

Ylläs Around vaikuttavuustutkimus

Ylläksen Matkailuyhdistys ry &
Sonera
20.9.2016

Sisällys

1 Johdanto.....	3
2 Palvelun kuvaus.....	3
2.1 Pilottihankkeen lähtökohdat	3
2.2 Pilottihankkeen tavoitteet	4
2.3 Palvelun sisällön ja jakelukanavien kuvaus	5
2.4 Palvelun tuotantokonsepti	6
2.4.1 Aikataulutietokanta.....	6
2.5 Palvelun kustannukset ja rahoitus	8
2.6 Palvelun markkinointi	8
2.7 Palvelun kohderyhmät ja käyttäjämäärät	9
2.8 Yhteydet muuhun toimintaan ja alueen kehittämiseen.....	10
3 Vaikutustietojen kuvaus	10
4 Palvelun arviointi.....	11
4.1 Asiakaskyselyn tulokset	13
4.1.1 Tulosten yhteenveto.....	13
4.1.2 Taustaa.....	14
4.1.3 Palvelun löydettävyys	14
4.1.4 Palvelun arviointi.....	16
4.1.5 Vastaajien liikkumistottumukset	18
4.1.6 Palvelupaketit	21
4.2 Yrityskyselyn tulokset.....	22
4.2.1 Kyselyn tulosten yhteenveto	23
4.2.2 Palvelukonseptin arviointi.....	23
4.2.3 Ylläs Aroundin vaikutukset yrityksen toimintaan	24
4.3 Tavoitteiden toteutuminen tilaajan näkökulmasta	24
4.3.1 Linja-autoliikenne YlläsAroundissa	25
4.3.2 Taksiliikenne YlläsAroundissa.....	25
4.3.3 YlläsAround palvelu matkailukeskuksen näkökulmasta.....	26
4.3.4 Matkan maksaminen.....	27
4.3.5 Lipputunniste	27
4.3.6 Palvelujen paketointi	27
4.3.7 Mediajulkisuus	28
4.4 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus	29
4.4.1 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus sovellusteknisestä näkökulmasta.....	29
4.4.2 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus palvelunäkökulmasta	30
4.4.3 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus taloudellisesta näkökulmasta.....	30
5 Mittarit.....	31
6 Vaikuttavuuden kytkeytyminen osaksi toiminta-alueen laajempaa strategiaa tai liikennepolitiikkaa.....	32
7 Suositukset jatkosta	33
7.1 Tietojärjestelmän kehittäminen.....	34
7.1.1 Ohjattu aikataulujen syöttö.....	35
7.1.2 Hinnoittelu liikennöitsijäkohtaiseksi	35
7.1.3 Pikaliput	36
7.1.4 Taksin hinnan määräytyminen lopullisen pääluvun mukaan.....	37
7.2 Toisen vaiheen tavoitteet	37
7.3 Rahoitus.....	37

1 Johdanto

Vaikuttavuustutkimus koskee Ylläksellä kevätseisongilla 2016 toteutettua MaaS-pilotin ensimmäistä vaihetta. MaaS-pilotin toinen vaihe on tarkoitus toteuttaa talviseisongilla 2016 – 2017. Palvelua on tarkoitus kehittää pilotin toiseen vaiheeseen osin perustuen mm tämän tutkimuksen tuloksiin. Tässä tutkimuksessa on kuvattu kehitysprosessin kulku ja toteutettu palvelu. Lisäksi on pyritty kuvaamaan palvelun vaikutusta eri osa-alueisiin. Tutkimustulokset perustuvat omiin kokemuksiin, keskusteluihin eri sidosryhmien kanssa (mm. asiakkaat, liikennöitsijät, Ylläksen yrittäjät, Ylläksen Matkailuyhdistys, Kolarin kunta, lähikuntien edustajat, Lapin Liitto, Taksiliitto, liikkumisen palvelun verkostot), sekä asiakaskyselyyn (n=69) ja toimijakyselyyn (n=13). Tämän tutkimuksen laadinnasta vastaa Joanna Karinen, Ylläksen Matkailuyhdistyksestä ja Helena Peipponen Soneralta.

Palvelun taustalla on Ylläksen Matkailuyhdistys ry:n, Kolarin kunnan, Tunturi-Lapin Kehityksen ja Liikenneviraston yhdessä käynnistämä T&K hankinta, jossa etsittiin Ylläksen alueelle MaaS -operaattoria tai vastaavaa pilotoimaan alueella uusia liikkumisen palveluita ja siihen soveltuvaa mobiilisovellusta matkailukeskustymäympäristössä. Ts. Ylläs tarjoaa testialustaa erilaisille liikkumisen palvelun tuottajille, jotka haluavat testata tuotettaan tai palveluaan arktisessa monen kansallisuuden testiympäristössä. Liikkumisen palveluita ovat mm. reititys, mobiilimaksaminen, lippujen ketjutus, kimpakyydit, yhteiskäyttöautot, vertaisvuokrauspalvelut ym. digitaalisesti saavutettavat palvelut. Pilotoinnin kannalta jopa samankaltaisten palveluiden olemassaolo voi olla mahdollista, jolloin niiden toimivuutta voi verrata keskenään.

Ylläs valikoitui Liikenneviraston pilottikohteeksi mm siitä syystä, että Tunturi-Lapissa toteutettavan AURORA -projektin (Arktinen Älyliikenteen testialue ja osaamiskeskus) yksi neljästä osaprojektista on MaaS -kokeilu (Mobility as a Service – Liikkuminen palveluna). Muut AURORAn osaprojektit ovat Liikenteen älykäs automatisaatio, digitaalinen liikenneinfrastruktuuri ja Älykäs väyläomaisuuden hallinta. Lisäksi Ylläksen suurin heikkous on ollut saavutettavuus ja keskuksen sisäiset julkiset kulkuyhteydet. Itä-Suomen yliopiston keväällä 2015 tekemän imagotutkimuksen mukaan vain 24 % vastaajista koki saavutettavuuden olevan riittävän ja 13 % vastaajista koki sisäisten julkisten kulkuyhteyksien olevan riittävät. Tutkimuksen mukaan Ylläksen saavutettavuutta pidetään heikkona ja se vaikuttaa tutkimusaineiston perusteella negatiivisesti matkailijamääriin.

2 Palvelun kuvaus

2.1 Pilottihankkeen lähtökohdat

Kaupallisten toimijoiden ja viranomaisten yhteisrahoitteisella T&K -hankinnalla toteutettavan YlläsMaaS -pilotin tavoitteena on ratkaista ja kokeilla Ylläksen alueen matkailijoiden ja asukkaiden liikkumis- ja kuljetustarpeita uudella käyttäjäystävällisellä ja kustannustehokkaalla palvelukonseptilla. Kokeilu tuottaa uutta tietoa ja innovaatioita alueellisen liikenteen järjestämisen prosesseihin tukien haja-asutusalueen Maas -toiminnan (Mobility as a Service) toteutettavuuden selvittämistä myös valtakunnallisesti.

Kokonaisuudesta lähetettiin tarjoutumiskutsu eri toimijoille 10.11.2015. Tilaaja päätti jatkaa neuvotteluja Soneran kanssa ja neuvottelumenettelyn tuloksena Sonera valittiin palvelun toimittajaksi 17.12.2015.

Tilaaja edellytti tarjouspyynnössä kaksivaiheista pilottia, jossa palvelua pilotoidaan kevätsezonkeina 2016 ja 2017 (1.2 - 15.4) aikana. Toisessa vaiheessa, kevätsezonkina 2017 tulisi olla kokeiltavana keväällä 2016 tehtyä ensimmäistä pilotoitua mallia kehittyneempi versio tai vaihtoehtoisesti täysin erilainen malli riippuen siitä, miten valittava operaattori kokee mielekkääksi pilotoinnin suunnitella.

Käytännössä kevään 2016 pilotti pääsi alkamaan vasta 11.3., kun Ylläs Around sovelluksen Android-versio julkaistiin. Sovelluksen Windows- ja iOS versiot julkaistiin 16.3. Viivästykselle oli useita syitä, joista suurimmat olivat pitkittyneet hintaneuvottelut taksiliikennöitsijöiden kanssa sekä aikataulutietokannan viivästyminen. Tietokannan viivästyminen siirsi palvelun päästä-päähän testausta eteenpäin, eli esti koko palveluketjun toiminnan varmistamisen ja mahdollisten ongelmien korjaamisen ajoissa.

2.2 Pilottihankkeen tavoitteet

Tilaaja esitti tarjouspyynnössään, että hankkeen tavoitteena on kehittää Ylläksen matkailukeskukseen uudenlainen ympäristöystävällinen, kustannustehokas ja turvallinen liikkumisen palvelu, jonka lähtökohtana ovat asiakkaiden tarpeet ja yhteiskunnallinen muutosprosessi kestävän kehityksen hyväksi. Luonnollisesti palvelu helpottaa myös liikkumista Ylläksen alueella ilman omaa autoa, edistää matkailupalveluiden parempaa saavutettavuutta ja näin ollen nostaa palveluiden käyttöastetta. Ylläs-MaaS -kokeilulle on tarjouspyynnössä määritelty 4 tärkeää osatavoitetta:

- 1) Nykyisen liikennepalvelutarjoaman ollessa suppea, on hankkeen tarkoitus suunnitella ja toteuttaa asiakkaita parhaiten palveleva liikennejärjestely julkisia ja yksityisiä liikennöintipalveluja hyväksikäyttäen niin, että asiakas pystyy vaivatta liikkumaan ilman omaa autoa kylien välillä ja niiden sisällä mm ladulle, rinteeseen, kauppaan, elokuviin, ravintolaan, jne. Myös luontoreitit kauempana kiinnostavat matkailijaa. Paikalliset liikennöitsijät ovat avoimia testaamaan ja toteuttamaan erilaisia liikennöintiratkaisuja. Eräs mielenkiintoinen kokeilu on kutsujoukkoliikenteen ja/tai kimppekyytien toteuttaminen.
- 2) MaaS-ideologian mukaisesti tarjotaan asiakkaalle palveluketju valmiiksi hinnoiteltuna ja helposti ostettavana pakettina. Ylläksen tapauksessa palveluketju voi em. liikennepalveluiden lisäksi sisältää erilaisilla omistuspohjilla olevaa autokantaa (car sharing), polkupyöriä, potkukelkkoja, ahkioita, vaunuja tai muuta sellaista, mikä saattaisi Ylläksellä lomailevaa asiakasta miellyttää. Palvelupakettien hinnoittelu tulee suunnitella markkinaehtoisesti ja hinnoittelu sekä muut suunnitelmat tehdään tiiviissä yhteistyössä paikallistoimijoiden kanssa.
- 3) Jatkoa silmälläpitäen pilotin tavoitteena on arvioida miten Ylläksen alueelle on rakennettavissa asiakasystävällinen liikennepalvelukonsepti sekä kannattava operaattoritoiminta jatkuvaa MaaS -palvelua operoimaan.
- 4) MaaS voi käsittää henkilöliikenteen lisäksi kappaletarvialiikenteen (paketit, ruoka- ja lääkekuljetukset, jne.) ja kunnallisesti toimivan palveluliikennöinnin (koulukyydit, Kela-

korvattavat, jne). MaaS -kokeilun toisessa vaiheessa myös nämä tulee ottaa huomioon mahdollista tulevaisuuden palvelukonseptia silmälläpitäen.

Tarjouspyynnössä operaattorille asetetut vaatimukset olivat seuraavat:

”Käynnistettävän kokeilun ja valittavan MaaS -operaattorin tulee vastata ja huolehtia koko matkaketjusta alkaen asiakkaan matkansuunnittelusta ja varaamisesta kyydin tarjoamiseen ja maksamiseen. Kokeilussa MaaS -palvelun tulee toimia Ylläksen alueella, kuitenkin niin, että se kytkeytyy valtakunnallisiin liikenneyhteyksiin, joilla alueelle saavutaan tai sieltä lähdetään. Kokonaispalvelu tulee olla käytettävissä yhdestä käyttäjäystävällisestä käyttöliittymästä. Palveluun on sisällytettävä merkittävä osa alueella toimivista liikennöitsijöistä, kuten taksit ja joukkoliikenne, mutta palvelu voi sisältää myös muita liikkumisratkaisuja.”

2.3 Palvelun sisällön ja jakelukanavien kuvaus

Tilaaajan esittämän tiukan aikataulun ja myös rajallisen rahoituksen vuoksi Tilaaajalle tarjottiin ratkaisun pohjaksi Soneran omaa, aluksi Hämeenlinnan alueelle rakentuvaa Reissu-palvelua.

Soneran kokonaisuuteen sisältyy kuluttajalle suunnattu mobiilisovellus, joka on ladattavissa sovelluskaupoista käyttäjän älypuhelimelle sekä taustalogiikka, jonka avulla käyttäjä pystyy hakemaan itselleen sopivan matkaketjun, varaamaan haluamansa matkan ja lopuksi maksamaan matkansa maksukortilla.

Hämeenlinnassa pilotoitava Reissu-palvelu on Sonera-brändin mukainen ulkoasultaan, mutta Ylläkselle toteutettu versio päätettiin Tilaaajan toiveesta toteuttaa Ylläs-brändin mukaisena siten, että logot, värit ja fontit muutettiin Ylläksen ilmeen mukaiseksi. Palvelusta toteutettiin myös englanninkielinen versio.

Palvelukokonaisuuteen päätettiin sisällyttää pilotin 1. vaiheessa Rovaniemen taksikeskuksen alaisuudessa toimivat taksit, Rundgren Oy:n juna- ja lentokenttäbussit ja Ylläs Express Oy:n Skibussi.

Palvelun mobiilisovellus on toteutettu kolmelle eri käyttöjärjestelmälle: iOS, Android ja Windows Phone. Sovellus on ladattavissa suoraan matkapuhelinten sovelluskaupoista.

Palvelussa käytettävä mobiilisovellus sisältää seuraavat toiminnot:

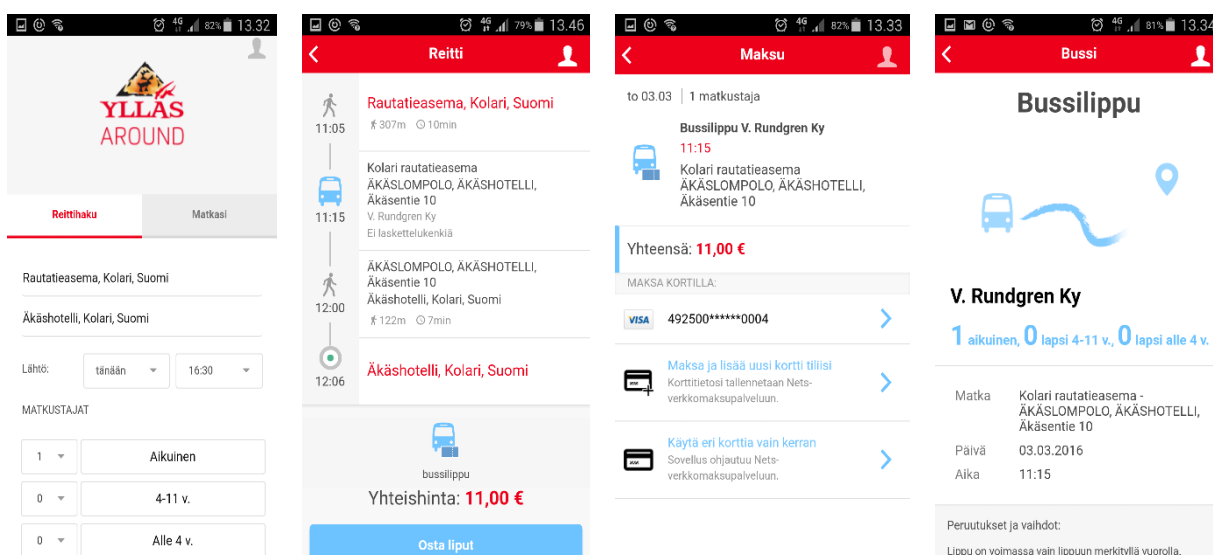
- Matkaketjun haku pisteestä A pisteeseen B.
- Mahdollisten vaihtoehtoisten matkaketjujen esittäminen sovelluksessa
- Käyttäjälle sopivan matkaketjun valinta ja sen tietojen näyttäminen.
- Lipun ostaminen valitulle matkaketjulle
- Lipun ostaneille reitin kävelyosuuden esittäminen kartalla.
- Lipun tallennus sovellukseen
- Sähköinen matkalippu sovelluksessa, jolla osoitetaan matkustusosoikeus liikennöitsijälle.

Lipun ostaminen sovelluksesta edellyttää, että käyttäjä rekisteröityy palveluun ja luo oman käyttäjätilin. Käyttäjä voi tallentaa palvelun kautta maksukortin tiedot

maksupalvelutarjoajan Netsin palveluun, jolloin uusintaostojen yhteydessä ei tarvitse syöttää kuin kortin kolminumeroinen turvaluku.

Palvelu tarjoaa lähtökohtaisesti taksikydyt aina jaettuina, jolloin palvelu automaattisesti yrittää yhdistää samoihin aikoihin ja samoilla alueilla liikkuvien matkustajien kyytejä. Käyttäjä voi myös kieltää yhdistelyn. Käyttäjä hyötyy yhdistelyluvan antamisesta sitä kautta, että hänen matkansa hinnoitellaan edullisemmaksi kuin yksityisen taksin hinta olisi vastaavalle matkalle.

Alla kuvakaappauksia sovelluksesta:



2.4 Palvelun tuotantokonsepti

Sonera tuottaa palvelun yhdessä valitsemiensa alihankkijoiden kanssa. Sonera kuitenkin vastaa palvelusta Tilaajan suuntaan. Soneran vastuulla on myös tehdä tarvittavat sopimukset liikennöitsijöiden kanssa heidän liittämistä palvelun piiriin.

Ylläksen matkailuyhdistys vastaa palvelun 1. asteen käyttäjätuesta ja Sonera vastaa palvelun teknisestä tuesta.

2.4.1 Aikataulutietokanta

Ylläksen paikallisliikenne perustuu markkinaehtoiseen linjaliikenteeseen (talviesongilla bussit Kolarin Rautatieasemalta ja Kittilän lentokentältä Ylläsjärvelle ja Äkäslompoloon, sekä toisin päin) sekä ostopalveluun (ski bussit). Edellä mainituista ainoastaan junabussin aikataulut näkyvät matkahuolto.fi -palvelussa on sieltä ostettavissa. Muiden linjojen aikataulut eivät ole missään järjestelmässä strukturoituna digitaalisessa muodossa, mikä on edellytys lippujen digitaaliseen ostotapahtumaan. Matkahuolto.fi -palvelussa olevat linjat ovat ostettavissa ainoastaan matkahuolto.fi -palvelun kautta. Tämän vuoksi ensimmäiseksi oli ratkaistava mihin em. tiedot tallennetaan, jotta ne voidaan esittää asiakkaalle älypuhelinsovelluksen avulla keskitetysti ja tarjota mahdollisuutta lipun ostoon.

Sonera tarjosi kahta vaihtoehtoa:

- 1) Tarjoukseen sisältyen tiedot digitalisoidaan Soneran toimesta ja tallennetaan Soneran tietokantaan. Tuloksena on sähköisessä muodossa oleva GTFS -aineisto, joka on jaettavissa Soneran palvelimelta avoimena datana.
- 2) Rakennetaan lisätyönä erillinen liikennöitsijän MaaS -palvelu, jonka kautta liikennöitsijät voivat itse viedä aikataulunsa palveluun ja pitää niitä yllä.

Tilaaja päätyi 2-vaihtoehtoon, mutta ei Soneran toteuttamana. Ylläkselle on jo aiemmin rakennettu tietokanta ”Ylläs-tieto”, jossa on paikallisten yritysten tiedot strukturoituna avoimen rajapinnan takana. Ko. tietokannan kehittäjältä tilattiin laajennus, jotta myös liikennöintitiedot (liikennöitsijät, linjat, pysäkit, aikataulut ja hinnat) saatiin lisättyä mukaan ja muodostettua niistä GTFS-standardin (*General Transit Feed Specification*) mukaista sisältöä Ylläs älypuhelinsovellusta varten. Tämä ratkaisu oli huomattavasti kustannustehokkaampi ja samalla mahdollistaa datan pysyvät tilaajan hallinnassa, jolloin sitä voidaan jakaa mihin tahansa ja kenelle tahansa sitä tarvitsevalle taholle siinäkin tapauksessa, että sovelluspalvelun tarjoaja on joku muu taho kuin Sonera. GTFS-standardin mukaista rajapintaa voi käyttää kuka tahansa hyödyksi, kun siitä sovitaan Ylläksen tietokannan hallinnoijan kanssa.

Linja-autolippujen hinnoittelu ratkaistiin määrittelemällä maantieteelliset hintavyöhykkeet. Mitä useamman vyöhykkeen läpi asiakas kulkee, sitä kalliimpi lippu. GTFS-rajapinta ei kuitenkaan tue toimintoa, jossa samalla vyöhykkeellä olisi erihintaisia kulkuvälineitä (esim. 8 hengen taksi ja 50 hengen bussi). Tämä on yksi syy, miksi tapahtumakohtaisia kyytejä ei pystytty toteuttamaan. Yksi vaihtoehto olisi tuottaa useampi GTFS-tiedosto, oma kutakin kulkuvälinettä varten. Toinen vaihtoehto voisi olla käyttää hinnoittelussa kertoimia älypuhelinsovelluksen päässä riippuen siitä, minkä kulkuvälineen asiakas valitsee, mutta tämä vaihtoehto rajoittaa aika paljon tapahtumakohtaisten kyytien hinnanmuodostusta, koska käytännössä liikennöitsijät eivät tällöin pysty vapaasti hinnoittelemaan tarjoamiaan kyytejä. Kolmas vaihtoehto on rakentaa pooli tapahtumakohtaisille kyydeille. Operaattori hallinnoi fleettiä ja jakaa tuotot palvelutarjoajien kesken.

Aikataulujen syötön kannalta haasteena on ollut se, että GTFS formaatti on luotu säännölliseen reittiliikenteeseen, joka toistuu samanlaisena tiettyinä päivinä, viikoittain. Ylläksellä sitä vastoin linja-autoliikenne skibussia lukuun ottamatta on syöttöliikennettä, eli busseilla on päiväkohtaiset aikataulut, jotka perustuvat lentokoneen/junan saapumiseen ja lähtöön. Tämä on erittäin työlästä syöttää jolloin myös virheitä tulee helposti. Onkin pohdittu Wizard -tyyppisen ratkaisun rakentamista niin, että aikatauluja syötettäessä annetaan koneen / junan tulo-/lähtöaika, ja ohjelma osaa itse laskea pysäkkiajat.

Haasteena oli myös Finavian myöhään ilmoittamat lentoaikataulut, sekä vielä myöhempään saapuvat ilmoitukset aikataulumuutoksista.

Esimerkki:

Kiirastorstaina klo 13 Finavia ilmoitti peruutuksia ja uusia lentoja pääsiäisen ajalle. Käytännössä työaika ennen pääsiäistä oli vain muutama tunti.

Nyt aikataulut siirrettiin eräajona ja tarkistettiin vielä käsin. Prosessi oli liian monivaiheinen ja aikaa vievä. Aikataulut tulee saada tietokantaan mahdollisimman automaattisesti ja virheettömästi, sekä niiden haku älypuhelinsovellukseen automaattisesti. Finavian toimintaan ei todennäköisesti tämän suhteen tule parannuksia. Kuitenkin aikataulujen syötön ollessa liikennöitsijöiden vastuulla, ei pyhäpäivistä tule ongelmaa.

Kun palvelu laajenee käsittämään suurempaa toiminta-aluetta, tullaan siihen tilanteeseen, että aikatauluja haetaan useasta eri paikasta. Haasteena on kuitenkin suurten toimijoiden (matkahuolto.fi, VR, Finnair, Onnibussi, jne.) haluttomuus avata rajapintojaan operaattoreille. Sitä vastoin he rakentavat itse matkaketjuja, jolloin etulyöntiasemassa saattaa olla Ylläksen tietokannan tapaiset ratkaisut, joista paikallisliikennettä voi tarjota heille myytäväksi.

2.5 Palvelun kustannukset ja rahoitus

Tilaaaja oli tarjouspyyntönsä mukaisesti varannut hankkeelle 30.000 – 70.000 €, joka käytettiin Soneran ratkaisun rahoittamiseen. Lisäksi Tilaaajalla on erillinen sopimus Rajahyödyn kanssa aikataulutietokannan toteutuksesta.

Soneralle kustannuksia palvelussa aiheutui Ylläksen brändin mukaisen sovelluksen toteuttamisesta, kieliversion toteuttamisesta ja alueen vaatimista muista muutoksista palvelun käyttöliittymään. Lisäksi kustannuksia aiheutui uusien liikennöitsijöiden liittämistä palveluun, aikataulujen validoinnista, palvelukokonaisuuden testaamisesta ja markkinoinnista.

Lisäksi Soneralle aiheutuu kustannuksia palvelujärjestelmän ylläpidosta ja sen teknisestä tuesta.

2.6 Palvelun markkinointi

Palvelusta tiedottaminen osoittautui ennakoitua haastavammaksi. Palveluun pyrittiin saamaan käyttäjiä markkinoimalla sovellusta sähköpostisuoraviestin avulla Soneran nykyasiakkaille, jotka ovat antaneet sähköisen markkinointiluvan. Suoraviesti lähetettiin yhteensä noin 10 000:lle 20 - 60 vuotiaalle asiakkaalle, jotka asuivat jossain seuraavista kaupungeista: Helsinki, Espoo, Jyväskylä, Kauniainen, Kirkkonummi, Oulu, Rovaniemi, Tampere, Turku ja Vantaa. Kirjeen sai myös Ylläksen Markkinoinnin uutiskirjeen tilanneet n 2000 henkilöä. Lisäksi markkinointia tehtiin Ylläksen alueella toimittamalla roll-uppeja ja flyereita keskeisiin paikkoihin; hotelleihin ja Jounin kaupalle, takseihin ja linja-autoihin sekä hiihtokeskuksiin. Lisäksi Sport Resort Ylläs -hiihtokeskuksen gondolihissin ala-asemalla olevassa infonäytössä pyöri Ylläs Around mainos. Palvelusta kerrottiin sekä Ylläksen että Soneran verkkosivuilla.

Viikoittain ilmestyvä paikallislehti Kuukkelo kirjoitti aiheesta melkein joka viikko. Toinen paikallislehti Luoteis-Lappi käsitteli aihetta kolmessa numerossa. Asiakkaat kuitenkin vaihtuvat viikoittain, jolloin artikkeli saavuttaa vain pienen osan kokonaismatkailijamäärästä.

Varsinainen palvelun markkinointi aloitettiin vasta 13.3 palvelun tultua tuotantoon Android ja Windows -alustoilla. Syynä se, että tarkkaa julkaisupäivää ei pystytty määrittelemään etukäteen ja markkinointi ei olisi ollut kovinkaan tehokasta ilman, että pystytään kertomaan milloin palvelu on oikeasti käyttöön otettavissa. Viesti olisi unohtunut turhan nopeasti, mahdollisesti jo ennen palvelun julkaisua. Yleisempää tiedotusta palvelun markkinoille tulosta olisi jälkikäteen ajatellen voinut tehdä enemmän ja aikaisemmin. Markkinointi tässä tapauksessa on tehokkainta, jos sitä voidaan tehdä jo silloin, kun lomamatkaa suunnitellaan. Tällöin voi asiakas harkita jopa jättävänsä auton kotiin.

2.7 Palvelun kohderyhmät ja käyttäjämäärät

Vuosittainen yöpymisten määrä Ylläksellä on 1,4 miljoonaa painottuen talvisesonkiin. Em. luku perustuu vedenkulutukseen ja poikkeaa Tilastokeskuksen rekisteröimistä yöpymisvuorokausista johtuen laajasta yksityisomisteisesta mökkikapasiteetista (Tilastokeskus rekisteröi vain kohteet, joissa > 20 majoitusyksikköä). Ylläksen asiakkaista runsas kolmannes on ulkomaalaisia.

Palvelun kohderyhmää ei pyritty rajaamaan sen tarkemmin kuin, että käyttäjällä on oltava älypuhelin ja hän joko asuu tai vierailee Ylläksellä hiihtokauden aikana. Soneran ehdotuksesta päädyttiin pilotista tekemään kaikille avoin, jolloin kuka tahansa pystyy lataamaan sovelluksen puhelimen sovelluskaupasta ja saa palvelun sitä kautta käyttöönsä.

Palvelun mobiilisovelluksen latasi kevään 2016 pilotin aikana 771 käyttäjää. Näistä lipun osti vain 24 henkilöä. Ostotapahtumia tehtiin yhteensä 36 kpl.

Matala lipunostomäärä osoittaa sen, että markkinointiponnistelut aloitettiin liian myöhään, eli Ylläkselle tulijoilla oli todennäköisesti liikkumisratkaisu jo valmiiksi mietittynä, joten he eivät päätyneet Ylläs Around palvelun käyttäjiksi. Seuraavan pilottikauden osalta markkinointitoimenpiteet pitää aloittaa aikaisemmin, jotta pystytään vaikuttamaan liikkumispäätökseen jo matkan suunnitteluvaiheessa.

Seuraavassa taulukossa vielä ostotapahtumat analysoituna tarkemmin:

771	latausta (Android 321, Windows 153, IOs 297)
36	Ostotapahtumaa
68	lippua ostettu, joista aikuisia 54 kpl, lapsia 4-12 v. 9 kpl ja alle 4 v 5 kpl.
4	bussin ja taksin yhdistelmämatkaa, joista 3 kpl rautatieasemayhteys ja 1 lentokenttäyhteys.
24	eri lipunostajaa, joista 9 ostanut lipun kahdesti ja yksi henkilö ostanut lippuja kolmesti (ski bussiin).
18	henkilöä osti lipun vain yhteen matkaan.
7	henkilöä (valtaosa) 9:stä kahden lipun ostaneesta osti liput kentältä/junalta Ylläkselle ja toisin päin. Myös 3/4 bussi+taksi -yhdistelmän ostajasta osti matkan kentältä/junalta Ylläkselle. Toisin sanoen suurin osa on tiennyt palvelusta ennen Ylläkselle tuloaan tai sai tiedon viimeistään kentällä/asemalla.
3	pelkkää taksikyytiä, kaikissa 1-2 pax.
5	ostoa skibussiin, yht 13 lippua.
1	kyyti, jossa lentokenttäbussia käytetty kylien väliseen matkaan.
19	ostossa min 2 pax, 17 ostossa 1 pax.
27	ostoa 36:sta (75 %) suuntautui Ylläksen ja lentokentän/juna-aseman välille. 1 osto Onnibussilta. 5 ostoa ski bussilla, 3 ostoa muita kylien sisäisiä matkoja.

2.8 Yhteydet muuhun toimintaan ja alueen kehittämiseen

Itse Ylläs Around -palvelua ei vielä ensimmäisen pilotin aikana ole kytketty muuhun toimintaan tai alueen kehittämiseen. Kuitenkin keskusteluja mm kunnan palvelukyytien optimoisesta ja kytkemisestä matkailijoille ja muulle paikallisväestölle suunnattuihin liikkumisen palveluihin on projektin aikana käyty.

Esimerkki

Ylläsjärvellä sijaitsee Suomen pohjoisin dialyysi, jonne tuodaan säännöllisesti (viikoittain) lähikuntien potilaita hoitoon. Dialyysihoitoon tuleva potilas tuodaan aina Kela-kyydillä, joka on potilaan kotikunnan tai Ylläksen alueen Kela-kyytipiiriin kuuluva taksi. Taksi ei jää odottamaan hoidon loppumista, vaan paluukyytiin tilataan erikseen toinen taksi. Näinollen kaksi taksia matkaa aina toisen sivun tyhjillään.

Tunturi-Lapin kehityksen keväällä 2015 teettämän kylämatkailua koskevan matkanjärjestäjäkartoituksen mukaan Keski-Eurooppalaiset turistit ja lentäen saapuneet omatoimimatkaajat mielellään vierailisivat lähikylissä päiväselään tai yön yli. Kylämatkailu toisi myös matkailutuloja muuten hiljaisille Tunturi-Lapin sivukylille. Edellä mainitut kyliltä saapuvat dialyysikyydit voisi valjastaa myös matkailijoiden käyttöön.

Myös koulukyydit ovat olleet kaikille avoimia, mutta nimensä mukaisesti ne on mielletty vain koululaisille tarkoitetuiksi kyydeiksi, vaikka voisivat palvella niin matkailijaa kuin paikallista työmatkallaan.

Kiinnostusta YlläsMaasia kohtaan on tullut sekä Lapin Liitosta, että Barentsin alueelta. Lapin Liiton Digi Aurora -projektin tavoitteena on rakentaa EAKR -rahoitteinen koko Lapin kattava matkailun platform ”kätevästi kaikkialle, ostettavista yhdestä kanavasta”. Barentsin kolmio on Venäjän, Suomen ja Norjan yhteinen esiselvityshanke, jonka tarkoituksena on edistää erilaisten kansainvälisesti ja kotimaassa toimivien bussilinjojen ja liikennöitsijöiden välisiä yhteyksiä, kehittää yhteistä tietopohjaa kaikista rajoja ylittävistä bussiyhteyksistä Barentsin alueella sekä paikanvaraus- ja lipunmyyntiratkaisusta rajoja ylittävien bussilinjojen käyttöön.

Vaikka olemassa olevia yhteyksiä käytännön tasolla muuhun toimintaa ei vielä ole, on äärimmäisen tärkeää tiedostaa tulevaisuuden näkymät ja kehittää sekä alueen omaa infraa, että tekniikkaa tasolle, joka mahdollistaa liittymisen muuhun toimintaan.

3 Vaikutustietojen kuvaus

Palvelun pienen käyttäjämäärän ja lyhyen pilottijakson vuoksi palvelun vaikuttavuus jäi vielä hyvin vähäiseksi. Varsinaista vaikutusta esim. liikennejärjestelmän toimivuuteen, matkan sujuvuuteen, häiriöihin reagoimiseen tai liikennesuoritteeseen palvelulla ei voi vielä sanoa olleen. Asiakaskyselystä saadun palautteen pohjalta voidaan kuitenkin todeta, että Ylläksen liikennejärjestelyjä ei koeta kovinkaan toimiviksi siitä syystä, että bussit kiertävät huonosti mökkialueilla ja lisäksi vuorovälit skibussin osalta koettiin liian harvoiksi. Ylläs Aroundin tyyppisellä palvelulla yhteyksien kattavuutta on voitu parantaa mahdollistamalla myös lentokenttä- ja junabussien käyttö kylien sisäisessä ja välisessä liikenteessä. Toisaalta kyseiset bussit liikennöivät vain pääreiteillä, joten sivummalla asuvia mökkiläisiä ne eivät palvele. Näiden lisäksi taksit tuovat lisää kattavuutta tarjontaan, kun niitä käytetään osana matkaketjua. Taksia kuitenkin ei välttämättä koeta päivittäin käytettävänä

liikkumismuotona, jolloin pelkän taksin varaan sivummalla majoittuvien liikkumista on hankala rakentaa, ellei kimpptaksia saada toimivaan todella joustavasti. Koska yhteydet koetaan edelleen huonoiksi, niin oma auto nähdään monen mielestä hyvin tarpeelliseksi Ylläksen alueella liikuttaessa.

Suoria vaikutuksia käyttäjien liikkumistottumuksiin tai kohderyhmien toimintaedellytyksiin palvelulla ei myöskään voi sanoa vielä olleen. Jos palveluun saataisiin mukaan riittävän kattava määrä liikkumismuotoja, jotka mahdollistaisivat kustannustehokkaan ja helpon liikkumisen alueella, niin edellytykset oman auton kotiin jättämiselle voisi olla olemassa. Lisäksi palveluverkoston pitäisi mahdollistaa myös ad hoc matkustaminen, eli vastausten perusteella matka pitäisi pystyä tilaamaan juuri ennen lähtöä ilman 2 tunnin marginaalia ja lisäksi esim. bussien vuorovälin pitäisi olla riittävän tiuha, jotta esim. rinteeseen tai hiihtämään voisi lähteä juuri silloin kuin haluaa.

Kevään pilotin aikana pääasiallinen palvelun käyttäjäkunta koostui henkilöistä, jotka saapuivat junalla tai lentokoneella Ylläkselle. Kyseiset henkilöt käyttivät palvelua joko pelkän junabussin, lentokenttäbussin tai bussi-taksi yhdistelmän ostoon. Todennäköisesti kyseiset käyttäjät olisivat ostaneet vastaavat matkat ilman Ylläs Aroundiakin, koska olivat jo etukäteen tehneet päätöksen saapua Ylläkselle junalla tai lentokoneella. Näin ollen Ylläs Around vain tarjosi heille sähköisen kanavan ostaa matkalippu etukäteen ja sovelluksella ei voi sanoa olleen vaikutusta heidän liikkumistottumuksiinsa.

Palvelulla ei voi myöskään toistaiseksi näillä käyttäjämäärillä sanoa olleen vaikutusta turvallisuuteen, ympäristöön, yhdyskuntarakenteeseen.

Mainittakoon, että Suomen Taksiliiton älypuheliin kehittämä Valopilkku otettiin tuotantoon Kolarissa ja Ylläksen alueella täsmälleen samaan aikaan 14.3.2016. Valopilkku paikantaa asiakkaan itsenäisesti ja ilmoittaa asiakkaalle taksin arvioitun saapumisajan sekä taksin katolla olevan keltaisen valon kupunumeron. Lisäksi sovellus ilmoittaa asiakkaalle push-viestillä auton saapumisen. Valopilkkulla asiakas voi antaa myös välittömän palautteen taksipalvelusta 1-5 tähdellä ja tekstitse. Taksin tuloa voi seurata myös kartalta sovelluksen kautta. Valopilkkun kautta ei kuitenkaan onnistu etukäteen maksaminen ja matkojen yhdistely.

Valopilkku tilauksia tuli Ylläksen takseille maaliskuussa 2016 jopa 50 kpl päivässä. Valopilkkua on markkinoitu näyttävästi suurkaupungeissa ja asiakkaille palvelu on varmastikin ollut entuudestaan tuttu.

Kahden yhtäaikaisen taksintilaussovelluksen olemassaolo aiheutti hämmennystä ja YlläsAroundia voisikin kehittää siten, että myös ad hoc -tilaukset onnistuisivat sen kautta.

4 Palvelun arviointi

Toteutusta lähdettiin rakentamaan Hämeenlinnan alueelle suunnitellun ja rakennetun Sonera Reissu palvelun pohjalta.

Palvelun kehittämisessä on ollut koko ajan ohjenuorana käyttäjien osallistaminen palvelukehittämiseen. Palvelun suunnitteluvaiheessa tehtiin Hämeenlinnan ja Helsingin alueilla useita käyttäjähaastatteluita, joiden pohjalta palvelun ensimmäinen versio on rakennettu. Lisäksi palvelua on päätetty edistää pilottien kautta, jolloin eri alueilta saadaan käyttäjäpalautettua, jonka pohjalta palvelua voidaan kehittää eteenpäin.

Palvelussa on pyritty hyödyntämään standardoituja ja vakioituja ratkaisuja niin pitkälti kuin mahdollista, eli bussiaikataulut käsitellään GTFS-muodossa, taksien välitysrajapintana käytetään yleisesti käytössä olevaa SUTI-rajapintaa, lisäksi palvelun lippujen maksurajapintana käytetään yleisesti käytössä olevaa NETS:n maksukorttirajapintaa.

Palvelun mobiilikäyttöliittymä on rakennettu Soneran toimesta olemassa olevien rajapintojen päälle, jolloin palvelun taustalla on pyritty hyödyntämään olemassa olevaa teknologiaa mahdollisimman paljon ja toisaalta käyttöliittymään on pyritty tuomaan käyttäjän kannalta uusia ja innovatiivisia elementtejä, jotka helpottavat hänen matkan tekoaan. Palvelun ensimmäisessä versiossa toiminnallisuus keskittyy vielä matkaketjun hakemiseen ja lippujen ostamiseen, joten uutuusarvo tulee lähinnä siitä, että käyttäjä pystyy hakemaan itselleen sopivimman matkaketjun yhden sovelluksen avulla, ostamaan lipun ja todentamaan matkustusoikeutensa sähköisen matkalipun avulla. Toistaiseksi vastaavat ratkaisut ovat Suomessa olleet yhteen liikkumismuotoon liittyviä.

Palvelun hyödyllisyys ja tarpeellisuus käyttäjille todentuu pilottien kautta. Ensimmäisen vaiheen pilotin käyttäjäpalautteen perusteella palvelu nähdään potentiaalisena ja tarpeellisena Ylläksen alueella, mutta vielä kehityskaarensa alkupäässä olevana. Parannuksia kaivataan sekä itse sovellukseen, että toisaalta liikkumismuotoihin, liikennöitäviin reitteihin ja liikennöintiähyeyteen. Sovelluksessa kritisoitiin esim. paikkojen hankalaa löytämistä sovelluksesta, eli Googlen paikkatietorajapinta ei tunne Ylläksen kohteita riittävän hyvin ja toisaalta käyttäjillä on kohteiden katuosoitteet huonosti tiedossa, jolloin kohteita haettaisiin mieluummin paikkojen nimillä. Tätä voidaan kehittää viemällä paikallista nimestä vahvemmin Googleen. Toisaalta Tilaaja on esittänyt vaihtoehtona myös heidän oman paikkatietokannan käyttämistä osana palvelua, koska siinä löytyy jo alias-nimet, sekä tietojen oikeellisuus on hallittavissa (vrt. Googlen kartassa löytyy jäämiä vanhoista palveluista tai täysin olemattomia palveluita).

Palvelu toimi 1. vaiheen pilotin ajan laadullisesti melko hyvin. Palvelussa ei ollut katkoja ja tilaukset saatiin laskutettua ja välitettyä liikennöitsijöille oikein. Ongelmia tuli lähinnä siinä, että kun käyttäjällä ei ole riittävää paikallistuntemusta, niin yhdistettynä Googlen osin puutteelliseen nimestietoon käyttäjä voi onnistua tilaamaan matkan eri yhteysväleille, kuin mitä hän oikeasti on halunnut. Esim. yksi käyttäjä tilasi Kittilän lentoasemalla taksimatkan, jossa kierrettiin liikenneympyrän kautta aseman etuovelta käytännössä takaisin lähes samaan pisteeseen. Tällaiset virheet saatiin onneksi korjattua pilotin aikana sitä mukaan, kun niitä ilmaantui.

Palvelu oli käyttäjille helposti saavutettavissa, koska se on vapaasti ja ilmaiseksi ladattavissa kolmen eri käyttöjärjestelmän (Android, IOS ja Windows Phone) sovelluskaupoista. Saavutettavuuteen vaikutti enemminkin se, että Ylläksen alueella kevään aikana matkailleilla ei välttämättä ollut riittävän laajasti tiedossa palvelun olemassaolo, jolloin suurin osa ei ole palvelua päässyt kokeilemaan. Tätä pyrittiin taklaamaan yllä kerrotuilla markkinointitoimenpiteillä. Toisaalta jos matkailija oli jo tullut Ylläkselle omalla autollaan, niin tällaiselle henkilölle palvelu on tietysti melko tarpeeton. Onkin tärkeää aloittaa seuraavan pilottikauden markkinointi ajoissa, jotta pystytään paremmin vaikuttamaan myös siihen missä kulkuneuvolla asiakas aikoo Ylläkselle saapua.

Palvelussa on paljon jatkokehitysmahdollisuuksia, mutta täysin alueellisen Ylläksen alueen kaikki ominaispiirteet huomioivan ratkaisun rakentaminen vaatisi myös paikallista panostusta palvelun kehittämiseen. Sonera näkee, että Tilaajalla voisi hyvinkin olla omaa intressiä palvelun jatkokehitykselle sitä kautta, että se tukee alueen yleistä kehitystä ja sen

saavutettavuutta ilman omaa autoa matkustaville henkilöille. Tällöin mielikuvaa Ylläksestä pystyttäisiin ehkä muuttamaan siihen suuntaan, että vaikka alue onkin kohtalaisen hajanainen, niin liikkuminen on kuitenkin järjestetty hyvin ja sitä kautta Ylläkselle olisi helppo tulla myös ilman omaa autoa. Alueella voisi hyvinkin toimia esim. majoitusyrittäjien kanssa yhdessä suunnitellut majoituspaketit, jotka sisältäisivät alueen sisäisen liikkumisen tai tapahtumien yhteyteen myytävät tapahtumalipun ja kuljetuksen sisältävät paketit.

4.1 Asiakaskyselyn tulokset

4.1.1 Tulosten yhteenveto

Palvelusta tehtiin kaksi erillistä asiakaskyselyä, toinen avoimena kyselynä kaikille kiinnostuneille ja toinen osoitettuna kyselynä palveluun rekisteröityneille. Yhteensä kyselyihin saatiin 89 vastausta. Näistä 69 vastausta saatiin avoimen kyselyn kautta ja loput osoitetun kyselyn kautta. Avoimen kyselyn vastaajista suurin osa ei ollut vielä ostanut sovelluksesta yhtään matkaa, joten vastauksia lukiessa kannattaa huomioida, että tämän kyselyn kautta saatu palaute ei pääosin perustu todelliseen käyttökokemuksen, vaan lyhyeen sovellukseen selaamiseen.

Suurin osa vastaajista kertoi löytäneensä palvelun jokin Ylläksen paikallisen median kautta, avoimen kyselyn vastaajista suurin osa oli kuullut palvelusta Ylläksen Facebookin kautta ja rekisteröityneiden kyselyn vastaajat paikallislehti Kuukkelin juttujen kautta. Soneran suoramainonnan osumatarkkuus oli paljon heikompi. Suoramainonnan heikompi onnistuvuus johtuu todennäköisesti siitä, että viestiä ei pystytty mitenkään kohdentamaan sellaisille henkilöille, jotka ovat suunnittelemassa matkaa Ylläkselle tai ovat ylipäätään Ylläksen alueesta kiinnostuneita. Pilotin seuraavan vaiheen markkinointia suunniteltaessa pitäisikin miettiä tarkkaan miten saataisiin parhaiten kiinni oikea kohderyhmä, turhan massamarkkinoinnin sijaan.

Molempien kyselyiden vastaajat kokivat palvelukonseptin pääosin positiivisena, sovelluksen koettiin helpottavan lipun ostoa ja matkan suunnittelua. Palvelua jo käyttäneet aikoivat hyvin todennäköisesti käyttää palvelua uudelleen. Vastaajat antoivat myös hyvää rakentavaa palautetta, esim. paikkojen löytäminen sovelluksesta koettiin hiukan haastavaksi ja tähän liittyen saatiin useampi parannusehdotus.

Vastaajista iso osa oli tottunut saapumaan Ylläkselle omalla autolla, jolloin tarve Ylläs Aroundin kaltaiselle palvelulle on pienempi. Oma auto halutaan käyttää, koska Ylläksen liikenneyhteyden koetaan ylipäätään heikkoina, vastaajat voisivat harkita oman auton kotiin jättämistä jos esim. paikalliset skibussi yhteydet toimisivat joustavammin ja palvelisivat paremmin sivummalla olevia mökkejä.

Vastaajilta kysyttiin myös heidän kiinnostuksestaan palvelupaketteja kohtaan. Vastaukset näiltä osin jakautuivat kahtia. Oman mökin omistavat vastaajat eivät olleet paketeista kiinnostuneita, vuokramökissä tai hotellissa majoittuvat sen sijaan vastasivat, että esim. skibussin tai juna/lentokenttäbussin lipun nähtäisiin mielellään sisältyvän majoituksen hintaan. Em vastaus voidaan ymmärtää kahdella tavalla: Omassa mökissään asuvat saapuvat lähes aina omalla autolla, koska mökkeilyyn liittyy myös huoltoa. Tai sitten mökin omistajat eivät välttämättä halua lähteä tarjoamaan liikkumista mökkiin paketoituna. Vuokramökissä ja hotellissa asuvat luonnollisesti kokevat paketoinnin mielenkiintoiseksi asiakkaan näkökulmasta. Mökkejä Ylläksen alueella on n 3000, joista n 700 myydään majoitusvaraamon kautta. Loput ovat pelkästään yksityiskäytössä tai mökinomistajat vuokraavat niitä asiakkaille itse.

Yleisesti ottaen kyselyiden palaute oli melko positiivista ja annettu palaute pääosin hyvin rakentavaa. Palvelukonseptista pidettiin ja sitä toivottiin kehitettävän edelleen parempaan suuntaan.

4.1.2 Taustaa

Palvelun käyttäjille tehtiin 2 erillistä asiakaskyselyä. Huhtikuun 2016 aikana tehtiin palvelusta avoin kysely, johon kutsuttiin vastaajia Ylläksen Facebook-sivun kautta, kysely ei vaatinut palveluun rekisteröitymistä, vaan vastaajia pyydettiin lataamaan sovellus, kokeilemaan sitä ja vastaamaan sen jälkeen kysymyksiin. Kyselyyn vastasi 69 henkilöä, joista 56 ilmoitti ladanneensa sovelluksen. Kyselyssä arvottiin merkittävä palkinto käyttäjille, joka saattoi houkuttaa sellaisiakin vastaajia, jotka eivät muuten olisi kiinnostuneita palvelusta. Tämän kyselyn vastaajista 45 oli naisia ja 24 miehiä. Ikäjakauma oli melko tasainen, mutta yli puolet vastaajista kuului ikäryhmiin 36-55 vuotta. Ylivoimaisesti suurin osa ilmoitti käyttävänsä omaa autoa Ylläkselle saapumiseen ja matkustavansa sinne perheen tai ystävien kanssa. Suurin osa vastaajista (38) kertoi majoittuvansa vuokramökissä, 14 ilmoitti majoittuvansa omassa mökissä.

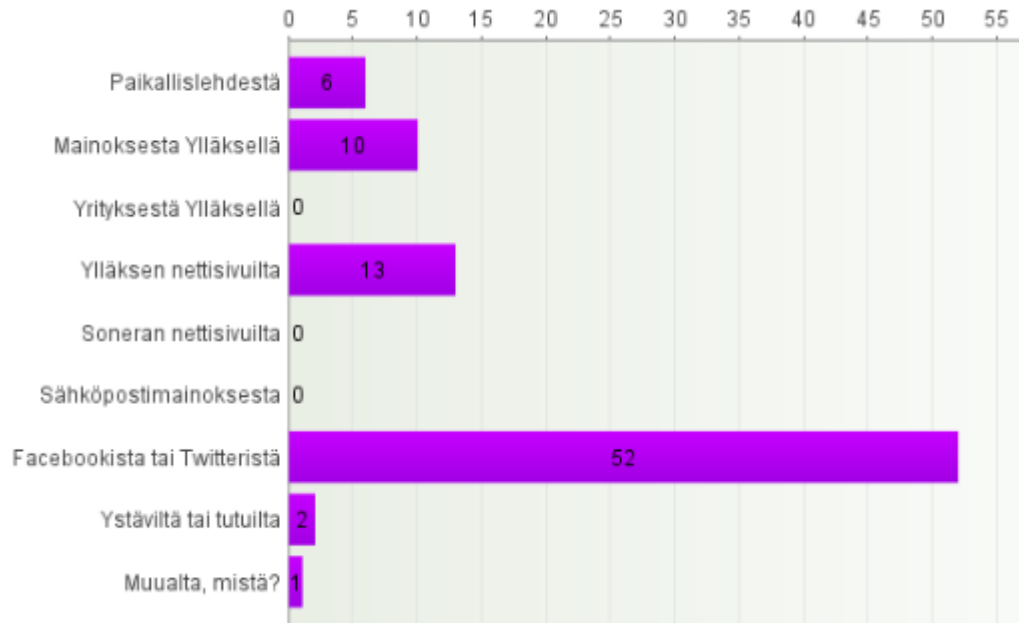
Palveluun rekisteröityneille käyttäjille tehtiin erillinen palautekysely toukokuun 2016 alkupuolella. Kyselyyn vastasi 20 käyttäjää. Vastaajista 12 oli naisia ja 8 miehiä. Vastaajien iät jakautuivat melko tasaisesti, mutta suurin osa vastaajista osui ikähaarukkaan 46-55 vuotta. Vastaajat kulkivat Ylläkselle joko omalla autolla (40%), junalla (35%) tai lentokoneella (25%). Lähes puolella vastaajista oli Ylläksellä oma mökki tai lomaosake, vuokramökissä majoittui 25% ja loput majoittuivat hotellissa tai sukulaisten luona. Lähes kaikki vastaajat matkustivat Ylläkselle perheen tai ystävien kanssa.

Seuraavassa kappaleessa käsitellään yllämainittujen kyselyiden tulokset erillisinä, koska yhteenvedettyjä graafeja molemmista kyselyistä ei ole saatavissa.

4.1.3 Palvelun löydettävyys

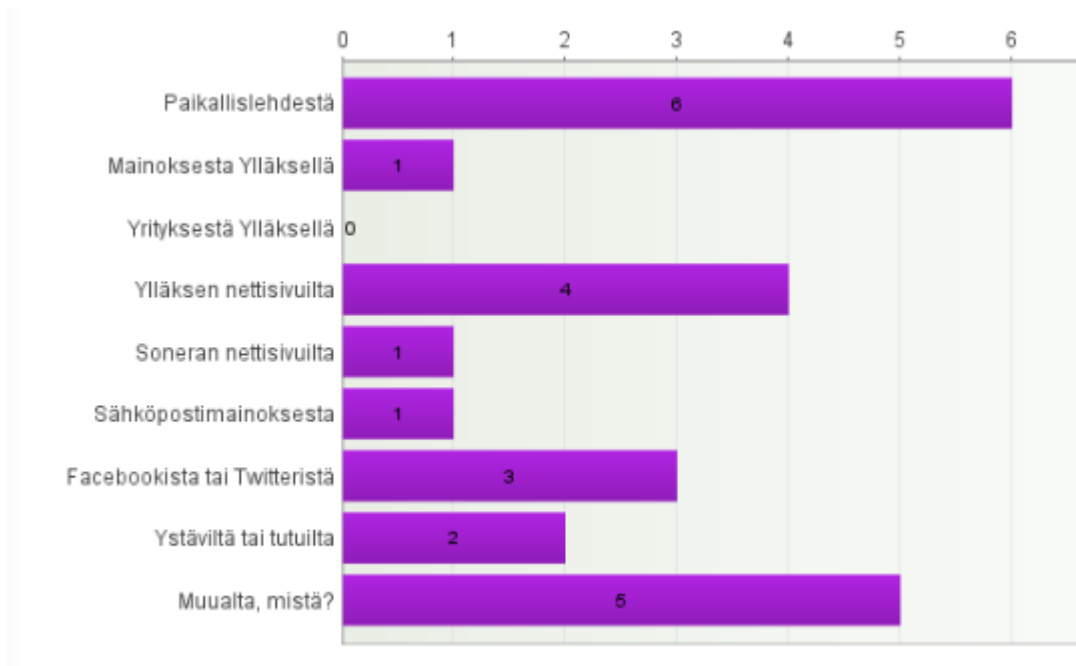
4.1.3.1 Avoin kysely sovelluksen ladanneille

Vastaajia pyydettiin kertomaan mistä ovat kuulleet Ylläs Around palvelusta. Kysely oli muotoiltu siten, että vastaaja sain valita useamman kuin yhden vaihtoehdon listatuista. Avoimen kyselyn vastaajista 75% oli kuullut palvelusta Facebookista tai Twitteristä, 19% Ylläksen nettisivuilta ja 15% mainoksesta Ylläksellä. Vastauksista näkyy se, että tätä kyselyä mainostettiin Facebookissa ja Ylläksen web sivuilla ja ilmeisesti vastaajista suurin osa löytänyt palvelun tätä kautta.



4.1.3.2 Kysely rekisteröityneille

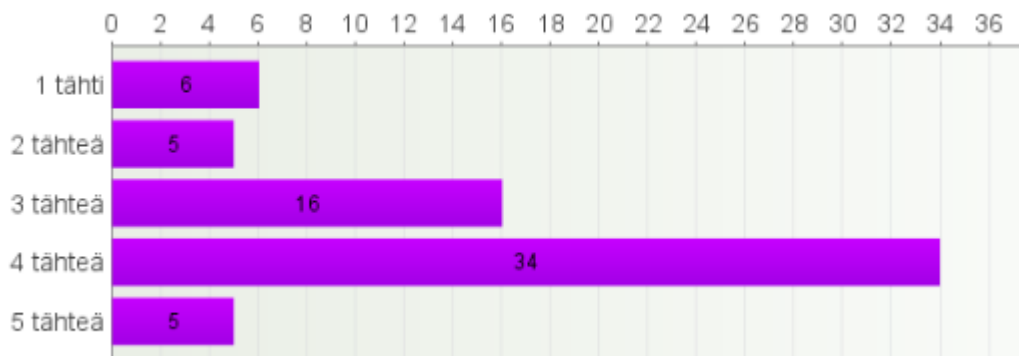
Vastaajia pyydettiin kertomaan mistä ovat kuulleet Ylläs Around palvelusta. 30% oli löytänyt palvelun paikallislehden jutun perusteella, 20% Ylläksen web-sivujen kautta, 15% sosiaalisen median kanavien kautta, 10% Soneran sähköpostimainoksen tai websivujen kautta. Vapaassa palautteessa otettiin kantaa siihen, että palvelua olisi pitänyt mainostaa enemmän.



4.1.4 Palvelun arviointi

4.1.4.1 Avoin kysely sovelluksen ladanneille

Käyttäjää pyydettiin arvioimaan sovellusta antamalla sille tähtiä (5 tähteä paras). Vastaajista 52% antoi 4 tähteä ja 24% 3 tähteä. Yhden tai kaksi tähteä antoi 17%.



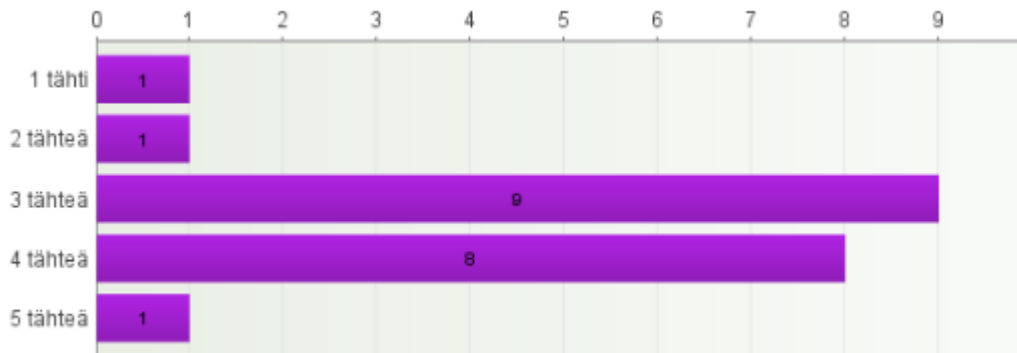
Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan sovelluksen käyttökokemusta asteikolla 1-5 (1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3 = en osaa sanoa, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä). Kaikki ne vastaajat, jotka olivat asentaneet sovelluksen kokivat asentamisen helpoksi tai melko helpoksi. 65%:ia koki sovelluksen käytön helpoksi tai melko helpoksi. 12% koki käytön hankalaksi tai erittäin hankalaksi. 58% vastaajista koki matkan löytämisen helpoksi tai melko helpoksi, 13% koki sen hankalaksi. 30% vastaajista koki matkat sopivan hintaisiksi, 13% liian kalliiksi, suurin osa vastaajista, eli 55% ei osannut sanoa. 41% koki maksamisen helpoksi, 54% ei osannut ottaa asiaan kantaa. Tässä kohdassa oli muutenkin paljon ”en osaa sanoa” vastauksia, ilmeisesti vastaajat eivät olleet perehtyneet sovellukseen kovinkaan syvällisesti.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Asennus on helppoa	0	0	9	9	51	69	4,61
Käyttö on helppoa	5	3	15	28	17	68	3,72
Matkan löytäminen on helppoa	5	4	18	28	12	67	3,57
Tarjotut matkat ovat sopivan hintaisia	3	6	38	15	5	67	3,19
Maksaminen on helppoa	2	1	37	21	7	68	3,44
Yhteensä	15	14	117	101	92	339	3,71

Vastaajat saivat antaa sovelluksesta vapaata palautetta. Vapaassa palautteessa toivottiin mahdollisuutta tehdä reittihaku suoraan kartalta. Sama käyttäjä toivoi myös selkeämpää tietoa siitä, saako esim. suksia, lumilautoja ja polkupyöriä kuljettaa eri kulkuvälineissä ilmaiseksi tai lisämaksulla. Lisäksi käyttäjillä oli ollut hankaluuksia paikannimien kanssa. Yksi käyttäjä koki erillisen sovelluksen hankalaksi ja ilmoitti käyttävänsä tämän kaltaista palvelua mieluummin web-sivun kautta. Positiivista palautetta saatiin siitä, että taksimatkan hinta kerrottiin sovelluksessa etukäteen.

4.1.4.2 Kysely rekisteröityneille

Käyttäjiä pyydettiin arvioimaan sovellusta antamalla sille tähtiä (5 tähteä paras). Vastaajista 45% antoi 3 tähteä, 40% antoi 4 tähteä:



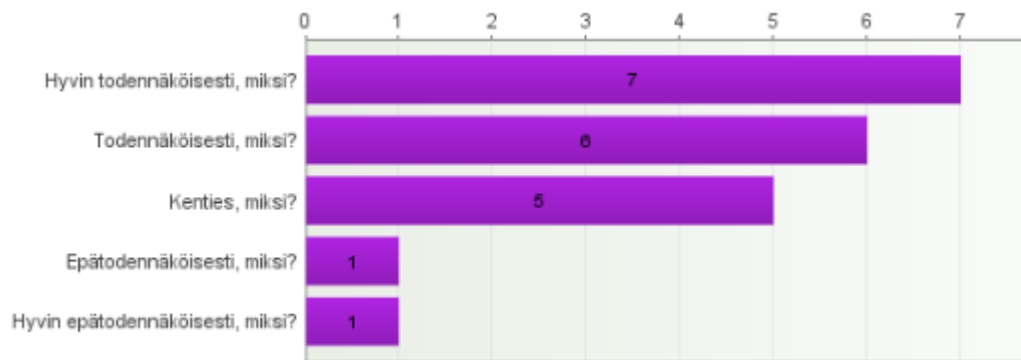
Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan sovelluksen käyttökokemusta asteikolla 1-5 (1 = täysin eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jokseenkin samaa mieltä, 5 = täysin samaa mieltä) Kaikki vastaajat kokivat sovelluksen asentamisen helpoksi tai melko helpoksi. 65% vastaajista oli sitä mieltä, että sovelluksen käyttö on helppoa tai melko helppoa. Matkan löytämisen koki 60% helpoksi, 25%:lla oli hankaluksi matkan löytämisen kanssa. 40% vastaajista koki matkat sopivan hintaisiksi, 50% ei osannut sanoa. Maksaminen koettiin kohtalaiseksi helpoksi, 55% koki sen helpoksi tai melko helpoksi, 25% ei osannut sanoa ja 20% koki maksamisen hankalaksi:

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Asennus on helppoa	0	0	0	3	17	20	4,85
Käyttö on helppoa	1	0	5	9	4	19	3,79
Matkan löytäminen on helppoa	3	2	3	8	3	19	3,32
Tarjotut matkat ovat sopivan hintaisia	2	0	10	5	3	20	3,35
Maksaminen on helppoa	2	2	5	6	5	20	3,5
Yhteensä	8	4	23	31	32	98	3,76

Vastaajat saivat myös antaa sovelluksesta vapaata palautetta. Palautteen mukaan sovellukseen kaivattiin lisää valikoimaa tarjottuihin matkoihin ja liikkumismuotoihin. Lisäksi toivottiin, että Ylläksen paikannimet löytyisivät sovelluksesta paremmin, koska osoitteita tunnetaan huonosti.

Käyttäjiltä kysyttiin myös miten palvelusta ostetut matkat sujuivat. Lähes kaikkien käyttäjien mielestä matkat menivät hyvin, taksit saapuivat ajallaan ja myös palvelu koettiin hyväksi. Rakentavana palautteena tuotiin esille, että taksin saapumisaikaan olisi hyvä saada vahvistus etukäteen. Lisäksi toivottiin, että palveluun olisi voinut rekisteröityä etukäteen, jolloin ensimmäisen lipun ostaminen olisi ollut helpompaa. Yksi selkeästi negatiivinen palaute saatiin, jossa koko palveluketju koettiin hyvin negatiivisena. Kyseinen vastaaja koki palvelun liian virheelliseksi ja vaikeaksi käyttää, lisäksi hän oli saanut mielestään huonoa palvelua bussikuskilta.

Vastaajilta kysyttiin myös kuinka todennäköisesti he aikovat käyttää YlläsAroundia seuraavalla Ylläksen matkallaan. 65% aikoi käyttää todennäköisesti tai melko todennäköisesti. 20% vastasi, että kenties aikoo käyttää, loput vastaajista, eli 15% näkivät käytön melko epätodennäköisenä. Ne jotka aikovat käyttää palvelua perustelivat asiaa sillä, että sovellus nopeutti ja helpotti lippujen ostoa. Lisäksi liput sai edullisemmin ja muutenkin koettiin palvelu käteväksi ja hyväksi. Epävarmat käyttäjät kaipasivat palveluun lisää kattavuutta. Palvelun epätodennäköisen käytön syyksi listattiin oman auton käyttö ja lisäksi palvelun vaikeus ja epävarmuus.

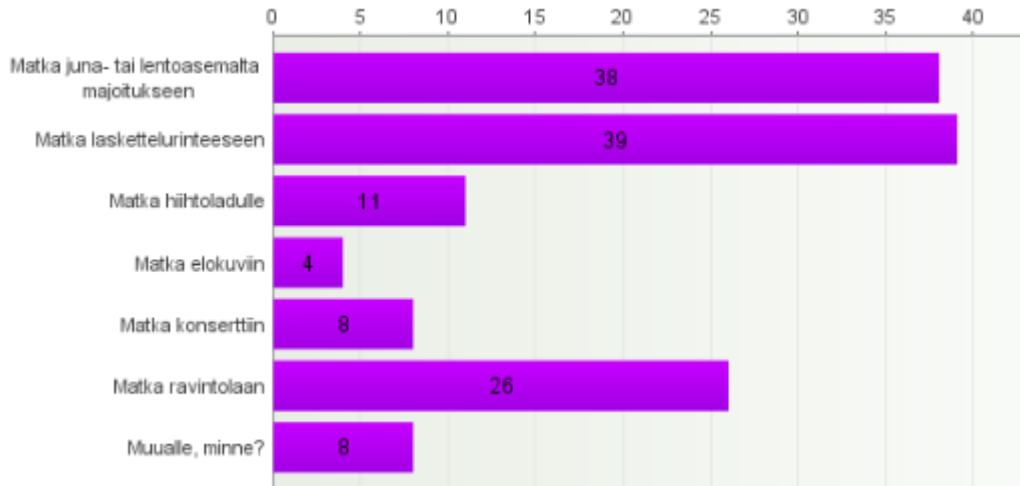


4.1.5 Vastaajien liikkumistottumukset

4.1.5.1 Avoin kysely sovelluksen ladanneille

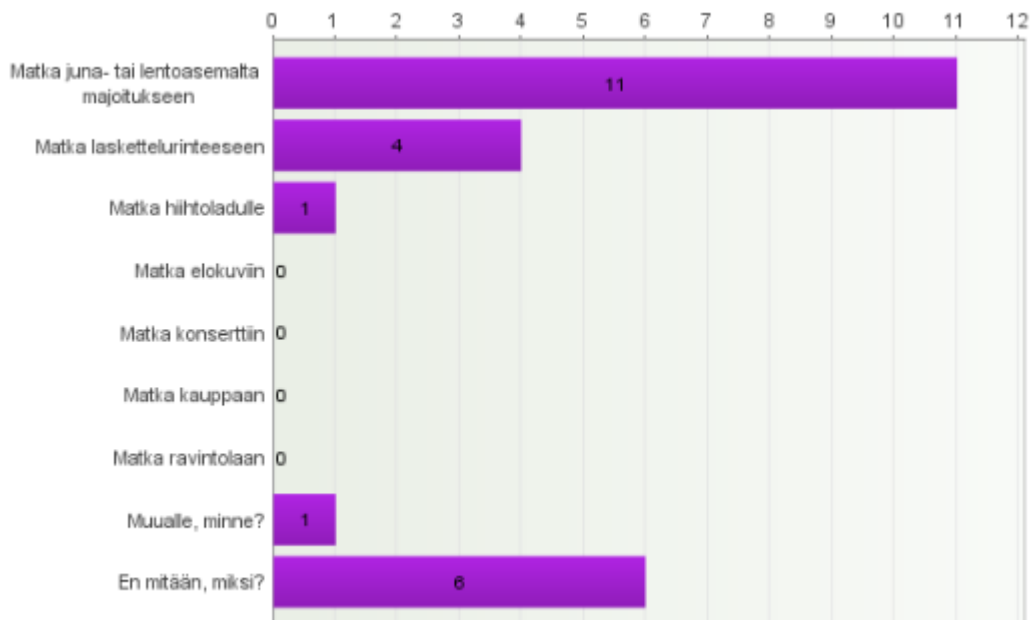
Vastaajista vain 4 oli ostanut lipun sovelluksella, loput eivät olleet. Liikkumistottumukseen liittyen avoimessa kyselyssä kysyttiin vain millaisia matkoja käyttäjät haluaisivat ostaa Ylläs Aroundin kautta. Tätä kohtaa laajennettiin muutamalla lisäkysymyksellä rekisteröityneille käyttäjille tehtyyn kyselyyn. 58% käyttäjistä haluaisi ostaa matkan laskettelurinteeseen. 56% käyttäjistä haluaisi ostaa matkan juna- ja lentoasemalta majoitukseen. 38% haluaisi ostaa matkan ravintolaan. Muutamia käyttäjiä kiinnostivat myös muut esitetyt vaihtoehdot, kuten matka hiihtoladulle.

Vastaajilta kysyttiin myös halukkuutta kimppataksin käytölle. Lähes kaikki vastaajat kokivat kimppataksin positiivisena jos siten saa taksimatkan halvemmalla. Vain 5 vastaaja ei halunnut jakaa taksiaan. Perusteiksi esittivät esim. sen, että ei ole aika odotella muita ja sen, että jakaminen vaatii käteisen käyttöä.

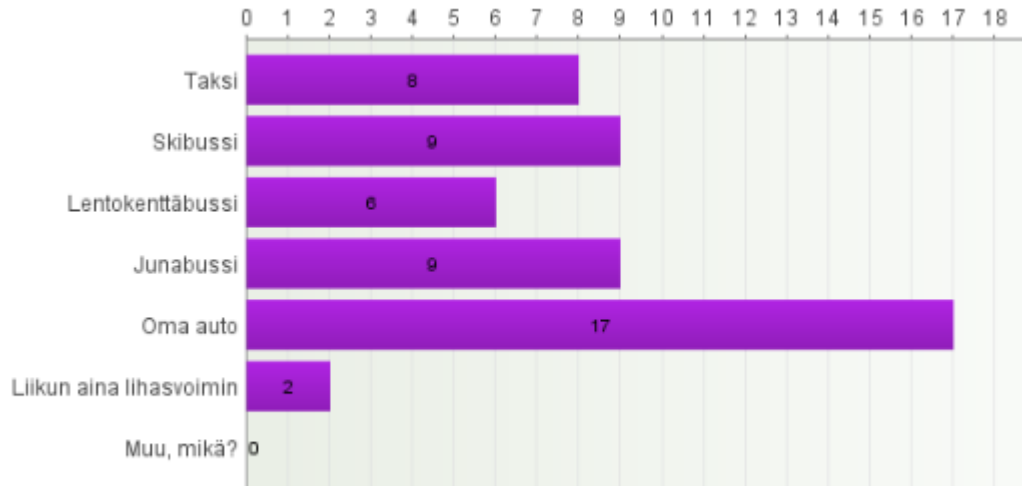


4.1.5.2 Kysely rekisteröityneille

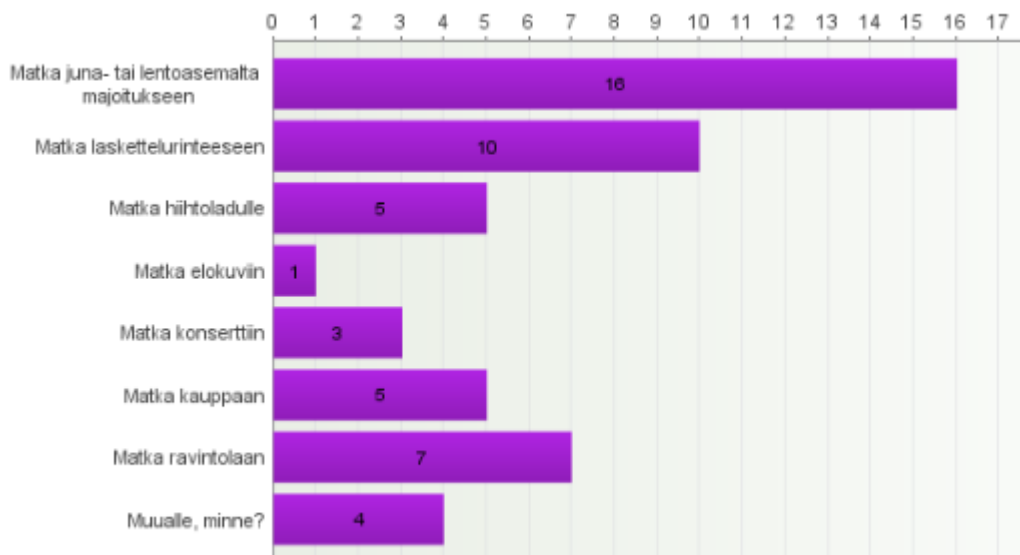
85% vastaajista oli ostanut YlläsAroundin kautta matkan, loput eivät olleet vielä kokeilleet esim. koska eivät ole vielä käyneet Ylläksellä sovelluksen julkaisun jälkeen. Matkan ostaneista 65% oli ostanut matkan lentokentältä tai juna-asemalta majoitukseen. 35% oli ostanut matkan harrastukseen, näistä suurin osa meni skibussilla laskettelemaan.



Vastaajia pyydettiin kertomaan mitä liikummisluotoja he yleensä käyttävät Ylläkselle olleessaan. Vastaajista 85% kertoi käyttävänsä Ylläksellä olleessaan omaa autoa. Junabussia kertoi käyttävänsä 45% ja 30% käyttää lentokenttäbussia. Skibussin käyttäjiä oli 45%, 40% käyttää myös taksia ja 10% liikkuu myös jalkaisin.



Vastaajilta kysyttiin myös millaisia matkoja he haluaisivat jatkossa ostaa YlläsAroundilla. Käyttäjä sai valita useamman vastausvaihtoehdon annetulta listalta. 80% halusi ostaa matkan junalta tai lentokoneelta majoitukseen. 50% halusi ostaa matkan laskettelurinteeseen ja 25% matkan hiihtoladulle. Kauppaan, ravintolaan, konserttiin tai elokuvaan matkan halusi ostaa 75%. Avoimessa palautteessa toivottiin myös liittymäkuljetusta Onnibussin pysäkillle.



Vastaajilta kysyttiin myös halukkuutta kimpptaksin käytölle. Lähes kaikki vastaajat kokivat kimpptaksin positiivisena jos siten saa taksimatkan halvemmalla. Vain 2 vastaaja ei halunnut jakaa taksiaan. Toinen totesi, että taksi käy ahtaaksi, kun heillä on jo neljä henkeä omasta takaa kyydissä, toinen maksaa mieluummin kalliimman hinnan, kun istuu vieraiden ihmisten kanssa jaetussa taksissa.

Lisäksi kyselyssä pyydettiin arvioimaan eri liikkumisvaihtoehtojen sopivuutta Ylläkselle. Käyttäjää pyydettiin arvioimaan eri muotojen sopivuutta asteikolla 1-5, jossa 1 on huonoin arvosana ja 5 paras. Tulokset on esitetty alla olevassa taulukossa:

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Vuokra-auto	2	3	3	5	6	19	3,53
Yhteiskäyttöauto	1	0	5	7	5	18	3,83
Bussi	0	1	6	11	1	19	3,63
Taksi	0	0	3	10	5	18	4,11
Oma auto	0	2	1	5	11	19	4,32
Järjestetty kyyti	0	2	6	8	3	19	3,63
Kimppakyyti	0	1	6	9	2	18	3,67
Yhteensä	3	9	30	55	33	130	3,82

Tuloksissa siis oma auto koettiin sopivimmaksi ja vuokra-autot vähiten sopivaksi, tosin erot eri vastausvaihtoehtojen välillä olivat hyvin pieniä.

4.1.6 Palvelupaketit

4.1.6.1 Avoin kysely sovelluksen ladanneille

Vastaajilta kysyttiin kiinnostaisiko heitä palvelu, jossa matkalippu olisi paketoitu esim. majoituksen tai tapahtuman hintaan. 74% ilmoitti, että olisivat kiinnostuneita paketoinnista, loppuja vastaajia paketit eivät kiinnostaneet. Niiltä, jotka olivat vastanneet ”ei”, kysyttiin myös perusteita vastaukselle. Palautetta saatiin tähän kohtaan huonosti, mutta kaksi vastaajaa koki paketoinnin tarpeettomaksi, koska heillä on oma mökki tai lomaosake. Yksi koki paketoinnin turhaksi ja yksi ei halunnut lyödä matkustustapaansa lukkoon etukäteen.

4.1.6.2 Kysely rekisteröityneille

Vastaajilta kysyttiin kiinnostaisiko heitä palvelu, jossa matkalippu olisi paketoitu esim. majoituksen tai tapahtuman hintaan. Vastaajista noin puolet olivat kiinnostuneita paketeista. Toinen puolikas ei ollut kiinnostunut, perusteena esitettiin, että paketeille ei ole tarvetta, koska asuvat omassa mökissä, yksi vastaaja koki, että ostaa palvelut mieluummin erikseen ja yksi oli kiinnostunut paketeista, mutta ei halunnut hankkia niitä mobiilisovelluksesta.

Vastaajilta kysyttiin myös millaiset paketit heitä kiinnostaisivat. Vastauksissa toistui useamman kerran skibussilipun yhdistäminen majoituksen hintaan tai hissilipun hintaan. Muutama toivoi myös juna/lentokonebussin yhdistämistä majoitukseen. Yksi vastaaja olisi halunnut paketin, jossa majoitukseen sisältyy siirtymämatkojen lisäksi myös moottorikelkan käyttö. Yksi vastaaja esitti konkreettisen toiveen, että haluaisi voida ostaa koko lomaan tarvittavat matkat pakettina, jotta voisi jättää auton kokonaan kotiin.

Kyselyssä tiedusteltiin myös millä edellytyksillä vastaaja olisi valmis jättämään auton kokonaan kotiin seuraavalla Ylläksen matkallaan. Lisäksi pyydettiin määrittelemään sopiva hinta kyseiselle paketille. Kysymykseen saatiin 7 vastausta.

Vastaajista kaksi oli sitä mieltä, että auton kotiin jättäminen olisi mahdollista jos paikalliset skibussi-yhteydet toimisivat paremmin. Tällä hetkellä koettiin, että skibussin reitti ja

aikataulu eivät ole tarpeeksi kattavia. Eli mökkimajoitusta käytettäessä iso osa mökeistä ei ole skibussin reitin varrella ja toisaalta toivottiin, että bussin pitäisi kulkea vähintään 15 min välein koko hissien aukioloajan, jotta bussin käyttö voisi korvata oman auton. Lisäksi skibussi koettiin kalliiksi ja toivottiin, että skibussi-yhteyksien pitäisi olla maksuttomia.

Yksi vastaaja koki lentojen kalliin hinnan esteeksi oman auton kotiin jättämiselle. Jos lennon hinta olisi n. 150 eur meno-paluu, niin voisi harkita auton kotiin jättämistä.

Kolme vastaajaa esitti, että auton voisi jättää kotiin jos voisi luottaa siihen, että yhteydet matkalla ja paikan päällä toimivat riittävän hyvin. Ilmeisesti sopivien lentojen tai junayhteyksien ja Ylläksen paikallisten yhteyksien löytäminen epäilytti vastaajia. Lisäksi esitettiin, että paikallisten yhteyksien tilaaminen pitää olla mahdollista ad-hoc tyyppisesti ilman etukäteisvarauksia.

Yksi vastaaja totesi, että ei jättäisi autoa kotiin millään edellytyksellä, koska matkaan liittyy aina erilaisia harrastusvälineitä ja useita matkakohteita.

Yhteenvetona voisi todeta, että auton kotiin jättämiselle suurin este tuntui olevan se, että julkisen liikenteen yhteydet Ylläksen alueella koettiin riittämättömiksi ja liian kalliiksi. Tätä ei pysty ratkaisemaan yksinään rakentamalla palvelupaketteja, vaan myös paikallisen liikennöinnin tiheyttä ja reittejä pitäisi laajentaa.

4.2 Yrityskyselyn tulokset

Ylläksen paikallisille yrityksille, sidosryhmille ja palvelussa mukana olleille liikennöitsijöille suoritettiin myös palautekysely toukokuun 2016 lopussa.

Kysely lähetettiin Matkailuyhdistyksen jäsenyritykselle, joiden toimialajakauma on seuraavanlainen:

Mökit ja mökkien välitys n. 40% (67kpl)
Muu majoitus 4,9% (8kpl)
liikennöitsijät 4,9% (8kpl)
kaupat 7,3% (12kpl)
muut yritykset (esim. hyvinvointi, kiinteistöhuolto) 16,5% (27kpl)
ravintolat/kahvilat 11,6% (19kpl)
yhdistykset 6,7% (11kpl)
hiihtokeskukset 1,2% (2kpl)
ohjelmapalvelut 6,1% (10kpl)

Kyselyyn saatiin vain 13 vastausta. Valitettavasti vain yksi mukana olleista liikennöitsijöistä vastasi kyselyyn. Kaksi vastaajista oli sopimusosapuolia, eli Kolarin kunta ja Ylläksen matkailuyhdistys. Loput vastaajista oli paikallisia majoitus- tai ravintola/kahvilayrittäjiä. Vastanneista yrityksistä suurin osa oli pieniä 1-10 hengen yrityksiä, mukaan mahtui myös kaksi yli 50 henkeä työllistävää yritystä. Heikko vastausprosentti johtui Ylläksen matkailuyhdistyksen arvion mukaan siitä, että palvelun sisältöä ja konseptia ei ehkä vielä ymmärretä riittävän hyvin yrityksissä ja siihen liittyvää viestiä pitäisi selkiyttää.

4.2.1 Kyselyn tulosten yhteenveto

Yrityskyselyn vastauksista ei ole vedettävissä kovinkaan laajoja johtopäätöksiä, koska vastausprosentti jäi hyvin alhaiseksi. Lisäksi vaikutti siltä osa, että palvelukonseptia ei ollut vielä sisäistetty kovinkaan syvällisesti myöskään kyselyyn vastanneiden osalta.

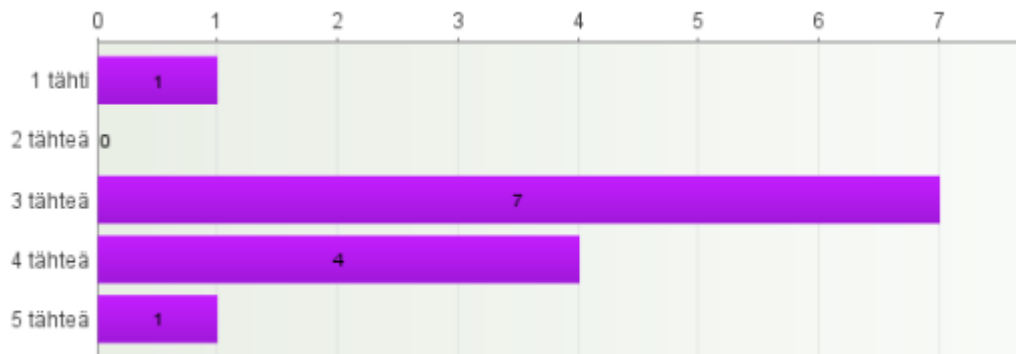
Yleisellä tasolla Ylläs Aroundin kaltainen palvelukonsepti koettiin hyväksi, mutta Ylläs Aroundiin toteutettu palvelukonsepti arvioitiin vain keskinkertaiseksi. Palvelukonseptia toivottiin parannettavaksi esim. maksamisen, matkan ja löytämisen sekä seuraavan bussivuoron helpomman löytämisen osalta.

Palvelulla ei ehtinyt lyhyen pilottijakson vuoksi olla vielä mitään vaikutusta yritysten liiketoimintaan, joten tähän liittyen ei saatu mitään relevanttia palautetta. Yritykset eivät myöskään olleet juurikaan osanneet kertoa palvelusta asiakkailleen lukuun ottamatta palvelun tilaajaosapuolia ja palvelussa toimivia liikennöitsijöitä. Palvelu kuitenkin nähtiin sen verran kiinnostavana, että iso osa vastanneista yrityksistä ilmoitti olevansa halukkaita keskustelemaan omien palveluiden liittämistä osaksi palvelukonseptia.

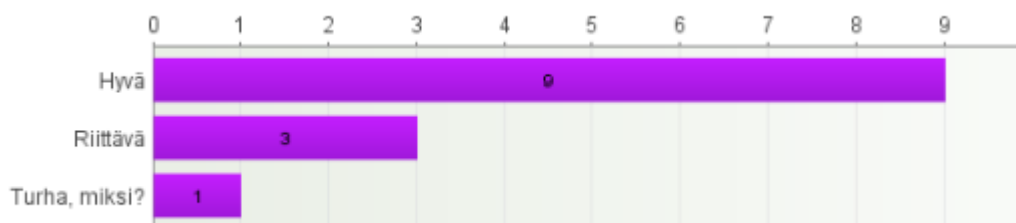
Yhteenvetona voidaan todeta, että yritysten ja sidosryhmien puolella ollaan vielä melko odottavissa, mutta pääosin positiivisissa tunnelmissa palvelun suhteen. Palvelussa nähtiin vielä kehityskohteita, mutta palaute oli kuitenkin pääosin rakentavaa.

4.2.2 Palvelukonseptin arviointi

Yrityskyselyn vastaajia pyydettiin arvioimaan Ylläs Around palvelukonseptia antamalla sille tähtiä asteikolla 1-5 (5 paras). Suurin osa vastaajista antoi palvelulle 3 tähteä.



Vastaajilta kysyttiin myös kuinka hyväksi he kokevat Ylläs Aroundin kaltaisen kokonaispalvelun. 9 vastaajaa koki kokonaispalvelun hyväksi, 3 riittäväksi ja 1 turhaksi rahan haaskaukseksi.



Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan Ylläs Around sovellusta sillä edellytyksellä, että ovat sen asentaneet. Noin puolet vastaajista oli sen asentanut. Suurin osa vastaajista koki sovelluksen asentamisen ja käytön helpoksi. Matkan löytäminen ja maksaminen koettiin hiukan haasteellisimmiksi. Samoin hinnoittelun osalta vastaukset hajosivat, eli puolet vastaajista koki hinnat suunnilleen sopivan tasoisiksi ja toinen puoli liian kalliiksi.

	1	2	3	4	5	Yhteensä	Keskiarvo
Asennus on helppoa	0	0	0	2	6	8	4,75
Käyttö on helppoa	0	0	2	4	1	7	3,86
Matkan löytäminen on helppoa	1	1	4	1	1	8	3
Tarjotut matkat ovat sopivan hintaisia	0	3	2	2	0	7	2,86
Maksaminen on helppoa	1	0	4	1	0	6	2,83
Yhteensä	2	4	12	10	8	36	3,46

Vastaajilta pyydettiin myös ajatuksia siihen, miten sovellusta tai palvelukonseptia pitäisi kehittää. Mainittuja parannuskohteita oli maksaminen, matkan löytäminen, paikkojen kohdentaminen karttapohjalla ja seuraavien bussivuorojen helpompi löytäminen. Lisäksi hinnoitteluun toivottiin tarkkuutta, yksi vastaaja koki, että palvelussa oli kevään aikana esiintynyt virheellisiä hintoja. Näiden lisäksi palveluun toivottiin liitettäväksi pyörien ja/tai skootterien vuokrausta.

Palautetta tuli myös nettisivuilla olevan tiedon ajantasaisuudesta ja markkinoinnista muutenkin. Lisäksi toivottiin uusien reittien avaamista ja pysäkkien tarkennusta.

4.2.3 Ylläs Aroundin vaikutukset yrityksen toimintaan

Yrityksiltä kysyttiin miten Ylläs Around on vaikuttanut heidän liiketoimintaansa. Puolet vastaajista totesi, että ei ole minkäänlaista vaikutusta ja toinen puoli kertoi asian tulleen esiin keskustelutasoisena kiinnostuksena, mutta ei vielä muuten. Syynä lienee ensimmäisen pilotin lyhyt kesto ja pienehkö käyttäjämäärä.

Vastaajilta kysyttiin myös ovatko he suositelleet Ylläs Aroundia asiakkailleen. Suurin osa ei ole tai on vain muutamia kertoja. Ainoastaan kaksi vastaajaa oli suositellut usein tai lähes kaikille. Näistä toinen oli palvelussa toiminut liikennöitsijä ja toinen kunnan edustaja

Kyselyssä kysyttiin myös olisiko yritys valmis tarjoamaan palveluitaan osana Ylläs Aroundia. 7 vastaajaa oli kiinnostunut yhteistyöstä ja 4 ei. Kiinnostuneista 2 oli ravintoloita/kahviloita, 2 oli majoitusyrityksiä ja yksi palvelussa jo mukana toimiva liikennöitsijä.

4.3 Tavoitteiden toteutuminen tilaajan näkökulmasta

Tavoitteet toteutuivat sen osalta, että olemassa olevan liikennöinnin aikataulut (ski bussi sekä juna- ja lentokenttäbussit sekä taksit) pystyttiin tarjoamaan keskitetysti älypuhelinsovelluksessa, kun ennen kunkin aikataulu oli löydettävissä eri paikasta. Se, että aikataulut esitetään keskitetysti, auttaa asiakasta löytämään olemassa olevasta tarjonnasta itsellensä parhaiten soveltuvan kyydin ja näin mahdollistaa liikennepalveluiden laajemman käytön. Esim. lentokenttäbussilla voi matkustaa kylän sisällä tai välillä menemättä lentokentälle saakka, pilotissa toteutuikin yksi kylän välinen matka lentokenttäbussissa hotelli Huminasta Saagan Ylläsjärvelle. Vilkkaimpana sesonkiaikana bussivuoroja kahden kylän – Äkäslompolon ja Ylläsjärven – sisällä ja/tai lävitse meni yli 50 bussivuoroa päivässä. Tämä oli yllättävä havainto. Tosin lentokenttä- ja junabussiin ei saa nousta laskettelumonot jalassa, koska tuolien välit ovat kapeammat ja bussin verhoilu arka.

Myös taksin ja linja-auton yhdistelmä mahdollisti sujuvamman matkaketjun mökin ovelta lentoasemalle tai rautatieasemalle hieman edullisemmin kuin taksilla koko matkan tehden.

4.3.1 Linja-autoliikenne YlläsAroundissa

Kylien sisäistä matkaa ajatellen lentokentän ja juna-aseman suuntaan mentäessä palvelu toimii hyvin, koska bussi kiertää täsmällisen aikataulun mukaisesti kaikki kohteet siitä huolimatta, että asiakkaita ei olisi tulossa kyytiin. Sitä vastoin lentokentältä ja rautatieasemalta Ylläkselle tultaessa aikataulut voivat heittää jopa tunteja, mikäli juna / lentokone tulee myöhässä. Bussikuljetus lähtee aina 20 min koneen/junan saapumisen jälkeen. Mikäli kone tulee etuajassa, lähtee bussikin lentokentältä etuajassa. Kaikilla pysäkeillä ei myöskään käydä, mikäli matkustajia ei ole sinne menossa.

Esimerkki:

Lentokenttäbussin reitillä kentältä tultaessa Tunturihotelli Ylläsjärvellä sijaitsee sellaisessa paikassa, jossa ei voi kääntää bussia takaisin paluusuuntaan. Mikäli Tunturihotelliin on asiakas menossa, pysäkin jälkeen tulee kuljettajan ajaa linja-auto 3 km eteenpäin isompaan risteykseen, missä on ensimmäinen mahdollinen paikka kääntää auto ja ajaa takaisin. Ylimääräistä lenkkiä tulee 6 km. Tätä lenkkiä ei haluttaisi tehdä turhan takia siltä varalta, että pysäkillä odottaa asiakas.

Sama koskee Ski Bussia. Hiihtokeskukseen mentäessä bussi noudattaa aikatauluja ja kiertää kaikki aikatauluun merkatut pysäkit. Rinteestä pois päin tultaessa pysäkeillä käydään vain tarvittaessa. Bussiin noustaessa kuljettajalle kerrotaan poistumispaikka, tai kuljettaja tiedustelee sitä matkalla. Näin on käytäntö ollut aina asiakkaiden viihtyvyyden ja kustannusten minimoinnin vuoksi. Kaikkien pysäkkien kiertäminen ski bussilla jopa tuplaa matkan pituuden ja nostaa näin liikennöitsijän kustannuksia. Rinteisiin mentäessä pisimmät ”hännät” ajetaan eri vuoroissa ja aikataulutkin on merkattu minuutin tarkkuudella vain muutama pysäkkiin, jolloin kuljettajalla on mahdollisuus ”tasata” aikataulu tietyissä paikoissa, mikäli esim. suurten matkustajamäärien kyytiinottaminen ja rahastaminen on vinyt suunniteltua enemmän aikaa.

Pilottia suunniteltaessa liikennöitsijöille oli kynnyskysymys ajaa kaikki reitit orjallisesti ja siihen ei ryhdytty. Tämä johti siihen, että ko. pysäkkien aikatauluja ei voitu syöttää tietokantaan ja näinollen pysäkit eivät näkyneet älypuhelinsovelluksessa. Sen seurauksena sovellus ohjasi kävelemään todellista pidempiä matkoja. Kutsuohjattu liikennöinti olisi liikennöitsijöiden mielestä ratkaisu siihen, että häntiä ei ajettaisi turhaan.

4.3.2 Taksiliikenne YlläsAroundissa

Bussin ja taksin matkaketjua käytettiin pilotissa 4 kertaa ja siitä pidettiin. Tosin haasteita aiheutti se, että taksi tuli tilata vähintään 2 h etukäteen.

Myös osoitteet aiheuttivat haasteita. Googlen kartta, jota Ylläs Around -sovellus käytti, sisältää paljon virheitä ja puutteita. Hankalimpia olivat mm. Äkäslompolon puoleisen hiihtokeskuksen Ylläs-Skin sijoittuminen Muonioon (koska siellä on yhtiön pääkonttori), Hiihtokeskusravintola Y1:n sijoittuminen kartalla 3 km todellisuutta pohjoisempaan ja latukahvila Elämänluukun osoite yrittäjien kotiin 25 km päähän todellisesta kohteesta. Tilaukset, jotka kohdistuivat näihin kohteisiin, saatiin selvitettyä siten, että taksi laittoi mittarin päälle siinä kohdassa, johon matka oli etukäteen maksettu ja asiakas maksoi mittarin mukaisen taksan kuljettajalle matkalippunsa lisäksi.

Ylläksellä paikat tunnetaan monella eri nimellä. Sovelluksen tulisi tunnistaa myös "alias-nimet".

Esimerkki:

Äkäshotelli tunnetaan nimillä: Lapland Hotel Äkäshotelli, Pirtu, Pirtukirkko ja Snow Elf

Kimppakyyti taksissa ei toteutunut kertaakaan. Tarkoitus oli myös järjestää "fiksattu" tapahtumakyytejä mm elokuvaan, konsertteihin, latuusuuksille kansallispuistoon jne. ajatuksella, että asiakkaat pääsevät taksilla edullisemmin voidessaan jakaa taksikustannuksen keskenään. Esteenä oli GTFS -standardin kykenemättömyys käsittelymään erilaisia hinnoittelumalleja.

Esimerkki:

Lainio Snow Village ja jäähotelli on tunnettu ja erityisen suosittu käyntikohde myös parin tunnin vierailuille. Paikka sijaitsee 40 km Äkäshotellilta Äkäslompolosta. Edestakainen Taksikyyti (kahdelle) maksaa 136 € Äkäslompolosta (sisäänpääsy 12 € / hlö). Sama tilanne on Konijänkän kotieläinpihalla, joka sijaitsee Äkäslompolossa 20 km hotelli Saagasta. Molempiin löytyisi kävijöitä huomattavasti enemmän, jos kyydin hinta olisi kohtuullisempi.

Uskomme, että oikein hinnoitellut kimppakyydit lisäisivät taksinkäyttöhalukkuutta ja näinollen liikennöintiä takseille, sekä lisää asiakkaita palveluntarjoajille.

Tilanne, jota taksiautoilijat pelkäsivät kovasti, olisi ollut tilaus Äkäsmyllyn ja Elämänluukun välille, jolloin sovellus laskee väärän hinnan. Elämänluukku sijaitsee 10 km Äkäslompolosta pohjoiseen, Äkäsmylly 20 km Äkäslompolosta pohjoiseen. Ylläs Around laskee taksimatkalle hinnaksi 10 km:n matkan Äkäsmyllyn ja Elämänluukun välille, vaikka ajoa ilman asiakasta tulee lisäksi 30 km. Näin ollen kyyti on erittäin tappiollinen.

4.3.3 YlläsAround palvelu matkailukeskuksen näkökulmasta

Englanninkielinen versio oli tuotannossa Androidilla 24.3, Windowsilla 29.3, iOS:llä 5.4. Ulkomaalaisten turistien sesonki oli kuitenkin jo ohi (loppuu pääsiäisenä), joten kokemuksia heiltä ei ole.

Palvelua matkailukeskukseen suunniteltaessa tulisi juuri matkailukeskuksen erityispiirteet huomioida, koska ne eroavat tyystin käyttäjien arkiympäristöstä. Arjessa liikutaan ja liikkumisen palveluita käytetään pääosin työmatkoihin ja harrastuksiin, joihin mennään "hinnalla millä hyvänsä" tarkoittaen sitä, että matka tehdään, jollei omalla autolla, niin jollain muulla välineellä mm liikkumisen palvelua hyväksikäyttäen. Kysyntä on pull-tyyppistä. Matkailukeskuksessa liikkumisen palvelut ovat push-tyyppisiä, niiden avulla tarjotaan matkailijalle enemmän mahdollisuuksia elämyksiin ja kiinnostaviin paikkoihin, joiden myötä matkailija jättää suuremman määrän rahaa alueelle. Ts. matkailija ei välttämättä tarvitse liikkumisen palveluita, toisaalta hän saattaa jättää tulematta kohteeseen, jollei sieltä löydy riittävästi liikkumisen palveluita ja käänteisesti valita kohteen sen mukaan, että siellä on hyvä liikenneyhteydet tarkoittaen sekä saavutettavuutta sekä paikallista liikkumista.

Potentiaalia Ylläksen kaltaisissa matkailukeskuksissa on valtavasti. Ylläksellä on rekisteröityjä yöpymisiä 350.000 / vuosi, joista 30 % ulkolaisia (105.000, lähes kaikki autotta). Kotimaisia 245.000. Oletetaan, että 50 % kotimaisista tulee ilman autoa ja se luku lisätään autottomiin ulkomaalaisiin saadaan pyöreästi 230.000. Oletetaan, vielä, että YlläsMaaS -palvelun ansiosta vielä puolet kotimaisista jättää autonsa kotiin, päästään lukuun 290.000. Jos jokainen käyttäisi 10 € päivässä liikkumisen palveluihin, olisi liikevaihto

2.9 milj € vuodessa. Yhtälö ei ole aukoton, mutta yöpymisiä vedenkulutuksen mukaan onkin 1,4 milj (rekisteröidyt ja rekisteröimättömät yhteensä) eli nelinkertainen määrä. Jos liikkumisen palvelut ovat monipuoliset, toimivat ja hinta on sopiva, on palvelu vähitellen kannattavaa. Lisäksi konsepti on skaalattavissa myös muihin matkailukeskuksiin.

Asennusvaiheessa joillekin asiakkaille tuotti harmia se, että piti suostua ottamaan mainospostia saadakseen palvelun käyttöönsä. Tämä kohta tulee muotoilla seuraavassa vaiheessa uudelleen siten, että asiakas ymmärtää saavansa Ylläs Aroundiin liittyvää asiakaspostia, joka häntä hyödyttää palvelun käytön kannalta.

Matkaa / kulkuneuvoa haettaessa olisi suotavaa, että sovellus haluttaessa paikantaisi käyttäjän. Myös kohde tulisi pystyä paikantamaan osoitteen lisäksi kartalta. Sovelluksen olisi hyvä auttaa kartan avulla navigoinnissa, jotta käyttäjä tietää mihin suuntaan tulee kävellä.

Tilaaja ehdottaa myös, että Google -kartan asemesta voitaisiin käyttää Ylläksen omaa paikkatietojärjestelmää ja toissijaisesti Maanmittauslaitoksen karttatasoja, joita on yli 1200 karttatasoa, ja ollen tarkempia kuin HERE:llä tai Googlessa.

4.3.4 Matkan maksaminen

Linja-autoliikennöitsijöiden (Rundgren ja Ylläs Express) suurin motiivi lähteä kokeiluun oli mahdollisuus mobiilimaksamiseen. He haluavat parantaa asiakaspalveluaan ja nimenomaan lipun etukäteisosto nopeuttaa linja-autoon nousemista ja täten parantaa myös asiakaskokemusta

Se, että lippu on valmiiksi puhelimeen ladattuna, on sujuvoittanut bussiin tulemista ja ollut liikennöitsijöille mieluisa. Kehuja on tullut myös asiakailta. Kun lippua ostetaan tuttuun ski-bussi, lentokenttä- ja rautatieasemamatkaan, voisi proseduuri olla kuitenkin helpompi, jolloin asiakas pääsee heti valitsemaan oikean hintaisen lipun 3,5 € (bussi rinteeseen, 7 € (bussi kylältä toiselle), 11,5 € (bussi Rautatieasemalta Ylläkselle, sekä Lentokentältä Ylläsjärvelle), 13,5 € (bussi lentokentältä Äkäslompoloon). Tällä hetkellä lipun ostaakseen asiakas joutuu syöttämään lähtö- ja kohdepaikkojen osoitteet. Tulisi siis olla kaksi tapaa ostaa lippu: Osoitteet syöttämällä (kun reittiä ei tunne tai haluaa bussin ja taksin yhdistelmän) tai ”pikalippuna” suoraan tietyn hintaisen lipun ostoon (kun reitti ja hinta tiedossa). Pikalippua pohdittiin 1. pilotissa, mutta liikennöitsijät toivoivat, että sovelluksen kautta myytyjen lippujen määrä olisi tiedossa etukäteen.

4.3.5 Lipputunniste

Lipputunnisteen toteutustapaa älypuhelimeen, mietittiin pitkään. Taksilipuissa oli uniikki tunniste ja taksit tilataan tietyssä aikana tapahtuvaa matkaa varten, joten väärinkäytöksiä ei tule. Bussiliput päätettiin toteuttaa animaationa siten, että puhelimen ruudulla oleva lipputunniste oli liikkuva lipun kopioinnin eliminoimiseksi. Siitä huolimatta eräs porukka oli kopioinut kuvan lipusta seitsemään puhelimeen. Kuljettaja tiesi aamuisesta myyntiraportista yhden ihmisen ostaneen lipun, mutta matkustajia tulikin kahdeksan. Kuljettaja tunnisti kopioidut liput siitä, että kuva ei liikkunut, kuten animaatioissa ja veloitti seitsemältä kopioidun lipun näyttäneeltä bussissa normaali taksan.

4.3.6 Palvelujen paketointi

Lähtötilanteessa asetettiin tavoitteeksi pilotoida liikkumisen palveluiden paketointia. Alueella liikkuminen voitaisiin sisällyttää esim. majoitukseen. Toisena vaihtoehtona olisi

myydä lomaviikon ajaksi paketti, johon sisältyy kaikki liikkuminen tai tietty määrä kilometrejä.

Pakettien tuominen ratkaisuun edellyttää paikallista mielenkiintoa paketointiin siten, että esim. liikennöitsijät ja majoitusyrittäjät yhdessä näkisivät, että paketoinnista olisi molemmille osapuolille hyötyä ja lisäksi myös loppukäyttäjälle pystyttäisiin tarjoamaan kiinnostava paketti. Esim. majoitusyrittäjä voisi hyvin tarjota esim. majoituspaketin, jossa hotellihuoneen hintaan kuuluu viikon ski-bussi matkat tai vastaavat. Paketoinnit kuitenkin vaativat paikallista aktiivisuutta yrittäjiltä. Todettiin myös, että toimiva ja kustannuksiltaan kannattava paketointi edellyttää olemassa olevaa reittiliikennöintiä, jossa on lähtökohtaisesti jo muita matkustajia. Ylläksellä lentokenttä-, junabussit ja ski bussit ovat tällaisia. Nyt kutakin hallinnoi oma tahonsa, joka haluaa veloittaa täyden lipun hinnan.

Palveluiden paketointi vaatii ehkä tarkempaa selvitystä siitä, millaista lisäarvoa asiakkaalle halutaan paketoinnilla tarjota. Jos se on vain matkustuksen helpuus, voidaan tietyt matkat – kuten kuljetukset lentokentältä/junalta – sisällyttää majoitukseen. Skibussimatkat voi jo nyt sisällyttää hissilippuun. Jos taasen halutaan sisällyttää paketoituun liikkumiseen muuta kuin linjaliikennettä, esim. tilaustaksilla tehtäviä matkoja johonkin kiinnostavaan kohteeseen, vaatii se jonkun tahon riskinottokykyä. Tällaiset kyydit tulee toteuttaa jopa yhdellä matkustajalla. Taksiliikennöitsijöiden sesonki on varsin lyhyt, heidän tulee kerryttää koko kalenterivuoden tuloksensa alle puolen vuoden mittaisen sesongin aikana tehdystä ajosta. Sesongin aikana ei hiljaisia hetkiä ole, joten sopimushintojen myöntäminen ja riskinotto eivät ole heidän puoleltaan kovin toivottava ratkaisu. Ylläksen tapauksessa esim. Matkailuyhdistys voisi olla riskin ottava paikallinen operaattori, joka neuvottelee ”fliittejä” ja sopimuskuljetuksia tarpeen mukaan ja myy niihin paikkoja erilaisin ehdoin. Jotkut kyydit jäävät tappiollisiksi, toiset voitollisiksi. Reittejä ja aikatauluja tulee kokeilla ja optimoida sen mukaan, että toiminta saadaan positiiviseksi sellaisella hinnalla, millä asiakas on valmis liikkumaan. Sonera voi sen jälkeen toimia myyntikanavana erilaisille paketoinneille. 1. pilotin aikataulu ei tähän antanut myötä.

4.3.7 Mediajulkisuus

Eräs pilotin tavoitteista oli MaaS -aiheinen mediajulkisuus. Matkailukeskuksissa maailmallaakaan ei Liikkumisen palveluita juurikaan ole ennen mietitty saatikka toteutettu. Turismin avulla ja turisteja hyödyntäen voidaan saavuttaa liikkumisen palveluissa taso, joka mahdollistaa myös paikallisten liikkumisen jopa matalasesongin aikaan kun ja jos julkisesti rahoitettu liikennöinti muuttuu markkinaehtoiseksi liikennöinniksi.

YlläsAround projekti on saanut huomattavan paljon suoraa ja epäsuoraa julkisuutta, mm.:

Traffic Technology 10/2015

<http://viewer.zmags.com/publication/5743c8a9#/5743c8a9/12>

YLE 25.11.2015 Kyllönen: ”Asiakkaan tarpeet otettava huomioon”

http://yle.fi/uutiset/ei_ajaada_yksin_ei_sykerryta_maakuntiin_europarlamentaarikko_peraa_yhteistyota_pohjoisen_yhteyksiin/8480159

Tekniikka ja Talous 11.11.2015 Itsekseen ajaminen on epäeettistä

<http://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/itse-ajaminen-on-epaeettista-autovalmistajille-tiedossa-kylmaa-kyytia-6064262>

Liikenne Nyt -seminaari Vanhalla 14.1.2016

<http://www.liikennevirasto.fi/-/liikenne-nyt-seminaarissa-esilla-liikkumisen-uudet-mallit#.VplASfmLRD->

HS 31.1.2016 Suomi rakentaa älyliikenteen Piilaaksoa Lappiin
<http://www.hs.fi/kotimaa/a1454126237873>

Kauppalehti 1.2.2016 Kaikille toimijoille avoin Aurora-pilotti tuo Suomeen myös uusia liiketoimintamahdollisuuksia.
<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/maailmanluokan-arktinen-alyliikenteen-pilottialue-tunturi-lappiin/YGeaFjaJ?ref=twitter:7736%3Fref%3Dfacebook:8492>

HS 1.2.2016 Älyliikenteen Piilaakso Lapissa ottaa ensimmäisiä askeleitaan: Älybussilippu ja porovaroituksia
<http://www.hs.fi/autot/a1454298580208>

HS 2.2.2016 Suomen ja Norjan rajatiehen älyteknologiaa
<http://www.hs.fi/kotimaa/a1454304056743>

Traffic Technology 3.2.2016 Arctic testing ecosystem for intelligent transport opens in Finnish Lapland
<http://www.traffictechtoday.com/news.php?NewsID=77169>

Kauppalehti 3.2.2016 Yhdellä sovelluksella Lapin hangille
<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/yhdella-sovelluksella-lapin-hangille/czJDErdA>

Liikkeellä verkkolehti 18.2.2016 Aurora tuo älykkään liikenteen Lappiin
http://www.liikkeella.fi/aihe/vapaalla/169/aurora_tuo_alykkaan_liikenteen_lappiin

Autobild.fi 1.3.2016 Maailmanluokan arktinen älyliikenteen ekosysteemi Tunturi-Lappiin
<http://autobild.fi/uutiset/maailmanluokan-arktinen-alyliikenteen-ekosysteemi-tunturi-lappiin>

Kuukkelij vko 12/2016 Ylläs Around – reittiopas ja lipunostosovellus
<http://www.kuukkelij.com/1juttu0716.html>

Luoteis-Lappi 17.3.2016 Ylläs Around käyttöön tällä viikolla
<http://www.luoteis-lappi.com/arkisto/yllas-around-kayttoon-talla-viikolla.html>

Livi 17.3.2016 Keväthangille Ylläkselle – liiku lomalla helposti Ylläs Around -sovelluksen avulla
http://www.liikennevirasto.fi/-/kevathangille-yllakselle-liiku-lomalla-helposti-yllas-around-sovelluksen-avulla#.V8NLQ_mLRD8

Lisäksi Ylläs Around on ollut esillä lukuisissa seminaareissa ja foorumeissa. Näyttävimpinä mainittakoon esitelmät

ITS European Congress 2016 (*Europe's largest event in Intelligent Transport Systems and Services*), Glasgow, Scotland, 8.6.2016, esitelmöijänä Alina Koskela Liikennevirastosta ja

ITS World Congress 2016, Melbourne, Australia, 12.10.2016, esitelmöijänä Antti Vehviläinen Liikennevirastosta.

4.4 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus

Operaattoritoiminnan vaikuttavuutta voidaan tarkastella sovellusteknisestä näkökulmasta, palvelunäkökulmasta ja taloudellisesta näkökulmasta.

4.4.1 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus sovellusteknisestä näkökulmasta

Operaattorin tarjotessa valmista sovellusta, eivät sen ominaisuudet välttämättä vastaa kohteen erityistarpeisiin. Tai kaupunkiolosuhteisiin rakennettu palvelu ei välttämättä tue haja-asutusalueen liikenneinfraa, jossa palveluliikennettä täytyy kehittää erilaisin

liikkumismuodoin. Ts. erilaisia uusia liikkumismuotoja erilaisilla välineillä voidaan luoda, mutta niiden myynti sovelluksen kautta ei olekaan mahdollista ilman suuria kehityskustannuksia.

Myös eri toimittajien (kuten car sharing-, perinteinen auton vuokraus-, auton vertaisvuokraus- yms.) järjestelmien integrointi ei ole ”pikkujuttu”.

4.4.2 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus palvelunäkökulmasta

Sonera näkee roolinsa MaaS operaattorina siten, että Soneran tarjoama MaaS-palvelu perustuu olemassa oleviin tai alueelle tuleviin uusiin liikkumismuotoihin ja liikennöitsijöihin. Eli alueellinen liikenneinfra pitää olla valmiiksi rakennettu. Soneran rooli on yhdistää tarjolla olevat liikkumismuodot parhaalla mahdollisella tavalla ja tarjota niitä kuluttajille helposti ostettavina matkaketjuina. Sonera ei siis näe omaksi roolikseen esim. järjestää alueelle uusia liikkumismuotoja tai vaikka tapahtumiin sidottuja kuljetuksia. Sonera sen sijaan tarjoaa eri yrityksille kanavan tarjota palveluitaan osana suurempaa kuluttajaa palvelevaa kokonaisuutta. Operaattoritoiminnan kannattavuus riippuu siitä, että Sonera ja paikalliset yritykset saavat yhdessä rakennettua kuluttajia houkuttelevat ja oikein hinnoitellut tuotteet, jotka myös mahdollistavat operaattoritoiminnalle järkevän tuoton. Tässä oleellisessa asemassa on se, että paikalliset yritykset näkevät palvelussa riittävää potentiaalia ja ovat valmiit rakentamaan ja hinnoittelemaan tuotteensa sen mukaisesti.

Ylläksellä kevään 2016 aikana Soneran rooli operaattorina on ollut tarjota kuluttajille palvelu, jonka kautta kuluttaja voi ostaa lipun koko matkaketjulleen käyttäen joko taksia, skibussia tai lentokenttä/junabussia. Sonera on sidottu liikennöitsijöiden kanssa neuvoteltuihin hintoihin, jotka näkyvät kuluttajalle joko saman hintaisina matkoina, kun muualta ostettuna tai osin hiukan edullisempina. Palvelu perustuu alueella jo aiemmin operoineisiin liikennöitsijöihin, joiden palveluiden liittäminen osaksi yhtä palvelua mahdollistaa käyttäjälle paremmat liikkumismahdollisuudet alueella.

4.4.3 Operaattoritoiminnan vaikuttavuus taloudellisesta näkökulmasta

Soneran näkökulmasta, koska paikallinen liikennetarjonta ei ole tällä hetkellä välttämättä riittävää siihen, että kuluttaja voisi jättää autonsa kotiin ja korvata oman auton käytön täysin Ylläs Aroundilla, on tässä yhteydessä tarpeen miettiä miten ja kenen toimesta paikallinen liikennetarjonta saataisiin paremmaksi. Soneran kaltainen suuri operaattori ei ole kykeneväinen panostamaan yksittäisen pienen alueen liikenneinfran rakentamiseen. Jos operaattorina on Soneran kaltainen toimija, niin liikenneinfran pitäisi rakentua paikallisesti esim. Ylläksen matkailuyhdistyksen ohjaamana ja tällöin Soneran olisi mahdollista liittää palveluunsa helposti uusia liikennöitsijöitä ja liikennemuotoja. Toinen vaihtoehto olisi saada alueelle pienempi operaattori, joka keskittyy palvelemaan nimenomaan Ylläksen aluetta ja on ehkä myös halukas järjestelmään uutta liikennöintiä alueelle. Tällainen tahon löytäminen voi olla hankalaa, koska Ylläksen alue on kuitenkin rajallinen ja sitä kautta alueen potentiaali ei välttämättä ole riittävä.

Vastaavasti tilaajan puolelta on tullut pohdittavaksi palvelun rahoittaminen. Matkalippujen hintoja ei voida korottaa, muttei myöskään liikennöitsijöiden katetta pienentää sesongin ollessa kovin lyhyt (joulukuusta vappuun). Lisäkustannuksia tuo kuitenkin Soneran perimät transaktiomaksut (kannattavan liiketoiminnan raja 10.000 – 20.000 lippua / kk, tai useiden tuhansien kuukausimaksu), minkä lisäksi tulee järjestelmäkehitys. Matkaketjujen paketointi toisi lisäjoustavuutta hinnoitteluun, mutta niin kauan kun suuret liikennöitsijät kuten Finnair,

VR, Matkahuolto ja Onnibussi eivät ole halukkaita avaamaan rajapintojaan muiden kuin omien järjestelmiensä kautta tapahtuvaan lipunmyyntiin, ei ratkaisua ole helppo löytää.

Toki liikennöintiä lisäämällä ja reittejä parantamalla saadaan enemmän maksavia asiakkaita, jolloin volyymin avulla voidaan kattaa entistä enemmän em. kuluista. Tämä edellyttää Soneran edellisessä kappaleessa peräämää paikallisten yrittäjien yhteistä panostusta. Myös liikennöitsijöiden innovatiivinen yhteistyö voisi kasvattaa markkinoita. Nämä kuitenkin edellyttävät Ylläksellä paikallisen, toimijat ja paikat tuntevan, ajan hermolla olevan operaattoritahon apua.

Ylläksen tapauksessa Matkailuyhdistys voisi toimia operaattorina ja ottaa tällä hetkellä hiihtokeskusten hallinnoiman ski bussin hallintaansa samalla konseptilla kuin ski bussia on tähänkin asti pyöritetty (hiihtokeskuksiin kohdistuvat ajot sekä heidän subventointi pysyvät ennallaan). Näin Matkailuyhdistys voisi kehittää reittejä ja lippuja tukemaan mm liikkumisen paketoitua (liikkuminen kytketty esim. majoitukseen, ajanjaksoon tai tiettyyn km-määrään). Samalla Matkailuyhdistys voisi kehittää kutsutaksiliikennettä mm pidemmällä sijaitseviin mielenkiinnon kohteisiin (Ateljeet – kuten Särestöniemi, Raekallio, Koljonen – Lainion jäähotelli, Konijänkä).

Voi olla, että loppujen lopuksi Ylläksen tai Tunturi-Lapin kaltaisessa kohteessa on riittävä, se, että paikallisliikenne on reititettyä ja hinnoiteltuna digitaalisessa muodossa GTFS-rajapinnan takana, josta isot liikennöintioperaattorit (VR, Finnair, Matkahuolto, Onnibussi) käyvät hakemassa tiedot ja kytkevät omaan matkaketjuunsa.

5 Mittarit

Hankkeelle asetettiin seuraavat tavoitteet, joiden toteutumista arvioidaan alla:

- Sovelluksen lataukset, tavoite 4000 kpl kevään 2016 aikana.
 - Toteutunut latausmäärä oli 771 kpl
- Matkan ostaminen, tavoite 1000 kpl kevään 2016 aikana
 - Myytyjen matkojen määrä oli 36 kpl
- Vaikuttavuustutkimuksessa mitattu asiakastyytyväisyys hyvän ja kiitettävän välillä
 - 45 % vastaajista antoi palvelusta positiivista palautetta, 45% antoi neutraalin palautteen. Negatiivisen arvion antoi 10 %. Vastaus on otettu rekisteröityneiden kyselystä kohdasta ”1. Kuinka monta tähteä annat Ylläs Around-sovellukselle?”.
- Liikennöintiä on saatu laajennettua, mittarina uusien reittien määrä
 - Palvelu ei synnyttänyt uusia liikennöintireittejä.
- Alueen muiden palveluntarjoajien tyytyväisyys vaikuttavuustutkimuksessa mitattuna. Mittarina lisääntyneet asiakasvirrat ja halukkuus osallistua esim. kustannuksiin tulevana vuosina.
 - Kyselyn perusteella palvelulla ei ollut vielä vaikutusta asiakasvirtoihin. Muutama yritys ilmoitti halukkuutena tarjota palvelujaan YlläsAroundin kautta.
- Liikennöitsijöiden tyytyväisyys, mittarina kasvanut liikennöinti

- Pilotin käyttäjämäärät huomioiden liikennöintimäärät eivät kasvaneet pilotin aikana. Palautekyselyyn vastasi vain yksi liikennöitsijä, joka koki YlläsAroundin kaltaisen palvelukonseptin hyväksi, mutta arvioi toteutetun palvelun tason vielä keskinkertaiseksi.
- Matkailuyhdistyksen tyytyväisyys, mittarina projektin avulla saavutettu julkisuus
 - Matkailuyhdistyksen hallituksessa on positiivinen ilmapiiri projektin suhteen. Vaikka ostajia vähän, niin aikatauluun nähden meni hyvin.
- Kunnallisten viranhaltijoiden tyytyväisyys palveluun. Mittarina palvelun kehittämishalukkuus.
 - Palvelukonsepti ja toteutettu palvelu koettiin keskinkertaiseksi. Tosin potentiaaliakin nähtiin.
- Liikennepalveluiden uusien toimijoiden ilmaantuminen markkinoille
 - Uusia toimijoita ei ole ensimmäisen vaiheen pilotin aikana ilmaantunut markkinoille.

6 Vaikuttavuuden kytkeytyminen osaksi toiminta-alueen laajempaa strategiaa tai liikennepolitiikkaa

Toimiva MaaS -palvelu ei ainoastaan ratkaise Ylläksen saavutettavuuteen ja sisäiseen liikkumiseen liittyviä haasteita, vaan antaa Ylläkselle myös mahdollisuuden profiloitua ekologisena ja liikkumispalveluiltaan luotettavana ja kustannustehokkaana matkailukohteena. ”**Jokainen tyhjä istuin liikkuvassa kulkuneuvossa on resurssien tuhlausta.**” Tähän voidaan vaikuttaa pyrkimällä täyttämään tyhjät istuimet kimpakyydein tai tarjoamalla niitä matkailijoille jopa maksutta. Äkäslompolosta ja Ylläsjärveltä kulkee aamuisin toistakymmentä autoa, kussakin yksi matkustaja tehden työmatkaa Kolarin keskusta. Kimpakyydillä kukin säästäisi polttoainekuluissa vuositasolla 3000 €. Latukone voisi tarjota elämyksellisen kyydin aamutuimaan kansallispuistoon vanhukselle, joka ei muuten jaksa sinne hiihtää. Matkailijoille tarjottaisiin peukalokyytejä. Aura-auto voisi kuljettaa paketin mukanaan, jne. Kolarin kunnalla voisi olla liikkumisen palvelun strategia, joka kannustaa em. toimintaan. Esteenä eivät ole liikkuvat kulkuvälineet tai tekninen ratkaisu, jolla tyhjät paikat täytetään, vaan asenne. Jotta liikkumisen palveluita voidaan kehittää, tulee sen tapahtua asennemuutoksen kautta.

Toimiva MaaS -konsepti on laajennettavissa helposti koko seutukunnan tai Lapin alueelle. Tarkoitus on myös yhdistyä muihin valtakunnallisiin MaaS -palveluihin standardirajapintojen kautta. Konsepti on myös kopioitavissa mihin tahansa kohteeseen, jossa liikennepalveluita uudelleen järjestetään. Kyse on lähinnä uudesta toimintatavasta, jossa liikennöitsijät sitoutuvat toimimaan suuremman ekosysteemin osana. Pienessä mittakaavassa toteutettuna toiminta luo uskoa ja rohkeutta kokeilla sitä laajemmalti. Myös asiakkaat opetetaan luottamaan palveluun ja näin valitsemaan liikkumisen ilman omaa autoa muuttaen samalla omaa käyttäytymismalliaan.

Seuraamme ja osallistumme Lapin Liiton DigiAurora -hankkeen esikartoitukseen tavoitteena rakentaa koko Lapin käsittävä liikkumisen palvelukonsepti. Samoin yhteydenpitoa pidetään Barentsin kolmio -hankkeen kanssa, jossa suunnitellaan Norjan ja Venäjän ylittäviä bussireittejä ja yhteistä aikataulu- ja lipputietokantaa.

7 Suositukset jatkosta

Ylläksen Matkailuyhdistyksen, Kolarin kunnan, Liikenneviraston ja Soneran yhdessä solmineen sopimuksen sisältöön kuuluu toisen pilottikauden toteuttaminen talvikaudella 2016 - 2017. Markkinoinnin kannalta on tärkeää, että pilotin 2. vaihe on käytössä heti talvikauden alusta alkaen, viim. 26.11.2016 ja jatkuu vappuun 2017. Näin matkaa suunnittelevat voivat miettiä auton jättämistä kotiin riippumatta lomansa ajankohdasta.

Pilotin toisen vaiheen lanseeraus tulee olemaan ensimmäistä helpompi, sillä toiminnallisuudesta on jo jonkinlainen mielikuva, jolloin mm tiedottaminen on helpompaa.

Talvikaudelle 2016 - 2017 on Kittilään tulossa aikaisempaa enemmän suoria lentoja; mm yksi uusi viikoittain Münchenistä (Lufthansa), Düsseldorfista (Germania), Lontoosta ja Manchesterista (Monarch). Lisäksi Finnair Helsingistä kolmesti päivässä ja Norwegian kuudesti viikossa. Lentopaikat lisääntyvät n 20 % edelliseen vuoteen verrattuna. Myös yöjunia Helsingistä Kolariin lisätään, mm. lauantaisin niitä tulee ja lähtee 6 vuoroa. Suurin osa matkoista toteutetaan uudella kalustolla. Junalla ja lentäen matkustavat ovat juuri oikeaa kohderyhmää Ylläs Aroundille.

Tässä kokonaisuudessa kuvataan vaikutusarvioinnin perusteella syntyneet näkemykset siitä, minkälaisia vaihtoehtoja olisi olemassa palvelun jatkokehittämiseksi pilotin toisessa vaiheessa; miten YlläsMaaS -operaattoritoiminta-voitaisiin pilotin seuraavassa vaiheessa järjestää, miten kehittää liikenteen palveluita Ylläksellä ja miten kehittää tietojärjestelmää. Esitettyjen kokonaisuuksien toteuttamismahdollisuudet ja rahoitus on vielä selvitettävä erikseen, tämä tutkimus ei ota näihin asioihin kantaa.

Toimenpiteitä, joiden avulla kiinnostavuutta Liikkumisen palveluihin Ylläksellä on helposti lisättävissä:

- Ski bussi nimetään Ylläs Around -bussiksi, jolloin se mielletään paremmin muuhunkin kun rinteisiin kohdistuvaan matkaan sopivaksi. Myös lentokenttä- ja junabusseihin asennetaan Ylläs Around -kyltit.
- Kutsutaksia kokeillaan ulkomaalaisten sesonkiaikaan mm.,Lainion jäähotelliin ja suomalaisten sesonkiaikaan esim Lerville ja Konijänkälle. Tietyt päivät määrätään ennalta tietyille reiteille ja niihin tulee ilmoittautua edelliseen päivään mennessä. Liikennöinti järjestetään taksiautoilijoiden toimesta, joille maksetaan tuntihinta matkan siltä osalta, kun kyydissä on ihmisiä. Yhdelläkin asiakkaalla lähdetään liikkeelle. Matkailuyhdistys vastaa kustannuksista, eli tekee sopimuksen liikennöijän kanssa ja kantaa riskin, mutta pitää myös mahdollisen voiton itsellään.
- Koulukyydeissä aamuisin Äkäslompolosta ja Ylläsjärveltä Kolariin sekä iltapäivisin takaisin on tilaa. Nämä voidaan laittaa tarjolle myös muille kyseistä reittiä kulkeville matkaajille. Osa koulukyydeistä on Lapin Ely -keskuksen kilpailuttamaa linjaliikennettä, osa Kolarin kunnan kilpailuttamaa tilausliikennettä. Elyn vastuulla olevat kyydit löytyvät aikatauluineen matkahuolto.fi -palvelusta, josta bussilippuja voi myös ostaa. Nämä tuodaan myös Ylläs Around -tietokantaan ostettaviksi. Koulukyyti -termistä pyritään luopumaan ja otetaan käyttöön ”Ylläs Around, Äkäslompolo – Kolari” ja ”Ylläs Around, Ylläsjärvi – Kolari” Molemmissa linjoissa on n 10 paikkaa vapaana. Näihin voidaan markkinoida myös Matkahuollon määrittelemiä 40 matkan sarjalippuja.
- Rakennetaan tekniset edellytykset ”fiksatuille” kyydeille, joita voi tarjota mm. elokuviin, bändi-iltoihin, latuosuuksille kansallispuistoon vaikka säätietojen mukaan (mahdollisuus hiihtää takaisin myötätuulussa), jne . Sen myötä liikennöitsijöitä kannustetaan aktiiviseen kyytien tarjoamiseen omalla riskillään.

- Markkinointi ja tiedottaminen uuteen uskoon. Ylläs Around -palvelun markkinointi tulee aloittaa jo alkusyksystä, kun matkoja Ylläkselle aletaan suunnitella. Viestiä tulee tuoda eri kanavista, mm tapahtumien yhteydessä maininnat tulla paikalle Ylläs Aroundilla. Omat www-sivut Ylläksen sivujen sisällä kertovat konkreettisesti liikkumisen palveluista, sekä Ylläs Today -Twitter valjastetaan tiedottamaan paremmin kyseisen hetken liikkumisvaihtoehtoista. Paikallisväestö tulee myös tutustuttaa paremmin palveluun. Sitä varten tehdään kaikille avoimet FB-sivut, joissa julkaistaan MaaS -aiheisia asioita, sekä tiedotetaan Ylläs Aroundista. Kunkin yrityksen omilla sivuilla tulee olla maininta Ylläs Aroundista ja linkitykset paikkaan, josta lisätieto löytyy. Ts. yritykset sitoutetaan yhtenäiseen viestintää asian tiimoilta. Lisäksi Ski Expo, Matkamessut, banderollit, flyerit, vanhojen hyödyntäminen, Kuukkelit, Esite, Bussin selkänajatarrat, sähköpostiviestit, jne.
- Ylläs Around herättää mielenkiintoa ja yhteistyöehdotuksia. Yhtenä viimeisimpänä BloxCar:in Sharelt, jossa oman auton voi laittaa tuottamaan vuokraamalla sitä vertaisverkoston kautta. Näitä kannattaa kokeilla.

7.1 Tietojärjestelmän kehittäminen

Pitkällä tähtäimellä palvelukokonaisuutta tekniseltä ratkaisultaan voisi tarkastella kolmen erilaisen sovelluksen kokonaisuutena.

1. Tietojärjestelmän rajapinta (tiedon tallennus, kaksisuuntainen rajapinta)
2. Kuljetusyksikön vuorovaikutteinen mobiilisovellus (palvelun senhetkinen paikannus, asiakkaiden pysäkitiedot, poikkeuksista ilmoittaminen jne.)
3. Asiakkaan mobiilisovellus (reititys ja maksaminen)

Rajapinnan älykkyyttä ja sen käyttöä voisi ja tulisi kehittää merkittävästi, koska se on looginen paikka säilyttää tietoa. Älykkyuden rakentaminen rajapintaan antaisi mahdollisuuden toteuttaa jo olemassa olevista mobiilisovelluksista helposti yhteensopivia. Sitä vastoin asiakkaan käyttämän mobiilisovellus olisi mahdollisimman ohut hoitaen vain reitityksen ja maksamisen.

Vuorovaikutteisella kuljetusyksikön mobiilisovelluksella, voidaan hoitaa poikkeustilanteet ja parantaa asiakaspalvelua kertomalla asiakkaalle täsmälleen liikkuvien autojen lokaatiot, yms.

Esimerkki 1

Kuljettajan mobiililaitte kertoo kuljetusyksikön sijainnin rajapinnalle, jolloin paikannus näkyy asiakassovelluksessa. Mennessään pysäkillä Asiakas kutsuu asiakasmobiilisovelluksen avulla kyytiä pysäkillä. Tieto menee rajapinnan kautta kuljettajan mobiilisovellukseen, jolloin kyyti voi koukata ko. pysäkin kautta. Ts. rajapinta kommunikoi itsenäisesti mobiilisovellusten kesken kertoen esim. millä pysäkeillä on asiakkaita tai missä kuljetusyksiköt sillä hetkellä liikkuvat.

Esimerkki 2

Asiakas antaa alku- ja loppupisteen matkalleen, jolloin asiakassovellus käy kysymässä koordinaatiopisteiden perusteella rajapinnasta matkan liikennöitsijät ja hinnat saaden mahdolliset vaihtoehdot. Näistä asiakas lopulta valitsee haluamansa vaihtoehdon. Asiakasmobiilisovellus hoitaa maksamisen ja ilmoittaa rajapinnalle minkä hintainen lippu ostettiin ja miltä liikenteenharjoittajalta. Ts. hinnoittelu tulee rajapinnasta, jolloin se on joustavampaa, samoin tuloutus. Myös asiakastiedot tallentuisivat rajapintaan, jolloin

rajapinta osaa laskea asiakkaan kulkemat kilometrit, mikäli halutaan tarjota tietyn km-määrän sisältäviä paketteja.

Kaksisuuntaisen rajapinnan toteutus vaatii aikaa ja varoja, eikä näin ollen ole realistinen vielä pilotin 2-vaiheeseen.

Jatkossa palvelua voisi kehittää mm. tuomalla lisää matkustamista helpottavia toimintoja, kuten häiriöiden parempaa huomioimista, reittien opastamista kartalla ja mahdollisuuksien rajoissa myös erilaisia palvelupaketteja.

Rahallisten resurssien ollessa erittäin rajalliset ja kysymys palvelun jatkuvuudesta avoinna, kehitysehdotusten antaminen pilotin toiseen vaiheeseen on varsin haastavaa. Tietokannan kehittäminen kuitenkin tukee Ylläksen alueen tarpeita tarjoten samalla mahdollisuuden monipuolisempaan tuotevalikoimaan. Liikennötietojen ollessa samassa tietokannassa yritystietojen kanssa, voivat yritykset lisätä tuotteitansa myyntiin samaan tietokantaan. Näin on ratkaisuna verkkokauppa, jossa liikennettä voi paketoita mihin tahansa tuotteeseen tai toisin päin. Sovellus, joka lukee ja tarjoaa (liikenne)tuotetietoja asiakkaalle voi olla mikä tahansa, jopa verkkosivu.

Ylläksellä liikkumisen palvelun kannalta tällä hetkellä tärkeimmät uudistukset olisivat:

- Ohjattu aikataulun syöttö
- Hinnoittelu liikennöitsijäkohtaiseksi
- Pikaliput

7.1.1 Ohjattu aikataulujen syöttö

Liikenteenharjoittajille erityyppisiä ohjattuja syöttömoduuleita yhteysliikenteen aikataulujen syöttöön, reittien tallennus työtilaan ja niiden julkaiseminen automaattisesti GTFS muotoon sekä tulostuvat filterille liikennöitsijän haluamaan muotoon esim. nettisivuille tai lehteen painettavaksi.

Esimerkki

Lentokenttäbussilla vakioreitti syötettäisiin molempiin suuntiin vain kerran pysäkkeineen ja pysäkinvälialkoineen. Uusia vuoroja syötettäessä tarvitsee kertoa ainoastaan koneen tuloaika, jonka jälkeen järjestelmä laskee itse pysäkkikohtaiset aikataulut ja lataa vuoron GTFS muotoon. Tämä helpottaa syöttöä merkittävästi, vähentää manuaalisesti tehtäviä virheitä ja antaa nopeutta reagoida aikataulumuutoksiin. Sama koskee junan yhteysliikennettä.

Kun aikataulujen manuaalisuudesta on päästy eroon, ei manuaalista tarkistusta tarvitse enää tehdä. Näinollen tulisi GTFS -tiedoston siirto automatisoida tapahtumaan päivittäin.

7.1.2 Hinnoittelu liikennöitsijäkohtaiseksi

Fiksattujen palvelukyytien (tiettyyn kellonaikaan toteutettavat kyydit elokuviin, jäähoteleihin, latuosuuksille, jne) toteutus edellyttää mahdollisuutta erilaisten kalustojen ja hintojen hallintaan (takseilla, minibusseilla ja isoilla busseilla on eri yksikköhinnat). Koska GTFS-rajapinnan avulla voidaan välittää vain yhdenlaista hinnoittelua, ratkaistaan ongelma luomalla kunkin liikenteenharjoittajan jokaiselle erikokoiselle kalustolle omat GTFS -tiedostonsa. Tämä toiminto voisi ensivaiheessa korvata myös kimpahinnoittelun eri

osoitteista. Selvennykseksi tässä kuvaus kahdesta vaihtoehtoisesta tavasta toteuttaa kimppekyytejä toisilleen tuntemattomille asiakkaille edulliseen hintaan:

- 1) Liikenteenharjoittajat tarjoavat oma-aloitteisesti kyytejä tapahtumiin (elokuvat, konsertit), mielenkiintoisiin kohteisiin (Lainio Snow Village, Konijänkä) ja esim. latuosuuksille. Myös tapahtumajärjestäjä voi yhtä lailla tehdä aloitteen kuljetuksen järjestämisestä sopimalla liikenteenharjoittajan kanssa toimitusehdoista ja laittamalla kyydin tarjolle järjestelmään. Tässä tapauksessa tapahtumajärjestäjä kantaa riskin.
 - Kyydit voidaan tarjota erikokoisilla kulkuvälineillä tilataksista suureen bussiin.
 - Tarjottaessa yksikköhinta on kaikille asiakkaille sama.
 - Kalustoa kasvatetaan tai asiakkaita jaetaan useammalle myytyjen lippujen suhteessa
 - Voidaan asettaa minimi- ja maksimiosanottajamäärät
 - Tässä ratkaisussa fiksatun kyydin taloudellisen riskin ottaa se, joka kyydin järjestää; liikenteenharjoittaja, tapahtumajärjestäjä tai he voivat myös jakaa riskin keskenään. Toisaalta on mahdollista luoda enemmän liiketoimintaa hinnoittelua ja kohteita miettimällä, jolloin tuotto myös jää kyydin järjestäjälle.
 - Noudot tietyistä pisteistä tai kutsuttuna
 - Palvelun toimivuus edellyttää palvelutarjoajien suurta aktiivisuutta ja innostusta luoda uutta liiketoimintaa.
 - Edellyttää aktiivista tiedottamista esim. majoittajilta tai Ylläs Around sovelluksen kautta push-viesteinä
 - Järjestelmä tarjoaa matalan kynnyksen kenelle tahansa lähteä tarjoamaan liikkumisen palveluita
 - Soveltuu myös moottorikelkan, potkukelkan, suksien, hevosen yms. vuokraukseen
- 2) Taksin kimppekyydin toteuttaminen siten, että hinta jaetaan kaikkien kulkijoiden mukaan, olivat he samasta osoitteesta/osoitteeseen tai eivät
 - Asiakas tilaa aina kyydin ja toivoo kanssamatkustajia yksikköhinnan alenemiseksi
 - Ei riskiä liikennöitsijälle
 - Taksien paikannusmahdollisuus ja tieto kohteesta auttaisi etsimään sopivaa kyytiä

7.1.3 Pikaliput

Kohdassa 4.3.4 (matkan maksaminen) mainitun pikalipun toteutus, jolloin liikennöitsijöiden toive nopeasta mobiilimaksamisesta toteutuu. Ski bussin osalta vain on mietittävä miten estetään lipun käyttö useaan kertaan. Esim. HSL:n kaltainen 1,5 h voimassa oleva lippu voisi olla ratkaisu.

7.1.4 Taksin hinnan määräytyminen lopullisen pääluvun mukaan

Taksin hinnan jakautuminen todellisten matkustajien kesken kannustaa varmasti taksin käyttöön. Tähän toiminnallisuuteen liittyvä kehitystyö on yksin Ylläkselle liian kallis, mutta otetaan kiitollisena vastaan, mikäli se tulee muuta kautta ajankohtaiseksi Soneran sovelluskehityksessä.

7.2 Toisen vaiheen tavoitteet

Ensimmäisen vaiheen määrälliset ja laadulliset tavoitteet jäivät reippaasti tavoitellun alle, minkä vuoksi toisen vaiheen tavoitteena voisi olla juuri ensimmäiseen vaiheeseen määritellyt tavoitteet:

- Sovelluksen lataukset, tavoite 4000 kpl kevään 2017 aikana.
- Matkan ostaminen, tavoite 1000 kpl kevään 2017 aikana
- Vaikuttavuustutkimuksessa mitattu asiakastyytyväisyys hyvän ja kiitettävän välillä
- Liikennöintiä saatu laajennettua, mittarina uusien reittien määrä
- Alueen muiden palveluntarjoajien tyytyväisyys vaikuttavuustutkimuksessa mitattuna. Mittarina lisääntyneet asiakasvirrat ja halukkuus osallistua esim. kustannuksiin tulevina vuosina.
- Liikennöitsijöiden tyytyväisyys, mittarina kasvanut liikennöinti
- Matkailuyhdistyksen tyytyväisyys, mittarina projektin avulla saavutettu julkisuus
- Kunnallisten viranhaltijoiden tyytyväisyys palveluun. Mittarina palvelun kehittämishalukkuus.
- Liikennepalveluiden uusien toimijoiden ilmaantuminen markkinoille

7.3 Rahoitus

Liikkumisen palvelun ylläpito Ylläksellä vaatii rahoitusta. Ensimmäisen pilottivaiheen aikana on saatu kartoitettua osaamista ja kokemusta, joten paikallista asiantuntijuutta löytyisi projektia operoimaan. Markkinointi ja tiedottaminen hoituisi myös pienillä rahallisilla panostuksilla paikallisten yhteistyökumppaneiden ansiosta. Ylläksen Matkailuyhdistys organisaationa voisi olla liikkumisen palveluiden tarjoaja Ylläksellä, eli paikallinen ”pienoperaattori”.

Älykkyyttä tietokantaan kannatta kehittää pikkuhiljaa, esim. 20.000 - 30.000 €:lla vuodessa. Näin pystytään rakentamaan erittäin toimiva vuosittain entistä monipuolisempi palvelukokonaisuus samalla muuta MaaS -kehitystä maailmalla seuraten.

Liikenteen uudelleen järjestelyä voidaan koittaa lyhyillä periodeilla kohdennettuina tiettyihin sesonkiaikoihin. Mm kutsutaksi joihinkin mielenkiintoisiin kohteisiin voi olla tuottavaa. Pikkuhiljaa liikennejärjestelyitä kokeilemalla ja optimoimalla voidaan luoda paketteja, jotka sinällään saattavat olla tuottavia.

YlläsAroundin kaltaisen palvelun pyörittäminen Ylläksen alueella tulee vaatimaan myös jonkinlaista paikallista rahoitusta jatkokausilla.

Ylläksen Matkailuyhdistys ry voi rahoittaa pientä kehitystyötä ja osin rahoituksesta neuvotellaan paikallisten yritysten kanssa. Tavoitteena on myös seurata julkisia rahoitusvaihtoehtoja ja sopivan tullen pyrkiä hakemaan niitä.