

Sammendrag:

Målrettet kollektivtransport

Delmarkeder og praktiske erfaringer

Transportmulighetene blir stadig bedre. Reiseaktiviteten øker og reise-mønsteret, dvs hvor, når og hvorfor en reiser, blir mer differensiert. Bilen har bidratt mest til økt mobilitet for folk flest, og bilreisens standard blir referanseramme for kollektivreisen når en har anledning til å velge transportmåte.

For kollektivtransporten har utviklingen ført til både et mer mangfoldig marked og en sterkere konkurranse om kundene. Ulike trafikantgrupper stiller stadig strengere og ofte spesielle krav til kollektivtilbudet. I tillegg til det tradisjonelle ”normaltilbudet” er det derfor økende behov for å målrette produktutviklingen mot ulike markedssegmenter, dvs differensiere transporttilbudene og skreddersy dem for enkelte trafikantgrupper. Tematisk er denne rapporten avgrenset til buss og taxi i nærtrafikkområdet, hvor det normalt er flest valgmuligheter.

Formål

Formålet med prosjektet *Målrettet produktutvikling* er, på basis av eksisterende kunnskap og analyser av kollektivtransportmarkedet i Norge, å lage en enkel håndbok som kan gi planleggere ved vegkontorer og samferdselskontorer samt i kollektivselskaper råd om hvordan produktutviklingen best kan gjennomføres. Dette krever blant annet en bred analyse av ulike markedssegmenter og deres preferanser for et bedre tilbud. Prosjektarbeidet foregår i fem hovedfaser:

1. Oppsummere nasjonale og internasjonale erfaringer med skreddersydde kollektivtilbud
2. Oppsummere nasjonal og internasjonal kunnskap om ulike kollektivgruppers preferanser og verdsetting av kollektivtilbud
3. Analysere ulike kollektivtrafikanter preferanser for forbedringer i kollektivtilbudet
4. Analysere kostnadene og trafikkgrunnet som er nødvendig for å kunne betjene de ulike tilbudene
5. Lage en enkel håndbok med eksempler og råd for utvikling av skreddersydde tilbud

Denne rapporten dekker punkt 1. Rapporten omtaler primært velprøvde løsninger som har vist seg å være gode i aktuelle norske driftssituasjoner.

Klassifisering av ulike markedssegmenter

Utgangspunkt for nisjeprodukter som skreddersydde kollektivtransporttilbud må være det mangfold av ønsker og krav trafikantene har til transporttilbudet. Dette er et spørsmål om transportstandard i vid betydning, slik trafikantene selv opplever den.

En viktig forutsetning i prosjektet er at de tilbudene som utvikles, generelt skal være *åpne for alle*. De kan selvfølgelig være særlig rettet mot bestemte brukergrupper, men altså ikke forbeholdt disse. Transportopplegg spesielt for funksjonshemmede (TT) omtales derfor *ikke* i rapporten.

Sentrale elementer ved beskrivelse av folks reisevaner er reiseformål, reiseomfang, transportmåte, reiselengde, alder, hovedbeskjeftigelse etc. Ved å kombinere to eller flere av disse faktorene kan en dele inn persontransportmarkedet i et antall delmarkeder eller segmenter. Antall faktorer som tas med avgjør hvor mange segmenter det blir. Teoretisk kan inndelingen gjøres uendelig fin.

For å få et antall markedssegmenter som er praktisk håndterbart og realistisk å utvikle innenfor lokal kollektivtransport, er en nødt til å begrense seg til noen få nøkkelfaktorer. Utfordringen er altså å finne ut hvilke av segmentene som har "potensiale" for et skreddersydd tilbud, dvs at det er mange nok som etterspør de målrettede produktene.

Det er viktig å tilby *utfyllende* og ikke *avgrensende* kvalitetsfaktorer når en utformer et skreddersydd transporttilbud, slik at en kan oppnå et størst mulig trafikkgrunnlag. Eksempelvis vil en servicelinje for eldre og bevegelseshemmede avhenge av en god kartlegging av reisemønsteret for denne gruppa og et servicenivå tilpasset dens behov.

Reiseformål og transportstandard kan være viktige utgangspunkter for alternative måter å segmentere persontransportmarkedet på. Reiseformål sier bl a noe om når og hvor reiser foretas, og dermed om grunnlaget for å utvikle målrettede transporttilbud. Alder vil indirekte kunne benyttes som indikator for blant annet reiseformål.

For å kunne utvikle et målrettet/skreddersydd kollektivtransporttilbud i form av konkrete, tekniske løsninger, trengs det informasjon om trafikantenes funksjonelle behov/ønsker i forhold til transporttilbudet. Ofte vil de viktigste kvalitetskravene gjelde vognmateriellet og dets funksjonalitet i forhold til hovedbrukergruppen(e). I andre tilfeller kan det være rask og presis framføring som blir vektlagt.

Prinsipper for og eksempler på målrettet kollektivtransport

Den overordnede filosofien ved utvikling av målrettet kollektivtransport er å skape et bedre tilbud, dvs som bedre imøtekommer kravene og ønskene fra det delmarkedet tilbudet primært er rettet mot.

Det at tilbudet skal være målrettet/skreddersydd innebærer også at de forskjellige markedssegmenter stort sett krever egne løsninger når det gjelder de viktigste egenskaper eller kvalitetsfaktorer i forhold til brukerne. Grensen mellom det generelle og det spesielle avhenger imidlertid av hvor detaljert markedssegmentene er definert. Ser en for eksempel på *arbeidsruter* som ett markedssegment, blir det flere løsninger innen samme segment. Her vil det også være en del generelle prinsipper som utformingen av konkrete rutetilbud må følge. Det er på dette nivået framstillingen i rapporten er foretatt for markedssegmentene:

Arbeidsruter

Hovedformål: Gi effektiv transport mellom bolig og arbeidssted, helst uten omstigning.

Serviceruter

Hovedformål: Skreddersydd transporttilbud spesielt beregnet for personer som har vanskeligheter med å benytte det ordinære kollektivtransporttilbudet. Dekker et bredt spekter av reiseformål (handlereiser, servicereiser, besøksreiser mv).

Bestillingstransport

Hovedformål: Gi et visst minste transporttilbud når trafikkgrunnlaget for faste ruter er for lite, eller gi et rutetilbud til bestemte grupper og reiseformål. Dekker et bredt spekter av reiseformål (handlereiser, servicereiser, besøksreiser, fritidsreiser mv).

Sykehusruter

Hovedformål: Gi effektiv og komfortabel transport til/fra sykehus samtidig som den er rimeligere enn bruk av taxi.

Lokale nattruter

Hovedformål: Gi rutetilbud for folk som skal hjem etter ”en tur på byen”.

Kunderuter

Hovedformål: Gi transporttilbud for kunder til/fra bedrifter hvor tilgjengeligheten ikke er tilfredsstillende.

Andre målrettede rutetilbud

Spesielle rutetilbud: Til/fra flyplass, morgenbusser, arbeidsruter for egne ansatte etc.

Innenfor hvert segment er det også gitt eksempler på konkrete, målrettede tilbud, opplysninger om andre steder hvor liknende tiltak er gjennomført samt referanser til eventuell dokumentasjon av disse.

Temaene takster og takstsystem samt driftsformer tilpasset markedet er beskrevet kort og oversiktlig med fokus på sentrale problemstillinger i forhold til målrettede transportløsninger.