

Avsedd för
Trafikanalys

Dokumenttyp
Rapport

Datum
Juni, 2014

”BUSSEN I MARKNADSÖPPNINGEN” FÖRUTSÄTTNINGAR OCH HINDER FÖR KOMMERSIELL REGIONAL TRAFIK MED BUSS



“BUSSEN I MARKNADSÖPPNINGEN” FÖRUTSÄTTNINGAR OCH HINDER FÖR KOMMERSIELL REGIONAL TRAFIK MED BUSS

Revidering **2**
Datum **2014/06/03**
Utfört av **Martin Bodensten, Anders Ferdinandsson, Anna
Halvarsson**
Kontrollerad av **Anna Halvarsson**
Godkänd av **Anna Halvarsson**

SAMMANFATTNING

Den 1 jan 2012 trädde den nya lagen om kollektivtrafik i kraft i Sverige som möjliggjorde för bussföretag att bedriva kommersiell icke-upphandlad kollektivtrafik inom länsgränserna. Med anledning av Trafikanalys regeringsuppdrag att utvärdera effekterna av denna nya lagstiftning har myndigheten gett Ramböll Management Consulting (RMC) i uppdrag att studera marknadsöppningen. Studien syftar till att generera kunskap om vilka förutsättningar respektive problem och hinder som olika typer av bussföretag upplever kring att etablera kommersiell regional trafik med buss. I studien beskrivs också de eventuella hinder som bussföretag upplever kring att få till stånd avtal eller andra samarbeten med de nyupprättade regionala kollektivtrafikmyndigheterna (RKTm). Studien bygger på femton företagsintervjuer, nio expertintervjuer och en mindre registerstudie genomförd av Trafikanalys. I studien konstaterar RMC följande:

- Bussbranschen har sagt sitt och visat på att marknadsöppningen i sin nuvarande utformning inte har eller kommer att generera någon kommersiell regional trafik annat än på marginalen.
- Huvudförklaringen till att marknadsöppningen inte har genererat ny kommersiell regional trafik är:
 1. Bussföretagen varken kan eller upplever sig kunna konkurrera med den subventionerade upphandlade trafiken på sträckor som potentiellt skulle kunna bära sig kommersiellt, och
 2. bussföretagen inte ges möjlighet att ersätta upphandlad trafik med kommersiell trafik på sträckor som potentiellt skulle bära sig på kommersiella grunder.
- För att förstå förklaringen måste bussföretagens förutsättningar ses mot bakgrund av hur de regionala kollektivtrafikmyndigheterna (RKTm) förhåller och väljer att förhålla sig till marknadsöppningen.
- Därutöver begränsas bussföretagens möjligheter att etablera sig kommersiellt av ett antal faktorer. Dessa faktorer hänger huvudsakligen samman med att bussföretag som vill agera på kommersiella grunder inte får eller upplever sig få tillgång till den offentligt finansierade fysiska och digitala infrastrukturen på samma villkor som den upphandlade trafiken. Tillgången till de befintliga regionala lösningarna kring biljettsystemen lyfts som den viktigaste av dessa faktorer. Möjligheten att ingå i befintliga reseplanerare, samt få tillgång till terminaler och hållplatser på lika villkor lyfts också som betydande, om än inte avgörande faktorer.

Studien pekar sammantaget på att bussföretagens förutsättningar för att köra kommersiellt på enskilda sträckor inom ett befintligt regionalt kollektivtrafiksystem är mycket begränsade. Utifrån denna övergripande slutsats rekommenderar RMC följande fokus för det fortsatta arbetet att följa upp marknadsöppningen:

- Undersök närmare de faktorer som utgör de största hindren för en ökad kommersialisering av regional kollektivtrafik med buss. Börja med de hinder som sannolikt är enklast och medför minst omfattande ingrepp i systemet. Dessa hinder utgörs av lika tillgång till fysisk och digital infrastruktur, samt ökad tidsgräns för att avsluta kommersiell regional trafik.
- Undersök närmare hur möjliga bryggformer mellan kommersiell trafik och upphandlad trafik i form av incitament - eller tjänstekoncessionsavtal skulle kunna se ut rent praktiskt.
- Undersök närmare de regionala kollektivtrafikmyndigheternas agerande och drivkrafter för agerande i förhållande till marknadsöppningen.
- Genomför en samhällsekonomisk analys i ett antal fallstudier för att visa på möjliga kostnader och vinster för samhället om upphandlad subventionerad trafik ersätts av kommersiell.
- Utgå från den analytiska distinktion som görs i denna studie mellan kommersiell regional trafik som potentiellt kompletterar respektive ersätter upphandlad trafik i det fortsatta uppföljningsarbetet.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	Inledning	1
2.	Marknadsöppningens möjligheter för bussföretagen	5
3.	Företagens drivkrafter, inställning och agerande i förhållande till marknadsöppningen	8
4.	Faktorer som påverkar företagens möjligheter att agera regionalt på kommersiella grunder	11
5.	Faktorernas betydelse för olika typer av företag	17
6.	Företagens förslag på åtgärder	19
7.	Företagens möjligheter att ingå avtal eller andra samarbeten med RKTМ	21
8.	Slutsatser och rekommendationer	24

BILAGOR

Bilaga 1 - Den svenska bussbranschen och bussflottan

1. INLEDNING

1.1 En bussbransch med betydande utmaningar

Tio procent av befolkningen mellan 18-64 år reser med buss under en typisk dag¹, det motsvarar ungefär 872 000 personer och gör buss till det idag särklass vanligaste kollektiva färdmedlet i Sverige. Ungefär fyra av fem km av Sveriges samlade kollektivtrafik körs med buss. Det stora flertalet av dessa km körs av någon av bussbranschens stora aktörer (se bilaga 1) som dominerar den svenska marknaden idag.

Av tradition är den svenska kollektivtrafiken med buss reglerad. I dagsläget utgörs busstrafiken till nästan uteslutande del av regionalt eller lokalt upphandlad kollektivtrafik. Den långväga kollektivtrafiken med buss som bedrivs kommersiellt över regiongränserna, vanligen benämnd expressbusstrafik, står för ungefär tre procent av det totala resandet. Den kommersiella kollektivtrafiken med buss som bedrivs regionalt eller kommunalt och som är föremål för denna studie utgör en försvinnande liten andel av det totala resandet.

Sett till hela den offentligt subventionerade busstrafiken ligger den samlade subventionsgraden på ca 50 procent². Trots de höga offentliga subventionsnivåerna kunde tillståndet för den svenska bussbranschen vara betydligt bättre. Branschen präglas idag av stora lönsamhetsproblem. De offentliga upphandlingarna, särskilt de geografiskt och trafikvolymmässigt större avtalen, präglas av stor prispress³.

Kostnaderna för den svenska kollektivtrafiken har också ökat stadigt sen år 2000. Enligt Trafikanalys⁴ har kostnaderna ökat med 72 procent medan intäkterna från verksamheterna bara har ökat med 46 procent. De offentliga subventionerna till kollektivtrafiken har sammantaget ökat för varje år sen 2000.

Av statistiken är det också tydligt att det har blivit dyrare att bedriva kollektivtrafik. Enligt SKL har de regionala kollektivtrafikmyndigheternas (tidigare trafikhuvudmännens) trafikeringarkostnader för busstrafik ökat med 5,1 miljarder kronor, eller med i genomsnitt 6,5 procent per år, under perioden 2007–2012⁵.

1.2 En ny kollektivtrafiklag

I detta sammanhang trädde den 1 jan 2012 den nya lagen (2010:1065) om kollektivtrafik (prop. 2009/10:200) i kraft. Den nya lagen innebar att RKTMs (tidigare trafikhuvudmännens) ensamrätt att bedriva kollektivtrafik inom länen togs bort. Det gjorde det exempelvis möjligt för expressbussaktörer som tidigare bedrivit expressbustrafik mellan län att också låta resenärer kliva på och av bussarna inom ett län. Det gjorde det också möjligt för andra bussföretag att starta upp en kollektivtrafiklinje inom ett läns gränser. Denna förändring innebär därmed en så kallad marknadsöppning. Det övergripande syftet med denna marknadsöppning är att fler operatörer ska komma in på marknaden, skapa dynamik, erbjuda nya slags tjänster, öka utbudet och leda till att resenärerna gagnas i form av ett större och mer diversifierat utbud⁶.

Genom marknadsöppningen återstår numera få formella eller legala begränsningar kring den regionala kommersiella kollektivtrafiken med buss. Utöver trafikillståndet från Transportstyrelsen, som kostar 3 200 kronor, måste bussföretag som vill bedriva kommersiell regional trafik anmäla detta till de regionala kollektivtrafikmyndigheterna 21 dagar i förväg. Omvänt måste bussföretaget anmäla 21 dagar i förväg innan de kan lägga ner en etablerad kommersiell linje.

¹ Trafikanalys resvaneundersökning 2011-2013 (uppgiften gäller för åren 2011-2013 sammanslaget).

² Trafikanalys 2013:20, "Lokal och regional kollektivtrafik 2012".

³ Svenska Bussbranschens Riksförbund, 2013. "En utvecklingskraftig bussbransch. Förutsättningen för fördubblad kollektivtrafik".

⁴ Trafikanalys 2013:20, "Lokal och regional kollektivtrafik 2012".

⁵ SKL: "Vad förklarar kollektivtrafikens snabba kostnadsökning?"

⁶ Trafikanalys Rapport 2011:9, "Utvärdering av marknadsöppningar i kollektivtrafiken".

Två och ett halvt år efter att den nya kollektivtrafiklagen trädde i kraft kan det konstateras att få nya kollektiva busslinjer drivs på kommersiella grunder och att flertalet av de försök till kommersiell trafik som gjorts har avslutats⁷. I dagsläget är det ett mycket begränsat antal bussföretag som kör trafik på kommersiell basis, dvs. utan subventioner, som en följd av marknadsöppningen⁸. Den kommersiella trafik som bedrivs gör det nästan uteslutande på långväga expresstrafik, där konkurrens från alternativ i form av offentligt subventionerad busstrafik saknas.

Huvudförklaringen till det svaga intresset bland bussbranschens aktörer för att etablera och driva nya kommersiella busslinjer verkar vara enkelt: de sträckor som har kommersiell potential körs redan inom ramen för den offentligt subventionerade kollektivtrafiken. Trafikanalys kan exempelvis konstatera att: "Av naturliga skäl finns ytterst lite intresse hos kommersiella operatörer att erbjuda trafik på rent kommersiell basis, då den allra största delen av kollektivtrafik av intresse redan körs utifrån kontrakt, där i genomsnitt 50 procent av kostnaden täcks med skattemedel."⁹.

1.3 En studie med fokus på bussföretagens erfarenheter

Med anledning av Trafikanalys regeringsuppdrag att utvärdera effekterna av öppnandet av marknaden för kommersiell persontrafik och den nya lagstiftningen på kollektivtrafikområdet har myndigheten gett Ramböll Management Consulting (RMC) i uppdrag att genomföra en studie om hur förutsättningarna för kommersiell regional trafik med buss ser ut. Studien har som syfte att generera kunskap om vilka förutsättningar respektive problem och hinder som olika typer av bussföretag upplever kring att etablera kommersiell regional trafik med buss. I tillägg till detta syfte har uppdraget även som ambition att belysa eventuella hinder som bussföretag upplever kring att få till stånd avtal eller andra samarbeten med regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKTM).

Uppdraget inleddes med att RMC genomförde intervjuer med nio företrädare för bussbranschen med olika typer av expertis. Dessa intervjuer syftade till att:

- Förbättra vår förståelse för studiens frågeställningar
- Se om och hur olika typer av aktörer med olika ingångar till frågeställningarna och olika expertis resonerar olika
- Generera hypoteser kring vilka faktorer som kan förväntas påverka företagen i sina ageranden i förhållande till marknadsöppningen

I tabell 1 nedan redogör vi för vilka personer som intervjuades. I bilaga 2 återfinns den intervjuguide som låg till grund för intervjuerna. Intervjuguiden skickades ut till intervjupersonerna inför intervjuerna.

Tabell 1 Intervjuade experter i studien

Intervjuperson	Organisation	Roll
Anna Grönlund	Transportgruppen - Sveriges Bussföretag	Branschchef, vice vd Sveriges Bussföretag
Bengt Stålnér	Sweco	Konsult
Göran Hallén	Transportgruppen - Sveriges Bussföretag	Omvärldsanalytiker och branschpolitisk utredare
Håkan Bergqvist	Kollektivtrafikens avtalskommitté	Ordförande
Lars Annerberg	Transportgruppen - Sveriges Bussföretag	Upphandlad linjetrafik inkl skolskjuts

⁷ Trafikanalys statistik 2013:24, "Kommersiell linjetrafik på väg 2012"; RMC; SKL: http://www.skl.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=121a9040-c813-4489-8578-d75e905c307c&FileName=F%C3%A5tal+nya+busslinjer+startade+p%C3%A5+kommersiella+villkor.pdf

⁸ Trafikanalys Rapport 2013:13, "Utvärdering av marknadsöppningar i kollektivtrafiken".

⁹ Ibid.

Linnéa Lundström	Regeringskansliet – Näringsdepartementet	Departementssekreterare
Mikael Persson	Transportgruppen - Sveriges Bussföretag	Kommersiell linjetrafik samt turist- och beställningstrafik
Tom Olsson	Nobina	Business Development Manager
Ulf Andersson	Regeringskansliet – Näringsdepartementet	Kansliråd

Efter att de inledande expertintervjuerna genomförts stämde RMC av tentativa slutsatser med Trafikanalys. Trafikanalys fick komma med inspel på de hypoteser kring viktiga faktorer för företagen som RMC identifierat. Trafikanalys kom också med inspel till den intervjuguide som utarbetades som stöd för påföljande intervjuer med bussföretagen. Denna intervjuguide återfinns i bilaga 3.

Efter den inledande fasen i studien genomförde RMC 15 intervjuer med representanter för 14 svenska bussföretag. Urvalet av bussföretag gjordes i samråd med Trafikanalys och företrädare för förbundet Sveriges Bussföretag för att säkerställa en bredd i urvalet med avseende på storlek på företag, var i landet som verksamheten huvudsakligen bedrivs, samt vilken typ av busstrafik som företaget kör. För att ta tillvara på de erfarenheter som gjorts kring marknadsöppningen har intervjuer med representanter från företag som bedriver eller har bedrivit kommersiell trafik prioriterats. Studien gör med utgångspunkt i urvalsmetodiken inga anspråk på representativitet. Tabellen nedan visar hur bussföretagen fördelar sig på storlek och vilken typ av trafik som företaget har erfarenhet av att bedriva.

Tabell 2 Intervjuade bussföretag fördelat på storlek och typ av trafik som företaget har erfarenhet av att bedriva

Företag	Antal bussar	Erfarenhet av upphandlad inomregional busstrafik	Erfarenhet av långväga kommersiell busstrafik	Erfarenhet av inomregional kommersiell busstrafik
1	1-9	X		
2	1-9	X		
3	1-9		X	
4	1-9	X	X	X
5	1-9	X		
6	10-19	X		
7	10-19		X	
8	20-49	X		
9	20-49	X	X	
10	20-49	X		
11	100 -	X	X	
12	100 -	X	X	
13	100-	X	X	X
14	100-	X	X	X

Parallellt med studien har Trafikanalys även genomfört en mindre registerbaserad studie i syfte att kartlägga verksamma företag inom bussbranschen. Denna delstudie bygger på uppgifter från Transportstyrelsens Vägtrafikregister och har bilagts i bilaga 1.

1.4 Definitioner av kommersiell regional trafik med buss

Syftet med denna studie är att undersöka konsekvenserna av den marknadsöppning som den nya lagen om kollektivtrafik möjliggjorde för bussföretag att bedriva kommersiell trafik lokalt och regionalt, dvs. inom ett läns gränser. För att i studien skilja på de olika typerna av kommersiell busstrafik tillämpas följande förenklade arbetsdefinitioner:

- *Kommersiell regional trafik* avser den kollektivtrafik med buss som bedrivs lokalt eller regionalt inom ett läns gränser och som möjliggjordes genom marknadsöppningen
- *Kommersiell långväga trafik* avser den kollektivtrafik med buss som bedrivs mellan olika län, dvs. den kollektivtrafik som var tillåten även innan marknadsöppningen
- *Kommersiell trafik* avser båda dessa typer av kollektivtrafik med buss

1.5 Disposition

Rapporten inleds i kapitel två med en introduktion till hur fenomenet regional kommersiell kollektivtrafiken med buss kan förstås analytiskt. Kapitlet redogör också för vilka grundläggande förutsättningar som finns på plats för denna typ av trafik i dagsläget. I kapitel tre beskrivs hur Sveriges bussföretag ser på och valt att förhålla sig till marknadsintroduktionen. Kapitlet bygger på de intervjuer som har genomförts med representanter från företagen. I kapitel fyra presenteras de hinder och utmaningar som framkommit i studien kopplat till kommersiell regional etablering, följt av en redogörelse för hur olika typer av aktörer resonerar kring dessa faktorer i kapitel fem. Kapitel sex innehåller de åtgärdsförslag som företagen har valt att lyfta fram i samband med studien. I kapitel sju presenteras översiktligt resultaten kopplade till studiens andra syfte, att undersöka möjligheter och hindren kring att ingå avtal eller andra samarbeten med RKTm. I rapportens avslutande åttonde kapitel redogörs för de slutsatser som RMC drar från studien, samt RMC:s rekommendationer för det fortsatta arbetet med att följa marknadsöppningen.

2. MARKNADSÖPPNINGENS MÖJLIGHETER FÖR BUSSFÖRETAGEN

Detta kapitel syftar till att ge en introduktion till hur fenomenet kommersiell regional kollektivtrafik med buss kan förstås analytiskt. Kapitlet syftar också till att redogöra för vilka grundläggande förutsättningar som finns på plats för denna typ av trafik i dagsläget. Tanken bakom denna introduktion är att göra det lättare för läsaren att förstå mot vilken bakgrund som senare resonemang i rapporten förs. Även om kapitlet är en introduktion som i allt väsentligt lägger grunden baseras kapitlet på den förståelse som RMC utvecklat för ämnet genom intervjuerna med experter, företagrepresentanter och dokumentstudier.

2.1 Både efterfrågan och utbud av alternativtrafik styr förutsättningarna för etablering av kommersiell regional trafik

En förutsättning för att kommersiell regional trafik ska bära sig ekonomiskt är att de potentiella kunderna, dvs. de tilltänkta passagerarna, är beredda att betala – och minst täcka de samlade kostnaderna – för den körda bussträckan. För att detta ska ske behöver två kriterier vara uppfyllda:

- **Efterfrågekriteriet** – Det finns ett tillräckligt stort resandeunderlag.
- **Konkurrenskriteriet** – Det saknas befintliga mer attraktiva – kollektiva eller andra – alternativ för kundernas resande.

2.2 Kommersiell regional trafik är endast möjlig på sträckor med stort resandeunderlag

Eftersom Sverige är ett glesbefolkat land där de regionala skillnaderna är stora bor det i de flesta av länen för få människor för utspritt för att kollektivtrafiken ska kunna täcka sina kostnader och fungera på kommersiella grunder. Därmed är förutsättningarna för icke-subsventionerad kollektivtrafik begränsad till de sträckor med störst befintliga eller potentiella resandeströmmar. Dessa sträckor återfinns företrädesvis i storstäderna, mellan större tätorter och i delar av landet där det finns en tydlig turismprägel, exempelvis kuststäder och fjällområden.

2.3 Kommersiell regional trafik bär sig inte ekonomiskt på sträckor med befintlig trafikplikt

Givet att efterfrågekriteriet uppfylls för en sträcka behöver också konkurrenskriteriet uppfyllas. I denna studie pekar alla källor på att förutsättningarna för att etablera kommersiell trafik på sträckor som redan trafikeras inom ramen för den subsventionerade trafiken är i stort sett obefintliga. Eftersom trafikplikten redan är lagd utifrån det befintliga behovet av kollektivt resande kommer det potentiella passagerarunderlaget inte vara tillräckligt för flera parallella aktörer.

Idag finns det ungefär 100 unika bussföretag som har avtal med olika RKTMs fördelat på drygt 330 olika avtal¹⁰. Inom dessa avtal ligger den genomsnittliga offentliga subventionsnivån på runt 50 procent. Inom vissa avtal och på vissa sträckor är subventionsgraden betydligt högre, för andra betydligt lägre. Eftersom all typ av kollektivtrafik är beroende av att det finns en kritisk massa av passagerare för att den ska kunna bära sina kostnader är de offentliga subventionsnivåerna vanligtvis mindre i storstäder och storstadsregionerna där passagerarunderlaget är större. Detta jämfört med exempelvis upphandlad landsbygdstrafik där färre passagerare delar på samhällets kostnader för att operera trafiken och där subventionsgraden därmed i regel är högre.

I konkurrensen mot den redan etablerade upphandlade trafiken kan den kommersiella aktören inte matcha det offentligt subsventionerade alternativet, vare sig i pris för den enskilda resan, eller i det totala erbjudandet i form av annat resande, anslutningspunkter, frekvens etc.

¹⁰ Trafikanalys PM 2012:12, "Avtalen för den upphandlade kollektivtrafiken".

2.4 Marknadsöppningen möjliggör kommersiell regional trafik som ersätter och kompletterar

Givet att kommersiell trafik endast är möjlig på sträckor med tillräckligt stort resandeunderlag och att trafiken inte bär sig ekonomiskt på sträckor med befintlig trafikplikt, återstår två möjliga typer av kommersiell regional trafik:

1. den trafik som i någon utsträckning **ersätter** – eller tillåts ersätta – det befintliga utbudet av upphandlad kollektivtrafik; och
2. den trafik som **kompletterar** det befintliga utbudet av kollektivtrafik.

2.5 Befintlig trafikplikt begränsar möjligheterna att ersätta upphandlad trafik med kommersiell regional trafik

Den första typen av kommersiell regional trafik som kan bli aktuell – ersättningstrafiken – förutsätter att det offentliga tar ett steg tillbaka och ersätter trafikplikten på sträckor med kommersiella förutsättningar, med ett indirekt erbjudande till marknadens aktörer om att operera utan subventioner. Med kommersiella förutsättningar avses här ett tillräckligt resandeunderlag och utan konkurrens från subventionerad trafik.

Denna typ av trafik är beroende av att de regionala kollektivtrafikmyndigheterna skapar de nödvändiga förutsättningarna för att det ska kunna ske, dvs. tar ett steg tillbaka och ger privata aktörer en möjlighet att ersätta upphandlad trafik med kommersiell trafik.

I utredningen som föregick den nya kollektivtrafiklagen föreslogs en modell där de kommersiella aktörerna skulle ges en möjlighet att organisera den trafik som intresserade dem på kommersiella grunder.¹¹ Först därefter skulle det offentliga komplettera det kommersiella utbudet med trafik som saknade förutsättningar att bedrivas på kommersiella grunder.

I propositionen som föregick den nya kollektivtrafiklagen menar emellertid regeringen att ett sådant förfarande riskera att medföra "för stor osäkerhet om resenärerna kommer att ha tillgång till en tillfredsställande kollektivtrafikförsörjning".¹² Regeringen anser därför att de "regionala kollektivtrafikmyndigheterna även fortsättningsvis ska ha befogenhet att agera utan att först behöva avvakta initiativ från kommersiella kollektivtrafikföretag". RKTМ bör dock "föra en dialog med berörda företag om vad kommersiell regional trafik kan bidra med i kollektivtrafikförsörjningen innan myndigheten själva agerar med allmän trafikplikt och avtal"¹³. Vidare fastläggs att beslut om allmän trafikplikt ska leda till avtal (upphandling) och att RKTМ inte ska lägga "passiva" beslut om allmän trafikplikt över områden.¹⁴ I den nya lagen om kollektivtrafik (2010:1065) uttrycks inte heller närmare om eller hur RKTМ bör prioritera den kommersiella kollektivtrafiken i relation till fastställandet av den allmänna trafikplikten.

I praktiken tyder mycket på att det omvända förfarandet från det som föreslagits i utredningen har skett, dvs. att möjligheterna att etablera kommersiell trafik har funnits först efter att trafikplikten har fastställts. Det har hittills varit svårt att hitta bedömningar om vilken trafik som kan utföras på kommersiella grunder bland besluten i trafikförsörjningsprogrammen. I samrådsförfarandena har konstaterats att det saknas intresse bland aktörerna av att bedriva kommersiell trafik¹⁵.

¹¹ En ny kollektivtrafiklag (SOU 2009:39)

¹² Ny kollektivtrafiklag (Prop. 2009/10:200), s 40.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ny kollektivtrafiklag (Prop. 2009/10:200), s 69-70..

¹⁵ Trafikanalys Rapport 2013:13, "Utvärdering av marknadsöppningar i kollektivtrafiken".

2.6 Marknadsluckor i trafikförsörjningsprogrammen möjliggör på marginalen inslag av kompletterande kommersiell regional trafik

Den andra typen av kommersiell regional trafik som möjliggörs av marknadsöppningen är den kompletterande trafik som fram till dags dato också huvudsakligen har förekommit som en följd av marknadsluckor i trafikförsörjningsprogrammen. För att utnyttja denna möjlighet måste bussföretagen hitta potentiella resandeflöden som inte har uppmärksammats vid fastställandet av trafikplikten, antingen genom att identifiera en sträcka där:

1. det saknas trafikplikt och där det därmed saknas kollektiva resealternativ, men där reseunderlaget bedöms som tillräckligt stort för att kunna bära företagets kostnader och avkastningskrav; eller
2. det finns trafikplikt och ett kollektivt resealternativ, men där företaget bedömer att de kan konkurrera om reseunderlaget genom att erbjuda ett konkurrenskraftigt alternativ till den befintliga upphandlade kollektivtrafiken, exempelvis genom snabbare linjer och bättre komfort. Det finns exempel på bussföretag som erbjuder direkttrafik mellan två punkter med stora resandeflöden som också trafikeras av upphandlad kollektivtrafik med många mellanliggande hållplatser och/eller byte av fordon.

3. FÖRETAGENS DRIVKRAFTER, INSTÄLLNING OCH ÅGERANDE I FÖRHÅLLANDE TILL MARKNADSÖPPNINGEN

I detta kapitel ges en bild över hur Sveriges bussföretag ser på och valt att förhålla sig till marknadsöppningen. Kapitlet bygger på de intervjuer som har genomförts med representanter från företagen.

3.1 Försök till kommersiell trafik har gjorts där resandeunderlag har bedömts tillräckliga

Det finns flera exempel på företag som har undersökt möjligheterna att etablera och driva olika former av kommersiell regional trafik med buss. Även om denna studie inte syftar till att kartlägga dessa etableringar redogörs nedan för några exempel.

Det förmodligen mest kända exemplet där ett bussföretag har utnyttjat möjligheten att etablera kompletterande kommersiell regional trafik är den så kallade Nacka-Kista-linjen som genom direktbuss mellan Nacka och Kista i Stockholms län erbjuder arbetspendlare ett snabbare och mer komfortabelt alternativ till att resa med den offentliga subventionerade kollektivtrafiken. Därutöver är flygbusstrafiken sannolikt den mest utbredda formen av kommersiell trafik som bedrivs regionalt.

Det finns även exempel på kommersiell regional trafik som har etablerats på sträckor som tidigare har trafikerats genom subventionerad trafik. Ett exempel på en sådan linje är den så kallade Årependeln som under en tid ersatte tidigare upphandlad trafik mellan Östersund och Åre i Jämtlands län. Den kommersiellt drivna Årependeln lades ner den tionde juni 2014 som en följd av att subventionerad trafik återigen etablerades på sträckan.

Ett annat exempel på en kommersiell linje som har etablerats och lagts ner är den s.k. Djurgårdsbussen i Stockholm som i nästan två års tid har trafikerat sträckan Cityterminalen-Djurgården i Stockholm. Erfarenheter från busslinjen visar på svårigheterna att operera kommersiellt inom ett etablerat kollektivtrafiksystem och parallellt med offentligt subventionerad och konkurrerande kollektivtrafik. Huvudskälet var att det inte gick att få ekonomi i linjen i konkurrens med kommersiella aktörer med turister som målgrupp. Det gick heller inte att nå ut med information om linjen genom SL:s reseplanerare och informationssystem¹⁶.

Efter att denna studie avslutades fick RMC kännedom om att Sörmlands Kollektivtrafikmyndighet beslutade om att inte belägga sträckan Trosa-Liljeholmen – den s.k. Trosabussen – med allmän trafikplikt. Beslutet fattades efter att RKTМ påbörjat en trafikpliktsutredning. Under perioden fram till direktionmötet för beslut om trafikplikt kontaktade Åkerbergs buss myndigheten och redovisade en avsikt att fortsätta den befintliga trafiken på kommersiella grunder utan offentlig ersättning. Det förslag på utbud och omfattning som Åkerbergs buss aviserade ansågs av RKTМ som tillfredsställande. Myndigheten beslöt sig därför för att inte belägga sträckan med trafikplikt. Detta är det enda fall som RMC kommit i kontakt med där trafikplikt ej har belagts på en sträcka av hänsyn till att ett bussföretag vill köra sträckan på kommersiella grunder.

3.2 Företagen ser möjligheterna för kommersiell etablering som starkt begränsade

Bilden av hur bussbranschen ser på möjligheterna att etablera kommersiell regional trafik med buss är inte entydig. Synen på hur begränsande förutsättningarna är varierar mellan företagen. Bland mindre – och i viss utsträckning medelstora – företag ses förutsättningarna ofta som obefintliga. Ett litet företag som idag kör beställningstrafik uttrycker det exempelvis så här:

”Så länge det finns subventionering på annan kollektivtrafik kommer vi inte ens överväga att köra något annat”

¹⁶ Se: <http://www.bussmagasinet.se/2014/03/slutkort-for-djurgardsbussen-annu-en-kommersiell-busslinje-forsvinner/>

Bland de större – men också medelstora – företagen ses den inomregionala kommersiella trafiken som möjlig och värd att undersöka. Sammantaget framträder tre typer av inställningar hos bussföretagen:

- De företag som med intresse har följt marknadsöppningen men som i dagsläget ser förutsättningarna som begränsade;
- de företag som är medvetna om marknadsöppningen men som av lönsamhetsskäl inte har bedömt den kommersiella trafiken som intressant; samt
- de företag som inte har intresserat sig för frågan alls.

Ett genomgående mönster är att desto större företag, desto mer drivande har företaget varit i att undersöka möjligheterna att starta kommersiella linjer. Ett större bussföretag uppger att de har kunnat urskilja totalt elva sträckor som kommersiellt möjliga. Tre av sträckorna bedömer de vara möjliga att köra kommersiellt redan idag som komplement till den upphandlande trafiken. De åtta resterande sträckorna ser företaget inte som ekonomiskt bärkraftiga i dagsläget givet konkurrens från trafikplikten. Ett annat stort bussföretag menar att de har tittat på ett flertal möjliga sträckor för att etablera kommersiella linjer, men endast funnit ”ytterst få som kan ha en bärighet”.

Inställningen till möjligheten etablera kommersiella linjer är generellt mer positiv bland företag som bedriver eller har bedrivit kommersiell regional trafik jämfört med de företag som saknar dessa erfarenheter.

Sammantaget är det emellertid en mycket pessimistisk bild som framträder i företagsintervjuerna kring marknadsöppningen. Givet att det offentliga upprätthåller befintligt utbud av kollektivtrafik till befintliga subventionsnivåer ses förutsättningarna för kommersiell etablering som mycket svaga av branschen. Samtliga företag ser i dagsläget betydande marknadshinder för att etablera kollektivtrafik med buss på kommersiella grunder. Dessa hinder redogörs för i kapitel fyra.

3.3 Sex huvudsakliga motiv för etablering av kommersiell regional trafik

Vilka motiv har då bussföretagen haft för att etablera kommersiell regional trafik med buss i dagsläget, givet de befintliga utmaningarna kring att få lönsamhet på linjerna? I studien framträder sex huvudsakliga skäl till varför företagen har sett det som intressant. Samtliga dessa motiv hänger samman med att företagen ser en potential i marknadsöppningen på längre sikt och att de är öppna för att utforska möjligheterna.

1. **Lönsamhetspotential** – Det viktigaste och främsta motivet bakom att företagen intresserar sig för marknadsöppningen är att de ser en potential till högre avkastning på den kommersiella trafiken än inom den upphandlade trafiken. Mot bakgrund av de låga lönsamhetsnivåerna och den generella prispressen inom den upphandlade trafiken ses marknadsöppningen som en möjlig delösning för en mer välmående bransch på sikt.
2. **Marknadsförsprång** – Givet den lönsamhetsmässiga potentialen inom den kommersiella trafiken handlar det för bussföretagen om att säkerställa ett så bra utgångsläge som möjligt relativt konkurrenterna. Förenklat innebär det att det bussföretag som redan finns etablerad på en sträcka sannolikt också kommer att vara den aktör som har bäst förutsättningar att lyckas bli kommersiellt dominerande på sträckan om trafikplikten upphävs. I företagsekonomiska termer brukar det refereras till ett så kallat ”First mover advantage”.
3. **Trovärdighet** – För att RKTU ska våga upphäva trafikplikten på en sträcka lyfter företaget betydelsen av att de sänder signaler om trovärdighet, seriositet och långsiktighet.

het till RKTМ. För att RKTМ ska våga ta steget att inte lägga trafikplikt på en sträcka ser bussföretagen att RKTМ behöver förvissa sig om att kommersiella aktörer tar ett samhällsansvar och inte bara lämnar sina åtaganden om det inte går att få lönsamhet på sträckan under en period. Därför motiverar vissa bussföretag idag sin i många fall mindre lönsamma kommersiella trafik med värdet av att signalera till RKTМ att företaget är seriöst och uthålligt med sitt åtagande. Att bedriva och fortsätta bedriva kommersiell trafik trots sviktande lönsamhet kan därför vara motiverat ur ett företagsperspektiv av hänsyn till att företagets förtroendekapital stärks.

4. **Diversifiering** – Flera företagsrepresentanter menar att de bussföretag som har en mix av trafik (exempelvis beställningstrafik, upphandlad trafik och expresstrafik) presterar bättre. Genom att på så sätt diversifiera verksamheten blir företaget mindre sårbart för snabba marknadsförändringar, exempelvis en förlorad upphandling.
5. **Produktutveckling** – Genom att fokusera på uppgiften att erbjuda persontransporter mellan viktiga punkter så snabbt och till så hög komfort som möjligt kan bussföretagen utveckla och förbättra sitt befintliga utbud av produkter och tjänster. Kraftigt förbättrade möjligheter för arbetspendling genom tillgång till wifi, mer arbetsutrymme och en sammanhållande resa är exempel på hur den kommersiella trafiken kan bidra till att utveckla standarden inom branschen som på sikt kan bidra till att omforma även andra delar av kollektivtrafiken. Denna produktutveckling är företagen på sikt beroende av för sin konkurrenskraft. Den kommersiella trafiken kan i det avseendet utgöra en intressant och möjligtvis viktigt experimentverkstad.
6. **Kompetensutveckling** – Den svenska kollektivtrafiken har av tradition utförts utifrån produktionsavtal som fokuserar på att säkerställa en viss omfattning av ett kollektivtrafikutbud på en viss sträcka. Som en följd av detta har det inte funnits något behov bland bussföretagen – undantaget företag som bedrivit expresstrafik – att arbeta med eller ha kompetens för att verka på en kommersiell marknad. I takt med ett successivt ökat inslag av incitament inom den upphandlade trafiken håller detta i viss utsträckning på att förändras. Passageraren håller i viss, om än i fortsatt begränsad utsträckning, på att ta över rollen som bussföretagets primära kund från den upphandlande aktören. Tydligast sker detta inom den renodlat kommersiella trafiken. Bussföretagen ser därför marknadsöppningen som en möjlighet att stärka och bygga upp företagets kompetens och kapacitet att arbeta med frågor som rör marknadsföring, varumärkesbyggande, kundbemötande etc. Företagen är helt enkelt intresserade av att testa och utvärdera hur det är att bedriva kommersiella linjer och genom det kunna dra lärdomar inför att etablera fler kommersiella linjer.

4. FAKTORER SOM PÅVERKAR FÖRETAGENS MÖJLIGHETER ATT AGERA REGIONALT PÅ KOMMERSELLA GRUNDER

Med avstamp i genomgången ovan av grundförutsättningarna för kommersiell regional trafik med buss i Sverige och i genomgången av företagens drivkrafter, inställning och agerande fokuserar detta kapitel på studiens huvudsakliga syfte: att ge en samlad bild över de hinder och utmaningar som finns och upplevs finnas av bussbranschens företag kring att etablera kommersiell regional trafik. I detta kapitel försöker vi reda ut vilka faktorer som påverkar företagen. De faktorer som presenteras nedan är i många fall åtskilda i ett försök att skapa analytisk klarhet och göra det möjligt att studera och värdera dem var för sig. I verkligheten hänger faktorerna ofta intimt samman med varandra där de utgör eller delar orsaker och följder.

Det är viktigt att lyfta fram skillnaden mellan den upplevda betydelsen av ett hinder, så som det kan beskrivas av ett bussföretag, och betydelsen av ett hinder, så som det kan framstå som ett resultat av en mer en samlad analys. Ett flertal av de hinder som har identifierats i studien är konkreta i bemärkelsen att de redan i dag i olika utsträckning, och delvis för olika typer av aktörer, utgör och upplevs utgöra hinder för kommersiell etablering. Därutöver finns det hinder eller faktorer som behöver ses i ett samlat och systemiskt grepp utifrån hur kollektivtrafiken är organiserad i Sverige. Dessa faktorer förutsätter också hypotetiska eller kontrafaktiska resonemang av karaktären: skulle det vara möjligt att på kommersiella grunder köra en sträcka givet att trafikplikt inte lades på den specifika sträckan och att utbudet av angränsande kollektivtrafik är konstant? I verkligheten fungerar dessa typer av resonemang bara i teorin då alla sträckor är beroende av hela bilden av alternativa färdmedel och ingår som integrerade delar i ett transportsystem.

Från denna utgångspunkt presenteras nedan de hinder och utmaningar som framkommit i studien och som bedöms som mest relevanta för hur företagen resonerar kring kommersiell etablering. Samtliga faktorer har som för all kommersiell verksamhet en direkt eller indirekt koppling till företagets potentiella lönsamhet.

Kapitlet bygger huvudsakligen på genomförda företagsintervjuer. Uppgifter eller åsikter som har uttryckts i expertintervjuerna har emellertid också varit betydelsefulla för att tydliggöra faktorernas roll och påverkan.

4.1 Subventioner – Regional kommersiell trafik kan inte konkurrera med subventionerade priser från upphandlad trafik

Det första faktorn som lyfts i detta kapitel är också den faktor som flest företagsrepresentanter väljer att lyfta fram först. När den upphandlande kollektivtrafiken subventioneras med i genomsnitt 50 procent ser bussföretagen inte att de kan konkurrera på sträckor som redan körs inom ramen för den upphandlade trafiken. Mer specifikt upplever bussföretagen att de inte kan erbjuda konkurrenskraftiga priser i relation till den befintliga upphandlade trafiken. Subventionerna upplevs i de allra flesta företagsintervjuerna vara helt avgörande för förutsättningarna att etablera kommersiell regional trafik.

4.2 Trafikplikten – Regional kommersiell trafik ges inte möjlighet att ersätta upphandlad trafik på kommersiellt bärkraftiga sträckor

Eftersom bussföretagen inte ser det som möjligt att etablera kommersiell regional trafik på sträckor där det redan körs upphandlad subventionerad trafik återstår möjligheten att ersätta den upphandlade trafiken med kommersiell regional trafik på aktuella sträckor. För att detta ska kunna ske behöver RKTU upphäva den allmänna trafikplikten på sträckan. Detta utgör den andra mest begränsande faktorn för bussföretagen.

Det är närmast att betrakta som en allmänt utbredd sanning bland de företag som har intervjuats för studien att det befintliga utbudet av subventionerad kollektivtrafik utgör det största underliggande strukturella hindret för kommersiell etablering. Om de kommersiella aktörerna inte ges möjlighet att konkurrera om trafik utan offentligt subventionerade alternativ närvarande kommer bussföretagen helt enkelt inte att etablera ny trafik.

Av denna anledning kan RKTMs nuvarande och utbredda agerande ses som en helt central begränsande faktor för företagens möjlighet att kunna etablera kommersiell ersättningstrafik. Förutsättningarna för att ersätta upphandlad trafik med kommersiell trafik är intimt sammankopplad med trafikplikten och de trafikförsörjningsprogram som RKTM ansvarar för. Denna faktor är också central i många av företagsintervjuerna, och då särskilt med representanter från de stora och medelstora företagen. Dessa företag beskriver att den offentligt subventionerade trafiken omöjliggör kommersiell etablering i dagsläget; om RKTM inte låter attraktiva sträckor undantas trafikplikten till förmån för kommersiell etablering saknas grundförutsättningarna för kommersiell lönsamhet. Samtliga företagsrepresentanter med kännedom om marknadsöppningen lyfter detta som centralt.

Att RKTM än så länge inte på allvar upplevs ha gett kommersiella aktörer en möjlighet att ersätta upphandlad trafik har sannolikt flera och olika förklaringar. Baserat på intervjuerna i denna studie framkommer två huvudförklaringar.

Den första förklaringen handlar om att myndigheterna är nybildade och att det tar tid för den nya lagstiftningen att sätta avtryck. Detta gör att myndigheternas agerande präglas av en viss grad av osäkerhet, försiktighet och i viss utsträckning okunskap. Mer specifikt kan det exempelvis handla om:

- Otydlig arbetsuppdelning mellan RKTM och länstrafikbolag regionalt
- Utvecklade processer för samråd inför upphandling (SIU)¹⁷
- Etablerade vanor och traditioner i RKTMs organisationerna är starka; inslag av "business as usual"
- Brist på kunskap/kompetens kring villkor och förutsättningar för kommersiell trafik hos planerarna/upphandlarna
- Liten resursmässig kapacitet inom många RKTMs-organisationer, särskilt i mindre län

Den andra förklaringen handlar om att RKTM av olika anledningar helt enkelt inte är villiga att undersöka och agera på den nya möjligheten i lagstiftningen. Anledningarna till denna ovilja kan exempelvis bero på:

- Hänvisning till behovet av att säkerställa ett sammanhållande system för kollektivtrafiken
- Stora skillnader i politisk vilja och förhållningssätt till kommersiell trafik, beroende av såväl
 - Olika politiska majoriteter/ideologier
 - Olika regionala traditioner kring entreprenörskap

Ett litet företag som ingår i en större koncern och som kör all typ av trafik beskriver den politiska oviljan i sitt län så här:

Sen är det så att det är "borgarna" som har infört denna lag men här är det "sossarna" som styr. Då är det klart att det kommer lokalpolitiker in i bilden som säger "nej, så tycker vi inte att det ska fun-

¹⁷ Se vidare för mer information: http://www.svensskollektivtrafik.se/Global/fordubbling.se/dokument/ny_Avtalsprocessen.pdf

gera". Då hamnar vi ett läge där det blir en osäkerhet. Vi vet inte hur de [politikerna, red. anm.] kommer att bete sig.

4.3 21-dagarsregeln – Riskerna för att stå utan kollektivtrafik på samhällsviktiga sträckor efter 21 dagars uppsägningstid gör RKTМ ovilliga att prova kommersiella alternativ

Det bussföretag som vill bedriva kommersiell regional trafik på en sträcka måste anmäla detta till RKTМ 21 dagar i förväg. Omvänt måste bussföretaget också anmäla 21 dagar i förväg innan de kan lägga ner en etablerad kommersiell linje. För företagen innebär denna relativt korta uppsägningstid en möjlig väg ut från en felaktig investering. Teoretiskt sett sänker därmed 21-dagarsregeln affärsriskerna och de potentiella trösklarna för marknadsinträde för de bussföretag som överväger att starta en linje samtidigt som det kan skapa osäkerhet hos RKTМ och resenärerna kring förutsägbarhet och kontinuitet i utbudet.

I intervjuerna pekar ett flertal företag på att betydelsen av de låga trösklarna för utträde är oklar. Att starta upp en kommersiell busslinje är i sig ett långsiktigt åtagande som kräver uthållighet och betydande investeringar i fordon, personal, marknadsföring, varumärkesbyggande etc. I det sammanhanget är den avtalsmässiga längden på utträdet med RKTМ av mindre betydelse i praktiken. Flera företagsrepresentanter – företräddesvis från de stora bussföretagen – menar vidare att företagen är beroende av en välfungerande relation till RKTМ. De ser det därför inte som troligt att 21-dagarsregeln har alltför stor betydelse för dem i praktiken och bör inte ha det heller för RKTМ.

I och med det är sannolikt den mest betydande konsekvensen av 21-dagarsregeln att RKTМ inte vågar släppa fram kommersiell ersättningstrafik med risk för att stå utan trafik på en linje utan möjlighet att ersätta den, vare sig på 3 veckors varsel eller till en rimlig samhällsekonomisk kostnad. Flera företagsrepresentanter lyfter fram att konsekvensen blir att RKTМ därmed ser det som för riskfyllt att undanta en viktig kollektivtrafiksträcka från trafikplikt.

En farhåga är därför att 21-dagarsregeln skapa en moment 22-situation där ett bussföretag inte kan etablera kommersiell trafik parallellt med den upphandlade trafiken, men där RKTМ inte heller vågar dra tillbaka den upphandlade trafiken med risk för att det ska visa sig att den kommersiella trafiken inte bär sig lönsamhetsmässigt med försämrade service till resenärerna som följd.

4.4 Biljettsamverkan – Tillgång till biljettsystem på ojämlika villkor

Om olika kollektivtrafikutförare opererar vid sidan av varandra med olika typer av biljetter och biljettsystem som inte är kompatibla med varandra riskerar det att göra det kollektiva resandet mindre attraktivt i sin helhet. Det riskerar också att skapa en kraftig konkurrensnackdel för den aktör som är mindre etablerad, exempelvis genom att den erbjuder ett sämre samlat erbjudande till kunden eller färre anslutningspunkter för resande på samma biljett. Trafikanalys har exempelvis i simuleringsstudier sett att kommersiell trafik inte går att få lönsam om inte operatörerna får delta i biljettsamverkan det vill säga att befintliga biljetter/biljettsystem går att använda även inom den kommersiella trafiken.¹⁸

Problemet lyfts som särskilt stort av företag i de tre storstadsregionerna där användandet av månadskort är utbrett. I exempelvis Stockholmsområdet ses biljettsamarbete som en förutsättning för att kommersiell regional trafik ska kunna konkurrera med det stora utbudet av sammanhållen upphandlad kollektivtrafik inom ramen för länstrafiken. För den kommersiella linjen Nacka-Kista-linjen lyfts möjligheten att kunna delta i biljettsamverkan med Stockholms länstrafik som en nyckelfaktor för att göra linjen mer attraktiv för resenärer. Företaget som driver linjen menar att det inte finns några tekniska begränsningar för kommersiella aktörer att ingå i de digitala system som redan finns på plats för länstrafiken.

¹⁸ Trafikanalys Rapport 2013:13.

Problematiken kring att få ingå i de befintliga biljettsystemen lyfts också i andra delar av landet. Ett medelstort företag som kör all typ av trafik beskriver problematiken så här:

"Innan nya lagen trädde ikraft körde vi kommersiell trafik mellan Å-stad och Stockholm. Då hade vi avtal med länstrafikbolagen i Å-län och Ö-län om att vi använder deras biljettsystem och deras hållplatser. Men efter att den nya lagen har trätt ikraft så törs de inte längre låta oss göra detta av rädsla för att de då skulle gynna en enskild aktör. Då riskerar de att behöva gå ut till andra och tillhandhålla detta, annars bryter de mot konkurrensdelen, och då går för mycket tid åt att lägga in all information i systemen. Så nu kör vi helt utan koppling till samhällstrafiken. Bussarna går där fortfarande men vi kan inte ta övergångar från de turer som finns. Det har blivit en rak försämring. Vi har tappat mycket resenärer på grund av detta."

4.5 Reseplanerare – Tillgång till informationssystem och reseplanerare på ojämlika villkor

Idag finns applikationer och informationskällor som exempelvis "reserobot.se", som länkar samman olika reseinformationssystem, och gör dem gemensamt sökbara för resenären. Användandet av dessa typer av reseplanerare är emellertid fortsatt begränsat nationellt sett. Kollektivtrafikresenärerna använder alltjämt huvudsakligen de regionala kollektivtrafikförvaltningarnas lösningar som "sl.se" eller "skanetraffiken.se" med tillhörande applikationer.

Det gör att förutsättningarna för de kommersiella bussföretagen att nå ut med information om sitt kollektivtrafikutbud är beroende av att deras sträckor tillåts ingå och synliggöras för resenärerna i RKTMs digitala tjänster eftersom det är dessa som används av resenärerna för att hitta information om möjliga färdmedel. Ett flertal företag lyfter svårigheter att få vara med i informationssystemen och därmed nå ut med information till potentiella resenärer som ett problemområde i dagsläget. Ett medelstort företag som kör all typ av trafik uttrycker sig så här:

"Den digitala infrastrukturen är också viktig. Du måste kunna finna alla leverantörer av resor i samma reseplanerare och också köpa biljett där. Den digitala delen kommer att få en allt större betydelse. Att förvänta sig en stor kommersiell parallell trafik det tror jag inte på."

4.6 Fysisk infrastruktur – Tillgång till hållplatser och terminaler på ojämlika villkor

Den fysiska infrastrukturen lyfts också fram som ett hinder för kommersiell etablering av flera företag. Det handlar om tillgång till infrastruktur, som exempelvis resecentraler och hållplatser, och under vilka premisser som företagen får tillgång till den. I vissa fall handlar det om att bussföretagen på ojämlika villkor får tillgång till resecentraler, och om de får tillgång till resecentralerna tillkommer avgifter. De ojämlika förutsättningarna att använda sig av den offentligt subventionerade resandefrastrukturen kan även gälla enskilda busshållplatser. Det leder till att bussföretagen får välja andra hållplatser för av- och påstigning vilket i sin tur leder till att det skapas trafiksystem som inte är sammanhållna och i slutändan gör det oattraktivt för kunden att välja de kommersiella alternativen. Ett medelstort företag som kör all typ av trafik beskriver det som:

"Att få tillgång till olika resecentralerna är jätteproblematisk. Det byggs jättebyggen till resecentraler som är svindyra och som ofta ägs av Jernhusen, kommuner eller tillsammans. För att få tillgång till dessa måste alla betala för att det ska vara schysst. För den subventionerade trafiken blir det bara skattepengar som byter ägare men för oss blir det reella summor som försvårar våra möjligheter att bedriva kommersiell verksamhet."

4.7 Kompetens - Kompetens kring att etablera och bedriva kommersiell trafik

Bussbranschen består av företag som av tradition har verkat på en starkt reglerad marknad. De primära kunderna har i huvudsak utgjorts av upphandlande myndighet. Det har också medfört att företagen – för att bli framgångsrika på denna marknad – har utvecklat kompetens för att framgångsrikt agera på denna marknad. Marknadsöppningen bygger på en annan mer passage- och konsumentorienterad logik snarare än en produktions- och upphandlingsorienterad logik.

Det gör att många företag har saknat eller fortsatt saknar kompetens inom företaget för att framgångsrikt etablera och bedriva kommersiell trafik utifrån den nya logiken. Det kan exempelvis handla om kompetens kring att marknadsföra nya linjer, bygga långsiktiga kundrelationer, kundbemötande, varumärkesbyggande etc.

Denna faktor framkom i flertalet expertintervjuer men lyftes generellt inte i företagsintervjuerna undantaget vad gäller ett par mindre aktörer. En möjlig förklaring till att faktorn inte belystes oftare kan ha att göra med att företagsrepresentanterna själva kan ha svårt att värdera vad de vet i relation till vad de inte vet.

4.8 Marknadsunderlag – Bristande tillgång till och egen kapacitet att ta fram tillförlitliga marknadsunderlag

Besläktat med den kompetensmässiga utmaningen att bedriva busstrafik på en omreglerad marknad under renodlade marknadsförutsättningar ligger ytterligare en utmaning för bussföretagen i att identifiera lönsamma resandeflöden för kommersiell etablering. Att starta en ny kommersiell busslinje medför betydande investeringskostnader. Därför är det viktigt att företagen innan de väljer att etablera linjen kan göra en realistisk bedömning av vilka resandeflöden som de kan förvänta sig, om dessa är kommersiellt möjliga att bedriva eller om det finns andra sträckor som är mer lovande.

Genomgående för de företag som har undersökt och i vissa fall startat upp kommersiella linjer är att de har gjort egna undersökningar, analyser och/eller beräkningar för att undersöka förutsättningarna för etablering. Just Nacka-Kista-linjen är ett exempel på en sträcka där ett bussföretag har gjort omfattande undersökningar och analyser, såväl i arbetet med att identifiera linjen, som i arbetet med att utforma linjerna till ett så konkurrenskraftigt erbjudande som möjligt i relation till den offentliga kollektivtrafiken. Att fram dessa typer av underlag kräver emellertid kompetens som många av bussföretagen traditionellt inte har. Det kräver också investeringar i såväl arbetstid och pengar.

Företagen är också beroende av att få tillgång till information från andra aktörer, exempelvis underlag från trafikförsörjningsprogrammen, reseundersökningar etc. I propositionen som föregick den nya kollektivtrafiklagen (prop. 2009/10:200, s 47) framgår att:

”Ett resonemang bör föras om vilken trafik som anses behöva upphandlas och vilken trafik som myndigheten bedömer kan tillhandahållas av befintlig eller tillkommande kommersiell trafik. En viss marknadsanalys är nödvändig för att kunna bedöma var trafik på kommersiella grunder kan tänkas bedrivas och var upphandling av trafik kan vara nödvändig. Myndigheterna ska därför i samband med utarbetandet av programmen föra en dialog med operatörer, kollektivtrafikföretag och andra intressenter. Därefter kan programmen användas som information till operatörer och andra intressenter om myndigheternas syn på den långsiktiga utvecklingen och på var samhället kommer att upphandla kollektivtrafik. Därigenom ges aktörer som vill bedriva kommersiell trafik en möjlighet att investera i kompletterande kommersiella trafiklösningar.”

Ingen intervjuperson i denna studie har sett att de analyser som tagits fram för trafikförsörjningsprogrammen har kunnat bidra med relevant information för att fatta ett företagsekonomiskt beslut om en bussträcka bär sig kommersiellt eller ej. Istället beskrivs dessa typer av underlag som alltför övergripande och odetaljerade för att kunna utgöra relevant underlag för en företagsmässig bedömning.

Samlat kan brist på tillförlitligt marknadsunderlag bli ett reellt problem för företag som vill bedriva kommersiell trafik men som saknar möjligheter eller resurser att själva ta fram de analyser och undersökningar som behövs för att hitta lämpliga etableringsmöjligheter. Ett litet företag som kör beställningstrafik, skolskjuts och kommersiell linjetrafik belyser problemet så här:

”När vi startade upp linjen genomfördes enkätundersökningar men de höll inte måttet i och med att linjen lades ner efter 2 år”

4.9 Övriga hinder och utmaningar som lyfts fram i intervjuerna

Nedan följer ett antal faktorer som av enskilda intervjupersoner bedöms påverka förutsättningarna för att etablera kommersiell trafik:

- **Trängsel** – Trängseln på vägarna i de större städerna ses som ett hinder för att utveckla den kommersiella busstrafiken. Tanken om att erbjuda snabbare resväg genom kommersiella direktbussar undermineras relativt annan busstrafik och andra trafikslag om trängseln gör att hastigheterna inte kan hållas.
- **Affärsrisk** – Den låga lönsamheten i branschen gör många företag, särskilt de små och mellanstora företagen, ovilliga att ta de affärsrisker som är förknippade med kommersiell etablering. De har helt enkelt för små marginaler.
- **Varumärke** - Bussföretagens varumärken är relativt okända eftersom de åker under de regionala kollektivtrafikförvaltningarnas flagg. Det gör att de initiala investeringskostnaderna för att bygga upp företagets varumärke blir för stora för att motivera kommersiell etablering.

5. FAKTORERNAS BETYDELSE FÖR OLIKA TYPER AV FÖRETAG

I syfte att skapa en samlad bild över vilken betydelse som de olika intervjupersonerna tillskriver de identifierade faktorerna i föregående kapitel har vi gjort en jämförande läsning av intervjuerna och kategoriserat dessa i en matris. I figur 1 har RMC gjort en bedömning av hur olika kategorier av intervjupersoner i studien har värderat betydelsen av de olika identifierade faktorerna. Intervjupersonerna har delats in i fyra kategorier. De som representerar ett litet företag (1-9 bussar), de som representerar ett mellanstort företag (10-99 bussar), de som representerar ett stort företag (100 bussar eller fler), samt de som är intervjuade i egenskap av att vara expert. Företagsintervjuerna har vidare kategoriserats utifrån de intervjupersoner som har erfarenhet av att etablera eller bedriva kommersiell trafik och de som inte har det. Den kvalitativa bedömningen av faktorerna har graderats enligt följande tregradiga skala:

- Grönt = ej betydande faktor/hinder
- Gult = betydande men ej avgörande faktor/hinder
- Rött = avgörande faktor/hinder

Faktor	Intervjuperson				Kommersiell trafik		Totalt
	Små	Medel	Stora	Expert	Ja	Nej	
Subventioner	🔴	🔴	🟡	🔴	🔴	🔴	🔴
Trafikplikten	🟡	🔴	🔴	🔴	🔴	🟡	🔴
21-dagarsregeln	🟢	🟡	🟡	🟡	🟡	🟢	🟡
Biljettsamverkan	🟢	🟡	🔴	🔴	🔴	🟢	🔴
Resepanerare	🟢	🟡	🔴	🟡	🔴	🟢	🟡
Fysisk infrastruktur	🟢	🟡	🟡	🟡	🟢	🟢	🟡
Kompetens	🟡	🟢	🟢	🟡	🟢	🟡	🟢
Marknadsunderlag	🟡	🟡	🟢	🟡	🟡	🟢	🟡
Trängsel	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢
Affärsrisk	🟡	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢
Varumärke	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢	🟢

Figur 1 Översikt över bedömd betydelse för de faktorer som har identifierats i studien fördelat på vilka typer av personer som har intervjuats, samt fördelat på om de som har representerat ett företag har erfarenhet av kommersiell trafik eller ej (bearbetning: RMC)

5.1 Sammantaget lyfter företagen tre faktorer som avgörande hinder för kommersiell etablering

Utifrån en samlad analys av de intervjuer som har genomförts i studien är bedömningen att tre faktorer utmärker sig som avgörande hinder för förutsättningarna att etablera och driva kommersiell trafik. De två faktorer som sammantaget bedöms vara mest betydelsefulla för bussföretagen – **subventioner** och **trafikplikten** – handlar båda om svårigheterna för bussföretagen att på kommersiella grunder förhålla sig till det befintliga utbudet av offentligt subventionerad kollektivtrafik. I det första fallet handlar det om svårigheterna att konkurrera med det offentliga utbudet. I det andra fallet handlar det om svårigheterna att ersätta det upphandlade utbudet genom att RKTM inte skapar reella förutsättningar för att ersätta subventionerad trafik på potentiellt bärande sträckor med kommersiell trafik. I stort sett samtliga intervjupersoner belyser dessa faktorer på ett eller annat sätt i intervjuerna.

Några större aktörer och experter ser emellertid inte subventionerna som ett avgörande hinder i sig. Det har att göra med det faktum att subventionsnivåerna på de sträckor som relevanta utifrån ett kommersiellt perspektiv ligger betydligt lägre än den genomsnittliga femtioprocentiga subventionsnivån.

Möjligheten att delta i samma biljetthanteringssystem som den upphandlade trafiken, **biljett-samverkan**, ses sammantaget som den tredje mest betydelsefulla faktorn.

5.2 Fyra faktorer ses som betydande men ej avgörande för kommersiell etablering

Av resterande faktorer är bedömningen att fyra faktorer sammantaget ses som betydande för möjligheterna att etablera kommersiell trafik. **21-dagarsregeln**, dvs möjligheten för den kommersiella aktören att säga upp en kommersiellt driven linje inom 21 dagar ses som en betydande faktor eftersom det gör RKTМ ovilliga att överge trafikplikten på en samhällsviktig men kommersiellt intressant sträcka. Tillgången på lika villkor till såväl **fysisk infrastruktur** i form av resecentraler, terminaler och hållplatser som till den digitala infrastrukturen i form av informationssystem och **reseplanerare** upplevs också utgöra betydande hinder för kommersiell etablering i dagsläget. Den fjärde faktorn som intervjupersonerna bedömer som betydande handlar om att företagen inte har kapacitet eller resurser att ta fram, eller saknar tillgång till, bra och tillförlitliga **marknadsunderlag** för att bedöma den kommersiella bärkraften på potentiella sträckor.

5.3 Stora skillnader i hur företagsrepresentanterna resonerar beroende på om de har erfarenhet av kommersiell trafik eller ej

Överlag är skillnaderna i hur företagsrepresentanterna resonerar kring möjligheterna att etablera och driva kommersiell regional trafik stora beroende på om de representerar ett stort, mellanstort eller litet företag. Intervjupersoner som representerar större företag värderar faktorer som hänger samman med RKTМ:s agerande och det befintliga kollektivtrafiksystemet högre. Intervjupersoner från mindre företag tar i större utsträckning fasta på faktorer som hänger samman med deras kapacitet att agera kommersiellt givet de allmänt spridda föreställningarna om svårigheterna att få till lönsamhet i den kommersiella trafiken.

Det finns också en större överensstämmelse mellan hur de medelstora och stora företagen samt experterna värderar faktorerna jämfört med de små företagen. Exempelvis ser de större företagen/experterna vissa faktorer som mycket problematiska för en kommersiell etablering samtidigt som ett litet företag inte värderar samma faktorer som alls viktiga. Denna diskrepans i upplevelse behöver inte bero på att faktorerna i sig inte utgör hinder för de små företagen utan kan bero på att de små företagen inte har erfarenhet av dessa och därmed inte ser dem som problem.

Skillnaderna i perspektiv mellan olika typer av företag hänger också nära samman med var i Sverige företagen är verksamma och om de har erfarenhet av kommersiell trafik. Skillnaderna i perspektiv mellan de intervjupersoner som har erfarenhet av kommersiell trafik och de som inte har det är slående. Det är tydligt att de företagsrepresentanter som saknar erfarenhet av kommersiell trafik exempelvis inte har uppmärksammat betydelsen av att på lika villkor få tillgång till olika former av fysisk och digital infrastruktur. Bland de företag med kommersiell erfarenhet uttrycker samtliga företagsrepresentanter utom en att den ojämlika tillgången till den offentligt subventionerade infrastrukturen i någon utsträckning utgör ett hinder för att bedriva kommersiell regional trafik.

6. FÖRETAGENS FÖRSLAG PÅ ÅTGÄRDER

En ambition med denna studie har varit att tillvarata de konkreta och konstruktiva förslag till åtgärder för att förbättra möjligheterna till kommersiell regional trafik med buss som företag lyfter i intervjuerna. Nedan följer de åtgärdsförslag som företagen valt att lyfta fram i samband med studien. RMC har med hänsyn till uppdragets omfång inte fördjupat sig närmare i vilken påverkan de olika förslagen skulle få på den kommersiella trafiken.

6.1 Tydliggör förutsättningar och ansvar samt garantera lika tillgång till infrastruktur

Företagen i egenskap av kommersiella aktörer upplever sig inte ha tillgång till den befintliga digitala och fysiska infrastrukturen på lika villkor. För att kunna verka på lika villkor som den upphandlade trafiken menar företagen att de behöver ha samma möjlighet som den upphandlande trafiken att använda sig av de offentligt subventionerade investeringar som har gjorts i exempelvis digitala biljettsystem, reseplanerare, informationssystem, hållplatser och terminaler. I nuläget pekar olika företag på att de inte tillåts använda befintlig infrastruktur. Företagen pekar på följande försvåranden förhållanden:

- Oklarhet kring vilken aktör – infrastrukturhållaren, de regionala kollektivtrafikförvaltningarna eller RKTМ – som ansvarar för att säkerställa lika tillgång till den fysiska infrastrukturen.
- Oklart rättsläge om kommersiella aktörer ska ha tillgång till den digitala infrastrukturen på samma villkor som den upphandlade trafiken.
- Ojämlika villkor, bl.a. olika förutsättningar för den upphandlade trafiken och den kommersiella trafiken för tillgång till infrastruktur där de betalar olika avgifter för tillgång till exempelvis terminaler.
- Den kommersiella trafiken tillåts inte använda samma biljettsystem som den upphandlade trafiken.
- Den kommersiella trafiken tillåts inte ingå i samma reseplanerare och informationssystem som den upphandlade trafiken.

Företagen ser därför ett behov av att:

1. Tydliggöra vilka ansvar som olika myndigheter/aktörer har för digital och fysisk infrastruktur, samt
2. Garantera lika tillgång till infrastrukturen för alla kollektivtrafikoperatörer på jämlika villkor.

6.2 Introducera möjlig övergångslösning från upphandlad till kommersiell trafik under avtalsperiod

Kollektivtrafiken upphandlas vanligtvis över lång tid, ofta åtta till tio år. Det kommer därför att dröja lång tid innan många upphandlade sträckor med potentiell kommersiell bärighet kan bli föremål för ny prövning om de kan undantas trafikplikt. Av denna anledning menar två företagsrepresentanter att det krävs en metod eller ett förfarande där en upphandlad aktör kan flagga för ett intresse att börja köra en befintlig upphandlad stäcka på kommersiella grunder och där RKTМ har en process för att ta hand om en sådan förfrågan eller ett sådant flaggat intresse. En sådan möjlighet för den upphandlade aktören skulle i så fall behöva skrivas in i respektive kollektivtrafikavtal. En lösning för att säkerställa att andra kommersiella aktörer ges likvärdiga konkurrensmässiga möjligheter skulle också behöva införas.

6.3 Introducera eller testa en resenärspeng

Flertalet företagsrepresentanter ser med intresse på möjligheten att införa en så kallad resenärspeng inom kollektivtrafiken. Förslaget om att introducera en resenärspeng har tidigare getts i en

rapport från Statens väg- och transportforskningsinstitut (VTI)¹⁹. Tanken om en resenärspeng som följer kollektivtrafikresenären liknar det system som finns inom exempelvis den svenska skolan och går i stort ut på att det är operatören själv som bestämmer vilket utbud av trafik som operatören erbjuder och till vilket pris. Den offentliga bidrar med en ersättning till operatören som beror på antalet resenärer som väljer att åka den aktuella sträckan.

6.4 Introducera eller testa en uppstartspeng vid kommersiell etablering

Att starta upp en ny kommersiell linje är kostsamt och det tar också tid att etablera linjen och nå ut till de passagerare som är tänkta att åka sträckan. Av dessa skäl pekar flera företagsrepresentanter på möjligheten att få ett ekonomiskt bidrag i form av en uppstartspeng för en kommersiell linje. Bidraget kan fungera som en kompensation till den kommersiella aktören för de investeringar som behöver göras i form av marknadsföring, nya fordon etc. men också för de intäkter som kan förväntas utebli i en uppstartsfas. Syftet med uppstartspengen skulle därmed vara att sänka trösklarna för den kommersiella aktören att starta en ny linje. Storleken på bidraget, tidsspannet för avtrappning eller andra detaljer diskuterades inte närmare i intervjuerna. Ett medelstort företag som kör all typ av trafik menade att som exempel att 15 procent skulle räcka för dem för att möjliggöra etablering:

”Vi har hittat en del linjer i vårt närområde som vi är övertygade om vi skulle kunna köra möjligtvis inte till full kostandstäckning men skulle kunna köra dem betydligt bättre än hur de körs idag. Vi skulle behöva en slant för att kunna börja köra, ca 15 % subvention så skulle vi kunna dra igång.”

6.5 Upphandla områden inte sträckor

De intervjuade företagen har pekat på svårigheterna att som en enskild aktör operera i ett område eller på en sträcka med ett befintligt system av offentligt subventionerad kollektivtrafik. Företagsrepresentanter från en av de stora aktörerna och från ett litet företag som kör express- och beställningstrafik menar att lösningen ligger i att identifiera och upphandla geografiska områden istället för enskilda sträckor där entreprenören planerar och utför all kollektivtrafik. Den exakta utformningen av en sådan lösning skulle behöva undersökas närmare. Möjligen går den att genomföra inom ramen för en så kallad tjänstekoncessionslösning. Fördelarna beskrivs att de skulle vara att operatören med bäst kunskap om resandeflödena inom området bättre skulle kunna optimera och anpassa kollektivtrafikutbudet mot behoven. Utmaningen för en sådan lösning ligger i att säkerställa kollektivtrafikutbudet på sträckor som inte kommersiellt bär sig. Inslag av upphandlingskrav kring sträckor, frekvens, tider etc. är därför sannolikt fortsatt motiverade.

¹⁹ VTI, 2013, ”Marknadsöppning – och sen? Samhällsekonomisk analys av förutsättningarna för en stärkt kollektivtrafik ”

7. FÖRETAGENS MÖJLIGHETER ATT INGÅ AVTAL ELLER ANDRA SAMARBETEN MED RKTМ

I tillägg till studiens huvudsakliga frågeställning har RMC i samband med företagsintervjuerna även försökt fånga upp företagsrepresentanternas tankar kring möjligheterna och de eventuella hindren som finns kring att sluta avtal med olika RKTМ. Eftersom i stort sett all kollektivtrafik med buss är upphandlad i dagsläget är bussföretagen beroende av att bli leverantörer inom den upphandlade trafiken. Av naturliga skäl finns det därför en vilja från företagen att få till avtal med RKTМ, involvera sig i processerna kring avtalen, samt säkerställa goda personliga relationer med myndigheterna. Nedan presenteras översiktligt vad som kom fram i företagsintervjuerna.

7.1 Företagen ser positivt på möjligheterna att samråda och föra dialog inför och kring upphandling

Som en följd av den nya kollektivtrafiklagen ersatte de nyinrättade regionala kollektivtrafikmyndigheterna (RKTМ) de tidigare trafikhuvudmännen i länen som ytterst ansvariga för den regionala kollektivtrafiken. I RKTМ:s uppgift ligger bl.a. att löpande föra en dialog och samråda med kollektivtrafikföretagen inför upphandlingar. I samråden inför upphandling (SIU) är tanken att kollektivtrafikföretagen ska ges en möjlighet att återföra sin kunskap och sina synpunkter på den regionala kollektivtrafiken till RKTМ.

I intervjuerna med företagen framkommer ingen enhetlig bild över hur företagen upplever denna dialog med RKTМ eller hur den har förändrats sen den nya lagstiftningen kommit på plats. Inställningarna till möjligheten att bättre kunna föra en dialog kring innehållen i upphandlingarna och avtalen är överlag positiva. Ett stort företag som kör all typ av trafiken menar att SIU:n "ger oss en möjlighet att påverka i och med att får tillträde till politiker, beslutsfattare och tjänstemän på ett annat sätt".

Precis som vad gäller förutsättningarna för företagen att föra en dialog med RKTМ kring kommersiell trafik är förutsättningarna för att få avtal med olika RKTМ olika beroende på var i landet företaget är verksamt. Företag verksamma i olika delar av landet har annat uttryckt olika erfarenheter av dialogen med RKTМ kring tidigare upphandlingsförfaranden. Två företagsrepresentanter menar att de upplever att det har blivit lättare att få kontakt med och påverka tjänstemännen i länet efter RKTМ:s bildande. Ett stort företag som kör alla typ av trafik menar exempelvis att:

"Det politiska spelfältet har öppnat upp sig betydligt. Det har blivit betydligare bättre tillträde till politikerna efter lagen än före lagen. Många säger att det inte har hänt något, men jag tycker det har hänt jättemycket. Idag får vi möten med beslutsfattare. Kanske inte när vi själva vill men oftast får vi till möten även om det tar en stund. Det går betydligt snabbare än vad det gjorde innan lagen och man är betydligt mer lyhörd för våra åsikter"

En annan företagsrepresentant som representerar ett mellanstort företag som kör linjetrafik och beställningstrafik ser att samarbetet fungerar bra i dagsläget men att RKTМ i större utsträckning skulle kunna vara lyhörda och ta tillvara på de synpunkter som de tar emot från företagen regionalt:

"Samarbete med RKTМ fungerar bra, men det är väl en definitionsfråga. Vi kommer med många synpunkter men alla tas väl inte om hand och utvärderas. Men jag tycker ändå att det är bra att vi får möjligheten att vara med och påverka och tycka till inför och inte under upphandlingen och säga hur vi tänkte"

Att RKTМ kan utveckla sitt sätt inhämta åsikter och synpunkter från bussföretagen är en åsikt som är relativt utbredd bland de intervjuade företagen. Några av intervjupersoner – särskilt i mindre län – väljer även att lyfta betydelsen av de personliga relationerna med personer på RKTМ för att kunna påverka diskussionen kring trafikförsörjningsprogrammen eller aktuella avtal.

Andra väljer att lyfta betydelsen av att bussföretagens representanter har ett driv och är tydliga med vad de vill förändra och påverka. Majoriteten av företagsrepresentanterna uttrycker emellertid inte några tydliga åsikter i frågan. En möjlig förklaring som lyfts i intervjuerna till att företagen inte ser så stora förändringar kring möjligheterna att påverka är att det i stort sett är samma personer som hanterar frågorna som tidigare, fast inom ramen för nya organisationer.

7.2 Generell prispress inom särskilt större upphandlingar

I företagsintervjuerna lyfter företagsrepresentanterna genomgående den låga lönsamheten i branschen. En orsak till, men sannolikt även en konsekvens av, den låga lönsamheten i branschen är den prispress inom upphandlingar som flera intervjupersoner i studien refererar till.

Det är särskilt de större upphandlingspaketen inom branschen som lyfts fram i intervjuerna. Dessa upphandlingar beskrivs av flera intervjupersoner som ett "krig om marknadsandelar" där större bussföretag "dumpar" priserna på bekostnad av lönsamhet. Eftersom flera av de stora bussaktörerna på den svenska marknaden har statligt ägande i andra länder som Frankrike och Tyskland pekar flera intervjupersoner på en statsstödsproblematik eftersom det i förlängningen är skattebetalare i företagets moderländer som får betala för icke lönsamma verksamheter i Sverige.

Den befarade konsekvensen på sikt av prispressen och den låga lönsamhet som följer i branschen är att mindre bussföretag tvingas lägga ner sina verksamheter. Prispressen gör det svårt att få någon lönsamhet i den upphandlade trafik och med den redan låga lönsamheten i branschen får bussföretagen svårt att konkurrera om den upphandlade trafik. Ett litet företag som kör expresstrafik och beställningstrafik beskriver situationen så här:

"De stora bolagen lägger idag allt för låga anbud vilket kommer att utarma branschen. Vad kommer då att hända när de stora bolagen lägger ner på grund av lönsamhet och de små bolagen inte finns kvar på grund nedläggning och arbetsbrist?"

7.3 Upphandlingarnas storlek, komplexitet och krav begränsar mindre aktörer

Myndigheternas intresse av att skära i utgifterna för kollektivtrafiksubventionerna beskrivs också ha bidragit till en trend mot större upphandlingar. Genom att upphandla större geografiska områden och större volymer tror företagen att myndigheterna ser en möjlighet att effektivisera sitt upphandlingsarbete.

Parallellt med detta beskriver företagen också att den juridiska och kravmässiga komplexiteten i upphandlingarna är betydande, möjligtvis som en konsekvens av att upphandlingarna blir mer omfattande. Det kan exempelvis handla om krav kring vilka fordon som ska trafikera och vilka drivmedel som ska användas.

På grund av upphandlingarnas storlek, komplexitet och krav beskriver företagen en samlad bild av det är svårt för andra än de stora bussföretagen att hävda sig i konkurrensen, särskilt i de delar av landet där kollektivtrafiken och upphandlingarna volymmässigt är som störst.

Som en konsekvens av detta ingår många bussföretag i samverkansbolag där bussföretagen kan delta i upphandlingar och sluta avtal som en part. Den samlade bilden utifrån intervjuerna med företagsrepresentanterna är att utvecklingen inom bussbranschen går mot ökad samverkan. Ett mellanstort företag som kör upphandlad linjetrafik, skolskjuts och beställningstrafik beskriver utvecklingen så här:

“Vi är idag inte med i någon samverkan men vi är på väg in i en. Jag känner att det behövs om man ska kunna vara med och köra. Vi klarar inte det själva och det beror på mycket. För det första är det förstora volymer i upphandlingarna. För det andra ställer man så otroliga krav på att man måste ha en stor organisation runt omkring för att kunna hantera detta. Det blir svårt för alla små företag och åkerier att uppfylla dessa krav själva. Vi kommer inte få någon trafik överhuvudtaget för ingen har råd att lämna anbud och räkna på det. [...] Vi ser ju att det bildas fler och fler samverkansbolag och det är ju bara för att man från myndighetens sida går ut med större och större trafikpaket och plockar bort de mindre aktörerna. Det blir så.”

Detta kan i sin tur leda till en inlåsningsproblematik där de högre kravställningarna i upphandlingarna – i kombination med den låga lönsamheten i branschen – gör att många företag saknar marginaler eller resurser för att kunna göra de investeringar som är nödvändiga för att uppnå de krav som ställs för få ett komma med i den upphandlade RKTМ-trafiken. Denna utmaning uppmärksammas i flertalet företagsintervjuer.

7.4 Företagen ser positivt på användandet av de branschgemensamma modellavtalen

Genom “Partnersamverkan för en fördubblad kollektivtrafik” har branschgemensamma modellavtal arbetats fram som kan tillämpas som stöd vid upphandling och avtalsskrivande. Svenska Bussbranschens Riksförbund (BR) följer årligen upp nya bussavtal och i vilken utsträckning avtalen följer branschöverenskommelserna. 2014 konstaterar BR “ Andelen upphandlingar som följer branschgemensamma indexrekommendationer är 77 procent av den upphandlade trafiken vilket är en förbättring jämfört tidigare år.”²⁰.

I samband med företagsintervjuerna fick intervjupersonerna möjlighet att ge sin syn på dessa avtal. Samtliga intervjupersoner ser positivt på tillämpningen av avtalen. Flertalet personer lyfter att de har gjorts ett omfattande jobb kring det och att det borde användas mer konsekvent i större utsträckning än i dagsläget. De små bussföretagen lyfter särskilt avtalen som en möjlighet för dem att delta i upphandlingar eftersom de ser ett värde i att avtalen och upphandlingarna blir mer likformade och därmed mindre komplexa. Den kritik som uppkommer kring tillämpningen av modellavtalen handlar om att avtalen ibland upplevs användas för “stelbent”, dvs. att avtalen används i sin helhet istället för i valda relevanta delar.

²⁰ Sveriges Bussföretag, 2014. “Resan mot en kostnadseffektiv kollektivtrafik fortsätter”:

<http://www.transportgruppen.se/Global/BuA/Sveriges%20bussf%C3%B6retag%20bransch/Pdfer/Upphandlad%20linjetrafik/Rapport%20kostnader%20kollektivtrafik%202014.pdf>

8. SLUTSATSER OCH REKOMMENDATIONER

I detta avslutande kapitel presenteras de slutsatser som RMC drar från studien. Utifrån dessa slutsatser presenterar RMC ett antal rekommendationer för det fortsatta arbetet med att följa marknadsöppningen.

8.1 Slutsatser

- Vid skrivandet av denna rapport har det varit möjligt att bedriva kommersiell regional busstrafik, dvs. trafik som bedrivs inom länsgränser, i nästan två och ett halvt år. Under denna tid har företag av olika storlekar, verksamma i olika delar av landet, undersökt möjligheterna och gjort försök att etablera trafik på kommersiella grunder.
- Trots detta saknas det i dagsläget goda exempel där bussföretag lyckats identifiera och driva en lönsam kommersiell linje som kan konkurrera med det befintliga subventionerade och upphandlade utbudet av kollektivtrafik.
- RMC gör därför den samlade bedömningen att bussbranschen har sagt sitt och visat att marknadsöppningen i sin nuvarande utformning inte har eller kommer att generera någon kommersiell regional trafik annat än på marginalen. I denna studie kan RMC heller inte påvisa något stöd för att inslaget av kommersiell busstrafik kommer att öka över tid givet dagens förutsättningar och omständigheter.
- Huvudförklaringen till att marknadsöppningen inte har genererat ny kommersiell regional trafik är i huvudsak tvådelad:
 - Bussföretagen kan inte och upplever sig inte kunna konkurrera med den subventionerade upphandlade trafiken på sträckor som potentiellt skulle kunna bära sig kommersiellt
 - Bussföretagen ges inte möjlighet att ersätta upphandlad trafik med kommersiell trafik på sträckor som potentiellt skulle bära sig på kommersiella grunder.
- För att förstå denna huvudförklaring måste bussföretagens förutsättningar ses mot bakgrund av hur de regionala kollektivtrafikmyndigheterna (RKTm) förhåller och väljer att förhålla sig till marknadsöppningen. Undantaget "Trosabussen" har RMC i samband med denna studie inte uppmärksammat något fall där RKTm har gett kommersiella aktörer möjligheter att ersätta delar av det befintliga kollektivtrafikutbudet genom att inte belägga potentiellt kommersiellt bärkraftiga sträckor med allmän trafikplikt. Orsakerna till detta är inte föremål för denna studie men förefaller hänga ihop med såväl en oförmåga som ovilja från RKTm. Ambitionen att säkerställa ett sammanhållet och stabilt system av kollektivtrafikutbud utgör sannolikt ett huvudskäl för RKTm:s agerande.
- Därutöver begränsas bussföretagens möjligheter att etablera sig kommersiellt på grund av ett antal faktorer som huvudsakligen hänger samman med att bussföretagen som vill agera på kommersiella grunder inte får eller upplever sig få tillgång till den offentligt finansierade fysiska och digitala infrastrukturen på samma villkor som den upphandlade trafiken. Tillgången till de befintliga regionala lösningarna kring biljettsystemen lyfts som den viktigaste av dessa faktorer. Möjligheten att ingå i befintliga reseplanerare, samt få tillgång till terminaler och hållplatser på lika villkor lyfts också som betydande, om än inte avgörande faktorer.
- Sammanfattningsvis är RMC:s övergripande slutsats från studien att förutsättningarna för bussföretag att operera kommersiellt på enskilda sträckor inom ett befintligt regionalt kollektivtrafiksystem är mycket begränsade. Denna studie pekar på ett antal faktorer som kan åtgärdas för att på marginalen förbättra dessa förutsättningar. Det är RMC:s uppfattning att en mer omfattande förbättring av dessa förutsättningar inte kommer att kunna ske med mindre än att RKTm ändrar sitt sätt att organisera och upphandla den regionala kollektivtrafiken. Innan en sådan systemförändring bör övervägas eller genomföras är det vidare RMC:s uppfattning att de potentiellt positiva effekterna av kommersiell trafik bör

utredas noggrant för att se om de överväger potentiella negativa effekter för samhället som exempelvis en uppbyggnad av en sammanhållen kollektivtrafik i ett område. Därtill bör möjligheterna att öka kommersialiseringsgraden på andra sätt, exempelvis genom ökade inslag av incitament i den upphandlade trafiken, studeras.

8.2 Rekommendationer

- Undersök närmare de faktorer som utgör de största hindrena för en ökad kommersialisering av regional kollektivtrafik med buss. Börja med de faktorer som sannolikt är enklast och medför minst omfattande ingrepp i systemet. Utifrån figuren nedan bedömer RMC att fyra hinder eller begränsande faktorer inledningsvis hamna i fokus för det fortsatta arbetet:
 - **21-dagarsregeln** – Undersök förutsättningarna för att förlänga denna tidsgräns. Hur RKTM värderar denna faktor bör undersökas närmare.
 - **Biljettsamverkan** – Undersök förutsättningarna för delade biljettsystem mellan upphandlade och kommersiella aktörer. Såväl tekniska, ekonomiska och legala aspekter som attityder regionalt hos RKTM bör bli föremål för vidare studier.
 - **Reseplanerare** – Undersök närmare varför kommersiella aktörer inte tillåts ingå i befintliga regionala system för reseplanering och trafikinformation. Det kan också bli aktuellt att undersöka närmare vilka administrativa kostnader som ett aktörsneutralt förhållningssätt skulle medföra som en följd av tvingande lagstiftning eller förändrade regionala ambitioner.
 - **Fysisk infrastruktur** – Undersök närmare om och hur de offentliga kostnaderna för att tillhandahålla fysisk infrastruktur som terminaler, resecentrum och hållplatser kan fördelas mellan kommersiella och upphandlade aktörer på ett sätt som upplevs som rättvist. Undersök också närmare om och hur den befintliga lagstiftningen och de befintliga regelverken kan förtydligas så att olika inblandade aktörers roller och åtaganden blir tydligare.

Faktor	Faktorns betydelse	Kan åtgärdas?
Subventioner		
Trafikplikten		
21-dagarsregeln		
Biljettsamverkan		
Reseplanerare		
Fysisk infrastruktur		
Kompetens		
Marknadsunderlag		
Trängsel		
Affärsrisk		
Varumärke		

Figur 2 Översikt över bedömd betydelse för de faktorer som har identifierats i studien i relation till i vilken utsträckning som faktorerna bedöms vara enkla/möjliga att åtgärda utan att påverka befintligt system i allt för stor utsträckning eller bedöms vara för kostsamma (bearbetning: RMC)

- RMC är av uppfattningen att många av de samhällsliga potentiella vinster som skulle vara möjliga att realisera genom ett ökat inslag av kommersiell regional trafik skulle vara möjliga att realisera även genom ökade inslag av incitament i den upphandlade trafiken. Exempel på dessa samhällsliga vinster kan vara såväl minskade kostnader genom bättre optimerade flöden utifrån operatörernas förutsättningar, som högre kvalitet i form av bättre anpassning till passagerarnas behov. Vi tror vidare att möjligheten att använda sig av tjänstekoncessionsavtal och avtal med större inslag av incitament kan utgöra intressanta bryggformer till kommersiell trafik, såväl för den enskilda bussoperatören som för trafik-

systemet i stort. RMC:s rekommendation är därför att undersöka hur en sådan bryggform skulle kunna se ut rent praktiskt, dvs. hur ett bussföretag skulle kunna flagga för ett intresse att köra en befintlig upphandlad linje på kommersiella grunder, vilka avtalsmässiga konstruktioner som skulle behöva upprättas. I ett sådant arbete skulle rättsliga och ekonomiska frågeställningar kring konkurrensfördelen för den upphandlade aktören vis-a-vis andra bussföretag behöva studeras närmare.

- Studien pekar på att förutsättningarna för den kommersiella regionala kollektivtrafiken med buss är beroende av hur RKTМ väljer att agera i relation till bussföretagen. Av denna anledning rekommenderar RMC att fokus för marknadsöppningen fortsättningsvis sätts på hur dessa myndigheter agerar och väljer att agera i förhållande till marknadsöppningen. Ett lämpligt steg är att utveckla denna studie till att även omfatta RKTМ:s agerande och drivkrafter för agerande. Det görs lämpligen i form av en kombinerad intervju- och enkätbaserad studie.
- I intervjuerna har uppmärksammats att företag identifierat potentiellt kommersiellt lönsamma sträckor inom den upphandlade trafiken. En analys av de samhällsekonomiska effekterna av nuvarande system och ett system där kommersiellt lönsam trafik ersätter den subventionerade upphandlade trafiken skulle kunna visa på möjliga kostnader och vinster för samhället. En sådan analys skulle kunna utföras i form av en cost/benefit-analys för ett antal fallstudier där olika scenarios testas. Ett brett perspektiv på direkta och indirekta effekter rekommenderas.
- Avslutningsvis är det RMC:s rekommendation att i det fortsatta arbetet och den fortsatta diskussionen bygga vidare på den analytiska distinktion som görs i denna studie mellan kommersiell regional trafik som potentiellt kompletterar respektive ersätter upphandlad trafik. Förutsättningarna för dessa båda typer av kommersiell regional trafik skiljer sig radikalt åt och påverkas i olika utsträckning av olika typer av faktorer. I figur 3 nedan illustrerar RMC skillnaderna i de identifierade faktorernas betydelse för kommersiell regional trafik som ersätter respektive kompletterar upphandlad trafik.

Faktor	Faktorns betydelse för trafik som:	
	ersätter	kompletterar
Subventioner		
Trafikplikten		
21-dagarsregeln		
Biljettsamverkan		
Reseplanerare		
Fysisk infrastruktur		
Kompetens		
Marknadsunderlag		
Trängsel		
Affärsrisk		
Varumärke		

Figur 3 Skillnader i betydelse för de faktorer som har identifierats i studien beroende på om de avser kommersiell regional trafik som ersätter eller kompletterar upphandlad trafik (bearbetning: RMC)

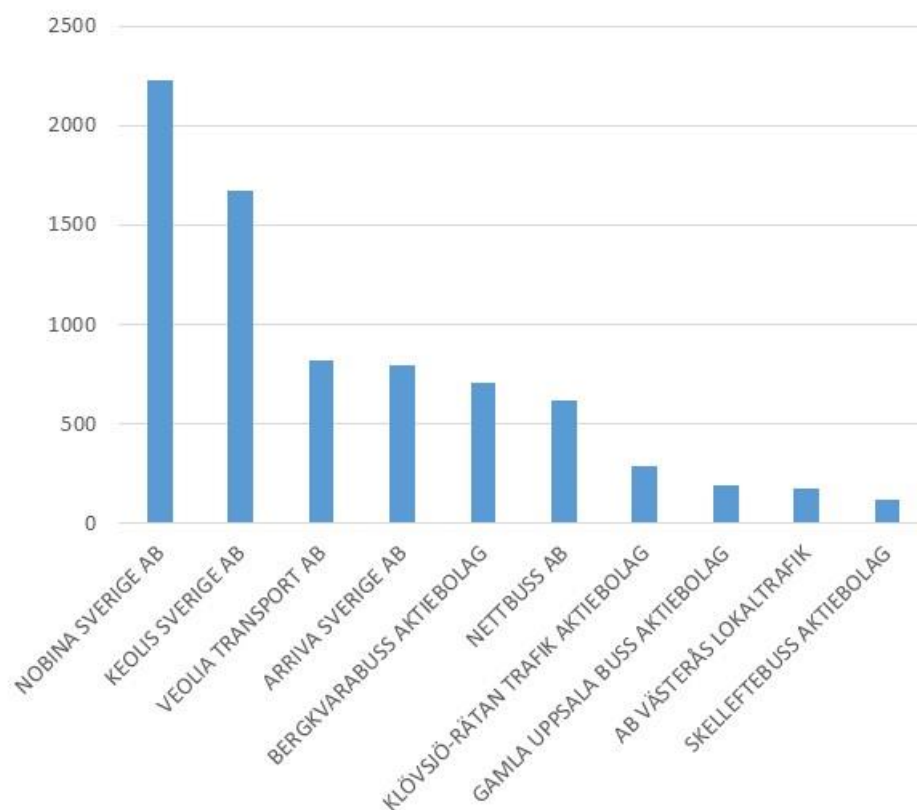
BILAGA 1 - DEN SVENSKA BUSSBRANSCHEN OCH BUSSFLOTTAN

I föreliggande avsnitt beskrivs den svenska bussbranschen och bussflottan baserat på uppgifter från Transportstyrelsens Vägtrafikregister. Bussar är definierat som fordon med åtta eller fler passagerarplatser. I Vägtrafikregistret finns uppgifter om bussens ägare, antal passagerarplatser, drivmedel, årsmodell, fabrikat och en mängd andra uppgifter.

Bland dessa fordon finns således en hel del fordon som ägs av privatpersoner och inte används för kommersiella ändamål. Av de totalt 19 531 bussarna i Vägtrafikregistret ägs 1 764 av privatpersoner. Således ägs 17 767 av juridiska personer. Av dessa är 3 591 avställda. Dessa ägs huvudsakligen av företag som handlar med bussar. Det kvarstår då 14 176 bussar i trafik som ägs av företag eller andra organisationsformer. Efter detta har en filtrering baserat på SNI-kod gjorts. Företag med SNI-koderna Linjebussverksamhet, Övrig kollektivtrafik, Taxitrafik och Annan landtransport av passagerare behölls. Matchningen mot företagsregistret gick dock inte att genomföra fullt ut. Därför gjordes en sista manuell filtrering av bussar som inte kunnat matchas med företagsregistret. I detta sista steg har bussar som tillhör t.ex. kommuner och landsting filterats bort. Det gäller också för bussar ägda av företag som "baserat på namnen" inte antas bedriva bussverksamhet. Efter detta sista steg kvarstår 13 333 bussar som kan sägas utgöra "bussbranschen".

Dessa 13 333 bussar ägs av 650 företag. Det exakta antalet företag är dock en osäker uppgift då gränsdragningen mellan "bussföretag" och andra företag inte är helt klar. Nedan kallar vi dock dessa 650 företag för bussföretag.

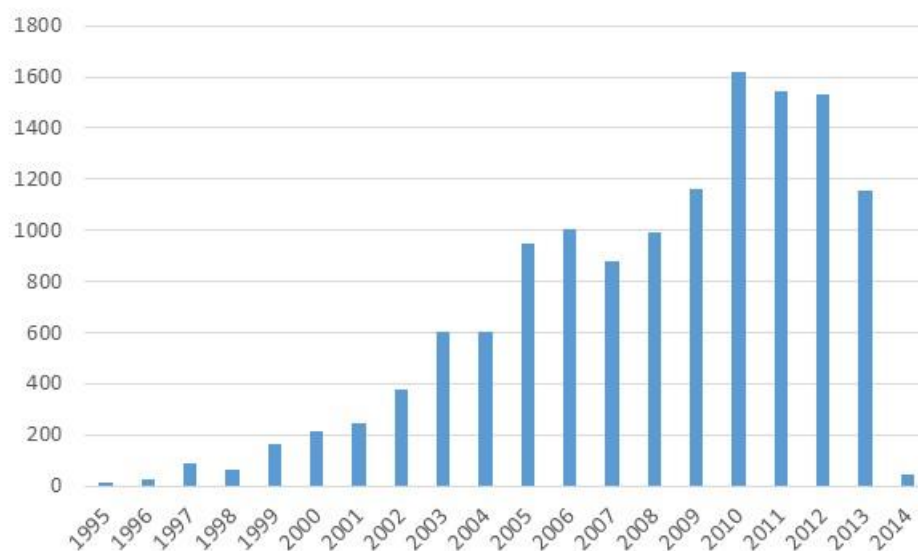
Endast 10 bussföretag äger mer än hundra bussar. Dessa tio största företag äger tillsammans 7 614 bussar, se Figur 4. Det motsvarar 57 procent av bussarna.



Figur 4. De tio företag som äger flest bussar enligt Vägtrafikregistret. Källa: Egna bearbetningar av Transportstyrelsens Vägtrafikregister.

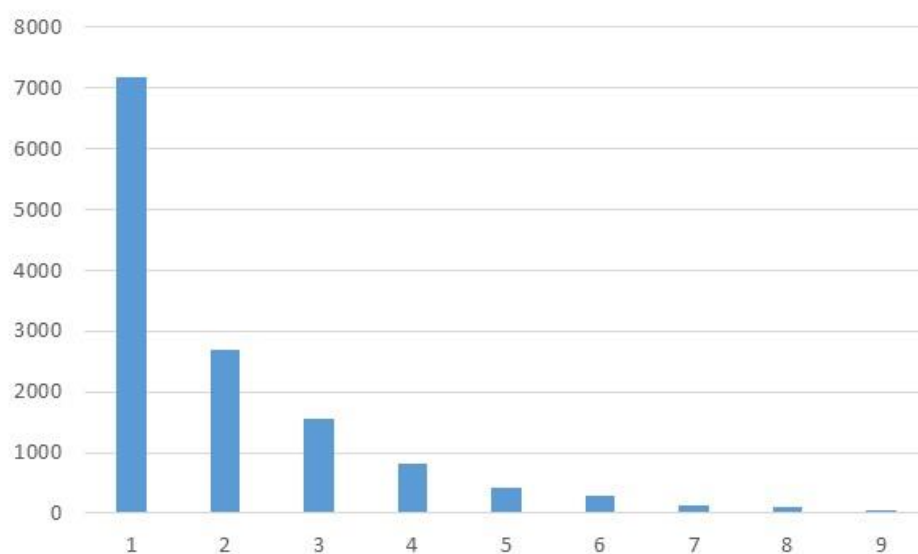
Det finns således 10 företag med fler än hundra bussar. Längre ner på skalan finns det 24 företag med 50-99 bussar, 49 företag med mellan 20-49 bussar, 80 företag med 10-19 bussar, 143 företag med 5-9 bussar, 197 företag med 2-4 bussar och 147 företag med 1 buss.

De flesta bussarna är relativt nya bara 14 bussar är tillverkade 1994 eller tidigare. De resterande bussarna ålder fördelar sig enligt figur 5 nedan.



Figur 5. Bussarnas tillverkningsår, bussarna äldre är 1995 exkluderade. Källa: Egna bearbetningar av Transportstyrelsens Vägtrafikregister.

Det förekommer en relativt stor handel med begagnade bussar. Av de 13 333 bussarna har 70 haft 10 ägare eller fler. Antal ägare för resterande bussar framgår av figur 6 nedan. Som framgår av figuren har över hälften av bussarna ännu inte bytt ägare. De bussar som ägs av fordonshandlare är vanligen bussar som ej är i trafik. Dessa har därför exkluderats ur analysen. Hade bussar som ägs av fordonshandlare inkluderats i analysen är det Trafikanalys bedömning att dessa bussar hade ökat genomsnittet för antal ägare.



Figur 6. Bussarnas antal ägare. Bussar med 10 eller fler ägare exkluderade. Källa: Egna bearbetningar av Transportstyrelsens Vägtrafikregister.

På de 13 333 bussarna finns det plats för totalt 863 500 passagerare. Uppgifter om antal platser saknas för 105 bussar. Det betyder att det i genomsnitt finns plats för 65 passagerare per buss. Fyra storlekar är särskilt vanliga; 19, 49, 50 och 90 passagerare. De största bussarna har plats för 165 passagerare, det finns 21 sådana bussar. De minsta bussarna har, per definition, plats för 9 passagerare.

I Vägtrafikregistret finns också uppgift om fordonets drivmedel. I de fall fordonet kan framdrivas på ett alternativt drivmedel finns också uppgift om detta. Av de 13 333 bussarna drivs 10 266 av diesel utan möjlighet till alternativt drivmedel. Det motsvarar 77 procent av bussarna. Näst vanligast är bussar som körs på naturgas/metan.

Tabell 3. Bussarnas primära och alternativa drivmedel.

Drivmedel	Alternativt drivmedel	Antal
Bensin	-	3
	Metan	8
Diesel	-	10 266
	El	40
	Metan	11
	Biodiesel	5
El	-	5
Etanol	-	792
Motorgas	-	53
Naturgas/Metan	-	2 150

Källa: Egna bearbetningar av Transportstyrelsens Vägtrafikregister.

BILAGA 2 – INTERVJUGUIDE EXPERTER

INTERVJUGUIDE

Uppdrag
Kund
Version
Intervjuare
Intervjuperson

Om studien

Trafikanalys har regeringens uppdrag att utvärdera effekterna av öppnandet av marknaden för kommersiell persontrafik och den nya lagstiftningen på kollektivtrafikområdet. Med anledning av detta uppdrag har Trafikanalys gett Ramböll Management Consulting i uppdrag att genomföra en utforskande studie som förväntas resultera i kunskap om vilka problem och hinder som olika typer av bussföretag upplever kring att (1) etablera kommersiell kollektivtrafik, samt (2) få till stånd avtal eller andra samarbeten med regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKM). Studien förväntas leda till konstruktiva förslag relaterade till de problem och hinder som identifieras.

Hur ser möjligheterna ut för bussföretag att etablera kommersiell kollektivtrafik?

- Hur ser de reella **möjligheterna och förutsättningarna** ut för bussföretag att etablera kommersiell kollektivtrafik i dagsläget?
- Hur arbetar bussföretagen med att **identifiera** dessa möjligheter?
- Vilka **centrala faktorer (problem, hinder och risker)** påverkar företagen i deras beslut och agerande? [ekonomi, juridik, kunskap, samverkan etc.]
- Hur **agerar bussbranschens aktörer** idag givet hur de faktiska problemen, hindrena, riskerna och möjligheterna ser ut?
- Finns det någon **tendens eller trend** för hur branschen som helhet agerar och förhåller sig till marknadsöppningen?
- Hur **skiljer sig bussföretagens syn och agerande** beroende på om de:
 - Är stora eller små?
 - Är verksamma inom speciella nischer?
 - Redan har RKM-avtal?
 - Bedriver expresstrafik?
 - Bedriver kommersiell busstrafik?
 - Leasar eller äger sina bussar?
- Vilka **förändringar** skulle behöva genomföras för att lösa existerande problem och hinder?
- Givet syftet med denna studie, vilka **andra frågeställningar** borde vi belysa för att öka förståelse för hur branschens aktörer agerar och komma fram till konstruktiva förslag för att hantera existerande problem och hinder?
- Övrigt

Hur ser möjligheterna ut för små bussföretag att få avtal eller andra samarbeten med regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKM) om upphandlad kollektivtrafik?

- Hur ser de reella **möjligheterna och förutsättningarna** ut för särskilt mindre bussföretag att få avtal eller andra samarbeten med regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKM) om upphandlad kollektivtrafik?
- Hur arbetar bussföretagen med att **identifiera** dessa möjligheter?
- Vilka **centrala faktorer (problem, hinder och risker)** påverkar företagen i deras beslut och agerande? [ekonomi, juridik, kunskap, samverkan etc.]
- Hur **agerar bussbranschens aktörer** idag givet hur de faktiska problemen, hindrena, riskerna och möjligheterna ser ut?
- Finns det någon **tendens eller trend** för hur branschen som helhet agerar och förhåller sig till marknadsöppningen?
- Hur **skiljer sig bussföretagens syn och agerande** beroende på om de:
 - Är stora eller små?
 - Är verksamma inom speciella nischer?
 - Redan har RKM-avtal?
 - Bedriver expresstrafik?
 - Bedriver kommersiell busstrafik?
 - Leasar eller äger sina bussar?
- Vilka **förändringar** skulle behöva genomföras för att lösa existerande problem och hinder?
- Givet syftet med denna studie, vilka **andra frågeställningar** borde vi belysa för att öka förståelse för hur branschens aktörer agerar och komma fram till konstruktiva förslag för att hantera existerande problem och hinder?
- Övrigt

BILAGA 3 – INTERVJUGUIDE FÖRETAG

INTERVJUGUIDE

Företag
Region
Intervjuperson
Intervjuare

Om studien

Trafikanalys har regeringens uppdrag att utvärdera effekterna av öppnandet av marknaden för kommersiell persontrafik och den nya lagstiftningen på kollektivtrafikområdet som trädde ikraft 1 jan 2012. Med anledning av detta uppdrag har Trafikanalys gett oss på RMC i uppdrag att studera vilka problem och hinder som olika typer av bussföretag upplever kring att (1) etablera kommersiell (ej subventionerad) kollektivtrafik, samt (2) få till stånd avtal eller andra samarbeten med regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKTm). Studien förväntas leda till konstruktiva förslag relaterade till de problem och hinder som identifieras.

Frågor

- **Kan du i korthet beskriva företaget?**
 - Hur många anställda har ditt företag?
 - Hur många bussar äger respektive leasar ni?
 - Vilka äger respektive driver företaget i dagsläget?
 - Vilka typer av busstrafik kör ni i dagsläget?
 - Kommersiell kollektivtrafik
 - Expresstrafik
 - Upphandlad kollektivtrafik genom avtal med RKTm
 - Upphandlad kollektivtrafik med incitamentsavtal
 - Upphandlad kollektivtrafik med koncessionslinje
 - Skolskjuts
 - Taxi

- **Hur har ni i ditt företag resonerat kring möjligheterna att etablera kommersiell kollektivtrafik?**
 - Hur ser ert intresse ut idag av att köra kommersiell kollektivtrafik?
 - Har eller har ni tidigare haft några konkreta idéer kring kommersiell etablering? Vilka?
 - Hur arbetade ni med att identifiera dessa, exempelvis genom vilka underlag och analyser?
 - Hur valde ni att gå vidare? Varför?
 - Vilka faktorer i form av problem, hinder eller risker ser du påverka eller har påverkat era beslut och överväganden kring att bedriva kommersiell kollektivtrafik?
 - Upplever du att ni kan konkurrera på lika villkor exempelvis genom tillgång till fysisk eller digital infrastruktur?
 - Upplever du att ni har tillräckligt med information och kunskap?
 - Finns det några oklarheter kring regelverken som påverkar?
 - Vilken roll spelar de regionala kollektivtrafikmyndigheternas agerande kring trafikförsörjningsprogrammen och fastställandet av trafikplikt?
 - Påverkar anmälningsskyldigheten (21 dagar) för att bedriva kommersiell kollektivtrafik?

- Vilka faktorer ser du som mest betydelsefulla?

- **Vad har du för övergripande tankar kring marknadsöppningen och reformen på kollektivtrafikområdet?**
 - Vilka förväntningar hade du på kollektivtrafikreformen innan den trädde i kraft?
 - Vad har du för tankar i dag kring hur det blev?
 - Hur tror du att den kommersiella kollektivtrafiken kommer att utvecklas över tid? Varför?
 - Känner du till några konkurrenter till er som har börjat köra kommersiellt efter avregleringen?
 - Vad vet du om deras erfarenheter?
 - Vad har du för tankar kring det?

- **Har du några förslag på åtgärder som skulle göra det mer attraktivt att köra kommersiell kollektivtrafik?**

- **Hur ser du på möjligheterna för ditt företag att sluta avtal eller på annat sätt samarbeta med regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKTM) om upphandlad kollektivtrafik?**
 - Hur ser du på de generella förutsättningarna för ditt företag relativt era konkurrenter?
 - Hur ser du på samrådsförfarandet inför upphandling (SIU)?
 - Hur ser du på de gemensamma branschgemensamma modellavtalen kring upphandling?

- **Givet syftet med denna studie, har vi missat att beröra några relevanta aspekter?**