DOI: 10.18276/pz.2015.2-05

PRZEGLĄD ZACHODNIOPOMORSKI
ROCZNIK XXX (LIX) ROK 2015 ZESZYT 2

STUDIA I ROZPRAWY

Joanna Hernik, Weronika Kosek
Szczecin

Ceny usług komunikacji miejskiej jako element konkurencyjności na przykładzie miast województwa zachodniopomorskiego

Słowa kluczowe: ceny, komunikacja miejska, konkurencyjność, zarządzanie miastem, usługi transportowe
Keywords: competitiveness, price, public transport, public services, urban management

Wstęp

Konkurencyjność do niedawna kojarzona była głównie ze sferą biznesu. Okazuje się jednak, że w sytuacji, kiedy różne instytucje publiczne wyznaczają sobie przybliżone cele (przyciąganie inwestorów, zapewnienie optymalnych warunków życia mieszkańcom, tworzenie nowych miejsc pracy), można mówić o konkurencji, ponieważ zabiegają one o takie same zasoby. Tak więc dzisiaj mówi się już nie tylko o konkurencji w sferze biznesu, ale także konkurencji między blokami państw, między poszczególnymi krajami, regionami, a także miastami[1].

Wychodząc od koncepcji nieograniczoności ludzkich potrzeb, początkowo uznawano, że potrzeby publiczne, a więc wyrażane przez wielu członków danej społeczności, a nie tylko jednostki, powinny być zaspokajane w całości[2]. Z punk-

[1] J.M. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa*, Wyd. Dom Organizatora, Toruń 2005, s. 20; M. Błaszczyk., *W poszukiwaniu socjologicznej teorii rozwoju miast*, Wyd. Scholar, Warszawa 2013, s. 22.

[2] B. Kożuch, *Zarządzanie usługami publicznymi*, Wyd. Towarzystwo Naukowe Współczesnego Zarządzania, Kraków 2008, s. 20.

tu widzenia racjonalności działań, zasadnego dysponowania środkami, a także ograniczonych możliwości organizacyjnych i finansowych instytucji publicznych okazało się jednak, że za usługi (a przynajmniej za ich część) trzeba zapłacić. Inne współczesne tendencje obserwowane w usługach publicznych to dążenie do zadowolenia nabywcy i dostarczenie mu wartości dodanej, a także coraz szersze dbanie o jakość.

Według ustawy z 1990 roku o samorządzie gminnym[3] do zadań własnych gminy należy zaspokajanie zbiorowych potrzeb wspólnoty, a więc również potrzeb związanych z lokalnym transportem zbiorowym. Nałożenie przez ustawodawcę na władze lokalne obowiązku zapewnienia mieszkańcom połączeń komunikacyjnych wynika z faktu, że możliwość przemieszczania się jest jedną z podstawowych potrzeb życiowych i w znacznym stopniu decyduje o poziomie i jakości życia ludzi. Usługi publiczne, w tym transportowe, wyróżniają się jednak tym, że ich konsumpcja nie wiąże się z rywalizacją potencjalnych nabywców (nie ma znaczenia, czy klient jest zamożny – czy nie) oraz tym, że nikogo nie można z takiej konsumpcji wykluczyć. Ponadto usługi powstają i są konsumowane przy użyciu funduszy publicznych, a powody ich świadczenia wykraczają poza interes własny świadczeniodawcy czy całej instytucji[4]. Tak więc rolą instytucji publicznych, w tym samorządów miejskich, jest zarówno definiowanie zasad funkcjonowania danego społeczeństwa, jak i świadczenie usług[5]. W związku z tym do podstawowych dziedzin zarządzania publicznego zalicza się zarządzanie sferą gospodarczą, bezpieczeństwem publicznym, służbą zdrowia, edukacją i kulturą[6]. Wszystkie te dziedziny zależą w pewnym stopniu od sprawnej infrastruktury technicznej transportu, a także usług transportowych świadczonych mieszkańcom i gościom.

O usługach mówi się wówczas, gdy oferta postrzegana przez nabywcę polega na świadczeniu czynności, a nie na nabyciu materialnego dobra[7]. Firmą usługową może być zarówno jednostka działająca komercyjnie, jak i ta nienastawiona na zysk. Do tej drugiej kategorii zaliczyć można podmioty należące do rządów i samorządów, świadczące usługi zaspokajające potrzeby społeczne.

---

[3] Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym, Dz.U. z 1990 r. nr 16, poz. 95.

[4] B. Kożuch, *Zarządzanie usługami…*, s. 36–37.

[5] Ph. Kotler, N. Lee, *Marketing w sektorze publicznym*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 4.

[6] B. Kożuch, *Zarządzanie publiczne w teorii i praktyce polskich organizacji*, Wyd. Placet, Warszawa 2004, s. 60.

[7] A. Gilmore, *Usługi. Marketing i zarządzanie*, PWE, Warszawa 2006, s. 12–13.

Jeśli przyjmiemy, że takie organizmy, jak regiony, gminy i miasta ze sobą konkurują, to z punktu widzenia osób zarządzających daną instytucją istotna jest wiedza o mocnych i słabych stronach, czy – podchodząc do zagadnienia inaczej – o elementach charakteryzujących konkurencyjność danej organizacji. Aby stworzyć wizerunek wyjątkowego miejsca, konieczna jest wiedza na temat głównych konkurentów (a więc np. innych miast), stopnia podobieństwa jednostek, a także refleksja nad takimi atutami, których dotąd nie zauważano czy nie dostrzegano, czyli elementów (atutów) przez nikogo niepodkreślanych[8]. Etap badania konkurencji jest tu bardzo ważny, stąd w niniejszym artykule podjęto się analizy struktury i poziomu cen usług komunikacji miejskiej jako elementu budującego konkurencyjność miejsca. Na pewno same ceny komunikacji w ocenie konkurencyjności nie będą przeważały, ale przyjąć można, że wiele drobnych atutów odpowiednio promowanych może w sumie stworzyć znaczącą przewagę, dlatego warto się zająć kwestią cen komunikacji. Głównym celem artykułu jest więc wykazanie różnic w kształtowaniu się poziomu cen komunikacji w miastach województwa zachodniopomorskiego oraz ustalenie miast najbardziej przyjaznych pod tym względem mieszkańcom i gościom. Autorki stawiają tezę, że ceny biletów komunikacji miejskiej zależą odwrotnie proporcjonalnie od wielkości miasta, stąd to duże ośrodki mogą wykorzystywać argument ceny komunikacji publicznej do budowania przewagi konkurencyjnej. Taki kształt tezy podyktowany został koncepcją ekonomii skali – założono, że w miarę zwiększania rozmiarów świadczonych usług transportowych (skali produkcji) zmniejszają się długookresowe przeciętne koszty całkowite (np. koszty energii elektrycznej, koszty administracyjne, koszty promocji) poprzez to, że koszty te rozkładają się na zwiększoną liczbę wyprodukowanych jednostek[9]. Stąd cena jednostkowa usługi transportowej (biletu) powinna być proporcjonalnie mniejsza w dużych miastach.

Część empiryczna pracy powstała na podstawie literatury oraz analizy porównawczej materiałów udostępnionych przez urzędy miast województwa zachodniopomorskiego, w szczególności przez 15 miast, które świadczą usługi transportu miejskiego.

---

[8] A. Szromnik, *Strategia pozycjonowania miast i regionów – wybrane problemy przygotowania i realizacji*, w: *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Wybrane aspekty marketingu terytorialnego*, red. G. Rosa, A. Smalec, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, s. 431.

[9] *Encyklopedia zarządzania*, http://mfiles.pl/pl/index.php/Ekonomia_skali_produkcji (3.06.2015).

Konkurencyjność

Wydaje się, że w interesie każdego podmiotu jest bycie konkurencyjnym, chociaż samą konkurencyjność można różnie rozumieć i oceniać[10]. W odniesieniu do miejsc pojęcie konkurencyjności stosowane jest w wielu znaczeniach. Po pierwsze, jako zespół cech decydujących o atrakcyjności obszaru z punktu widzenia lokowania w nim inwestycji i jako miejsca zamieszkania, czyli jako zdolność do przyciągania kapitału i środków pomocowych oraz jako zdolność do zatrzymania w danym miejscu posiadanych czynników produkcji. Po drugie zaś, jako wyraz już istniejącej przewagi technologicznej lub niższych cen produktów i usług w porównaniu z analogicznymi produktami i usługami w innych miejscach[11]. Elementem konkurencyjności może być więc cena oferowanego dobra czy usługi, co z punktu widzenia konkurencji oznacza walkę o optymalizację relacji ceny oferty do kosztów jej wytworzenia. Warunkiem zaakceptowania ceny jest wiedza usługobiorcy o właściwościach oferty oraz innych czynnikach wpływających na poziom kosztów. Oznacza to, że rolą usługodawcy jest maksymalizacja w oczach odbiorcy wartości użytkowej usługi i równocześnie minimalizacja negatywnego odbioru poziomu ceny[12].

Przewaga konkurencyjna wynika z posiadania zasobów i kompetencji, które są specyficzne dla danego podmiotu, a których nie posiada konkurencja. Przewaga może mieć albo charakter kosztowy, albo charakter jakościowy. W pierwszym przypadku przewaga polega na takim wykorzystaniu zasobów i umiejętności, które przyniesie obniżenie cen do poziomu niższego niż ceny konkurentów. W drugim przypadku zakłada się, że – przy zachowaniu podobnego do konkurentów poziomu kosztów – klientom dostarczona będzie szersza wiązka korzyści[13]. W przypadku usług warto wspomnieć, że należy je projektować z podobną starannością jak wyroby rzeczowe. Dbając o ich jakość, niezawodność oraz do-

---

[10] R.W. Pace, E.G. Stephan, *Paradigms of competitiveness*, „Competitiveness Review" 1996, vol. 6, iss. 1, s. 8–13.

[11] D. Wyszkowska, *Polityka regionalna jako instrument podwyższania konkurencyjności polskich regionów*, w: *Rozwój oraz polityka regionalna i lokalna w Polsce*, red. J. Kaja, K. Piech, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2005, s. 105.

[12] J.M. Stankiewicz, *Konkurencyjność*..., s. 246; E. Zeman-Miszewska, *Konkurencja i konkurencyjność regionów*, w: *Marketing. Koncepcje, badania, zarządzanie*, red. L. Żabiński, K. Śliwińska, PWE, Warszawa 2002, s. 319.

[13] G. Karasiewicz, M. Trojanowski, *Mierniki przewagi konkurencyjnej. Badanie spółek giełdowych*, „Handel Wewnętrzny" 2012, nr 9/10, s. 105.

stosowując do oczekiwań odbiorców, stawiamy usługi w pozycji elementu silnie kształtującego konkurencyjność[14].

Komunikacja miejska – specyfika

Usługi mogą mieć czysty charakter (a więc będą to tylko czynności), mogą być mieszanką czynności i rzeczowych elementów koniecznych do ich zrealizowania, albo też mogą być quasi-produkcyjne[15]. Podobną naturę mają także usługi publiczne. Różnorodność może być związana z kwestią odpłatności, stąd wymienia się: (1) usługi komunalne, (2) usługi społeczne oraz (3) usługi administracyjne. W pierwszej grupie znajdują się te, które służą zaspokojeniu potrzeb zbiorowych. Są więc powszechnie dostępne, ale także częściowo lub całkowicie odpłatne. Zalicza się tu np. usługi kanalizacyjne, utrzymanie czystości, utrzymanie dróg, a także organizację transportu zbiorowego. W grupie drugiej znajdują się takie usługi, jak edukacja, ochrona zdrowia czy opieka społeczna. Usługi te są najczęściej nieodpłatne i wymagają środków publicznych. W grupie trzeciej wreszcie znajdują się usługi świadczone przez dany urząd, np. usługi ewidencyjne, wydawanie decyzji i pozwoleń. Są one zwyczaj odpłatne, a więc za wydanie dokumentu zainteresowany musi zapłacić[16].

Komunikacja miejska jest rozumiana jako przewozy regularne w ramach miasta, terenu objętego porozumieniem komunalnym lub też związku komunalnego. Oznacza to, że przewozy mogą się odbywać jedynie w granicach miasta, na terenie miasta i gminy, albo też miast i gmin sąsiadujących – jeżeli zostało zawarte porozumienie lub został utworzony związek międzygminny w celu wspólnej realizacji publicznego transportu drogowego[17].

Istnienie i funkcjonowanie transportu publicznego w danym ośrodku zurbanizowanym jest odpowiedzią na potrzeby przewozowe lokalnej społeczności. Skorzystanie z takich usług jak edukacja, służba zdrowia czy handel wymaga

[14] B. Hollins, *Design in the service sector*, „Managing Service Quality" 1993, vol. 3, iss. 3, s. 33–37.

[15] I.J. Chen, A. Gupta, W. Rom, *A Study of Price and Quality in Service Operations*, „International Journal of Service Industry Management" 1994, vol. 5, iss. 2, s. 23–33.

[16] K. Rupik, *Planowanie marketingowe w zarządzaniu gminą*, w: *Marketing przyszłości. Trendy...*, s. 411.

[17] *Słownik Pojęć Transportowych SRT*, 2011, s. 9, dostępny na stronie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, http://www.mir.gov.pl/strony/zadania/transport/rozwoj-transportu-w-polsce/ (28.12.2014).

odbycia podróży z miejsca zamieszkania do obranego celu. Tak więc rozwój i natężenie komunikacji miejskiej w miastach wynika z potrzeb komunikacyjnych lokalnej społeczności, które kształtują popyt na transport publiczny[18].

W praktyce komunikacja miejska w przeważającej części obejmuje miasto wraz z terenami przyległymi. Tego typu ukształtowanie sieci komunikacyjnych wynika ze specyfiki powiązań miasta z obszarem otaczającym i jest całkowicie naturalne. Miasto funkcjonuje w określonym otoczeniu, a pomiędzy odmiennie zagospodarowanymi obszarami miasta i jego okolic zachodzą określone interakcje. W Polsce, jak już wspomniano, obowiązek zapewnienia mieszkańcom miasta czy gminy możliwości korzystania z transportu zbiorowego spoczywa na władzach lokalnych. Dysponują one instrumentami administracyjnymi i finansowymi, za pomocą których mogą daną sieć komunikacyjną odpowiednio kształtować.

Miasta województwa zachodniopomorskiego z transportem miejskim – ogólna charakterystyka

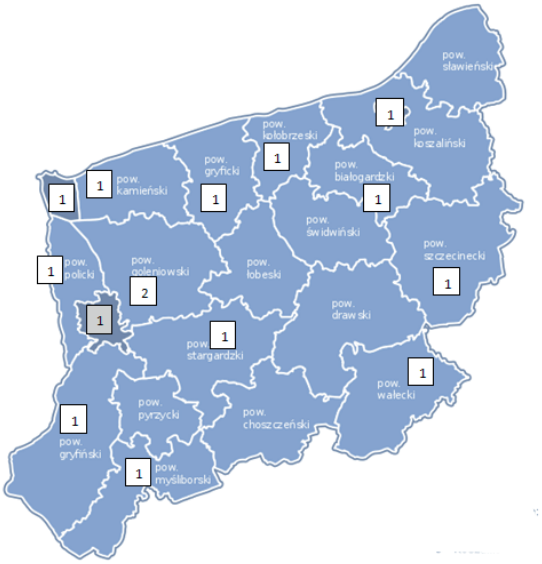
W Polsce w połowie 2014 roku funkcjonowało 913 miast[19], w tym 65 (7%) w województwie zachodniopomorskim. Największe pod względem liczby ludności miasta tego województwa to Szczecin (408 tys.), Koszalin (109 tys.) oraz Stargard Szczeciński (69,5 tys.). Pod względem powierzchni kolejność miast jest taka sama: Szczecin ma obszar ponad 300 km^2, Koszalin – 98 km^2, Stargard – 48 km^2. Od obu kryteriów, tzn. liczby ludności i powierzchni, z pewnością zależą usługi publiczne dostępne w danym mieście, chociaż pewien ich zakres (jak służba zdrowia) będzie widoczny niezależnie od demograficznego czy przestrzennego potencjału.

Miasta wchodzące w skład województwa zachodniopomorskiego mają wielowiekową historię. Najstarsze, jak Szczecin czy Stargard Szczeciński, znane są jako rozwinięte ośrodki od IX wieku. Inne, jak Koszalin czy Barlinek, nabrały municypalnego charakteru w XIII wieku, co zostało potwierdzone nadaniem praw miejskich. Inne jeszcze, jak Świnoujście, rozrosły się wraz z rozbudową portów (Świnoujście ma prawa miejskie od 1765 roku). Z powodu ograniczonych rozmiarów artykułu nie jest możliwa

[18] *Transport miejski. Ekonomika i organizacja*, red. O. Wyszomirski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010; J. Gadziński, *Ocena dostępności komunikacyjnej przestrzeni miejskiej na przykładzie Poznania*, Biuletyn Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej UAM w Poznaniu. Seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna nr 13, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2010, s. 241.

[19] GUS, http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/powierzchnia-i-ludnosc-w--przekroju-terytorialnym-w-2014-r-,7,11.html (28.12.2014).

szersza prezentacja ani historii, ani obecnego stanu komunikacji miejskiej w tak wielu ośrodkach, dlatego tylko tytułem rysu historycznego podajemy, że na obszarze Pomorza Zachodniego komunikacja miejska zaczęła się prężnie rozwijać w XIX i XX wieku, kiedy to w większych miastach powstawały dzielnice przemysłowe, a w miastach turystycznych nasilał się ruch odwiedzających turystów. I tak w Szczecinie pierwsza koncesja na cztery linie kolei ulicznej, która zastąpiła dorożki i tramwaj konny, została wydana w 1872 roku[20]. Z kolei w Koszalinie elektryczna trakcja tramwajowa powstała w roku 1910, kiedy to miasto przygotowywało się do wielkiej prestiżowej wystawy rolniczo-przemysłowej i postanowiono, że gości z dworca na teren wystawy przywiezie tramwaj[21]. Jak już wspomniano, obecnie w województwie zachodniopomorskim istnieją 64 miasta, w tym 15 (23%) posiada komunikację miejską (rys. 1).



Rys. 1. Mapa województwa zachodniopomorskiego wraz z liczbą miast (w poszczególnych powiatach) świadczących usługi transportu miejskiego

Źródło: opracowanie własne.

Najbardziej rozwinięta sieć połączeń transportu zbiorowego znajduje się w Szczecinie, Stargardzie Szczecińskim oraz Koszalinie. Dobrze rozwinięta siatka połączeń autobusowych znajduje się także w Kołobrzegu i Świnoujściu, co pokazano w tabeli 1.

[20] www.swiatowy.org (28.12.2014).

[21] www.mzk.koszalin.pl (28.12.2014).

Tabela 1

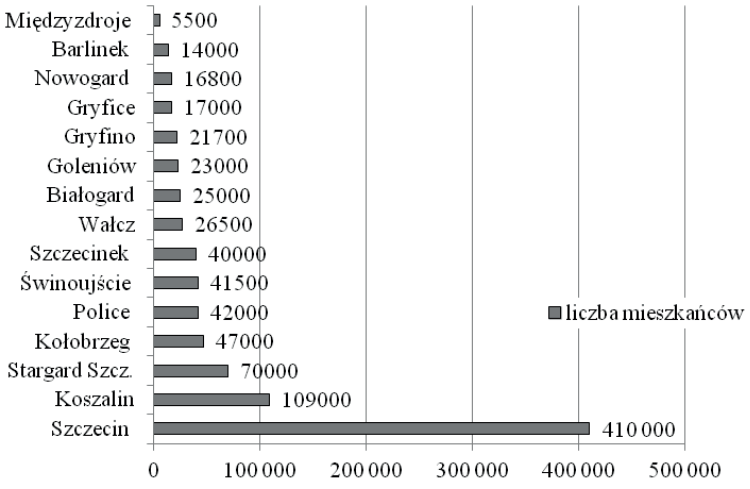
Miasta z najbardziej rozwiniętą siecią komunikacji miejskiej

Lp.	Miasto	Liczba linii dziennych	Liczba linii nocnych
1.	Szczecin	63*	14
2.	Stargard Szczeciński	22	1
3.	Koszalin	14	–
4.	Kołobrzeg	7	–
5.	Świnoujście	5	–

* w tym 12 linii tramwajowych.

Źródło: dane pozyskane ze stron internetowych miast (28.12.2014).

Na terenie Szczecina w ramach lokalnego transportu zbiorowego w godzinach dziennych działa 12 linii tramwajowych oraz 51 linii autobusowych (w tym 7 pospiesznych). Na usługi nocne składa się 14 linii autobusowych. Drugim miastem pod względem liczby linii autobusowych jest Stargard Szczeciński, w którym są 22 linie dzienne i 1 linia nocna. Z kolei w Koszalinie funkcjonuje 14 linii autobusowych. Kolejnym miastem z rozbudowaną siecią linii autobusowych jest Kołobrzeg, w którym istnieje 7 linii autobusowych oraz 1 linia świąteczna kursująca w święta Bożego Narodzenia, Nowy Rok i Wielkanoc. W Świnoujściu z kolei istnieje 5 linii autobusowych.

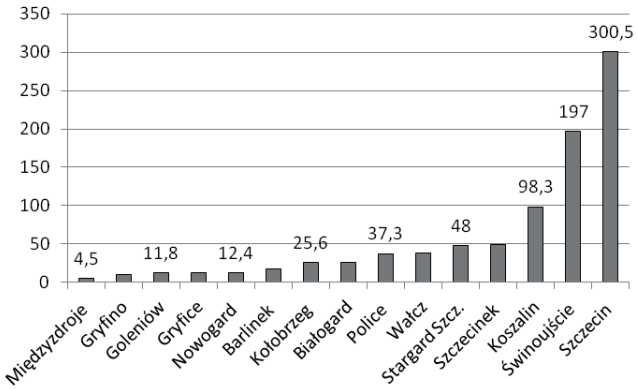


Rys. 2. Największe pod względem liczby mieszkańców miasta woj. zachodniopomorskiego

Źródło: http://www.stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks (28.12.2014).

Na uwagę zasługuje fakt, iż w Stargardzie Szczecińskim istnieje większa liczba linii autobusowych niż w Koszalinie, pomimo że Koszalin jest większym miastem zarówno pod względem powierzchni, jak i liczby ludności (rys. 2).

Wielkość pod względem liczby mieszkańców nie zawsze odpowiada wielkości terytorialnej miasta – i wprawdzie Szczecin jest największym miastem w obu kategoriach, ale np. Świnoujście, które jest na 6. miejscu pod względem liczby ludności, zajmuje 2. miejsce pod względem powierzchni. Wśród miast oferujących komunikację miejską najmniejszym pod względem liczby ludności i powierzchni są Międzyzdroje (rys. 3).



Rys. 3. Miasta woj. zachodniopomorskiego według zajmowanej powierzchni (w km^2)

Źródło: http://www.stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks (28.12.2014).

Ceny usług komunikacji miejskiej – podstawy analizy i zależności

W Polsce od 2001 roku obowiązuje ustawa o cenach[22], której art. 3 mówi, że cena jest to wartość wyrażona w jednostkach pieniężnych, którą kupujący jest obowiązany zapłacić przedsiębiorcy za towar lub usługę. Uwzględnia się w niej podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli sprzedaż takiemu podatkowi podlega. Cena rozumiana jest więc jako wartość jakiegoś dobra, ale może być też

[22] Ustawa z 5 lipca 2001 r. o cenach, Dz.U. z 2001 r. nr 97, poz. 1050 (tekst jednolity wprowadzony Obwieszczeniem Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 20 lutego 2013 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o cenach, Dz.U. z 2013 r., poz. 385).

rozumiana jako wartość wymienna – albo też jako koszt, który nabywający musi ponieść, jeśli chce dane dobro posiadać czy skonsumować[23].

W przypadku dóbr konkurencyjnych ceny wynikają z relacji między popytem a podażą. Takiego mechanizmu nie można jednak zastosować w przypadku usług publicznych, ponieważ winny być one dostępne dla możliwie jak największej grupy mieszkańców. Odnosi się to oczywiście także do usług komunikacji zbiorowej, której ceny zależą od decyzji organów samorządu, a więc w przypadku miast – rady miasta. Dla przykładu, Miasto Szczecin w grudniu 2011 roku podjęło uchwałę w sprawie cen i opłat za usługi przewozowe lokalnego transportu zbiorowego organizowanego przez Gminę Miasto Szczecin oraz określenia osób uprawnionych do korzystania z bezpłatnych i ulgowych przejazdów. Mają tu także zastosowanie przepisy o samorządzie gminnym, zapisy wspomnianej ustawy o cenach, ustawy prawo przewozowe oraz ustawy o gospodarce komunalnej. Na tej podstawie ustalono ceny i opłaty za przewozy osób, bagażu ręcznego i zwierząt pojazdami lokalnego transportu zbiorowego organizowanego przez Zarząd Dróg i Transportu Miejskiego, które zaczęły obowiązywać od 1.03.2012 roku. Dodać warto, że każdego roku Miasto Szczecin wydaje na komunikację miejską 200 mln zł, z czego tylko 50% pochodzi ze sprzedaży biletów.

W Szczecinie obowiązują bilety jednorazowe, okresowe oraz specjalne (dla seniorów, rodzinne weekendowe). Pierwsze ze wspomnianych mają charakter czasowy, tzn. skasowany bilet jednorazowy w jednym tramwaju lub autobusie linii zwykłych jest aktualny we wszystkich innych tramwajach i autobusach na liniach zwykłych pod warunkiem, że czas jego ważności nie uległ zakończeniu. Z powodu niejednolitego systemu biletowego stosowanego w badanych miastach nie można dokonać pełnej analizy porównawczej. W Szczecinie, jak wspomniano, różnorodność biletów jednorazowych i miesięcznych jest bardzo duża[24], natomiast w mniejszych miastach obowiązuje jedynie kilka rodzajów biletów. W Międzyzdrojach np. kupić można bilet normalny za 3 zł i ulgowy za 1,50 zł (nie ma biletów miesięcznych), a w Nowogardzie – bilet normalny za 1,40 zł, ulgowy za 0,70 zł oraz miesięczne za 50 i 25 zł.

---

[23] J. Hernik, *Cena z perspektywy polskich MŚP sfery handlu i usług – metody i strategie*, „Handel Wewnętrzny" 2011, nr 9/10, s. 307–317.

[24] Oprócz biletów jednorazowych, których w grupie „normalne" jest 11 rodzajów, miasto oferuje także: karnety przejazdowe (6 rodzajów), bilety dobowe i wielodobowe (3), miesięczne (5), wielomiesięczne (4), sieciowe, rodzinne weekendowe, grupowe, a także bilety aktywizujące bezrobotnych.

Z powodu niemożności porównania cen wszystkich biletów i zakładając, że dane miasto ma być miejscem zamieszkania lub pracy osoby dorosłej – do analizy wybrano: a) najtańszy bilet jednorazowy normalny, b) bilet miesięczny normalny. Zaznaczyć jednak trzeba, że w pierwszym przypadku 2 miasta (Gryfice i Barlinek) nie oferują biletów jednorazowych, jedynie miesięczne; w drugim przypadku natomiast 4 miasta (Kołobrzeg, Świnoujście, Gryfino, Międzyzdroje) nie oferują biletów miesięcznych, jedynie jednorazowe. Stąd do analizy ostatecznie wzięto odpowiednio 13 i 11 ofert komunikacji miejskiej (tabela 2).

Na początku artykułu postawiono tezę, że ceny biletów komunikacji miejskiej zależą od wielkości miasta, co oznaczałoby korelację ujemną: im większe miasto, tym niższa cena. Doprecyzować jednak należy, że wprawdzie wielkość miasta jest najczęściej rozumiana jako liczba zamieszkującej w nim ludności, ale ponieważ komunikacja miejska ma charakter przestrzenny, to sprawdzić trzeba także aspekt wielkości zajmowanego obszaru.

Średnia cena normalnego biletu jednorazowego w badanych miastach wynosi 2,54 zł, mediana 2,5 zł, odchylenie standardowe 0,695 zł (n = 13). Średnia cena biletu miesięcznego wynosi 80,9 zł, mediana 80 zł, odchylenie standardowe 20,36 zł (n = 11). Ponieważ obliczona dla powyższych danych kowariancja jest różna od 0, stąd można poszukiwać zależności między cenami a liczbą mieszkańców i obszarem miasta.

Tabela 2

Porównanie wielkości miasta z ceną biletu jednorazowego i miesięcznego

Lp.	Miasto	Mieszkańcy (w tys.)	Powierzchnia (km^2)	Cena biletu jednorazowego	Cena biletu miesięcznego
1.	Szczecin	410,0	300,5	2,0	100
2.	Koszalin	109,0	98,3	2,9	100
3.	Stargard Szczec.	70,0	48,0	2,4	84
4.	Kołobrzeg	47,0	25,6	2,8	–
5.	Police	42,0	37,3	3,2	80
6.	Świnoujście	41,5	197,0	2,6	–
7.	Szczecinek	40,0	48,6	3,0	96
8.	Wałcz	26,5	38,0	4,0	108
9.	Białogard	25,0	25,7	2,4	78
10.	Goleniów	23,0	11,8	1,6	44
11.	Gryfino	21,7	10,0	2,2	–
12.	Nowogard	16,8	12,4	1,4	50

Cd. tabeli 2

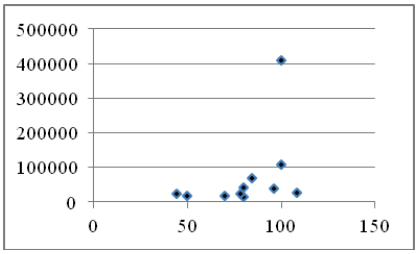
Lp.	Miasto	Mieszkańcy (w tys.)	Powierzchnia (km^2)	Cena biletu jednorazowego	Cena biletu miesięcznego
13.	Międzyzdroje	5,5	4,5	3,0	–
14.	Gryfice	17,0	12,4	–	70
15,	Barlinek	14,0	17,5	–	80

Źródło: opracowanie własne.

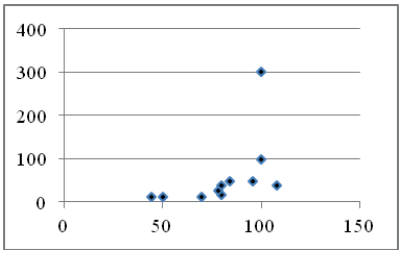
Po obliczeniu współczynnika korelacji, który wynosi –0,196 w przypadku normalnych biletów jednorazowych, można mówić o słabej korelacji ujemnej, ale wynik nie daje podstawy do stwierdzenia istotnego związku między badanymi cechami. W przypadku zależności między powierzchnią miasta a ceną biletów jednorazowych współczynnik korelacji wynosi –0,102, tak więc ponownie zależność jest nieistotna.

Jednakże przy analizie zależności liczby mieszkańców i cen biletów miesięcznych uzyskuje się dodatni współczynnik korelacji na poziomie 0,41. Można mówić więc o korelacji umiarkowanej i istotnej zależności. Także przy analizie wielkości terytorialnej miasta i cen biletów miesięcznych otrzymujemy wskaźnik 0,494. Ponownie jest to dodatnia korelacja umiarkowana, a zależność może być określona jako istotna. Tak więc okazuje się, że zarówno ze wzrostem liczby mieszkańców, jak i wzrostem powierzchni danego miasta rośnie cena biletu miesięcznego (rys. 4).

a

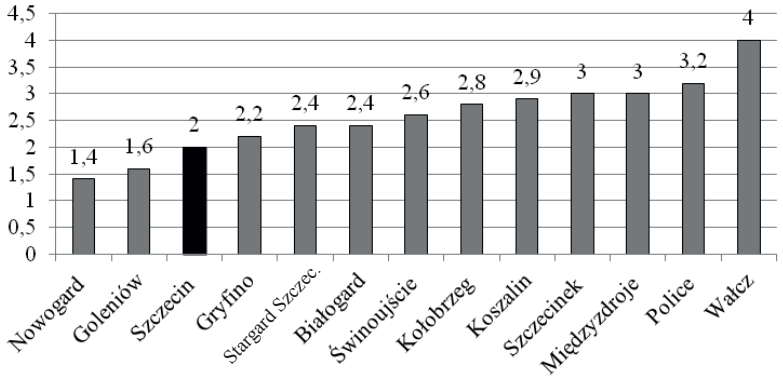


b



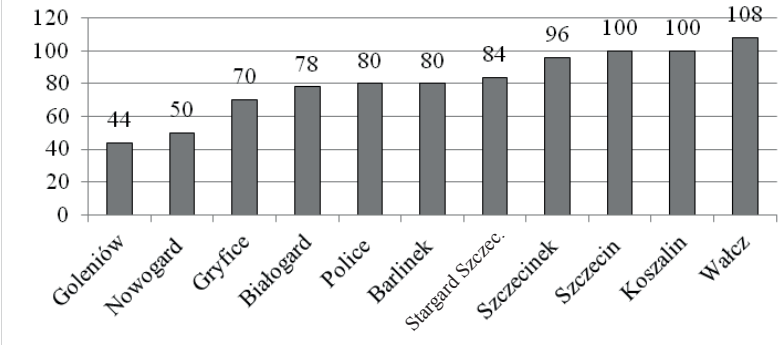
Rys. 4. Wykresy rozrzutu dla cech *cena biletu miesięcznego – mieszkańcy* (wykres a) oraz *cena biletu miesięcznego – powierzchnia miasta* (wykres b)

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 5. Ceny biletów jednorazowych komunikacji miejskiej w badanych miastach (w zł)

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 6. Ceny biletów miesięcznych komunikacji miejskiej w badanych miastach (w zł)

Źródło: opracowanie własne.

Analizie poddano dwa rodzaje biletów: jednorazowe i miesięczne. Jak wspomniano, pewne zależności widać przy cenach biletów miesięcznych, natomiast ceny biletów jednorazowych nie zależą ani od wielkości miasta, ani od liczby mieszkańców. Kształtowanie się cen w badanych miastach przedstawiono na rysunkach 5 i 6.

Z przedstawionych danych wynika, że do najtańszych miast, jeśli chodzi o bilety jednorazowe, należą Nowogard, Goleniów i Szczecin. Najtańszą ofertę biletów miesięcznych mają natomiast Goleniów, Nowogard i Gryfice.

Komunikacja miejska a konkurencyjność miasta – zależności, rekomendacje

Z pojęciem *komunikacji miejskiej* związane są zjawiska dostępności istniejącej sieci komunikacyjnej oraz dostępności przestrzeni miasta. Dostępność komunikacyjna obszaru jest to łatwość, z jaką dana osoba może uzyskać określoną usługę i pewne udogodnienia[25]. Do głównych elementów wpływających na poziom dostępności komunikacyjnej należy zaliczyć: czas podróży, koszt podróży, możliwe drogi podróży, lokalizację usług, a także godziny i metody świadczenia usług. Dostępność komunikacyjna jest ważnym elementem wpływającym na szereg sfer społecznego życia. Podkreśla się, że dostępność urządzeń infrastruktury społecznej, a szczególnie placówek edukacyjnych i służby zdrowia, jest wyznacznikiem szans życiowych; słaba zaś dostępność kluczowych usług jest jednym z wymiarów wykluczenia społecznego. Komunikacja miejska jest traktowana jako środek transportu, za pomocą którego osiąga się miejsca, obiekty lub usługi. W ocenie konkurencyjności miast duże znaczenie ma ilość i przebieg linii komunikacyjnych oraz koszt przejazdu. Miasta posiadające rozbudowane sieci komunikacji są bardziej konkurencyjne, ponieważ zapewniają lepszą dostępność i bardziej elastyczne dopasowanie się do potrzeb pasażerów.

Postawiona w artykule teza, że ceny biletów są zależne od wielkości miasta, winna być zmodyfikowana. Okazuje się bowiem, że sytuacja różnie się kształtuje w zależności od rodzajów biletów: w przypadku biletów jednorazowych twierdzenie nie zostało udowodnione, natomiast w przypadku biletów miesięcznych widać zależność wprost proporcjonalną: im większe miasto, tym droższe bilety. Wyliczony współczynnik wskazuje na korelację umiarkowaną i istotną zależność. Podobnie wygląda związek między ceną biletu miesięcznego a obszarem miasta: ponownie pojawia się dodatnia korelacja i istotna zależność między zmiennymi.

Decyzje samorządów dotyczące cen biletów wynikają nie tyle z ponoszonych kosztów, ile z sytuacji polityczno-społecznej. Jak wspomniano, w największym z analizowanych miast – Szczecinie – przychody ze sprzedaży biletów pokrywają 50% kosztów. Podkreślić trzeba, że komunikacja Szczecina bardzo różni się od pozostałych miast zarówno liczbą i rodzajem linii, jak i strukturą cen biletów. I kiedy ten pierwszy element jest immanentną cechą każdego miasta wynikającą

[25] *Technical Guidance on Accessibility Planning in Local Transport Plans*, 2004, http://www.isemoa.eu/docs/reporting/good_practice/infodocs/Accessibility_Planning_Guidance_Final_030105_amend.pdf, s. 4 (28.12.2014).

głównie z jego wielkości, to w drugim przypadku (tzn. rodzajów biletów) jest to decyzja samorządu. Tak wielka różnorodność biletów (ok. 30 tylko w grupie biletów normalnych) udowadnia, że miasto stara się dostosować ofertę transportową do możliwości różnych grup mieszkańców i gości. Szczecin wprawdzie nie oferuje najtańszych biletów normalnych, ale rekompensuje to udogodnieniami dla uczniów i studentów, rodzin czy emerytów. Taka oferta zdecydowanie może być elementem konkurencyjności, ponieważ pozostałe miasta regionu podobnego systemu nie wprowadziły. Tak więc stwierdzić można, że komunikacja miejska w Szczecinie jest konkurencyjna w porównaniu z innymi miastami województwa zachodniopomorskiego i fakt ten może być wykorzystany w działaniach promocyjnych.

Wnioski

Bardzo ważnym aspektem funkcjonowania każdego miasta jest sprawna sieć transportu publicznego, która umożliwia rozwój obszarów zurbanizowanych i peryferyjnych. Szczególną rolę przypisuje się komunikacji w aspekcie poprawy dostępności miejsc pracy, ponieważ coraz częściej, w wyniku rozwoju miast, miejsca zamieszkania i zakłady pracy są od siebie oddalone. Dla większości osób priorytetem jest dostanie się do punktu docelowego przy minimalnym koszcie i w jak najkrótszym czasie, dlatego ważna jest nie tylko sama sieć transportu miejskiego, ale również cena biletu i istnienie różnego rodzaju ulg, ułatwiających korzystanie z komunikacji. W wielu rodzinach, szczególnie wielodzietnych, wydatki na transport w domowych budżetach stanowią poważną pozycję. Dostępność transportowa i związana z nią infrastruktura transportowa należą także do najważniejszych czynników atrakcyjności inwestycyjnej, która również determinuje konkurencyjność miast. Usługi komunikacji miejskiej zaliczane są do publicznych nie tylko z tytułu organizowania ich przez instytucje publiczne, ale także (a może głównie) dlatego, że służą interesowi publicznemu i tworzą warunki do funkcjonowania wspólnoty. Tak więc sprawny system transportu miejskiego przyciąga nowych mieszkańców, turystów i inwestorów.

Celem artykułu było wykazanie różnic w kształtowaniu się poziomu cen komunikacji publicznej w ośrodkach miejskich województwa zachodniopomorskiego w aspekcie konkurencyjności miast. W wyniku przeprowadzonej analizy stwierdzono, że nie ma jednolitego systemu ustalania cen i przyjęte w badanych

miastach rozwiązania są dość zróżnicowane. Najtańsze bilety jednorazowe są dostępne w takich miastach jak Nowogard, Goleniów i Szczecin. Najdroższe bilety jednorazowe są dostępne w Wałczu, Policach, Międzyzdrojach i Szczecinku. Jeśli chodzi o bilety miesięczne, to najtańsze znajdziemy w Goleniowie, Nowogardzie i Gryficach, zaś najdroższe są w Wałczu, Koszalinie i Szczecinie. Miasta, które posiadają najbardziej rozbudowaną sieć komunikacji miejskiej, to Szczecin, Koszalin i Stargard Szczeciński. Na uwagę zasługuje fakt, iż nocne linie autobusowe dostępne są zaledwie w dwóch miastach, tj. w Szczecinie i Stargardzie Szczecińskim. Do niedawna nocna linia istniała w Koszalinie, lecz Miejski Zakład Komunikacji w tym mieście postanowił ją zlikwidować, pomimo sprzeciwu wielu mieszkańców.

Autorki postawiły tezę, że ceny biletów zależą odwrotnie proporcjonalnie od wielkości miasta – powyższe założenie nie jest prawdziwe. Prawdziwe byłoby twierdzenie, że ceny zależą od wielkości miasta wprost proporcjonalnie, i to tylko w odniesieniu do cen biletów miesięcznych. Tak więc z przeprowadzonej analizy wynika, że ceny biletów miesięcznych w miastach województwa zachodniopomorskiego rosną wraz ze wzrostem liczby mieszkańców i powierzchnią miast. Jeśli chodzi o ceny biletów jednorazowych, to nie stwierdzono zależności między ceną a populacją czy terytorium miasta, co oznacza, że główną rolę odgrywają tu inne (niezbadane) czynniki. Najbardziej korzystną dla użytkowników strukturę cenową biletów ma Szczecin i podkreślić należy, że fakt ten może stanowić element przewagi konkurencyjnej i przyciągnąć nowych mieszkańców czy inwestorów, jeśli miasto będzie ten aspekt akcentować.

Bibliografia

Błaszczyk M., *W poszukiwaniu socjologicznej teorii rozwoju miast*, Wyd. Scholar, Warszawa 2013.

Chen I.J., Gupta A., Rom W., *A Study of Price and Quality in Service Operations*, „International Journal of Service Industry Management" 1994, vol. 5, iss. 2.

Gadziński J., *Ocena dostępności komunikacyjnej przestrzeni miejskiej na przykładzie Poznania*, Biuletyn Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej UAM w Poznaniu. Seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna nr 13, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2010.

Gilmore A., *Usługi. Marketing i zarządzanie*, PWE, Warszawa 2006.

Hernik J., *Cena z perspektywy polskich MŚP sfery handlu i usług – metody i strategie*, „Handel Wewnętrzny" 2011, nr 9/10.

Hollins B., *Design in the service sector*, „Managing Service Quality" 1993, vol. 3, iss. 3.

Karasiewicz G., Trojanowski M., *Mierniki przewagi konkurencyjnej. Badanie spółek giełdowych*, „Handel Wewnętrzny" 2012, nr 9/10.

Kotler Ph., Lee N., *Marketing w sektorze publicznym*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Kożuch B., *Zarządzanie publiczne w teorii i praktyce polskich organizacji*, Wyd. Placet, Warszawa 2004.

Kożuch B., *Zarządzanie usługami publicznymi*, Wyd. Towarzystwo Naukowe Współczesnego Zarządzania, Kraków 2008.

Pace R.W., Stephan E.G., *Paradigms of competitiveness*, „Competitiveness Review" 1996, vol. 6, iss. 1.

Rupik K., *Planowanie marketingowe w zarządzaniu gminą*, w: *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Wybrane aspekty marketingu terytorialnego*, red. G. Rosa, A. Smalec, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011.

Stankiewicz J.M., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa*, Wyd. Dom Organizatora, Toruń 2005.

Szromnik A., *Strategia pozycjonowania miast i regionów – wybrane problemy przygotowania i realizacji*, w: *Marketing przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Wybrane aspekty marketingu terytorialnego*, red. G. Rosa, A. Smalec, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011.

Transport miejski. Ekonomika i organizacja, red. O. Wyszomirski, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010.

Wyszkowska D., *Polityka regionalna jako instrument podwyższania konkurencyjności polskich regionów*, w: *Rozwój oraz polityka regionalna i lokalna w Polsce*, red. J. Kaja, K. Piech, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2005.

Zeman-Miszewska E., *Konkurencja i konkurencyjność regionów*, w: *Marketing. Koncepcje, badania, zarządzanie*, red. L. Żabiński, K. Śliwińska, PWE, Warszawa 2002.

Encyklopedia zarządzania, http://mfiles.pl/pl/index.php/Ekonomia_skali_produkcji (3.06.2015).

GUS, http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/ludnosc/powierzchnia-i-ludnosc-w--przekroju-terytorialnym-w-2014-r-,7,11.html (28.12.2014).

Ustawa z 5 lipca 2001 r. o cenach, Dz.U. z 2001 r. nr 97, poz. 1050 (tekst jednolity wprowadzony Obwieszczeniem Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 20 lutego 2013 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o cenach, Dz.U. z 2013 r. poz. 385).

Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie terytorialnym, Dz.U. z 1990 r. nr 16, poz. 95.

Słownik Pojęć Transportowych SRT, 2011, dostępny na stronie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, http://www.mir.gov.pl/strony/zadania/transport/rozwoj-transportu-w-polsce/, s. 4 (28.12.2014).

Technical Guidance on Accessibility Planning in Local Transport Plans, 2004, http://www.isemoa.eu/docs/reporting/good_practice/infodocs/Accessibility_Planning_Guidance_Final_030105_amend.pdf, s. 4 (28.12.2014).

The Prices of Public Transport Services as an Element of competitiveness in West Pomeranian Cities. A Case Study

Summary

The purpose of this article is to demonstrate differences in prices tickets of communication in cities of West Pomeranian Province in terms of competitiveness. Authors provide in the article a working thesis that prices of public transport tickets inversely depend on a size of city. This thesis turned out to be not quite true, because a clear relationship between a population of city, its area and ticket prices can be seen only in the case of monthly tickets. In conclusion of the article authors emphasize that Szczecin has the most diverse ticket pricing structure, and this fact can be an asset that creates competitiveness of the city. The study highlighted that the advantage of Szczecin has been built by other elements also, not only prices of communication tickets, so further research should embrace comparisons between cities with similar conditions and potential.

Translated by Joanna Hernik and Weronika Kosek