

# Insentivbaserte og dynamiske kontrakter

Utfordringer for norsk og svensk  
kollektivtrafikk

Bård Norheim og Kristine Wika Haraldsen  
Urbanet Analyse

# Internasjonale erfaringer med incentivbaserte kontrakter van deVelde 2008

- “Å gjøre tingene riktig”?
  - Leverer et definert tilbud til lavest mulig kostnad
  - Fokus på operativt nivå/kostnadseffektivitet
- “Å gjøre de riktige tingene”?
  - Leverer et best mulig tilbud
  - Fokus på taktisk nivå/markedseffektivitet

# Utfordringer

- Er det behov for dynamiske kontrakter?
  - Marked under endring
  - Mange aktører påvirker kollektivtransporten
  - Nye mål og krav til kollektivtilbudet
  - Helhetlig satsing
- Er det behov for insentivbaserte kontrakter?
  - Levert kvalitet
  - Få flere passasjerer
  - Utvikling av tilbudet
  - Mer kostnadseffektive løsninger

# Kontraktsformer i Sverige

## 1. Tjenestekonsesjonsavtale

Dette er avtaler hvor det ligger grunnlag for kommersiell trafikk, et betydelig markedsansvar og økonomisk risiko for operatørene

## 2. Reiseinsitamentsavtale

Dette er avtaler hvor det ligger et potensial for flere passasjerer. Graden av insitamentet for operatøren ligger i størrelsen på det passasjeravhengige tilskuddet.

## 3. Produksjonsavtale

Dette er avtaler i områder hvor myndighetene vil ha definere det meste av innholdet i kontrakten i form av ruteproduksjon, linjenett, vogntyper mv og om de tar hele den økonomiske risikoen/holder billettinntektene.

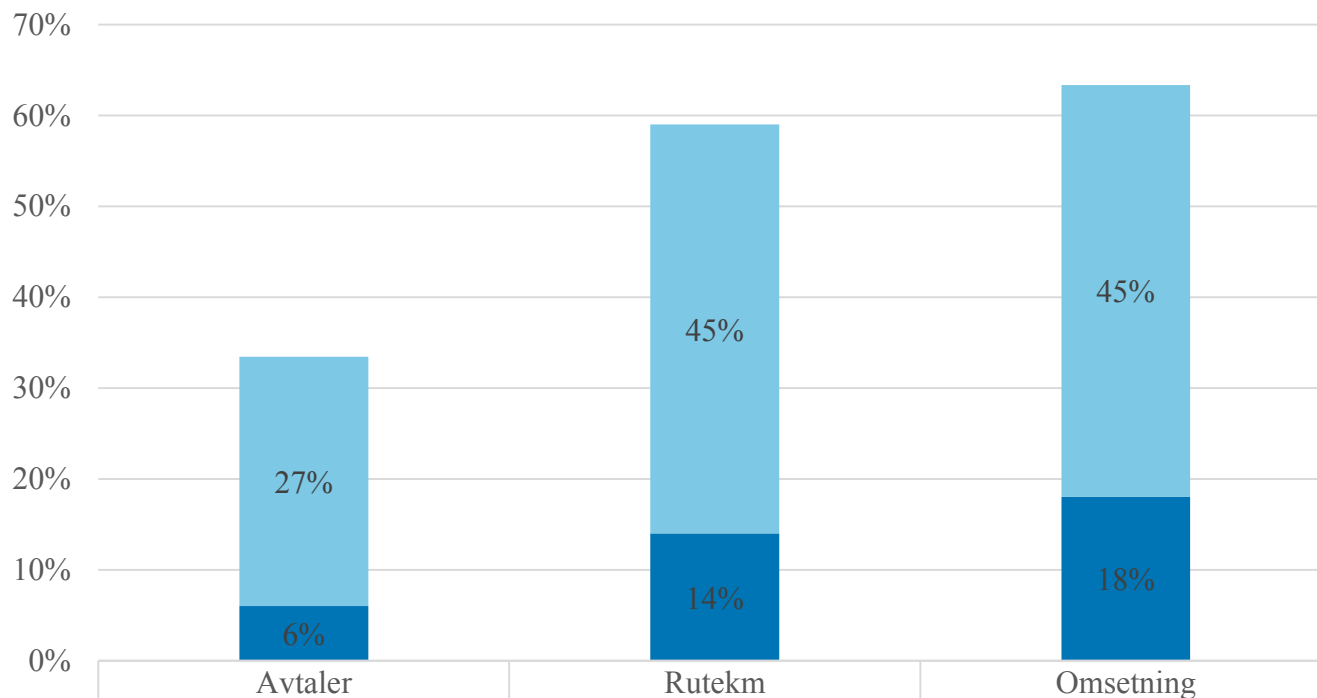
# Type kontrakter i Sverige

## Trafikanalys 2015

	Produksjonsavtale	Insentivavtale	Alle avtaler
Passasjerinsitament <25%	75	17	92
Passasjerinsitament >25%	3	39	42
Kundetilfredshet	8	15	23
Punktlighet	11	3	14
Gods	0	26	26
Kjøretøystandard	8	3	11
Annet	10	5	15
Ingen insitament	183	-	183
Antall avtaler totalt	278	72	350

# Andel av kontraktene med ulike passasjerinsentiver (lave <25%, høye >25%)

## Trafikanalys 2015



■ Andel med lave insentiver	27%
■ Andel med høye insentiver	6%

# VBP-kontrakter

## Insentiver per registrerte billett («stemplet»)

### Målsetting

- Få flere reisende
- Flere validerer billetten
- Redusere snikandelen

### Kjennetegn ved kontraktene

- Betaling utelukkende basert på VBP
- Operatørene får frihet og ansvar til å utvikle tilbudet
- Operatøren får utvidet ansvar for vedlikehold av materiell

# Insentiver i VBP-kontrakter

## Operatørene får mer betalt dersom:

- Flere reisende i VBP-trafikken
- Større andel kjøretøy med fornybare drivstoff

## Operatørene får mindre betalt dersom:

- Færre som reiser i VBP-trafikken
- Opplevd kvalitet går under et gitt nivå
- Trafikken er innstilt, forsinket eller fører til utbetaling av reisegaranti



# Eksempel Norrtäljekontrakten

## Målsetting

- Å øke bruken av kollektivtransporten og på sikt øke markedsandelen
- Fornøyde kunder
- Effektivisere driften av kollektivtransporten

## Operatørene kan

- Foreslå linjeforbedringer (forbedringer krever godkjenning av SL)
- Valg av busstype, i visse situasjoner med avvik fra kjøretøykrav
- Markedsføring av rutetilbudet lokalt
- Velge egne løsninger for depoer (ut over «Norrtäljedepoet»)

# Valg av «beste» operatør:

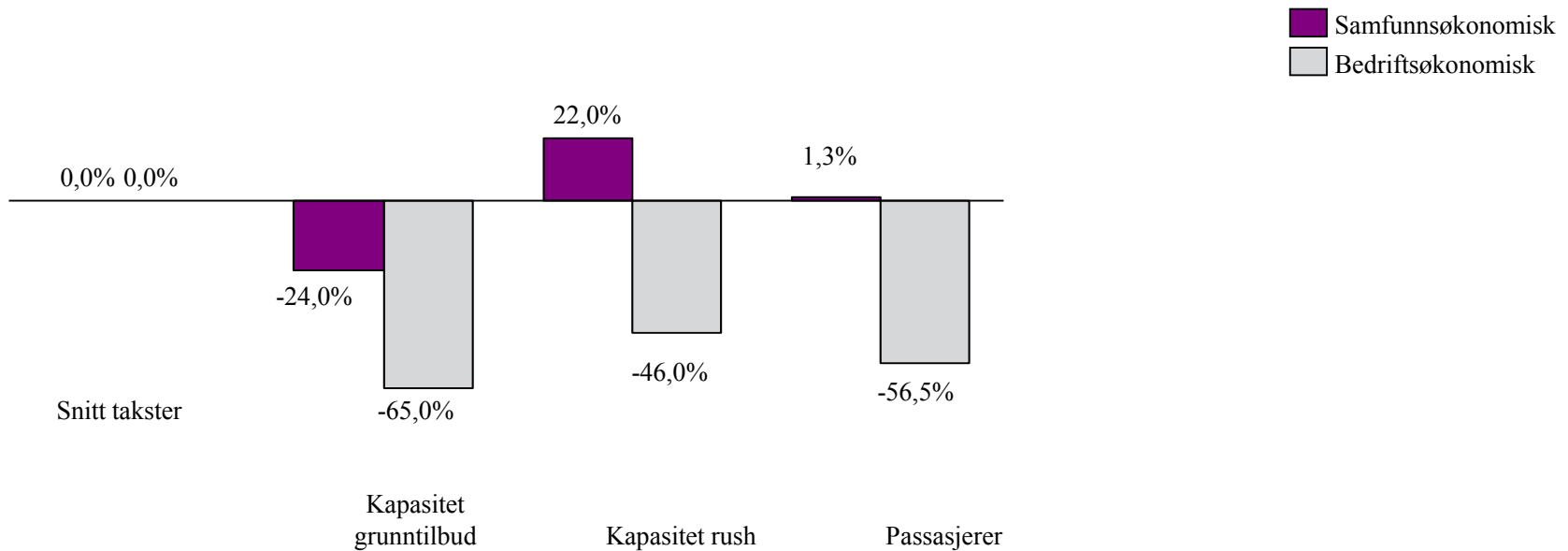
Eksempel Helsingborg 2012

Pris og kvalitet

Operatør	Operatør1	Operatør2	Operatør3	Operatør4
Pris produksjon	117,90	129,70	139,00	112,70
Karakter 1-5	5,00	3,80	3,80	3,68
Avregningsfaktor kvalitetsbeløp=39,9 mill. kr	0,00	+ 9,60	+ 9,60	+ 10,50
Ny pris inkludert kvalitetsbeløp	117,90	139,30	148,60	123,20

# Eksempel Lund: Nettokontrakter gir ikke tilstrekkelig insentiv Haraldsen m fl 2018

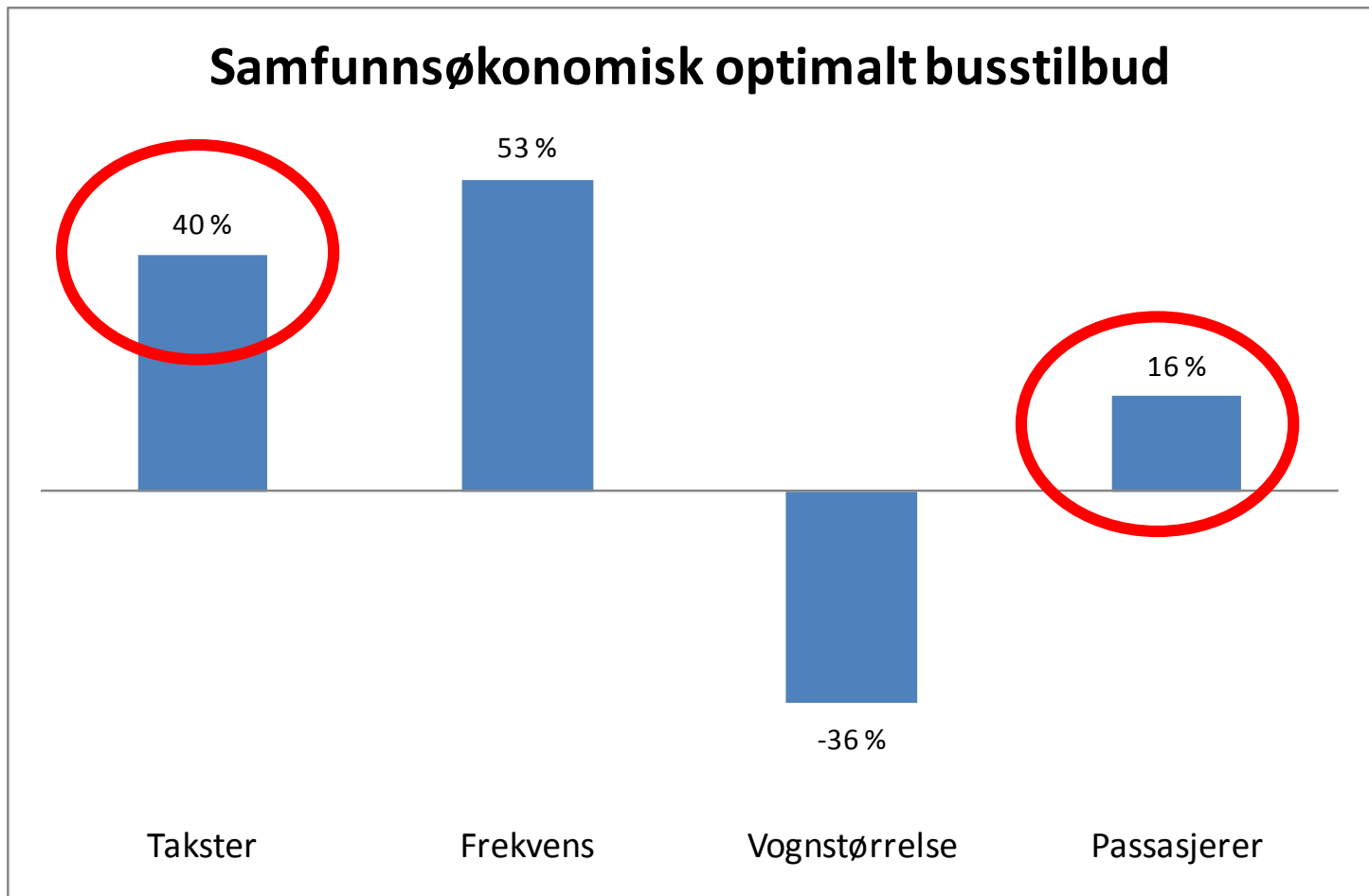
- Dersom operatør ikke kan redusere tilbudet skjer det ingen endringer på aggregert nivå
- Samfunnsøkonomisk optimering gir omdisponering av tilbudet fra grunntilbud til rush



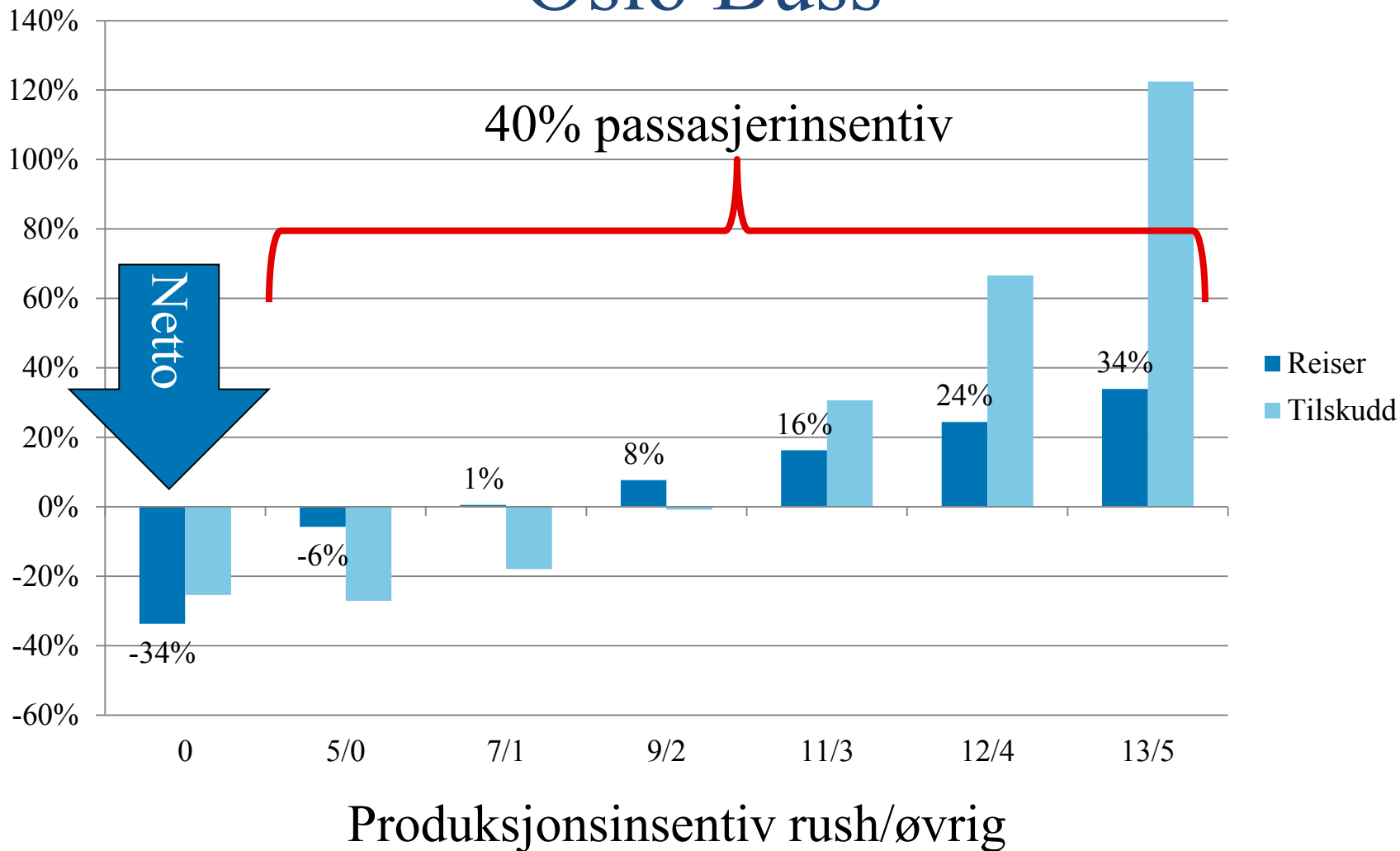
# Optimale insentiver?

- Samfunnsøkonomisk optimalt tilbud?
  - Gitt dagens tilskuddsramme:
    - Balanse mellom takster og tilbud
    - Balanse mellom frekvens og vognstørrelse
- Bedriftsøkonomisk tilpasning
  - Balanse mellom inntekter og utgifter
  - Finne insentiver som:
    - Tar hensyn til redusert biltrafikk og miljø
    - Tar hensyn til eksisterende passasjerer

## Eksempel Buss Oslo 2009: Norheim m fl 2009



# Beregning av optimale insentiver Oslo Buss



# Oppsummering

## Lærdom fra Sverige

- Tilbudskonkurransen stimulerer kreativitet
- VBP-insentivene ikke tilstrekkelige
  - Redusert tilbud eller ingen endring
- Potensial for omdisponering av tilbudet
  - Flere reisende med samme tilskudd
- Kraftige passasjerinsentiver for å nå optimalt tilbud
  - Økt risiko for operatørene
  - Økt fokus på rammebetingelser
  - Inntektene større enn kostnadene

## Overført til Norge

- Behov for mer studier av insentivstruktur
- Utvikle samarbeidskontrakter
- Se kontraktsform i sammenheng med byvekstavtaler
- Balanse mellom ansvar og økonomisk risiko
- Utvikle nye modeller for tilbudskonkurransen

Takk for oppmerksomheten!

[bno@urbanet.no](mailto:bno@urbanet.no)

[kwh@urbanet.no](mailto:kwh@urbanet.no)

[www.urbanet.no](http://www.urbanet.no)