

Urząd Transportu Kolejowego

<https://utk.gov.pl/pl/aktualnosci/18873,Gdzie-kupujemy-bilety-Zyskuje-Internet-traca-kasy.html>
29.04.2024, 18:07

Strona znajduje się w archiwum.

Gdzie kupujemy bilety? Zyskuje Internet, tracą kasy

05.07.2022

Sprzedaż biletów kolejowych przez Internet oraz aplikacje mobilne cieszy się coraz większą popularnością. Pasażerowie cenią nie tylko szybkość i wygodę zakupu biletu elektronicznego, ale także rosnącą liczbę takich kanałów sprzedaży. Wpływ na to miała także pandemia, przez którą spora część osób preferowała zakup biletów inaczej niż w tradycyjnym okienku kasowym.

Z danych Urzędu Transportu Kolejowego wynika, że w 2021 r. udział sprzedaży biletów w aplikacjach mobilnych i w Internecie wyniósł 27,9%. Oznacza to wzrost udziału sprzedaży w kanałach internetowych o 9,7 punktu procentowego względem 2020 r. W ubiegłym roku zwiększyła się również sprzedaż bezpośrednio w pociągach. Bilety kupione u konduktora stanowiły 21,5% wszystkich sprzedanych biletów (17,6% w 2020 r.). Jednocześnie zauważalnie zmniejsza się liczba pasażerów, którzy bilety kupują w stacjonarnych kasach biletowych. W 2021 r. spadek wyniósł 4,2 punktu procentowego do 35,1% udziału w rynku.

ZMIANA PRYZWYCZAJEŃ PASAŻERÓW I NOWE KANAŁY SPRZEDAŻY BILETÓW

Jeszcze w 2018 r. sprzedaż biletów w stacjonarnych kasach biletowych wynosiła ponad 50%. Od tamtego momentu udział tego kanału spadł o ponad 16 punktów procentowych. Na przeciwnym biegunie znajdują się formy sprzedaży przez Internet i aplikacje mobilne, których udział w przeciągu ostatnich pięciu lat wzrósł o ponad 20 punktów procentowych.

Rosnąca popularność elektronicznych kanałów sprzedaży biletów wynika nie tylko ze zmiany przyzwyczajeń pasażerów w obliczu pandemii. Wpływ na to mają także zmiany społeczne i potrzeby możliwości wygodnego zakupu biletu w dowolnym miejscu i czasie. *„Przewoźnicy przykładają coraz większą uwagę do udostępniania sprzedaży swoich biletów u nowych podmiotów. Zwracają się oni w kierunku sprzedaży online i uruchamiają na swoich platformach biletów różnego rodzaju promocje i oferty specjalne. W dobie dynamicznego rozwoju e-usług dostępność tego typu ułatwień na kolei jest przez pasażerów oczekiwana w takim samym stopniu, jak i w innych dziedzinach życia”* - stwierdza dr inż. Ignacy Góra, Prezes Urzędu Transportu Kolejowego.

Wzrost sprzedaży biletów notują także drużyny konduktorskie, ale głównie w przypadku przewoźników regionalnych i aglomeracyjnych. W 2021 r. na trasach, gdzie przejazd miał charakter spontaniczny i niecykliczny, podróżni częściej kupowali bilety w pociągu. Z kolei w przypadku tras dalekobieżnych podróżni zazwyczaj dokonują rezerwacji i wcześniejszych zakupów przez Internet lub w kasie biletowej.

Zwiększony poziom sprzedaży widoczny jest również w automatach biletowych na stacjach i w samych pociągach. To pokazuje, że pasażerowie cenią sobie czas i dostępność przy dokonywaniu zakupu biletu. Możliwość zakupu biletów w kliku kanałach sprzedaży, nawet tuż przed wejściem do pociągu lub na jego pokładzie, ogranicza także kolejki do stacjonarnych kas biletowych.

Udział kanałów dystrybucji wg liczby sprzedanych biletów w latach 2017-2021

kanał dystrybucji	2017	2018	2019	2020	2021
stacjonarne kasy biletowe	54,2%	51,2%	46,5%	39,3%	35,1%
aplikacje i internetowe systemy sprzedaży	7,7%	10,7%	14,3%	18,2%	27,9%
obsługa pokładowa (drużyny konduktorskie)	14,5%	15,0%	16,2%	17,6%	21,5%
automaty stacjonarne (na stacjach)	6,8%	7,4%	6,6%	7,5%	8,3%
automaty mobilne (w pojazdach)	1,0%	1,0%	0,6%	0,7%	0,9%
pozostałe	15,7%	14,8%	15,8%	16,7%	6,2%

WIĘCEJ BILETÓW JEDNORAZOWYCH

W 2021 r. bilety jednorazowe stanowiły 48,6% ogółu sprzedanych biletów kolejowych. W stosunku do 2020 r. zostało ich zakupionych niemal 28,5 mln więcej. Tak duży wzrost (o 31,3%) wynikał po pierwsze z dużego wzrostu liczby pasażerów w 2021 r. (z 209,4 mln do 245,1 mln), po drugie z wprowadzanych okresowo obostrzeń związanych z pandemią COVID-19. Z tego względu wielu pasażerów wstrzymywało się z zakupem biletu okresowego, np. z uwagi na obowiązujący zdalny i hybrydowy tryb pracy. W razie potrzeby kupowali oni bilety jednorazowe. Decyzja o zakupie biletu okresowego była uzależniana od powrotu do pracy czy nauki stacjonarnej i tym samym od konieczności codziennych dojazdów.

Udział biletów okresowych w odniesieniu do ogółu sprzedaży spadł w 2021 r. i wyniósł 41,9% wobec 47,2% w 2020 r. Natomiast ogólna liczba sprzedanych biletów okresowych wzrosła z 98,8 mln do 102,7 mln szt. Udział pozostałych typów biletów (m.in. bilety komunikacji miejskiej honorowane przez przewoźników samorządowych zgodnie ze współpracą zawartą z organizatorami publicznego transportu zbiorowego) stanowił

9,5%, czyli tyle samo, co rok wcześniej.