

▣ Da się wozić jeszcze więcej pasażerów i zarabiać jeszcze więcej pieniędzy. Trzeba tylko obniżyć ceny biletów.

Karol Trammer, „Z Biegiem Szyn”

(tekst pochodzi z dwumiesięcznika „Z Biegiem Szyn”, nr 39, styczeń-luty 2009)

<http://zbs.net.pl/>

W marcu 2007 r. zachodniopomorski zakład spółki PKP Przewozy Regionalne obniżył ceny biletów w aglomeracji szczecińskiej – nawet o prawie 30%. Przejazd ze Szczecina do Goleniowa i Stargardu Szczecińskiego stanął z 7 zł do 5 zł, a ze Szczecina do Gryfina – z 6 zł do 5 zł. W efekcie tych obniżek, liczba pasażerów na trzech trasach wylotowych ze Szczecina w ciągu pół roku wzrosła o ponad 100 tysięcy. W pierwszych miesiącach po wprowadzeniu niższych cen – od marca do sierpnia 2007 r. – pociągami osobowymi między Stargardem, Goleniowem, Gryfinem, a Szczecinem podróżowało 265 tys. pasażerów, podczas gdy przed wprowadzeniem tańszej taryfy na tych samych odcinkach w porównywalnym okresie (marzec – sierpień 2006 r.) z usług kolei skorzystało jedynie 160 tys. osób. Sukces nie byłby tak duży, gdyby obniżce cen biletów nie towarzyszyła lokalnie zorientowana promocja. – Wyszliśmy z informacją prasową i płatną reklamą do mediów, ukazujących się w tych miejscowościach, jak chociażby „Gazeta Goleniowska”, „7 dni Gryfina” czy stargardzka telewizja kablowa Vectra – wspomina Andrzej Chańko, dyrektor Zachodniopomorskiego Zakładu Przewozów Regionalnych. – Listonosze roznosili ulotki do skrzynek pocztowych, informację zamieściliśmy też na forach internetowych.

Cztery razy więcej pasażerów

Spółka PKP Przewozy Regionalne, obserwując coraz lepsze wyniki, zdecydowała się sukcesywnie obniżać ceny biletów na kolejnych trasach Zachodniego Pomorza. Po objęciu na początku 2008 r. nowych odcinków niższymi cenami biletów, liczba podróżujących z Kamienia Pomorskiego do Szczecina i z Gryfic do Szczecina potroiła się, a w przypadku odcinków Płoty – Szczecin, Płoty – Nowogard czy Gryfice – Nowogard zwiększyła się nawet czterokrotnie! Dziś

wzorze zachodniopomorskie stosuje się także w innych regionach. Spółka PKP Przewozy Regionalne w sumie już na 79 odcinkach w różnych częściach kraju wozi pasażerów stosując niższą taryfę – wszystkie te odcinki łączy hasło reklamowe: „Połączenie w dobrej cenie”. Tańsze bilety nie tylko skutkują pozyskaniem przez kolej nowych klientów, ale również przyczyniają się do poprawy wyników finansowych. – Mimo że ceny biletów spadły, zanotowaliśmy zwiększenie wpływów – z satysfakcją mówił „Dziennikowi Bałtyckiemu” Andrzej Chańko.

Więcej za mniej

Obniżki cen biletów nie tylko na kolei przynoszą zwiększenie wpływów finansowych. Również dla zarządów komunikacji miejskiej coraz częstszym sposobem na podreperowanie sytuacji ekonomicznej staje się wprowadzanie niższych cen biletów. Gdański Zarząd Transportu Miejskiego w 2008 r. aż dwukrotnie obniżał ceny biletów miesięcznych – cena biletu sieciowego najpierw w styczniu spadła ze 132 zł do 110 zł, a następnie w październiku do 98 zł. Od 2007 r. do października 2008 r. cena biletu miesięcznego na jedną trasę przez rok spadła z 71 zł do 62 zł. Równocześnie część biletów czasowych pozostawiono w starej cenie, wydłużając jednak czas ich ważności – bilet za 2,80 zł, który w 2007 r. uprawniał do 30 minut podróży gdańską komunikacją, dziś ważny jest już przez 45 minut. W Gdańsku efektem wprowadzenia tańszej taryfy przewozowej są – podobnie jak na zachodniopomorskiej kolei – zwiększone przychody ze sprzedaży biletów: rok 2007 zamknięto wpływami w wysokości 86,1 mln zł. Już wiadomo, że wpływy w roku 2008 wyniosły co najmniej 91,9 mln zł – oznacza to, że dzięki obniżce cen biletów do budżetu Gdańska wpłynęło dodatkowych 6 mln zł.

Obniżki zamiast dotacji

Obniżka cen biletów była zasadniczym – a przy tym bardzo skutecznym – elementem walki z pogarszającymi się wynikami finansowymi Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego w Lublinie. Dzięki temu, że w 2004 r. bilet jednorazowy stanął tam z 2 zł do 1,60 zł, a bilet miesięczny ze 110 zł do 89 zł, stratę przedsiębiorstwa udało się zmniejszyć się o 40%. Jak to

możliwe, że ten kto obniża ceny, zarabia więcej? Spadek ceny powoduje wzrost popytu – to elementarne podstawy ekonomii. Na przykładzie trasy kolejowej Gryfice – Nowogard prześledźmy jak działa to w praktyce. Przed obniżką bilet na przejazd między tymi miastami kosztował 7,50 zł – przy wysokiej cenie z usług kolei zdecydowało się skorzystać 389 osób. Dało to 2917,50 zł wpływów ze sprzedaży biletów. Po obniżce ceny biletu do 5 zł popyt znacznie wzrósł – niższa cena przyciągnęła 1722 pasażerów. Bilety stały się tańsze, ale dzięki temu sprzedano ich znacznie więcej. Z ich sprzedaży uzyskano 8610 zł, czyli wpływy dzięki obniżce cen wzrosły prawie trzykrotnie. Przewoźnicy kolejowi jak na razie dość rzadko decydują się obniżać ceny biletów i tym sposobem zdobywać nowych pasażerów. Zwykle w obliczu problemów wolą skomleć o większe dotacje i grozić likwidacjami połączeń.

[>> do góry](#)