LICZNA, BOGATA,

Rozmowa z **PIOTREM CHĘCIŃSKIM**, nowym dyrektorem Biura Geodezyjnej Izby Gospodarczej

JERZY PRZYWARA: Podobno można pana obejrzeć w telewizji?

PIOTR CHĘCIŃSKI: Z zawodu jestem dziennikarzem, w Telewizji Polskiej prowadzę poranną audycję „Poranek Info". Ale zasiadam też w radach nadzorczych spółek związanych z budownictwem, w jednej z nich – projektowej – przez prawie cztery lata, w innej – przez dwa. Sektor budowlany, zwłaszcza drogownictwo, w tym wykonawstwo, projektowanie czy geodezja, nie są mi zatem obce. Oczywiście, w radach nadzorczych reprezentuję interesy właścicielskie, a moje działanie nastawione jest na ekonomię, pilnowanie bilansu i kontrolę pracy zarządu, ale do tego niezbędna jest wiedza o funkcjonowaniu danego sektora gospodarki. Chociaż w rodzinie jestem czarną „humanistyczną" owcą, to przesiąkłem tematyką inżynierską, ponieważ moi rodzice są inżynierami drogownictwa. Długie lata spędziłem z nimi za granicą na kontraktach budowlanych (Libia, Irak, Turcja).

Od kiedy jest pan dyrektorem GIG?

1 czerwca podpisałem kontrakt menedżerski. Z prezesem GIG Wojciechem Matelą założyliśmy 3-4-letni okres działalności, po którym zweryfikujemy wyniki.

Kontrakt menedżerski to dość rzadko spotykane rozwiązanie.

Sam zaproponowałem taką formę zatrudnienia, bo ona jest najbardziej wydajna. Przecież nie chodzi o to, by siedzieć w biurze GIG-u i przez osiem godzin odbierać telefony. Wysokość moich zarobków zależy od pieniędzy, które zostaną wprowadzone do izby z tytułu różnego rodzaju organizowanej przeze mnie działalności.

Z grubsza wiadomo, na co cierpią nasze organizacje branżowe: ludzie nie chcą się zrzeszać, płacić składek, angażować w jakiekolwiek działania.

To jest problem większości organizacji samorządowych w Polsce, szczególnie tych, do których przynależność nie jest obowiązkowa.

Przedsiębiorcy nie palą się też do udziału w szkoleniach czy konferencjach.

Rzeczywiście, uczestnictwo w tego typu imprezach maleje, bo na rynku jest jest coraz mniej pieniędzy. W ostatnich dwóch latach w sektorze budowlanym firmy wygrywają przetargi za ok. 60% ceny planowanej przez inwestora. W efekcie tną koszty i w końcu gdzieś zaczyna brakować pieniędzy. Szczególnie bolesne jest to w wykonawstwie.

Co GIG zamierza zrobić w najbliższym czasie?

Po pierwsze, budujemy platformę internetową. Ma ona służyć m.in. do wymiany informacji, i to nie tylko na poziomie krajowym, ale również regionalnym. Firmy z Suwałk mogą bowiem nie być szczególnie zainteresowane poznaniem realiów współpracy np. z urzędami w Wielkopolsce czy na Dolnym Śląsku. W portalu znajdzie się m.in. zakładka „akty prawne i orzeczenia sądowe". Będziemy w niej publikować dokumenty udostępnione przez firmy, które musiały szukać sprawiedliwości w sądzie. To pomoże innym przedsiębiorcom znajdującym się w podobnej sytuacji dokonać oceny, czy warto pójść do sądu, czy lepiej dać sobie spokój. Na pewno warto się wspierać i wymieniać doświadczeniami.

Wprowadzimy również system ankiet, by nasi członkowie mogli określać pewne rejony działalności, jakimi ma się zająć izba. Jeśli na przykład dostaną od nas propozycje uczestnictwa w kilku różnych szkoleniach, to sami powinni wskazać, jaki temat im najbardziej odpowiada.

W przypadku działalności geodezyjnej, w której popełnienie błędu kosztuje nieraz ogromne pieniądze i gdzie potrzebna jest niesłychana staranność, bardzo istotne jest podnoszenie kwalifikacji. Założyłem, że zorganizowanie serii szkoleń i przynajmniej jednej konferencji w roku jest naprawdę potrzebne firmom. Ciekawe, że większość dotychczasowych uczestników szkoleń GIG to pracownicy samorządowi delegowani przez administrację.

Dlaczego biznes nie chce się szkolić?

Wynika to zapewnie z takiego „biznesowego" myślenia: jeśli jestem właścicielem firmy i wyślę na szkolenie 3-4 pracowników, to pół biedy, że trzeba za to zapłacić, gorzej, że przez ten czas ludzie nie pracują i nie przynoszą firmie pieniędzy. Nie bez znaczenia są także terminy szkoleń. Z uwagi na specyfikę pracy geodety (głównie w terenie) nie ma sensu organizowanie ich w okresie wakacyjnym, najlepsze są wczesna wiosna i późna jesień.

Barierą są też chyba koszty.

Niektórzy by chcieli, żeby szkolenie kosztowało niewiele albo żeby ktoś do niego dopłacił. Naszym zadaniem będzie jednak pokazanie, że szkolenie to nie spotkanie ze znajomymi plus impreza integracyjna wieczorem, ale inwestycja, która wcześniej czy później przyniesie firmie pieniądze. Gdy jego uczestnicy wrócą do firmy, będą wiedzieli, jak pracować wydajniej.

Jestem przeciwnikiem imprez typu: „Przyjedź na szkolenie, a damy ci laptopa", bo ci, którzy w nich uczestniczą, poszukują raczej laptopa niż wiedzy. Dzisiaj w prasie jest moda na różnego rodzaju gadżety, dodaje się płyty, breloczki itp. Gazeta nie jest czytana i służy jako podpałka do grilla, a „czytelnik" ma na pamiątkę breloczek albo płytę.

Czy określiliście już tematykę szkoleń?

Najpierw trzeba odpowiedzieć sobie na pytanie: jaki model szkoleń należy zbudować, by brało w nich udział jak najwięcej przedstawicieli firm. Z pewnością są obszary szczególnego zainteresowania przedsiębiorców, i to niezwiązane z samą geodezją, chociażby z zakresu zawierania umów cywilnoprawnych czy windykacji należności. Okazuje się, że przedsiębiorcy mają z tym problem. Na przykład biuro projektowe zleca firmie

WPŁYWOWA

FOT. JERZY PRZYWARA

geodezyjnej jakieś prace, ale potem jej właściciel słyszy, że zapłatę otrzyma dopiero wtedy, gdy biuro dostanie pieniądze od inwestora. Więc geodeta ma problem, bo musi czekać na wynagrodzenie rok lub dwa, może go też wcale nie otrzymać. Trzeba więc umieć napisać umowę i negocjować jej treść ze zleceniodawcą, by odpowiednio zabezpieczyć swoje interesy. Kolejna sprawa dotyczy windykacji należności. Przecież to, co robi wiele firm windykacyjnych, to nic innego jak działania formalnoprawne, które może wykonać każda firma mająca kłopot z dłużnikami. Trzeba jednak wiedzieć, jak sformułować pisma, kogo poinformować i jaką metodę działania przyjąć. Takie szkolenia chcemy zaproponować przedsiębiorcom zrzeszonym w naszych firmach. I to nie będą kosztowne rzeczy, na pewno nie za 2 tys. zł.

Poważnym problemem jest z pewnością przyciągnięcie do izby nowych członków?

Potrzebujemy nowych firm i młodych ludzi, którzy są kilka lat po studiach i prowadzą już w miarę ustabilizowany biznes geodezyjny.

Ale ci młodzi mówią, że członkostwo w izbie nic nie daje.

Odpowiadam: przynależność do GIG ma przynosić wymiernie korzyści w prowadzeniu biznesu. A w biznesie nie ma nic bardziej istotnego niż to, że można więcej zarobić albo że można więcej zaoszczędzić. Za pierwsze odpowiadałyby szkolenia i konferencje, za drugie – program promocyjny skierowany do członków izby. Rozpocząłem już rozmowy z operatorami sieci komórkowych, dilerami samochodów i dużymi firmami ubezpieczeniowymi, by dla firm zrzeszonych w GIG stworzyć specjalne programy promocyjne.

Ale czy to nie jest właśnie ta płyta lub breloczek?

Sądzę, że to jest zupełnie co innego, bo cały czas obracamy się w sferze działalności gospodarczej. Kilkuprocentowa zniżka przy zakupie nowego samochodu jest chyba na tyle wymiernym efektem dla przedsiębiorcy, że opłaca się być członkiem izby.

Kiedy ruszy nowa strona internetowa?

Portal powinien wystartować w połowie sierpnia, a do końca września zostanie załadowana większość treści. Ale tylko część informacji będzie ogólnie dostępna. Przewiduję, że ok. 70% zawartości strony będzie przeznaczone tylko dla naszych członków (po zalogowaniu). Z pewnością trochę czasu zajmie też dopracowywanie wszystkich funkcji. Z chwilą uruchomienia platformy okaże się, jaka jest faktycznie aktywność naszych członków w regionach. Planujemy również działalność wydawniczą, choć początkowo nie przewidywałem jej w programie przygotowanym dla izby. Przymierzamy się do wydania książki z zakresu katastru.

Przewiduje pan wizyty w firmach?

Tak. Jak tylko będzie gotowa platforma internetowa, odwiedzę przedstawicieli regionalnych na początek na Śląsku, w Wielkopolsce i na Pomorzu. Będę chciał spotkać się z kolegami na ich terenie, poznać tamtejsze problemy, bo przecież region regionowi nierówny. Na aktywność przedstawicieli regionalnych nie możemy narzekać. Sądzę, że aktywność innych członków wzrośnie z czasem. To jest trudne zadanie stojące zarówno przed prezesem Wojciechem Matelą, członkami Rady Izby, przedstawicielami regionalnymi, jak i przede mną.

Daleki jestem od składania wielkich obietnic, bo potencjał izby jest mały, ale musimy go w niedługim czasie powiększyć. Celem jest bowiem zbudowanie nowoczesnej, silnej finansowo, wpływowej organizacji i – co najważniejsze – użytecznej dla skupionych w niej firm. ■