

## Sammendrag:

# Kreativ prising av kollektivtransport i by

I løpet av de siste 15 årene har tilskuddene til kollektivtransport i storbyområder blitt kuttet betydelig. I de sju byene Oslo, Drammen, Kristiansand, Stavanger, Bergen, Trondheim og Tromsø har de årlige tilskuddene blitt redusert med 42 prosent i faste priser i perioden 1986-99. Tilskuddskuttene har veltet store kostnader over på trafikantene ved at tilbudet har blitt dyrere og dårligere. Kollektivtransporten i byer har i større og større grad blitt avhengig av *brukerfinansiering*.

I dag har hvert fylke sitt eget takstregulativ for lokal kollektivtransport. Samlet utgjør regulativene et omfattende og komplisert regelverk bestående av sone- og avstandstakster. Innenfor regulativene fins det en rekke rabattordninger som i hovedsak er knyttet til aldersgrupper, flerreise- og periodekort samt familie- og grupperabatter. Disse rabattordningene er for det meste sosialt begrunnet, eller de er valgt for å bedre selskapenes likviditet.

Rapporten viser at dette ikke nødvendigvis fører til noen optimal takstpolitikk og at kostnadsdekningen blir lite effektiv. Rapporten ser på hvordan takstene kan brukes mer effektivt for å øke passasjerinntektene, og på hvordan dette kan gjøres uten å miste markedsandeler. Dette er kalt "kreativ prising".

I rapporten ser vi eksplisitt bort fra det faktum at kollektivtransporten *burde* motta offentlige tilskudd bl.a. fordi bilbruk er underpriset og fordi det er eksterne gevinster knyttet til kollektivtransporten. Rapportens anliggende er å peke på muligheter til å øke trafikkinntektene gitt at tilskudd til kollektivtransport i byområder er blitt nedprioritert.

## Prisdifferensiering

Prisdifferensiering (eller prisdiskriminering) er når kollektivselskapet kan ta ulikt betalt (i motsetning til uniforme takster) fra ulike passasjerer for å øke inntektene. I motsetning til marginalkostnadsprising, som relaterer takstene til operatørens kostnader, tar prisdifferensiering utgangspunkt i trafikantenes betalingsvilje og prisfølsomhet. Vi skiller mellom ulike typer prisdifferensiering.

En type prisdifferensiering innebærer at operatøren differensierer prisen med hensyn til mengder (f.eks. periode-/flerreisekort, sonetakster) eller med hensyn til kvalitet, men at alle som kjøper samme mengde eller kvalitet av varen må betale den samme prisen. Produzenten trenger ikke å kjenne til hver enkelt kundes betalingsvillighet, men kundene velger selv den kombinasjonen som passer dem best (selvseleksjon). I London differensieres takstene med hensyn til standard. Buss, som av mange oppfattes som det minst attraktive kollektivtransportmiddelet, koster langt mindre enn undergrunnen. Og prisene på sporvogn ligger et sted mellom buss og undergrunn. I New York og Washington DC prises ekspressbussene om lag dobbelt så høyt som det øvrige kollektivtilbudet. Fra Oslo-området vet vi at høykvalitetsproduktet Flytoget prises høyere enn de ordinære NSB-avgangene til Gardermoen. Prisene er henholdsvis 150 og 72 kroner for voksenbillett fra Oslo sentrum. Flybussene, som har høy kvalitet i form av tilgjengelighet og komfort, koster 100 kroner fra sentrum.

En annen type prisdifferensiering er når produsenten skiller mellom trafikantgrupper med ulik betalingsvillighet og tar ulikt betalt fra hver av disse gruppene. En vesentlig forutsetning for effektiv prisdifferensiering av tredje grad, er at trafikantgruppene kan segregeres effektivt, og ut fra observerbare kjennetegn som alder, kjønn og lignende. For at slik prisdifferensiering skal gi økte inntekter til kollektivtransporten, må rabattordningene sees i forhold til hvor prisfølsomme de ulike befolkningsgruppene er. Jo mer prisfølsomt et markedssegment er, jo større er sjansen for at det lønner seg for kollektivselskapet å senke prisene for dem. Grupper som er lite prisfølsomme bør ikke gis rabatter hvis formålet er å øke trafikkinntektene. I vår sammenheng betyr det at arbeidsreiser som antas å være lite prisfølsomme, ikke bør tilbys sterkt rabatterte månedskort slik det gjøres i dag.

Det er en risiko for at store innslag av prisdifferensiering kan oppfattes som urettferdig og uoversiktlig. Likevel behøver ikke prisdifferensiering å medføre tap av "goodwill". Prisdifferensiering kan *skape* goodwill i markedet ved at kombinasjoner av pris og kvalitet skreddersys til ulike trafikanters behov og preferanser.

## Marginalkostnadsprising

En betingelse for optimal ressursbruk er at prisene gjenspeiler kostnadene for selskapene og for trafikantene ved å produsere én ekstra reise. Dette kalles marginalkostnadsprising. De marginale kostnadene i kollektivtransporten varierer over driftsdøgnet og avhenger av selskapenes kostnadsstruktur.

I rushtiden er de marginale kostnadene høye. Grunnen er bl.a. at materiell og mannskap ikke kan brukes like effektivt for å betjene rushtidstoppe som den øvrige trafikken. Ekstra passasjerer påfører også de øvrige trafikantene kostnader i form av trengsel. Disse kostnadene bør fordeles på et relativt lite antall passasjerer, nemlig de som reiser over dimensjonerende strekninger i topperiodene<sup>1</sup>. Den praktiske gjennomføringen av slik prising bør inkludere to viktige grep. Det ene er at periodekort, slik de fungerer i dag, bør avvikles. Periodekort påfører ikke trafikantene noen kostnad ved en ekstra reise, og så lenge dette er tilfelle, vil de føre til et overforbruk av kollektivreiser, spesielt i rushperiodene. I Hong Kong, for eksempel, har man tatt konsekvensen av dette og avskaffet periodekortene helt. Det andre grepet innebærer at takstene må tidsdifferensieres, og i tillegg ideelt sett relateres til hvor tungt belastet de enkelte rutene er i rushperiodene. Systemet med tidsdifferensierte takster innebærer at trafikanter som reiser utenom rush gir rabatter, og/eller at rushtrafikanter betaler høyere takst. Dette er vanlig i en rekke land og kollektivsystemer.

Det er viktig å være klar over at økte kollektivtakster – både i rush og utenom rush – medfører at noen trafikanter velger bil isteden. Bilbruk er svært underpriset i rushtiden, og den overførte trafikken til bil er en veldig uheldig effekt av rushtidsprising hvis det bare innføres i kollektivtransporten. Ideelt sett bør derfor veitrafikken ha køprising, eller rushtidsprising.

Når det er stordriftsfordeler i kollektivtransporten, synker kostnadene pr. passasjer med flere passasjerer. Marginalkostnadsprising er i slike tilfeller ikke tilstrekkelig til å dekke alle kostnadene, fordi den marginale kostnaden er lavere enn gjennomsnittskostnaden. Det er flere måter kollektivselskapet kan dekke inn sine kostnader på i en slik situasjon. Én mulighet er å øke takstene slik at de blir lik gjennomsnittskostnadene. En slik løsning er ikke optimal, fordi lønnsomme trafikanter kan bli avskåret fra å reise. En annen løsning er å innføre en "medlemsavgift," som er en fast pris for *tilgang* til tjenestene, eventuelt for tilgang til rabattordninger, som påløper i tillegg til en

variabel pris pr. reise. Et tredje alternativ ved stordriftsfordeler er prisdifferensiering.

## Oppsummering

En mer aktiv prising av kollektivtransporten kan brukes til å øke billettinntektene, noe som er en prekær utfordring for kollektivselskapene i byområdene som opplever at de offentlige tilskuddene stadig reduseres. Slik prising behøver ikke å innebære at gjennomsnittstakstene endres, men at det blir større spenn mellom de rimeligste og de dyreste billetttypene. Kreativ prising handler om å balansere selskapenes kostnader mot trafikantenes betalingsvilje og betalingssevne på en måte som vil gjøre tilbudet mer attraktivt for de fleste reisende.

Vi gir ikke noen fasitsvar for hva som er riktige priser i kollektivtransporten, men peker på muligheter som – hvis de gjennomføres med utgangspunkt i grundige analyser – kan gi store gevinster for kollektivselskapene og for trafikantene. Det kan argumenteres at kreativ prising er vanskelig å innføre på grunn av politisk motstand og lignende. Det er ingen grunn til å undervurdere disse problemene. Likevel viser rapporten mange eksempler fra Norge og utlandet på at det er mulig å innføre ulike typer kreativ prising i kollektivtransporten.

<sup>1</sup> Vi ser bort fra nestbest-problematikken knyttet til underpriset biltrafikk.