

Czy ceny biletów powinny rosnać?

Ceny produktów spełniają po stronie podaży i popytu wiele funkcji. Dla dostawców usług istotnymi funkcjami ceny są jej dochodowość i informacja. Natomiast po stronie popytowej ważna jest informacyjna funkcja ceny. Przedsiębiorcy dążą do ustalenia takiej ceny produktu, która w konkurencyjnym otoczeniu zostanie zaakceptowana przez odbiorców, co pozwala uzyskać zadowalający zysk. W przypadku miejskiej komunikacji publicznej dochodowa funkcja ceny taryfowej ma zapewnić zadowalający przychód ze sprzedanych biletów.

Tekst **WOJCIECH BĄKOWSKI**

Samorząd miejski nie jest przedsiębiorcą i traktuje ofertę przewozową komunikacji publicznej w sposób służebny, a więc taki, który zapewni dostępność przemieszczania się jak największej liczbie mieszkańców. Uzyskiwanie nadwyżki finansowej nie jest kryterium oceny angażowania się samorządu terytorialnego w obsługę transportową aglomeracji miejskiej. Dominująca liczba

samorządów w różnych częściach naszego globu stosuje dopłatę do przewozów w komunikacji publicznej. Samorządy, pod naciskiem radnych, mediów i grup mieszkańców domagających się dostępu do komunikacji publicznej, poszerzają zakres sieci komunikacyjnej, aby lepiej zaspokoić „potrzeby przewozowe”. Jednocześnie poszukują środków finansowych do zwiększenia dopłat. W krajowych samorządach terytorialnych panuje przekonanie, że cen taryfowych najlepiej nie zmieniać, a raczej należałoby je obniżyć, aby zachęcić właścicieli samochodów osobowych do częstego korzystania z komunikacji publicznej.

► Streszczenie

Autor wskazuje, że w transporcie publicznym organizowanym przez samorządy lokalne występuje stała zależność pomiędzy tendencją wzrostową dla kosztów i dopłat z budżetu miejskiego a spadkową po stronie przewożonych pasażerów i uzyskiwanych przychodów. Pojawia się podstawowe pytanie, co należy robić, aby zahamować wielkość przyrostu kwoty dopłat nie ograniczając podaży usług przewozowych? Wprawdzie gminy to nie przedsiębiorcy nastawieni na zysk, ale w przypadku miejskiej komunikacji publicznej dochodowa funkcja ceny taryfowej ma zapewnić zadowalający przychód ze sprzedanych biletów. Dlatego autor opowiada się za rozsądnym podnoszeniem cen taryfowych za przejazdy w komunikacji publicznej.

► **Słowa kluczowe:** taryfa, dochód ze sprzedaży biletów, komunikacja bezpłatna

► Summary

Balanced Tariff Price in Public Transport

The author shows that in the public transport organised by local governments there is a permanent relationship between a growing trend in costs and subsidies from the municipal budget and a downward trend in the number of carried passengers and obtained revenue. A basic question arises, what should be done to stop the amount of increasing subsidies without the limitation of transport services supply? Although municipalities are not businesses set to make profits, but in the case of urban public transport the income function of the tariff price is to ensure a satisfactory revenue on the sold tickets. Therefore the author supports reasonable raising of tariff prices for the use of public transport.

► **Keywords:** tariff, ticket revenue, free of charge transport

Triumwirat taryfowy

Ustalanie rodzaju taryfy i poziomu cen na obszarze aglomeracji miejskiej realizowane jest w bardzo złożonym systemie. Uczestniczą w nim trzy grupy interesariuszy, tak zwany „triumwirat”, do którego należą: samorząd terytorialny (radni, lokalni politycy), władze administracyjne (prezydent, skarbnik), organizator transportu (zarząd transportu). Dodatkowo nikły wpływ wywierają lokalni publicyści i mieszkańcy obsługiwanej przez transport publiczny aglomeracji



foto. Magdalena Wojtyła

”

Powstaje problem społeczny, adresowany do polityków lokalnych i mieszkańców. Dlaczego z tak dużym zrozumieniem podchodzą do podwyżki cen na usługi, które zapewniają egzystencję biologiczną ludzi (bez wody nie można sobie wyobrazić życia ludzi w mieście), a do komunikacji publicznej mają zupełnie inne podejście? Nie sugeruję, aby komunikacja publiczna była działalnością przynoszącą nadwyżkę finansową (w Singapurze tak jest), ale aby ze sprzedaży biletów uzyskiwać zadowalający przychód. Dlatego opowiadam się za podnoszeniem cen taryfowych za przejazd komunikacją publiczną.

- ◆ miejskiej. Najmniejszą rolę odgrywają przewoźnicy, ponieważ zapłatę za usługi przewozowe otrzymują według ceny wozokilometra i wyznaczonej w przetargu sumy kilometrów, jaką mają obsłużyć na wyznaczonych liniach.

Przewoźnicy, pomimo że często podlegają pod samorząd miejski, nie są zainteresowani frekwencją podróży ani przychodami uzyskiwanymi ze sprzedanych biletów. Organizator, który płaci za usługi przewozowe w komunikacji publicznej, jest „klientem” przewoźników (operatorów). Przedstawione relacje w systemie decyzyjnym mają uzmysłowić, że operator ma wykonać zadanie przewozowe, którego sam nie określa, ale jest pewny uzyskania nadwyżki finansowej według ustalonej ceny wozokilometra. Opisany system sprawia, że bardzo trudno znaleźć racjonalną metodę ustalenia rodzaju taryfy i cen taryfowych, z uwzględnieniem dopłat dla operatorów realizujących przewozy. Pomimo braku metodycznego podejścia, samorządy ustalają ceny taryfowe o określonych stawkach, a nawet o stawce zerowej. Problem jednak w tym, jakim sposobem (metodą) ustalić cenę równowagi pomiędzy popytem a podażą i uzyskać zadowalającą kwotę dopłat do komunikacji publicznej. Z raportu Izby Gospodarczej Komunikacji Miejskiej wynika, że w latach 2009-2015 stopień pokrycia kosztów bieżących przychodami z biletów ulega ciągłemu obniżeniu. Rentowność usług zmniejszyła się średnio w całym kraju z 45 procent do 29 procent. Widać wyraźnie, że mamy do czynienia z trendem pomniejszania się rentowności funkcjonowania komunikacji zbiorowej. Nastąpił znaczący wzrost kosztów eksploatacyjnych. Jednocześnie w dominującej liczbie miast nastąpił spadek przewożonych pasażerów.

Zadowalający przychód

Podane zależności wykazują stałą tendencję wzrostową kosztów i dopłat z budżetu miejskiego, a spadko-



foto: Marcin Mazurkiewicz

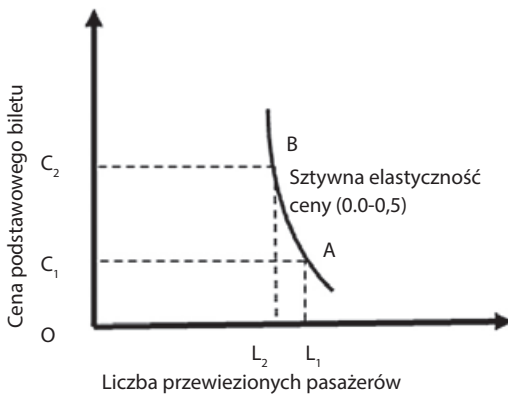
Nieznaczne podwyżki cen taryfowych każdego roku, wpisane w strategię miasta, pozwolą na zwiększenie przychodów i mniejszą dopłatę z budżetu miasta do komunikacji publicznej. Na zdjęciu: Dąbrowa Górnicza, Pałac Kultury Zabrze.

wą po stronie przewożonych pasażerów i uzyskiwanych przychodów. Pojawia się podstawowe pytanie, co należy robić, aby ewolucyjnie zahamować wielkość przyrostu kwoty dopłat, nie ograniczając podaży usług przewozowych? Doświadczenia z krajów europejskich pokazują, że jest wiele różnych sposobów (rozwiązań), które należy równolegle zastosować, aby pomniejszyć przyrost dopłat z budżetu miejskiego z udziałem pasażerów, a nawet wszystkich mieszkańców. Jednym z tych rozwiązań jest posłużenie się informacyjną funkcją ceny taryfowej i jej elastycznością cenową. Popyt na usługi komunikacji publicznej generują głównie mieszkańcy, którzy mogą samodzielnie pokonywać przestrzeń i nie mają trwałego bądź chwilowego dostępu do samochodu osobowego. Brak dostępu do substytucyjnej usługi przewozowej przymusza danego mieszkańca do korzystania z usług komunikacji publicznej. W takim przypadku, gdy nie ma na rynku substytutu dla komunikacji publicznej, cena taryfowa nie wykazuje elastyczności cenowej (podkreślają to światowe autorytety z dziedziny nauk ekonomicznych i na przykładzie komunikacji publicznej wyjaśniają istotę elastyczności cenowej). Oznacza to, że wraz ze wzrostem cen taryfowych pojawia się przyrost przychodów ze sprzedaży biletów, a popyt w bardzo niewielkim stopniu ulega pomniejszeniu. Tę zależność pokazuje rysunek 1. Powierzchnia prostokąta O, C1, A, L1 wyrażająca przychody, jest mniejsza od powierzchni prostokąta O, C2, B, L2.

W innych usługach komunalnych na rzecz mieszkańców miasta podnoszone są ceny za zużycie wody ciepłej i zimnej czy wywózkę odpadów z gospodarstwa domowego, czynsze mieszkaniowe. Opłaty za te usługi pozwalają pokrywać koszty eksploatacji i tworzyć fundusz do inwestowania. W odniesieniu do tych usług wykorzystanie substytutów jest mało realne (na przykład własna studnia czy urządzenia domowe do utylizacji odpadów). Ale powstaje problem społeczny, adresowany do polityków lokalnych i mieszkańców. Dlaczego z tak dużym zrozumieniem podchodzą do podwyżki cen na usługi, które zapewniają egzystencję biologiczną ludzi (bez wody



Nowe rozwiązania wymagają inwestycji w infrastrukturę, IT i tabor. Na zdjęciu przystanek Katowice Rynek



Rys. 1. Popyt na przewozy transportem publicznym. Źródło: opracowanie własne

nie można sobie wyobrazić życia ludzi w mieście), a do komunikacji publicznej mają zupełnie inne podejście? Nie sugeruję, aby komunikacja publiczna była działalnością przynoszącą nadwyżkę finansową (w Singapurze tak jest), ale aby ze sprzedaży biletów uzyskiwać zadowalający przychód. Dlatego opowiadam się za podnoszeniem cen taryfowych za przejazdy komunikacją publiczną. Jeśli uznać ten sposób podniesienia rentowności komunikacji publicznej jako jeden z kilku (w tym esej nie będę omawiał innych rozwiązań, ponieważ jest to cała wiązka działań organizacyjno-prawnych i szerszych rozwiązań ekonomicznych), to potrzebne jest zaangażowanie miejskiej klasy politycznej i kreatywnej w tej sprawie. Lokalną społeczność należy przekonać, że w nadchodzącej przyszłości zostanie zbudowany nowoczesny system komunikacji publicznej na miarę trzydziestych lat naszego wieku. Te nowe rozwiązania wymagają inwestycji w infrastrukturę, technologie IT i tabor. Trudno przekonywać mieszkańców o potrzebie podwyżki cen taryfowych, gdy w realnej rzeczywistości eksploatuje się autobusy o przeciętnym wieku eksploatacji 14-15 lat i tramwaje 30-, 40-letnie, a nowoczesne in-

teligentne systemy transportu są poza zasięgiem wyobraźni współczesnych decydentów.

Ścieżka dojścia

Po tak żmudnym i profesjonalnym przygotowaniu wszystkich warstw społecznych mieszkających w obszarze aglomeracji miejskiej, należy przedstawić koncepcję wzrostu cen taryfowych. Następnie należy opracować tak zwaną ścieżkę dojścia do rozwiązania docelowego w transporcie publicznym. Najprostsze w takim przypadku jest ustalenie, że przez najbliższe pięć lat ceny taryfowe co roku (lub rzadziej) wzrosną o x procent (na przykład o 3 procent). Dlaczego tak należy ustalać ceny taryfowe? Ponieważ nie ma metod, jakimi w systemie tak złożonym, jak „triumwirat”, można przedstawić racjonalne kryteria wyboru ceny zadowalającej dla wszystkich stron biorących udział w procesie decyzyjnym. Nieznaczne podwyżki cen taryfowych każdego roku wpisane w strategię rozwoju miasta pozwolą na zwiększenie kwoty przychodów i zmniejszą przyrost dopłat z budżetu miasta do komunikacji publicznej. Olbrzymim rezerwuarem w zwiększeniu popytu, tj. frekwencji podróży i przychodów ze sprzedaży biletów, są gospodarstwa domowe posiadające po jednym samochodzie osobowym. Cena taryfowa za przejazdy komunikacją publiczną nie wywiera wpływu na ten segment rynku, ponieważ są to usługi niższej użyteczności niż przejazd własnym samochodem. ■



Prof. dr hab. Wojciech Bąkowski | Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytet Szczeciński