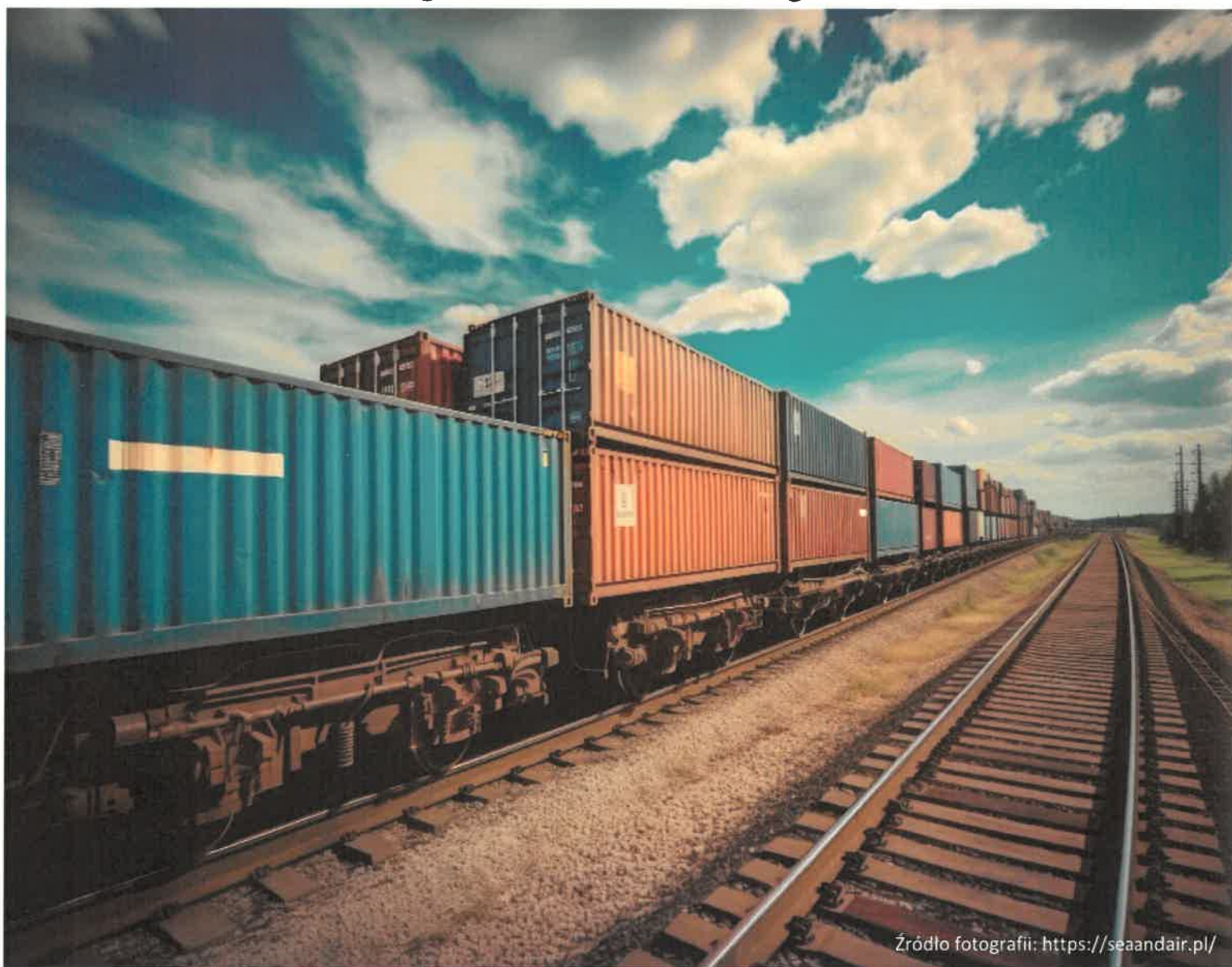


Badanie marketingowe w kierunku powstania terminala LHS połączonego z linią kolejową LHS nr 65 relacji: most na rzece Bug – Sławków Południowy

w ramach projektu pn.:

**„NISKO CORAZ WYŻEJ – PODNIESIENIE POTENCJAŁU
EKONOMICZNO-GOSPODARCZEGO MIASTA
I KONKURENCYJNOŚCI ŻYCIA W MIEŚCIE”,**

dofinansowanego ze środków
Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021



Źródło fotografii: <https://seaandair.pl/>

Badanie marketingowe w kierunku powstania terminala LHS połączonego z linią kolejową LHS nr 65 relacji: most na rzece Bug – Sławków Południowy

w ramach projektu pn.:

„NISKO CORAZ WYŻEJ – PODNIESIENIE POTENCJAŁU EKONOMICZNO-GOSPODARCZEGO MIASTA I KONKURENCYJNOŚCI ŻYCIA W MIEŚCIE”,

dofinansowanego ze środków
Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021

RAPORT

Zamawiający:
Gmina i Miasta Nisko

Plac Wolności 14, 37-400 Nisko



Wykonawca:

PHENO HORIZON, OLP Sp. z o.o.

ul. Traugutta 25 lok 1507, 90-113 Łódź

PHENO:ORIZON

Autorzy opracowania:

Koordynator prac – Justyna Borkowska

Maciej Kowalczyk

Małgorzata Grodzicka-Kowalczyk

Daria Głażewska

Mateusz Kozulski

umowa nr ZP.272.1.4.2024 z dnia 19 stycznia 2024 r.

ZAWARTOŚĆ RAPORTU

| | |
|--|----|
| 1. WPROWADZANIE..... | 4 |
| 2. OKREŚLENIE ZASADNOŚCI BUDOWY MULTIMODALNEGO TERMINALA KOLEJOWEGO LHS NA OBSZARZE GMINY NISKO | 4 |
| 3. CELE BADANIA MARKETINGOWEGO | 6 |
| 4. METODOLOGIA BADANIA..... | 7 |
| 4.1. ETAP I – badanie wstępne | 7 |
| 4.2. ETAP II – badanie pogłębione | 9 |
| 5. CHARAKTERYSTYKA ETAPÓW BADANIA..... | 10 |
| 5.1. ETAP I – badanie wstępne | 10 |
| 5.1.1. Cel | 10 |
| 5.1.2. Dobór próby | 11 |
| 5.1.3. Pytania badawcze | 11 |
| 5.1.4. Przebieg realizacji badania | 13 |
| 5.2. ETAP II – badanie pogłębione | 16 |
| 5.2.1. Cel | 16 |
| 5.2.2. Dobór próby | 16 |
| 5.2.3. Pytania badawcze | 16 |
| 5.2.4. Przebieg realizacji badania | 17 |
| 6. ANALIZA WYNIKÓW BADANIA..... | 18 |
| 6.1. ETAP I – badanie wstępne | 18 |
| 6.2. ETAP II – badanie pogłębione | 29 |
| 7. WNIOSKI | 54 |
| 8. REKOMENDACJE | 56 |
| 9. WYKAZ TABEL I WYKRESÓW | 58 |

ZAŁĄCZNIKI:

Załącznik 1: NARZĘDZIE BADAWCZE - SCENARIUSZ WYWIADU POGŁĘBIONEGO

1. WPROWADZANIE

Raport stanowi podsumowanie badania marketingowego, przeprowadzonego w celu zidentyfikowania potencjalnego zapotrzebowania na powstanie bocznicy/ terminala LHS (Linia Hutnicza Szerokotorowa) na obszarze Gminy i Miasta Nisko.

Badanie marketingowe zostało przeprowadzone na podstawie umowy nr ZP.272.1.4.2024, zawartej dnia 19 stycznia 2024 roku między Gminą i Miastem Nisko z siedzibą w Nisku, Plac Wolności 14, 37-400 a PHENO HORIZON (OLP Sp. z o.o.), ul. Traugutta 25, pok. 1507, 90-113 Łódź.

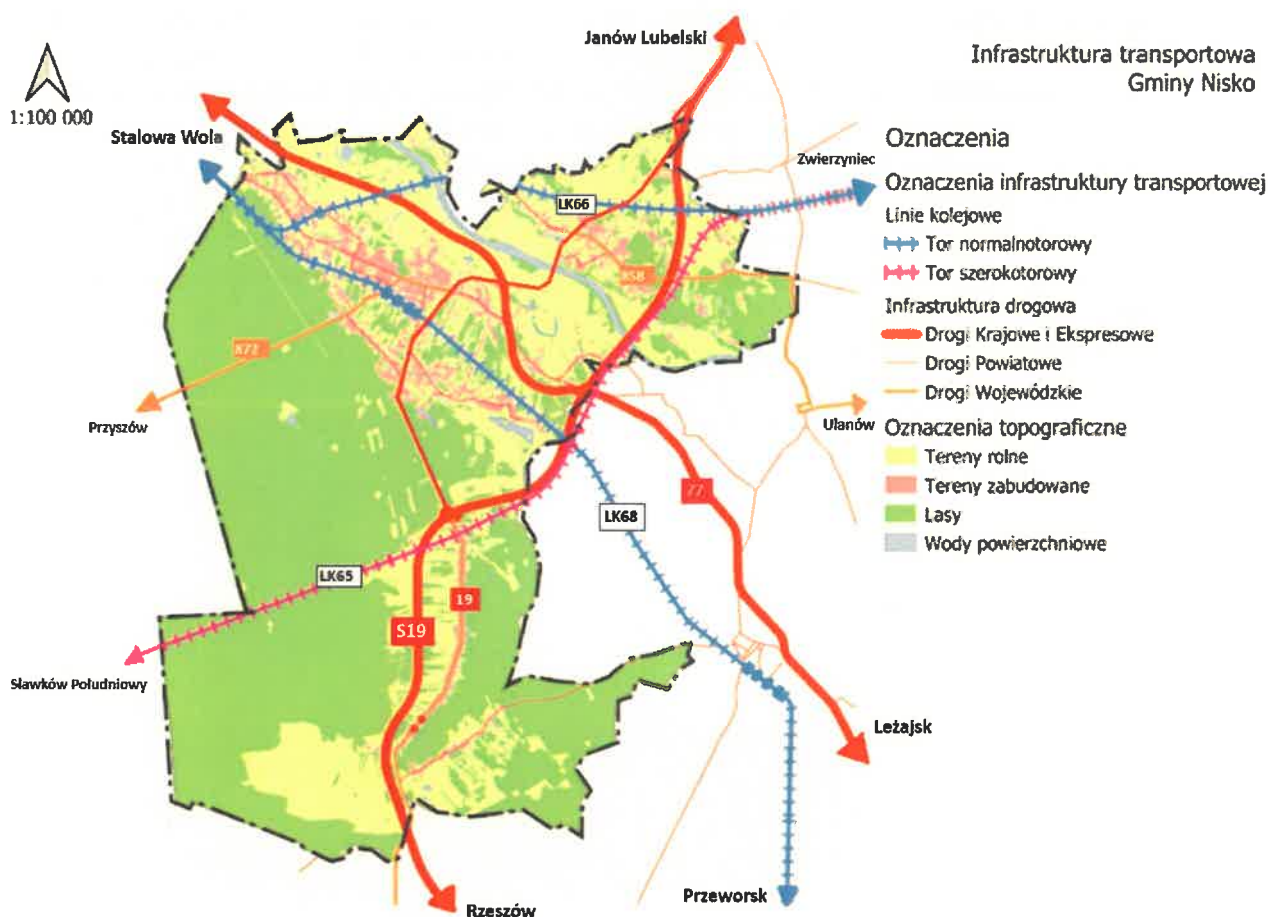
Umowa realizowana jest w ramach projektu pn.: „NISKO CORAZ WYŻEJ – PODNIESIENIE POTENCJAŁU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO MIASTA I KONKURENCYJNOŚCI W MIEŚCIE”, dofinansowanego ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021.

Przeprowadzenie badania marketingowego wynika z szczegółowych analiz prowadzonych na etapie tworzenia dokumentów strategicznych Gminy Nisko (Strategia Rozwoju Gminy i Miasta Nisko na lata 2021-2030, Plan Rozwoju Lokalnego) a także strategii wojewódzkiej (Strategii Rozwoju Województwa – Podkarpackie 2030). Przedstawione w niniejszym opracowaniu wyniki badania marketingowego stanowią rezultat wnikliwej analizy i oceny potrzeb rynkowych w kontekście usług logistycznych. Opracowanie identyfikuje kluczowe aspekty związane z planowaną budową terminala logistycznego. Tworząc bazę danych dotyczącą potencjalnych odbiorców inwestycji, daje możliwość na stworzenie w przyszłości oferty dopasowanej do potrzeb i oczekiwań runku, co z kolei zwiększa szanse powodzenia przedsięwzięcia.

2. OKREŚLENIE ZASADNOŚCI BUDOWY MULTIMODALNEGO TERMINAŁA KOLEJOWEGO LHS NA OBSZARZE GMINY NISKO

Zapewnienie dostępu do rozwiniętej infrastruktury stanowi niezwykle istotny element stymulujący rozwój danego regionu. Infrastruktura transportowa odgrywa kluczową rolę na globalnej scenie, pełniąc funkcję eliminowania barier ekonomicznych. Gmina Nisko od dawna jest świadoma potencjału, który tkwi w infrastrukturze zlokalizowanej na jej obszarze. W ramach Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy i Miasta Nisko na lata 2014-2020¹ gmina Nisko wyznaczyła dostępność do infrastruktury transportowej jako jedną ze swoich znaczących mocnych stron. To uznanie stanowi kluczowy element planów rozwojowych, gdzie infrastruktura transportowa jest traktowana jako istotny filar wspierający zrównoważony rozwój społeczno-gospodarczy obszaru. W Strategii Rozwoju Gminy i Miasta Nisko na lata 2021-2030, planowane są inwestycje w budowę dróg oraz Terminala Linii Hutniczej Szerokotorowej (LHS) zostały uznane za istotne szanse napędzające rozwój gospodarczy. Świadoma roli, jaką odgrywa infrastruktura transportowa w kształtowaniu dynamicznej struktury gospodarczej, gmina stawia na planowane inwestycje jako katalizator rozwoju.

¹ Strategia Zrównoważonego Rozwoju Gminy i Miasta Nisko na lata 2014-2020, Urząd Gminy i Miasta Nisko, 2014 – opracowana przez Firmę JKU Consulting Sp. z o.o. ul. Salwatorska 14, 30-109 Kraków.



Rysunek 1. Mapa infrastruktury transportowej w Gminie Nisko

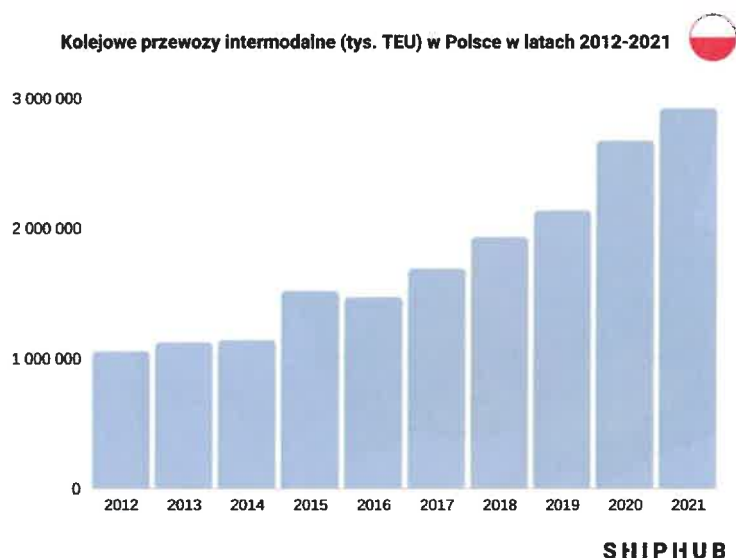
Źródło: opracowanie własne

Linie Hutniczej Szerokotorowej (LHS) oraz trasy ekspresowe i krajowe, biegnące przez obszar gminy Nisko, nabierają strategicznego znaczenia w kontekście Strategii Rozwoju Województwa – Podkarpackie 2030. Planowana budowa Terminala LHS zostaje włączona jako kluczowe działanie, mające na celu zwiększenie dostępności zewnętrznej regionu. To potwierdza, że rozwój infrastruktury transportowej jest integralnym elementem szerszych strategii rozwojowych, ukierunkowanych na wzmacnianie pozycji regionu w kontekście współczesnych potrzeb społeczno-gospodarczych.

Terminal Linii Hutniczej Szerokotorowej (LHS) otwiera obiecujące perspektywy rozwoju zarówno na poziomie lokalnym, jak i regionalnym. Kluczowe jest pełne zrozumienie charakteru samego terminala LHS, który został zaprojektowany w celu integrowania gałęzi transportu drogowego i kolejowego. Szczególną wagę przykładają się do połączenia linii kolejowych o różnych rozstawach torów – normalnotorowych i szerokotorowych, które obecnie nie są ze sobą kompatybilne. Taka innowacyjna integracja linii kolejowych posiada ogromny potencjał w poprawie efektywności wykorzystania infrastruktury transportowej. Przełamanie barier między liniami kolejowymi o różnych standardach torów przy użyciu Terminala LHS nie tylko sprzyja efektywności infrastruktury transportowej, ale również kreuje nowe możliwości dla lokalnej i regionalnej gospodarki.

Transport intermodalny, charakteryzujący się wykorzystywaniem różnych środków transportu w jednej trasie, od wielu lat notuje znaczący wzrost. Przystosowanie infrastruktury do tego dynamicznego trendu stwarza obiecującą szansę na wykorzystanie rosnącej popularności tego

sposobu transportu, co prawdopodobnie zaowocuje rozwojem gospodarczym gminy i regionu. Optymalne dostosowanie się do transportu intermodalnego może być kluczowym krokiem w kreowaniu efektywnego i zrównoważonego systemu logistycznego. Dostęp do Terminala LHS ma potencjał znaczącego wpływu na redukcję kosztów transportowych. Integracja różnych środków transportu umożliwi bardziej efektywne wykorzystanie zasobów oraz skrócenie czasu i dystansu przewozu. Terminal ten stanowi strategiczne ogniwo w sieci transportu intermodalnego, co z kolei wpisuje się w szersze cele rozwojowe gminy i regionu. Dodatkowo, dostęp do Terminala LHS ułatwi transport towarów na kierunki wschodnie. Przejście przez różne gałęzie transportu w jednym terminalu umożliwi płynne przemieszczanie się towarów, przyczyniając się do sprawnego i ekonomicznego przewozu na obszary wschodnie.



Rysunek 2. Kolejowe przewozy intermodalne (tys. TEU) w Polsce w latach 2012 – 2021

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Urzędu Transportu Kolejowego - <https://utk.gov.pl/>

W perspektywie długoterminowej, związanej z możliwością dołączenia Ukrainy do Unii Europejskiej, Terminal LHS staje się jeszcze bardziej kluczowym elementem. W takim scenariuszu, terminal może pełnić istotną rolę jako centrum logistycznego, obsługującego rosnący przepływ towarów między regionem a Ukrainą. To potwierdza strategiczną pozycję terminala w kontekście dynamicznych zmian geopolitycznych, co przekłada się na jego potencjalną funkcję jako kluczowego punktu w handlu międzynarodowym. W efekcie, Terminal LHS w dłuższej perspektywie czasowej może ewoluować w istotne centrum logistyczne, wspierając nie tylko lokalną, ale także międzynarodową dynamikę gospodarczą.

3. CELE BADANIA MARKETINGOWEGO

Jak powszechnie wiadomo informacje uzyskane z badań marketingowych mają nie tylko wartość decyzyjną, ale i poznawczą, poszerzającą wiedzę o zjawiskach i procesach zachodzących na rynku. Poprzez realizację swojej podstawowej funkcji badania marketingowe umożliwiają pozyskanie zasobu wiedzy niezbędnej nie tylko do podejmowania decyzji, ale także lepszego zrozumienie

otoczenia prowadzonego biznesu i zachodzących w nim zmian². W kontekście dynamicznych zmian w obszarze transportu i logistyki, niniejsze badanie skupiało się na analizie potrzeb oraz potencjalnych korzyści związanych z ewentualnym powstaniem multimodalnego terminala kolejowego w Gminie Nisko. Terminal ten miałby stanowić kluczowe ogniwo umożliwiające efektywny i zintegrowany przeładunek towarów pomiędzy różnymi środkami transportu, tj. drogowym, kolejowym normalnotorowym oraz szerokotorowym. Celem głównym badania było dokładne zrozumienie istniejącego oraz prognozowanie przyszłego zapotrzebowania na taką infrastrukturę, z punktu widzenia lokalnych i regionalnych przedsiębiorstw. Badanie ukierunkowano na identyfikację stopnia zainteresowania uczestniczącym w nim przedsiębiorców potencjalnym wykorzystaniem multimodalnego terminala kolejowego w ramach prowadzonej działalności. W kontekście kompleksowego podejścia do badania, skoncentrowano się nie tylko na bieżących potrzebach przedsiębiorców, ale także na przyszłych perspektywach rozwoju ich działalności. Zdobycie informacji na temat zapotrzebowania na kompleksowe usługi logistyczno-spedycyjne jest kluczowe dla zidentyfikowania obszarów, w których multimodalny terminal kolejowy mógłby przyczynić się do optymalizacji procesów przewozu i składowania towarów. Poprzez analizę tych kwestii, badanie miało na celu dostarczenie kompleksowej wiedzy, która umożliwi inwestorom oraz lokalnym władzom zrozumienie potencjalnych korzyści i wyzwań związanych z budową multimodalnego terminala kolejowego.

W celu skrupulatnej oceny zainteresowania oraz przewidywanych korzyści z ewentualnego powstania Multimodalnego Terminala Kolejowego (MTK) w Gminie Nisko, badanie marketingowe zostało podzielone na dwa etapy:

Etap I - badanie wstępne

Etap II – badanie pogłębione

Wnioski z badania będą stanowić solidną podstawę do podejmowania decyzji dotyczących dalszego rozwoju infrastruktury transportowej w regionie.

4. METODOLOGIA BADANIA

4.1. ETAP I – badanie wstępne

I Etap prowadzonego badania marketingowego stanowił badanie ilościowe, do którego zastosowano metodę ankietowania. Badanie ankietowe zostało przeprowadzone wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych na obszarze Gminy i Miasta Nisko, a także w klastrach przemysłowych w Stalowej Woli, Tarnobrzegu i Jasionce. Podejście to umożliwiło zebranie danych z różnych sektorów gospodarki, biorąc pod uwagę lokalne i regionalne perspektywy. Procedura badania skupia się na pozyskaniu ogólnego zakresu danych od szerszej grupy respondentów, by na podstawie ich analizy oraz wyselekcjonować docelową grupę badawczą do II Etapu badania, skupiającą się na pozyskaniu informacji szczegółowych.

² B. Gregor, M. Kalińska-Kula „Badania marketingowe na użytek decyzji menedżerskich”, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2014

BADANIE MARKETINGOWE

w kierunku powstania terminalu LHS połączonego z linią kolejową LHS z linią kolejową LHS nr 65
relacji most na rzece Bug – Sławków Południowy

W kwestionariuszu pierwszej części badania uwzględniono następujące elementy:

Identyfikacja i charakterystyka przedsiębiorców

1. Nazwa firmy
2. Imię i nazwisko
3. Stanowisko osoby ankietowanej
4. Branża, w jakiej funkcjonuje firma
5. Liczba pracowników zatrudnionych w firmie w woj. podkarpackim

Obecne wykorzystanie transportu

6. Organizacja procesów logistycznych w firmie
7. Obecne problemy pojawiające się przy okazji procesów logistycznych
8. Środki transportu wykorzystywane w procesach logistycznych w firmie
9. Usługi logistyczne, z których korzysta dana firma

Potrzeby transportowe

10. Rodzaje towarów transportowanych na potrzeby firmy
11. Szacowane wielkości obrotu towarowego
12. Zasięg pozyskiwania surowców i półproduktów
13. Zasięg sprzedaży towarów i półproduktów

Zrozumienie korzyści terminala multimodalnego (Wyjaśnienie potencjalnych korzyści wynikających z terminala multimodalnego (np. obniżenie kosztów, skrócenie czasu dostawy, zwiększenie efektywności logistycznej):

14. Pytanie czy po powstaniu Terminala LHS w Gminie Nisko firma będzie zainteresowana z korzystania z jego usług oraz wskazanie z jakich.

Metoda badania zastosowana w jego pierwszej części miała na celu pozyskaniu ogólnego zakresu informacji od szerszej grupy przedsiębiorców, analizy pozyskanych danych a także selekcji i wyboru docelowej grupy badawczej do drugiego etapu badania marketingowego, skupiającej się na pozyskaniu szczegółowych informacji.



Rysunek 3. Schemat przeprowadzonego badania marketingowego.

Źródło: opracowanie własne

Odpowiedzi uzyskane w ramach I etapu badania miały na celu pozwolić na wstępną analizę zebranego materiału. Na podstawie wniosków z analizy wybrano grupę badawczą, liczącą 30 firm, z którymi przeprowadzono wywiad pogłębiony (IDI), stanowiący II etap badania marketingowego.

4.2. ETAP II – badanie pogłębione

Drugą techniką badawczą wykorzystaną w ramach niniejszego projektu badawczego był ustrukturyzowany indywidualny wywiad pogłębiony (IDI – *Individual in Depth Interviews*). IDI stanowi jakościową technikę pozyskiwania danych, polegającą na bezpośredniej interakcji z respondentem. Charakterystyczną cechą wywiadu IDI jest możliwość dynamicznej modyfikacji formy i zakresu prowadzonej rozmowy w zależności od specyfiki uczestnika wywiadu i udzielanych przez niego odpowiedzi. Poprzez zastosowanie stałej struktury opartej o kilka wcześniej przygotowanych pytań nazywamy go ustrukturyzowanym. Z jednej strony takie rozwiązanie zabezpiecza przed zagubieniem ważnych dla celu badania założeń, a także umożliwia jakościowe podejście do wywiadu, bez pomijania kwestii ważnych dla rozmówcy. Badacz jest otwarty na sugestie i perspektywę respondenta, traktując jego wypowiedzi bardziej podmiotowo.

Przedsiębiorstwa, z którymi został przeprowadzony II etap badania, czyli wywiad pogłębiony zostały zdefiniowane na podstawie odpowiedzi udzielonych podczas I fazy. Podmioty gospodarcze w liczbie 141 uczestniczące w pierwszym etapie w bardzo zróżnicowany sposób reagowały na plan budowy Terminala LHS. Dlatego głównym kryterium zakwalifikowania respondentów do drugiej części było wykazanie zainteresowania potencjalnego korzystania w przyszłości z usług Terminala LHS. Kilka z firm do kontaktu zostało także dodatkowo wskazanych przez Zamawiającego podczas trwania fazy drugiej. Samo zaangażowanie przedstawicieli przedsiębiorców w drugą część również było zróżnicowane.

Elementy wywiadu pogłębionego:

Wprowadzenie

1. Prośba o potwierdzenie imienia i nazwiska osoby badanej.
2. Przedstawienie informacji dotyczących inwestycji LHS, wolnych terenów inwestycyjnych oraz konferencji dla przedsiębiorców.
3. Możliwość wykorzystania terminala LHS w długoterminowej strategii rozwoju.

Potrzeby transportowe

4. Branża i najważniejsze produkty/usługi w ofercie firmy
5. Określenie grup klientów (sektor, branża, nazwy wybranych klientów)
6. Masa rocznej produkcji w firmie
7. Wskazanie miesięcy/pór w których transportowanych jest najwięcej/najmniej towarów w firmie.
8. Region i kraje, z których firma najczęściej pozyskuje surowce i półprodukty
9. Region i kraje, do których firma najczęściej sprzedaje surowce i półprodukty
10. Wskazanie najistotniejszego dla firmy surowca lub półproduktu. Określenie czy transport dostawy do firmy wymaga jakichkolwiek specjalnych warunków (np. chłodni, zabezpieczeń produktów delikatnych itp.)
11. Występujące problemy logistyczne (o ile występują, o ile zostały wskazane w poprzedniej części badania). Pytanie z czego mogą wynikać, czy firma ma pomysły jak im sprostać oraz czy powstanie dobrze funkcjonującego terminala mogłoby sprawić, że ten problem zostanie zminimalizowany.
12. Wpływ terminala na funkcjonowanie firmy.

Rozszerzone usługi logistyczne

13. Stosowanie lub uczestniczenie w łańcuchu dostaw przez firmę.
14. Korzystanie z dodatkowych usług przy usługach logistycznych np. Ubezpieczenia
15. Stosowanie przez firmę dostawy w trybie just – in – time.
16. Decydujące czynniki wpływające na wybór przewoźnika
17. Proces stosowany przez firmy przy wysyłce za granicę. Moment, do którego firma odpowiada za towar. Wskazanie warunków Incoterms najczęściej stosowanych w firmie przy dostawach surowców i półproduktów (pytania skierowane do firm wysyłających bądź przywożących towary zza granicy).

LHS

18. Wskazanie czynników, które głównie zdecydowały o chęci korzystania z usług Terminala LHS.
19. Prośba o wskazanie najbardziej istotnych czynników, który ogólnie może zachęcić przedsiębiorców do korzystania z usług Terminala LHS.
20. Możliwość rozbudowy firmy. Wspomnienie o nowych terenach inwestycyjnych w okolicy LHS.

Badanie nastroju przedsiębiorców

21. Ocena obecnego stanu funkcjonowania swojej firmy. Bardzo dobry/Dobry/Średni/Zły
22. Ocena warunków do rozwoju firmy.
23. Ocena obecnego poziomu wsparcia ze strony administracji publicznej/władz lokalnych lub innych instytucji dla przedsiębiorstw. Wysoki/Średni/Niski.
24. Konkretnie potrzeby firmy, które mogłyby poprawić obecne warunki.
25. Korzystanie przez firmę z zewnętrznych funduszy, dofinansowań.
26. Czy są jakieś obawy w odniesieniu do funkcjonowania firmy do 2030 roku (sytuacja gospodarcza, polityczna itp.)
27. Inne własne uwagi badanych.

Po zakończeniu obu etapów badania, była możliwość przystąpienia do pogłębionej analizy uzyskanych odpowiedzi. Wynikiem badania jest także raport zawierający m.in. analizę, wnioski i rekomendacje z przeprowadzonego badania marketingowego.

5. CHARAKTERYSTYKA ETAPÓW BADANIA

5.1. ETAP I – badanie wstępne

5.1.1. Cel

Cele I Etapu prowadzonego badania określić można w następujący sposób:

- weryfikacja i doprecyzowanie pytań badawczych, w tym identyfikacja kluczowych zagadnień (tematów, problemów) będących przedmiotem badania wszystkich przedsiębiorstw,
- przygotowanie kwestionariusza ankietowego do badania na platformie Microsoft Forms z uwzględnieniem opracowanych pytań oraz tematów badawczych,
- zebranie podstawowych danych oraz analiza struktury procesów logistycznych w przedsiębiorstwach reprezentujących różne sektory gospodarki wraz z wstępnym badaniem stopnia zainteresowania firm planowaną inwestycją terminala logistycznego LHS w Gminie Nisko,

- weryfikacja uzyskanych odpowiedzi w celu wyłonienia grupy badawczej do II Etapu – badania pogłębionego

I Etap badania (ze względu na jego założenia) należy traktować jako badanie eksploracyjne, którego celem jest ogólne rozpoznanie idei badanego zagadnienia. Wprowadzenie do ogólnej procedury badania marketingowego elementu eksploracyjnego wpływa na znaczące podniesienie wartości ostatecznych rezultatów badania, zwłaszcza pod względem ich jakości i kompletności. W ramach I Etapu badania marketingowego wykorzystano – scharakteryzowaną wcześniej w sposób szczegółowy – technikę badania ankietowanego.

5.1.2. Dobór próby

W ramach I Etapu badania marketingowego zastosowano celowy dobór próby badawczej (*purposive sampling*)³. W ramach niniejszej metody, respondenci wybierani są subiektywnie, na podstawie własnej wiedzy na temat badanej kwestii. W ramach prowadzonej ankiety wybrane zostały przedsiębiorstwa, które ze względu na lokalizację a także specyfikę działalności mogą stać się potencjalnymi odbiorcami inwestycji regionalnej, jaką jest powstanie terminala logistycznego LHS w Gminie Nisko.

Dostarczona przez Zamawiającego baza przedsiębiorstw funkcjonujących w otoczeniu planowanej inwestycji obejmowała łącznie 141 firm. Przedsiębiorstwa charakteryzowały się znacznym zróżnicowaniem pod względem wielkości jak i branży prowadzonej działalności. Na liście znajdowało się:

- 69 przedsiębiorstw prowadzących działalność w Stalowej Woli,
- 49 przedsiębiorstw prowadzących działalność w Jasionce,
- 15 przedsiębiorstw prowadzących działalność w Tarnobrzegu,
- 8 przedsiębiorstw prowadzących działalność w miejscowości Nisko.

5.1.3. Pytania badawcze

Scenariusz badania ankietowanego z przedstawicielami przedsiębiorstw obejmował kompleksowo zagadnienia badawcze związane z I Etapem badania. Stanowił on bazę do opracowania docelowego narzędzia badawczego, jakim jest scenariusz ustrukturyzowanego wywiadu indywidualnego (IDI).

Kwestionariusz pierwszej części badania składał się z dwóch sekcji.

Pierwsza sekcja poświęcona była zebraniu podstawowych informacji dotyczących przedsiębiorstwa oraz prowadzonych przez nie procesów logistycznych. Sekcja pierwsza umożliwiła zatem lepsze zrozumienie kontekstu działalności badanych firm oraz ich logistycznych potrzeb.

Druga sekcja koncentrowała się natomiast na ocenie wstępnego zainteresowania usługami potencjalnego terminala logistycznego.

³ Szreder M., *Metody i techniki sondażowych badań opinii*, PWE, Warszawa 2004 r.

Kwestionariusz ankiety obejmował następujące pytania:

| Sekcja 1 – informacje o firmie |
|---|
| 1. Nazwa firmy |
| 2. Stanowisko |
| 3. W jakiej branży funkcjonuje państwa firma? |
| 4. Proszę wskazać ilu pracowników jest zatrudnionych w Państwa firmie na terenie woj. Podkarpackiego. (możliwość jednokrotnego wyboru) |
| <input type="radio"/> <10 pracowników |
| <input type="radio"/> 10 - 50 pracowników |
| <input type="radio"/> 50 - 250 pracowników |
| <input type="radio"/> >250 pracowników |
| 5. Jaka jest organizacja procesów logistycznych w Państwa firmie? (możliwość wielokrotnego wyboru) |
| <input type="checkbox"/> Moja firma nie wymaga procesów logistycznych |
| <input type="checkbox"/> Samodzielnie zajmujemy się logistyką, jest zatrudniona osoba/by |
| <input type="checkbox"/> Samodzielnie zajmujemy się logistyką, mamy dział logistyki |
| <input type="checkbox"/> Zlecamy na zewnątrz kompleksową obsługę logistyczną |
| <input type="checkbox"/> Inne |
| 6. Jeżeli w Państwa firmie występują problemy logistyczne, proszę je opisać. |
| 7. Jakie środki transportu wykorzystywane są w procesach logistycznych w Państwa firmie? (możliwość wielokrotnego wyboru) |
| <input type="checkbox"/> Transport drogowy |
| <input type="checkbox"/> Transport kolejowy |
| <input type="checkbox"/> Transport wodny |
| <input type="checkbox"/> Transport multimodalny/łączony |
| <input type="checkbox"/> Inne |
| 8. Z jakich usług logistycznych korzysta Pańska firma (możliwość wielokrotnego wyboru) |
| <input type="checkbox"/> Transport |
| <input type="checkbox"/> Magazynowanie |
| <input type="checkbox"/> Spedycja |
| <input type="checkbox"/> Inne |
| 9. Jakiego rodzaju ładunki są transportowane na potrzeby Państwa firmy? (możliwość wielokrotnego wyboru) |
| <input type="checkbox"/> Ładunki paletowe |
| <input type="checkbox"/> Towary sypkie |
| <input type="checkbox"/> Paliwa i chemikalia |
| <input type="checkbox"/> Żywność |
| <input type="checkbox"/> Pojazdy i ciężka machineria |
| <input type="checkbox"/> Towary niebezpieczne |
| <input type="checkbox"/> Inne |
| 10. Proszę podać rząd wielkości w tonach towarów transportowanych na potrzeby Państwa firmy miesięcznie. |
| 11. Proszę podać zasięg, z którego pozyskuje się surowce i półprodukty w Państwa firmie. (możliwość jednokrotnego wyboru) |

| |
|--|
| <input type="radio"/> Wyłącznie dostawcy lokalni i regionalni (woj. podkarpackie) |
| <input type="radio"/> Z całej Polski |
| <input type="radio"/> Z Unii Europejskiej |
| <input type="radio"/> Z całego świata |
| 12. Proszę podać zasięg, na którym sprzedaje się towary w Państwa firmie. (możliwość jednokrotnego wyboru) |
| <input type="radio"/> Lokalny i regionalny (woj. Podkarpackie) |
| <input type="radio"/> W całej Polski |
| <input type="radio"/> W Unii Europejskiej |
| <input type="radio"/> Na całym świecie |
| <input type="radio"/> Nie sprzedajemy towarów |
| Sekcja 2 – Terminal LHS |
| 13. Czy po powstaniu Terminala Kolejowego LHS w Gminie Nisko Państwa firma byłaby zainteresowana z korzystania z jego usług? Jeżeli tak to jakich? (możliwość wielokrotnego wyboru) |
| <input type="checkbox"/> Nie bylibyśmy zainteresowani |
| <input type="checkbox"/> Usługi transportowe |
| <input type="checkbox"/> Usługi magazynowe |
| <input type="checkbox"/> Usługi spedycyjne |
| <input type="checkbox"/> Inne |
| 14. Imię i nazwisko |

5.1.4. Przebieg realizacji badania

I Etap badania realizowano w okresie od 01 lutego 2024 roku do 13 lutego 2024 roku. Ankiety przeprowadzane były przez członków zespołu badawczego realizującego niniejsze zamówienie. Próba kontaktu inicjującego, obejmujące nawiązanie kontaktu telefonicznego z przedsiębiorstwem, przekazanie informacji o badaniu, uzyskanie danych kontaktowych osoby odpowiedzialnej za wypełnienie ankiety została podjęta we wszystkich 141 firmach z otrzymanej bazy przedsiębiorstw.

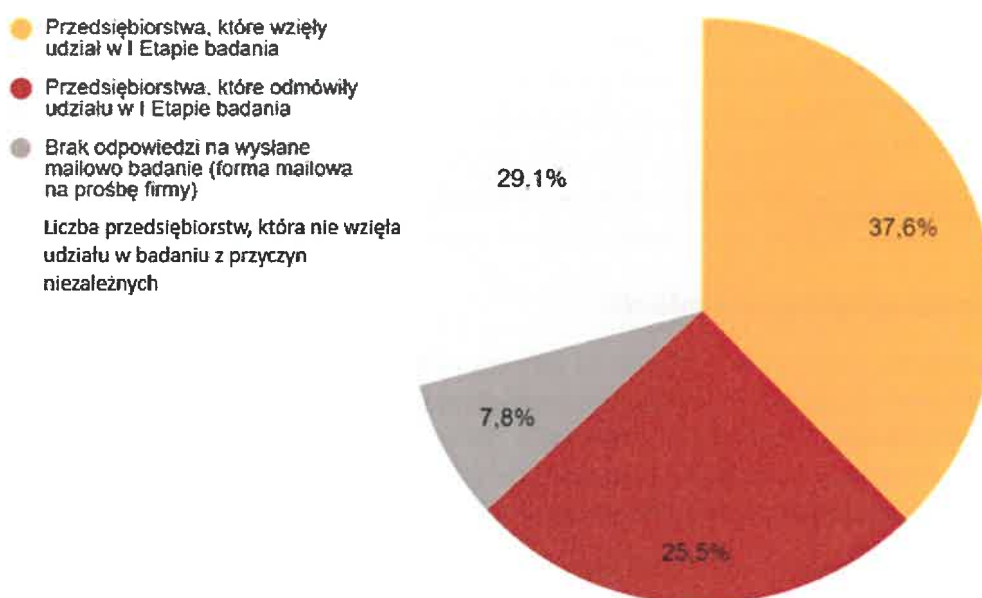
Spośród przedsiębiorstw wskazanych na liście otrzymanej od Zamawiającego ostatecznie w badaniu ankietowym wzięty udział 53 przedsiębiorstwa. Reakcje na zaproszenie do udziału w badaniu ankietowym były zróżnicowane. Po przedstawieniu celu kontaktu, część firm wyrażała zainteresowanie zarówno planowaną inwestycją jak i prowadzonym badaniem, część firm mimo braku zainteresowania planowaną inwestycją deklarowała chęć wzięcia udziału w badaniu, natomiast pozostali wykazywali niechęć do kontynuowania rozmowy oraz brak chęci na udzielenie odpowiedzi na pytanie ankietowe. Warto podkreślić, że prowadzenie badań jakościowych wśród przedsiębiorców jest znacznie bardziej kosztowne. Stanowi również wyzwanie dla respondentów, gdyż wymaga agregacji nowych pojęć, poświęcenia czasu na zadanie nie związane bezpośrednio z bieżącymi dochodami dla przedsiębiorstwa oraz często wiąże się z refleksją co do przyszłości, czyli z planowaniem. Potwierdzeniem tej tezy może być struktura wydatków na różne typy badań wśród przedsiębiorców w Polsce w latach 1998-2005, która pokazuje, że wydatki na takie badania nie przekraczają 20%⁴.

⁴ Źródło: Rocznik PTBRiO, edycja XVIII, s. 38, edycja XVII, s. 28, edycja XIV, s. 32.

Spośród 141 przedsiębiorstw znajdujących się w otrzymanej bazie kontaktowej:

- **53 przedsiębiorstwa zgodziły się na udział w badaniu ankietowym** (przeprowadzono 52 ankiety telefoniczne, jedno badanie zostało uzupełnione w formie elektronicznej online),
- 36 przedsiębiorstw odmówiło udziału w badaniu ankietowym,
- 11 przedsiębiorstw nie odpowiedziało na przesłany drogą mailową kwestionariusz ankiety (forma elektroniczna na prośbę przedsiębiorstw),
- 41 przedsiębiorstw z bazy danych nie wzięło udziału w badaniu z niezależnych przyczyn, m.in. takich jak: nieprawidłowe numery (w tym brak poprawnych numerów telefonu na stronach internetowych przedsiębiorstw), zaprzestanie działalności firmy, dłuższa nieobecność osób do kontaktu, brak odpowiedzi na telefony przez kilka tygodni. W wielu przypadkach kontakt z danym ośrodkiem próbowano nawiązać kilku- lub kilkunastokrotnie.

Wykres 1: Czynności podjęte przez przedsiębiorstwa, z którymi skontaktowano się w celu przeprowadzenia badania.



Źródło: Opracowanie własne

Podczas pierwszego kontaktu z przedsiębiorstwem, ankieter starał się uzyskać zgodę na przeprowadzanie badania oraz dane kontaktowe do osoby, która będzie w stanie najrzetelniej udzielić odpowiedzi na zadane pytania. Jeżeli chodzi o kategorię respondentów, z którymi ostatecznie udało się przeprowadzić ankietę, byli to przede wszystkim:

- prezesi/właściciele/członkowie zarządu przedsiębiorstw
- kierownicy/dyrektorzy działów (w tym wydziałów, departamentów itp.) zajmujących się logistyką, handlem, jakością, rozwojem, kwestiami technicznymi funkcjonowania przedsiębiorstwa itp.
- koordynatorzy działów (m.in. handlu, logistyki, transportu, finansów), menagerowie
- pozostałe osoby

Następnie po uzyskaniu zgody na uczestnictwo w badaniu, ankieter przeprowadził ankietę w formie telefonicznej według uprzednio przygotowanego i zaakceptowanego przez Zamawiającego kwestionariusza. Arkusz odpowiedzi był uzupełniany przez prowadzącego badanie na podstawie odpowiedzi przekazywanych przez respondenta. Część uczestników badania preferowała samodzielne wypełnienie formularza po przesłaniu go drogą elektroniczną na wskazany adres e-mailowy. Większość ankietowanych preferowała formę ankiety telefonicznej, w związku z czym w większości badanie przybierało taką formę.

Procedura badania ankietowego skupiała się na pozyskaniu pełnych wypowiedzi oraz oferowała wsparcie dla badanych przy wyjaśnieniu danego zagadnienia, pytania, bazy pojęciowej zawartej w narzędziu badawczym.

W ramach kolejnej części badania ankietowego prowadzona była weryfikacja zebranych odpowiedzi, co umożliwiało ponowny kontakt z badanymi celem uzupełnienia ewentualnych brakujących informacji. Po uzyskaniu wszystkich możliwych danych od danego respondenta następowało zamknięcie rekordu.



Rysunek 4. Schemat I Etapu badania marketingowego
Źródło: opracowanie własne

Odpowiedzi uzyskane w ramach I Etapu badania pozwoliły na wstępną analizę zebranego materiału. Na podstawie wniosków z analizy wybrano grupę badawczą, z którymi przeprowadzono indywidualne wywiady pogłębione (IDI). Stanowiły one II Etap badania marketingowego.

5.2. ETAP II – badanie pogłębione

5.2.1. Cel

Głównym celem II Etapu badania marketingowego, prowadzonego w formie ustrukturyzowanych indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) było szczegółowe poznanie i zrozumienie opinii i potrzeb przedsiębiorców potencjalnie zainteresowanych inwestycją budowy terminala logistycznego LHS w Gminie Nisko. Na podstawie uzyskanych informacji, inwestycja będzie mogła zostać strategicznie zaplanowana, by osiągnąć maksymalny wpływ na rozwój gospodarczy regionu, przy optymalnych rozwiązaniach odpowiednich dla branży logistycznej.

Na osiągnięciu głównego celu II Etapu badania wpływały cele cząstkowe, które stanowiły kluczowe kroki w procesie prowadzenia wywiadu pogłębionego. Wśród nich wyróżnia się:

- precyzyjne ustalenie oczekiwań badanych przedsiębiorców wobec planowanego terminala logistycznego LHS w Gminie Nisko (w tym rodzaju świadczonych usług),
- określenie specyfikacji technicznych, które mogą przyczynić się do optymalizacji wykorzystania terminala oraz powiązań uruchomienia terminala z potencjalnymi planami rozwojowymi firm oraz i zamierzeniami biznesowymi przedsiębiorców,
- pozyskanie opinii przedsiębiorców na temat wpływu inwestycji na rozwój, w tym zarówno własnej firmy jak i całego regionu.

Realizacja powyższego celu została przeprowadzona z wykorzystaniem – scharakteryzowanej wcześniej – metody wywiadu pogłębionego (IDI).

5.2.2. Dobór próby

Podobnie jak w I Etapie badania, w II Etapie również wykorzystano metodę celowego doboru próby badawczej. W niniejszej części wykorzystano wiedzę pozyskaną w ramach poprzedniego etapu. Dobór próby przeprowadzony został w oparciu o określone kryteria. Najważniejszym kryterium było wykazanie w poprzedniej części badania zainteresowania potencjalnym korzystaniem w przyszłości z usług planowanego Terminala LHS.

Ostateczny wybór reprezentatywnej grupy przedsiębiorców do udziału w II Etapie badania marketingowego został dokonany we współpracy z Zamawiającym, uwzględniając określone kryteria. Poza grupą przedsiębiorców wytypowanych w I Etapie badania, Zamawiający wskazał kilka dodatkowych kontaktów, których zainteresowania inwestycją zostało ustalone na podstawie odrębnych, indywidualnych rozmów i kontaktów z przedsiębiorcami. Warto zwrócić uwagę, że proces pierwszego etapu badania pobudził nieco zainteresowanie planowanym uruchomieniem terminala.

Wyznaczona grupa badawcza składała się z 29 podmiotów gospodarczych.

5.2.3. Pytania badawcze

W celu zebrania informacji od przedsiębiorców na temat ich potrzeb transportowych, stosowanych usług logistycznych oraz zainteresowania planowanym terminalem logistycznym przygotowano formularz wywiadu.

Formularz został podzielony na sekcje, by w poszczególnych częściach rozmowy skupić się na kluczowych obszarach badawczych. Zebrany w ten sposób materiał badawczy pozwolił na lepsze zrozumienie wymagań i oczekiwań przedsiębiorców wobec planowanej inwestycji. Dzięki temu

podejmowane w przyszłości działania inwestycyjne mogą zostać odpowiednio dostosowane do realnych potrzeb rynkowych.

Formularz wywiadu pogłębionego, stanowiący narzędzie badawcze II Etapu badania marketingowego stanowi Załącznik 1 do niniejszego opracowania.

Zagadnienia badawcze zawarte w formularzu miały formę pytań otwartych. Należy zaznaczyć, że zawarta w kwestionariuszu wywiadu lista pytań stanowiła wyłącznie jego podstawę. Każda rozmowa była dostosowywana i modyfikowana indywidualnie pod każdego przedsiębiorcę. Takie podejście pozwoliło uzyskać wartościowe i spersonalizowane informacje, a także umożliwiło respondentów swobodne wyrażanie swoich poglądów, bez ograniczania się do określonych odpowiedzi.

5.2.4. Przebieg realizacji badania

Etap II badania mający formę indywidualnego wywiadu pogłębionego realizowano w okresie od 20 lutego 2024 do 15 marca 2024. Wywiady przeprowadzane były przez członków zespołu badawczego realizującego niniejsze zamówienie z wykorzystaniem uprzednio zaakceptowanego przez Zamawiającego scenariusza wywiadu IDI. Całość II Etapu badania przeprowadzona była drogą telefoniczną, a odpowiedzi respondentów były notowane przez ankietera w specjalnie przygotowanym formularzu na platformie Microsoft Forms.

Indywidualne wywiady o charakterze pogłębionym, prowadzone z przedsiębiorcami odbywały się po wcześniejszym umówieniu dnia i godziny kontaktu. Każda rozmowa trwała ok. 30 minut. Podczas niej ankieter starał się uzyskać szczegółowe i precyzyjne odpowiedzi na zadawane pytania. Oferowana była również pomoc w wyjaśnieniu kwestii wymagających bardziej szczegółowego zrozumienia.



Rysunek 5. Schemat II Etapu badania marketingowego
Źródło: opracowanie własne

W ogólnym ujęciu wywiad pogłębiony spotkał się z pozytywnym odbiorem uczestników. Respondenci najczęściej dysponowali dość szczegółowymi informacjami na temat poruszanych w II Etapie badania tematów. Czasami sygnalizowana była potrzeba skorzystania z dodatkowych źródeł informacji lub konsultacji z wybranymi współpracownikami w celu udzielenia bardziej kompleksowych odpowiedzi na poszczególne pytania badawcze.

Brak zgody na wzięcie udziału w wywiadzie występował incydentalnie. Większym problemem okazała się ograniczona dostępność czasowa respondentów i wynikające z tego faktu trudności z nawiązaniem kontaktu a także uzgodnieniem dogodnego terminu przeprowadzenia wywiadu. Wynikiem tego było rozszerzenie początkowo ustalonej próby badawczej (liczącej 29 przedsiębiorców) w trakcie

prowadzonej drugiej części badania. **Do badania zostało zaangażowanych łącznie 41 przedsiębiorstwa.** Mając jednak na uwadze wskazane trudności, **finalnie do kompletnej odpowiedzi uzyskano od 27 przedsiębiorców, które następnie zakwalifikowano do szczegółowej analizy.**

Pozyskany na podstawie przeprowadzonych indywidualnych wywiadów pogłębionych materiał badawczy został skompilowany i przygotowany do dalszej analizy w celu przedstawienia wniosków i rekomendacji. Skupiono się głównie na analizie jakościowej zgromadzonych danych. W odpowiedziach respondentów wyodrębniono kluczowe tematy oraz wzorce, identyfikując w ten sposób główne problemy, potrzeby i sugestie.

6. ANALIZA WYNIKÓW BADANIA

6.1. ETAP I – badanie wstępne

Odpowiedzi z ankiet z pierwszej części badania (**53 wypełnione ankiety**) prezentują się następująco:

Pytanie 1. Nazwa firmy.

Pierwszym pytaniem było potwierdzenie zgodności danych kontaktowych, w tym nazwy firmy, z danymi przedsiębiorstwa zawartymi w posiadanej bazie danych.

Pytanie 2. Stanowisko osoby udzielającej odpowiedzi.

Jeśli chodzi o kategorie respondentów, z którymi ostatecznie przeprowadzono I Etap badania marketingowego, byli to przede wszystkim:

- prezesi/właściciele/członkowie zarządu przedsiębiorstw
- kierownicy/dyrektorzy działów (w tym wydziałów, departamentów itp.) zajmujących się logistyką, handlem, jakością, rozwojem, kwestiami technicznymi funkcjonowania przedsiębiorstwa itp.
- koordynatorzy działów (m.in. handlu, logistyki, transportu, finansów), menagerowie
- pozostałe osoby⁵.

Pytanie 3. W jakiej branży funkcjonuje Państwa firma?

Na podstawie odpowiedzi respondentów udzielonych na pytanie o branżę, w której funkcjonują uzyskano zróżnicowane odpowiedzi. W celu zachowania anonimowości badania, odpowiedzi zostały odpowiednio pogrupowane i zakodowane. Zastosowano podział według głównych sektorów i działów branż, zgodnie z klasyfikacją PKD 2007⁶.

Tabela 1. Firmy biorące udział w badaniu zakodowane według sektorów i działów branż (klasyfikacja PKD 2007)

| SEKCJA C - Przetwórstwo przemysłowe | |
|---|--------|
| Produkcja wyrobów tartacznych | C16.10 |
| Produkcja opakowań drewnianych | C16.24 |
| Produkcja nawozów i związków azotowych | C20.15 |
| Produkcja tworzyw sztucznych w formach podstawowych | C20.16 |

⁵ Wśród pozostałych osób można wskazać m.in. pracowników biurowo – administracyjnych,

⁶ Opracowano na podstawie dokumentacji klasyfikacji PKD 2007 [DZIAŁ \(stat.gov.pl\)](http://DZIAŁ.stat.gov.pl) dostęp dnia 15.03.2024

| SEKCJA C - Przetwórstwo przemysłowe | |
|---|--|
| Produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych | C22 |
| Produkcja pozostałych wyrobów z gumy | C22.19 |
| Produkcja wyrobów z tworzyw sztucznych | C22.20 |
| Produkcja opakowań z tworzyw sztucznych | C22.22 |
| Kształtowanie i obróbka szkła płaskiego | C23.12 |
| Produkcja wyrobów ściernych | C23.91 |
| Produkcja surówki, żelazostopów, żeliwa i stali oraz wyrobów hutniczych | C24.10 |
| Produkcja aluminium | C24.42 |
| Odlewnictwo żeliwa | C24.51 |
| Odlewnictwo metali lekkich | C24.53 |
| Produkcja konstrukcji metalowych i ich części | C25.11_1, C25.11_2 |
| Produkcja metalowych elementów stolarki budowlanej | C25.12 |
| Produkcja grzejników i kotłów centralnego ogrzewania | C25.21_1, C25.21_2, C25.21_3, C25.21_4 |
| Produkcja broni i amunicji | C25.40 |
| Kucie, prasowanie, wyłaczanie i walcowanie metali; metalurgia proszków | C25.50 |
| Obróbka metali i nakładanie powłok na metale | C25.61_1, C25.61_2, C25.61_3, C25.61_4 |
| Obróbka mechaniczna elementów metalowych | C25.62_1, C25.62_2 |
| Produkcja narzędzi | 25.73 |
| Produkcja pojemników metalowych | C25.91 |
| Produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych, gdzie indziej niesklasyfikowana | C25.99 |
| Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych | C26.0 |
| Produkcja opakowań drewnianych | C26.24 |
| Produkcja elektronicznego sprzętu powszechnego użytku | C26.40 |
| Produkcja maszyn dla rolnictwa i leśnictwa | C28.30 |
| Produkcja maszyn do obróbki metalu | C28.41 |
| Produkcja mebli | C31.0_1 |
| Produkcja materaców | C31.03 |
| Produkcja urządzeń, instrumentów oraz wyrobów medycznych, włączając dentystyczne | C32.50_1, C32.50_2 |
| Naprawa i konserwacja maszyn | C33.12 |
| Naprawa i konserwacja pozostałego sprzętu transportowego | C33.17 |
| SEKCJA E - Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją | |
| Odzysk surowców z materiałów segregowanych | E38.32_1, E38.32_2 |

| | |
|---|--------|
| Sekcja F - Budownictwo | |
| Branża budowlana | F_0 |
| Roboty budowlane związane ze wznoszeniem budynków mieszkalnych i niemieszkalnych | F41.20 |
| Wykonywanie instalacji elektrycznych | F43.21 |
| Sekcja G - Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle | |
| Sprzedaż hurtowa metali i rud metali | 46.72 |
| Sprzedaż hurtowa drewna, materiałów budowlanych i wyposażenia sanitarnego | C46.73 |
| Sprzedaż hurtowa wyrobów metalowych oraz sprzętu i dodatkowego wyposażenia hydraulicznego i grzejnego | C46.74 |
| Sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowana | G46.90 |
| Sekcja M - Działalność profesjonalna, naukowa, techniczna | |
| Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów, z wyłączeniem holdingów finansowych | M70.10 |
| Sekcja Q - Opieka zdrowotna i pomoc społeczna | |
| Pozostała działalność związana ze sportem | Q93.19 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie klasyfikacji PKD 2007

Pytanie 4. Proszę wskazać ilu pracowników jest zatrudnionych w Państwa firmie na terenie woj. Podkarpackiego?

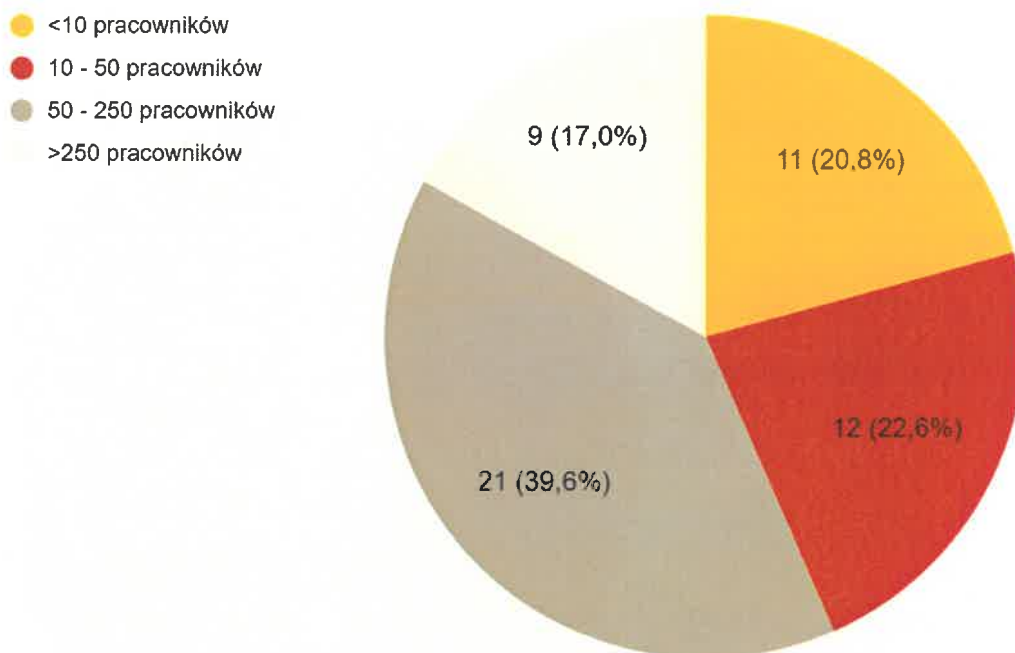
- <10 pracowników
- 10 - 50 pracowników
- 50 - 250 pracowników
- >250 pracowników

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie liczby pracowników firmy na terenie województwa podkarpackiego zawierających się we wskazanym przedziale. Z charakteru ilości zatrudnionych pracowników wyłoniły się następujące dominujące kategorie: mikroprzedsiębiorstwa, małe, średnie i duże przedsiębiorstwa. Mikroprzedsiębiorstwa to firmy zatrudniające mniej niż 10 pracowników, małe zatrudniające poniżej 50 pracowników, średnie zatrudniające do 250 oraz duże, w których pracuje więcej niż 250 osób⁷.

Wśród przedsiębiorstw biorących udział w badaniu ankietowym, największą grupę stanowiły średnie przedsiębiorstwa, o udziale ok. 40% całości. Najmniejszą grupą były natomiast duże przedsiębiorstwa, zatrudniające więcej niż 250 pracowników, których udział wynosił ok. 17%.

⁷ Zalecenie Komisji Europejskiej z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji przedsiębiorstw mikro, małych i średnich (Dz. Urz. UE L 124 z dnia 20.05.2003 r., str. 36) dostęp dnia 15.03.2024

Wykres 2: Liczba pracowników zatrudnionych na terenie woj. Podkarpackiego w firmie respondentów.



Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 5. Jaka jest organizacja procesów logistycznych w Państwa firmie?

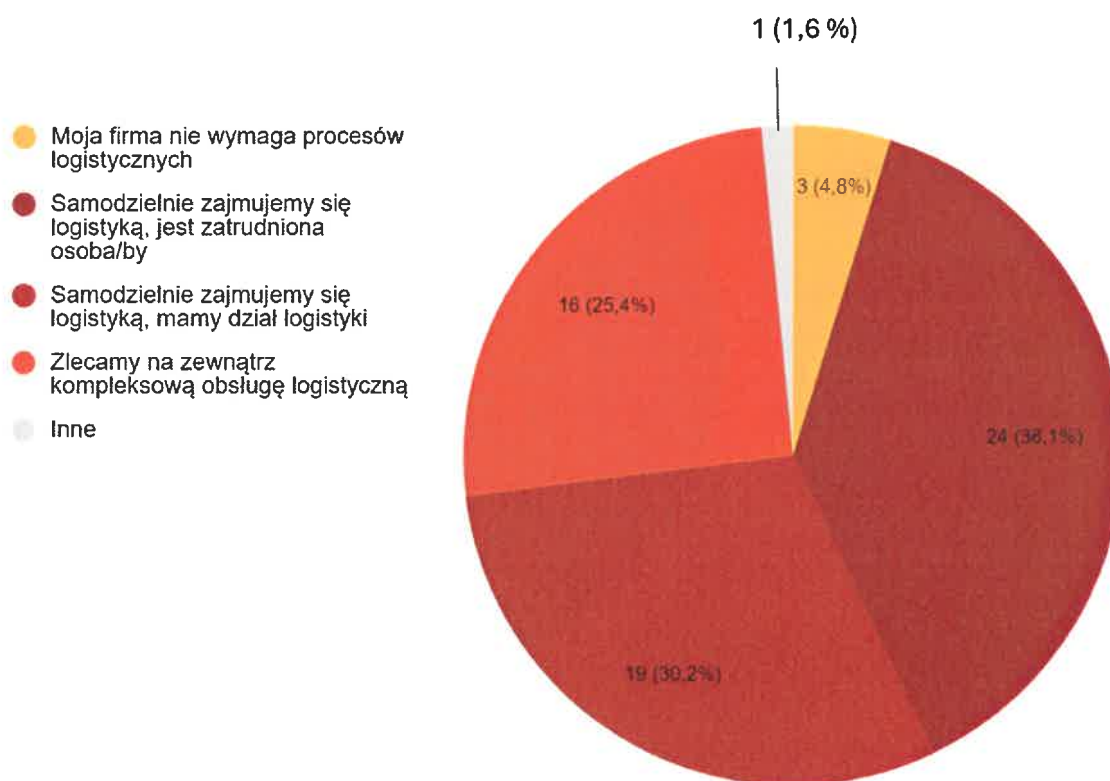
- Moja firma nie wymaga procesów logistycznych
- Samodzielnie zajmujemy się logistyką, jest zatrudniona osoba/by
- Samodzielnie zajmujemy się logistyką, mamy dział logistyki
- Zlecamy na zewnątrz kompleksową obsługę logistyczną

Pytanie piąte miało charakter wielokrotnego wyboru.

Respondentów zapytano o organizację procesów logistycznych w firmach, których są przedstawicielami. Najczęstszą odpowiedzią (38%) było samodzielne zarządzanie logistyką przez zatrudnianie osoby odpowiedzialnej za ten obszar. Firmy, które samodzielnie zajmują się logistyką i posiadają własny dział logistyki stanowiły 30% przedsiębiorstw uczestniczących w badaniu. 16% badanych przedsiębiorstw zleca kompleksową usługę logistyczną firmom zewnętrznym. Jedynie ok 0,6% respondentów zadeklarowało, że firma, w której pracują nie wymaga procesów logistycznych.

Wśród odpowiedzi pojawiła się jedna odpowiedź spoza wskazanych propozycji. W ramach odpowiedzi „inne”: „zlecenie na zewnątrz, ale nie w kompleksowym zakresie”.

Wykres 3: Organizacja procesów logistycznych w przedsiębiorstwach respondentów.



Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 6. Jeżeli w Państwa firmie występują problemy logistyczne, proszę je opisać.

Pytanie szóste było pytaniem otwartym.

Badanym zadano pytanie, czy w ich firmie występują problemy logistyczne w ogólnym zakresie (obejmujące szeroki zakres kwestii logistycznych). Na podstawie pozyskanych informacji przez wszystkich respondentów, ustalono następujące kategorie odpowiedzi:

| |
|--|
| brak problemów logistycznych |
| ograniczony dostęp do surowca |
| transport samochodowy surowca jest wydłużony |
| trudność ze znalezieniem transportu na dany termin (szczególnie w okresie świątecznym) |
| problemy z magazynowaniem |
| utrudniona komunikacja między firmami |
| transport jest drogi |
| duża konkurencyjność transportowa |
| nieterminowość kurierów |
| terminowość dostaw |

W niektórych przypadkach spotkano się z odmową odpowiedzi na postawione pytanie. Brak problemów logistycznych wskazało ok. 70%.

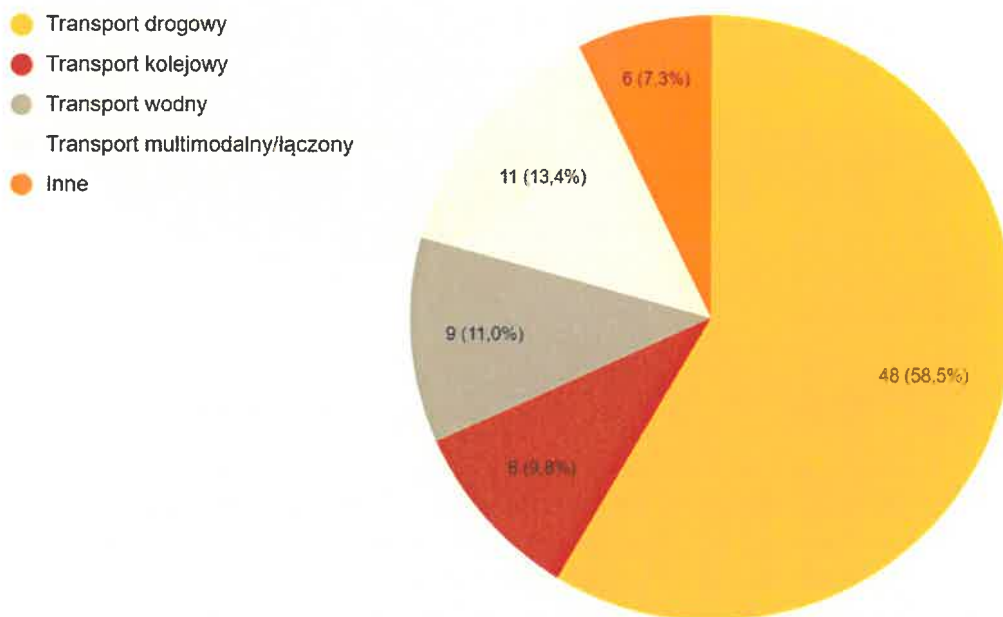
Pytanie 7. Jakie środki transportu wykorzystywane są w procesach logistycznych w Państwa firmie?

- Transport drogowy
- Transport kolejowy
- Transport wodny
- Transport multimodalny/łączony
- Inne

Pytanie siódme miało formę wielokrotnego wyboru. Respondentów zapytano, jakie środki transportu wykorzystywane są w procesach logistycznych w ich firmie. Najpopularniejszą odpowiedzią, stanowiącą aż 59% wszystkich odpowiedzi był transport drogowy. Transport kolejowy został wskazany przez 10% respondentów.

W kategorii „inne” wymieniano transport lotniczy.

Wykres 4: Środki transportu wykorzystywane w procesach logistycznych w przedsiębiorstwach respondentów.



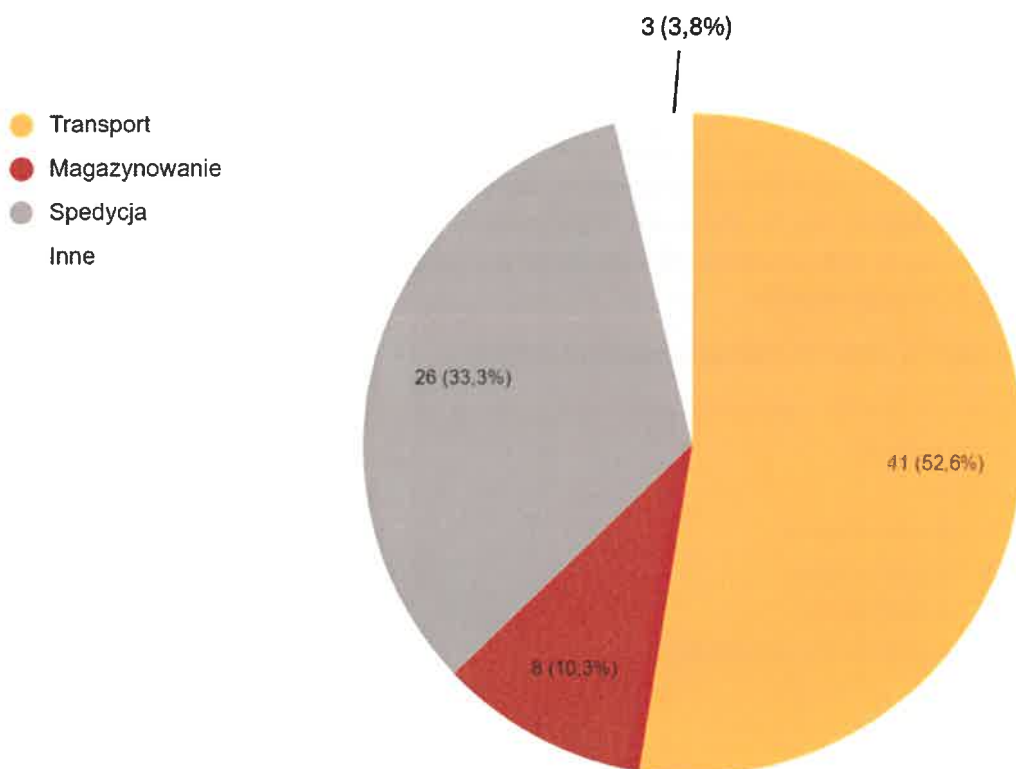
Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 8. Z jakich usług logistycznych korzysta Państwa firma?

- Transport
- Magazynowanie
- Spedycja
- Inne

Badane przedsiębiorstwa zostały zapytane o rodzaj aktualnie wykorzystywanych usług logistycznych. Pytanie pozwalało na wybór więcej niż jednej odpowiedzi. Ponad połowa ankietowanych (53%) wskazała, że głównie korzysta z usług transportowych. Usługi spedycyjne wybrało 33% badanych, natomiast z usług magazynowania korzysta 10% respondentów. Wśród innych odpowiedzi wskazywano usługi firm kurierskich i obsługę celną.

Wykres 5: Usługi logistyczne, z których korzystają respondenci

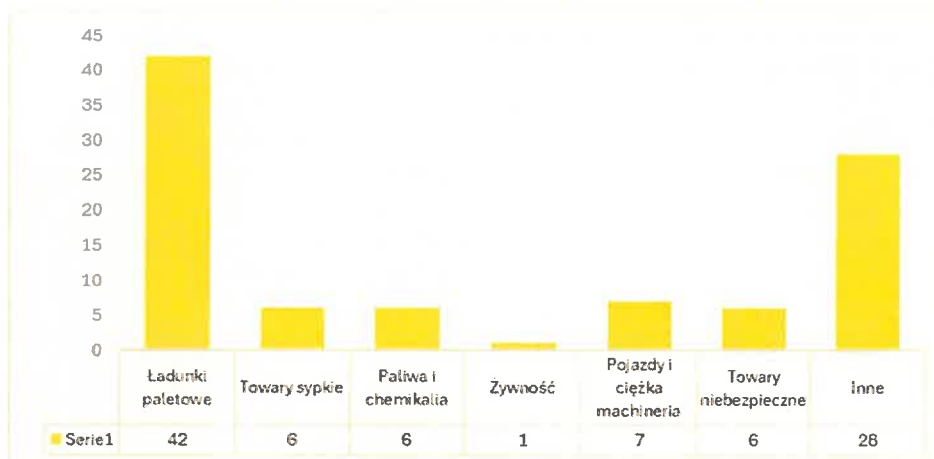


Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 9. Jakiego rodzaju ładunki są transportowane na potrzeby Państwa firmy?

Ankietowani zostali zapytani o rodzaje ładunków transportowanych na potrzeby przedsiębiorstwa. Pytanie pozwalało na wskazanie więcej niż jednej odpowiedzi. Wśród proponowanych opcji jako główny rodzaj transportowanych ładunków, ankietowani najczęściej wskazywali ładunki paletowe. Odpowiedź ta stanowiła 44% wszystkich wyborów. Drugim pod względem popularności był wybór kategorii „inne”. W tej kategorii przedsiębiorcy wskazywali jako główne ładunki m.in. tworzywa sztuczne, żywność i wyroby dla zwierząt, drewno (tarcica), części metalowe, złom, stal, szkło, własne produkty firmowe np. drzwi, okna, opakowania metalowe, obiekty atrakcji wodnych.

Wykres 6: Rodzaj ładunków transportowanych w przedsiębiorstwach respondentów.



Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 10. Proszę podać rząd wielkości w tonach towarów transportowanych na potrzeby Państwa firmy miesięcznie.

Respondentów poproszono o wskazanie przybliżonej wielkości miesięcznego tonażu transportowanych towarów.

Niektórym ankietowanym udzielenie odpowiedzi na niniejsze pytanie sprawiło trudność z powodu braku informacji na ten temat lub prowadzenia niewystarczających zapisów dotyczących transportowanych ładunków. W niektórych przypadkach transportowany towar mierzony był w innych jednostkach, co utrudniało precyzyjne określenie ilości przewożonych produktów.

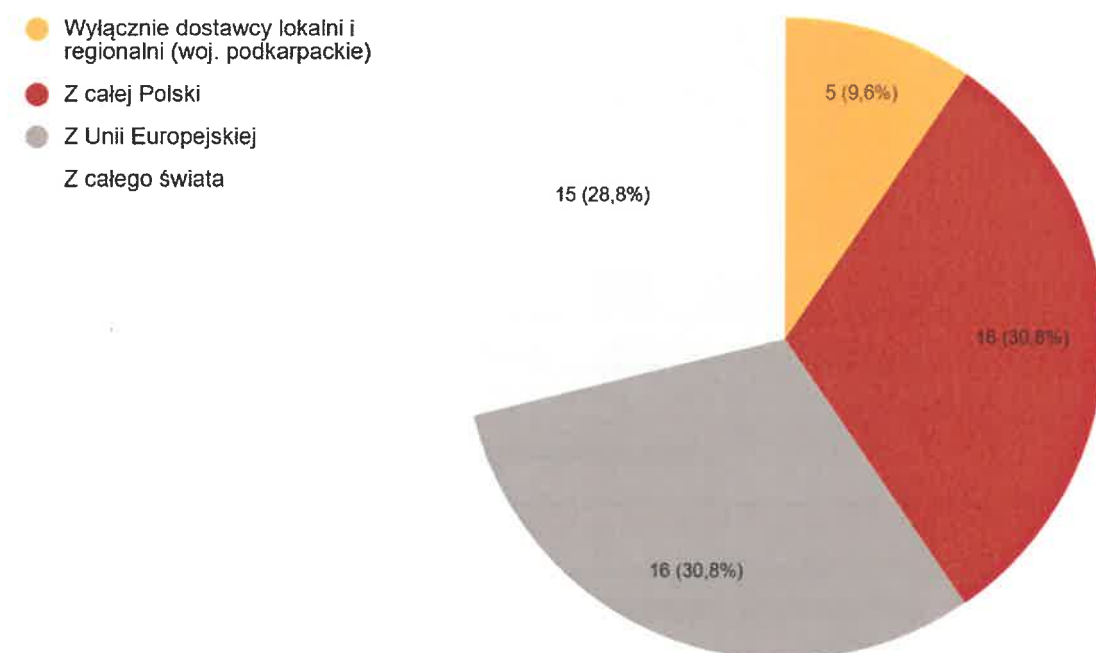
Na podstawie uzyskanych odpowiedzi można określić jednak, że rząd wielkości towarów transportowanych miesięcznie przez przedsiębiorstwa biorące udział w ankiecie mieści się w przedziale od 1 do 40 000 ton.

Pytanie 11. Proszę podać zasięg, z którego pozyskuje się surowce i półprodukty w Państwa firmie.

- Wyłącznie dostawcy lokalni i regionalni (woj. podkarpackie)
- Z całej Polski
- Z Unii Europejskiej
- Z całego świata

W pytaniu jedenastym poproszono respondentów o określenie zasięgu, z którego firma pozyskuje surowce i półprodukty niezbędne do prowadzenia działalności. Pytanie to miało formę jednokrotnego wyboru. Największą liczbę odpowiedzi stanowiły równorzędnie wskazania: „z całej Polski” oraz „z Unii Europejskiej”. Każda z tych odpowiedzi stanowiła po 31% wszystkich wskazań. Zbliżoną popularnością wyróżniała się także odpowiedź „z całego świata” (29% ogółu odpowiedzi).

Wykres 7: Zasięg pozyskiwanych surowców i półproduktów w przedsiębiorstwach respondentów.



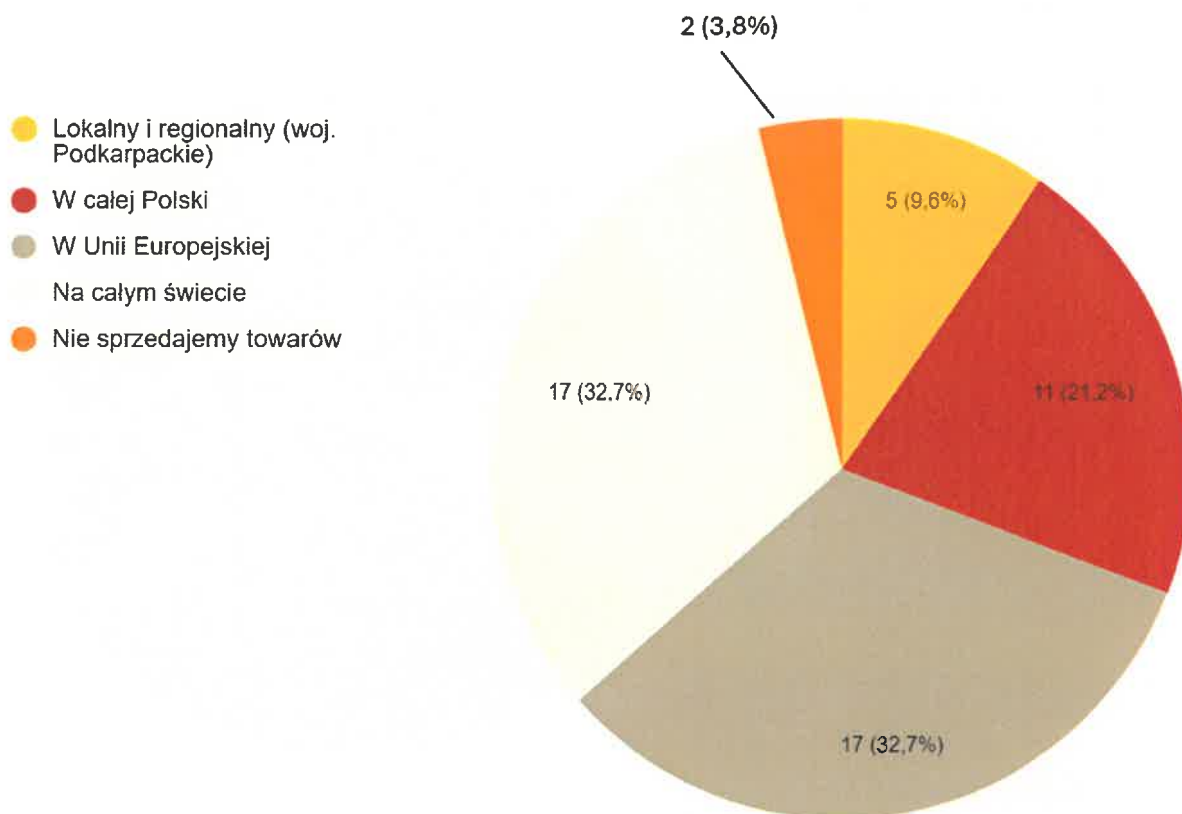
Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 12. Proszę podać zasięg, na którym sprzedaje się towary w Państwa firmie.

- Wyłącznie dostawcy lokalni i regionalni (woj. podkarpackie)
- Z całej Polski
- Z Unii Europejskiej
- Z całego świata
- Nie sprzedajemy towarów

Na podstawie danych przedstawionych na poniższym wykresie zaobserwowano, że większość firm sprzedaje swoje produkty na rynkach zagranicznych – zarówno w krajów Unii Europejskiej jak i poza nią. Odpowiedzi te stanowią odsetek łącznie 66% udzielonych odpowiedzi. Przedsiębiorstwa, które sprzedają swoje towary wyłącznie na terenie Polski stanowią 21% wszystkich badanych, natomiast sprzedaż o zasięgu lokalnym i regionalnym wskazało 10% uczestników badania. Wśród respondentów znalazły się również firmy, które nie prowadzą sprzedaży towarów – są to przedsiębiorstwa z sektora usługowego.

Wykres 8: Zasięg sprzedaży towarów w przedsiębiorstwach respondentów.

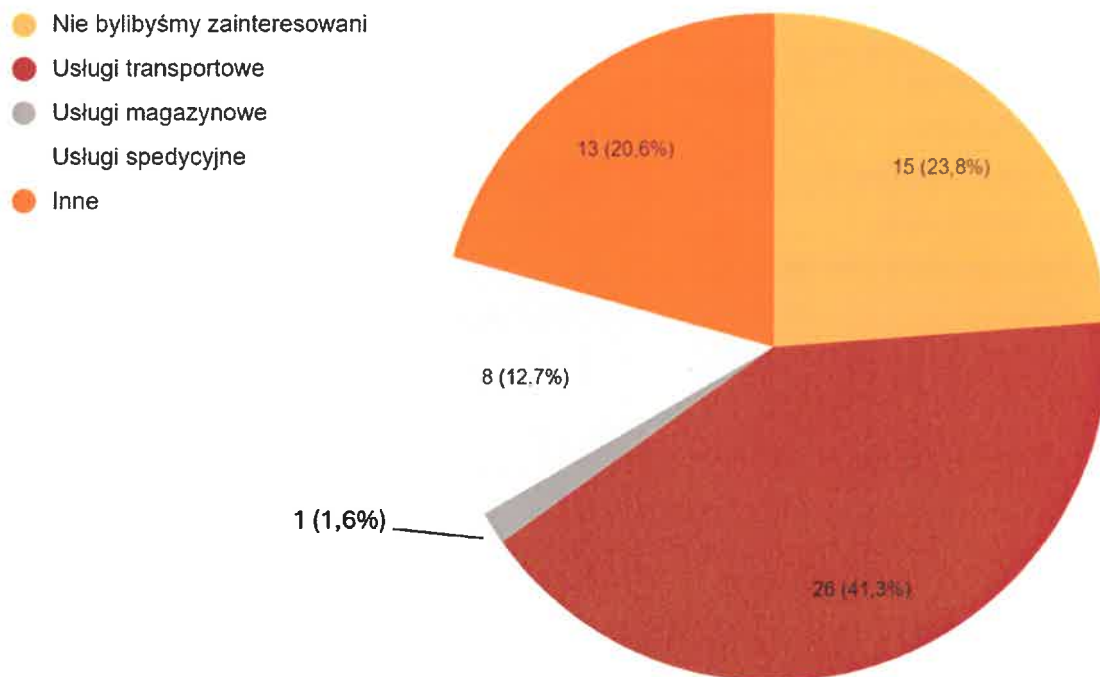


Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie 13. Czy po powstaniu Terminala Kolejowego LHS w Gminie Nisko Państwa firma byłaby zainteresowana z korzystania z jego usług? Jeżeli tak to jakich?

Celem ostatniego pytania ankiety było wstępne zbadanie zainteresowania przedsiębiorstw potencjalnym korzystaniem z usług terminala LHS w Gminie Nisko, wraz z zakresem potencjalnie wykorzystywanych usług. Respondenci mieli możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi. Z przeprowadzonego badania ankietowego wynika, że w przypadku ewentualnego uruchomienia terminala LHS, przedsiębiorcy najbardziej byłiby zainteresowani usługami transportowymi (41% badanych przedsiębiorstw). Z usług spedycyjnych skłonnych byłoby korzystać 13% przedsiębiorstw biorących udział w ankiecie, natomiast z usług magazynowych jedynie 2%. Firmy, które zadeklarowały, że nie byłyby zainteresowane korzystaniem z usług z terminala stanowiły 24% respondentów. Stosunkowo dużą grupę (21% wszystkich badanych) stanowili przedsiębiorcy niezdecydowani lub wskazujący zainteresowanie uzależnione od wielu zmiennych (m.in. dostępność, połączenia komunikacyjne, koszt przyszłych usług i inne).

Wykres 9: Zainteresowanie przedsiębiorców korzystaniem z Terminala Kolejowego LHS w Gminie Nisko (po jego powstaniu).



Źródło: Opracowanie własne.

14. Imię i nazwisko badanego.

Na zakończenie rozmowy, respondenci zostali zapytani o dane kontaktowe (w tym przypadku imię i nazwisko). Zapewniono o poufności danych i użyciu ich tylko i wyłącznie w celach kontynuacji rozmowy w II Etapie badania.

Materiał badawczy uzyskany po zakończeniu I Etapu prowadzonego badania marketingowego został przeanalizowany, a następnie na podstawie niego wytypowano grupę badawczą, w ramach której przeprowadzono badanie pogłębione, jakościową metodą ustrukturyzowanych indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI).

Głównym kryterium wyboru grupy przedsiębiorstw do II Etapu badania marketingowego była odpowiedź na ostatnie pytanie, dotyczące wstępnego zainteresowania korzystaniem z usług planowanego terminala. Uzyskano następujące wyniki:

- 27 firm wskazało wstępne zainteresowanie inwestycją,
- 17 firm mimo wypełnienia kwestionariusza stwierdziło, że nie będzie korzystać w przyszłości z terminala LHS,
- 8 przedsiębiorstw, którzy nie byli w stanie określić zainteresowania (odpowiedzi: „ciężko powiedzieć”/„nie wiem”/„może w przyszłości”)
- 1 wywiad został przerwany w połowie kwestionariusza przez respondenta.

Na podstawie wniosków z analizy zostało wybranych 27 firm, z którymi prowadzono badanie w Etapie II. Dwie dodatkowe firmy do II Etapu badania zostały wskazane przez Zamawiającego, co łącznie stworzyło bazę 29 przedsiębiorstw.

6.2. ETAP II – badanie pogłębione

Wyniki II Etapu badania marketingowego opierają się na analizie 27 wywiadów pogłębionych, prowadzonych w kontekście zidentyfikowania zapotrzebowania na powstanie terminala logistycznego LHS. Aby dostarczyć kompleksowego zrozumienia perspektywy przedsiębiorców funkcjonujących w otoczeniu planowanej inwestycji, poniżej omówiono główne tematy oraz trendy wyłonione podczas prowadzonych wywiadów. Aby zachować poufność, firmom zostały przypisane kody na podstawie głównych sektorów i działów branż, zgodnie z klasyfikacją PKD 2007⁸.

Tabela 2. Firmy z którymi został przeprowadzony II Etap badania (zakodowane według PKD 2007).

| SEKCJA C - Przetwórstwo przemysłowe | |
|--|--------|
| Produkcja wyrobów tartacznych | C16.10 |
| Produkcja nawozów i związków azotowych | C20.15 |
| Kształtowanie i obróbka szkła płaskiego | C23.12 |
| Produkcja wyrobów ściernych | C23.91 |
| Produkcja surówki, żelazostopów, żeliwa i stali oraz wyrobów hutniczych | C24.10 |
| Produkcja miedzi | C24.44 |
| Odlewnictwo metali lekkich | C24.53 |
| Produkcja konstrukcji metalowych i ich części | C25.11 |
| Produkcja grzejników i kotłów centralnego ogrzewania | C25.21 |
| Produkcja broni i amunicji | C25.40 |
| Obróbka metali i nakładanie powłok na metale | C25.61 |
| Obróbka mechaniczna elementów metalowych | C25.62 |
| Produkcja pozostałych gotowych wyrobów metalowych, gdzie indziej niesklasyfikowana | C25.99 |
| Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych | C26 |
| Produkcja mebli | C31.0 |
| Produkcja materaców | C31.03 |
| Produkcja urządzeń, instrumentów oraz wyrobów medycznych, włączając dentystyczne | C32.5 |
| Naprawa i konserwacja pozostałego sprzętu transportowego | C33.17 |
| SEKCJA D - Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzujących | |
| Wytwarzanie energii elektrycznej | D35.11 |

⁸ Opracowano na podstawie dokumentacji klasyfikacji PKD 2007 [DZIAŁ \(stat.gov.pl\)](http://dzial.stat.gov.pl) dostęp dnia 15.03.2024

| | |
|---|--------|
| SEKCJA E - Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją | |
| Odzysk surowców z materiałów segregowanych | E38.32 |
| Sekcja F - Budownictwo | |
| Branża budowlana | F_0 |
| Wykonywanie instalacji elektrycznych | F43.21 |
| Sekcja G - Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle | |
| Sprzedaż hurtowa metali i rud metali | G46.72 |
| Sprzedaż hurtowa drewna, materiałów budowlanych i wyposażenia sanitarnego | G46.73 |
| Sprzedaż hurtowa wyrobów metalowych oraz sprzętu i dodatkowego wyposażenia hydraulicznego i grzejnego | G46.74 |
| Sekcja M - Działalność profesjonalna, naukowa, techniczna | |
| Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów, z wyłączeniem holdingów finansowych | M70.10 |
| Sekcja Q - Opieka zdrowotna i pomoc społeczna | |
| Pozostała działalność związana ze sportem | Q93.19 |

Źródło: Opracowanie własne w oparciu o schemat klasyfikacji PKD 2007.

1. Potrzeby strategiczne firm a dostępność do transportu za pośrednictwem LHS



W ramach pierwszego pytania rozpoczynającego właściwy wywiad pogłębiony, zapytano przedsiębiorców o posiadanie długoterminową strategię rozwoju przedsiębiorstwa. Podkreślono możliwość wykorzystania terminala logistycznego LHS w horyzoncie długoterminowych oraz potencjalny wpływ inwestycji na realizację przyszłych planów i celów rozwojowych przedsiębiorstw, w tym ewentualną ekspansję na nowe rynki.



Typ odpowiedzi 1:

FIRMA FUNKCJONUJE W OPARCIU O DŁUGOTERMINOWĄ STRATEGIĘ ROZWOJU

Większość przedsiębiorców biorących udział w badaniu deklaruje posiadanie długoterminowej strategii rozwoju firmy. Najczęściej padające odpowiedzi to: tak *firma posiada strategię*”, tak, *plany dalsze są* “. Niektóre z firm planują rozszerzenie swojej działalności, ekspansję na nowe rynki pracy. Spotkano się także z wyrażeniem zainteresowania importu towarów z Ukrainy.

Typ odpowiedzi 2:

BRAK OFICJALNEGO DOKUMENTU STRATEGICZNEGO, JEDNAK FIRMA MA OKREŚLONE PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ

Drugim typem odpowiedzi, jaki często występował było wskazanie posiadania planów rozwojowych na przyszłość, jednakże bez oficjalnie spisane dokumentu strategicznego. Wśród uzyskanych odpowiedzi można wyróżnić następujące stwierdzenia: tak, *umownie*”, *”i tak i nie, plan jest, ale nie na papierze”*, *”jest, ale nie formalnie spisana”*

Typ odpowiedzi 3:

BRAK STRATEGII ROZWOJU/NIE WIEM

Trzecim typem odpowiedzi było wskazanie na brak strategii lub brak informacji o istnieniu jakiegokolwiek formy dokumentu strategicznego.

Na podstawie uzyskanych podczas przeprowadzonych wywiadów odpowiedzi, zauważono, że 85% badanych firm posiada długoterminowe strategie rozwoju. Wskazywano zarówno oficjalnie spisane dokumenty strategiczne jak i pozostające jedynie w formie umownej, jednakże traktowane jako terminowe. Najczęściej występującym typem odpowiedzi był Typ 2, gdzie przedsiębiorstwa posiadają plany długoterminowe, lecz nie dysponują oficjalnym dokumentem o charakterze strategicznym. Warto podkreślić, że żadna z firm biorących udział w badaniu nie zaznaczyła, że w strategii ujęto plany związane z wykorzystaniem potencjalnego terminala LHS.

Niemniej jednak, istotną kwestią jest wskazanie, że nawet jeśli w danym przedsiębiorstwie aktualnie nie występują znaczące potrzeby korzystania z terminala logistycznego to plany i cele rozwojowe firmy mogą zakładać rozszerzenie działalności w dalszej perspektywie czasowej. W tym kontekście planowany terminal LHS może okazać się inwestycją pomocą i niezbędną do osiągnięcia założonych celów. Pytanie dotyczące założeń strategicznych przedsiębiorstw odgrywa zatem kluczową rolę z punktu widzenia działań marketingowych związanych z inwestycją, skłaniając przedsiębiorców do refleksji nad wartością inwestycji w kwestii jej potencjalnego wpływu na ich przyszłe biznesowe działania.

2. Branża przedsiębiorstwa a najważniejszy produkt w ofercie



Pytania dotyczące branży, sektora gospodarczego oraz produktów oferowanych przez przedsiębiorstwa miały kluczowe znaczenie w identyfikacji zapotrzebowania na terminal logistyczny LHS.



Typ odpowiedzi 1:

FIRMY Z SEKTORA C – PRZETWÓRSTWO PRZEMYSŁOWE

Wśród przedsiębiorstw biorących udział w wywiadzie, wiele prowadziło działalność w ramach sektora C – przetwórstwo przemysłowe. Wśród respondentów znalazły się firmy zajmujące się m.in.: produkcją i przetwórstwem mebli, produkcją narzędzi ściernych, usługami, automatyką i elektroniką, obróbką CNC, produkcją szyb samochodów, produkcją stalową, produkcją wojskową, produkcją energii elektrycznej i ciepła. Wśród najważniejszych produktów bądź usług firm sektora zostały wskazane: ściernice listkowe, pasy bezkońcowe, zjeżdżalnie, tarcica wykorzystywana do produkcji mebli, usługa spawania, sterowniki do krajarek, nawozy NPK, folia miedziana, kule stalowe do młynów mielących, materace, kotwy stalowe, blachy, naprawa taboru kolejowego.

Typ odpowiedzi 2:

FIRMY Z SEKTORA D – WYTWARZANIE I ZAOPATRYWANIE W ENERGIĘ ELEKTRYCZNĄ, GAZ, PARĘ WODNĄ, GORĄCĄ WODĘ I POWIETRZE DO UKŁADÓW KLIMATYZACYJNYCH

W badaniu udział wzięła jedna firma z sektora D (D35.11). Przedsiębiorstwo zajmuje się produkcją energii elektrycznej i ciepła. Najważniejszą usługą jest produkcja energii.

Typ odpowiedzi 3:

FIRMY Z SEKTORA E – DOSTAWA WODY; GOSPODAROWANIE ŚCIEKAMI ORAZ DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZANA Z REKULTYWACJĄ

Firma E38.32 zajmuje się recyklingiem złomu metali. Jako najważniejsze usługi wskazała: przetwarzanie złomu, odzysk surowców.

Typ odpowiedzi 4:

FIRMY Z SEKTORA F – BUDOWNICTWO

W sektorze budownictwo wśród firm biorących udział w badaniu wyróżniono dwie firmy: F_0 oraz F43.21. Ich najważniejszymi usługami jest m.in.: prowadzenie modernizacji oraz rewitalizacji budynków, budowa utwardzonych placów z płyt drogowych czy też produkcja ładowarek elektrycznych.

Typ odpowiedzi 5:

FIRMY Z SEKTORA G – HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE

Wśród najważniejszych produktów oferowanych przez firmy z sektora G można wymienić m.in.: kule stalowe, mielniki, odkuwki pierścienie, drzwi wewnętrzne, łączniki rurociągów, rury, prefabrykaty elementów rurociągów.

Typ odpowiedzi 6:

FIRMY Z SEKTORA M – DZIAŁALNOŚĆ PROFESJONALNA, NAUKOWA I TECHNICZNA

Firma M70.10 wskazała, że wszystkie produkty, które ma w ofercie są tak samo ważne. Sama produkcja skupia się przede wszystkim nad karmami i dodatkami żywieniowymi.

Typ odpowiedzi 7:

FIRMY Z SEKTORA Q – OPIEKA ZDROWOTNA I POMOC SPOŁECZNA

Firma Q93.19 określiła się jako firma produkcyjno – handlowa. Najważniejszymi produktami firmy są: nagrody biznesowe – puchary i medale sportowe.

Informacje uzyskane w ramach pytań dotyczących produktów pozwoliły na zrozumienie specyfiki działalności poszczególnych przedsiębiorstw oraz ich potrzeb logistycznych. Na podstawie wyników określono w jaki sposób potencjalni użytkownicy terminala mogliby korzystać z jego usług oraz jakie warunki techniczne powinna spełniać przyszła inwestycja. Dopasowanie przyszłej oferty terminala logistycznego do konkretnych potrzeb rynkowych jest kluczowe dla powodzenia planowanej inwestycji. Najwięcej przedsiębiorstw biorących udział w badaniu funkcjonuje w sektorze C (przetwórstwo przemysłowe).

3. Grupy klientów przedsiębiorstw



Respondentów poproszono o określenie grup swoich klientów, skupiając się na branżach lub sektorach, w których działają. Respondenci mieli możliwość wskazania konkretnych firm, co umożliwiło lepsze zrozumienie specyfiki ich działalności oraz potencjalnych potrzeb związanych z budową terminala logistycznego.



Typ odpowiedzi 1:

BRANŻA BUDOWLANA

Pierwszym typem najczęściej wskazywanych klientów są firmy działające w branży budowlanej. Wśród przedsiębiorstw, które udzieliły takiej odpowiedzi wyróżniono dwie firmy.

Typ odpowiedzi 2:

PRZEMYSŁ PALIWOWO-ENERGETYCZNY

Drugim typem odpowiedzi byli klienci działające w przemyśle paliwowo-energetycznym. Wśród głównych klientów wymieniano m.in. Orlen S.A, PGE Polska Grupa Energetyczna, Polskie Sieci Elektroenergetyczne Stałowa Wola.

Typ odpowiedzi 3:

HURTOWNIE I SKLEPY

Jednymi z najczęstszych klientów przedsiębiorstw, biorących udział w wywiadach okazały się hurtownie i sklepy. Ten rodzaj odbiorców przejawiał się często wśród firm

zajmujących się produkcją mebli. Wśród przykładów grup klientów wskazywano m.in.: hurtownie i gabinety stomatologiczne, salony meblowe, sieci sklepów w Polsce i na świecie (w tym sklepy internetowe), firmy wyposażające hotele. Klientami badanych firm jest m.in. IKEA Industry, sklep OBI.

Typ odpowiedzi 4:

INSTYTUCJE PUBLICZNE I PRYWATNE

Wśród instytucji publicznych i prywatnych, badani wymienili kilka grup swoich klientów: firmy rozrywkowe, instytucje gminne, szkoły, firmy biznesowe i specjalistyczne, instytucje wojskowe państwa, firmy działające w przemyśle hutniczym.

Typ odpowiedzi 5:

INNE

Wśród innych branż bądź sektorów wskazywanych podczas wywiadów można wskazać firmy działające w branżach: drzewnej, rolniczej, przemysłowej, medycznej, kolejowej, poligraficznej. Dodatkowo są to: huty, cementownie, zakłady przetwarzające złom metali.

Badanie struktury klientów przeprowadzone w ramach wywiadu ma istotne znaczenie dla planowanej budowy terminala logistycznego. Pozwoliło ono zidentyfikować główne grupy klientów, które są kluczowe dla rozwoju badanych przedsiębiorstw. Wskazanie tych grup klientów umożliwiło lepsze zrozumienie specyfiki działalności tych firm oraz ich potencjalnych potrzeb związanych z obsługą logistyczną, czyli profilu terminala. Analiza struktury klientów pozwoliła na identyfikację różnorodnych branż i sektorów gospodarki, których zapotrzebowanie należy uwzględnić podczas planowania i projektowania terminala logistycznego.

4. Potrzeby transportowe oraz ich zmienność w ciągu roku



Następną częścią wywiadu było ustalenie potrzeb ilościowych przedsiębiorców, dotyczących transportowanych towarów. W tym celu zapytano o roczną produkcję firmy, wyrażoną w tonach. W kolejnym pytaniu kontynuowano niniejszy obszar badawczy, prosząc respondentów o opisanie sposobu rozkładu transportu w ciągu roku w zależności od miesięcy. Badani zostali poproszeni o wskazanie miesięcy, w których transportowane jest najwięcej oraz najmniej towarów.



Typ odpowiedzi 1:

MASA TRANSPORTOWANYCH TOWARÓW

Pierwszy typ odpowiedzi dotyczył przedsiębiorców, którzy podjęli próbę oszacowania łącznej, rocznej masy transportowanych ładunków. Przedsiębiorcy zaznaczali jednak, że tonaż transportowanych towarów uzależniony jest od wielu zmiennych, m.in. od zapotrzebowania i indywidualnych potrzeb klientów. O zróżnicowaniu wyników decydowała również wielkość poszczególnych przedsiębiorstw. W rozmowach z respondentami uzyskano różnorodne odpowiedzi, np. ok. 1 200 t, ok. 12 000 t, 10 000 t, 37 000 t, 50 000 t. W oparciu o wszystkie uzyskane odpowiedzi można określić, że masa rocznej produkcji zawiera się w przedziale od poniżej 1 t – 300 000 t. Incydentalnie zdarzało się, że respondent nie był w stanie określić tonażu towarów, ponieważ firma posługuje się na co dzień innymi miarami niż sugerowana jednostka. Przedsiębiorstwo C31.0 podało wartość rzędu 102 000 m³ towarów, natomiast przedsiębiorstwo C33.17 wskazało ok. 30 napraw rocznie (gdzie ilość jest liczona liczbą pojazdów).

Typ odpowiedzi 2:

ZMIENNOŚĆ WIELKOŚCI TRANSPORTOWANYCH TOWARÓW W ZALEŻNOŚCI OD PÓR ROKU/MIESIĘCY

Respondenci określili pory roku lub miesiące, w których transportowanych jest zdecydowanie więcej bądź zdecydowanie mniej towarów. Badane firmy z branż C, F w większości przypadków wskazywały, że miesiącami, w których transportowanych jest najmniej towarów jest okres od listopada do stycznia. Najwięcej zaś w miesiącach wiosenno – letnich, między kwietniem a czerwcem. Często deklarowano również, że mniejszy transport odbywa się w grudniu, podczas przerwy świątecznej, oraz w lipcu ze względu na przerwę wakacyjną. Wielu z przedstawicieli badanych przedsiębiorstw (37,5%) nie zauważa, aby potrzeby transportowe zmieniały się w zależności od miesięcy bądź pór roku. Najczęstszą, podobną odpowiedzią była wypowiedź: *„równomiernie w każdym miesiącu, brak większych różnic”*

Typ odpowiedzi 3:

NIEJEDNOZNACZNE ODPOWIEDZI ZE WZGLĘDU NA SPECYFIKĘ DZIAŁALNOŚCI

W przypadku czterech firm, odpowiedzi dotyczące wielkości produkcji i transportu były niejednoznaczne, ze względu na specyfikę działalności. Firmy C33.17 oraz F43.21 nie przewożą towarów, ze względu na charakter jej działalności i rodzaj oferowanych usług. Przedsiębiorstwo C24.44 jest natomiast w początkowej fazie rozwoju, zatem dane dotyczące transportu nie są jeszcze dostępne. Firma D35.11 działa w sektorze ciepłowniczym, gdzie nie występują standardowe metody transportu, a przesyły rurowe.

Typ odpowiedzi 4:

ODPOWIEDZI NIEJASNE LUB BRAKUJĄCE

W kilku przypadkach respondenci nie byli w stanie odpowiedzieć na zadane pytanie. Otrzymane w tym przypadku odpowiedzi obejmowały zwroty takie jak: *„nie wiadomo”, „ciężko powiedzieć”, „brak danych”, „nie mam informacji dostępnej na ten moment”, „wszystko zależy od klienta”, „zależy, jest różnie”*.

Na podstawie uzyskanych odpowiedzi można zauważyć, że zakres masy rocznej produkcji w analizowanych przedsiębiorstwach jest dość szeroki oraz uzależniony od wielu zmiennych. Najczęstszą kategorią odpowiedzi był Typ 2. W indywidualnych wywiadach pogłębionych, w II Etapie badania marketingowego uzyskano znacznie większą ilość szczegółowych informacji niż w analogicznym pytaniu zawartym w I Etapie badania. Analizując każdą z otrzymanych odpowiedzi, można wywnioskować, że zapotrzebowanie przedsiębiorstw na transport towarów zwykle wzrasta w okresie wiosenno-letnim, a w sezonie zimowym maleje. Warto zauważyć, że latem oraz podczas okresów świątecznych często występują kilkutygodniowe przerwy w zamówieniach. Znacząca część respondentów określiła również, że w ich przedsiębiorstwach transport nie jest uzależniony od konkretnych pór roku.

Uzyskane informacje na temat zmienności popytu na usługi transportowe w różnych okresach może pomóc w optymalnym planowaniu infrastruktury i zasobów potrzebnych do obsługi przyszłego terminala logistycznego. Analiza sezonowych trendów może stać się kluczowym elementem przy planowaniu dostępności usług obiektu w określonych miesiącach. W tym miejscu należy podkreślić, że wykonane badanie należy traktować jako wstęp do właściwego dla terminali badania potokowego towarów w regionie. Celem takiego badania może być określenie ilości intermodalnych jednostek transportowych UTI (unite de transport intermodal) jakie generować mogą lokalni i regionalni przedsiębiorcy.

5. Najistotniejsi dostawcy i klienci firm



Następne zagadnienie koncentrowało się na identyfikacji kluczowych klientów badanych firm oraz analizie kierunków prowadzonego transportu towarów. Analizie poddano obszar pozyskiwania surowców i półproduktów przez przedsiębiorstwo oraz lokalizacje, do których najczęściej kierowany jest transport produktów.



Typ odpowiedzi 1:

FIRMY, DZIAŁAJĄCE NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH

Pierwszym typem odpowiedzi, które wskazali przedsiębiorcy była informacja o współpracy z dostawcami i/lub klientami zlokalizowanymi za granicą. Kraje, z których najczęściej sprowadzane są towary to m.in.: Niemcy, Włochy, Ukraina, Chiny, Rumunia Korea. Najczęstszym wskazywanym zagranicznym dostawcą okazała się Ukraina. Ten kraj wskazało ok. 30% badanych przedsiębiorców. Chiny zaś zostały

wskazane przez 18,5% badanych. Niemcy zostały wskazane przez ok 15% badanych, zaś Włochy przez 18,5% firm. Główni zagraniczni klienci przedsiębiorstw znajdują się natomiast m.in. w: Niemczech, Szwecji, Norwegii, Indiach, Rumunii, Bułgarii, Serbii, Hiszpanii, Serbii, we Włoszech. Kilku przedsiębiorców wskazało, że kiedyś ważnym klientem była Ukraina. W ośmiu przypadkach spotkano się ze stwierdzeniem, że w przedsiębiorstwie występuje zapotrzebowanie na transport w dwie strony. Oznacza to, że główni dostawcy jak i klienci to te same regiony/kraje. Takie odpowiedzi otrzymano od firm M70.10, C23.12 oraz C24.53, F_0, C31.0, D35.11, C33.17, C25.61. Dla przykładu, firma C23.12 wskazała, że najczęściej pozyskuje produkty i sprzedaje produkty na rynki Polski, Niemiec oraz Wielkiej Brytanii.

Typ odpowiedzi 2:

FIRMY DZIAŁAJĄCE WYŁĄCZNIE LOKALNIE (W KRAJU)

Jako drugi typ wskazuje firmy, które w największym bądź stosunkowo dużym stopniu działają na polskim rynku. Wśród firm pozyskujących surowce oraz sprzedających towary w Polsce można wyróżnić: F_0, C31.0, D35.11, C33.17, C25.61. Wśród przykładowych regionów kraju wymienianych przez respondentów wyróżnia się obszar województw: podkarpackiego, świętokrzyskiego, śląskiego, mazowieckiego oraz łódzkiego. Warto wspomnieć, że dla kilku przedsiębiorstw rynek polski stanowi obecnie jedyne dostawcę.

Typ odpowiedzi 3:

INNE ODPOWIEDZI

Część badanych, wskazywało, że dość dużym klientem niegdyś była Ukraina. Aktualnie, ze względu na sytuację polityczną, wymiana towarów jest znacząco utrudniona. Jedna z firm (C24.44), ze względu na początkową fazę rozwoju przedsiębiorstwa aktualnie jest w trakcie rozważania kierunków współpracy z konkretnymi dostawcami lub klientami.

Niniejsze zagadnienie stanowi bardzo istotną część badania marketingowego. Uzyskane wyniki identyfikują kierunki, na które występuje największe zapotrzebowania na transport i stworzenie połączeń. Najczęstszym typem udzielanych odpowiedzi w niniejszym obszarze badawczym był Typ 1. Najczęściej wskazywanym krajem, zapewniającym dostawy wśród firm, okazała się Ukraina stanowiąca ok. 30% odpowiedzi. Kolejnymi najczęstszymi krajami, z Unii Europejskiej okazały się Niemcy i Włochy. Wśród krajów azjatyckich najczęściej określanym dostawcą były Chiny, wskazywane przez ok. 18,5 % badanych. Warto również zaznaczyć, że kilka przedsiębiorstwa podkreśliło znaczenie przyszłych połączeń z Ukrainą. Dodatkowo dla kilku przedsiębiorstw rynek polski stanowi obecnie jedyne dostawcę, na co wskazało dwunastu przedsiębiorców. Warto również zaznaczyć, że część firm odpowiedziało, że mają kilku klientów bądź planuje rozwój w kierunku krajów azjatyckich. Wśród odpowiedzi o najistotniejszego zagranicznego klienta, najczęściej powtarzała się odpowiedź Niemcy (wskazana przez ok. 44% przedsiębiorców). Kolejnymi istotnymi klientami według przedsiębiorców okazały się kraje skandynawskie (wskazane przez ok. 15% badanych), Włochy (również ok.15%). Kilku przedsiębiorców podkreśliło także, że w przeszłości to Ukraina była także jednym z najistotniejszych klientów. Sytuacja jednak się zmieniła ze względu na obecną sytuację polityczną.

6. Wymagane specjalne warunki transportowe



Niniejszy obszar badawczy dotyczył pozyskania informacji na temat niezbędnych warunków transportu, który należy zapewnić potencjalnym odbiorcom planowanego terminala logistycznego LHS. W tym celu, przedsiębiorcy zostali poproszeni o wskazanie kluczowych surowców lub półproduktów dla swoich firm oraz ocenę konieczności zapewnienia specjalnych warunków transportu lub czasowego przechowywania dla tych materiałów. Aby umożliwić lepsze zrozumienie poruszanego zagadnienia, podczas rozmowy, prowadzący wywiad przytoczył przykłady, m.in. takie jak: konieczność utrzymania odpowiedniej temperatury w chłodniach, zabezpieczenia produktów delikatnych, konieczność zachowania wodoodporności w miejscach przechowywania, obsługa towarów wielkogabarytowych czy też innych produktów wymagających specjalnego magazynowania.



Typ odpowiedzi 1:

SUROWCE I PÓŁPRODUKTY NIE WYMAGAJĄ SPECJALNYCH WARUNKÓW TRANSPORTOWYCH.

Spośród kluczowych surowców lub półproduktów wskazywanych przez firmy, które nie wymagają specjalnych warunków, można wymienić m.in. metal, folię miedzianą, rury stalowe, stal, materiały budowlane, papier, płótno, blachę a także elementy wodnych urządzeń rekreacyjnych. Brak specjalnych warunków dostawy lub przechowywania wskazało ok. 52% respondentów biorących udział w wywiadach.

Typ odpowiedzi 2:

SUROWIEC LUB PÓŁPRODUKT WYMAGA SPECJALNYCH WARUNKÓW TRANSPORTOWYCH

Drugim typem odpowiedzi były wskazania dotyczące surowców lub półproduktów, wymagających specjalnych warunków transportu. Wśród badanych przedsiębiorstw, dziesięć z nich wskazując najistotniejszy surowiec w prowadzonej działalności, zaznaczyło również konieczność spełniania odpowiednich wymogów transportowych. Drewno, stanowiący główny surowiec firmy C31.0 powinno mieć zapewniony szybki, terminowy transport, ze względu na krótki możliwy czas przechowywania. W przypadku firm C16.10 i C20.15, transport tarcicy, fosforytów bądź siarczanów amonu wymaga zakrytych wagonów, zaś firma G46.73 zaznaczyła, że transport materiałów drewnopochodnych wymaga użycia różnego rodzaju specjalnych folii. Ponadto, kilka firm podkreśliło, że przy transporcie niektórych ładunków (zwłaszcza chemii płynnej) wymagane są specjalne uprawnienia. Dla spółki C23.12, transport surowców wymaga kolei.

Typ odpowiedzi 3:

BRAK ODPOWIEDZI ZE WZGLĘDU NA SPECYFIKĘ PROWODZONEJ DZIAŁALNOŚCI

Trzeci typ odpowiedzi dotyczył braków wskazań w tym zakresie, ze względu na specyfikę prowadzonej działalności.

Najczęstszym typem wskazywanych odpowiedzi był Typ 1, gdzie większość przedsiębiorców wskazywała surowce i półprodukty, niewymagające specjalnych warunków transportu lub przechowywania. Taką odpowiedź wskazała ponad połowa badanych przedsiębiorstw. Przedstawiciele przedsiębiorstw, w których transport materiałów wymaga zapewniania odpowiednich warunków wskazywali przede wszystkim: konieczność zapewniania wodoodporności, obsługę towarów wielkogabarytowych, potrzebę posiadania specjalnych uprawnień, a także preferencje dotyczące transportu, takie jak konieczność wykorzystania krytych wagonów oraz zapewnienie szybkiego transportu z uwagi na ograniczony czas przechowywania ładunku.

Z perspektywy badania marketingowego niniejszy obszar badawczy był niezwykle ważny, ponieważ dzięki uzyskanym wynikom ukazał się wstępny obraz potrzeb i oczekiwań potencjalnych odbiorców planowanego terminala logistycznego LHS.

7. Problemy logistyczne a powstanie dobrze funkcjonującego terminala



W kontekście I Etapu badania marketingowego, który koncentrował się na ogólnej identyfikacji obecnych problemów logistycznych, przedsiębiorców poproszono o bardziej szczegółowe omówienie tego zagadnienia. Celem było poznanie przyczyn ewentualnych problemów oraz koncepcji na ich zminimalizowanie. Podczas wywiadu, prowadzący odniósł się do planowanej inwestycji terminala logistycznego, skłaniając rozmówców do refleksji czy być może realizacja zamierzenia byłaby pomocna w rozwiązaniu tychże problemów. Respondenci zostali również zapytani o wpływ, jaki przyszła inwestycja może mieć na funkcjonowanie ich firmy.



Typ odpowiedzi 1:

PLANOWANY TERMINAL POZYTYWNE WPLYNIE NA FUNKCJONOWANIE FIRMY

W kwestii występujących problemów logistycznych w przedsiębiorstwach od respondentów uzyskano różnorodne odpowiedzi. Wśród nich znalazły się stwierdzenia takie jak: „*brak innego dostępnego transportu*”, „*problem z firmami przewozowymi, w tym z dostępnością kierowców*”, „*wymagania certyfikatu ze wschodu*”, „*wyzwania z dostarczaniem produktów na Ukrainę, Kazachstan, Azerbejdżan - sytuacja gospodarcza*”, „*mniejsza ilość surowca w Europie*”, „*wysokie koszty transportu kołowego*”, „*nie każda firma transportowa jest w stanie przewieźć towar wielkogabarytowy*”. Analizując zebrane dane, można wnioskować, że

potencjalna budowa terminala logistycznego, dostosowanego odpowiednio do potrzeb przedsiębiorców może stanowić rozwiązanie dla części wyżej wymienionych problemów. Większość respondentów (ok. 81% wszystkich odpowiedzi) oceniła pozytywnie wpływ potencjalnej inwestycji na funkcjonowanie własnej firmy. Wśród najczęściej wymienianych korzyści można wyróżnić m.in.: redukcję kosztów transportowych, umożliwienie rozwijania eksportu i importu na rynki wschodnie, poprawę dostępności transportowej, przyspieszenie transportu produktów, uzyskanie alternatywy wobec istniejących terminali (możliwość wyboru i łączenia usług), procesów pracy, optymalizację łańcucha dostaw oraz potencjał na zwiększenie ilości transportowanych towarów. Niektóre z firm biorących udział w wywiadzie wskazywały na konkretne korzyści. M.in. dla firmy C20.15 *“będzie to możliwość wywozu przez różne terminale, możliwość wyboru między różnymi terminalami - możliwość alternatywy”*, według firmy C24.44 *“po zakończeniu wojny z Ukrainą może być to dobre, dużo krajów chce się skupić na interesach z Ukrainą”*, dla firmy Q93.19 *“skróci się okres dostaw, ale ważne jest, żeby ochrona celna była odpowiednio przeprowadzana”*.

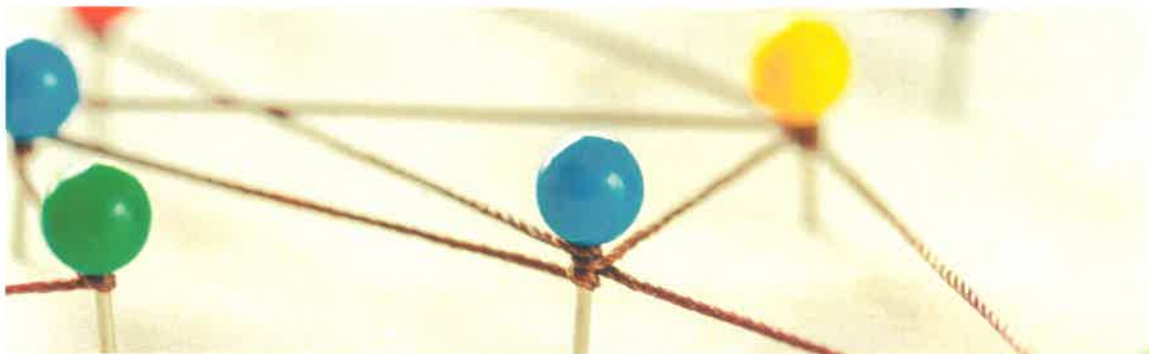
Typ odpowiedzi 2:

PLANOWANY TERMINAL NIE BĘDZIE MIAŁ WPLYWU NA FUNKCJONOWANIE FIRMY

Drugim typem odpowiedzi, wskazywanym przez respondentów były stwierdzenia, że planowana inwestycja nie będzie mieć wpływu na działalność firmy obecnie oraz w najbliższych latach. Firmy ze względu na specyfikę działalności w najbliższych latach nie przewidują większego zapotrzebowania na korzystanie z usług planowanej inwestycji.

W wyniku badania niniejszego zagadnienia, zdecydowanie dominował pierwszy typ odpowiedzi, gdzie większość przedsiębiorców (81,5%) wyraziła przekonanie, że planowana inwestycja terminala logistycznego w Gminie Nisko może mieć pozytywny wpływ na rozwój i funkcjonowanie ich działalności. Pozyskane tych informacji pozwala zrozumieć postrzeganie inwestycji przez potencjalnych odbiorców. Z drugiej strony, drugi typ odpowiedzi, stanowiący 18,5% wszystkich odpowiedzi jest również istotny, ponieważ wskazuje grupę respondentów, którzy nie widzą planowanej inwestycji jako kluczowego elementu dla rozwoju swoich przedsiębiorstw. Różnorodność uzyskanych odpowiedzi pozwoliła uzyskać kompleksowy obraz reakcji respondentów na potencjalny terminal, a także zidentyfikować obszary, które mogą wymagać w przyszłości ewentualnych dodatkowych działań komunikacyjnych.

8. Usługi logistyczne – uczestnictwo w łańcuchu dostaw



W kolejnej części wywiadu pogłębionego skoncentrowano się na usługach logistycznych w przedsiębiorstwach. Przedsiębiorców zapytano o stopień ich zaangażowania w procesy logistyczne oraz o usługi z jakich korzystają w kwestii logistyki. Pozyskanie szczegółów dotyczących współpracy między firmami a konkretnymi dostawcami jest istotne w kontekście planowanej inwestycji budowy terminala LHS. Informacje te pozwalają zrozumieć jakie usługi logistyczne są obecnie istotne dla przedsiębiorstw oraz w jaki sposób nowy terminal może zaspokoić ich potrzeby.



Typ odpowiedzi 1:

FIRMA W DUŻYM STOPNIU WSPÓŁPRACUJE Z DOSTAWCAMI

Pierwszym otrzymywanym typem odpowiedzi są potwierdzenia większej współpracy z dostawcami. Firmy podkreślały aspekty takie jak wspólne planowanie dostaw i dostosowywanie się do potrzeb klientów, opracowywanie planu produkcyjnego oraz utrzymywanie stałego kontaktu podczas transportu z dostawcami.

Typ odpowiedzi 2:

DOSTAWA ZLECANA I ZALEŻNA OD DOSTAWCÓW

Drugi typ odpowiedzi dotyczy uzależniania stopnia współpracy z dostawcami od różnych czynników. Spośród otrzymanych odpowiedzi wyróżniają się, m.in.: „czasami klienci sami odbierają towar”, „nie zawsze jest to zależne od firmy”, „w mniejszym stopniu, zlecane głównie dostawcom”, „nie, nie współpracują w tak dużym stopniu”, „firmy spedycyjne zajmują się zleceniami”.

Typ odpowiedzi 3:

FIRMA RZADKO ZLECA DOSTAWY – SAMA ZAJMUJE SIĘ LOGISTYKĄ

Wśród badanych dość często pojawiała się odpowiedź, że firma samodzielnie koordynuje dostawy i zarządza kwestiami logistycznymi, bez współpracy z dostawcami zewnętrznymi. Wszystkie działania planowane są w ramach własnych zasobów przedsiębiorstwa.

Wszystkie trzy typy odpowiedzi wystąpiły w podobnej ilości, chociaż nieznacznie przeważał Typ 1. Istotnym wnioskiem, jest fakt, że badane przedsiębiorstwa często do dążą do szerokiego porozumienia z dostawcami oraz wspólnego koordynowania łańcucha dostaw. Zbadanie podczas wywiadu pogłębionego niniejszego obszaru pozwoliło na lepsze zrozumienie dynamiki współpracy w sektorze logistycznym oraz identyfikację usług, które mogą być oczekiwane w ramach potencjalnej inwestycji terminala logistycznego.

9. Usługi logistyczne - dodatkowe usługi (ubezpieczenia)



Badanych zapytano czy podczas wysyłki towarów w firmie stosowane są dodatkowe usługi logistyczne, takie jak dodatkowe ubezpieczenia. Wyróżniono przypadki, w których firmy korzystały z tego rodzaju usług. Zbadanie niniejszego obszaru ma na celu identyfikację potrzeb i preferencji dotyczących dodatkowych usług logistycznych, które powinien oferować przyszły terminal.



Typ odpowiedzi 1:

TAK, FIRMA KORZYSTA Z DODATKOWYCH UBEZPIECZEŃ

Firmy, które korzystają z dodatkowych ubezpieczeń stanowią niewielki odsetek badanych przedsiębiorstw. W odniesieniu do otrzymanych odpowiedzi, najczęściej wyjaśniano, że jest w standardzie umowy z firmą spedycyjną.

Typ odpowiedzi 2:

ZDARZA SIĘ, ZALEŻY OD WYSYŁKI

W tej kategorii zawarto odpowiedzi ankietowanych, którzy potwierdzili sporadyczne korzystanie z dodatkowych ubezpieczeń. Odpowiedzi obejmowały stwierdzenia, że decyzja o zastosowaniu dodatkowego ubezpieczenia jest uzależniona od charakteru wysyłki oraz specyficznych wymagań przesyłanego towaru. Czasami podejmowana jest indywidualna decyzja o dodatkowym zabezpieczeniu ładunku dla zwiększenia bezpieczeństwa jego transportu. Dodatkowe ubezpieczenia były również wykorzystywane przy wysyłkach zagranicznych, zwłaszcza w przypadkach, gdy towar poddany był długiej podróży.

Typ odpowiedzi 3:

NIE, FIRMA NIE KORZYSTA Z DODATKOWYCH UBEZPIECZEŃ

Przedsiębiorstwa nie wyrażały potrzeby korzystania z dodatkowych usług oraz nie korzystały z nich wcześniej.

Najczęstszym typem odpowiedzi okazał się Typ 3. Większość firm biorących udział w wywiadzie (ok. 59%) nie stosuje dodatkowych ubezpieczeń przy usługach logistycznych. Firmy, które decydują się na korzystanie z dodatkowych ubezpieczeń stanowią niewielki odsetek badanych przedsiębiorstw. Zbadanie niniejszej kwestii pozwala na odpowiednie dostosowanie oferty terminala do potrzeb rynkowych.

10. Usługi logistyczne – dostawy w trybie *just – in – time*



Przedsiębiorców zapytano, czy firma stosuje dostawy w trybie *just – in – time*. Just In Time (JIT) to technika zarządzania produkcją, która polega na dostarczaniu wszystkich potrzebnych elementów produkcyjnych w wymaganym czasie i ilości. Główną zaletą związaną z JIT jest redukcja czasu realizacji i zapasów⁹.



Typ odpowiedzi 1:

TAK, FIRMA STOSUJE DOSTAWY W TRYBIE JUST – IN – TIME

Większość przedsiębiorstw uczestniczących w badaniu deklaruje stosowanie dostaw w trybie *just – in time*. Najczęściej uzyskiwane odpowiedzi to: „tak, zawsze według określonych terminów dostaw”, „tak”, „wszystkie dostawy są dostosowane do potrzeb”.

Typ odpowiedzi 2:

NIE, FIRMA NIE STOSUJE DOSTAW W TRYBIE JUST – IN – TIME

Firmy wskazujące ten typ odpowiedzi nie stosują tego typu dostaw. W jednym przypadku firma C25.61 wyjaśniła, że jest to spowodowane specyfiką jej działalności.

Dostawy w trybie *just – in – time* są stosowane przez 55,5% badanych przedsiębiorstw. Zasady JIT uznawane są za warunki precyzyjnego i natychmiastowego realizowania potrzeb klienta przy minimalnej ilości strat.

Poznanie tych informacji jest kluczowe dla planowanej inwestycji terminala z kilku powodów. Po pierwsze, umożliwi zrozumienie obecnie stosowanych praktyk zarządzania logistycznego w firmach będących potencjalnymi odbiorcami terminala. To z kolei pozwala na dostosowanie oferty do potrzeb rynkowych. Ponadto, informacje te mogą być również wykorzystane do oceny potencjalnego zapotrzebowania na usługi terminala związane bezpośrednio z obsługą i dostawą towarów w trybie *just-in-time*.

⁹ mfiles.pl dostęp dnia 15.03.2024

11. Usługi logistyczne - decydujące czynniki przy wyborze przewoźnika



Respondentów poproszono o wskazanie kluczowych czynników, na które zwracają uwagę przy wyborze przewoźnika. Udzielone odpowiedzi zawierają zbliżone kwestie, co pozwala na zebranie informacji dotyczących oczekiwań potencjalnych odbiorców terminala logistycznego w Gminie Nisko.



Typ odpowiedzi 1:

KOSZTY

Niemal 100% badanych firm wskazało, że głównym czynnikiem decydującym o wyborze danego przewoźnika jest cena oferowanych usług. Atrakcyjna oferta cenowa jest niezwykle ważna dla potencjalnych klientów.

Typ odpowiedzi 2:

DOSTĘPNOŚĆ PRZEWOŹNIKA

Część firm zwróciło uwagę, że wybór często łączy się z dostępnością przewoźnika. Są okresy w ciągu roku, kiedy ich ilość jest dość ograniczona (np. w okresie świątecznym).

Typ odpowiedzi 3:

CZAS DOSTAWY - TERMINOWOŚĆ

Terminowość okazuje się istotnym wyznacznikiem wyboru przewoźnika szczególnie dla przedsiębiorców stosujących w swoich firmach dostawy w trybie *just - in - time*. Terminowość ma kluczowe znaczenie nie tylko dla samych przedsiębiorców, ale przede wszystkim dla ich klientów.

Typ odpowiedzi 3:

JAKOŚĆ

Przedstawiciele poszczególnych przedsiębiorstw wskazywali również przypadki, w których w przeszłości występowały problemy z dostawcami. W rezultacie obecnie starają się współpracować z jak najbardziej wiarygodnych przewoźników, którzy gwarantują wysoką jakość oferowanych usług. Decyzje często opierają się na opinii innych. Niektóre firmy utrzymują długotrwałe relacje z tymi samymi dostawcami przez wiele lat.

Niemal wszystkie przedsiębiorstwa biorące udział w badaniu podały odpowiedzi należące do Typu 1, co wskazuje na bardzo duże znaczenie kwestii ceny w wyborze przewoźnika. Równie istotną rolę

odgrywa wśród respondentów terminowość dostawców. W kontekście budowy terminala logistycznego, uzyskane informacje wskazują, że dla przedsiębiorstw priorytetem jest efektywność kosztowa i terminowa dostawa towarów, co należy uwzględnić w planowaniu przyszłej oferty logistycznej.

12. Warunki *Incoterms* stosowane w firmach



Przedsiębiorców, którzy wysyłają lub odbierają ładunki zza granicy, poproszono o wskazanie kluczowych reguł *Incoterms* 2020, z których korzystają, czyli określenie, do którego momentu firma jest odpowiedzialna za towar. *Incoterms* stanowi skrót od **International Commercial Terms**, czyli międzynarodowe warunki sprzedaży, ułatwiające handel między kontrahentami z różnych państw, podlegających różnym porządkom prawnym¹⁰. Celem podjęcia niniejszego zagadnienia w ramach prowadzonego badania pogłębionego było poznanie warunków handlowych preferowanych przez potencjalnych odbiorców terminala logistycznego LHS w kontekście międzynarodowych transakcji handlowych.



Typ odpowiedzi 1:

WSKAZANIE KONKRETNÝCH INCOTERMS

Przedsiębiorcy biorący udział w badaniu wskazywali korzystanie z następujących reguł *Incoterms* 2020: *CIP Carriage and Insurance Paid To* (przewóz i ubezpieczenie opłacone do), *DPD Delivered Duty Paid* (dostarczone cło opłacone), *DAP Delivered at Place* (dostarczone do miejsca), *EXW EX Works* (z zakładu), *FCA Free Carrier* (dostarczone do przewoźnika), *CPT Carriage Paid To* (przewóz opłacony do), *DPU Delivered at Place Unloaded* (dostarczone do miejsca wyładowania). Konkretny warunki *Incoterms* zostały wskazane przez ok. 52% badanych.

Typ odpowiedzi 2:

FIRMA WSKAZAŁA INCOTERMS OPISOWO

Kolejną grupą odpowiedzi były wskazania na warunki *Incoterms* w formie opisowej. Analizując udzielone odpowiedzi można wywnioskować, że firmy najczęściej mówiły o następujących regułach: *DPD Delivered Duty Paid* (dostarczone cło opłacone), *CIP Carriage and Insurance Paid To* (przewóz i ubezpieczenie opłacone do), *DAP Delivered at Place* (dostarczone do miejsca).

Typ odpowiedzi 3:

NIE OKREŚLONO/ NIE DOTYCZY

¹⁰ www.biznes.gov.pl dostęp dnia 15.03.2024

Część respondentów nie była w stanie określić reguł Incoterms, lub ze względu na brak transportów zagranicznych, niniejsze zagadnienie nie dotyczyło danego przedsiębiorstwa.

Najczęstszym wskazywanym typem odpowiedzi okazał się Typ 1. Przedstawiciele firm wskazali konkretne reguły Incoterms stosowane w ich firmie. Dość często zdarzało się też, że respondent opisywał warunki opisowo, jednak późniejsza analiza uzyskanych odpowiedzi umożliwiła dopasowanie opisów do konkretnych warunków Incoterms, których dotyczyły. Znajomość wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa w reguł w handlu międzynarodowym jest niezwykle ważna podczas planowania oferty potencjalnego terminala logistycznego. Dzięki zabranym danym przyszły obiekt może udostępnić możliwość korzystania z warunków handlowych, które są zgodne z oczekiwaniami rynku. Zwiększy to konkurencyjność terminala oraz jego atrakcyjność dla potencjalnych użytkowników.

13. Najważniejsze czynniki decydujące o korzystaniu z terminala przez firmy



Kolejną ważną kwestią podjętą w wywiadzie było pytanie skierowane do przedsiębiorców dotyczące czynników decydujących o chęci korzystania z terminala logistycznego LHS. Przedstawiciele przedsiębiorstw zostali poproszeni o wymienienie własnych konkretnych oczekiwań oraz o wyrażenie swoich przemyśleń na temat tego, co może ich przekonać do korzystania z terminala w przyszłości. Odpowiedzi na pytania były do siebie zbliżone.



Typ odpowiedzi 1:

OFERTA

Pierwszy typ odpowiedzi obejmował uzależnienie chęci korzystania z terminala od przyszłej oferty obiektu. Przede wszystkim wśród najważniejszych determinant wskazywano: koszty transportu, rodzaj usług, dostaw, możliwość przewozu towarów wielkogabarytowych, możliwość wysyłki towarów luzem i inne. Wśród dodatkowych wskazań pojawiały się również m.in. następujące odpowiedzi: „założenie, że przewoźnik będzie miał specjalne samochody do przeładunku, „potrzeba hali ze składem celnym” itp. Firma C16.10 zwraca uwagę na potrzebę dużych magazynów, dużej hali, wynajęcia miejsc paletowych. Przedsiębiorcom może także zależeć na transporcie do krajów azjatyckich - ułatwienie dla importu produktów z Azji. Firma C24.53 zaś zwraca uwagę na „rozwiązanie umożliwiające dostawę półproduktów na odcinku między siedzibami firmy a terminalem”.

Typ odpowiedzi 2:

DOSTĘPNOŚĆ

Przedsiębiorcy podkreślają, że istotnym czynnikiem decydującym o potrzebie korzystania jest dostępność terminala, zarówno w aspekcie lokalizacyjnym jak i dyspozycyjności. Najczęściej padające odpowiedzi to: „ważna jest bliskość terminala od firmy”, „łatwiejsza organizacja transportu, większe możliwości pod względem transportowanego towaru, więcej można przywieść i eksportować”, „na innych obecnie funkcjonujących terminalach występuje problem z dostępnością był i długi czas oczekiwania na rozładunki”, „potrzeba nowego terminala, bo obecne są niedostępne, czasami przepełnione a jest potrzeba wysyłki”, „możliwość importu złomu z Ukrainy- im bliżej tym lepiej”. Firma C25.40 wskazuje potrzebę na połączenie z portem w Gdyni.

Typ odpowiedzi 3 :

SPOSÓB FUNKCJONOWANIA

Kolejną grupą odpowiedzi są potrzeby i czynniki dotyczące sposobu funkcjonowania i organizacji pracy w ramach terminala logistycznego. Podczas wywiadu padały następujące odpowiedzi: „szybkie załadunki”, „dostępność kontenerów”, „terminowość dostaw”, „sprawna odprawa celna”, „ważna jest współpraca i odpowiednia organizacja”, „szybkość dostaw w porównaniu z transportem drogowym”, „organizacja załadunku i przeładunku”, „dobra organizacja logistyczna”.

W odpowiedzi na przedstawione pytania dominował pierwszy typ odpowiedzi. Najczęściej padającymi ogólnymi odpowiedziami z tej kategorii były: cena, szybkość i terminowość dostawy. Są to kwestie w pierwszej kolejności poruszane przez badane przedsiębiorstwa, nie zależnie od sektora. Dość często w tej kategorii zwracano uwagę na potrzebę usprawnienia odpraw celnych oraz potrzebę możliwości magazynowania produktów. Drugi w kolejności występowania był typ drugi. Firmom zależy na dobrych połączeniach z innymi terminalami oraz możliwościach importu z krajów przede wszystkim wschodnich i azjatyckich.

14. Rozbudowy przedsiębiorstw a nowe tereny inwestycyjne



W rejonie potencjalnej lokalizacji terminala logistycznego LHS w Gminie Nisko dostępne są wolne tereny inwestycyjne. Zgodnie z dokumentacją planistyczną gminnym założone jest również stworzenie nowych obszarów przeznaczonych pod inwestycje. W związku z tym, w ramach wywiadu pogłębionego

skupiono się również na uzyskaniu informacji dotyczących ewentualnych planów rozbudowy poszczególnych przedsiębiorstw. Niniejszy obszar badawczy pozwolił ocenić potencjalny popyt na nowe tereny inwestycyjne w Gminie Nisko.



Typ odpowiedzi 1:

TAK, FIRMA MA W PLANACH ROZBUDOWĘ

Niewielki odsetek przedsiębiorstw objętych badaniem potwierdził plany rozbudowy działalności lub wyraził zainteresowania dostępnymi terenami inwestycyjnymi. Decyzja o zakupie nowych terenów pod inwestycje uzależniona jest głównie od szczegółów oferty oraz warunków realizacji obiektów na tych terenach określonych w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego (oczekiwania dotyczą między innymi przestrzeni odpowiedniej dla realizacji zabudowy magazynowej). Ponadto, jedna z firm, uczestniczących w badaniu jest zainteresowana dzierżawą bocznicą kolejowej.

Typ odpowiedzi 2:

NIE, FIRMA NIE PLANUJE ROZBUDOWY W NAJBLIŻSZYM CZASIE

70% wszystkich uzyskanych odpowiedzi stanowił brak planów rozbudowy działalności w najbliższym czasie. Wśród powodów, wskazywano następujące odpowiedzi: „firma w razie potrzeby posiada już swój wykupiony teren inwestycyjny”, „rozbudowa miała miejsce niedawno”, „na ten moment raczej nie, ale nie wiadomo jak w przyszłości”.

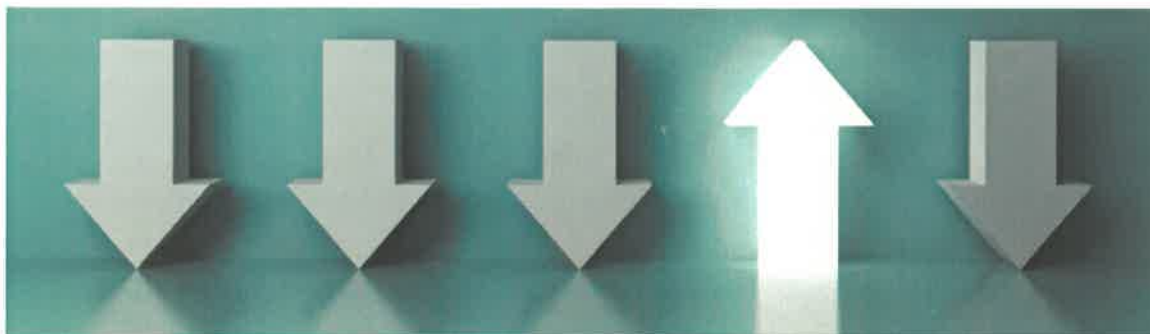
Typ odpowiedzi 3:

FIRMA JEST W TRAKCIE ROZBUDOWY/FIRMA POSIADA JUŻ WSTĘPNE PLANY ROZBUDOWY

Trzy z firm jest już w trakcie rozbudowy bądź ma na nią wstępny plan. Nie potrzeba więc też im nowych terenów inwestycyjnych, ponieważ zostały już zakupione.

Dominującym typem odpowiedzi okazał Typ 2. Analizując otrzymane dane, można stwierdzić, że aktualnie, popyt na dodatkowe tereny inwestycyjne wśród przedsiębiorców jest stosunkowo niewielki. Większość firm nie planuje rozbudowy swojej działalności, co sugeruje, że aktualnie nie ma znaczącego zapotrzebowania na nowe tereny.

15. Ocena stanu firmy i aktualnych warunków do jej rozwoju



Pytania kolejnej sekcji miały na celu zbadanie nastrojów przedsiębiorców w kontekście funkcjonowania firmy. Respondenci zostali poproszeni o ocenę obecnego stanu swoich przedsiębiorstw oraz aktualnych warunków do jej rozwoju. Jako przykładowe warunki rozwoju ankietier wskazał m.in. dostępność wykwalifikowanej kadry pracowniczej, trendy rynkowe, trendy technologiczne. Zbadanie niniejszego obszaru pozwoliły przede wszystkim na poznanie aktualnej sytuacji rynkowej. Nakreślenie aktualnej kondycji przedsiębiorstw oraz ich potencjału rozwojowego pozwoliła na zidentyfikowanie głównych wyzwań i potrzeb przedsiębiorców, co z kolei umożliwi dostosowanie oferty terminala do oczekiwań.



Typ odpowiedzi 1:

POZYTYWNA OCENA FUNKCJONOWANIA FIRMY I AKTUALNYCH WARUNKÓW DO ROZWOJU

Niemal połowa badanych firm oceniła zarówno kondycję swojej firmy jak i aktualne warunki do rozwoju na poziomie bardzo dobrym i dobrym. Widoczne jest otwarcie firm na nowe trendy oraz ich aktywne poszukiwanie wykwalifikowanej kadry pracowników. Przedsiębiorstwa dostrzegają bardzo dobre perspektywy przyszłego rozwoju.

Typ odpowiedzi 2:

POZYTYWNA OCENA FUNKCJONOWANIA FIRMY A MOŻLIWE PROBLEMY W DALSZYM ROZWOJU

Kolejną grupą odpowiedzi udzielanych podczas wywiadu była pozytywna ocena funkcjonowania firmy przy jednoczesnej obawie o wystąpienie utrudnień w przyszłości, ze względu na aktualne warunki dla rozwoju przedsiębiorstw. Odpowiedzi jakie uzyskano w tym kontekście to m.in.: „czasami skomplikowane procedury”, „tragicznie, bo w obecnej chwili nie ma na terenie kształcenia zawodowego, brak ludzi do obróbki drewna oraz słabe kształcenie zawodowe. Jest także słaby poziom wiedzy, ludzie nie mają odpowiednich umiejętności”, „problem z dostępnością wykwalifikowanych pracowników”, „mało osób do pracy”, „sytuacja na świecie wpływająca na całość gospodarki”.

Typ odpowiedzi 3:

ŚREDNIA OCENA FUNKCJONOWANIA FIRMY

Dwie firmy oceniły obecny stan funkcjonowania swojej firmy na średnim poziomie. Ocena ta wynikała się z obecnej sytuacją polityczną.

Generalnie, przedsiębiorcy oceniają obecny stan funkcjonowania swoich firm jako bardzo dobry lub dobry. Jednakże, częściowo wskazywane są obawy dotyczące problemów, które mogą w przyszłości zahamować rozwój działalności. Wśród najczęściej powtarzających się obaw wskazywano coraz większe problemy związane z dostępnością wykwalifikowanej kadry pracowniczej oraz niewystarczającą liczbę osób w wieku produkcyjnym w regionie. Wśród przedsiębiorstw biorących udział w badaniu, zauważalne są oczekiwania dotyczące zwiększenia liczby specjalistów, aby móc zaspokoić przewidywane braki kadrowe.

16. Ocena poziomu wsparcia ze strony administracji publicznej/władz lokalnych lub innych instytucji dla przedsiębiorstw oraz pomysły na poprawę warunków firmy



Respondentów poproszono o ocenę poziomu wsparcia ze strony administracji publicznej, władz lokalnych lub innych instytucji dla przedsiębiorstw. Pytanie miało na celu zrozumienie, jak przedsiębiorcy postrzegają działania otoczenia instytucyjnego oraz jakie konkretne obszary wsparcia są przez nie pożądane w celu poprawy warunków funkcjonowania.



Typ odpowiedzi 1:

FIRMA OCENIA WSPARCIE WŁADZ ŚREDNIO LUB NISKO I WSKAZUJE KONKRETNE POTRZEBY

Ponad połowa respondentów oceniła wsparcie ze strony administracji publicznej, władz lokalnych i innych instytucji jako średnie lub niskie. W ramach ocen, przedstawiciele poszczególnych firm wskazywali przykładowe inwestycje i rozwiązania, które aktualnie są dla nich priorytetowe. Przykładowe potrzeby wymieniane przez firmy to m.in.: „więcej możliwości funkcji kulturowej, sportowej. Nie ma w gminie atrakcyjnych miejsc do spędzania czasu”, „uzupełnienie oświetlenia na drogach dojazdowych, szybsza reakcja na zgłaszane zapotrzebowania”, „oczekiwania dot. infrastruktury drogowej pod tym względem jest potrzeba wsparcia”, „niższe podatki, większa dostępność wykwalifikowanej kadry”, „rozbudowa bazy mieszkaniowej dla pracowników z zagranicy czy innych regionów”. Firma G46.73 wyraziła potrzebę pozyskania nowych terenów inwestycyjnych, natomiast firma C24.53 podkreśliła konieczność budowy nowej drogi a także modernizacji istniejącej, która nie spełnia odpowiednich warunków umożliwiających wjazd samochodów ciężarowych - „budowa drogi na wysypisko, połączona z drogą 77, jest to przydatna inwestycja - a jeszcze jej nie ma- potrzebna modernizacja tej drogi.

Na ulicy Sandomierskiej zaś jest problem z wjazdem samochodów ciężarowych- nawierzchnia jest niedostosowana do transportu ciężkiego”.

Typ odpowiedzi 2:

FIRMA OCENIA WSPARCIE WŁADZ WYSOKO I NIE WSKAZUJE KONKRETNÝCH POTRZEB

W przypadku wysokiej oceny wsparcia ze strony władz lokalni, badani nie zgłaszali dodatkowych potrzeb. Odpowiedzi, które pojawiły się przy tej ocenie to: „nie dotyczy”, „raczej nie ma konkretnych potrzeb”, „na tą chwilę nie ma”.

Typ odpowiedzi 3:

BRAK UDZIELONEJ ODPOWIEDZI/CIĘŻKO POWIEDZIEĆ

Incydentalnie występowała odmowa oceny poziomu wsparcia ze strony władz lokalnych. Pojawiało się również stwierdzenie: „ciężko powiedzieć”. Powody braku oceny mogą obejmować brak bezpośredniej interakcji między przedsiębiorcami a instytucjami, brak oczekiwań wobec władz a także decyzje o samodzielnym radzeniu sobie w rozwoju firmy.

Najczęstszym typem odpowiedzi okazał się Typ 1, gdzie przedsiębiorstwa oceniają obecny poziom wsparcia władz lokalnych jako niski bądź średni. Firmy podkreślają różnorodne potrzeby, przy których uzyskanie wsparcia może poprawić ich warunki funkcjonowania. Odpowiedzi uzyskane w tym pytaniu wskazują priorytetowe obszary do uwzględnienia podczas podejmowania decyzji przez władze lokalne. Należy zaznaczyć, że poprawa ogólnych warunków funkcjonowania przedsiębiorstw jest niezwykle ważna nie tylko ze względu na podniesienie jakości życia społeczeństwa, ale również w odniesieniu do planowanej inwestycji budowy terminala logistycznego LHS. Poprawa warunków dla funkcjonowania przedsiębiorstw przede wszystkim może przyciągnąć do regionu nowe inwestycje, co z kolei może zwiększyć popyt na usługi terminala LHS. Poprawa ogólnego środowiska biznesowego może sprzyjając również przedsiębiorcom działającym obecnie na danym terenie. Ich rozwój natomiast przekłada się na większą potrzebę korzystania z usług terminala logistycznego.

17. Dodatkowe fundusze przedsiębiorstw



Przedsiębiorców zapytano, czy aktualnie korzystają z jakichkolwiek zewnętrznych funduszy lub dofinansowań, takich jak np. Fundusze Europejskie lub inne formy wsparcia finansowego. Celem zbadania niniejszego obszaru było zrozumienie, czy badane firmy wykorzystują dostępne możliwości finansowania zewnętrznego, co natomiast może mieć istotne znaczenie dla ich stabilności finansowej i zdolności do rozwoju. Uzyskanie informacji w tej kwestii pozwoliło również ocenić, czy istnieje popyt

na wsparcie w danym sektorze gospodarki, co może okazać się istotne przy planowaniu inwestycji terminala logistycznego.



Typ odpowiedzi 1:

FIRMA KORZYSTA Z RÓŻNYCH ZEWNĘTRZNYCH FUNDUSZY

Potwierdzając korzystanie z zewnętrznych funduszy, przedstawiciele przedsiębiorstw wskazywali przykłady konkretnych rodzajów finansowań. Były to m.in.: fundusze UE np. na rozwój działalności, dofinansowanie do instalacji punktów ładowania pojazdów elektrycznych; kredyty technologiczne, fundusze z Agencji Rozwoju Przemysłu - m.in. na przetwórstwo rolno - spożywcze i badawczo-rozwojowe.

Typ odpowiedzi 2:

FIRMA W PRZESZŁOŚCI KORZYSTAŁA Z ZEWNĘTRZNYCH FUNDUSZY. NA TEN MOMENT NIE

Innym typem odpowiedzi było wskazanie, że firma obecnie nie korzysta z zewnętrznych funduszy, jednak w przeszłości miało to miejsce. Wymieniono m.in. fundusze UE, fundusze norweskie oraz fundusze z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego 2014-2020. W kilku przypadkach, zauważono, że przed pandemią COVID-19 istniały większe możliwości skorzystania z dedykowanych funduszy.

Typ odpowiedzi 3:

FIRMA NIE KORZYSTA Z ZEWNĘTRZNYCH FUNDUSZY

Kolejnym typem odpowiedzi była odpowiedź *“nie, nie korzystamy z funduszy zewnętrznych”*, Respondent z firmy D35.11 odpowiedział, że jest to spowodowane jeszcze dość krótką działalnością firmy na rynku, zaś dla firmy F43.21 próba uzyskania zewnętrznych funduszy nie powiodła się.

Otrzymane odpowiedzi charakteryzowały się dużą różnorodnością. Rozkład poszczególnych typów odpowiedzi był dość równomierny. Korzystanie z zewnętrznych funduszy uzależnione jest od wielu czynników i możliwości jakimi dysponują przedsiębiorstwa.

18. Obawy w odniesieniu do funkcjonowania firmy



Podczas wywiadu, przedsiębiorcy zostali zapytani o obawy dotyczące funkcjonowania firmy do 2030 roku. Uzyskane odpowiedzi są istotne dla badania marketingowego budowy terminala logistycznego LHS, szczególnie w kontekście sytuacji politycznej na wschodzie, gdzie trwa konflikt i napięcia geopolityczne. Celem poznanie obaw potencjalnych odbiorców inwestycji jest zrozumienie w jeszcze większym stopniu jakie czynniki mogą wpłynąć na decyzje dotyczące korzystania z terminala oraz jakie udogodnienia i środki zaradcze można podjąć, aby obniżyć aktualne obawy i zapewnić stabilność i bezpieczeństwo przedsiębiorcom korzystającym w przyszłości z terminala.



Typ odpowiedzi 1:

NIE MA OBAW ZWIĄZANYCH Z FUNKCJONOWANIEM FIRMY DO 2030 ROKU

Ponad połowa badanych firm wyraziła brak obaw związanych z funkcjonowaniem swojej działalności do 2030 roku, wyrażając przekonanie o kontynuacji swojej działalności. Dodatkowo, przedstawiciel firmy C24.44 wskazał, że strefa ekonomiczna w Stalowej Woli będzie w dalszym ciągu się rozwijać i rozszerzać działalności.

Typ odpowiedzi 2:

SĄ OBAWY ZWIĄZANE Z FUNKCJONOWANIEM FIRMY DO 2030 ROKU

Drugim typem odpowiedzi jest grupa firm, wyrażająca obawy, dotyczące potencjalnych czynników wpływających na funkcjonowanie ich przedsiębiorstw do 2030 roku. Najczęściej wymienianą kwestią była sytuacja polityczna związana z wojną na Ukrainie. Ponadto, przedsiębiorcy wyrażali obawy dotyczące problemów kadrowych (przede wszystkim brak młodych, wykwalifikowanych pracowników) a także niepewność związaną z oferowanymi produktami, które w przypadku sytuacji kryzysowych (m.in. takich jak wojna) nie stanowią towarów pierwszej potrzeby. Wśród przedsiębiorców biorących udział w badaniu pojawiały się również obawy dotyczące potencjalnego kryzysu gospodarczego w kraju oraz możliwości wzrostu podatków (zarówno pośrednich jak i bezpośrednich).

Mimo trudnej ciężkiej sytuacji politycznej za wschodnią granicą, większość przedsiębiorstw biorących udział w wywiadzie patrzy w przyszłość optymistycznie i nie obawia się o funkcjonowanie swojej działalności w najbliższych latach. Dominującym typem odpowiedzi okazał się pierwszy, co wskazuje na pozytywne podejście większości badanych przedsiębiorstw. Niemniej jednak analizując odpowiedzi dotyczące obaw przedsiębiorców związanych z funkcjonowaniem firm do 2030 roku, można dostrzec,

że sytuacja polityczna na wschodzie, szczególnie w kontekście trwającej wojny na Ukrainie, stanowi istotny czynnik niepewności. W związku z planowaną budową terminala logistycznego, który będzie miał połączenie z kierunkami wschodnimi kierunkami, ważne jest uwzględnienie tych obaw.

19. Dodatkowe wypowiedzi



Na zakończenie wywiadu, badanych zapytano, o dodatkowe uwagi lub komentarze dotyczące przeprowadzonego wywiadu. Spośród wszystkich badanych przedsiębiorstw, dwóch respondentów wyraziło chęć podzielenia się dodatkowymi spostrzeżeniami.



Komentarz 1:

„Uciążliwa sprawa z CDM- skomplikowało przedsiębiorcom sprawę. Obecnie jeszcze jest traktowane z przymrużeniem oka. Jest to skomplikowane a wszystko będzie gorzej zaostrome; większa biurokracja” (firma G46.72)

Komentarz 2:

„Ważne jest rozwijanie infrastruktury miasta. Potrzeba dodatkowych zasobów pracowników. Aby ich przyciągać do miasta może potrzeba więcej inwestycji” (C24.44)

Pozostali badani nie wyrazili chęci dodania komentarzy w temacie przeprowadzonej rozmowy. Ankieter na zakończenie podziękował każdemu respondentowi za możliwość przeprowadzenia wywiadu pogłębionego oraz za merytoryczną rozmowę.

7. WNIOSKI

Przeprowadzenie badania marketingowego w celu zidentyfikowania potencjalnego zapotrzebowania na powstanie bocznicy/ terminala LHS (Linia Hutnicza Szerokotorowa) na obszarze Gminy i Miasta Nisko pozwoliło m.in. na zidentyfikowanie potrzeb przedsiębiorców oraz poznanie ich opinii na temat inwestycji. Wyniki niniejszej analizy pozwolą na lepsze dostosowanie planowanej inwestycji do potrzeb jej użytkowników. Wnioski z przeprowadzonego badania prezentują się następująco:

- **Najczęściej deklarowanym wybieranym środkiem transportu wykorzystywanym w procesach logistycznych w przedsiębiorstwach jest transport drogowy** – tego rodzaju odpowiedź stanowiła 58,5%. Transport kolejowy wskazało 9,8% firm.

- **W przypadku organizacji procesów logistycznych w przedsiębiorstwach większość firm samodzielnie zajmuje się logistyką.** W 38,1% przedsiębiorstw jest powołane do tego samodzielne stanowisko, natomiast 30,2% badanych przedsiębiorstw posiada dział logistyki.
- **Najwięcej firm zainteresowanych inwestycją działa w obszarze Stalowej Woli.** Z punktu widzenia przedsiębiorców jest to dla nich inwestycja, która może umożliwić zrealizowanie strategicznych planów firmy.
- **W odniesieniu do konkretnych usług logistycznych z jakich głównie korzystają przedsiębiorstwa wskazywano transport (52,6%)** - relatywnie często deklarowaną kategorią okazała się spedycja wskazywana przez 33,3% badanych.
- **Wstępne zainteresowanie powstaniem logistycznego terminala LHS w I Etapie badania wyraziło 41,3% badanych** co jest relatywnie wysokim wynikiem.
- **Najwięcej przedsiębiorstw zainteresowanych powstaniem inwestycji należy do sektora C - Przetwórstwo przemysłowe** - firmy te stanowiły ok. 67% firm biorących udział w II Etapie badania.
- **Zarówno w odniesieniu do dostawców jak i klientów przedsiębiorstw, dominującymi krajami są: Polska, Niemcy, Włochy, Chiny, Rumunia, Ukraina.**
- **Na podstawie uzyskanych odpowiedzi można zauważyć, że zakres masy rocznej produkcji w analizowanych przedsiębiorstwach jest dość szeroki oraz uzależniony od wielu zmiennych.** Biorąc pod uwagę wszystkie odpowiedzi przedsiębiorców, zawiera się on w przedziale od poniżej 1 t do 300 000 t.
- **W oparciu o przeprowadzone wywiady pogłębione uzyskano informacje na temat zapotrzebowania na usługi transportowe przedsiębiorstw w ciągu roku. Zapotrzebowanie przedsiębiorstw na transport towarów zwykle wzrasta w okresie wiosenno-letnim, a w sezonie zimowym maleje.** Warto zauważyć, że latem oraz podczas okresów świątecznych często występują kilkutygodniowe przerwy w zamówieniach.
- **Surowce i półprodukty transportowane w firmach najczęściej nie wymagają specjalnych warunków transportowych.** Przedstawiciele przedsiębiorstw, w których transport materiałów wymaga zapewniania odpowiednich warunków wskazywali m.in: konieczność zapewniania wodoodporności, obsługę towarów wielkogabarytowych, potrzebę posiadania specjalnych uprawnień.
- **W wyniku badania zagadnienia dotyczącego problemów logistycznych oraz wpływu inwestycji na funkcjonowanie firmy, większość przedsiębiorców (81,5%) wyraziła przekonanie, że planowana inwestycja terminala logistycznego w Gminie Nisko może mieć pozytywny wpływ na rozwój i funkcjonowanie ich działalności.**
- **Istotnym wnioskiem, jest fakt, że badane przedsiębiorstwa często dążą do szerokiego porozumienia z dostawcami oraz wspólnego koordynowania łańcucha dostaw.** Ważna jest więc m. in. terminowość i jak najszybsze dostarczanie produktów.
- **Większość firm biorących udział w wywiadzie (ok. 59%) nie stosuje dodatkowych ubezpieczeń przy usługach logistycznych.** Firmy, które decydują się na korzystanie z dodatkowych ubezpieczeń stanowią niewielki odsetek badanych przedsiębiorstw.
- **Dostawy w trybie just – in – time są stosowane przez 55,5% badanych przedsiębiorstw** - informacje te mogą być wykorzystane do oceny potencjalnego zapotrzebowania na usługi terminala związane bezpośrednio z obsługą i dostawą towarów w trybie just-in-time.
- **Cena i terminowość dostaw są decydującymi czynnikami w kwestii wyboru przewoźnika** - te dwie cechy zostały wskazane przez niemal 100% respondentów.

- **Najczęstszymi warunkami Incoterms stosowanymi w firmach okazały się: *DPD Delivered Duty Paid, CIP Carriage and Insurance Paid To, DAP Delivered at Place, EXW EX Works, FCA Free Carrier, DPU Delivered at Place Unloaded.*** Dzięki zabranym danym przyszły obiekt może udostępnić możliwość korzystania z warunków handlowych, które są zgodne z oczekiwaniami rynku.
- **Aktualnie, popyt na dodatkowe tereny inwestycyjne wśród przedsiębiorców jest stosunkowo niewielki - 70% przedsiębiorców nie planuje rozbudowy w najbliższych latach, co sugeruje, że aktualnie nie ma znaczącego zapotrzebowania na nowe tereny.**
- **Generalnie, przedsiębiorcy oceniają obecny stan funkcjonowania swoich firm jako bardzo dobry lub dobry.** Jednak wśród najczęściej powtarzających się obaw wskazywano coraz większe problemy związane z dostępnością wykwalifikowanej kadry pracowniczej oraz niewystarczającą liczbę osób w wieku produkcyjnym w regionie. **Przedsiębiorcy oczekują zwiększenia liczby specjalistów.**
- **Przedsiębiorstwa oceniają obecny poziom wsparcia władz lokalnych jako niski bądź średni.** Firmy podkreślają różnorodne potrzeby, przy których uzyskanie wsparcia może poprawić ich warunki funkcjonowania. Poprawa warunków dla funkcjonowania przedsiębiorstw przede wszystkim może przyciągnąć do regionu nowe inwestycje, co z kolei może zwiększyć popyt na usługi terminala LHS.
- Mimo trudnej ciężkiej sytuacji politycznej za wschodnią granicą, większość przedsiębiorstw biorących udział w wywiadzie patrzy w przyszłość optymistycznie i nie obawia się o funkcjonowanie swojej działalności w najbliższych latach. Niemniej jednak, analizując odpowiedzi można dostrzec, **z sytuacja polityczna na wschodzie stanowi istotny czynnik niepewności.** W związku z planowaną budową terminala logistycznego, który będzie miał połączenie z kierunkami wschodnimi kierunkami, ważne jest uwzględnienie tych obaw.

8. REKOMENDACJE

Na podstawie wniosków z przeprowadzonego badania marketingowego w kierunku powstania LHS połączonego z linią LHS z linią kolejową LHS nr 65 relacji most na rzece Bug – Sławków Południowy, a tym samym zbadanych potrzeb przedsiębiorców oraz opinii na temat inwestycji na obszarze Gminy i Miasta Nisko, należy uwzględnić poniższe rekomendacje:

- 1. Zwiększenie promocji i informacji.** Mając na uwadze relatywnie wysoki poziom zainteresowania inwestycją wśród badanych przedsiębiorstw, ważne jest intensyfikowanie działań promocyjnych i informacyjnych, dotyczących przyszłych korzyści związanych z powstaniem terminala. Działanie takie mogą dodatkowo przyciągnąć potencjalnych inwestorów do regionu. Działania te powinny jednak wyjść na poziom krajowy, a także międzynarodowy, ze szczególnym uwzględnieniem branżowych działań w obszarze logistyki bazując na zakładanych i projektowanych sieciach finansowych z instrumentu „Łącząc Europę” (CEF – Connecting Europe Facility ¹¹)

¹¹ Instrument „Łącząc Europę” w sektorze transport w perspektywie 2021-2027

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady-dzialania-funduszy/program-laczac-europe/cef-2021-2027/informacie-o-cef/>

2. **Badanie logistyczne potoków towarów.** Celem badania może być weryfikacja ilości i oszacowanie potrzeb w przyszłości na jednostki ładunkowe (kontenery, naczepy etc.) w tonach dla planowanego terminala w Gminie Nisko.
3. **Analizy techniczne istniejącej infrastruktury.** Stan techniczny, przepustowość, połączenia oraz szybkość jaką mogą osiągać składy kolejowe na istniejącej infrastrukturze stanowią krytyczny element przyszłych analiz. Zdecydowanie należy potraktować przyszły terminal w kontekście intermodalnego transportu towarowego, zgodnie z przyjętymi strategiami Komisji Europejskiej w ramach ekologizacji transportu towarowego w Unii Europejskiej. Podobnym analizom należy również poddać lokalną sieć drogową, która będzie zapewniać obsługę terminala.
4. **Dalsze badania i konsultacje z przedsiębiorcami.** Aby uzyskać bardziej szczegółowe dane dotyczące potrzeb i oczekiwań co do planowanej inwestycji warto kontynuować konsultacje z przedsiębiorcami w regionu. W ten sposób możliwe będzie lepsze dostosowanie terminala do zmieniających się potrzeb potencjalnych użytkowników.
5. **Analiza specjalnych potrzeb transportowych i zapewnianie odpowiedniej infrastruktury.** Istotne jest dokładne zrozumienie potrzeb przedsiębiorstw, które wymagają specjalnych warunków transportowych dla surowców lub półproduktów. Na podstawie zebranych informacji należy odpowiednio zaplanować infrastrukturę terminala oraz przygotowanie personelu, zapewniając jego zdolność do obsługi różnorodnych ładunków.
6. **Rozwój współpracy w łańcuchu dostaw.** Wzrost zapotrzebowania na współpracę i koordynację w łańcuchu dostaw wskazuje na potencjalną potrzebą rozwijania współpracy między firmami oraz dostawcami. Terminal może pełnić rolę centrum koordynacyjnego takich działań.
7. **Poprawa wsparcia władz lokalnych dla przedsiębiorstw.** Wsparcie ze strony władz lokalnych jest kluczowe by wspomóc rozwój przedsiębiorstw w regionie. Warto skoncentrować się na poprawie środowiska biznesowego, by tworzyć warunki sprzyjające inwestycjom i rozwojowi gospodarczemu. Dobrym przykładem takich działań może być oddany do użytku 21 listopada 2023 roku Terminal Multimodalny Zduńska Wola-Karsznice. Przedsięwzięcie zostało zainicjowane przez powiat zduńskowolski we współpracy z samorządami miasta i gminy Zduńska Wola, gminy Sędziejowice i Łask oraz powiatem łaskim. Samorząd Zduńskiej Woli przygotował dokumentację techniczną niezbędną do budowy portu, program funkcjonalno-użytkowy, a także wniosek o unijne dofinansowanie. Opracowanie dokumentacji pochłonęło ok. 2 mln zł. W 2020 r. przekazano je PKP Cargo. Następnie kolejowa spółka podjęła starania o dotację ze środków Unii Europejskiej na rozpoczęcie budowy terminalu.¹²
W tym celu warto powołać Instytucję Otoczenia Biznesu, która w swojej działalności będzie mogła się również skupić na zagadnieniu rozwoju logistyki w oparciu o koncept terminala intermodalnego w Gminie Nisko. Rekomenduje się również poszukiwanie partnerów międzynarodowych oraz rozwój współpracy z firmami z krajów o znaczącym udziale w handlu (m.in. Niemcy, Włochy, Chiny, Rumunia czy Ukraina) w celu rozszerzenia zasięgu działalności terminala i zwiększenia atrakcyjności dla potencjalnych klientów.

¹² Sektor Kolejowy, 21.11.2023 <https://www.sektorkolejowy.pl/terminal-multimodalny-zdunska-wola-karsznice-za-128-mln-zl-oddany-do-eksploatacji/> D. Malesza, Sektor Kolejowy, 21.11.2023 <https://www.sektorkolejowy.pl/terminal-multimodalny-zdunska-wola-karsznice-za-128-mln-zl-oddany-do-eksploatacji/>

Podjęcie określonych powyżej rekomendowanych działań może pomóc w skutecznym wdrożeniu planowanej inwestycji terminala LHS oraz zapewnieniu jego sukcesu na rynku, przynosząc korzyści zarówno przedsiębiorcom jak i lokalnej społeczności.

9. WYKAZ TABEL I WYKRESÓW

Wykaz tabel

| | |
|--|----|
| Tabela 1. Firmy biorące udział w badaniu zakodowane według sektorów i działów branż (klasyfikacja PKD 2007)..... | 20 |
| Tabela 2. Firmy z którymi został przeprowadzony II Etap badania (zakodowane według PKD 2007)..... | 31 |

Wykaz rysunków

| | |
|--|----|
| Rysunek 1. Mapa infrastruktury transportowej w Gminie Nisko | 5 |
| Rysunek 2. Kolejowe przewozy intermodalne (tys. TEU) w Polsce w latach 2012 – 2021, dane: UTK... 6 | |
| Rysunek 3. Schemat przeprowadzonego badania marketingowego..... | 8 |
| Rysunek 4. Schemat I Etapu badania marketingowego..... | 15 |
| Rysunek 5. Schemat II Etapu badania marketingowego..... | 17 |

Wykaz wykresów

| | |
|---|----|
| Wykres 1: Czynności podjęte przez przedsiębiorstwa, z którymi skontaktowano się w celu przeprowadzenia badania..... | 13 |
| Wykres 2: Liczba pracowników zatrudnionych na terenie woj. Podkarpackiego w firmie respondentów..... | 23 |
| Wykres 3: Organizacja procesów logistycznych w przedsiębiorstwach respondentów. | 24 |
| Wykres 4: Środki transportu wykorzystywane w procesach logistycznych w przedsiębiorstwach respondentów..... | 25 |
| Wykres 5: Usługi logistyczne, z których korzystają respondenci..... | 26 |
| Wykres 6: Rodzaj ładunków transportowanych w przedsiębiorstwach respondentów..... | 27 |
| Wykres 7: Zasięg pozyskiwanych surowców i półproduktów w przedsiębiorstwach respondentów.. | 28 |
| Wykres 8: Zasięg sprzedaży towarów w przedsiębiorstwach respondentów..... | 29 |
| Wykres 9: Zainteresowanie przedsiębiorców korzystaniem z Terminala Kolejowego LHS w Gminie Nisko (po jego powstaniu)..... | 30 |

Źródła grafik użytych w charakterystyce zagadnień badania pogłębionego:

- Bank obrazów Microsoft Word
- <https://www.mw-spedition.com/>
- <https://www.istockphoto.com/pl> (Snizhana Galytska)
- <https://www.freepik.com/>
- <https://obsweets.com/>

Badanie marketingowe w kierunku powstania terminala LHS połączonego z linią kolejową LHS nr 65 relacji: most na rzece Bug – Sławków Południowy

w ramach projektu pn.:

„NISKO CORAZ WYŻEJ – PODNIESIENIE POTENCJAŁU EKONOMICZNO-GOSPODARCZEGO MIASTA I KONKURENCYJNOŚCI ŻYCIA W MIEŚCIE”,

dofinansowanego ze środków
Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021

ZAŁĄCZNIK 1

NARZĘDZIE BADAWCZE - SCENARIUSZ WYWIADU POGŁĘBIONEGO

ZAŁĄCZNIK 1 BADANIE MARKETINGOWE

w kierunku powstania terminalu LHS połączonego z linią kolejową LHS z linią kolejową LHS nr 65
relacji most na rzece Bug – Sławków Południowy

NARZĘDZIE BADAWCZE - SCENARIUSZ WYWIADU POGŁĘBIONEGO

| Aranżacja wywiadu | |
|---|--|
| Wstęp do rozmowy | <p><i>Dzień dobry nazywam się i kontaktuje się w imieniu Gminy Nisko, realizując badanie, którego celem jest analiza rynku pod kątem przyszłej inwestycji związanej z budową terminala LHS na obszarze gminy.</i></p> <p><i>Wywiad potrwa około pół godziny. Zachęcając Państwa do udziału w wywiadzie pragnę podkreślić, że Państwa wypowiedzi będą całkowicie poufne oraz będą prezentowane jedynie w zbiorczych zestawieniach analitycznych, bez możliwości powiązania ich z konkretną osobą.</i></p> <p><i>Czy możemy kontynuować?</i></p> |
| Sekcja 1 - Wprowadzenie | |
| Wprowadzenie do wywiadu | <p><i>Czy rozmawiam z Panią/Panem...?</i></p> <p><i>Jeśli NIE:</i></p> <p><i>Proszę się przedstawić, powiedzieć jaką instytucję Pan/i reprezentuje? Na jakim stanowisku Pan/i pracuje? Czy jest to stanowisko decyzyjne / kierownicze?</i></p> |
| Przedstawienie informacji o terminalu LHS i wolnych terenach inwestycyjnych w otoczeniu inwestycji. | <p><i>Dziękuję.</i></p> <p><i>W wywiadzie chcielibyśmy skupić się na istotnej inwestycji planowanej w regionie, jaką jest budowa Terminala LHS w miejscowości Nowosielec na terenie gminy Nisko.</i></p> <p><i>Zgodnie ze Strategią Rozwoju Gminy i Miasta Nisko, ale również Strategią Rozwoju Województwa Podkarpackiego 2030, inwestycja została uznana za kluczową do napędu rozwoju gospodarczego oraz zwiększenia dostępności zewnętrznej całego regionu. Lokalizacja inwestycji planowana jest w gminie Nisko, w miejscowości Nowosielec, w pobliżu węzła drogowego trasy S19.</i></p> <p><i>Istotnym czynnikiem jest również dostępność wolnych terenów inwestycyjnych w okolicy planowanego terminala, o łącznej powierzchni ok. 20-30 ha. W kwestii poznania szczegółów zamierzenia, w marcu planowana jest konferencja dla przedsiębiorców, na której wystąpi m.in. jeden z marszałków województwa podkarpackiego, prezydent Stalowej Woli oraz Burmistrz Gminy Nisko. Bliżej terminu konferencji, Urząd Miasta i Gminy Nisko będzie rozsyłał do Państwa zaproszenia do wzięcia udziału w wydarzeniu.</i></p> |
| Realizacja inwestycji planowana jest do 2030 roku. Czy Państwa firma posiada długoterminową strategię rozwoju? | <p><i>NIE – Rozumiem. W Polsce dynamika prawa jest zmienna, więc planowanie długoterminowe często jest przez to znacząco utrudnione. Kwestię wykorzystania terminala warto jednak rozpatrywać w horyzoncie długoterminowym. Być może planują Państwo zwiększenie działalności lub ekspansję na nowe rynki, co potencjalnie wpłynęłoby na rosnące potrzeby skorzystania z usług terminala? Być może budowa terminala wpłynie na zrealizowanie konkretnych planów firmy?</i></p> |

ZAŁĄCZNIK 1

BADANIE MARKETINGOWE

w kierunku powstania terminalu LHS połączonego z linią kolejową LHS z linią kolejową LHS nr 65 relacji most na rzece Bug – Sławków Południowy

| | |
|--|--|
| | TAK – Myślę zatem, że warto rozpatrzyć kwestię wykorzystania terminala w horyzoncie długoterminowym. Być może planują Państwo zwiększenie działalności lub ekspansję na nowe rynki, co potencjalnie wpłynęłoby na rosnące potrzeby skorzystania z usług terminala? Być może budowa terminala wpłynie na zrealizowanie konkretnych planów firmy? |
| Sekcja 2 – Potrzeby transportowe | |
| Zagadnienie badawcze: | Pytanie scenariuszowe: |
| Jakie są najważniejsze produkty lub usługi? | Z naszej poprzedniej rozmowy, wiem, że firma zajmuje się (...). Czy może Pan/Pani wskazać jakie są najważniejsze produkty, które Pana/i firma ma w ofercie? |
| Kim są Państwa klienci? | Proszę określić, opisać grupy swoich klientów (np. sektor, branża). Jeśli Pan/i może proszę podać nazwy wybranych klientów. |
| Potrzeby ilościowe | Jaka jest masa rocznej produkcji w Państwa firmie? |
| Potrzeby w zależności od części roku. | Czy są miesiące, w których transportowanych jest zdecydowanie więcej towarów lub miesiące, w których jest ich wyjątkowo mało? Proszę wskazać miesiące/pory, w których transportowanych jest najwięcej/najmniej towarów w Państwa firmie. |
| Gdzie znajdują się dostawcy a gdzie klienci danego przedsiębiorstwa. | Proszę podać region, w którym znajdują się najistotniejsi dostawcy dla Pani/Pana firmy? Z jakich krajów najczęściej pozyskują Państwo surowce i półprodukty? Proszę podać region, w którym znajdują się najistotniejsi klienci dla Pani/Pana firmy? Do jakich krajów najczęściej sprzedawane są towary w Państwa firmie? |
| Określenie specjalnych wymagań transportowych przedsiębiorstwa. | Proszę podać najistotniejszy dla funkcjonowania Państwa firmy surowiec lub półprodukt. Jeżeli transport dostawy do Państwa firmy lub wysyłki z niej wymaga spełnienia jakichkolwiek szczególnych warunków, proszę je sprecyzować. (np. chłodnie, zabezpieczenie produktów delikatnych, wymagana wodoodporność, towary wielkogabarytowe, towary wymagające specjalnego magazynowania itp.) |
| Określenie problemów – w nawiązaniu do poprzedniej części badania. | W poprzedniej części badania wskazał Pan/Pani problem z.... Z czego Pana/Pani zdaniem może to wynikać? Mają Państwo pomysły jak można temu sprostać? Czy jest możliwość, że powstanie dobrze funkcjonującego terminala mogłoby sprawić, że problem zostanie zminimalizowany? |
| Opinia na temat terminala logistycznego | Jak Pani/Pana zdaniem terminal wpłynie na funkcjonowanie Państwa firmy? W jaki sposób? |

ZAŁĄCZNIK 1 BADANIE MARKETINGOWE

w kierunku powstania terminalu LHS połączonego z linią kolejową LHS z linią kolejową LHS nr 65
relacji most na rzece Bug – Sławków Południowy

| Sekcja 3 – Rozszerzone usługi logistyczne | |
|---|--|
| Aktualne wykorzystanie usług logistycznych i okołologistycznych. | <p>Czy Państwa firma stosuje lub uczestniczy w zarządzaniu łańcuchem dostaw?</p> <p>Czy korzystają Państwo z dodatkowych usług przy usługach logistycznych - np. dodatkowe ubezpieczenia</p> <p>Czy Państwa firma stosuje dostawy w trybie just-in-time?</p> |
| Czynniki wyboru przewoźnika | Jakie są decydujące czynniki do wyboru przewoźnika w Państwa firmie? |
| Określenie stosowanych Incoterms | <p><i>Część dla przedsiębiorców wysyłających towary za granicę/lub sprowadzających półprodukty z zewnątrz granicy:</i></p> <p>Jaki proces stosują Państwo przy wysyłce za granicę (np. od drzwi do drzwi)? Do którego momentu odpowiadają Państwo za towar?</p> <p>Jakie warunki Incoterms są najczęściej stosowane w Państwa firmie przy dostawach surowców/półproduktów?</p> |
| Sekcja 4 - LHS | |
| Indywidualne zapotrzebowanie | Co głównie zdecydowało, że chcieliby Państwo korzystać w przyszłości z Terminala logistycznego? |
| Zapotrzebowanie ogólne | Co według Państwa jest najbardziej istotnym czynnikiem, który może zachęcić przedsiębiorców ogółem do korzystania z terminala LHS. Jaki główny czynnik wpływałby na decyzję o korzystaniu z terminala kolejowego? Jak pani myśli na czym może zależeć przedsiębiorcom. |
| Promocja terenów inwestycyjnych | Tak jak wspomnieliśmy wcześniej, w okolicach inwestycji LHS planowane jest powstanie nowych terenów inwestycyjnych. Być może planują Państwo rozbudowę w ramach swojej firmy? |
| Sekcja 5 – Badanie nastroju przedsiębiorców | |
| Obecny stan | Jak ocenia pan/pani obecny stan funkcjonowania swojej firmy? <i>bardzo dobry/dobry/średni/zły</i> |
| Warunki rozwojowe | <p>Jak ocenia Pan/pani aktualne warunki do rozwoju firmy? <i>w odniesieniu do dostępności wykwalifikowanej kadry pracowniczej, trendy rynkowe, trendy technologiczne itp.</i></p> <p>Jak oceniają Państwo obecny poziom wsparcia ze strony administracji publicznej/władz lokalnych lub innych instytucji dla przedsiębiorstw? <i>Wysoki/niski/średni</i></p> |
| Poprawa | Czy może firma ma jakieś konkretne potrzeby, które sprawiłyby, że warunki stały się lepsze? |
| Zewnętrzne fundusze | Czy korzystają Państwo z jakichś zewnętrznych funduszy (np. funduszy europejskich)? |
| Zagrożenia | Czy mają Państwo jakieś obawy w odniesieniu do funkcjonowania firmy do 2030 roku? <i>(być może sytuacja gospodarcza, polityczna itp.)</i> |
| Zakończenie wywiadu | |
| Ponieważ powyższe pytanie było już ostatnim, czy chciałby Pan/i coś dodać w temacie prowadzonej rozmowie? | |