VIRTAPAILAKKA –
SISÄINEN SAAVUTETTAVUUS 365

Yhteiskäyttöautojen pilotointi Itä-Lapissa

Loppuraportti

Sisällysluettelo

1 ITÄ-LAPPI – MONIEN MAHDOLLISUUKSIEN SEUTUKUNTA 3
2 HANKKEEN TAUSTA 3
3 HANKKEEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS 4
3.1 Yhteiskäyttöautot 4
3.2 Viestintä ja markkinointi 5
3.3 Toimintamallin laatiminen 6
4 TULOKSET 7
4.1 Yhteiskäyttöautojen käyttäjädata 7
4.2 Viestinnän ja markkinoinnin merkitys 8
4.3 Toimintamallin itälappilainen versio 9
5 JÄLKIPUINTIA 10
6 ITÄ-LAPIN TOIMINNAN JATKO 10

1 ITÄ-LAPPI – MONIEN MAHDOLLISUUKSIEN SEUTUKUNTA

Itä-Lapin seutukuntaan kuuluvat Kemijärven kaupunki sekä Pelkosenniemen, Posion, Sallan ja Savukosken kunnat. Alueen luonto ja luonnonvarat tarjoavat useita mahdollisuuksia elinvoimaisuuden kehittymiselle. Itä-Lapin matkailu on palautunut koronavirusepidemian jälkeen vahvaan kasvuun ja kansainvälistymiseen. Talvisesongin osuus matkailussa on yhä merkittävä, ja alueen yrittäjät yhteistyössä julkisen sektorin kanssa tekevätkin kehittämistoimia kohti kestävän kehityksen matkailualuetta ja matkailun ympärivuotisuutta. Kehittämistoimia on tehty investoimalla esimerkiksi luontomatkailuinfraan ja pyörämatkailuun. Lisäksi viipymän pidentämiseksi on tuotteistettu Itä-Lapin kiertomatkailureittejä. Myös kaivosteollisuuden aloilla on suunnitteilla isoja hankkeita, ja kestävän kehityksen kannalta tärkeiden malmimineraalien etsintäbuumi näkyy myös Itä-Lapissa.

Itä-Lapissa sijaitsee kolme tunturikeskusta (Suomu-, Salla- ja Pyhätunturi) ja sen lisäksi alueelle sijoittuu viisi kansallispuistoa. Alueen luonto-, matkailu- ja käyntikohteet sijaitsevat pääsääntöisesti taajama-alueiden ulkopuolella.

Itä-Lapin pinta-ala on 21 727 km² ja asukkaita alueella on 15 810. Harvaanasutussa seutukunnassa asukastiheys on noin 1,3 km². Kemijärvelle saapuu päivittäin yöjuna Helsingistä, josta puolestaan on noin tunnin matka muihin alueen kuntiin. Vajaan kahden tunnin säteellä alueelta sijaitsevat myös Kuusamon ja Rovaniemen lentoasemat. Lapin yliopiston toteuttaman Lapin joukkoliikenneyhteyksien palvelutaso -selvityksen mukaan jatkoyhteydet Rovaniemeltä ja Kemijärveltä matkailukeskuksiin ovat tyydyttävät. Kuitenkin yhteyksissä on paljon kehitettävää etenkin sesongin ulkopuolella, ja alueen sekä kuntien sisäisen saavutettavuuden tilanne on vähintäänkin haastava.

Sesonkiaikana alueen asukasluku moninkertaistuu matkailijoiden ja kausityöntekijöiden myötä. Alueen sisäinen joukkoliikenne ei tue alueella asuvien, siellä työskentelevien tai sinne saapuvien matkailijoiden liikkuvuutta. Saavutettavuuden vahvistaminen innovatiivisilla, kestävillä liikkumisen keinoilla on Itä-Lapin elinvoimaisuuden ja alueen kehittymisen perusta.

2 HANKKEEN TAUSTA

Harvaanasutussa Itä-Lapissa saavutettavuus ja kestävä liikkuminen ovat haaste asukkaille, matkailijoille ja elinkeinotoiminnalle. Etäisyydet ovat pitkiä ja liikkumisen palvelut voimakkaasti pirstaloituneita. Matkailu- ja kuntakeskusten välillä joukkoliikenneyhteyksiä on pääsääntöisesti tyydyttävästi, mutta näiden ulkopuolella vähäisesti, jos ollenkaan. Joukkoliikenteen lisääminen ei ole järkevää, saati kannattavaa, sillä ihmiset haluavat liikkumiseen joustavuutta ja helppoutta.

Nykyinen joukkoliikenne ei palvele vuorotyöntekijöitä. On mahdotonta, että kunnan sisäinen työmatkaliikenne tai työskentely toisella paikkakunnalla onnistuisi ilman omaa autoa. Myös kuntien palvelut ovat keskittyneet ja sivukylistä niiden saavuttaminen on haastavaa joukkoliikennettä hyödyntäen. Matkailun kausityöntekijöiksi profiloituvat yleensä työuraansa aloittelevat nuoret, joiden rajallinen maksukyky ei riitä auton ylläpitokustannuksiin. Siten ongelma on myös peruspalveluiden piiriin pääsemisessä, sillä matkailukeskukset eivät sijoitu kuntien taajama-alueille. Erityisesti kausityöntekijöiden keskuudessa on havaittavissa myös voimakas tarve kulkea yhteisöllisesti lähipalveluihin.

Matkailu on yksi alueen merkittävimmistä toimialoista. Joukkoliikenneyhteyksien ollessa puutteelliset, joutuvat matkailuyrittäjät usein järjestämään esimerkiksi viikkoasiakkaiden kuljetukset itse ja jotkut työnantajat

tarjoavat myös työntekijöille kuljetuksia. Alueella ei ole myöskään autonvuokrauspalveluita, joten alueelle saapuvat omatoimimatkailijat joutuvat vuokraamaan autonsa joko Rovaniemen tai Kuusamon lentokentältä. Tällöin kuitenkin matkailijan viipymä alueella jää lyhyeksi, sillä vuokra- ja polttoainekustannukset muodostuvat usealle asiakasryhmälle liian korkeiksi. Itä-Lapin haastava sisäinen saavutettavuus nousee usein esille sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi vierailu alueen kaikissa kansallispuistoissa joukkoliikennettä hyödyntäen on mahdotonta.

Alueen sisäinen saavutettavuus on suuri haaste, ja Itä-Lapin kunnat ovat tunnistaneet sen yhteiseksi strategiseksi kehittämiskohteeksi. Saavutettavuuden vahvistaminen vaikuttamisella ja edunvalvonnalla on yksi Itä-Lapin elinvoimaohjelman strategisten kärkien läpileikkaava teema. Virtapailakka-hanke on tukenut paitsi Itä-Lapin elinvoimaohjelman strategisia kärkiä, myös omistajakuntien kunta- ja matkailustrategioita. Osa Itä-Lapin kunnista on mukana Hiilineutraalien kuntien (Hinku-kunnat) verkostossa, ja hanke on tukenut hiilineutraaliustavoitteita ja laajemmin myös kuntien kestävän kehityksen tavoitteita.

3 HANKKEEN TAVOITTEET JA TOTEUTUS

Hankkeen toiminta-aika oli 1.1.2023 – 30.3.2024. Budjetti oli 71 000 euroa, josta Traficomin osuus 75 % ja Itä-Lapin kuntayhtymän - 25 %.

Hankkeen tavoitteeksi oli määritelty Itä-Lapin sisäisen saavutettavuuden toimintamallin laatiminen.

Sitä varten laadittiin asiantuntijatyönä pilotointisuunnitelma viestintä- ja markkinointiosioineen ja kilpailutettiin ja toteutettiin yhteiskäyttöautojen pilotointi elokuusta 2023 helmikuun 2024 loppuun saakka. Viestintä- ja markkinointitoimenpiteitä tehtiin elokuusta lähtien sekä projektipäällikön, ohjausryhmän jäsenten, markkinoinnista vastaavan asiantuntijan ja kuntien viestinnästä vastaavien tahojen toimesta. Erityistä huomiota kiinnitettiin tehostettuun markkinointiin matkailusesonkien aikana mm. mainostaulujen avulla ja maksetulla somemarkkinoinnilla.

Itä-Lapin toimintamalli laadittiin tammi-helmikuussa toteutettujen asiakaskyselyjen perusteella. Toimintamallia työstettiin helmikuussa Kemijärvellä pidetyssä työpajassa ja haastattelemalla sidosryhmien edustajia sekä autot toimittaneen firman edustajaa.

Toimenpiteitä toteutettiin asiantuntijatyönä: toimintamallin laatimisesta, viestintä- ja markkinointitoimista sekä asiakaskyselyistä vastasi Arctic Factory Oy ja hybridiautot toimitti Omago Oy.

3.1 Yhteiskäyttöautot

Yhteiskäyttöautojen toimittaja kilpailutettiin keväällä 2023. Lomakauden päättyessä heinä-elokuun vaihteessa Omago Oy toimitti yhteiskäyttöautot jokaiseen kuntaan. Autot olivat automaattivaihteisia Toyota Corolla -hybridiautoja. Sähköautojen valinta olisi ollut huomattavasti kalliimpi vaihtoehto hankkeen budjettiin nähden. Autoille tarvittiin lämmityspaikka akun ylläpitolatausta varten, ja siksi käyttöpaikaksi valikoituivat virastotalojen parkkipaikat. Yritys tarjosi varaussovelluksen. Mobiilisovellus oli ladattavissa osoitteesta www.omago.fi/laplandgo. Lisäksi yritys vastasi mahdollisista asiakaspalvelutilanteista sekä selvitti hankkeen päätösvaiheessa yhteiskäyttöautojen varaustoiminnan jatkoa yritysvetoisena kuntien ja yritysten kanssa.

Käyttöä varten asiakas rekisteröityy sovelluksessa, pääsee näkemään autojen varauskalenterit ja tekemään varauksia. Autojen vuokrauksesta maksetaan tunti- tai vuorokausiperusteisesti varauksen keston mukaan. Polttoaineet kuuluvat hintaan.

Jo hankkeen alkuvaiheessa keskusteltiin autojen optimaalisimmista sijoituspaikoista ja Pelkosenniemellä, Kemijärvellä ja Sallassa päädyttiinkin vaihtamaan sijaintia. Auton sijainti Pelkosenniemellä muutettiin Pyhätunturille, Kemijärvellä rautatieasemalle ja Sallassa Sallatunturiin. Autot olivat pilottikäytössä helmikuun loppuun saakka mutta Kemijärven, Pelkosenniemen ja Sallan osalta käyttöä jatkettiin maaliskuun loppuun, koska käytön jatkosta neuvoteltiin Omago Oy:n kanssa. Savukoskella ja Posiolla käyttö päättyi helmikuussa.

Kuva 1. Tammikuinen pakkaspäivä Kemijärvellä. Yhteiskäyttöauton siirto Kemijärven rautatieasemalle lisäsi auton käyttöä.

3.2 Viestintä ja markkinointi

Arctic Factory Oy laati hankkeelle viestintä- ja markkinointisuunnitelman. Pilottikokeilun tärkein tavoite oli kerätä tietoa Itä-Lapissa uudenlaisen julkisen liikenteen ja ylipäätään liikkumismuodon toimivuudesta. Viestinnällä pyrittiin ohjaamaan ihmisiä kokeilun pariin, mutta tärkeässä roolissa oli myös tiedon ja ymmärryksen kasvattaminen viestinnän kautta; pyrkiä vuorovaikutteisuuteen, selvittää ihmisten kokemuksia sekä kirjata heidän antamaa palautetta muistiin liikkumisen jatkokehittämistä varten.

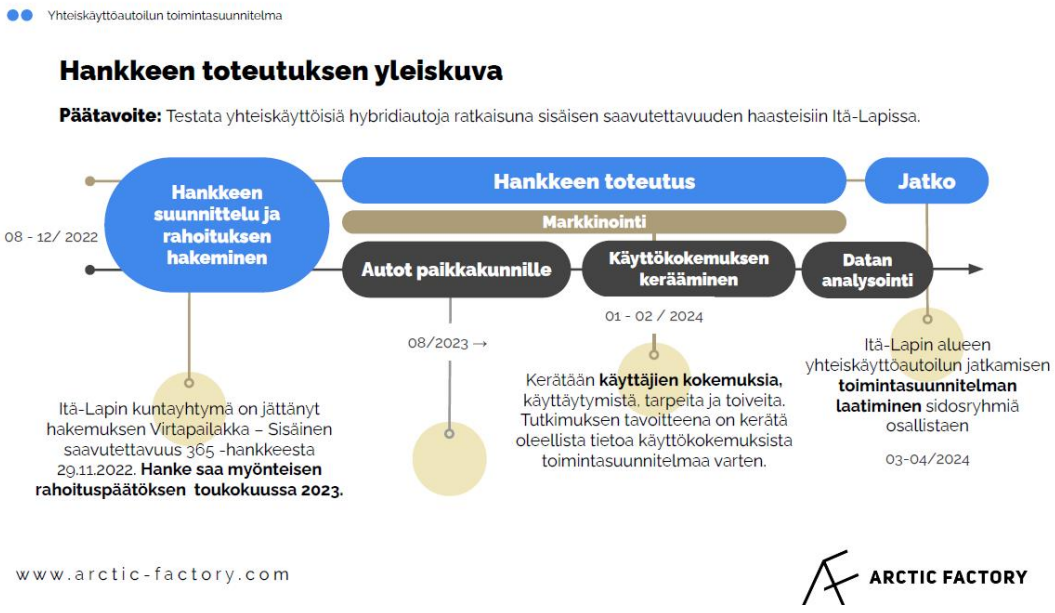
Markkinointia tehtiin sekä omana työnä että Arctic Factoryn toimesta. Viestinnässä hyödynnettiin yrityksen eri alustoille suunnittelemia mainoksia. Autojen käyttöönotosta laadittiin tiedote kunnille ja matkailuyhdistyksille ja paikallislehdissä, Koti-Lapissa ja Kuriirissa, ilmestyivät artikkelit aiheesta. Myös somekanavia hyödynnettiin Itä-Lapin kuntayhtymän ja mm. ohjausryhmän jäsenten omassa viestinnässä.

Käytössä oli myös maksullinen mainonta somekanavilla, beachflagit ja kyltit herättämään huomiota autojen lähistöllä ja mainosmateriaalit kuntien ja yritysten ilmoitustauluilla ja muissa kohteissa. Arctic Factory Oy neuvotteli S-ryhmän kanssa joulukuusta maaliskuun alkuun kestävän mainoskampanjan, jossa mainokset olivat nähtävillä kauppojen medianäytöillä sisä- ja ulkotiloissa. Kampanjassa oli 10 sekunnin mainoksia, joilla oli yhteensä 500 000 näyttökertaa.

Kuva 2. Ilmoitus yhteiskäyttöautojen pilotoinnista Koti-Lappi -lehdessä. **Kuva 3.** Arctic Factory Oy:n laatimia mainoksia käytettäväksi eri julkaisuissa.

3.3 Toimintamallin laatiminen

Arctic Factory Oy:n tehtävänä oli laatia käyttäjäkysely, joka auttoi ymmärtämään yhteiskäyttöautojen käyttäjien kokemuksia, käyttäytymistä, tarpeita ja toiveita. Saadut tiedot toimisivat pohjana Itä-Lapin toimintamallia varten. Kyselyjen lisäksi haastateltiin hankkeeseen ja helmikuussa pidettyyn työpajaan osallistuneita toimijoita ja sidosryhmien edustajia. Myös Omago Oy:ltä saatua käyttäjädataa hyödynnettiin suunnittelussa.



Kuva 4. Yleiskuva hankkeen toteutuksesta.

Toimintamalli valmistui maaliskuussa 2024. Se antaa askelmerkit toiminnan jatkolle Itä-Lapissa, ja tulokset ovat hyödynnettävissä muuallakin Lapissa. Pilotoinnin vaikuttavuutta tulevina vuosina voi todentaa esim. seuraamalla, miten ja kuinka usein yhteiskäyttöautoista ja niiden tarpeellisuudesta kirjoitetaan mediassa. Vaikuttavuutta voi mitata myös tiedolla uusista alueista ja/tai matkailukohteista Lapissa, joissa yhteiskäyttöautoja vuokrataan asiakkaille.

4 TULOKSET

Yhteiskäyttöautoilu Euroopassa on iso ja kasvava trendi, joka muokkaa liikkumista. Traficomin mukaan v. 2009 Saksassa oli 390 yhteiskäyttöautoa (Suomessa 38) ja v. 2023–43 110 kpl (Suomessa 2 000). Sillä on suuri vaikutus ympäristöön (mm. auttaa vähentämään kasvihuonekaasupäästöjä ja melutasoa, kannustaa siirtymistä kestävämpiin liikennevaihtoehtoihin ja edistää ympäristöystävällisiä käytäntöjä). Myös kustannussäästöt verrattuna oman auton omistamiseen pienenevät ja käyttäjät maksavat vain käyttämästään ajasta ja matkasta, mikä tekee siitä kustannustehokkaan vaihtoehdon kaupunkilaisille, jotka eivät tarvitse autoa päivittäin. Kaupungeissa yhteiskäyttö vähentää pysäköintipaikkojen tarvetta. Lisäksi autojen yhteiskäyttö täydentää nykyisiä julkisia liikenneverkkoja, täyttää saavutettavuudessa olevia puutteita ja tarjoaa viimeisen kilometrin yhteyksiä. Lopuksi yhteiskäyttö edistää sosiaalisia yhteyksiä ja yhteistyökäyttäytymistä ja yhteistä näkemystä vihreämmästä tulevaisuudesta.

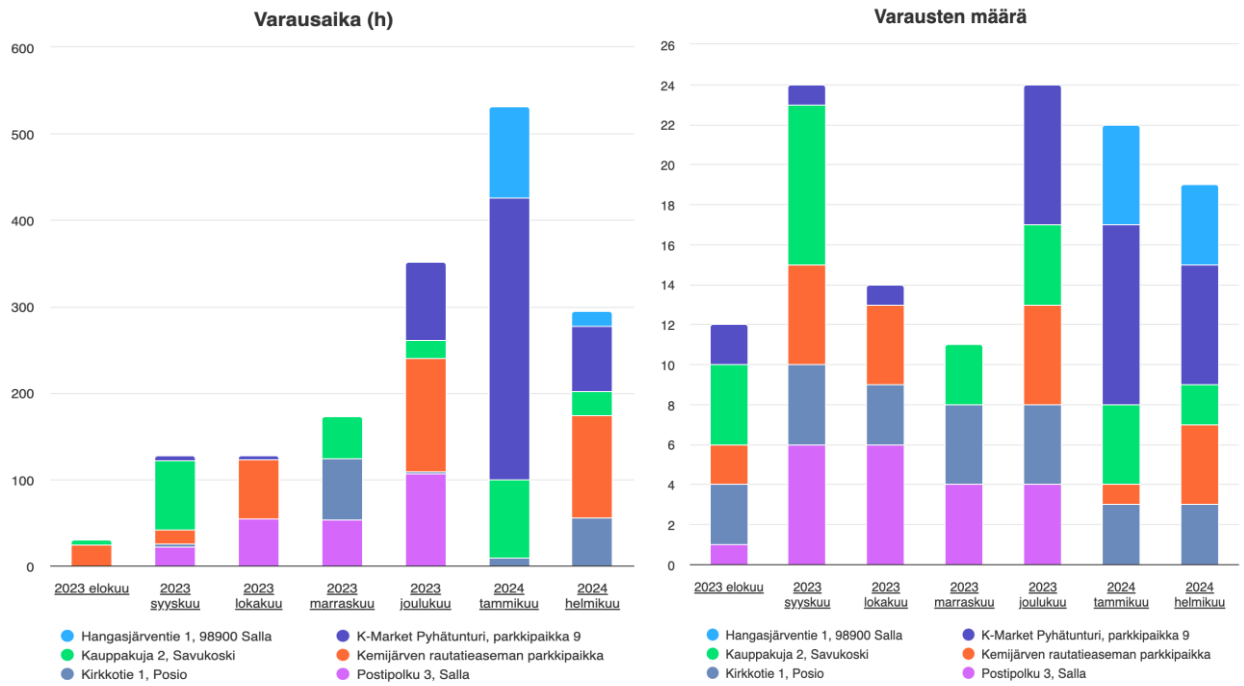
Kestävyyden näkökulmasta Itä-Lapin pilotissa mukana olevat Toyota Corolla -hybridiautot ovat vähäpäästöisiä (118 g/km; vertaa verottaja 115 g/km), ne voivat korvata perheen kakkosauton ja järkevöittää liikkumista julkisen liikenteen rinnalla. Yksi auto voi korvata 5–15 henkilöautoa.

4.1 Yhteiskäyttöautojen käyttäjädata

Kokonaisuutena Itä-Lapin kunnissa toteutettu pilotointi avasi käyttäjien ja sidosryhmiä edustaneiden silmiä yhteiskäyttöautoilun mahdollisuuksista yksityis- ja työajoissa Itä-Lapissa. Käyttäjätutkimus tarjosi kokonaan uutta tietoa, sillä vastaavaa pilotointia ei Lapissa ole aiemmin tehty. Hankkeella pyrittiin vahvistamaan saavutettavuutta innovatiivisella ja kestävällä liikkumisen ratkaisulla, mikä on keskeistä alueen elinvoiman ja kehityksen kannalta. Toimenpiteet ja tulokset hyödyttävät myös muita alueita.

Omago Oy toimitti ajo- ja käyttödataa pilotin aikana kuukausittain. Seurattavina olivat sekä varausaika että varausten määrä. Yrityksen mukaan 100 h/kk/paikkakunta määrittelee toiminnan kannattavuuden. Se toteutui osassa kohteita, esim. Pyhätunturilla, Kemijärvellä ja Sallassa, mutta ei tasaisesti joka kuukausi. Trendi oli Omagon mukaan nouseva ja oli nähtävissä, että sijoituspaikkojen vaihto lisäsi varauksia ja osoitti muutoksen toimineen. Omago Oy:ssä tulokset yllättivät myönteisesti.

Tulosten mukaan sukupuolijakaumaa ei varausten välillä ollut vaan varauksia tekivät puoliksi sekä miehet että naiset ikäluokassa 40–50 vuotta. Rekisteröityneitä käyttäjiä oli 58 henkilöä, joista ajaneita 54. Heistä 15 % puhui äidinkielenään jotain muuta kuin suomea. Varauksia oli yhteensä 129 kpl ja ajettuja kilometrejä 17 434 km. Käyttäjien keskimääräinen ajomatka oli 135 km ja aktiivinen varausaika 13,96 h (kaupungeissa 3 h), mikä viittaa pitkiin välimatkoihin kohteiden välillä. Varauksia tehtiin pääsääntöisesti päiväretkiä varten ja kohteina olivat mm. Itä-Lapin luontokohteet, Sodankylän seutu ja Rovaniemi.



Kuva 5. Autojen varausajat ja varausten määrät kunnittain.

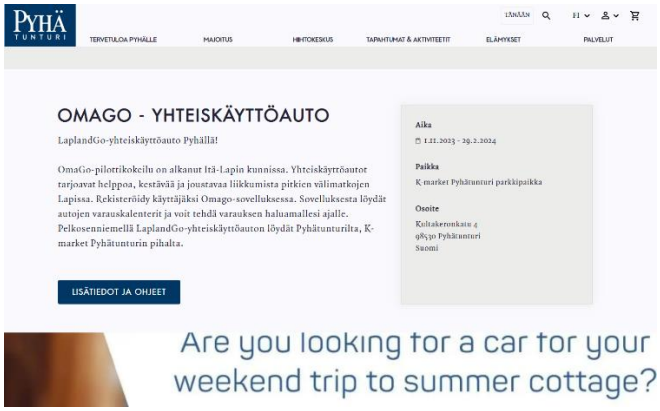
Muualta tulleille matkustajille ja työntekijöille – etenkin kaupunkilaisille – yhteiskäyttöautoihin liittyvä konsepti on tutumpaa kuin paikallisille, jotka olosuhteiden pakosta liikkuvat yleensä omalla autolla työssä ja muilla matkoilla. Yhteiskäyttöautoilu Itä-Lapissa on mahdollista, mikäli autolle löytyy useampi käyttäjäryhmä.

Tulokset osoittavat, että itälappilaisia voidaan kuitenkin perustellusti kuvata innovaattoreiksi ja varhaisiksi omaksujiksi yhteiskäyttöautoilun saralla Lapissa. Autot toimittaneen Omago Oy:n edustajan ennakko-odotus oli, että pilotin tulokset eivät todennäköisesti kannusta jatkoon harvaanasutulla ja vähävälisellä alueella. Käyttäjämäärät ja sesonkien vaikutus autojen vuokraukseen yllättivät yrityksen positiivisesti ja jatkosta kannatti lähteä neuvottelemaan kuntien ja alueen yritysten kanssa. Oletuksena oli, että Virtapailakka-hankkeessa tehty työ edistää jatkossa autojen vuokrausta työ- ja yksityisajoihin.

4.2 Viestinnän ja markkinoinnin merkitys

Viestintä on merkittävässä osassa, kun halutaan lanseerata uusi tuote tai palvelu. Se todettiin myös tämän pilotin toteutuksessa. Mitä enemmän viestitään, sitä paremmin asiasta tiedetään. Viestintään tulee osallistua kaikkien osapuolien, niin palvelun tarjoajan kuin palvelun tilaajan ja markkinoinnin toteuttajan sekä optimaalisimmassa tilanteessa myös sidosryhmien. Pilotoinnin tulisi kestää riittävän kauan tulosten saamiseksi.

Ne, joille yhteiskäyttöautoilun idea oli uusi, tarvitsivat aikaa idean sisäistämiseen, mikä myös puhuu pidemmän pilotin puolesta. Viestinnän vaikutus oli verrannollinen varausmääriin, mikä oli todennettavissa myös tässä pilotissa. Positiivisia tuloksia toi myös ystävien/työkaverien kokemus auton varaamisesta ja käytöstä. Omagon edustajan mukaan viestintä ja markkinointi on saanut asiakkailta kiitosta.



Kuva 6. Tiedotus Pyhällä.

Pyhätunturilla tiedotus ja markkinointi oli tuloksellista. Talvisesongin käynnistyessä Pyhä-Luoston matkailuyhdistys kertoi yhteiskäyttöautosta sivustollaan, jakoi tietoa henkilöstön perehdytyspäivässä ja cardu-sovelluksessa sekä sähköpostijakelussa ja somessa. Joulun ja talvilomien alla tiedotusta nostettiin näkyvästi somekanaviin.

Pilotista saatiin erilaista palautetta. Eräs yrittäjä oli suositellut ulkomaalaiselle asiakkaalleen yhteiskäyttöautoa, joka ratkaisikin perheen liikkumispulmat lomalla. Perhe oli ollut tyytyväinen ja yrittäjä toivoi palvelun säilyvän paikkakunnalla. Toisaalla puolestaan paikkakuntalainen harkitsi myyvänsä oman auton pois ja käyttävänsä pelkästään vuokra-autoa, mikäli yhteiskäyttöauto jää pysyväksi palveluksi. Harmistunuttakin palautetta saatiin ja se kohdistui vähäiseen viestintään.

4.3 Toimintamallin itälappilainen versio

Toimintalogiikka maailmalla perustuu riittävään määrään ihmisiä riittävän tiheällä alueella. Itä-Lapissa se ei ole mahdollista, sillä väestöpohja itsessään ei riitä yhteiskäyttöpalvelun tuottamiseen. Omago Oy:n näkökulmasta yhteiskäyttöautoilun reunaehtona on vähintään 100 h ajoa / kk tai kuukausimaksu 760 € (alv. 0 %), jolloin maksajana voi olla esim. kunta ja/tai mukaan lähtevät yritykset. Käytännössä se tarkoittaa, että Itä-Lapissa yhteiskäyttöautojen ympärille tulee muodostaa yhteisöjä, joissa auto pystyy tuottamaan arvoa useammalle kuin yhdelle käyttäjäryhmälle. Yhteisöön voi kuulua alueen asukkaita, kunnan työntekijöitä, yrityksiä ja matkailijoita.

Yhteiskäyttöauton on tuotettava käyttäjilleen arvoa

- ✓ Yhteiskäyttöauton pitää tarjota selvä taloudellinen kannustin käyttäjilleen
- ✓ Käyttäjillä tulee olla tahtotila valita ympäristöystävällisempi liikkumisen tapa
- ✓ Tulevaisuudessa yhteiskäyttöauto mahdollistaa (parkki)tilan käytön esim. viher- tai julkisrakentamiseen sekä tarjoaa helpompia parkkeerausratkaisuja

Jotta yhteiskäyttöautoilu toimii Itä-Lapissa

- ✓ Palvelun käyttöönoton tulee olla helppoa ja huomioida myös iäkkäämmät käyttäjät
- ✓ Yhteiskäyttöauton tulee mahdollistaa päiväretkien tekemisen kaikille käyttäjäryhmille
- ✓ Palvelun tulee parantaa saavutettavuutta kohteisiin, joihin muut liikkumismuodot eivät tarjoa ratkaisua
- ✓ Palvelun käytönaikaisen kokemuksen tulee jäädä ”positiivisen” puolelle

Yhteiskäyttöautoilulle pitää löytyä halukas palveluntarjoaja

- ✓ Palveluntarjoaja haluaa ja sitoutuu tarjoamaan yhteiskäyttöautoja alueella
- ✓ Kuntien ja julkisten toimijoiden pitää tehdä vahvaa yhteistyötä, jotta palvelun tuottaminen alueella ei käy liian hankalaksi (=maantieteellisten tekijöiden tuoma haaste)

- ✓ Kuntien tulee tukea ja/tai johtaa yhteiskäyttöautojen käyttöönottoa, kunnes käyttäjien määrässä saavutetaan kriittinen massa
- ✓ Kunta ja/tai muu(t) taho(t) tukevat autoa 760 € / kk, mikäli riskinä on, että auton käyttö on alle 100 h / kk

Nämä johtopäätökset antavat askelmerkit toiminnan jatkolle Itä-Lapissa, ja tulokset ovat hyödynnettävissä muuallakin Lapissa.

Pilotoinnin vaikuttavuutta tulevina vuosina voi seurata esim. sillä perusteella, miten ja kuinka usein yhteiskäyttöautoista ja niiden tarpeellisuudesta kirjoitetaan mediassa. Mittarina voi olla myös tieto Lapin uusista alueista tai matkailukohteista, joissa yhteiskäyttöautoilusta muodostuu palvelu asiakkaille.

5 JÄLKIPUINTIA

Viestinnän kohdentaminen potentiaalisille asiakkaille tulee olla jatkuvaa – siihen lienee mahdotonta panostaa liikaa. Tässä tapauksessa se tarkoittaa esimerkiksi eri käyttäjäryhmille annettavaa online-opastusta. Opastusta voi antaa myös pienryhmille opettamalla ”kädestä pitäen” sovelluksen käyttöönoton ja tarvittavat toimenpiteet auton käytön aloituksesta ja lopetuksesta. Se vähentäisi huomattavasti varsinkin vanhempien asiakkaiden kynnystä ryhtyä käyttäjäksi.

Myös mahdolliset maksajat, kunnat ja yritykset, tulee ottaa huomioon heti alussa ja saada heidät kiinnostumaan yhteiskäyttöautoilusta. Siten he ovat jatkossa aiheen puolesta puhujia. Esimerkiksi kunnan johto voi kannustaa työntekijöitään suosimaan yhteiskäyttöautoa työajossa sen edullisuuden vuoksi suhteessa oman auton käyttöön. Raision kaupungissa on tutkittu, että yhteiskäyttöauto tuo 5 000–8 000 euron säästöt vuositasolla.

Markkinointitoimenpiteiden toteutuksessa niin pilotin toteuttajalta kuin autot toimittaneelta Omago Oy:ltä jäi huomioimatta yrityksen oma panos, jonka se olisi voinut antaa markkinointiin.

Hankkeessa pilotointi niin viestinnän kuin auton vuokrauksen näkökulmasta olisi pitänyt jatkua vuoden ajan. Näin olisi ollut käytettävissä riittävästi aikaa viestintätoimenpiteille ja niiden tehostamiselle. Kaikki vuodenajat olisi voitu hyödyntää markkinoinnissa paikallisille, sesonkityöntekijöille sekä matkailijoille ja yrityksille. Matkailusta tiedämme, että sesongeilla on vaikutusta asiakkaiden liikkumiseen ja ne voivat oleellisesti lisätä yhteiskäyttöautojen vuokrausta, mikä oli nähtävissä myös pilotissa talvi- ja hiihtolomakauden aikana.

6 ITÄ-LAPIN TOIMINNAN JATKO

Varsinainen yhteiskäyttöautojen pilotointi päättyi helmikuussa, mutta autot olivat maaliskuun ajan käytettävissä Pelkosenniemellä, Kemijärvellä ja Sallassa, joiden kanssa Omago Oy:n edustaja kävi neuvotteluja kuntakohtaisista jatkoista.

Kunta- tai yrityskohtainen jatko Posiolla ja Savukoskella toiminta ei jatku. Sallassa neuvottelut jatkuvat. Pelkosenniemellä = Pyhätunturilla kokeilua jatkettiin kunnan rahoittamana matkailukauden loppuun eli Vappuun saakka. Kemijärvellä tehtiin kaupunginhallitukselle esitys kokeilun jatkamisesta seuraavat 12 kuukautta. Raporttia kirjoitettaessa hallituksen päätös ei ole tiedossa. Myönteinen päätös olisi perusteltua, sillä

Kemijärvi on liikenteen solmukohta Itä-Lapissa: siellä on yöjunan päätepiste ja junalta pääsee mm. Pyhä- ja Sallatunturin matkailukeskuksiin sekä Savukosken erämaisemiin.

Huhtikuun lopulla Omago Oy:n edustaja ilmoitti, että pilotin rohkaisevat tulokset kannustavat yritystä lisäämään yhteiskäyttöautojen tarjontaa *omatoimisesti* eri puolilla Lappia, joten autoja on todennäköisesti tulossa varattaviksi Lapin eri kohteisiin, ehkä myös Itä-Lappiin.

“Siellä, missä on tahtoa, on tie.”