

05.05.2026 r.



#450

TRANSKRYPT ODCINKA

Pogadajmy o spółce Tesla

Partnerami tego podcastu są: iDream.pl, Pancernik.eu, a także [BETA ETF](https://BETAETF.pl)

– pierwszy dostawca polskich funduszy ETF, jest ich już ponad 15 (!) – współpracy płatne.

Przedstawione treści nie stanowią porady inwestycyjnej. Ryzyko podjętych przez siebie działań w zakresie inwestowania bierzecie na siebie. Pamiętajcie – inwestowanie jest proste, ale nie jest łatwe i wiąże się z ryzykiem.

[MUZYKA]

Tu Krzysztof Kołacz, a ty słuchasz właśnie podcastu, „Bo czemu nie?”. Usłyszysz w nim o technologiach, które nas otaczają i nas w tych technologiach zanurzonych. Sprawdzam, pytam i podpowiadam jak korzystać z nich tak, aby to one służyły nam, a nie my im.

Proszę, zostaw opinię na [Apple Podcasts](https://ApplePodcasts) lub na Spotify. Twój głos ma znaczenie!

Zaczynamy.

[MUZYKA CICHNIE]

[KRZYSZTOF] Cześć, Moi Drodzy! Witam w kolejnym odcinku z serii, w której omawiamy wspólnie z Mateuszem Muchą z BETA ETF spółki z indeksu S&P 500 – a dokładniej precyzując, bo ktoś mi ostatnio na to zwrócił uwagę, że wcześniej tak mówiłem – z Magnificent Seven. Także dziś pora na kolejną z tych spółek, a mianowicie na Teslę. To jest ten odcinek, który może wzbudzić sporo dyskusji, także czujcie się oczywiście swobodnie w komentarzach – aczkolwiek w ramach tak zwanej kultury, wszelakiej etykiety. Takie było modne słowo dawniej, pamiętasz, Mateuszu? W latach dziewięćdziesiątych mówiło się, że w internecie obowiązuje „netykieta”.

[MATEUSZ] Nikt już tego nie używa.

[KRZYSZTOF] Ciekawy jestem, jakby na AI nałożyć tę netykietę — jak by się do niej odniosła. Ale zanim to, oczywiście przypomnę, że wszelkie linki do osób, rzeczy i poprzednich odcinków z tejże serii omawiającej naszą piękną siódmkę znajdziecie w jego opisie i pod adresem boczemunie.pl/450. To taki ładny, okrągły 450. odcinek. Tam także zapis na mój [newsletter](#) okołotechnologiczny, wysyłany w każdą sobotę o poranku. Ostatnio — znowu mam pretekst, żeby pozdrowić Michała Masłowskiego, zobacz, na samym początku odcinka, Mateuszu — ostatnio właśnie wspomniany Michał Masłowski odpalił sobie na Substacku swój newsletter, „Proste inwestowanie” się chyba nazywa, o ile mnie pamięć nie myli, z wczorajszego dnia. I tak sobie myślę — zobacz, znowu mam pretekst, żeby o tym Michale powiedzieć. Pozdrawiamy serdecznie.

[MATEUSZ] Pozdrawiamy oczywiście!

[KRZYSZTOF] I witam Cię serdecznie, Mateuszu, w naszej kolejnej pogawędce na temat gigantów — a właściwie na temat giganta, który, no właśnie, nie do końca wiadomo — przechodząc płynnie do clou — czy to firma, czy to człowiek, tak by się chciało powiedzieć. Jak to jest w ogóle możliwe? Zobacz — trochę nawiązując do bliskiego mi Apple — że po odejściu Jobsa nie ma drugiej takiej spółki, myślę o takiej skali, co do której można by wysunąć takie podchwytliwe pytanie, czy to spółka, czy to człowiek — oprócz Tesli, o której dzisiaj będziemy gadać.

[MATEUSZ] Tak, zdecydowanie. Tesla jest bardzo mocno utożsamiana z osobą Elona Muska. Wspomniany na zeszłym nagraniu Facebook z Zuckerbergiem też — bo tak jak wspominaliśmy, on przez akcje uprzywilejowane posiada bardzo mocną kontrolę. W przypadku Tesli jest to trochę inaczej, ale jego osoba jest w centrum zainteresowania. I jeszcze nawiązując do samej korekty słuchacza — że to nie spółki z S&P 500, w sensie są spółki z S&P 500, ale w tej etykietce Magnificent Seven — no to w świetle kolejnego debiutu spółki Elona Muska, to nie wiem, za chwilę będziemy mówili Galactic Eight . Uwielbiam ten marketing — Amerykanie są mistrzami marketingu giełdowego. Nie wiem, kto jest autorem słów Magnificent Seven, ale faktycznie potrafią chwytać te nazwy marketingowo bardzo mocno.

[KRZYSZTOF] Jest duża szansa w ogóle, że nie będzie żadnego wspomnianego Galactic Ultra Pro Max, tylko będziemy po prostu robić rewizję i będziemy musieli

dogrywać — bo nie wiadomo, kiedy skład Magnificent Seven, trzymając się aktualnej marketingowej etykiety, się wymiesza. Zobaczymy.

[MATEUSZ] No dokładnie. Faktycznie losy Tesli w świetle na przykład tego debiutu to ciekawy temat — możemy się w nim poruszyć w dalszej części.

[KRZYSZTOF] To prawda. Dobrze — Tesla założona przez Muska, no właśnie nie do końca. Jak to jest możliwe? To pytanie, które wiele osób zaskakuje, albo teza, którą się stawia. Bo tak naprawdę — jak wyglądało powstanie marki Tesla i kto za nią stoi? Może od tego warto zacząć, bo to lata już zamierzchłe. Lipiec roku 2003 — i założyli ją tak naprawdę nie Elon Musk, tylko Martin Eberhard i Marc Tarpenning. To są założyciele marki Tesla Motors, w której później pojawił się Musk, rok później dokładnie — bo w lutym roku 2004 — i poprowadził wtedy pierwszą rundę finansowania serii A o wartości 6,5 miliona dolarów, obejmując stanowisko prezesa rady nadzorczej. Tak dla uporządkowania wiedzy — tak właśnie z Teslą Motors było.

Musk zainwestował te pieniądze, które nie wzięły się znikąd. Nie były to jego rodowe pieniądze, bo wiadomo, że z jakiejś turbobogatej rodziny nie pochodzi — zresztą o jego biografii pióra Isaacsona będziemy jeszcze dzisiaj mówili. Pieniądze sam zarobił swoim sprytem, a tak naprawdę zarobił dla niego PayPal. To była jedna z tych historii z Doliny Krzemowej, która co prawda w garażu się nie zrodziła, ale ma w sobie tę romantyczną wizję — okej, udał mi się pierwszy startup, PayPal udał się Muskowi spektakularnie, więc od razu idę za ciosem z tą swoją wizją. Bo to człowiek wizja. W ten sposób w dużej mierze zainwestował wtedy pieniądze z PayPala w Tesłę. Kontrakt opiewał na około 165 milionów dolarów. Stopniowo wkładał w Tesłę coraz więcej swojego kapitału, w kolejnych rundach inwestycyjnych, zapraszając też kolejne osoby do dzielenia tego tortu — tortu, który miał być laurką dla wizji motoryzacji jutra. Wizji, która zawsze była Muskowi bliska i którą, co by nie mówić — nie polaryzując tego, bo wiadomo, że Tesla jako marka bardzo polaryzuje, zwłaszcza na polskim X-ie — Muskowi trzeba oddać, że to on pierwszy odważył się pójść za tą wizją zelektryfikowanej motoryzacji jutra. Nie kto inny. I to jest zero-jedynkowe w tej narracji. Można go lubić, można lubić elektryki, można ich nienawidzić albo się ich bać. It doesn't matter, jak mówią Amerykanie. Gdyby nie Musk, to nie mielibyśmy ich na drogach w takiej skali — również w Polsce. Może nie mielibyśmy ich w ogóle.

[MATEUSZ] Ten temat, który przedstawiłeś — myślę, że gdyby zrobić taki quiz „zaznacz prawidłowe zdanie: założyciel czy dyrektor” — to bardzo dużo osób zaznaczyłoby „założyciel”, bo faktycznie jest bardzo utożsamiany z Teslą. I on bardzo mocno się w Tesli zasłużył. Tam nawet był spór sądowy o to, czy mogą używać słowa „współzałożyciel”, „założyciel” i tak dalej — panowie się o to między sobą pokłócili. To chyba coś naturalnego w środowisku Elona, że co chwilę te kłótnie wybuchają, nawet z najważniejszymi osobami w świecie administracji państwowej. Natomiast jego egzekucja Tesli z biznesu — jakby nie patrzeć, ten temat się przewijał, to nie był jakiś rocket science. Natomiast wyniesienie tego pomysłu i stworzenie całej otoczki, światopoglądu, całego experience'u samochodów elektrycznych — to nie była już taka prosta egzekucja. I też ten fakt PayPal'a, który wspomniłeś, jest moim zdaniem bardzo ważny, zwłaszcza w początkowej fazie Tesli. Bo w Dolinie Krzemowej, czy w ogóle środowisku venture capital — które też czasem mam przyjemność obserwować w Polsce — widzę takie uzasadnienie inwestycji, że ktoś już tam jest. Że inwestor, który odniósł sukces, jest znany, zrobił parę fajnych exitów — i jak jest w kolejnej spółce, to to jest zawsze argument dla funduszy venture capital, zawsze argument w prezentacjach inwestycyjnych: „my mamy pana X, pana Y”. To jest taki dotyk złotego Midasa. Tak po prostu inwestorzy się lepiej czują — stempel nazwiska, zaufania. I to niewątpliwie pomagało w Tesli wejściu Muska, bo te kolejne rundy finansowania było łatwiej dopiąć z takim nazwiskiem na pokładzie. Był wtedy mniej kontrowersyjny niż obecnie — przez wszechobecność internetu, jego słynnego X-a, czy już wcześniej Twittera i słynnych tweetów Muska. Ale faktycznie pod wieloma względami to on wyniósł ten biznes na wyżyny.

[KRZYSZTOF] W tej historii są też duże nazwiska, jak już o nich sam wspominasz — w kontekście np. Petera Thiela, który przecież w PayPalu się przewija i przewija się w całej Dolinie Krzemowej. To jest myślę taki sztandarowy przykład tego tzw. glejtu nazwiska — że jeżeli Peter Thiel się pojawia, to tak naprawdę wszyscy zamykają usta. Zamykają je również politycy. To też jest znamienne dla rynku amerykańskiego, że te osoby, o których mówisz, są bardzo często gwarancją prostej drogi legislacyjnej dla różnych pomysłów. I w przypadku Tesli nie było inaczej — to na pewno Elonowi pomogło w kontekście tego, co działał w PayPalu. Myślę też, że rozwiało dookoła tej marki taką aurę, że jest to pomysł typowo amerykański, który na świecie będzie miał z góry pod górkę, na przykład w Europie. Zresztą przecież tak było, zanim Skandynawia chociażby pokochała elektryfikację. Coś z Ameryki — wiadomo, ma grube plecy za sobą. I to jest coś znamiennego.

Fajnie, że o tym mówisz, i myślę, że w ogóle żeby mówić o Tesli, należałoby się zapoznać z biografią Muska. To trochę dziwne, jeżeli się mówi o spółkach giełdowych, bo kto ma teraz czas czytać biografie — ale z drugiej strony naprawdę bardzo dużo tam jest tego, co się przydaje później do analizowania Tesli. Mówię oczywiście o biografii autorstwa Isaacsona — tego samego, który pisał o Stevie Jobsie. Wydanej przez krakowskie, zaprzyjaźnione zresztą z tym podcastem, wydawnictwo Insignis Media. Bardzo Wam tę książkę polecam, bo jest napisana — tak jak u Isaacsona — po prostu reportażowo. Bardzo dużo z dzieciństwa Muska jest wyciągnięte na światło dzienne, charakteryzacja jego postaci w świetle wzorców, w których się wychował — bardzo często bez oceniania, co Isaacson zrobił moim zdaniem mistrzowsko. Warto się z nią zapoznać.

Druga książka — nie mamy jej w notatce, ale ją tu też wyciągnę — to „Założyciele”. Nie pamiętam, kto ją w Polsce wydał, chyba SQN. W „Założycielach” znowu bardzo dużo można poczytać o Musku, ale w kontekście wspomnianego Petera Thiela i jego wpływów. Też bardzo serdecznie Wam to polecam.

Mówiliśmy w przypadku poprzednich spółek o wpadkach i o sukcesach. Tutaj będzie trochę inaczej, bo Tesla i Musk są trochę wyjęci z tego szablonu. To jest niekończący się rollercoaster. I na tyle dziwny, że z jednej strony mamy tę spółkę i ogromny sukces w kontekście Magnificent Seven, a z drugiej strony wydaje się, że to wszystko jest cały czas na sznurkach pospinane. Bo zobacz — o jakiej spółce się tak często pisze w mediach branżowych jak o Tesli, w kontekście tego, kiedy to wszystko pierdyknie — mówiąc wprost — i po jakim tweecie czy poście Elona Muska? Bardzo to wszystko niestabilne, a z drugiej strony tak romantycznie pociągające — i jeszcze wciągające ten kolejny kapitał.

[MATEUSZ] No tak. Pod tym względem — jeżeli chodzi o fundamenty, do których pewnie jeszcze dojdziemy, bo najczęściej w drugiej części nagrania to robimy — to nie ma co ukrywać, w zakresie wycen i modelu biznesowego ze wszystkich tych spółek najbardziej cienko można powiedzieć o Tesli. Żaden rocket science — marże niskie, przychody są, ale bardziej płaskie. Natomiast jest ciągła wizja sprzedawania przyszłości, bo mnożniki, przy których obecnie jesteśmy, to są astronomiczne mnożniki. Musk ma po prostu potężną zaletę — zdolność do sprzedawania takiej wizji. On bardzo dużo tematów nie dowiózł, bardzo dużo przesunął, natomiast koniec końców zrobił z tej Tesli — z dość ryzykownego startupu bez jakiegoś nadzwyczajnego modelu, jakim był elektryczny samochód — całą ideologię. Stał się producentem, który sprzedaje setki tysięcy egzemplarzy kwartalnie, gdzie jeszcze

parę lat temu było to raptem w niskich tysiącach sztuk rocznie. Pod tym względem faktycznie podniósł.

I nie dziwię się inwestorom — był przecież case, nie pamiętam już tego inwestora, który obstawił mocny zakład na spadek Tesli, twierdząc, że jest praktycznie nic niewarta. Były bardzo częste porównania, że Tesla jest więcej warta niż cały automotive razem wzięty — ci najwięksi — no i błagam, gdzie jest ta Tesla na drogach? Ale to pokazuje, że rynek to fundamenty, ale rynek to też sentyment.

I właśnie ten sentyment, ta wiara inwestorów, że jednak wykładają pieniądze Muskowi — czy to romantyczność, czy wizja, czy przekonania światopoglądowe, nie wnika — ale kładą pieniądze, podnoszą wyceny. A zarazem, wraz z kolejnymi awansami i wejściami do indeksów z tytułu ETF-ów — bo to też ciekawy case, wejście Tesli do S&P 500 było bardzo ciekawym zagadnieniem — coś biznesowo dowiódł i ten hegemon stał się jeszcze większy. Natomiast jakby na osi postawić, ile dowiódł, a ile nie — to myślę, że lista tematów, których nie dowiódł, jest znacznie większa. No ale koniec końców też dowiódł bardzo dużo. Na tyle, że nawet jego program motywacyjny był dość gorącym tematem, o którym za chwilę też możemy powiedzieć więcej.

[KRZYSZTOF] Tak, myślę, że tutaj warto nawiązać również do Apple — w kontekście tego, że te dwie firmy miały szansę się połączyć.

[MATEUSZ] Szansę na pewno — to wiemy już oficjalnie, to nie plotki.

[KRZYSZTOF] Był taki moment, kiedy Musk chciał zrobić jeszcze krok dalej i po prostu sprzedać Cookowi pomysł na Teslę — tylko zrobić to po apple'owemu. A Cook potwierdził, że oni się w końcu mieli spotkać, czy nie?

[MATEUSZ] Tak, potwierdził.

[KRZYSZTOF] Bo ja pamiętam, że przez jakiś czas było tak, że Apple nic nie mówiło — ja zatrzymałem się na tym etapie, że Musk wrzuca te tweety, że zdejmie Teslę z giełdy, finansowanie zachowane, a później pamiętam, że z tym Apple'em też — że miał się spotkać, czy się spotka. Ale jakby Apple cicho wtedy siedziało, tak pamiętam, przynajmniej.

[KRZYSZTOF] Wszystko to się działo w czasach, kiedy Apple miało jeszcze projekt Titan — który miał być ich samochodem, Apple Car. I ubili go oficjalnie parę lat

temu, wydając komunikat, że się nie pojawi, i relokowali zasoby z tego projektu. I faktycznie projekt Titan miał na pewnym etapie szansę być po prostu Teslą pomalowaną przez Apple — pomysłem na ten samochód. To się — czy niestety, czy nie — nie ziściło, trudno mi to ocenić. Ale z drugiej strony, kiedy patrzę na narrację wokół tych obu marek, Tesli i Apple, to one są bardzo spójne. Zobacz — teraz też Apple nie dowozi w kontekście AI, w takim rozumieniu szerokiego rynku, do jakiego wszyscy przywykli w mass mediach. Ale czy to jest to rozumienie, do którego dążymy? Tego nie wiemy, bo nie wiemy, co Apple ma schowane, jaki jest ich pomysł. Być może oni będą w ogóle wygranymi w tej całej rewolucji, wchodząc jako ostatni — co już lubili w swojej historii. Tesla też nie dowiozła ogromnej liczby projektów, ale czy nie przyjdzie taki rok, w którym one wszystkie albo po części z każdego z nich się zepną w jakiś nowy, dziwny rocket science, o którym nikt teraz nie wie — i nagle się okazuje, że to kliknęło, i te elementy układanki były po coś, a szaleństwo Muska okazało się być szaleństwem geniusza? Tego też nie wiemy.

Apple ma jeszcze ogromne portfolio produktów i Cooka, który czarno na białym pokazuje: wyniki ja dowożę, drodzy Państwo, jak nikt inny. O tyle w Tesli nie ma w tych tabelkach za wiele powpisywane — tak jak mówisz, raczej są tu spadki. A mimo tego wiara jest taka sama jak w Apple, jak nie większa momentami — ze względów różnych, i politycznych, i światopoglądowych, i całej historii. Cała struktura ludzi niesie trochę na swoich barkach, na fundamentach, tego Muska — trochę w roli półboga. Myślę, że tak, nie?

[MATEUSZ] No tak, na pewno ma u niektórych status półboga, to nie podlega dyskusji. I tak jak powiedziałaś — biznesy te są w pewnym zakresie podobne, przynajmniej z mojej perspektywy. To takie firmy, gdzie mówimy nie tylko o produkcie, ale o całym doświadczeniu związanym z użytkowaniem, od samego momentu zakupu — w Tesli jest pod tym względem podobnie. Natomiast faktycznie łańcuchy dostaw i poziom skomplikowania samochodów jest większy w Tesli niż w produkcji takiej elektroniki. Aczkolwiek nie chcę powiedzieć, że łatwo się produkuje genialne telefony — ale umówmy się, ten pomysł jest już udoskonalany, te łańcuchy dostaw są krótsze i mniej rozproszone niż w przypadku Tesli.

I tu dochodzimy do sedna biznesowego Apple. Okej, zgadzam się, że są zastrzeżenia odnośnie ich aktywności przy AI czy opóźnień. Ale biznesowo to jest potęga — marża, przychody, dowożenie wyników jest wszechobecne. Tymczasem u takiego producenta automotive z Tesli wygląda to zupełnie inaczej. Marżowość jest zdecydowanie niższa, sięgając około 4%, i to płasko — mówi się już

o poszukiwaniu nowych źródeł wzrostu w Tesli. Bo też, żeby nie spłaszczyć dyskusji — to nie jest jakaś wina Muska, broń Boże. On swoim naporem w stronę elektromobilności stworzył ogromny rynek, gdzie konkurencja zaczęła ruszać. Jego spadki przychodów w Europie w ostatnich kwartałach nie wynikają tylko z tego, że poparł MAGA, założył DOGE, tępił i nie lubi lewej strony za bardzo. Na pewno są klienci, którzy zrezygnowali — bo to jest też taki klient, który mógł być eko, więc od razu plasujemy go bardziej po lewej stronie, a zarazem ma za sterami człowieka, który jest skrajnie daleko od tej lewej. Natomiast sam biznes Tesli jest pod wieloma względami mocno narażony, bo tam nie ma żadnego monopolu, jest zdecydowanie większa konkurencja i jest też bardziej zależny od dostawców.

[KRZYSZTOF] O ile samo Apple może sobie stać i czekać z tym swoim AI na fundamentach wyników i konkretnych liczb, o tyle Tesla może sobie to robić — i zresztą to robi — i ubijać kolejne produkty czy nie dowozić obietnic Muska na fundamencie właśnie Elona Muska. Tu się historia kończy, a mimo tego jakoś to się z kwartału na kwartał przenosi.

Cybertruck — to jest ten nieoczekiwany pomysł, pick-up elektryczny, który miał zastąpić te wielkie ciężarówki na bezdrożach amerykańskich. Swoją drogą pozdrawiam Pawła, słuchacza tego podcastu, który w takim amerykańskim traku go słucha i przemierza różne stany. Wiem to, bo robi to od lat — także serdecznie na Ciebie, Pawle, pozdrowienia. No więc Cybertruck miał to wszystko zastąpić — i też, no, zapowiedź z 2019 roku, produkcja ruszyła w 2023, cztery lata za późno. Gdzie te Cybertrucki w ogóle widzimy w Europie? Ja nie wiem, czy w ogóle są — na pewno ktoś poprawi ze słuchaczy, jeżeli takie wdrożenia miały miejsce. Natomiast w Stanach, z tego co doczytywałem, jakiejś absurdalnej ich liczby na bezdrożach też nie ma.

Solar Roof — to też coś takiego, dach, który miał zrewolucjonować energetykę domową. Tesla instalowała go chyba 23 razy na tydzień, z tego co sprawdzałem, obiecując do 1000 instalacji w piku. No i te dachy świata nie zostały przez Muska zmienione, bo wyniki tego projektu znowu wołają o pomstę do nieba.

Roadster 2.0, wysyłanie samochodów w kosmos — te wszystkie ruchy czysto PR-owe. Czy nawet ten Cybercab ostatni, czyli marka Robotaxi, która była obiecywana już tyle razy, że ja się pogubiłem. Wiem, że jakieś Cybercaby i Robotaxi jeżdżą w Ameryce, ale też wiem, że to nie działa tak, jak na prezentacji, na której chyba były jeszcze wtedy zdalnie sterowane, z tego co kojarzę. I znowu — ani najszybszy

samochód świata, czyli wspomniany Roadster, w sumie to hashtag nikogo, ani te taksówki, które miały zalać za chwilę Londyn. Już nie wiem kiedy to czytałem — w połowie tamtego roku już miałem w Londynie nimi jeździć, teraz było wiosną tego roku — a Waymo już to wszystko wyprzedziło, tak na marginesie dopowiadając.

Więc tych obietnic było tak dużo i są zawsze tak spektakularne, że przypomina mi się taka scena — zresztą Hollywood czerpie z historii Muska na bieżąco — scena z serialu „The Morning Show” w Apple TV, w której jest taki ekscentryczny inwestor, który wymyśla sobie loty pasażerskie w kosmos i prawie do tego lotu, nawet testowego, nie dochodzi, ale wszyscy ładują w niego kolejne rundy inwestycyjne, bo to on powiedział. No to typowy Elon Musk.

I dlaczego zatem mamy Teslę w S&P 500, skoro już sam to wywołałeś? Bo myślę, że to dobry punkt, żeby to zderzyć. Bo zobacz — na logikę, na chłopski rozum chciałoby się powiedzieć, również z perspektywy inwestora, bez względu na to, czy aktywnego, czy pasywnego — to trochę nie ma prawa się udać. No chyba że żyjesz w Skandynawii, to wtedy otwierasz okno i myślisz: no jak to, przecież one są wszędzie. Ale żyjemy w Polsce.

[MATEUSZ] Okej, to dwa tematy nam się przewinęły. Ad vocem do tego pierwszego — tego nowoczesnego poloneza, że tak powiem — faktycznie ten mem naszego dużego Fiata versus Cybertruck się pojawiał w internecie, pamiętam. Pod tym względem niewątpliwie znowu wielka wizja, ogłaszanie, sprzedawanie tej wizji. Natomiast później trudności operacyjne z dowiezieniem tego — bo były opóźnienia, były usterki. Koniec końców pod względem sprzedaży — pozwoliłem sobie sprawdzić rok 2024 w Stanach Zjednoczonych — Tesla Cybertruck: czterdzieści tysięcy sprzedanych egzemplarzy, natomiast taki Ford F-150, czyli typowy duży amerykański pickup: siedemset trzydzieści tysięcy sztuk. Także pod tym względem zdecydowanie inny aspekt rynku. Nie wiem, czy Tesla Cybertruck miała w ogóle zamiar być liderem całego automotive w segmencie traków — ale to pokazuje skalę, że nie mówi się tyle o Fordzie F-150, co o Cybertrucku. Pod tym względem niewątpliwie aspekt marketingowo bardzo rozdmuchany, natomiast z punktu widzenia inwestycyjnego zasadne jest pytanie: czy Tesla jest w stanie dowozić te wielkie obietnice i zamienić wielkie wizje na coś powtarzalnego i rentownego? Ja — jako też pracownik szczebla menedżerskiego — uwielbiam, jak właściciele czy zarządy przyjdą z wielkim big picture pomysłem, jeszcze najczęściej angażującym

kilka instytucji, a później menedżerowie siadają i mówią: jak my mamy to posklejać? To taka kwintesencja działania w ogóle.

[KRZYSZTOF] Na czym zarobimy? Na czym zarobimy?

[MATEUSZ] Dokładnie — na wizji zarobimy. Myślę, że każdy, kto pracuje w jakiejś hierarchicznej strukturze, ma te przykłady z życia wzięte — przyszedł szef, rzucił wielką wizję, wyszedł, „róbcie”. Generalnie nie ma co kłamać — na dużą skalę można to przekalkować. Myślę, że ten Solar Roof zwłaszcza — bo ten projekt uzyskał w ogóle katastroficzne liczby, raptem chyba jeden, dwa procent targetu zostało zrealizowane. To znowu pokazuje, że jest jakaś wielka wizja, ale jednak żeby ją przekuć — bo każdy dach jest inny — żeby to było rentowne i powtarzalne, było to bardzo ciężkie i praktycznie niewykonalne, żeby jeszcze było zyskowe. Klienci, którzy się decydowali, też narzekali na nagłą zmianę postanowień umownych. Te pomysły, myślę, dalej będą — wraz z żywotem Muska — bo sprzedawanie wielkiej wizji jest po prostu w jego DNA.

Natomiast wracając do drugiej części Twojego pytania — żeby nie było też wrażenia, że to jest jakiś biznes jadący tylko na obietnicach, na nazwisku — to jest też biznes, który został przekuty w rentowny, i to trzeba z pokłonami oddać. Zwłaszcza ten kryzys roku 2008, gdzie on swoje prywatne pieniądze też wkładał — są te słynne wywiady, gdzie mówi, że naprawdę było blisko, żeby spółkę uśmiercić z tytułu płynności i napięć finansowych, jakie były w gospodarce w trakcie kryzysu subprime. Faktycznie Model 3, Model S i zaczęcie produkcji masowej pod koniec lat 2017–2020, gdzie już setki tysięcy egzemplarzy były dostarczane i sprzedawane — i przynosiły zyski, na marżowości chyba wtedy w okolicach dziesięciu, dwunastu procent, bo takie liczby mi się kojarzą. Teraz jest tam niska, jednocyfrowa liczba, ale wtedy cała marżowość była raczej dwucyfrowa. To spowodowało, że Tesla wygenerowała cztery powtarzalne kwartały zysku.

Dlaczego mówię o czterech powtarzalnych kwartałach zysku? To bardzo ważny aspekt wejścia do indeksu S&P 500. Indeks to taki statystyczny portfel, gdzie administrator indeksu sam ustala zasady. S&P 500 to 500 największych amerykańskich przedsiębiorstw. Natomiast aspekt zakwalifikowania nowej spółki jest taki, że musi ona wykazywać dodatnie zyski z ostatnich czterech kwartałów, musi spełniać odpowiednią liczbę akcji w obrocie — to akurat nie było problemu — no i musi być notowana. W przypadku S&P 500 jest to przynajmniej ostatnie dwanaście miesięcy — co jest bardzo ciekawe w kontekście SpaceX, o czym za

chwile. Ten biznes był rentowny, wykazywał zyski i spełniał kryteria zakwalifikowania do S&P 500.

Co to spowodowało? Te wielkie pasywne fundusze ETF, ale też fundusze aktywne, z uwagi na wejście spółki do S&P 500 musiały tę spółkę kupować — czy to z tytułu czystych regulacji inwestycyjnych, jak ETF-y odzwierciedlające S&P 500, czy to z jakichś aktywnych pomysłów inwestycyjnych. Spowodowało to bardzo duży popyt na akcje Tesli. Weszła ona, chyba się nie mylę, tuż po covidzie — w grudniu 2020. Ogłoszone zostało to gdzieś w okolicach trzeciego kwartału, bo to zawsze z pewnym wyprzedzeniem. Ten popyt był bardzo spory — kojarzę, że w momencie zapowiedzi wejścia był wzrost jednosesyjny rzędu 14–15%, a następnie do momentu samego wejścia akcje Tesli urosły o kilkadziesiąt procent. Później dalsze gry popytu i podaży, ale ten popyt na Tesli zawsze gdzieś przeważał w dłuższym terminie — bo ciągle sprzedawanie tych wielkich historii tu dochodziło, pomimo naprawdę takich nierewelacyjnych fundamentów. Tam nie ma silnej marży, nie ma gigantycznego G wzrostu przychodów, tak jak mówiliśmy o Facebooku. Pod tym względem to jest ciągle kupowanie wizji. Ten czynnik Elona jest cały czas bardzo istotny.

[KRZYSZTOF] Wydaje mi się też, że z drugiej strony, odwracając tę narrację — która oczywiście jest oparta na faktach i jest przekazaniem stanu faktycznego — mówisz, że jest problem z rentownością, z marżowością, z generowaniem powtarzalnych zysków, takich, które są przewidywalne w kontekście całego roku, dwóch lat, najbliższych kwartałów — że da się te predykcje jakoś wyliczyć, w miarę, żeby się nie pomylić. I jest ten Kowalski, jest Smith po drugiej stronie, którzy — kiedy Tesla się pojawiła i całą elektromobilność napędziła, bo to też zrobił Elon Musk tym projektem — pojawiły się dotacje, nie tylko w Unii Europejskiej, ale szczególnie u nas, szczególnie znowu w Skandynawii, choć w Polsce również, teraz przykrócone, ale wcześniej wiadomo, źle nie było. I to uruchomiło po pierwsze ogromną konkurencję, o której Ty mówisz — bo nagle inni producenci automotive zobaczyli, że elektryfikacja to nie wymysł szaleńca, tylko generalnie albo za tym idą w jakimś stopniu, oczywiście każdy ten stopień określił inaczej. Wczoraj, kiedy to nagrywamy, 25 maja, Ferrari pokazało model Elettrica — pierwsze elektryczne Ferrari, zaprojektowane przez śp. Jony'ego Ive'a. Zobacz, ile lat minęło od pierwszej Tesli do takiego wielkiego gracza, a mimo tego nawet u niego już się to pojawia.

Więc to, co na pewno Musk wygenerował, to jest ten efekt kuli śniegowej pod tytułem „elektromobilność”. To jest coś, w co idziemy. Jak to się skończy, tego nie wie nikt — ani Ty, ani ja, ani żaden analityk. Ale co do zasady świat za tym poszedł,

Europa za tym przyszła, ten Kowalski, ten Smith, ten Bjørn poszli za tym, bo mogli sobie po prostu wziąć i kupić te Tesle za pół darmo — umówmy się, na przykład w Norwegii to było pół darmo. I dlatego tam jest ten wolumen. Potem państwo dostosowało kwestie superchargerów, ładowarek, żeby to wszystko było proste, czyli nie było tej bariery wejścia. No i na końcu ten corowy argument na dzień dzisiejszy — Tesla pod kątem ceny i poziomu wejścia, w Polsce również, jest trudna do przebiccia względem tego, jaki zasięg daje. Odkładając oczywiście takie mankamenty pod tytułem „bo uszczelka jest 5 milimetrów krzywo zamontowana” — może jest, może to nie jest perfekcyjnie wykonane, z brakiem trzeszczących elementów w środku — może i tak, ale cena do tego, co on daje, i do tego, że kupujesz też część tego kultu, jest nie do przebiccia. I to się Muskowi akurat udało.

[MATEUSZ] No to zdecydowanie tak. Te ostatnie lata, od samego początku jego wejścia, czyli 2004, do momentu stworzenia rynku i ciągłego pushowania — pod wieloma względami był wyśmiewany przez liderów rynku automotive, że to w ogóle nie ma prawa się udać. Jednak potężną determinacją zaczął przekonywać, i faktycznie później kolejna potężna machina urzędnicza, czy to w poszczególnych krajach, czy na poziomie wspólnotowym, go uruchomiła. On już był na tym rynku — jeżeli zapadły te decyzje, to on już tutaj był, więc zawsze jest jakaś premia bycia pierwszym. Natomiast to też jest ten aspekt, o którym mówimy — że ta wyjątkowość marżowości już się utraciła. Bo te spadki przychodów, spadki liczby sprzedawanych egzemplarzy, nie wynikają tylko wyłącznie z jego zaangażowania w administrację Donalda Trumpa. Na pewno jest taka grupa, ale ja bym nie przeceniał tego faktu — bo jest po prostu alternatywa, czy to europejska, czy to chiński automotive, który też niektórzy lubią. Ja właśnie w tę dyskusję, że ten ma krzywą uszczelkę, już od dawna nauczyłem się nie wchodzić — bo to jest kwestia gustu. Dla jednego tylko BMW, dla drugiego tylko Mercedes, i nie będą w ogóle znajdować wspólnego języka, każdy wytknie wady drugiego. To jest po prostu produkt na półce, który się sprzedawał, był rentowny, i w którymś momencie była coraz większa konkurencja, więc naturalnie rosnąca grupa osób — z tytułu dotacji, o których wspominałeś, które wytworzyły ten rynek — miała większy wybór. Automatycznie dochodzą jakieś preferencje, nie szuka się stricte powiązania — po prostu produkt na półce, który ma konkurentów, i wiadomo, że tym udziałem się dzielisz. Natomiast sam tort elektromobilności bardzo mocno wzrósł w ostatnich latach — i on tutaj się przyczynił do tego wzrostu jako ten wizjoner, bardzo mocno.

[KRZYSZTOF] No, ale jeżeli mówimy o wzroście konkurencji, to też marża zysku — o której warto podkreślić — dla Tesli staje się problemem. Bo z każdym

produktem jest tak, że jego cenę można do pewnego momentu obniżać. Jak już obniżysz za nisko, to przestaniesz na nim zarabiać, albo będziesz bliski tego efektu. I w Tesli trochę się to zadziało w ostatnich latach. Bo to, co mówisz — kiedy ona wchodziła i była jedyna, i ten hype był bardzo wygrzany, bo konkurencja dopiero gdzieś w laboratoriach zaczynała się przymierzać, że może dotkniemy tej elektromobilności, ale na początku niech to będą elektryczne usterki i na tym skończymy — to Tesla tłukła kolejne modele. Teraz wygląda to zupełnie inaczej, Tesla te ceny obniża, i to w ostatnich latach kilka razy — stąd moja sugestia, że trudno ją przebić w tym momencie, nawet w Polsce, w kontekście tego, co w pudełku dostajemy. Tylko to też ma jakiś limit.

[MATEUSZ] Tak, wiadomo — nikt nie chce dopuścić do sytuacji nierentownej sprzedaży produktu, bo koniec końców prowadzi to do upadku przedsiębiorstwa w długim terminie. Przyczyłem sobie liczby — rok 2023: przychody na poziomie dziewięćdziesięciu siedmiu miliardów dolarów, zysk netto piętnaście miliardów dolarów. Zakładając, że to powtarzalne — można powiedzieć, że takie wysokie kilkanaście procent średniej marży netto na przychodzie ze sprzedaży. W 2025 roku, co ciekawe, lekko niższe przychody — czyli pewien poziom nasycenia rynku, nie mamy tego G, o którym dużo mówiliśmy w przypadku Alphabetu czy Facebooka. Natomiast zysk netto raptem 4 miliardy dolarów — gdyby były to miliony, to byśmy w ogóle nie rozmawiali, ale cztery miliardy. Tutaj te 4%, nawet trochę poniżej, 3,8% rentowności netto na poziomie rachunku zysków i strat możemy zaobserwować — to spore oddanie. Ale to też aspekt konkurencji w tej branży. My tu w Europie obserwujemy — w Polsce ostatnio przejeżdżałem przez jedną dzielnicę Warszawy, salon Mercedesa, i wielki plakat: „tu powstaje salon” jakiegoś chińczyka, nie zapamiętam nazwy, nie znam się na tych chińskich. Także widać, że ta konkurencja jest. I temat bardzo ważny w Europie — przede wszystkim dla gospodarki niemieckiej, ale i polskiej, jako podwykonawcy automotive. Bo chińczyk jest tu bardzo konkurencyjny pod wieloma względami. Ocenę, jak tam dalej z ceną do wartości, zostawiam innym programom. Ja jestem dość pasywnym użytkownikiem samochodu — mam się zawieźć z punktu A do B, więc się tym za bardzo nie emocjonuję.

[KRZYSZTOF] Tak, i też w kontekście całej spektakularnej lawiny porażek SpaceX łatwo nie miał — aczkolwiek jego otoczenie medialne jest zgoła inne niż Tesli, mimo że stoi za nią ten sam człowiek, Elon Musk. Bo to też trudno porównać — my sobie możemy powiedzieć, że zaraz cały świat będzie zelektryfikowany, i to jest jakaś teza przyziemna, a tu mówimy o tezie zupełnie wykraczającej poza percepcję

przeciętnego nie tylko inwestora, ale i człowieka z ulicy — a więc tego, który może na tę giełdę przyjdzie. Bo o kosmosie — no wiadomo, że w Polsce ekspertów od kosmosu mamy 40 milionów. Mówię tak ogólnie. Więc mamy ten SpaceX, który zaraz będzie wchodził. Jak to wygląda w kontekście przygotowania do debiutu? Powiedz nam trochę, bo to obok OpenAI i Anthropic jest ta spółka, która przed nami, i która w S&P 500 — w składzie procentowym całego, tak szerokiego indeksu — w najbliższych latach, myślę na pewno, namiesza. W Magnificent Seven, czy jak ono się w przyszłości będzie zwało, to pokaże przyszłość. Jak to wygląda w kontekście tych wszystkich trzech IPO, zaczynając od SpaceX?

[MATEUSZ] Tak, SpaceX jest tu najbliższym tematem, bo początek czerwca generalnie. Nie wiem, czy padła już dokładna data, ale czerwiec jest takim targetem na debiut giełdowy SpaceX. Wyceny tam w okolicach dwóch tysięcy miliardów dolarów. To szybkie wejście do czołowych spółek amerykańskich. Pod wieloma względami hot topic — i to też warto pamiętać, że przy debiutach giełdowych ma to takie znaczenie, że tak zwana ulica się pakuje, no bo to story. My lubimy kupować story — liczby i fundamenty są ważne, wielu inwestorów opierając się na nich dowodzi naprawdę fajne wyniki, ale taki sentyment story to coś, co też mocno otacza giełdę i może oderwać spółkę od fundamentów, w jedną stronę — czyli bańka, albo w drugą — czyli dołować do absurdalnych poziomów wyceny spółki, które po prostu mają obecnie słabe story. Nie wiem, ostatnie lata biotechnologii na przykład tak można zakwalifikować.

W przypadku SpaceX mamy pozytywne, ekscytujące story. My też mieliśmy lekką gorączkę związaną z tym pierwszym człowiekiem na stacji. Ten temat kosmosu jest grzany, kolokwialnie mówiąc. Nie wiem, czy to tylko medialnie jest grzane, czy faktycznie tak dużo ludzi rozpała — ale jest. Generalnie każdy raczej lubi popatrzeć sobie w to niebo na górze. SpaceX wiele sukcesów w ekspansji kosmicznej już ma, a plany i wizja sprzedaży są dalej gigantyczne. Co będzie się działo? Jeżeli zadebiutuje faktycznie w czerwcu, to oczywiście inwestorzy, którzy się zapiszą, banki, instytucje finansowe, będą zakupywać. Bardzo dużo się dzieje od strony dostawców indeksów i ETF-ów w tym temacie. Tak jak wspomnieliśmy w przypadku Tesli — tam musiały być cztery kwartały zysku wykazywane, spółka musi być notowana przynajmniej 12 miesięcy. Ta spółka będzie notowana dopiero, bo dopiero debiutuje. I przewiduje się coś, co notabene polska giełda zrobiła w przypadku debiutu PZU — tak zwaną szybką ścieżką. Wpisuje się nową regulację, że jeżeli debiut giełdowy przekracza taką a taką, dość dużą wartość, istotną dla rynku kapitałowego, to można spółkę dodać szybką ścieżką — mówimy nawet

o miesiącach czy tygodniach. To samo robi indeks Nasdaq 100, skoncentrowany na spółkach, w połowie technologicznych — oni jeszcze szybszą ścieżkę chcą dodać. Trwa wyścig pomiędzy dostawcami indeksów, w porozumieniu z dostawcami ETF-ów, jak to zrobić optymalnie, żeby tę spółkę jak najszybciej mieć w portfelu — bo to gorący temat. To zarazem przyspiesza miliardy dolarów, które zostaną przesunięte szybciej, żeby zakupić te notowane akcje. Bo ta spółka będzie notowana, będzie popyt, ale te miliardy dolarów od pasywnych funduszy szybciej przybędą do tej spółki.

[KRZYSZTOF] Do Finaxa, czy gdziekolwiek, kupisz ETF-y, bety.

[MATEUSZ] ETF-y w dużej mierze to jest uliczny temat, w różnych opakowaniach — Finaxy, bety, robodoradcy, pojedyncze. Faktycznie to są duże wolumeny pasywnych tematów.

[KRZYSZTOF] A od Waszej strony jeszcze dopytam, bo myślę, że ktoś mógłby to pytanie zadać, gdyby tu z nami siedział — technologicznie jak to będzie wyglądało? Czy to jest taki moment, że wciśniemy hamulec na 4 godziny, a po tych 4 godzinach będzie Eldorado, czy będzie to niewidoczne z punktu widzenia inwestora?

[MATEUSZ] Z punktu widzenia inwestora ETF po prostu ma mieć tę spółkę w portfelu. My akurat nie kupujemy spółek fizycznie, bo ten fundusz jest za mały, więc stosujemy kontrakt futures, który bardzo szybko będzie dostosowany do ewentualnego wejścia SpaceX w tym krótkim czasie. Natomiast w przypadku takich fizycznych, dużych ETF-ów, które posiadają fizycznie akcje, kupują akcje każdej spółki z S&P 500, no to jest pewne wyzwanie. Bo SpaceX wchodzi na dany dzień, na dany moment, po danej cenie do indeksu. Gwarantuję wszystkim słuchaczom — to nie jest tak, że dostawcy ETF-u i zarządzający są w stanie kupić na dany dzień, na dany moment, po tej cenie wszystkie te akcje. Gdyby się wszyscy tak złożyli, to jest to praktycznie nie do udźwignięcia w momencie takiego jednego dużego strzału popytu. To się rozsmarowuje. W przypadku mniej płynnych rynków często kupuje się w trakcie sesji, przed sesją, na parę dni sesyjnych. W przypadku Tesli było podobnie — chyba kilka dni, a nawet może tygodni, nie chcę skłamać. Temat kupowania Tesli do funduszy ETF był. Rozmawia się też z innymi uczestnikami rynku, animatorami, podmiotami, które chcą wyjść — zbiera się te księgi popytu. A żeby kupić ten papier na dany dzień, na dany moment, po danej cenie, żeby być jak najbliżej indeksu — tak zwany błąd odwzorowania może wystąpić. Może się zdarzyć, że ktoś kupi za mało albo za drogo — koniec końców

to taki ciekawy dzień z kuchni, wyobrażam sobie, że będzie tam sporo różnych łąmigłówek, telefonów, rozpisanych czatów na Bloombergu i dowożenia tematu. To jest taki temat, gdzie AI nie pomaga w zarządzaniu ETF-em — gdzie trzeba podzwonić, popytać, pozbierać, pootwierać te książki i szukać drugiej strony.

[KRZYSZTOF] O widzisz, to też bardzo ciekawy insight — bo z drugiej strony to będzie taki dzień medialnie przepotężny, nie? Bo wszyscy będą...

[MATEUSZ] Znaczący — dzień debiutu będzie przepotężny, a później dzień zakwalifikowania. Pytanie który będzie pierwszy. Na pewno Nasdaq będzie pierwszy, bo Nasdaq jest bardziej liberalny. S&P to jednak indeks stworzony już w latach 50., więc są bardziej konserwatywni. Też umówmy się — jest masa interesariuszy, bardzo dużo podmiotów odnosi się do indeksu S&P 500, więc to nie jest tak, że ot, zmieniamy zasady. Tam trwają te dyskusje dość mocno. Ten moment ogłoszenia, że spółka wejdzie, i następnie kiedy wejdzie — to są też momenty dość głośne. Myślę, że wielu inwestorów będzie próbowało grać na wzrosty, przy czym przestrzegam, że to nie jest prawidłowość rynku, że jeżeli spółka wchodzi do indeksu, to zawsze musi urosnąć. To tak zwany index effect — on różnie się zachowuje. Nic tu nie jest darmowym lunchem. Bo ktoś teraz, słuchając, mógłby pomyśleć: „o, fajny pomysł, kupię na debiucie, poczekam do wejścia i sprzedam z zyskiem”. Może tak, może nie. Darmowego lunchu tu nie ma.

[KRZYSZTOF] Ale zobacz — gdzieś w otoczeniu tego wszystkiego, w kontekście drugiej połowy tego roku, tak trzeba o tym mówić, mamy oprócz SpaceX jeszcze OpenAI i Anthropic. I co je łączy? Bo co łączy SpaceX z firmami, które robią AI? Centra danych je łączą. Taka wizja przyszłości, którą też pewnie wycenia rynek — i przy debiucie SpaceX będzie miał to z tyłu głowy wielu analityków: dobra, skoro już jest konsensus, a raczej jest, że ziemi nam zabraknie na te centra danych, to ktoś te centra danych musi wynieść w ten kosmos. No i akurat mamy debiut SpaceX i szalonego Elona Muska, który na pewno będzie pierwszy, żeby się tego zadania podjąć. To jest przeciekawy moment, myślę, w historii giełdy — bo po tym boomie AI-owym będą takie trzy IPO, które, pozornie ze sobą niepołączone, połączone będą.

[MATEUSZ] Jakby nie patrzeć — jeszcze mocniejsze uwypuklenie sektora związanego z AI, czy w ogóle SpaceX związanego z kosmosem, w indeksach giełdowych. Czyli tematy, które grzeją medialnie od dawna i za którymi są potężne wolumeny, będą bardziej reprezentowane w tych indeksach. Jest też taka teoria,

że rynki amerykańskie muszą być w dobrej kondycji, żeby takie debiuty w ogóle wpłynęły do tego momentu. Debiuty giełdowe chce się przeprowadzać — z punktu widzenia spółki czy właścicieli, którzy się sprzedają — na szczycie hossy.

To naturalna chęć spieniężenia się na szczycie hossy. Także ta istotność dojrzałości zaawansowanej hossy też jest tu ważna — bo jest wtedy wyceniane atrakcyjnie, żeby się spieniężać.

[KRZYSZTOF] To tak jeszcze ładnie puentując — Anthropic celuje w debiut w październiku, przynajmniej na razie wydaje się, że nie jest jakoś turbozagrożony, z tego co czytałem, i celują w wycenę na poziomie dziewięciuset miliardów dolarów lub powyżej. OpenAI szykuje się też na jesień tego roku. Generalnie konsensus jest taki, że łączna kapitalizacja nowych emisji tych trzech firm — SpaceX, OpenAI i Anthropica — ma się zbliżyć do dwustu miliardów dolarów. Mniej więcej tyle, co wszystkie debiuty giełdowe w Stanach w ostatnich czterech latach.

[MATEUSZ] Potężne, potężne podmioty przychodzą.

[KRZYSZTOF] Dobrze, posłuchaj, Mateuszu, to tak. W ostatnim odcinku serii omawiającej skład Magnificent Seven — podkreślam, pozdrawiam serdecznie osobę, która zwróciła uwagę — w ramach S&P 500 będą do wygrania dla Was również, Moi Drodzy, wartościowe, finansowe książki. Takie związane z fundamentami wejścia w pasywne inwestowanie, także nie tylko wiedza tajemna, a raczej ta wiedza, od której warto byłoby zacząć. Także warto nie przegapić tej kolejnej czerwcowej premiery z naszego cyklu. A o czym pogadamy wtedy? Następny w kolejce jest Microsoft — nim zajmiemy się jako ostatnim, z wielu powodów, między innymi mojego anty-sentymentu do tej spółki. Ale spokojnie, Mateusz nam tutaj wszystko będzie tłumaczył językiem profesjonalnym i obiektywnym.

[MATEUSZ] Postaram się.


[KRZYSZTOF] Tak jest. No i oczywiście to wszystko będzie miało miejsce, gdy opadnie już kurz po nowościach WWDC 2026 i tym, co Apple nam znowu zaserwuje w kontekście jesieni, czyli niedalekiej przyszłości — w nowych systemach, także w związku z AI. Tymczasem z tego miejsca chciałbym Wam serdecznie już dziś podziękować za odbiór tych naszych odcinków — tego i przyszłego, jeszcze jednego — i również zachęcić do śledzenia podcastu w kontekście wspomnianej konferencji WWDC. Szykuję się na pewno na oglądanie sporej liczby

deweloperskich konferencji — nie tylko w kontekście tego Apple Eventu, który otworzy całą konferencję 8 czerwca, ale również tego, co siedzi dla deweloperów, żeby wyłuskać dla Was te nowości, o których nie napiszą media głównego nurtu.

Na spokojnie, jak zwykle u mnie, ten odcinek pojawi się z opóźnieniem, ale się pojawi i będzie treściwy — to mogę Wam obiecać. No i cóż — do usłyszenia następnym razem. A Tobie, Mateuszu, za dziś bardzo serdecznie dziękuję i życzę nam wielkiej odporności psychicznej w kontekście psychologii inwestowania podczas tych debiutów, ale też spokoju, który dają nam oczywiście indeksy i inwestowanie indeksowe. Dziękuję!

[MATEUSZ] Dzięki bardzo! Do zobaczenia!

[MUZYKA]

Raz jeszcze, na koniec, żeby nie umknęło. Przypominam, zostaw na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#) taką liczbę  gwiazdek, jaką uznasz za stosowną.

Do usłyszenia w kolejnym odcinku, a za dziś bardzo dziękuję.

[MUZYKA CICHNIE – KONIEC ODCINKA]