

Ilona Urbanyi-Popiołek

KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI MORSKIEJ NA MORZU BAŁTYCKIM

Streszczenie

Turystyka morska na Morzu Bałtyckim – realizowana przez żeglugę promową i wycieczkową – wykazuje stały wzrost aktywności, przejawiający się corocznym przyrostem przewiezionych pasażerów – turystów. Oba segmenty charakteryzują się specyfiką – żegluga wycieczkowa ma charakter sezonowy i obsługuje głównie turystów pochodzących z innych rejonów, natomiast żegluga promowa funkcjonuje w rejonie Bałtyku całorocznie, a z jej usług korzystają przede wszystkim mieszkańcy Regionu Morza Bałtyckiego (RMB). Rozwój turystyki w regionie wynika zarówno z obiektywnych przesłanek determinujących wzrost ruchu turystycznego, jak i z działań organizacyjnych i promocyjnych operatorów wycieczkowych i promowych. Elementem turystyki morskiej w RMB jest polski rynek promowy i żeglugi wycieczkowej, który wykazuje wzrost, co jest szczególnie widoczne w odniesieniu do żeglugi promowej.

Słowa kluczowe: turystyka morska, żegluga wycieczkowa, żegluga promowa, Region Morza Bałtyckiego

Wstęp

Turystyka morska przez dwie ostatnie dekady stała się jednym z najszybciej rozwijających się sektorów gospodarki światowej. Obejmuje ona różne formy podejmowania podróży morskich, takich jak podróże na statkach wycieczkowych, promach morskich, statkach towarowych oraz jachtach. Do turystyki morskiej niektórzy autorzy zaliczają także pewne formy turystyki kwalifikowanej, m.in. nurkowanie w akwenach morskich, kajakarstwo morskie, żeglarstwo wyczynowe. Ta forma aktywności, w porównaniu z podstawowymi obszarami tu-

rystyki, stanowi jednakże swoistą niszę i dedykowana jest ograniczonemu kręgowi odbiorców.

Celem artykułu jest analiza stanu i kierunków rozwoju turystyki morskiej na Bałtyku opartej na żegludze wycieczkowej i promowej. Oba te segmenty charakteryzują się specyfiką co do klientów, czasu trwania i organizacji wycieczki oraz pakietu usług oferowanych przez operatorów. Szczególną uwagę zwrócono na Region Południowego Bałtyku. Jest to obszar o dużym potencjale rozwojowym, którego znaczącym elementem jest polski rynek turystyki morskiej. W opracowaniu pominięto żeglarstwo morskie oraz żeglugę przybrzeżną ze względu na odrębny charakter tego segmentu w odniesieniu do funkcjonowania i wymagań turystów.

1. Czynniki rozwoju i znaczenie turystyki morskiej w Europie

Turystyka morska jest jednym z najszybciej rozwijających się sektorów usług turystycznych. Zjawisko to związane jest z szeregiem uwarunkowań. Determinantami, które powodują dynamiczny wzrost rynku turystyki morskiej, są następujące grupy czynników:

- ekonomiczne – wynikają ze wzrostu poziomu dochodów społeczeństw; popyt turystyczny, w tym na wycieczki morskie, pojawia się przy stosunkowo wysokim poziomie dochodów;
- społeczno-psychologiczne – wiążą się z motywacjami podjęcia podróży morskich, przejawiają się wzrostem mobilności społeczeństw w Europie, USA, Kanadzie oraz Azji, wzrostem czasu wolnego, zmęczeniem wielkomięskim trybem życia i pracą zawodową, dłuższym czasem życia, wycieczki morskie postrzegane są jako remedium, pomagają osiągnąć odprężenie i regenerację sił psychicznych;
- polityczne – związane są z bezpieczeństwem i ustabilizowaniem się sytuacji politycznej w regionach, gdzie turystyka morska jest uprawiana, czynniki te wynikają także z postępującej integracji, która przejawia się m.in. ułatwieniami w ruchu turystycznym związanym ze swobodą podróżowania, np. zniesienie granic wewnętrznych Unii Europejskiej, zniesienie wiz, udogodnienia w ruchu transgranicznym;
- czynniki leżące po stronie podaży usług turystyki morskiej – wynikają z działalności przewoźników i touroperatorów, którzy poprzez przygotowanie zróżnicowanej oferty, eksploatację odpowiednich statków, organizację wycieczek kreują popyt na turystykę morską, sprzyja temu ponadto rozwój infrastruktury turystycznej, np. hoteli, lądowej infrastruktury transportowej (dróg dojazdowych do terminali portowych, terminali lotniczych w przypadku *fly-cruises*).

Porty i miasta portowe, które stanowią destynację turystyki morskiej odnoszą szereg korzyści. Żegluga wycieczkowa i promowa wpływa na gospodarkę regionów poprzez wzrost popytu na usługi, co skutkuje zwiększonym zapotrzebowaniem na zatrudnienie w sektorach współpracujących na lokalnym rynku pracy. Szczególną rolę pełnią terminale oraz sklepy, hotele, gastronomia, kultura.

Rozwój turystyki wycieczkowej i promowej pozytywnie oddziałuje na sektory obsługujące turystów i przewoźników, dając korzyści ekonomiczne w postaci dochodów dla przedsiębiorstw i instytucji oraz kreując zatrudnienie w branżach bezpośrednio lub pośrednio współpracujących. Są to m.in. porty morskie, przemysł stoczniowy, zaopatrzenie statków wycieczkowych i promów oraz touroperatorzy, branża hotelowa, gastronomia, handel. Szacuje się, że tylko wydatki bezpośrednie sektora żegluga wycieczkowej dokonane w Europie w roku 2011 osiągnęły poziom 15 mld EUR¹. Z kwoty tej ok. 3,44 mld EUR przypada na wydatki pasażerów i załogi w odwiedzanych portach – zakupy w sklepach, gastronomię i zakwaterowanie. Płace załóg i osób zatrudnionych na lądzie w Europie osiągnęły poziom 1,32 mld EUR, natomiast zakupy operatorów na potrzeby eksploatacji statków i obsługi pasażerów wyniosły 6,36 mld EUR. Pozostała część wspomianej wyżej kwoty odnosi się do nakładów na budowę, modernizację i utrzymanie tonażu wycieczkowego wydatkowanych w stoczniach europejskich². Powyższe dane świadczą o znaczącej roli tej formy działalności dla gospodarek państw europejskich.

2. Żegluga wycieczkowa

Rynek przewozów żegluga wycieczkowej, określanej jako *cruise industry*, charakteryzuje się od blisko 20 lat stałym i nieprzerwanym wzrostem. Globalny popyt na wycieczki oferowane przez operatorów statków wycieczkowych wzrósł z 4,5 mln pasażerów w roku 1995³ do 9,91 mln osób w roku 2001, osiągając poziom 20,6 mln w roku 2011⁴. Główne rejony geograficzne operowania statków wycieczkowych to:

- rynek północnoamerykański – z subrynkami Karaibów i Wysp Bahama, zachodniego wybrzeża Ameryki Północnej i wschodniego wybrzeża Ameryki Północnej;

¹ European Cruise Industry, Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2012 Edition, Cruise Baltic, Kopenhaga 2012, s. 10.

² Tamże, s. 10.

³ Obliczenia własne na podstawie: J. Miotke-Dziegiel, *Turystyka morska*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002, s. 36.

⁴ European Cruise Industry..., s. 12.

- rynek europejski – z rejonami Morza Śródziemnego i Europy Północnej;
- rynek Azji i Pacyfiku;
- rynek Ameryki Południowej.

Dominujące znaczenie ma rynek Karaibów i Wysp Bahama, który jest najstarszym rynkiem żeglugi wycieczkowej, a jego udział w przewozach i koncentracji tonażu oscyluje wokół 50% światowej turystyki tego segmentu. Jest to rynek aktywny przez cały rok (*round the year operation*), co wynika z walorów turystycznych i klimatycznych tego regionu. Charakterystyczne jest, iż z racji zapotrzebowania na wycieczki w inne regiony w okresie letnim część floty przenoszona jest na rynki sezonowe, takie jak region zachodniego wybrzeża Ameryki Północnej czy Europy Północnej. Głównymi operatorami na tym rynku są Grupa Carnival oraz Grupa Royal Caribbean International.

Kontynent europejski jest drugim co do znaczenia rynkiem wycieczkowym świata, z długą linią brzegową, ciekawą historią, licznymi portami oraz dobrym klimatem; ten ostatni czynnik charakterystyczny jest dla regionu Morza Śródziemnego (choć w ostatnich latach preferencje podróżujących coraz częściej są skierowane na rynki o klimacie umiarkowanym, np. region Północnej Europy – w dużej mierze zależy to od struktury wiekowej podróżujących). Rynek śródziemnomorski ma charakter całoroczny, jednakże nasilenie przewozów występuje w okresie letnim od maja do września. Statki odbywają tu kilkukilub kilkunastodniowe rejsy w „poszukiwaniu słońca”. Głównymi przewoźnikami operującymi na tym rynku są Costa Crociere (należący do Carnival Group), MSC Crociere, Louis Cruise Line.

Jednym z subrynków, gdzie żegluga wycieczkowa jest bardzo dobrze rozwinięta, jest region Zachodniej i Północnej Europy. W roku 2011 w rejonie tym przewoźnicy eksploatowali 102 statki wycieczkowe, które przewiozły 1,26 mln pasażerów w 1052 rejsach⁵.

Ważnym elementem funkcjonowania rynku wycieczkowego są porty morskie. Z racji funkcji jakie spełniają, można wyróżnić porty bazowe, które mają funkcje zaokrętowania i wyokrętowania pasażerów oraz zaopatrzenia (*embarking/disembarking ports*), oraz porty podrózne (*ports – of call*), do których zawijają statki w ramach oferty wycieczki. Podział ten nie odnosi się do wielkości portu, ale funkcji, którą spełnia, stąd porty będące portami bazowymi dla jednego armatora, mogą być portami podróznymi dla innego przewoźnika.

Port bazowy musi spełniać większe wymagania pod względem infrastrukturalnym i świadczenia usług pozaprzewozowych. Dotyczy to infrastruktury dostępu (łatwość dotarcia lądowymi środkami transportu, bliskość portu lotniczego), infrastruktury hotelowej i gastronomicznej, sklepów, informacji itp.

Bałtyk stanowi główny segment rynku żeglugi wycieczkowej w Północnej Europie. W latach 2000–2011 średnie roczne tempo przyrostu liczby pasażerów

⁵ Tamże, s. 12.

korzystających z żeglugi wycieczkowej wynosiło 12,8%. W roku 2011 przez porty bałtyckie przeszło łącznie 3,6 mln osób korzystających ze statków wycieczkowych⁶. W roku 2012 obsłużono w regionie 4,2 mln pasażerów⁷.

Rynek wycieczkowców na Morzu Bałtyckim charakteryzuje się sezonowością. Związane jest to z warunkami klimatycznymi. Sezon trwa około pięciu miesięcy – od maja do września. W tym okresie na Bałtyku eksploatowane są jednostki przychodzące z innych rejonów, głównie Karaibów oraz z Morza Śródziemnego. Głównymi portami, do których zawijają wycieczkowce są stolice państw Regionu Morza Bałtyckiego – Kopenhaga, Oslo, Sztokholm, Helsinki, Tallin – oraz interesujące turystycznie porty, jak Sankt Petersburg, Gdynia, Gdańsk, Rostok, Ryga, Kłajpeda. Porty te są miejscem przeznaczenia dla turystów morskich lub też portami zawinięć, skąd pasażerowie są transportowani do atrakcyjnych miejscowości. Czas trwania podróży w ramach wycieczek bałtyckich wynosi 11–14 dni.

Tabela 1. Liczba pasażerów wycieczkowców w głównych portach bałtyckich w latach 2008–2012

Port / rok	2008	2009	2010	2011	2012
Kopenhaga	560 119	675 000	662 000	640 000	840 000
Helsinki	360 000	361 236	343 933	382 000	368 000
Tallin	377 522	416 605	389 370	443 000	440 504
St. Petersburg	394 644	425 550	427 500	445 476	452 000
Sztokholm	662 000	790 170	381 141	407 162	470 000
Rostok	171 500	161 800	214 800	257 300	385 800
Kłajpeda	32 820	33 300	35 201	21 478	26 769
Kilonia	222 130	291 388	341 537	355 000	348 180
Ryga	100 253	138 703	117 107	62 527	83 000
Gdynia	123 521	134 884	125 005	78 418	108 628
Gdańsk	13 276	16 753	8378	6787	8294

Źródło: [Market:12] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2012, [Market:11] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:10] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2010, [Market:09] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Cruise Baltic Review – Statistics 2000–2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013.

Portem o największym ruchu wycieczkowym w rejonie bałtyckim jest Kopenhaga. Pełni on, obok roli portu odwiedzanego przez większość statków wycieczkowych eksploatowanych na Bałtyku (*port – of call*), także rolę głównego portu zaokrętowania/wyokrętowania pasażerów w destynacji bałtyckiej (*embarking/disembarking*). Funkcję portu, gdzie zaczynają się i kończą bałtyckie wycieczki spełnia również Kilonia (z przedstawionej w tabeli 1 liczby tylko

⁶ Tamże, s. 12.

⁷ Press information – News release 11–14 March 2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013.

ok. 39 tys. osób stanowili pasażerowie, dla których ten port był portem podróznym) oraz Rostok. Ten ostatni jest też ważnym portem podróznym bałtyckich wycieczek. Z kolei Sankt Petersburg, Tallin, Helsinki i Sztokholm to główne porty, do których wycieczkowce zawijają w celach turystycznych. Jednakże i one w niewielkim stopniu spełniają funkcje portów bazowych (np. w roku 2011 Sztokholm był portem zaokrętowania dla 40 tys. osób, a Helsinki dla 20 tys.). Porty polskie spełniają funkcje portów podróznym. W tabeli 1 przedstawiono porty bałtyckie o największym ruchu turystycznym w segmencie żeglugi wycieczkowej.

W roku 2012 Kopenhaga pozostawała największym portem bałtyckim pod względem liczby obsłużonych pasażerów – przez port ten przeszło ok. 840 000 pasażerów statków wycieczkowych, wysoki poziom osiągnął Sztokholm – 470 000 osób. Jak wynika z przedstawionych danych, niektóre porty, jak Sankt Petersburg, Helsinki, Tallin wykazują wzrosty lub obsługują stosunkowo ustabilizowaną liczbę pasażerów. Wynika to z walorów turystycznych i działań tour-operatorów w postaci ciekawej oferty turystycznej dla pasażerów statków wycieczkowych oraz działań sfery municypalnej (marketing miejsca). Stosunkowo nową destynacją o bardzo wysokim zainteresowaniu operatorów stał się Roenne na Bornholmie, co jest skutkiem działań marketingowych władz municypalnych Bornholmu. Nacisk na rozwój turystyki morskiej w segmencie statków wycieczkowych jest obecnie celem strategicznym władz Bornholmu.

Tabela 2. Liczba zawinięć wycieczkowców do głównych portów bałtyckich w latach 2008–2012

Port / rok	2008	2009	2010	2011	2012
Kopenhaga	300	331	306	368	372
Helsinki	270	264	247	258	265
Tallin	304	310	280	.	294
St. Petersburg	318	323	310	305	307
Sztokholm	260	288	243	239	274
Rostok	116	113	114	158	181
Kłajpeda	46	50	45	36	43
Kilonia	125	115	136	120	137
Ryga	76	88	64	69	92
Gdynia	89	96	85	56	69
Gdańsk	36	40	26	21	29

Źródło: [Market:12] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2012, [Market:11] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:10] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2010, [Market:09] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Cruise Baltic Market Review 2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013.

Pod względem liczby zawinięć statków wycieczkowych dominującą pozycję zajmuje Kopenhaga, co koresponduje z liczbą obsłużonych pasażerów i wy-

nika z funkcji, jakie ten port pełni. Z kolei główne porty ze względu na walory turystyczne to, jak wspomniano wcześniej, Sankt Petersburg, Tallin i Helsinki.

Porty Morza Bałtyckiego, będące destynacją statków wycieczkowych, ze względu na liczbę zawinięć w skali roku można sklasyfikować jako⁸:

- porty wielkie (powyżej 200 wejść) – Helsinki, Sztokholm, Tallin, Sankt Petersburg, Kopenhaga;
- porty duże (50–199 wejść) – Göteborg, Kilonia, Oslo, Rostok, Gdynia, Ryga, Visby;
- porty średnie (25–49 wejść) – Gdańsk, Kłajpeda, Roenne;
- porty małe (do 24 wejść) – Szczecin, Karlskrona, Sassnitz, Turku, Marienhamn.

Do największych armatorów operujących na Morzu Bałtyckim w 2011 roku należały:

- Aida Cruises – 4 statki, 220 zawinięć, 9 portów;
- Costa Cruises – 6 statków, 189 zawinięć, 14 portów;
- MSC – 3 statki, 144 zawinięcia, 8 portów;
- Royal Caribbean International – 2 statki, 126 zawinięć, 11 portów;
- Holland America Line – 4 statki, 112 zawinięć, 11 portów.

Dopełnieniem żeglugi wycieczkowej na Bałtyku są lokalni operatorzy świadczący usługi turystyki morskiej. Eksploatują jednostki wycieczkowe całorocznie w krótkich wycieczkach bałtyckich. Są to Birka Cruises oraz Kristina Cruises.

Tabela 3. Liczba pasażerów statków wycieczkowych w wybranych portach południowego Bałtyku w latach 2004–2012 (tys. osób)

Rok	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gdynia	72 977	88 723	94 135	89 088	123 521	134 884	125 005	78 418	108 628
Gdańsk	7 359	8 353	9 703	12 193	13 276	16 753	8 378	6 787	8 294
Rostok	92 000	124 500	173 500	133 700	171 500	161 800	214 800	257 300	385 800
Kłajpeda	14 250	23 701	24 914	35 680	32 820	33 300	35 201	21 478	26 769

Źródło: Cruise Baltic Review 2013 – Statistics 2000–2013.

Liczba zawinięć statków wycieczkowych do Gdyni w prezentowanym okresie wynosiła 82–96 zawinięć w skali sezonu. W roku 2011 nastąpił spadek liczby statków do 56 jednostek. Był to najniższy poziom od 2002 roku, kiedy zanotowano 53 wycieczkowce. W rezultacie nastąpił spadek liczby pasażerów. W rekordowym roku 2009 Gdynię na statkach wycieczkowych odwiedziło po-

⁸ Opracowano na podstawie Cruise Baltic Market Review 2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013.

nad 134 tys. osób, w roku 2011 blisko o połowę mniej – 78,4 tys. turystów. Na znaczny spadek zawinięć wpłynął fakt wycofania się z rynku dwóch armatorów: Princess Cruises (statek *Star Princess*), który oferował 12 zawinięć do Gdyni w trakcie sezonu oraz Pulman Tour (statek *Empress*) – 17 zawinięć. Spowodowane to było m.in. kryzysem gospodarczym. W roku 2012 nastąpił ponowny przyrost ruchu do 108 tys. pasażerów wycieczkowych (por. tab. 4 i 5), na co wpływ miała przede wszystkim działalność marketingowa touroperatorów.

Tabela 4. Liczba zawinięć statków wycieczkowych do wybranych portów południowego Bałtyku w latach 2003–2012

Port/rok	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gdynia	82	94	89	87	89	96	85	56	69
Gdańsk	28	32	29	39	36	40	26	21	29
Rostok	85	97	138	92	116	113	114	158	181
Kłajpeda	49	59	48	65	46	50	45	36	43

Źródło: Cruise Baltic Review 2013 – Statistics 2000–2013.

Gdańsk obsługuje mniejszą liczbę wycieczkowców niż Gdynia i są to znacznie mniejsze jednostki. Ma to swoje odzwierciedlenie w liczbie pasażerów przechodzących przez port w Gdańsku (por. tab. 3). Rekordowy dla Gdańska zarówno pod względem liczby zawinięć, jak i liczby pasażerów, podobnie jak w Gdyni, był rok 2009. Z kolei w roku 2011 obsłużono zaledwie 21 statków z ok. 6,7 tys. pasażerami. Rok 2012 przyniósł poprawę w odniesieniu do liczby zawinięć statków i liczby pasażerów.

Pod względem organizacyjnym pasażerowie statków wycieczkowych tworzą grupy zorganizowane, dla których przygotowany jest program pobytu. Program ten, w przypadku Trójmiasta, obejmuje zwiedzanie starówki gdańskiej, Oliwy, Sopotu, wyjazd do Malborka oraz zwiedzanie ciekawych miejsc na Kaszubach. Oferta ta jest przygotowywana przez biura turystyczne współpracujące z armatorami lub ich agentami. Zgodnie z organizacją tej żeglugi statki wycieczkowe przebywają w odwiedzanych portach po kilka godzin, od 4 do 12. Tak jest również w przypadku Gdyni i Gdańska, stąd programy dostosowane są do czasu pobytu statku. Cechą charakterystyczną polskiego rynku jest fakt, iż większość grup ze statków odwiedzających Gdynię w ramach pakietu przewożona jest do innych miejscowości.

Z punktu widzenia żeglugi wycieczkowej największy ruch w Regionie Południowego Bałtyckiego widoczny jest w Rostoku. Od 2009 roku w porcie tym zanotowano wzrost liczby obsłużonych pasażerów wycieczkowych o blisko

100%. Wzrosła też liczba zawinięć jednostek wycieczkowych. Tak pozytywne rezultaty wynikają z rozszerzenia funkcji embarkacyjnej. Port ten jest trzecim – po Kopenhadze i Kilonii – bałtyckim portem za/wyokrętowania. W roku 2012 z obsługi tej skorzystały 53 statki wycieczkowe (w roku 2011 – 35). Rostok jest portem bazowym dla niemieckiego operatora AIDA Cruises. Wzrosła też liczba pasażerów statków, dla których jest to port podróży. Świadczy to o bardzo dobrej promocji regionu, ciekawej ofercie turystycznej oraz dobrym stanie infrastruktury transportowej. Pasażerom oferowane są jednodniowe wycieczki do Berlina, zwiedzanie Rostoku i Warnemunde oraz pobyt w interesujących miejscach regionu Mecklenburg-Vorpommern.

Kolejną destynacją w Regionie Południowego Bałtyku jest Kłajpeda. Liczba zwinięć w ciągu ostatnich pięciu lat oscyluje wokół liczby 43–45 w skali sezonu. Port ten ma charakter portu podróży, pasażerom oferowane jest zwiedzanie miasta oraz wycieczki w ciekawe miejsca regionu np. do nadmorskiej Palangi i Neringa.

Liczba statków wycieczkowych w portach Bałtyku i związany z tym poziom ruchu turystycznego są uzależnione od szeregu czynników endogenicznych, takich jak atrakcje turystyczne, infrastruktura transportowa i turystyczna, poziom obsługi logistycznej od strony lądu. Zainteresowanie przewoźników wycieczkowych poszczególnymi destynacjami, budowa oferty i wybór portów w ogromnej mierze są uzależnione od promocji i komunikacji wszystkich podmiotów zaangażowanych w obsługę turystyki wycieczkowej. O powyższym świadczą uzyskiwane na przestrzeni lat wyniki poszczególnych portów bałtyckich i zmiany destynacji.

3. Żegluga promowa

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.

Morze Bałtyckie stanowi jeden z głównych akwenów funkcjonowania żeglugi promowej. Działalność operatorów promowych i wielkość przewozów są uzależnione od czynników zewnętrznych, czyli od otoczenia rynkowego, które w znaczący sposób wpływa na poziom ruchu pasażerskiego i transportu samochodów osobowych. Poziom przewozów determinowany jest również przez samych przewoźników. Podejmują oni różnego rodzaju działania – organizowanie w ramach eksploatowanych serwisów miniwycieczek, oferty rejsów okolicznościowych, konferencji na morzu – w celu zwiększenia ruchu pasażerskiego.

Ze względu na skupienie i funkcje poszczególnych serwisów na Morzu Bałtyckim można wyróżnić trzy rejony koncentracji międzynarodowych przewozów promowych⁹:

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

Największy ruch promowy występuje na zachodnim Bałtyku, na który przypadało w roku 2012 ok. 58% ruchu pasażerskiego i ok. 68% przewozów samochodów osobowych. Na przestrzeni lat widoczny jest spadek udziału tego rynku (w połowie poprzedniej dekady zajmował on odpowiednio 62% i 76% ruchu promowego). Wynika to z jednej strony z negatywnego oddziaływania otoczenia rynkowego (zwłaszcza działalności tanich linii lotniczych, korzystania na coraz większą skalę z tunelo-mostów w Cieśninach Duńskich oraz zmniejszenia zainteresowania przejazdami w celach handlowych po zniesieniu sprzedaży wolnocłowej na wewnętrznych połączeniach promowych, szczególnie przejawia się to na tym akwenie), z drugiej zaś — ze wzrostu przewozów pasażerskich na pozostałych rynkach. Na rynek wschodniego Bałtyku przypada ok. 34% ruchu pasażerskiego. Rynek centralny zajmuje ok. 8% przewozów pasażerskich i 9,6% przewozów samochodów osobowych. Wzrost udziału tego ostatniego uwidocznił się po akcesji państw nadbałtyckich do Unii Europejskiej w 2004 roku¹⁰. Świadczy to o wysokim potencjale rozwojowym rynku centralnego. Podstawowe znaczenie mają na nim serwisy z Polski do Szwecji, które na tle tendencji występujących na Bałtyku osiągają pozytywne rezultaty.

W tabelach 5 i 6 przedstawiono wielkości przewozów pasażerów i pojazdów osobowych na Morzu Bałtyckim.

Cechą charakterystyczną segmentu pasażerskiego był gwałtowny spadek przewozów ogółem notowany od końca lat 90. XX wieku i w pierwszej połowie ubiegłej dekady. W 2000 roku na Bałtyku przewieziono łącznie ok. 80 mln osób. Wielkość ta zmniejszyła się o blisko 40% — do poziomu ok. 50 mln osób w roku 2005. Tak duży spadek spowodowany był niekorzystnymi zmianami otoczenia, takimi jak zniesienie sprzedaży wolnocłowej na połączeniach intraunijnych

⁹ Por. I. Urbanyi, *Polska żegluga promowa w koncepcji autostrad morskich* [w:] *Wspólna europejska a polska polityka morska*, red. J. Kujawa, H. Klimek, T. Gutowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007, s. 162.

¹⁰ Obliczenia własne na podstawie: [Market:11] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:09] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Statistics 06, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006.

w roku 1999, oddanie do eksploatacji stałych połączeń w Wielkim Bełcie i Oresundzie oraz działalność niskokosztowych przewoźników lotniczych. Z kolei od połowy ubiegłej dekady ruch pasażerski utrzymuje się na poziomie 50–51 mln osób przewożonych promami w rejonie RMB. Znaczący wpływ na stabilizację przewozów miały działania armatorów w zakresie ofert turystycznych (*package trips, package holidays*), działań marketingowych oraz nowych inwestycji tonażowych.

Tabela 5. Przewozy pasażerów na Morzu Bałtyckim w latach 2008–2012

Pasażerowie	2008	2009	2010	2011	2012
Zachodni Bałtyk	32 382 424	30 885 554	30 557 823	30 178 535	29 464 903
Wschodni Bałtyk	15 059 727	16 092 159	17 071 019	17 189 256	17 079 688
Centralny Bałtyk	3 588 446	3 461 773	3 556 730	3 570 460	3 585 560
Razem	51 030 597	50 439 486	51 185 572	50 938 251	50 130 151

Źródło: Obliczenia własne na podstawie Cruise&Ferry Info 2012, nr 1–12, [Market:12] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2012, [Market:11] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:09] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Statistics 06, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006.

Tabela 6. Przewozy samochodów osobowych na Morzu Bałtyckim w latach 2008–2012

Samochody	2008	2009	2010	2011	2012
Zachodni Bałtyk	7 314 040	7 321 711	6 523 293	5 792 819	6 456 504
Wschodni Bałtyk	1 545 238	1 652 126	2 311 878	1 897 445	1 985 371
Centralny Bałtyk	821 635	806 391	911 086	936 224	933 250
Razem	9 680 913	9 780 228	9 746 257	8 626 488	9 375 125

Źródło: Obliczenia własne na podstawie: Cruise&Ferry Info 2012, nr 1–12, [Market:12] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2012, [Market:11] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011, [Market:09] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009, Statistics 06, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006.

Kryzys ekonomiczny, którego skutki w handlu morskim i żegludze ujawniły się w 2009 roku, nie miał większego negatywnego wpływu na sektor pasażerski. Większość linii nie odnotowała spadku, a niektóre serwisy bałtyckie wykazywały nawet przyrosty ruchu. 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. W tym wypadku prom wykorzystywany jest jako środek transportu między np. Skandynawią a państwami na południowym wybrzeżu Bałtyku. Zanotowano również zwiększone zainteresowanie miniwycieczkami morskimi (*package-trips*) oferowanymi przez operatorów promowych.

Turystyka promowa najsilniej rozwinięta jest w rejonie wschodniego Bałtyku. Wysoki poziom ruchu pasażerskiego odnotowują od lat linie między Fin-

landią i Szwecją, na których w roku 2012 przewieziono 8,32 mln osób, i Finlandią a Estonią – 6,68 mln pasażerów, są to wielkości podobne do roku poprzedniego. Podstawą turystyki morskiej są tu wyjazdy handlowe i mini-wycieczki morskie oraz imprezy okazjonalne na promach organizowane przez operatorów Tallink-Silja i Viking Line. Jest to zjawisko socjologiczne i stanowi sposób spędzania czasu przez Skandynawów. Dodatkowo promy na liniach między Szwecją i Finlandią oraz Szwecją i Estonią zawijają do portów położonych na Wyspach Alandzkich, co umożliwia sprzedaż wolnoclową na promach.

Z kolei na rynku zachodnim, na liniach między Niemcami a Szwecją i Danią, dominuje funkcja transportowa, gdzie przejazd stanowi tylko element całej podróży. Wyjątkiem są tu połączenia operatora Color Line. Jedno z nich to długodystansowa linia Oslo–Kilonia, która ma typowy charakter turystyczny. Eksploatowane na niej promy typu *cruise* dają możliwość oferowania mini-wycieczek i konferencji, zapewniając atrakcje dla pasażerów w trakcie podróży okrężnych. Turystyczny charakter ma również serwis tego przewoźnika Sandefjord (Norwegia) – Stromstad (Szwecja) oraz linie Kopenhaga–Oslo (DFDS Seaways) i Frederikshavn–Oslo (Stena Line). Linie między Norwegią a Skandynawią i Niemcami korzystają z renty w postaci sprzedaży wolnoclowej, co stawia te serwisy w uprzywilejowanej pozycji.

Polska żegluga promowa zajmuje znaczącą pozycję na południowym Bałtyku. Serwisy z polskich portów wschodniego i zachodniego wybrzeża łączą je ze Szwecją. Utrzymywane są przez trzech przewoźników. Są to następujące połączenia:

- Gdańsk–Nynashamn (Polska Żegluga Bałtycka);
- Gdynia–Karlskrona (Stena Line);
- Świnoujście–Ystad (Unity Line);
- Świnoujście–Trelleborg (Unity Line);
- Świnoujście–Ystad (Polska Żegluga Bałtycka).

Ruch pasażerski na polskim rynku charakteryzuje stały wzrost. W latach 2001–2003 obroty pasażerskie były na poziomie ok. 900 tys. osób rocznie. Akcesja Polski do Unii Europejskiej spowodowała gwałtowny wzrost ruchu między Polską a Skandynawią. W roku 2004 nastąpił wzrost przewozów pasażerów o 16,3%, które osiągnęły wielkość 1,044 mln osób¹¹. Na wzrost ten wpłynęły przejazdy Polaków do pracy w Szwecji, przyjazdy Szwedów do Polski w celu zrobienia zakupów oraz zainteresowanie turystyką międzynarodową zarówno wyjazdową, jak i przyjazdową zgłaszaną przez Polaków i Szwedów. Recesja z roku 2009 nie zmieniła trendu w zakresie obrotów pasażerskich. Łącznie w roku 2011 na liniach promowych z polskich portów przewieziono 1,062 mln osób (wzrost o 2%) i 314,5 tys. pojazdów osobowych (wzrost o 7%). W roku 2012 w dalszym ciągu przewozy pasażerskie rosły i na liniach z polskich portów wyniosły 1,101 mln osób, co

¹¹ Obliczenia własne na podstawie materiałów wewnętrznych Unity Line, Stena Line i PŻB.

daje wzrost o 3%. Przewozy pojazdów osobowych osiągnęły poziom ok. 311 tys. samochodów i zanotowały nieznaczny spadek o 1%.

Tabela 7. Przewozy na polskim rynku promowym w latach 2009–2012

Połączenie	Rok	Pasażerowie	Pojazdy osobowe
Polska ogółem	2012	1 101 616	311 077
	2011	1 062 001	314 535
	2010	1 040 568	292 367
	2009	1 007 532	284 496
Świnoujście–Ystad Polferries	2012	154 024	63 659
	2011	151 561	62 497
	2010	142 004	60 859
	2009	122 833	51 347
Świnoujście–Ystad/Trelleborg Unity Line	2012	347 997	137 377
	2011	347 308	131 436
	2010	292 842	108 439
	2009	306 028	103 127
Gdańsk–Nynashamn Polferries	2012	130 079	43 795
	2011	128 132	41 602
	2010	132 658	41 858
	2009	125 542	41 348
Gdynia–Karlskrona Stena Line	2012	469 516	86 256
	2011	435 000	79 000
	2010	376 764	72 096
	2009	350 762	64 940

Źródło: Dane Unity Line, Polska Żegluga Bałtycka, Stena Line.

Na polskim rynku liderem w ruchu pasażerskim jest szwedzki operator Stena Line, który na linii Gdynia–Karlskrona w roku 2011 przewiózł 435 tys. osób, a w roku 2012 – 469,5 tys. osób. Jest to najwyższy poziom w historii linii. Jednym z czynników determinujących tak dobre wyniki jest odnowienie tonażu promowego. Pod koniec 2010 roku wprowadzono na linię prom *Stena Vision*, a pod koniec czerwca 2011 roku *Stena Spirit*. Nowe jednostki oferują znacznie wyższy standard dla pasażerów niż zatrudnione tu w okresie poprzednim i dają możliwość świadczenia szerszych usług pozaprzewozowych. Ponadto przewoźnik posiada bogatą ofertę miniwycieczek dla turystów szwedzkich i polskich, rejsów i imprez okolicznościowych oraz prowadzi bardzo dobrą politykę akwizycyjną.

Drugi z operatorów, spółka Unity Line, eksploatuje dwie linie ze Świnoujścia do Ystad i Trelleborga, na których przewieziono w roku 2011 łącznie ponad 347 tys. osób. Przewozy pasażerów w roku 2012 ukształtowały się na poziomie

roku poprzedniego. Oba serwisy odnotowują corocznie przyrost ruchu pasażerskiego. Operator eksploatuje 7 jednostek, z których dwa – *Polonia* i *Skania*, są jednostkami pasażersko-towarowymi typu *cruise/trailer*. Armator ten, bazując na wspomnianych promach, oferuje wycieczki do Skandynawii, rejsy okolicznościowe i organizuje konferencje. Oferta ta jest skierowana w głównej mierze do polskiego turysty.

Armatore Polferries na swych połączeniach w 2011 roku łącznie przewiózł ok. 279,7 tys. osób, a w roku 2012 – 284,1 tys. osób (wzrost 1,6%). Linia Gdańsk–Nynashamn odnotowała spadek przewozów, który był spowodowany głównie ekspansją niskokosztowych przewoźników lotniczych poszerzających oferty połączeń z rejonem Sztokholmu. Serwis ten był obsługiwany przez dwa promy – prom typu *cruise-trailer Scandinavia* i *ro-pax Baltivia*, natomiast od stycznia 2012 roku na linii pozostała *Scandinavia*. Linia Świnoujście–Ystad utrzymywana była jednym promem *Wawel*, a od stycznia 2012 roku wzmocniono ją promem *Baltivia*. Połączenie to pozostaje pod silnym wpływem serwisów Unity Line. Wzrost zanotowany w roku 2011 wynikał m.in. z zamknięcia linii do Kopenhagi i przejścia części pasażerów podróżujących w tej destynacji.

Linie promowe ze Świnoujścia pozostają pod wpływem konkurencji przewoźników operujących w rejonie zachodniego Bałtyku, pomiędzy Niemcami a Szwecją i Danią ruch promowy jest silnie rozwinięty. Na rynkach tych w roku 2011 przewieziono 8,938 mln osób. Głównymi liniami między Niemcami a Danią są serwisy Rostok–Gedser i Puttgarden–Rodby, na których przetransportowano ok. 7 mln pasażerów. Linie te należą do operatora Scandlines, który eksploatował na nich 7 jednostek. Z kolei między Niemcami a Szwecją przewieziono 1,86 mln osób. Głównymi serwisami na tym rynku są, należące od października 2012 roku do Stena Line Rostok–Trelleborg (282 tys. pasażerów) i Sassnitz–Trelleborg (520 tys. osób), które obsługiwane są przez 4 promy. Wcześniej oba serwisy eksploatowane były wspólnie przez Scandlines GmbH i Scandlines AB (spółkę należącą do Stena Line). Drugim przewoźnikiem na tym rynku jest niemiecki TT-Line, który utrzymuje dwa serwisy Rostok–Trelleborg (263,4 tys. osób) i Travemunde–Trelleborg (374,3 tys. pasażerów). Na liniach tych eksploatowanych jest 6 jednostek typu *ro-pax*¹².

We wschodniej części południowego Bałtyku istnieje jedno połączenie promowe między Litwą a Szwecją. Jest to serwis Kłajpeda–Karlskamn utrzymywany przez DFDS Seaways. Przewozy pasażerskie są na niskim poziomie, w roku 2011 przetransportowano jedynie 119 tys. osób, w roku 2012 nastąpił spadek do poziomu ok. 94 tys. Z punktu widzenia turystyki promowej jest to rynek niszowy.

¹² Obliczenia własne na podstawie: [Market:12] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2012.

Zakończenie

Turystyka morska w Regionie Morza Bałtyckiego wykazuje stały wzrost. Funkcje turystyczne żeglugi promowej najsilniej rozwinięte są na liniach między Szwecją a Finlandią i Estonią oraz Finlandią i Estonią. Wynika to przede wszystkim ze stylu życia Skandynawów oraz oferty turystycznej przewoźników promowych. Żegluga wycieczkowa w regionie ma charakter sezonowy, przy czym Bałtyk jest jedną z głównych destynacji turystyki morskiej w Europie. Polski rynek turystyki morskiej posiada duży potencjał rozwojowy, wymaga jednak, zwłaszcza w przypadku żeglugi wycieczkowej, promocji i współpracy sieciowej podmiotów obsługujących turystów oraz samorządów.

Literatura

1. Cruise&Ferry Info 2012, nr 1–12
2. Cruise Baltic Market Review 2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013
3. Cruise Baltic Review – Statistics 2000–2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013
4. European Cruise Industry, Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2012 Edition, Cruise Baltic, Kopenhaga 2012
5. Miotke-Dzięgiel J., *Turystyka morska*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002
6. [Market:12] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2012
7. [Market:11] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2011
8. [Market:10] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2010
9. [Market:09] Statistics, Shippax Information, Halmstad 2009
10. Materiały wewnętrzne Unity Line, Stena Line i PŻB
11. Press information – News release 11–14 March 2013, Cruise Baltic, Kopenhaga 2013
12. Statistics 06, the Yearbook for Passenger Shipping Traffic Figures, Halmstad 2006
13. Urbanyi I., *Polska żegluga promowa w koncepcji autostrad morskich*, [w:] *Wspólna europejska a polska polityka morska*, red. J. Kujawa, H. Klimek, T. Gutowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007

DEVELOPMENT OF MARITIME TOURISM ON THE BALTIC SEA

Summary

Maritime tourism on the Baltic Sea, represented by cruise and ferry shipping reveals continuous growth. The number of passengers – tourists is growing every year. Cruising is seasonal and is aimed at tourists from other regions. Ferry shipping operates all-year round and is focused on BSR residents. Development of maritime tourism is determined by objective factors as well as operators activities (ex. mini-cruises, on-board con-

ferences). Polish cruise and ferry shipping is a promising element of Baltic maritime tourism market.

Keywords: maritime tourism, cruise shipping, ferry shipping, Baltic Sea Region