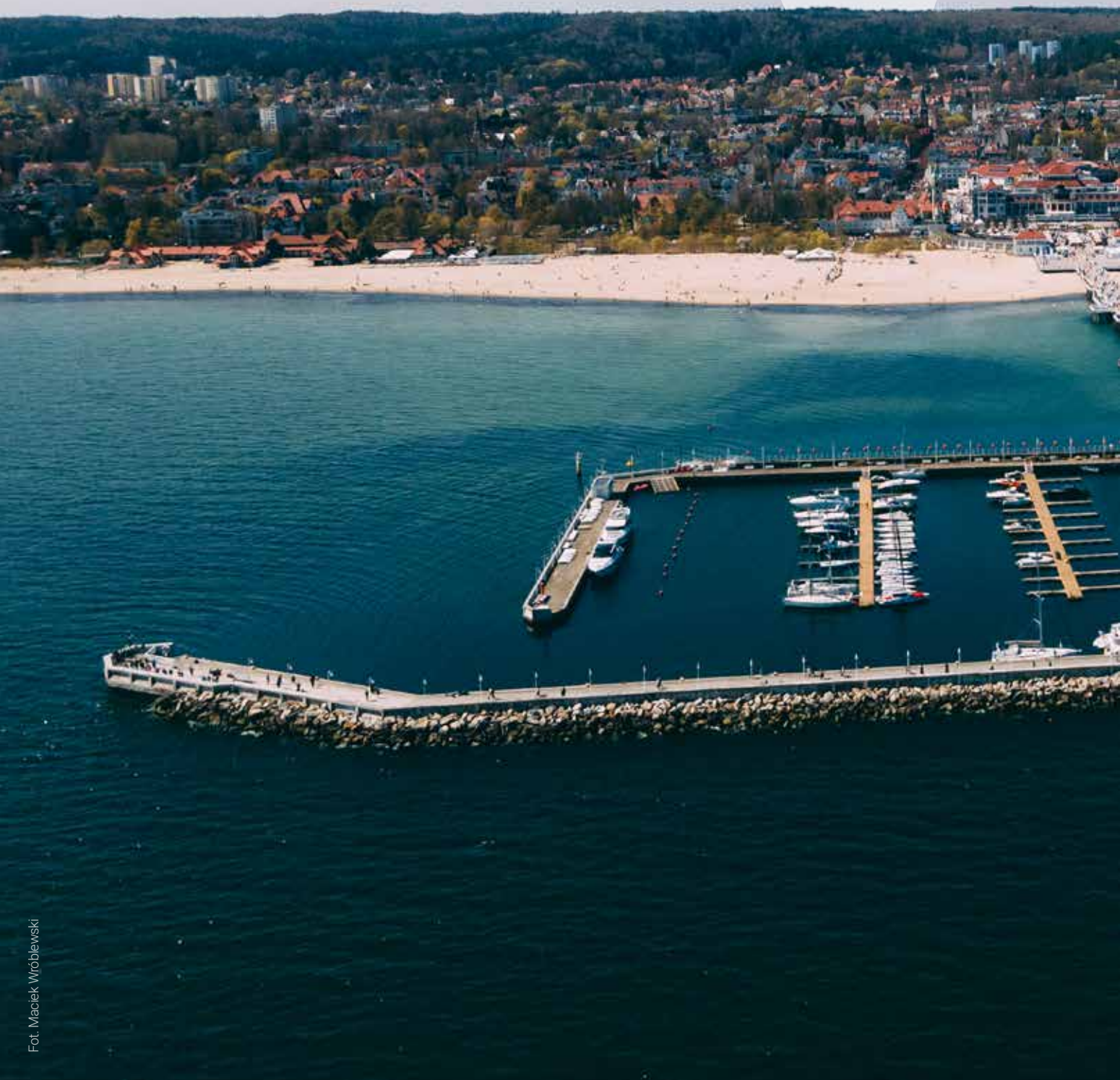
Trudno jednoznacznie kogoś wskazać, bo każdy polityk zaliczył jakąś wpadkę. Nawet w poprzednim tygodniu. Nie przychodzi mi do głowy nikt, o kim mogłabym powiedzieć w ten sposób bez zająknięcia. Na pewno lepiej radzą sobie politycy, którzy wcześniej korzystali z social mediów. W ich przypadku wyzwaniem jest filtrowanie udostępnianych treści, a nie tworzenie strategii i pomysłu na siebie od zera.

**To może politycy nie powinni być w mediach społecznościowych?**

Politycy od zawsze mogli mówić pośrednio do swoich potencjalnych wyborców. Jednak dopiero media społecznościowe dały możliwość obywatelom na bezpośrednie zadawanie pytań, a politykom - odpowiadanie na nie. Media społecznościowe umożliwiły prawdziwą pełnoprawną rozmowę i skróciły dystans między zwykłym użytkownikiem internetu, a wielką polityką. Dlatego polityka powinna być częścią mediów społecznościowych.



# WESTCOAST





# EASTCOAST

Liczące ponad 500 km polskie wybrzeże to potentat turystyczny. Na północy kraju znajduje się jedna trzecia krajowej bazy noclegowej. Od wielu lat pierwsze miejsce zajmuje Zachodniopomorskie, z dynamicznie rozwijającymi się uzdrowiskami – Kołobrzegiem i Świnoujściem. Z kolei Pomorskie rywalizuje z Małopolską o drugą pozycję. I chyba niewiele wskazuje na to, że w ciągu najbliższych lat ta kolejność ulegnie zmianie.

Autorzy: Dagmara Rybicka, Michał Stankiewicz







**M**Zdecydowanym liderem turystycznym, nie tylko w porównaniu dwóch nadmorskich województw, ale również w skali kraju jest Zachodniopomorskie. Województwo od wielu lat zajmuje pierwsze miejsce jeżeli chodzi o statystyki bazy noclegowej. Wg GUS w sezonie letnim 2019 dysponowało 145,4 tys. miejsc noclegowych, rok później w pandemicznym 2020 – 141,4, by w 2021 ponownie wzrosnąć do 144,2 tys. miejsc. To najwięcej w kraju. Tuż za nim jest Pomorskie, które w środku ubiegłorocznego sezonu letniego posiadało 111,3 tys. miejsc noclegowych. Podium zamyka Małopolska (99,3 tys.). Łącznie w całym kraju w ub. roku było 784,4 tys. miejsc noclegowych, przy czym GUS zastrzega, że w jego statystykach są ujęte obiekty powyżej 10 miejsc noclegowych.

To samo dotyczy ruchu turystycznego. Jeżeli chodzi o liczbę turystów liderem 2021 roku była Małopolska (3,2 mln), Mazowieckie (3 mln), a potem Zachodniopomorskie, Pomorskie i Dolnośląskie (po 2 mln). W całym kraju było 22,2 mln turystów. Jeżeli jednak chodzi o liczbę noclegów to znów liderem było Zachodniopomorskie (11,9 mln), potem Małopolskie (8,8 mln) i Pomorskie (8 mln). W całym kraju

udzielono ich 62,8 mln. Zachodniopomorskie odnotowało też najdłuższą średnią jeżeli chodzi o czas pobytu (4,9 noclegu na osobę przy średniej krajowej 2,8) i najlepsze wykorzystanie istniejących miejsc - 44%. Drugie miejsce zajęło Pomorskie 38,2%, a trzecie Kujawsko – Pomorskie (35,8%).

#### NA SZYBKIM WYPAD Z BERLINA

Z czego wynika utrzymująca się od lat przewaga Zachodniopomorskiego, nie tylko w skali kraju, ale i wobec wschodniego konkurenta? Z pewnością jest większe i posiada dłuższe wybrzeże. Ogromną rolę odgrywa lokalizacja – Zachodniopomorskie graniczy z Niemcami, bliżej ma do Skandynawii. Dużą rolę odgrywa wybudowana kilka lat temu droga S6 łącząca Szczecin – Kołobrzeg – Koszalin. Dzięki niej dojazd z Berlina do Kołobrzegu zajmuje raptem kilka godzin, tyle samo ile wypad ze stolicy Niemiec w niemieckie Alpy. A nawet krócej. W sam raz na weekendową wycieczkę. To właśnie jeden z powodów dlaczego Zachodniopomorskie odnotowuje wysoki wskaźnik gości zza granicy – w 2020 roku stanowili 20,7%, a w 2021 – 17,7%. Dominują Niemcy i Duńczycy.





Fot. UM Kołobrzeg



**Anna Mieczkowska,**  
**prezydent Kołobrzegu**

Trwa właśnie szeroka dyskusja o dywersyfikacji naszego potencjału gospodarczego i o integracji z miejscowościami leżącymi tuż przy granicach miasta. Jednak to turystyka pozostaje motorem napędowym naszego miasta. Zakończyła się pandemia, ale rosnące ceny i inflacja dają się we znaki wszystkim. Liczę na to, że słońce i nasza kołobrzaska oferta sprawi, że sezon letni będzie udany.

Ważna jest też długość trwania sezonu. Tutaj wielką rolę odgrywają potężne kompleksy wypoczynkowo – sanatoryjne, dzięki, którym turyści pojawiają się praktycznie przez cały rok. Takie jak otwierany właśnie gigantyczny Hotel Gołębiowski w gminie Rewal. Takie obiekty nie mogą sobie pozwolić ani na chwilę przestoju. Zniknął dawny podział na ferie zimowe górach i letnie wakacje nad morzem. Nie bez powodu marszałek zachodniopomorski protestował gdy przed feriami zimowymi, zagrożonymi lockdownem rząd ogłosił wsparcie finansowe wyłącznie dla górskich gmin. Dzisiaj zimowe wakacje nad morzem to już standard.

Jak podaje Urząd Statystyczny w Szczecinie najczęściej wybierane ośrodki wczasowe i hotele w 2021 roku to te wyposażone w urządzenia sportowo-rekreacyjne i rehabilitacyjne, a co szósty z nich posiadał zaplecze konferencyjne. W cenie są najwyższej skategoryzowane hotele z kameralną atmosferą i luksusowym wyposażeniem w powiatach kołobrzeskim, gryfickim, koszalińskim i sławieńskim.

#### LIDERZY WYBRZEŻA

Liderami Zachodniopomorskiego są Kołobrzeg i Świnoujście. To całoroczne miasta o statusie uzdrowiska, tak jak Sopot. W ciągu ostatnich dwóch dekad nastąpiły w nich potężne zmiany. To dzisiaj nowoczesne, pełne wysokiej klasy hoteli i ośrodków spa, zagranicznych turystów, miasta.

Najbardziej wysunięte na północny zachód Polski i jednocześnie najdalej położone od Warszawy Świnoujście kusi oryginalnością. Miasto leży na 44 wyspach, z czego jedną zajmuje rezerwat ptaków. Słynie z najszerzych plaż, studenckiej Famy, a dzięki granicy z Niemcami ma najwyższy odsetek zagranicznych turystów. Miejsce dawnej promenady i ośrodków FWP zajęły nowoczesne hotele, nowe promenady, a w odrestaurowanym Parku Zdrojowym o powierzchni 40 ha wybudowano 17 km alejek i ścieżek.

Obecnie przed włodarzami jedno z największych wyzwań polegające na zakończeniu budowy tunelu pod Świną. Uruchomienie go wraz z rozbudowaną siecią dróg, w tym S3, która łączy Świnoujście z Wrocławiem przyczyni się do jeszcze większego rozwoju miasta.

Budowa tunelu to także świadectwo wzrostu pozycji Świnoujścia, które nie tylko na turystyce buduje swoje bogactwo, ale i gospodarce, a prawdziwą żyłą złota jest zlokalizowany tam gazoport.

Kołobrzeg również posiada port z rozwiniętym rybołówstwem, ale bez tak rozwiniętego przemysłu jak Świnoujście. Niemniej to właśnie Kołobrzeg jest dzisiaj turystycznym liderem polskiego wybrzeża. Podobnie jak Świnoujście ostatnie dwie dekady





**Janusz Żmurkiewicz,  
prezydent Świnoujścia**

Obecnie miasto stoi przed jednym z największych wyzwań – zakończeniem budowy tunelu pod Świną. Jesteśmy przekonani, że wdrożenie nowego rozwiązania komunikacyjnego, wraz z rozbudową drogi S3, przyczyni się do sprawniejszego połączenia Świnoujścia, a w szczególności wyspy Uznam, z resztą kraju. Widzimy stale rosnące zainteresowanie turystów krajowych i zagranicznych ofertą uzdrowiskową i wypoczynkową proponowaną przez nasz kurort. Świnoujście zachwyca i zaskakuje. Wiedzą to tysiące turystów, którzy corocznie odwiedzają nasze miasto.

zmieniły miasto, z PRL-owskiego uzdrowiska kojarzonego z Festiwalem Piosenki Żołnierskiej w nowoczesny kurort przystosowany do pobytów spa i wielkich kongresów. I co ważne działający cały rok. Skalę rozwoju Kołobrzegu widać w badaniach GUS, który zmierzył ruch turystyczny podczas wakacji w 2021 roku w 55 polskich gminach ulokowanych bezpośrednio nad morzem. Pierwsze miejsce zajął Kołobrzeg z 876,7 tys. udzielonych noclegów, a drugie wielokrotnie większy Gdańsk z wynikiem 794 tys. Biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców – w Gdańsku wypada 55 noclegów na 100 mieszkańców, a w Kołobrzegu – 1909 (!) noclegów na 100 mieszkańców.

- Ruch turystyczny w Kołobrzegu jest całoroczny. Chętnie odwiedzają nas goście z Niemiec i ze Skandynawii, co ma związek z uzdrowiskowym charakterem miasta. W kulminacyjnym momencie sezonu dużo się dzieje – mamy Sunrise Festival i uwielbiany przez melomanów Jazz Festiwal – opowiada Michał Kujaczyński, rzecznik prasowy Urzędu Miasta w Kołobrzegu.

W ujętej przez GUS dziesiątce gmin znalazło się też Świnoujście z wynikiem 492,7 tys. noclegów.

#### **MIEJSC MNIEJ, TURYSTÓW WIĘCEJ**

Pomorskie ma nieco większy problem z odbudową swojej bazy po pandemii niż Zachodniopomorskie. O ile





w 2019 roku GUS wyliczył, że w regionie jest 119,5 tys. miejsc noclegowych, to w 2020 – było ich 115,7 tys., a w 2021 – 111,3 tys. Czy w 2022 roku spadek został zatrzymany – na te dane od GUS trzeba będzie jeszcze poczekać. Wzrastający ruch turystyczny daje jednak nadzieję, że trend spadkowy już minął. Na podstawie szacunków Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej wiadomo, że Pomorze w 2019 roku odwiedziło 9,5 miliona osób, by w pierwszym roku pandemii spaść do zaledwie 2 mln. W 2021 nastąpił wzrost do 3 mln, czyli o 53% więcej.

Większy ruch jest na lotnisku, które w 2021 roku obsłużyło przeszło 2,1 mln pasażerów, tj. o 25,9% więcej niż w 2020 roku. Gdański port lotniczy i jego spora siatka połączeń to z kolei wielki atut w porównaniu do lotniska pod Szczecinem, które nie może się rozwinąć. Hamulcem jest bliskość Berlina, który w znacznej mierze obsługuje mieszkańców Pomorza Zachodniego.

#### TURYSTA BARDZIEJ KRAJOWY

Nieco inaczej niż w Pomorskiem niż u zachodniego rywala wygląda też struktura turystów. Do 2019 roku znaczącą grupę odbiorców pomorskiej oferty turystycznej stanowili goście z zagranicy. Dominowali Niemcy, Skandynawowie i Brytyjczycy, jak również głodni pomorskiego jodu przybysze z Izraela i Ho-

# M i ę d z y d r o j e

## Wave Międzyzdroje Resort & SPA

W kwietniu br. swoje podwoje dla gości otworzył Wave Międzyzdroje Resort & SPA. Inwestorem jest grupa Green House Development, dla której pierwszy etap inwestycji w postaci 100 apartamentów jest udanym debiutem w branży czasu wolnego. Przemysłany architektonicznie ciekawi formą pięciu budynków, które nawiązują do morza i budzą skojarzenie żagli majaczących w oddali. Metraż również wychodzi naprzeciw zróżnicowanym oczekiwaniom – klienci mają do wyboru przeszklone apartamenty od 37 do 57 m kw., składające się salonu oraz jednej lub dwóch sypialni kolorystycznie inspirowanych plażą. Idealny klimat na kameralne wakacje bez konieczności poszukiwania rozrywek, ponieważ w ramach kompleksu do dyspozycji gości jest strefa wodna, w skład której wchodzi całoroczny basen zewnętrzny z jacuzzi i leżakami, saunarium, tężnia solankowa, strefa relaksu dla dorosłych i dzieci oraz fitness club. W sezonie na plaży funkcjonować będzie w pełni wyposażony Wave Beach Concept do którego przygotowano bezpośrednie wejście przy plaży.

Fot. Travelist





**Magdalena Czarzyńska – Jachim,  
wiceprezydent Sopotu**

Sopot jest miastem z ogromnym potencjałem. Obserwujemy rosnący trend zdrowego stylu życia, który do naszego miasta pasuje doskonale. Liczne tereny zielone, siłownie pod chmurką, kilometry tras spacerowych i rowerowych – nie tylko brzegiem morza, ale również po Trójmiejskim Parku Krajobrazowym gwarantują poprawę samopoczucia i odpoczynek. Do tego w Sopocie możemy pochwalić się czystym powietrzem przez cały rok. Jestem pewna, że obrany kierunek rozwoju Sopotu jako kurortu jest w związku z tym właściwy, a w połączeniu z ofertą konferencyjną i kulturalną, jest w stanie, w dłuższej perspektywie, zmienić postrzeganie Sopotu i wydłużyć sezon.





Fot. Maciek Wróblewski

landii, co było bezpośrednio związane z uruchomieniem nowych połączeń lotniczych z Gdańską. W oparciu o przedstawione przez Departament Turystyki Urzędu Marszałkowskiego dane wyraźnie widać, że pomimo iż w 2021 udało się obsłużyć o 10 % więcej pasażerów z pomocą portu lotniczego i bazy promowej, to jeszcze dużo brakuje do powrotu do poziomu z lat 2018 i 2019.

– Od czasu pandemii dominuje turysta krajowy, przekłada się to na dane dotyczące turystyki zagranicznej, która nie rozwija się w szybkim tempie i nie osiągnęła wartości z 2019 roku – mówi Marta Chełkowska, dyrektor Departamentu Turystyki w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Pomorskiego.

Dane GUS potwierdzają, że tylko co dziesiąty gość jest z zagranicy, a 90% ruchu stanowi krajowy turysta. Podobną proporcję wskazują badania Pomorskiej Organizacji Turystycznej dotyczące ruchu turystycznego w Gdańsku (86% kraj vs. 14% zagranica), obrazujące również stały trend "pandemiczny" bliskich podróży w ramach naszego regionu i z województw sąsiadujących.

T

# Sopocki Port Zdrowia

O

O „Sopockim Porcie Zdrowia” ze specjalnością w kierunku profilaktyki i rehabilitacji chorób cywilizacyjnych już teraz można powiedzieć, że jest spełnionym marzeniem. Pomysłodawczyniami inwestycji są Ewa Lewandowska i Joanna Małaczyńska - Rentfleisz z Fundacji Sport na Zdrowie, która od lat specjalizuje się w solance pomocnej najmłodszym. Rosnące potrzeby Polaków, klimat miejsca, wiedza i doświadczenie inicjatorów są przepisem na sukces jedyne takiego miejsca w kraju, w którym dobre samopoczucie odzyskują mali astmatycy i dzieci borykające się z problemami dermatologicznymi. Przy udziale Miasta Sopotu blisko plaży powstanie całkowicie nowy budynek, którego celem będzie rozwój turystyki zdrowotnej i uzdrowiskowej. W Sopockim Porcie Zdrowia zostaną przygotowane dwa baseny solankowe, kriokomora, pijalnia wód solankowych, sale rehabilitacyjne i dydaktyczne, gabinety lekarskie i zabiegowe. Kompleksowość miejsca umożliwi wprowadzenie nowych usług opartych m.in. o bieżnie wodne oraz o system monitorowania aktywności mięśniowej, które staną się udziałem pacjentów w ramach kontraktów z PFRON, NFZ i innymi szeroko dostępnymi źródłami publicznymi. Zgodnie z planem zagospodarowania przestrzennego ośrodek powstanie na działce dzierżawionej od Miasta Sopotu w tzw. strefie uzdrowiskowej A przy ul. Bitwy pod Płowcami. Po sąsiedztwie z powstałymi w ubiegłym roku Sopotorium Hotel & Medical Spa i Radisson Blu, a także istniejącym od kilku lat Marriotem. Nowa inwestycja jeszcze mocniej podniesie rangę tej części Sopotu, która wraz z sąsiednimi klubami żeglarskimi staje się prestiżowym, sportowo – uzdrowiskowym zakątkiem.

P

O

S

Całkowita wartość inwestycji wraz z wyposażeniem Sopockiego Portu Zdrowia wynosi 13.438.734 zł. Część finansowania została pozyskana z grantu. Pozostałość będzie współfinansowana przez biznesowych partnerów.



	Liczba mieszkańców	Liczba miejsc noclegowych	Liczba turystów		Budżet 2022	
			2020	2021	dochody	wydatki
<b>SOPOT</b>	35 tys.	9,1 tys.	b.d.	b.d.	384,6 mln zł	470,9 mln zł
<b>KOŁOBRZEG</b>	45,9 tys.	26,2 tys.	363,2 tys.	434,4 tys.	336,2 mln zł	336,2 mln zł
<b>ŚWINOUJŚCIE</b>	36,4 tys.	20,5 tys.	320,7 tys.	346,3 tys.	722,8 mln zł	777,8 mln zł

- Obserwujemy trend "krótkiego okna rezerwacyjnego" oraz nieco krótszych pobytów tygodniowych lub np. wydłużonych weekendów – mówi Łukasz Magrian, Dyrektor Biura Pomorskiej Organizacji Turystycznej.

- Popularność regionu pomorskiego wśród krajowych odbiorców, dobrze obrazuje stopień wykorzystania Bonu Turystycznego w poszczególnych regionach. Od początku funkcjonowania programu do końca 2021 roku do pomorskich przedsiębiorców wpłynęło przeszło 370 mln złotych, co plasuje nasz region w pierwszej trójce w skali całego kraju. W zakresie turystyki zagranicznej liczymy na odbudowę ruchu z krajów sąsiadujących oraz basenu Morza Bałtyckiego.

#### ZDANY NA TURYSTYKĘ

Najbliższym odpowiednikiem dla Kołobrzegu i Świnoujścia jest Sopot. Wszystkie miasta mają porównywalną wielkość, liczbę mieszkańców i posiadają status uzdrowiska. Choć oczywiście różnic też jest sporo – zachodniopomorscy rywale to w pełni samodzielne byty, a Sopot jest wciśnięty pomiędzy dwa duże miasta, dzięki czemu może korzystać ich infrastruktury. W ciągu dwóch dekad miasto mocno się zmieniło, powstało wiele nowych obiektów, w tym luksusowych hoteli, marina na końcu mola, czy też nowe rozwiązania drogowe, m.in. tunel pod Placem Przyjaciół Sopotu. W tym roku w mieście pojawił się woonerf. Z drugiej strony nie wszystkie projekty były udane – trwa dyskusja nad przywróceniem





Fot. Maciek Wróblewski

## P O S O R Z E L I C A

# Hotel Gołębiewski

Pomysł na kolejną inwestycję Gołębiewskiego elektryzował nie tylko mieszkańców Pobierowa w gminie Rewal, ale i w całej Polsce jeszcze przed wbiciem pierwszej łopaty. Piąty hotel uznawanego za potentata w branży hotelarskiej Tadeusza Gołębiewskiego budzi wiele emocji głównie za sprawą swojej wielkości i lokalizacji, przez co zmienia leśny krajobraz miejscowości. Hotel już stoi i w tym sezonie przyjmie pierwszych gości. Tych docelowo może być aż 3000, czyli więcej niż gdyby zsumować mieszkańców Pobierowa, Pogorzelic, Rewala, Pustkowie, Niechorza i Trzęsacza.

Powierzchnia całkowita wynosi 180 tys. m kw., a goście wypoczywać będą w apartamentach wielkości przeciętnego mieszkania, korzystając z basenu, całorocznego lodowiska, a w niedalekiej przyszłości molo. Do tego trzy restauracje, pub, kawiarnia, dwie sale kinowe, sale konferencyjne i kącie zabaw dla dzieci. Nie zabraknie atrakcji dla aktywnych m.in. w 25 m basenie, grocie solnej, czy kręgielni. Ma też powstać ponad 100 metrowy basen podzielony na dwie części: z wodą słodką i słoną oraz sztuczną plażę przy jego brzegu.

Ciekawostką jest fakt, że hotel znajduje się terenie dawnej bazy wojsk rakietowych, którą inwestor odkupił za 50,5 miliona złotych.

zlikwidowanej zieleni na Placu Przyjaciół Sopotu, czy też wieloletniego sporu wokół kortów tenisowych, skutkiem czego ten wyjątkowy obiekt niszczeje. Sopot posiada też o połowę mniejszą bazę noclegową, choć jest w znacznie większym stopniu zdany na turystykę niż posiadające przemysł morski Świnoujście i Kołobrzeg. Widać to było wyraźnie w trakcie lockdownów, kiedy miasto dosłownie zamarło.

- Liczbę odwiedzających Sopot gości najlepiej obrazuje sprzedaż biletów na molo. W 2019 roku odnotowaliśmy 1 174 361 osób, w 2020 spory spadek do 753 051 turystów. Analizując poszczególne miesiące kolejnego roku zainteresowanie powoli rosło, sezon zakończyliśmy 938 198 pobytami turystów. Trzeba pamiętać, że w pandemii obiekty hotelarskie przez długi czas nie mogły działać, jednak, gdy tylko pojawiła się możliwość otwarcia, większość miała pełne możliwe obłożenie. Zmienił się jednak styl rezerwacji, te z uwagi na niepewność wprowadzenia kolejnych obostrzeń i zamknięcia hoteli dokonywane były na ostatnią chwilę – wyjaśnia Izabela Heidrich Rzecznik prasowy, Naczelnik Biura Promocji i Komunikacji Społecznej w Sopocie.

### NIE WSZYSTKO JEST W STATYSTYKACH

Choć dane statystyczne pokazują lepszą pozycję i rozwój Zachodniopomorskiego i jego flagowych kurortów wobec Pomorskiego to należy brać pewną poprawkę ze względu na różne źró-

dła danych i różną metodologię. Inaczej liczą samorządy, inaczej GUS. Stąd liczba sprzedanych biletów na sopockie molo nie jest tożsamy z liczbą turystów, gdyż bilety kupują też mieszkańcy Gdyni i Gdańska, a nawet Sopotu. Nie wiadomo też ile osób odwiedza molo więcej niż raz w ciągu dnia płacąc za każdym razem za wstęp. Podobnie z bazą miejsc noclegowych, gdyż nie wszystkie obiekty są ujmowane w statystykach GUS-owskich. Na pewno jest ich więcej niż oficjalne dane.

- Ciekawa sytuacja widoczna jest w roku 2021, w którym odnotowano wyjątkowy wzrost liczby miejsc noclegowych bez kategoryzacji, czyli w pokojach gościnnych, villach itp. co spowodowane było zwiększoną rejestracją w samorządach zgodnie z ustawą, w celu przyjmowania opłat bonem turystycznym – wyjaśnia Marta Chelkowska, dyrektor Departamentu Turystyki w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Pomorskiego. I dodaje: - Jak co roku branża jest gotowa na lato, które przecież jest kulminacją sezonu w większości krajów. W województwie pomorskim działa ok. 16 tys. firm turystycznych z czego ponad 11 tys. to obiekty noclegowe i organizatorzy turystyki. Rozwinięta jest gastronomia, przygotowane instytucje kultury i przewodnicy, w gotowości są firmy transportowe.

Wszyscy zgodnie mówią, że tegoroczny sezon, już bez jakichkolwiek obostrzeń, będzie pierwszym sprawdzianem, czy udało się odrobić straty wywołane pandemią, a w idealnym wypadku przebić wyniki z 2019 roku.



**ALAN ALEKSANDROWICZ**

# **ZNÓW MOGĘ REAGOWAĆ**

**Przez ostatnie trzy lata nadzorował projekty inwestycyjne Gdańska. Warunki były wyjątkowe, nagłe i tragiczne – najpierw nieoczekiwana zmiana władzy w Gdańsku, potem pandemia, wojna, a teraz nadciągający kryzys. Wiele z nich – jak duże projekty komunikacyjne udało mu się zrealizować. Niektóre – jak rewitalizacja Dolnego Miasta – są na początku drogi, lub też – w przypadku Młodego Miasta – w pierwszej połowie. Niektóre były wyjątkowo gorące medialnie – jak przebudowa palmiarni w Oliwie, czy sprawa działki kościelnej na Oruni. Alan Aleksandrowicz, w rozmowie z Michałem Stankiewiczem podsumowuje swoją kadencję, a także rozmawia o celach jakie stawia sobie jako szef Invest GDA, m.in. co dalej ze stadionem, czy też na jakie branże stawia Gdańsk.**



## Lepiej jest panu w Gdańskiej Agencji Rozwoju Gospodarczego (Invest GDA), niż w urzędzie miasta?

Może nie lepiej, ale inaczej. Będąc wiceprezydentem działałem w innej skali. Samych projektów inwestycyjnych było kilkaset rocznie. A to była tylko część moich obowiązków.

## Skala to jedno, ale różnica polega chyba na decyzyjności. Tutaj jest pan szefem odpowiadającym za działanie spółki, a w urzędzie miasta proces decyzyjny jest rozmyty i trwa długo.

Faktycznie, w spółkach umocowanie do działania jest większe, a tym samym większa samodzielność niż w urzędzie. Taka jest ich specyfika. W urzędzie jesteśmy poddani przeróżnym reżimom, zazwyczaj wynikającym z ustaw i przepisów. Tutaj ta ścieżka decyzyjna jest krótka.

## Czyli może pan rządzić.

Reagować. Szybko reagować i podążać za dynamicznie zmieniającą się sytuacją gospodarczą. Wyrosłem z pracy z inwestorami i wróciłem do tego.

## Widać, że jest pan zadowolony.

Nie chcę, żeby to tak zabrzmiało, bo decyzja o powrocie do Invest GDA była wspólną decyzją prezydent i moją. Otrzymałem trudną misję po tragicznej śmierci Pawła Adamowicza. Wykonałem ją i teraz wróciłem do tego co potrafię robić najlepiej. Trochę się śmieję, kiedy wszyscy znajomi mówią, że jestem zadowolony z tej zmiany. Nie nazywałbym tego w ten sposób, gdyż to jest dalej praca dla Miasta Gdańska i jego mieszkańców.

## No, ale przecież może pan przyznać, że jest zadowolony. Przecież nic w tym złego.

Tak, jestem.

## Na stanowisku wiceprezydenta był pan trzy lata i jeden miesiąc. Zaczniemy od sukcesów. Co się panu najbardziej udało?

Wymienię na pewno projekty komunikacyjne – Nowa Bulońska, Aleja Adamowicza, węzeł Biskupia Górka, duży skomplikowany projekt przebudowy infrastruktury drogowo – tramwajowo - rowerowej na Stogach, no i szereg mniejszych projektów, ale też bardzo ważnych, jak chociażby Nowa Warszawska, linia tramwajowa z przebudową układów drogowych. Zwłaszcza, że cały czas żyliśmy w rollercoasterze, ceny szły w górę, i przekraczały wcześniejsze koszty. Potem uderzyła pandemia i nastąpiło mocne schłodzenie, a teraz ceny znowu zaczęły szybciej rosnąć. Na niekorzyść zmieniła się też sytuacja finansowa miasta gdy w wyniku regulacji podatkowych straciło znaczące środki, stąd nie mogliśmy zrealizować wszystkich projektów, które chcieliśmy.

## A największa porażka?

Przed wszystkim czuję niedosyt, bo z uwagi na uwarunkowania zewnętrzne zrealizowaliśmy mniej niż planowałem obejmując funkcję wiceprezydenta. Z projektów, gdzie mam poczucie pewnej porażki służb inwestycyjnych, to oczywiście sprawa słynnej palmy. Kompleks palmiarni w tym rotunda, oranżeria wraz z zapleczem technicznym, otoczenie zewnętrzne powstały, ale straciliśmy cenny eksponat, czyli palmę.

## O konieczności przebudowy palmiarni w związku z wielkością palmy mówiło się od dawna. Już w 2015 roku szef rady dzielnicy Oliwa wspominał, że jeżeli palma zginie to zgłosi to do prokuratury.

I tak się stało.

## W 2017 roku rozpoczęto przebudowę oranżerii, ale proces został przerwany. Pan objął stanowisko w 2019. Nie można było wtedy nic przyspieszyć?

Nie. Przypomnę tylko, że cały czas istniało ryzyko, że daktylowiec, który miał już 180 lat może całej inwestycji nie przeżyć. Oczywiście gdyby potoczyła się szybciej, to miałby większe szanse. Mieliśmy też cały czas nadzór biologiczny ze strony Uniwersytetu Gdańskiego. W 2019 roku musieliśmy uruchomić na nowo procedury przetargowe po zejściu z projektu generalnego wykonawcy, ale ceny zaoferowane przez wykonawców rozjechały się z naszymi kosztorysami i budżetem projektu. Musieliśmy na nowo przemyśleć jak podzielić proces na etapy, rozłożyć ryzyka, żeby zachęcić wykonawców do zgłaszania się z możliwą do zaakceptowania przez nas ofertą. To się udało, ale dopiero w drugim przetargu. Nowy wykonawca postanowił zrobić audyt projektu zanim ruszy z pracami. To zabrało kolejny czas.

## Daktylowiec był głównym, choć nie jedynym powodem przebudowy. Kto zawinił?

Na pewno różnego rodzaju okoliczności, które bada prokuratura. W momencie wejścia w ten projekt w 2019 roku nie widziałem możliwości, żeby można już było przyspieszyć budowę. Trochę trudno mi też zaakceptować, że robiliśmy cały projekt dla jednego daktylowca. Na pewno był inspiracją do rozpoczęcia prac nad kompleksem nowej palmiarni.

## Był gwiazdą.

Mamy też inne palmy i okazy.

## Widział pan ogród zimowy w Olivia Centre?

Tak i jestem pod jego wrażeniem. Spotkałem się też z osobami, które prowadzą tam nadzór, bo ilość tych roślin jest spora.

## Dość szybko udało się tam zrobić palmiarnię, znacznie większą niż miejska w Parku Oliwskim.

Trudno porównywać te dwa obiekty. Na pewno jest fenomenem, bo trzeba tam utrzymać specyficzny, ciepły, wilgotny mikroklimat i pogodzić z funkcją

gastronomiczną i odwiedzinami ludzi. Chylę czoła, bo to naprawdę bardzo dobry projekt.

## Zaangażowany był pan też w konflikt wokół działki kościelnej na Oruni. Miasto sprzedało ją kościołowi w 2011 roku z 99% bonifikatą, gdyż miała być wykorzystana na cele sakralne. Ale nie była. Zamiast tego abp. Leszek Sławoj Głódź założył tam hodowlę danieli. W lipcu ub. roku mijal termin w jakim miasto mogło wystąpić o zwrot bonifikaty, ale tego nie zrobiło.

To jest sprawa z kolejnego obszaru, który mi również podlegał, czyli gospodarki nieruchomości. Tam mieliśmy dość skomplikowaną sytuację, bo przekazanie działki w Oruni było powiązane z innym terenem - częścią parku w Oliwie do którego kościół miał prawo zwrotu. A kupując działkę z bonifikatą w Oruni kościół jednocześnie rezygnował z praw do terenu w Oliwie.

## To nie było tak oczywiste. W 1990 roku wojewoda co prawda przekazał kościołowi działkę w Oliwie, ale nie wpisano jej do ksiąg wieczystych. Sprawa była więc sporna.

Mogliśmy jednak skończyć w sądzie, procesując się przez wiele lat. Kiedyś zapadła decyzja, by uregulować stan prawny Parku Oliwskiego. I tego się trzymaliśmy podejmując kolejne decyzje. Trudno mi komentować, w jaki sposób teren w Oruni wykorzystywał poprzedni arcybiskup. Ale faktycznie różnego rodzaju elementy sakralne - figury, krzyże, czy miejsce do kontemplacji tam były...



**Zc służbami konserwatorskimi prowadzimy trudny, merytoryczny dialog, bo argumenty są po każdej stronie. Znam podobne projekty – w Oslo, czy Hamburgu i kluczem do sukcesu jest znalezienie proporcji pomiędzy obiektami komercyjnymi, mieszkaniowymi, usługowymi, a obiektami historycznymi.**





**Przepraszam, ale przerwę panu, bo pan to mówi i się uśmiecha. Wszyscy wiemy, że tam przez lata był wybieg dla danieli. I po 10 latach, w czerwcu 2021 na działce zjawia się kontrola z miasta i odkrywa krzyże, a rzecznik prasowy miasta wymienia wręcz 14 krzyży. Dosłownie las krzyży. Tymczasem jak podaje Gazeta Wyborcza jeszcze w kwietniu 2021 ich nie było.**

Ile tych krzyży dokładnie tam było, tego nie wiem. Wcześniej były też figury. Na pewno jakimś przekroczeniem dobrego smaku i pewnych praktyk była przez jakiś czas hodowla w tym miejscu danieli.

**Akurat tutaj się nie zgodzę. Menażerie były od zawsze ozdobą arystokracji. Powstawały ptaszarnie, królikarnie, bażantarnie, trzymano wilki, niedźwiedzie, a nawet lamparty. Jagiellonowie trzymali na Wawelu lwy. Wybór zwykłych danieli zamiast lwów można więc uznać za oznakę wielkiej skromności arcybiskupa.**

Stąd mój uśmiech. Niemniej po analizach naszych prawników uznaliśmy, że nie było podstaw, by wycofywać się z tej bonifikaty, a podejmując takie kroki z kolei otworzylibyśmy od nowa sprawę parku w Oliwie.

**Opinie prawne były różne, stąd nie wiadomo jaki byłby finał.**

Być może za wiele lat odzyskalibyśmy kawałek skarpy w Oruni, do której nie mielibyśmy dojścia, jednocześnie otwierając spór o Park Oliwski.

**Może warto było podjąć ryzyko w imię zasad. By pokazać, że wszyscy są równi wobec prawa. I nie ma wyjątków.**

Podjęto decyzję w interesie miasta i mieszkańców analizując wszystkie za i przeciw.

**Przenieśmy się na Dolne Miasto, gdzie w 2019 roku ruszyła rewitalizacja w formule partnerstwa publiczno -**



**prywatnego. Zgodnie z planem deweloper postawi tam budynki mieszkalne, a w zamian wybuduje nowe drogi, kompleks sportowy, przedszkole, a także zrewitalizuje zieleń. Do jakiego etapu udało się panu doprowadzić projekt?**

Z celów publicznych zrealizowany został kompleks boisk. Jesteśmy po też uzgodnieniach i ustaleniach, co do przyszłości dawnego gimnazjum przy ul. Śluza. Najpierw tym obiektem była zainteresowana Akademia Sztuk Pięknych, ale pod dwóch latach władze uczelni podjęły decyzję, żeby się z tego pomysłu wycofać. Teraz o ten obiekt starają się szkoły. Trwają też wszystkie uzgodnienia innych projektów komercyjnych i publicznych. To są nie tylko drogi, ale przede wszystkim zajezdnie oraz np. aleja zielono - spacerowa wzdłuż Motławy, rewitalizacja bastionów Wilk i Wysok, czy też przedszkole. Euro Styl uzgadnia dokumentację projektową z konserwatorem, co jest bardzo trudne.

**Jak wygląda współpraca z mieszkańcami dzielnicy?**

W pewnym momencie był dość gorący spór o przestrzeń przy ul. Toruńskiej, przy dawnej fabryce oleju. Spotykałem się z mieszkańcami, żeby uspokoić sytuację, ale myślę, że jednak największym wyzwaniem są wszystkie uzgodnienia konserwatorskie. Jak uda się przejść ścieżkę uzgodnień z konserwatorem to projekt się już sprawnie potoczy.

**A uda się przejść?**

Jestem dobrej myśli. Jedyne co mnie martwi to diametralna zmiana na rynku nieruchomości. Od kilku miesięcy możliwości uzyskania kredytów znacznie się pogorszyły. Popyt spada i zastanawiam się jaki to będzie miało wpływ na ten projekt, który w dużej mierze bazuje właśnie na budowie funkcji mieszkaniowych.

**Konserwator zabytków jest też kluczową postacią jeśli chodzi o Młode Miasto. Tutaj z kolei na połowie obszaru trwają budowy, a na połowie stoją.**

Na Młodym Mieście w efekcie różnego rodzaju działań, zgodnych z prawem, ale nie do końca przemyślanych powstała architektura nie najwyższych lotów. Jest tam taki projekt deweloperski...

**Mówi pan o wieżowcach wybudowanych przez LC Corp Leszka Czarnieckiego?**

Na przykład. Lub inne działania ingerujące mocno w przestrzeń historyczną, jak rozbiórki, czy wyburzenia. W efekcie pojawiła się reakcja społeczna i administracji rządowej, żeby bardzo restrykcyjnie chronić tą historyczną tkankę Stoczni Gdańskiej. Dlatego powstał wniosek o wpisanie terenu na listę UNESCO. Mogliśmy wejść w spór z konserwatorem i ministerstwem kultury, co doprowadziłoby do zablokowania wszelkich działań inwestycyjnych. W zamian wybraliśmy trudny dialog i na końcu wspólnie składaliśmy wniosek do UNESCO. Jednocześnie wspieraliśmy trudny proces uzgadniania projektów inwestycyjnych, których w obszarze Młodego Miasta i otoczeniu jest kilkanaście. Mówimy zarówno o ścisłym centrum, które często nawet nie weszło na kluczowy etap zabudowy, tj. tereny Stoczni Cesarskiej i Stoczni Centrum Gdańsk, jak i dużym obszarze, który już przeszedł trudne procedury. Tutaj mówię o Dokach, YIT, Echo Investment, Cavatina, Inopa Synergia 99, RWS, Upside Prooerty, Chlebowej, Braban-ku, gazowni czyli Vantage Development i innych projektach, a także inwestycjach na Polskim Haku jak Capital Park czy Robygy.

**Projekty, które powstają w polu są łatwiejsze, bo nie powstają w oparciu o historyczną zabudowę. Te, gdzie jest ta właściwa tkanka stanęły.**

Osobiście nad tym boleję. Nie ukrywam, że ze służbami konserwatorskimi prowadzimy trudny, merytoryczny dialog, bo argumenty są po każdej stronie. Znam podobne projekty – w Oslo, czy Hamburgu i kluczem do sukcesu jest znalezienie proporcji pomiędzy obiektami komercyjnymi, mieszkaniowymi, usługowymi, a obiektami historycznymi. Prywatny inwestor ma ochronić te najwartościowsze obiekty,



ale z drugiej strony musi mieć szansę zarobić na tę ochronę. Jeżeli ma tylko zachować historyczne obiekty, bez możliwości jakichkolwiek zmian to za jakiś czas zostaniemy tylko z pustą przestrzenią. Tutaj nie ma trzeciej drogi. Albo porozumienie z inwestorami albo nabycie przez Skarb Państwa tych terenów, o ile inwestorzy się zgodzą, odrestaurowanie tylko historycznych obiektów za pieniądze publiczne.

#### **Czyli przekształcenie tego terenu w muzeum?**

W obiekty z funkcją muzealną i kulturalną. Ja osobiście jestem zwolennikiem pierwotnej koncepcji, czyli zezwolenia inwestorom zrealizowania takiego wolumenu funkcji komercyjnych, mieszkaniowych, usługowych, gastronomicznych, hoteli, który pozwoli im wygenerować przychody pozwalające na zachowanie tkanki historycznej. Szanuję inne poglądy, ale moim zdaniem tylko ta droga się sprawdzi. Tak jak na Wyspie Spichrzów.

#### **Póki co postępuje zabudowa po drugiej stronie Motławy, w tym Polskiego Haka. Powstają kolejne projekty. Czyba na każdej wizualizacji widać cumujące jachty. To oznacza, że będziemy mieć mnóstwo miejsc do cumowania i mnóstwo jachtów.**

Nie weryfikowałem tego, ale na pewno na tych nabrzeżach będą powstawać różnego rodzaju miejsca do cumowania, czy postoju jachtów i innych jednostek. Tutaj kluczowe jest stanowisko urzędu morskiego, gdzie pozwoli takie miejsca zrealizować, a gdzie nie. I co będzie bezpieczne. Bo na Motławie robi się trochę ciasno. Ten ruch jest bardzo duży.

#### **Odnoszę odwrotne wrażenie, że rzeka nie jest wykorzystana. Na plus jest oczywiście rozbudowa mariny na Szafarni, czy też w Górkach Zachodnich, choć to już zupełnie inny rejon, odizolowany od miasta.**

Dużo dobrego dzieje się też wokół Twierdzy Wisłoujście. Tam, gdzie jest 77 Racing Club. To będzie bardzo ciekawe miejsce dla środowiska żeglarskiego. Co do ruchu na wodzie wystarczy podejść w okolice Stoczni Cesarskiej i zobaczyć, ile jednostek różnego rodzaju pływa. Jest dość ciasno, no i mieliśmy trochę niebezpiecznych sytuacji w tym kolizji na wodzie. Dlatego moim zdaniem urząd morski będzie analizował dopuszczenie takich klasycznych marin, które w swoich wizualizacjach pokazują deweloperzy. Może się okazać, że ze względu na bezpieczeństwo ruchu na wodzie realizacja klasycznych marin będzie niemożliwa.

#### **Mówił pan o kolizjach, takiej jak z kładką na Wyspie Spichrzów? Czy ta kładka była niezbędna?**

Wydaje mi się, że tych kładek jeszcze mamy za mało. Na tym odcinku pomiędzy kładką, a Mostem Zielonym powinna być przestrzeń już dla mniejszych jednostek. To, że mamy Długie Pobrzeże w tak złym stanie to też jest efekt właśnie korzystania z tej części przez duże jednostki, które bardzo często tam obracały. Tymczasem powinny obracać w miejscu tak zwanej obrotnicy cypla Wyspy Spichrzów. Więc na tym odcinku moim zdaniem raczej powinny stacjonować raczej mniejsze jednostki. Z kolei mamy problem skomunikowania Głównego Miasta z drugą stroną – tam jest Wyspa Spichrzów, czy Ołowianka. I nie można było tego zrobić inaczej niż kładkami.

#### **To też kwestia filozofii. Motława pełna jachtów, statków i barek niż pełna kładek nie jest fajniejsza?**

Jest, tylko trzeba zachować pewien zdrowy umiar. Przecież

przebudowujemy teraz w modelu PPP Most Stągiewny, poszerzamy przestrzeń dla jachtów. Pewnie gdybyśmy dalej chcieli iść w tym kierunku to kolejne mosty powinniśmy przebudować na zwodzone. Dużo więcej przestrzeni daje Martwa Wisła. I tam są realizowane kolejne projekty.

#### **Zgoda, tam jest więcej przestrzeni, ale sercem jest Motława. I chyba nikt nie chce pustej rzeki.**

Nikt z nas.

#### **Jeżeli kolejne jednostki będą walić we wspomnianą kładkę to wtedy je stamtąd usunięcie?**

Jednostki będą, tylko powinny być mniejsze.

#### **Wrócił pan do Invest GDA. Przed panem stare – nowe wyzwania. Jednym z nich jest stadion, który działa w dość specyficznej formule – dwóch spółek, a do tego od lat nie może wyjść na prostą.**

To trudny projekt, które chcemy realizować przy jak najmniejszym obciążeniu budżetu miasta i portfeli mieszkańców. Dlatego przyjęliśmy taki model, z premedytacją tworząc najpierw spółkę, która wybudowała ten obiekt i stała się jego właścicielem – czyli dawna BIEG Sp. z o.o., a obecnie Arena Gdańsk. I drugą spółkę - Arena Gdańsk Operator, która powstała z dawnej Lechii Operator i obecnie zarządza stadionem. Jest wiele miast, nawet tych blisko położonych gdzie z góry przyjęto, że stadion to obiekt generujący głównie koszty. Wtedy funkcjonuje on w formie jednostki budżetowej, która co roku wymaga zabezpieczenia w budżecie miasta i na etapie realizacji i operacyjnym na poziomie wielu milionów złotych. My nie chcieliśmy takiego wariantu.

#### **Wybraliście wariant komercyjny.**

Tak. Jesteśmy w stanie zminimalizować obciążenia dla budżetu miasta właśnie poprzez model spółki operatorskiej i spółki właścicielskiej. Nie znam obiektu w Polsce, który by na siebie zarabiał i to mówię z pełną odpowiedzialnością, jeżeli chodzi o te duże stadiony. Każdy z tych obiektów wymaga jakiegoś wsparcia. To wszystko zależy, w jakiej formie te wsparcie jest udzielane. Moim marzeniem jest takie, by obiekt żył. Przed pandemią naprawdę byliśmy bliscy wyjścia na taki lekki zysk. Ciekawie funkcjonują wszystkie przestrzenie w tym nawet pod trybunami, gdzie są atrakcje dla dzieci i młodzieży. Jest też przestrzeń magazynowa, która została zabudowana i skomercjalizowana. Mamy jeszcze dużo do zrobienia, by wykorzystać całą przestrzeń parkingów wokół stadionu. Musimy rozwijać ofertę dla mieszkańców i doprowadzić do pełnego zbilansowania przychodów i kosztów.

#### **A struktura dwóch spółek dalej będzie utrzymana?**

Na pewno łatwiej utrzymać ten model gdy cały czas spłacany jest kredyt. Spółka właścicielska spłaca kredyt, ponosi główne wydatki odtworzeniowe, czy inwestycyjne, które są jeszcze do poniesienia. Finansuje się z czynszu, który płaci operator, bądź z dokapitalizowania miasta, jeśli chodzi o obsługę kredytu. Dopóki kredyt będzie spłacany, wydaje mi się, że to jest najprostsze rozwiązanie. Po spłacie kredytu powinny zostać przeprowadzone analizy na temat połączenia tych spółek.

#### **Utrzymanie jednej spółki jest tańsze, a będąc bezpośrednio własnością miasta będzie widoczna w Biuletynie Informacji Publicznej. Dzisiaj Areny Gdańsk Operator nie ma w BIP-ie.**

Nie ma, ale informacje można uzyskać na podstawie ustawy



o dostępie do informacji publicznej. Za wyjątkiem informacji dotyczących tajemnicy przedsiębiorcy, np. zawartych umów z kontrahentami, w których są klauzule poufności.

**Z tym dostępem bywa różnie. Kilka lat temu trojmiasto.pl ujawniło, że spółki miejskie mają łoża VIP na stadionie. Odmówiły jednak podania ile za to płacą. Temat zakończył się sporem sądowym sieci obywatelskiej Watchdog Polska – akurat z Gdańskimi Autobusami i Tramwajami o ujawnienie treści umowy.**

To działanie Watchdog Polska odbierałem jako trochę robione po złości. Bo przecież najemcy łoża mają różne stawki i gdyby spółki udzieliły tych informacji to kolejne negocjacje Areny Gdańsk Operator byłby trudne albo wręcz niemożliwe. Jeżeli chcemy, żeby negocjowała jak najlepsze warunki i wychodziła na plus to raczej ją dopingujemy, żeby jak najlepiej wynajmowała łoża.

**Myślę, że intencją mediów nie była tylko sama kwota, ale szerszy kontekst sprawy – sam fakt, że spółki komunalne mają łoża VIP na stadionie.**

To też jakiś model wsparcia stadionu, powiedzmy sobie szczerze.

**Jasne, ale pan mówi o negocjacjach i tajemnicy handlowej, a druga strona medal jest taka, że to wciąż są spółki miejskie. A podatnicy mają prawo wiedzieć po co im łoża VIP i ile na nie wydają. Myślę, że każdy mieszkaniec Gdańska z przyjemnością zasiadłby w takiej łoży.**

Chcę tylko pokazać, jak to wyglądało od strony operatora, który dwoi się i troi, żeby jednak wynająć te łoża jak najlepiej. Nawet jeżeli wchodzi tam spółka miejska to proszę mi wierzyć to są trudne negocjacje, żeby ten budżet stadionu spać.

**W przypadku spółki prywatnej nie byłoby pytania. A skoro jesteśmy przy spółkach komunalnych to zapytam o ostatnie informacje Radia Zet, które ujawniło, że trzech członków Wszystko dla Gdańska podzieliło między siebie 5 stanowisk w radach nadzorczych miejskich spółek.**

To nie jest w obszarze moich kompetencji. Niemniej mogę skomentować to w ten sposób, że prezydent odpowiada za cały obszar miasta, również za działalność wszystkich spółek komunalnych. Podobnie, jak rząd, czy też marszałek województwa odpowiadają za swoje obszary. Stojący na czele tych wszystkich szczebli administracji powinni mieć prawo, żeby kontrolę nad tymi spółkami sprawować poprzez osoby, których darzą zaufaniem. Tak to funkcjonuje na każdym poziomie. Tu nie ma różnicy.

**Zgadzam się, że nie ma różnicy powoływaniu do spółek na szczeblu administracji państwowej, czy też samorządowej. Mechanizmy są zbliżone.**

W sektorze prywatnym wygląda to tak samo.

**Ale my mówimy o spółkach publicznych. Pan mówi o zaufaniu. Zgoda. Niemniej są jeszcze inne czynniki. np. kompetencje, doświadczenie i równe szanse dla wszystkich.**

Ustawa jasno mówi, że by uzyskać miejsce w radzie nadzorczej trzeba przejść trudne egzaminy z wielu obszarów albo trzeba mieć za sobą osiągnięcia naukowe bądź uprawnienia adwokata, radcy

lub specjalistyczne studia. Czy osoby z takimi uprawnieniami są niekompetentne?

**Nie w tym rzecz, tylko w tym, że kompetentnych i chętnych z pewnością jest więcej.**

Ale tak naprawdę to ten argument mógłby być użyty przy każdej nominacji. Czy na wiceprezydenta, czy na dyrektora. Tak po prostu wygląda mechanizm sprawowania władzy. Każdej władzy. Poza tym sfera organizacji np. konkursów do rad nadzorczych jest prawnie nieuregulowana.

**Gdańsk jest miastem równości, jest innowacyjny i zaangażowany w liczne kampanie społeczne. To może być też pionierem nowych standardów?**

Mechanizm według mnie jest prosty. Każdy właściciel posiada uprawnienia właścicielskie. Premier, minister aktywów państwowych, marszałek, prezydent. I wykonanie tych uprawnień powierza osobom godnym zaufania, z którymi czuje się bezpieczny, co do realizacji nadzoru, bo wie, że na końcu to właśnie on jest odpowiedzialny za tą spółkę. I w sferze publicznej i prywatnej wygląda to dokładnie tak samo.

**Prezydent odpowiada za cały obszar miasta, również za działalność wszystkich spółek komunalnych. Podobnie, jak rząd, czy też marszałek województwa odpowiadają za swoje obszary. Stojący na czele tych wszystkich szczebli administracji powinni mieć prawo, żeby kontrolę nad tymi spółkami sprawować poprzez osoby, których darzą zaufaniem.**

**Wracamy do Invest GDA i celów jakie sobie pan stawia. Jednym z najważniejszych zadań spółki jest pozyskiwanie i obsługa inwestorów. W poprzednim numerze Biznes Prestiżu analizowaliśmy rynek magazynowy Trójmiasta i wyszło nam, że choć mamy już milion metrów kwadratowych to daleko nam do czołówki. Jesteśmy takim porządnym średniakiem.**

Invest GDA wyrósł z tego obszaru rozwoju gospodarczego. Na początku staraliśmy się głównie aktywizować tereny, które miały szansę przyciągnąć inwestorów. Chodziło m.in. o doprowadzenie do uchwalenia nowych planów miejscowych, budowę infrastruktury, współpraca ze strefami ekonomicznymi. W ten sposób udało się nam zaktywizować obszary przemysłowe – np. park przemysłowy w Koksokach, tereny portowe wokół Trasy Sucharskiego, czy też teren Płoni. I mamy kolejne obszary na które chcemy przyciągać inwestorów w gałęziach, które wydają się perspektywiczne - offshore, energetyka, elektromobilność. To jest przyszłość. Sektor magazynowy również, tylko tutaj nie mamy już dużo przestrzeni, bo miasto jest mocno zagospodarowane. Jesteśmy średniakiem, bo nigdy nie byliśmy atrakcyjną lokalizacją z punktu widzenia wielkiej logistyki. Najpierw rozwijały się lokalizacje wzdłuż granicy niemieckiej, potem na „skrzyżowaniu Polski”, czyli np. Stryków.

**Atutem jest port.**

Tak, mamy port, tylko paradoksalnie większość projektów logistycznych, które weszły do Gdańska nie były wcale uwarunkowane bliskością portu. To były projekty, które weszły tutaj, bo rynek już był na tyle duży, że jego obsługi wymagały kolejne centra logistyczne. Port faktycznie, w pewnym momencie mocno wszedł do gry, weszli spedycytorzy, agencje celne, co szczególnie widać w Pomorskim Centrum Logistycznym, a także w Gdyni.

**Czy wojna w Ukrainie, zablokowanie tamtejszych portów, a tym samym zmiana pewnej logistyki w tej części Europy zmieni pozycję Gdańska?**

Dynamika zmian jest duża. Bardzo dużo będzie się działo w towa-

rach masowych i paliwach. Jeżeli chodzi o te proste magazynowanie – tutaj sytuacja ma mniejsze ma przełożenie. Na pewno rynek magazynowy się rozwinie poprzez rozbudowę terminala kontenerowego, gdy jego wolumen zbliży się do 4 mln TEU przeładunków rocznie.

#### **Czyli będzie dwa razy więcej kontenerów niż obecnie.**

Te ilości kontenerów będą wymagały bardzo dużo przestrzeni. Kolej bardzo mocno już weszła w przygotowania pod ich obsługę. Zdublowanie przeładunków spowoduje też duże zapotrzebowanie na firmy związane z logistyką. I musimy zrobić wszystko, żeby wykorzystać to okienko pogodowe do dynamicznego rozwoju portu. I nie mówię tylko o sytuacji związanej z wojną w Ukrainie, ale chociażby planami realizacji Portu Centralnego, rozbudowy terminala kontenerowego, terminala instalacyjnego dla offshore, czy budowy pływającego gazoportu.

#### **Co poza portem?**

Na pewno będziemy kontynuować szeroką rewitalizację obszarów. Dolnego Miasta, Polskiego Haka i innych. Chcemy otwierać mieszkańcom nowe przestrzenie. Kolejny sektor to przemysł czasu wolnego. Tutaj możemy bardzo dużo jeszcze zrobić, a raczej nadrobić zaległości chociażby w obszarze pasa nadmorskiego. To jest też temat na całkiem nową dyskusję, jak ten pas powinien za dziesięć lat wyglądać, żeby wrócił do dawnej świetności i do charakteru kurortu. Ważny sektor to nowoczesne usługi. Tutaj cały czas walczymy o inwestorów na dwóch poziomach – z jednej strony wspierając ich bezpośrednio jak State Street, czy ostatnio Capgemini, a z drugiej wspierając proces tworzenia przestrzeni dla tych firm, bo przecież parki biznesowe też muszą nadążać za potrzebami, jeżeli chcą przyciągać nowe firmy. Pytanie, na ile powinniśmy angażować się w to wsparcie, np. relokacji, w ułatwienie tworzenia bazy noclegowej dla nowych pracowników firm, bo po rozpoczęciu wojny mieszkanie stało się bardzo dużym wyzwaniem. Rynek najmu w w Gdańsku w zasadzie został wyczerpany w całości.

#### **No, ale wchodzi właśnie tzw. najem instytucjonalny, czyli wielkie fundusze, które kupują całe osiedla, by je potem wynajmować.**

Tak, tutaj też widzimy siebie w roli takiego facylitatora, wspierającego te projekty, by tych mieszkań powstało również jak najwięcej. Mamy kilka projektów, w których planowane były duże relokacje pracowników z Polski, ale i zagranicą. Współpracujemy tutaj z Invest in Pomerania. Inwestorzy mają duży problem, żeby znaleźć cokolwiek na wynajem dla tych pracowników.

#### **Czy pomagacie też firmom gdańskim, które działają tutaj już od lat i mogą mieć podobne problemy?**

Oczywiście, jak najbardziej. I zachęcamy do kontaktu z nami.



## **Alan Aleksandrowicz**

Rocznik'71. Absolwent prawa UG. W latach 1999 – 2003 wicekonsul RP w Chicago. Od 2003 roku w urzędzie miejskim w Gdańsku – zastępca dyrektora Wydziału Polityki Gospodarczej i naczelnik Centrum Obsługi Biznesu. W 2009 został pierwszym prezesem Gdańskiej Agencji Rozwoju Gospodarczego (Invest GDA), miejskiej spółki powołanej do wsparcia inwestorów i aktywizacji gospodarczej miejskich terenów.

W kwietniu 2019 roku został powołany na stanowisko zastępcy prezydenta Gdańska ds. inwestycji. W maju 2022, po ponad trzech latach wrócił na fotel prezesa Invest GDA.



# TERMINALE CZEKAJĄ NA PROMY

Po wielu miesiącach oczekiwania działalność rozpoczął nowy terminal promowy w Gdyni. Jego pierwszym użytkownikiem została szwedzka Stena Line, która wkrótce oprócz trzech dotychczasowych promów wprowadzi do Gdyni dwie kolejne, nowoczesne jednostki. Według wcześniejszych spekulacji użytkownikiem nowego terminala ma być także państwowy Polferries (PŻB), którego dwa promy kursują z Gdańską.







Fot. Karol Kacperski

17 czerwca 2022 roku wpisał się w kroniki gdyńskiego portu. Tego dnia o godzinie 19.30 w rejs wypłynęła Stena Spirit należąca do Stena Line. Na pokładzie liczącego 184 metry długości promu znalazło się 600 pasażerów, 140 samochodów osobowych i 40 ciężarówek. Tym samym przy Nabrzeżu Polskim swoją działalność rozpoczął Publiczny Terminal Promowy w Gdyni.

### NAJNOWOCZEŚNIEJSZY NA BAŁTYKU

Do tej pory promy pasażerskie wypływały w rejs postawionego w latach 90. terminala przy Nabrzeżu Helmskim II. To teren położony tuż przy Bałtyckim Terminalu Kontenerowym. Nie tylko, że położony bardziej w głąb lądu, ale i znacznie mniejszy, gdyż mogły przy nim cumować jednostki o długości do 186 metrów.

Nowy terminal jest jednym z najnowszych i najnowocześniejszych nad Bałtykiem. Zlokalizowany został przy Nabrzeżu Polskim, blisko głównego wejścia do portu. To także bezpośrednie sąsiedztwo Muzeum Emigracji i Nabrzeża Francuskiego, skąd w swoje rejsy wypływały m.in. polskie transatlantyki. Na blisko 7 ha stanął budynek o kubaturze 30 tys. m. sześciennych, magazyn na 7 tys. m. sz. oraz place składowe i parkingi o powierzchni 65 tys. m kw. Nabrzeże liczy około 600 metrów, a rampa najazdowa umożliwiła jednoczesny wjazd samochodów na dwa pokłady promu, których port będzie w stanie obsłużyć nawet do 4 dziennie. I to o długości aż 240 metrów.

Ta największa od prawie 50 lat inwestycja w gdyńskim porcie kosztowała ok. 292 mln zł, z czego 116,8 mln zł pochodziło z unij-

nego finansowania. Niestety budowa – od momentu jej ogłoszenia w 2013 roku aż do zakończenia w 2021 przeciągnęła się aż do ośmiu lat. W międzyczasie na przeszkodzie stawały wymogi formalne, zmieniające się przepisy oraz realia gospodarcze. Rósł też kosztorys – z początkowego 180 mln zł aż do 292 mln zł, przez co nie wyłoniono od razu wykonawcy. Finalnie przetarg wygrał Doraco. Od września 2021 gdy nastąpiło uroczyste otwarcie dworca – obiekt stał pusty – oficjalnie z powodu przebudowy instalacji oddymiającej.

### WKRÓTCE DWA NOWE KOŁOSY

Z nowego terminala korzysta Stena Line, która obsługuje trasę do Karlskrony trzema promami, co pozwala na wykonanie sześciu kursów dziennie. Jednak wkrótce to się zmieni, gdyż już w sierpniu na tę linię wejdzie nowa, wielka jednostka. Stena Estelle klasy E-Flexer, która jak zapowiada operator zmieni wymiar stylu i komfortu rejsów. Jeden z największych promów pływających po Bałtyku mierzy 240 metrów, co pozwala zabrać na 1,2 tys. pasażerów oraz do 3,6 tys. metrów ładunków, czyli dwa razy więcej niż 186-metrowe statki pływające obecnie do Karlskrony. W październiku na nabrzeżu pojawi się bliźniaczy kolos Stena Ebba, która podobnie jak jej poprzednik trafi do Gdyni prosto ze stoczni.

### AKTYWNA UMOWA Z POLFERRIES

Otwarcie nowego terminala w Gdyni rodzi automatycznie pytania o konkurencyjny terminal w gdańskim porcie. Ulokowany na Na-



brzeżu Obrońców Westerplatte, blisko wejścia do portu i w niewielkiej odległości od centrum miasta. Dzięki mostowi wantowemu terminal jest dobrze skomunikowany z krajową i międzynarodową siecią dróg, a w szczególności z trasą Gdańsk - Warszawa i Autostradą A1 przez Obwodnicę Południową Gdańska. Posiada trzy stanowiska umożliwiające równoległą obsługę statków, każde z nich ma rampę ro-ro. 72 tys. metrów kw. łącznej powierzchni obiektu pozwala na obsługę jednostek o długości do 225 metrów. Na placach postojowych mieści się jednorazowo 375 samochodów osobowych, 120 ciężarówek, 12 autokarów i 20 składów pociągów drogowych.

Z gdańskiego terminalu korzysta państwowy przewoźnik Polferries (Polska Żegluga Bałtycka). Sześć razy w tygodniu

wypływają stąd dwa promy M/F Wawel i M/F Nova Star. Ich celem jest Nynäshamn, położone 60 km od Sztokholmu.

Rzecz w tym, że w trakcie budowy terminala w Gdyni wielokrotnie pojawiały się informacje o trwających rozmowach władz portu z PŻB na temat uruchomienia połączeń z ich nowego terminala. Wspominał o tym nawet podczas wrześniowego otwarcia Jacek Sadaj, prezes zarządu i dyrektor naczelny Portu Gdynia S.A.

- Prowadzimy rozmowy z armatorami, bo na tym etapie współpraca wymaga porozumień trójstronnych między Steną Line, PŻB i ZMPG. To są olbrzymie przedsięwzięcia, które trzeba zgrać w czasie. Jesteśmy otwarci, żeby ta współpraca zaczęła się jak najszybciej – deklarował.





Rozpoczęcie rejsów z Gdyni przez PŻB mogłoby oznaczać jednak zakończenie rejsów z Gdańska, stąd zapewne milczenie wszystkich zainteresowanych stron.

- Polferries jest jednym z dzierżawców Nabrzeża Obrońców Westerplatte. Obecnie posiadamy aktywną umowę z firmą Polferries, dlatego na tym etapie trudno nam się odnieść do zadanych pytań. Wszelkie pytania dotyczące planów rozwoju firmy Polferries powinny być skierowane bezpośrednio do danego podmiotu. Nie udzielamy informacji dotyczących szczegółów umów handlowych między ZMPG, a naszymi kontrahentami – odpowiada Anna Drozd, rzeczniczka prasowa gdańskiego portu na nasze pytania o szczegóły ewentualnych przerosin.

Michał Arciszewski, rzecznik prasowy Polferries zapytany, jak się sprawy mają, nabiera nieco więcej słonej wody w usta, tłumacząc, że w związku z trwającymi jeszcze rozmowami w przedmiotowej kwestii, nie może udzielać informacji. Natomiast o zmianach w kursowaniu promów Polferries poinformuje na bieżąco.

Przedstawiciele portu w Gdyni nie udzielili żadnej odpowiedzi na nasze pytania.

### PAŃSTWOWA FLOTA W BUDOWIE

Rywalizacja terminali to jedno, bo przecież rywalizują też sami armatorzy.

W przypadku Stena Line dwa nowe promy klasy E-Flexer dokonają wyraźnej zmiany, nie tylko jeśli chodzi o standard świadczonych usług. Nowoczesne, paliwooszczędne, ograniczające emisję i koszty oraz podnoszące wydajność i efektywność energetyczną są istotnym elementem strategii Stena Line związanej ze zrównoważonym rozwojem w żegludze.

- Zdolność dostosowania się do potrzeb rynku i rozwój wraz z naszymi klientami są kluczowe dla Stena Line. Dzięki E-Flexerom, które wprowadzamy na trasę Gdynia - Karlskrona, odpowiadamy na potrzeby naszych klientów i staramy się dostosować flotę tak, aby była jak najbardziej elastyczna - podkreśla Niclas Mårtensson, dyrektor generalny koncernu Stena Line.

Początkowo planowano, aby jednostki kursowały pomiędzy Nynäshamn w Szwecji i łotewskim Ventspils, jednak wzmożone zapotrzebowanie na przewozy towarowe na południu Morza Bałtyckiego poskutkowało decyzją, że najlepszym wykorzystaniem promów będzie właśnie Gdynia - Karlskrona. Z kolei pływające obecnie i zmodernizowane Stena Scandica i Stena Baltica zajmą miejsca na trasie między Nynäshamn i Ventspils.

Państwowi armatorzy, w tym Polferries są w znacznie gorszej sytuacji jeżeli chodzi o wielkość floty, wielkość samych jednostek i stopień ich zaawansowania technologicznego. Administracji rządowej przez ostatnie 8 lat udało się położyć stępkę podbudowę promu w Szczecinie, a potem ogłosić osiem kolejnych koncepcji budowy. Pojawiali się w nich różni wykonawcy, różne promy, różne konstrukcje, a także ich liczba. Najwięcej deklarował premier Mateusz Morawiecki (10 jednostek). Wg ostatniej, najnowszej koncepcji zlecienniodawcą budowy promów dla PŻB i PŻM – została państwowa spółka Polskie Promy, dofinansowana kwotą 1 mld zł. W ub. roku podpisała kontrakt z Gdańską Stoczną Remontową z Remontowa Holding na budowę trzech promów – dwóch dla PŻM i jednego dla Polskiej Żeglugi Bałtyckiej, z opcją budowy czwartego. Tym razem ogłoszone terminy oddania pierwszej jednostki (w zależności od źródła informacji) to lata 2024 - 2025.



# NADCHODZI WODOROWA LAWINA

Większość komunikacji publicznej w Trójmieście i Województwie Pomorskim będzie oparta o pojazdy napędzane paliwem wodorowym.

To samo dotyczy pojazdów komunalnych, np. śmieciarek czy też ciężarowych. Mam nadzieję, że także kolei. I to w ciągu najbliższych 10, maksymalnie 15 lat – mówi Marek Foltynowicz, ekspert ds. wodoru Regionalnej Izby Gospodarczej Pomorza.



## Czy jeździ pan autem napędzanym na wodór?

Jeszcze nie, ale mam nadzieję, że będę mógł takim jeździć.

### O ile takie auta będą dostępne, bo wygląda na to, że światowe marki samochodowe postawiły póki co na „elektryki”. Czy to oznacza, że wodór przegrywa konkurencję?

Myślę, że gra się jeszcze nie rozpoczęła. Chciałbym też wyjaśnić, że w obydwu wypadkach jest to auto elektryczne, różnica jest tylko w jego zasilaniu – z baterii elektrycznej lub z ognia paliwowego zasilanego wodorem. Na chwilę obecną wygląda na to, że w segmencie aut osobowych, przeznaczonych do codziennego użytkowania, szczególnie miejskiego samochody z bateriami będą mieć przewagę. Wyjeżdżam z domu do pracy albo do centrum handlowego. Tam ładuję, trwa to kilkadziesiąt minut, ale mam na to czas. Inaczej jest w trasie, gdy postój na godzinę lub dłużej nie wchodzi w grę. Wtedy liczy się szybkie tankowanie, np. wodorem, które trwa kilka minut.

### Kilka minut, a jak z zasięgiem?

Dzisiejszy zasięg samochodów wodorowych jest porównywalny z elektrycznymi. To zazwyczaj 500 km lub więcej.

### Ważnym czynnikiem jest też koszt paliwa. Jak wypada porównanie?

Nie możemy dzisiaj do końca porównywać kosztów paliwa. Zależy od sytuacji rynkowej, ale cały czas coraz bardziej zbliżamy się do opłacalności wykorzystania wodoru. Jeżeli będzie produkowany na masową skalę, nastąpi obniżka urządzeń do jego produkcji to te koszty nie tylko się zrównają, ale wodór uzyska przewagę. Wydaje mi się, że już teraz powoli się wyrównują.

### A jak wyglądają kwestie bezpieczeństwa? Niektórzy wskazują, że samochody na tradycyjne paliwo albo z bateriami są bezpieczniejsze.

W samochodach używany jest wodór sprężony o ciśnieniu 350 albo 700 atmosfer. O żadnym niebezpieczeństwie i zagrożeniu nie ma mowy. We wszystkich próbach i crashtestach te zbiorniki wychodzą zwycięsko. Są jeszcze próby rozwiązań na ciekły wodór, ale w Europie są tylko dwie instalacje produkujące ciekły wodór. Pojawia się też dodatkowy koszt. Jeden to sam wodór, a drugim jest skraplanie, które jest energochłonne. Mówimy o temperaturze -263 stopnie, więc nie jest to prosty proces i jeżeli nie będzie wyraźnych atutów dla wodoru ciekłego, np. dużo większego zasięgu to dominować będzie wodór gazowy.

### Czyli mamy porównywalny zasięg, koszty też, a tankowanie dużo szybsze niż w przypadku aut zasilanych bateriami. To z czego wynikają ograniczenia do rozwoju?

Na dzień dzisiejszy podstawowym ograniczeniem, szczególnie w Polsce jest brak infrastruktury do produkcji i tankowania wodoru. Mówimy o wodorze, który ma odpowiednie parametry i nadaje się do zasilania samochodów. Plany są ambitne, ale jak na razie Orlen uruchomił w Krakowie dopiero pierwszą stację wodorową. Produkcja wodoru uruchomiona jest w Trzebinie (Orlen) i Bochni (Stalprodukt). Jest też konkurencja, np. Grupa Posa, która w Warszawie uruchomiła właśnie swoją wewnętrzną stację tankowania wodorem i buduje elektrolizer w Koninie. Swoje plany ma też Lotos. Tych firm jest więcej, ale to wciąż plany. Będą stacje tankowania, to będą samochody. W Niemczech jest już ponad 200 tych stacji. Unia Europejska mocno naciska na zeroemisyjną komunikację. Parlament Europejski już przegłosował zakaz rejestracji samocho-

„  
**instalację do przetwarzania odpadów na wodór może wybudować nasza Ekodolina w Koleczkowie czy też spalarnia w Szadółkach lub jakakolwiek inna firma zbierająca odpady. Wyobraźmy sobie taką sytuację – firma komunalna zbierająca odpady produkuje z tychże odpadów wodór i zasila nim swoje śmieciarki**

dów z silnikiem spalinowym od 2035 roku. Unijny program „Fit for 55” nakazuje wybudowanie w ramach sieci TNT ogólnodostępnych stacji tankowania dla pojazdów ciężarowych i osobowych, co najmniej co 150 km. Wszystko ma się dokonać do roku 2030 - 2035, więc stosunkowo niedługo.

### Wodór wtedy wygra?

W przypadku samochodów osobowych będzie co najmniej po połowie.

### A ciężarowych? W Gdańsku trwają testy autobusu wodorowego.

Kategorią, w której na pewno zwycięży wodór są pojazdy ciężkie, czyli autobusy, śmieciarki, pojazdy komunalne i samochody ciężarowe długiego zasięgu. W przypadku samochodów ciężarowych mówimy o zasięgu tysiąca kilometrów, a nie 500 km. I nawet gdyby miał baterie, która umożliwi mu przejazd 500 km, to potem musi się długo ładować albo wymieniać baterie. Co więcej - taka bateria jest bardzo ciężka, więc zabieramy mu pojemność. Zwycięstwo paliwa wodorowego jest tutaj pewne.

### A kolej? Też wodorowa?

Oczywiście. Bydgoska Pesa podpisała porozumienie z Orlenem, by testować lokomotywę napędzaną wodorem. Jej prototyp pokazano w ubiegłym roku na targach Trafako. Pomorski Klaster wodorowy też lobbjuje, by zamiast elektryfikacji linii kolejowej Gdynia – Hel wprowadzić lokomotywę wodorową.

### Tą od Pesy?

Może być od Pesy, ale w Europie mamy co najmniej dwóch innych dostawców, a takie rozwiązania już są testowane w wielu miejscach. Tutaj kluczowe jest stanowisko operatora linii kolejowej - czy zdecyduje się na elektryfikację, czy jednak wybierze formę wodorową.

### SKM, PKM też powinny jeździć na wodór?

Tak. W ich przypadku atutem byłaby bliskość punktu tankowania, bo Grupa Lotos uruchomi produkcję wodoru. Wracając do samochodów wiem, że jedna z firm obecnych w Trójmieście buduje własną stację. Koncerny samochodowe nie rozwijały gamy modeli, bo nie było infrastruktury. Kto kupiłby samochód, którego nie można zatankować? Dlatego Posa podejmuje decyzję o kupnie floty samochodów wodorowych od razu postanowił zbudować własną stację. Spodziewam się, że niedługo ruszy lawina. Firmy będą kupować samochody nie tylko ze względu na tańsze paliwo, ale i kwestie wizerunkowe ochrony środowiska. Będą powstawać stacje. Może więc brakować wodoru, ale to będzie z kolei kołem zamachowym do jego większej produkcji.



## Marek Foltynowicz

Absolwent Politechniki Śląskiej w Gliwicach. Pracował m.in. jako inżynier naukowy w Instytucie Polimerów PAN, w Rafinerii Gdańskiej, zasiadał w zarządzie Nafty Polskiej S.A., PGNiG S.A., pełnił funkcję członka rad nadzorczych w różnych spółkach z sektora naftowego oraz w spółkach komunalnych. Obecnie niezależny konsultant w branży Oil & Gas, właściciel firmy konsultingowej i ekspert Regionalnej Izby Gospodarczej Pomorza/Klastra Technologii Wodorowych.

**To teraz proszę wyjaśnić kolejną rzecz. Mówi pan, że zabraknie wodoru, a przecież Polska jest trzecim producentem wodoru w UE.**

Dobrze pan docieka, ale zapomina o tym, że to jest tzw. wodór techniczny dodatkowo tzw. wodór szary. Wodór techniczny używany powszechnie w przemyśle o mniejszej czystości. I to w nim mamy trzecie miejsce. A do zasilania ogniw paliwowych potrzebny jest wodór wysokiej czystości 99,999%, tak zwany wodór 5.0.

**Czyli samo użycie wodoru nie sprawia, że jesteśmy zeroemisyjni. Zostaje jeszcze kwestia – jaki to wodór i jak został wyprodukowany.**

Dokładnie. 80 procent wodoru produkujemy z gazu ziemnego. Na każdy jego 1 kg w trakcie produkcji emitowane jest od 9 do 10 kg dwutlenku węgla. Reszta wodoru powstaje w procesie elektrolizy wody, czyli wskutek działania prądu też wydziela się wodór. Ale ważne jak produkowany jest prąd. UE uznaje, że wodór przyjazny przyrodzie jest wtedy gdy na każdy kilogram wodoru przypada emisja maksymalnie 3,5 kg dwutlenku węgla. A najlepiej w ogóle. I takim idealnym przykładem bez śladu węglowego jest produkcja wodoru w wyniku elektrolizy, z wykorzystaniem prądu wytwarzanego przez OZE.

**Czyli np. z fotowoltaiki, elektrowni wiatrowych.**

Tak wtedy, zamiast wodoru szarego mamy wodór zielony. Ten najbardziej pożądany. Jest też wodór niebieski tzn. taki w procesie produkcji którego wychwytywany jest dwutlenek węgla. Dużi producenci energii elektrycznej np. PGE, Bełchatów do swoich instalacji produkujących energię elektryczną z węgla wprowadzają instalację wychwytywania dwutlenku węgla. Tak samo można wyprodukować wodór – używając energię z węgla, ale bez CO<sub>2</sub>.

**Taki wariant pośredni, tak?**

Tak, taka produkcja w dużej skali jest już opłacalna.

**Tylko, trzeba coś zrobić z tym dwutlenkiem węgla. Czy do jego magazynowania można wykorzystać do tego wyeksploatowane złoża?**

Można, mamy w Polsce wystarczająco dużo rozpoznanych już struktur geologicznych i możemy ten dwutlenek węgla tam składować. On z czasem ulegnie mineralizacji. Od razu też odpowiadam, że to składowanie jest bezpieczne. Dwutlenek stamtąd nie ucieknie - skoro gaz lub skoro ropa też nie uciekły.

**Wracając do samej metody produkcji wodoru - wojna w Ukrainie zmieniła chyba już podejście do gazu. Rozwijanie technologii produkcji wodoru z gazu chyba nie ma sensu. Chyba lepiej mocno**





### inwestować w elektrolizę z użyciem OZE?

Taki kierunek w UE był już wcześniej przyjęty. Produkcja wodoru przy pomocy energii wytwarzanej przez OZE. Taki wodór można od razu wykorzystywać, a można też magazynować bez żadnych strat. Ze względu wojnę i brak gazu kraje takie jak Niemcy, czy Holandia, a nawet Włochy wracają też do elektrowni węglowych. Gdy w tych elektrowniach będziemy wychwytywać dwutlenek węgla, to powstanie czysta energia elektryczna, którą również możemy użyć do produkcji wodoru albo bezpośrednio do zasilania pojazdów elektrycznych.

**To wszystko brzmi obiecująco. A kiedy teoria stanie się praktyką? I nie pytam o świat, ludzi pokroju Billa Gatesa, Elona Muska, zaawansowane kraje i bogate, znane firmy. Tam to się już dzieje. Chodzi o nasze otoczenie, o Województwo Pomorskie, o Trójmiasto tak za 10, 15 lat.**

Uważam, że tym czasie większość komunikacji miejskiej będzie oparta o pojazdy napędzane wodorem. Wiele pojazdów komunalnych, w tym śmieciarek będzie na wodór. Te śmieciarki są ważne, bo one stoją pod domem, cały czas pracują i smrodzą. Na wodór już nie będą. Znaczna część pojazdów ciężarowych będzie na wodór. Na pewno powstanie hub wodorowy w gdyń-

„  
niedługo ruszy lawina. Firmy będą kupować samochody nie tylko ze względu na tańsze paliwo, ale i kwestie wizerunkowe ochrony środowiska. Będą powstawać stacje

skim porcie. Być może port w Gdańsku też pójdzie tym śladem i wprowadzi wodór do różnych urzędów.

No i mamy jeszcze trzecią metodę produkcji wodoru, która jest przyszłościowa. To produkcja z odpadów. Tego surowca przecież nie zabraknie. Taką instalację do przetwarzania odpadów na wodór może wybudować nasza Ekodolina w Koleczkowie czy też spalarnia w Szadółkach lub jakkolwiek inna firma zbierająca odpady. Wyobraźmy sobie taką sytuację - firma komunalna zbierająca odpady produkuje z tychże odpadów wodór i zasila nim swoje śmieciarki...

... które potem jadą po kolejne odpady, z których powstanie paliwo do tych pojazdów. To już powoli zbliżamy się do wizji z filmu „Powrót do Przyszłości”, gdy w końcowej scenie prof. Brown wrzuca do baku DeLoreana śmieci z kubka. Jesteśmy blisko (śmiech).

**W Polsce powstają doliny wodorowe, czyli regionalne huby skupiające naukę i biznes wokół wodoru. Jedną z nich jest Pomorska Dolina Wodorowa oparta m.in. na firmach z Klastra Technologii Wodorowych, uczelniach i samorządzie wojewódzkim. W jakim miejscu jesteście? Na początku stawki, czy na końcu?**

Byliśmy liderami, ale przyznaję i biję się we własne piersi, że nie udało się jeszcze wytworzyć projektu, który mógłby być już zrealizowany. Było kilka inicjatyw, ale niestety żadna z nich nie jest jeszcze na etapie realizacji. Wszystkie doliny są na mniej więcej podobnym etapie, czyli ogłosiły projekty i plany. Rozwój doliny zależy od wielu czynników, nie tylko firm i nauki, ale też np. większego lub mniejszego zainteresowania lokalnych urzędów czy też samorządu województwa, no i oczywiście źródła finansowania.



Fot. Krzysztof Nowosielski

## DAMIĘCKI KUFEL DK USŁUGI PORZĄDKOWE

# PRACA TO NARZĘDZIE, A NIE CEL

**Każda dekada to kolejny krok na drodze do rozwoju, możliwy dzięki mocnym podstawom na których budowali swoją firmę. W Damięcki Kufel DK Usługi Porządkowe z pokolenia na pokolenie nikt nie rozpycha się łokciami, aby za wszelką cenę osiągnąć sukces w biznesie. Sercem tej rodzinnej firmy są ludzie, a sednem wartości, na których od 32 lat budowany jest styl pracy i podejście do przedsiębiorczości.**

Największym marzeniem jest, aby to wnuki przejęły firmę, której początek wydarzył się podczas spaceru na gdyńskim Bulwarze. Rozmowa dwóch par przyjaciół z tematów typowo dziecięcych zesłała na chęć przedsiębiorczości. Przyszłe wspólniczki zgodnie przyznały, że zawodowy powrót po urlopach macierzyńskich musi mieć nowe oblicze – własnej działalności, która pozwoli spożytkować energię drzemiącą w obu paniach. I tak 1990 roku powstała firma Damięcka Kufel PHU Metalex

S.C, która w 2017 roku przekształciła się w Damięcki Kufel DK Usługi Porządkowe Sp.j.

### WIEM, CO MAM W SERCU

- Jesteśmy ludźmi bardzo otwartymi, mamy wielu przyjaciół. Potraktowaliśmy to jako kapitał, nie w sensie korzyści, a chęci niesienia pomocy, gdyby ktoś potrzebował – wspomina Zenon Kufel. - Z perspektywy czasu oceniam,





Fot. Mat. DK Usługi Porządkowe

że założenie działalności w latach 90 było dobrym pomysłem. Dla ludzi mających minimum odwagi i inicjatywy świat stał otworem. Wystarczyło łóżko polowe lub stół do tapetowania i już mogłeś mieć firmę. Mnie do stania się majstrem pchnęły okoliczności, po narodzinach czwartej córki. Byłem zmuszony spakować dyrektorską teczkę i zamienić ją na wiertarkę, którą z Jackiem mężem Hani kupiliśmy na bazarze w Chyloni. Pierwsza pensja znacznie przewyższała to, co zarabiałem za biurkiem w firmie w której wcześniej pracowałem.

Trzonom czteroosobowej firmy były panie Lidka i Hania. Odważne, rzutkie i gotowe do pracy, za którymi murem stali mężowie. Pomysł najlepiej opisywała pierwsza samodzielnie wydrukowana i dystrybuowana ulotka. „Masz problem, to się zgłoś” dotyczyła wbijania kołków w ścianę, wyprowadzania psów, szycia fartuszków do przedszkoli czy guzików starszej pani, którą zawodzi wzrok. Dzieci inicjatorów sprzątały mieszkania seniorów, prały rajstopy, robiły zakupy. Pierwszym zleceniem, którego podjęli się panowie była naprawa żaluzji u znajomej, a potem jeszcze nie raz wiertarka się przydała!

- Na początku, kiedy założyliśmy firmę powiedzieliśmy sobie, że nie mamy nic, ale chcemy być razem. Jeżeli byłoby z tego jakiegokolwiek pieniądze, które miałyby nas podzielić, zamykamy spółkę cywilną i zostajemy w przyjaźni, która trwa już 35 lat – opowiada Anna Damięcka. - Motywowało nas identyczne spojrzenie na to, co chcemy robić. Najważniejsze były dla nas uczciwość, rzetelność w wykonywaniu pracy, szacunek dla drugiego człowieka, ponieważ mieliśmy świadomość, że robiąc najprostsze rzeczy przyjdą do nas pracownicy bez wykształcenia. Podawaliśmy rękę osobom uzależnionym od alkoholu, pomagaliśmy z wszyciem esperalu, leczeniem, zdarzało się, że mieliśmy izbę wytrzeźwień w domu. Dla nas liczyło się, że możemy uratować człowieka i jego rodzinę, która najczęściej u nas pracowała. To był fundament, na którym oparliśmy większe zlecenia i sukcesy. Dzieciom, które nie rozumiały naszego podejścia tłumaczyłam, że wiem, co mam w sercu. Ratować człowieka, który potem będzie nam przyjazny w pracy.

Od pierwszego zlecenia w latach 90. starali się zrobić wszystko, aby klient widział zaangażowanie. Oni w cieniu, a na pierwszym planie efekty pracy. Tak wymieniali 300 zamków w budynku, do



którego przeprowadzał się zleceniodawca, który zaraz potem powierzył im okna do umycia. Do sprzątania klatek schodowych mieli wiadra z ocynku i szrobry, na które zakładało się szmaty.

Pierwszy pracownik objął stanowisko po 4 latach od rozpoczęcia działalności, która rok później przekształciła się w firmę specjalizującą w usługach porządkowych. Osób na etatach przybywało, wspólną drogę kończyła dopiero emerytura. Rekordzisci nie wyobrażają sobie bezczynności, dlatego każdorazowo dostają małe zlecenia, dzięki którym nadal czują się potrzebni. Takie poczucie było od zarania ważne dla właścicieli, działalność była narzędziem, a nie celem. Zatrudniając 50, potem 70, a obecnie ponad 100 pracowników mają pewność, że tworzą miejsce dla takiej też liczby rodzin, dla których najczęściej jest to jedyne źródło utrzymania.

## W ZGODZIE Z SUMIENIEM

Jednak droga do tego miejsca nie była usłana różami. Obie rodziny nigdy nie były członkami partii, nie miały żadnych „układów”. Na jednej z pierwszych narad, które cyklicznie odbywały się w poniedziałki ustalili, że jeśli ktokolwiek z klientów, pośredników zażyczy sobie tzw. procent od zlecenia, nie podejmą współpracy. Wtedy ludzie zarabiali mało, a oni nie wyobrażali sobie, jak mogliby nie zapłacić pracownikom, tylko dać tę pulę komuś, kto ma odpowiednią pozycję. Przez takie podejście uciekało wiele zleceń, ale zamiast załamywać ręce szukali kolejnych możliwości, remontując łazienki dla Warty, czy produkując dla nich regały na segregatory, dowieszone na czas na dachu czerwonego Malucha. Gdy kończyło się zlecenie, już szukali swojej roli w drugim. Szylłi fartuchy dla przedszkolaków, produkowali dla kontrahenta z Wielkiej Brytanii piłeczki cyrkowe z gorczycą, które miały za zadanie odpromieniować osoby pracujące przy komputerach. Potem całkowicie przez przypadek podjęli się przejęcia części zespołu serwisu dozorców i sprzątaczek pracującego w MIR. To był punkt zwrotny, obroty i kłopoty wzrosły dziesięciokrotnie.

Dziś, chociaż świat się zmienił wartości na których zbudowana jest rodzinna firma niezmiennie pozostają te same. Liczy się kręgosłup moralny i uczciwość w podejściu. Pracownica informująca o ciąży słyszy, że to wspaniała wiadomość i zawsze otrzymuje pomoc.

- Jedna z pań wróciła do pracy po urodzeniu trójki dzieci po 9 latach. Nie wyobrażała sobie, że będzie szukać miejsca dla siebie w innej firmie - tłumaczy Marta Schenk współwłaścicielka firmy.  
- Ludzie odpłacają się nam szacunkiem. Na moim ślubie pojawiło się wielkie grono pracowników, którzy czują się członkami naszej rodziny. Dorastałam przy wielu z nich, uczyłam się wszystkiego, podobnie jak oni od zera wspinałam po szczebelkach w firmie i pewnie dlatego dziś, gdy wraz z Szymonem zarządzamy DK Usługi Porządkowe. Wiem, że możemy liczyć na zespół, który widzi we mnie ich Martę, dziewczynę, która wie na czym polega ta praca i miotły, czy mopa się nie boi. Jako ośmiolatka prosiłam mamę, że chciałabym pomagać w wakacje. Tak bardzo podobała mi się praca rodziców, ich podejście, rodzinna atmosfera, wykonywanie zadań od serca, że wiedziałam, że tu będzie moje miejsce po ukończeniu studiów, jako dodatkowe ręce do pracy, a nie szefowa.

Gdy potrzeba, obecni sukcesorzy podobnie, jak dawniej ich rodzice łapią za łopaty do śniegu, stając ramię w ramię z pracownikami. Przekazane wartości, etos pracy i odpowiedzialność za ludzi powodują, że plany dotyczące rozwoju mogą się urzeczywistniać. Świętością są terminy wypłat, przez 32 lata istnienia działalności

Fot. Mar. DK Usługi Porządkowe



nie zdarzyło się, aby wynagrodzenie dotarło z opóźnieniem. Nawet gdyby się paliło i waliło pensja dla pracownika musi być ostatniego dnia miesiąca!

- Przez 15 lat byłem czynnym muzykiem i prowadziłem studio nagrań. Z odziedziczonym genem przedsiębiorczości, bo już jako młody chłopak wiedziałem, że chcę pracować dla siebie i być aktywnym społecznie, bo od zawsze bliski był mi los innych ludzi. Specyfika mojej branży spowodowała, że nauczyłem się jak pozyskiwać klientów, co przydało się to, gdy rodzice zaczęli potrzebować pomocy. Po namyśle w 2010 roku zacząłem działać na dwóch etatach, godząc obowiązki w firmie porządkowej z koncertami, eventami i obsługą wesel - mówi Szymon Damięcki współwłaściciel Damięcki Kufel DK Usługi Porządkowe. - Jestem podobnie jak mój tata Jacek osobą manualną. Tata w firmie zajmował się między innymi serwisowaniem i naprawianiem maszyn w swoim warsztacie. Podobnie jak On potrafię naprawić większość maszyn. Praca to narzędzie, które uzupełniam hasłem „ja nie dam rady, ja?”, więc jeśli faktycznie pojawiają się przeszkody szukam sposobu, jak je obejść np. inwestując w nowy sprzęt, optymalizując czy w prosty sposób pokazując pracownikom jak je przejść pracując ramię w ramię.

Racjonalne podejście do biznesu i nastawienie na ludzi jest kluczem do serc kolejnych klientów, którzy z firmą związani są przez wiele lat. Rzetelnie prowadzona od 32 lat działalność oparta jest o zasady, które swoje korzenie mają w wierze założycieli, a ci z perspektywy czasu są pewni, że wszystko co się wydarzyło miało głębszy sens. Pokoleniowo spełnieni, dzięki pracy własnych rąk. Bez obaw o przyszłość firmy, bo Młodzi wiedzą, jak zakasać rękawy, a rodzice dziś z dumą patrzą, że wychowali mądrych, dobrych i wartościowych ludzi, dla których drugi człowiek ma zawsze nadzgodne znaczenie. To jest ich największy sukces.

# GWIAZDA POWRACA

Nowy Mercedes-AMG SL



Mercedes-AMG SL 55 4MATIC+  
średnie zużycie paliwa 13,0-12,3 l/100 km;  
łączna emisja CO<sub>2</sub>: 293-278 g/km.



**AMG**

# CZYSTA PRZYJEMNOŚĆ Z JAZDY

**W segmencie samochodów Premium jest numerem jeden. Zasłużenie, ponieważ BMW zgodnie z filozofią marki od lat stawia na czystą przyjemność z jazdy, w której jest przestrzeń dla zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialności za środowisko i spełnionych oczekiwań klientów. Jak podkreśla Christian Haririan Dyrektor Generalny BMW Group Polska, kto raz usiadł za kierownicą ich samochodu natychmiast przekonuje się z czego wynika sukces marki.**

**B**BMW przez lata symbolizowało luksus, na który nie każdy mógł sobie pozwolić. Dziś oferta obejmuje całą gamę samochodów użytkowych, funkcjonalnych i rodzinnych, czy to oznacza, że zmienili się klienci?

DNA marki nie jest przypadkowe, a czysta przyjemność z jazdy to nie tylko slogan reklamowy naszych samochodów. Ich użytkownikami są osoby, dla których liczy się komfort i bezpieczeństwo. Zresztą każdy, kto raz siedział za kierownicą BMW na pewno to potwierdzi. Dlatego nie szukałbym wspólnego mianownika w przynależności do danej klasy społecznej, a w pragnieniu jazdy, co uwidacznia globalna sprzedaż na poziomie 2,2 miliona samochodów w zróżnicowanym segmencie i kategoriach.

**Pod względem jakiego kryterium zdołamy kategoryzować ofertę BMW?**

Drzwi do świata BMW otwierają tzw. samochody, które określamy mianem wejściowych. Należą do nich modele z serii 1, a także X1 i X2. Interesujące młodych i grupę kierowców cieszących się czasem, na emeryturze. Ich decyzje o wyborze warunkuje wielkość samochodu, cena schodzi na drugi plan.

**Na ile te dwie grupy odgrywają kluczową rolę dla koncernu?**

Dla nas każdy klient jest kluczowy. W przypadku młodego pokolenia obserwujemy, że dojrzewa razem z marką, przesiadając się z czasem do coraz wyższych modeli. Drugą grupę, która najczęściej wybiera modele X3, X4 i X5 i bardzo luksusowe X7 łączy zamiłowanie do jazdy naszą marką, która jest gwarancją przyjemności w różnych kategoriach aut. Klienci są najważniejsi, dlatego my chcąc na każdym kroku doceniać ich zaangażowanie w markę od lat niezmiennie oferujemy m.in. wysoką jakość serwisu identyczną dla wszystkich aut.

**Panuje opinia, że BMW uzależnia, kto raz usiadł za kierownicą pozostanie wierny marce na lata. Z czego to wynika?**

Nie nazwałbym tego uzależnieniem, a miłością, bo w BMW można się zakochać od pierwszego wejrzenia. To z resztą nasz „tajny” przepis na sukces marki. Ja pracuję dla BMW od 31 lat, gdy zaczynałem w latach 90-tych we Frankfurcie w ofercie znajdowały się trzy modele serii 3, 5 i 7, a na całym świecie było 6 tysięcy naszych samochodów. Dziś przekroczyliśmy dwa miliony, co jest możliwe dzięki lojalności i zaufaniu, jakim obdarzają nas klienci. Również w Polsce.

**Polacy od lat są zafascynowani BMW. Różnimy się preferencjami zakupowymi od Europy i świata?**

BMW nie działa po omacku. Nasza aktywność na polskim rynku jest stale wspomagana inwestycjami w przedsięwzięcia marketingowe, dzięki którym budujemy markę w świadomości jej odbiorców. Od dekady analizujemy dynamikę rozwoju polskiego rynku, ludzie chcą jeździć ładnymi i komfortowymi samochodami, więc w BMW odnajdują nie tylko luksusowe trendy, ale też funkcjonalność zastosowanych rozwiązań i nowe technologie, które są sprzymierzeńcami kierowców. Najbardziej popularnym modelem od lat jest BMW serii 3 – swoiste arcydzieło, które ewoluuje łącząc wygląd, cenę i możliwości jakie wnosi do jazdy. Wielu klientów kupuje kolejną „trójkę”, mając frajdę z przesiadania się do udoskonalonej wersji.

**Co łączy te samochody?**

Są wygodne, doskonale wyposażone i przestronne. Polska jest dużym krajem, podróżując po niej zauważyłem, że kierowcy najbardziej lubią duże i luksusowe auta. My jesteśmy do ich dyspozycji w 41 salonach na terenie całego kraju i w 10 punktach sprzedaży oferujących serwis. Marka ma tu dobrą sieć, doinwestowaną przez salony w Polsce. W samym Gdańsku są dwa wraz z punktami obsługi serwisowej. Patrząc w głąb kraju sprzedaż skupia się w Poznaniu, Wrocławiu, Szczecinie, Krakowie i na Śląsku, a także w Białymstoku, Lublinie i Rzeszowie. Za istotny element rozwoju uważam współpracę z firmami, w których





Fot. Krzysztof Nowosielski

auto jest narzędziem oddawanym w ręce utalentowanych pracowników. My jesteśmy dla pracodawców atrakcyjni, mamy korzystną ofertę leasingową i bank BMW. W tę stronę zmierzamy, ponieważ wraz ze wzrostem ekonomicznym firm zapotrzebowanie na samochody wzrośnie. My je dla nich przygotowujemy.

**BMW zapowiedziało, że w 2030 roku samochody elektryczne stanowią będą połowę sprzedaży. Nadążymy z infrastrukturą, która jest dziś wyraźnym hamulcem dla rozwoju?**

Sprzedaż samochodów wzrosła od ubiegłego roku. Nie jestem jednak w stanie przewidzieć tempa jej wzrostu. Polacy cenią elektromobilność, są nią zainteresowani, natomiast pewną bolączką jest nadal infrastruktura związana z ładowaniem. Dopiero powstanie rozbudowanej sieci na miejskich drogach i autostradach pozwoli na pełny wystrzał elektromobilności. Przez cały czas salony BMW pracują nad rozwiązaniami dotyczącymi potrzebnej infrastruktury, celem marki jest ciągle usprawnianie, chcemy być coraz lepsi. Dziś już wiemy, że pociąg elektromobilności jest nie do zatrzymania. Pytanie, jak szybko dojedzie na oczekiwaną stację?

**Na ile prawdopodobne jest, że w niedalekiej przyszłości salony samochodowe będą zasilane fotowoltaiką lub wiatrem?**

BMW może poszczycić się pierwszą taką funkcjonalnością na świecie. Każdy kolejny salon marki jest budowany z nastawieniem na zrównoważony rozwój, aby jak najmniej wpływać na środowisko naturalne. Mamy przygo-

owane procedury związane z rozwojem, w przypadku fabryk produkujących samochody elektryczne funkcjonują one w oparciu o wiatr i panele słoneczne. Jako grupa jesteśmy najbardziej rozwiniętą organizacją na świecie, co pokazują wskaźniki.

**Jaka była sprzedaż samochodów w Polsce w 2020 i 2021?**

W 2021 sprzedaliśmy 23,5 tys. samochodów, rok wcześniej nieco mniej. W pierwszym kwartale bieżącego roku około 6 tys. aut. Biorąc pod uwagę sytuację w Ukrainie, rosnącą inflację i wysokość odsetek związanych z leasingami naszym celem jest utrzymanie ambitnej sprzedaży na zbliżonym poziomie. Pomorze, podobnie jak regiony mazowiecki i śląski są ważnymi punktami na naszej mapie. Przykładem jest Prezes Zarządu BMW Zdunek - pan Tadeusz Zdunek, który zdecydował się zainwestować w dwa salony w Gdańsku i jeden w Gdyni. Pod względem zainteresowania samochodami elektrycznymi proporcje pomiędzy regionami są wyrównane. Klienci kupują podobnie.

**Na którym miejscu pod względem sprzedaży plasuje się BMW?**

W segmencie Premium, w którym znajdują się Audi, Mercedes, Jaguar i Tesla jesteśmy numerem jeden. To dla mnie wielka satysfakcja i pewność spójności strategii sprzedaży z filozofią marki skoncentrowanej na odczuwaniu wielkiej przyjemności, wygody, sportu. Całość nie do podrobienia. Rywalizujemy na najwyższym poziomie, na szczęście rynek jest na tyle duży, że miejsca wystarczy dla nas wszystkich.

# Biznes

prestiz  
EMSA GROUP

**Redaktor Naczelny**  
Michał Stankiewicz

**Redakcja**  
Ewa Karendys  
Klaudia Krause-Bacia  
Szymon Kamiński  
Michalina Domoń  
Paweł Durkiewicz

**Sekretarz redakcji**  
Joanna Bieńkowska

**Adres redakcji**  
ul. Stanisława Moniuszki 10,  
81-829 Sopot  
redakcja.trojmiasto@emsgroup.pl

**Projekt Graficzny**  
Kamil Żurek

Redakcja nie odpowiada za treść reklam

**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@emsgroup.pl

**Dyrektor działu foto**

Karol Kacperski  
kacperski@emsgroup.pl

**Dyrektor działu eventów**

Aleksandra Staruszkiewicz  
staruszkiewicz@emsgroup.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

Magdalena Czajkowska  
tel. 506 073 070

Marcin Szczukowski  
tel. 517 250 671



MENNICA  
MAZOVIA

# Wysyłka zakupów w 24h!!!

Kupuj bezpiecznie sztabki  
i monety inwestycyjne  
z najlepszych światowych rafinerii.

## Oddziały Mennica Mazovia

### WARSZAWA

ul. Krucza 16/22

+48 22 602 22 48

### KATOWICE

ul. Króla Jana III  
Sobieskiego 2

+48 32 323 51 00

### SZCZECIN

ul. Jagiellońska 85/8

+48 91 425 80 20

### ŁÓDŹ

ul. Wólczańska 66  
lok. A111

+48 42 620 03 00

### GDAŃSK

ul. Grunwaldzka 56  
lok. 214 IIP.

+48 58 585 90 90

### POZNAŃ

ul. Libelta 27  
lok. A 5.2

+48 61 649 20 60

 [info@mennicamazovia.pl](mailto:info@mennicamazovia.pl)

 [www.mennicamazovia.pl](http://www.mennicamazovia.pl)



WARSZAWA

GDAŃSK

SOPOT

POZNAŃ

# THAI THAI

AUTHENTIC THAI CUISINE



Boh. Monte Cassino 63, Sopot  
+48 512 585 170



ul. Podgarbary 10, Gdańsk  
+48 500 411 313

[WWW.THAITHAI.PL](http://WWW.THAITHAI.PL)