

PODLASKI

www.iph.bialystok.pl · www.podlaskiecam.pl

MANAGER

IPH

DWUMIESIĘCZNIK INFORMACYJNY
IZBY PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
W BIAŁYMSTOKU

NUMER 214
MARZEC – KWIECIEŃ 2023

Gospodarka jutra. Czy jesteśmy na nią gotowi?

Magdalena Kochanowska
Koordynator kampanii
edukacyjno-społecznej
„#wkręć się w technologię!”,
Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego

3W: woda, wodór, węgiel

Bank Gospodarstwa Krajowego
stawia na zasoby przyszłości

**“Trzeba mieć otwartą
i świadomą głowę,
żeby robić więcej i więcej,
i by być niezależnym.
To jest ta siła, którą mam.”**

Władysław Grochowski

Prezes Zarządu ARCHE S.A.

Sąd Arbitrażowy

przy Krajowej Izbie Gospodarczej
z miejscem arbitrażu w Białymstoku

Wyłącz sąd powszechny z orzekania w Twojej sprawie, wybierz Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej z miejscem arbitrażu w Białymstoku, jako właściwy w Twojej sprawie:


1. Wpisz klauzulę arbitrażową do umowy z kontrahentem (zapis na sąd polubowny).
2. Nie wpisałeś w umowie głównej klauzuli arbitrażowej? Nadal możesz poddać istniejący już spór pod rozstrzygnięcie sądu polubownego – sporządź umowę o arbitraż, która dotyczy sporu istniejącego (klauzula kompromisarska).

„Wszelkie spory wynikające z tej umowy lub pozostające w związku z nią będą rozstrzygane ostatecznie na podstawie Regulaminu Arbitrażowego Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie gospodarczej w Warszawie z miejscem arbitrażu w Białymstoku obowiązującego w dniu wszczęcia postępowania, przez arbitra lub arbitrów powołanych zgodnie z tym Regulaminem.”

„Any disputes arising out of or related to this agreement shall be finally settled under the Arbitration Rules of the Court of Arbitration at the Polish Chamber of Commerce in Warsaw with the place of arbitration in Białystok in force on the date of commencement of the proceeding by an arbitrator or arbitrators appointed in accordance with the said Rules.”

ul. Antoniukowska 7, 15-335 Białystok
tel. 85 652 56 45
email: biuro@wsarb.pl
www: <http://iph.bialystok.pl/arbitraz/>


CAM
PODLASKIE
CENTRUM ARBITRAŻU I MEDIACJI


IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA
W BIAŁYMSTOKU

Decyzją Rady Izby Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku z 18 stycznia 2023 roku na funkcję Prezesa Izby Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku został powołany Pan Jarosław Antychowicz.

Pan Jarosław Antychowicz to wieloletni członek Rady IPH w Białymstoku. Od 2004 roku Prezes Zarządu Infinity Group sp. z o. o. – jednej z najlepszych w Polsce firm o międzynarodowym zasięgu, świadczących usługi w obszarze transformacji cyfrowej. Wśród marek, które zaufały Infinity Group, znaleźć można m.in.: Schmitz Cargobull, SSAB, Domino's Pizza, Dom Development, VUE Cinemas, Multikino, Związek Banków Polskich, Citibank Handlowy, T-Mobile, Orlen, Bayer, Canal+ czy Netia.

Zaangażowany społecznie w wiele lokalnych inicjatyw. Pełni funkcję Wiceprezesa Wschodniego Sądu Arbitrażowego. Z jego inicjatywy reaktywowany został Klaster Technologiczny InfoTech, a także powstało pierwsze w Polsce Technikum Programistyczne INFOTECH. Aktywnie angażuje się we wszelkie inicjatywy mające na celu zmianę postrzegania Podlasia na tle Polski i Europy. Ekspert ds. Smart City w zakresie przygotowania Strategii Rozwoju Miasta Białegostoku do 2030 roku.



JAROSŁAW ANTYCHOWICZ

PREZES IZBY
PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
W BIAŁYMSTOKU

Szanowni Państwo,

Nominacja na stanowisko prezesa Izby Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku była dla mnie ogromnym zaszczytem oraz uhonorowaniem wieloletniego zaangażowania w jej działalność i rozwój. Jestem wdzięczny za zaufanie i powierzenie mi roli w tej silnej, znaczącej i prężnie rozwijającej się organizacji, która od wielu lat wspiera działalność lokalnego biznesu, a ponadto skutecznie reprezentuje interesy podlaskich przedsiębiorców.

Na wstępie chciałbym wyrazić uznanie dla wieloletniej działalności i osiągnięć pana Prezesa Witolda Karczewskiego, podkreślając jednocześnie jego ogromny wkład w budowanie naszej organizacji. Praca z nim była i jest zaszczytem – mam nadzieję, że w przyszłości pozostanie on tak samo zaangażowany w budowanie dobrego biznesowo środowiska.

Jako Prezes Izby Przemysłowo-Handlowej dołożę wszelkich starań, by wspierać biznes w tych trudnych czasach. Pandemia, wojna, kryzys emigracyjny i zamknięte granice, a także kryzys w rolnictwie – to nowe wyzwania, przed którymi stajemy jako przedsiębiorcy. W ich obliczu kluczowe są takie zagadnienia jak cyfryzacja biznesów, internacjonalizacja rynków i sprzedaż naszych towarów. Co więcej, nowego znaczenia nabiera poszukiwanie przewagi konkurencyjnej opartej na innowacjach i wiedzy. Z tego względu tym ważniejsza jest współpraca firm z ośrodkami akademickimi: Politechniką Białostocką, Uniwersytetem Medycznym w Białymstoku czy też Uniwersytetem w Białymstoku. Wierzę, że Izba Przemysłowo-Handlowa stanie się akceleratorem tej współpracy.

Chciałbym także podkreślić znaczenie „małych” przedsiębiorstw i startupów, które stają dziś przed wieloma wyzwaniami, podejmując niemały wysiłek na rzecz własnego rozwoju. Firmy te potrzebują wsparcia ze strony większych przedsiębiorstw poprzez różnego rodzaju inicjatywy – mentoring, inwestycje – i szeroko rozumiane partnerstwo. Jestem przekonany, że pracując razem, możemy zbudować silniejszą społeczność, co przyniesie korzyści wszystkim biznesom na Podlasiu. Wspólnie jesteśmy w stanie rozwinąć nasz region i zmienić jego postrzeżenie na tle kraju, Europy, a także umocnić wizerunek Izby zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Zapraszam wszystkich Państwa do podejmowania działań na rzecz pogłębienia współpracy między członkami Izby oraz do wspierania wspólnych projektów. Zachęcam także do współtworzenia długoterminowej strategii naszej organizacji i jednocześnie proszę o zgłaszanie wszelkich uwag

W TYM NUMERZE

PODLASKI MANAGER

Rewitalizacja zabytków, siedlisko na Podlasiu 4

WSPARCIE BIZNESU

3W: woda, wodór, węgiel – BGK stawia na zasoby przyszłości 6

Zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami w świetle koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Biznesu 8

Gospodarka jutra - czy jesteśmy na nią gotowi? 11

PRAWO I FINANSE

Najem instytucjonalny - marginalny sektor o dynamicznym wzroście 14

NAUKA I BIZNES

Inżynier budownictwa to zawód ceniony na całym świecie 17

XR w biznesie jest już faktem 18

ZDROWIE

Onkologia na najwyższym poziomie 20

PODLASKI BIZNES

Od lokalnego biznesu do międzynarodowego giganta sektora FMCG – początki Brand Distribution Group 24

Jestem otwarta na świat - rozmowa z Panią Beatą Olizarowicz 26

WYDAWCA

Izba Przemysłowo – Handlowa w Białymstoku

ul. Antoniukowska 7,
15-740 Białystok,
tel. 085 652 56 45,
biuro@iph.bialystok.pl

Nakład: 2000 sztuk **ISSN:** 2449-8084

Dwumiesięcznik bezpłatny.

Redaktor Naczelny

Joanna Morawska

Redakcja nie odpowiada za treść reklam, zastrzega sobie prawo do wprowadzania skrótów i zmian w nadesłanych materiałach. Niezamówionych materiałów redakcja nie zwraca.



i sugestii co do tego, jakie działania powinna podjąć Izba, by odpowiedzieć na Państwa potrzeby.

Na koniec pragnę raz jeszcze podkreślić, że jestem zaszczycony, mogąc reprezentować nasz wspólny interes na forum krajowym oraz międzynarodowym jako Prezes IPH. Przed nami dużo wyzwań i wspólnej pracy. Ponownie dziękuję za okazane mi zaufanie i powierzoną odpowiedzialność. Wierzę, że jestem w stanie spełnić pokładane we mnie oczekiwania i zrealizować nasze wspólne cele.

**Z poważaniem,
Jarosław Antychowicz**



Rewitalizacja zabytków, siedlisko na Podlasiu

Wywiad z Władysławem Grochowskim – Prezesem Zarządu, ARCHE S.A

Jakie były początki Pana drogi? Skąd pomysł na rewitalizację zapomnianych obiektów?

To czysty przypadek. Firma powstawała zupełnie w innym celu, było to przetwórstwo rolno-spożywcze. Natomiast za mną chodziły te zapomniane miejsca. Jako mały, kilkunastoletni chłopiec wyjeżdżałem w opuszczone domostwa, zarośnięte lasem, i właśnie tam się dobrze czułem. Miałem takie marzenie, by odratować te zapomniane miejsca, w których bywałem. Na samym początku był to Pałac w Łochowie. Drugim zakupem była Fabryka Papierosów w Łodzi. I tak kolejne i kolejne. To czysty przypadek, że w to weszliśmy. Największym wyzwaniem natomiast była Cukrownia w Żninie. Były to budynki, które nie miały prawa już istnieć. Spółka Cukrowa wiele razy próbowała je sprzedać, a teren był już nawet podzielony na działki. Zupełnie przypadkiem tam trafiłem, bo chciałem zobaczyć duży zabytek, taki poprzemysłowy. Byłem ciekaw, jak wygląda. Po obiektach oprowadzał mnie Dyrektor i w trakcie tego zwiedzania znalazłem książkę, która była wydana na 100-lecie Cukrowni. Wyczytałem, że po założeniu spółki, minął tylko rok do uruchomienia całej technologii. Tak szybko potrafili wybudować i wyposażyć. Jak po takim pięknym początku miałyby to się skończyć wyburzeniem? Od razu pomyślałem, że musimy dać szansę i zrewitalizować ten zabytek.

Najbardziej znanymi obiektami Arche są właśnie Cukrownia w Żninie, zabytkowy Dwór Uphagena

w Gdańsku, Zamek Janów Podlaski. Jakie są kolejne obiekty, które Pan ma w swoich planach?

Mamy kilka takich obiektów. W okresie wakacyjnym otwieramy kolejny hotel. Będzie to obiekt w starej, zabytkowej Fabryce Samolotów w Mielnie. Zrewitalizowany hangar położony jest między Jeziorem Jamno a Morzem Bałtyckim. Atutem tego miejsca jest plaża, na którą można dotrzeć w kilka chwil, trzeba tylko przejść przez mały odcinek lasu. W trakcie prac rewitalizacyjnych jest Klasztor we Wrocławiu, Sanatorium Milicyjne w Nałęczowie i Metalowiec w Muszynie. W planach kolejne, Królewska Papiernia w Konstancinie-Jeziornie i Elektrociepłownia Szombierki w Bytomiu. Jest bardzo dużo zabytków, które chcielibyśmy uratować, ale do tego potrzebne są pieniądze. Dlatego właśnie szukamy inwestorów, którzy chcą wejść w posiadanie pokoju hotelowego w Systemie Arche®.

System Arche® to unikatowy sposób inwestowania w zabytki, proszę opowiedzieć o systemie, o unikatowości wejścia w posiadanie apartamentu w hotelu, często zabytkowego.

Chcąc skupić miłośników zabytków stworzyliśmy System Arche®, czyli nasz autorski i transparentny mechanizm biznesowy, który jest unikatowym sposobem na inwestowanie w pokoje hotelowe. Osoba, która zostaje właścicielem apartamentu, otrzymuje też proporcjonalnie miesięczne wynagrodzenie z dochodu całego hotelu. To dużo

łatwiejszy sposób inwestowania, ponieważ właściciel nie martwi o czynsz, lokatorów, czy opłaty licznikowe. Ta bezobsługowa inwestycja jest możliwa dzięki zarządzaniu prowadzonemu przez Arche SA. Każdy lokal posiada księgę wieczystą, a inwestor otrzymuje specjalne przywileje. Dodam jeszcze, że naszym priorytetem jest, by inwestor, który zakupił pokój hotelowy, czuł się bezpiecznie, gdy hotele generują mniejsze zyski. Wówczas pokrywamy je ze środków własnych, tak było podczas pandemii koronawirusa. Zaufały nam już setki osób. W ten sposób możemy skutecznie tworzyć modę na turystykę w zabytkach. Do powrotu do tradycji, do poznawania Polski, dla ratowania dziedzictwa z dbałością o historię i społeczeństwo.

Dużo mówi się o Arche, jako o firmie, która ratuje zabytki. Czy na początku drogi w budowaniu hoteli, myślał Pan, że firma będzie taka znana, a jej działania powszechne?

Nie, absolutnie nie. Nigdy nie myślałem z takim wyprzedzeniem, żyję dniem dzisiejszym. Nigdy też nie myślałem, że zajdę tak daleko. Nie planowałem tego, samo to wyszło. Wszystkie podejmowanie decyzje, błędy, jakie nam się zdarzyły, składają się na ten sukces. Generalnie działam na emocjach i cieszę się, że mogę się nimi kierować. Z każdego dnia czerpię to co najlepsze. A co będzie za rok, tego nie wiem. Wiem natomiast to, że firma ma ogromny potencjał. Wybieramy najtrudniejsze projekty i się w nich sprawdzamy. Często są to projekty, w które inni nie chcą wejść. To też składa się na tą rozpoznawalność.

Często mówi Pan, że jest Pan wolnym człowiekiem. Co takiego sprawia, że czuje Pan tę wolność?

Na wolność człowieka składa się wiele czynników. Człowiek może wejść w różne sytuacje, układy, złamać się, i jest już mu trudno wrócić na dobre tory. Ja mam takich pokus na każdym kroku, czy to w sprawach proceduralnych, czy urzędowych. A moja wolność jest w takich sytuacjach bardzo ważna.

Telefon jaki posiadam nie ma dostępu do internetu, nie ma aparatu. Nie mam też skrzynki mailowej, wszystkie sprawy załatwiam podczas spotkań biurowych. Nie zaprzęgam sobie głowy nową technologią. Najważniejsze jest, by być wolnym i świadomym człowiekiem. Bardzo współczuję innym ludziom, bo wejście w pewnie układy czasem nie do końca transparentne, przekreślają później, czy ograniczają podejmowanie decyzji. Trzeba mieć otwartą i świadomą głowę, żeby robić więcej i więcej, i by być niezależnym. To jest ta siła, którą mam.

Czy na Podlasiu ma Pan jakiś obiekt na oku?

Trafia do nas bardzo dużo ofert kupna działek i obiektów zabytkowych. Są to oferty z całej Polski. Dużo gmin zwraca się do nas z ofertą nabycia zabytków, które są na ich terenie. Konkretnie na Podlasiu zakupiliśmy zabudowania pokoszarowe w Białymstoku. Będzie to spory hotel z dużą ilością sal konferencyjnych. Niestety na ten moment nie możemy się nim zająć. Najpierw musimy pozyskać inwestorów, którzy będą chcieli wejść w posiadanie pokoju hotelowego.

W Drohiczynie, na skarpie nad Bugiem mamy piękny projekt wtopiony w naturę. Bardzo długo trwało pozyskiwanie wymaganych dokumentów. Od niedawna mamy Dwór w Krzesku. To miejscowość pod Siedlcami. To nie jest oczywiście duży obiekt, ale bardzo ciekawy, z pięknym parkiem. Dużo jest takich obiektów, a co nam się uda jeszcze nabyć i w jakiej kolejności, to już zależy od sytuacji gospodarczej i finansowej.

W ostatnich tygodniach Arche Siedlisko zostało zgłoszone do konkursu Podlaska Marka 2022 w kategorii Inwestycja. Co kryje się pod hasłem Arche Siedlisko?

Projekt Arche Siedlisko jest projektem społecznym i dotyczy wschodniej części Polski. Z takich miejsc zazwyczaj ludzie wyjeżdżają i osiedlają się bliżej większych miast. Mamy szczęście, że jeszcze zostało trochę takich miejscach, ludzi, tych miejscowych naturalszczyków, wspaniałych, otwartych wolnych i odpornych na wszelkie nowości. Są naturalni,

żyją w naturalnym środowisku, oni są po prostu inni. Dlatego tak bardzo chciałem założyć Arche Siedlisko, by pokazać ich piękne życie, osobom mieszkającym w mieście. Osobom, które pracują w korporacjach, żyją szybko, bez możliwości odpoczynku. Chcę trochę wejść w świat, który odchodzi i pokazać te emocje, które tam są.

Niektóre Siedliska wyglądają tak, jakby ktoś tam nadal mieszkał. Tak jakby przed chwilą, ktoś się z nich wyprowadził. W izbach stoją meble, w kuchni naczynia, garnki, w stodółkach narzędzia, sprzęt rolniczy. My teraz właśnie od nich uczymy się, by nie wyrzucać rzeczy, tylko je rewitalizować. Oni wszystko wykorzystywali wtórnie, dawali im nowe funkcje. Nie chcemy tych budynków uwspółcześniać, chcemy je zostawić tak jak teraz. Zostawiamy tego ducha, który tam zastaliśmy. Tego właśnie brakuje w dużych miastach. Myślę, że właśnie tego możemy się od nich uczyć, tej kreatywności, która nie była zniszczona przez elektronikę, smartfony, internet. Chcę dać im taką możliwość przez wspólne rozmowy, warsztaty, i chcę im pokazać, że dużo nas łączy, że ci ludzie są tacy jak my, tylko żyją inaczej, lepiej. Zderzenie tych światów, nowoczesnego człowieka z naturalszczykiem to jest niesamowita wartość dla jednych i dla drugich. Trafiamy tym do pewnej grupy, to nie jest oczywiście dla wszystkich, ale to jest ostatni moment i szczęście, że takich ludzi jeszcze mamy u swojego boku.

Czego życzyć Panu i firmie na przyszłe lata?

Mi osobiście przede wszystkim zdrowia. Ja już od 5 lat jestem na emeryturze, do lekarzy na szczęście nie muszę chodzić. Natomiast firmie, to mniej procedur, bo strasznie jesteśmy osaczeni przepisami, procedurami, miejmy wszyscy więcej wolności, otwartej głowy, a wszystkim nam będzie się żyło lepiej. Czego jeszcze życzyć? Więcej zaufania, kreatywności, przyjaźni, by każdy żył w zgodzie, pracował na wspólny sukces, widział więcej rzeczy i sytuacji, które nas łączą, a nie dzielą.



3W

Przyszłość według 3W

3W: woda, wodór, węgiel – BGK stawia na zasoby przyszłości



Idea 3W Banku Gospodarstwa Krajowego jest platformą współpracy dla wielu organizacji, które upowszechniają ideę wykorzystania trzech zasobów życia: wody, wodoru i nowoczesnych technologii węglowych. Do inicjatywy włączyło się już ponad siedemdziesięciu partnerów biznesowych, w tym Toyota Central Europe oraz dwadzieścia podmiotów naukowych skupionych wokół Interdyscyplinarnego Centrum Innowacji 3W, na czele z Siecią Badawczą Łukasiewicz.

3W: woda, wodór, węgiel – to inicjatywa, którą w 2021 roku zapoczątkował Bank Gospodarstwa Krajowego. To właśnie na tych trzech zasobach Polska powinna budować strategię zielonej przemiany, aby nasza gospodarka stała się bardziej konkurencyjna i innowacyjna.

Inicjatywa integruje społeczność m.in. naukowców, przedsiębiorców oraz przedstawicieli sektora publicznego. Dzięki Idee 3W świat nauki, w którym powstają nowatorskie rozwiązania oraz technologie,

zbliża się do świata biznesu, powstają narzędzia ułatwiające współpracę pomiędzy wynalzcami, a firmami zainteresowanymi komercjalizacją tych innowacji oraz instytucjami finansowymi, które pomogą znaleźć środki na odważne projekty rozwojowe.

– *Innowacyjne rozwiązania, które tworzą polscy naukowcy powinny być inspiracją do rozwoju nowych biznesów. I odwrotnie: biznes, który potrzebuje nowych technologii, szuka wsparcia w nauce. By*

osiągnąć sukces, potrzebujemy integratora, który z jednej strony będzie łączyć potencjalnych naukowych i biznesowych partnerów, a z drugiej pomoże stworzyć przyjazny dla nich ekosystem – mówiła Beata Daszyńska-Muzyczka, prezes BGK i inicjatorka idei 3W, podczas Kongresu 3W, który odbył się w sierpniu 2021 roku.

Nauka angażuje się w 3W

Inicjatywa 3W docenia rolę naukowców w tworzeniu najnowszych technologii, stara się także usprawnić proces komercjalizacji innowacyjnych rozwiązań z obszaru wody, wodoru i węgla. Z tego powodu powstało Interdyscyplinarne Centrum Innowacji 3W. Porozumienie o jego powołaniu, oprócz prezes BGK Beaty Daszyńskiej-Muzyczki, podpisali przedstawiciele jedenastu uczelni wyższych, w tym czołowych uczelni technicznych oraz przedstawiciel Sieci Badawczej Łukasiewicz.

– Szczególnie istotne będą obszary wspólne, które łączą te rozwiązania – np. wodne z węglowymi. Podmioty zainteresowane komercjalizacją wynalazków z sektora 3W będą mogły dodatkowo zwrócić się do Centrum o wsparcie relacyjne w poszukiwaniu partnerów do komercjalizacji, jak również w pozyskaniu środków finansowych – zapowiedziała Beata Daszyńska-Muzyczka, prezes BGK. – Te wszystkie działania wpłyną na urynnowienie wielu projektów, które wcześniej nie miały na to możliwości.

ICI 3W wzmocnia współpracę pomiędzy światem nauki a światem biznesu, m.in. w zakresie tworzenia studiów i szkoleń związanych z inicjatywą. Centrum pomaga także środowisku naukowemu we wprowadzaniu na rynek wynalazków z zakresu wody, wodoru bądź węgla, znajduje im partnerów biznesowych oraz wspiera w pozyskiwaniu środków finansowych na rozwój projektów z sektora 3W. Oprócz tego ICI 3W zapewnia

pilotowanie i opiniowanie projektów 3W, a także konsultacje prawne.

Biznes w stylu 3W

W inicjatywie 3W Bank Gospodarstwa Krajowego chętnie współpracuje też z biznesem. Wyrazem tej współpracy są listy intencyjne, które BGK od startu projektu podpisał z ponad siedemdziesięcioma podmiotami, w tym jednym z pierwszych producentów seryjnych samochodów na wodór – Toyota Central Europe. Wszystkie organizacje działają w obszarze trzech zasobów: wody, która jest najcenniejszym zasobem na Ziemi, wodoru, czyli paliwa przyszłości i węgla pierwiastkowego, komponentu wytrzymałych materiałów przyszłości.

Wśród wodnych spółek jest **Food4Future Technologies**, która rozwija rozwiązania produkcji żywności w systemach o zamkniętym obiegu wody. **Ścieki Polskie** pracują natomiast nad monitorowaniem i kontrolowaniem nieczystości płynnych, a **AQT Water** dostarcza rozwiązania technologiczne i produkty z zakresu oczyszczania ścieków. **Stowarzyszenie Instytut Edukacji Środowiskowej** upowszechnia wiedzę na temat ochrony środowiska, a zwłaszcza wód. Wśród wodorowych partnerów idei 3W znalazły się **WTT SA**, **Torpol Oil&Gas** i **W2H2**, które pozyskują zielony i zeroemisyjny wodór, a także **Toyota Central Europe**, która tym paliwem napędza swoje samochody. Wiedzę o nowoczesnych technologiach węglowych w różny sposób wykorzystuje natomiast kilka organizacji ze świata 3W: **Smart Nanotechnologies**, **Advanced Graphene Group**, **Panamint** czy fundacja **Nanonet**.

– W Banku Gospodarstwa Krajowego dostrześliśmy, jaki potencjał tkwi w trzech kluczowych zasobach: wodzie, wodorze i węglu. Zaczęliśmy od konsolidowania środowiska i docierania do potencjalnych interesariuszy z wiadomością, że

jesteśmy gotowi – mówiąc obrazowo – do otwarcia parasola nad projektami z obszaru 3W. Z przedstawicielami biznesu wspólne cele przypieczętowaliśmy właśnie podpisaniem listów intencyjnych – mówi Adam Żelezik, dyrektor Departamentu 3W BGK.

Współpraca jedynego w Polsce banku rozwoju z sygnatariuszami listów koncentruje się na rozpowszechnianiu idei 3W, w szczególności przez współdziałania zespołów eksperckich, które wymieniają wiedzę, inicjują działania w organizacjach i instytucjach związanych z wodą, technologiami wodorowymi i węglowymi, a także przygotowują opracowania i raporty poświęcone tym zasobom.

Idea 3W zainicjowana przez Bank Gospodarstwa Krajowego wciąż się rozwija i zbiera nowych partnerów naukowych i biznesowych. Tematyka zrównoważonego rozwoju oraz innowacyjne wykorzystywanie trzech zasobów: wody, wodoru i węgla pierwiastkowego coraz częściej budzi zainteresowanie społeczeństwa, którego świadome decyzje konsumenckie są kluczowe w budowaniu lepszej przyszłości.

Więcej o Idei 3W:

Strona internetowa: idea3w.org

Kontakt bezpośredni: Region Podlaski Banku Gospodarstwa Krajowego,

Urszula Bielawiec,
tel. 519 018 368,
urszula.bielawiec@bgk.pl



3W. WODA. WODÓR. WĘGIEL.



Zatrudnianie osób z niepełnosprawnościami w świetle koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Biznesu



Platforma
Przemysłu
Przyszłości

Dariusz Niemiec,
specjalista ds. osób z niepełnosprawnościami
w Przemysle 4.0, Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości

Koncepcja Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR; ang. Corporate Social Responsibility) może być odpowiedzią na wiele wyzwań związanych z rehabilitacją zawodową i społeczną osób z niepełnosprawnościami. Zróżnicowana kadra pracownicza stanowi o sile danej organizacji nie dzięki pojmowaniu pracowników jako zasoby materialne, lecz ze względu na ich doświadczenia, wrażliwość i kompetencje. CSR to nie tylko narażanie się na dodatkowe koszty czy konieczny obowiązek. To przede wszystkim cenne źródło szans, innowacji i przewagi konkurencyjnej.

Wzrost liczby osób z niepełnosprawnościami w społeczeństwie wiąże się z różnymi wyzwaniami dla przedsiębiorstw. Dobrą odpowiedzią na wiele z czekających nas w przyszłości sprawdzianów może być efektywnie wdrażana koncepcja Społecznej Odpowiedzialności Biznesu w obszarze szeroko rozumianej niepełnosprawności.

Nowy rozdział w działaniach CSR

Istnieje wiele różnorodnych definicji CSR, przy czym w dużym uogólnieniu idea ta bywa określana jako kompleksowe zaangażowanie danego przedsiębiorstwa w aktywność prospołeczną oraz proekonomiczną. Przy jej wdrażaniu kładzie się duży nacisk na codzienny sposób postępowania

charakteryzujący się etyką i odpowiedzialnością w kontaktach z interesariuszami. Ponadto w procesach związanych z CSR dużą rolę odgrywa poznanie i włączanie nieustannie zmieniających się oczekiwań społecznych w strategię zarządzania. Podlegają one ciągłemu monitorowaniu w kontekście wpływu wdrażanych rozwiązań na konkurencyjność przedsiębiorstwa na rynku pracy. Istotnym elementem działalności społecznie odpowiedzialnej jest jej pełna dobrowolność.

Można więc powiedzieć, że koncepcja funkcjonuje poprawnie tylko, gdy przynosi korzyści zarówno przedsiębiorstwu, jak i danej grupie interesariuszy czy też całemu społeczeństwu. Innymi słowy: dana firma wygrywa wtedy, gdy jednocześnie wygrywają ci, którzy budują jej sukces – pracownicy, klienci, dostawcy, społeczność lokalna itd.

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu realizuje się na kilku płaszczyznach ekonomicznych i społecznych, przy czym w ostatnim czasie coraz bardziej podkreśla się konieczność mocniejszego uwzględnienia w polityce CSR kwestii związanych z niepełnosprawnością. W tym świetle warto zauważyć, że przedmiotowa problematyka może dotyczyć niepełnosprawnych interesariuszy wewnętrznych oraz zewnętrznych. Dobre praktyki mogą dotyczyć zarówno samego miejsca pracy, jak i otoczenia, w którym funkcjonuje dane przedsiębiorstwo.

Zacznij od przygotowania ogłoszenia o pracę!

Istotny powinien być już etap rekrutacji pracownika, a nawet więcej – kluczowy może być moment przygotowania ogłoszenia o pracę. Warto w odpowiedni sposób zachęcić osoby z niepełnosprawnościami do aplikowania na dane stanowisko i podkreślić gotowość pracodawcy do zatrudnienia pracownika niepełnosprawnego. Zatroszczenie się o odpowiednie miejsce i czas spotkania oraz sprawdzenie czy kandydat nie potrzebuje pomocy w poruszaniu się po budynku to konieczność. Nie należy

skupiać się na samej istocie niepełnosprawności, przy czym wiedzę o niej warto wykorzystać do poznania potrzeb potencjalnego pracownika.

Społeczne podejście do zatrudniania osób z niepełnosprawnościami musi charakteryzować się przede wszystkim promowaniem podmiotowości i potencjału osoby niepełnosprawnej. Powinno się dążyć do stworzenia takich warunków, w których osoby niepełnosprawne będą się czuły szanowane i doceniane, co niewątpliwie będzie pozytywnie oddziaływało na proces uwalniania w pełni ich potencjału.

Dzięki trafnemu zdiagnozowaniu krajowych i światowych trendów przy wdrażaniu koncepcji CSR możliwe będzie zatrudnienie bardzo utalentowanych pracowników, którzy wcześniej z różnych względów mogli być wykluczeni z otwartego rynku pracy. Danie szansy na zatrudnienie osobom z niepełnosprawnościami oraz umożliwienie wykorzystania ich kompetencji, umiejętności oraz doświadczenia może przyczyniać się do rozwoju danego przedsiębiorstwa.

Dostosuj swój biznes w pełni – przeciwdziałaj marginalizacji

Kolejny aspektem, na który warto zwrócić uwagę w kontekście Społecznej Odpowiedzialności Biznesu w sferze szeroko pojmowanej niepełnosprawności są szkolenia pracowników. Firmy chcące zyskać opinię podmiotu społecznie odpowiedzialnego powinny poświęcić swoje zasoby na realizację różnego rodzaju spotkań czy warsztatów dedykowanych komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami. Z całą pewnością wpłyną one pozytywnie na wzrost świadomości pracowników w przedmiotowym obszarze. W tym kontekście trzeba wspomnieć, że duże przedsiębiorstwa coraz częściej decydują się na powołanie stanowiska koordynatora, który reprezentuje osoby z niepełnosprawnościami zatrudnione w danej firmie. Pozytywnie odznaczają się również podmioty tworzące swego rodzaju kodeksy etyczne będące

zestawianiem zasad i norm postępowania wobec interesariuszy.

Wśród dobrych praktyk w sferze dostępnego miejsca pracy wymienia się między innymi: włączniki świateł czy mechanizmy otwierania drzwi umieszczone na właściwej wysokości, odpowiednie oświetlenie i dostęp do światła dziennego, osobne pokoje do cichej pracy, elastyczne godziny pracy, częstsza możliwość pracy zdalnej czy szkolenia dla pracowników dotyczące niepełnosprawności, sposobów wsparcia bądź zasad zachowania się w obecności osób niepełnosprawnych.

Z drugiej strony trzeba pamiętać także o aktywnościach, które będą kierowane na zewnątrz firmy. Powinny ogniskować się one na realizacji programów, które będą owocować niesieniem pomocy i wsparcia osobom z niepełnosprawnościami i przeciwdziałaniem marginalizacji społecznej tych środowisk. Działania te mogą mieć charakter finansowy (np. przekazanie darowizny) bądź niefinansowy (np. wolontariat pracowniczy).

Ponadto przedsiębiorstwa chcące odznaczyć się statusem firmy społecznie odpowiedzialnej w obszarze niepełnosprawności coraz częściej wprowadzają rozwiązania dla osób ze szczególnymi potrzebami – nie tylko w sferze ułatwień w dostępności architektonicznej, komunikacyjno-informacyjnej czy cyfrowej.

Nie tylko dla zysku finansowego

Wyróżniamy dwa typy korzyści, jakie mogą być osiągnięte przez przedsiębiorstwo wdrażające pozytywne rozwiązania w zakresie społecznej odpowiedzialności w sferze szeroko pojmowanej niepełnosprawności. Po pierwsze, korzyści finansowe – czyli różnego rodzaju dofinansowania z PFRON, refundacja składek ZUS czy środki pieniężne na zorganizowanie odpowiednich szkoleń. Po drugie, korzyści niefinansowe – eksperci wskazują, że niepełnosprawni pracownicy nierzadko odznaczają się bardzo dużym zaangażowaniem i sumiennością. Wiedza



i doświadczenia związane z szeroko rozumianą niepełnosprawnością mogą stanowić źródło niewyczerpanej inspiracji i innowacji dla danego przedsiębiorstwa. Ponadto w wielu przypadkach można także zaobserwować pozytywny wpływ na wizerunek firmy w lokalnym i regionalnym otoczeniu.

Korzyści niefinansowe to także większa efektywność i kreatywność kadry pracowniczej. Z badań przeprowadzonych w tym obszarze wynika, że 83% ankietowanych pracodawców uważa, że w pracy osoby z widoczną niepełnosprawnością są takie same albo nawet lepsze od innych pracowników ze względu na swoje zaangażowanie. Warto w tym miejscu przywołać bardzo interesujący przykład zatrudnienia przez niemiecką policję osób niewidomych, które dzięki imponująco wyczulonemu zmysłowi słuchu potrafiły określić markę oraz rok produkcji samochodu na podstawie nagranych materiału dźwiękowego.

Wśród innych korzyści wynikających z efektywnego wdrażania polityki

różnorodności w zakresie wspierania osób z niepełnosprawnościami w przedsiębiorstwie wymienia się na przykład:

- umacnianie wartości kultury wewnątrzorganizacyjnej,
- wzmacnianie dobrej opinii o przedsiębiorstwie,
- przyciąganie i utrzymywanie utalentowanych pracowników,
- podwyższenie motywacji kadry pracowniczej,
- zwiększenie innowacyjności.

Przed nami jeszcze długa droga?

Podsumowując, w ostatnich latach coraz większy nacisk kładzie się na uwzględnianie w koncepcji Społecznie Odpowiedzialnego Biznesu działań prowadzących do integracji osób z niepełnosprawnościami i wspierania rehabilitacji zawodowej i społecznej tej grupy społecznej.

I choć dzięki koncepcji CSR ukierunkowanej na potrzeby osób niepełnosprawnych udało się już zrobić dużo dobrego, to idea ta nieustannie się

rozwija i wciąż wymaga ona usystematyzowania, edukacji oraz uporządkowania – szczególnie jeśli chodzi o wiedzę i doświadczenia przedsiębiorców w przedmiotowym zakresie. Specjaliści podkreślają, że efektywne wdrażanie koncepcji CSR może przynieść wymierne korzyści w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, jak i w obszarze reputacji i wizerunku, co z kolei będzie dobrze przekładało się na konkurencyjność danego przedsiębiorstwa. Trzeba jednak zwrócić uwagę na to, aby podejmowane w tym obszarze aktywności nie były tylko incydentalnymi, doraźnymi wydarzeniami, lecz miały one charakter długofalowy, ponieważ tylko wtedy mogą przynosić pożądane efekty.

Koncepcja Społecznie Odpowiedzialnego Biznesu to nie tylko narażanie się na dodatkowe koszty, przykry obowiązek czy w ostateczności wymuszony dobry uczynek, ale może ona być bardzo cennym źródłem szans, innowacji i przewagi konkurencyjnej.

Gospodarka jutra - czy jesteśmy na nią gotowi?



PODLASKA FUNDACJA
ROZWOJU REGIONALNEGO

Magdalena Kochanowska,
Koordynator kampanii edukacyjno-społecz-
nej „#wkręć się w technologię!”,
Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego

Zawody przyszłości

Zgodnie z przewidywaniami instytucji, takich jak Forum Ekonomiczne w Davos czy Uniwersytet Oxfordzki, około 65% dzieci, które rozpoczynają szkołę podstawową, będzie pracować w zawodach, które jeszcze nie istnieją. Choć są to tylko przewidywania, a nie twarde dane, dają do myślenia i podsycają dyskusję na temat tego, czy jesteśmy gotowi na zmiany na rynku pracy, ale też szerzej – zmiany w gospodarce. Jedno jest pewne – nowe zawody powstają, a wiele z nich powiązanych jest z szybkim rozwojem technologicznym. Jeszcze kilkanaście lat temu nikt nie słyszał o specjalistach ds. digital marketingu, analitykach ds. kryptowalut czy inżynierach AI.

Dziś świat cyfrowy coraz bardziej przenika się ze światem rzeczywistym, a nowoczesne technologie, w tym sztuczna inteligencja, zaskakują możliwościami i to nie tylko w dziedzinach, takich jak matematyka, ale też w medycynie, czy nawet sztuce. Algorytmy nie dają szans najlepszym szachistom czy pokerzystom, umożliwiają poruszanie się autonomicznych samochodów, decydują o losie naszych oszczędności, diagnozują choroby, tworzą eseje na zadany temat, muzykę i obrazy “na zamówienie” zwykłych ludzi. Coś, co do niedawna wydawało się science-fiction jest teraz na wyciągnięcie ręki.

Cyfryzacja obejmuje całą gospodarkę – dotyka wszystkich sektorów i branż, nawet tych uważanych za tradycyjne. Ponad 20% środków unijnych w nowej perspektywie finansowej przeznaczonych będzie na cyfrową transformację gospodarki. Stąd, potrzebnych będzie coraz więcej pracowników, którzy rozumieją nowoczesne technologie, potrafią je wykorzystywać, ale i tworzyć.

Kto będzie tworzył gospodarkę jutra?

Dane pokazują, że wciąż jest w tym zakresie dużo do zrobienia. W Polsce spada odsetek absolwentów kierunków związanych z naukami ścisłymi, technicznymi, inżynieryjnymi i matematycznymi (tzw. STEM), które w sposób naturalny zasilają rozwój nowoczesnych technologii. Choć w tym zakresie, osiągając wynik 24,8%, zbliżamy się do średniej UE (25,4%), daleko nam do krajów, takich jak Luksemburg (39,5%), Finlandia (38,5%) czy Estonia (37,6%). Jak podaje serwis Pracuj.pl, w pierwszym półroczu 2022 roku 36% ofert pracy dotyczyło specjalizacji ze szczególnym znaczeniem kompetencji cyfrowych, a aż 24% ofert skierowanych było do specjalistów IT. Pokazuje to, jakie kierunki kształcenia warto promować. Oprócz twardych kompetencji cyfrowych, na znaczeniu będą zyskiwać równocześnie kompetencje miękkie, w tym łatwość w adaptowaniu się do zmian i otwartość na uczenie się przez całe życie.



Rewolucja cyfrowa redefiniuje rynek pracy – część stanowisk ograniczy lub zlikwiduje, ale na to miejsce powstaną nowe. Naszą rolą jest wyposażać młode pokolenia w takie kompetencje, które pozwolą im odnaleźć się na nowym, cyfrowym rynku pracy – uważa Marek Dźwigaj, prezes Podlaskiej Fundacji Rozwoju Regionalnego (PFRR).

Awers korzyści, rewers problemów

Jedną z tych kompetencji będzie umiejętność krytycznego spojrzenia na nowoczesne technologie, ponieważ niosą one za sobą nie tylko korzyści, ale też zagrożenia. Jak pisał Stanisław Lem, którego niegdyś futurystyczne wizje dziś stają się naszą codziennością: „większość technologii ma świetlisty awers, ale życie dało im rewers – czarną rzeczywistość”. Z tą czarną rzeczywistością stykają się szczególnie boleśnie młodzi ludzie, których życie toczy się w dużej mierze w świecie wirtualnym. Jak wynika z raportu NASK, spędzają w sieci średnio niemal 5 godzin dziennie, a trakcie pandemii, wraz z nauką zdalną było to około 12 godzin. Z kolei Instytut Lema zajmujący się problemem hejtu w sieci podaje, że aż 3 na 4 uczniów spotkało się z jakąś formą cyberprzemocy. W mediach coraz częściej słyszymy o przypadkach prób samobójczych wśród dzieci, których powodem jest hejt. Młodzi ludzie chcą wiedzieć, jak się bronić, ale boją się prosić o pomoc, a hejterzy często nie są świadomi, jak daleko mogą sięgnąć konsekwencje ich działań. Młodzi ludzie nie mogą zostać pozostawieni sami sobie w kwestii cyberbezpieczeństwa, dlatego 24 marca 2023 r. przeprowadziliśmy w Białymstoku pierwsze warsztaty #OgarnijHejt w ramach akcji „#wkręć się w technologię!” – mówi Jakub Płodzich, dyrektor Instytutu Lema.

Kampania „#wkręć się w technologię!”

Stąd właśnie pomysł na kampanię społeczno-edukacyjną „#wkręć się w technologię!”. Chcemy, by uczniowie z województwa odkryli potencjał związany z nowymi technologiami, zobaczyli swoją przyszłość zawodową w tej sferze, by chcieli tworzyć i wykorzystywać innowacje w naszym regionie, ale też by umieli korzystać z postępu cyfrowego w sposób odpowiedzialny, krytyczny i bezpieczny – wyjaśnia Kamil Pendowski, wiceprezes PFRR. Kampanią obejmujemy około 2500 uczniów z województwa z Białegostoku, Łomży, Suwałk, Augustowa, Hajnówki, Moniek i Bielska Podlaskiego. Dzięki rozszerzonej rzeczywistości, zabierzemy ich na wirtualną ekspedycję na Antarktydę, w trakcie warsztatów #OgarnijHejt porozmawiamy o cyberprzemocy i o tym, jak na nią reagować, przeprowadzimy też warsztaty dla nauczycieli, by lepiej rozumieli nowoczesne technologie i chcieli wykorzystywać je w swojej pracy, zorganizujemy pokaz filmów technologicznych autorstwa Macieja Kaweckiego w Kinie Forum, a na koniec zaprosimy niemal 700 osób, głównie uczniów, do Opery i Filharmonii Podlaskiej na wydarzenie

„Gospodarka Jutra”. Na scenie zaprezentują się roboty, będzie można usłyszeć sztuczną inteligencję, poczuć metaverse, zobaczyć e-sport przez duże E, spotkać topowe polskie start-upy technologiczne, posłuchać dyskusji o technologii i przyszłości – dodaje Magdalena Kochanowska, koordynator kampanii.

Co na to sztuczna inteligencja?

Cały świat zafascynowany jest możliwościami platformy ChatGPT. Zaskakuje ona swoją biegłością w konstruowaniu wypowiedzi, wyszukiwaniu danych, a nawet tworzeniu poezji. Choć wciąż się uczy, zdecydowanie jest inteligentna, elokwentna, a nawet dowcipna. Ma swoje zdanie także na temat kampanii edukacyjno-społecznej dotyczącej nowych technologii skierowanej do młodych ludzi. Sztuczna inteligencja jest za:

Kampania ta może pomóc młodszym pokoleniom zrozumieć jak korzystać z nowych technologii w sposób, który poprawia ich życie i umożliwia rozwój, jednocześnie minimalizując ryzyko uzależnień, cyberprzemocy i innych negatywnych skutków – napisał ChatGPT.

Wsparcie dla biznesu

Chcemy, by w nowe technologie wkręcili się nie tylko młodzi ludzie, ale też firmy z regionu. Oczywiście wiele przedsiębiorstw od dawna wdraża rozwiązania z zakresu automatyzacji, robotyzacji i pracuje intensywnie nad innowacjami, ale wciąż poziom nakładów na badania i rozwój jest w naszym regionie za niski, zarówno na tle kraju, jak i Europy. Dla podlaskich firm cyfryzacja jest szansą na budowanie przewag konkurencyjnych nie tylko na bazie niższych kosztów pracy, ale też poprzez wdrażanie i tworzenie innowacji, by wytwarzać produkty i usługi, które przyciągają wyjątkowymi cechami, a nie tylko niższą ceną – podkreśla Marek Dźwigaj. Kluczowe jest zainspirowanie i zatrzymanie w regionie młodych osób, które jak żadne inne pokolenie „czują” nowe technologie. Edukacja cyfrowa jest wspólną sprawą szkół, firm i instytucji otoczenia biznesu, takich jak Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego, która uzyskała nominację ze strony Komisji Europejskiej na ośrodek Europejskiej Sieci Hubów Innowacji Cyfrowych, który będzie mógł zaoferować przedsiębiorcom i samorządom usługi, takie jak testowanie wybranych technologii, pomoc w znalezieniu finansowania na wdrożenie cyfryzacji, szkolenia, znajdowanie partnerów technologicznych oraz indywidualne doradztwo.

Os. do kontaktu: Magdalena Kochanowska

Koordynator kampanii edukacyjno-społecznej „#wkręć się w technologię!”,
Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
kochanowska@pfr.pl, tel. 668 620 065

#wkręć się w technologię!



PODLASKA FUNDACJA
ROZWOJU REGIONALNEGO

KAMPANIA EDUKACYJNO-SPOŁECZNA

WIRTUALNA EKSPEDYCJA

WARSZTATY NAUCZYCIEL PRZYSZŁOŚCI

WARSZTATY #OGARNIJ HEJT

FILMY TECHNOLOGICZNE

WYDARZENIE „GOSPODARKA JUTRA”

ROBOTY, VR, AI, E-SPORT, STARTUPY

Białystok | Łomża | Suwałki | Hajnówka | Mońki | Bielsk Podlaski | Augustów
marzec-maj 2023



Kurier Poranny



www.wkrecsiewtechnologie.pl



Najem instytucjonalny – marginalny sektor o dynamicznym wzroście

normalna, a pytanie o stabilność tego wzrostu pozostaje otwarte. Bardzo tanie finansowanie w 2021 r. stało się bardzo drogie w 2022 r., a na dodatek, jako że PRS jest rynkiem denominowanym w PLN, kwestie związane z kursami walut pozostają wyzwaniem dla inwestorów w EUR.

Pomimo wzrostu, Polski rynek najmu instytucjonalnego jest marginalny

Pomimo mocnych wzrostów; w samym ostatnim półroczu na rynek przybyło ponad 3,300 lokali (wzrost bazy o 45%), polski rynek najmu instytucjonalnego jest marginalny. Jego udział w rynku całkowitych zasobów na wynajem w naszym kraju szacujemy na około 0.9%*.

Jeśli plany ekspansji kluczowych podmiotów na najbliższe 5 lat zostaną zrealizowane, i na rynek najmu trafią wszystkie "planowane" lokale, to całkowite zasoby rynku w 2028 roku będą wynosić mniej niż 5%** całkowitych zasobów rynku najmu w Polsce.

Na dzień dzisiejszy, zasoby rynku najmu instytucjonalnego w Polsce wynoszą prawie 11 tys jednostek, przy kolejnych 17 tys w budowie. W ciągu najbliższych pięciu lat, szacujemy, że na rynku dostępnych do wynajmu mieszkań w ramach sektora będzie około 70 tysięcy.

Dwoma największymi podmiotami na rynku są firmy z polskimi korzeniami – Resi4Rent z prawie 3 tysiącami istniejących jednostek, PFRN dysponujący zasobami w liczbie przekraczającej 2 tysiące oraz zamykające podium – Vantage Rent mające w swojej ofercie prawie 1,900 lokali.

Stolica jest miastem z najbardziej rozbudowaną istniejącą ofertą z ponad 4,200 jednostkami do dyspozycji najemców. Za nią podąża Wrocław (około 2,300 jednostek), Kraków (ponad 1,200 jednostek) i Poznań (prawie 1,200 lokali).

Zdecydowana większość zasobów w budowie (prawie 70%), rozłożona jest pomiędzy trzy polskie miasta: Warszawę (około 6,300 lokali), Łódź (około 2,800 lokali) i Kraków (2,500 lokali).

Saturacja rynku najmu instytucjonalnego w porównaniu do innych państw europejskich jest niska

Polska pod względem wielkości rynku najmu oraz odsetka osób mieszkających w wynajmowanych mieszkaniach odstaje, szczególnie patrząc przez

Najem instytucjonalny, czyli z angielskiego PRS

Najem instytucjonalny, powszechnie zwany jako PRS (ang. Private Rented Sector), to działalność prowadzona przez profesjonalne, wyspecjalizowane podmioty polegająca na wynajmie mieszkań w budynkach, będących ich własnością. Różni się on od najmu indywidualnego przede wszystkim poziomem profesjonalizacji i skalą – pojedynczy podmiot jest właścicielem całych budynków mieszkalnych, a jego portfel może obejmować kilkadziesiąt, a nawet kilkaset tysięcy mieszkań, jak w przypadku największych europejskich operatorów takich jak Vonovia SE czy Heimstaden.

Wynajmowane budynki są projektowane z myślą o przyszłej funkcji i oprócz mieszkań o wystandaryzowanym rozkładzie, mogą mieścić również powierzchnie do wspólnego użytku najemców, np. kawiarnie, przestrzenie coworkingowe czy pralnie.

Miniony rok był okresem pełnym turbulencji

Rok 2022 był rokiem istotnych wydarzeń, które zasadniczo zmieniły obraz rynku. Rosnące stopy procentowe spowodowały zahamowanie sprzedaży na rynku mieszkaniowym, a wyniku agresji Rosji na Ukrainę mieliśmy do czynienia z niespotykanym popytem i znacznymi wzrostami czynszów na rynku najmu.

Era niskich czy zerowych stóp procentowych dobiegła końca, kredyt stał się drogi, a dla wielu po prostu nieosiągalny, czego wynikiem jest ograniczenie podaży nowych projektów przez deweloperów.

Sam rok 2022 mocno różnił się od 2021. Po szczycie boomu mieszkaniowego w 2021 roku, wojna wraz z wysoką inflacją stworzyły bardzo korzystne środowisko dla rynku najmu. Drastycznie zwiększony popyt spowodował niedostosowanie podaży i gwałtowny wzrost cen na rynku najmu. Można by pomyśleć, że to idealna sytuacja dla graczy PRS, ale odpowiedź na to pytanie nie jest tak oczywista. Sytuacja, w której ceny najmu rosną o 30-50% w ciągu jednego roku nie jest

pryzmat krajów Europy Zachodniej i Północnej, które w tej kategorii z pewnością są na innym etapie. Udział rynku najmu w całości zasobów mieszkaniowych jest tam nawet kilkukrotnie większy niż w naszym kraju.

W Unii Europejskiej około 30% społeczeństwa żyje w wynajmowanych mieszkaniach, a wśród krajów do niej należących prym wiodą Niemcy, spośród których prawie 51% mieszkańców wynajmuje. Wysoko w rankingu plasują się również kraje takie jak Dania (40,8%) czy Szwecja (35,1%). Za oceanem Atlantyckim, w USA wartość ta również jest wysoka i wynosi prawie 36%. Polska, z jedynie blisko 13,2% ludności żyjącej w wynajmowanych lokalach ma duży potencjał do wzrostu.

Istotnym czynnikiem wpływającym na powyższe wielkości jest dostępność mieszkań w danym kraju, która w Polsce również jest niższa niż w porównywalnych powyżej państwach. Szacowana liczba mieszkań dostępnych na wynajem w Polsce wynosi około 1,21 miliona, co stanowi około 8% całkowitego krajowego zasobu wszystkich mieszkań dostępnych na rynku. Przyrównując te dane do Niemiec, w których zasób mieszkań na wynajem stanowi aż 45%, Szwecji (30%), Danii (26%) czy do Stanów Zjednoczonych (36%) wartości dla Polski są marginalne. W obliczu luki mieszkaniowej, wysokich rat kredytowych, malejącej zdolności i rosnących kosztów życia, a obecność podmiotów z sektora PRS, które zapewniają profesjonalną oraz szeroką dostępność takich lokali mogą w dłuższym okresie odpowiedzieć na to zapotrzebowanie.

Związane jest to z wieloma czynnikami, z których wartymi wymienienia są nawyki i przyzwyczajenie Polaków do własności. Jak zostało wcześniej nakreślone, rynek najmu instytucjonalnego w Polsce swoje początki datuje na 2014 rok, czyli dość niedawno. Dopiero w ostatnich latach wraz ze zwiększoną aktywnością funduszy w Polsce nabiera on rozpędu. Z tego powodu warto zadać pytanie, dokąd ten rynek zmierza i jak się on plasuje na tle pozostałych krajów,

w których rynek PRS jest na bardziej zaawansowanym etapie.

Potwierdzeniem dużego zapotrzebowania na mieszkania na wynajem w Polsce zdaje się być ich brak dostępności na rynku, gwałtowny wzrost cen w ostatnim roku oraz zwiększona aktywność akwizycyjna podmiotów z sektora najmu instytucjonalnego.

Powyższe wskaźniki zachęcają podmioty rynku PRS do przyglądania się polskim miastom i szukania możliwości akwizycyjnych. Pomimo jednak wzmoczonej aktywności tych graczy potrzeba bardzo długiego czasu, aby mogły one zbudować portfele mieszkań odpowiadające tym, które posiadają takie podmioty w zachodnich państwach (Vonovia w Niemczech zarządza ponad 360 tysięcy mieszkań (prawie 1/3 całkowitego polskiego zasobu najmu, a jedynie 2% całkowitego niemieckiego zasobu), Deutsche Wohnen ponad 160 tysięcy, SAGA ma ponad 130 tysięcy mieszkań). Ponad 25 firm w Niemczech posiada portfele mieszkaniowe przekraczające 30 tysięcy lokali. W porównaniu do największych polskich graczy, którzy posiadają zaledwie 2-3 tysiące mieszkań, jest to ogromna różnica.

Prognozy na przyszłość w dalszym ciągu pozostają pozytywne, jednak przed branżą szereg wyzwań

Pomimo niespokojnego minionego roku, uważamy, że perspektywy sektora na rok 2023 generalnie pozostają pozytywne. Fundusze intensywnie poszukują okazji do zakupów, co implikuje, że w naszej ocenie bieżący rok przyniesie więcej transakcji na rynku niż ubiegły. Kluczowi gracze będą w dalszym ciągu rozwijać swoje platformy, po za tym spodziewamy się nowych wejść na rynek.

Dwa główne czynniki ryzyka dotyczące sektora, które identyfikujemy i są na ustach wszystkich graczy na rynku to potencjalne zmiany legislacyjne oraz dostęp do finansowania bankowego, związanego z potencjalnym zawirowaniem w sektorze bankowym w Europie i na świecie

Niemożliwość zakupu mieszkania przez indywidualnego nabywcę nie wynika z konkurencji ani zakupów przez fundusze, ale z wysokiego poziomu stóp procentowych (i w konsekwencji WIBOR-u) i wynikającej z tego znacznie obniżonej zdolności kredytowej potencjalnych nabywców. Od końca września 2021 roku do lutego 2023 roku potencjalna zdolność kredytowa* „przeciętnego warszawiaka” liczona jako liczba m² mieszkania, które może kupić dana osoba, spadła z ponad 50 m² do mniej niż 20 m².

Analogicznie, większość funduszy zagranicznych finansuje swoje akwizycje w euro, na co wpływ mają stopy publikowane przez Europejski Bank Centralny. Główna stopa referencyjna od początku roku 2022 do dzisiaj wzrosła z poziomu 0.5% do 3% co diametralnie zmieniło środowisko finansowe w całej strefie euro oraz ma bezpośrednie przełożenie na możliwości akwizycyjne funduszy oraz opłacalność nabywanych projektów. W praktyce oznacza to, że istnieje duża rozbieżność pomiędzy oczekiwaniami sprzedających w Polsce, a oferowanymi cenami przez fundusze dotyczące projektów deweloperskich przeznaczonych na rynek najmu instytucjonalnego. Szacujemy, że ta rozbieżność wynosi około 10-15%.

Pod koniec stycznia Ministerstwo Rozwoju i Technologii przekazało do Kancelarii Prezesa Rady Ministrów projekt ustawy o ograniczeniach w nabywaniu lokali mieszkalnych, ale szczegóły tej propozycji nie zostały udostępnione przez resort.

Zgodnie z informacjami przekazanymi przez Ministerstwo, zakup szóstego i kolejnych lokali mieszkalnych wiązały się, zarówno w przypadku osoby fizycznej, jak i osoby prawnej, z obowiązkiem zapłaty podatku PCC w wysokości 6% wartości transakcji, również w przypadku rynku pierwotnego.

Wprowadzenie dodatkowego obciążenia dla nabywców mieszkań na wynajem zmniejsza opłacalność takiej inwestycji i w połączeniu ze środowiskiem wysokich stóp procentowych może być zabójcze dla rozwoju całego

rynku w najmu instytucjonalnego w Polsce, pomimo, że rynek dopiero raczkuje.

Poza powyższym, rozwój rynku mogą spowalniać takie kwestie jak dalsza agresja Rosji na Ukrainę, która może wpływać na strategiczne decyzje funduszy zagranicznych dot. inwestycji w regionie. Po drugie, dostępność gruntów, gdzie podaż jest głównym problemem. Najlepsze grunty, bez wad prawnych z kompletem pozwoleń administracyjnych w najlepszych lokalizacjach cieszą się bardzo dużym, ciągłym zainteresowaniem inwestorów.

Zły PR oraz potencjalne zmiany legislacyjne, mogą zdusić rynek w zarodku

Na dzień dzisiejszy, transakcje PRS są dość widoczne i przyciągają uwagę opinii publicznej, zaś potencjalna presja polityczna przed wyborami może spowodować wprowadzenie dodatkowych przepisów, które mogą negatywnie wpłynąć na rynek na wciąż bardzo wczesnym etapie rozwoju.

Naszym zdaniem istnieje wiele korzyści z istnienia zdrowego rynku PRS (jako części szerszego rynku wynajmu), który będzie istniał równoległe do sektora mieszkaniowego, ponieważ nie wszyscy chcą być właścicielami nieruchomości.

Wydaje się, że rozwój sektora najmu instytucjonalnego mógłby mieć pozytywny wpływ i podwyższać standardy w szeroko pojętym sektorze najmu, a przypadku spowolnienia na rynku nieruchomości mieszkaniowych na sprzedaż, łagodzić zawirowania po stronie deweloperów i generalnych wykonawców, ale z racji na małą skalę sektora, na ten moment ten wpływ jest ograniczony.

W naszej opinii, rynek mieszkań na sprzedaż jak i rynek najmu są odpowiednią na różne potrzeby konsumentów i mogą rozwijać się równoległe, z korzyścią dla mieszkańców.

Kompleksowy przegląd rynku PRS w Polsce w jednym miejscu

Dynamiczny rozwój rynku najmu instytucjonalnego w Polsce powinien być poddany kompleksowej analizie oddającej spojrzenie na obecne trendy i prognozy. W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie sektorem PRS w Polsce,

zespół nieruchomości PwC rozpoczął cykl półrocznych raportów, prezentujących rzetelny przegląd rynku. Analizie są poddane najbardziej aktywne miasta w Polsce, dotychczasowe transakcje, a także komentarze rynkowych liderów PRS. Dodatkowo każda edycja jest wzbogacona o inne ważne dla rozwoju sektora PRS informacje, związane m.in. z kluczowymi zagadnieniami podatkowymi czy prawnymi, z którymi można zetknąć się działając tym sektorem.

O autorach

Kinga Barchoń - partnerka PwC odpowiedzialna za cały obszar nieruchomości.

Posiada kilkunastoletnie doświadczenie zawodowe w prowadzeniu i nadzorowaniu projektów typu due diligence oraz optymalizacji portfeli nieruchomości.

Jest członkiem Association of Chartered Certified Accountants (ACCA), Association of Certified Fraud Examiners (CFE) oraz Institute of Internal Auditors (CIA). Posiada również Royal Institute of Chartered Surveyors (RICS).

Oprócz projektów związanych z analizą finansową nieruchomości Kinga specjalizuje się w przeglądzie finansowym księgowości transakcyjnej, analizie projekcji finansowych nieruchomości i spółek oraz warunków umów sprzedaży nieruchomości i spółek, jak również obsłudze potransakcyjnej.

Tomasz Ciesielski - Wicedyrektor Deals PwC Polska, od 2020 roku lider zespołu Real Estate M&A w Polsce, specjalizujący się w obsłudze transakcji kupna/sprzedaży nieruchomości, a także doradztwa nieruchomościowego i transakcji JV.

Przed dołączeniem do PwC Tomasz przez 15 lat pracował w sektorze bankowym w Londynie i Warszawie, gdzie zajmował się finansowaniem kluczowych korporacji z sektorów Oil & Gas, Metals & Mining, Telecoms w Polsce i regionie CEE.

Od 2014 roku Tomasz, w ramach zespołu finansowania nieruchomości banku BNP Paribas, specjalizował się w finansowaniu projektów nieruchomościowych dla kluczowych deweloperów i inwestorów na rynku polskim. W ramach

projektów deweloperskich Tomasz odpowiadał za udzielanie finansowania budowy lub zakupu gotowych nieruchomości magazynowych, biurowych, handlowych i mieszkaniowych o łącznej powierzchni blisko 1 miliona m².

Tomasz ukończył studia magisterskie na Uniwersytecie Łódzkim, na kierunku Informatyka i Ekonometria, oraz studia podyplomowe z Zarządzania na Neoma Business School w Rouen, Francja.

Michał Mania - Menedżer w zespole PwC Real Estate M&A.

Przed dołączeniem do PwC, Michał zarządzał oportunistycznym funduszem inwestycyjnym w Warszawie, gdzie zarządzał aktywami przekraczającymi 50 mln euro. W przeszłości pracował w dziale rynków kapitałowych JLL (w Londynie i Warszawie) gdzie doradzał przy transakcjach o łącznej wartości przekraczającej 2 miliardy euro. W PwC, Michał specjalizuje się w doradztwie przy transakcjach nieruchomościowych oraz doradztwie w pozyskiwaniu finansowania. Aktualnie, zasiada w Radzie Nadzorczej notowanej na GPW spółki ZUK S.A., gdzie również jest członkiem komitetu audytu.

Michał posiada wykształcenie wyższe; tytuł licencjata w dziedzinie nauk ścisłych uzyskał na

Royal Holloway, University of London oraz jest absolwentem IESE Business School w Barcelonie, gdzie ukończył studia podyplomowe Master of Business Administration (MBA).

Zespół Real Estate M&A specjalizuje się w pośrednictwie w sprzedaży nieruchomości, pozyskiwaniu inwestorów kapitałowych czy struktur JV dla projektów nieruchomościowych oraz w poszukiwaniu finansowania projektów nieruchomościowych.



Przegląd rynku PRS
w Polsce - sprawdź podsumowanie

Inżynier budownictwa to zawód ceniony na całym świecie

Inżynier budownictwa to zawód ceniony na całym świecie i bardzo odpowiedzialny – mówi dr hab., inż. Marta Kosior-Kazberuk, prof. PB, Rektor Politechniki Białostockiej. – Certyfikat EUR-ACE® Label jest gwarancją jakości wykształcenia uznawaną w całej Europie.

– Zawód inżyniera budownictwa należy do tradycyjnych zawodów o ugruntowanym prestiżu – mówi dr hab., inż. Marta Kosior-Kazberuk, prof. PB, Rektor Politechniki Białostockiej. – Pomimo konkurencji nowoczesnych zawodów, które pojawiają się w związku z rozwojem technologii i zmieniającymi się uwarunkowaniami na rynku pracy, studia na kierunku budownictwo nadal cieszą się zainteresowaniem, a inżynierowie budownictwa są i będą poszukiwani na rynku pracy w Polsce i na świecie. Jednocześnie, to zawód wymagający i bardzo odpowiedzialny.

Jak zmienia się jakość edukacji inżynierów budownictwa w Europie i w Polsce?

Chcąc sprostać wymaganiom związanym z kształceniem inżynierów budownictwa uczelnie sięgają po certyfikaty potwierdzające jakość kształcenia co najmniej na poziomie europejskim, takie jak EUR-ACE® Label.

EUR-ACE® Label (EUropean ACcredited Engineer) jest akredytacją środowiskową, w ramach której dokonuje się oceny jakości programów studiów technicznych. Jest ściśle powiązana z procesem bolońskim, co oznacza że opiera się na standardach i wskazówkach dotyczących zapewnienia jakości kształcenia w Europejskim Obszarze Szkolnictwa Wyższego. Przyznaje ją ENAEE (European Network for Accreditation of Engineering Education), sieć zrzeszająca europejskie instytucje zajmujące się akredytacją kierunków technicznych. Uprawnienia do nadawania razem ze swoją akredytacją europejskiego certyfikatu jakości EUR-ACE® Label posiada w Polsce Komisja Akredytacyjna Uczelni Technicznych (KAUT).

Znak jakości EUR-ACE® Label jest rozpoznawalny we wszystkich krajach europejskich, ponieważ oparty

jest o spójne ramy standardów mierzących efektywność programów studiów technicznych. Co kilka lat standardy i kryteria oceny programów studiów podlegają weryfikacji i modernizacji zgodnie z aktualnymi trendami i potrzebami w zakresie kształcenia inżynierów.

Europejska Federacja Krajowych Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych (Engineers Europe) automatycznie zalicza programy posiadające EUR-ACE® Label jako uprawnione do uzyskania tytułu Inżyniera Europejskiego (Eur Ing).

Jak uczelnie w programach studiów nadążają za wyzwaniami współczesności?

Polskie uczelnie są bardzo dobrze przygotowane do kształcenia inżynierów budownictwa. Zapewniają kadre o wysokich kwalifikacjach, dysponują nowoczesną infrastrukturą wykorzystywaną w procesie edukacji (potrafią zdobywać fundusze na ciągły rozwój bazy naukowo-dydaktycznej). Współcześni studenci oczekują przede wszystkim zajęć praktycznych i jak najbliższego kontaktu z zawodem już w trakcie studiów. Student trzeciej dekady XXI wieku jest inny niż choćby 10 lat temu (np. mało interesują go materiały do przeczytania, woli słuchać i oglądać). Największym wyzwaniem jakie staje przed nauczycielami akademickimi jest tworzenie treści dostosowanych formą do sposobu percepcji naszych studentów. Przez cały proces kształcenia wyposażamy też współczesnych inżynierów w szereg kompetencji miękkich.

Materiał pojawił się w rubryce „Builder Zoom”, publikowanej w miesięczniku „Builder” oraz serwisie internetowym builderpolska.pl.





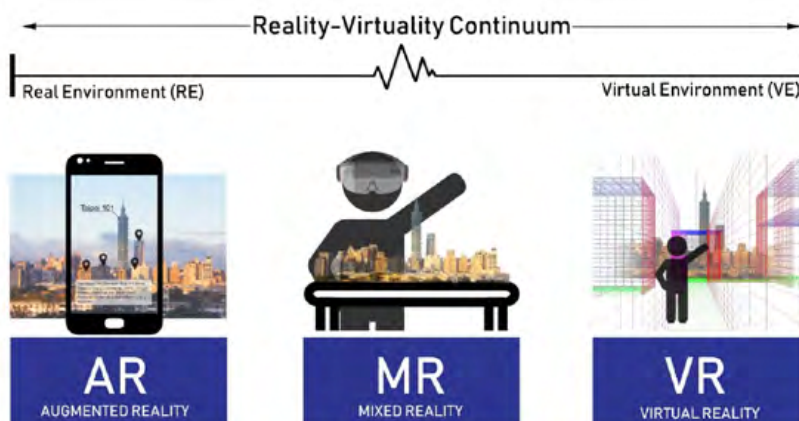
XR w biznesie jest już faktem

Dr hab. inż. Wiesław Urban, prof. PB
 Kierownik Katedry Zarządzania Produkcją
 Wydział Inżynierii Zarządzania
 Politechnika Białostocka

Świat zmienia się w szaleńczym tempie i nic na to nie poradzimy, możemy więc biernie patrzeć na rozwój zdarzeń, ale możemy również aktywnie kreować przyszłość i budować dla siebie nowe miejsce w tej przestrzeni. Wiedzą o tym dobrze menedżerowie wizjonerzy, którzy z łatwością wyczuwają zmiany oraz nadchodzące wraz z nimi okazje.

Jedną z głównych wiązek technologicznych Przemysłu 4.0/5.0 jest technologia XR. Nie

można XR utożsamiać jedynie z goglami do gier komputerowych. XR, czyli Extended Reality to cały ekosystem VR/AR/MR, tj. Virtual Reality, Augmented Reality i Mixed Reality. W ekosystemach XR kluczową rolę odgrywają nie tyle same fizyczne urządzenia służące do „wyświetlania” obrazu (różnego typu okulary, ekrany, tablety) ale oprogramowanie o różnym przeznaczeniu i funkcjonalnościach oraz sprzęgnięcie sieciowe z innymi urządzeniami, w tym innymi XR-ami.

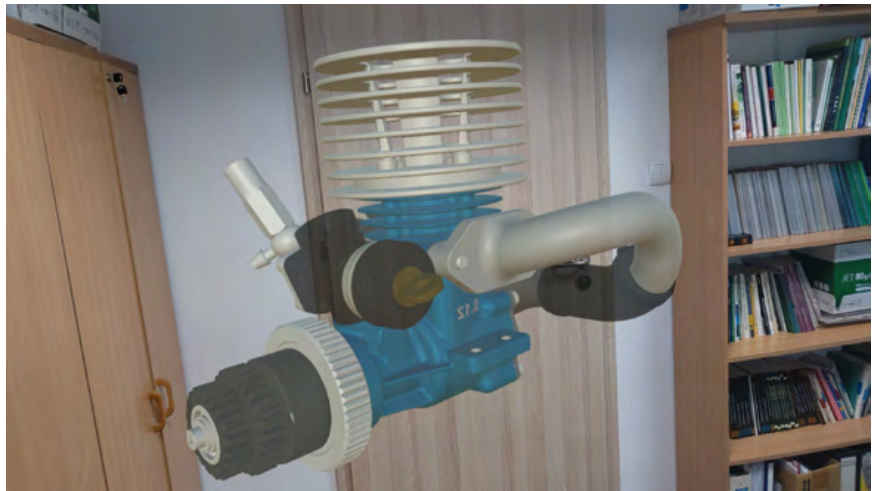


Aby łatwiej ogarnąć na czym polegają różnice pomiędzy poszczególnymi składnikami XR najlepiej wyobrazić sobie ciągłą oś pomiędzy światem rzeczywistym a światem całkowicie wirtualnym. Po jednej skrajnej stronie znajduje się prawdziwa rzeczywistość, po drugiej skrajnej stronie całkowicie cyfrowy świat, VR. Pomiędzy tymi skrajnościami jest rozszerzona rzeczywistość oraz mieszana rzeczywistość (patrz grafika). Dlaczego jest to takie ważne, otóż dlatego, że każda z tych rzeczywistości ma inne zastosowania i dostarcza innych możliwości, jeśli chodzi o wykorzystanie w biznesie.

Potencjał zastosowań XR w procesach przemysłowych i usługowych rośnie praktycznie z dnia na dzień. Wydaje się, że mimo wielu znanych i obiecujących zastosowań, większość jest jeszcze nieodkryta, tj. nieopracowana. Dlatego należy przedstawić parę faktów odnośnie do tego jak XR wykorzystuje się w biznesie.

Szkolenia pracowników są obszarem, gdzie XR zdobyło już prawdopodobnie najszersze zastosowanie. Szkolenia z XR są często znacznie tańsze, szybsze i lepsze. Dobrze przygotowane szkolenie w VR może zapewnić znacznie lepsze wrażenia, tzw. immersyjność, niż szkolenia w „realu”. Szkolenia z XR to nie tylko wprowadzające sety szkoleniowe dla pracowników, jak chociażby szkolenie BHP-owskie. Olbrzymi potencjał mają szkolenia z systematycznie opracowywanych i usprawnianych standardów pracy operatorów z wykorzystaniem MR lub AR, gdzie obraz wirtualny jest wyświetlany na tle rzeczywistych narzędzi i rzeczywistego materiału. A propagowanie najlepszych standardów, jak dobrze wiadomo, to sedno Lean Manufacturing. Boeing przykładowo już wykorzystuje XR do szkolenia swoich pilotów i inżynierów.

Siemens wykorzystuje XR do projektowania i wizualizacji swoich urządzeń przemysłowych. Przy użyciu aplikacji VR, projektanci mogą zobaczyć, jak urządzenia będą działać w rzeczywistych warunkach i jak będą współpracowały z innymi urządzeniami. Prototyp



wyrobu zmienia swoje znaczenie, a często zaczyna być zbędny.

Projektowanie i wykonawstwo jednostkowych produktów, jak przykładowo zaawansowanych urządzeń przemysłowych, maszyn, linii i instalacji dzięki MR/AR może przebiegać znacznie szybciej i osiągać znacznie lepszą jakość. XR może tu działać w obie strony – pozwalać klientowi oglądać swoje przyszłe urządzenie i dostarczać tzw. feedbacku oraz pozwalać projektantom widzieć wykonywane urządzenie w jego przyszłych warunkach pracy.

XR otwiera zupełnie nowe perspektywy przed sektorem projektowania architektonicznego, meblarskim i wykończenia wnętrz. Klienci będą mogli widzieć swoje pomieszczenia bardzo realistycznie zanim one powstaną, co już praktykują wiodące firmy jak IKEA, czy amerykańska Trimble. Inną sferą są operacje chirurgiczne i diagnostyka medyczna, gdzie XR pozwala na osiągnięcie lepszej skuteczności, trafności diagnoz, współpracę ze światowymi specjalistami oraz szybkie uczenie się najlepszych praktyk.

Marketingowcy i sprzedawcy mogą zdalnie demonstrować działanie swoich produktów dla klientów. Zdalnie kierowane prace konserwatorskie i serwisowe staną się niedługo czymś normalnym, co pozwoli m.in. znacznie lepiej wykorzystać cenną wiedzę i doświadczenia inżynierów, a przy okazji mocno oszczędzić czas i wydatki tracone na przejazdy. I wreszcie praca zespołowa wszelkich specjalistów

rozsianych w różnych lokalizacjach dzięki XR staje się bardziej efektywna.

W obszarze produkcyjnym, jak przykładowo szacuje firma Forrester Research, już obecnie wykorzystanie urządzenia HoloLens2, jednej z najpopularniejszych technologii MR, pozwala na 30% poprawę efektywności pracy specjalistów, inżynierów, projektantów; pozwala ograniczyć ich podróże o 75%; pozwala na osiągnięcie ROI na inwestycji w tę technologię na poziomie 180%. Ale to są bez wątpienia tylko początki tego co może zaoferować XR.

Specjaliści opracowują różne technologie z obszaru XR my natomiast w Katedrze Zarządzania Produkcją na Politechnice Białostockiej (foto) pracujemy nad praktycznym wykorzystaniem XR do różnych sfer zarządzania procesami, a w systemach produkcyjnych przede wszystkim.

Nadszedł właśnie czas, aby badać jak XR może być wykorzystywana biznesowo, jak dostarcza wartości firmom i ich klientom, jak poprawia sprawność procesów, jak oszczędza koszty, etc. Zapraszamy do współpracy z naszym zespołem, razem możemy opracować coś naprawdę przełomowego dla sukcesu waszej firmy, przy jednoczesnych korzyściach dla nauki. (fot. XR Lab KZP, graf. Osorto Carrasco i Chen, 2021).



Onkologia na najwyższym poziomie



Z Panią Magdaleną Joanną Borkowską,
dyrektorką Białostockiego Centrum Onkologii
im. Marii Skłodowskiej-Curie
rozmawia Adam Walicki,
prezes Instytutu Kronenberga

Adam Walicki – Pani Dyrektorko, zaczniemy naszą rozmowę od kilku faktów. Stan zdrowia Polaków stale się pogarsza. Nowotwory złośliwe są po chorobach układu krążenia drugą przyczyną zgonów w Polsce. Jak z tej perspektywy można dziś ocenić system opieki nad pacjentami z chorobami nowotworowymi i stan zdrowia Polaków?

Magdalena Joanna Borkowska – Z perspektywy danych epidemiologicznych dotyczących chorób nowotworowych w Polsce, wciąż zauważalna jest duża zachorowalność na raka. Jednocześnie wskazuje to na potrzebę podejmowania kolejnych działań w zakresie profilaktyki, diagnostyki i leczenia. Pamiętajmy, że wciąż istnieją nierówności w dostępie do opieki onkologicznej. Zależy to od konkretnego

regionu i poziomu ekonomicznego. W ciągu ostatnich kilku lat dokonano wielu zmian w systemie opieki zdrowotnej. Te zmiany dotyczyły także onkologii. Dobrze, że mamy świadomość wzajemnych relacji między tak potrzebnymi zmianami systemowymi, jak również zmianami na poziomie społecznym. Procesom inwestycyjnym w infrastrukturę ośrodków onkologicznych musi towarzyszyć inwestowanie w profilaktykę i szkolenia personelu medycznego. Nie można zapominać o zapewnieniu szerszego dostępu do nowoczesnych metod leczenia i nowoczesnych leków onkologicznych. Wszystkie konieczne działania spaja jedna ważna idea, jaką jest konieczność uświadomienia pacjentów, że są kreatorami swojego zdrowia. Dbając o właściwy tryb życia, to

pacjenci sami w znacznym stopniu decydują o swym losie.

A.W. – Przed jakimi nowymi wyzwaniami stoi obecnie polski system opieki nad osobami z chorobami nowotworowymi? Czy możemy już mówić o systemie, czy nadal o jego elementach? W jaki sposób Narodowa Strategia Onkologiczna i Krajowa Sieć Onkologiczna tworzą już tak potrzebną wartość dodaną i dla pacjentów i dla lekarzy?

M.J.B. – Polski system opieki nad osobami z chorobami nowotworowymi stoi przed wieloma wyzwaniami. Jednym z najważniejszych jest rosnąca liczba zachorowań na raka, ale istotnym są także stale rosnące koszty leczenia oraz niedobór kadry medycznej wyspecjalizowanej w leczeniu onkologicznym. Narodowa Strategia Onkologiczna i Krajowa Sieć Onkologiczna są ważnymi elementami poprawy systemu opieki nad pacjentami z chorobami nowotworowymi. Chodzi tu o poprawę jakości opieki onkologicznej i koordynację działań pomiędzy różnymi placówkami, a także zwiększenie dostępności do nowoczesnych metod diagnostycznych i terapeutycznych.

Białostockie Centrum Onkologii jako jeden z czterech szpitali w kraju

brało udział w pilotażowym programie Krajowej Sieci Onkologicznej. Naszym zdaniem pilotaż się sprawdził. Mamy wiele potrzebnych wniosków. Mamy też swoje doświadczenia i spostrzeżenia wynikające z trudu jego organizacji. Jednak zgodnie z misją szpitala, tj. „Pacjent w centrum uwagi”, wszystkie działania, które podjęliśmy, tworzą już wartość dodaną i dla naszych pacjentów i dla naszych lekarzy. Wyniki pilotażu Krajowej Sieci Onkologicznej wzmocniły nasze przekonanie, że warto stosować bardziej kompleksowe i holistyczne podejście do pacjenta. Jednym z wiodących celów naszych działań jest skracanie ścieżki dostępu pacjenta do lekarza i leczenia. Wierzę, że dzięki tym rozwiązaniom pacjent czuje się zaopiekowany.

A.W. – Wszyscy jesteśmy zgodni, że system opieki zdrowotnej wymaga zwiększenia nakładów, nowych inwestycji, nowych kadr, czy też zmian organizacyjnych. Gdzie w tym złożonym systemie jest miejsce na profilaktykę? Gdzie są działania likwidujące lukę kompetencyjną w społeczeństwie w sferze wiedzy o chorobach nowotworowych?

M.J.B. – Wzrost nakładów, nowych inwestycji, zmian kadrowych i organizacyjnych w systemie opieki zdrowotnej jest z pewnością ważny, ale nie wystarczy, by skutecznie przeciwdziałać chorobom. Kluczową rolę odgrywa tu profilaktyka. Może ona obejmować edukację i zwiększanie świadomości społecznej w zakresie zdrowego stylu życia, zachęcanie do regularnych badań przesiewowych oraz wczesnego wykrywania chorób, a także promowania programów szczepień.

Białostockie Centrum Onkologii realizuje wiele programów, działań i akcji związanych z profilaktyką chorób nowotworowych i szeroko rozumianą edukacją zdrowotną. Dla przykładu podczas Tygodnia Profilaktyki Raka Szyjki Macicy zorganizowaliśmy spotkania z młodymi kobietami, białostockimi licealistkami, które miały szansę porozmawiać z naszymi lekarzami o profilaktyce i szczepieniach przeciwko wirusowi HPV, który jest jednym z głównych czynników ryzyka zachorowania na ten rodzaj nowotworu. W ramach zwiększania świadomości nowotworów męskich, czyli raka gruczołu krokowego i jąder, zachęcaliśmy mężczyzn do regularnych badań profilaktycznych i wizyt u urologa.





W Białostockim Centrum Onkologii funkcjonuje Centrum Leczenia Nowotworów Skóry – Skin Cancer Melanoma Unit, które z kolei organizuje akcje profilaktyki nowotworów skóry, ostatnie pod hasłem „Badaj znamiona – wyroluj czerniaka”. W BCO aktywnie działa także Centrum Chorób Piersi, które organizowało na przykład Ogólnopolską Konferencję dla kobiet w trakcie i po leczeniu raka piersi „Chcę być świadoma i wiedzieć więcej”. Od blisko dwóch lat w BCO działa także Colorectal Cancer Unit, który zajmuje się kompleksowo pacjentami z rakiem jelita grubego. Nasi specjaliści aktywnie uczestniczyli w kampanii pod hasłem „Nie miej tego gdzieś”, której celem było podnoszenie świadomości Polaków na temat raka jelita grubego.

A.W. – W jaki sposób Białostockie Centrum Onkologii buduje społeczność pacjentów? Jakie nowe działania mogą skupiać uwagę różnych grup społecznych, które mają lub mogą być zagrożone chorobami nowotworowymi?

M.J.B. – Chcąc budować i wspierać społeczność naszych pacjentów oraz lekarzy tworzymy grupę bohaterów i bohaterów BCO. W lutym z okazji Dnia Walki z Rakiem odbyło się ich pierwsze spotkanie połączone z koncertem Orkiestry Symfonicznej. Co roku organizujemy też OnkoRun. Ten bieg po zdrowie adresowany jest nie tylko do pacjentów onkologicznych, ale także

do ich rodzin, pracowników BCO, naszych sympatyków, pasjonatów biegania, jak również wszystkich lubiących aktywnie spędzać czas.

Wkrótce też będziemy nagrywać video podcasty, gdzie nasi specjaliści przedstawią fakty i obalą mity na temat zdrowia. W ramach realizowanych przez BCO projektów zdrowotnych w zakresie profilaktyki nowotworów piersi, jelita grubego, skóry, szyjki macicy, płuc czy obrzęku limfatycznego chętni mogli skorzystać z bezpłatnych badań, takich jak kolonoskopia, cytologia, mammografia czy niskodawkowa tomografia komputerowa płuc.

Te wszystkie inicjatywy postrzegamy jako inwestycję w zdrowie społeczeństwa, która może korzystnie wpłynąć na jakość życia i ogólną kondycję zdrowotną. Uważam, że podejmowanie

ich to nasz obowiązek jako pracowników systemu opieki zdrowotnej.

A.W. – Pani Dyrektor, Białostockie Centrum Onkologii jest postrzegane w kraju jako bardzo dobry ośrodek diagnostyki i terapii chorób nowotworowych. Potwierdzają to zarówno różnego rodzaju rankingi i otrzymane nagrody. Znajduje to także potwierdzenie w opiniach pacjentów. Co jest najsilniejszym wyróżnikiem Białostockiego Centrum Onkologii? Czy można mówić o specjalizacji w diagnostyce i w prowadzonych terapiach nowotworów?

M.J.B. – Jesteśmy ośrodkiem o ścisłym profilu onkologicznym prowadzącym kompleksowe leczenie, diagnostykę i rehabilitację pacjentów z chorobami nowotworowymi, posiadającym unity, wypracowującym prawidłową kulturę organizacyjną.

Najsilniejszym wyróżnikiem Białostockiego Centrum Onkologii jest z pewnością kadra i jej wysoki poziom specjalizacji oraz doświadczenie w leczeniu chorób onkologicznych. BCO posiada specjalistów z różnych dziedzin medycznych, takich jak chirurgia onkologiczna, radioterapia, chemioterapia czy patomorfologia. Ważna jest również możliwość korzystania z konsultacji wielodyscyplinarnych, tzw. konsyliów, gdzie lekarze różnych specjalizacji omawiają przypadki



pacjentów, co pozwala na jeszcze bardziej precyzyjne i efektywne podejście do leczenia. Chcemy wypracować metody, aby pacjent był jak najlepiej zaopiekowany, wręcz prowadzony za rękę w tym trudnym dla niego czasie.

A.W. – Zgodnie z zapowiedziami w ostatnich latach BCO nieustannie się rozwija. Z czego jest Pani najbardziej zadowolona jako dyrektor BCO? Co ma Pani jeszcze w planach na najbliższe lata?

M.J.B. – Rozwój to słowo klucz. Trwa remont najstarszej części szpitala od ul. Ogrodowej. Znajdą się tam Zakład Brachyterapii i Rehabilitacji Onkologicznej. Tworzymy również filię Zakładu Radioterapii w Suwałkach, tak by pacjenci, którzy do tej pory musieli przyjeżdżać do Białegostoku, mieli zapewnioną opiekę blisko swoich domów. W przyszłym roku rozpoczniemy również budowę Breast Cancer Unit – Centrum Leczenia Chorób Piersi. Inwestujemy w nowoczesny sprzęt medyczny. Już

niedługo nasi lekarze będą korzystać z robota da Vinci, zaawansowanego technologicznie urządzenia umożliwiającego przeprowadzenie zabiegów chirurgicznych. Wszystko to dlatego, że nasi pacjenci zasługują na najlepsze.

A.W. Jest Pani uznaną i szanowaną menedżerką. W styczniu 2023 roku została Pani wyróżniona w kategorii Menedżer Roku 2022 w Ochronie Zdrowia w prestiżowym konkursie „Sukces Roku w Ochronie Zdrowia – Liderzy Medycyny”. Co jest dla Pani najważniejszą wartością w kierowaniu Białostockim Centrum Onkologii?

M.J.B. – Od blisko sześciu lat pełnię funkcję dyrektora Białostockiego Centrum Onkologii i z dumą mogę powiedzieć, że udało nam się wiele dokonać. Dzięki ciężkiej pracy całego zespołu medycznego oraz pracowników administracyjnych każdego dnia dbamy o komfort i jakość opieki medycznej. Jednak realizacja tego wyzwania nie byłaby możliwa, gdyby nie zaangażowanie

wszystkich pracowników. Bo przecież sprawny menedżer jest mądry mądrością swoich ludzi. Jest mi też niezmiernie miło z powodu wyróżnienia, które otrzymałam w konkursie „Pracodawca Przyjazny Pracownikom”, tym bardziej że kandydatów do nagrody zgłaszali sami pracownicy. To dla mnie motywacja do działania, zwłaszcza że praca w ochronie zdrowia to zajęcie niełatwe, wymagające ciągłego rozwoju i uczenia się wciąż nowych rzeczy. Ale dzięki takim nagrodom, mam pewność, że to, co robimy, ma sens i przynosi efekty. Nie zapominam również o naszej misji. Dbalność o pacjentów i zapewnienie im jak najlepszej opieki medycznej to podstawa. Wszystkie decyzje i działania podejmowane są z myślą o ich zdrowiu i dobrej kondycji. W końcu szpital to ludzie, a przede wszystkim pacjenci, których dobro jest dla nas najwyższą wartością.



Magdalena Joanna Borkowska – dyrektor Białostockiego Centrum Onkologii im. Marii Skłodowskiej-Curie w Białymstoku, z wykształcenia prawnik. Pochodzi z Augustowa, całe swoje zawodowe życie związana jest z systemem ochrony zdrowia. Przez wiele lat pracowała w Podlaskiej Regionalnej Kasie Chorych oraz Narodowym Funduszu Zdrowia. Pełniła m.in. funkcję zastępcy dyrektora oraz p.o. dyrektora Podlaskiego Oddziału NFZ. Jako wykładowca prowadziła zajęcia na studiach podyplomowych z zakresu zarządzania jednostkami ochrony zdrowia. Pracowała również w Centrali NFZ na stanowisku zastępcy dyrektora gabinetu Prezesa. Fundatorka Fundacji „Pierwsza dla piersi”. W 2023 roku została powołana do Podlaskiej Rady Kobiet. W codziennej pracy kieruje się słowami wybitnego polskiego psychologa Jacka Santorskiego – „Zarządzanie polega na tym, żeby robić rzeczy właściwie, a przywództwo, żeby robić właściwe rzeczy”. Duży nacisk kładzie na sprawną organizację pracy. Jako priorytet traktuje profesjonalną opiekę nad pacjentem oraz dalszy rozwój BCO.

ZALECENIA EUROPEJSKIEGO KODEKSU WALKI Z RAKIEM

- Nie pal.
- Stwórz w domu środowisko wolne od dymu tytoniowego.
- Utrzymuj prawidłową masę ciała.
- Bądź aktywny fizycznie w codziennym życiu.
- Przestrzegaj zaleceń prawidłowego sposobu żywienia.
- Jeśli pijesz alkohol dowolnego rodzaju, ogranicz jego spożycie.
- Unikaj nadmiernej ekspozycji na promienie słoneczne.
- Chron się przed działaniem substancji rakotwórczych w miejscu pracy.
- Uważaj na wysoki poziom radonu w otoczeniu.
- Karm piersią. Unikaj hormonalnej terapii zastępczej.
- Zaszczep dziecko przeciwko wirusowemu zapaleniu wątroby typu B i wirusowi brodawczaka ludzkiego – HPV.



Wiktor Sawosz,
Właściciel, Prezes Zarządu Brand Distribution

Od lokalnego biznesu do międzynarodowego giganta sektora FMCG

Początki Brand Distribution Group



Brand Distribution[®]
Źródło najlepszych marek i usług konsumenckich

Gdy w 1993 roku Brand Distribution Group startowała na białostockim rynku, już wtedy jej twórca Wiktor Sawosz miał wizję, że firma stanie się liderem branży dystrybucyjnej dla sektora FMCG w Polsce i na świecie

Obecnie Grupa prowadzi działalność operacyjną na ponad 100 rynkach i dociera do klientów na 6 kontynentach. Pozyskuje i dystrybuje wysokiej jakości marki ze wszystkich zakątków globu, aby zapewnić konkurencyjną ofertę. Jest również wyłącznym dystrybutorem specjalistycznych brandów z kategorii kosmetyków, chemii gospodarczej i pielęgnacji. Co więcej, świadczy komplementarne usługi skracające czas pracy jej kontrahentów obejmujące m.in.: marketing, obsługę celną, finansową oraz logistykę. Grupa buduje własną sieć hard dyskontów pod marką Vollmart, inwestuje w rozwój E-commerce, poszerza swoją ofertę logistyczną i rozwija spółki w Niemczech, Hiszpanii, USA, Wielkiej Brytanii i w Singapurze – tworząc międzynarodowy holding.

Osiągnięcie tego sukcesu nie byłoby możliwe, gdyby nie dwa ważne filary, wartości, na których opiera się biznes Wiktora Sawosza: zaufanie i wzajemność. „Od samego początku istnienia firmy stawiałem na ludzi i relacje. Wiedziałem, że jeśli chcę osiągnąć wielkoformatowy sukces, to muszę mieć nie tylko do siebie zaufanie na różnych płaszczyznach działań, ale przede wszystkim do pracowników. Otworzyliśmy się na wzajemne doświadczenia i wizje rozwoju. Świat był i jest różnorodny. My również. I tak jest do tej pory”. – mówi Wiktor Sawosz.

MAŁE KROKI, WIELKIE CELE

W 1989 roku, kiedy w kraju następowały demokratyczne przemiany, Polacy założyli ok. 26 tys. firm. W 1993 roku do tego grona dołączył Wiktor Sawosz. Przedsiębiorcy w ogromnej większości nie mieli skąd czerpać wzorców, jak prowadzi się firmę. „To prawda”. – potwierdza założyciel Brand Distribution Group. „Ja także wymyśliłem swój biznes sam. Miałem oczywiście świadomość, że rynek jest chłonny, ale nie to było moim głównym motywatorem. Marzyłem, aby ludzie na całym świecie odkrywali nowe smaki, zapachy, mieli dostęp do produktów o wysokiej jakości, które pozytywnie wpłyną na ich zdrowie, samopoczucie, kondycję, witalność, ale także na świat ich otaczający – na środowisko”.

Początkowo firma zajmowała się eksportem słodyczy. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej Wiktor Sawosz poszerzył ofertę o towary, takie jak, chociażby napoje, kosmetyki czy chemię gospodarczą. Postawił na najbardziej rozpoznawalne, lubiane i poszukiwane marki, które cieszyły się zaufaniem u Klientów.

Z dzisiejszej perspektywy może się wydawać, że sukces przyszedł szybko. Warunki temu bardzo sprzyjały. „Nic bardziej mylnego”. – zaznacza Wiktor Sawosz. „Budowa firmy wymagała od nas wielkiej determinacji, ogromu pracy i zaangażowania coraz większego zespołu. Na sukces czekaliśmy 8 lat. Przyszedł w 2001 roku. Był to dla nas ogromny bodziec, ale jednocześnie potwierdzenie, że przyjęty model biznesowy sprawdza się”.

Brand Distribution otworzyła się na nowe rynki. Pierwszy zagraniczny oddział powstał w 2006 roku w Hiszpanii. Ten ruch zapoczątkował rozwój grupy również w krajach Europy Zachodniej.

RECEPTA NA SUKCES

Wartością, którą kierował się Wiktor Sawosz, prowadząc biznes, była wzajemność – „Traktuj innych tak, jak sam chciałbyś być traktowany”. Skrupulatnie dążył do tego, aby Brand Distribution oferowała kompleksowe usługi od: „Powiedz mi, czego potrzebujesz?”, po: „Proszę, wszystko gotowe, nic nie musisz więcej robić”. Zgodnie z tą maksymą działania firmy rozpoczynają się od wyszukania atrakcyjnego towaru nawet w najdalszych zakątkach świata, poprzez logistykę, przygotowanie wszystkich wymaganych dokumentów celnych, aż po transport i obsługę potransakcyjną. To proces, w który zaangażowane są wszystkie działy, aby zapewnić klientom kompleksowy i najwyższej jakości serwis.

WYRÓŻNIK, KTÓRY WABI

I, mimo że na świecie funkcjonuje wiele firm działających podobnie, Brand Distribution wygrywa. Sekretem sukcesu jest zrozumienie specyfiki danego regionu oraz bardzo wnikliwe śledzenie trendów społecznych i konsumenckich na rynkach lokalnych.

„Rynki azjatyckie przywiązują ogromną wagę do love brands – oryginalnych, rozpoznawalnych produktów, takich jak np. Coca-Cola. Na półwyspie Iberyjskim i w państwach francuskojęzycznych rośnie natomiast znaczenie zdrowej żywności, suplementów diety i produktów z certyfikatami ekologicznymi” – dodaje Laura Rizescu, Manager Regionu Południe. „Ta wiedza sprawia, że nasza firma jest tak atrakcyjna dla kontrahentów na całym świecie”. – podsumowuje nasza rozmówczyni.

Z kolei, o czym mówią eksperci Brand Distribution, zupełnie inną specyfiką charakteryzują się rynki arabskie.

„Kraje arabskie, ale również ich diaspora we Francji, Szwecji i na Bałkanach wskazują ogromne zapotrzebowanie na produkty z certyfikatem Halal, które są stale obecne w naszej ofercie. Ciekawym trendem jest również rosnące zainteresowanie kategorią pet food: karm premium i przysmaków, którymi można rozpieszczać swoich ulubieńców” – wyjaśnia Eliza Solecka-Boczkowska, Manager Regionu Zachód.

Ze względu na precyzyjny podział rynków, pracownicy Brand Distribution są specjalistami i doskonale rozumieją wymagania obsługiwanych krajów, weryfikują sprzedaż i potencjał rynkowy, pozycjonowanie cenowe i strategię marketingową. „Innymi słowy, ułatwiamy współpracującym z nami klientom prowadzenie dochodowych biznesów, oferując atrakcyjne jakościowo i przede wszystkim cenowo produkty”. – uzupełnia Milena Galas, Dyrektor ds. Handlu.

OD TRENDWATCHERÓW DO TRENDSETTERÓW

Przykładem zmieniających się oczekiwań jest również rosnący popyt na produkty z kategorii superfoods czy żywność funkcjonalną. „Analiza potencjału produktów na zbliżonych rynkach jest nieodzowna w budowaniu nowych rynków zbytu”. – zwraca uwagę Klaudia Ejsmont, współpracująca z obszarem frankofońskim (Francja, Belgia). – „Przykładowo wiele produktów kategorii superfoods czy żywności funkcjonalnej pochodzi m.in. z Polski, gdzie te kategorie są rozwinięte. Mamy więc swój udział w promocji rodzimych producentów na innych rynkach”. – dodaje.

W tym roku firma poszerzyła asortyment o nową kategorię produktów: alkohole. Oferta obejmuje m.in. wyselekcjonowane alkohole nisko i wysokoprocentowe, w tym popularne międzynarodowe marki, ale również wiele lokalnych produktów rzemieślniczych z całego świata. „Budujemy różnorodne portfolio alkoholi dla klientów sieciowych i HoReCa. Chcemy zbudować

komplementarną, wyróżniającą się ceną i jakością ofertę, która zaspokoi potrzeby, nawet najbardziej wymagającego klienta”. – mówi Maciej Małecki, Business Development Manager.

SUKCES W TRUDNYCH CZASACH

„Rok 2022, nie da się ukryć, był bardzo trudnym czasem na całym świecie. Jednak dzięki wspólnym wartościom, skrupulatnie realizowanej wizji, która narodziła się 30 lat temu i nowej strategii, zamknęliśmy go z rekordowym wynikiem finansowym. Zawsze powtarzam, że wartościami naszej firmy są zaangażowanie, wzajemność, zaufanie, wiedza i pasja. W tym bardzo trudnym okresie, w czasie kryzysu gospodarczego wywołanego pandemią i konfliktem za wschodnią granicą – wartości te, jak jeszcze nigdy, uświadomiły nam swoją wagę. Od początku istnienia firmy stawialiśmy na relacje i na ludzi. Miniony rok pokazał, że jest to najcenniejsze”. – podkreśla Wiktor Sawosz.

30 LAT I TO DOPIERO POCZĄTEK

W kwietniu Brand Distribution Group obchodzi 30-lecie istnienia firmy. Z tej okazji zaplanowano specjalne wydarzenia, które uczczą zaangażowanie pracowników w rozwój Grupy – firmy, która powstała z wielkich marzeń o polepszeniu życia ludzi na całej planecie.

Dzisiaj w zarządzaniu organizacją Wiktora Sawosza wspiera Armen Papazjan – wiceprezes zarządu i dyrektor generalny Brand Distribution Group. To doświadczony manager związany z branżą retail od ponad 20 lat. Firma zatrudnia ponad 200 pracowników i oferuje pracę na rynkach międzynarodowych, w działach handlowych i wspierających – co plasuje ją w czołówce najbardziej interesujących lokalnych pracodawców. Rocznie jej magazyny opuszcza ponad 150 mln produktów, a działalność jest nagradzana. Grupa może się poszczycić m.in. Diamentami Forbesa, Gazetą Biznesu Pulsu Biznesu, czy Medalem Europejskim.



Jestem otwarta na świat

Z Panią Beatą Olizarowicz – Absolwentką na kierunku Andragogiki Pracy i Doradztwa Zawodowego w Wyższej Szkole Pedagogicznej w Bydgoszczy, projektantką oraz właścicielką firmy odzieżowej w Czarnej Białostockiej rozmawia Wioletta Burnos

1. Jak rozpoczęła się Pani przygoda z modą?

Przygoda z szyciem to czysty przypadek, który okazał się strzałem w dziesiątkę. W 1995 roku na targowisku miejskim przy ul. Kawaleryjskiej otworzyliśmy z mężem trzy lokale do handlu hurtowo – detalicznego. Zwiększyliśmy zatrudnienie, wybudowaliśmy dwa budynki i unowocześniliśmy park maszynowy. Otworzyliśmy też swoje sklepy w centrum handlowym Ptak w Łodzi. Nasi klienci w tym okresie to przede wszystkim handlowcy z Ukrainy, Węgier, Czech i Rosji. Dobra passa trwała do 2007 roku jednak, kiedy Polska weszła do strefy Schengen w naszym regionie było bardzo mało klientów hurtowych i musieliśmy zamknąć część sklepów. Moja skuteczność i charyzma doprowadziły do tego, że nadal bardzo wierzyliśmy w rozwój naszej firmy i nie poddaliśmy się.

2. Czy decyzja o przeniesieniu biznesu z Kawaleryjskiej na Andersa była słuszną?

Pod koniec 2021 roku postanowiłam przenieść swoją działalność do Eko Centrum Gięda na Andersa. Otworzyłam sklep w nowej hali. Ta decyzja była spełnieniem moich marzeń, pojawiało się coraz więcej klientek, które doceniły moją pracę, jakość produktu oraz usługi. To sprawiło, że postanowiliśmy z mężem zwiększyć powierzchnię sklepu i wynajęliśmy kolejny lokal w nowej hali Giędy.

3. Ze względu na dostęp do internetu szerokopasmowego Eko Centrum staje się dobrym miejscem do prowadzenia e-commerce. Od kiedy należy Pani do grona sprzedawców, którzy korzystają z możliwości

jakie daje im handel internetowy wykorzystując social media do prowadzenia transmisji na żywo (live)?

W momencie, kiedy pojawiła się pandemia nie poddałam się, za wszelką cenę starałam się utrzymać firmę. Z dnia na dzień byliśmy zmuszeni do wstrzymania swojej sprzedaży stacjonarnej, a klienci do pozostania w domach. Przeglądając media społecznościowe natknęłam się na live sprzedażowy, dzięki temu zakiełkował mi w głowie pomysł, że mogłabym sama spróbować. Starszy syn pomógł mi w sprawach technicznych, jest bardziej doświadczony w nowoczesnych kanałach multimedialnych.

Lokale handlowe w nowej hali Giędy są wyposażone w dostęp do światłowodu, daje to znacznie większe możliwości. Zaczęłam prowadzić live sprzedażowe na Facebooku jak również TikToku pod nazwą Maxmodalive. Klientki mają możliwość obejrzenia produktów na żywo, następnie podejmują decyzję czy chcą otrzymać przesyłkę do domu, czy odebrać osobiście w sklepie na Andersa. Mogą również dokonać ewentualnych przeróbek.

4. Wielu doświadczonych przedsiębiorców ma kłopot z adaptacją nowoczesnych kanałów multimedialnych. Jak udało się Pani przełamać opór? Czy przynosi to korzyści biznesowe?

Było to niezwykle trudne wyzwanie, ale cieszę się, że udało mi się przełamać strach i postanowiłam je realizować. Jestem komunikatywna i autentyczna, teraz już czuję się swobodnie przed kamerą.

Przyniosło to bezcenne korzyści. Za pomocą live'ów mogę z łatwością dotrzeć do klientów z całego

kraju oraz z zagranicy i sprzedawać kilka razy więcej produktów niż dotychczas.

Podczas live'a każdy klient może z łatwością zapytać o szczegóły produktu, takie jak rozmiar, krój, czy dowolną inną cechę. W transmisji można uczestniczyć z dowolnego miejsca i na każdym urządzeniu z dostępem do internetu. Często live'y sprzedażowe prowadzę wieczorem, gdy większość sklepów stacjonarnych jest zamknięta, a kupujący skończyli już pracę i mogą spokojnie wziąć udział w transmisji.

5. Jaki asortyment oferuje Pani na giełdzie?

Na Giełdzie oferuje przede wszystkim odzież damską w różnych rozmiarach.

Wprowadziliśmy nowe oferty szycia odzieży. Produkujemy odzież (w szczególności bomberki, bluzy, plecaki) metodą termo-sublimalacji. Swoje produkty wystawiamy na allegro promując firmę Olitex. Stosujemy tusze firmy Epson posiadające certyfikat. Posiadamy również system przygotowania form firmy Optitex. Posiadamy w swojej firmie maszyny specjalistyczne i cały czas dokupujemy nowe potrzebne do pracy. Doświadczona kadra pracownicza jak również pracownia technologa pozwala nam wprowadzać szybko nowinki modowe w różnych rozmiarach. Dla mnie najważniejszym wariantem w firmie jest szycie odzieży w różnych rozmiarach.

Oferujemy również możliwość realizacji własnego dowolnego nadruku na kurtce czy plecaku (np. logo firmy).

Oprócz damskiej odzieży kobiety znajdują u nas także dodatki do wybranej stylizacji - torebki, obuwie, biżuterię.

6. Klienci coraz częściej sięgają po odzież szytą w kraju. Polska jest jednym z nielicznych krajów UE, w którym są szwalnie. Dlaczego odzież Polska jest zdecydowanie lepsza?

Bardzo się cieszę, że klientki doceniają jakość polskich wyrobów. Szycie ubrań na miejscu pozwala na stałą kontrolę jakości i nacisk na precyzyjne wykonanie. To sprawia, że sukienka czy spodnie przez długie lata wyglądają jak nowe.

Jest jeszcze drugi ważny powód, dla którego warto wybrać odzież z polskiej

firmy- warto wspierać polskich, lokalnych przedsiębiorców! Lepiej przeznaczyć swoje dochody na ludzi, którzy produkując ubrania, często żyją blisko nas, są naszymi sąsiadami, czy nawet znajomymi. Przychody polskich producentów bezpośrednio przekładają się też na poziom życia ich pracowników i kontrahentów.

Rynek odzieżowy jest rynkiem bardzo trudnym, ogromnym konkurentem w tej branży jest rynek chiński i turecki. W prowadzeniu firmy ważne jest abyśmy nie stanęli na laurach, musimy cały czas się rozwijać, myśleć o przyszłości, o trendach w modzie i łączyć czynniki biznesowe. Najważniejszym czynnikiem biznesowym jest sprzedaż bezpośrednia i rozmowa z klientką. Każdy wyrób kupiony u nas w sklepie możemy dopasować do indywidualnych potrzeb danej klientki, ponieważ posiadamy własną szwalnię.

7. Czy model biznesowy oparty na połączeniu 3 czynników (własnym zakładzie produkcyjnym, sprzedaży bezpośredniej oraz internetowej) jest skuteczny?

Z perspektywy 30 lat pracy w tej branży uważam, że to jest wręcz konieczne. Pozwala nam to w pełni utrzymać się na rynku sprzedaży detalicznej i hurtowej w dzisiejszych trudnych czasach.

8. Bardzo aktywnie uczestniczy Pani w akcjach organizowanych przez giełdę, co wnosi to do Pani biznesu?

Często wspieram akcje organizowane przez Giełdę. Udział w cyklicznych wydarzeniach Eko Akademii w nowej hali pomaga mi wypromować firmę, zapoznać klientki z moim asortymentem. W marcu, podczas Dnia Kobiet, zorganizowaliśmy wspólnie z zarządem Giełdy metamorfozy 4 kobiet w różnym wieku. Przygotowałam modelkom stylizacje oraz poprowadziłam pokaz mody. Wydarzenie cieszyło się dużym zainteresowaniem, w związku z tym planujemy kolejną ciekawą akcję na Giełdzie, w dniu 18 czerwca 2023r. , na którą już serdecznie wszystkich zapraszam.

9. Często kobiety wprowadzają rodzinę do biznesu, aby połączyć role zawodowe i rodzinne - jak jest w Pani przypadku?

Na pewno jako kobieta, matka i żona w większym stopniu muszę łączyć role

zawodowe i rodzinne, ale satysfakcja z udanej pracy jest dla mnie zawsze priorytetem.

Uwielbiam swoją pracę i to jest najważniejsze, a zadowolenie klientek jest dla mnie bardzo cenne. Dzięki pracowitości całej mojej rodziny oraz współpracowników, dzięki determinacji i pasji, odnalazłam się w tym biznesie. Nieustannie wsparciem dla mnie jest mój mąż i moi synowie. Ważną rolę odgrywają również pracownicy, których uważam jak za wygraną w loterii! Mam do nich ogromne zaufanie i traktuję jak rodzinę.

10. Czuje się Pani spełnioną kobietą sukcesu?

Ktoś kto kocha i lubi swoją pracę, będzie w pełni spełniony zawodowo.

W sklepie mam zamieszczonych wiele wartościowych cytatów, które dają mi poczucie inspiracji do działania. Mój ulubiony, to słowa niepełnosprawnej rekordzistki świata w triathlonach kobiet Amy Dodson: „Nigdy nie akceptuj cudzych ograniczeń. Jeśli jest coś, co chcesz zrobić, nie ma żadnego powodu, dla którego to miałaby Ci się nie udać.”

Czuję się spełniona, ale ciągle jestem otwarta na świat, chciałabym robić więcej i pokonywać własne ograniczenia. Mam wiele planów i wizji do zrealizowania.

11. W takim razie, czy zdradzi nam Pani swoje najbliższe plany biznesowe?

Jesteśmy rodzinną firmą odzieżową, działającą na rynku od ponad 30 lat, posiadamy certyfikat rzetelna firma i to zobowiązuje i jest nośnikiem energii na dalsze lata. Moim priorytetem zawsze było i będzie na najbliższe lata rozwój firmy, a zadowolenie moich klientek jest dla mnie największą nagrodą. Poznaje techniki krawieckie, które umożliwią mi lepsze i bardziej kreatywne projektowanie.

Zapraszam wszystkie panie do mojego sklepu na Andersa (lokal 322 w nowej hali). Wszystkie jesteście piękne, a wyjątkowa stylizacja pozwoli Wam uwierzyć w siebie.

Bardzo dziękuję za rozmowę

rozmach

Z Rozmachem zapewnimy Ci

- **Komunikację social media**
- **Kampanie reklamowe online**
- **Tworzenie stron internetowych**
- **Profesjonalne projekty graficzne**
- **Solidny wydruk**