

Polski rynek autobusowy w 2013 roku

– stabilizacja na najniższym poziomie

Zbigniew Rusak

W 2013 r. po raz kolejny odnotowano spadek sprzedaży autobusów w Polsce. W artykule przedstawiono wyniki analizy popytu na nowe autobusy. Wskazano na czynniki determinujące zmiany zapotrzebowania na tabor autobusowy w różnych segmentach rynku.

Słowa kluczowe: rynek autobusów w Polsce, autobusy miejskie, autobusy turystyczne, autobusy międzymiastowe

Rok ubiegły potwierdził, że mechanizmy kierujące polskim rynkiem autobusowym niestety nie uległy jakimkolwiek zmianom. Rynek, na którym znacznie zmniejszył się dopływ zewnętrznych środków finansowych, pozostał na niezmiennym poziomie. W 2013 r. do polskich przewoźników trafiło łącznie 937 autobusów. To o 33 mniej niż w 2012 r. i o 15 mniej niż w kryzysowym 2009 r. Wpływ na to miał dalszy spadek sprzedaży w segmencie autobusów miejskich. Łącznie do polskich miast trafiło pół tysiąca autobusów. To i tak

niezły wynik, bo wielu analityków prognozowało mniejszą sprzedaż. Spadek sprzedaży w tym segmencie jedynie o 10% w porównaniu z 2012 r. był determinowany przede wszystkim realizacją kontraktów wieloletnich, chęcią zakupu ostatnich partii autobusów z silnikami Euro-5/EEV i koniecznością zakończenia dostaw przed zbliżającymi się wyborami samorządowymi. Patrząc na pierwsze miesiące 2014 r., można obawiać się dalszego spadku zakupów, gdy przedsiębiorstwa komunikacyjne całkowicie zostaną pozbawione możli-

wości ubiegania się o fundusze unijne. Już teraz Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju zapowiada, że w kolejnej perspektywie finansowej dofinansowany będzie przede wszystkim transport szynowy oraz projekty integrujące działanie kilku jednostek samorządowych, a także projekty wprowadzające nowe technologie bezemisyjne, takie jak autobusy elektryczne czy trolejbusy. Zatem miniony rok był najgorszy pod względem sprzedaży autobusów od 13 lat i gdyby nie zwiększenie sprzedaży w sektorze autobusów turystycznych,



Solaris – idąc za ciosem – pokazał w ubiegłym roku „pełnowymiarowy” autobus elektryczny, tym razem z pantografem szybkiego ładowania, zwiększającym zasięg pojazdu

głównie za sprawą dużego kontraktu dla polskiej armii, ogólna sprzedaż spadłaby poniżej 900 jednostek.

W dalszym ciągu nie uległy zmianie trendy w sektorze autobusów lokalnych, co sugeruje, że państwo polskie, jak wynika z przyjętej *Strategii rozwoju transportu* [5], prowadzi politykę promotoryzacyjną [3], głównie kosztem tej części społeczeństwa, która z przyczyn zdrowotnych, osiągniętego wieku czy statusu majątkowego nie dysponuje własnym samochodem. Tym samym nie można się dziwić, że grupa wykluczonych społecznie osób, głównie z obszarów wiejskich i małych miasteczek, nie mogących dojechać do pracy czy do szkoły, systematycznie się powiększa.

Głównym motorem popytu jest segment autobusów miejskich, na którym zarówno zakup taboru, jak również koszty jego eksploatacji, pokrywane są w 100% przez gminy. W 2013 r. udział sprzedaży autobusów miejskich spadł do poziomu 53% ogółu sprzedanych pojazdów. Dla porównania w rekordowym 2011 r. udział sprzedaży autobusów miejskich oscylował na poziomie 70%. Łącznie do polskich przedsiębiorstw komunikacyjnych trafiły 502 pojazdy, czyli 446 mniej niż dwa lata wcześniej.

Niepokojącym zjawiskiem jest utrzymujący się niski poziom sprzedaży autobusów międzymiastowych. Sprzedano łącznie 163 egzemplarze. To najniższy wskaźnik od chwili przemian ustrojowych na przełomie lat 80. i 90 XX w. Należy podkreślić, że średni wolumen sprzedaży w tym segmencie w latach 2001–2010 oscylował w granicach 446 pojazdów. Jak widać, sytuacja panująca w tym segmencie nie uległa istotnym zmianom, mimo zakończonego procesu prywatyzacji i komunalizacji przedsiębiorstw PKS. W większości przypadków przedsiębiorstwa te zostały przejęte przez inwestorów, nieposiadających wystarczających środków na odnowę zdekapitalizowanego taboru. W przypadku jednostek samorządu terytorialnego, które przejęły przedsiębiorstwa PKS, głównym motorem nieodpłatnego nabycia udziałów od Skarbu Państwa była chęć przejęcia ich gruntów, znajdujących się przeważnie w centrach miast. Jak na razie lokalny transport drogowy bazuje głównie na autobusach używanych, których wiek przekracza 10 lat. W minionym roku skomunalizowane przedsiębiorstwa PKS lub te, które otrzymały dofinansowanie na zakup taboru, zorganizowały łącznie 2 postępo-



Jak na razie na liniach międzymiastowych niepodzielnie królują Autosany H9 i używane autobusy importowane z Europy Zachodniej



Czyżby era gimbusów kończyła się bezpowrotnie?



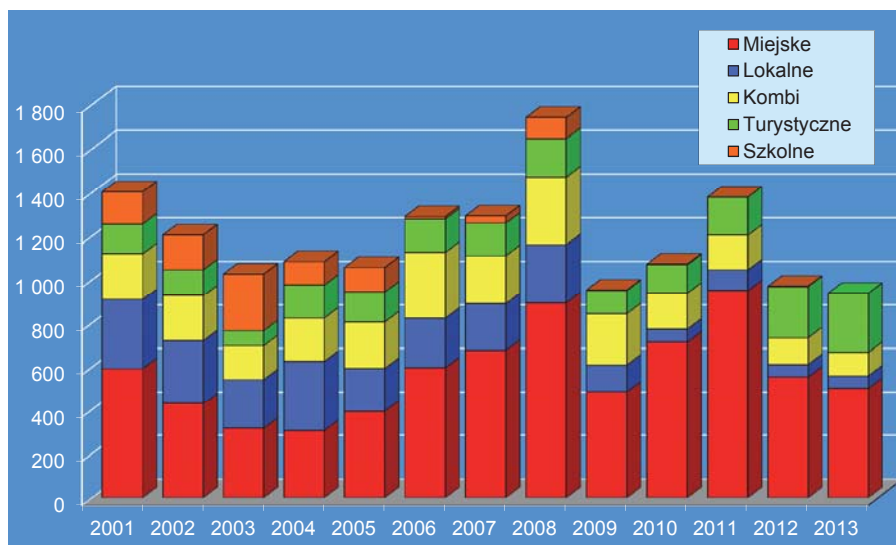
60 autobusów Scania Irizar newCentury trafiło do polskiej armii

wania przetargowe, w ramach których zakupiono 19 autobusów o łącznej wartości 8,9 mln zł. Wśród przedsiębiorstw tych znajdują się m.in. PKS Kłodzko i PKS Szczecinek. Pozostałe przedsiębiorstwa kupują bądź pojedyncze egzemplarze nowych autobusów, bądź używane autobusy zachodnie.

Niepokojącym zjawiskiem jest także brak jakichkolwiek zakupów autobusów szkolnych. Niestety, sytuacja ta trwa już od czterech lat. Biorąc pod uwagę fakt, że szczyt zakupów finansowanych przez MEN przypadł na lata 2000–2003, już wkrótce zakończy się era charakterystycznych pomarańczowych gimbusów dowożących dzieci do szkół. Obecnie coraz częściej samorządy decydują się na zakup usług od licencjonowanych przewoźników, niż na posiadanie własnego taboru. Z kolei gminy będące organizatorami transportu włączają przewozy szkolne w system regularnych linii komunikacyjnych.

Segment autobusów turystycznych zanotował już piąty rok z rzędu tendencję wzrostową. Polscy touroperatorzy zakupili o 15% więcej autobusów niż rok wcześniej. Tym samym zanotowano nowy rekord sprzedaży, który wynosi 272 egzemplarze. To o blisko 150 więcej niż średnia z lat 2001–2011. Tak dobry wynik zapewniły spore inwestycje ze strony firm przewozowych obsługujących linie międzynarodowe oraz dostawa 60 autobusów turystycznych dla wojska, którą zrealizowała Scania Polska [1].

Popyt w segmencie autobusów miejskich był kreowany głównie przez dostawy dla MPK Łódź, które zakupiło około 10% wszystkich autobusów miejskich. Do Łodzi trafiło 30 autobusów Mercedes-Benz Conecto LF oraz 20 przegubowych Conecto LF G. Łączna wartość kontraktu to 47,6 mln zł. Podobna partia autobusów została zakupiona przez ZTM w Rzeszowie w wyniku realizacji przetargu rozstrzygniętego w 2012 r. Na ulice stolicy Podkarpacia w ubiegłym roku wyjechało 20 Autosanów SanCity 10LF i 38 Mercedesów Citaro, w tym 30 z napędem CNG. Na pewno liderem zakupów zostałyby warszawskie MZA, które w poprzednim roku ogłosiło 4 przetargi obejmujące dostawy aż 118 autobusów (prawie 25% rynku). Jednak przedłużające się przetargi na dostawy 47 autobusów przegubowych oraz 35 autobusów przegubowych zasilanych gazem płynnym LNG spowodowały, że do stolicy trafiło jedynie 20 midibusów Solbus Solcity 12M.03 i 16 autobusów przegubowych Solarisów Urbino 18. Za-



Rys. 1. Wielkość sprzedaży autobusów w podziale na poszczególne segmenty w latach 2001–2013

Tab. 1. Wielkość sprzedaży autobusów w latach 2003–2013

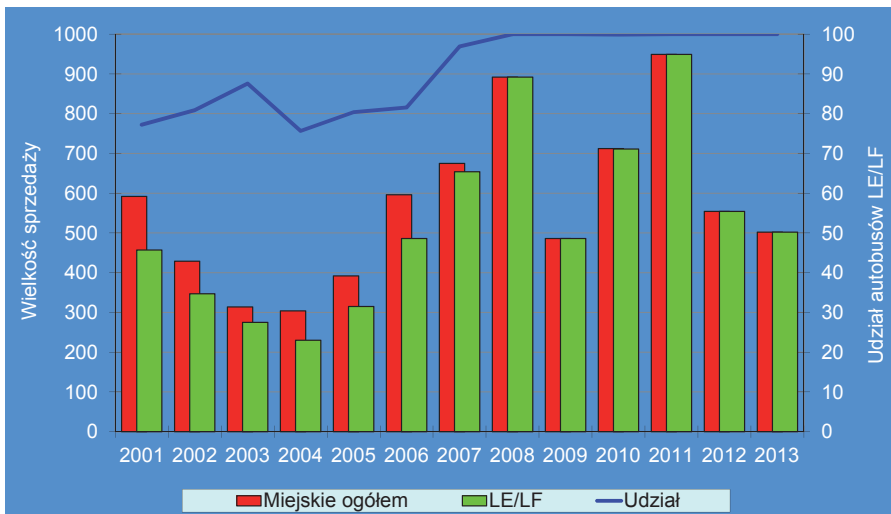
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Miejskie	314	304	392	596	675	892	486	712	949	554	502
Lokalne	228	321	201	225	213	268	123	59	96	57	57
Kombi	154	197	211	304	222	311	233	167	158	121	106
Turystyczne	68	153	139	152	148	175	108	131	175	236	272
Szkolne	262	108	113	11	33	95	2	3		2	
Razem	1026	1083	1056	1288	1291	1741	952	1072	1378	970	937
Dynamika [%]		105,56	97,51	121,97	100,23	134,86	54,68	112,61	128,5	70,39	96,6

kupy porównywalne z Warszawą realizowały także MPK Kraków (25 Solarisów Urbino 12 i 8 Solarisów Urbino 18), Śląskie Konsorcjum Transportowe obsługujące Wałbrzych za pomocą 3 Solarisów Urbino 8,9LE, 24 Solarisów Urbino 12 i 1 Solarisa Urbino 18, MZK Bydgoszcz (2 Solarisy

Alpino 8,6, 14 Urbino 12 i 11 Urbino 18), MPK Poznań (23 Solarisy Urbino 12 i 2 Solarisy Urbino 18), MPK Olsztyn (12 Solarisów Urbino 12 i 10 Solarisów Urbino 15) i PKM Gliwice (10 Solarisów Urbino 12 i 12 Solarisów Urbino 15). Kolejną grupę przedsiębiorstw stanowiły spółki i zarzą-



Tym razem najwięcej autobusów miejskich trafiło do Łodzi. W 2013 r. najpopularniejszym autobusem dostarczonym w ramach jednego kontraktu był Mercedes Conecto LF



Rys. 2. Sprzedaż autobusów miejskich w latach 2001–2013



Mercedes-Benz Citaro CNG w barwach MPK Rzeszów



Najpopularniejszy autobus miejski 2012 r. – Solaris Urbino 12 w barwach MPK Kraków

dy, które zakupiły od 11 do 16 pojazdów. Są wśród nich MZK Opole (16 MAN-ów Lion's City), ZTM Lublin (15 Autosanów SanCity 9LE), MZK Kielce (6 autobusów MAZ, 8 Solarisów Urbino i 1 Mercedes-Benz Citaro) i KDD Olsztyn (11 Solbusów Solcity LNG). Pozostałe przetargi obejmowały zakup od 1 do 10 pojazdów.

Dzięki kontraktowi na dostawy autobusów dla ZTM Rzeszów nieco drgnęła sprzedaż autobusów z napędem alternatywnym. W 2013 r. na polskie ulice wyjechało 30 Mercedesów Citaro CNG (Rzeszów), 11 Solbusów Solcity 12M LNG (Olsztyn), 9 Solarisów Urbino 12 CNG (Radom i Przemyśl) i 2 autobusy MAN Lion's City G CNG (Gdynia). To pięciokrotnie więcej niż rok wcześniej. Tym samym poziom sprzedaży takich autobusów był większy niż w latach 2006–2007, kiedy to sprzedano odpowiednio 40 i 43 autobusy napędzane gazem ziemnym i etanolem. Należy spodziewać się, że tendencja ta utrzyma się w bieżącym roku, głównie za sprawą dostawy 35 autobusów LNG do MZA Warszawa oraz kolejnej partii autobusów CNG dla Radomia. Na większą popularność autobusów hybrydowych, gazowych i elektrycznych będzie miała wpływ także nowa polityka państwa, wprowadzająca większe preferencje dla autobusów z napędem alternatywnym w nowej perspektywie finansowej na lata 2014–2020.

W segmencie autobusów miejskich w dalszym ciągu swoją dominującą pozycję rynkową utrzymuje Solaris. Na 502 sprzedane autobusy aż 250 (49,8% udział w rynku) zostało wyprodukowanych w Bolechowie k. Poznania. Tym razem większość z nich trafiła do MPK Kraków (33), MPK Bydgoszcz (27), Śląskiego Konsorcjum Transportowego (28), MPK Poznań (25), MPK Olsztyn (22) i PKM Gliwice (22). Do tej grupy pojazdów należy doliczyć także 26 trolejbusów Solaris Trollino 12, które w największej liczbie zostały zakupione przez TLT Tychy (14).

Drugie miejsce w segmencie autobusów miejskich, jak rok wcześniej, zajęła spółka EvoBus Polska, której udział w rynku wzrósł z 16,8% do 22,5%. Wysoka pozycja niemieckiej spółki została osiągnięta za sprawą kontraktu dla Łodzi (50) i Rzeszowa (38). W dalszym ciągu najpopularniejszym autobusem niemieckiego producenta był niskopodłogowy Conecto LF.

W 2013 r. niemal wszyscy producenci utrzymali swoje udziały w rynku. Największy spadek udziału w rynku zanotował MAN (-4,2%) i Autosan (-2,2%).

Najpopularniejszymi autobusami miejskimi sprzedanymi w Polsce były niskopodłogowe Solarisy Urbino we wszystkich możliwych wersjach. Tendencja ta utrzymuje się niezmiennie od 2003 r. [2]. W 2013 r. najczęściej kupowanym autobusem był Urbino w wersji dwunastometrowej. Do rąk przewoźników trafiło 161 takich pojazdów, w tym 9 z napędem CNG. Na drugim miejscu uplasowała się wersja przegubowa, którą sprzedano w liczbie 58. Kolejnymi popularnymi autobusami były Mercedes-Benz Conecto LF i Citaro, które zostały sprzedane odpowiednio w liczbie 36 i 35. W klasie autobusów midi Autosan SanCity 10LF odebrał palmę pierwszeństwa Solarisowi Urbino 10. Tak jak rok wcześniej, także w 2013 r. w segmencie autobusów miejskich sprzedano tylko i wyłącznie autobusy niskopodłogowe i niskowejsiowe.

W segmencie autobusów lokalnych sprzedaż osiągnęła taki sam poziom jak rok wcześniej. Polski rynek wchłonął w ubiegłym roku 57 pojazdów, czyli tyle samo, ile w 2012 r. To znacznie mniej niż wnoszą potrzeby taborowe przewoźników międzymiastowych. Pozycję najpopularniejszego autobusu lokalnego utrzymał Autosan A0909L, sprzedany w „zawrotnej” liczbie 16 egzemplarzy.

Autobusy klasy kombi są pomostem pomiędzy autobusami lokalnymi a turystycznymi, dzięki czemu mogą być z powodzeniem wykorzystywane zarówno na regularnych liniach międzymiastowych, jak również do przewozu zorganizowanych grup turystycznych. Łącznie sprzedano w tym segmencie 106 autobusów, w tym blisko 65% klasy mini. Zwiększyła się nieco sprzedaż autobusów kombi o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 8 ton. Tutaj najpopularniejszym autobusem w dalszym ciągu jest Iveco Crossway 12. W całym segmencie, tak samo jak w ciągu ostatnich dwóch lat, palmę pierwszeństwa dzierżą minibusy z CMS Auto na bazie Mercedes Sprintera. Generalnie polscy przewoźnicy kupowali 1 lub 2 nowe autobusy międzymiastowe. Największe dostawy autobusów tej klasy zostały zrealizowane do PKS Bydgoszcz (6 autobusów Solbus Solway 11), Pol-Mieź Trans z Legnicy (10 autobusów Ivecubus Crossway 12) i PKS Szczecinek (5 autobusów Kapena Tema).

W segmencie autobusów turystycznych zanotowano kolejny rok wzrostu. Poziom sprzedaży autobusów turystycznych wzrósł o kolejne 15,4%. Od 2009 r. roczna sprzedaż w tym segmencie zwiększyła się ponad 2,5-krotnie. Na taki wzrost sprzeda-



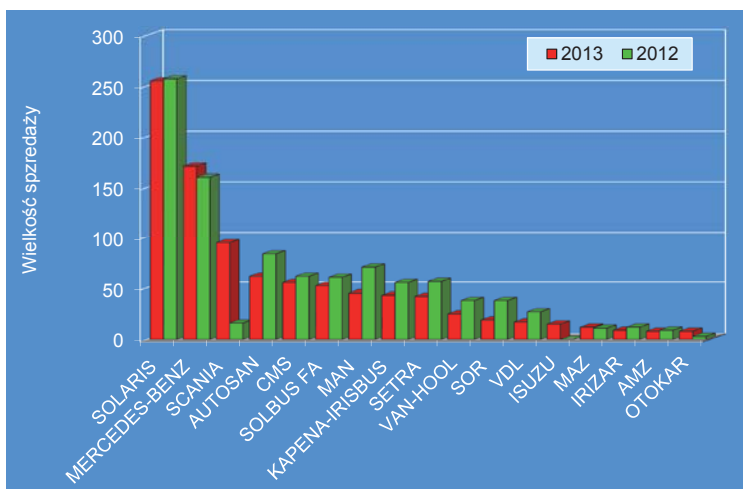
Najpopularniejszy autobus klasy midi – Autosan Sancity 10LF



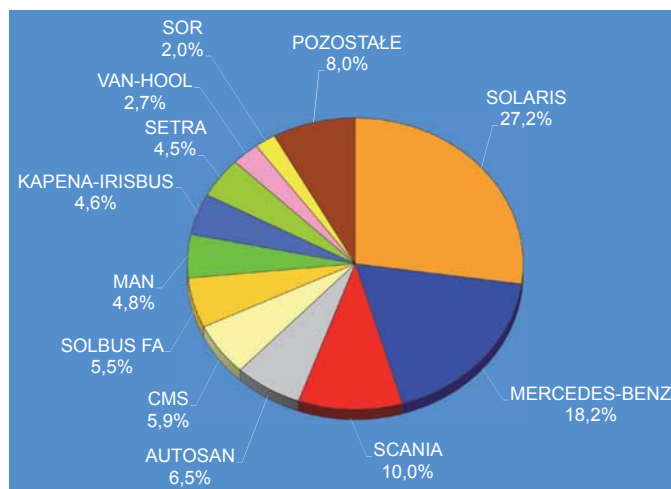
Iveco Crossway 12 należący do PKS Poznań



Van-Hool TDX27 Astromega w barwach PolskiBus.com



Rys. 3. Porównanie sprzedaży autobusów w 2013 i 2012 roku z podziałem na producentów



Rys. 4. Struktura rynku autobusowego w Polsce w 2013 roku z podziałem na producentów

ży bezsprzecznie miała wpływ realizacja kontraktu na 60 autobusów turystycznych dla polskiej armii, która zakupiła autobusy Scania Irizar newCentury. Innym czynnikiem jest rozwój sieci połączeń obsługiwanych przez szkockiego przewoźnika PolskiBus.com, który w ostatnim roku wprowadził do eksploatacji kolejne 25 autobusów piętrowych TDX27 Astromega. Łącznie polscy przewoźnicy zakupili 272 pojazdy. Liderem tego segmentu, niezmiennie od kilku lat, jest spółka Evobus Polska, która sprzedawała blisko 100 autobusów, kontrolując 36,2% rynku. Wszystko za sprawą popularności autobusów Setra. Mimo to najchętniej kupowanym autobusem turystycznym minionego roku został Scania Irizar newCentury, który odebrał prymat w tym segmencie Mercedesowi

Tourismo, najczęściej kupowanemu autobusowi turystycznemu w Polsce od 2009 r. O ile Scania dostarczyła 60 autobusów NewCentury, o tyle Evobus Polska sprzedał łącznie 35 sztuk Mercedesów Tourismo w wersji dwuosiovej (o długości 12 i 13 m) i 21 w wersji trzyosiovej (o długości 14 m). Kolejne miejsca w rankingu zajęły: Scania Touring HD (34), Setra Comfort Class (30), Van-Hool TDX27 Astromega (25), MAN Lion's Coach (20) i VDL Futura 2 (17).

W rankingu producentów i importerów niespodziewanie za Evobus Polska pojawiła się ponownie Scania. Obydwie firmy uplasowały się niemal obok siebie, kontrolując razem aż 70% rynku. Tak wysoka pozycja szwedzkiego koncernu to nie tylko zasługa dużego kontraktu na dostawę autobusów turystycznych dla polskiej armii, lecz także

rosnące zainteresowanie autobusem Scania Touring HD, który w 2013 r. został sprzedany w liczbie 34 (w tym 7 trzyosiowych). Największymi odbiorcami tych autobusów są m.in. przedsiębiorstwa PKS należące do Mobilisa (Mława, Ostrołęka i Przasnysz). Najpopularniejszym trzyosiowym autobusem turystycznym w 2013 r. w dalszym ciągu pozostał Van-Hool TX27 Astromega. PolskiBus.com zakupił 25 takich autobusów.

Bibliografia

- [1] Dyr T., Pastuszka J., *Dobry rok Scanii*, „Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe” 2014, nr 1–2.
- [2] Dyr T., Pastuszka J., *Rekordowy rok Solarisa*, „Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe” 2014, nr 1–2.
- [3] Dyr T., *Strategia rozwoju transportu do 2020 roku*, „Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe” 2013, nr 3 (cz. I), nr 4 (cz. II).
- [4] Rusak Z., *Polski rynek autobusowy w 2012 roku – powrót do przeszłości*, „Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe” 2013, nr 3.
- [5] *Strategia Rozwoju Transportu do 2020 r. (z perspektywą do 2030 r.)*, Ministerstwo Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej, Warszawa 22 stycznia 2013.

Tab. 2. Sprzedaż autobusów w 2013 r. wg producentów

Lp.	Producent / Przedstawiciel / Importer	Marka	Ogółem	W tym autobusy:			
				miejskie	szkolne	międzymiastowe	turystyczne
1.	Solaris Bus & Coach	SOLARIS	255	250		5	
2.	EvoBus Polska	MERCEDES-BENZ	171	113			58
3.	Scania Polska	SCANIA	94				94
4.	AUTOSAN S.A.	AUTOSAN	61	37		21	3
5.	CMS Auto	CMS	55			55	
6.	Solbus FA	SOLBUS FA	52	43		9	
7.	MAN - Star Trucks	MAN	45	24		1	20
8.	Kapena S.A./IvecoBus	KAPENA-IVECOBUS	43	1		42	
9.	EvoBus Polska	SETRA	42			1	41
10.	Van-Hool	VAN-HOOL	25				25
11.	SOR Polska	SOR	19	8		11	
12.	VDL Bus & Coach Polska	VDL	17				17
13.	Wowo Białystok	ISUZU	15	2		13	
14.	MAZ Auto Polska	MAZ	12	12			
15.	Irizar	IRIZAR	9				9
16.	AMZ Kutno	AMZ	8	4		4	
17.	Otobus	OTOKAR	8	8			
18.	Volvo Polska Autobusy	VOLVO	6			1	5
Σ			937	502	0	163	272

Źródło: Dane producentów na podstawie CEPIK.

Polish bus market in 2013 – the stabilization on the lowest level

The 2013 was the another year when a decline in sales of buses in Poland was noticed. The article presents the results of the analysis of the demand for new buses. It points the determinants of changes in demand for the bus fleet in various market segments.

Keywords: bus market in Poland, buses, coaches.