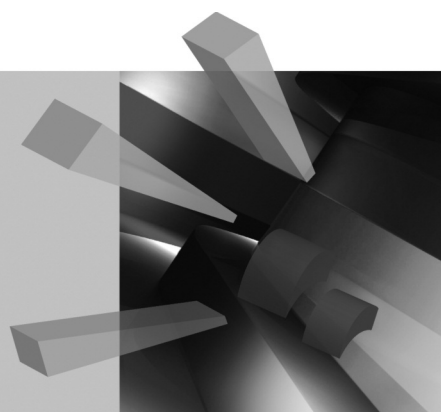


Strategie i logistyka w sektorze usług. Strategie na rynku TSL



Redaktorzy naukowi
Jarosław Witkowski
Urszula Bąkowska-Morawska



Recenzenci: Elżbieta Gołębska, Danuta Kempny, Jerzy Kubicki,
Maria Nowicka-Skowron
Redaktor Wydawnictwa: Barbara Majewska
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Justyna Mroczkowska
Łamanie: Comp-rajt
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2011

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-236-9

Wersja pierwotna: publikacja drukowana
Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp	11
-------------	----

Część 1. Rynek TSL i outsourcing usług logistycznych

Maciej Urbaniak: Międzynarodowe standardy zarządzania w łańcuchu dostaw	15
Jerzy Kubicki: Logistyka w transporcie – koncepcje, warunki i rozwiązania wdrożeniowe	25
Ewa Płaczek: Kształtowanie kompetencji operatorów logistycznych na potrzeby logistyki społecznej	36
Marcin Weleszczuk: Technologia świadczenia usług zewnętrznych firm transportowych oraz błędy występujące przy ich współpracy z przedsiębiorstwem produkcyjnym. Studium przypadku	44
Piotr Hanus: Systemy informacji i ich rola we wsparciu obsługi logistycznej operatorów 3PL	53
Grażyna Wieteska, Mariusz Szuster: Identyfikacja zagrożeń międzynarodowych w usługach logistycznych	63
Arkadiusz Kawa: Miejsce i rola branży KEP w polskiej gospodarce	74
Adam Przybyłowski: Przesłanki rozwoju transportu zrównoważonego na przykładzie województwa śląskiego	82
Mirosław Chaberek, Anna Trzuskawska-Grzezińska: Źródła i kierunki rozwoju funkcji trzeciego partnera logistycznego we współczesnych łańcuchach dostaw	96
Agnieszka Skowrońska: Sektor logistyczny jako przykład pojęcia implikowanego intensyfikacją rozwoju rynku usług logistycznych	109
Marek Kasperek: Definicja, geneza i zapotrzebowanie na usługi 4PL	123
Beata Skowron-Grabowska: Outsourcing usług logistycznych a innowacyjność	137
Marzenna Cichosz, Aneta Pluta-Zaremba: Rola operatorów ekspresowych w logistyce „ostatniej mili” firm usługowych	149
Dominika Zenka-Podlaskewska: Wyniki finansowe netto a nakłady inwestycyjne w transporcie, gospodarce magazynowej i łączności w latach 1995-2008. Analiza kointegracji	161
Tomasz Weremij: Insourcing usług logistycznych jako koncepcja zarządzania na rynku paliw płynnych w Polsce	172

Część 2. Rynek transportu morskiego i lotniczego

Zuzanna Kłos: Funkcjonowanie i perspektywy rozwoju lotniczych przewo- zów towarowych w Polsce	185
Jan Długosz: Bezpieczeństwo w transporcie międzynarodowym – aspekt współczesnego piractwa morskiego	195
Robert Marek: Przekształcenia rynkowe i strategiczne w kontenerowym sektorze transportu morskiego	205
Czesława Christowa: Algorytm badań w zakresie lokalizacji, budowy i eksploatacji portowych centrów logistycznych w Polsce	215
Robert Marek: Ewolucyjny rozwój kontenerowców na świecie	225
Sławomir Drożdziejki: Przewozy drobnicy morzem. Strategie w dobie kry- zysu gospodarczego	234
Henryk Salmonowicz: Wpływ uwarunkowań zewnętrznych na strategię rozwoju portów morskich w Szczecinie i Świnoujściu	245

Część 3. Koncepcje, metody oraz techniki strategicznego zarządzania logistycznego w sektorze usług

Katarzyna Grzybowska: Koordynacja w łańcuchu dostaw. Przejaw zarzą- dzania logistycznego – ujęcie teoretyczne	259
Katarzyna Grzybowska: Rola koordynacji w łańcuchu dostaw – badanie eksperymentalne	269
Maciej Bielecki: Wybrane aspekty produktu logistycznie sprawnego w kontekście usług logistycznych w małych przedsiębiorstwach pro- dukcyjnych	281
Joanna Nowakowska-Grunt: Strategie przedsiębiorstw na rynku usług lo- gistycznych w Polsce i Europie	291
Marcin Światała: Targi jako element strategii marketingowej przedsiębiorstw transportowych i logistycznych	301
Tomasz Małkus: Platforma logistyczna jako narzędzie integracji współpra- cy logistycznej	313
Sławomir Drożdziejki: Nowoczesne powierzchnie magazynowe w strate- giach logistycznych przedsiębiorstw	324
Sascha Zeisberg: Skuteczność i efektywność negocjacji w zarządzaniu łań- cuchem dostaw	336
Paweł Hanczar: Metody optymalizacyjne w planowaniu wykorzystania za- sobów przedsiębiorstw usługowych	346
Bartłomiej Rodawski: Zarządzanie zapasami przez dostawcę jako przykład usługi logistycznej w łańcuchu dostaw	355

Część 4. Klient na rynku usług logistycznych

Anna Maryniak: Uwarunkowania implementacji koncepcji CRM w przedsiębiorstwach branży TSL	373
Małgorzata Maternowska: Zarządzanie łańcuchami dostaw w świetle koncepcji zorientowanych na obsługę	387
Urszula Bąkowska-Morawska: Strategie obsługi klienta w sektorze usług ...	398
Iłona Urbanyi-Popiołek, Magdalena Klopott: Ocena poziomu okołobarkacyjnej obsługi pasażera niezmotoryzowanego na przykładzie linii promowej Gdynia-Karlskrona. Wyniki badań ankietowych	409

Summaries

Part 1. TSL market and outsourcing of logistic service

Maciej Urbaniak: International standards of management in supply chain ..	24
Jerzy Kubicki: Transport logistics – concepts, conditions and implementation solutions	35
Ewa Płaczek: Forming competence of logistic services providers for social logistics	43
Marcin Weleszczuk: Technology of external services in transport companies and errors in cooperation with a manufacturing company. Case study	52
Piotr Hanus: Information systems and their role in supporting logistic services of 3PL operators	62
Grażyna Wieteska, Mariusz Szuster: Threats identification in international logistic services for subjects operating internationally	73
Arkadiusz Kawa: The place and role of the CEP industry in Polish economy	81
Adam Przybyłowski: Premises of sustainable transport development strategy on the example of Silesia voivodeship	95
Mirosław Chaberek, Anna Trzuskawska-Grześnińska: Sources and directions for the 3PL role development in the contemporary supply chains	108
Agnieszka Skowrońska: Logistic sector as an example of an implicated concept by the intensification of development of the market of logistic services	122
Marek Kasperek: Definition, origins and demand for 4PL services	136
Beata Skowron-Grabowska: Logistic service outsourcing and innovation	148

Marzenna Cichosz, Aneta Pluta-Zaremba: The role of express operators in “last mile” logistics of service companies	160
Dominika Zenka-Podlaszewska: Net financial results and investment outlays in transport, storage and communication in the years 1995-2008. A cointegration analysis	171
Tomasz Weremij: Insourcing of logistic services as the management concept on the liquid fuel market in Poland	181

Part 2. Market of maritime and air transport

Zuzanna Kłos: Functioning and perspectives development of air cargo in Poland	194
Jan Długosz: Safety in international transport – present maritime piracy issue	204
Robert Marek: Market and strategic transformations in container marine transport sector	214
Czesława Christowa: Algorithm of the research in the range of location, design and operation of port logistic centres in Poland	224
Robert Marek: Evolutionary development of container vessels in the world	233
Sławomir Drożdziejki: General cargo seaborne transport. Strategies in days of economic crisis	244
Henryk Salmanowicz: Influence of external conditionality on strategy of development of seaport in Szczecin and Świnoujście	255

Part 3. Concepts, methods and techniques of strategic logistic management in the sector of services

Katarzyna Grzybowska: Coordination in the supply chain – an indication of logistic management. A theoretical approach	268
Katarzyna Grzybowska: The role of coordination in the supply chain – experimental research	280
Maciej Bielecki: Chosen aspects of logistically efficient product in the context of logistic services in small productive enterprises	290
Joanna Nowakowska-Grunt: Business strategies for logistic services market in Poland and Europe	300
Marcin Świtała: Fairs as an element of marketing strategy used by transport and logistic enterprises	312
Tomasz Markus: Logistic platform as a tool for integration of logistic cooperation	323
Sławomir Drożdziejki: Modern warehouses in logistic strategies of enterprises	335

Sascha Zeisberg: Negotiation efficiency and effectivity in supply chain management	345
Paweł Hanczar: Optimization methods in planning of resource allocation in services companies	354
Bartłomiej Rodawski: Vendor Managed Inventory (VMI) as an example of logistic service in supply chain	369

Part 4. Client on the market of logistic services

Anna Maryniak: Conditions for the implementation of Customer Relations Management (CRM) in transport shipping and logistic enterprises	386
Małgorzata Maternowska: Supply Chain Management focused on modern service-based concepts	397
Urszula Bąkowska-Morawska: Customer services strategies in service sector	408
Ilona Urbanyi-Popiolek, Magdalena Klopott: Assessment of pre-embarkation level of passengers' service based on the ferry connection Gdynia-Karlskrona. Results of a questionnaire survey	417

Ilona Urbanyi-Popiołek, Magdalena Klopott

Akademia Morska w Gdyni

OCENA POZIOMU OKOŁOEMBARKACYJNEJ OBSŁUGI PASAŻERA NIEZMOTORYZOWANEGO NA PRZYKŁADZIE LINII PROMOWEJ GDYNIA-KARLSKRONA. WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH

Streszczenie: Linia promowa Gdynia-Karlskrona, której znaczenie systematycznie rośnie, jest ważnym połączeniem między Polską a Szwecją. Wzrostowi przewozów towarowych nie towarzyszy jednak równie dynamiczny rozwój przewozów pasażerskich, który jest istotny nie tylko dla przewoźnika Stena Line, ale także dla miasta Gdynia. Należy zatem stworzyć pasażerom pieszym odpowiednie warunki podróżowania. W opracowaniu przedstawiono ocenę obsługi okołembarkacyjnej pasażerów niezmotoryzowanych w trzech obszarach: usług na terminalu, jego dostępności transportowej oraz dostępności informacyjnej. Ponadto zasugerowano konieczne zmiany – niektóre z nich już wprowadzono w życie.

Słowa kluczowe: żegluga promowa, obsługa klienta, Gdynia.

1. Wstęp

Stworzenie odpowiednich warunków korzystania z żeglugi promowej przez pasażerów pieszych jest ważne z punktu widzenia rozwoju żeglugi promowej na Bałtyku. Warto zatem zadbać o jak najwyższy poziom obsługi klienta – pasażera promu.

Zazwyczaj troska o pasażera ograniczała się jedynie do samej obsługi na pokładzie statku, począwszy od embarkacji¹, a na wyokrętowaniu skończywszy. Zmiany na rynku wymusiły wyjście poza tradycyjną sferę kompetencji przewoźnika: na pasażerski terminal promowy, a nawet w kierunku miasta.

Ocena obsługi okołembarkacyjnej powstała w oparciu o badania ankietowe przeprowadzone wśród pasażerów promów przewoźnika Stena Line, podróżują-

¹ Embarkacja – zaokrętowanie (proces przyjmowania pasażerów na statek, forma sprawdzania dokumentów i biletów pasażerskich).

cych na trasie Gdynia-Karlskrona². Ankietowani odpowiadali na pytania w okresie od końca sierpnia 2010 r. do końca roku 2010. Badana próba wyniosła 778 osób, z czego za ważne uznano 776 ankiet. W badaniu wzięli udział głównie pasażerowie narodowości polskiej i szwedzkiej, bardzo młodzi i młodzi (ponad 32% w wieku do 30 lat) oraz w średnim wieku (ok. 28% w wieku 30-50 lat). Liczba kobiet i mężczyzn w badanej próbie jest porównywalna.

2. Krótka charakterystyka połączenia promowego Gdynia-Karlskrona

Linia promowa Gdynia-Karlskrona jest ważnym połączeniem promowym między Polską a Szwecją. Obsługują ją obecnie dwa nowoczesne promy: „Stena Spirit” i „Stena Vision”, eksploatowane przez armatora Stena Line. W roku 2010 na linii tej przewieziono 351 357 pasażerów, 66 241 pojazdów osobowych i 70 554 pojazdy ciężarowe. Około 25%³ liczby pasażerów stanowią osoby niezmotoryzowane, którym to właśnie zostały poświęcone badania. Linia oferuje dwa odejścia dziennie.

Znaczenie połączenia Gdynia-Karlskrona systematycznie rośnie. Na przestrzeni lat 2002-2010 obserwuje się zwiększenie dynamiki przewozów ładunków oraz samochodów osobowych, widoczne szczególnie po akcesji do Unii Europejskiej. Najwyższe obroty zanotowano w roku 2007. Kolejne lata to spadek obrotów wywołany przede wszystkim kryzysem ekonomicznym. Rok 2010 przyniósł ponownie tendencję wzrostową (zob. tab. 1).

Tabela 1. Przewozy promowe na trasie Gdynia-Karlskrona

Lata	Pasażerowie	Samochody osobowe	Samochody ciężarowe
2010	351 357	66 241	70 554
2009	350 762	64 940	66 320
2008	375 055	69 994	86 806
2007	429 164	80 244	93 858
2006	413 431	73 643	86 850
2005	361 239	71 697	72 968
2004	420 012	64 987	62 428
2003	385 437	53 521	46 608
2002	364 113	45 309	35 126

Źródło: *ShipPax Market*, Plus 2 Ferryconsultation AB, Halmstadlata, roczniki 2002-2010.

² Badania zostały przeprowadzone w ramach projektu unijnego „Interface”, będącego częścią Programu Współpracy Transgranicznej Południowy Bałtyk 2007-2013, którego celem jest polepszenie warunków podróży pasażerów pieszych w rejonie południowego Bałtyku. Do analizy ankiet posłużono się programem statystycznym SPSS 15.0.

³ Według danych operatora.

Wzrostowi przewozów towarowych nie towarzyszy jednak równie dynamiczny wzrost przewozów pasażerskich, które utrzymują się na podobnym poziomie, w ostatnich latach nawet nie osiągając wyników sprzed dekady.

Liczbę pasażerów promów determinuje wiele czynników, jak np. sytuacja gospodarcza w regionie, rozwój turystyki bliskiego zasięgu, sprzedaż *duty-free*, ale o wyborze konkretnego przewoźnika decyduje już atrakcyjność oferty, a także jakość obsługi. Konkurencja z innymi przewoźnikami oznacza, że armator promowy, który dąży do zwiększenia, a przynajmniej utrzymania liczby pasażerów, powinien przywiązywać istotną wagę do dbałości o poziom obsługi klienta, nie ograniczając się jedynie do pokładu promu.

Wagę obsługi okołobarkacyjnej potwierdziły przeprowadzone badania. Na potrzeby niniejszego opracowania podzielono ją na trzy obszary:

1. Usługi terminalu oraz infrastruktura terminalowa.
2. Dostępność transportowa terminalu.
3. Dostępność informacyjna.

3. Usługi na terminalu oraz infrastruktura terminalowa

Terminal promowy jest specjalistyczną bazą, której główne zadania obejmują obsługę pasażerów i ich pojazdów, ładunków oraz promów. Centrum obsługi pasażerów stanowi budynek terminalu – dworzec morski, gdzie świadczone są usługi przed zaokrętowaniem i po wyokrętowaniu. Do głównych zadań terminalu należą: sprzedaż biletów i wydawanie kart pokładowych, obsługa graniczno-celna, obsługa pojazdów osobowych, udzielanie informacji oraz oferowanie dodatkowych usług, np. turystycznych, gastronomicznych, handlowych. Dla sprawnej obsługi ruchu osobowego terminal winien być wyposażony w niezbędne elementy infrastrukturalne.

Terminal promowy, z którego korzysta Stena Line, usytuowany jest w zachodniej części portu w Gdyni. Ma charakter publiczny, budynki i zajmowany teren są własnością Zarządu Morskiego Portu Handlowego Gdynia S.A. i dzierżawione przez operatora.

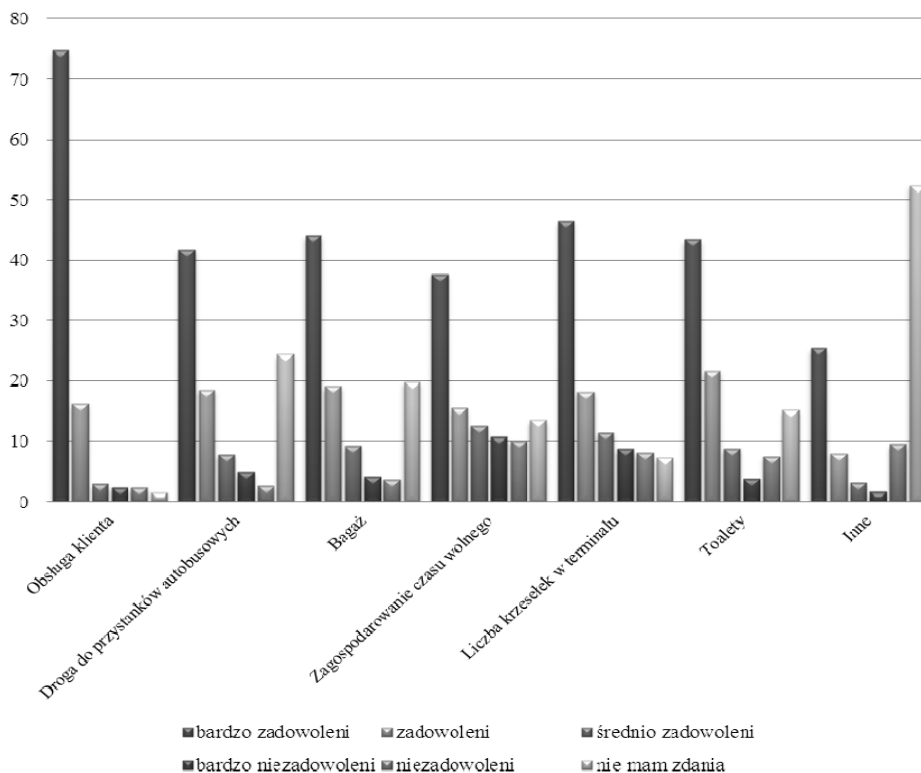
W dwupiętrowym budynku terminalu pasażerskiego dolny poziom przeznaczony jest dla pasażerów odpływających do Karlskrony, górny zaś dla pasażerów przybywających promem do Gdyni.

Centralne miejsce w terminalu zajmuje hala. Mieszczą się tu m.in. biura operatora promowego, w których pasażer może dokonać rezerwacji, zakupu biletu oraz odebrać kartę pokładową. Większość przewoźników dysponuje systemami informatycznymi pozwalającymi na bukowanie, płatności on-line oraz drukowanie biletów, co znacznie ułatwia i przyspiesza obsługę. Ponad 51% pasażerów Stena Line właśnie w ten sposób rezerwuje i kupuje bilet promowy. Jednakże ok. 31% osób nadal preferuje tradycyjny sposób zakupu w terminalu lub też po rezerwacji internetowej uiszcza opłatę bezpośrednio w biurze armatora.

W hali znajdują się także stanowiska kontroli granicznej i celnej. W terminalach obsługujących połączenia promowe wewnętrzne procedury te są uprosz-

czone, często sprowadzają się jedynie do sprawdzenia biletu i karty pokładowej przez służby armatora.

Większość respondentów wysoko oceniła obsługę klienta przez operatora terminalu, bo aż ok. 91% udzieliło odpowiedzi „bardzo zadowolony” i „zadowolony”. Dobrze oceniono także drogę do przystanków autobusowych oraz obsługę bagażową (ponad 60% zadowolonych i bardzo zadowolonych) (rys. 1).



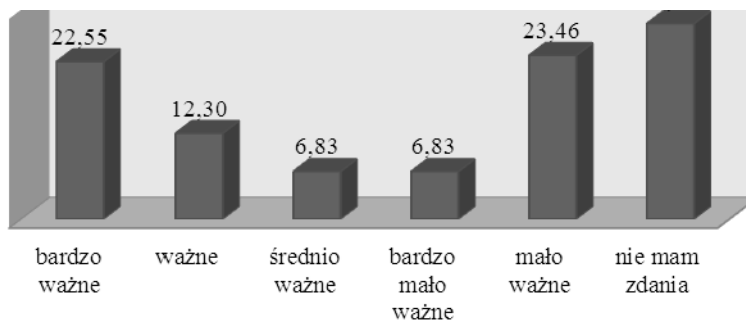
Rys. 1. Wyniki ankietowe dotyczące oceny obsługi klienta i elementów infrastruktury na terminalu Stena Line w Gdyni

Źródło: opracowanie własne.

Infrastruktura terminalowa dla pasażerów (liczba miejsc siedzących w hali głównej i toalety) została oceniona przez 60% respondentów dobrze i bardzo dobrze, co świadczy o stosunkowo dobrym wyposażeniu terminalu, niemniej jednak nadal wymagającym udoskonalenia. Wyniki ankiety wskazują na dwa obszary wymagające poprawy.

Pierwszy dotyczy ulepszenia infrastruktury dostępu na pokład promu w terminalu w Gdyni (zainstalowanie windy, schodów ruchomych itp.). Dla 35% respon-

dentów ten aspekt okazuje się „bardzo ważny” lub „ważny” (rys. 2). Prawdopodobnie grupa ta obejmuje zwłaszcza osoby starsze, podróżnych z ciężkim bagażem lub często z małymi dziećmi, dla których dotarcie na pokład promu po kilkudziesięciu schodach stanowi problem.



Rys. 2. Wyniki odpowiedzi na pytanie o konieczność ulepszenia wejścia na pokład w Gdyni (ruchome schody, windy) (w %)

Źródło: opracowanie własne.

Drugi obszar wymagający poprawy dotyczy infrastruktury terminalowej, ważnej z punktu widzenia pasażerów niezmotoryzowanych, oczekujących na zaokrętowanie, jak np. miejsca siedzące, przechowalnie bagażu, toalety czy punkty gastronomiczne. W bazie promowej Stena Line nie ma wydzielonej poczekalni, a pasażerowie oczekują na embarkację w hali głównej, wyposażonej w niewielką liczbę krzesełek.

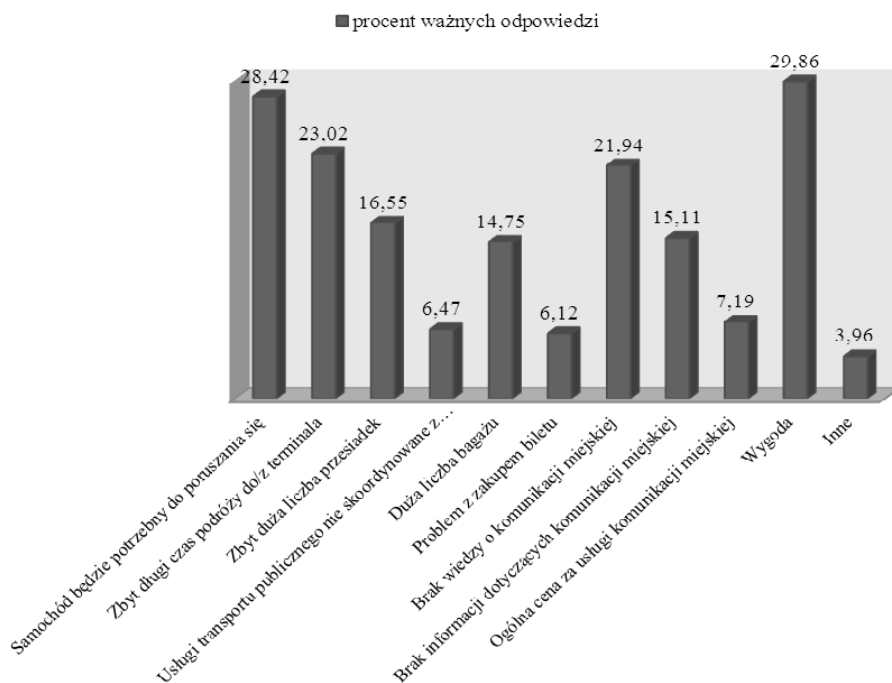
Z zagospodarowania czasu wolnego w terminalu w Gdyni bardzo zadowolona i zadowolona jest prawie połowa respondentów, natomiast pozostali (ok. 33%) ocenili ten aspekt bardziej krytycznie. Pasażerowie najwyraźniej oczekują większej liczby atrakcji w terminalu. Jednakże specyfiką żeglugi promowej jest fakt, iż w terminalach promowych nie świadczy się tego typu usług na rzecz pasażera, a infrastruktura tego rodzaju nie jest rozbudowana tak jak w terminalach lotniczych. Jedynie w największych obiektach tego typu dostępne są niewielkie bary szybkiej obsługi i kawiarnie oraz kioski i sklepy z pamiątkami. Związane jest to z systemem embarkacji pasażerów, którzy po odbyciu *check-in* mają możliwość udania się na pokład promu i skorzystania tam z jego bogatej infrastruktury. Ponadto klóciłoby się to z dążeniem przewoźnika do zwiększenia sprzedaży usług na pokładzie promu. Warto jednak rozważyć możliwość uatrakcyjnienia czasu spędzanego przez pasażera w terminalu, szczególnie jeśli podróżuje on z małymi dziećmi, a w okolicy nie ma punktów gastronomicznych ani innych atrakcji.

Dla pasażerów promowych ważnym obszarem są pozostałe usługi pozaprzewozowe, takie jak możliwość wypożyczenia samochodu czy skorzystania z usług biura turystycznego, których brakuje niestety w terminalu Stena Line.

4. Dostępność komunikacyjna terminalu

Terminal charakteryzuje się dobrą dostępnością dla pasażerów, zarówno zmotoryzowanych, jak i pieszych, pod względem infrastruktury dostępu, a także czasu dojazdu z centrum miasta. Dojazd do terminalu promowego Stena Line komunikacją publiczną możliwy jest z przystanków zlokalizowanych nieopodal dworca kolejowego Gdynia Główna Osobowa jedną z trzech zwykłych linii autobusowych: 150, 125 lub 105.

Przeprowadzane badania wykazały, że blisko połowa respondentów przybywa do terminalu i wyjeżdża z terminalu samochodem własnym. Pozostali to pasażerowie niezmotoryzowani⁴. Dla 20,5% spośród nich głównym środkiem komunikacji publicznej jest autobus. Poza tym pasażerowie korzystają z usług taxi i życzliwości znajomych lub rodziny („zostałem przywieziony”).



Rys. 3. Powody rezygnacji z miejskiej komunikacji publicznej w dotarciu do/z terminalu Stena Line

Źródło: opracowanie własne.

Stosunkowo niski udział komunikacji publicznej związany jest przede wszystkim z wygodą podróżujących. Około 30% respondentów wskazało właśnie „wygodę” jako główną przyczynę nieskorzystania z komunikacji zbiorowej.

⁴ Częściowo są to także pasażerowie podróżujący autokarami w ramach wycieczek zorganizowanych.

Wśród pozostałych czynników znalazły się kolejno: zbyt długi czas podróży do/z terminalu (23%), brak wiedzy o komunikacji miejskiej (ok. 22%), konieczność przesiadek (16,5%) oraz podróżowanie z licznym bagażem (ok. 15%) (rys. 3). Większość pasażerów, którzy zrezygnowali z usług miejskiej komunikacji publicznej, postrzega ją zatem jako nieodpowiadającą oczekiwaniom podróżnych.

Na pytanie dotyczące bezpośredniego połączenia terminalu miejską komunikacją publiczną z centrum miasta aż 60% respondentów wskazało takie rozwiązanie jako „bardzo ważne” i „ważne”, co potwierdza tezę, iż dla pasażerów niezmotoryzowanych możliwość przejazdu bez przesiadek z/do centrum miasta jest jednym z podstawowych oczekiwań w zakresie infrastruktury dostępu do bazy promowej.

Opinie klientów, krytyczne wobec dostępności terminalu dla pasażerów pieszych, zaowocowały wprowadzeniem bezpośredniego połączenia terminalu z dworcem PKP Gdynia Główna, które od 16 maja 2011 r. zapewnia linia 570. Linia powstała w wyniku porozumienia między Urzędem Miasta Gdynia, Zarządem Komunikacji Miejskiej i przewoźnikiem promowym Stena Line w ramach projektu unijnego „Interface”.

Rozkład jazdy autobusu linii 570 dopasowany został do rozkładu zawinięć promów do Karlskrony. Początek trasy znajduje się na placu Konstytucji (przy dworcu PKP), a koniec pod terminalem Stena Line. Czas przejazdu autobusu to zaledwie 7 minut, ponieważ na trasie nie ma przystanków pośrednich. Przejazd w jedną stronę kosztuje 3,80 zł (taryfa jak za linie specjalne i pośpieszne). Bilet na przejazd można kupić u kierowcy.

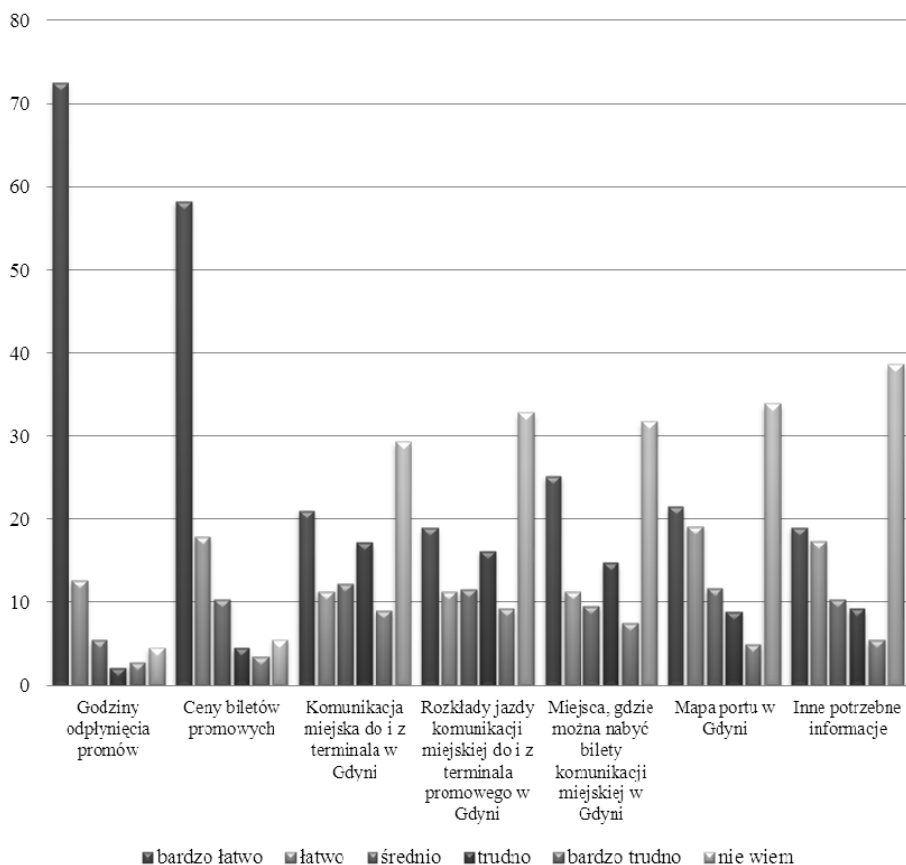
5. Dostępność informacyjna dotycząca usług przewozowych i okołoprzewozowych

Dla ponad 63% respondentów nowoczesne technologie komunikacyjne (Internet) okazują się głównym źródłem informacji o połączeniu promowym Gdynia-Karlskrona. Chodzi tu przede wszystkim o stronę WWW armatora, portale turystyczne, wyszukiwarki internetowe, reklamy w postaci banerów internetowych. Istotnym źródłem informacji o połączeniu są także rekomendacje znajomych, tzw. marketing szeptany (17,6%). Znaczenie reklamy w prasie i telewizji jest symboliczne.

Dostępność informacyjna dotycząca usług przewozowych została wysoko oceniona przez pasażerów. Według ich opinii informacje operatora Stena Line dotyczące godzin odplynięcia promów są bardzo łatwo i łatwo dostępne (ok. 85% odpowiedzi). Podobnie oceniono dostępność informacji o cenach biletów promowych (odpowiedź łatwo i bardzo łatwo – ok. 76%). Świadczy to o wysokim standardzie obsługi klienta w sferze informacyjnej, ograniczonej jednakże do obsługi promowej (rys. 4).

Dostępność informacyjna jest także ważną przesłanką wyboru innego transportu niż miejski publiczny. Brak wiedzy o komunikacji miejskiej, a także brak informacji o niej wpłynął na wybór w sumie ok. 37% ankietowanych (rys. 3). Wskazywali oni na trudności ze znalezieniem ogólnych informacji o dotarciu na terminal

środkami komunikacji miejskiej, o rozkładach jazdy autobusów i miejscach zakupu biletów. Oznacza to konieczność zwrócenia uwagi na aspekty informacyjne dotyczące skomunikowania terminalu z miastem.



Rys. 4. Ocena stopnia trudności w dostępie do informacji o usługach przewozowych i okółprzewozowych

Źródło: opracowanie własne.

Z badań wynika, że podróżni chcieliby potrzebne informacje uzyskać na pokładzie promu (bez wcześniejszego ich szukania np. w internecie). Blisko 55% badanych możliwość uzyskania na promie informacji o komunikacji miejskiej uznało za „bardzo ważne” i „ważne”. Są one szczególnie przydatne, gdyż po opuszczeniu terminalu podróżni mogliby sprawnie przemieścić się w pożądanym kierunku.

Około 22% pasażerów za „bardzo ważne” i „ważne” uznaje inne informacje o Gdyni (np. o rozrywce, imprezach kulturalnych i sportowych, zakupach). Oznacza

to, że takie informacje powinny być łatwo i ogólnie dostępne (np. w punktach informacji turystycznej na promie lub terminalu, ulotkach informacyjnych, w mini-przewodnikach).

6. Podsumowanie

Wzrost liczby pasażerów podróżujących na trasie Gdynia-Karlskrona leży w sferze zainteresowań zarówno przewoźnika promowego, jak i miasta Gdynia.

Przeprowadzone badania potwierdziły wysoki standard obsługi klienta przez przewoźnika. Wykazały jednak niedociągnięcia w zakresie dostępności komunikacyjnej terminalu środkami miejskiej komunikacji publicznej. Gruntownej poprawy wymaga dostępność informacyjna dotycząca skomunikowania terminalu z miastem, jak również przekazywanie informacji o mieście i jego atrakcjach. Oznacza to konieczność współpracy między armatorem promu i podmiotem zarządzającym komunikacją miejską w Gdyni w celu znalezienia optymalnego rozwiązania, które poprawiłoby dostępność informacyjną.

Literatura

ShipPax Market, Plus 2 Ferryconsultation AB, Halmstadlata, roczniki 2002-2010.

ASSESSMENT OF PRE-EMBARKATION LEVEL OF PASSENGERS' SERVICE BASED ON THE FERRY CONNECTION GDYNIA-KARLSKRONA. RESULTS OF A QUESTIONNAIRE SURVEY

Summary: The Gdynia-Karlskrona ferry connection, which importance is constantly growing, constitutes an important link between Poland and Sweden. However, rising cargo transport volumes are not accompanied by an increasing number of ferry passengers. The latter is highly important from the ferry operator's point of view, as well as to the city of Gdynia. Therefore it is crucial to create favorable traveling conditions for the passengers. This study presents an evaluation of pre-embarkation services in three dimensions: services available on the ferry terminal, its transport accessibility and information availability. Moreover, the authors have suggested essential improvements, some of which have been recently realized.

Keywords: ferry shipping, customer service, Gdynia.