

# BAHATI RAIL, CZYLI JAK POŁĄCZYĆ KOLEJ, EKOLOGIĘ I BIZNES

Kamil Hajduk chce zmienić widok z polskich pociągów. Dosłownie. Chce, aby zamiast wielkich, 4-metrowych ekranów akustycznych budować w Polsce niższe, mające 1,5 m. Jego projekt został uznany za najlepszy w kolejnej edycji prestiżowego konkursu „Gdyński biznesplan”.



Fot. K. Romański, Laureaci Konkursu „Gdyński Biznesplan 2013”, drugi od lewej – K. Hajduk

Sam Kamil Hajduk przyznaje, że koleją interesował się „od zawsze”. Głównie dlatego, że jego ojciec, inżynier budownictwa, pracował na kolei. To zdecydowało o wyborach dokonywanych przez niego, w trakcie studiów na Politechnice Gdańskiej wybrał specjalizację związaną z budowaniem szlaków kolejowych. Jak sam bowiem podkreśla, zawsze miał umysł techniczny. – Ten kierunek w 2002 r. i 2003 r. nie był zbyt popularny, kolej wtedy upadała. Dopiero planowano wielkie inwestycje infrastrukturalne. Hajduk, mieszkaniec Gdyni, nie ma kłopotu z udowodnieniem tezy o upadku kolei. Przypomina, że na początku lat 90. pociąg jechał z Gdańska do Warszawy niewiele ponad 3 godziny. Obecnie na tej samej trasie jedzie ponad 6 godzin, chociaż za dwa lata ma być znacznie krócej.

Praca w Anglii

W 2005 r. po skończonych studiach zaczyna pracę. Oczywiście związaną z koleją. Ale jak wielu wykształconych Polaków myśli też o pracy za granicą. Za pośrednictwem serwisu ogłoszeniowego dla inżynierów znajduje pracę w Anglii, co najważniejsze – w swoim zawodzie.

– Miałem kilka ofert do wyboru, jedna jednak szczególnie mi odpowiadała –

wspomina. – W Londynie koszty utrzymania są bardzo wysokie, byłem więc zainteresowany pracą poza stolicą Wielkiej Brytanii. Wybór okazał się strzałem w dziesiątkę.

Pracuje w Kornwalii. To bardzo popularne miejsce turystyczne w południowo-zachodniej Anglii. Wydłużony półwysep

z jednej strony oblewa kanał La Manche, z drugiej Ocean Atlantycki.

– Ruch kolejowy jest tam ogromny, to bardzo ważny środek transportu – opowiada. – Nie ma mowy o tym, aby na kilka tygodni czy miesięcy wyłączyć z eksploatacji jakąś linię kolejową. Taka sytuacja powoduje inny tryb pracy. Pamiętam, że kiedyś w ciągu 34 godzin wymieniliśmy 500-metrowy odcinek torów. W trakcie kolejnego weekendu przeprowadzono roboty wykończeniowe.

Cechą charakterystyczną prac w Anglii był fakt, że ta sama firma prowadziła pomiary, przygotowywała projekt zmian, organizowała prace i je nadzorowała. To usprawniało cały proces modernizacyjny. – Niestety, u nas częste są spory np. projektanta i wykonawcy, w systemie stosowanym na Wyspach to jest niemożliwe.

Inny plus pracy w Anglii to poznanie różnorodnych możliwości rozwiązywania problemów. – W Polsce przepisy są bardzo rygorystyczne, odgórnie narzuca się określone rozwiązania. A jeśli chce się zaproponować coś nietypowego, trzeba uzyskać zgodę resortu infrastruktury, a to trwa czasami nawet rok. W Anglii prawo pozwala podejmować nieszablonowe decyzje w porozumieniu z właścicielem linii kolejowej lub urzędem nadzorującym kolej. Uzgadnianie nowych rozwiązań trwa kilka dni – mówi Hajduk.

### Niskie ekrany

Po powrocie do Polski nadal pracuje w swoim zawodzie, m.in. projektuje modernizację trasy Gdynia – Warszawa. Wówczas styka się z problemem ekranów dźwiękochłonnych. W Łławie dochodzi bowiem do sporu mieszkańców i władz miasta z PKP. Projekt zakładał bowiem stworzenie 2-km odcinka osłoniętego ekranami akustycznymi. Wszystko w najpiękniejszym miejscu trasy, gdzie widać Jeziorak Mały. Ekrany zasłoniłyby widok nie tylko pasażerom, ale też mieszkańcom okolicznych domów. Stąd protest. Spór kończy się „kulawym kompromisem” – wysokie ekrany będą półprzezroczyste.

Później słyhać o podobnych sporach w innych miejscach w Polsce. W Warszawie całkowicie zasłonięta miała być kolej średnicowa, a w Rembertowie cały odcinek kolei wiodącej przez to miasteczko. Nie godzi się na to konserwator zabytków. Dochodzi do sporu na temat, co jest ważniejsze – ochrona przed hałasem czy ochrona krajobrazu. Do dziś nie ma zgody konserwatora na wielkie 4-metrowe ekrany.

Te problemy sprawiają, że Hajduk opracowuje projekt niskiego ekranu akustycznego. Zamiast 4 m miałyby one 1,5 m i nie zasłaniałyby widoku podróżnym.

Stałyby też znacznie bliżej torów niż obecne wysokie ekrany.

- Redukcja hałasu byłaby wyraźna, nawet od 3 do 9 decybeli – przewiduje Hajduk. - Te 9 decybeli realnie oznacza, że hałas odbierany przez ludzi w otoczeniu jest kilka razy mniejszy niż bez ekranów.

Podobne niskie ekrany są stosowane w Szwecji, ale są bardzo niskie i bardzo mało skuteczne. Jak ocenia Hajduk te 1,5 metra daje szansę na skuteczne wyciszenie, a jednocześnie można oglądać mijane tereny i nie niszczyć krajobrazu miast i wiosek.

Składanie biznesu i szczęścia

Na pytanie, czy nie startuje z biznesem za późno, Kamil Hajduk odpowiada z przekonaniem: - Może dwa, trzy lata temu byłoby lepiej, ale teraz też jest świetny moment, bo w nowym budżecie unijnym są wielkie pieniądze na inwestycje kolejowe. Będzie się więc dużo działa – przekonuje. I dodaje, że za kilkanaście lub więcej lat trzeba będzie wymieniać już stojące ekrany, które się po prostu zużyją. Zakłada więc, że zapotrzebowanie na niskie ekrany będzie duże.

Organizatorzy „Gdyńskiego Biznesplanu” oczekują, że osoby startujące w konkursie precyzyjnie określą, kiedy osiągną poszczególne etapy rozwoju firmy. Hajduk przewiduje, że prototyp niskich ekranów akustycznych powstanie w I półroczu 2014 r. Myśli jednak nie tylko o ekranach, ale też o dodatkowych elementach wyciszających. Jak ostrożnie przewiduje pierwsze przychody jego firma przyniesie w 2014 r. Ile? Dziś nie można tego jeszcze oszacować. Do współpracy zamierza zaprosić firmy działające m.in. w Gdyńskim Parku Naukowo-Technologicznym oraz ekspertów z Politechniki Gdańskiej.

- Sam prototyp chcę bardzo szeroko skonsultować z użytkownikami torowisk, czyli kolejarzami – przyznaje inżynier. - Nie może być tak, że powstaną ekrany, które będą utrudniały np. okresowe przeglądy torów czy inne niezbędne prace, bo przypomnę, te niższe ekrany mają stać bliżej przejeżdżającego pociągu niż te wielkie 4-metrowe.

Na rozpoczęcie produkcji właściciel firmy potrzebuje ok. 200 000 zł. Planuje ich pozyskanie m.in. z dotacji dla innowacyjnych firm.

- Nie obawiam się reakcji producentów dotychczasowych, wysokich ekranów – mówi Kamil Hajduk. - Moje rozwiązanie techniczne skupiać się będzie tylko na rynku kolejowym, a producenci wysokich ekranów dominują na rynku drogowym.

W swoim biznesplanie Hajduk zaznaczył, że w pierwszym etapie – przez blisko trzy lata – chciałby skupić się na podboju krajowego rynku, później nie wyklucza zagranicznej ekspansji. Chce skupiać się na promocji przez imprezy branżowe

i kontakty bezpośrednie – bo towar jest bardzo specjalistyczny.

Czy biznesplan uda się zrealizować? Okaże się w najbliższych miesiącach. Sam dokument konkursowe jury oceniło jako wiarygodny. Ale do jego realizacji potrzeba jeszcze szczęścia. Wie o tym sam Hajduk.

- Co to znaczy nazwa firmy Bahati Rail? Słowo „bahati” pochodzi z języka suahili i oznacza „szczęście”. Nazwa firmy oznaczać więc może „szczęśliwa kolej”. Bo jeśli będzie nowocześniej, ciszej, wszyscy powinni być szczęśliwi. No i łatwo było zarezerwować taką domenę - dodaje ze śmiechem.

### Gdyński Biznesplan

Organizatorem XI edycji „Gdyńskiego Biznesplanu” jest Urząd Miasta Gdyni, a Nordea Bank Polska jest partnerem tego konkursu od 2003 roku. Jego celem jest wspieranie pomysłów na biznes wykreowanych przez stawiających pierwsze kroki przedsiębiorców. Skierowany jest nie tylko do osób przygotowujących się do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej, ale także do tych, którzy już działają na rynku. Zmagania uczestników trwały od 31 stycznia 2013 roku. Zakwalifikowanym uczestnikom zapewniono szkolenia i konsultacje z ekspertami, które miały na celu poznanie wszelkich aspektów prowadzenia działalności gospodarczej. W kolejnym etapie autorzy najlepszych prac prezentowali swój pomysł na biznes. Nagrody pieniężne dla laureatów I, II i III miejsca ufundował bank Nordea.

W tym roku do konkursu zgłosiły się 723 osoby, które zgłosiły 761 (rekordowa liczba w historii konkursu) pomysłów na biznesplan. Wszystkie osoby zakwalifikowały się do etapu II, który polegał na odbyciu szkoleń mających na celu pomoc

w napisaniu biznesplanu.

Wśród 723 uczestników było 413 mężczyzn i 310 kobiet. Największą grupę tworzyły osoby w wieku 21-30 lat. Było ich 496. Spośród zgłoszonych projektów biznesplanów najwięcej dotyczyło sektora usług (574), zdecydowanie mniej handlu (98) i produkcji (89). Największy udział przypadł branżom: design/projektowanie/sztuka (103 projekty), edukacja/szkolenia/oświata (96 projektów) oraz gastronomia (91). Tradycyjnie najwięcej uczestników zgłosiło się z Gdyni (353 osoby) i okolic.

I miejsce zajął biznesplan „Bahati rail” - nowoczesny system ekranów ograniczających emisję hałasu w transporcie kolejowym.

II miejsce zajął biznesplan „MIŚ - miłość i świadomość” - projektowanie i wykonanie urządzeń rehabilitacyjnych wspomagających codzienne funkcjonowanie osób niepełnosprawnych dopasowane do potrzeb indywidualnych.

III miejsce zajął biznesplan „AEON FORM” - designerskie artykuły funeralne (nagrobki, trumny).

Wyróżnienie otrzymał biznesplan „Faro sails - rejsy, szkolenia i czartery” - jachting morski, propagowanie wiedzy z zakresu żeglarstwa i bezpieczeństwa.

Tekst: Artur Kiełbasiński, Gazeta Wyborcza