Ilona Urbanyi
Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy

Wpływ pasażerskiego ruchu promowego na rozwój miasta na przykładzie linii promowej Gdynia-Karlskrona

Wprowadzenie

Żegluga promowa jest jednym z rodzajów żeglugi regularnej. Jej specyfiką jest jednoczesny przewóz pasażerów i ładunków tworzących jeden rynek. Łączny transport dwóch różnych segmentów wymaga zastosowania wyspecjalizowanych statków – promów. W związku z powyższym na jednostkach promowych wyodrębniona jest część pasażerska oraz część towarowa dla pojazdów. Dla załadunku i wyładunku tych ostatnich ma zastosowanie poziomy system przeładunku (roll on – roll off). Obserwacja miast portowych, które obsługują ruch promowy pozwala stwierdzić, iż zwiększanie się przewozów obu segmentów ma ogromne znaczenie dla rozwoju infrastruktury oraz usług na rzecz pasażerów i ładunków w miastach portowych oraz regionach ciążących do danego połączenia promowego. W artykule skupiono się na ruchu pasażerskim oraz jego wpływie na rozwój miasta Gdyni.

1. Charakterystyka rynku promowego

Morze Bałtyckie stanowi jeden z głównych akwenów, gdzie żegluga promowa jest silnie rozwinięta. Działalność przewoźników promowych, wysokość przewozów kształtowana jest przez otoczenie rynkowe, które w znaczący sposób wpływa na poziom przewozów promowych. Ich wielkość determinowana jest również przez samych operatorów, którzy podejmują różnego rodzaju działania w celu zwiększenia ruchu pasażerskiego. W tabelach 1 i 2 przedstawiono wielkości przewozów pasażerów i pojazdów osobowych na tym akwenie.

Tab.1 Przewozy pasażerów na Morzu Bałtyckim w latach 2005-2010

Pasażerowie	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Zachodni Bałtyk	32431979	31878026	33228220	32382424	30885554	30557823
Wschodni Bałtyk	15338529	15492770	15036663	15059727	16092159	17071019
Centralny Bałtyk	2924735	3113831	3392223	3588446	3461773	3556730
Razem	50695243	50484627	51657106	51030597	50439486	51185572

Źródło: obliczenia własne na podstawie [Market:10] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:08] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Statistics 05, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006

Tab.2 Przewozy samochodów osobowych w latach 2005-2010

Samochody osobowe	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Zachodni Bałtyk	7200652	7349189	7407084	7314040	7321711	6523293
Wschodni Bałtyk	1437105	1379686	1334693	1545238	1652126	2311878
Centralny Bałtyk	731918	760299	838267	821635	806391	911086
Razem	9369675	9489174	9580044	9680913	9780228	9746257

Źródło: obliczenia własne na podstawie [Market:10] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:08] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Statistics 05, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006

Na przestrzeni lat – od końca lat 90-tych ubiegłego wieku i w pierwszej połowie obecnej dekady na Morzu Bałtyckim widoczny jest spadek przewozów ogółem. W 2000 roku na Bałtyku (w całym RMB) przewieziono łącznie 80 mln osób. Coroczny spadek ruchu pasażerskiego spowodowany został niekorzystnymi zmianami otoczenia: główny wpływ miało zniesienie sprzedaży wolnocłowej na połączeniach intra-unijnych w roku 1999, oddanie do eksploatacji stałych połączeń w Wielkim Bełcie i Oresundzie oraz działalność niskokosztowych przewoźników lotniczych. Czynniki te wywołały zmniejszenie się przewozów pasażerskich do poziomu 50-51,2 miliona osób. Od połowy ubiegłej dekady obroty ustabilizowały się i nie wykazują dalszego spadku (por tab.1). Znaczący wpływ miały tutaj działania armatorów w zakresie ofert turystycznych (*package trips, package holidays*), działań marketingowych oraz nowych inwestycji tonażowych i modernizacji eksploatowanego tonażu. Przewozy samochodów osobowych w roku 2010 wyniosły 9,7 mln sztuk i na przestrzeni lat wykazywały stały wzrost.

Kryzys ekonomiczny, który ujawnił się w 2009 roku nie miał większego negatywnego wpływu na sektor pasażerski, niektóre linie bałtyckie wykazywały nawet wzrosty ruchu w tym segmencie. Związane to było z faktem, iż wielu turystów zrezygnowało z dalekich podróży ze względu na koszty związane z cenami paliwa i cenami biletów lotniczych na korzyść turystyki bliskiego zasięgu, gdzie prom wykorzystywany jest jako środek transportu między np. Skandynawią a państwami na południowym wybrzeżu Bałtyku. Zanotowano również zwiększenie się zainteresowania mini wycieczkami morskimi (*package-trips*) oferowanych przez operatorów promowych.

Na Bałtyku wyróżnia się trzy rejony koncentracji międzynarodowych przewozów promowych:

- Rynek zachodni – obejmujący linie między Danią a Szwecją, Norwegią i Niemcami, Szwecją oraz Norwegią i Niemcami, Niemcami i Norwegią,
- Rynek wschodni – obejmujący serwisy między Szwecją a Finlandią i Estonią oraz Estonią i Finlandią,
- Rynek centralny – do którego zalicza się serwisy między Szwecją a Polską, Łotwą i Litwą oraz połączenia transbałtyckkie między Niemcami a Litwą, Łotwą i Finlandią.

Podstawowe znaczenie ma rynek promowy na Zachodnim Bałtyku, na który przypada ok.62% ruchu pasażerskiego, ok. 76% przewozów samochodów osobowych i ok. 70% przewozów jednostek frachtowych. Na przestrzeni ostatnich pięciu lat wyraźnie widoczny jest spadek udziału tegoż rynku, co wynika z jednej strony z negatywnego oddziaływania przedstawionych wyżej czynników, z drugiej zaś związane jest ze wzrostem przewozów na pozostałych akwenach. Drugim, co do wielkości jest rynek wschodniego Bałtyku, na który przypada ok. 30% ruchu pasażerskiego i ok. 18% ruchu towarowego. Rynek centralny zajmuje odpowiednio ok. 6% przewozów pasażerskich i 13% ruchu cargo. Na uwagę zasługuje wzrost udziału tego rynku, widoczny wyraźnie po akcesji państw nadbałtyckich do Unii Europejskiej w 2004 roku. W okresie lat 2005-2007 rynek ten charakteryzował stały wzrost ruchu pasażerskiego (por tab. 1). Spadek obrotów w roku 2009 związany był z ogólną sytuacją ekonomiczną, która skutkowała zmniejszeniem się popytu na przewozy. Natomiast już w kolejnym roku nastąpiło ponowne ożywienie na rynku pasażerskim. Świadczy to wysokim potencjale rozwojowym rynku centralnego. Dominujące znaczenie na tymże akwenie mają serwisy z Polski do Szwecji, które na tle tendencji występujących na Bałtyku osiągają pozytywne rezultaty.

2. Identyfikacja grup pasażerów promowych

Ze względu na główny motyw podejmowania podróży, można dokonać segmentacji ruchu pasażerskiego na następujące grupy *(target groups)*:

1. Pasażerowie liniowi (*liner passengers*)
2. Pasażerowie podróżujący w celach handlowych (*shopping passengers)*
3. Pasażerowie wycieczkowi (*pleasure passengers)*
4. Pasażerowie konferencyjni (*conference passengers*)

5. Pasażerowie biznesowi (*business passengers*)

Pierwsza grupa obejmuje osoby podróżujące indywidualnie, z własnym pojazdem lub bez, ze względu na potrzebę dotarcia do określonego miejsca, a rejs jest etapem w całej podróży, np. w celu turystycznym, spędzenia wakacji, złożenia wizyty znajomym, zobaczenia wydarzenia kulturalnego, sportowego itp. Na przestrzeni lat udział tej grupy pasażerów na większości linii promowych spada. Związane jest to z korzystaniem z alternatywnych sposobów podróży (linie lotnicze, tunelo-mosty), jak również z systematycznego wzrostu udziału pozostałych grup podróżnych.

Drugą grupę tworzą podróżujący w celach handlowych, których głównym celem podróży jest chęć dokonania tańszych zakupów towarów na promie lub w sąsiednich krajach. Przejazdy handlowe, których celem są zakupy na promie były jednym z głównych czynników kreując popyt, dopóki na liniach promowych w krajach UE dopuszczalna była sprzedaż wolnocłowa i wolnopodatkowa. Abolicja tej sprzedaży na połączeniach intra-unijnych w 1999 roku, poszerzenie EU w roku 2004 o kraje leżące nad południowym i wschodnim Bałtykiem, w znaczący sposób ograniczyła możliwość tej sprzedaży. W dalszym ciągu jednak zakupy na promach pozostają atrakcyjne cenowo zwłaszcza dla obywateli Skandynawii i Niemców. Do tej grupy podróżnych należy także zaliczyć osoby wyjeżdżające w celach handlowych do sąsiednich krajów po tańsze towary. Takie wyjazdy widoczne są przykładowo na liniach między Szwecją i Danią a Niemcami, Finlandią i Estonią. Wyraźne dysproporcje w poziomie dochodów oraz cen towarów i usług występujące w Polsce i w Szwecji motywują wielu mieszkańców Południowo-Wschodniej Szwecji do przyjazdu promem do Polski.

Trzecia grupa to pasażerowie wycieczkowi. Do tej kategorii należy zaliczyć pasażerów biorących udział w różnego rodzaju wycieczkach na promach organizowanych w ramach normalnych rejsów liniowych tzw. pakietach turystycznych (*package tours*). Pakiety turystyczne zapewniają uczestnikom bogaty program lądowo-morski: obok atrakcji na promie obejmują zorganizowany pobyt i zwiedzanie ciekawych miejsc i zabytków w miejscach, do których prom zawija lub w ich pobliżu, pobyt w teatrze, imprezie sportowej itp. Niektóre pakiety nie obejmują zorganizowanego pobytu na lądzie. Oferta mini wycieczek morskich jest bardzo zróżnicowana pod względem programu i czasu trwania i nakierowana na potrzeby poszczególnych segmentów rynku.

Czwarta grupa to pasażerowie konferencyjni. Są to osoby biorące udział w organizowanych - w ramach rejsów liniowych - wszelkiego rodzaju konferencjach i sympozjach na morzu. Idea stała się niezwykle popularna od początku lat 80-tych ubiegłego

wieku i na wielu rynkach Morza Bałtyckiego jest, obok mini-wycieczek, podstawowym czynnikiem decydującym o wielkości popytu pasażerskiego. Popularność konferencji na promach wynika z faktu, iż w wielu wypadkach ich organizacja jest tańsza niż w drogich hotelach na lądzie, a także ze względu na standard usług i rozrywkę oferowaną uczestnikom. Największe przewozy pasażerów konferencyjnych występują w relacjach: Finlandia - Szwecja, Szwecja – Niemcy, Finlandia – Estonia, Norwegia – Niemcy.

Piątą, ostatnią grupę tworzą osoby podróżujące w celach służbowych. Oprócz wyjeżdżających służbowo w interesach do grupy tej zaliczyć należy osoby pracujące z dala od miejsca zamieszkania i podróżujące między miejscem pracy i zamieszkania (*shuttle trip*). Popyt na przejazdy służbowe na przestrzeni lat ulegał znacznemu zwiększeniu, wielkość tej grupy podróżnych uzależniona jest od sytuacji gospodarczej, zauważalny jest wzrost tego segmentu po akcesji Polski i państw nadbałtyckich do UE na liniach łączących te kraje ze Skandynawią.

Analizując strukturę ruchu przewoźników promowych dominujących w segmencie pasażerskim – jak Tallink –Silja Line, Viking Line, Color Line, wyraźnie widoczny jest duży udział osób korzystających z pakietów turystycznych i konferencyjnych. Szeroka oferta oddziałuje pozytywnie na wzrost ruchu pasażerskiego na poszczególnych serwisach.

3. Linia promowa Gdynia-Karlskrona

Na polskim rynku przewozy promowe oferowane są przez czterech przewoźników – Polską Żeglugę Bałtycką (realizującą usługi pod marką Polferries), Unity Line, Stena Line oraz Finnlines – którzy utrzymują regularne połączenia ze Szwecją oraz Finlandią i Niemcami. Ze Szwecją utrzymywanych jest 5 serwisów. Są to: Świnoujście – Ystad (2 serwisy obsługiwane przez Polferries i Unity Line), Świnoujście – Trelleborg (Unity Line), Gdynia – Karlskrona (Stena Line) oraz Gdańsk – Nynashamn (Polferries). Z kolei Finnlines obsługuje połączenie Helsinki-Gdynia-Rostok

Przewozy pasażerskie realizowane żeglugą promową w oparciu o polskie porty na przestrzeni lat wykazują tendencję wzrostową, jednakże w niektórych latach występowały ich niewielkie wahania. W latach 2001-2003 obroty pasażerskie ustabilizowane były na poziomie ok. 900 tys. osób rocznie. Rok 2004 przyniósł ich wzrost o 16,3%, łącznie promami przewieziono 1,044 mln osób.[1] Powyższy przyrost spowodowany był przede wszystkim

[1] Obliczenia własne na podstawie danych Stena Line, Unity Line i PŻB

akcesją Polski do Unii Europejskiej i przejazdami Polaków do pracy w Szwecji, przyjazdami Skandynawów do Polski w celach turystycznych i zrobienia zakupów oraz wzrostem zainteresowania rodaków turystyką międzynarodową, zarówno wyjazdową do Skandynawii jak i ofertą turystyczną operatorów promowych. W kolejnych latach przewozy oscylowały w granicach 0,9 – 1,05 mln osób. W roku 2010 na polskim rynku promowym przewieziono 1.04 mln osób (wzrost o 3,2% w porównaniu z rokiem poprzednim). Ruch pasażerski z polskich portów charakteryzuje się stabilnością, ta tendencja nie została przerwana recesją. Świadczy to o bardzo dużych możliwościach rozwoju polskiego rynku promowego.

Połączenie promowe Gdynia – Karlskrona funkcjonuje z przerwami od 1991 roku. Utrzymywane było przez różnych operatorów. Od 1998 roku linia eksploatowana jest przez szwedzkiego operatora Stena Line. Początkowo w serwisie zatrudniona była jedna jednostka pasażersko – towarowa „Stena Europa" oferując jedno odejście dziennie z każdego portu. Zwiększenie zapotrzebowania na przewozy zarówno osób jak i przede wszystkim ładunków spowodowało, iż w roku 2001 armator podjął decyzję o podstawieniu na linię drugiej jednostki, którą był prom typu ro-pax „Stena Traveller". Spowodowało to zwiększenie częstotliwości odejść do dwóch w ciągu doby. W roku 2002 „Stena Europa" została zastąpiona promem „Stena Baltica", co skutkowało zwiększeniem potencjału przewozowego serwisu. Szybki rozwój ruchu (np. w zakresie przewozów pasażerskich w tym czasie linia przekroczyła poziom 300 tys. osób) spowodował w kolejnym roku wymianę eksploatowanego promu ro-pax. Zastąpiony został większą jednostką tego typu, promem „Stena Nordica", tym samym zdolność przewozowa linii zwiększyła się o ok. 60%. Z kolei w maju 2007 roku Stena Line wprowadziła kolejną jednostkę, wyczarterowany od armatora Finnlines do 2010 roku prom ro-pax „Finnarrow", zwiększając tym samym częstotliwość do trzech odejść w ciągu doby. Kryzys ekonomiczny spowodował niższy popyt, przede wszystkim na transport ładunków, co skutkowało zmniejszeniem odejść do dwóch.

Rok 2010 z kolei zapoczątkował całkowite zmiany w obsadzie tonażowej linii. W listopadzie została wprowadzona nowa jednostka „Stena Vision". Prom ten, jako „Stena Germanica", obsługiwał linię Goteborg – Kilonia. W czerwcu 2011 roku weszła do eksploatacji siostrzana jednostka „Stena Spirit" (ex „Stena Scandinavica"). Nowe promy przed wprowadzeniem na linię zostały zmodernizowane, m.in. przestrzeń pasażerska powiększyła się o nowe pomieszczenia, jak SPA, salon Living Room oraz nowe kabiny. Zatrudnienie dwóch dużych siostrzanych statków wpłynęło na zwiększenie ponad dwukrotnie możliwości przewozowych w zakresie pasażerów, podniesienie standardu usług pasażerskich, polepszenie oferty rozrywkowej i konferencyjnej oraz powiększenie linii ładunkowej.

Połączenie Gdynia – Karlskrona uzyskało rekomendację statusu „autostrada morska" w sieci TEN-T. Zgodnie z nią realizowany jest polsko-szwedzki projekt „Autostrada Morska Gdynia – Karlskrona". Partnerzy projektu, w tym Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A., uzyskały pomoc finansową na rozwój infrastruktury transportowej, ważnej dla rozwoju połączenia promowego. Daje to przewagę konkurencyjną operatorowi oraz wpływać będzie na wielkość przewozów.

Jak wynika z danych przedstawionych w tabeli 3, od początku dekady w kolejnych latach następował przyrost przewozów we wszystkich kategoriach – zarówno w segmencie pasażerskich jak i ładunkowym. Wyraźnie widoczne jest zwiększenie tempa wzrostu obrotów linii po akcesji Polski do UE. Spadek przewozów pasażerów w roku 2005 (przy wzroście pozostałych grup) miał charakter incydentalny, spowodowany był przede wszystkim konkurencją na rynku zarówno promowym, jak również ekspansją tanich przewoźników lotniczych. W kolejnych dwóch latach nastąpił ponowny wzrost ruchu pasażerskiego (por. tab.3). Natomiast lata 2008 i 2009 to okres spadku przewozów, spowodowanych ogólną sytuacja ekonomiczną, konkurencją innych połączeń promowych i linii lotniczych. Wyniki za rok 2010 obrazują poprawę sytuacji, obiecująco przedstawia się również ruch w I półroczu br w porównaniu z okresem poprzednim

Tab.3 Przewozy na linii promowej Gdynia – Karlskrona w latach 2000 - 2010

	pasażerowie	sam.osobowe	sam.ciężarowe
2010	351 357	66 241	70 554
2009	350 762	64 940	66 320
2008	375 055	69 994	86 806
2007	429 164	80 244	93 858
2006	413 431	73 643	86 850
2005	361 239	71 697	72 968
2004	420 012	64 987	62 428
2003	385 437	53 521	46 608
2002	364 113	45 309	35 126
2000	267 039	36 220	16 772

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych armatora Stena Line

4. Funkcje gospodarcze połączenia promowego Gdynia - Karlskrona

Żegluga promowa spełnia szereg funkcji. Z punktu widzenia przewozów pasażerskich, wśród najważniejszych należy wymienić funkcje transportowe, turystyczne, dochodotwórcze, miastotwórcze oraz regionotwórcze. Nadrzędne zadania żeglugi promowej wynikają z realizowanych przewozów, pozostałe są pochodną funkcji transportowych.

Funkcje transportowe połączenia promowego ściśle związane są z wielkością przewozów realizowanych na danym serwisie. Ruch pasażerski na linii Gdynia – Karlskrona, jak przedstawiono wyżej osiąga poziom ponad 350 tys. osób rocznie. Według szacunków przewoźnika, około 30% ogólnej liczby przewożonych osób stanowią pasażerowie niezmotoryzowani.

Na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych wśród pasażerów, można przedstawić następującą strukturę ruchu pasażerskiego na omawianym połączeniu promowym. Biorąc pod uwagę cel podróży, ok. 65% podróżnych to osoby, których głównym motywem jest turystyka.[2] W grupie tej można wyróżnić osoby, które traktują prom jako środek transportu w całej podróży do miejsca docelowego (pasażerowie liniowi) oraz osoby korzystające z krótkiego wypoczynku, w formie rejsu okrężnego, lub z pobytem na lądzie w ramach pakietów (pasażerowie wycieczkowi). W ostatnim przypadku tworzą oni zazwyczaj

[2] Opracowanie badań ankietowych przeprowadzonych przez gminę Gdynia wśród pasażerów promowych na linii Gdynia-Karlskrona, Projekt Interface, Gdynia 2011

grupę tzw. pasażerów pieszych. Wśród ruchu osobowego odrębne grupy stanowią pasażerowie podróżujący w celu dokonania zakupów (ok. 6,3%) oraz pasażerowie biznesowi (ponad 5%).

Biorąc pod uwagę destynację, podstawową grupę stanowią podróżujący między Polską a Szwecją. Główne miejsca rozpoczęcia podróży po stronie polskiej to Gdynia, Gdańsk, Warszawa oraz miasta województwa pomorskiego (Rumia, Tczew) i województw przyległych (Bydgoszcz, Elbląg, Olsztyn). Z kolei zainteresowanie Szwedów ogranicza się głównie do Gdyni i Gdańska.[3] Rejs promem nie jest zatem elementem dalszej podróży w relacji Skandynawia – Europa Środkowa i Południowa, a miasta Polski czy Szwecji to kierunki docelowe. Podróżni głównie koncentrują się na odwiedzaniu miast i regionów położonych w stosunkowo niedalekiej odległości od baz promowych.

Analizując dane odnośnie ilości podróży podejmowanych przez pasażerów widoczny jest podobny rozkład liczby osób podejmujących podróż po raz pierwszy w stosunku do pasażerów podróżujących na linii Gdynia-Karlskrona po raz kolejny. Wśród podróżnych, dla których podróż promem nie była pierwszą, najwięcej jest osób (36.86%) korzystających z serwisu do pięciu razy w roku.[4] Wskazuje to na rosnącą popularność badanego serwisu Steny Line i zwiększenie zapotrzebowania na usługi towarzyszące świadczone na rzecz podróżnych na lądzie w Gdyni.

Z zadaniami transportowymi żeglugi promowej ściśle związana jest funkcja turystyczna. Przejawia się ona z jednej strony poprzez usługi świadczone na rzecz pasażerów na statku (przewozowe, hotelowe, gastronomiczne, rozrywkowe, handlowe, turystyczne, konferencyjne itp.), jak również poprzez transport osób podróżujących w celach turystycznych, zarówno przybywających do miasta, gdzie znajduje się terminal promowy, jak również przejeżdżający tranzytem. Funkcja ta jest wyraźnie widoczna na omawianym połączeniu, gdzie ok. 65% osób podróżuje w celach turystycznych. Z punktu widzenia miasta Gdyni, szczególnie ważni są pasażerowie przypływający z Karlskrony, dla których destynacją jest Trójmiasto, a jak wynika z przeprowadzonych badań Szwedzi pozostają w znacznej większości w regionie. Osoby te korzystają z infrastruktury turystycznej – przede wszystkim bazy hotelowej, gastronomicznej, jak również z infrastruktury miejskiej Gdyni i miejscowości przyległych.

Funkcje dochodotwórcze polegają na kreacji wpływów do budżetu państwa, zarówno centralnego jak i samorządów. Podstawowym źródłem dochodów jest podatek dochodowy

[3] ibidem
[4] ibidem

oraz podatek od towarów i usług (VAT), który odprowadzany jest przez podmioty obsługujące turystów promowych. Wśród nich największe znaczenie mają przedsiębiorstwa branży turystycznej, z której korzystają osoby przybywający do miasta portowego, jak hotele, firmy oferujące usługi gastronomiczne, rozrywkowe, kulturalne. Ponadto turyści promowi dokonują zakupów towarów oraz korzystają u usług pozaturystycznych (np. usługi medyczne, transportu miejskiego, fryzjerskie itp.). Niemożliwe jest jednoznacznie oszacowanie wpływów przedsiębiorstw usługowych uzyskiwanych bezpośrednio ze strony pasażerów promowych, jak i kwot odprowadzanych przez nie wyłącznie z tego tytułu do budżetu, gdyż takie statystyki nie są prowadzone. Jednakże wzrost przyjazdów podróżnych korzystających z omawianego serwisu promowego, dla których destynacją jest Gdynia pozwala stwierdzić, iż pasażerowie promowi dla gdyńskich przedsiębiorstw mają coraz większe znaczenie, a wpływy uzyskiwane z obsługi tego segmentu winny wykazywać tendencję rosnącą.

Funkcja miastotwórcza i regionotwórcza żeglugi promowej jest pochodną wymienionych wyżej zadań i ściśle związana jest z funkcjami gospodarczymi portu morskiego, w tym przypadku terminalu promowego obsługującego pasażerów i towarzyszących im pojazdów. Gdynia jest przykładem klasycznej miastotwórczej roli portu morskiego.

Poprzez działalność transportową i turystyczną, żegluga promowa oddziałuje na rynek pracy kreując zatrudnienie w branżach obsługujących osoby korzystające z danych połączeń promowych. Odnosi się to zarówno do zatrudnienia bezpośrednio w przemyśle turystycznym, obejmującym m.in. hotele, gastronomię, ale także w innych sferach jak kultura, handel, transport. Wzrost napływu turystów powoduje konieczność rozbudowy infrastruktury miasta, która daje możliwość prawidłowej ich obsługi, jak rozbudowa sieci dróg i urządzeń komunalnych, bazy handlowej i usługowej, obiektów i instytucji kulturalnych, czy komunikacji miejskiej i podmiejskiej. Infrastruktura ta służy przede wszystkim mieszkańcom miasta i regionu. Występuje tu swoiste sprzężenie zwrotne. Dobra infrastruktura i wysoki poziom świadczonych usług na rzecz turystów są niezbędnym elementem wpływającym na postrzeganie miasta i regionu przez pasażerów korzystających z danego serwisu promowego i wpływającym zarówno na potencjalny jak i efektywny popyt pasażerski, z drugiej strony wzrost ruchu na danym połączeniu winien stać się czynnikiem rozwoju miasta portowego, gdzie funkcjonuje terminal promowy.

W przypadku podmiotów bezpośrednio obsługujących ruch pasażerski można oszacować ich korzyści. W odniesieniu do Miasta ich skwantyfikowanie jest praktyczne

niemożliwe. Składa się bowiem na nie suma korzyści uzyskiwanych przez bardzo różne firmy, najczęściej mikro i małe przedsiębiorstwa, których działalność nie jest objęta statystyką publiczną, względnie informacje objęte są tajemnicą handlową. Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A z tytułu wejścia promu do portu pobiera opłaty: tonażową, przystaniową i od pasażera. Opłaty te pobierane są według taryfy. Opłata tonażowa dla promów i statków pasażerskich wynosi 0,04 EUR/1GT, opłata przystaniowa wynosi 0,04 EUR/1GT i uzależniona jest od ilości zawinięć, natomiast opłata pasażerska uzależniona jest od typu i wielkości statku np. dla promów i statków pasażerskich powyżej 1000 GT wynosi 0,90 EUR/ pasażera..[5]. Dokładne wyliczenie wielości przychodów uzyskiwanych z tego tytułu nie jest możliwe, gdyż przewoźnik jako stały klient portu uzyskuje rabaty, których wysokość objęta jest tajemnicą handlową.

Podsumowanie

Przewoźnik promowy oraz inni usługodawcy uzyskują dochody z tytułu świadczonych usług. Miasto natomiast czerpie korzyści od firm prowadzących działalność gospodarczą i mających w nim swą siedzibę, w tym od firm, których funkcjonowanie obejmuje działalność handlową i usługową.. Do ekonomicznego sukcesu tak firm jak i miasta, wzrostu ich konkurencyjności, przyczynia się znacznie współpraca wszystkich podmiotów, bezpośrednio i pośrednio zaangażowanych w obsługę pasażerów korzystających z połączenia promowego. Winno to skutkować rozwojem miasta portowego.

Streszczenie

Żegluga promowa spełnia szereg funkcji gospodarczych. Wzrost pasażerskiego ruchu promowego na danym połączeniu wpływa na rozwój miast i regionów, kreując zapotrzebowanie na usługi świadczone na rzecz pasażerów przybywających promami. Z drugiej strony, miasto aby przyciągnąć potencjalnych turystów, musi wspierać rozwój infrastruktury miejskiej oraz dbać o wysoki standard obsługi turystycznej. Wzrost przewozów pasażerskich na linii promowej Gdynia-Karlskrona jest typowym przykładem pozytywnego wpływu na rozwój miasta.

[5] Taryfa portowa ZMPG S.A.

The passenger ferry traffic influence on city development – Gdynia-Karlskrona ferry link case

Summary

Ferry shipping accomplishes some economic functions. Increasing ferry traffic on ferry service has positive impact on development of cities and regions. It creates demand for services rendered for ferry passengers. In the other hand, to attract tourists city has to support the development of infrastructure. It also has to care about high level of services. The increase of passengers turnover on Gdynia-Karlskrona link has positive impact on development of City of Gdynia.

Literatura

1. Taryfa portowa ZMPG S.A.
2. [Market:10] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011,
3. [Market:08] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009,
4. Statistics 05, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006
5. Materiały wewnętrzne Gminy Gdynia
6. Materiały wewnętrzne Stena Line,
7. Materiały wewnętrzne Unity Line
8. Materiały wewnętrzne PŻB
9. Opracowanie badań ankietowych przeprowadzonych przez gminę Gdynia wśród pasażerów promowych na linii Gdynia-Karlskrona, Projekt Interface, Gdynia 2011