



Zbigniew Rusak

## Polski rynek autobusów w 2007 roku Okres stabilizacji

*Solaris Urbino był nadal najczęściej kupowanym autobusem w Polsce*

W minionym roku polscy przewoźnicy zakupili łącznie 1291 autobusów. Jest to tyle samo, co rok wcześniej. Osiągnięcie takiego wyniku było możliwe dzięki dużym zakupom autobusów miejskich, które stanowiły 52% ogółu sprzedanych pojazdów. Dla porównania w latach 2002-2005, tabor miejski stanowił jedynie 1/3 w strukturze zakupów. W segmencie autobusów lokalnych i turystycznych spadki sprzedaży były niewielkie i wynosiły odpowiednio 5,3% i 2,6%. Największy spadek zanotowano w segmencie autobusów kombi, w którym sprzedano o 82 autobusy mniej niż w 2006 roku. Największą dynamikę sprzedaży (200%) zanotowano w segmencie autobusów szkolnych. Ale i tak 33 nowe autobusy tego segmentu to śladowa ilość w porównaniu z rokiem 2000, kiedy to do szkół gminnych trafiło ponad 350 pojazdów.

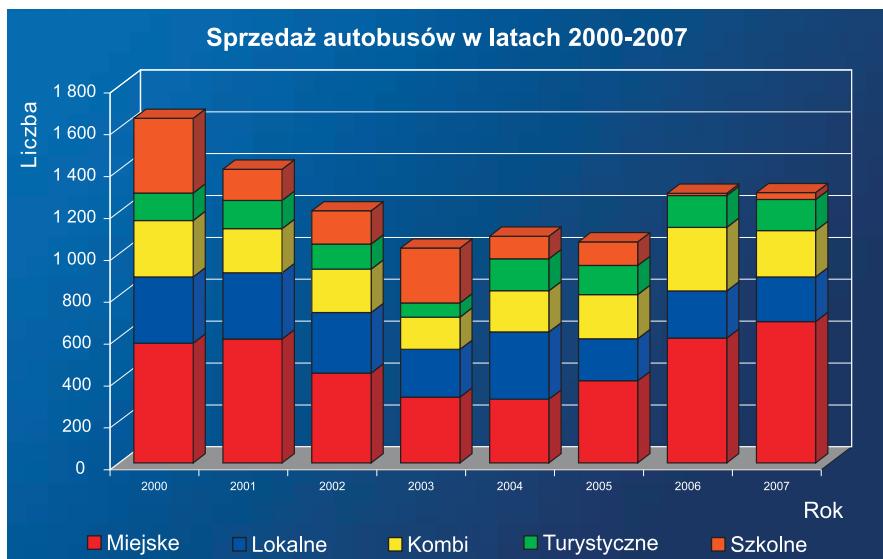
Wciąż jednak sprzedaż jest niższa niż w rekordowym 1996 roku, kiedy to polscy przewoźnicy zakupili prawie 1900 pojazdów. W 2007 roku sprzedaż autobusów stanowiła jedynie 69% sprzedaży osiągananej w połowie lat 90. Uwzględniając, że w naszym kraju eksploatowanych jest około 40 tys. autobusów, odnowa

taboru powinna się kształtować na poziomie około 3 tys. rocznie. Umożliwiłoby to wykorzystanie pełnej mocy produkcyjnej wszystkich fabryk autobusowych zlokalizowanych w Polsce głównie na potrzeby naszego rynku. Od 2000 roku opóźnienia w modernizacji floty autobusowej wynoszą około 14,5 tys. jednostek.

To więcej niż eksploatują wszystkie przedsiębiorstwa PKS.

Wpływ na taki stan rzeczy mają:

- a) ostra konkurencja na rynku przewozowym, powodująca ciągłe obniżanie cen usług, mimo stale rosnących kosztów i co za tym idzie brak wystarczających środków z odpisu amortyzacyjnego;



*Wielkość sprzedaży autobusów w podziale na poszczególne segmenty w latach 2000-2007*

- b) wzrastający udział kosztów osobowych w kosztach firm przewoźnych, wynikający z konieczności powstrzymania odpływu kierowców za granicę, głównie do Wielkiej Brytanii i Irlandii oraz do międzynarodowych firm turystycznych;
- c) wraz z przystąpieniem do Unii, pełne otwarcie dostępu do rynku autobusów używanych;
- d) szeroki zakres szarej strefy wykorzystującej luki w prawie podatkowym i ustawie o transporcie drogowym, która odbiera wpływy przewoźnikom wykonującym przewozy zgodnie z przepisami prawa;
- e) brak pełnej refundacji ulg i zwolnień w krajowym przewozie osób na liniach międzymiastowych i w komunikacji miejskiej, która powoduje,

Tab. 1.

*Wielkość sprzedaży autobusów w latach 2000-2007*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Miejskie	572	592	429	314	304	392	596	675
Lokalne	316	316	289	228	321	201	225	213
Kombi	270	211	207	154	197	211	304	222
Turystyczne	131	135	120	68	153	139	152	148
Szkolne	357	149	159	262	108	113	11	33
<b>Razem</b>	<b>1646</b>	<b>1403</b>	<b>1204</b>	<b>1026</b>	<b>1083</b>	<b>1056</b>	<b>1288</b>	<b>1291</b>
Dynamika [%]		85,2	85,8	85,2	105,6	97,5	122,0	100,2

- że organy uchwalające ulgi i zwolnienia nie chcą refundować utraconych wpływów w pełnej wysokości;
- f) brak jasnej polityki promowania transportu zbiorowego w miastach.

Mimo tych niekorzystnych tendencji w naszym kraju, w ubiegłym roku udało się utrzymać ten sam poziom sprzedaży, co rok wcześniej. Niewątpliwie

Tab. 2.

*Autobusy CNG i zasilane etanolem sprzedane w Polsce w 2007 r.*

Typ pojazdu	Miasto	CNG	Etanol
Jelcz M121I/4 CNG	Kraków	5	
Jelcz M121I/4 CNG	Rzeszów	8	
Trisbus Citelis 12 CNG	Wałbrzych	6	
MAN Lions City G CNG	Gdynia	5	
Scania OmniLink	Słupsk		4
Solaris Urbino 12 CNG	Radom	8	
Volvo 7700 CNG	Elbląg	5	
<b>Razem</b>		<b>37</b>	<b>4</b>

największy wpływ na taki wynik miała dostawa autobusów miejskich do Warszawy. Łącznie czterech przewoźników działających na zlecenie ZTM zakupiło prawie 300 autobusów niskopodłogowych wyposażonych w silniki Euro-4, klimatyzację przestrzeni pasażerskiej i system monitoringu wnętrza. Na ulicach stolicy obok Solarisów Urbino, pojawiły się także Scanie OmniCity i Jelcze M121I/4. Ponadto duże partie taboru trafiły do Krakowa (43), Sosnowca (35) i Łodzi (31). Mimo, że polscy producenci mieli prawo sprzedawać jeszcze autobusy wyposażone w silniki Euro-3, to w większości przypadków do polskich miast trafiły autobusy z silnikami Euro-4, a nawet Euro-5 – normą, która będzie obowiązywać od października 2009 roku. Wśród przedsiębiorstw, które zdecydowały się wprowadzić tego typu silniki należy wymienić MPK Olsztyn.

Na takim samym poziomie jak rok wcześniej utrzymuje się zainteresowanie pojazdami napędzonymi paliwami alternatywnymi. Łącznie w roku ubiegłym na ulice polskich miast trafiły 43 autobusy tego typu (6,1%), głównie zasilane sprężonym gazem ziemnym. Na pojazdy CNG obok Rzeszowa, Lublina, Radomia, Słupska, Wałbrzycha i Zamościa, zdecydowały się także Gdynia i Elbląg. Tym razem najpopularniejszym autobusem CNG w Polsce został Jelcz M121 I/4 CNG. Wśród nowych pojazdów z napędem alternatywnym, które zostały zakupione przez polskich przewoźników są m.in. MAN Lion's City G i Volvo 7700. Wśród pojazdów proekologicznych dostarczonych

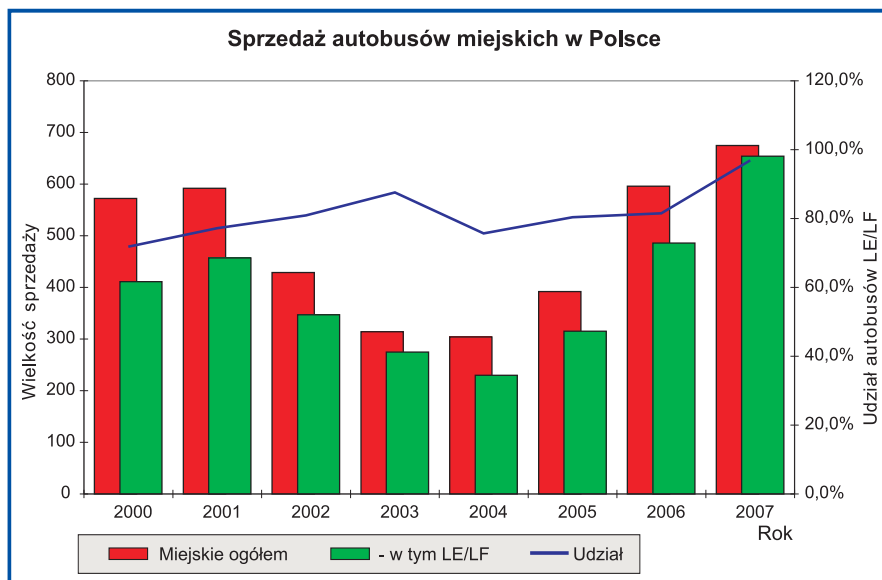


Scania OmniCity należąca do PKS Grodzisk Wlkp. z silnikiem Euro-4 w technologii EGR



Jelcz M121I/4 CNG dla MPK Kraków prezentowany podczas Transexpo w Kielcach





Sprzedż autobusów miejskich w latach 2000-2007

w roku ubiegłym były także 4 Scania OmniLink dla Słupska napędzane etanolem. Łącznie w minionych czterech latach zakupiono blisko 100 autobusów CNG.

W segmencie autobusów miejskich swoją pozycję rynkową umocnił Solaris. Na każdych 5 kupionych autobusów miejskich, aż 2 wyprodukowano w Bolechowie k. Poznania. Łącznie polscy przewoźnicy zakupili 290 autobusów Urbino we wszystkich możliwych wersjach. Solaris zanotował ponad 50-procentowy wzrost sprzedaży. Ponad siedmiokrotny wzrost sprzedaży w tym segmencie zanotowała także Scania, za sprawą dostawy 52 autobusów do PKS Grodzisk Mazowiecki. Dzięki temu kontraktowi produkty ze Słupska stanowią 8,7% rynku autobusów miejskich. Wzrost sprzedaży odnotowali także polscy producenci Jelcz (+9,8%) i Solbus (+19%), a także Volvo (+118,2%), dzięki kontraktowi z MPK Łódź. Z kolei spadek sprzedaży odnotowały takie firmy, jak MAN (-50%), Evobus Polska (-33,8%) i Kapena (-15,6%). W przypadku MAN-a, główną przyczyną spadku sprzedaży były długie terminy dostaw, spowodowane dużą liczbą zamówień spływających z całej Europy oraz ciągłe zmiany organizacyjne wewnątrz koncernu. Efektem tego było zmniejszenie udziału w rynku z poziomu 21,5% do 9,5%.

Tak jak rok wcześniej najpopularniejszymi autobusami miejskimi, sprzedanymi w Polsce były niskopodłogowe Solarisy Urbino. Na drugim miejscu

uplasowały się autobusy Scania OmniCity i Jelcz M121M/4, których sprzedano ponad 50 egzemplarzy. Wśród nowości, jakie pojawiły się w tym segmencie w 2007 roku należy wymienić gazowe wersje: Jelcz M121 I/4, MAN Lion's City G i Volvo 7700 oraz mini- i midibusy Mercedes Citaro K, MAN Lion's City M, Solaris Alpino i Jelcz M083C Libero. Innym charakterystycznym elementem polskiego rynku jest wzrost udziału nowo kupowanych autobusów niskopodłogowych i niskowejściowych

z 81,5% do blisko 97%. To najwyższy wskaźnik od 1994 roku, kiedy to po raz pierwszy w Polsce sprzedano pojazdy przystosowane do obsługi osób niepełnosprawnych.

W segmencie autobusów lokalnych, w dalszym ciągu królują autobusy klasy mini i midi. Tutaj najpopularniejszym autobusem jest Autosan A-0909L, który stanowi rozwinięcie produkowanego od wielu lat modelu H9-21. Sprzedano go ponad 60 egzemplarzy. Równie popularny jest protoplasta tego modelu H9-21. Tuż za autobusami z Sanoka kolejne miejsce w rankingu zajmuje minibus Irisbus C50 produkowany przez słupską Kapenę. Swoją pozycję rynkową wzmocnił Autosan, przejmując 47% rynku. Niezmienną część rynku posiada Kapena (25,4%). Po okresie spadku swoją pozycję odzyskuje Solbus (12,7%), głównie za sprawą nowych modeli Solway SL10 i SL11. Na rynku pojawił się kolejny gracz SOR Polska. Po wielu latach czeski producent zdecydował się otworzyć własne przedstawicielstwo. Wielkość sprzedaży autobusów lokalnych utrzymuje się od trzech lat na niezmiennym poziomie 200 pojazdów. Jest to efektem importu tańszych autobusów używanych i konieczności ciągłego podnoszenia standardu podróży, w związku z czym wielu przewoźników podmiejskich decyduje się na zakup taboru niskopodłogowego, natomiast przedsiębiorstwa PKS obsługujące



Jak na razie najpopularniejszy autobus lokalny – Autosan A-0909 L

dalsze linie zakupują autobusy klasy kombi.

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 222 autobusy. To o 27% mniej niż rok wcześniej. W tym segmencie palmę pierwszeństwa dzierży minibus z Sano-ka H07MB-10 Solina. W klasie maxi najpopularniejszym autobusem tego segmentu został debiutujący Irisbus Crossway. Łącznie polscy przewoźnicy zakupili 35 autobusów, w tym 6 krótszych modeli o długości 10 m. Od ponad trzech lat głównymi graczami w tym segmencie są polscy producenci Autosan (45%) i Kapena (23,4%). W ubiegłym roku największy spadek sprzedaży zanotował Solbus, który sprzedał w tym segmencie o 48 autobusów mniej niż w 2006 roku. Głównym powodem tego był fakt, że następca autobusów licencyjnych SOR klasy C i LH został pokazany przewoźnikom później niż Solcity.

Poziom sprzedaży autobusów turystycznych był niemal taki sam jak w 2006 roku. Łącznie polscy przewoźnicy zakupili 148 pojazdów. W ubiegłym roku liderem tego segmentu została Scania-Polska, która łącznie sprzedała 37 autobusów, kontrolując 25,2% rynku. Mimo to najchętniej kupowanymi autobusami turystycznymi były kultowa BOVA Futura, głównie w wersji trzynastometrowej i nowa wersja Mercedesa Tourismo. Tuż za nimi uplasował się jeden z najpopularniejszych autobusów turystycznych w Polsce Scania Irizar Century. O pozycji Scanii zadecydował znaczny wzrost zainteresowania topowym modelem tego koncernu – PB, którego sprzedano 17 egzemplarzy. Największy spadek sprzedaży zanotowało Volvo. O ile w 2006 roku do rąk klientów trafiło 21 autobusów o tyle w roku ubiegłym tylko 11. Było to wynikiem wydłużonego czasu dostawy nowej wersji Volvo 9700, które zostało uhonorowane tytułem International Coach of The Year 2008.

Najpopularniejszym trzyosiowym autobusem turystycznym w 2007 została Scania Irizar Century 6x2. Dzięki wprowadzeniu na polski rynek dwunastu autobusów tego typu i sześciu PB 6x2



Minibus Autosan H07MB-10 Solina



Najpopularniejszy autobus turystyczny w Polsce – VDL BOVA Futura



Trzyosiowa Scania Irizar Century 6x2





Jedną z nowości Targów Transexpo w Kielcach był niskowejściowy minibus MAZ-206 z Mińska



Autobus turystyczny TEMSA Safari HD z nadwoziem ze stali nierdzewnej i komponentami DAF i ZF



Jedną z chińskich firm, która zamierza wejść na polski rynek jest Higer, który dostarczył kilka autobusów do przedsiębiorstw PKS

Scania-Polska została niekwestionowanym liderem w klasie megapojemnych autobusów turystycznych, kontrolując 36% rynku.

W 2007 roku liderem polskiego rynku został Solaris, którego udział wyniósł 23,2%. To sukces biorąc pod uwagę, że fabryka w Bolechowie oferuje jedynie autobusy miejskie i turystyczne. Utrzymanie tej pozycji jest zależne od dużych przetargów na dostawę autobusów miejskich. Tych może być mało, bo 2008 rok nie jest rokiem wyborczym, a zasady przyznawania środków unijnych na projekty związane z transportem zbiorowym nie zostały jednoznacznie określone. Jednak nie można zapominać, że Solaris ma aspiracje wejścia w inne segmenty rynku. W Kielcach zaprezentował on średniopodłogowy autobus lokalny Valetta 11. Na drugim miejscu uplasował się Autosan ze sprzedażą 250 pojazdów, głównie lokalnych i kombi, które stanowiły 19,4% wszystkich zakupionych autobusów. Razem z Jelczem, Polskie Autobusy kontrolują prawie 40% rynku. Należy jednak podkreślić, że w strukturze sprzedaży autobusy klasy maxi i mega stanowią jedynie 32,7%. Na kolejne miejsce w rankingu awansowała Kapena. Największą dynamikę wzrostu sprzedaży zanotowała spółka Scania-Polska. Wzrost ten wyniósł 139%. Obok Solarisa, Autosana i Scanii wzrost sprzedaży osiągnęły także VDL BOVA Polska (o 15,4%) i Volvo Polska (o 9,4%), natomiast mniejszą sprzedaż zanotował Jelcz (-17,3%), Solbus (-23,7%), EvoBus Polska (-32,4%), i MAN-Star Truck (-43,8%). Polski rynek autobusowy nadal jest bardzo skonsolidowany. Pięciu największych producentów, spośród piętnastu monitorowanych przez JMK kontroluje aż 80% rynku.

Sytuacja ta nie powinna ulec istotnym zmianom w najbliższej przyszłości. Należy jednak podkreślić, że na polski rynek próbują wejść kolejni producenci. W ubiegłym roku znacznie ożywili się dostawcy zza wschodniej granicy. Podczas Transexpo swoje wyroby zaprezentował LAZ z Lwowa i MAZ z Mińska. Ten ostatni producent od kilku lat ma już własne przedstawicielstwo w Warszawie i sprzedał w Polsce kilka egzemplarzy modelu 103 opracowanego na bazie licencji Neoplana N-4000. Obecnie silnie promuje niskowejściowego midibusa MAZ-206, który stanowi bezpośrednią konkurencję dla Jelcza Libero, Solbusa SolCity i Solarisa Alpino.

Tab. 2.

Autobusy CNG i zasilane etanolem sprzedane w Polsce w 2007 r.

Typ pojazdu	Miasto	CNG	Etanol
Jelcz M1211/4 CNG	Kraków	5	
Jelcz M1211/4 CNG	Rzeszów	8	
Irisbus Citelis 12 CNG	Wałbrzych	6	
MAN Lions City G CNG	Gdynia	5	
Scania OmniLink	Słupsk		4
Solaris Urbino 12 CNG	Radom	8	
Volvo 7700 CNG	Elbląg	5	
<b>Razem</b>		<b>37</b>	<b>4</b>

W segmencie autobusów turystycznych, firma z Mińska pragnie wprowadzić na rynek wysokopokładowy autobus 251 o ciekawej stylistyce nadwozia.

Także tureccy producenci próbują znaleźć swoje miejsce w Polsce niemal we wszystkich segmentach. BMC UK od dwóch lat zamierza wprowadzić tanie autobusy niskopodłogowe ProCity 250 SLF oraz średniopodłogowe midibusy adresowane do przewoźników obsługujących linie lokalne. W ubiegłym roku w Polsce pojawiły się kolejne dwie tureckie firmy: TEMSA z Adany i Guleryuz z Bursy. Pierwsza z nich reprezentowana jest przez warszawską spółkę CMS Auto. TEMSA to znany producent, który oferuje swoje wyroby w ponad czterdziestu krajach Europy, Azji i Ameryki Północnej. Zgodnie z zamierzeniami, w pierwszym etapie CMS rozpoczęło promocję luksusowego, turystycznego minibusu Temsa Opalin przeznaczonego do przewozu 35 osób, napędzanego silnikiem MAN oraz dwunastometrowego autobusu turystycznego Temsa Safari HD z nadwoziem ze stali nierdzewnej o długości 12,2 lub 13 m i napędzanego silnikiem DAF. Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom technicznym i atrakcyjnej cenie, nowy pojazd ma być alternatywną propozycją dla klientów, którzy obecnie kupują głównie takie autobusy, jak Bova Futura, MAN Lion's Coach, Mercedes-Benz Tourismo czy Scania Intercentury. Spółka liczy także, że Safari HD będzie ciekawą ofertą dla przedsiębiorstw PKS, które szukają autobusów zapewniających wysoki komfort podróży, przy utrzymaniu możliwie niskiej ceny. Z kolei Opalin będzie konkurencją dla takich pojazdów, jak Autosan Gemini czy Kapena Tema.

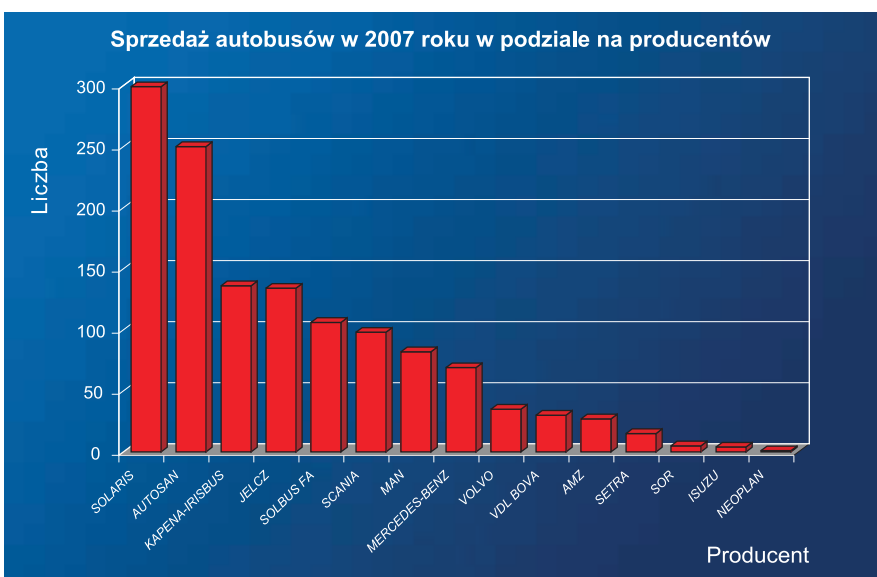
Także Guleryuz, w pierwszej kolejności zamierza znaleźć klientów wśród biur podróży i przewoźników działających na ich zlecenie. Ważnym symptodem jest także pojawienie się na polskich drogach autobusów z Chin.

Tab. 3.

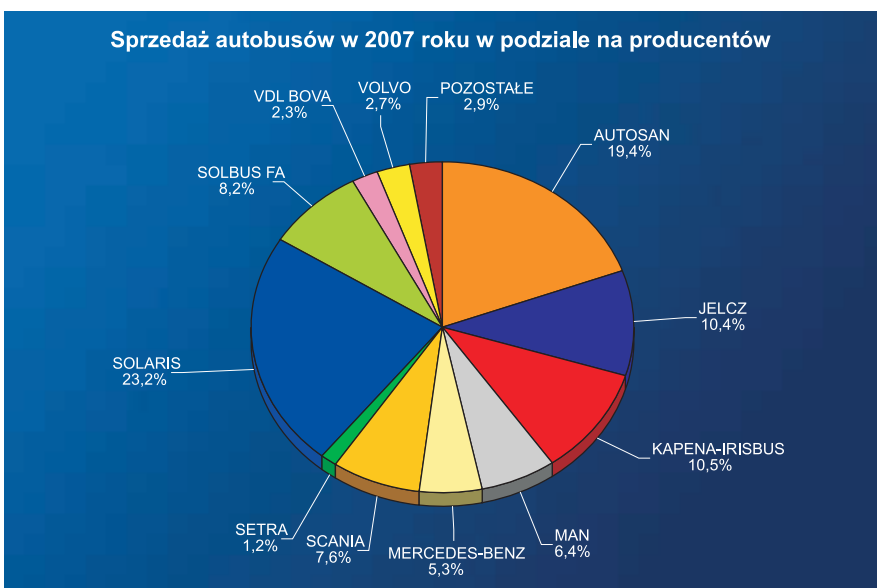
Sprzedaż autobusów w 2007 roku wg producentów

Lp.	Producent/Przedstawiciel/Importer	Marka	Ogółem	w tym			
				miejskie	szkolne	między-miastowe	turystyczne
1.	Solaris Bus & Coach	SOLARIS	299	290			9
2.	Polskie Autobusy	AUTOSAN	250	7	31	210	2
3.	Kapena S.A.	KAPENA-IRISBUS	136	27	2	106	1
4.	Polskie Autobusy	JELCZ	134	134			
5.	Solbus	SOLBUS FA	106	28		75	3
6.	Scania Polska	SCANIA	98	59		2	37
7.	MAN - Star Trucks	MAN	82	64			18
8.	EvoBus Polska	MERCEDES-BENZ	69	45			24
9.	Volvo Polska Autobusy	VOLVO	35	24			11
10.	VDL Bova Polska	VDL BOVA	30				30
11.	AMZ Kutno	AMZ	27			27	
12.	EvoBus Polska	SETRA	15				15
13.	SOR Libchavy	SOR	5			5	
14.	Wowo Białystok	ISUZU	4			4	
15.	MAN - Star Trucks	NEOPLAN	1				1
<b>Razem</b>			<b>1291</b>	<b>678</b>	<b>33</b>	<b>429</b>	<b>151</b>

Źródło: Dane producentów na podstawie zestawień JMK analizy rynku



Wielkość sprzedaży autobusów w 2007 roku w podziale na producentów



Struktura rynku autobusowego w Polsce w 2007 roku wg producentów