

NOWA TARYFA BILETOWA – propozycja

Poznań, 6 stycznia 2014 r.

Podstawowe założenia do propozycji taryfy biletowej oraz systemu PEKA, które mają wejść w życie wraz z pełnym uruchomieniem systemu w dniu 1 maja 2014 r.

Zaznaczamy, że poniższe opracowanie zostało przygotowane przez Stowarzyszenie Inwestycje dla Poznania, jednak wpływ na jego kształt miało spotkanie z Radnymi Miasta Poznania: Tomaszem Lewandowskim, Łukaszem Mikułą i Szymonem Szynkowskim Vel Sękiem oraz z innymi społecznikami z Prawa do Miasta oraz My Poznaniacy. Stąd część pomysłów zawartych w poniższych propozycjach to nie są pomysły Stowarzyszenia Inwestycje dla Poznania, jednak zostały przez nas one wykorzystane, gdyż uznajemy je za słuszne. Ze wszystkimi radnymi oraz społecznikami będziemy chcieli się także spotkać w celu omówienia propozycji taryf biletowych i działania systemu PEKA.

Podstawowe założenia:

1. Cena biletu miesięcznego: 94 zł.
2. Większe rabaty na bilety 3-12 miesięczne.
3. Pierwszy przystanek tańszy w taryfie przystankowej.
4. Program lojalnościowy nie ma wpływu na cenę biletów.
5. Rezygnacja z obowiązku „pikania” dla osób posiadających sieciówkę.

Tabele taryfowe:

I. Ceny biletów na poszczególne miesiące (+/- 1 zł)

Rodzaj biletu	BM [zł.]	UBM [zł.]	rabat	N [zł.]	U [zł.]	rabat
30 dniowy	94	47	0,0%	116	58	0,0%
3 mies	267	133,5	5,3%	330	165	5,2%
120 dniowy (semestralny)*	-	141	25,0%	-	174	25,0%
150 dniowy (semestralny)*	-	164,00	30,2%	-	203,00	30,0%
6 miesięczny	510	255	9,5%	630	315	9,6%
9 miesięczny	718	359	15,0%	890	445	14,9%
10 mies (szkolny)*	-	307	34,7%	-	378	34,8%
12 miesięczny (roczny)	900	450	20,0%	1116	558	20,0%

*bilety specjalne

II. Ceny biletów z taryfą dla poszczególnych dni

	14 dni	15-30 dni	31-90 dni	91-180 dni	181-270	271-366
--	--------	-----------	-----------	------------	---------	---------

Imienny na sieć strefa A	44,00 zł	3,10 zł	2,90 zł	2,70 zł	2,30 zł	1,90 zł
SUMA		93,60 zł	267,60 zł	510,60 zł	717,60 zł	900,00 zł

III. Ceny za każdy przejechany przystanek przy płatności t-portmonetką

Nr	Cena za przystanek [gr.]		Cena narastająco [gr.]	
	Normalny	Ulgowy	Normalny	Ulgowy
1	20	10	20	10
2	50	25	70	35
3	50	25	120	60
4	40	20	160	80
5	40	20	200	100
6	30	15	230	115
7	30	15	260	130
8	10	5	270	135
9	10	5	280	140
10	10	5	290	145
	290	145		

11	10	5	300	150
12	10	5	310	155
13	10	5	320	160
14	10	5	330	165
15	10	5	340	170
16	6	3	346	173
17	6	3	352	176
18	6	3	358	179
19	6	3	364	182
20	6	3	370	185

Lub w przedstawieniu analogicznym do tabeli z propozycji ZTM do uchwały RM:

	Normalny [gr.]	Ulgowy [gr.]
Pierwszy	20	10
Od 2 do 3	50	25
Od 4 do 5	40	20
Od 6 do 7	30	15
Od 8 do 15	10	5
Powyżej 15	6	3

Uzasadnienie:

1. Po ostatnich podwyżkach sprzedaż biletów długookresowych znacząco spadła. W okresie styczeń – maj 2013 r. spadek sprzedaży czasu w tych biletach wyniósł ponad 22%, natomiast w okresie czerwiec – październik 4,6% (czyli w porównaniu do sprzedaży po pierwszej podwyżce z czerwca 2012). **Decyzja o podwyżce styczeniowej została także podjęta na podstawie fałszywych danych przekazanych przez ZTM**, zarówno radnym jak i stronie społecznej oraz mieszkańcom. **Co więcej, pomimo podwyżki, zostało wprowadzone ograniczenie w kursowaniu linii tramwajowych** – w szczycie popołudniowym kursują one co 12 minut, a nie co 10 minut jak wcześniej. Przypominamy, że m.in. utrzymaniem standardu komunikacji miejskiej tłumaczono wprowadzenie podwyżek. Słowa jednak nie dotrzymano. W związku z tymi faktami za zasadne uznajemy wycofanie się z podwyżki wprowadzonej w styczniu, ale także obniżenie ceny sieciówki miesięcznej do poziomu 94 zł. **Byłby to wyraźny sygnał dla mieszkańców, że komunikacja miejska nie ma służyć tylko do łatania dziury w budżecie.** Zarazem można zauważyć, że wprowadzenie podwyżek się nie sprawdziło, o czym ostrzegaliśmy już wcześniej (lipiec 2013: <http://idp.org.pl/?p=192>, a nawet w listopadzie 2011: <http://idp.org.pl/?p=121>), gdyż liczba pasażerów spada, a i standardu komunikacji nie utrzymano. Pora wybrać drogę, o której mówimy od dłuższego czasu: **więcej pasażerów = więcej pieniędzy.**

Dobrą ceną i wysokim standardem należy zachęcić mieszkańców do komunikacji publicznej, a nie prowadzić działania na ich szkodę lub pogorszenie komfortu podróżowania.

2. W okresie styczeń – październik 2013 sprzedano następujące liczby biletów długookresowych*:

Rodzaj biletu	Ilość [szt.]	Procent całości
30 dniowy	947 809	94,4%
3 miesięczny	28 302	2,8%
120 dniowy (semestralny)	8 843	0,9%
150 dniowy (semestralny)	13 067	1,3%
6 miesięczny	2 314	0,2%
9 miesięczny	655	0,1%
10 miesięczny (szkolny)	947	0,1%
Roczny	1 720	0,2%
Suma	1 003 657	-

*nie uwzględniono biletu kolejowego i rodzinnego.

Upraszczając zestawienie otrzymujemy:

Rodzaj biletu	Ilość [szt.]	Procent całości
30 dniowy	947 809	94,4%
3-12 miesięczny	33 938	3,4%
Semestralny	21 910	2,2%

Dodać należy, że sprzedaż biletów semestralnych jest prowadzona dopiero od sierpnia 2013, więc jest to sprzedaż za miesiące VIII – X. W tym samym czasie sprzedano 10 391 biletów 3-12 miesięcznych.

Tak więc, wprowadzenie nowego biletu ze znaczącym rabatem (27,6 % dla biletu 120 dniowego oraz 30,8% dla biletu 150 dniowego) było **sporą zachętą dla pasażerów do zakupu tego rodzaju oferty.** Ponieważ ZTMowi powinno zależeć, by mieszkańcy kupowali bilety na jak najdłuższy okres czasu,

proponujemy zastosowanie tej zależności także do reszty rodzajów biletów zwiększając wartości rabatów wg. poniższej tabeli.

Rodzaj biletu	Rabat
3 miesięczny	5,3%
120 dniowy (semestralny)	25,0%
150 dniowy (semestralny)	30,2%
6 miesięczny	9,5%
9 miesięczny	15,0%
10 miesięczny (szkolny)	34,7%
Roczny	20,0%

Bilety semestralne oraz szkolne występują tylko w wersji ulgowej.

Należy także zauważyć, że stosunkowo niewielki wzrost sprzedaży sieciówek na okres 3 miesięcy i więcej spowoduje już zwiększenie wpływów z danych rodzajów biletów.

Rodzaj biletu	Ilość biletów sprzedana w okresie I-X 2013 [szt.]	Obecna cena [zł.]	Proponowana cena [zł.]	Ilość biletów jaką należy sprzedać aby wpływy się zwiększyły [szt.]	Różnica [szt.]
30 dniowy	947 809	107	94	1 080 000	132 191
3 miesięczny	28 302	305	267	32 400	4 098
120 dniowy (semestralny)	8 843	155	141	9 800	957
150 dniowy (semestralny)	13 067	185	164	14 750	1 683
6 miesięczny	2 314	578	510	2 700	386
9 miesięczny	655	867	718	800	145
10 miesięczny (szkolny)	947	482	310	1 500	553
Roczny	1 720	1091	900	2 100	380
Suma	1 003 657			Suma 3-12 mies.	8 202

Czyli miesięcznie należałoby sprzedać o około 820 biletów więcej (okresowych, 3 miesięcznych lub dłuższych), aby wpływy się zwiększyły.

3. Propozycja cennika dla podróży przystankowej z wykorzystaniem t-portmonetki.

Nr	Cena za przystanek [gr.]		Cena narastająco [gr.]	
	Normalny	Ulgowy	Normalny	Ulgowy
1	20	10	20	10
2	50	25	70	35
3	50	25	120	60
4	40	20	160	80
5	40	20	200	100
6	30	15	230	115
7	30	15	260	130

8	10	5	270	135
9	10	5	280	140
10	10	5	290	145
	290	145		

11	10	5	300	150
12	10	5	310	155
13	10	5	320	160
14	10	5	330	165
15	10	5	340	170
16	6	3	346	173
17	6	3	352	176
18	6	3	358	179
19	6	3	364	182
20	6	3	370	185

Lub w przedstawieniu analogicznym do tabeli z propozycji ZTM do uchwały RM:

	Normalny [gr.]	Ulgowy [gr.]
Pierwszy	20	10
Od 2 do 3	50	25
Od 4 do 5	40	20
Od 6 do 7	30	15
Od 8 do 15	10	5
Powyżej 15	6	3

Ulga za przejechanie jednego przystanku ma skłonić mieszkańców do krótkich podróży. Zarazem ma ona wpływ na cenę za przejechanie np. 3 przystanków (średnio 40 gr. za przystanek). Cena za przejechanie 10 przystanków wynosiłaby 2,90 zł i jej wzrost odpowiada w przybliżeniu inflacji. Zwiększy to także atrakcyjność biletów okresowych. Zarazem, z racji propozycji niższej ceny dla pierwszego przystanku przystanku proponujemy, aby cena 10 gr. obowiązywała do 15-go przystanku.

4. **Program lojalnościowy nie powinien mieć wpływu na cenę biletu.** Uważamy, że uzależnianie ceny biletu od ilości „piknięć” i innych podobnych zdarzeń wręcz całkowicie mija się z celem istnienia takiego programu i zachęcania ludzi do korzystania z komunikacji.

Stały klient komunikacji miejskiej to osoba, która kupuje bilet miesięczny albo dłuższy. Taka osoba, w przypadku wyboru środka transportu najczęściej wybierze właśnie komunikację miejską, gdyż za taki bilet już zapłaciła. Nawet w przypadku np. zmiany pracy, osoba posiadająca bilet roczny najpewniej jako pierwszą opcję rozważy właśnie transport publiczny. Jednak nie ma najmniejszego znaczenia jak często z komunikacji publicznej korzystamy – korzystanie z niej 7 razy w tygodniu nie powoduje, że jestem lepszym klientem od osoby, która ma potrzebę korzystania z transportu publicznego 4 razy w tygodniu. Najważniejszy pozostaje fakt, że korzystam z transportu publicznego zamiast indywidualnego (głównie samochodowego) wpływając w ten sposób na:

- zmniejszenie korków samochodowych

- zmniejszenie zużycia dróg
- zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza spalinami samochodowymi.

Jeśli program lojalnościowy ma być zachętą dla pasażerów do „pikania” to „nagrodami” powinny być zniżki do innych instytucji, na bilety do kina, muzeum, teatru, na Termy Maltańskie, itd., a nie obniżenie ceny biletu o 4 zł. Wprowadzenie takiej opcji „biletu lojalnościowego” jest tak naprawdę niepotrzebnym skomplikowaniem taryfy, która przecież miała zostać uproszczona.

5. **Rezygnacja z „pikania” dla osób posiadających sieciówkę.** Jak wspominają sami urzędnicy system PEKA ma być zachętą do korzystania z transportu publicznego. Nakładanie na pasażerów dodatkowego obowiązku taką zachętą nie jest. Dotychczas jedną z podstawowych zalet biletu miesięcznego był fakt, że posiadając sieciówkę można było zapomnieć o obowiązku odbijania biletu. Obecnie pasażerom ten przywilej ma zostać odebrany z czym się nie zgadzamy.

Pragniemy także zauważyć, że dane zebrane ze 100% osób podróżujących transportem publicznym najpewniej będą zbliżone do tych zebranych przy założeniu, że „pikać” będzie 50% pasażerów. Pytanie także co ma dać comiesięczne zbieranie danych? Wyniki dla kwietnia będą przecież zbliżone do tych dla marca. Rozróżnić należy okres normalny (okres zajęć szkolnych/studenckich) oraz wakacyjny. Zrobienie akcji pod tytułem np. „Pikamy w sierpniu!” może dać oczekiwane rezultaty i zbliżone do danych od wszystkich pasażerów, a do akcji włączą się wszystkie chętne osoby, bez przymusu. W ten sposób nie nakładając obowiązku na pasażerów można uzyskać dane potrzebne do optymalizacji systemu transportu publicznego.

Założenia dodatkowe:

- a) Proponujemy podział na bilety okresowe metropolitalne oraz bilety okresowe, tak jak przedstawili to urzędnicy. Jednak różnica w cenie takich biletów powinna być większa niż zaproponowana, o czym rozmawialiśmy także z radnymi, a podobny pomysł został przedstawiony przez PiS w rozmowach z Prezydentem Groblenym. Stąd propozycja by cena biletu BM była 94 zł, natomiast normalnego biletu okresowego 116 zł. Różnica w cenie wynosząca 22 zł jest znacznie bardziej zachęcająca do zdecydowania się na płacenie podatków na terenie metropolitalnym.

Zarazem nie widzimy konieczności, aby studentom z założenia miał przysługiwać bilet metropolitalny. Obecnie spora część studentów jest pracująca (choćby w okresie wakacyjnym, studenci zaoczeni za to najczęściej pracują przez cały rok) i mogłaby swoje podatki odprowadzać także w Poznaniu – wtedy by też przysługiwał im bilet metropolitalny. W celu mniejszego zamieszania można wprowadzić opcję, że w pierwszym semestrze studiów w Poznaniu studentowi taki bilet przysługuje, dopiero w kolejnych musi złożyć odpowiednią deklarację podatkową (pomysł przedstawiony przez Radnego Tomasza Lewandowskiego).

Powyższe pomysły wychodzą z założenia, że procedura „jak złożyć wniosek by płacić podatki w Poznaniu” będzie łatwa i ogólnodostępnie przedstawiona. Na uczelniach wyższych w ciągu semestru mogłyby nawet pojawić się specjalne stoiska, gdzie takie wnioski możnaby złożyć. Zarazem każdy student w „pakiecie powitalnym” byłby od razu informowany o warunku jaki należy spełnić, by korzystać z biletu metropolitalnego. Koszt tego typu akcji byłby zapewne niższy niż możliwe do osiągnięcia dodatkowe wpływy do budżetu. Zarazem bez jasnego i przystępnego przedstawienia problemu bilet metropolitalny wprowadzi dodatkowe zamieszanie, a przecież nie o to chodzi.

- b) Ceny biletów zostały tak dobrane, żeby nie pojawiały się w nich końcówki mniejsze niż 50 groszy. Dzięki temu pozbedziemy się problemu braku reszty w biletomatach albo odpowiednich groszy w kieszeni. Najniższym używanym nominałem do zakupu biletów byłoby 50 gr. (jest to propozycja cenowa zainspirowana pomysłem Radnego Łukasza Mikuty). Pozostaje do rozwiązania problem zakupu biletów sieciowych.
- c) Urzędnicy tłumaczą wysoką cenę biletu jednorazowego kosztem produkcji jednorazowej karty papierowej z chipem. Pragniemy zauważyć, że rezygnacja z biletomatów stacjonarnych na rzecz biletomatów mobilnych spowoduje brak konieczności używania biletów z chipem, gdyż zwykłe papierowe (jak obecnie) można by zakupić w każdym pojeździe. Dopuszczenie płatności kartą oraz doładowania sieciówki w sposób znaczący ułatwiłoby dostępność biletów na terenie aglomeracji.
- d) Ceny biletów na jednorazowej karcie papierowej:

Rodzaj biletu	N	U
do 30 minut lub na 1 przejazd	4 zł	2 zł
24 godzinny	13 zł	6,50 zł
72 godzinny	27 zł	13,50 zł

- e) Ceny na bilety zintegrowane, strefy B oraz C zmieniłyby się w sposób proporcjonalny do propozycji urzędników. Ceny biletów specjalnych (honorowego krwiodawcy, dla pracowników przewoźników, socjalny oraz dla dzieci z rodzin wielodzietnych) akceptujemy wedle propozycji urzędników.

Inne uwagi:

Wyniki plantap:

Wybrane przyczyny korzystania z transportu zbiorowego	
Oceniany element	mieszkańcy Poznania
bliskość przystanku	88,40%
dopasowane połączenia	81,00%
szybkość podróży	65,90%
Koszt podróży	62,20%
wygoda podróży	57,10%
przyzwyczajenie	44,30%
brak samochodu	37,80%

Wybrane przyczyny niekorzystania z transportu zbiorowego	
Oceniany element	mieszkańcy Poznania
Niewystarczająca wygoda	87,00%
przyzwyczajenie	51,00%
brak zadawalających połączeń	46,00%
zbyt drogi	44,00%
zbyt wolny	43,00%
nieodpowiedni standard	30,00%
zbyt daleko do przystanku	19,00%

(źródło: plantap.pl)

Zgodnie z przedstawionymi wynikami koszt podróży dla wielu ma znaczenie i jest jednym z głównych powodów niekorzystania z transportu zbiorowego. Powyższa propozycja taryfy ma wyjść tym oczekiwaniom naprzeciw. Wyniki te pokazują, że znaczący element to wygoda – pokrywa się to z tym co mówimy już od jakiegoś czasu – cięcia kursów odbijają się negatywnie na postrzeganie transportu publicznego. Przy ostatnich cięciach tłumaczono się koniecznością znalezienia finansów na remont Mostu Teatralnego, niestety nowy rok nie przyniósł powrotu szczytu popołudniowego w kursowaniu linii tramwajowych. Zdecydowanie pozytywnie postrzegamy za to zmiany w taborze MPK. W kontekście szybkości połączeń ponad 2 lata temu przedstawiliśmy propozycje usprawnień, są niestety one realizowane w stopniu bardzo niewielkim. Patrząc na działania podjęte przez miasto w wyżej wymienionych aspektach (drastyczne podwyżki, cięcia, ślamazarne wprowadzanie usprawnień) ciężko mówić ostatnio o zachęcaniu przez Poznań do korzystania z komunikacji miejskiej, co z kolei przekłada się na przyzwyczajanie mieszkańców do transportu indywidualnego.

Seria dwóch drastycznych podwyżek z 1 czerwca 2012 roku oraz 1 stycznia 2013 roku doprowadziła do bardzo wysokich spadków sprzedaży biletów. Tym razem jest to mowa o kilkunastoprocentowych spadkach, niezależnie od metody liczenia sprzedaży – klasycznej na sztuki wg ZTM, czy sprzedaży ilości czasu wg metody IdP. Wyniki mówią jasno:

- spadła liczba stałych klientów, kupujących bilety długookresowe (tzw. sieciówki) o ponad 10%
- zwiększyła się ilość pasażerów korzystających z komunikacji okazjonalnie, na krótkich odcinkach, zakupujących bilety jednorazowe.

Na te zachowania nie mają większego wpływu ani tzw. promocja biletowa (wydłużenie ważności biletów 15 i 30 minutowych na 30 i 45 minut), ani remonty. Oba czynniki występowały przez kilka miesięcy z rzędu w okresie 2011/2012 i nie przełożyło się to negatywnie na sprzedaż biletów w tym okresie.

W omawianym okresie cena benzyny pozostała bez zmian, a nawet lekko spadła – w porównaniu do czerwca 2012 roku. Oznacza to, że drastyczne podwyżki biletów zbiegły się z okresem zahamowania wzrostu cen paliw. („Według E-petrol.pl w 2013 r. średnia roczna cena benzyny 95 wyniosła 5,49 zł za litr, o 22 gr mniej niż w 2012 r. Natomiast średnia roczna cena litra oleju napędowego wyniosła 5,50 zł, o 19 gr mniej niż w zeszłym roku. Jeszcze bardziej zaoszczędzili tankujący autogaz. Litr tego paliwa kosztował w tym roku średnio 2,51 zł, aż 28 gr mniej niż w 2012 r.”, źródło: wyborcza.biz). W żaden sposób sytuacja ta nie zachęca do rezygnacji z własnego samochodu na rzecz tramwaju czy autobusu. Co gorsza pasażerowie komunikacji publicznej zostali – wbrew zapewnieniom prezydenta,

potraktowani nieuczciwie. Wzrost cen biletów był poza jakimkolwiek związkiem ze wzrostem stopy inflacji. Poznaniacy płacą 64% więcej za sieć w stosunku do 2008 roku (wzrost z 65 do 107 zł), kiedy skumulowany wskaźnik inflacji za lata 2008-2013 wyniósł około 24%.

W ten sposób miasto nie zachęca do korzystania z transportu miejskiego, a co więcej, wysłała mieszkańcom sprzeczny sygnał: „płacisz więcej, priorytet mają samochody, do tego zmniejszyliśmy częstotliwość kursowania”. To postępowanie wbrew przyjętej polityce transportowej i oszukiwanie mieszkańców.

Te negatywne zjawiska można zmienić. Nowa taryfa biletowa to nasza kolejna propozycja do wyjścia w stronę mieszkańców i zachęcania ich do korzystania z transportu publicznego.

Podjęcie działań, które proponujemy w przedstawianych wyżej propozycjach doprowadzą do sytuacji, w której po mieście podróżować będzie się lepiej, niezależnie od tego czy podróż odbędziemy transportem publicznym (sprawniejszym) czy też samochodem (więcej pasażerów komunikacji miejskiej to mniej samochodów na ulicach, a więc mniejsze korki).

Arkadiusz Borkowski

Paweł Sowa

Mateusz Woźniak

Stowarzyszenie Inwestycje dla Poznania