

PLANY ROZWOJU CENTRÓW PROMOCJI ŻEGLUGI MORSKIEJ BLISKIEGO ZASIĘGU

Activity: WP 4, Activity 6

Version: 1

Date: 07/05/2018



Burchacz Marcin
Kalinowski Marcin
Koba Rafał
Mironowicz Mirosław

EU-CONSULT

Spis treści

Plany rozwoju Centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu	0
Wykaz skrótów.....	3
Słownik pojęć.....	5
Wstęp.....	8
1. Centra Promocji Żeglugi Morskiej Bliskiego Zasięgu	10
2. Analiza i podsumowanie informacji z ankiet przekazanych z SPC w regionie jak i poza regionem Morza Bałtyckiego	16
3. Dobre praktyki europejskich SPC.....	28
4. 6 punktowy plan rozwoju SPC.....	35
4.1. Rozwój struktur organizacyjnych	35
4.1.1. SPC w Niemczech.....	37
4.1.2. SPC w Szwecji.....	37
4.1.3. SPC w Finlandii	38
4.1.4. SPC na Litwie	39
4.1.5. SPC w Polsce	40
4.2. Pozyskiwanie dodatkowych źródeł finansowania.....	41
4.2.1. SPC w Niemczech.....	42
4.2.2. SPC w Szwecji.....	43
4.2.3. SPC w Finlandii	43
4.2.4. SPC na Litwie	43
4.2.5. SPC w Polsce	44
4.3. Rozwój sieci członków.....	45
4.3.1. SPC w Niemczech.....	47
4.3.2. SPC w Szwecji.....	49
4.3.3. SPC w Finlandii	54
4.3.4. SPC na Litwie	54
4.3.5. SPC w Polsce	54
4.4. Rozwój funkcjonalności i zakresu zadań.....	56
4.4.1. SPC w Niemczech.....	57

4.4.2.	SPC w Szwecji.....	57
4.4.3.	SPC w Finlandii	58
4.4.4.	SPC na Litwie	58
4.4.5.	SPC w Polsce.....	58
4.5.	Narzędzia i usługi efektywnego wspierania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego	59
4.5.1.	SPC w Niemczech.....	65
4.5.2.	SPC w Szwecji.....	66
4.5.3.	SPC w Finlandii	66
4.5.4.	SPC na Litwie	67
4.5.5.	SPC w Polsce	68
4.6.	Rozwój działań marketingowych i promocyjnych	69
5.	wnioski i rekomendacje	73
6.	Spis rysunków.....	75
7.	Spis rysunków.....	75
8.	Literatura.....	76
9.	Załączniki.....	80
	Załącznik 1.....	80
	Podsumowanie ankiet dotyczących SPC z podziałem na sekcje	80



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

WYKAZ SKRÓTÓW

AIS	Automatic Identification System
BMVI	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur
CCITL	Competence Centre of Intermodal Transport and Logistics
CCTV	Closed-Circuit TeleVision
CIRCA	Communication and Information Resource Centre Administrator
CMR	Convention relative au contrat de transport international de Marchandise par Route
CMS	Center for Maritime Studies
COP	Conference of the Parties
DIGIT	Directorate-General for Informatics
ECSA	European Community Shipowners' Associations
EFSI	European Fund for Strategic Investments
EFTA	European Free Trade Association
EMMA	Enhancing freight Mobility and logistics in the Baltic Sea Region by strengthening inland waterway and river sea transport and proMoting new internAtional shipping services.
ERI	Electronic Reporting Information
ESN	European Shortsea Network
ESPO	European Sea Ports Organisation
EU	European Union
FTM	Fairway and Traffic Related Messages
ICE	Ice Messages
IENC	Inland Electronic Navigation Charts
IMO FAL	International Maritime Organization Convention on Facilitation of International Maritime Traffic



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

EUROPEAN UNION

IPC	Intermodal Promotion Centre
ISPS	International Ship and Port Facility Security Code
IWT	International Waterway Transport
KIPIS	Freight and Goods Information System of Klaipeda seaport
LITTP	Lithuanian Intermodal Transport Technology Platform
LNG	Liquefied Natural Gas
MoS	Motorways of the Sea
NCTS	New Computerized Transit System
NtS	Notices to Skipper
PPP	Public-Private Partnership
RIS	River Information System
SAD	Single Administrative Document
SEIWA	State Enterprise Inland Waterways Authority
SPC	Shortsea Promotion Center
UECC	United European Carriers
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change
VTT	Vehicle Track and Tracing
WRM	Weather Related Messages

SŁOWNIK POJĘĆ

Port Community System¹ - Neutralna i otwarta platforma elektroniczną umożliwiającą inteligentną i bezpieczną wymianę informacji między publicznymi i prywatnymi zainteresowanymi stronami w celu poprawy konkurencyjnej pozycji społeczności portów morskich i powietrznych. Optymalizuje, zarządza i automatyzuje procesy portowe i logistyczne poprzez pojedyncze przesyłanie danych i łączenie łańcuchów transportowych i logistycznych.

Short sea Shipping² - Transport morski bliskiego zasięgu oznacza przemieszczanie się ładunku i pasażerów drogą morską między portami położonymi w geograficznej Europie lub między tymi portami, a portami położonymi w krajach pozaeuropejskich, posiadających linię brzegową na zamkniętych morzach graniczących z Europą. Transport morski bliskiego zasięgu obejmuje krajowy i międzynarodowy transport morski, w tym usługi dowozowe wzdłuż wybrzeża, do i z wysp, rzek i jezior. Pojęcie żeglugi bliskiego zasięgu rozciąga się również na transport morski między państwami członkowskimi Unii a Norwegią i Islandią oraz innymi państwami leżącymi nad Morzem Bałtyckim, Morzem Czarnym i Morzem Śródziemnym.

White paper – ‘European transport policy for 2001: time to decide’³- W białej księdze i zgodnie ze strategią zrównoważonego rozwoju przyjętą przez Radę Europejską w Göteborgu w czerwcu 2001 r. Komisja proponuje około 60 działań mających na celu rozwój europejskiego systemu transportowego zdolnego do zwiększenia równowagi między środkami transportu, ożywienia kolei, promowanie transportu morskiego i wodnego śródlądowego oraz kontrolowanie wzrostu w transporcie lotniczym.

Motorways of the Sea⁴ - Koncepcja "autostrad morskich" ma na celu wprowadzenie nowych intermodalnych morskich sieci logistycznych w Europie, co powinno poprawić organizację transportu w nadchodzących latach. Łańcuchy te będą bardziej zrównoważone i powinny być bardziej wydajne pod względem komercyjnym niż transport drogowy. Autostrady morskie poprawią w ten sposób dostęp do rynków w całej Europie i odciążą drogi lądowe. W tym celu konieczne będzie wykorzystanie nie tylko zasobów transportu morskiego, ale także potencjału w zakresie transportu kolejowego i żeglugi śródlądowej w ramach zintegrowanego łańcucha transportowego.

Ship manifest⁵ - Manifest to lista wszystkich towarów wymienionych w konosamencie, które zostały załadowane na statek w jednym określonym porcie i które mają jedno określone miejsce przeznaczenia. Liczba manifestów na pokładzie jest równa liczbie różnych tras przejazdu.

¹ Strona internetowa International Port Community System Association - <http://www.epcsa.eu/pcs>, dostęp z dnia 11.04.2018

² Strona internetowa European Shortsea Network - <http://www.shortsea.info/definition.html>, dostęp z dnia 11.04.2018

³ Strona internetowa European Commission Mobility and Transport - https://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/2001_white_paper_en, dostęp z dnia 11.04.2018

⁴ Strona internetowa European Shortsea Network - https://ec.europa.eu/transport/modes/maritime/motorways_sea_en, dostęp z dnia 11.04.2018

⁵ Strona internetowa Logistics Glossary - <https://www.logisticsglossary.com/term/manifest/>, dostęp z dnia 11.04.2018

Rozróżnia się manifest towarów, manifest przewozowy i manifest towarów niebezpiecznych. Manifest towarowy zawiera wyłącznie dane towarów (rodzaj, ilość, numer, nadawca, miejsce przeznaczenia itp.) oraz usługę dla zgłoszenia celnego towarów. Manifest przewozowy, w dodatku do informacji manifestu towarowego, zawiera szczegółowe dane dotyczące transportu morskiego i służy do odbioru ładunków opłacanych w miejscu przeznaczenia oraz służy jako podstawa niektórych obliczeń prowizji. W manifestie towarów niebezpiecznych wymienia się wyłącznie towary niebezpieczne na pokładzie statku. Ten manifest musi zostać przedłożony władzom portowym przed wejściem statku do portu.

Member States⁶ - Unia Europejska składa się z 28 państw członkowskich, które podlegają obowiązkom i przywilejom członkostwa. Każde państwo członkowskie jest częścią traktatów założycielskich związku i podlega obowiązującym prawom w ramach wspólnych instytucji ustawodawczych i sądowych.

Kyoto Protocol⁷ - Protokół z Kioto jest umową międzynarodową związaną z Ramową konwencją Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu, która zobowiązuje strony, ustalając międzynarodowe cele redukcji emisji. Uznając, że kraje rozwinięte są głównie odpowiedzialne za obecny wysoki poziom emisji gazów cieplarnianych w atmosferze w wyniku ponad 150-letniej działalności przemysłowej, protokół nakłada większe obciążenia na kraje rozwinięte zgodnie z zasadą "wspólnej, lecz zróżnicowanej odpowiedzialności". Protokół z Kioto został przyjęty w Kioto, w Japonii, dnia 11 grudnia 1997 r. i wszedł w życie w dniu 16 lutego 2005 r. Szczegółowe zasady wdrażania Protokołu zostały przyjęte na COP⁸ 7 (na siódmej sesji Konferencji Stron) w Marakeszu, Maroko, w 2001 r. i są określane jako "Porozumienia z Marrakeszu".

New Computerized Transit System⁹ - Nowy Skomputeryzowany System Tranzytowy - europejski system oparty na elektronicznych deklaracjach i przetwarzaniu danych. Został zaprojektowany w celu zapewnienia lepszego zarządzania i kontroli transportu wewnątrz wspólnoty.

E-customs^{10 11} – Elektroniczne służby celne są ważnym punktem rozwoju dla Unii Celnej UE. Projekt, zainicjowany przez Komisję Europejską, ma na celu zastąpienie procedur celnych w formie papierowej ogólnoeuropejskimi procedurami elektronicznymi w celu stworzenia bardziej wydajnego i nowoczesnego środowiska celnego. E-cła zwiększają efektywność organizacji kontroli celnych i zapewniają płynny przepływ danych w celu usprawnienia odpraw celnych,

⁶ Strona internetowa Schengen visa info - <https://www.schengenvisainfo.com/eu-countries/>, dostęp z dnia 11.04.2018

⁷ Strona internetowa United Nations Framework Convention on Climate Change - <https://unfccc.int/process/the-kyoto-protocol>, dostęp z dnia 11.04.2018

⁸ COP – Conference of the Parties

⁹ Strona internetowa Langdon Systems - http://www.langdonsystems.com/ncts_overview.asp, dostęp z dnia 11.04.2018

¹⁰ DECISION No 70/2008/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 15 January 2008 on a paperless environment for customs and trade

¹¹ Strona internetowa European Union Taxation and Customs Union - https://ec.europa.eu/taxation_customs/general-information-customs/electronic-customs_en, dostęp z dnia 11.04.2018

zmniejszenia obciążeń administracyjnych, pomocy w zwalczaniu oszustw, przestępczości zorganizowanej i terroryzmu, służą interesom fiskalnym, chronią własność intelektualną i dziedzictwa kulturowego, zwiększają bezpieczeństwo towarów i bezpieczeństwo handlu międzynarodowego oraz poprawę ochrony zdrowia i środowiska.

Communication and Information Resource Centre Administrator¹² - proste i skuteczne oprogramowanie do pracy grupowej, opracowane przez Komisję Europejską w ramach programu IDA (Interchange of Data between Administrations). Jest to aplikacja internetowa oferująca usługi online, które oferują wspólną przestrzeń wirtualną dla grup roboczych, umożliwiającą efektywne i bezpieczne dzielenie zasobów i dokumentów. Jego architektura oparta jest na oprogramowaniu Open Source. Jest szeroko wykorzystywany przez administrację publiczną UE od 1996 r. Jest to również usługa ogólna (w tym dział pomocy i szkoleń) obsługiwany przez Dyрекcję Generalną ds. Informatyki Komisji Europejskiej (DIGIT – Directorate-General for Informatics) w celu wspierania prac licznych komitetów UE.

European Shortsea Network¹³ - Europejska sieć żeglugi bliskiego zasięgu jest współpracą pomiędzy wszystkimi krajowymi ośrodkami promocji żeglugi bliskiego zasięgu. ESN w roku 2016 przyjęła status osoby prawnej na mocy prawa Malty, rejestrując się jako organizacja pozarządowa. Głównym celem ESN jest pomoc Komisji Europejskiej (DG Move) w przesunięciu transportu ładunków z dróg lądowych na drogi wodne. Po przeanalizowaniu ram prawnych dostępnych w wielu krajach europejskich, ESN wybrała Maltę i prawo maltańskie do organizacji swojego podmiotu prawnego. Podczas posiedzenia zarządu ESN, które odbyło się 15 stycznia 2016 r. w Brukseli, członkowie ESN podpisali dokumenty wymagane przez prawo maltańskie, aby sformalizować rejestrację podmiotu.

European Sea Ports Organisation¹⁴ - Europejska Organizacja Portów Morskich zapewnia, że porty morskie mają wyraźny głos w Unii Europejskiej. ESPO reprezentuje wspólne interesy i promuje wspólne poglądy i wartości swoich członków wobec instytucji europejskich i decydentów. ESPO pomaga swoim członkom w lepszym zrozumieniu ważnych dla sektora inicjatyw politycznych, pomaga europejskim decydentom w lepszym zrozumieniu roli i znaczenia władz portowych, opierając się zarówno na swojej rozległej wiedzy na temat sektora, jak i na wiarygodnych informacjach i danych oraz prowadzi stały dialog ze wszystkimi europejskimi zainteresowanymi stronami w sektorze morskim.

¹² Strona internetowa European Commission Interoperable Delivery of European eGovernment Services to public Administrations, Business and Citizens - <http://ec.europa.eu/idabc/en/document/6540/5927.html>, dostęp z dnia 11.04.2018

¹³ Strona internetowa European Shortsea Network - <http://www.shortsea.info/organisation.html>, dostęp z dnia 11.04.2018

¹⁴ Strona internetowa European Sea Ports Organisation - <https://www.espo.be/organisation>, dostęp z dnia 11.04.2018

WSTĘP

Transport morski bliskiego zasięgu oznacza przemieszczanie się ładunku i pasażerów drogą morską między portami położonymi w Europie lub między tymi portami a portami położonymi w krajach pozaeuropejskich, posiadających linię brzegową na zamkniętych morzach graniczących z Europą. Transport morski bliskiego zasięgu obejmuje krajowy i międzynarodowy transport morski, w tym usługi dowozowe wzdłuż wybrzeża, do i z wysp, rzek i jezior. Pojęcie żeglugi morskiej bliskiego zasięgu rozciąga się również na transport morski między państwami członkowskimi Unii a Norwegią i Islandią oraz innymi państwami leżącymi nad Morzem Bałtyckim, Morzem Czarnym i Morzem Śródziemnym.¹⁵

Stymulowanie rozwoju żeglugi morskiej bliskiego zasięgu było priorytetem polityki transportowej UE od 1995 r. Pozostaje ona kluczowa dla kompleksowej strategii na rzecz czystego, bezpiecznego i wydajnego europejskiego systemu transportowego określonego w białej księdze Komisji z 2001 r., Europejska polityka transportowa na 2010 r. : czas na decyzję. W 2015 roku 31,6%¹⁶ ładunków w Unii Europejskiej transportowanych było drogą morską, a przewyższała ją jedynie transport drogowy (49%¹⁷). Całkowita waga brutto towarów przewożonych w ramach żeglugi bliskiego zasięgu w UE w 2015 roku wyniosła 1,8 mld ton. Żegluga morska bliskiego zasięgu w tym roku stanowiła blisko 59% całkowitego transportu morskiego towarów do i z głównych portów UE¹⁸. Przewaga żeglugi morskiej bliskiego zasięgu towarów nad dalekomorską żeglugą była szczególnie wyraźna w Bułgarii, Danii, Estonii, Irlandii, Grecji, Chorwacji, Włoszech, na Cyprze, Łotwie, Litwie, Malcie, w Polsce, Rumunii, Finlandii, Szwecji, Wielkiej Brytanii oraz w Norwegii - wszystkie z udziałem żeglugi morskiej bliskiego zasięgu przynajmniej na poziomie 70%¹⁹. Jednak potencjał transportu morskiego jest znacznie większy. Nadal potrzebne są ulepszone połączenia z sieciami śródlądowymi i ustanowienie "autostrad morskich" między kluczowymi portami. Żegluga morska bliskiego zasięgu może przejąć znaczące ilości ruchu towarowego poza zatłoczonymi drogami Europy i zmniejszyć poważne zatory drogowe i kolejowe.²⁰

Komunikat z 1999 r. „Rozwój żeglugi bliskiego zasięgu w Europie: dynamiczna alternatywa w zrównoważonym łańcuchu transportowym (COM (1999) 317 wersja ostateczna)” wskazuje na dobry postęp w kierunku długoterminowego celu, jakim jest stworzenie transportu morskiego jako realnej alternatywy dla transportu drogowego. Żegluga morska bliskiego zasięgu powoduje mniej emisji zanieczyszczeń niż jakikolwiek inny środek transportu. Komunikat opisuje strategiczną wizję transportu morskiego jako w pełni zintegrowanego komponentu usług transportu intermodalnego

¹⁵ Strona internetowa European Shortsea Network - <http://www.shortsea.info/definition.html>, dostęp z dnia 05.04.2018r.

¹⁶ *EU Transport in figures – pocketbook 2017*, European Commission Mobility and Transport, Brussels 2017

¹⁷ *EU Transport in figures – pocketbook 2017*, European Commission Mobility and Transport, Brussels 2017

¹⁸ A. Xerri, Annual Report 2016 – 2017, European Shortsea Network, Brussels 2017.

¹⁹ Eurostat – Maritime transport statistics – short sea shipping of goods, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Maritime_transport_statistics_-_short_sea_shipping_of_goods, dostęp z dnia 06.04.2018r.

²⁰ European Shortsea Network leaflet - http://www.shortsea.info/medias/documents/leaflet_shortsea.pdf, dostęp z dnia 05.04.2018r.

"od drzwi do drzwi", a także istotnego wkładu w zrównoważony rozwój, spójność i konkurencyjność. W szczególności żegluga morska bliskiego zasięgu może w znacznym stopniu uwzględnić spodziewany wzrost przewozów towarowych bez zwiększania presji na już zatłoczone drogi Europy.²¹

Europejska sieć żeglugi morskiej bliskiego zasięgu łączy wysoki poziom ogólnoeuropejskiej wiedzy fachowej w sektorze żeglugi bliskiego zasięgu i logistyki. Wspólne doświadczenia członków na poziomie krajowym pozwalają na wieloaspektowe podejście do rozwiązywania problemów i szukania innowacyjnych sposobów na osiągnięcie wspólnych celów politycznych. Rosnąca siła i skuteczność sieci żeglugi bliskiego zasięgu zbiega się z odnowionym i znaczącym naciskiem na szczeblu europejskim na jej rolę i strategiczne znaczenie dla członków Wspólnoty Europejskiej.²²

Żegluga morska bliskiego zasięgu jest kluczowym środkiem zapewniającym przemieszczanie się towarów i osób w całej Europie. Żegluga bliskiego zasięgu jest zatem jednym z głównych filarów rynku wewnętrznego. Oczekuje się, że w nadchodzących latach znacząco wzrośnie wymiana handlowa. Wydaje się, że żegluga bliskiego zasięgu wydaje się być jedynym środkiem, który może pomieścić te spodziewane wielkości, nie osiągając jeszcze pełnego potencjału. Ogólny wpływ na łańcuch logistyczny, środowisko i infrastrukturę europejskiej sieci transportowej będzie znacznie mniejszy, jeżeli przewidywany wzrost przewozów towarów i pasażerów zostanie przeniesiony do żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.²³

Żegluga morska bliskiego zasięgu konkurując z transportem drogowym napotyka na niezwykle istotną barierę – formalności, dokumentacja celna itp. ECSA w raporcie z roku 2016 opublikowało przykład transportu kontenera z Nijmegen w Holandii do Borås w Szwecji, przedstawiając różnice w ilości dokumentacji niezbędnej do wykonania takiego transportu pomiędzy transportem drogowym i żegluga morską.

- Transport drogowy:
 - Kierowca dostaje międzynarodowy list przewozowy CMR,
- Żegluga morska bliskiego zasięgu:
 - Transport do portu załadunku – kierowca wystawia notę,
 - Nadawca deklaruje status ładunku,
 - Firma spedycyjna wprowadza kontener do Port Community System w porcie załadunku,
 - Firma spedycyjna przekazuje list przewozowy do terminala i deklaruje status ładunku,
 - Operator terminala sprawdza dokumentację ładunku w systemie,
 - Manifest statku (szczegółowy wykaz ładunków statku) jest aktualizowany przez firmę przewozową,

²¹ European Shortsea Network leaflet - http://www.shortsea.info/medias/documents/leaflet_shortsea.pdf, dostęp z dnia 05.04.2018r.

²² Ibidem

²³ ECSA, *Short Sea Shipping – The full potential yet to be unleashed*, Brussels 2016.

- Statek wydaje wymagane formularze IMO FAL²⁴ do różnych władz holenderskich i portu w Rotterdamie przed wypłynięciem,
- Statek przesyła informacje o ładunku do portu docelowego w Göteborgu przed przybyciem do portu oraz po jego opuszczeniu,
- Firma przewozowa wprowadza kontener do szwedzkiego systemu celnego, przysyłając manifest,
- Firma przewozowa deklaruje status ładunku w systemie portowym w Göteborgu,
- Operator terminala sprawdza dokumentację ładunku,
- Transport z portu wyładunku – kierowca wystawia notę.

UE ma strategiczny interes w zapewnieniu ciągłego rozwoju żeglugi morskiej bliskiego zasięgu, ponieważ do 2050 r. będzie ona odgrywała ważną rolę w osiągnięciu celu UE w zakresie transportu, polegającego na redukcji 60% emisji gazów cieplarnianych generowanych przez transport, a do 2030 r. przesunięciu 30% drogowego transportu towarowego na dystansie ponad 300 km na inne rodzaje transportu. Kluczowym wyzwaniem dla UE jest utrzymanie dynamiki i konkurencyjności sektora przy jednoczesnej poprawie jego efektywności środowiskowej i efektywności energetycznej. Mając na celu promowanie żeglugi bliskiego zasięgu, w prawie wszystkich przybrzeżnych państwach członkowskich UE ustanowiono centra promocji żeglugi bliskiego zasięgu.²⁵

1. CENTRA PROMOCJI ŻEGLUGI MORSKIEJ BLISKIEGO ZASIĘGU

Europejski model polityki opiera się na działaniach Centrów Promocji mających na celu osiągnięcie celów polityki transportowej w zakresie żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. W dniu 10 kwietnia 2003 r. Komisja Europejska przyjęła nowy program promocji żeglugi bliskiego zasięgu wraz z wnioskiem dotyczącym dyrektywy w sprawie standaryzacji nowego rodzaju kontenerów: tak zwanych europejskich intermodalnych jednostek ładunkowych. Unia Europejska utworzyła Program Promocji Żeglugi Morskiej Bliskiego Zasięgu, publikując komunikat w roku 2003: Communication from the Commission: Programme for the Promotion of Short Sea Shipping COM (2003) 155 final.²⁶

Program koncentruje się na 14 działaniach mających na celu zwiększenie roli żeglugi bliskiego zasięgu w Europie, w szczególności na takich działaniach jak mające na celu zharmonizowanie znacznej liczby specyfikacji technicznych obecnie istniejących dla podmiotów zajmujących się wymianą w handlu w UE, które w wyniku ich różnorodności powodują niepotrzebne dodatkowe koszty. Inne, krótko- i średnioterminowe działania, podejmują problem usuwania przeszkód w rozwoju żeglugi bliskiego zasięgu i nie mniej istotnych działań marketingowych mających na celu poprawę ogólnego wizerunku. Pozostałe działania zawarte w programie koncentrują się na potrzebie stworzenia tak

²⁴ IMO FAL – International Maritime Organization Convention on Facilitation of International Maritime Traffic – konwencja zawiera wykaz dokumentów, które władze publiczne mogą zażądać od statku, i zaleca maksymalny zakres informacji i liczbę kopii, które powinny być wymagane.

²⁵ Strona internetowa European Commission Mobility and Transport - https://ec.europa.eu/transport/modes/maritime/short_sea_shipping_en, dostęp z dnia 05.04.2018r.

²⁶ European Union Short Sea Shipping - European Union Transport Initiatives to achieve sufficient mobility in order to sustain economic growth, U.S. Department of Transportation, Maritime Administration Office of Ports and Domestic Shipping 2004.

zwanych "autostrad morskich", skomputeryzowania procedur celnych i uproszczenia procedur celnych w portach morskich.

Program opisuje inicjatywy legislacyjne, techniczne i operacyjne, które mają na celu rozwój żeglugi bliskiego zasięgu na poziomie UE, krajowym, regionalnym i przemysłowym. Działaniami tymi są:²⁷

- Działania legislacyjne

- Wdrożenie dyrektywy w sprawie niektórych formalności sprawozdawczych dla statków wchodzących do i / lub wychodzących z portów Państw Członkowskich (IMO-FAL).

Przedmiotowa dyrektywa zobowiązuje państwa członkowskie do zaakceptowania standardowych formularzy FAL IMO, jeżeli z tych formularzy można uzyskać odpowiednie informacje dotyczące przyptynięcia / wypłynięcia statku. Oznacza to, że wiele różnych form krajowych zostanie zastąpionych jednym wspólnym zestawem formularzy.

- Wdrożenie programu Marco Polo

Program Marco Polo, którego średni roczny budżet wynosił 18,75 mln euro, miał na celu przesunięcie 12 mld tonokilometrów rocznie drogowego transportu towarowego do żeglugi bliskiego zasięgu, kolei i śródlądowych dróg wodnych.

- Standaryzacja i harmonizacja intermodalnych jednostek ładunkowych.

Mnogość różnych konfiguracji intermodalnych jednostek ładunkowych powoduje opóźnienia przy przejściu z jednego środka transportu do drugiego.

- Rozwój „Autostrad morskich”

Autostrady morskie powinny umożliwić omińnięcie wąskich gardel w Europie w ramach kompleksowych łańcuchów logistycznych "od drzwi do drzwi" poprzez oferowanie wydajnych, regularnych i częstych usług, które mogą konkurować z ruchem drogowym, w szczególności pod względem czasu i ceny tranzytu.

- Poprawa ekologiczności żeglugi morskiej bliskiego zasięgu

Transport morski jest generalnie mniej szkodliwy dla od innych środków transportu. Zmiana rodzaju transportu na żeglugę bliskiego zasięgu mogłaby na przykład przyczynić się do osiągnięcia celów protokołu z Kioto²⁸.

- Działania techniczne

- Przewodnik po procedurach celnych dla żeglugi morskiej bliskiego zasięgu

²⁷ European Union Short Sea Shipping - European Union Transport Initiatives to achieve sufficient mobility in order to sustain economic growth, U.S. Department of Transportation, Maritime Administration Office of Ports and Domestic Shipping 2004.

²⁸ W 1997 roku w Kioto w Japonii został przyjęty Protokół w sprawie emisji gazów cieplarnianych. Wszedł on w życie 16 lutego 2005 roku i do dnia dzisiejszego został ratyfikowany przez 183 kraje. Protokół z Kioto jest pierwszym dokumentem uzupełniającym Ramową Konwencję Narodów Zjednoczonych w Sprawie Zmian Klimatu (UNFCCC).

Komisja opublikowała przewodnik po procedurach celnych dla żeglugi morskiej bliskiego zasięgu, który ma podwójny cel: po pierwsze, wyjaśnienie zasad celnych, wskazanie możliwości zastosowania procedur uproszczonych (podstawa do drugiego celu), a po drugie, określenie szczególnych potrzeb w zakresie procedur celnych.

- Identyfikacja i eliminacja przeszkód utrudniających żeglugę morską bliskiego zasięgu

Od 1999 r. Komisja sporządza listę czynników hamujących rozwój żeglugi bliskiego zasięgu. Przeszkody te można podzielić na pięć kategorii: staroświecki wizerunek, złożone procedury administracyjne, brak skuteczności w portach, niespójność w stosowaniu przepisów i procedur w państwach członkowskich oraz fakt, że nie jest on włączony do łańcucha logistyki intermodalnej.

- Dostosowanie krajowego zastosowania i komputeryzacji do unijnych procedur organów celnych

Inicjatywa "eCustoms" miała na celu przyspieszenie i uproszczenie procedur związanych z deklarowaniem ładunku. Jednym z pierwszych zadań w ramach tej inicjatywy było wdrożenie nowego skomputeryzowanego systemu tranzytowego (NCTS), który zastąpi formalności wymagane w procedurze pojedynczego dokumentu administracyjnego (SAD) w około 3 000 urzędów celnych w 22 krajach.

- Badania i rozwój technologiczny

Celem tych badań jest poprawa jakości, bezpieczeństwa, ochrony środowiska i wydajności transportu morskiego. W ramach szóstego programu ramowego ustanowiono sieć tematyczną dla żeglugi morskiej bliskiego zasięgu w celu przeprowadzenia badań bezpośrednio związanych z żeglugą morską bliskiego zasięgu.

- Działania operacyjne

- Jednostanowiskowe punkty obsługi administracyjnej

Jednostanowiskowe punkty obsługi administracyjnej w portach mają na celu uproszczenie formalności związanych z przybyciem i odprawą statków. Celem jest przede wszystkim ograniczenie liczby organów administracyjnych wchodzących na pokład i sprawdzenie każdego statku lub przynajmniej koordynacja ich działalności, a po drugie, zaoferowanie użytkownikom portu jednego punktu kontaktowego lub help desk dla formalności administracyjnych.

- Zapewnienie kluczowej roli punktów kontaktowych w żegludze bliskiego zasięgu

Konieczne jest zapewnienie ciągłej współpracy między punktami centralnymi, a Komisją poprzez organizowanie regularnych spotkań oraz zapewnienie ciągłego przepływu informacji za pośrednictwem internetowego narzędzia CIRCA (administrator centrum zasobów komunikacyjnych i informacyjnych Komisji).

- Utrzymanie skutecznego działania centrów promocji żeglugi bliskiego zasięgu

Centra te kierują się interesem gospodarczym i oferują praktyczne narzędzie do promowania żeglugi bliskiego zasięgu na poziomie krajowym. Krajowe centra są obecnie zintegrowane z europejską siecią żeglugi morskiej bliskiego zasięgu (ESN), która zapewnia wspólne narzędzie do promowania żeglugi bliskiego zasięgu w Europie. Celem tej sieci jest wymiana informacji i najlepszych praktyk, a także zapewnienie praktycznych porad dotyczących różnych etapów podróży na krótkich dystansach.

- Promowanie wizerunku żeglugi morskiej bliskiego zasięgu jako skutecznej alternatywy dla transportu lądowego

Żegluga morska bliskiego zasięgu musi zyskać bardziej nowoczesny, dynamiczny wizerunek, podkreślając jej obecny potencjał, tj. szybkość, niezawodność, elastyczność, regularność i wysoki poziom bezpieczeństwa ładunku.

- Zbieranie informacji statystycznych

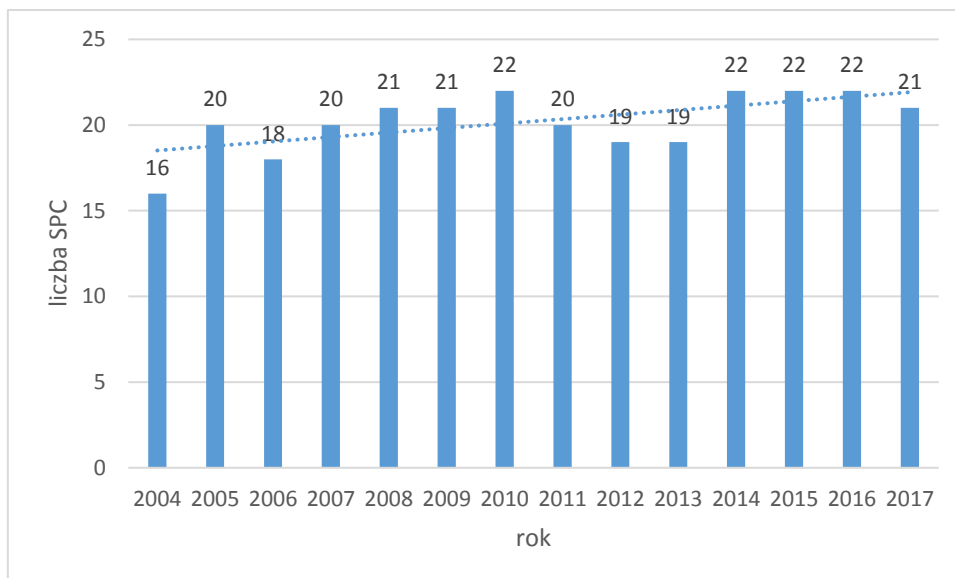
Ogólnoeuropejskie statystyki dotyczące transportu żeglugą morską bliskiego zasięgu nie są wystarczająco szczegółowe. Celem jest zebranie informacji na temat żeglugi bliskiego zasięgu z Europejskiej Organizacji Portów Morskich (ESPO), dopóki dyrektywa w sprawie statystyki morskiej nie zawiera wystarczających informacji umożliwiających dokonanie porównań.

Ustanowienie centrów promocji żeglugi bliskiego zasięgu na szczeblu europejskim, wynikało z potrzeby wskazanej w komunikacie Komisji z 1999 r., zaleconym już przez Forum Instytutu Morskiego w 1995 r., w celu zmiany błędnego i negatywnego postrzegania przemysłu transportu morskiego, który utrudniał jego przyszły rozwój.

Pierwsze biuro promocji zostało założone w Holandii w 1997 r., a następnie w Belgii, Francji i Finlandii. W 2000 r. utworzono wszystkie istniejące obecnie biura. Od samego początku było jasne, że promocja informacji w jednym kraju nie byłaby wystarczająca, a dla bardziej skutecznego sposobu rozwoju żeglugi bliskiego zasięgu, musiał istnieć sposób działania zbiorowego, jako jedna europejska sieć.

Pierwsze wstępne spotkanie ESN odbyło się w Anvers, 1 grudnia 2000 r. Następnie odbyło się pierwsze oficjalne spotkanie (8 marca 2001 r.), które zostało zorganizowane przez holenderskie SPC w pobliżu swojego biura w Rhoon (Holandia), bezpośrednio po zorganizowanym spotkaniu przez KE dnia 7 marca 2001 r. Drugie oficjalne spotkanie odbyło się 28 czerwca w Neapolu, które zostało zorganizowane przez włoski SPC.

Liczba SPC w Europie nie jest stała i zmieniała się nieznacznie niemal z roku na rok. Poniższy wykres przedstawia trend zmiany liczebności SPC od roku 2004 do roku 2017.



Rysunek 1. Liczba SPC w latach 2004 – 2017

Źródło: Opracowanie własne na podstawie ESN annual reports for years 2004 - 2017

Obecnie działa 21 centrów promocji żeglugi bliskiego zasięgu zlokalizowanych w: Finlandii, Szwecji, Norwegii, Danii, na Litwie, Holandii, Belgii, Wielkiej Brytanii, Irlandii, Francji, Niemczech, Polsce, Hiszpanii, Portugalii, Włoszech, Chorwacji, Grecji, Bułgarii, Turcji, na Cyprze oraz na Malcie. Poniższy rysunek przedstawia rozmieszczenie wszystkich SPC na mapie Europy. Ośrodki te kierują się interesem gospodarczym i oferują neutralne, bezstronne porady dotyczące korzystania z żeglugi bliskiego zasięgu w celu zaspokojenia potrzeb użytkowników transportu. Są one zasadniczo niezależne od konkretnych grup interesów i działają zgodnie z europejską polityką promocji. Krajowe Centra są połączone w sieć w ESN, która oferuje wspólne, wirtualne narzędzie promocji europejskiej. Komisja zdecydowanie wspiera te centra, ich pracę i ich tworzenie sieci i oczekuje, że to wsparcie zostanie dopasowane na szczeblu krajowym.²⁹

²⁹ COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL, THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS, Mid-Term Review of the Programme for the Promotion of Short Sea Shipping (COM(2003) 155 final), Brussels, 13.7.2006



Rysunek 2. Mapa centrów promocji żeglugi bliskiego zasięgu

Źródło: K2 Solutions Foundation

Do roku 2016 ESN była nieformalną siecią. Nowi członkowie sieci dołączali do ESN, podpisując Protokół Ustaleń. ESN nie miał oficjalnej rady, ale przewodniczącego, który aktywnie koordynował działania. Przewodniczący pochodzi z centrum promocji kraju przewodniczącego Radzie Europejskiej. Przewodniczący jest aktywny przez ten sam okres, który wynosi 6 miesięcy. Gdy członek UE nie ma centrum promocji, przewodnictwo w posiedzeniu jest przedłużane o 3 miesiące, a przewodniczący rozpoczyna 3 miesiące wcześniej. Jedno SPC odpowiedzialne jest za sprawy finansowe sieci – obecnie, tj. w roku 2018, rolę tę pełni Centrum Promocji Żeglugi Morskiej Bliskiego Zasięgu w Szczecinie. Wszystkie inne prace ESN są realizowane przez grupy robocze lub poszczególne centra.³⁰

Rozwój autostrad morskich i wdrożenie programu Marco Polo zostały określone jako ważne działania na rzecz promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Dzięki sfinansowaniu prawie 100 projektów dotyczących MoS³¹, głównie poprzez programy TEN-T i Marco Polo, Autostrady Morskie wsparły sektor żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Projekty MoS obejmowały różnorodne działania i zaowocowały kilkoma obiecującymi zmianami i postęпами w tym sektorze. Prawie wszystkie centra

³⁰ Report on embedded networking actions by SPCs to promote SSS and intermodality, Deliverable 5.3 – PROPS Project 2011.

³¹ MoS – Motorways off the Sea

promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz punkty kontaktowe państw członkowskich są zgodne, że MoS znacząco przyczyniły się do rozwoju zainteresowania i wzrostu wykorzystania SSS. Większość SPC, których opinia badana była w ramach tworzenia dokumentu *Motorways of the Sea: An ex-post evaluation on the development of the concept from 2001 and possible ways forward*, twierdzi, że ich projekt lub polityka MoS jako całość przyczyniły się do promowania przesunięcia transportu ładunków z dróg lądowych na morskie³². W związku z tym Centra Promocji Żeglugi Morskiej Bliskiego Zasięgu odgrywają szczególną rolę w związku z rozwojem koncepcji autostrad morskich. Łącząc i promując korzystanie z żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz wzmacniając współpracę między interesariuszami i rozpowszechniając najlepsze praktyki, ESN może zapewnić pełne wykorzystanie potencjału żeglugi³³.

Sieć SPC charakteryzuje się dużą różnorodnością w odniesieniu do finansowania, struktury organizacyjnej i zaangażowania zainteresowanych stron. W dużej mierze ich działania mają zakres krajowy, a nie międzynarodowy. Zazwyczaj małe zasoby, zarówno pod względem siły roboczej, jak i finansów, poważnie ograniczają prace marketingowe i doprowadzają do podejścia opartego na "niskim koszcie", a nie na "dużym wpływie".³⁴ Poza tym część SPC skupia się głównie na promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu a nie transportu intermodalnego, którego SSS jest częścią. Aby wykorzystać potencjał SSS nie można traktować go wyłącznie jako konkurencyjny środek transportu i alternatywę dla transportu lądowego. SSS jest integralną częścią całego łańcucha dostaw, w związku z czym SPC powinny przyjąć również rolę IPC – centrów promocji transportu intermodalnego. Jako IPC zajmowałyby się wówczas również promowaniem wodnego transportu śródlądowego.

Biorąc pod uwagę znaczenie budowania świadomości na temat potencjału SSS oraz transportu intermodalnego, podmioty promujące, takie jak SPC, są ważnym źródłem wsparcia dla uruchomienia nowych usług intermodalnych. Działalność SPC jest różnorodna - od dostarczania ogólnych informacji na temat SSS, do aktywnego rozwijania koncepcji zmian modalnych dla intermodalnych użytkowników transportu i dostawców. SPC są jedynymi podmiotami aktywnie promującymi SSS w skali europejskiej. Pomimo oczywistej zmienności w działaniach obecnych SPC, ESN jest postrzegana jako najbardziej zdolna do rozszerzenia promocji SSS na intermodalność.³⁵

2. ANALIZA I PODSUMOWANIE INFORMACJI Z ANKIET PRZEKAZANYCH Z SPC W REGIONIE JAK I POZA REGIONEM MORZA BAŁTYCKIEGO

Niniejszy rozdział przedstawia wyniki analizy ankiet przekazanych z SPC zlokalizowanych w Regionie Morza Bałtyckiego. Informacje z kwestionariuszy zostały wzbogacone o informacje uzyskane podczas konsultacji. Ankiety zostały wypełnione przez pięć punktów SPC:

³² *Motorways of the Sea: An ex-post evaluation on the development of the concept from 2001 and possible ways forward*, European Commission, Brussels 2017.

³³ A. Xerri, Annual Report 2016 – 2017, European Shortsea Network, Brussels 2017.

³⁴ Analysis of EU goals and policies with references to SSS promotional issues, Deliverable 1.1. – PROPS Project, Norway 2008.

³⁵ Analysis of EU goals and policies with references to SSS promotional issues, Deliverable 1.1. – PROPS Project, Norway 2008.

1. SPC w Finlandii – Uniwersytet w Turku, Centrum Brahea, Centrum Studiów Morskich³⁶

Centrum Studiów Morskich (CMS) oferuje usługi badawcze, kształcenie i konferencje w sektorach morskich i logistycznych. CMS jest częścią Centrum Brahea, niezależnej jednostki Uniwersytetu w Turku, świadczącej międzynarodowe usługi badawcze i szkoleniowe. Komitet Wykonawczy fińskiego SPC składa się z przedstawicieli różnych rodzajów transportu, operatorów portowych, portów oraz spedytorów reprezentowanych przez ich stowarzyszenia i związki. Ponadto w skład Komitetu wchodzi Ministerstwo Transportu i Komunikacji oraz niektóre regiony. Centrum Studiów Morskich przewodniczy Komitetowi Wykonawczemu.

Celem SPC w Finlandii jest promowanie żeglugi bliskiego zasięgu i transportu intermodalnego. Międzynarodowe rozwiązania transportowe, które łączą żeglugę morską bliskiego zasięgu z transportem kolejowym, drogowym i żeglugą śródlądową, są głównym tematem działalności SPC w Finlandii. Jego działalność opiera się na kluczowej roli transportu morskiego w fińskim międzynarodowym transporcie towarowym.

Działania SPC w Finlandii wspierają krajową politykę transportową Finlandii, jej cele i konkurencyjność w zakresie logistyki. Działalność SPC wspiera również wdrażanie zrównoważonych, energooszczędnych i zorientowanych na środowisko systemów transportowych w Finlandii.

2. SPC na Litwie – Departament Marketingu, Zarząd Portu Morskiego w Kłajpedzie,

W styczniu 2004 r. Zarząd Portu Morskiego w Kłajpedzie utworzył Centrum Promocji Żeglugi Morskiej. SPC została utworzona jako poddział Działu Marketingu w Kłajpedzie. Od 2007 roku był prowadzony przez litewską firmę Intermodal Transport Technology Platform (LITTP), a jej Partner Wiodący - Centrum Kompetencji Transportu Intermodalnego i Logistyki (CCITL) Uniwersytetu Technicznego im. Giedymina w Wilnie miał być rozpoznawany jako IPC (Centrum Promocji Intermodalnej). Litewska SPC jako odrębna jednostka nie istnieje, dlatego nie ma osobnej struktury organizacyjnej, ani nie ma ona specjalnie dedykowanego budżetu. Funkcje i działalność litewskiego świadectwa ochronnego przypisuje się działowi marketingu w Zarządzie Portu Morskiego w Kłajpedzie.³⁷

3. SPC w Szwecji – Szwedzkie Forum Morskie,³⁸

SPC w szwedzkim "Forum Morskim" (dawniej "Sjöfartsforum"), zostało ustanowione w 1996 r. Forum Morskie jest stowarzyszeniem składającym się z 104 członków. Członkami są przedsiębiorstwa, organizacje i władze, takie jak linie żeglugowe, firmy portowe, firmy maklerskie, uniwersytety, szkoły, związki, banki i instytuty finansowe, dostawcy techniczni i konsultanci, spedytorzy, organizacje żeglugowe, władze i inne firmy związane z przemysłem żeglugowym.

Forum Morskie promuje transport intermodalny, transport morski bliskiego zasięgu i transport wodny śródlądowy. Forum promuje także korzyści dla środowiska wynikające

³⁶ SPC in Finland, University of Turku, Brahea Centre, Centre for Maritime Studies Strona internetowa : <http://www.shortsea.fi>

³⁷ Questionnaire of the SPC in Lithuania, Marketing Department of Klaipeda State Seaport Authority

³⁸ Strona internetowa SPC Sweden: <http://www.matitimeforum.se>

ze zrównoważonego projektowania statków, a także wysiłki na rzecz ograniczenia emisji ze statków oraz tego, w jaki sposób transport morski może przyczynić się do poprawy stanu środowiska. Innymi ważnymi tematami, które Forum promuje, są: znaczenie portów jako ośrodków gospodarczych i społecznych w Szwecji, wyzwania, przed jakimi stoi przyszłość żeglugi, wraz z programami UE, takimi jak Marco Polo i Autostrady Morskie, rekrutacja itp.

4. SPC w Niemczech – Stowarzyszenie członków.

Federalne Ministerstwo Transportu i Infrastruktury Cyfrowej (BMVI - Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur), kraje związkowe: Hamburg, Brema, Schleswig-Holstein, Meklemburgia-Pomorze Przednie, Dolna Saksonia, Nadrenia Północna-Westfalia, Saksonia-Anhalt, Nadrenia-Palatynat, Badenia-Wirtembergia i Bawaria, stowarzyszenia handlowe branży transportowej i logistycznej oraz około pięćdziesięciu przedsiębiorstw działających w branży spedycyjnej, portowej, logistycznej oraz właściciele ładunków.

SPC jest zorganizowana jako partnerstwo publiczno-prywatne. Działa jako konsultant non-profit, opracowując szczegółowe, multimodalne koncepcje logistyczne dotyczące systemów kolejowych, żeglugi śródlądowej i żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.

Ogólnym celem niemieckiego SPC jest wzmocnienie integracji transportu wodnego i kolejowego w europejskich łańcuchach dostaw, w odniesieniu do grup docelowych "transport, spedycja oraz przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe". Oprócz ogólnej koncepcji wzmocnienia alternatywnych środków transportu, w roku 2010 niemiecka SPC koncentrowała się na generowaniu multimodalnych rozwiązań transportowych poprzez zarządzanie projektami na potrzeby rynku logistycznego.³⁹

5. SPC w Polsce – Szczecin, stowarzyszenie,

Stowarzyszenie zostało zarejestrowane w roku 2001. Celem działania stowarzyszenia jest inicjowanie, wspieranie i współdziałanie w działaniach zmierzających do rozwoju w Polsce żeglugi morskiej bliskiego zasięgu, promocja i propagowanie w Polsce idei przewozów kombinowanych, typu „od drzwi do drzwi” i „z drogi na morze” oraz roli i znaczenia w przewozach żeglugi morskiej bliskiego zasięgu, monitorowanie problemów i ograniczeń, jakie napotyka rozwój żeglugi morskiej bliskiego zasięgu w Polsce, zbieranie, opracowywanie i przekazywanie do zainteresowanych podmiotów i do środków masowego przekazu informacji związanych z funkcjonowaniem i rozwojem żeglugi bliskiego zasięgu w Polsce i w Europie oraz zabieganie o fundusze z organizacji międzynarodowych, w tym z Unii Europejskiej i z instytucji krajowych rządowych i samorządowych z przeznaczeniem na projekty i programy nakierowane na rozwój żeglugi morskiej bliskiego zasięgu w Polsce.⁴⁰

Celem zawartych w ankietach pytań było uzyskanie informacji na temat zakresu i typu działalności SPC, sposobu finansowania, metod promocji, marketingu oraz współpracy z inwestorami, odbiorcami i innymi zainteresowanymi stronami.

³⁹ Annual Report 2010, European Shortsea Network, Brussels 2016.

⁴⁰ Krajowy Rejestr Sądowy Centrum Promocji Żeglugi Bliskiego Zasięgu w Szczecinie – wyciąg z dnia 04.03.2018r.

Ankiety zostały podzielone na 7 sekcji. Każda z nich dotyczyła innych aspektów funkcjonowania SPC w danym kraju. Każda sekcja składała się z 4 – 6 pytań. W celu zachowania jednolitości i czytelności, wyniki niniejszej analizy przedstawiono według takiego samego podziału.

Sekcja 1: Podstawa instytucjonalna / struktura organizacyjna

Sekcja pierwsza składa się z 4 pytań i dotyczy struktury organizacyjnej poszczególnych SPC. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jaka jest podstawa instytucjonalna twojej organizacji? Czy Twoja organizacja jest podmiotem prywatnym, publicznym czy PPP?
- Jaki jest twój stosunek do organizacji rządowych i administracji publicznej?
- Jak działa Twoja organizacja?
 - Ile osób zatrudnia SPC?
 - Czy masz oddzielne działy?
- Czy masz plan organizacyjny lub podobny dokument, który możesz dostarczyć?

Badane centra promocji różnią się między sobą formą prawną i strukturą organizacyjną. Zaczynając od SPC w Finlandii, które jest niedochodowym organem, częścią Uniwersytetu w Turku. Nie ma oddzielnego departamentu zajmującego się wyłącznie zadaniami SPC. Działania centrum informacji zostały przydzielone do Centrum Brahea – Centrum Studiów Morskich, które jest finansowane z projektów europejskich. SPC nie ma żadnego połączenia z organizacjami rządowymi. W Finlandii nie ma osób zatrudnionych na stałe – jest tylko jedna osoba kontaktowa, zajmująca się funkcjonowaniem SPC.

SPC na Litwie, podobnie jak w Finlandii nie jest samodzielnym i niezależnym organem. Zadania SPC przypisane są do Departamentu Marketingu Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie, który finansowanie pozyskuje z przychodów z tytułu prowadzenia działalności portowej. Port Morski w Kłajpedzie jest portem utworzonym w roku 1991 przez rząd Litwy i od tamtej pory jest własnością państwa i nie podlega prywatyzacji. W związku z tym SPC na Litwie jest ściśle powiązane z administracją rządową.

W Szwecji Forum Morskie jest zarejestrowane jako SPC i jest finansowane głównie ze składek członkowskich i nie otrzymuje wsparcia finansowego od państwa. Zadania SPC są realizowane przez dwie osoby zatrudnione na pełen etat. Forum Morskie jest organizacją całkowicie niezależną i nie podlegającą wpływom organizacji rządowych. Szwedzkie SPC współpracuje z administracją rządową i regularnie spotyka się w celu omawiania potrzeb, planów i metod ich realizacji. Organy administracji rządowej znajdują się w sieci członków SPC, w związku z czym aktywnie wspierają jego działania.

W Niemczech SPC jest zarejestrowane jako stowarzyszenie. Jest finansowane częściowo z środków publicznych i częściowo z środków prywatnych – składek członkowskich. SPC funkcjonuje w formule partnerstwa publiczno-prywatnego. Do członków SPC w Niemczech zaliczają się między innymi Federalne Ministerstwo Transportu i Infrastruktury Cyfrowej oraz przedstawiciele 11 stanów federalnych – oznacza to że SPC w Niemczech ma ściśle powiązania z organizacjami rządowymi – zarówno na poziomie członkowskim jak i na poziomie decyzyjnym. Spośród badanych centrów promocji, to w Niemczech jest najintensywniej działającym. W centrum tym na stałe pracują 4 osoby i zazwyczaj dodatkowo zaangażowanych jest dwóch stażystów.

W Polsce SPC również zarejestrowane jest jako stowarzyszenie. Jest to niedochodowa organizacja, która finansowanie pozyskuje ze składek członkowskich oraz z organizacji płatnych wydarzeń. Polskie SPC współpracuje z organizacjami rządowymi, natomiast jest niezależnym stowarzyszeniem i nie jest w żaden sposób prawnie z nimi powiązana. Stowarzyszenie nie zatrudnia na stałe pracowników.

Sekcja pierwsza wskazała podstawowe różnice i podobieństwa w formie prawnej i strukturze organizacyjnej poszczególnych SPC. Część z nich nie posiada niezależnego departamentu zajmującego się wyłącznie zadaniami centrum informacji. Jego zadania przydzielone są już istniejącym organom lub instytucjom. W większości wypadków SPC są organizacjami niedochodowymi nie zatrudniającymi pracowników na stałe. Jedynie w Szwecji i Niemczech zatrudnione są osoby zajmujące się funkcjonowaniem SPC. SPC na Litwie i w Niemczech mają powiązania z administracją rządową. Poza nimi pozostałe SPC są niezależnymi organizacjami.

Sekcja 2: Zadania

Sekcja druga składa się z 4 pytań dotyczących działalności danego SPC – podziału zadań, sposobu funkcjonowania czy podstaw działania. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jakie są zadania Twojej organizacji? Czy masz konkretne zadania, czy tylko ogólne zadanie promowania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu? Kto określa twoje zadania? Czy musisz zgłosić swoje działania do zatwierdzenia?
- Czy istnieją jakieś ustawy lub podobne dokumenty / umowy, w których te zadania są określone? Czy możesz dostarczyć kopię?
- Czy masz jakieś zasady / ograniczenia dotyczące twojej pracy?
- Jak widzisz swoją dystrybucję zadań w organizacjach branżowych?

SPC mają ten sam cel – zwiększanie świadomości dotyczącej żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i/lub żeglugi śródlądowej, promocję oraz doradztwo w tym zakresie. W związku z różnymi formami organizacyjnymi poszczególne SPC realizują swoje zadania w inny sposób.

Litewskie SPC działając w strukturach Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie swoje cele realizuje głównie poprzez bezpośredni kontakt z zainteresowanymi podmiotami i oferowanie im konkretnych usług i rozwiązań transportowych. Również bierze czynny udział w realizacji projektów europejskich związanych z SSS, dzięki czemu prowadzi działania promocyjne w skali międzynarodowej. Będąc częścią portu morskiego oprócz promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu uczestniczy w pełnieniu dodatkowych funkcji związanych z działalnością portu, takich jak przygotowywanie strategicznych projektów rozwojowych, prowadzenie badań naukowych i promowanie portu jako całość. W SPC na Litwie nie istnieje oficjalny dokument zawierający plany marketingowe. SPC kieruje się wypracowanymi schematami i podejmuje różne aktywności w celu realizacji zamierzonych celów. Nie koncentruje się na jednej, lub zbiorze metod marketingowych. Stara się wykorzystywać różne możliwości i ciągle poszukuje alternatywnych dróg dotarcia do docelowego odbiorcy oraz skutecznego wypromowania Portu w Kłajpedzie wraz z żeglugą morską bliskiego zasięgu. Swoje bieżące plany i działania omawiane są podczas spotkań z zaangażowanymi interesariuszami. Takie spotkania dają szerszy pogląd na sytuację i wspomagają podejmowanie dobrych decyzji.

SPC w Niemczech prowadzi konsultacje i doradztwo w zakresie żeglugi morskiego bliskiego zasięgu i żeglugi śródlądowej w kontekście multimodalnych łańcuchów transportowych. Główną funkcją SPC

jest konkurencyjna konsultacja firm wysyłających ładunki (właściciele ładunków). Zespół SPC bada bezpłatnie i obiektywnie logistyczne struktury łańcuchowe pod kątem możliwych przesunięć modalnych. Ponadto pomaga w realizacji poprzez wykorzystanie swoich kontaktów z podmiotami i stowarzyszeniami ze świata polityki i administracji oraz wyspecjalizowanymi dostawcami usług logistycznych. Stowarzyszenie jest również aktywne w edukacji prowadząc wykłady i rozmowy eksperckie oraz szkoląc stażystów lub praktykantów. Kolejną funkcją tego SPC to public relations, tzn. aktywne promowanie alternatywnych środków transportu za pomocą tradycyjnych metod (ulotki, broszury itp.), narzędzi online, wydarzeń i targów. Raporty biznesowe są przedstawiane podczas zebrań ogólnych i posiedzeń zarządu.

Fińskie SPC realizuje swoje cele głównie poprzez uczestnictwo w projektach europejskich, szczególnie tych związanych z żeglugą morską bliskiego zasięgu, ale również w projektach związanych ogólnie z rozwojem europejskich systemów transportowych, których częścią jest promocja SSS. Nie prowadzi działalności komercyjnej. Co roku wydaje publikację *Ship owner barometer*, która finansowana jest z środków publicznych. Fińskie SPC pełni rolę łącznika pomiędzy organami administracji rządowej, a podmiotami prywatnymi. Nie ma oficjalnych dokumentów opisujących plany marketingowe. Wykonuje swoje prace zgodnie z założonymi celami i wykorzystuje do tego głównie projekty europejskie. Umożliwiają one dystrybucję informacji o SSS w Finlandii w skali międzynarodowej. Bieżące plany konsultowane są z przedstawicielami administracji rządowej.

Polskie SPC prowadzi działania promocyjne przy wykorzystaniu standardowych metod marketingowych oraz poprzez bezpośredni kontakt z zainteresowanymi podmiotami i bezpłatne doradztwo. W ramach promocji SSS szczyecińskie centrum jest głównym organizatorem corocznego Szczecińskiego Spotkania Gospodarki Morskiej o nazwie Herring⁴¹. Jest to duże wydarzenie, podczas którego między innymi wręczane jest wyróżnienie *Laur Bałtyku*, przyznawane przez Komitet Organizacyjny osobom wybranych spośród grona przedsiębiorców, menadżerów oraz polityków. Przyznawane jest również drugie wyróżnienie *Bursztynowy Laur Bałtyku*, dla firm przyczyniających się do rozwoju gospodarki morskiej oraz utrzymujących i tworzących nowe miejsca pracy w tym sektorze.

Szwedzkie SPC nie realizuje już zamierzonych celów tylko poprzez uświadamianie i szerokie przekazywanie informacji o korzyściach płynących z przeniesienia transportu ładunków z dróg lądowych na wodne. Szwedzkie SPC ma bardzo praktyczne podejście. Jego działania są precyzyjnie nakierowane na poszczególnych odbiorców. Swoje cele realizuje głównie poprzez spotkania biznesowe i oferowanie możliwości wysyłki ładunków przy wykorzystaniu SSS i IWT⁴².

Według szwedzkiego SPC to nie gestorzy ładunków, a spedytorzy powinni być najważniejszą grupą docelową. Gestor chce wysłać towar jak najtaniej i jak najszybciej. Zadaniem spedytora jest zorganizowanie takiego transportu i dlatego to właśnie do tej grupy docelowej należy najintensywniej docierać i oferować konkretne rozwiązania, które przyniosą obopólne policzalne korzyści.

W tym zakresie szwedzkie SPC może pochwalić się wieloma sukcesami. Wielokrotnie udawało się przekonać operatorów logistycznych do wykorzystania SSS do transportu ładunków. W celu maksymalizacji skali zysków z transportu, proponuje się konsolidację ładunków, tzn. mniejsze ładunki transportuje się statkami płynącymi w tej samej relacji i dopiero na lądzie rozdziela się je na relacje docelowe.

⁴¹ Strona internetowa konferencji - <http://www.herring.szczecin.pl/>, dostęp z dnia 02.05.2018r.

⁴² Konsultacje telefoniczne z dnia 27.04.2018r.

Działalność wszystkich SPC regulowana jest prawnie, w zależności od typu organizacji. SPC w Finlandii, które wcielone jest w Centrum Studiów Morskich na Uniwersytecie w Turku nie posiada oddzielnego statutu, bądź innego dokumentu regulującego zasady jego funkcjonowania. Podlega normom jednakowym dla wszystkich organów wchodzących w skład uniwersytetu. SPC na Litwie w związku z tym, że działa w strukturach portu morskiego – podlega ustawie o portach morskich na Litwie. SPC w Niemczech, Szwecji i Polsce są stowarzyszeniami, więc działają według statutu organizacji określonego przez fundatorów i założycieli.

Zyski w SPC nie są generowane. SPC w Polsce i Niemczech, będąc stowarzyszeniami, zgodnie z prawem nie mogą generować zysków. Wszystkie przychody muszą być przeznaczone na opłacenie pracy zarządu i innych zaangażowanych pracowników oraz przeznaczone są na działalność statutową. SPC w Finlandii utrzymuje się z funduszy europejskich i również nie generuje zysków, a przychody przeznaczone są na bieżące koszty administracyjne itp. Pozostałe SPC również nie generują zysków, a swoje usługi świadczą nieodpłatnie.

Sekcja 3: Założenia

Sekcja trzecia składa się z 6 pytań dotyczących celów, założeń oraz priorytetów. Pytania tej sekcji miały również na celu zbadanie czy oraz w jakim zakresie w działalność poszczególnych SPC włączone są zadania związane z promocją żeglugi śródlądowej. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jakie są cele Twojej organizacji? Jak decydujesz o nich? Czy masz jakieś priorytety?
- Jaki jest twój stosunek do IWT (Inland Water Transport)? Czy masz cele i zadania związane z IWT? Jakie są twoje priorytety? Jakie są Twoje kompetencje w IWT? Czy Twoi członkowie / interesariusze są zainteresowani IWT? Jakie są priorytety IWT?
- Jeśli nie: czy byłbyś zainteresowany i czy uważasz, że sensowne byłoby zintegrowanie IWT z Twoim portfolio? W jakich regionach, jakie segmenty rynku widzisz?
- Jeśli tak: czy masz: Jakie miałeś cele IWT od początku lub czy dodałeś IWT na późniejszym etapie? Jak zakres działań związanych z IWT ewoluował w miarę upływu czasu?
- Jeśli dodano na późniejszym etapie: Jaki był powód? Kto to zainicjował? Czy to zmieniło Twoją organizację, finansowanie itp.?
- Jakie są twoje cele dotyczące wymiany doświadczeń w zakresie żeglugi śródlądowej i know-how wśród SPC / europejskich interesariuszy?

Założenia wszystkich SPC są spójne ze sobą i odzwierciedlają cele i założenia określone przez Unię Europejską i jej strategię rozwoju transportu morskiego i śródlądowego. Założeniami wszystkich SPC jest promocja transportu morskiego bliskiego zasięgu oraz interoperacyjności transportu morskiego z innymi rodzajami transportu, np. transportem drogowym, kolejowym czy wodnym śródlądowym. SPC na Litwie, będąc częścią Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie działa zgodnie z założeniami rozwoju portu, takimi jak: zwiększanie konkurencyjności portu, tworzenie korzystnych warunków dla branży transportu morskiego, zapewnianie bezpieczeństwa nawigacji itp.

Większość badanych SPC nie realizuje działań na rzecz rozwoju transportu wodnego śródlądowego. SPC w Finlandii i Polsce obecnie nie posiadają określonych celów w tym zakresie. W warunkach fińskich ciężko mówić o połączeniu funkcji centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i żeglugi śródlądowej. Żegluga śródlądowa w Finlandii praktycznie nie funkcjonuje, szczególnie

w przypadku transportu ładunków. Głównym środkiem transportu jest transport drogowy. Jest to spowodowane głównie lokalizacją głównych ośrodków gospodarczych i rozmieszczeniem ich na obszarze Finlandii.

Polskie SPC traktuje żeglugę morską bliskiego zasięgu i żeglugę śródlądową jako całość. W związku z tym promując SSS jednocześnie promuje IWT. Jednak obecnie nie prowadzi działań ściśle nakierowanych na wsparcie rozwoju żeglugi śródlądowej.

W warunkach litewskich połączenie zadań centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz żeglugi śródlądowej jest niemożliwe. Promocją i rozwojem SSS zajmuje się Departament Marketingu Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie, natomiast rozwojem i promocją IWT zajmuje się State Enterprise Inland Waterways Authority (SEIWA). Urząd ten wyznaczony jest na zarządcę dróg wodnych na Litwie i jest odpowiedzialny za ich utrzymanie w okresie żeglugowym. W związku z tym jest organem najbardziej odpowiednim do udzielania informacji na ten temat. W związku z powyższym Zarząd Portu Morskiego w Kłajpedzie nie może wchodzić w kompetencje SEIWA. Przejęcie tych zadań jest niemożliwe. Nie wyklucza to jednak współpracy, która istnieje i strony spotykają się w celu omawiania wspólnych celów, potrzeb i tworzenia planów⁴³.

Szwedzki SPC jest partnerem w projekcie europejskim EMMA, który głównie nastawiony jest na rozwój wodnego transportu śródlądowego w Europie. W świadomości szwedzkiego SPC nie ma rozgraniczenia pomiędzy SSS i IWT. Oba te rodzaje transportu są bardzo podobne, razem wchodzi w skład całego systemu transportowego i nie można ich rozpatrywać osobno. IWT jest przedłużeniem SSS w głąb łądu. SPC promując SSS musi jednocześnie promować IWT. W związku z tym SPC powinno łączyć zadania centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz żeglugi śródlądowej⁴⁴. Szwedzkie centrum informacji jest istotnie zaangażowane w promocję tego rodzaju transportu i jest to jednym z jego priorytetów.

W SPC w Niemczech wodny transport śródlądowy jest kluczową kwestią, ponieważ centrum to rozpatruje wszystkie rodzaje transportu jako cały system transportowy, w kontekście multimodalnym i rekomenduje je w każdym indywidualnym przypadku zgodnie z ich mocnymi stronami. Według niemieckiego SPC realizowanie zadań wyłącznie dla jednego rodzaju transportu nie spełnia obecnych wymagań rynku. Wśród członków SPC są liczne spółki żeglugi śródlądowej: spółki żeglugi śródlądowej, porty śródlądowe i Federacja niemieckich portów śródlądowych. Największy fundator stowarzyszenia - Federalne Ministerstwo Transportu i Infrastruktury Cyfrowej również wspiera działania na rzecz rozwoju IWT.

Sekcja 4: Finansowanie i budżet

Sekcja czwarta składa się z 5 pytań dotyczących sposobu finansowania działalności poszczególnych SPC. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jak twoja organizacja jest finansowana?

⁴³ Konsultacje telefoniczne z dnia 27.04.2018r.

⁴⁴ Konsultacje telefoniczne z dnia 27.04.2018r.

- Czy twoja organizacja generuje przychody?
- Jakie źródła finansowe wykorzystujesz do finansowania swojej działalności?
- Jaki jest budżet Twojej organizacji? W jaki sposób jest rozdzielany pomiędzy zadania / działania? Czy budżet podlega modyfikacji?
- Czy twój budżet jest negocjowany z roku na rok? Czy otrzymujesz inne wsparcie, takie jak bezpłatny personel, pomieszczenia biurowe lub sprzęt biurowy z dowolnego organu publicznego lub prywatnego?

Centra promocji z założenia są niedochodowymi organami konsultacyjno – doradczymi nie nastawionymi na zysk. Wszystkie przychody ze składek członkowskich, wsparcia publiczno – prywatnego czy innych źródeł przeznaczane są na bieżące potrzeby oraz na działania statutowe. W związku z powyższym SPC nie generują przychodów.

SPC w Szwecji główne finansowanie pozyskuje ze składek członkowskich. Dzięki rozwiniętej sieci członków, liczącej obecnie 104 podmioty może generować roczny budżet w wysokości 300 000 EUR - budżet ten negocjowany jest z roku na rok i zależy od ustalonej wysokości opłat członkowskich. Jest to znaczna kwota dająca duże możliwości realizacji działań i w związku z tym nie ma konieczności pozyskiwania dodatkowych funduszy, aczkolwiek istnieje taka możliwość.

W roku 2017 szwedzkie SPC otrzymało grant w wysokości 50 000 EUR. Fundusze te przeznaczone są na organizację serii spotkań z interesariuszami, odnośnie korzyści z przenoszenia transportu z dróg lądowych na drogi wodne. Celem takich spotkań oprócz promocji SSS i IWT jest wypracowanie rozwiązań zmierzających do zwiększenia wykorzystania SSS i IWT do transportu ładunków oraz zmniejszenie emisji CO2 i innych czynników szkodliwych dla środowiska naturalnego⁴⁵.

Litewskie SPC działa w strukturach Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie, co ogranicza możliwości pozyskiwania dodatkowego finansowania. Budżet SPC prawie w całości pochodzi z dochodów z tytułu prowadzenia działalności portowej. Budżet ten jest wystarczający i finansuje wszystkie potrzeby SPC. Roczny budżet Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie zależy od rocznego dochodu generowanego przez opłaty portowe i dzierżawę terenów portu oraz od wielkości kredytów przyznanych przez banki.

Nie wyklucza to możliwości uczestnictwa w projektach europejskich. W zeszłym roku, tj. w 2017, SPC na Litwie brało udział w 3 projektach. Jednym z nich był flagowy projekt finansowany z programu INTERREG Baltic Sea Region – Green Cruise Port. Jest to projekt dotyczący „zielonej” pasażerskiej żeglugi morskiej. Wobec tego SPC może pozyskiwać dodatkowe finansowanie z Unii Europejskiej i dzięki tym funduszom może pokrywać koszty osobowe oraz bieżące potrzeby administracyjne. Jeżeli chodzi o partnerstwo publiczno – prywatne, to niekiedy Szwedzkie Forum Morskie korzysta z takiej formy finansowania. W przypadku organizowania konferencji lub innego dużego wydarzenia, często koszty organizacji dzieli się na podmioty prywatne i publiczne zaangażowane w realizację takiego przedsięwzięcia.⁴⁶

Budżet SPC w Niemczech wynosi około 500 000 EUR rocznie, który można elastycznie wykorzystywać zgodnie z planami i potrzebami. Podobnie jak w Szwecji, wysokość budżetu jest

⁴⁵ Konsultacje telefoniczne z dnia 27.04.2018 r.

⁴⁶ Konsultacje telefoniczne z dnia 27.04.2018 r.

powiązana z wysokością opłat członkowskich, która natomiast w tym wypadku jest stała i nie ulega zmianom.

Budżet SPC w Polsce jest zatwierdzany corocznie przez Walne Zebranie Członków Stowarzyszenia. To centrum nie otrzymuje żadnego wsparcia, takiego jak bezpłatny personel, sprzęt biurowy czy wynajem pomieszczeń.

Sekcja 5: Członkostwo

Sekcja piąta składa się z 4 pytań dotyczących członków poszczególnych SPC – ilości, typu. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Czy masz członków? Ile? Jakie rodzaje instytucji itp. są członkami w organizacji (publiczne, prywatne)?
- Jak rozwija się członkostwo?
- Czy płacą składkę członkowską? Czy opłata członkowska zależy od usług świadczonych przez SPC?
- Czy oferujesz szczególne usługi swoim członkom?

Członkostwo w poszczególnych SPC różni się liczbą i typem. SPC w Finlandii nie ma członków - najbliższymi interesariuszami są Fińskie Stowarzyszenie Armatorów, Fińskie Stowarzyszenie Portowe i organizacje rządowe związane z żeglugą. SPC na Litwie również nie ma członków. Szwedzkie Forum Morskie liczy 104 członków z sektora publicznego oraz prywatnego. Liczba członków SPC w Szwecji jest stała – rocznie odchodzi około 4-5 starych członków, na których miejsce przychodzi taka sama liczba nowych członków. Członkami SPC w Niemczech są BMVI, 11 stanów federalnych, 6 stowarzyszeń branżowych / organizacji / sektora przemysłu, a także 45 firm z branż: żeglugowych, portowych, logistycznych, jak również spedytorzy. Nie odnotowuje się znaczących zmian w liczbie członków. Członkowie SPC w Niemczech z sektora prywatnego płacą składkę członkowską w wysokości 5000 EUR rocznie, natomiast kraje związkowe wspierają stowarzyszenie kwotą 15 000 EUR rocznie. Członkowie SPC w Polsce podzieleni są na członków zwyczajnych i wspierających - obecnie ma 29 członków zwyczajnych i 14 członków wspierających. Roczna opłata członkowska waha się od 500 PLN do 5 000 PLN i nie zależy od usług świadczonych przez SPC.

Sekcja 6: Public relations/marketing

Sekcja szósta składa się z 5 pytań dotyczących sposobu dystrybucji informacji nt. żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Pytania mają również na celu uzyskanie wiedzy o wartości merytorycznej przekazywanych informacji, o docelowych odbiorcach oraz o kanałach dystrybucji. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jak zarządzasz swoimi public relations? Czy zarządzasz nimi wewnątrz czy korzystasz z zewnętrznych dostawców usług? Jaki podział pracy?
- Jaki jest cel public relations? Z jakich kanałów informacyjnych korzystasz?
- Jakie komunikaty przekazujesz?
- Kim są docelowi odbiorcy?
- Jak oceniłbyś swoją pozycję i poziom świadomości w swoim kraju?

Założeniem działań marketingowych jest rozpowszechnianie informacji, zwiększanie świadomości i wiedzy dotyczącej integracji transportu wodnego, kolejowego i drogowego w europejskich systemach transportowych, wzmacnianie roli żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz wodnego transportu śródlądowego. Działania promocyjne wykonywane są głównie we własnym zakresie. Osoby odpowiedzialne za marketing i dystrybucję informacji wspomagają się również zewnętrznymi kontaktami.

SPC w Finlandii korzysta z kontaktów Uniwersytetu w Turku oraz korzysta z takich kanałów dystrybucji jak artykuły prasowe, Facebook czy Twitter.

SPC na Litwie – Departament Marketingu Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie ma szeroką sieć kontaktów, która wspomaga skuteczną promocję. Wykorzystuje bezpośrednio i pośrednio kanały komunikacji: lokalne i międzynarodowe wystawy, konferencje, spotkania, dyskusje, lokalne i międzynarodowe media (drukowane i elektroniczne) itp.

Dystrybucja informacji w Szwecji odbywa się głównie poprzez organizowanie seminariów, publikowanie raportów i uczestnictwo w publicznych debatach, a także poprzez udostępnianie materiałów multimedialnych.

SPC w Niemczech promuje swoje działania poprzez stronę internetową SPC, biuletyn branżowy, stronę internetową ESN, strony docelowe wydarzeń, kanał Xing, Facebook, Wikipedia, YouTube, produkty drukowane (magazyn spc_aktuell, harmonogram SPC, itp.). Ponadto korzysta z bezpośrednich listów pocztowych lub wiadomości e-mail (pojedyncze lub seryjne listy / e-maile), spotkań tematycznych, konferencji, wydarzeń sieciowych, targów itp.

SPC w Polsce do promocji wykorzystuje głównie seminaria, spotkania i konferencje oraz wspomaga się udostępnianiem informacji w Internecie.

Informacje kierowane są do sektora żeglugi, klastra morskiego, podmiotów prywatnych i publicznych, opinii publicznej, stoczni, agencji spedycyjnych, właścicieli ładunków, firm logistycznych, odpowiedzialnych decydentów oraz interesariuszy z branży transportowej i spedycyjnej, ale także z innych klastrów transportowych (firmy żeglugowe, firmy portowe itp.).

Przekazywane informacje promocyjne dotyczą rezultatów projektów europejskich, możliwości inwestycyjnych, usług portowych, produktów turystycznych, potrzeby przeniesienia ładunków z dróg i kolei na drogi wodne, korzyści ze zwiększenia roli żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego w transporcie ładunków i pasażerów. SPC przekazują informacje dotyczące oferowanych usług, organizowanych spotkań i ogółu działań związanych z funkcjonowaniem centrów informacji.

Sekcja 7: Współpraca i wymiana doświadczeń w ramach projektu EMMA w celu wzmocnienia roli żeglugi śródlądowej

Sekcja siódma składa się z 4 głównych pytań dotyczących współpracy pomiędzy poszczególnymi SPC, w szczególności w odniesieniu do wzmacniania roli IWT w ramach projektu europejskiego EMMA. Pytania związane są ze stanem obecnym współpracy oraz możliwościami, potrzebami i sugestiami jej polepszenia. W ramach tej sekcji SPC zostały poproszone o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania:

- Jaki potencjał widzisz w bliższej współpracy / wymianie doświadczeń z innymi SPC w projekcie EMMA?

- Czy masz jakieś konkretne tematy, które chciałbyś omówić?
- Czy możesz podać obszary o szczególnym potencjale do współpracy / wymiany, np. rozwój rozwiązań transportowych na niektórych rynkach?
- Czy widzisz możliwości wzmocnienia swoich kompetencji w zakresie żeglugi śródlądowej poprzez współpracę / wymianę z SPC bardziej doświadczonymi w tej dziedzinie? W jaki sposób?

Wszystkie SPC nastawione są na rozwój i mają te same cele oraz realizują je na podstawie podobnych założeń, który zostały opisane wcześniej w niniejszym opracowaniu. W związku z tym wszystkie SPC widzą korzyści ze współpracy. Wszystkie rodzaje współpracy są korzystne – wymiana dobrych praktyk zawsze pozytywnie wpływa na każdy rodzaj działalności. Nawiązanie ścisłej współpracy między SPC w ramach projektu europejskiego EMMA z pewnością przyniesie korzyści w przyszłości i stworzy podstawy do nawiązywania współpracy w innych projektach europejskich związanych z rozwojem żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz wodnego transportu śródlądowego.

SPC w Finlandii w związku rozwijającym się i wspieranym przez politykę EU ekologicznym podejściem do gospodarki, wykazuje chęć do poszerzenia współpracy, szczególnie w tematyce niebieskiej gospodarki (energia, turystyka morska i przybrzeżna, niebieska biogospodarka⁴⁷ i zasoby podmorskie), morskiego planowania przestrzennego i jego wpływu na żeglugę oraz morskiej regulacji środowiskowej i jej wpływu na branżę transportu morskiego. Przedstawiciel fińskiego SPC zaznaczył potrzebę dalszego rozwoju i stworzenia ścisłej współpracy z innymi centrami promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Istnieje potrzeba wymiany doświadczeń⁴⁸.

Na potrzebę współpracy uwagę zwraca również przedstawiciel litewskiego SPC. Zdecydowanie brakuje kontaktu z innymi SPC. Według litewskiego SPC bardzo korzystnym byłoby nawiązanie ścisłej współpracy z członkami sieci ESN w celu wymiany doświadczeń, dobrych praktyk i bardziej efektywnego promowania SSS. Przez to, że litewskie SPC nie jest niezależną organizacją to nie może być członkiem sieci ESN. W wymianie dobrych praktyk podkreślone zostały rozwiązania IT wspierające działania promocyjne. SPC na Litwie widzi potrzebę wykorzystania takich narzędzi w swojej działalności, natomiast potrzebuje wsparcia od innych SPC, które już wdrożyły u siebie taką funkcjonalność. Kontakt z innymi SPC pomógłby również w dotarciu do szerszej grupy docelowej, składającej się z podmiotów prywatnych i publicznych działających w sektorze transportu. Współpraca nadałaby działalności SPC międzynarodowy charakter i zwiększyłaby skalę działań, co jest niezwykle istotne dla centrum promocji.

W Szwecji istnieje generalnie potrzeba informacji o tym, jak szczegółowo opracować opłacalne modele biznesowe i co sprawia, że skutecznie funkcjonują w innych krajach z rozwiniętym wodnym transportem śródlądowym.

Wszystkie SPC widzą potencjalne możliwości zwiększenia kompetencji dotyczących wodnego transportu śródlądowego poprzez współpracę i wymianę doświadczeń z bardziej doświadczonymi SPC w tej kwestii. Taka wiedza z powodzeniem zdobywana jest poprzez udział w takich projektach jak EMMA.

⁴⁷ Nowa gałąź gospodarki którą można określić jako zrównoważone wykorzystanie biologicznych zasobów odnawialnych w celu tworzenia dóbr i usług.

⁴⁸ Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem fińskiego SPC z dnia 30.04.2018 r.

3. DOBRE PRAKTYKI EUROPEJSKICH SPC

W ramach zidentyfikowania dobrych praktyk przeanalizowano działania wszystkich SPC w Europie w okresie dziesięciu lat, tj. 2007 – 2017. Dane do tej części opracowania były pozyskiwane z raportów rocznych ESN, stron internetowych poszczególnych SPC oraz innych źródeł cyfrowych. W efekcie powstał zbiór dobrych praktyk, które dają przykład skutecznego i właściwego funkcjonowania centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Analiza dobrych praktyk miała na celu uzyskanie informacji dotyczących efektywnego sposobu działania centrów informacji, który przynosi wymierne korzyści. Opisane poniżej dobre praktyki z powodzeniem mogą być stosowane przez SPC objęte badaniem w ramach tworzenia 6-punktowego planu rozwoju.

Właściwie wszystkie działania prowadzone przez SPC można uznać za dobrą praktykę. Wszystkie prowadzą do wspólnego celu i realizują założenia jednolite dla całej europejskiej sieci centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Do ogółu tych zadań można zaliczyć takie jak przedstawione w poniższej tabeli.

Tabela 1. Główne zadania centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu

Zachęcanie użytkowników i potencjalnych użytkowników do wyboru transportu morskiego bliskiego zasięgu i intermodalności	<ul style="list-style-type: none"> • dostarczanie informacji, • dystrybucja materiałów promocyjnych, • komunikacja z obecnymi i potencjalnymi użytkownikami, • łączenie zainteresowanych stron, w tym organizowanie spotkań, wydarzeń, seminariów, konferencji itp.).
Promowanie wiedzy i innowacji / doskonalenia w sektorze	<ul style="list-style-type: none"> • dostarczanie informacji, • komunikacja z operatorami, • zachęcanie operatorów do opracowywania nowych i istniejących usług w zakresie żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i intermodalności, • sporządzanie raportów i badań rynkowych, • organizowanie spotkań i wydarzeń.
Wpływ na decyzje polityczne oddziałujące na sektor	<ul style="list-style-type: none"> • dostarczanie informacji, • lobbing (na szczeblu lokalnym, krajowym, regionalnym i UE), • organizowanie spotkań.
Identyfikacja wąskich gardeł i ich rozwiązań	<ul style="list-style-type: none"> • komunikacja z przewoźnikami, użytkownikami i władzami, • identyfikacja wąskich gardeł (badania) i ich rozwiązywanie, • ustalenie właściwych rozwiązań i zaangażowanie w procesy konsultacyjne.
Współpraca europejska	<ul style="list-style-type: none"> • spotkania i wydarzenia ESN, • spotkania interdyscyplinarne ("punkty ogniskowe"), • komunikacja z innymi europejskimi interesariuszami w celu rozwiązania problemów krajowych.

Źródło: Ioannis G. Koliouis, Promoting Short Sea Shipping & Intermodality, A Knowledge Repository to support flexibility in port operations and improve modal shift, Short Sea Conference 2011 – Bilbao 2011.

Istnieje wiele wskaźników wpływających na wybór usługi transportowej przez nadawcę. Poniższa lista przedstawia kryteria według których spedytorzy kierują się w wyborze środka transportu do przewozu ładunków:⁴⁹

- Cena,

Cena jest zazwyczaj pierwszym elementem sprawdzanym przed wyborem transportu. Jest to główny wskaźnik dla towarów trwałych o stosunkowo niskiej lub średniej wartości.

- Czas,

Czas dostawy od drzwi do drzwi jest ważnym wskaźnikiem dla dużego segmentu ładunków, który obejmuje artykuły spożywcze i towary o wysokiej wartości. Aby podkreślić i określić znaczenie czasu dostawy dla tych towarów, często używana jest koncepcja wartości czasu. Wartość czasu może być uważana za wartość, którą nadawca przywiązuje do każdej godziny, którą ładunek jednostkowy ma być dostarczony, powyżej lub poniżej zaplanowanego terminu dostawy. Wartość czasu jest powszechnym terminem wśród teoretyków transportu, ponieważ zapewnia wymierny związek między ceną a czasem dostawy. Pozwala to na porównanie dwóch rozwiązań transportowych o różnych cenach jednostkowych i różnych czasach dostawy.

- Bezpieczeństwo towarów w transporcie,

Transport SSS / intermodalny musi być zgodny z międzynarodowym kodeksem bezpieczeństwa statku i portu (kod ISPS) i musi ponieść początkowe i bieżące koszty zgodności, podczas gdy towary przewożone długodystansowymi pojazdami ciężarowymi nie muszą spełniać żadnego takiego wymogu. Możliwe jest opracowanie marki bezpieczeństwa dla SSS / transportu intermodalnego w oparciu o przestrzeganie Kodeksu ISPS. Sprawa faworyzująca bezpieczeństwo transportu SSS / intermodalnego musi być uwierzytelniona pod względem częstotliwości naruszenia bezpieczeństwa w transporcie drogą morską a lądową oraz kosztami ubezpieczenia w transporcie drogą morską a lądową.

- Wiarygodność dostaw,

Wiarygodność dostaw można rozumieć jako zakres opóźnień w dostawach, co powoduje, że jest wymierne i możliwe do oceny dla każdego świadczenia usług w całym łańcuchu dostaw. Można również wprowadzić pojęcie wartości niezawodności. Z dwóch ankiet przeprowadzonych przez firmę Nautical Enterprise w tej kwestii ustalono, że wartość przypisywana niezawodności przez nadawców jest trzy do pięciu razy większa od wartości przypisywanej czasowi, niezależnie od wartości przypisanej do czasu. Oznacza to, że wartość lub koszt spóźnienia o jedną godzinę jest trzy do pięciu razy ważniejsza dla nadawcy niż wartość szybszej dostawy o godzinę. Implikacje tego są dalekosiężne i wpływają na każdy aspekt transportu intermodalnego. Oznacza to, że zrównoważony sukces w intermodalnych usługach transportowych wymaga konsekwentnej niezawodności przy każdym świadczeniu usług w całym łańcuchu dostaw.

⁴⁹ Networking Strategies for Short Sea Shipping Stakeholders and Short Sea Promotion Centres, Deliverable 2.1. – PROS Project, Greece 2010.

- Elastyczność usług,

Termin "elastyczny transport towarowy" może być używany jako synonim dla transportu ciężarowego. Sam pojazd jest elastyczny nie tylko sam w sobie, ale zapewnia także wszystkie niezbędne połączenia między punktami odlotów i przylotów, terminalami, statkami, pociągami, systemami żeglugi śródlądowej.

- Częstotliwość usług,

Wysoka częstotliwość usług jest ważnym czynnikiem w osiągnięciu krótszych terminów dostaw. Zamiast tego, że nadawca musi dostosować swoją wydajność do dostępności usług transportowych, wysoka częstotliwość zapewnia, że usługi są dostępne praktycznie w razie potrzeby. Wysoka częstotliwość usług jest powiązana z portami hubami i zapewnia im wyraźną przewagę nad portami regionalnymi, które mają znacznie mniejszą częstotliwość usług.

- Stabilność usług,

Stabilność wiąże się z niezawodnością; to znaczy, że nadawca może zaufać dostawcy usług, że konsekwentnie będzie realizował swoją obietnicę utrzymania wysokiej jakości dostaw. Pozwala to spedytorowi skoncentrować się na produkcji, marketingu i wszystkich wymogach prowadzenia działalności gospodarczej, nie martwiąc się niepotrzebnie o jego sieci dostaw i dystrybucji. Pomaga to wzmocnić relacje między usługodawcą a spedytorem i utrudnia nowemu uczestnikowi zdobycie pozycji na rynku.

- Wpływ na środowisko,

Nie ma wątpliwości, że uwierzytelniony zielony transport miałby rezonans na rynku, ponieważ spedytorzy nie chcą być związani z zanieczyszczeniem; chcą raczej przedstawić przyjazny dla środowiska wizerunek swoich produktów. Jest to szczególnie istotne w przypadku towarów pod markami międzynarodowymi i w celu określenia stanu zakupów towarów, ponieważ oba mają na celu przedstawienie korzystnego wizerunku w zakresie ich polityki w zakresie transportu i zamówień oraz mogą być narażone na ataki, jeśli zostaną powiązane z transportem lub produktami wywierającymi szkodliwy wpływ na środowisko.

Centra promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego muszą działać w taki sposób, aby powyższe kryteria wyboru środka transportu przeważały na korzyść transportu wodnego. Poniższe przykłady dobrych praktyk wskazują na to, że SPC podejmują wiele skutecznych działań, które sukcesywnie zbliżają je do zamierzonego celu.

SPC w Finlandii od wielu lat wydaje publikację „Ship owner barometer”. Jest ona wydawana dwa razy w roku w maju i listopadzie. Dotyczy ona międzynarodowego transportu towarowego w Finlandii i przedstawia poglądy właścicieli statków na temat stanu i potrzeb w branży transportu morskiego. Publikacja ta jest wydawana w języku fińskim i szwedzkim i dociera do coraz większej liczby odbiorców. Jest to dobry sposób dystrybucji informacji, gdyż daje całościowy obraz sytuacji łącząc dane wskazujące na tempo rozwoju, czyli wzrost zainteresowania, oraz relacje praktyków, którzy potwierdzają korzyści płynące z wyboru transportu morskiego zamiast lądowego.

SPC w Belgii 19 października 2009 uruchomiło internetową bazę danych z regularnymi usługami żeglugi morskiej bliskiego zasięgu z i do czterech flamandzkich portów. Dzięki temu znacznie wzrosła

liczba osób odwiedzających stronę internetową tego SPC – do około 190 dziennie. Dane dotyczące możliwości transportowych często są trudno dostępnego dla potencjalnego odbiorcy. Prowadzi to w większości przypadków do zaniechania zainteresowania transportem ładunku przy wykorzystaniu SSS i wyboru łatwiej dostępnego transportu lądowego. Tego typu działania SPC zdecydowanie przynoszą wymierne korzyści i są efektywnym narzędziem do promowania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.⁵⁰

SPC we Francji w 2010 roku skupiło się na intensywnym promowaniu autostrad morskich rozpowszechniając wszystkie dostępne dokumenty dotyczące MoS. Wykorzystano przy tym wszystkie środki dystrybucji informacji. Koncepcja MoS była przedstawiana podczas wielu konferencji skupiających szeroką publiczność. Znacznie poszerzyło to wiedzę odbiorców i wyjaśniło istotę MoS na rynku francuskim. Doprowadziło to do rozpoczęcia projektu MoS między Francją i Hiszpanią. GLD Atlantique zamierzał usunąć 100 000 ciężarówek z zatłoczonych dróg europejskich, początkowo oferując cztery wyjazdy tygodniowo, a następnie codzienną obsługę, ze statkiem o długości 2200 metrów. Statek mógł przewieźć 150 ciężarówek między Gijon i St Nazaire w ciągu 14 godzin - mniej niż rozwiązanie drogowe. Poza korzyściami dla środowiska wynikającymi z eliminacji ogromnych ilości przejazdów drogowych ciężarówek, usługa ta umożliwiała znaczną redukcję kosztów operacyjnych dla przewoźników i spedytorów.⁵¹ Podobne działania z końcową wymierną korzyścią prowadziły również inne SPC i wielokrotnie skutkowało to osiągnięciem zamierzonego celu. Wskazuje to na potrzebę funkcjonowania SPC i ich znaczny wpływ na rozwój SSS.

SPC w Holandii w roku 2010 odnotowało znaczny wzrost liczby odwiedzin strony internetowej. Spowodowane było to dodaniem nowej funkcjonalności -interaktywnej mapy, która po kliknięciu na dany kraj pokazywała oferty operatorów żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Pokazuje to, że najlepszym sposobem skutecznego zainteresowania transportem morskim są narzędzia IT i platformy multimedialne, które w sposób obrazowy przedstawiają możliwości SSS. Odbiorca nastawiony jest zawsze na otrzymanie szybkiej i precyzyjnej odpowiedzi, co w tym przypadku mógł bez wątplenia uzyskać. Poza tym na stronie internetowej SPC w Holandii został zainstalowany baner, mieszczący 19 pozycji reklamowych.⁵² Za opłatą przedsiębiorcy mogli wystawiać w tym miejscu reklamy swoich firm. Jest to zdecydowanie dobry sposób na pozyskiwanie dodatkowych funduszy na funkcjonowanie SPC, zwłaszcza biorąc pod uwagę rozwijającą się technologię i znacznie częstsze wykorzystywanie Internetu w celach promocyjnych.

SPC w Hiszpanii w 2010 roku brało udział w kilku projektach R + D + i, koncentrując się na opracowaniu narzędzi informatycznych w celu ułatwienia i optymalizacji zarządzania informacjami

w żegludze morskiej bliskiego zasięgu oraz, ogólnie, interakcji między agentami zaangażowanymi w bliską żeglugę morską. Koniecznym było ukończenia projektu PLAT-SSS i prac prowadzonych przez Stowarzyszenie w ramach projektu Comodalweb 2.0, w którym dodatkowo w pełni zaktualizowany został symulator oceny kosztów transportu opracowany przez SPC Hiszpania. Symulator ten został stworzony i obecnie można z niego korzystać na stronie internetowej SPC - <http://simulador.shortsea.es/simulador.aspx>. Jest to bardzo ciekawe narzędzie, dzięki któremu można

⁵⁰ Annual Report 2009, European Shortsea Network, Brussels 2009

⁵¹ Annual Report 2010, European Shortsea Network, Brussels 2010.

⁵² Ibidem

oszacować czas, koszt i trasę transportu ładunku wykorzystując SSS. Po raz kolejny dowodzi to, że usługi i narzędzia IT są najlepszą i najbardziej skuteczną promocją transportu morskiego.

SPC w Grecji w roku 2011 prowadziło zintensyfikowaną kampanię rekrutacyjną, mającą na celu przyciągnięcie młodych Greków do branży morskiej i poprawę wizerunku zawodu marynarza. Kampania ta składała się z emisji filmu reklamowego na głównych kanałach telewizyjnych, rozpowszechnianiem broszur informacyjnych za pośrednictwem gazet oraz wykładów prowadzonych przez specjalistów z branży morskiej i urzędników państwowych skierowane do uczniów szkół w całej Grecji.⁵³ Aby zmienić wizerunek transportu morskiego i zwiększyć świadomość społeczeństwa o korzyściach płynących z wyboru tego środka transportu trzeba rozpocząć od edukowania młodych i ambitnych ludzi – zdecydowanie łatwiej jest ukształtować młodego człowieka niż kogoś kto funkcjonuje na rynku od wielu lat i działa według nabytych przyzwyczajeń i przekonania, że transport morski bliskiego zasięgu nie może konkurować z lepszym w wielu aspektach transportem lądowym. Jest to bardzo słuszne działanie SPC w Grecji i takie schematy powinny być przeniesione do innych SPC.

SPC w Estonii w roku 2012 również zauważyło szansę na rozwój żeglugi morskiej bliskiego zasięgu poprzez edukację. We współpracy z Estonian Logistics and Transit Association (w ramach którego działał SPC w Estonii) utworzono Departament Logistyki i Transportu na Uniwersytecie Technologicznym w Tallinie. Departament ten łączy badania i nauczanie w zakresie logistyki, planowania transportu i inżynierii łańcucha dostaw. Jest to kolejny przykład kiedy SPC widzi potencjał edukacji i jej wpływu w przyszłości na rynek transportu morskiego.

SPC w Finlandii w roku 2012 skupiło się na środowiskowych aspektach transportu, ze szczególnym uwzględnieniem transportu morskiego i transportu ładunków. Na skutek prowadzonych badań powstała obszerna publikacja obejmująca wpływ transportu na środowisko i sposoby jego ograniczania, przedstawiając również najnowsze przepisy dotyczące ochrony środowiska związane z transportem. W tej publikacji SPC Finlandia dostarcza informacji na temat aktualnej dyskusji środowiskowej dotyczącej transportu i podejmowania decyzji przez różne zainteresowane strony.⁵⁴ Publikacja ta była skierowana głównie do administracji rządowej. Dla przedsiębiorców działających w branży transportu nie jest istotną kwestią ochrony środowiska – liczy się jedynie opłacalność, czas i niezawodność. W związku z tym rolą takich publikacji jest przekonanie administracji rządowej do rzeczywistego wspierania żeglugi morskiej i tworzenia takich ustaw i rozporządzeń, które pozwolą na ograniczenie transportu ładunków drogą lądową i przeniesienie ich na drogi morskie. Wywieranie wpływu na organy decyzyjne w danym kraju jest dobrą strategią SPC i może przynieść wymierne korzyści, jeżeli podejmowane działania znajdują realne uzasadnienie i wskażą rzeczywiste zalety SSS.

W Porcie Morskim w Kłajpedzie, w skład którego wchodzi SPC na Litwie w roku 2012 został stworzony Freight and Goods Information System (KIPIS). System ten przeznaczony jest do przesyłania i przetwarzania informacji o ruchu towarowym przez port w Kłajpedzie. Głównymi jego funkcjami są: dostarczanie informacji wymaganych przez organy celne i inne organy państwowe za pośrednictwem połączenia internetowego, wymiana danych między użytkownikami systemu w celu przeprowadzenia

⁵³ H. Scherer, Annual Report 2011, European Shortsea Network, Brussels 2011.

⁵⁴ Annual Report 2012 – 2013, European Shortsea Network, Brussels 2013.

procedur, wymiana danych elektronicznych z firmami transportowymi w celu składania i realizacji zamówień na obsługę operacji. Jest to jeden z głównych elementów systemu społeczności portowej.⁵⁵ Jest to kolejny przykład na wykorzystanie platformy internetowej do promowania SSS. Ograniczenie bariery, jaką są skomplikowane procedury administracyjne i celne może przekonać do wyboru SSS jako środka transportu ładunków. Takie systemy powinny być wspierane i promowane przez europejskie SPC.

SPC na Malcie w 2012 roku podobnie jak SPC w Grecji i Estonii postawiło na kształcenie. SPC na Malcie podpisało list poparcia z Escola Europea de Short sea Shipping w celu wysłania przyszłych studentów do udziału w szkoleniach. SPC Malta promuje tę szkołę jako punkt odniesienia dla przyszłych kadr kierowniczych w lokalnym przemyśle transportowym.

SPC w Belgii w 2013 roku przekonało firmę spedycyjną Wienerberger do transportu ładunków przy wykorzystaniu żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Spedytor zainteresował się możliwością wykorzystania SSS do transportu cegieł na paletach z centralnie położonego terminalu lądowego (Vilvoorde na kanale) bezpośrednio do Wielkiej Brytanii. Do tego czasu taki transport odbywał się po drodze z przyczepami płaskimi. Do końca 2014 r. z Vilvoorde załadowano ponad 90 000 ton do Wielkiej Brytanii. W 2015 r. załadowano tam prawie 70 000 ton, a także 14 000 ton z portu w Ostendzie. Przeprowadzono także pierwszą próbę w Petersburgu.⁵⁶ Bez wątpienia jest to kolejny przykład efektywnego promowania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.

SPC w Belgii w 2014 roku przedstawił firmie Van Hool możliwości żeglugi bliskiego zasięgu w celu dostarczenia autobusów do europejskich destynacji, korzystając z usług ro-ro. Van Hool wykorzystuje transport morski do Malmö. Firma Van Hool jest znaną belgijską firmą produkującą wiele rodzajów autobusów, która dzięki działaniom SPC w Belgii transportuje swoje produkty do Malmö w Szwecji. W dniu 11 marca 2014 r. pierwszy Exqui City Autobus został wysłany do Malmö statkiem typu ro-ro (UECC⁵⁷). Przyjazny dla środowiska, dwupiętrowy autobus niskopodłogowy miał 24 m długości. Jego masa własna wynosiła około 22,7 tony. Autobus przybył do Malmö trzy dni później.⁵⁸ Ten przykład dobrej praktyki pokazuje skuteczność działań belgijskiego SPC w promowaniu żeglugi morskiego bliskiego zasięgu w sektorze prywatnym.

SPC w Norwegii w roku 2014 zainicjowało i zarządzało projektem badawczym w celu zdefiniowania rozwiązań transportu przybrzeżnego na przyszłość. Obecni byli właściciele ładunku, spedytorzy, porty, linie, dostawcy technologii i organizacje badawcze. W rezultacie zidentyfikowano rozwiązania, dzięki którym żegluga bliskiego zasięgu jest konkurencyjna również na dystansie od 200 do 1000 km. W proponowanym rozwiązaniu ładunki są wysyłane w kontenerach o długości 45 stóp. Główną innowacją jest dźwig, który ładuje kontenery bezpośrednio z ciężarówki na nabrzeżu do statku i odwrotnie w celu rozładunku. Prowadzi to do znacznych oszczędności czasu i kosztów. Przeprowadzono wywiady z ponad 100 klientami, aby sprawdzić, czy ich wymagania mogą zostać spełnione. Znaczące korzyści dla środowiska można osiągnąć dzięki hybrydowym silnikom

⁵⁵ Annual Report 2012 – 2013, European Shortsea Network, Brussels 2013.

⁵⁶ Annual Report 2015 – 2016, European Shortsea Network, Brussels 2016.

⁵⁷ UECC - The provider of short sea ro-ro transportation in Europe.

⁵⁸ Annual Report 2014 – 2015, European Shortsea Network, Brussels 2015.

napędzonym LNG połączonym z akumulatorami ładowanymi energią elektryczną w porcie morskim.⁵⁹ SPC w Norwegii do promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu wykorzystowało innowacyjne rozwiązania, które znacząco zwiększają konkurencyjność tego rodzaju transportu.

SPC na Cyprze organizuje cykliczne wydarzenia *Blue Career events*. Ich celem jest podniesienie świadomości wśród młodszego pokolenia w zakresie przemysłu morskiego, zbadanie szerokich możliwości kariery opartej na morzu, a także zgromadzenie uczniów szkół średnich, studentów, bezrobotnych absolwentów i specjalistów na jednym forum.⁶⁰

SPC we Francji również promowało żeglugę morską bliskiego zasięgu poprzez kształcenie, zwiększanie świadomości oraz prezentację dostępnych instrumentów finansowych. W 2015 roku stworzony został przewodnik inwestycyjny - *Vademecum* dla lepszego wykorzystania instrumentów UE (Europejskie Forum Zrównoważonej Żeglugi). Francuskie Ministerstwo Transportu, we współpracy z francuskim SPC, mocno zaangażowało się w realizację praktycznego przewodnika dla operatorów, który ma oferować wsparcie techniczne i wskazówki dla inwestorów i operatorów, angażujących się w bardziej zrównoważoną żeglugę.⁶¹

SPC we Włoszech w roku 2015 wspierało podmioty prywatne i publiczne w celu wykorzystania potencjału oferowanego przez nowe europejskie ramy finansowe ukierunkowane na połączenie tradycyjnych rezerw dotacyjnych z innowacyjnymi instrumentami finansowymi. Włoskie SPC zaangażowało się w pozyskanie funduszy dla 4 włoskich Zarządów Portów Morskich do realizacji projektu infrastrukturalnego i 1 firmy przewozowej w celu odnowienia floty w ramach EFIS.⁶² Ten przykład pokazuje, że istotnymi zadaniami SPC mogą nie tylko być działania merytoryczne, edukacyjne i promocyjne ale również wsparcie w pozyskiwaniu funduszy europejskich na realizację inwestycji. SPC należące do ESN i wspierane przez politykę transportową UE mają w tym zakresie znacznie większe możliwości niż podmioty prywatne lub publiczne i tym sposobem bardzo praktycznie mogą wpłynąć na wzrost konkurencyjności SSS.

Przykładem dobrze i prężnie funkcjonującego europejskiego centrum promocji jest norweskie SPC. Jest organizatorem forów spedytorów, podczas których członkowie współpracują, aby poprawić przepływ ładunków. Fora te wspierają rząd w jego wysiłkach zmierzających do przesunięcia ładunku z dróg lądowych na drogi morskie. Norweskie SPC jest organizatorem wielu inicjatyw łączących podmioty publiczne i prywatne, mających na celu większe wykorzystanie SSS w transporcie ładunków⁶³. Poza tym na stronie internetowej tego SPC można znaleźć narzędzie IT o nazwie *Shortsea Schedules*. To interaktywne narzędzie umożliwia sprawdzenie wszystkich międzynarodowych serwisów transportu morskiego bliskiego zasięgu w Europie. Po wybraniu portu załadunku i rozładunku pojawia się wykaz dostępnych linii żeglugowych wraz z wszystkimi niezbędnymi informacjami oraz kontaktami. Jest to ciekawe narzędzie i powinno być wdrożone we wszystkich badanych centrach promocji. Poniżej przykład działania tego symulatora w relacji Gdynia – Oslo.

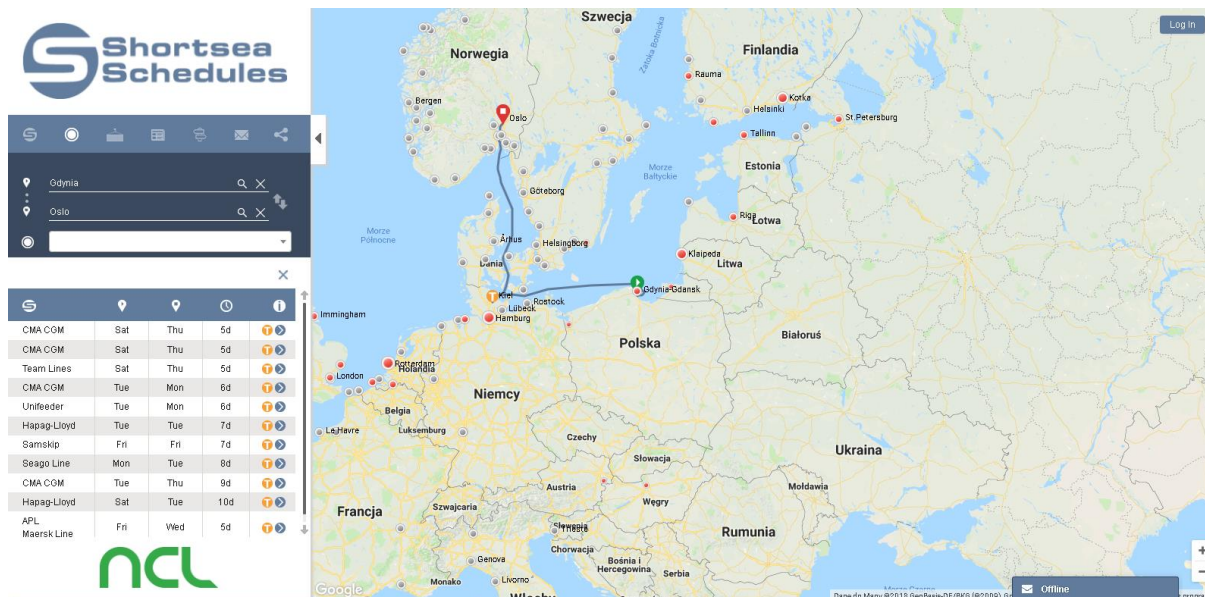
⁵⁹ Annual Report 2014 – 2015, European Shortsea Network, Brussels 2015.

⁶⁰ Annual Report 2015 – 2016, European Shortsea Network, Brussels 2016.

⁶¹ Ibidem

⁶² Ibidem

⁶³ Annual Report 2016 – 2017, European Shortsea Network, Brussels 2017



Rysunek 3. Przykład funkcjonalności platformy interaktywnej *Shortsea Schedules*

Źródło: Strona internetowa norweskiego SPC -

<http://www.shortseaschedules.com/Schedule/MapSearch?From=Gdynia&To=Oslo&IsP2P=true>,
dostęp z dnia 03.05.2018r.

4. 6 PUNKTOWY PLAN ROZWOJU SPC

1					
---	--	--	--	--	--

4.1. Rozwój struktur organizacyjnych

Aby rozważyć możliwości rozwoju struktur organizacyjnych w poszczególnych SPC, należy określić jaki model jest najlepszy. Jaka forma organizacji funkcjonuje w sposób najbardziej efektywny, przynosząc dobre rezultaty i realizując założenia i cele centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.

W tym celu przeanalizowano struktury organizacyjne wszystkich SPC w Europie. Do wyboru modelowej organizacji przyczyniły się takie kryteria jak zakres działalności i skuteczność realizacji działań, efektywność w zrzeszaniu członków i idąca z tym atrakcyjność dla tych członków, skuteczność w zdobywaniu finansowania, właściwe zaangażowanie pracowników SPC .

W wyniku tej analizy, w której pod uwagę wzięto wyżej wymienione kryteria, wydaje się, że SPC w Niemczech jest najbliższa spełnienia kryteriów modelu SPC. Jest to stowarzyszenie działające w ramach partnerstwa publiczno – prywatnego. Jest to najbardziej odpowiednia forma SPC, która daje największe możliwości rozwoju. SPC w Niemczech zrzesza wielu członków, zarówno z sektora publicznego jak i prywatnego. Członkami są Federalne Ministerstwo Transportu i Infrastruktury Cyfrowej, 11 krajów związkowych, stowarzyszenia handlowe z branży transportowej i logistycznej oraz około 50 firm działających w branży spedycyjnej, portowej i logistycznej. Taka struktura pozwala na dotarcie do największej liczby potencjalnych odbiorców. Ścisła współpraca z administracją rządową ułatwia wpływanie na osoby decyzyjne, pozwala na szybsze przekazywanie informacji oraz bez wątpienia zwiększa szanse na pozytywne działania organów rządowych w kierunku wspierania rozwoju SSS. Przedstawiciele organów rządowych będąc członkiem stowarzyszenia są na bieżąco ze wszystkimi informacjami i mogą szybko reagować na daną sytuację.

Jak wspomniano wcześniej, najskuteczniejszą formą organizacji SPC jest stowarzyszenie działające w formie partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP). Partnerstwa publiczno-prywatne można określić jako długoterminowe porozumienie umowne i związek między władzami publicznymi, a przedsiębiorstwami sektora prywatnego. Jest metodą zamówień publicznych i ma na celu finansowanie, projektowanie, wdrażanie i obsługę obiektów i usług sektora publicznego. Partnerzy gromadzą potrzebne zasoby (np. know-how , kapitał itp.) w stowarzyszeniu i przekazują zadania, obowiązki i ryzyka odpowiednio partnerowi posiadającemu kompetencje w określonym obszarze ryzyka.⁶⁴

Podstawową ideą PPP jest to, że umiejętności i zasoby każdego sektora (publicznego i prywatnego) są udostępniane w celu dostarczenia usługi dla ogółu społeczeństwa. Oprócz dzielenia się zasobami każda ze stron dzieli się ryzykiem i premiuje potencjał w zakresie świadczenia. Obaj partnerzy wyciągają korzyści z tego partnerstwa w porównaniu do konwencjonalnych umów. Projekty PPP są przede wszystkim wynikiem bardziej wydajnego świadczenia usług publicznych, optymalizacji kosztów cyklu życia i transferu know-how.⁶⁵

Partnerstwo publiczno – prywatne przynosi takie korzyści zarówno dla podmiotów publicznych jak i prywatnych. W przypadku podmiotów publicznych PPP przyniesie lub przynajmniej podniesie wartość dla społeczeństwa w porównaniu z konwencjonalnymi projektami poprzez jeden lub więcej z poniższych czynników:⁶⁶

- Zmniejszone ryzyko,
- Sektor prywatny bierze na siebie ryzyko związane z kosztami cyklu życia: Opłacalność i przede wszystkim niższy koszt w całym cyklu życia,
- Wyższa jakość usług,
- Dostęp do know-how sektora prywatnego,
- Skuteczniejsza i szybsza realizacja usług.

⁶⁴ B. Beck, PPP in Sweden and Germany, Department of Real Estate and Construction Management Real Estate Economics, Stockholm 2010.

⁶⁵ Ibidem

⁶⁶ Ibidem

Poza tym PPP zmniejsza inwestycje publiczne. PPP łączy kapitał publiczny i prywatny w rękach partnera prywatnego, ale pod kontrolą partnera publicznego. Z powodu kurczących się budżetów uzyskanie dostępu do alternatywnych źródeł kapitału niż budżet publiczny jest szansą na realizację ważnych i pilnych projektów, gdy inne mogą nie być możliwe.⁶⁷

W przypadku podmiotów prywatnych PPP daje dostęp do bezpiecznych, długoterminowych możliwości finansowych. Partnerzy prywatni mogą prowadzić usługi z względną pewnością i bezpieczeństwem kontraktu rządowego. Płatność jest świadczona na przykład za pomocą zakontraktowanej opłaty za usługę, a strumień przychodów może być bezpieczny nawet przez 15 lat lub więcej.⁶⁸

Partnerzy z sektora prywatnego mogą czerpać zyski z PPP, osiągając korzyści dzięki zdolnościom kierowniczym, technicznym, finansowym i innowacyjnym. Mogą również zwiększyć swoją zdolność PPP i wiedzę specjalistyczną - lub ich doświadczenie w danym sektorze - które następnie można wykorzystać w celu stworzenia dodatkowych możliwości biznesowych.⁶⁹

4.1.1. SPC w Niemczech

Zmiana struktury organizacyjnej SPC w Niemczech nie jest potrzebna. To SPC w wyniku analizy zostało wybrane modelowym SPC w tej kwestii i funkcjonuje prawidłowo.

Niemiecki rząd mocno wspiera PPP i ma liczne organy promocji PPP. Porozumienie koalicyjne między partiami politycznymi rządu federalnego z dnia 26 października 2009 r. wyraźnie wspomina, że rząd będzie promował PPP. Przewiduje się, że inwestycja w PPP w Niemczech będzie prawdopodobnie nadal rosła w wyniku tego wsparcia.

W niemieckim SPC zatrudnione na stałe są 4 osoby. Dodatkowo zazwyczaj jednocześnie dwie osoby odbywają staż wspomagając prace centrum. Jak widać na przykładzie tego SPC taka liczba pracowników jest wystarczająca, żeby skutecznie realizować zaplanowane zadania. W związku z tym nie wydaje się koniecznym zwiększenie liczby stałych pracowników centrum.

4.1.2. SPC w Szwecji

SPC w Szwecji jest zarejestrowane jako stowarzyszenie. Jest całkowicie niezależną od administracji rządowej organizacją, która nie ma bezpośredniego wpływu na funkcjonowanie tego SPC.

Będąc stowarzyszeniem ma podobne możliwości prowadzenia działań jak SPC w Niemczech. Zakres jego zadań i sposób funkcjonowania regulowany jest przez statut stowarzyszenia. SPC w Szwecji zrzesza 104 członków zarówno z sektora publicznego, jak i prywatnego, natomiast nie działa w ramach PPP. Współpracuje jednak z administracją rządową i regularnie się spotykają w celu omawiania potrzeb, planów i metod ich realizacji. Organy administracji rządowej znajdują się w sieci członków SPC, w związku z czym aktywnie wspierają jego działania.

⁶⁷ B. Beck, PPP in Sweden and Germany, Department of Real Estate and Construction Management Real Estate Economics, Stockholm 2010.

⁶⁸ Ibidem

⁶⁹ Ibidem

Biorąc pod uwagę wskazane powyżej korzyści partnerstwa publiczno-prywatnego krokiem wartym podjęcia byłoby utworzenie takiego partnerstwa, które wzmocniłoby struktury organizacji i zwiększyło możliwości wspierania rozwoju SSS.

W SPC w Szwecji na stałe zatrudnione są dwie osoby. Obecny stan ma dobre i złe strony. Przy tak dużej sieci członków, przy tak rozwiniętych planach marketingowych i strategiach rozwoju nakłady pracy są znaczne i w tym kontekście możliwości dwóch osób mogą okazać się niewystarczające. W tym wypadku warto byłoby zwiększyć liczebność zespołu przynajmniej o jedną osobę, tak aby jedna osoba pełniła funkcję dyrektora zarządzającego, jedna zajmowała się marketingiem i jedna administracją. Warto również zaangażować praktykantów lub stażystów. Dzięki temu realizowałoby aspekt edukacyjny kształcąc młodych ludzi i przygotowując ich do pracy w sektorze morskim lub transportu intermodalnego.

Z drugiej jednak strony praca w tak małym zespole daje dużą elastyczność i duży zakres decyzyjności. Powoduje mniej problemów organizacyjnych i daje dużą swobodę działania. Wszystko to powoduje, że działania tego SPC są bardzo skuteczne. Obecnie, jeżeli wykonanie konkretnego zadania wymaga zaangażowanie większej liczby osób, to wówczas poszczególne prace zleca się na zewnątrz.

4.1.3. SPC w Finlandii

SPC w Finlandii nie ma formy stowarzyszenia i nie jest niezależną organizacją. Funkcję centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu w Finlandii pełni Centrum Studiów Morskich, które jest częścią Brahea Center, jednostki wchodzącej w skład Uniwersytetu w Turku, świadczącej międzynarodowe usługi badawcze i szkoleniowe.

SPC w Finlandii będąc w strukturach Uniwersytetu w Turku czerpie z tego pewne korzyści, ale również generuje to ograniczenia. Nie będąc niezależną organizacją pozostaje pod wpływem uniwersytetu i Centrum Brahea. W związku z tym działalność tego SPC jest podporządkowana zasadom i regulaminom jednostki macierzystej. Ogranicza to swobodę działania. Z drugiej strony będąc częścią uniwersytetu może zyskiwać na wiarygodności. Obecna struktura jest również dość wygodna. SPC nie musi się martwić o płynność finansową – problem ten leży po stronie uniwersytetu. Aczkolwiek taka sytuacja jest nierozwojowa i może powodować, że fińskie SPC jest w fazie stagnacji.

Mimo licznych korzyści takiej struktury organizacyjnej, wydaje się, że bardziej korzystne byłoby wydzielenie się z tych struktur i stworzenie całkowicie niezależnej organizacji. Nie wyklucza to oczywiście możliwości włączenia Uniwersytetu i Centrum Brahea do sieci członków tego SPC. Dzięki temu utrzymano by ścisłą współpracę z uniwersytetem a zyskano by całkowitą swobodę działania.

Według opinii przedstawiciela fińskiego SPC w fińskich warunkach nie ma możliwości wydzielenia się ze struktur uniwersytetu. W Finlandii funkcjonuje bardzo duża liczba stowarzyszeń, klastrow itp. SPC jako kolejne niezależne i małe stowarzyszenie nie miałyby szans przebicia i nie byłoby w stanie utworzyć sieci członków. W związku z tym bardzo ciężko byłoby zdobyć finansowanie. Wobec tego fińskie SPC musi pozostać w obecnej strukturze organizacyjnej.⁷⁰ Jednak gdyby będąc niezależną organizacją weszło w PPP i otrzymało tym samym wsparcie merytoryczne, wizerunkowe i finansowe

⁷⁰ Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem fińskiego SPC z dnia 30.04.2018 r.

to efekty takiego kroku okazałyby się pozytywne. Otworzyłyby to możliwości opisane wcześniej, na początku podrozdziału 4.1.

Stworzenie niezależnej organizacji, np. w formie stowarzyszenia otworzyłyby nowe możliwości pozyskiwania finansowania, które obecnie są znacznie ograniczone i sprowadzają się jedynie do finansowania działań SPC z projektów europejskich. Fundusze Europejskie są bardzo dobrym źródłem, natomiast nie generują przychodów, które mogłyby zostać przeznaczone na rozwój SPC i skuteczniejszą realizację jego celów i założeń. Projekty europejskie zazwyczaj są refinansowane, więc najpierw trzeba wyłożyć pieniądze, tzn. kredytować działalność SPC. Jest to między innymi przyczyną działania tego SPC w strukturach uniwersytetu.

Poza tym nie będąc niezależną organizacją, fińskie SPC nie ma możliwości wstąpienia do sieci ESN. Przez to nie może być beneficjentem korzyści płynących z członkostwa w tej sieci. Skutkiem tego jest również utrudniona współpraca z innymi europejskimi centrami promocji.

W SPC w Finlandii nie ma osób zatrudnionych na stałe. Jeden pracownik pełni funkcję osoby kontaktowej. Według opinii przedstawiciela SPC nie ma możliwości zatrudnienia dodatkowych osób. Nie ma na to finansowania i władze uniwersytetu nie wydadzą zgody na stworzenie dodatkowych etatów w ramach SPC. Poza tym, nie ma takiej potrzeby. W warunkach fińskich nie ma potrzeby rozbudowywania centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu, ponieważ znaczną część ich zadań wykonuje ministerstwo, które dba o kontakty i potrzeby przedsiębiorców w Finlandii⁷¹. Jednak jak widać na przykładzie niemieckim lub szwedzkim SPC działając jako niezależne stowarzyszenie może znacząco się rozwinąć i odgrywać istotną rolę w promocji SSS i IWT.

4.1.4. SPC na Litwie

Centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu na Litwie funkcjonuje w strukturach Departamentu Marketingu Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie. Tak jak w przypadku SPC w Finlandii nie jest to niezależna organizacja i podlega instytucji macierzystej. Nie ma tam osób dedykowanych wyłącznie do pracy nad promocją żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Działania te włączone są w zakres obowiązków pracowników departamentu marketingu.

Mimo, że sytuacja wydaje się być podobna jak w Finlandii to jednak w tym wypadku jest inaczej. SPC działa w ramach portu morskiego, którego nadrzędną funkcją jest działalność ściśle związana z transportem morskim, w tym transportem morskim bliskiego zasięgu. W związku z tym wszystkie działania nakierowane są na rozwój portu i rozwój transportu morskiego. Naturalnie w interesie portu morskiego jest intensywna promocja żeglugi morskiej i transportu intermodalnego. Powoduje to, że nie ma potrzeby tworzenia stanowisk pracy specjalnie dedykowanych do zadań SPC.

Port w Kłajpedzie jest portem podlegającym organom rządowym. Oznacza to, że ściśle współpracuje z administracją rządową. Jako port morski ma bezpośrednią styczność z sektorem prywatnym, z którym współpracuje tworząc sieć partnerów biznesowych. W związku z tym czerpie podobne korzyści jak w przypadku partnerstwa publiczno – prywatnego.

SPC na Litwie pośród badanych centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu jest wyjątkowym przypadkiem. Mimo tego, że nie działa na zasadach modelowego SPC w Niemczech to efekt jego

⁷¹ Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem fińskiego SPC z dnia 30.04.2018r.

działań jest porównywalny. W tej sytuacji zmiany struktury organizacyjnej nie są potrzebne, a obecnie funkcjonujące są właściwe i odpowiednie do realizacji celów i założeń SPC.

Przed utworzeniem SPC analizowano różne warianty, różne formy prawne w celu wyboru takiego modelu, które zagwarantuje największe szanse powodzenia. Ostatecznie uznano, że najlepszym wyjściem jest wejście w struktury już istniejącej organizacji, która działa na rynku od wielu lat, jest dobrze postrzegana, rozwija się i pełni ważną w funkcję w systemie transportowym Litwy. Organizacją tą okazał się być Port w Kłajpedzie.

Mimo to, że ta forma jest optymalna to nie jest bez wad. Funkcjonowanie w strukturach organizacyjnych Portu w Kłajpedzie wiąże się z bezwzględnym podporządkowaniem zasadom panującym w porcie. Oznacza to, biurokrację i inne ograniczenie, które pośrednio mogą wpłynąć na przebieg niektórych działań SPC. SPC finansowane jest z opłat pobieranych w tytule prowadzenia działalności portowej i dzięki temu to centrum promocji ma zagwarantowaną płynność finansową.

Nie ma potrzeby zatrudniania dodatkowych osób. W dziale Marketingu pracuje 6 osób. Osoby te zaangażowane są we wszystkie działania promocyjne, zarówno samego Portu w Kłajpedzie, jak i ogólnie żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.

Jeżeli wykonanie określonej pracy wymaga dodatkowych zasobów ludzkich, to wówczas poszczególne zadania są zlecane na zewnątrz. Outsourcing w przypadku czasowej intensyfikacji działań jest efektywniejszy ekonomicznie i wykonawczo, niż zatrudnienie dodatkowej osoby.

Departament Marketingu nie angażuje również studentów ani stażystów. Takie rozwiązanie wbrew pozorom może utrudnić pracę. Aby takie osoby dobrze wykonywały swoją pracę, trzeba je przeszkolić, co powoduje, że jeden z pracowników musi zawiesić swoją pracę i poświęcić się nauczaniu. Ostatecznie zmniejsza to liczbę osób realizujących konkretne działania w określonym czasie. Natomiast takie podejście eliminuje aspekty edukacyjny i szkoleniowy, które powinny być wpisane w działalność centrum promocji, w związku z tym mimo wszystko zaleca się angażowanie stażystów lub praktykantów do pomocy w prowadzeniu SPC.

Podsumowując litewskie SPC różni się od niemieckiego modelowego centrum promocji, natomiast w warunkach litewskich i w związku z obecną formą funkcjonowania i jej skutecznością nie zaleca się jej zmiany i tworzenia niezależnego stowarzyszenia. Według przedstawiciela litewskiego SPC obecna struktura organizacyjna jest optymalna i nie powinna być zmieniona. Obecnie bardzo dobrze funkcjonuje i realizuje wszystkie swoje cele. W warunkach litewskich działanie w ramach tak dużej instytucji jak Port w Kłajpedzie stwarza znacznie większe możliwości rozwoju i prowadzenia działań promocyjnych, niż w przypadku gdyby była niezależnym stowarzyszeniem⁷². Bycie częścią Portu w Kłajpedzie nadaje zdecydowanie inny wymiar, zwiększa rangę i bez wątpienia zwiększa szanse na dojdzie do podmiotów docelowych.

4.1.5. SPC w Polsce

SPC w Polsce jest stowarzyszeniem. Jest organizacją niezależną od administracji rządowej, natomiast nawiązuje z nią współpracę. W tym centrum nie ma osób zatrudnionych na stałe, a osoby odpowiedzialne za jego funkcjonowanie pracują na zasadzie wolontariatu.

⁷² Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem litewskiego SPC dnia 27.04.2018 r.

Forma tej organizacji jest poprawna. Jako stowarzyszenie ma duże możliwości działania. Implikuje to wiele sposobów pozyskiwania finansowania i z pewnością nic nie stoi na przeszkodzie, aby to SPC rozwinęło się tak jak inne wiodące SPC w Europie.

Zagrożeniem dla dalszego sprawnego funkcjonowania może być brak osób zatrudnionych wyłącznie do wykonywania zadań SPC. Wolontariat jest bardzo szlachetną formą zaangażowania, zwłaszcza jeżeli dotyczy tak istotnej kwestii jak rozwój transportu wodnego. Aczkolwiek biorąc pod uwagę zasady działania rynku pracy nie jest możliwą w dłuższej perspektywie efektywna praca na zasadzie wolontariatu. Wolontariusz nie pobierając wynagrodzenia musi jednocześnie pracować w innym miejscu. Powoduje to, że jego uwaga dzieli się na dwa lub więcej miejsca pracy, zaznaczając przy tym, że wówczas większość uwagi i czasu spędza na pracy zarobkowej. Pojawia się obawa, że na działania SPC przeznaczana jest minimalna ilość czasu, co uniemożliwia realizację wyznaczonych zadań i planów marketingowych. W związku z tym sugeruje się konieczność utworzenia stałych miejsc pracy w tym centrum. Innym rozwiązaniem może być nie wiązanie zarządu ze stowarzyszeniem żadnym stosunkiem pracy, a wynagrodzenie może być wypłacane na mocy uchwały ze środków pochodzących ze składek członkowskich lub innych źródeł finansowania. Zniweluje to konieczność tworzenia stałych miejsc pracy a wolontariat zamieni się w pracę zarobkową. Z pewnością zwiększy to skalę zaangażowania w prace SPC i zintensyfikuje działania promocyjne tego centrum.

Tak jak w przypadku SPC w Szwecji czy Finlandii warto byłoby wówczas utworzyć partnerstwo publiczno – prywatne. Zapewni to dostęp do dodatkowych funduszy, zwiększy możliwości rozprzestrzeniania informacji oraz polepszy możliwości wpływu na osoby decyzyjne w organach rządowych. W świetle zwiększającej się w Polsce świadomości o korzyściach transportu wodnego i intermodalnego oraz w związku z coraz liczniejszymi działaniami wspierającymi rozwój żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i żeglugi śródlądowej, działalność polskiego SPC doskonale wpisze się w politykę transportową kraju i będzie mogło w pełni wykorzystać swój potencjał. Będąc w partnerstwie publiczno-prywatnym Polskie SPC będzie miało istotny wpływ na rozwój SSS i wodnego transportu śródlądowego.

	2				
--	---	--	--	--	--

4.2. Pozyskiwanie dodatkowych źródeł finansowania

Rodzaje źródeł finansowania działań każdego SPC zależą od struktury organizacyjnej. Niektóre SPC są stowarzyszeniami członkowskimi z bezpośrednimi opłatami członkowskimi, inne są częścią większej organizacji. Opłaty członkowskie i finansowanie rządowe są najczęściej wykorzystywanymi źródłami finansowania. Niektóre SPC organizują imprezy z opłatą za wstęp. Udział w projektach badawczo-rozwojowych jest dość powszechny, biorąc również pod uwagę wspólne projekty realizowane z członkami ESN. ⁷³

⁷³ Report on embedded networking actions by SPCs to promote SSS and intermodality, Deliverable 5.3 – PROPS Project 2011.

Zalecanymi źródłami finansowania są:

- Składki członkowskie,
- Subwencje rządowe,
- Granty badawcze i operacyjne,
- Opłaty za wydarzenia,
- Opłaty pobierane od klientów,
- Sponsoring biznesowy,
- Darowizny,
- Kredyt bankowy,
- Narzędzia internetowe (banery reklamowe na stronach internetowych SPC).

W zasadzie istnieje pięć głównych sposobów pozyskiwania finansowania, z którymi powinny korzystać wszystkie SPC i są to: fundusze europejskie, opłaty członkowskie, opłaty za wydarzenia i narzędzia internetowe.

Pozyskiwanie funduszy z UE jest dobrym sposobem finansowania działalności SPC. Jednak nie generują one przychodów. Refinansują większość kosztów ponoszonych w trakcie realizacji projektu. Z funduszy mogą być pokryte wszystkie pozycje budżetowe zawarte z aplikacją, które są zgodne z danym programem. SPC powinny realizować projekty europejskie jako regularni partnerzy, a w budżecie zawierać takie pozycje, które pozwolą na rozwój SPC i realizację celów statutowych.

SPC będące stowarzyszeniami członkowskimi naturalnie mogą i pobierają opłaty członkowskie. Opłaty te różnią się w zależności od kraju. Ta forma pozyskiwania finansowania może stanowić znaczną część rocznego budżetu danego SPC i może mieć znaczący wpływ na jego funkcjonowanie. SPC w Finlandii nie będąc niezależną organizacją nie ma możliwości pobierania składek członkowskich, w związku z czym pozbawia się możliwości dodatkowego finansowania.

Dobrym źródłem finansowania są również opłaty pobierane za organizację wydarzeń, takich jak konferencje ogólnokrajowe. Za uczestnictwo w takim wydarzeniu często trzeba uiścić opłatę w wysokości ok 300 – 400 euro, lub też znacznie więcej. Wysokość opłaty zależy od rangi spotkania i atrakcyjności danej tematyki.

Dodatkowym źródłem pozyskiwania finansów może być również korzystanie z narzędzi internetowych, takich jak banery reklamowe. Podmioty prywatne mogą reklamować swoje przedsiębiorstwa na stronie internetowej SPC poprzez umieszczenie ich logo i odnośnika w banerze reklamowym. Stawki za taką usługę również w tym wypadku są różne. Zależą od pozycji na stronie, od zainteresowania danym SPC ze strony odbiorców itp.

Piątym sposobem jest praca badawczo-rozwojowa i tworzenie publikacji, opracowań i ekspertyz dla administracji rządowej lub na potrzeby podmiotów prywatnych. Przychód z takiej działalności różni się w zależności od stopnia skomplikowania danego zagadnienia i może wahać się od kilku do kilkudziesięciu tysięcy EUR. W związku z tym tworzenie opracowań komercyjnych może znacznie zasilić budżet SPC i ostatecznie zwiększyć możliwości rozwoju.

4.2.1. SPC w Niemczech

Niemieckie SPC również w tym wypadku wydaje się działać modelowo. Wykorzystuje wiele możliwości pozyskiwania dodatkowych funduszy. Pobiera opłaty członkowskie, funkcjonuje w ramach

PPP, prowadzi działalność konsultingową i doradczą, tworzy ekspertyzy oraz organizuje wydarzenia. Łącznie pozyskuje ok 500 tys. EUR rocznie.

Dodatkowych źródeł finansowania w tym przypadku można doszukiwać się w niepełnej sieci członkowskiej. Obecnie 11 z 16 krajów federalnych Niemiec jest w sieci członków. Wobec tego wciągnięcie do sieci pozostałych pięciu krajów przyniesie dodatkowe 75 tys EUR rocznie, biorąc pod uwagę to, że kraje związkowe płacą składkę członkowską w wysokości 15 tys EUR rocznie.

4.2.2. SPC w Szwecji

Szwedzkie SPC może liczyć na roczny budżet w wysokości 300 tys EUR. Generowany jest ze składek członkowskich pobieranych od 104 członków stowarzyszenia. Jest to wystarczający budżet do prowadzenia działalności SPC, natomiast można go dodatkowo powiększyć. Szwedzkie SPC częściowo dąży do wypracowania modelu podobnego do niemieckiego. Dodatkowe przychody pozyskuje z działalności konsultingowej i doradczej i w działaniach tych widzi przyszłość centrum.

Szwedzkiemu centrum można sugerować poszukiwanie dodatkowych źródeł finansowania w narzędziach internetowych oraz w większym zaangażowaniu środków publicznych.

4.2.3. SPC w Finlandii

Fińskie SPC, jak wspomniano już wcześniej pozyskuje finansowanie jedynie z tytułu realizacji projektów europejskich. Dzięki temu, że fińskie SPC działa w strukturach Uniwersytetu w Turku, to ma zapewnioną ciągłość w finansowaniu. Uniwersytet kredytyje działania SPC i otrzymuje później zwrot z funduszy europejskich. W sytuacji tego SPC ciężko jest mówić o pozyskiwaniu dodatkowych źródeł finansowania. To centrum jest całkowicie zależne od uniwersytetu, który dysponuje budżetem SPC i to właściwie on ustala ilość środków jakie przeznaczy na jego utrzymanie. W związku z tym jakkolwiek formę dodatkowego finansowania by nie wymyślono to i tak nie będzie ona bezpośrednio przypisana do SPC. Uniwersytet jest instytucją, która wchłonie każdą ilość funduszy ze względu na ogromne potrzeby. SPC pozyskując nowe źródła finansowania nie wesprze swojej działalności, a wszystkie środki stanowiące nadwyżkę obecnego zapotrzebowania zostaną przekierowane właśnie do uniwersytetu. Implikuje to potrzebę wydzielenia się ze struktur uniwersytetu i utworzenie niezależnej organizacji, aby móc rozważać dodatkowe źródła finansowania. Wówczas fińskie SPC do finansowania powinno wykorzystywać pięć głównych źródeł wskazanych na początku tego podrozdziału.

4.2.4. SPC na Litwie

Również w przypadku finansowania litewskie SPC jest wyjątkowym przypadkiem w gronie rozważanych centrów promocji. Jest całkowicie zależne od Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie, który dysponuje budżetem SPC. Jednak litewskie SPC wchodzi w skład Departamentu Marketingu, który jednocześnie i głównie jest odpowiedzialny za wizerunek portu i rozwój jego planów marketingowych. Powoduje to, że praca tego SPC jest bardzo istotna dla działalności portu, wobec czego SPC nie ma problemów z płynnością finansową. Natomiast w związku z tym, że litewskie SPC działa w strukturach Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie to ma ograniczone możliwości pozyskiwania dodatkowego finansowania.

Nie wyklucza to możliwości uczestnictwa w projektach europejskich. W zeszłym roku, tj. w 2017, SPC na Litwie brało udział w 3 projektach. Jednym z nich był flagowy projekt finansowany z programu INTERREG Baltic Sea Region – Green Cruise Project. Jest to projekt dotyczący pasażerskiej żeglugi

morskiej. Wobec tego SPC może pozyskiwać dodatkowe finansowanie z Unii Europejskiej i dzięki tym funduszom może pokrywać koszty osobowe oraz bieżące potrzeby administracyjne.

Jeżeli chodzi o partnerstwo publiczno – prywatne, to niekiedy korzysta się z takiej formy finansowania. W przypadku organizowania konferencji lub innego dużego wydarzenia, wówczas często koszty organizacji dzieli się na podmioty prywatne i publiczne zaangażowane w realizację takiego przedsięwzięcia. Można wówczas powiedzieć, że wykorzystuje się mechanizmy PPP.

W związku z tym, że nie zaleca się zmiany struktury organizacyjnej litewskiego SPC to wyklucza się w tym wypadku możliwość pozyskiwania funduszy ze składek członkowskich, darowizn, subwencji i innych źródeł dostępnych dla stowarzyszenia. Litewskie SPC ma płynność finansową bazując na obecnych źródłach dochodów i może jedynie wspomagać swoją działalność uczestnicząc w projektach europejskich, wykonując odpłatną pracę naukowo-badawczą lub oferować płatne usługi doradcze i konsultingowe, tak jak w przypadku niemieckiego SPC.

4.2.5. SPC w Polsce

Polskie SPC utrzymuje się głównie ze składek członkowskich. Wynoszą one od 500pln do 5000pln, w zależności od typu członka. Sieć członków składa się z 29 podmiotów płacących i 14 podmiotów stowarzyszonych, nie płacących składek.

Oprócz składek członkowskich przychód generowany jest poprzez organizowanie wydarzeń i pobieranie opłat rejestracyjnych. Jak wspomniano wcześniej, polskie SPC jest głównym organizatorem konferencji Herring, dotyczącej żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Opłata rejestracyjna na tą konferencję wynosi 418,20 PLN brutto. Jest to dobrze rozpoznawana w branży konferencja, w związku z tym przynosi pewne dochody.

Poza tym to SPC korzysta również z funduszy europejskich uczestnicząc w projektach europejskich, takich jak ShipToNorway, dotyczący przewozów ładunków drogą morską między Polską i Norwegią.

Polskie SPC powinno również wspierać się internetowymi narzędziami, takimi jak banery reklamowe na stronie internetowej. Jednak, żeby takie źródło przynosiło dodatkowe dochody to polskie centrum musi być dobrze rozpoznawane w środowisku transportowym oraz zawartość jego strony internetowej musi być aktualizowana i atrakcyjna dla potencjalnego interesariusza. Im większe zainteresowanie będzie budziła, tym większe opłaty będzie można narzucić za umieszczenie reklamy danego przedsiębiorstwa w banerze reklamowym. Aby zwiększyć liczbę osób przeglądających stronę internetową i polepszyć statystyki, można skorzystać z takich narzędzi jak Google AdWords. Daje ono możliwość pojawiania się w wynikach wyszukiwania pod wybranymi frazami. Dzięki wielu opcjom można mieć pełną kontrolę nad frazami, pod którymi pojawi się SPC. Można prowadzić użytkowników do najlepszych i najtrafniejszych podstron, czyli np. do konkretnych stron z banerami reklamowymi, zwiększając tym samym atrakcyjność strony internetowej.

Polskie SPC jako stowarzyszenie ma również duże możliwości w realizacji komercyjnych prac naukowo – badawczych i eksperckich. Może z powodzeniem brać udział w przetargach, między innymi organizowanych przez Ministerstwo Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej i w ten sposób pozyskiwać dodatkowe środki.

Oprócz powyższego polskie SPC mogłoby podjąć starania w celu utworzenia PPP i utworzenia ścisłej współpracy z administracją rządową – z takimi organami jak Urząd Żeglugi Śródlądowej, Państwowe Gospodarstwo Wodne Wody Polskie czy Ministerstwo Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej.

Takie rozwiązanie z pewnością zwiększyłoby możliwości pozyskiwania finansowania na działania SPC.

		3			
--	--	---	--	--	--

4.3. Rozwój sieci członków

Członkostwo ma kluczowe znaczenie dla celów SPC. Skład sieci członków w dużej mierze decyduje o tym, co mogą osiągnąć. SPC definiują parametry członkostwa, aby wskazać, kto jest uwzględniony i wykluczony oraz dlaczego. Strategia organizacji, wraz z historycznym, kulturowym i politycznym kontekstem, pomaga kształtować podejście SPC do kryteriów i kategorii członkostwa. SPC musi reprezentować znaczną liczbę organizacji społeczeństwa i musi służyć swoim priorytetowym interesom.

Organizacje dołączają do sieci członków SPC jeżeli są przekonane, że warto i wnoszą znaczną wartość do ich pracy. Chcą wiedzieć, że członkostwo jest dobrze przemyślane, aby zapewnić, że ich własne aspiracje i cele SPC są komplementarne. Dlatego ważne jest, aby SPC ustanowiło i zakomunikowało swoje kryteria członkostwa w celu poinformowania potencjalnych członków organizacji, którzy mogą skorzystać na dołączeniu do sieci członków SPC.

Kryteria członkostwa zapewniają także powiązanie z obiektywnym filtrem wyboru odpowiednich członków, rozszerzając w ten sposób pewną miarę kontroli jakości i gwarantując wiarygodność. Ponadto posiadanie jasnych kryteriów członkostwa zapewnia członkom wspólne interesy i obawy, na które krajowe stowarzyszenia starają się odpowiedzieć. Kryteria członkostwa będą różne, od stowarzyszenia do stowarzyszenia w zależności od celu i programów stowarzyszenia krajowego.

Kryteria członkostwa są często podzielone na dwa rodzaje: te, które akceptują szeroki zakres organizacji jako członków, o ile członkowie wspierają wartości i misję organizacji oraz te, które wymagają dowodu dostosowania organizacyjnego do roli członka.

Mimo to, że kryteria członkostwa różnią się w zależności od organizacji, często obejmują następujące wspólne wymagania:

- Dowód stabilności finansowej, dobrego zarządzania i sprawozdawczości rocznej,
- Gotowość do opłacania składek członkowskich,
- Zgoda na przestrzeganie regulaminu lub deklarowanych wartości,
- Deklaracja gotowości do zaangażowania w prace organizacji.

Większość organizacji oferuje różne rodzaje członkostwa i zróżnicowane opłaty, aby zapewnić członkom większą dostępność. Rodzaje członkostwa mogą zależeć od różnego stopnia zaangażowania i mogą obejmować członków pełnych, sieciowych, stowarzyszonych i ekspertów. Inne, takie jak dawcy lub urzędnicy rządowi, mogą należeć do kategorii obserwatorów. Zaangażowanie w stowarzyszenie może być również możliwe na podstawie projektu w określonym czasie i celu. Podczas gdy krajowe stowarzyszenia mogą oferować wybór rodzajów członkostwa, zasadniczo tylko członkowie organizacji mają udział w zarządzaniu.

Strategia rozwoju sieci członków określa, kogo SPC chce przyciągnąć jako członka oraz przedstawia różne sposoby ich przyciągnięcia i utrzymania. Strategia rozwoju członkostwa może być pomocna w podejmowaniu decyzji, które podsektory chce przyciągnąć i jak najskuteczniej i strategicznie inwestować swoje siły rekrutacyjne.

Istnieje wiele możliwości pozyskania i utrzymania nowych członków. Niektóre z nich przedstawiono poniżej:

- Oferowanie członkom możliwości korzystania z narzędzi SPC, z materiałów, uczestnictwa w seminariach, warsztatach lub corocznych spotkaniach,
- Oferowanie możliwości dzielenia się doświadczeniami – wpływaniem na decyzje SPC oraz rozszerzania przywództwa,
- Publicznie, np. w trakcie konferencji, okazywać uznanie dla pracy danego członka,
- Zapewnienie członkom możliwości spotkania, wymiany doświadczeń i korzystania z możliwości nawiązywania kontaktów, w tym spotkań twarzą w twarz i spotkań online
- Zaproszenie do udziału w pracach badawczo – rozwojowych,
- Oferowanie możliwości wsparcia przy zdobywaniu finansowania działalności danego członka,
- Certyfikat członkostwa, który zwiększa wiarygodność i prestiż organizacji,
- Możliwości nawiązywania kontaktów z innymi organizacjami i partnerami z sektora biznesu i sektora rządowego,
- Możliwości uczestnictwa w lobbingu i kampaniach marketingowych, promując tym samym podmiot prywatny lub publiczny reprezentowany przez danego członka SPC,
- Dostęp do dokumentów informacyjnych i badawczych (polityka, bazy danych i inne zasoby),
- Możliwość promocji danego członka poprzez umieszczanie informacji na stronie internetowej SPC,
- Częste konsultacje z członkami, aby lepiej określić i odpowiedzieć na ich potrzeby i priorytety.

Istnieją różne strategie tworzenia sieci członków, natomiast podstawowym mechanizmem przyciągania i zatrzymywania członków jest, aby SPC odpowiadało na potrzeby i interesy swojej sieci członków oraz całego sektora transportu. Zadowoleni członkowie i niezadowoleni, obaj mówią o tym, czy dołączyć do stowarzyszenia krajowego. Zadowoleni członkowie mają ogromny wpływ na przyciąganie potencjalnych nowych członków. Podobnie członkowie, którzy czują, że nie otrzymują wartości za inwestycję czasu i pieniędzy, rozpowszechniają negatywne wiadomości o danej organizacji. Dlatego SPC musi dbać o to, aby członkowie cenili członkostwo w organizacji.

Tworzenie innowacyjnych sposobów przyciągania i zatrzymywania członków jest nieustającym wyzwaniem, przed którym stoją organizacje członkowskie, takie jak SPC. Potencjalni członkowie muszą być wystarczająco świadomi wielu korzyści, które mają być motywacją do wstąpienia do sieci członków. Po uzyskaniu członkostwa muszą być przekonani o bieżących korzyściach, aby pozostać aktywni i odnawiać członkostwo. Ważne jest zatem opracowanie skutecznych strategii w celu przyciągnięcia i zatrzymania zainteresowanych członków.

Każde SPC zrzeszające członków, powinno zapewniać swoim członkom unikalne usługi. Niektóre mogą koncentrować się na usługach, które pomagają sektorowi wydajniej funkcjonować, takich jak usługi operacyjne, podczas gdy inne koncentrują się na budowaniu potencjału tego sektora, np. usługami badawczymi i szkoleniowymi. Niektóre organizacje priorytetowo traktują wymianę zasobów i doświadczeń, a inne koncentrują się na tworzeniu sieci poprzez organizację wydarzeń

branżowych. Większość krajowych stowarzyszeń zapewnia członkom możliwość uczestniczenia w kampaniach i wspólnych działaniach. Niezależnie od oferowanych usług, należy:

- Regularnie komunikować się z członkami i aktualizować ich potrzeby i wymagania, dostosowując przy tym oferowane przez SPC usługi,
- Aktywnie reagować na opinie członków na temat działalności SPC,
- Zapewniać stałą wysoką jakość wykonywanych usług, aby utrzymać wiarygodność,
- Regularnie promować swoje usługi poprzez różne środki dystrybucji informacji, szczególnie poprzez takie jak strona internetowa, facebook czy twitter, aby członkowie byli na bieżąco,
- Wyraźnie komunikować swoje możliwości i oczekiwania w stosunku do członków.

SPC muszą znaleźć sposoby zarządzania oczekiwaniami członków. Członkowie będą oceniać, czy dane SPC zaspokaja ich potrzeby, określając, w jakim stopniu usługi są świadczone i jak ich poglądy są reprezentowane. Konieczne jest dokładne wyjaśnienie, czego członkowie mogą oczekiwać od SPC.

Potencjalnych członków zachęcić można do wstąpienia do sieci członków, a już zrzeszonych do pozostania w niej, poprzez dostęp do narzędzi i usług związanych z transportem morskim bliskiego zasięgu i transportem intermodalnym, o których mowa w punkcie 5 niniejszego planu -*Narzędzia i usługi efektywnego wspierania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego*. Oprócz samego dostępu członkowie powinni mieć zapewnioną możliwość szkoleń w tym zakresie.

Jak wynika z analizy kwestionariuszy przekazanych przez poszczególne SPC w ramach projektu EMMA, członkostwo w poszczególnych SPC różni się liczbą i typem. SPC w Finlandii nie ma członków - najbliższymi interesariuszami są Fińskie Stowarzyszenie Armatorów, Fińskie Stowarzyszenie Portowe i organizacje rządowe związane z żeglugą. SPC na Litwie również nie ma członków. Szwedzkie Forum Morskie liczy 104 członków z sektora publicznego oraz prywatnego. Liczba członków SPC w Szwecji jest stała – rocznie odchodzi około 4-5 starych członków, na których miejsce przychodzi taka sama liczba nowych członków. Członkami SPC w Niemczech są BMVI, 11 stanów federalnych, 6 stowarzyszeń branżowych, a także 45 firm z żeglugi, portów, logistyki jak również spedytorzy – nie odnotowuje się znaczących zmian w liczbie członków. Członkowie SPC w Polsce podzieleni są na członków zwyczajnych i wspierających - obecnie ma 29 członków zwyczajnych i 14 członków wspierających.

4.3.1. SPC w Niemczech

Dzięki temu, że SPC w Niemczech działa w ramach partnerstwa publiczno – prywatnego, zrzesza wielu członków zarówno z sektora prywatnego jak i publicznego. Pokazuje to korzyści płynące z tworzenia takiego partnerstwa. Ma ono również znaczący wpływ na rozmiar sieci członków i ich typ.

Rozwój sieci członków SPC w Niemczech wydaje się być zadowalający. Skupia członków specjalizujących się w różnych dziedzinach z sektora transportu morskiego i transportu intermodalnego. Powoduje to, że możliwości i zakres usług tego SPC jest szeroki i zaawansowany.

SPC w Niemczech dostosowuje swoje usługi do indywidualnych wymagań danego członka. Wskazuje to na to, że więzi między członkami centrum są silne. Członkowie płacąc składkę członkowską oczekują spełnienia ich wymagań i oczekiwań. SPC w Niemczech podchodząc profesjonalnie do tej kwestii zapewnia sobie pozytywny rozgłos wśród potencjalnych członków i partnerów. Kreowanie

pozytywnego wizerunku poprzez świadczenie usług o niezmiennie wysokiej jakości jest najlepszym sposobem promocji i bez wątpienia jest domeną tego SPC.

Według SPC w Niemczech rozwój sieci członków są zadowalający. Świadczy to o skutecznej i dobrze przemyślanej strategii rozwoju sieci członków i o sprawnie funkcjonującym SPC. To centrum prowadzi ciągłą kampanię mającą na celu pozyskanie nowych członków. Na stronie internetowej umieszczona jest w tym celu broszura *A network of opportunities – Your advantage as a member*. Przykład niemieckiego SPC również w kwestii członkostwa wydaje się być modelowym. Wyraźnie widać rozwiniętą w Niemczech świadomość korzyści transportu intermodalnego.

Poniższy schemat przedstawia udział krajów federalnych w sieci członków niemieckiego SPC. Ciemniejszym kolorem zaznaczone zostały kraje, które są w sieci członków. Z pewnością korzystnym by było gdyby pozostałe kraje federalne również wstąpiły do sieci i aktywnie zaangażowały się w działania na rzecz rozwoju SSS i transportu intermodalnego.

Na stronie internetowej brakuje jedynie listy kontaktów i informacji promocyjnych dotyczących pozostałych członków z sektora prywatnego. W ramach składki członkowskiej, powinni mieć możliwość reklamowania swoich usług na wydzielonej podstronie portalu SPC. Całość działań w tym zakresie jak wspomniano wcześniej jest modelowa i powinna zostać przeniesiona po pozostałych SPC, objętych tą analizą. Do strony internetowej można by dodać dodatkowy moduł z interaktywną mapą obrazującą lokalizację i typ poszczególnych członków. Klikając na nazwę danego podmiotu ukazywałaby się krótka informacja z przekierowaniem do strony internetowej tego podmiotu. Takie narzędzie byłoby dobrze odbieranym i korzystnym dla członków oraz pokazywałoby skalę zaangażowania w zależności od regionu kraju.

W celu skutecznego pozyskiwania członków i utrzymania obecnych, powinno się stosować do wytycznych opisanych na początku podrozdziału 4.3.



Rysunek 4. Mapa krajów federalnych Niemiec będących w sieci członków niemieckiego SPC

Źródło: K2 Solutions Foundation

4.3.2. SPC w Szwecji

SPC w Szwecji zrzesza 104 członków. Sieć charakteryzuje się stałą liczbą członków i odnotowuje jedynie delikatne wahania. Zdarza się, że odchodzi ok 4 – 5 starych członków, ale na ich miejsce przychodzi taka sama liczba nowych.

W skład sieci członków wchodzi firmy, organizacje, stowarzyszenia, instytucje edukacyjne, władze i fundacje, firmy żeglugowe, firmy portowe, właściciele towarów, firmy ratingowe, banki, firmy ubezpieczeniowe, brokerzy, związki zawodowe, firmy konsultingowe, firmy transportowe i różne typy

instytucji kulturalnych i organizacji branżowych. Członkostwo w Forum Morskim jest sposobem wspierania wspólnych prac rozwojowych przemysłu morskiego i wysiłków na rzecz zwiększenia udziału żeglugi i wykorzystania dróg wodnych.⁷⁴ Członkostwo w stowarzyszeniu zgodnie ze statutem może być udzielane zarówno osobom fizycznym, jak i stowarzyszeniom oraz innym osobom prawnym. Wniosek o włączenie do stowarzyszenia jest składany do rady, która decyduje o mianowaniu członków. Dąży się do jak najszerzej sieci członków.⁷⁵

W poniższej tabeli wyszczególnieni są obecni członkowie SPC w Szwecji, natomiast na dalszym rysunku zobrazowana jest lokalizacja poszczególnych członków na mapie Szwecji.

⁷⁴ Strona internetowa Maritime Forum - [https://maritimeforum.se/om-oss/medlemmar_/,](https://maritimeforum.se/om-oss/medlemmar_/) dostęp z dnia 15.04.2018 r.

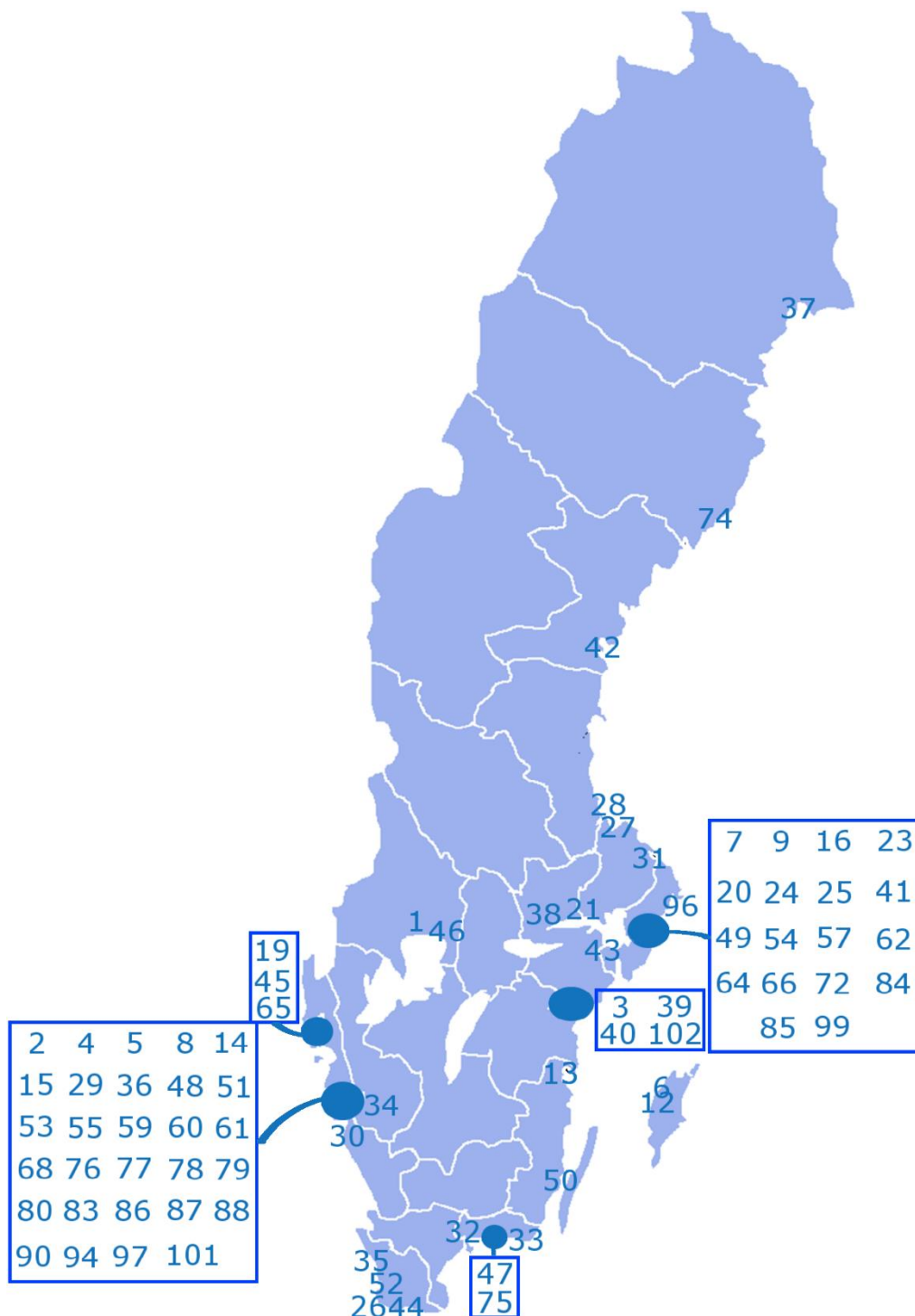
⁷⁵ STADGAR FÖR Sjöfartsforum, Senast reviderade på ordinarie föreningsmöte i Göteborg 2013- 03- 19.

Tabela 2. Członkowie SPC w Szwecji – Forum Morskiego

1.Ahlmark Lines AB	54.Energigas Sverige
2.Atlantic Container Line Sweden AB	55.Föreningen Svensk Sjöfart
3. Avatar Logistics AB	56.Föreningen Sveriges Varv
4.Concordia Maritime AB	57.Katarina Sjöfartsklubb/Stift. Sthlm Sjöfartshotell Kungliga Örlogsmannasällskapet
5. Charterfrakt Baltic Carrier AB	58.Riksföreningen Gästhamnar Sverige
6. Destination Gotland Erik Thun AB	59.SEKO
7.Eurofeeder Shipping AB	60.SEKO sjöfolk
8. Greencarrier Liner Agency Sweden AB	61.Sjöräddningssällskapet
9.Maersk Sverige AB	62.Skogsindustrierna
10.Northern Offshore Services AB	63.Skärgårdsredarna
11.Rederi AB Eckerö	64.Stockholms Handelskammare
12.Rederi AB Gotland	65.Svenskt Marintekniskt Forum, SMTF
13.Rederi Vega AB	66.Sveriges Hamnar
14.Sirius Shipping AB	67.Sveriges Skeppsmäklareförening
15.Stena AB	68.Swedish Pelagic Federation
16.Stena Oil AB	69.Vänersamarbetet
17.Strömma Turism & Sjöfart AB	70.Västra Götalandsregionen
18.Styrsöbolaget Svenska Orient Linien AB	71.Ålands Landskapsregering
19.Tarbit Shipping AB	72.Fairwater Marine AB
20.Team Lines Sverige AB	73.Nordea Shipping Offshore & Oil Svenska Skeppshypotek
21.Thor Shipping och Transport AB	74.Lantmännen Ekonomisk förening/Lantmännen Lantbruk
22.Trafikverket Färjerederiet Unifeeder Sweden AB	75.Preem AB
23.Wallenius Marine AB	76.Volvo Group Headquarters
24.Wallenius Wilhelmsen Logistics Waxholmsbolaget/ Trafikkontoret, Stockholms läns Landsting	77.Advokatfirman Lindahl
25.Viking Line Skandinavien AB	78.Bureau Veritas
26.Kopenhagen Malmö Port AB	79.China Classification Society P.R. China Filial, Sweden
27.YILPORT Gävle Container Terminal AB	80.DNV GL Sweden AB
28.Gävle Hamn AB	81.Fuelsolutions Sweden AB
29.Göteborgs Hamn AB	82.Hogia Ferry Systems

30.HallandsHamnar AB	83.Lloyd's Register EMEA
31.Hargs Hamn AB	84.Sjöblick AB
32.Karlshamns Hamn AB	85.Stockholms Reparationsvarv AB
33.Karlskrona Hamn	86.Swedish Club
34.Kvarkenhamnar AB	87.Topoil AB
35.Landskrona Hamn AB	88.TTS Marine AB
36.Logent Ports & Terminals AB	89.WSP Sverige AB, Analys & Strategi
37.Luleå Hamn AB	90.Wärtsilä Sweden AB, Services
38.Mälarhamnar AB	91.Hagnilsk AB
39.Norrköpings Hamn AB	92.Bertil Arvidsson Consulting AB Green Consulting Group
40.Oxelösunds Hamn AB	93.Jesjo Konsult
41.Stockholms Hamnar	94.Juridisk Byrå Sten Göthberg Sjökonsult
42.Sundsvalls Hamn AB	95.Next Part
43.Södertälje Hamn AB	96. Poseidon Konsult AB
44.Trelleborgs Hamn AB	97.Rydbergh Marine Benchmark AB
45.Wallhamn AB	98.Södahl & Partners
46.Vänerhamn AB	99.Vattenbussen AB
47.Ystad Hamn Logistik AB	100.Zeber AB
48. Chalmers Tekniska Högskola, Mekanik och maritima vetenskaper	101.Svenska Mässan
49.Kungliga Tekniska Högskolan, Marina System Lighthouse	102.Söderköpings Brunn AB
50.Linnéuniversitetet/Sjöfartshögskolan	103.Ann Olofsson
51.SSPA Sweden AB	104.Anders Permin
52.World Maritime University	
53.Arbeitsförmedlingen Sjöfart	

Źródło: Maritimt Forums medlemmar 2017 - en intresseförening för det nationella maritime klustret med drygt 100 medlemmar, Maritime Forum, Sweden 2017.



Rysunek 5. Lokalizacja członków SPC w Szwecji

Źródło: K2 Solutions Foundation na podstawie danych z: Maritimt Forums medlemmar 2017 – en intresseförening för det nationella maritima klustret med drygt 100 medlemmar, Maritime Forum, Sweden 2017.

Powyższy rysunek wskazuje na to, że znaczna większość członków tego SPC zlokalizowana jest w rejonach przybrzeżnych Goteborga i Sztokholmu.

Kwestia członkostwa jest w szwedzkim SPC również traktowana poważnie i profesjonalnie. Na stronie internetowej można znaleźć informacje i opisy nowych członków, którzy w danym roku wstąpili do sieci. Można również pobrać dokument z listą wszystkich członków SPC.

Forum Morskie pracuje nad rozwojem przemysłu morskiego i wspiera członków. Robi to poprzez tworzenie dialogu z politykami i decydentami zarówno w branży, jak i poza nią. Dostarcza politykom, rządowi i mediom branżowym większą wiedzę na temat działalności morskiej. Organizuje wydarzenia, w których mogą spotkać się ludzie z branży morskiej.⁷⁶

Powyższe informacje pokazują jednoznacznie, że sieć członków szwedzkiego SPC jest bardzo dobrze rozwinięta. Rozmiar sieci jest stały, z niewielkimi wahaniami rocznymi. Nabór na członków tego SPC jest ciągle prowadzony i podmioty, które chcą dołączyć do tej sieci mogą wysłać formularz kontaktowy zamieszczony na stronie internetowej i wówczas otrzymają wszystkie niezbędne informacje.

Podobnie jak w przypadku SPC w Niemczech do strony internetowej można by dodać dodatkowy moduł z interaktywną mapą obrazującą lokalizację i typ poszczególnych członków. Klikając na nazwę danego podmiotu ukazywałaby się krótka informacja z przekierowaniem do strony internetowej tego podmiotu. Takie narzędzie byłoby dobrze odbieranym i korzystnym dla członków oraz pokazywałoby skalę zaangażowania w zależności od regionu kraju.

W celu skutecznego pozyskiwania członków i utrzymania obecnych, powinno się stosować do wytycznych opisanych na początku podrozdziału 4.3.

4.3.3. SPC w Finlandii

W podrozdziale 4.1. dotyczącym struktur organizacyjnych została opisana forma tego SPC i sposób jego funkcjonowania. W obecnej formie, fińskie SPC działające w ramach struktur Uniwersytetu w Turku i Centrum Brahea i nie będąc oddzielną organizacją nie może tworzyć sieci członków. To SPC obecnie może jedynie nawiązywać współpracę z różnymi podmiotami publicznymi i prywatnymi, natomiast bez zobowiązania i bez jakichkolwiek deklaracji. Zatem aby myśleć o tworzeniu sieci członków, najpierw należało by przejść przez proces wskazany w punkcie 4.1. Wówczas dalsze kroki powinny być podejmowane zgodnie z wytycznymi opisanymi na początku podrozdziału 4.3. i jednocześnie przejmując dobre praktyki z SPC w Niemczech i SPC w Szwecji.

4.3.4. SPC na Litwie

Litewskie SPC podobnie jak SPC fińskie, nie jest niezależną organizacją i działa w strukturach Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie Departamentu Marketingu. W związku z tym, że obecna forma działalności tego SPC, jak opisano w punkcie 4.1., jest efektywna i w tym wypadku nie zaleca się zmiany struktur organizacyjnych tego centrum, to również nie można w tym wypadku mówić o tworzeniu sieci członków. Należy stosować się do obecnych sposobów współpracy z podmiotami publicznymi i prywatnymi i oferować im stałe usługi na wysokim poziomie.

4.3.5. SPC w Polsce

Sieć członków SPC w Polsce obecnie składa się z 29 członków regularnych i 14 członków wspierających. Członkiem zwyczajnym Stowarzyszenia może być osoba fizyczna posiadająca pełną

⁷⁶ Strona internetowa Maritime Forum - <https://maritimeforum.se/om-oss/bli-medlem/>, dostęp z dnia 15.04.2018 r.

zdolność do czynności prawnych i nie pozbawiona praw publicznych, akceptująca statutowe cele Stowarzyszenia, a członkiem wspierającym może być osoba fizyczna lub prawna zainteresowana działalnością Stowarzyszenia, która zadeklarowała pomoc materialną.

Sieć członków SPC w Polsce w porównaniu z SPC w Niemczech i w Szwecji jest niewielka. Lista członków wspierających wyszczególniona jest na stronie internetowej, natomiast nie ma listy członków regularnych. Takie informacje również powinny być umieszczone na stronie internetowej, aby zapewnić członkom dodatkową promocję i zwiększyć ich korzyści z bycia członkiem.

SPC w Polsce nie dostosowuje swoich usług do indywidualnych wymagań danego członka. To centrum mogłoby czerpać dobre praktyki z niemieckiego SPC, oferując usługi zgodnie z indywidualnymi potrzebami danego członka w ramach opłat członkowskich. Wzmocniłoby to relacje i zwiększyło wiarygodność tego SPC.

Na stronie internetowej warto zamieścić podstronę dotyczącą możliwości wstąpienia do sieci członków wraz z opisem korzyści jakie z tego płyną. Z pewnością pozytywnie wpłynęło by to na liczebność sieci członków i poprawiłoby rozpoznawalność tego centrum.

SPC w Polsce będąc stowarzyszeniem mogłoby przystąpić do partnerstwa publiczno – prywatnego zrzeszając członków z administracji publicznej oraz podmioty z sektora prywatnego. Korzyści z takiej formy współpracy zostały opisane w podrozdziale 4.1. dotyczącym struktur organizacyjnych.

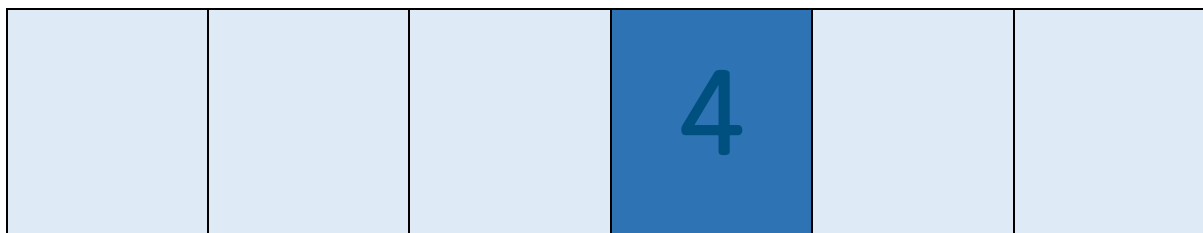
Podobnie jak w przypadku SPC w Niemczech i SPC w Szwecji do strony internetowej można by dodać dodatkowy moduł z interaktywną mapą obrazującą lokalizację i typ poszczególnych członków. Klikając na nazwę danego podmiotu ukazywałaby się krótka informacja z przekierowaniem do strony internetowej tego podmiotu. Takie narzędzie byłoby dobrze odbieranym i korzystnym dla członków oraz pokazywałoby skalę zaangażowania w zależności od regionu kraju.

Poza tym warto byłoby stworzyć broszurę informacyjną dla potencjalnych członków, która mogłaby być dystrybuowana podczas konferencji, seminariów i innych wydarzeń skupiających wielu przedstawicieli sektora transportu morskiego i transportu intermodalnego.

W celu przyciągnięcia nowych członków, SPC w Polsce powinno na swojej stronie internetowej zamieścić moduły zapewniające dostęp do takich narzędzi wspomagania rozwoju transportu morskiego bliskiego zasięgu i transportu intermodalnego jak RIS⁷⁷ czy hiszpański symulator transportu, o których mowa w punkcie 4.5. niniejszego opracowania. Zwiększyłyby to atrakcyjność tego SPC, zainteresowanie jego funkcjonowaniem oraz możliwości promocji i realizacji założonych celów.

W celu skutecznego pozyskiwania członków i utrzymania obecnych, powinno się stosować do wytycznych opisanych na początku podrozdziału 4.3.

⁷⁷ RIS – River Information System



4.4. Rozwój funkcjonalności i zakresu zadań

Usługi SPC muszą mieć policzalne znaczenie, np. oszczędność czasu i pieniędzy dla klientów. Nawet członkowie SPC powinni być uważani za klientów. Przyjmując ten punkt widzenia, SPC może rozwijać usługi w innowacyjny sposób. Biorąc pod uwagę to, że korzyści zależą od odbiorców, praktyczne usługi muszą zostać podzielone na różnych klientów. SPC muszą aktywnie poznawać potrzeby swoich klientów. Klienci zazwyczaj nie wiedzą, jakie są ich potrzeby, jednak SPC powinny podsuwać rozwiązania, a ponadto zaprojektować swoje pakiety usług, aby wytworzyć wymierną wartość dla klientów. SPC powinny określać swoje usługi jako pakiety prezentowane i sprzedawane klientom lub w celu przyciągnięcia sponsorów. SPC musi zdefiniować, komu świadczy usługi w obiektywny i neutralny sposób.⁷⁸

Przed wszystkim członkowie SPC powinni być traktowani jak klienci. A zatem usługi oferowane przez SPC powinny przynosić klientom wymierną korzyść, np.: oszczędność czasu lub pieniędzy.

SPC powinny wdrożyć nowe techniki medialne i technologię, o których mowa w kolejnym punkcie planu rozwoju centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu dotyczącej narzędzi i usług. Ich wdrożenie i codzienne wykorzystanie zwiększy szybkość świadczenia usług promocyjnych, ograniczy rutynową pracę i poprawi ogólną jakość. Zaleca się, aby oferta SPC obejmowała co najmniej trzy pakiety usług, takie jak:⁷⁹

- Pakiet dla użytkowników i potencjalnych użytkowników;
- Pakiet dla dostawców usług transportowych;
- Pakiet dla stowarzyszeń i grup reprezentacyjnych.

Zgodnie ze specyfiką lokalnych rynków SPC, pakiety te można definiować i sprzedawać w Internecie. Rada SPC powinna decydować o polityce cenowej. Również polityka cenowa będzie zależeć od wielkości rynku krajowego lub od tego, jaki jest zasięg SPC na tym rynku.⁸⁰

Członkowie SPC mogą zapisać się do tych pakietów, a ich opłaty członkowskie mogą się różnić w zależności od dostarczonego pakietu. Dla potencjalnych użytkowników pakiet może być oferowany na okres próbny przez jeden miesiąc.⁸¹

⁷⁸ Report on embedded networking actions by SPCs to promote SSS and intermodality, Deliverable 5.3 – PROPS Project 2011.

⁷⁹ Ibidem

⁸⁰ Ibidem

⁸¹ Ibidem

Centra promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego powinny wspierać i angażować się w takie projekty europejskie jak MONA LISA, podkreślając swój udział najlepiej jako partnerów regularnych.

MON ALISA ma na celu konkretny wkład w efektywny, bezpieczny i przyjazny dla środowiska transport morski. Odbyna się to za sprawą rozwoju, demonstracji i rozpowszechniania innowacyjnych usług e-nawigacyjnych dla przemysłu morskiego, który może położyć podwaliny pod przyszłe międzynarodowe wdrożenia.⁸²

Jednym z działań tego projektu było opracowanie funkcjonalnego systemu demonstracyjnego, którego ostatecznym celem jest rozszerzenie regionalnego udostępniania informacji na temat transportu morskiego na skalę globalną. Partnerzy dążyli do określenia rozwiązań wspierających dzielenie się zwiększonym zakresem informacji morskich między władzami morskimi. Opracowane rozwiązania wykorzystują najnowocześniejszą technologię i uwzględniają doświadczenia zdobyte w takich inicjatywach, jak HELCOM AIS i IALA-NET. Działalność była prowadzona przez Duńską Administrację Bezpieczeństwa na Morzu (lider ds. Działalności), GateHouse, SAAB TransponderTech i Szwedzką Administrację Morską.⁸³

Głównym założeniem centrów promocji jest wspieranie rozwoju transportu morskiego bliskiego zasięgu. Jednak ten rodzaj transportu nie może być traktowany wyłącznie jako konkurencja dla innych rodzajów transportu. Aby powstał spójny i wydajny ogólnoeuropejski system transportowy, to wszystkie rodzaje transportu muszą ze sobą współgrać i się uzupełniać. W związku z tym SPC powinny podejmować działania mające na celu wspieranie transportu intermodalnego, a nie tylko żeglugi morskiej bliskiego zasięgu.

4.4.1. SPC w Niemczech

SPC w Niemczech w tym wypadku również jest modelowym SPC. Prowadzi on działania promocyjne wszystkich rodzajów transportu. IWT jest kluczową kwestią w tym centrum, ponieważ rozpatruje wszystkie rodzaje transportu w kontekście multimodalnym i rekomenduje je w każdym indywidualnym przypadku zgodnie z ich mocnymi stronami. Bycie kolejnym stowarzyszeniem lobbystycznym, które realizuje jeden rodzaj transportu, nie spełniłoby wymagań rynku. Wśród członków SPC są: spółki żeglugi śródlądowej, porty śródlądowe i Federacja niemieckich portów śródlądowych. Dlatego kwestia IWT jest bardzo widoczna. Największy fundator, Federalne Ministerstwo Transportu i Infrastruktury Cyfrowej, również wspiera skupienie na IWT.

4.4.2. SPC w Szwecji

W świadomości szwedzkiego SPC nie ma rozgraniczenia pomiędzy SSS i IWT. Oba te rodzaje transportu są bardzo podobne, razem wchodzi w skład całego systemu transportowego i nie można ich rozpatrywać osobno. IWT jest przedłużeniem SSS w głąb lądu. SPC promując SSS musi jednocześnie promować IWT. W związku z tym SPC powinno łączyć zadania centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz żeglugi śródlądowej.

⁸² Strona internetowa Mona Lisa Project - <http://www.sjofartsverket.se/en/MonaLisa/EU-project-for-the-Baltic-Sea/>, dostęp z dnia 16.04.2018r.

⁸³ Broszura informacyjna projektu Mona Lisa

4.4.3. SPC w Finlandii

Zgodnie z opinią przedstawiciela fińskiego SPC w warunkach fińskich ciężko mówić o połączeniu funkcji centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i żeglugi śródlądowej. Żegluga śródlądowa w Finlandii praktycznie nie funkcjonuje, szczególnie w przypadku transportu ładunków. Głównym środkiem transportu jest transport drogowy. Jest to spowodowane głównie lokalizacją głównych ośrodków gospodarczych i rozmieszczeniem ich na obszarze Finlandii. SPC w Finlandii nie prowadzi żadnych działań ściśle nakierowanych na promowanie żeglugi śródlądowej i nie ma tego w planach.

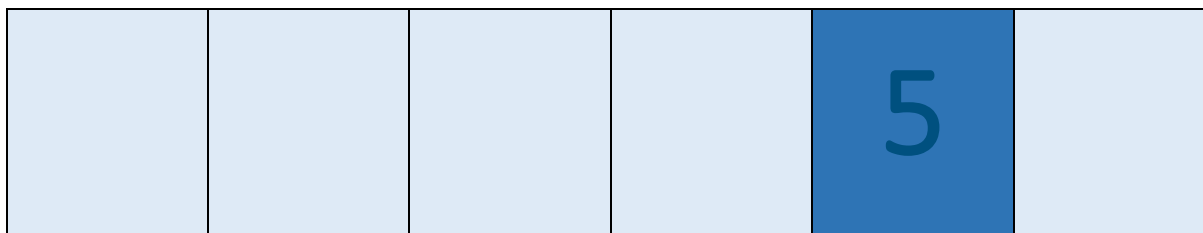
4.4.4. SPC na Litwie

W realiach litewskich połączenie zadań centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz żeglugi śródlądowej jest niemożliwe. Promocją i rozwojem SSS zajmuje się Departament Marketingu Zarządu Portu Morskiego w Kłajpedzie, natomiast rozwojem i promocją IWT zajmuje się State Enterprise Inland Waterways Authority (SEIWA). Urząd ten wyznaczony jest na zarządcę dróg wodnych na Litwie i jest odpowiedzialny za ich utrzymanie w okresie żeglugowym. W związku z powyższym Zarząd Portu Morskiego w Kłajpedzie nie może wchodzić w kompetencje SEIWA. Przejęcie tych zadań jest niemożliwe. Nie wyklucza to jednak współpracy, która istnieje i strony spotykają się w celu omawiania wspólnych celów, potrzeb i tworzenia planów. W związku z tym nie przewiduje się i nie planuje włączenia zadań promocji żeglugi śródlądowej do pracy SPC na Litwie.

4.4.5. SPC w Polsce.

Polskie SPC podobnie jak szwedzkie nie rozpatruje transportu wodnego w podziale na żeglugę morską bliskiego zasięgu i żeglugę śródlądową. Żegluga śródlądowa traktowana jest jako przedłużenie SSS. W związku z tym promując SSS promuje również IWT. Obecnie nie prowadzi jednak żadnych działań związanych wyłącznie z promowaniem IWT.

W świetle rozwoju wodnego transportu śródlądowego w Europie i nacisku UE na wspieranie rozwoju transportu intermodalnego, wszystkie SPC powinny pójść śladem SPC w Niemczech. Wszystkie działania prowadzone w celu promocji rozwoju żeglugi morskiego bliskiego zasięgu powinny zostać przeniesione również na promocję wodnego transportu śródlądowego.



4.5. Narzędzia i usługi efektywnego wspierania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego

W części dotyczącej dobrych praktyk w europejskich SPC wspomniano o tym, że najlepszymi i najskuteczniejszymi narzędziami do wspierania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz wodnego transportu śródlądowego są narzędzia i usługi IT. Technologia rozwija się w postępie wykładniczym i daje coraz większe możliwości. Tworzone są narzędzia, które są pomocne w podejmowaniu decyzji, wskazują najlepsze rozwiązania przy określonych parametrach wejściowych, a wyniki obliczeń przekazują w przejrzystych interaktywnych platformach multimedialnych. Narzędzia te w połączeniu z rozwiniętą siecią Internet oferują znacznie większe możliwości promowania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego, niż kilka lat temu. Dodatkową niewątpliwą zaletą jest dostępność do informacji 24 godz./dobę. W związku z tym obok tradycyjnych metod promocji poprzez konferencje, seminaria, ulotki, publikacje itp., to usługi i narzędzia IT powinny być najważniejszymi metodami dystrybucji informacji.

Wodny transport śródlądowy jest ciągle najrzadziej wybieranym rodzajem transportu do przewozu ładunków. Spowodowane jest to tym, że ten rodzaj transportu charakteryzuje się większą niepewnością i informacje o ruchu na rzekach, o aktualnym stanie dróg wodnych i o możliwościach transportu są znacznie trudniej dostępne niż w przypadku innych środków transportu i o wiele mniej kompletne. Aby operatorzy logistyczni i firmy spedycyjne chętniej wybierali rzeki do transportu ładunków, oprócz oczywiście kwestii technicznych, muszą wiedzieć co ich czeka na rzekach i mieć stały dostęp do takich informacji. Zadaniem centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego powinno być rozpowszechnianie informacji o takich usługach i narzędziach i w razie potrzeby pomoc w dotarciu do nich i nauka ich obsługi. Poniżej przedstawiono przykładowe narzędzia.

Symulator transportu⁸⁴



Pomocnym narzędziem w rozwoju żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego z pewnością jest wykorzystanie symulatora łańcucha dostaw. Narzędzie takie, jak już

⁸⁴ The SPC-Spain Transport Chain Simulator: A tool targeted at the road transport sector fostering the understanding and development of maritime intermodality, W: Fundacion Valencia Port newsletter, Valencia 2012.

wspomniano wcześniej w części dotyczącej dobrych praktyk wykorzystuje SPC w Hiszpanii. Symulator ten jest stworzony dla potrzeb rozwoju żeglugi morskiej bliskiego zasięgu, lecz z powodzeniem jego funkcjonalność można wykorzystać dla potrzeb wodnego transportu śródlądowego.

Głównym celem symulatora jest poinformowanie hiszpańskich i europejskich przewoźników o aktualnej ofercie usług morskich typu ro-ro w hiszpańskich portach. Poprzez symulację przedstawiono porównanie różnych kluczowych parametrów łańcucha transportu drogowego z jednej strony i łańcucha intermodalnego z drugiej strony, z odnogą morską, podkreślając w ten sposób przewagę konkurencyjną intermodalności morsko-śródlądowej.

Narzędzie jest skierowane do firm transportu drogowego i / lub operatorów logistycznych, dzięki czemu mogą oni zobaczyć, jak atrakcyjną ekonomicznie i zrównoważoną w przypadku większości międzynarodowych podróży jest alternatywa morsko-ładowa. Dostęp do symulatora jest bezpłatny dla wszystkich za pośrednictwem strony internetowej SPC w Hiszpanii: www.shortsea.es (bezpośredni link: <http://simulator.shortsea.es/simulador.aspx>).

W celu dostarczenia aktualnych informacji do morskiej bazy danych dotyczącej usług symulatora, centrum podpisało umowę o współpracy z Valenciaport Foundation, umożliwiając tym samym wykorzystanie bazy danych Fundacji LinePort, która kompiluje ofertę usług SSS.

Usługi morskie rozpatrywane przez symulator obejmują regularne linie żeglugowe wykorzystujące statki typu ro-ro / ro-pax, łączące porty hiszpańskie z portami Unii Europejskiej i krajami spoza UE z brzegiem graniczącym z morzami otaczającymi Europę oraz z ofertą alternatywną dla transportu drogowego.

Symulator oblicza następujące zmienne dla każdej trasy "od drzwi do drzwi" między dwoma punktami zarówno dla opcji "tylko dla drogi", jak i dla różnych alternatyw intermodalnych z odnogą morską:

- koszt,
- czas (godziny),
- koszty zewnętrzne,
- emisje CO₂.

Zmienne te są dostarczane dla całej trasy "od drzwi do drzwi", rozdzielając je dla każdego środka transportu w każdym trybie. Aby uzyskać dostęp do informacji zebranych przez symulator użytkownicy muszą wypełnić obowiązkowe pola pochodzenia i przeznaczenia towarów. Pozostałe parametry łańcuchów transportowych (obciążenie i prędkość pojazdu, koszt transportu jednostkowego, narzędzia itp.) mogą być personalizowane przez użytkowników, którzy chcą wykorzystać własne dane. Jeżeli takie dane nie zostaną wprowadzone, symulator wykorzystuje predefiniowane wartości wyświetlane użytkownikom. Symulator oferuje również możliwość wyboru dodatkowych opcji odnoszących się do rodzaju transportowanego ładunku, na przykład towarów niebezpiecznych lub chłodzonych.

Koszt transportu morskiego oblicza się przy użyciu stawek podanych przez linie żeglugowe lub domyślnie za pomocą średniego kosztu obliczonego na podstawie transportu morskiego. W obu przypadkach użytkownicy są wyraźnie poinformowani, że stosowane stawki są jedynie orientacyjne i jeśli życzą sobie dokładnej wyceny, powinni skontaktować się z linią żeglugową, korzystając z danych kontaktowych dostarczonych przez symulator.

Symulator oferuje również możliwość obliczenia kosztów zewnętrznych związanych z każdym łańcuchem, a także obliczenia odpowiednich emisji CO₂. W obliczeniach wykorzystano wskaźniki dostarczone przez Europejską Agencję Środowiska w zakresie emisji CO₂ oraz w programie ramowym dotyczącym kosztów zewnętrznych.

Przy obliczaniu czasu transportu uwzględnia się przepisy wspólnotowe dotyczące czasu jazdy i odpoczynku. Czasy transportu dla odcinka morskiego są określone przez linie żeglugowe.

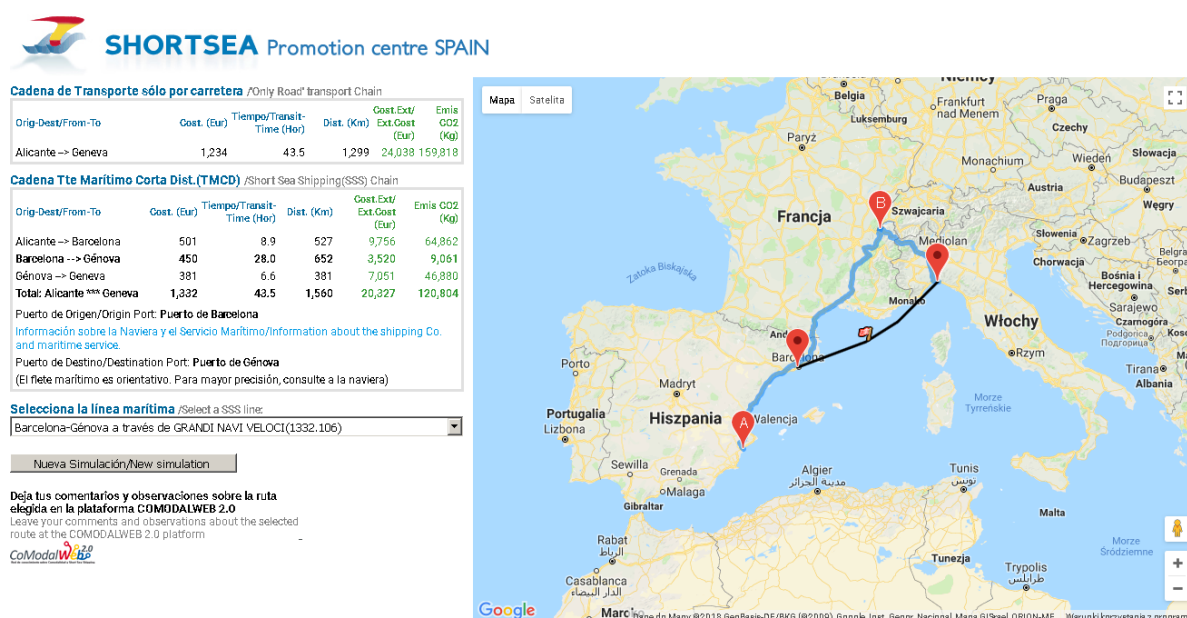
Symulator oferuje różne opcje (można łączyć), aby wybrać serwis morski do wykorzystania w łańcuchu intermodalnym:

- jedno lub kilka połączeń żeglugowych,
- linie morskie o wysokiej częstotliwości (3 lub więcej tygodniowych usług),
- "zalecane" linie morskie (te, których łańcuch intermodalny ma niższy koszt niż ich alternatywne drogi).

Po wprowadzeniu tej informacji do symulatora łańcucha oblicza i przedstawia on różne alternatywne środki transportu oraz wyniki ich zmiennych. Najpierw prezentowane są wyniki "wyłącznie drogowe", a następnie "trasy intermodalne". W celu wizualnego porównania uzyskanych wyników użytkownicy muszą jedynie aktywować opcję "pokaż wyniki na mapie", wyświetlając graficznie różne alternatywy.

Dodatkowo, aktywując opcję "Informacje o linii żeglugowej i usługach morskich", użytkownicy mogą uzyskać niezbędne dane kontaktowe, aby uzyskać informacje i dodatkowe szczegóły dotyczące usług, a także dokonać rezerwacji.

Wiarygodność danych zebranych przez symulator oraz umiejętność personalizacji takich danych, a także łatwość ich użycia, czynią z tego narzędzia bardzo przydatny instrument do oceny alternatyw transportowych. Co ważniejsze, stanowi to silny bodziec dla rozwoju SSS oraz jest doskonałym sposobem promocji, który powinien być wykorzystywany przez każdy SPC.



Rysunek 6. Wynik obliczeń symulatora łańcucha dostaw hiszpańskiego centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu

Źródło: Symulacja z dnia 13.04.2018 - <http://simulador.shortsea.es/Navegador.aspx>

River Information System



Dyrektywa w sprawie "Zharmonizowanych usług informacji rzecznej (RIS) na śródlądowych drogach wodnych we Wspólnocie", wymaga od państw członkowskich ustanowienia systemu informacji na drogach wodnych w oparciu o zawarte w niej wytyczne techniczne. Dyrektywa stanowi ogólnoeuropejskie ramy dla zharmonizowanego wdrożenia koncepcji RIS oraz kompatybilności i interoperacyjności obecnych i nowych systemów RIS w Europie. Wdrożenie RIS nie tylko poprawi bezpieczeństwo i efektywność ruchu śródlądowego, ale ma także wpłynąć na zmniejszenie negatywnych skutków środowiskowych.

Na drogach wodnych o międzynarodowym znaczeniu, które łączą się z innymi drogami wodnymi o podobnej klasie żeglugowej zgodnie z Dyrektywą Parlamentu Europejskiego nr 2005/44/EC z dnia 7 września 2005 r. należy wprowadzić system zharmonizowanych usług informacji rzecznej (RIS). Oznacza to obowiązek wdrożenia usług informacyjnych na temat taktycznych i strategicznych informacji o ruchu. Informacje te oparte są o zastosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych w celu odpowiedniego zarządzania ruchem żeglugowym tj. zarządzanie ruchem statków, zarządzanie budowlami hydrotechnicznymi, monitorowanie ruchu. Należy podkreślić, że inwestycje w usługi RIS są chętnie dotowane ze środków finansowych Unii Europejskiej.

Ideą wdrażania usług RIS w Europie jest umożliwienie swobodnego ruchu kapitanom żeglugi śródlądowej z różnych krajów i posługujących się różnymi językami po obszarach objętych systemami RIS. Wszystkie usługi są ujednoczone w taki sposób, że komunikat nadany w języku tranzytowego państwa automatycznie tłumaczony jest na język ustawiony w aplikacji, którą posługuje się kapitan statku. Wyróżnia się cztery grupy podstawowych usług RIS:

1. Śledzenie i namierzanie ruchu statków VTT (Vehicle Track and Tracing) jest usługą monitorującą ruch na drogach wodnych. Przy pomocy nowoczesnych technologii tj. kamer przemysłowych CCTV, radarów rzecznych, technologii automatycznej identyfikacji statków (AIS) śledzony jest ruch każdego statku na obszarze objętym RIS w celu umożliwiania odpowiedniego zarządzania ruchem.
2. Komunikaty dla kapitanów lub sterników statków NtS (Notices to Skippers) są usługą opartą o ujednoczony system przekazywania wiadomości z Centrum RIS do kapitanów lub sterników statków. Komunikaty podzielone zostały według następujących kryteriów:
 - a) FTM (Fairway and Traffic Related Messages) - informacje o ruchu żeglugowym, komunikaty nawigacyjne, informacje o przeszkodach nawigacyjnych lub innych utrudnieniach w ruchu,
 - b) WRM (Water Level Related Messages) – informacje związane z sytuacją hydrograficzną tj. poziomami wody, głębokościami tranzytowymi czy prześwitami mostowymi. Istnieją systemy, w których informacje te generowane są automatycznie na podstawie sieci sensorów rozstawionych wzdłuż drogi wodnej,
 - c) WARM (Weather Related Messages) – informacje związane z sytuacją meteorologiczną na drodze wodnej np. siła i kierunek wiatru, temperatura wody i powietrza, prognozy pogody itp.

Podobnie jak w przypadku WRM często systemy automatycznie generują aktualną informację na temat sytuacji meteorologicznej,

- d) ICE (Ice Messages) – wiadomości przekazujące informacje związane ze zjawiskami lodowymi.
3. Elektroniczne raportowanie statków ERI (Electronic Reporting Information) polega na wysyłaniu raportów związanych z transportem. Usługa dotyczy przede wszystkim statków przewożących ładunki niebezpieczne lub pasażerów. Raporty wysyłane przez kapitanów statków przekazują podstawowe informacje na temat cech charakterystycznych statku, trasy podróży, specyfiki ładunku, liczby pasażerów na pokładzie itd. Informacje te wykorzystywane są przez Centrum RIS w celu odpowiedniego zarządzania ruchem statków o podniesionym ryzyku oraz posiadania dokładnych informacji w sytuacjach zagrożenia.
4. Elektroniczne mapy nawigacyjne IENC (Inland Electronic Navigation Charts), które wspierają aplikacje nawigacyjne znajdujące się na statkach żeglugi śródlądowej. Mapy nawigacyjne dostarczają informacje na temat oznakowania nawigacyjnego, nabrzeży, kilometraża rzeki, batymetrii itd.



Rysunek 7. Przykład mapy elektronicznej (Szczeciński Węzeł Wodny)

Źródło: Centrum RIS w Szczecinie

Dyrektywa 2005/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie zharmonizowanych usług informacji rzecznej (RIS) na śródlądowych drogach wodnych we Wspólnocie określa kilka najważniejszych celów wdrożenia systemu RIS:

- poprawa bezpieczeństwa i wydajności transportu śródlądowego,

- poprawa oddziaływania na środowisko naturalne na śródlądowych drogach wodnych,
- promocja żeglugi śródlądowej, turystyki i rekreacji wodnej,
- doprowadzenie do zharmonizowanego, otwartego i interoperacyjnego dostępu do informacji.

Obowiązek wdrożenia RIS w krajach członkowskich dotyczy wszystkich śródlądowych dróg wodnych klasy IV lub wyższej, które są połączone z drogami wodnymi innego Państwa Członkowskiego.

Wprowadzenie systemu RIS na wszystkich drogach wodnych ma na celu zintegrowanie i wykorzystanie informacji płynących ze wszystkich czujników i urządzeń instalowanych na jednostce pływającej oraz dodatkowo pozyskiwaniu informacji z zewnątrz. Zważając na obowiązki jakie wynikają z przepisów żeglugowych nakładanych na kapitana statku i konieczności zapoznania się z bieżącą sytuacją hydrometeorologiczną oraz locją danego akwenu przed rozpoczęciem podróży, system RIS ułatwi dostęp do informacji oraz przyspieszy proces decyzyjny.

RIS ma na celu również zintegrowanie środowiska żeglugowego w całej Europie i zwiększenie konkurencyjności poprzez czytelny i jasny przekaz informacji pomiędzy użytkownikami z różnych krajów. Wpłynie to pozytywnie na rozwój żeglugi śródlądowej i otworzy nowe zagraniczne rynki usług dla przewoźników.

System ma umożliwić prosty dostęp do danych związanych z sytuacją nawigacyjną, hydrologiczną i meteorologiczną, co ułatwi armatorowi lub kapitanowi lepiej przygotować się do rejsu. Ponadto będzie on mógł na bieżąco śledzić zmianę sytuacji na drodze wodnej. Planowanie podróży będzie mogło być oparte o aktualne informacje atmosferyczne i aktualne stany wody (prześwity pionowe pod mostami) oraz w wariacie maksymalnym o dostępność miejsc postojowych i ładunków w portach. Dzięki bieżącej wymianie informacji pomiędzy systemem wspomagającym żeglugę śródlądową, a użytkownikami drogi wodnej znana będzie aktualna pozycja statków na rzece oraz udostępniana będzie informacja na temat wszelkich ograniczeń mogących negatywnie wpłynąć na jakość żeglugi śródlądowej.

Dostęp do informacji związanej z ruchem statku i dostępnością miejsc przeładunkowych umożliwi poprawę współpracy pomiędzy ogniwami łańcucha dostaw w tym m.in. pomiędzy armatorami, spedytorami i zarządcami portów.

fixbo.eu



Warta uwagi również jest platforma żeglugi morskiej bliskiego zasięgu fixbo.eu wspierana między innymi przez centrum promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu w Niemczech. Platforma fixbo.eu istnieje od końca 2014 r. i oferuje interaktywny portal z dostępem do raportów o fixach (fixbos), a także indeksach dla całego europejskiego ruchu żeglugi bliskiego zasięgu. Abonenci (dealerzy,

brokerzy, armatorzy) anonimowo dzielą się informacjami rynkowymi, aby uzyskać lepszą i bardziej otwartą wymianę handlową.

Indeks fixbo został opracowany specjalnie dla europejskiej żeglugi morskiej bliskiego zasięgu. Indeks jest obliczany na podstawie ponad 300 nowych raportów miesięcznie i jest aktualizowany co tydzień.

Obecnie istnieje baza danych około 50mln ton ładunków rozłożona na 11,500 fixbos⁸⁵. Baza danych jest intuicyjna. Na mapie można wybierać trasy między 50 terytoriami europejskimi, a rozmiary i przedziały czasowe można filtrować i statystycznie oceniać według własnej firmy.

Ogromna baza danych pozwala obecnie na określenie ostatecznych wniosków dotyczących rozwoju rynku. Potwierdza to testowanie wstecz do 2013 r., W 2017 roku został uruchomiony indeks poprawek, który, składa się z zagregowanej stawki frachtowej, która jest aktualizowana co tydzień i co miesiąc z danych fixbos. Jednocześnie opublikowana wartość objętości ładunku pozwala wyciągnąć wnioski na temat obecnej dynamiki rynku. W każdy piątek cotygodniowy biuletyn "fixbo" wysyła do wszystkich subskrybentów, a w każdy poniedziałek cotygodniowy indeks z komentarzami do bieżącego indeksu. Portal fixbo.eu jest w równym stopniu dostępny dla wszystkich uczestników europejskiego ruchu żeglugi bliskiego zasięgu.

Im więcej firm będzie korzystało z fixbo i dodawało swoje dane, tym większa będzie baza danych o europejskim handlu przybrzeżnym – znacznie większa niż w przypadku informacji posiadanych przez jednostki.⁸⁶

Powyżej przedstawione zostały przykłady trzech dostępnych na rynku narzędzi, które mogą być stosowane do skutecznej promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu oraz wodnego transportu śródlądowego. SPC jako centra promocji o europejskim zasięgu powinny posiadać w swojej ofercie takie usługi – przyciągnęłyby to dodatkowych obiorców i rozwinęły sieć SSS.

4.5.1. SPC w Niemczech

Jak wspomniano wcześniej SPC w Niemczech umieszcza na stronie informację odwołanie do serwisu fixbo.eu. Natomiast warto byłoby również opracować własny lub ogólnoeuropejski symulator transportu morskiego, podobny do symulatora hiszpańskiego, który udostępniany byłby bezpłatnie, w przeciwieństwie do fixbo, którego subskrypcja jest płatna.

Głównym celem takiego symulatora byłoby poinformowanie niemieckich i europejskich przewoźników o aktualnej ofercie usług morskich. Poprzez symulację przedstawione zostałyby porównanie różnych kluczowych parametrów łańcucha transportu drogowego z jednej strony i łańcucha intermodalnego z drugiej strony, z odnogą morską, podkreślając w ten sposób przewagę konkurencyjną intermodalności morsko-śródlądowej. Narzędzie takie jest skierowane do firm transportu drogowego i / lub operatorów logistycznych, dzięki czemu mogą zobaczyć, jak atrakcyjną ekonomicznie i zrównoważoną w przypadku większości międzynarodowych podróży jest alternatywa morsko-ładowa.

⁸⁵ Fixbos – jednostkowy raport wysyłany przez subskrybenta do bazy danych portalu fixbos.eu

⁸⁶ Strona internetowa SPC Germany - <http://www.shortseashipping.de/de/branchennews/news-detail.php?id=14940&year=&suchstring=fixbo>, dostęp z dnia 13.04.2018

4.5.2. SPC w Szwecji

W SPC w Szwecji jest podobna sytuacja jak w pozostałych, poza SPC na Litwie. Również głównie korzysta ze standardowych metod promocyjnych, które oczywiście są skuteczne i się sprawdzają, ale warto je wspomagać nowoczesnymi narzędziami IT. Wniosek jest jednakowy dla tych centrów – zwiększyć funkcjonalność strony internetowej, poszerzając ją o dodatkowy moduł z symulatorem transportu lub innym podobnym narzędziem.

4.5.3. SPC w Finlandii⁸⁷

Fińscy operatorzy morscy dysponują wieloma systemami informatycznymi, z których najważniejszymi są: system powiadamiania o ruchu morskim PortNet, oraz system rejestracji Gulf Coast GOFREP.

PortNet to ogólnokrajowy system informacji o portach obsługiwany przez fińską agencję transportową. Poniższe informacje są dostarczane do systemu PortNet w przypadku wszystkich wizyt statków w portach fińskich: zawiadomienie o statku, deklaracja ładunku, deklaracja ładunku niebezpiecznego, deklaracja zbiorcza lub informacja o zwolnieniu ze statku.

Głównymi odbiorcami są:

- Brokerzy statków,
- Organy celne,
- Porty,
- Władze morskie,
- Straż przybrzeżna,
- Firmy spedycyjne i operatorzy portów.

System GOFREP

GOFREP w Zatoce Fińskiej jest obowiązkowym systemem zgłaszania statków zgodnie z prawidem V / 11 konwencji SOLAS. Centra ruchu TALLINN TRAFFIC, HELSINKI TRAFFIC i ST. PETERSBURG TRAFFIC monitoruje ruchy statków i udziela porad oraz informacji na temat zagrożeń nawigacyjnych i warunków pogodowych w Zatoce Fińskiej.

Wzrost w żegludze zwiększa ryzyko wypadków morskich. Każdy statek o tonażu brutto przekraczającym 300 ton jest zobowiązany do wcześniejszego zgłoszenia swojej trasy i każdego niebezpiecznego ładunku oraz wejście lub wyjście z portu w okolicy. Statki muszą przesłać pełny raport opuszczając port znajdujący się na danym obszarze lub najpóźniej po wejściu do obszaru raportowania. Zachęca się również statki do aktualizowania swoich danych AIS przed przybyciem do Zatoki Fińskiej, ponieważ większość pełnych danych dotyczących zgłoszeń może być pobierana bezpośrednio z AIS. Dodatkowe informacje można uzyskać za pomocą innych środków, takich jak poczta elektroniczna, telefon, radio UKF lub faks. Raport zostanie przekazany do odpowiedzialnego centrum transportu morskiego w Tallinie, Helsinkach lub Sankt Petersburgu.

SPC w Finlandii wspiera funkcjonowanie takich systemów. Natomiast na stronie internetowej znajdują się wyłącznie odwołania i opisy tych systemów. W związku z tym zainteresowany skorzystaniem

⁸⁷ Strona internetowa SPC Finland - <http://www.utu.fi/fi/yksikot/mkk/spc/lahimerenkulku/Sivut/Tietoj%C3%A4rjestelm%C3%A4t.aspx>, dostęp z dnia 16.04.2018r.

z takiego systemu, natrafiając na informację na stronie internetowej SPC w Finlandii skorzysta z odnośnika i opuści portal tego SPC. Wprowadzie ostatecznie cel zostanie osiągnięty i odbiorca dotrze do poszukiwanych informacji, ale w tym miejscu rola SPC się skończy. Gdyby na stronie internetowej dołączona byłaby funkcjonalność takiego lub podobnego systemu, wtedy odbiorca w celu uzyskania dodatkowych informacji zwróci się do SPC. Dzięki temu zwiększyłoby się zainteresowanie tym centrum i jego rozpoznawalność. Wpłynęłoby to również na liczbę odbiorców współpracujących z tym centrum. Gdyby tak jak opisano w punkcie 4.1. SPC w Finlandii wydzieliło się ze struktur Uniwersytetu w Turku, stworzyło niezależną organizację i miało możliwość tworzenia sieci członków, wtedy taki odbiorca mógłby stać się potencjalnym członkiem centrum i przynieść mu wymierne i policzalne korzyści.

Fińskie SPC we własnym zakresie nie wykorzystuje takich narzędzi i obecnie nie planuje się ich wdrażania lub projektowania. Aczkolwiek w opinii tego SPC zwiększanie świadomości o korzyściach płynących z SSS i prowadzenie akcji promocyjnych jest nadal bardzo istotne i konieczne. Nie wyklucza to w przyszłości wykorzystania narzędzi do promowania SSS, natomiast w chwili obecnej nie mają wystarczającej wiedzy i doświadczenia w tym zakresie. W związku z tym należałoby podjąć współpracę z innymi SPC, co jest utrudnione przez to, że fińskie SPC nie jest członkiem ESN.

4.5.4. SPC na Litwie⁸⁸

Port w Kłajpedzie zdając sobie sprawę z istoty systemów informatycznych wspomagających pracę przewoźników, operatorów logistycznych i ogólnie transportu morskiego podjął się już stworzenia własnego systemu KIPIS – Freight and Goods Information System.

KIPIS będzie przeznaczony do przesyłania i przetwarzania informacji o ruchu towarowym. System będzie dostępny dla ponad 360 firm działających w porcie i przedsiębiorstwach państwowych.

Opracowanie tego systemu koncentruje się głównie na korzyściach ekonomicznych i społecznych, a nie finansowych. System KIPIS przyspieszy wymianę danych i informacji między różnymi uczestnikami łańcucha logistycznego i zapewni warunki dla zwiększenia zdolności konkurencyjnej portu w Kłajpedzie. Władze portowe uzyskają informacje statystyczne, które są zobowiązane przekazać Urzędowi Statystycznemu Komisji Europejskiej (EUROSTAT) zgodnie z dyrektywą Rady Europejskiej 95/64 / WE w sprawie sprawozdań statystycznych w odniesieniu do przewozu towarów i osób drogą morską. KIPIS wspomaga również podejmowanie decyzji ze strategicznym zarządzaniem portem.

Korzyści systemu dla firm portowych polegać będą na ułatwieniu i przyspieszeniu przepływu towarów przez port poprzez wymianę danych elektronicznych. System pozwala na wyeliminowanie około 30 różnych dokumentów papierowych pomiędzy agencją okrętową, spedycją, urzędami celnymi i innymi organami państwowymi kontrolującymi ruch towarowy. Dokumentacja ta obejmuje wiele zezwoleń na import, eksport, obsługę i ponowne ładowanie towarów, obsługiwane raportów operacji, certyfikatów jakości i tak dalej. Spedytorzy, agenci i firmy obsługujące przeładunki będą mogli składać i otrzymywać dokumenty elektroniczne za pośrednictwem jednego punktu dostępu do siebie nawzajem oraz do organów państwowych i instytucji bez marnowania czasu.

⁸⁸ Strona internetowa Portu w Kłajpedzie - <http://www.portofklaipeda.lt/kipis-freight-and-goods-information-system/>, dostęp z dnia 16.04.2018 r.

KIPIS umożliwi zarówno służbom celnym, jak i innym organom kontrolnym uzyskanie wstępnych informacji i dokumentów dotyczących oceny ryzyka oraz operacyjnych, w czasie rzeczywistym i statystycznych informacji o ładunkach i towarach w porcie. Funkcje oferowane przez system ułatwią kontrolowanie operacji na portach w sposób prostszy i świadczą usługi publiczne o lepszej jakości.

Korzystanie z systemu zapewni zasadę "pojedynczego okna" w porcie morskim w Kłajpedzie. Przedsiębiorcy będą mogli jednocześnie przedstawić wszystkie informacje i dokumenty wymagane w procedurach importu, eksportu i tranzytu towarów wszystkim organom zaangażowanym w weryfikację i inspekcję, natomiast organy państwowe odpowiedzialne za weryfikację i inspekcję będą mogły zarządzać ryzykiem w zintegrowany sposób. Inną innowacją jest to, że urząd celny (zamiast różnych pozwoleń wydanych na różne rodzaje operacji przeładunkowych) poinformuje o wszelkich ograniczeniach, tym samym usprawniając i przyspieszając proces transportu towarowego przez port.

Głównymi funkcjami systemu KIPIS są:

- dostarczanie informacji wymaganych przez organy celne i inne organy państwowe za pośrednictwem połączenia internetowego,
- wymiana danych pomiędzy użytkownikami systemu w celu przeprowadzenia procedur takich jak tymczasowe magazynowanie towarów, import, eksport i tranzyt, lub wszelkie inne formalności celne,
- elektroniczna wymiana danych z firmami transportowymi w celu składania i realizacji zamówień na operacje przeładunkowe.

Biorąc powyższe pod uwagę stwierdza się, że SPC na Litwie, będąc częścią Portu w Kłajpedzie, bardzo dobrze wykorzystuje narzędzia informatyczne do wspomaganie rozwoju transportu morskiego i intermodalnego. Aby nie dublować funkcji tego SPC nie zaleca się wykorzystania dodatkowych narzędzi IT. Natomiast aby wspomóc rozwój europejskiej żeglugi dobrą praktyką byłoby udostępnianie pozyskanych z systemu KIPIS danych dla innych centrów promocji, aby zintegrować swoje działania i przyczynić się do rozwoju całej sieci ESN.

Według przedstawiciela litewskiego SPC, narzędzia IT są istotną metodą promocji SSS i powinny zostać wprowadzone. Obecnie nie korzystają z żadnego. W przeszłości podejmowano próby wykorzystania symulatorów transportu kolejowego, ale nie przyniosło to wymiernych skutków i zakończono tę działalność. Mimo wszystko SPC na Litwie chciałoby nawiązać współpracę z innymi europejskimi SPC, które skutecznie wykorzystują takie narzędzie.

SPC na Litwie dociera do większej części grupy docelowej przy wykorzystaniu sieci Internet. W związku z tym umieszczenie na stronie internetowej np. symulatora transportu wspierającego rozwój SSS byłoby bardzo korzystne i z pewnością zwiększyłyby liczbę zainteresowanych.

4.5.5. SPC w Polsce

SPC w Polsce do promowania transportu morskiego bliskiego zasięgu wykorzystuje obecnie podstawowe metody promocji wyszczególnione w rozdziale 3 dotyczącym dobrych praktyk, w tabeli 1. Aby poprawić działanie tego SPC, polepszyć jego wizerunek i postrzeganie w branży i nadać kierunek zgodny z bieżącymi trendami zmierzającymi do informatyzacji procesów, to warto by było dodać do strony internetowej dodatkowy moduł. Byłby on przypisany do konkretnego narzędzia promocji. Nie ma potrzeby tworzenia nowego systemu, tak jak w przypadku SPC na Litwie – wystarczy

zaimplementować już istniejące z dostosowaniem do potrzeb rynku krajowego. W związku z tym, że polityka transportowa Unii Europejskiej kładzie nacisk na rozwój żeglugi śródlądowej i transportu intermodalnego, warto by również dodać do strony internetowej informacje i odnośnik do systemu RIS, który jak opisano w punkcie 4.5. jest ogólnoeuropejskim systemem wspomagania wodnego transportu śródlądowego.

Implementowanie nowoczesnych rozwiązań informatycznych w obecnych czasach wydaje się być koniecznością. Są to innowacyjne narzędzia, które w przyszłości będą integralną częścią podstawowych metod promocji. Zwiększają one znacznie wiarygodność, profesjonalizm i konkurencyjność organizacji zajmującej się promowaniem rozwoju transportu wodnego. Należy, więc rozważyć możliwości wprowadzenia takiego systemu. Ten proces byłby łatwiejszy, gdyby SPC ściśle współpracowało z administracją rządową, np. w ramach partnerstwa publiczno – prywatnego. Wówczas przy wsparciu organów rządowych i większych możliwości finansowych, zaimplementowanie i dostosowanie takiego systemu w Polsce byłoby realne i korzystne.

					6
--	--	--	--	--	---

4.6. Rozwój działań marketingowych i promocyjnych

Ogólnym celem planu promocji jest stymulowanie zrównoważonego rozwoju europejskiego transportu towarowego poprzez zachęcanie do zmiany rodzaju transportu z transportu lądowego na transport wodny, ułatwianie integracji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu z łańcuchami logistyki "od drzwi do drzwi" i przyczynianie się do redukcji emisji CO₂ oraz innych szkodliwych czynników, takich jak cząstki SO_x NO_x, hałas, wypadki drogowe, zatory drogowe itp. Celem szczegółowym jest prowadzenie działań marketingowych promujących żeglugę bliskiego zasięgu w kontekście intermodalności, w szczególności w związku z transportem śródlądowym.

Biorąc pod uwagę podobne stałe cele określone dla wszystkich centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu przeanalizowanych w niniejszym badaniu, można założyć, że działania marketingowe dla SPC w Niemczech, Szwecji, Finlandii, na Litwie i w Polsce będą miały podobny charakter, zarówno dla budowy strategii marketingowej, jak i zawartych w niej propozycji marketingowych. Działania marketingowe i promocyjne w SPC w każdym kraju powinny opierać się na trzech głównych działaniach:

- Identyfikacja grupy docelowej,
- Określanie sposobów działania,
- Instrumenty operacji.

Identyfikacja grupy docelowej

Identyfikacja grupy docelowej jest pierwszym elementem każdej strategii marketingowej. Jeżeli SPC zamierza skoncentrować się na wspieraniu rozwoju żeglugi bliskiego zasięgu, między innymi poprzez promocję, oprócz zdefiniowania cech grupy docelowej, powinna również określić jej wielkość.

Proces identyfikacji grupy docelowej SPC należy podzielić na cztery etapy:

- etap 1 - określenie wymagań, potrzeb wraz z charakterystyką poszczególnych organizacji, osób z grupy docelowej, które pojawiają się na danym obszarze działalności SPC,
- etap 2 - uwzględnienie różnic i podobieństw występujących między poszczególnymi organizacjami,
- etap 3 - wydzielenie segmentów obszaru obrotu portowo – morskiego,
- etap 4 - wybór segmentów, do których zostanie skierowana oferta SPC.

Jeżeli SPC już działa w danym obszarze, oznacza to, że wybrała już pewną grupę docelową, do której kieruje swoją działalność. I tutaj przewagą w realizacji tego kroku mają centra, które mogą wykazywać się długim okresem aktywności. Nie oznacza to automatycznie, że identyfikacja została przeprowadzona poprawnie. Ze względu na dynamicznie zmieniające się warunki na rynku żegludowym (tworzenie sojuszy, akwizycje, likwidacje i zmiany w formach działania) proces identyfikacji grupy docelowej powinien być powtarzany i okresowo aktualizowany. Proponuje się, aby dla SPC optymalny termin przeprowadzenia aktualizacji wynosił cztery lata.

Określanie sposobów działania

Sposoby postępowania i ich selekcja to drugi element działań marketingowych zawartych w strategii marketingowej. Metody te wynikają przede wszystkim z kierunków wsparcia określonych w celach SPC.

W przypadku SPC można wyróżnić dwa typy procedur:

- defensywny sposób postępowania w stosunku do zidentyfikowanej grupy docelowej,
- ofensywny sposób postępowania w stosunku do zidentyfikowanej grupy docelowej.

Gdy SPC decyduje się wybrać **podejście defensywne** do zidentyfikowanej grupy docelowej, zapoznaje się z preferencjami i potrzebami poszczególnych organizacji, aby je zaspokoić w działaniach o niezmiennym i istniejącym charakterze. Ważną cechą tej metody jest dostosowanie aktywności danego SPC wraz z jego ofertą do istniejących potrzeb i preferencji grupy docelowej. SPC powinno również dostrzec, w jaki sposób jednostki realizujące podobne cele powinny działać, aby wiedzieć, w jaki sposób powinny dostosować swoje własne zachowanie. W tym przypadku mamy do czynienia z dostosowaniem działań danego SPC i jego oferty do istniejących potrzeb podmiotów zidentyfikowanych w grupie docelowej i ich preferencjach. Jednocześnie SPC poznaje sposoby prowadzenia przez podmioty podobnych i uzupełniających działań, aby nauczyć się dostosowywać swoje własne działania. Rzecz w tym, aby dany SPC wywołał u swoich interesariuszy postrzeganie ich usług nie gorszych od oferowanych przez inne podmioty. W literaturze działania takie określane są jako tak zwana strategia planowania defensywnego.

Z drugiej strony, gdy SPC decyduje się na **ofensywny sposób postępowania**, poznając potrzeby zidentyfikowanej grupy docelowej i ich preferencje, żeby wiedzieć jak ma kreować i kształtować swoje własne nowe usługi. Propozycje nowych usług dla SPC zostały przedstawione w poprzednich punktach tego raportu. SPC poznaje również sposoby działania podmiotów o podobnych celach, by wiedzieć, czym ma się odróżniać jej własne działanie od postępowania podobnych organizacji tzw. konkurencyjnych. Postępowanie ofensywne cechuje się dążeniem SPC do wyróżniania się od podobnych w zakresie swojej działalności podmiotów i zmniejszenia ich zdolności konkurencyjnych. W tym przypadku mamy do czynienia z takim sposobem działania, by podmioty grupy docelowej uważali, że nasza oferta (usługi) jest lepsza od oferty innych organizacji. Jest to tzw. strategia planowania ofensywnego. Organizacjami mającymi konkurencyjny charakter dla SPC mogą

być na przykład: Izby Gospodarcze i Handlowe, Stowarzyszenia Przemysłowo-Handlowe, Fundacje rozwoju, Klasy, Grona Przemysłowe, Agencje Rozwoju.

Instrumenty operacyjne

Kolejnym elementem działań marketingowych objętych strategią marketingową SPC są instrumenty aktywności lub inaczej określane jako instrumenty działania. SPC może wybrać instrumenty działania spośród wszystkich instrumentów marketingowych i powinien dążyć do wyboru tych, które pozwalają najskuteczniej osiągnąć zamierzone cele. Rodzaje instrumentów powinny być powiązane z kompozycją marketingową *marketing-mix*.

Główne obszary marketingu mix znane pod nazwą 4P to:



Rysunek 8. Strategia marketingowa marketing-mix w SPC

Źródło: K2 Solutions Foundation

Tworzenie kształtu marketingu-mix przez dany SPC realizowane jest w warunkach, gdzie istnieje wiele możliwości wyboru, którymi dane SPC dysponuje. Pojawienie się wielu możliwości wyboru wynika zarówno z mnogości instrumentów marketingu, jak i z mnogości form, jakie mogą one przybierać. Struktura marketingu-mix związana jest z czterema instrumentami marketingu: produkt, dystrybucja, promocja oraz cena. Należy podkreślić iż dla SPC pod pojęciem produkt kryją się konkretne oferowane usługi lub pakiet usług. Natomiast pod pojęciem cena kryją się korzyści osiągane przez SPC zarówno w formie kwantyfikowalnej jak i korzyści, które nie można bezpośrednio wyrazić liczbowo. Różne zestawienia wyżej wymienionych zmiennych mają bezpośredni wpływ na efektywność działania SPC. Instrumenty marketingu-mix są ze sobą bardzo silnie skoordynowane,

dlatego zmiana któregokolwiek z elementów niesie za sobą skutki w dostosowaniu pozostałych elementów. Niewskazane jest również analizowanie osobno żadnego z powyższych elementów marketingu-mix, ponieważ każdy z nich jest bezpośrednio uzależniony od pozostałych. Gdy określa się marketing-mix, opracowuje się wtedy konkretne programy dla osiągnięcia korzyści, pakietu usług, dystrybucji oraz promocji.

Promocja i tworzenie wizerunku SPC

Kreacja wizerunku SPC jest jednym z najważniejszych elementów działań marketing-mix należących do grupy Promocji.

Realizacja celów wizerunkowych SPC będzie obejmować następujące działania:

- stworzenie procedur komunikacyjnych nakierowanych na zidentyfikowaną grupę docelową, a także otoczenie okołobiznesowe i instytucjonalne,
- stworzenie programu promocyjnego uwzględniającego potencjał biznesowy obszaru na którym funkcjonuje SPC,
- sprecyzowanie kompetencji wyróżniającej organizację, stanowiącej ważną cechę identyfikacyjną z punktu widzenia odbiorców usług SPC,
- określenie zakresu przedsięwzięć promocyjnych, w tym reklamowych,
- określenie procedur i zakresu komunikacji wizualnej, związanej z ekspozycją logotypu i nazwy SPC.

Działania wizerunkowe związane są przede wszystkim z właściwą ekspozycją cech identyfikacyjnych, istotnych w równym stopniu z punktu widzenia całego otoczenia organizacji. Tworzenie kompetencji wyróżniającej SPC powinno uwzględniać:

- specyfikę obszaru, na którym działa SPC, w kontekście warunków rozwoju branży żeglugowej,
- dostosowanie do kierunków rozwoju żeglugi bliskiego zasięgu,
- najskuteczniejsze dostosowanie do potrzeb interesariuszy usług SPC i usługi w zakresie wymagań związanych z tymi potrzebami,
- możliwość skutecznego występowania usług SPC w świadomości odbiorców.

Promocja i tworzenie wizerunku SPC może odbywać się za pośrednictwem sieci SPC w regionie Morza Bałtyckiego i powinna uwzględniać cechy i potencjał obszaru Morza Bałtyckiego, w którym SPC działają w poszczególnych krajach. Realizacja celów związanych z wizerunkiem wymaga:

1. Określania roli poszczególnych SPC w tworzeniu wizerunku całej sieci.
2. Opracowanie wspólnych procedur związanych z obsługą regionu Morza Bałtyckiego.
3. Stworzenia planu działań nakierowanych na możliwość współuczestniczenia w budowaniu wizerunku regionu – określenie zakresu wspólnych możliwych przedsięwzięć oraz standardów współpracy z otoczeniem instytucjonalnym

Działania public relations

Promocja to zestaw działań i zasobów, dzięki którym organizacja wysyła na rynek informacje opisujące organizację, usługi i zakres swojej działalności. Mówiąc ogólnie, promocja rozumiana jest jako polityka komunikacji podmiotu z rynkiem w przypadku SPC z podmiotami działającymi w żegludze i obrocie portowo - morskim. Łączy elementy usług z badaniami marketingowymi, których

celem jest rejestrowanie informacji płynących z rynku i przekazywanie informacji zwrotnych. Promocja jest procesem, który łączy się z osiągnięciem konkretnych celów SPC, przy użyciu takiego zespołu zasobów o zróżnicowanej strukturze i funkcjach, który posiada bezpośredni wpływ na prezentację swojej oferty usług.

W dużej mierze działania marketingowe w ramach SPC powinny koncentrować się na budowaniu silnej marki SPC oraz jego wartości prospołecznych, prorozwojowych i proekologicznych (szeroko zakrojone działania public relations oparte na opracowanym indywidualnie planie medialnym SPC).

Głównymi narzędziami promocji będą narzędzia BTL, tj. (*below-the-line*), czyli działania promocyjne i reklamowe, które nie korzystają ze środków masowego przekazu.

W ramach SPC koncentrujemy się na:

- gadżetach firmowych,
- banerach na konferencjach oraz ulotkach reklamowych.

W przypadku ATL (*above-the-line*), tj. działań reklamowych wykorzystujących środki masowego przekazu, przewiduje się je w dalszej perspektywie rozwoju SPC. W takim przypadku centra powinny koncentrować się na:

- reklamach na portalach i w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, strona internetowa SPC, itp.),
- reklamach prasowych (prasa branżowa i teksty sponsorowane),
- reklamach w telewizji.

Ponadto pożądane jest uczestnictwo w krajowych i zagranicznych targach, konferencjach naukowych i seminariach, misjach gospodarczych i projektach międzyregionalnych.

5. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Biura Promocji Żeglugi Morskiej Bliskiego Zasięgu SPC odgrywają ważną rolę w aktywizacji i stymulowaniu działań zmierzających do rozwoju transportu morskiego i całej gospodarki morskiej.

Zróżnicowana forma prawna SPC w poszczególnych krajach utrudnia podjęcie zintegrowanych działań w ramach europejskiej sieci ESN. W jednych krajach SPC funkcjonują na bazie własnej osobowości prawnej, w innych natomiast SPC realizują swoje działania w strukturach funkcjonujących podmiotów tj. zarządów portów, jednostek naukowych, uniwersytetów czy administracji państwowej. Biorąc pod uwagę doświadczenia działających SPC w Europie, biura z niezależną formą prawnoadministracyjną i nieskomplikowanym procesem decyzyjnym są bardziej efektywne i sprawne w swoim działaniu.

W celu pełnego wykorzystania potencjału centra promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu działające w Regionie Morza Bałtyckiego powinny stworzyć swoje narodowe strategie oparte na przedstawionych w raporcie 6-cio punktowych planach rozwoju dających impuls rozwojowy oraz podstawy do stworzenia zintegrowanej strategii dla całego ESN.

Przygotowywane strategie mogą być oparte na wspólnych filarach takich jak: strategia komunikacji, strategia promocji, strategia współpracy z otoczeniem (strefą naukowo-badawczą, administracją, biznesem) oraz strategia wizerunku i działań Public Relation.

Brak określonej jednoznacznej formy prawno-organizacyjnej SPC na poziomie europejskim oraz brak uzgodnień na poziomie ponadnarodowym dotyczących jednakowych kryteriów prawno-organizacyjnych jakie muszą być spełnione przez podmiot prowadzący swoje działania w ramach promocji żeglugi bliskiego zasięgu utrudniają przygotowanie wspólnej strategii rozwoju dla wszystkich SPC funkcjonujących w regionie Morza Bałtyckiego.

Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzonych prac, w tym powyższą analizę można stwierdzić iż istnieje duży potencjał dla rozwoju SPC w Europie. Analiza aktywności SPC pokazuje wiele dobrych praktyk w działalności SPC i tu przykładem może być SPC w Niemczech, którego działalność, forma prawno-organizacyjna przynosi oczekiwane efekty i wymierne rezultaty. SPC w Niemczech jest stowarzyszeniem działającym w ramach partnerstwa publiczno – prywatnego. Jest to forma SPC, która daje największe możliwości rozwojowe. SPC w Niemczech zrzesza wielu członków, zarówno z sektora publicznego jak i prywatnego, zrzesza około 50 firm działających w branży spedycyjnej, portowej i logistycznej. Taka struktura pozwala na dotarcie do największej liczby potencjalnych odbiorców. Ścisła współpraca z administracją rządową ułatwia wpływanie na osoby decyzyjne, pozwala na szybsze przekazywanie informacji oraz bez wątpienia zwiększa szanse na pozytywne działania organów rządowych.

Z pozoru działalność większości SPC może być odbierana przez otoczenie jako aktywność mało dynamiczna lub wręcz statyczna, jednak głębsza analiza pokazuje, iż bardzo często jest to obraz bardzo mylący. SPC działające się regionie Morza Bałtyckiego mogą pochwalić się aktywnością przynoszącą wymierne rezultaty dla rozwoju żeglugi i gospodarki morskiej. Przykładem może być współpraca SPC w Norwegii i SPC w Polsce przy realizacji wspólnej inicjatywy uruchomienia połączenia bliskiego zasięgu dla ładunków drobnicowych pomiędzy Polską a Norwegią.

Przeprowadzona analiza usług wskazują, iż konieczne jest podjęcie takich działań, które zmierzałyby do wykreowania impulsu powodującego wprowadzenia SPC do fazy rozwoju. Takim impulsem mogłoby być opracowanie i wdrożenie nowych usług dostosowanych do szybko zmieniających się warunków rynkowych. Nowe formy usług oferowane przez SPC mogłyby opierać się o innowacyjne rozwiązania ICT w żegludzie i obrocie portowo-morskim. Oferowane narzędzia, mogłyby być pomocne w podejmowaniu decyzji, analizie rozwiązań logistycznych, a wyniki przekazywane w przejrzystych interaktywnych platformach multimedialnych mogłyby spełniać oczekiwania interesariuszy SPC. Narzędzia te w połączeniu z rozwiniętą siecią Internet mogą oferować znacznie większe możliwości promowania żeglugi morskiej bliskiego zasięgu i wodnego transportu śródlądowego, niż kilka lat temu. Dobrym rozwiązaniem jest również propozycja włączenia SPC w działania związane z promocją żeglugi śródlądowej. Doświadczenie SPC mogłoby zostać z sukcesem wykorzystane w tworzących się biurach promocji żeglugi śródlądowej. Mając na uwadze przyjęcie przez kraje członkowskie strategii rozwoju transportu, zapisy zawarte w Białej Księdze przewidują wzrost roli żeglugi śródlądowej w transporcie powierzchniowym i przeniesieniem ładunków z dróg lądowych na drogi wodne.

Brak długofalowej polityki finansowej opartej na stałym źródle finansowanie nie pozwala podejmować przez SPC działań w dłuższej perspektywie. Bazowanie wyłącznie na środkach otrzymanych w ramach opłat członkowskich bez wyraźnego wsparcia finansowego z poziomu krajowego lub unijnego może utrudnić funkcjonowanie i spowolnić rozwój poszczególnych SPC. Przeprowadzona analiza oraz założenia drugiego punktu planu rozwoju SPC potwierdzają, iż tylko SPC które dysponują wysokimi budżetami mogą pochwalić się działaniami przynoszącymi realne korzyści dla żeglugi i gospodarki morskiej.

6. SPIS RYSUNKÓW

Tabela 1. Główne zadania centrów promocji żeglugi morskiej bliskiego zasięgu	28
Tabela 2. Członkowie SPC w Szwecji – Forum Morskiego.....	51
Tabela 3. Sekcja 1 - Podstawa instytucjonalna / struktura organizacyjna w SPC	81
Tabela 4. Sekcja 2 – zadania w SPC	83
Tabela 5. Sekcja 3 – założenia SPC	86
Tabela 6. Sekcja 4 – finansowanie i budżet w SPC	90
Tabela 7. Sekcja 5 – członkostwo w SPC	93
Tabela 8. Sekcja 6 - Public relations / marketing w SPC	94
Tabela 9. Współpraca w ramach projektu EMMA i wymiana doświadczeń odnośnie wzmocnienia roli wodnego transportu śródlądowego	96

7. SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 1. Liczba SPC w latach 2004 – 2017	14
Rysunek 2. Mapa centrów promocji żeglugi bliskiego zasięgu	15
Rysunek 3. Przykład funkcjonalności platformy interaktywnej <i>Shortsea Schedules</i>	35
Rysunek 4. Mapa krajów federalnych Niemiec będących w sieci członków niemieckiego SPC	49
Rysunek 5. Lokalizacja członków SPC w Szwecji.....	53
Rysunek 6. Wynik obliczeń symulatora łańcucha dostaw hiszpańskiego centrum promocji	61
Rysunek 7. Przykład mapy elektronicznej (Szczeciński Węzeł Wodny)	63
Rysunek 8. Strategia marketingowa marketing-mix w SPC.....	71

8. LITERATURA

Publikacje i dokumenty oficjalne

A. Xerri , *Annual Report 2015 – 2016*, European Shortsea Network, Brussels 2016.

A. Xerri , *Annual Report 2016 – 2017*, European Shortsea Network, Brussels 2017.

Analysis of EU goals and policies with references to SSS promotional issues, Deliverable 1.1. – PROPS Project, Norway 2008.

Annual Report 2004, European Shortsea Network, Brussels 2004

Annual Report 2005, European Shortsea Network, Brussels 2005

Annual Report 2006, European Shortsea Network, Brussels 2006

Annual Report 2007, European Shortsea Network, Brussels 2007

Annual Report 2008, European Shortsea Network, Brussels 2008

Annual Report 2009, European Shortsea Network, Brussels 2009

Annual Report 2010, European Shortsea Network, Brussels 2010.

Annual Report 2012 – 2013, European Shortsea Network, Brussels 2013.

Annual Report 2014 – 2015, European Shortsea Network, Brussels 2015.

B. Beck, *PPP in Sweden and Germany*, Department of Real Estate and Construction Management Real Estate Economics, Stockholm 2010.

Council conclusions on short sea shipping 2772nd TRANSPORT, TELECOMMUNICATIONS and ENERGY Council meeting, Council Of The European Union, Brussels 2006

DECISION No 70/2008/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 15 January 2008 on a paperless environment for customs and trade

ECSCA, *Short Sea Shipping – The full potential yet to be unleashed*, Brussels 2016.

EU Transport in figures – pocketbook 2017, European Commission Mobility and Transport, Brussels 2017

European Union Transport Initiatives to achieve sufficient mobility in order to sustain economic growth, European Union Short Sea Shipping, commissioned by the U.S. Department of Transportation, Maritime Administration Office of Ports and Domestic Shipping, 2004.

G. Meszaros, *New Computerised Transit System*, European Commission, Brussels 2016.

H. Scherer, *Annual Report 2011*, European Shortsea Network, Brussels 2011.

Ioannis G. Koliouis, *Promoting Short Sea Shipping & Intermodality, A Knowledge Repository to support flexibility in port operations and improve modal shift*, Short Sea Conference 2011 – Bilbao 2011.

Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem fińskiego SPC z dnia 30.04.2018r.

Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem litewskiego SPC z dnia 27.04.2018r.

Konsultacje telefoniczne z przedstawicielem szwedzkiego SPC z dnia 27.04.2018r.

Maritimt Forums medlemmar 2017 - *en intresseförening för det nationella maritima klustret med drygt 100 medlemmar*, Maritime Forum, Sweden 2017.

Mid-Term Review of the Programme for the Promotion of Short Sea Shipping (COM(2003) 155 final), Commission Of The European Communities, Brussels 2006.

Motorways of the Sea: An ex-post evaluation on the development of the concept from 2001 and possible ways forward, European Commission, Brussels 2017.

Networking Strategies for Short Sea Shipping Stakeholders and Short Sea Promotion Centres, Deliverable 2.1. – PROPS Project, Greece 2010.

COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE COUNCIL, THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS, *Mid-Term Review of the Programme for the Promotion of Short Sea Shipping (COM(2003) 155 final)*, Brussels, 13.7.2006

PLATAFORMA ELECTRÓNICA DE CONTRATACIÓN DE CARGAS INTERMODALES CON EMPLEO DE SHORT SEA SHIPPING, PROYECTO PLAT-SSS, Spain 2010.

PPP in Europe, CMS Legal Services EEIG, 2013.

Questionnaire of the SPC in Lithuania, Marketing Department of Klaipeda State Seaport Authority

Report on embedded networking actions by SPCs to promote SSS and intermodality, Deliverable 5.3 – PROPS Project 2011.

Short Sea Shipping - The full potential yet to be unleashed, European Commission Shipowners' Association, Brussels 2016.

STADGAR FÖR Sjöfartsforum, Senast reviderade på ordinarie föreningsmöte i Göteborg 2013-03-19.

The SPC-Spain Transport Chain Simulator: A tool targeted at the road transport sector fostering the understanding and development of maritime intermodality, W: Fundacion Valencia Port newsletter, Valencia 2012.

White paper, European transport policy for 2001: time to decide, COM(2001)370 final, Brussels 2001

Zapis audio spotkania konsultacyjnego w Centrum Promocji Żeglugi Morskiej Bliskiego Zasięgu w Szczecinie z dnia 24.04.2018r.

Strony internetowe i pozostałe

European Commission Interoperable Delivery of European eGovernment Services to public Administrations, Business and Citizens - <http://ec.europa.eu/idabc/en/document/6540/5927.html>, dostęp z dnia 11.04.2018

- European Commission Mobility and Transport -
https://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/2001_white_paper_en, dostęp z dnia 11.04.2018
- European Commission Mobility and Transport -
https://ec.europa.eu/transport/modes/maritime/short_sea_shipping_en, dostęp z dnia 05.04.2018r.
- European Sea Ports Organisation - <https://www.espo.be/organisation>, dostęp z dnia 11.04.2018
- European Shortsea Network - <http://www.shortsea.info/definition.html>, dostęp z dnia 05.04.2018r.
- European Shortsea Network - <http://www.shortsea.info/definition.html>, dostęp z dnia 11.04.2018
- European Shortsea Network - <http://www.shortsea.info/organisation.html>, dostęp z dnia 11.04.2018
- European Shortsea Network - https://ec.europa.eu/transport/modes/maritime/motorways_sea_en, dostęp z dnia 11.04.2018
- European Shortsea Network leaflet -
http://www.shortsea.info/medias/documents/leaflet_shortsea.pdf, dostęp z dnia 05.04.2018r.
- European Shortsea Network leaflet -
http://www.shortsea.info/medias/documents/leaflet_shortsea.pdf, dostęp z dnia 05.04.2018r.
- European Union Taxation and Customs Union - https://ec.europa.eu/taxation_customs/general-information-customs/electronic-customs_en, dostęp z dnia 11.04.2018
- Eurostat – Maritime transport statistics – short sea shipping of goods,
http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Maritime_transport_statistics_-_short_sea_shipping_of_goods, dostęp z dnia 06.04.2018r.
- International Port Community System Association - <http://www.epcsa.eu/pcs>, dostęp z dnia 11.04.2018
- Krajowy Rejestr Sądowy Centrum Promocji Żeglugi Bliskiego Zasięgu w Szczecinie– wyciąg z dnia 04.03.2018r.
- Langdon Systems - http://www.langdonsystems.com/ncts_overview.asp, dostęp z dnia 11.04.2018
- Logistics Glossary - <https://www.logisticsglossary.com/term/manifest/>, dostęp z dnia 11.04.2018
- M. Utriainen, *Raw Wood – Pilot case for IWW Transport*, EMMA Project, Finland 2018
- Maritime Forum - <https://maritimeforum.se/om-oss/bli-medlem/>, dostęp z dnia 15.04.2018r.
- Maritime Forum - https://maritimeforum.se/om-oss/medlemmar_/, dostęp z dnia 15.04.2018r.
- Mona Lisa Project - <http://www.sjofartsverket.se/en/MonaLisa/EU-project-for-the-Baltic-Sea/>, dostęp z dnia 16.04.2018r.
- Port of Klaipeda - <http://www.portofklaipeda.lt/kipis-freight-and-goods-information-system/>, dostęp z dnia 16.04.2018r.
- Public-Private Partnership, Polish Investment and Trade Agency -
https://www.paih.gov.pl/polish_law/public-private_partnership, dostęp z dnia 14.04.2018r.



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

Schengen visa info - <https://www.schengenvisainfo.com/eu-countries/>, dostęp z dnia 11.04.2018

SPC Finland -

<http://www.utu.fi/fi/yksikot/mkk/spc/lahimerenkulku/Sivut/Tietoj%C3%A4rjestelm%C3%A4t.aspx>,
dostęp z dnia 16.04.2018r.

SPC in Finland, University of Turku, Brahea Centre, Centre for Maritime Studies :

<http://www.shortsea.fi>

SPC in Norway -

<http://www.shortseaschedules.com/Schedule/MapSearch?From=Gdynia&To=Oslo&IsP2P=true>,
dostęp z dnia 03.05.2018r.

SPC Sweden - <http://www.matitimeforum.se>,

United Nations Framework Convention on Climate Change - <https://unfccc.int/process/the-kyoto-protocol>,
dostęp z dnia 11.04.2018



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

9. ZAŁĄCZNIKI

ZAŁĄCZNIK 1

PODSUMOWANIE ANKIET DOTYCZĄCYCH SPC Z PODZIAŁEM NA SEKCJE

Tabela 3. Sekcja 1 - Podstawa instytucjonalna / struktura organizacyjna w SPC

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
<p>What is the institutional fundament of your organization? Are you private, public or PPP?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Part of the University of Turku, Brahea Centre, Centre for Maritime Studies, legal status of University of Turku is non-profit legal body 	<p>State enterprise.</p>	<p>The Swedish Maritime Forum, which is registered as a SPC, is privately funded at this time. The SPC is registered at the tax authority, but it is dormant since 2010 as it has no funding.</p>	<p>The SPC is a PPP organised as an association. Members are the Federal Ministry of Transport and Digital Infrastructure (BMVI), 11 federal states, trade associations of the transport and logistics industry and about 50 companies active in shipping, port business, logistics and shippers (cargo owner).</p>	<p>SPC Poland is acting as an association.</p>
<p>What is your relation to governmental organisations and public administrations?</p>	<p>no organisational links, co-operation on ad-hoc basis</p>	<p>In 1991 Klaipeda Port Authority was founded by the Decree of the Government of Lithuania. In 1992, Klaipėda Port was granted the status of the State Seaport. In 1996, Klaipėda State Seaport Act was adopted, whereby the port land, port waters, quays, hydrotechnical installations, shipping routes and channels, and other infrastructural facilities were declared the property of the state and not subject to privatization. These objects are controlled and developed by State enterprise Klaipėda State Seaport Authority. The main objectives of Klaipeda State Seaport Authority are</p>	<p>The Swedish maritime Forum is totally independent.</p>	<p>Relationships exist both at the member level as well as consultancy level (participation in projects, consultation).</p>	<p>SPC Poland is neutral to the government organizations and public administration, closely cooperates with them but is not financed by them.</p>

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
		to increase Klaipeda port competitiveness, to assure the implementation of the state maritime policy, carry out efficient management, continuous and extensive development of the port.			
· How does your organization work?		The main functions of Klaipeda State Seaport Authority, stated in the Law on Klaipeda State Seaport of the Republic of Lithuania (16 May 1996 No. I-1340)			SPC Poland does not have any employees. The Management Board works on the voluntary basis and does not receive any remuneration.
- What is your staff number?	no permanent staff, project based. At the Centre for Maritime Studies, myself I'm contact person for SPC.	250	We are 2 people employed at full time.	4 permanent employees + usually 2 interns a year	0
- Do you have separate departments?	no	yes	Yes, the SPC is dormant as it has no funding.	No, only a regional division and a functional specification of activities.	no
· Do you have an organizational plan or a similar document you can provide?	no	http://www.portofklaipeda.lt/administration-2 http://www.portofklaipeda.lt/harbour-master	No.		The activity of the Association is based on the Statute.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA

Tabela 4. Sekcja 2 – zadania w SPC

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
<p>What are the tasks of your institution? Do you have specific tasks or just the general task to promote short sea shipping? Who does determine your tasks? Do you have to report on your activities for their approval?</p>	<p>our task is to promote short sea shipping in general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • to efficiently use and control the entrusted state-owned property, • to ensure navigation safety and coordination of security within the port territory, • to construct and renovate quays and piers to dredge the port waters, and to develop the infrastructure of the port, • to prepare strategic development projects, to carry out scientific research works, and to promote port as a whole, • to collect port dues from vessels calling at the port, • to lease state-owned land to the companies operating in the port, • to organize and carry out port environment protection, • to implement marine environment pollution prevention and mitigation measures, to carry out pollution control and combat services, • to develop and implement Seafarers welfare services, • to control and administer the reserve (non-leased) territories of the port. 	<p>n/a</p>	<p>The SPC is a national centre for promotion of short sea shipping and inland waterway transport in the context of multimodal transport chains. Principal function of the SPC is a competitive neutral consultation of companies shipping cargo (cargo owners). The SPC team examines free-of-charge and objectively logistic chain structures for possible modal shifts (road-to-sea/rail) for European cargo. In addition, we assist with the implementation by using our contacts to entities and associations from politics and administration as well as specialized logistics service providers. Supplier transparency as well as alternative approaches are always taken into consideration. Furthermore, the association is active in education as a second pillar including lectures and expert talks as well as employing interns. The third pillar is public relations, i.e. the active promotion of alternative transport modes of transport via online/print tools, events and trade fair</p>	<p>The tasks of the Association are set out in its Statute while the current activity is managed by the Board of Directors:</p> <p>The aim of the Association's activity is:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Initiation, support and participation in activities aimed at developing short sea shipping in Poland. 2. Promotion of the idea of combined transport, such as "door to door" and "from the road to the sea" and the role and importance of short sea shipping transport. 3. Monitoring problems and limitations encountered by the development of short sea shipping in Poland. 4. Collecting, processing and transferring to the interested parties and media the information related to the operation and development of short sea shipping in Poland and Europe. 5. Applying for funds from international organizations, including the European Union and from national government and local government institutions for projects and programs

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
				<p>appearances. The executive board works together with the management to set goals and receives input from the advisory board. The executive- and advisory board represents members from the SPC. Business reports are presented during the general assembly and board meetings.</p>	<p>aimed at the development of short sea shipping in Poland.</p> <p>The subject of the association's activity is:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Development of desiderata and applications and appearance with postulates and proposals for solutions to national government organizations, local government, industry unions and associations as well as to international organizations and European Union committees on the development of short sea shipping in Poland 2. Organizing conferences, workshops, initiating and conducting research as well as exchanging experiences and establishing cooperation with entities in the country and abroad in the field of development of short sea shipping in Poland 3. Conducting advertising and promotional activities for the development of short sea shipping in Poland
Are there any statutes or similar	we haven't developed any official statute for the SPC,	Law on Klaipeda State Seaport of the Republic of	n/a	Articles of association are existing.	Statute is attached in the SPC's Strona internetowa

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
papers/agreements where these tasks are fixed? Can you provide a copy?	we have agreed on the tasks with the stakeholders in Finland	Lithuania			
Do you have any provisions/limitations regarding your work? Why?	we don't have any permanent financing for the SPC, and for this reason the tasks are limited to those for which we have financing (project-based).	n/a	n/a	As an association we are not allowed to generate profit. Moreover, as a recipient of federal- /federal state funds we are subject to the regulation for the use of public funding.	As an association SPC in Poland is not allowed to generate profit.
How do you see your task distribution with sector organisations?	our task is general promotion e.g. awareness raising, communication, and the sector organisations work as interest groups of the sectors	n/a	n/a	n/a	n/a

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA

Tabela 5. Sekcja 3 – założenia SPC

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
<p>What are the objectives of your organization? How do you decide on them? Do you have some priorities?</p>	<p>the aim of SPC Finland is to promote shortsea shipping and intermodal transport, in particular international transport solutions that combine shortsea shipping with other transport modes. SPC Finland is a neutral channel of influence. Its activities are based on the key role played by maritime transport in Finnish international freight transport. From the point of view of Finland, the interoperability of maritime transport with other modes needs to be developed.</p>	<p>The common task of Klaipeda State Seaport Authority and the private companies working in the port is to increase Klaipeda port competitiveness, create favourable business climate for the industry players, to assure navigation safety, etc. In order to implement these objectives, the port infrastructure is continuously modernized: new and modern container, ro-ro, bulk cargo terminals are constructed. The multipurpose Port of Klaipeda has 33 specialized terminals (out of which the following should be mentioned: 4 liquid product, 3 Ro-Ro and 2 container terminals, as well as, break bulk, dry bulk terminals, LNG terminal, etc.). Modern cargo handling technologies, competitive and flexible port dues and cargo handling rates, up-to-date VTS management, search and rescue systems are used in Klaipeda port. The port territory is surveyed by TV cameras 24/7. Klaipeda State Seaport Authority aim is to be the leading port on the eastern</p>	<p>To promote shipping in general in Sweden. The priority is to promote modal shift from road to sea transport. It's the board, and the members, that makes the decision.</p>	<p>The main objectives of the SPC are promoting increased integration of waterborne and railway transports into intra-European transport chains. This comes along with increasing the awareness of these modes of transport at forwarding agents' and shippers' perception. Systemic benefits are to be demonstrated by appropriate examples. Waterborne transport modes and multimodal networking are given high priority.</p>	<p>In general our priority is to promote and develop short sea shipping. We have not any objectives and tasks relating to IWT at this stage, however we are willing to support any initiatives which can increase SSS share as a mode of transport in European transport market.</p>

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
		<p>coast of the Baltic Sea, to increase port competitiveness, attract new cargo flows, and to create business-friendly environment for the maritime sector.</p> <p>The mission of Klaipėda State Seaport Authority is the smooth operations of Klaipėda Port, increase of its competitiveness, efficient use and development of the port infrastructure, building business-friendly environment for the maritime sector, implementing up-to-date technology, human resource improvement, international quality standards and compliance with the transparency requirements.</p>			
<p>How is your relation to IWT (International Waterway Transport)? Do you have IWT objectives and tasks? What are your priorities? How is your IWT competence? Are your members/stakeholders interested in IWT? What are IWT priorities?</p>	<p>currently, the SPC does not have specific IWT aims</p>	<p>State Enterprise Inland Waterways Authority is appointed as the administrator of the inland waterways of the Republic of Lithuania. The Authority supervises and maintains inland waterways during the navigation period.</p>	<p>Swedish Maritime forum is a part of the EMMA-project. To promote IWT is on the agenda as it is a part of the modal shift from road to sea transport. A few members are interested in IWT. The priority is to make sure that the locks in Trollhättan is refurbished.</p>	<p>IWT is a key issue at the SPC as we look at all modes of transport in a multimodal context and recommend them on a case-by-case according to their strengths. Just being another lobby association that "blindly" advances one transport mode would not be meeting the market's demands. Among the SPC members are numerous IWT companies: inland shipping companies, inland ports and the Federation of</p>	<p>n/a</p>

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
				German Inland Ports. Therefore, the issue IWT is very prominent. Our biggest financier, the Federal Ministry of Transport and Digital Infrastructure (BMVI), also supports our focus on IWT. We are connected via the division WS21 to the BMVI, which covers both maritime and inland navigation aspects.	
· If not: Would you be interested and do you think it would make sense to integrate IWT into your portfolio? In what regions, market segments do you see opportunities?	<ul style="list-style-type: none"> • yes, e.g. we could look for synergies and possibilities for co-operation between IWT and maritime sector, • another theme could be the environmental regulations for maritime and IWT sectors 	n/a	n/a	n/a	n/a
· If yes: Do you have: What w IWT objectives from the beginning or did you add IWT at a later stage? How did the extent of your IWT activities evolve over time?	n/a	n/a	I can't say when it became an objective. It's so many years ago.	The German SPC started as a pure short sea oriented promotion office. After 6 years it included IWT as well. It was realised that the market demands a holistic perspective and a multimodal, objective approach. This ensures that transport inquiries can be processed compliant with realistic market requirements. Next step was to open the SPC for the rail sector as well two years later (project initiated by membership of Deutsche Bahn).	n/a

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
<p>· If added at a later stage: What was the reason? Who initiated this? Has this changed your organization, financing etc.?</p>	n/a	n/a	I can't say when it became an objective. It's so many years ago.	Reasons see above; In the end, initiator was the SPC itself.	n/a
<p>· What are your objectives regarding exchange of IWT experience and know-how among SPCs/European stakeholders?</p>	n/a	n/a	As Sweden recently has adopted European legislation regarding IWT, the main objective would be to provide knowledge to Swedish relevant authorities as well as the shipping industry.	The need for an expansion was realised based on exchange with project partners and market participants. The project situation and resulting memberships were the final stimulus.	n/a

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA

Tabela 6. Sekcja 4 – finansowanie i budżet w SPC

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
How is your institution financed?	project based financing	Own incomes and credits.	Member fees.	Funding consists of public funds and membership fees of private members.	The activities of SPC Poland are financed by the membership fees and the profits from the commercial activity.
Do you have any revenues?	no revenues	No revenues	For managing seminars.	The Confederation has a fixed amount that is used in batches as needed.	No revenues
What financial sources do you use to finance your activities?	n/a	Klaipėda State Seaport Authority's revenue are generated by port dues and port land lease. This amount of money, as well as bank credits and the EU funding, comprise the total share of the state funding which is allocated for the development of the port infrastructure, access roads, railways, maintenance and capital dredging of the port waters and the improvement of the security requirements. Twice more are invested by the private companies for the development of the port superstructure. Their contributions to the port superstructure, close cooperation with cargo owners and forwarders, and competitive rates of stevedoring works ensure the effective operations of the port. The port contributes to the well-	Fees for seminars and conferences.	The federal states pay a fixed amount per year. The companies and organizations all pay a uniform annual membership fee.	n/a

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
		being of the city and its residents by allocating 10 per cent of its budget to the construction and renovation of streets, implementation of social projects.			
<p>What is the budget of your organization? How is it distributed among tasks/activities? Are you flexible to shift budgets?</p>	n/a	<p>Klaipėda State Seaport Authority's revenue are generated by port dues and port land lease. This amount of money, as well as bank credits and the EU funding, comprise the total share of the state funding which is allocated for the development of the port infrastructure, access roads, railways, maintenance and capital dredging of the port waters and the improvement of the security requirements. Twice more are invested by the private companies for the development of the port superstructure. Their contributions to the port superstructure, close cooperation with cargo owners and forwarders, and competitive rates of stevedoring works ensure the effective operations of the port. The port contributes to the well-being of the city and its residents by allocating 10 per cent of its budget to the construction and renovation of streets, implementation of social projects.</p>	Circa 300 000 euro.	The overall budget amounts to 500,000€ that can be used flexibly according to activity planning and needs.	n/a

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
Is your budget negotiated from year to year? Do you receive any other support like free use staff, office rooms or office equipment from any kind of public or private body?	<ul style="list-style-type: none"> • project based financing. We operate at the premises of the University of Turku, however, the costs are paid from external funding almost 100 %, • an example of SPC Finland's activity is Shipping company barometer. It's published annually, and financed by Trafi (the Finnish Safety Agency), the Government of Åland Islands, and the Finnish Shipowners' Association 	The annual budget of Klaipėda State Seaport Authority depends on annual income generated by port dues and port land lease and credits received from banks. No free use staff. Own office building.	The budget is negotiated from year to year depending on membership fees. No other support.	The overall budget is linked to the number of members, otherwise fixed.	The budget is annually approved by the General Meeting of Members of the Association. SPC Poland does not get any support such as free staff, office equipment or rental of rooms.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA

Tabela 7. Sekcja 5 – członkostwo w SPC

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
Do you have members? How many? What types of institutions etc. are members in your organization(public, private)?	no members. Our closest stakeholders are the Finnish Shipowners' Association, the Finnish Port Association and the governmental organisations connected to shipping.	n/a	The Swedish Maritime Forum have 110 members circa. Its mainly shipping and ports. Its both public and private members.	Members are the BMVI, 11 federal states, 6 trade associations / organizations of the industry/sector as well as 45 companies from shipping (sea / inland), port (sea / inland), logistics (transhipment, forwarding, terminal, load securing) and rail freight sector as well as shippers.	Members of the Association are divided into Ordinary and Supporting Members. Currently, SPC Poland has 29 regular members and 14 supporting members.
How is the membership development?	n/a	n/a	It's quite steady over time. Cirka 4-5 members quit every year and circa 4-5 new members come in.	Membership development is satisfactory. Of course, we are also subject to a certain fluctuation.	An ordinary member of the Association may be a private person with full legal capacity and not deprived of public rights, accepting statutory aims of the Association while a supporting member may be a private person or a legal entity interested in the Association's activity who declared financial or material help. The legal entity operates in the Association through its representatives.
Do the pay a membership fee? Does membership fee depend on services provided by SPC?	n/a	n/a	Yes, they pay a membership fee. For some it's important to provide the service of a SPC.	<ul style="list-style-type: none"> Private members pay 5,000€/year, federal states are supporting us with 15.000€/year. No. 	The annual membership fee is varied from PLN 500 to PLN 5,000 and does not depend on the services provided by the SPC.
Do you offer specific services for your members?	n/a	n/a	Not really, it's promoting, facilitating and lobbying in general.	The range of services is quite diverse and strongly based on the wishes of individual members. The service portfolio does also include marketing and sales opportunities.	n/a

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA

Tabela 8. Sekcja 6 - Public relations / marketing w SPC

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
· How do you manage your public relations? Do you manage it internally or use external service providers? How is the work division?	depending on the matter to communicate, we use both our own channels and contact & stakeholders' lists. In addition we use the communication services provided by the University of Turku.	Dedicated employees are responsible for public relations, while the Marketing Department staff is responsible for port marketing.	The Swedish Maritime Forum is almost solely dedicated to manage public relations. It's mainly done internally.	Most of PR work is self-directed. For certain research activities and drafting of texts external service providers (consultants) are used.	n/a
· What is the objective of public relations? What information channels do you use?	press releases, Facebook, twitter	<ul style="list-style-type: none"> • maintain and create service demand and interest, disseminate information, increase port visibility, reinforce Klaipeda port brand. • Direct and indirect communication channels: local and international exhibitions, conferences, face-to-face meetings, discussions, public hearings, local and international media (printed and electronic), hand-outs, etc. 	To promote shipping and the maritime cluster in Sweden. It's done by arranging seminars, publishing reports and participate in public inquiries as well as providing media with material.	Promotion of increased awareness / integration of waterborne and railway transport for European cargo. Presentation of best practice cases and reduction of prejudices. Presentation of our member's portfolios and their problem-solving expertise. Online (SPC website, industry newsletter, ESN website, landing pages for events, Xing channel, Facebook, Wikipedia, Youtube) and print products (spc_aktuell magazine, spc timetable, etc.). In addition, we use direct postal letters or e-mail (individual or serial letters / emails), theme nights, conferences, network events, trade fairs, etc.	The main information channel used by SPC Poland is the Internet. Equally important are conferences and seminars where Members of the Board provide the information on short sea shipping and current topics.
· What do you communicate?	results of the projects, annual shipping company barometer	Port services, investment opportunities, tourist destinations, etc.	The need for model shift, and sea transport as an viable alternative.	Industry-specific content (new services, service enhancements, new technical solutions, events	n/a

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
				related to our topics, legal / policy issues, best practice examples of modal shift, market segment specific content (reefer, CT, digitization, etc.), system-specific content (benefits short-sea, benefits IWT, need for multimodality, emission issues, ...), member portraits, descriptions of the SPC's activities and reviews of events.	
What are the intended recipients?	shipping sector, shippers, forwarders; maritime cluster altogether, private and public bodies, general public	Port stakeholder: stevedores, forwarding agencies, cargo – owners, logistic companies, etc.	The standing committee of Transport in the Parliament, The Government offices, the Transport agencies as well as media and the general public.	Responsible decision-makers/stakeholders from the shipping and forwarding industries, but also from other transport clusters (shipping companies, port companies, etc.)	n/a
How would you evaluate your standing and your level of awareness in your country?	n/a	Klaipėda State Seaport Authority was granted the following awards: „Lithuania's Exporter of the Year“ (twice), „Business Development Award“, „The Most Profitable Sector Enterprise Award“, „Successful Businesses Award“, „Sustainable Development Award“, „Lithuanian Product of the Year Award“, „Employer of the Year Award“.	It's better than some years ago, but it's a long way until there's a general awareness.	Good. We fill big events with up to 400 guests, have a high frequency on our website and a large number of newsletter / magazine subscribers.	SPC Poland is well perceived in Poland - many state and local institutions are asking the Association for the opinion of procedural legal acts.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA

Tabela 9. Współpraca w ramach projektu EMMA i wymiana doświadczeń odnośnie wzmacniania roli wodnego transportu śródlądowego

	SPC Finland	SPC Lithuania	SPC Sweden	SPC Germany	SPC Poland
What potential do you see from a closer cooperation/exchange with other SPCs in EMMA?	e.g. potential to raise issues from the Baltic Sea region at the European level. Possible joint projects to promote short sea shipping with the help of dedicated projects	All forms of cooperation and exchange of information are important and can be used.	To get information of good examples and best practises.	n/a	n/a
Do you have any specific topics you would like to discuss?	blue economy (energy, maritime cluster, maritime and coastal tourism, blue bioeconomy and subsea resources) – co-operation and synergies between the sectors. Maritime Spatial Planning (MSP) and its impact on shipping and maritime cluster. Maritime environmental regulation and its impact to shipping/maritime cluster.	So far NO.	Modal shift from road to sea transport.	n/a	n/a
Could you think of certain areas with particular potential for cooperation/exchange, e.g. development of transport solutions in certain markets?	blue economy (energy, maritime cluster, maritime and coastal tourism, blue bioeconomy and subsea resources) – co-operation and synergies between the sectors. Maritime Spatial Planning (MSP) and its impact on shipping and maritime cluster. Maritime environmental regulation and its impact to shipping/maritime cluster.	n/a	In Sweden there´s in general a need of information of how to make viable business models in detail, and what makes them work in other countries with IWT. There´s also a need of knowledge about how to create container traffic by sea, as it´s hard to compete with trucks.	n/a	n/a
Do you see opportunities to strengthen your IWT competences through cooperation/exchange with SPCs more experienced in this field? How?	yes, e.g. how to promote transport chains which include both short sea shipping and IWT. How these IWT options could be promoted (e.g. transport destinations with IWT options in mainland Europe).	It is always useful to share the views of SPCs more experienced in this field.	Yes. By providing knowledge from European SPC:s to Swedish agencies.	n/a	n/a

Źródło: Opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy projektu EMMA