



Biuletyn Informacyjny SPUTNIC

Strategie dla komunikacji publicznej w miastach

Co nowego w projekcie SPUTNIC?

Celem projektu SPUTNIC dotyczącego strategii dla komunikacji publicznej w miastach (Strategies for Public Transport in Cities) jest próba znalezienia odpowiedzi na wyzwania i problemy branży komunikacji publicznej. SPUTNIC działa w czterech blokach tematycznych, jego działalność wspierają cztery grupy robocze ekspertów:

- organizacja rynku;
- kontakty z pasażerami;
- zarządzanie przedsiębiorstwami oraz
- kwestie związane z taborom komunikacji publicznej, infrastruktura
- oraz ich eksploatacją.

Projekt SPUTNIC, który osiągnął już półmetek, jest realizowany w ścisłej współpracy z biegłymi w komunikacji publicznej fachowcami zajmującymi się

tak teorią, jak i aspektami praktycznymi. SPUTNIC pomaga osobom zajmującym się komunikacją publiczną w przewidywaniu problemów oraz sugeruje konkretne rozwiązania mające na celu poprawę komunikacji publicznej.



Nowy tramwaj w Zagrzebiu, październik 2007 r.

Drugie posiedzenie grupy roboczej, październik 2007 r., Chorwacja

Drugie posiedzenie grupy roboczej SPUTNIC odbyło się 4 i 5 października w Zagrzebiu.

W czterech grupach roboczych blisko 60 uczestników dyskutowało nad wyzwaniami stojącymi przed komunikacją publiczną oraz ich rozwiązania. Grupa robocza ds. organizacji rynku skupiła swoją uwagę na ramach instytucjonalnych oraz możliwościach współpracy, podczas gdy grupa robocza ds. kontaktów z pasażerami przedstawiła koncepcje służące poprawie wizerunku komunikacji publicznej. Eksperti grupy roboczej ds. zarządzania przedsiębiorstwami dokonali przeglądu kwestii restrukturyzacji

przedsiębiorstw komunikacji publicznej. W grupie roboczej zajmującej się taborom pojazdów oraz eksploatacją najważniejszymi kwestiami były modernizacja pojazdów, oraz dostosowanie taboru i infrastruktury do wymogów osób niepełnosprawnych lub mniej sprawnych. Po zakończeniu posiedzenia przedsiębiorstwo komunikacji miejskiej w Zagrzebiu (ZET) zorganizowało wizytę, w trakcie której można było zobaczyć system tramwajowy w mieście.

Obecna sytuacja w sektorze transportu publicznego: trzeci raport projektu SPUTNIC

Konsorcjum w oparciu o informacje zebrane na podstawie europejskich badań w branży komunikacji publicznej oraz zaprezentowanych projektów, przeanalizowało obecną sytuację, ze szczególnym uwzględnieniem miast i regionów będących w trakcie szybkiego rozwoju gospodarczego. Po zatwierdzeniu sprawozdania przez Dyрекcję Generalną ds. Transportu i Energii dokument ten będzie umieszczony na stronie internetowej projektu SPUTNIC.



Nowy tramwaj od środka, Zagrzeb, 2007 r.



Inauguracyjne posiedzenie Zagrzeb, październik 2007 r.

Interaktywne forum online

Celem stymulacji dyskusji na temat wyzwań stojących przed komunikacją publiczną oraz innych, związanych z nią kwestii konsorcjum projektu SPUTNIC w marcu 2008 roku na stronie internetowej SPUTNIC otworzyło interaktywne forum dyskusyjne. Forum działa w opraciu o „Pytanie miesiąca” i pierwszym, najbardziej kontrowersyjnym było:

Czy potrzebne są dotacje dla rozwoju infrastruktury komunikacji publicznej oraz jej funkcjonowania?

Eksperti od komunikacji publicznej, fachowcy z tej dziedziny oraz wszyscy zainteresowani mogą tam wyrazić swoje opinie oraz zapoznać się z uwagami innych. Temat obrad co jakiś czas zmienia się i planuje się, że poruszane kwestie obejmą wszystkie problemy komunikacji publicznej zidenty-

fikowane przez konsorcjum. Forum znajduje się pod adresem: www.sputnicproject.eu.

Wizyta projektu SPUTNIC na Cyprze

W dniu 28 marca jeden z partnerów projektu SPUTNIC (Transmart Consulting) spotkał się na Cyprze z burmistrzem miasta Limassol, któremu przedstawił cele projektu SPUTNIC oraz jego dotychczasowe wyniki.

Limassol jest bardzo szybko rozwijającym się miastem, w którym na porządku dnia stała kwestia poprawy i modernizacji istniejącej sieci autobusowej.

Jest to jedyne miasto na Cyprze, które posiada plan rozwoju komunikacji publicznej, i które pod względem realizacji usług w dziedzinie komunikacji publicznej uzyskało status „pilot city” [przodującego miasta].

“Czy potrzebne są dotacje dla rozwoju infrastruktury komunikacji publicznej oraz jej funkcjonowania?”

Poza burmistrzem oraz przedstawicielami przedsiębiorstwa komunikacji miejskiej w spotkaniu wzięli udział także politycy pełniący ważną funkcję w tamtejszym samorządzie, który wykazał duże zainteresowanie projektem SPUTNIC. Obecni byli także przedstawiciele lokalnej prasy. W wyniku posiedzenia przedstawiciele projektu SPUTNIC otrzymali oficjalne zaproszenie, aby wkrótce zaprezentować ten projekt w ramach dyskusji.

Nowe rozporządzenie UE dotyczące kolejowych i drogowych usług komunikacyjnych

W trakcie drugiego posiedzenia grupy roboczej ds. organizacji rynku eksperci oraz partnerzy projektu SPUTNIC przedyskutowali nowe rozporządzenie UE dotyczące kolejowych i drogowych usług komunikacyjnych oraz jego wpływ na organizację rynku. Wykład wygłosił przedstawiciel Generalnej Dyrekcji ds. Energii i Transportu Komisji Europejskiej, Peter Faross.



Posiedzenie grupy roboczej ds organizacji rynku, Zagrzeb, 2007 r.

Nowe rozporządzenie (WE) nr 1370/2007 zostało ogłoszone w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej w dniu 3 grudnia 2007 r.

Według tego rozporządzenia wszystkie warunki i obowiązki dotyczące usług transportowych należy ująć w umowie, która powinna określać, jakie dziedziny usług, dokładny ich zakres, jak również wielkości opłat uiszczanych przez zarządy transportu przedsiębiorstwu komunikacji oraz terminy ważności umowy. Rozporządzenie umożliwia zarządom transportu określenie w umowie kryteriów jakościowych,

jak również warunków sankcji oraz wynagrodzeń, zależnie od tego, na ile przedsiębiorstwo komunikacji miejskiej spełnia określone kryteria.

Miasta lub regiony posiadające własne przedsiębiorstwa komunikacyjne w dalszym ciągu będą mogły zawierać z nimi umowy bez rozpisywania konkursów, lecz umowy te muszą zostać podane do publicznej wiadomości.

W przypadku, gdy zarządy transportu zamierzają zatrudnić przedsiębiorstwo komunikacji miejskiej z zewnątrz (trzecią stroną), muszą ogłosić przetarg na zawarcie umowy o eksploatacji. Umowy dotyczące usług kolejowych można zawierać bez ogłaszania przetargów. Organy komunikacyjne muszą podać do publicznej wiadomości szczegółowe informacje dotyczące aktualnie obowiązujących umów

Rozporządzenie szczegółowo określa, co powinny zawierać umowy pomiędzy zarządami transportu i przedsiębiorstwami komunikacji wraz z wielkościami kompensacji za ulgi socjalne lub inne zniżki.

Rozporządzenie może mieć bardzo poważne następstwa w państwach członkowskich Unii (a także w państwach kandydujących do UE), w których system zarządzania komunikacją publiczną jest mniej rozwinięty, niż w państwach zachodnich. W Chorwacji, która kandyduje do Unii, zaledwie trzy samorządy posiadają oficjalne umowy z przedsiębiorstwami komunikacji publicznej; gdzie indziej natomiast kontakty te są zależne od woli polityków, co

“Miasta nie mogą stosować ulgowych taryf opłat za komunikację miejską wprowadzanych bez kompensacji finansowych, jako narzędzia polityki socjalnej, ponieważ obciążałyby tym przedsiębiorstwa komunikacji publicznej.”

w konsekwencji może spowodować wiele niepewności w finansowaniu.

Na spotkaniu w Zagrzebiu przedstawiciele przedsiębiorstw komunikacyjnych oświadczyli, że rozporządzenie to zwalnia je z niekompensowanych finansowo obciążeń wynikających z taryf ulgowych, które posiadają aspekt socjalny i są obecnie narzucane im przez samorządy. Właśnie te taryfy ulgowe oznaczają dla nich poważny problem, ponieważ liczba pasażerów uprawnionych do zniżek jest bardzo wysoka.

Zmniejszenie dotacji komunikacyjnych jest tylko jedną z wielu możliwych konsekwencji rozporządzenia, którego głównym celem jest zwiększenie rozliczalności i przejrzystości w dziedzinie usług komunikacyjnych.

Pierwsze kroki, które należy podjąć w celu poprawy wizerunku komunikacji publicznej

W trakcie dyskusji, które odbyły się na posiedzeniu grupy roboczej ds. kontaktów z pasażerami eksperci oraz partnerzy projektu SPUTNIC sformułowali „wytyczne” odnośnie poprawy wizerunku komunikacji publicznej oraz podwyższenia stopnia świadomości w działaniach. Najważniejsze spośród nich to:

Poprawa wizerunku powinna rozpocząć się możliwie jak najwcześniej, z jednej strony dlatego, że jest to cel długofalowy, a poprawa wizerunku z punktu widzenia kosztów jest bardziej efektywna od inwestycji infrastrukturalnych.

Należy poznać oczekiwania pasażerów, ponieważ tylko w ten sposób można poprawić wizerunek komunikacji publicznej i zwiększyć liczbę pasażerów.

Należy wykorzystać obecne trendy, jak na przykład cele związane ze zmniejszeniem wpływu zmian klimatycznych w celu zapewnienia dalszego finansowania komunikacji publicznej przez organy decydenckie.

Należy być przekonanym, że komunikacja publiczna oferuje wiele zalet, które przynoszą

większe korzyści od dobrych stron innych środków komunikacji.

Jeżeli w ramach przedsiębiorstwa nie ma do dyspozycji wystarczającej wiedzy fachowej związanej z marketingiem, **należy zatrudnić ekspertów i doradców z zewnątrz**.

Należy na bieżąco informować media i wykorzystywać je do wykreowania pozytywnego wizerunku komunikacji publicznej.

Kampanie mające na celu poprawę wizerunku powinny być realne: nie możemy na pasażerach sprawiać wrażenia, że mogą podróżować w pociągach, w których jest wiele miejsc, skoro rzeczywistość jest zupełnie odmienna.

Należy skupić uwagę na osobach obecnie korzystających z usług, ponieważ zawsze łatwiej i taniej jest trafić do obecnych pasażerów, niż pozyskać nowych.

W gronie osób nie korzystających z komunikacji publicznej należy zwiększyć świadomość działania, nawet wtedy, gdy główną grupę docelową jakichkolwiek kam-

panii stanowią osoby korzystające obecnie z usług.

Należy wyjaśnić fałszywe wyobrażenia dotyczące kosztów i czasu podróży, ukształtowane w gronie korzystających oraz w gronie nie korzystających z komunikacji publicznej, poprzez porównanie **kosztów oraz czasu podróży** środkami komunikacji publicznej i przy użyciu samochodu.

Należy prowadzić szkolenia kierowców i kontrolerów, ponieważ wysoka jakość wykonywanych przez nich usług kształtuje pozytywny wizerunek komunikacji publicznej. Jest to rzeczywiście efektywny środek marketingowy z punktu widzenia oszczędności kosztów.

W przypadkach, gdy w mieście doszło do sytuacji, w której istnieje **konkurencja między przedsiębiorstwami komunikacji publicznej**, wszystkie przedsiębiorstwa muszą przyczynić się do umacniania pozytywnego wizerunku komunikacji publicznej, lecz niezależnie od tego, każde z nich może kształtować wizerunek własnego przedsiębiorstwa.

Kwestie związane z kierowaniem przedsiębiorstwami: potrzeba zmian w organach zarządzania i w przedsiębiorstwach komunikacji publicznej.

Członkowie grupy roboczej ds. zarządzania przedsiębiorstwami i organów komunikacji publicznej przedyskutowali metody i procedury restrukturyzacji przedsiębiorstw. Doszli zgodnie do wniosku, że zarówno zarządy transportu, jak i przedsiębiorstwa wykazują znaczne zainteresowanie różnymi metodami podejścia do zmian, ze szczególnym uwzględnieniem metod stosowanych w mniejszych i dużych miastach Europy Środkowej i Wschodniej.

Na podstawie zebranych informacji opracowano listę wskaźników, którymi można szacować potrzebę wprowadzenia zmian. Wszystko wskazuje na to, że sposób rozliczania się z osiągniętych wyników jest pojęciem stosowanym lub mierzonym w nie jednoznaczny sposób i prowadzi ono do subiektywnych, a nawet wypaczonych ocen osiągniętych wyników.

Różne jednostki organizacyjne borykają się ze znacznymi problemami personalnymi, które przejawiają się w nadwyżce lub braku siły roboczej. Komunikacja na szczeblu organizacji jest bardzo często niekonsekwentna, informacje są szcątkowe, a przekaz informacji funkcjonuje w sposób mało skuteczny. Utrzymanie siły roboczej jest bardzo

poważnym problemem: fluktuacja jest znaczna, a wydajność i morale pracy nie poprawiają się lub nawet pogarszają. Wprowadzenie nowych technologii prowadzi do zmian w trybie pracy, w produkcji i innych procesach, którym firma musi zaradzić i które wpływają na wydajność całego przedsiębiorstwa.

Przykładowe przedsięwzięcia, restrukturyzacyjne przedsiębiorstw i organizacji komunikacji publicznej są następujące:

Najpierw należy postawić **diagnozę**, na ile potrzebne jest wprowadzenie zmian, unikając jednocześnie tego, by przesadna „praca analityczna” nie sparaliżowała działalności przedsiębiorstwa.

Należy **zdefiniować**, czy wprowadzane zmiany mają być fundamentalne, czy też mają skupić się wyłącznie na poprawie działalności niektórych jednostek organizacyjnych, na przykład wydziałów czy działów.

Uzasadnienia restrukturyzacji powinny być **jednoznaczne**.

Cele zmian należy **sformułować jednoznacznie** i trzeba osiągnąć porozumienie na wszystkich szczeblach organizacyjnych.

Należy opracować plan zmian strategicznych, w którym trzeba dokładnie określić zadania oraz zakresy odpowiedzialności.

Nie wolno zapominać, że:

Restrukturyzacja wywiera emocjonalny wpływ na zainteresowanych.

Ważne jest planowanie, wybranie odpowiedniego momentu oraz powinno być to ujęte w planie zmian. Pożyteczne może być opracowanie planu przedsięwzięć, które należy podjąć „w pierwszych 100 dniach”, który zarówno dla inicjatorów zmian, jak i pracowników jednoznacznie określi potrzebę zmian oraz ich pilny charakter.

Proces zmian można prowadzić efektywniej w strukturze modelowej.

Na początku zmian należy dokładnie sprawdzić, jakie „szybkie efekty” można będzie osiągnąć.

Kluczową rolę odgrywa wydział zasobów ludzkich (HR). Należy ustalić konkretną politykę działania działu HR, (np. powołanie centrum mobilności, które będzie udzielało pomocy tym, dla których trzeba będzie znaleźć inne miejsca pracy itd.).

Czyste autobusy i technologie innowacyjne - potrzeby i problemy małych i średnich miast.

Posiedzenie grupy roboczej zajmującej się taborem komunikacji publicznej oraz jego eksploatacją toczyło się wokół następujących tematów: modernizacja taboru komunikacji publicznej oraz strategii dotyczące jego utrzymania i konserwacji. W przeważającej większości małych i średnich miast nie ma szynowej komunikacji publicznej, trzon komunikacji stanowią samochody, autobusy i trolejbusy (szczególnie w Europie Wschodniej). Właśnie dlatego uczestnicy przedyskutowali i ocenili systemy autobusowej komunikacji publicznej, które porównali z bardziej nowoczesnymi rozwiązaniami technicznymi oraz z różnymi możliwościami publicznej komunikacji drogowej.

Na początku posiedzenia ekspertów poruszono kwestie za i przeciw w aspekcie komunikacji trolejbusowej. W trakcie posiedzenia zaprezentowano także najbardziej nowoczesne technologie hybrydowe, przedstawiono ich zalety i ich ogromny potencjał. Podczas prezentacji przedstawiono różne formy



Dyskusja związana z eliminacją zatorów drogowych, Zagrzeb, 2007 r.

technologii hybrydowych: silniki spalinowe wspomagane energią elektryczną, silniki elektryczne ze wspomaganie silnikiem wysokoprężnym, prądnice spalinowe, napędy silnikami elektrycznymi (np. silniki HUB, Parell-Hibrid, oraz seryjne silniki hybrydowe, itd.). Udowodniono, znaczne oszczędności paliwa, zwłaszcza w aspekcie statystyk dotyczących odzyski-

wania i przechowywania energii. Wykład dotyczący sieci autobusowej Quality Bus Network - QBN w Dublinie pozwolił na gruntowne zapoznanie się przez ekspertów z możliwościami jakie dają nowoczesne sieci dobrej jakości autobusów. Ten sam temat został zaprezentowany podczas wykładu na temat komunikacji publicznej w czeskim Brnie. Tamtejszy system komunikacji miejskiej jest oparty na sieci tramwajów, autobusów i trolejbusów i wspiera go miejski system informatyczny oparty na GPS.

Dwa wykłady poruszały kwestię dostępności taboru komunikacji miejskiej dla osób niepełnosprawnych, przedstawiając różne przykłady autobusów i tramwajów. Na bazie studium przypadku na temat komunikacji publicznej we francuskim mieście Grenoble, wykładowcy pokazali, w jaki sposób można dokonać odpowiednich adaptacji w skali całego miasta tak, aby również osoby niepełnosprawne mogły korzystać z tej zaawansowanej technologii w komunikacji publicznej.

SPUTNIC – co dalej?

Partnerzy projektu oraz eksperci kontynuują współpracę, w trakcie której sugerują rozwiązania i udzielają pomocy zainteresowanym w przekształcaniu systemów komunikacyjnych w nowoczesne i atrakcyjne systemy komunikacji publicznej.

Zespół projektu uczynił już daleko zaawansowane przygotowania w przygotowaniu posiedzenia trzeciej grupy roboczej ekspertów projektu SPUTNIC. Posiedzenie to odbędzie się w dniach 16-18 kwietnia w Lipsku w Niemczech. Oto kilka jego tematów: innowacyjne modele finansowania organizacji rynku, kontakty z pasażerami oraz rozwój prowadzonego z nimi dialogu, potencjał i kompetencje rozwojowe w kierowaniu przedsiębiorstwami oraz

strategie migracyjne w technologiach innowacyjnych. Podsumowanie dyskusji, które miały miejsce na posiedzeniach grup roboczych znajdą Państwo na stronie internetowej projektu SPUTNIC.

Zespół projektowy niedawno starał się zastosować zasady dobrych i najlepszych praktyk w dziedzinie organizacji rynku, kierowania przedsiębiorstwami, kontaktów z pasażerami oraz kwestii związanych z taborem komunikacji publicznej i jego eksploatacją. Konkretnie wyniki i przykłady już latem br. znajdą Państwo na stronie internetowej projektu SPUTNIC w formie przyjaznym dla adresatów. Czwarte i jednocześnie ostatnie posiedzenie grupy roboczej ekspertów projektu SPUT

NIC odbędzie się jesienią 2008 roku. Konsorcjum rozpoczęło już przygotowania do niego. Więcej informacji znajdą Państwo na stronie internetowej projektu SPUTNIC, również latem bieżącego roku.



Zespół liderów projektu SPUTNIC, styczeń 2008 r.

Jeżeli mają Państwo jakiegokolwiek uwagi lub pytania, prosimy zapoznać się ze stroną internetową projektu pod adresem: www.sputnicproject.eu bądź też o nawiązanie osobistego kontaktu z Sebastianem Emigem pod adresem: sebastian.emig@uitp.org

Biuletyn Informacyjny został zaprojektowany i opracowany przez Regionalne Centrum Ekologiczne na Europę Środkową i Wschodnią (Regional Environmental Centre for Central and Eastern Europe - REC)
Opracowanie drukarskie: Typonova

Projekt SPUTNIC jest finansowany przez Komisję Wspólnot Europejskich w ramach 6 Ramowego Programu Badawczo- Rozwojowego.

