

**Uchwała Nr XV/267/2003
Rady Miejskiej w Gliwicach
z dnia 22 grudnia 2003r.**

w sprawie: przeznaczenia terenu położonego przy ul. Pszczyńskiej pod budowę wielkopowierzchniowego obiektu handlowego.

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt. 15 Ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (tekst jednolity z 2001r. Dz. U. Nr 142 poz. 1591 z późniejszymi zmianami) oraz z godnie z art. 85 ust. 1 Ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z dnia 27 marca 2003r. (dz. U. Nr 80 poz. 717) – w oparciu o art. 31a ust. 3 ustawy z dnia 7 lipca 1994r. o zagospodarowaniu przestrzennym (tekst jednolity z 1999r. Dz. U. Nr 15 poz. 139 z późniejszymi zmianami), **na wniosek Prezydenta Miasta**

Rada Miejska w Gliwicach

u c h w a ł a :

1. Przyjąć ustalenia „Prognozy skutków budowy wielkopowierzchniowego obiektu handlowego przy ul. Pszczyńskiej w Gliwicach dla rynku pracy, komunikacji, istniejącej sieci handlowej oraz zaspokojenia potrzeb i interesów konsumentów” wraz z analizą, stanowiące załączniki do niniejszej uchwały.
2. Nie zaakceptować możliwości wykorzystania terenu położonego przy ul. Pszczyńskiej w Gliwicach, oznaczonego w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego Dzielnicy Akademickiej symbolem **DA.42.U (tereny koncentracji usług o charakterze ponadlokalnym)** pod budowę wielkopowierzchniowego obiektu handlowego.
3. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Gliwice.
4. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

**Przewodniczący
Rady Miejskiej w Gliwicach**


Stanisław OGRYZEK

**Analiza i prognoza skutków budowy
wielkopowierzchniowego obiektu handlowego
w rejonie ulicy Pszczyńskiej w Gliwicach dla rynku pracy,
komunikacji, istniejącej sieci handlowej oraz zaspokojenia potrzeb i
interesów konsumentów**

Gliwice, grudzień 2003

2003-229288

Wydział Architektury i Urbanistyki	
Data wpływu	2003 12-12 KS/BZ
L. dz.	Termin 12.12.2003
Opracowujący	

OŚWIADCZENIE

Oświadczam, że przedstawiona dokumentacja tj:

1. Analiza i prognoza skutków budowy wielko – powierzchniowego obiektu handlowego w rejonie ulicy Pszczyńskiej w Gliwicach dla rynku pracy, komunikacji, istniejącej sieci handlowej oraz zaspokojenia potrzeb i interesów konsumentów”
2. Analiza terenu położonego w rejonie ulicy Pszczyńskiej w Gliwicach przeznaczonego w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego pod usługi i handel, w zakresie jest kompletna z punktu widzenia celu, jakiemu ma służyć oraz wykonana zgodnie z Umową Nr AU-3425/22/II-1055/2003 zawartą w dniu 19 listopada 2003 i obowiązującymi przepisami.

Andrzej Szymborski
Szymborski
Prezes Zarządu

Agencja Rozwoju Lokalnego sp. z o.o.
ul. Wincentego Pola 16
44-100 Gliwice
NIP 631-22-03-756

SPIS TREŚCI

1.	<u>WSTĘP</u>	5
2.	<u>DOBÓR PRÓBY BADAWCZEJ</u>	7
3.	<u>METODOLOGIA BADANIA – SPOSÓB WERYFIKACJI PRAWDZIWOŚCI UZYSKANYCH WYNIKÓW</u>	14
4.	<u>WPŁYW NA ZASPOKOJENIE POTRZEB I INTERESÓW KONSUMENTÓW</u>	15
	4.1. Analiza stosunku respondentów do istniejących i powstających pawilonów handlowo – usługowych, dużych sklepów	15
	4.2. Analiza preferowanego czasu i dni robienia zakupów przez gliwickich konsumentów	16
5.	<u>WPŁYW PAWILONU HANDLOWO - USŁUGOWEGO PRZY UL. PSZCZYŃSKIEJ NA UKŁAD KOMUNIKACYJNY MIASTA GLIWICE</u>	18
6.	<u>WPŁYW PAWILONU HANDLOWO - USŁUGOWEGO PRZY UL. PSZCZYŃSKIEJ NA RYNEK PRACY</u>	19
7.	<u>PROGNOZA WPŁYWU NA ISTNIEJĄCĄ SIĘĆ HANDLOWĄ.</u>	22
8.	<u>PROGNOZA WPŁYWU BUDOWY WIELKOPOWIERZCHNIOWEGO OBIEKTU HANDLOWEGO</u>	27
	8.1. <u>Wpływ budowy obiektów na komunikację</u>	27
	8.2. <u>Wpływ budowy obiektów na istniejącą sieć handlową</u>	28
	8.3. <u>Wpływ budowy obiektów na zaspokojenie potrzeb mieszkańców</u>	28
9.	<u>ANALIZA</u>	30
	9.1. <u>Zaspokajanie potrzeb konsumentów</u>	30
	9.2. <u>Wpływ na układ komunikacyjny</u>	30
	9.3. <u>Wpływ na rynek pracy w mieście Gliwice</u>	30
10.	<u>PODSUMOWANIE</u>	31

11.	<u>ZAŁĄCZNIK NR 1 – WZÓR ANKIETY</u>	32
12.	<u>ZAŁĄCZNIK NR 2 – ZDJĘCIA PRZEDSTAWIAJĄCE PLANOWANĄ LOKALIZACJĘ OBIEKTU HANDLOWO – USŁUGOWEGO PRZY ULICY PSZYŃSKIEJ</u>	35
13.	<u>ZAŁĄCZNIK NR 3 – TABELLE ZAWIERAJĄCE ZESTAWIENIA UZYSKANYCH DANYCH PO PRZEPROWADZENIU BADANIA ANKIETOWEGO</u>	36

1. Wstęp

Niniejsze opracowanie stanowi „Analizę i prognozę skutków budowy wielko – powierzchniowego obiektu handlowego w rejonie ulicy Pszczyńskiej w Gliwicach dla rynku pracy, komunikacji, istniejącej sieci handlowej oraz zaspokojenia potrzeb i interesów konsumentów” wykonaną w oparciu o wyniki z przeprowadzonych badań ankietowych wykonanych przez ARL sp. z o.o.

Podstawę formalną opracowania stanowi Umowa (nr AU-3425/22/II-1055/2003) zawarta w dniu 19 listopada 2003 pomiędzy Miastem Gliwice a ARL sp. z o.o. w Gliwicach.

Badania ankietowe obejmowały reprezentatywną (1000 osobową) próbę mieszkańców Gliwic (podzielnych na ludność w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym). Badania zostały zrealizowane w grudniu 2003 roku.

Projektowany pawilon handlowo – usługowy przy ul. Pszczyńskiej będzie prowadził działalność handlową w następujących branżach

- branża artykułów spożywczych: nabiał świeży i paczkowany, mięso i wędliny, drób, produkty rybne, warzywa i owoce, pieczywo świeże i paczkowane, napoje, wyroby alkoholowe, pozostałe artykuły spożywcze – produkty zarówno markowe jak i dyskontowe, połączenie jakości i ceny,
- branża artykułów przemysłowych: sportowe, drobne ogólnobudowlane, motoryzacyjne, AGD, RTV, zabawki, odzież, obuwie, kosmetyki itp.

W pasażu poza główną salą sprzedaży planuje się prowadzenie następujących usług na potrzeby klientów sklepu oraz okolicznych mieszkańców:

- salon fryzjerski,
- kwaciarnia,
- bufet – mała gastronomia,
- sklep – telefony komórkowe,
- sklep i usługi fotograficzne,
- sklep muzyczny (płyty i kasety),
- sklep z biżuterią,
- kiosk z prasą i papierosami,
- markowy sklep obuwniczy.

W pawilonie prowadzona będzie następująca produkcja własna:

- piekarnia – umieszczona w pasażu handlowym, oferująca zawsze świeże pieczywo i inne wyroby piekarnicze,
- produkcja i sprzedaż w wydzielonym miejscu pawilonu poza główną salą sprzedaży – tylko na potrzeby klientów sklepu.

Analiza zagospodarowania przestrzennego w otoczeniu planowanego pawilonu handlowo – usługowego (m.in. parking na 250 miejsc parkingowych, prowadzenie zaopatrzenia samochodami dostawczymi oraz wstępna analiza ruchu drogowego m.in. nakazana postanowieniem (Postanowienie Prezydenta Miasta Gliwice PU-7049/00256/02 z dnia 22 stycznia 2003 r.), konieczność włączenia do ruchu pojazdów zmierzających i wyjeżdżających w rejonie skrzyżowania z ul. Kopalnianą z wykorzystaniem sygnalizacji świetlnej akomodacyjnej), wpływu na ruch samochodowy na ul. Pszczyńskiej wskazuje, że (na obecnym etapie założeń programowych i możliwości dokonanych rozpoznań) istnieje możliwość konfliktowości z otoczeniem. Jakkolwiek godziny szczytu ruchu samochodowego nie pokrywają się z godzinami największego nasilenia handlu w tego typu pawilonach handlowo – usługowych. Tym niemniej dodatkowy ruch wywołany przez Klientów ww. obiektu może znacznie utrudnić ruch na ul. Pszczyńskiej. Przy czym można sądzić, iż konieczna - w świetle ww. postanowienia – prognoza ruchu (na etapie pozwolenia na budowę) ograniczy lewoskrętny ruch w rejonie skrzyżowania ulic Pszczyńskiej i Kopalnianej.

W świetle badań ankietowych wpływ budowy pawilonu handlowo – usługowego na zaspokojenie potrzeb konsumentów będzie niewielki. Mieszkańcy Gliwic oceniają iż sieć obiektów handlowych prowadzących sprzedaż standardowych towarów i usługi jest wystarczająca.

Wpływ budowy pawilonu handlowo – usługowego na rynek pracy szczególnie w świetle bieżącej sytuacji gospodarczej wzrostu bezrobocia na terenie Gliwic jest pozytywny.

2. Dobór próby badawczej

Próba badawcza została dobrana metodą kwotowo - losową. Badani respondenci pochodzili z następujących dzielnic: Śródmieście, Sośnica, Zatorze – Milenium, Sikornik, Łabędy, Kopernik, Trynek, Zubrzyckiego, Szobiszowice, Gwardii Ludowej, Obrońców Pokoju, Żerniki, Powstańców Śląskich, Stare Gliwice, Os. Waryńskiego, Wójtowa Wieś, Brzezinka, Os. Opertki, Ostropa, Wilcze Gardło, Ligota Zabrska, Czechowice Bojków. Badane dzielnice obejmują cały obszar miasta Gliwice.

20 % losowo wybranych ankiet zostało zweryfikowanych poprzez telefoniczne sprawdzenie.

Prowadząc badania ankietowe oparto się na danych pochodzących z Głównego Urzędu Statystycznego opisujących Gliwice i otoczenie. Umożliwiło to sprawdzenie czy próba jest reprezentatywna, jak również dzięki użyciu danych pochodzących z GUS możliwe było poznanie tendencji istniejących w mieście Gliwice by potem odnieść je do badanej próby.

Tabela Nr 1 Gliwice i otoczenie – podstawowe wskaźniki statystyczne

Wskaźniki	Gliwice	Aglomeracja Górnosląska	Powiat Gliwicki	Województwo Śląskie	Polska
Powierzchnia (w km ²)	134	1 216	677	12 294	31'2 685
Liczba ludności	209 356	2 103 389	125 120	4 847 600	38 644 211
Gęstość zaludnienia (liczba mieszkańców na 1 km ²)	1 564	1 730	185	394	124
Przyrost naturalny (liczba urodzeń żywych minus liczba zgonów na 1000 mieszkańców)	-1.8	-1.8	-0.2	-0.8	-0.3
Nakłady inwestycyjne w zł na 1 mieszkańca (ceny bieżące)	356.8	279.1	147.0	182.3	120.8
Pracujący na 1000 ludności	393.7	366.1	267.4	361.2	392.3
Stopa bezrobocia rejestrowanego w %	14.1	19.4	16.0	15.9	17.3
Osoby fizyczne i spółki cywilne na 1000 mieszkańców	70.8	71.5	46	71	72.6
Spółki z udziałem kapitału zagranicznego na 1000 mieszkańców	1.3	0.9	0.4	0.8	1.1

Źródło: dane Głównego Urzędu Statystycznego

Badania wpływu na zaspokojenie potrzeb i interesów konsumentów zorganizowano tak by dotrzeć do wszystkich poszczególnych dzielnic i osiedli.

Zasada doboru respondentów metodą kwotowo – losową, przyjętą do badań, obejmująca próbkę liczącą 1000 osób, gwarantuje rzetelność pomiaru.

Respondenci pochodzili ze wszystkich dzielnic Gliwic, przedstawia to poniższa tabela.

Tabela Nr 2 Struktura rozkładu respondentów ze względu na dzielnice w której mieszkają

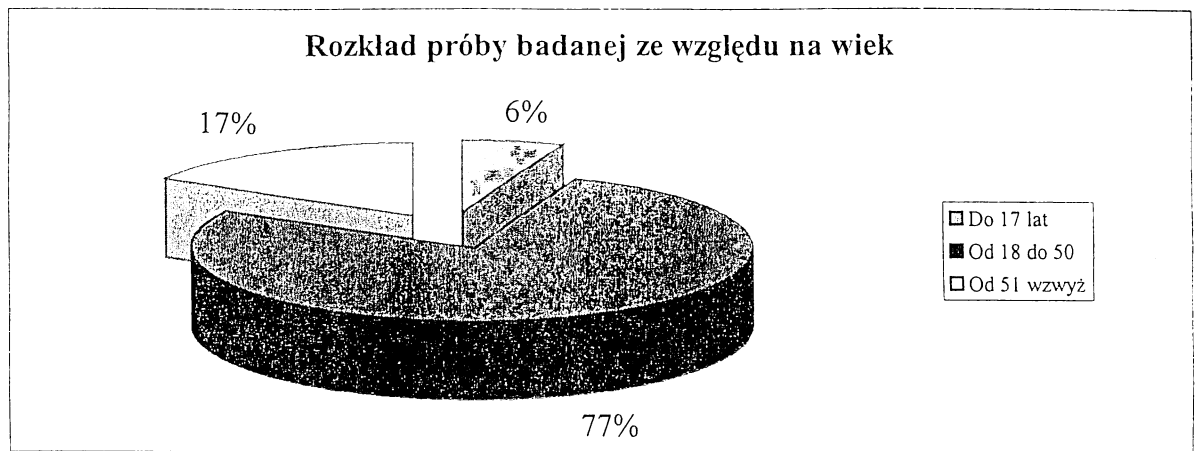
Dzielnica	Ilość respondentów
Bojków	20
Brzezinka	20
Czechowice	8
Gwardii Ludowej	48
Kopernik	76
Ligota Zabrska	33
Łabędy	48
Obrońców Pokoju	24
Os. Opertki	18
Os. Waryńskiego	26
Ostropa	14
Powstańców Śląskich	29
Sikornik	49
Sośnica	51
Stare Gliwice	24
Szobiszowice	69
Śródmieście	219
Trynek	60
Wilcze Gardło	13
Wójtowa Wieś	17
Zatorze – Milenium	72
Zubrzyckiego	62
Żerniki	13

W następujący sposób przedstawiał się przekrój wiekowy badanej próby:

- Do 17 lat 59 osób
- Od 18 do 50 773 osoby
- Od 51 wzwyż 168 osób

Przekrój wiekowy badanej próby przedstawia poniższy wykres.

Wykres 1 Rozkład próby badanej ze względu na wiek

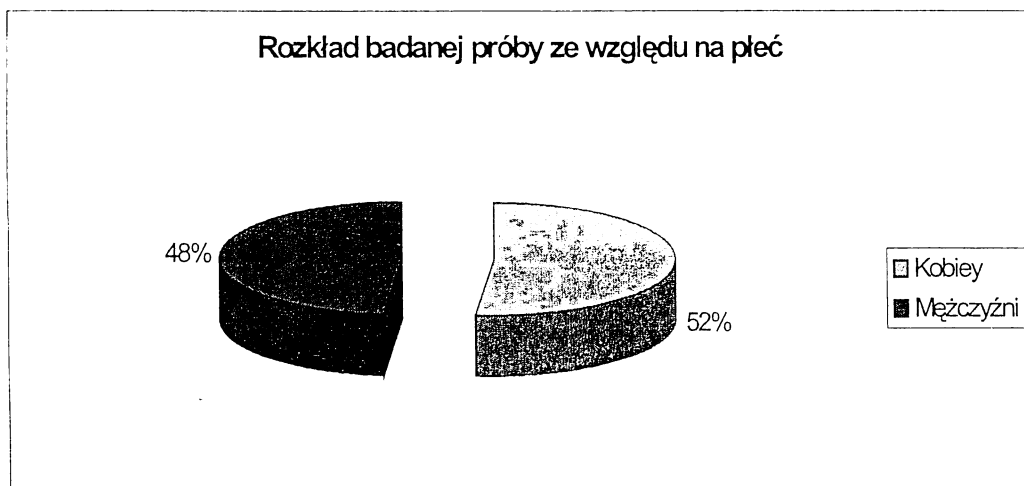


W tym rozdział na płcie wyglądał następująco:

- Kobieta 518 osób
- Mężczyzna 482 osób

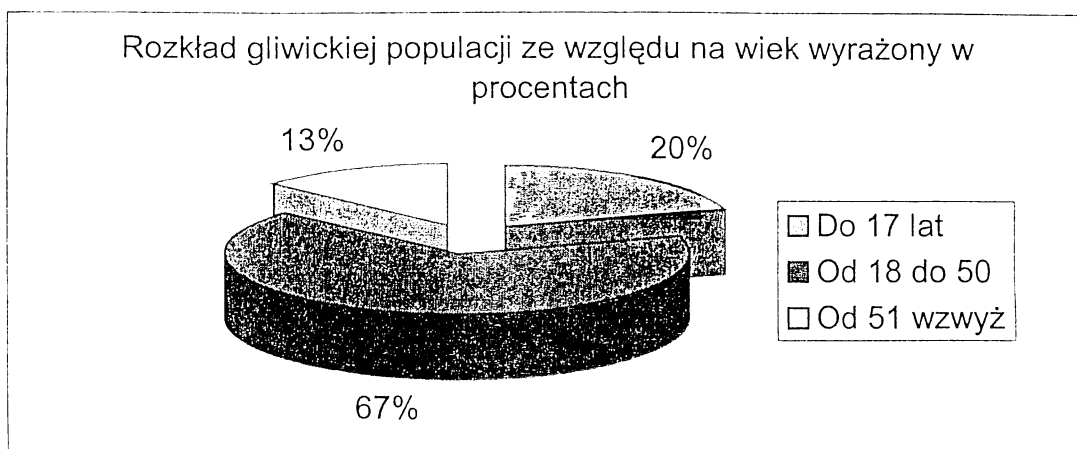
Rozkład w badanej próbie ze względu na wiek i płeć – kobiety, przedstawia się następująco.

Wykres 2 Rozkład w badanej próbie ze względu na płeć



Rozkład ze względu na wiek w mieście Gliwice w roku 2000 przedstawiał się następująco:

Wykres 3 Rozkład gliwickiej populacji ze względu na wiek wyrażony w procentach



Zatem jak pokazane jest to na wykresie, ludność w wieku poprodukcyjnym przeważała w badanej próbie.

Tabela Nr 3 Ludność w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym poprodukcyjnym w mieście Gliwice w latach 1998-2000. Stan na dzień 31 grudnia

Wyszczególnienie	1998	1999	2000
Udział ludności w wieku przedprodukcyjnym w ogólnej liczbie ludności (0-17 lat)	22,4 %	21,5 %	20,3 %
Udział ludności w wieku produkcyjnym w ogólnej liczbie ludności (kobiety: 18-50 lat, mężczyźni 18-55 lat)	65%	65,6%	66,3%
Udział ludności w wieku poprodukcyjnym w ogólnej liczbie ludności (kobiety powyżej 50 lat, mężczyźni powyżej 55 lat)	12,6%	12,9%	13,4%

Zródło: dane Głównego Urzędu Statystycznego

W badanej próbie istniał następujący rozkład ze względu na status zawodowy.

- Pracująca / pracujący 660 osoby
- Bezrobotny / bezrobotna 86 osób
- Na rencie / emeryturze 92 osoby
- Uczę się 162 osoby

Przytoczone dane potwierdzają reprezentatywność przeprowadzonych badań – rozkład wieku w badanej próbie odpowiada w przybliżeniu rozkładowi procentowemu ludności w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym w mieście Gliwice.

Dla lepszego poznania populacji Gliwickiej w poniższej tabeli przedstawiono stan ludności w Gliwicach.

Tabela Nr 4 Ludność w Gliwicach w latach 1998 – 2001. Stan na dzień 31 grudnia 2001

Wyszczególnienie	1998	1999	2000	2001
Ludność ogółem	212 164	210 816	209 356	208 539
Kobiety	108 532	107 865	107 086	Brak danych
Mężczyźni	103 632	102 951	102 270	Brak danych

Źródło: dane głównego Urzędu Statystycznego (stan na 31 grudnia 2001)

Na 1 km² powierzchni miasta przypada (dane na czerwiec 2002 roku) 1528 osób, łączna powierzchnia Gliwic wynosi 134 km². Gęstość zaludnienia w Gliwicach jak podają dane statystyczne zdecydowanie przekracza średnią województwa i kraju, ale jednocześnie jest niższa od gęstości zaludnienia w innych śląskich miastach.

Wysoka gęstość zaludnienia w mieście Gliwice a co za tym idzie stosunkowo duża ilość mieszkańców przypadająca na 1 km² sprawia, że Gliwice przy małej powierzchni charakteryzują się dużą gęstością zaludnienia.

Tabela Nr 5 Liczba mieszkańców Gliwic w okresie 1998 – czerwiec 2003

Gliwice	31.12.1998	31.12.1999	31.12.2000	31.12.2001	30.06.2003
Łączna liczba mieszkańców zameldowanych w Gliwicach	215 658	212 926	210 435	208 539	204 820
Kobiety	111 261	109 882	108 714	107 773	106 562
Mężczyźni	104 397	103 044	101 721	100 766	98 258
Liczba mieszkańców zameldowanych na pobyt stały	208 272	205 984	203 750	201 744	200 663
Liczba mieszkańców zameldowanych na pobyt czasowy	7 386	6 942	6 685	6 795	4 157

Źródło: Ewidencja ludności gminy Gliwice

Stan ludności nie jest liczbą stałą, cały czas trwają migracje, istnieje napływ i odpływ ludności. W następujący sposób przedstawia się napływ i odpływ ludności w Gliwicach.

Tabela Nr 6 Napływ i odpływ ludności w Gliwicach w okresie 31.12.1998 – 31.12.2002

Gliwice	Do 31.12.1998	Do 31.12.1999	Do 31.12.2000	Do 31.12.2001	Do 30.06.2002
Napływ (liczba osób z innych miejscowości meldujących się na pobyt stały w Gliwicach)	1 777	1 567	1 453	1 406	700
Odpływ (liczba osób wymeldowanych z pobytu stałego do innej miejscowości)	2 074	2 377	2 812	2 370	1 439
Saldo migracji (na 1000 mieszkańców)	-297	-810	-1 359	-964	-739

zameldowanych na pobyt stały)	(-1,4)	(-3,9)	(-6,7)	(-4,8)	(-3,7)
-------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Źródło: Ewidencja ludności gminy Gliwice

Warto również zwrócić uwagę jak wyglądają ekonomiczne grupy ludności do ogólnej liczny mieszkańców Gliwic. Główny Urząd Statystyczny przedstawia długoterminową prognozę zmiany w wyżej wymienionych grupach. Jak pokazuje poniższa tabela, saldo migracji - więcej osób na 1000 mieszkańców decyduje się na wymeldowanie z pobytu stałego w Gliwicach niż na zameldowanie. Może to świadczyć o tym, że Gliwice stały się mniej atrakcyjne dla osób pochodzących z innych części Polski, i dlatego napływ ludności uległ znaczącemu zmniejszeniu.

Tabela Nr 7 Ekonomiczne grupy ludności w stosunku do ogólnej liczby mieszkańców Gliwic w latach 1998-2000 oraz prognoza długoterminowa

Gliwice	1998-2000			Prognoza GUS		
	1998	1999	2000	2010	2020	2030
Udział ludności w wieku przedprodukcyjnym w ogólnej liczbie ludności (0-17 lat)	22.4%	21.5%	20.3%	16.4%	18.3%	16.5%
Udział ludności w wieku produkcyjnym w ogólnej liczbie ludności (18-55 lat)	65%	65.6%	66.3%	66.9%	58.6%	58.2%
Udział ludności w wieku poprodukcyjnym w ogólnej liczbie ludności (kobiety powyżej 50 lat, mężczyźni powyżej 55 lat)	12.6%	12.9%	13.4%	16.7%	23.1%	25.3%

Źródło: dane Głównego Urzędu Statystycznego

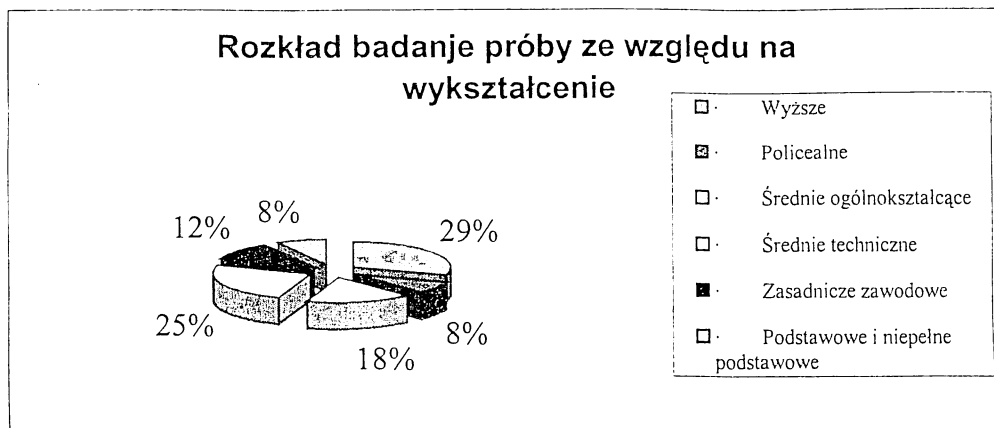
Kolejnym punktem badania było poznanie struktury wykształcenia badanej próby.

Strukturę wykształcenia badanej próby można przedstawić następująco:

- Wyższe 302 osób
- Policealne 75 osoby
- Średnie ogólnokształcące 175 osób
- Średnie techniczne 252 osoby
- Zasadnicze zawodowe 115 osób
- Podstawowe i niepełne podstawowe 81 osób

Ilustruje to poniższy wykres:

Wykres 4 Rozkład badanej próby ze względu na wykształcenie



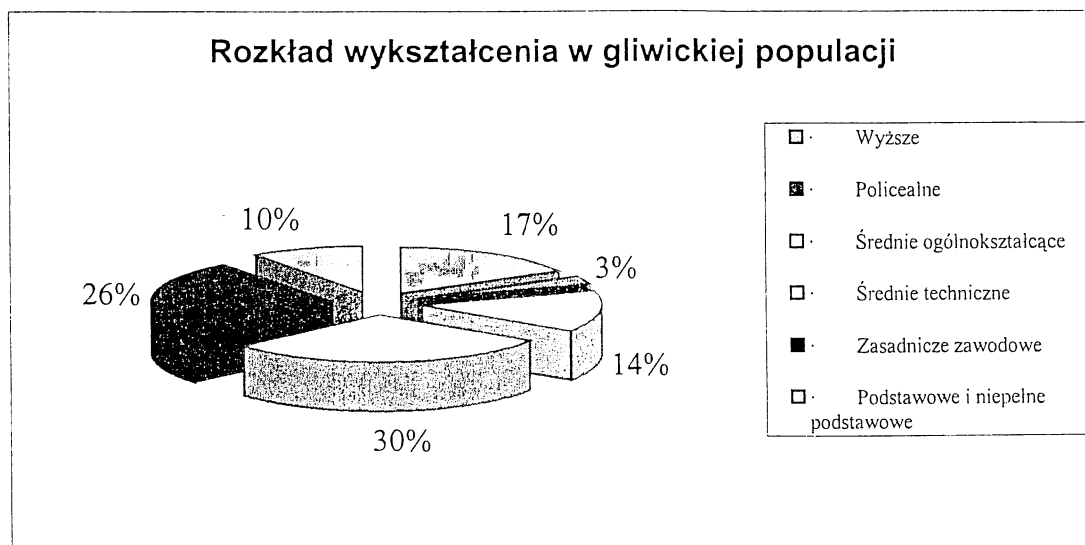
Dla porównania, poziom wykształcenia w mieście Gliwicach przedstawiał się następująco.

Tabela Nr 8 Poziom wykształcenia ludności Gliwic w roku 2001

Wykształcenie (wyszczególnienie)	Rok 2001
Wyższe	17,2 %
Policealne	3,2 %
Średnie ogólnokształcące	14,1 %
Średnie techniczne	29,2 %
Zasadnicze zawodowe	26,3 %
Podstawowe i niepełne podstawowe	10,0 %

Zródło: badania sondażowe „Charakterystyka struktury wykształcenia mieszkańców Gliwic”, PBS 2001

Wykres 5 Rozkład wykształcenia w gliwickiej populacji



3. Metodologia badania – sposób weryfikacji prawdziwości uzyskanych wyników

Badanie zostało przeprowadzone przez ankieterów z ARL sp. z o.o. W celu potwierdzenia wiarygodności przeprowadzonych badań, dwadzieścia procent losowo wybranych ankiet zostało sprawdzonych.

Ankieterzy często spotykali się z odmową podania numeru telefonu – mimo, że informowali badanych, że zebrane informacje – dane teleadresowe wykorzystane będą tylko do sprawdzenia prawdziwości przeprowadzenia wywiadu.

W większości wypadków ankiety były kompletne. Sprawdzenie 20% ankiet nie wykazało żadnych nadużyć – badani, których pytano o to czy odpowiadali na pytania ankiety dotyczącej wpływu na zaspokojenie potrzeb i interesów konsumentów odpowiadali twierdząco. Sprawdzenie 20 % ankiet pozwala estymować prawdziwość pozostałych ankiet.

Ankiety znajdują się w Archiwum ARL sp. z o. o. i w każdej chwili mogą być udostępnione do wglądu.

4. Wpływ na zaspokojenie potrzeb i interesów konsumentów

Wpływ na zaspokojenie potrzeb i interesów konsumentów został określony na podstawie:

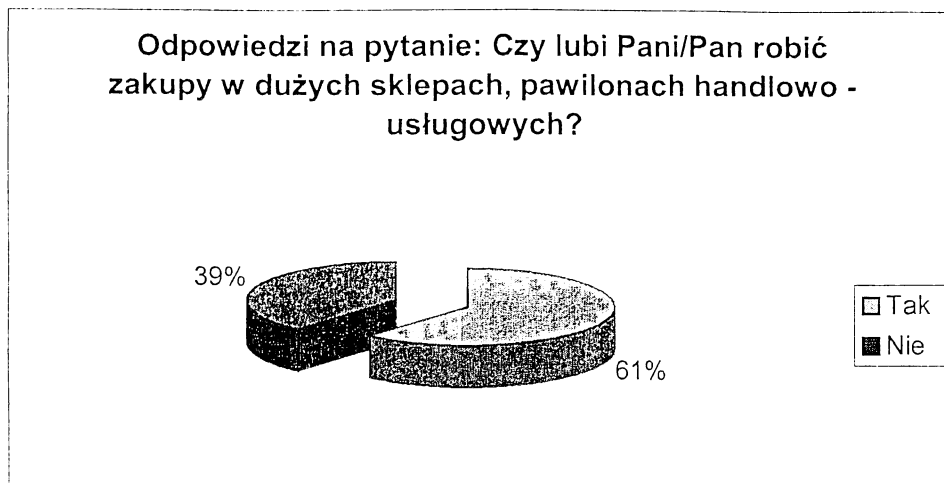
- Przeprowadzonych badań ankietowych na reprezentatywnej próbie mieszkańców Gliwic,
- Analizy potrzeb konsumentów,
- Preferencji godzin w jakich gliwickim konsumentom najwygodniej jest korzystać z usług powstającego Pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej
- Preferencji co do miejsca robienia zakupów,
- Analizy wielkości i nasycenia sieci handlowej w Gliwicach,

Narzędzie dzięki któremu poznano potrzeby i interesy gliwickich konsumentów to ankieta, składająca się z kilku działów, które całościowo pokrywają badany przedmiot – budowę pawilonu handlowo – usługowego. Ankieta składała się z: „metryczki” w ten sposób pozyskiwano informacje statystyczne o respondentach. W kolejnej części pytano respondentów o ich stosunek do dużych centrów handlowych. Jedną z części ankiety poświęcono pytaniom dotyczącym stosunku respondenta do tego czy pawilony handlowo - usługowe tworzą miejsca pracy, czy respondent lubi spędzać czas w pawilonach handlowo - usługowych, jeżeli tak to w jakich godzinach i jakim środkiem transportu tam się dostaje.

4.1. Analiza stosunku respondentów do istniejących i powstających pawilonów handlowo – usługowych, dużych sklepów

W czasie prowadzonego badania ankietowego zapytano respondentów jaki jest ich stosunek do pawilonów handlowo - usługowych. Większość respondentów lubi robić zakupy w pawilonach handlowo - usługowych. Aż 615 wskazało odpowiedź pozytywną (negatywna odpowiedź wybrało 385).

Wykres 6 Odpowiedzi na pytanie: Czy lubi Pani/Pan zakupy w dużych sklepach, pawilonach usługowo - handlowych?



61% respondentów lubi robić zakupy w dużych sklepach czy pawilonach handlowo – usługowych a 39 procent respondentów wskazało odpowiedź negatywną.

Ankietowani pytani byli o to czy na zakupy udają się wraz z rodziną i dziećmi. Uzyskano następujące odpowiedzi:

- Tak 61.1%
- Nie 38.9%

W planowanej inwestycji powinno się wziąć pod uwagę konieczność zapewnienia opieki dla dzieci , które przyjeżdżają na zakupy wraz z rodzicami (wydzielony teren do zabaw, dostosowane toalety).

4.2. Analiza preferowanego czasu i dni robienia zakupów przez gliwickich konsumentów

Kolejnym pytaniem które zostało zadane w toku prowadzonych badań ankietowych było poznanie interesów konsumentów w kwestii godzin w których respondenci najchętniej znajdują czas na zakupy czy też skorzystanie z różnorodnych usług w pawilonach handlowo – usługowych.

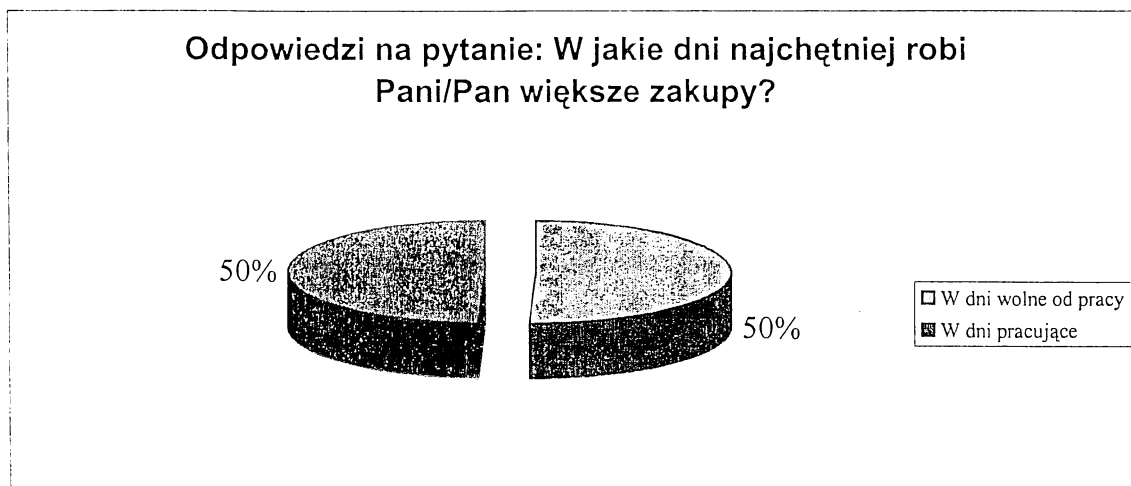
Godziny (podzielone na trzy przedziały czasowe) w których respondenci pragną korzystać z pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej przedstawiają się następująco:

Tabela Nr 9 Wskazane przez respondentów przedziały czasowe, w których najchętniej gliwiczanie korzystają z usług pawilonów handlowo – usługowych

Przed południem	Po południu	Wieczorem
192	405	403

Procentowo odpowiedzi na pytanie o preferowane dni robienia zakupów i korzystania z pawilonów handlowo – usługowych.

Wykres 7 Odpowiedzi na pytanie: W jakie dni najchętniej robi Pani/Pan większe zakupy?



5. Wpływ Pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej na układ komunikacyjny miasta Gliwice

Analiza zagospodarowania przestrzennego w otoczeniu planowanego pawilonu handlowo – usługowego (m.in. parking na 250 miejsc parkingowych, prowadzenie zaopatrzenia samochodami dostawczymi oraz wstępna analiza ruchu drogowego m.in. nakazana postanowieniem (Postanowienie Prezydenta Miasta Gliwice PU-7049/00256/02 z dnia 22 stycznia 2003 r.), konieczność włączenia do ruchu pojazdów zmierzających i wyjeżdżających w rejonie skrzyżowania z ul. Kopalnianą z wykorzystaniem sygnalizacji świetlnej akomodacyjnej), wpływu na ruch samochodowy na ul. Pszczyńskiej wskazuje, że -na obecnym etapie założeń programowych i możliwości dokonanych rozpoznań- na możliwość konfliktowości z otoczeniem. Jakkolwiek godziny szczytu ruchu samochodowego nie pokrywają się z godzinami największego nasilenia handlu w tego typu pawilonach handlowo – usługowych. Tym niemniej dodatkowy ruch wywołany przez Klientów ww. obiektu może znacznie utrudnić ruch na ul. Pszczyńskiej. Przy czym można sądzić, iż konieczna - w świetle ww. postanowienia – prognoza ruchu (na etapie pozwolenia na budowę) ograniczy lewoskrętny ruch w rejonie skrzyżowania ulic Pszczyńskiej i Kopalnianej.

Respondenci pytani byli o preferowany środek transportu do pawilonów handlowo – usługowych. Uzyskano następujące odpowiedzi:

- Własnym samochodem 434 osób,
- Samochodem rodziny lub znajomych 103 osoby,
- Autobusem miejskim 156 osób,
- Autobusem zapewnianym przez sklep 31 osób,
- Chodzę na piechotę 204 osoby,
- Nie robię zakupów w dużych sklepach 72 osób.

6. Wpływ pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej na rynek pracy

Wpływ pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej na rynek pracy określono przyjmując następujące założenia:

- Zatrudnienie pracowników przy budowie,
- Stałe zatrudnienie dla sprzedawców
- Stałe zatrudnienie w punktach usługowych znajdujących się w pawilonie handlowo - usługowym przy ul. Pszczyńskiej,
- Czasowe zatrudnienie (okresowe) przy różnorodnych akcjach promocyjnych,
- Zatrudnienie dla dostawców i firm współpracujących z pawilonem handlowo - usługowy przy ul. Pszczyńskiej

Tabela Nr 10 Pracujący w gospodarce narodowej w Gliwicach w latach 1991-2000

Wyszczególnienie	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Pracujący w gospodarce narodowej	79044	74786	81485	81817	82497	81427	79520	77667	71052	63629
Przemysł	33971	32539	33735	32066	31734	30934	29334	28304	25061	21408
Budownictwo	11262	9673	11617	9600	8819	8383	8643	7956	6251	5212
Handel i naprawy	3625	3883	5927	6573	7815	7904	7991	8173	7468	6487
Transport, składowanie i łączność	4129	4203	4108	6472	6780	6178	6257	6347	6079	5562
Edukacja	9785	8088	7937	6864	6788	6987	6759	617	6672	6246
Ochrona zdrowia i opieka społeczna	3660	3860	4163	4966	4946	4804	4814	4679	4288	4073

Zródło: Urząd Statystyczny w Katowicach

Jak pokazuje to poniższa tabela wzrost liczby bezrobotnych w mieście Gliwice jest niepokojąco duży. Każde utworzone miejsce pracy wpłynie korzystnie na istniejącą sytuację.

Tabela Nr 11 Liczba bezrobotnych ogółem i wg grup wieku w latach 1998-2001

Grupy wieku	Zarejestrowani bezrobotni			
	1998	1999	2000	2001
15-24	1474	2239	3153	3532
25-34	1263	1901	2583	3145
35-44	1463	2077	2617	2937
45-54	877	1343	2028	2572
55 i więcej	128	177	256	313
Bezrobotni ogółem	5205	7737	10637	12499

Zródło: Powiatowy Urząd Pracy w Gliwicach

Przy tak ogromnym w ciągu ostatnich kilku lat wzroście bezrobocia każde nowo powstałe miejsce pracy staje się bardzo cenne.

Struktura bezrobocia w Gliwicach ze względu na wykształcenia przedstawia się następująco:

Tabela Nr 12 Bezrobotni wg poziomu wykształcenia w latach 1998-2001

Wyszczególnienie	1998	1999	2000	2001
Wyższe	151	288	388	547
Policealne i średnie zawodowe	1224	1761	2053	2582
Średnie ogólnokształcące	490	680	619	737
Zasadnicze zawodowe	1477	2383	2470	3093
Podstawowe i niepełne podstawowe	1863	2625	5107	5540

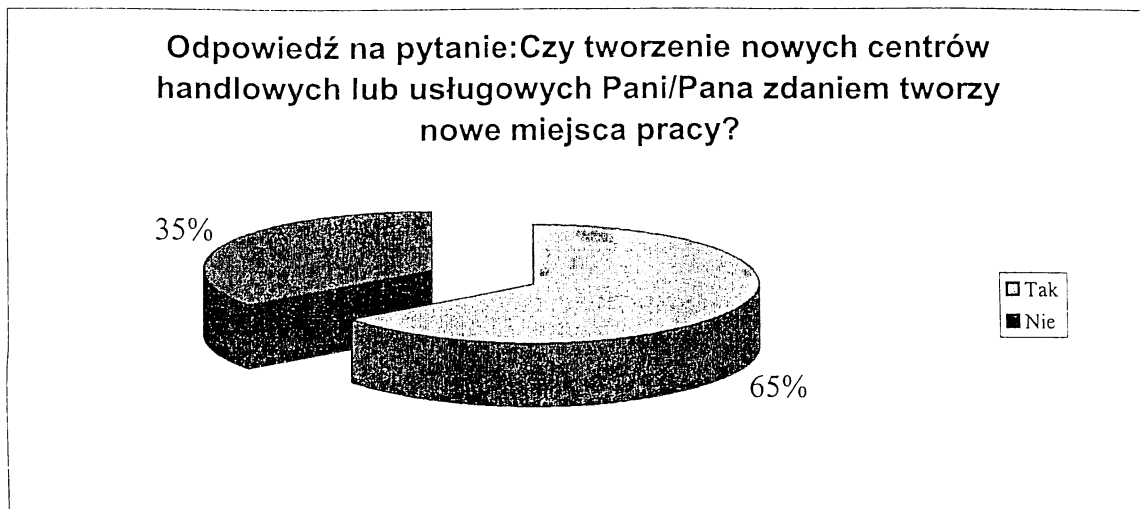
Źródło: Powiatowy Urząd Pracy w Gliwicach

Przytoczone dane pokazują jak duży procent wśród bezrobotnych stanowią osoby o wykształceniu podstawowym i niepełnym podstawowym. W przypadku tak dużej liczby osób bezrobotnych nie posiadających żadnych lub prawie żadnych kwalifikacji, możliwość zatrudnienia w pawilonie handlowo - usługowym przy ul. Pszczyńskiej może radykalnie zmienić sytuację tych osób.

Jak podaje Raport o stanie miasta Gliwice za okres 1998-30.06.2002 pomimo utrzymującej się stopy bezrobocia poniżej średniej krajowej jak również średniej województwa dynamika wzrostu bezrobocia dla miasta jest niekorzystna. Jak pokazuje Raport o stanie miasta Gliwice za okres 1998-30.06.2002, Gliwice są jednym z największych skupisk bezrobotnych na Śląsku, należy również nadmienić, że w roku 2002 Gliwice leżąc w Województwie Śląskim są obszarem o największej ilości zarejestrowanych bezrobotnych.

Respondenci pytani byli czy ich zdaniem tworzenie dużych sklepów czy też centrów usługowych tworzy nowe miejsca pracy. Twierdząco odpowiedziało 646 zaś negatywną odpowiedź wskazało 354 .

Wykres 8 Odpowiedź na pytanie: Czy tworzenie nowych centrów handlowych lub usługowych tworzy nowe miejsca pracy?



Zatem aż 65 % badanych uważa, że tworzenie nowych pawilonów handlowo – usługowych przyczyni się do powstania nowych miejsc pracy, co w obecnej sytuacji na rynku pracy wydaje się jednym z czynników redukujących liczbę bezrobotnych.

W rozpatrywanym pawilonie handlowo – usługowym przy ul. Pszczyńskiej

- planowane jest zatrudnienie ok. 120 osób,
- struktura zatrudnienia: 75 kobiet (kasjerki, pracownicy umysłowi); 25 mężczyzn (magazynierzy, pracownicy ochrony, pracownicy umysłowi),
- dodatkowe miejsca pracy w ilości ok. 30 w powierzchniach usługowych – koncesjonowanych,
- praca na 2 zmiany od 9 – 21.

7. Prognoza wpływu na istniejącą sieć handlową.

Prognoza wpływu na istniejącą sieć handlową oparta została na następujących zasobach danych:

- Sieć placówek handlowo – usługowych które znajdują się w mieście Gliwice,

Sytuacja na rynku gliwickich sklepów czy targowisk przedstawia się następująco:

Tabela Nr 13 Tabela 7 Sklepy, stacje paliw i targowiska stałe w latach 1999-2000 w Gliwicach

Wyszczególnienie	Placówki		Powierzchnia sprzedażowa	
	W liczbach bezwzględnych	Na 10 tys. mieszkańców	Ogółem	Na 10 tys. mieszkańców
Sklepy i stacje paliw	2018	96,4	143035	6832,1
W tym wg specjalizacji				
Ogólno spożywcze	558	26,7	45962	2195,4
Mięsne	76	3,6	3045	145,4
Kosmetyczno – toaletowe	40	1,9	1766	84,4
Z odzieżą	175	7,5	7504	358,4
Obuwie, wyroby skórzane	25	1,2	1725	82,4
Meble, sprzęt oświetleniowy	41	2,0	9053	432,4
RTV i AGD	42	2,0	4513	215,6
Księgarnie, artykuły piśmiennicze	47	2,2	2811	134,3
Pojazdy mechaniczne	74	3,5	6878	328,5
Stacje paliw	31	1,5	-	-
Targowiska stałe	6	0,3	134150	6407,7

Źródło: Urząd Statystyczny w Katowicach

Według Urzędu Statystycznego w Katowicach liczba podmiotów gospodarczych w Gliwicach w latach 1992 - 2000 przedstawiała się następująco:

Tabela Nr 14 Podmioty gospodarki narodowej w mieście Gliwice w latach 1992-2000

Wyszczególnienie	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Ogółem	10534	12635	14106	13591	14180	15288	17127	18047	18432
Sektor publiczny	319	275	268	273	275	268	996	1318	1489
Sektor prywatny	10215	12360	13838	13318	13905	15020	16131	16729	16943
Przedsiębiorstwa państwowe	64	58	50	47	45	41	38	36	32
Spółki prawa handlowego	631	732	836	923	990	1076	1148	1221	1351
Spółdzielnie	48	49	48	47	52	55	55	54	53
Osoby fizyczne	9459	10070	11152	10539	10875	11624	12418	12767	12693

Źródło: Urząd Statystyczny w Katowicach

Średnich przedsiębiorstw w Gliwicach istnieje 1.35 %, są to przedsiębiorstwa zatrudniające od 50 do 250 pracowników, dużych przedsiębiorstw czyli takich w których zatrudnione jest więcej niż 250 pracowników jest 0.28%, ponad 98% procent stanowią przedsiębiorstwa małe (które zatrudniają mniej niż 50 pracowników).

Pawilonu handlowo- usługowy przy ulicy Pszczyńskiej, w którym pracę znajdzie co najmniej 120 osób, zakwalifikować można do grupy średnich przedsiębiorstw, których w Gliwicach jest zaledwie 1.35 %.

Projektowany pawilon handlowo – usługowy przy ul. Pszczyńskiej będzie prowadził działalność handlową w następujących branżach

- branża artykułów spożywczych: nabiał świeży i paczkowany, mięso i wędliny, drób, produkty rybne, warzywa i owoce, pieczywo świeże i paczkowane, napoje, wyroby alkoholowe, pozostałe artykuły spożywcze – produkty zarówno markowe jak i dyskontowe, połączenie jakości i ceny,

W Gliwicach znajduje się 558 sklepów ogólnospożywczych,, co stanowi wskaźnik 26.7 sklepów na 10 tysięcy mieszkańców – wskaźnik ten jest najwyższy w Gliwicach w porównaniu z innymi branżami handlowymi.

- branża artykułów przemysłowych: sportowe, drobne ogólnobudowlane, motoryzacyjne, AGD, RTV, zabawki, odzież, obuwie, kosmetyki itp.

W Gliwicach znajduje się 25 placówek sprzedających obuwie i wyroby skórzane (wskaźnik na 10 tyś. mieszkańców – 1.2), 42 placówki sprzedające produkty AGD i RTV (wskaźnik na 10 tyś. mieszkańców – 2). Ponadto w Gliwicach istnieje 40 sklepów kosmetyczno – toaletowych (wskaźnik na 10 tyś. mieszkańców – 1,9), 175 sklepów z odzieżą (wskaźnik na 10 tyś. mieszkańców – 7.5).

Gliwicka sieć handlowo – usługowa spełnia oczekiwania gliwickich konsumentów.

W przeprowadzonym przez ARL badaniu ankietowym zawarto pytania dotyczące oceny liczby sklepów spożywczych w Gliwicach, i ich zaopatrzenia. Pytano również o to czy liczba punktów usługowych w mieście jest wystarczająca. Badanie ankietowe dzieliło respondentów ze względu na dzielnicę zamieszkania, co pozwoliło poznać preferencje konsumenckie.

Respondenci pytani o to jak oceniają liczbę sklepów spożywczych w Gliwicach udzielili następujących odpowiedzi:

- zbyt mała – 112 wskazań,
- wystarczająca – 761 wskazań,
- zbyt duża 127 wskazań.

Taki rozkład odpowiedzi potwierdza dane z Urzędu Statystycznego w Katowicach (tab. nr 16).

Ankietowani pytani o to czy mogą zrobić cotygodniowe zakupy w sklepach zlokalizowanych w ich dzielnicy zamieszkania, odpowiadali:

- tak – 803 wskazań,
- nie – 98 wskazań,
- nie robią zakupów w Gliwicach – 47 wskazań,
- nie mam zdania – 52 wskazania.

W kolejnym pytaniu uzyskano odpowiedzi dotyczące oceny badanych zaopatrzenia sklepów w mieście Gliwice:

- jako złe – 117 wskazań,
- jako dobre – 683 wskazań,
- nie mam zdania – 183 wskazania,

brakowało odpowiedzi w 17 ankietach.

Badanie ankietowe dzieliło respondentów ze względu na dzielnicę zamieszkania, co pozwoliło poznać odpowiedzi na pytanie: Czy w pobliżu Pana(i) miejsca zamieszkania znajduje się pawilon handlowo – usługowy?

Odpowiedzi z podziałem na dzielnice przedstawia poniższa tabela:

Dzielnica	Tak	Nie
Bojków	11	9
Brzezinka	10	10
Czechowice	5	3
Gwardii Ludowej	45	3
Kopernik	67	9
Ligota Zabrska	26	7
Łabędy	15	33
Obrońców Pokoju	21	3

Dzielnica	Tak	Nie
Os. Opertki	8	10
Os. Waryńskiego	22	4
Ostropa	5	9
Powstańców Śląskich	24	5
Sikornik	42	7
Sośnica	32	19
Stare Gliwice	12	12
Szobiszowice	37	32
Śródmieście	137	69
Trynek	46	14
Wilcze Gardło	6	7
Wójtowa Wieś	6	11
Zatorze – Milenium	51	21
Zubrzyckiego	48	14
Żerniki	7	6

Z danych wynika, że większość osób mieszkających w dzielnicach położonych dalej od centrum (Łabędy, Os. Operetki, Ostropa, Wilcze Gardło, Wójtowa Wieś) odpowiedziało, że w pobliżu ich miejsca zamieszkania nie znajduje się żaden pawilon handlowo – usługowy. W dzielnicy w której planowane jest powstanie pawilonu handlowo – usługowego – Ligocie Zaborskiej 79 % osób badanych odpowiedziało, że w ich miejscu zamieszkania znajduje się pawilon handlowo – usługowy (21% wskazało odpowiedź negatywną).

Pytano również ankietowanych czy w mieście Gliwice ich zdaniem znajduje się odpowiednia liczba punktów usługowych. Uzyskano następujące odpowiedzi:

- tak 63 % badanych
- nie 37 % badanych.

W przeprowadzonej ankiecie zawarto szczegółowe pytania dotyczące, liczby zakładów fotograficznych, sklepów muzycznych, kiosków z prasą. Odpowiedzi na pytania przedstawiają się następująco:

Jak ocenia Pan(i) ilość sklepów, zakładów fotograficznych w mieście?

- Zbyt mała 29%
- Wystarczająca 49%
- Zbyt duża 4%
- Nie ma w mieście Gliwice sklepów i zakładów fotograficznych 18%

Czy w Pana(i) dzielnicy jest sklep muzyczny?

- Tak 268 wskazań,
- Nie 489 wskazań,
- Nie wiem 243 wskazania.

Czy w Pana(i) dzielnicy jest wystarczająca ilość kiosków z prasą?

- Tak 812
- Nie 188.

W interesującej nas dzielnicy – Ligocie Zabrskiej uzyskano następujące odpowiedzi:

- Tak 29 – co stanowi 88% ogółu odpowiedzi uzyskanych w tej dzielnicy
- Nie 4 – co stanowi 12% ogółu odpowiedzi uzyskanych w tej dzielnicy.

8. Prognoza wpływu budowy wielkopowierzchniowego obiektu handlowego

8.1. Wpływ budowy obiektów na komunikację

Wpływ obiektu na układ komunikacyjny w mieście oceniono na podstawie wskaźnikowych metod prognozowania ruchu samochodowego w oparciu o wielkości obiektów i odpowiadających im miejsc parkingowych. Podaż usług parkingowych przy dużych obiektach komercyjnych jest jednym z najważniejszych czynników określających wielkości potoków ruch na sąsiednich ulicach.

Według zagranicznych wskaźników za umiarkowanie korzystny dla strefy śródmiejskiej uznaje się wskaźnik 2,5 miejsc postojowych na 100m² powierzchni sprzedażowej.

Dla pawilon handlowo - usługowy przy ul. Pszczyńskiej ilość miejsc parkingowych wynosi 250, wskaźnik wynosi około 85 i jest wyjątkowo wysoki.

Z wyników przeprowadzonych dla obiektu ankiet wynika, że godziny szczytowego ruchu generowanego przez obiekty przypadają na godziny wieczorne. Jest to przesunięcie czasowe w stosunku do okresu ruchu szczytowego w sieci ogólnie miejskiej, co jest zjawiskiem korzystnym, a ruch generowany w dni wolne od pracy odbiega charakterem od ruchu w dni robocze.

Pomimo tego, że obiekt będzie generować ruch poza godzinami szczytu, należy zakwalifikować go do dużych generatorów ruchu z uwagi na ich charakter i wielkość parkingu.

Do obiektu samochody wjeżdżać będą wyłącznie od ul. Pszczyńskiej.

Analiza zagospodarowania przestrzennego w otoczeniu planowanego pawilonu handlowo – usługowego (m.in. parking na 250 miejsc parkingowych, prowadzenie zaopatrzenia samochodami dostawczymi oraz wstępna analiza ruchu drogowego m.in. nakazana postanowieniem (Postanowienie Prezydenta Miasta Gliwice PU-7049/00256/02 z dnia 22 stycznia 2003 r.), konieczność włączenia do ruchu pojazdów zmierzających i wyjeżdżających w rejonie skrzyżowania z ul. Kopalnianą z wykorzystaniem sygnalizacji świetlnej akomodacyjnej), wpływu na ruch samochodowy na ul. Pszczyńskiej wskazuje, że -na obecnym etapie założeń programowych i możliwości dokonanych rozpoznań- na możliwość konfliktowości z otoczeniem. Jakkolwiek godziny szczytu ruchu samochodowego nie pokrywają się z godzinami największego nasilenia handlu w tego typu pawilonach handlowo – usługowych. Tym niemniej dodatkowy ruch wywołany przez Klientów ww.

obiektu może znacznie utrudnić ruch na ul. Pszczyńskiej. Przy czym można sądzić, iż konieczna - w świetle ww. postanowienia – prognoza ruchu (na etapie pozwolenia na budowę) ograniczy lewoskrętny ruch w rejonie skrzyżowania ulic Pszczyńskiej i Kopalnianej.

8.2. Wpływ budowy obiektów na istniejącą sieć handlową

Według danych literaturowych powstawanie sklepów wielkopowierzchniowych wpływa na zmniejszenie się obrotów w małych i średnich placówkach handlowych. Obserwuje się spadek obrotów małych sklepów sąsiadujących z obiektami wielkopowierzchniowymi o około 20% .

W okolicy budowy planowanego obiektu znajdują się małe sklepy spożywcze i przemysłowe oraz obiekty średniej wielkości takie jak sklepy sieci „Lidl” „Plus” „Żabka” wobec oferowanie podobnego asortymentu po zbliżonych cenach jako iż ww. sklepy cechują się umiarkowanymi cenami nie należy spodziewać się przejścia tych klientów do nowego obiektu.

Pawilon handlowo – usługowy jako obiekt wielkopowierzchniowy stanowić może konkurencję dla obiektów wielko powierzchniowych typu „Tesco” ale z uwagi na lokalizację w ciągu ul. Pszczyńskiej – z utrudnionym skomunikowaniem z Centrum, czy też dzielnicami „Sikornik”, Zatorze – jego konkurencyjność w klasie obiektów wielkopowierzchniowych jest ograniczona.

8.3. Wpływ budowy obiektów na zaspokojenie potrzeb mieszkańców

W czasie przeprowadzonych badań ankietowych dotyczących budowy wielkopowierzchniowego obiektu handlowego w rejonie ulicy Pszczyńskiej uzyskane informacje pozwalają stwierdzić, że powstanie rozpatrywanego obiektu spełni w niewielkim stopniu oczekiwania mieszkańców.

Z budową obiektów handlowych na terenie miasta mieszkańcy Gliwic wiążą nadzieję z możliwością znalezienia pracy. W przypadku dużej liczby osób bezrobotnych mieszkających na terenie Gliwic i nie posiadających żadnych lub prawie żadnych kwalifikacji, możliwość zatrudnienia w centrach handlowych może radykalnie zmienić sytuację tych osób.

W Pawilonie handlowo - usługowy przy ul. Pszczyńskiej stałą pracę znajdzie około 120 mieszkańców Gliwic. Dodatkowe miejsca pracy to jedyny istotny argument przemawiający za budową ww. Pawilonu handlowo – usługowego na terenie miasta Gliwice.

Respondenci pytani byli o ocenę sytuacji gliwickiego rynku pracy, w odpowiedziach na pytanie: Jak ocenia Pan(i) sytuację na rynku pracy w Gliwicach? Uzyskano następujące odpowiedzi:

- Nie ma problemów ze znalezieniem pracy 3.5%
- Są niewielkie problemy ze znalezieniem pracy 9.7%
- Trudno jest znaleźć pracę 59.9%
- Znalezienie pracy jest praktycznie nie możliwe 26.9%.

Aż 269 osób uważa, że znalezienie pracy w mieście Gliwice jest „jest praktycznie nie możliwe”. Powstanie pawilonu handlowo – usługowego według 64.6% badanych stworzy nowe miejsca pracy w Gliwicach.

9. Analiza

9.1. Zaspokajanie potrzeb konsumentów

Powstanie wielkopowierzchniowego obiektu handlowo - usługowego jakim będzie pawilon handlowo - usługowy przy ul. Pszczyńskiej będzie oddziaływać w ograniczony sposób na zaspokojenie potrzeb gliwickich konsumentów z uwagi na oferowany (standardowy) asortyment art. spożywczych i przemysłowych oraz usług oraz powszechną opinię o zaspokojeniu potrzeb handlowych w dzielnicach zamieszkania.

9.2. Wpływ na układ komunikacyjny

W wyniku przeprowadzonych badań poznano preferowane godziny w jakich mieszkańcy Gliwic pragną skorzystać z usług pawilonu handlowo – usługowego przy ul. Pszczyńskiej, wskazane przedziały czasowe są różne w zależności od wieku respondentów, różne też są preferowane dni, w których respondenci chcieliby udać się do pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej.

Mimo tego zróżnicowania wpływ pawilonu handlowo – usługowego ul. Pszczyńskiej na układ komunikacyjny w mieście będzie negatywny wobec specyfiki lokalizacji w ciągu ul. Pszczyńskiej jednej z najbardziej obecnie i w przyszłości obciążonych ulic w Gliwicach.

Należy zauważyć, że powstanie pawilonu handlowo - usługowego przy ul. Pszczyńskiej może przyczynić do zrewitalizowania tej części dzielnicy (Ligota Zabrska). Dzięki inwestycji obecny teren o nieuporządkowanej zabudowie zmieni się teren uporządkowany z zachowaniem sieci kolejki wąskotorowej jako zabytku techniki.

9.3. Wpływ na rynek pracy w mieście Gliwice

Planowana inwestycja stworzy możliwość zatrudnienia około 120 osób co w sytuacji wzrastającego bezrobocia w mieście Gliwice jest bardzo ważnym czynnikiem.

10. Podsumowanie

Podsumowując w czasie przeprowadzonych badań ankietowych dotyczących budowy wielkopowierzchniowego obiektu handlowego na terenie Gliwic uzyskane informacje pozwalają stwierdzić, że powstanie pawilonu handlowo – usługowego przy ul. Pszczyńskiej :

- będzie oddziaływać w ograniczony sposób na zaspokojenie potrzeb gliwickich konsumentów, z uwagi na oferowany (standardowy) asortyment art. spożywczych i przemysłowych oraz usług oraz powszechną opinię o zaspokojeniu potrzeb handlowych w dzielnicach zamieszkania,
- wpłynie na istniejącą sieć handlowo – usługową zwiększając podaż usług, przy czym w opinii większości mieszkańców istniejąca sieć obiektów handlowych oferujących standardowy asortyment art. spożywczych i przemysłowych jest wystarczająca szczególnie w rejonie ul. Pszczyńskiej (sklepy sieci „Lidl”, „Plus”, „Żabka”, pawilon „AGATA”),
- wpłynie pozytywnie na rynek pracy w mieście (zatrudnienie ok. 120 osób w większości średnio wykwalifikowanych),
- pogorszy stan ruchu drogowego w ciągu ul. Pszczyńskiej co przy planowanym w niedalekiej przyszłości uruchomieniu autostrad A- 4 a w dalszej perspektywie A- 1 może znacznie pogorszyć drożność tego ciągu, szczególnie po realizacji przedsięwzięcia "Nowe Gliwice – przekształcenie terenów poprzemysłowych w strefę przedsiębiorczości,, przy ul. Bojkowskiej - ze skomunikowaniem ul. Pszczyńskiej z ulicą Kopalnianą.

11. Załącznik Nr 1 – Wzór ankiety

Szanowni Państwo, Agencja Rozwoju Lokalnego w Gliwicach zwraca się z uprzejmą prośbą o wypełnienie poniższej ankiety. Ankieta jest anonimowa. Przeprowadzona jest w celu poznania Państwa opinii na temat powstania nowego pawilonu handlowo – usługowego przy ul Pszczyńskiej w Gliwicach.

W przypadku jakichkolwiek pytań prosimy o kontakt z Agencją Rozwoju Lokalnego w Gliwicach pod nr tel.: 33-93-119

Dziękujemy za pomoc i wypełnienie ankiety.

1. Czy uważa Pan(i), że w dzielnicy Pana(i) zamieszkania bez problemu można zrobić cotygodniowe zakupy?

- a) Tak
- b) Nie
- c) Nie robię zakupów w Gliwicach
- d) Nie mam zdania

2. Jak Pan(i) ocenia liczbę sklepów spożywczych w Gliwicach?

- a) jest ich za mało
- b) ich liczba jest wystarczająca
- c) jest ich za dużo

3. Jakie jest Pana(i) zdanie odnośnie zaopatrzenia sklepów w Gliwicach

- a) są źle zaopatrzone
- b) są dobrze zaopatrzone
- c) nie mam zdania

4. Czy w pobliżu Pana(i) miejsca zamieszkania znajduje się pawilon handlowo – usługowy?

- a) tak
- b) nie

5. Czy Pana(i) zdaniem w Gliwicach jest wystarczająca ilość punktów usługowych?

- a) tak
- b) nie

6. Jak ocenia Pan(i) liczbę sklepów i zakładów fotograficznych w Pana(i) dzielnicy?

- a) jest ich za mało
- b) ich liczba jest wystarczająca
- c) jest ich za dużo
- d) nie ma w ogóle

7. Czy w Pana(i) dzielnicy znajduje się sklep muzyczny(z kasetami, płytami CD)?

- a) tak
- b) nie

- c) nie wiem
- 8. Czy w Pana(i) dzielnicy znajduje się wystarczająca ilość kiosków z prasą?**
- a) tak
b) nie
- 9. Czy lubi Pan(i) robić zakupy w dużych sklepach?**
- a) tak
b) nie
- 10. Jakimi środkami komunikacji jeździ Pan(i) na zakupy?**
- a) jeżdżę własnym samochodem
b) jeżdżę z rodziną bądź ze znajomymi ich samochodem
c) jeżdżę autobusem
d) jeżdżę autobusem zapewnianym przez sklep
e) chodzę na piechotę
f) nie robię zakupów w dużych sklepach, pawilonach handlowych
- 11. Czy chodzi Pan(i) na zakupy wraz z rodziną lub dziećmi?**
- a) tak
b) nie
- 12. Jak Pana(i) zdaniem przedstawia się sytuacja na rynku pracy w Gliwicach?**
- a) nie ma problemów ze znalezieniem pracy
b) są niewielkie problemy ze znalezieniem pracy
c) trudno jest znaleźć pracę
d) znalezienie pracy jest praktycznie niemożliwe
- 13. Czy Pana(i) zdaniem powstanie nowych pawilonów usługowo – handlowych przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy?**
- a) tak
b) nie
- 14. W jakie dni najchętniej robi Pan(i) zakupy?**
- a) w dni pracujące
b) w dni wolne od pracy
- 15. W jakich godzinach znajduje Pan(i) czas na robienie zakupów**
- a) przed południem
b) po południu
c) Wieczorem

METRYCZKA

1. Płeć

- a) Kobieta
- b) Mężczyzna

2. Wiek

- a) do 17
- b) od 18 do 50
- c) od 51 wzwyż

3. Wykształcenie

- A) wyższe
- B) policealne
- C) Średnie ogólnokształcące
- D) Średnie techniczne
- E) zasadnicze zawodowe
- F) podstawowe i niepełne podstawowe

Dzielnica : zaznaczyć krzyżykiem przy odpowiedniej odpowiedzi

Bojków		Sośnica	
Brzezinka		Stare Gliwice	
Czechowice		Szobiszowice	
Oś. Gwardii Ludowej		Śródmieście	
Oś. Kopernika		Trynek	
Ligota Zabrska		Oś. Waryńskiego	
Łabędy		Wilcze Gardło	
Oś. Obrońców Pokoju		Wójtowa Wieś	
Oś. Operetki		Zatorze - Millenium	
Ostropa		Oś. Zubrzyckiego	
Powstańców Śląskich		Żerniki	
Oś. Sikornik			

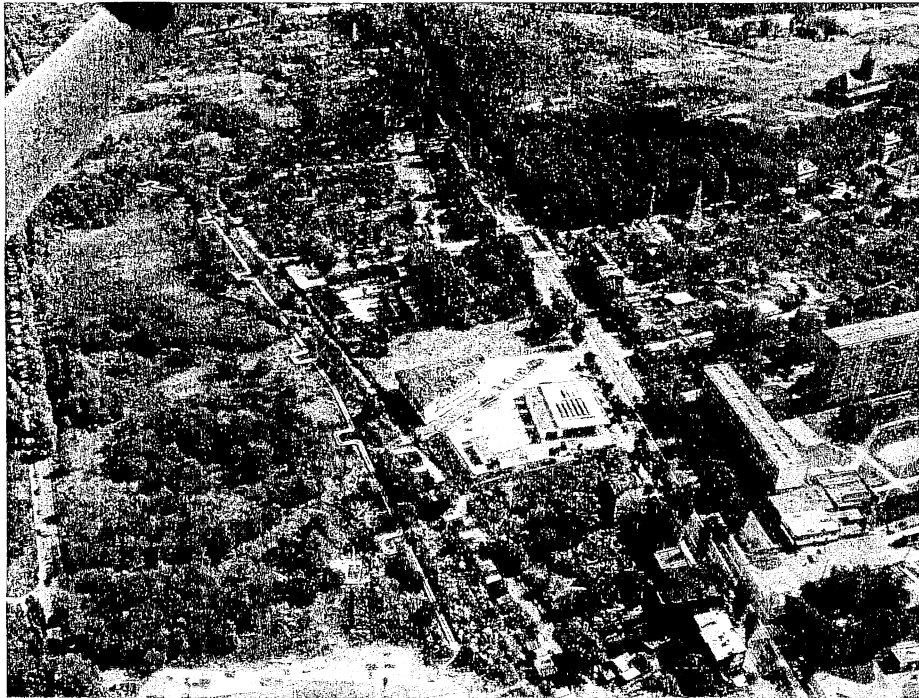
4. Status zawodowy

- a) Pracuję
- b) Jestem bezrobotny(a)
- c) Jestem na emeryturze
- d) Uczę się

Telefon kontaktowy:

.....

12. Załącznik nr 2 – Zdjęcia przedstawiające planowaną lokalizację obiektu handlowo – usługowego przy ulicy Pszczyńskiej



**13. Załącznik Nr 3 – Tabele zawierające zestawienia
uzyskanych danych po przeprowadzeniu badania ankietowego**

Pytanie	Odp.	DZIELNICE																				Suma			
		Bojków	Brzeźnica	Czechowice	Oś. Gwardii Ludowej	Oś. Kopernika	Ligota Zabrska	Labędy	Oś. Obrońców Pokoju	Ostropa	Oś. Operetki	Powstańców Śląskich	Oś. Sikornik	Sośnica	Stare Gliwice	Szobiszowice	Śródmieście	Trynek	Oś. Waryńskiego	Wilcze Gardło	Wójtowa Wieś		Zatorze Millennium	Oś. Zabrzeżan	Zemki
Czy w Pana(i) dzielnicy można zrobić cotygodniowe zakupy?	Tak	11	18	5	46	71	16	40	21	8	12	24	42	39	18	49	170	52	27	9	10	59	45	8	803
	Nie	3	2	2	2	1	4	6	2	5	2	3	2	3	5	12	27	3	1	1	6	8	10	3	98
	Nie robię zakupów w Gliwicach	4	0	1	0	1	10	0	0	0	0	1	1	3	0	3	17	1	0	2	0	1	2	0	47
	Nie mam zdania	2	0	0	0	3	3	2	1	1	4	1	4	6	1	5	5	4	0	1	1	4	1	2	52
Jak ocenia Pan(i) liczbę sklepów spożywczych w Gliwicach?	Zbyt mała	4	1	2	4	3	3	4	1	3	2	0	4	6	6	9	23	5	2	2	5	10	10	3	112
	Wystarczająca	15	15	6	36	61	28	40	19	7	13	28	35	39	17	54	176	45	17	9	9	50	46	9	761
	Zbyt duża	1	4	0	8	12	2	4	4	4	3	1	10	6	1	6	20	10	7	2	3	12	6	1	127
Jak ocenia Pan(i) zaopatrzenie sklepów w mieście?	Jako źle	3	4	2	3	5	3	6	2	2	2	3	3	4	5	10	31	5	1	1	2	7	12	1	117
	Dobrze	15	13	5	40	64	20	33	19	9	12	24	8	31	16	42	145	46	21	7	10	54	40	9	683
	Nie mam zdania	2	3	1	5	7	10	9	3	3	4	2	8	16	3	17	43	9	4	5	5	11	10	3	183
Czy w pobliżu Pana(i) miejsca zamieszkania znajduje się pawilon usługowo-handlowy?	Tak	11	10	5	45	67	26	15	21	5	8	24	42	32	12	37	137	46	22	6	6	51	48	7	683
	Nie	9	10	3	3	9	7	33	3	9	10	5	7	19	12	32	69	14	4	7	11	21	14	6	317
Czy w mieście jest wystarczająca liczba punktów usługowych?	Tak	11	14	4	34	47	26	28	18	10	13	22	27	30	12	32	143	40	22	7	8	48	40	7	630
	Nie	9	6	4	14	29	7	20	6	4	5	7	22	21	12	37	76	20	4	6	9	24	22	6	370
Jak ocenia Pan(i) liczbę zakładów fotograficznych w mieście?	Zbyt mała	7	5	2	17	28	7	18	3	3	5	4	16	24	7	25	46	15	11	2	2	21	17	2	287
	Wystarczająca	8	12	2	23	38	19	18	14	5	6	18	18	20	8	26	157	30	9	7	4	33	29	4	494
	Zbyt duża	1	0	0	0	6	2	1	0	1	2	0	0	2	2	4	7	2	1	1	2	4	1	0	39
Czy w Pana(i) dzielnicy jest sklep muzyczny?	Nie ma	4	3	4	8	4	5	11	7	5	5	7	15	5	7	14	9	13	5	4	9	14	15	7	180
	Tak	2	4	2	10	8	11	5	3	1	3	4	6	8	6	16	134	11	11	4	0	6	9	4	268
	Nie	10	10	3	20	47	14	28	14	7	10	16	23	27	14	39	65	43	8	7	11	38	41	7	489
Czy w Pana(i) dzielnicy jest wystarczająca liczba kiosków z prasą?	Nie wiem	8	6	3	18	21	8	15	7	6	5	9	20	16	4	14	20	6	7	2	6	28	12	2	243
	Tak	14	13	6	42	60	29	36	19	9	13	21	44	41	13	53	188	49	23	7	13	61	51	10	812
Nie	6	7	2	6	6	4	12	5	5	5	8	5	10	11	16	31	11	3	6	4	11	11	3	188	

Czy lubi Pan(i) robić zakupy w dużych sklepach?	Tak	12	12	6	29	45	21	32	17	7	12	18	27	34	16	44	131	36	14	10	11	46	41	7	615
	Nie	8	8	2	19	31	12	16	7	7	6	11	22	17	8	25	88	24	12	3	6	26	21	6	385
Jakimi środkami jeździ Pan(i) na zakupy?	Własnym samochodem	13	6	2	21	38	17	25	10	3	9	15	16	26	12	26	100	20	8	7	12	26	27	8	434
	Samochodem rodziny lub znajomych	2	6	2	3	12	3	3	4	2	3	3	4	5	2	9	18	6	0	2	1	8	3	2	103
	Autobusem miejskim	1	3	3	10	12	5	6	5	1	2	3	9	8	3	19	19	17	2	1	2	12	12	1	156
	Autobusem zapewnianym przez sklep	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	1	2	1	3	1	11	2	0	0	0	1	4	1	31
	Chodzę na piechotę	2	3	0	11	10	4	12	3	2	2	5	15	6	3	12	57	12	12	1	1	18	13	0	204
Nie robię zakupów w dużych sklepach	2	2	0	3	4	4	1	2	4	2	2	3	5	1	2	14	3	4	2	1	7	3	1	72	
Czy chodzi Pan(i) na zakupy wraz z rodziną lub dziećmi?	Tak	16	14	4	25	52	16	27	15	8	11	18	33	38	16	39	122	38	16	6	12	51	41	8	626
	Nie	6	6	4	23	24	17	21	9	6	7	11	16	13	8	30	97	22	10	7	5	21	21	5	389
Jak ocenia Pan(i) sytuację na rynku pracy w Gliwicach?	Nie ma problemów ze znalezieniem pracy	1	1	0	0	3	2	4	3	1	0	0	0	1	0	2	7	3	0	2	1	2	2	0	35
	Są niewielkie problemy	0	1	0	6	7	3	3	2	1	2	3	4	5	3	8	26	8	1	2	1	2	8	1	97
	Trudno znaleźć pracę	15	14	6	30	48	25	26	12	8	10	18	30	26	14	41	141	33	15	4	11	46	32	7	599
Znalezienie pracy jest praktycznie niemożliwe	4	4	2	12	18	3	15	7	4	6	8	15	19	7	18	45	16	10	5	4	22	20	5	269	
Czy powstanie nowych pawilonów usługowo-handlowych stworzy nowe miejsca pracy?	Tak	15	10	4	26	51	20	32	16	8	10	16	34	29	16	55	154	36	16	10	5	48	42	6	646
	Nie	5	10	4	22	25	13	16	8	6	8	13	15	22	8	14	65	24	10	3	12	24	20	7	354
W jakie dni najchętniej robi Pan(i) zakupy?	W pracujące	12	8	5	25	45	11	28	14	7	9	12	24	21	11	29	116	24	11	4	8	30	32	9	495
	W wolne	8	12	3	23	31	22	20	10	7	9	17	25	30	13	40	103	36	15	9	9	42	30	4	505
W jakich godzinach robi Pan(i) zakupy?	Przed południem	3	2	0	14	16	3	8	5	4	5	9	14	8	5	5	39	8	7	1	2	21	12	1	192
	Po południu	5	11	6	20	32	9	26	13	6	5	9	18	27	10	34	71	33	9	7	6	32	22	6	405
	Wieczorem	12	7	2	14	28	21	14	6	4	8	11	17	16	9	30	109	19	10	5	9	18	28	6	403
Płeć	Kobieta	16	13	6	21	39	19	27	11	10	11	19	27	21	12	35	103	29	7	6	10	40	31	5	518
	Mężczyzna	4	7	2	27	37	14	21	13	4	7	10	22	30	12	34	116	31	19	7	7	32	31	8	482
Wiek	Do 17	1	2	2	0	1	0	4	2	1	0	0	0	2	0	22	7	6	5	0	0	4	0	0	59
	18 - 50	17	15	4	36	65	32	42	18	8	11	27	41	47	21	39	178	41	15	10	15	54	79	11	773
	Od 51	2	3	2	12	10	1	2	4	5	7	2	8	2	3	8	34	13	6	13	2	14	13	2	168

Wykształcenie	Wyzsze	5	6	1	18	20	19	10	7	4	7	11	20	7	7	15	95	6	6	5	6	9	23	2	302
	Policealne	2	0	0	2	5	0	5	3	2	2	5	4	5	2	4	19	6	1	2	0	3	3	0	75
	Srednie ogólnokształcące	1	5	1	13	15	3	6	5	1	2	2	8	11	3	6	39	10	6	1	4	18	9	6	175
	Srednie techn.	6	6	3	10	24	9	15	4	2	5	8	9	14	8	13	36	18	6	3	5	23	22	3	252
	Zawodowe	3	1	1	5	10	2	8	2	3	2	3	6	10	4	5	20	9	2	1	2	12	2	2	115
	Podstawowe i niepełne podstawowe	3	2	2	0	2	0	4	3	2	0	0	2	3	0	26	12	5	5	1	0	6	3	0	81
Status zawodowy	Pracujący	15	11	1	35	55	31	32	17	7	11	24	37	37	18	26	150	40	11	9	12	40	43	10	660
	Bezrobotni	2	1	1	9	6	0	5	1	2	1	2	8	3	1	5	21	6	3	1	1	5	1	1	86
	Na emeryturze	1	3	3	3	10	0	3	1	4	5	1	3	0	1	2	20	6	4	1	3	10	7	1	92
	Uczący się	2	5	3	1	5	2	8	5	1	1	2	1	11	4	36	28	8	8	2	1	16	11	1	162

Zespół wykonujący:

1. Ewa Bilewicz

Ewa Bilewicz
.....

2. Dorota Dyrda

Dorota Dyrda
.....

3. Krzysztof Fahrenholz

[Signature]
.....

4. Magdalena Maciejewska

Magdalena Maciejewska
.....

5. Aleksandra Zebranowicz

A. Zebranowicz
.....

Zatwierdzający:

Andrzej Szymborski

Andrzej Szymborski
[Signature]
.....
Prezes Zarządu