W pierwszych godzinach, po tym jak informacja o rozpoczęciu sprzedaży tanich biletów na pociągi InterRegio spółki Przewozy Regionalne obiegła portale turystyczne, zalogowanie do systemu sprzedaży zaczęło graniczyć z cudem. Cała sytuacja pokazuje, że Polacy są spragnieni konkurencji na torach i wszystkich wiążących się z nią korzyści dla konsumenta. Przewozy Regionalne pokazały, że przynajmniej w sferze sprzedaży biletów, pociąg może być tak atrakcyjny jak PolskiBus.Com czy linie lotnicze.

InterRegio za złotówkę to korzyść dla całej kolei

Zaryzykowałbym tezę, że promocja InterRegio to korzyść nie tylko dla samego przewoźnika, ale również dla całej kolei. Rozmawiając ze znajomymi czy studentami widzę, że dla coraz większego grona osób kolej przestała istnieć przy planowaniu długodystansowych podróży. Obserwacje potwierdzają liczby – 12,5% spadek liczby podróżujących pociągami spółki PKP Intercity w pierwszym półroczu 2013 w stosunku do analogicznego okresu rok wcześniej. Gorsze niż w latach ubiegłych wyniki notowały też Przewozy Regionalne, w efekcie redukując siatkę połączeń InterRegio. Promocja pociągów InterRegio pozwoli zaistnieć kolei w świadomości wielu osób planujących podróż. Uświadamia też podróżnym istnienie internetowego kanału sprzedaży, który nadal nie jest zbyt popularny w Polsce.

W sytuacji, gdy wielu decydentów kolejowych i ministerialnych było zaabsorbowanych w blokowanie konkurencji na torach, kolei wyrósł potężny konkurent: samochód osobowy. Dziś szansą, obok inwestycji w tabor i infrastrukturę, jest właśnie konkurencja między przewoźnikami. To właśnie konkurencja zmusza do wychodzenia „na ulice” w poszukiwaniu nowych klientów, którzy dotychczas korzystali z samochodów, samolotów czy autobusów. To konkurencja sprawia, że na pokładach pociągów pojawia się internet, montowane są gniazdka. Być może nawet w tanich połączeniach kolejowych w przyszłości, wzorem niektórych tras Polskiego Busa pojawi się poczęstunek wliczony w cenę podróży…

PKP Intercity bagatelizuje konkurencję

Fakt iż PKP Intercity ustami rzeczników zbagatelizowało ofertę Przewozów Regionalnych, nie dziwi mnie zupełnie. Spółka, która może spełniać wszystkie swoje zachcianki otrzymując gigantyczny strumień publicznych pieniędzy nie musi się starać o pasażera. Umowa na 10 lat warta ok. 2,8 mld zł na pociągi TLK, tegoroczny aneks zwiększający o kolejne 1,7 mld zł skalę dofinansowania. Środki unijne

Materiał pobrany ze strony Instytutu Sobieskiego, sobieski.org.pl[autor].

na Flirty, na remonty i zakupy wagonów dla TLK oraz na Pendolino Premium EIC... Bardziej atrakcyjnym wydaje się więc walka w ministerialnych gabinetach o dotacje, subwencje, dofinansowania itp., niż walka z indywidualną motoryzacją, LOT-em czy Polskim Busem o pasażera. Taka sytuacja w dłuższej perspektywie jest demoralizująca i przekłada się na spadek konkurencyjności przedsiębiorstwa.

[mc4wp_form id=”84″]

Rząd popełnia błąd wspierając PKP Intercity?

Niestety, na tym tle widać, że przez ostatnie lata resort infrastruktury, rękoma dwóch wiceministrów odpowiedzialnych za kolej – prof. Engelhardta i dra Massela – prowadził błędną politykę nastawioną na wspieranie tylko jednego „narodowego” czyli państwowego przewoźnika. Obawiam się, że w konsekwencji polityka ta będzie mieć dłuższej perspektywie czasowej negatywne konsekwencje dla pasażerów i kolei jako systemu transportowego.

Zamiast wzorem Republiki Czeskiej organizować przetargi na połączenia międzywojewódzkie, ministerstwo powierzyło zadanie z wolnej ręki spółce PKP Intercity. Konkurencja zwiększyłaby kreatywność przewoźników i zapewniłaby zwycięzcom przetargów pewne stabilne finansowanie umożliwiając wieloletnie plany inwestycyjne w tabor. Brak tego jest dziś największą bolączką Przewozów Regionalnych, które mimo tego potrafiły się lepiej przystosować do walki o klienta (nie tylko chodzi o ostatnią promocję, ale o wiele innych „drobiazgów”, np. sprzedaż w internecie biletów łączonych czy na rower), niż hojnie dofinansowany przez podatnika państwowy przewoźnik.

A problemy z internetowym systemem sprzedaży biletów PR?! Nie chcę wchodzić w rolę adwokata Przewozów Regionalnych, ale z czasu pobytu na stypendium Humboldta w Niemczech wiem, że gdy Deutsche Bahn przygotowywało świetne oferty z różnych okazji, np. bilet za 20 € na dowolną trasę sprzedawany z okazji dwudziestolecia Zjednoczenia Niemiec, do systemu internetowego przez kilkanaście godzin trudno było się zalogować. Zdarza się to najlepszym.

Źródło: Rynek Kolejowy. Czytaj dalej...