

Trafiknämnden

Tid	2017-05-18 09:00-14:00
Plats	Vidöstern, Region Kronoberg, Nygatan 20, Växjö
Kallade	Ordinarie ledamöter Peter Freij (S), ordförande Fanny Battistutta (V), vice ordförande Sven Sunesson (C), 2:e vice ordförande Carl-Olof Bengtsson (S) Julia Berg (S) Camilla Ymer (S) Ann-Charlotte Wiesel (M) Viktor Emilsson (M) Eva Johnsson (KD) Ersättare Marianne Nordin (S) Conny Simonsson (S) Erik Jansson (MP) Tommy Andersson (M) Mattias Edlund (KD)
Övriga kallade	Patric Littorin Thomas Nilsson Patrik Tidåsen Clas Carlsson Ulf Pettersson Julija Markensten

1. **Justering av protokoll**

2. **Fastställande av dagordning**

3. **Rapporter från externa uppdrag**

Sammanfattning

Trafiknämndens ledamöter rapporterar från externa uppdrag.

4. **Aktuella lägesrapporter**

Sammanfattning

Ansvariga tjänstemän redogör för aktuella lägesrapporter.

5. **Verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning
mars 2017 - Trafiknämnden 17RK731**

Förslag till beslut

Trafiknämndens presidieberedning föreslår trafiknämnden besluta

att notera delegationsbeslutet till protokollet.

Sammanfattning

Periodens resultat är 4 497 tkr. De största positiva avvikelserna gentemot budget är Teknik och omkostnader 1 912 tkr, Växjö Stadstrafik 1 256 tkr, Krösatåg Nord med 1 320 tkr samt Öresundståg 1 185 tkr,. De största negativa avvikelserna gentemot budget är Krösatåg Syd med – 688 tkr samt Regiontrafiken med – 503 tkr.

Prognosen för helåret är ett resultat på 11 000 tkr jämfört med budget. Prognosen är baserad på utfallet första kvartalet samt en bedömning av utvecklingen under resten av året. Resandet för perioden april 2016 – mars 2017 ökade med 4,5 % för regiontrafiken och 8,9 % för Växjö stadstrafik jämfört med samma period tidigare år (exklusive skolkort).

Ärendet beslutas enligt delegationsordning av trafiknämndens ordförande att godkänna trafiknämndens verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning mars 2017 då trafiknämndens beslut ej kan inväntas för den fortsatta behandlingen i regionstyrelsen och regionfullmäktige.

Beslutsunderlag

- *Förslag till beslut - Verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning mars 2017 - Trafiknämnden*
- *Verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning mars 2017 Trafiknämnden*

6. Omdisponering av budgeterade medel 16RK1866

Förslag till beslut

Trafiknämndens presidieberedning föreslår att trafiknämnden beslutar

att omdisponera 3 MKR budgeterade för merkostnader p.g.a. spårbytet på södra Stambanan så att anslaget flyttas från Öresundståg till Krösatåg Syd eftersom att arbetet påverkar det senare affärsområdet mest.

Sammanfattning

Då avstängning av ett spår på södra Stambanan under drygt två månader mellan april och juni kommer att ske för omfattande banarbete med spårbyte, bedöms detta få negativa effekter på Krösatåg Syd medan Öresundstågstrafiken förhoppningsvis kan utföras enligt plan. Med anledning av detta föreslås en omdisponering av budgeterade 3 MKR för merkostnader från Öresundståg till Krösatåg Syd.

Beslutsunderlag

- *Förslag till beslut - Omdisponering av budgeterade medel*

7. Månadssammandrag april 2017 för trafiknämnden 17RK108

Sammanfattning

Handlingar till Månadssammandrag april 2017 för trafiknämnden kompletteras till trafiknämndens sammanträde.

8. Länstrafiktaxa 2018 17RK565

Förslag till beslut

Trafiknämnden rekommenderar regionstyrelsen rekommendera regionfullmäktige besluta

att fastställa Länstrafiktaxa 2018 i enlighet med upprättad handling.

Sammanfattning

Sammanfattning av de taxeförändringar som föreslås införas i december 2017 (undantaget taxeförändring avseende färdtjänst där taxeändringar träder i kraft den 1 juni 2017):

- Resekort Period för 2 zoner, prissänks med 60 kr.
- Priset för Resekort Period, 6-7 zoner samt giltighet för hela länet, höjs med 20 kr per zonsteg.
- Särskild prissättning för nattrafik, den s.k. nattaxan, upphör. Ordinarie priser och biljetter gäller även efter kl 24.
- Biljettförsäljning ombord på tåg i Kronobergs län upphör. Resenären är skyldig att inneha giltigt färdbevis vid ombordstigning.
- Taxa för färdtjänst är uppdaterad för enkelresor mellan 7-12 zoner för att överensstämma med resor enligt nytt regelverk.

Som respons på skrivelser har Trafiknämnden enligt § 8. TN 2017-02-23 uppdragit åt trafikdirektören att låta belysa möjligheterna till särskild prissättning för pensionärer som en del i länstrafikens arbete med framtida taxor och resevillkor. Detta kommer att analyseras och kostnadsbedömas till nästkommande taxearbete.

Beslutsunderlag

- *Förslag till beslut - Länstrafiktaxa 2018*
- *Länstrafiktaxa 2018*
- *Försäljningskanalsstrategi för Länstrafiken Kronoberg beslutad av trafiknämnden 2017-03-30*

9. Svar på skrivelse Gällande kollektivtrafik i Virestad från Virestad Samhällsförening och Guldkant AB. 17RK739

Förslag till beslut

Trafiknämndens presidieberedning föreslår att trafiknämnden beslutar

att godkänna svaret till Virestad Samhällsförening och Guldkant AB.

Sammanfattning

Region Kronoberg har mottagit en skrivelse från Virestad Samhällsförening och Guldkant AB. Brevskrivarna önskar kollektivtrafik till och från Virestad. Trafiknämnden ger trafikdirektören i uppdrag att utreda förutsättningarna för detta.

Beslutsunderlag

- *Förslag till beslut - Svar på skrivelse från Virestad*
- *Svar på Skrivelse gällande kollektivtrafik i Virestad*
- *Skrivelse gällande kollektivtrafik i Virestad*

10. Utredning om uppstart av Serviceresors system Alfa 17RK952

Förslag till beslut

Trafiknämndens presidieberedning föreslår att trafiknämnden beslutar

att notera informationen till protokollet.

Sammanfattning

Trafiknämnden har uppdragit åt trafikdirektören att göra en utredning om uppstarten av Serviceresors system Alfa, som togs i drift 2016-06-01.

Utredningen har genomförts av Knowit HRM AB och vid trafiknämndens sammanträde föredras rapporten.

Beslutsunderlag

- *Förslag till beslut - Utredning om uppstart av Serviceresors system Alfa*
- *Utvärdering av Länstrafikens införande av nytt verksamhetssystem för Serviceresor - ALFA, konsultrapport*

11. Anmälan av delegationsbeslut

Förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden beslutar

att notera delegationsbesluten till protokollet.

Sammanfattning

Anmälan av beslut om Färdtjänst och Riksfärdtjänst under perioden 2017-03-01 - 2017-04-30.

12. Inbjudningar till kurser och konferenser 17RK111

13. Övriga ärenden

5

**Verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning mars
2017 - Trafiknämnden 17RK731**

Trafiknämnden

Verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning mars 2017 - Trafiknämnden

Ordförandes förslag till beslut

Trafiknämndens presidieberedning föreslår trafiknämnden besluta

att notera delegationsbeslutet till protokollet

Sammanfattning

Periodens resultat är 4 497 tkr. De största positiva avvikelserna gentemot budget är Teknik och omkostnader 1 912 tkr, Växjö Stadstrafik 1 256 tkr, Krösatåg Nord med 1 320 tkr samt Öresundståg 1 185 tkr. De största negativa avvikelserna gentemot budget är Krösatåg Syd med – 688 tkr samt Regiontrafiken med – 503 tkr.

Prognosen för helåret är ett resultat på 11 000 tkr jämfört med budget. Prognosen är baserad på utfallet första kvartalet samt en bedömning av utvecklingen under resten av året. Resandet för perioden april 2016 – mars 2017 ökade med 4,5 % för regiontrafiken och 8,9 % för Växjö stadstrafik jämfört med samma period tidigare år (exklusive skolkort).

Ärendet beslutas enligt delegationsordning av trafiknämndens ordförande att godkänna trafiknämndens verksamhetsberättelse med ekonomisk redovisning mars 2017 då trafiknämndens beslut ej kan inväntas för den fortsatta behandlingen i regionstyrelsen och regionfullmäktige.

Peter Freij
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Delårsredovisning, Trafiknämnden mars 2017

**VERKSAMHETS-
BERÄTTELSE MED
EKONOMISK
REDOVISNING**

TRAFIKNÄMNDEN



**REGION
KRONOBERG**

SAMMANFATTNING TRAFIKNÄMNDEN

INVÅNARE

Utfallet för de utvalda styrtalen inom detta perspektiv kopplat till linjetrafiken är gott. Även i delen som avser Serviceresor ser vi en förbättring, efter tappet som uppstod vid införandet av ALFA.

MEDARBETARE

Den mätning i MMI, som gjordes under våren samt hösten 2016, visar på ett bra resultat för hela organisationen. Respektive chef ansvarar för uppföljning och åtgärder på respektive avdelning. Nästa mätning sker under hösten 2017.

VERKSAMHETSUTVECKLING

Aktiviteterna enligt beslutade handlingsplaner löper i stort sett på enligt plan. Vissa mål och indikatorer behöver jämföras per kvartal eller helår, för att vara statistiskt jämförbara.

Marknadsandelen (rullande helår april 2016-mars 2017) uppgår till 10,5 % - vilket är en minskning med 1,2 procentenheter jämfört med motsvarande period föregående år.

EKONOMI

Periodens resultat är 4 497 tkr.

Prognosen för helåret är 11 000 tkr.

Prognosen rörande självfinansieringsgrad avseende linjetrafik för innevarande år är 53,0 %.

Verksamhetens resultat

Belopp i mnkr	Jan-Mars	
	2017	2016
Intäkter	229,0	214,0
Kostnader	224,5	207,3
Resultat	4,5	6,7

Thomas Nilsson

Förvaltningsdirektör

VERKSAMHETSBERÄTTELSE

INVÅNARE

För invånarna i Kronobergs län ska länstrafiken, oavsett om det gäller linjetrafiken eller Serviceresor, erbjuda en trygg och tydlig service som är betydelsefull för att regionen ska fungera. En utbredd kunskap om vilken trafik som den enskilde kan använda sig av i livets alla faser är viktig att säkerställa. Likaså att göra det enklare att lösa det faktiska resebehovet.

Mål

Länstrafikens NKI ska öka långsiktigt %

Styrtal	Nuläge apr 16-mar 17	Målvärde 2017	Målvärde 2019
NKI buss/tåg	74 %	71 %	71 %
NKI Serviceresor	72 %	86 %	87 %

Förbättrad kundnära trafikinformation

Utiifrån resultatet i marknadsundersökningen "Kundnära trafikinformation" och analyser av Kollektivtrafikbarometern har ett förslag till åtgärdsplan för hur vi ska förbättra den kundnära trafikinformationen tagits fram. Länstrafikens ledningsgrupp har börjat att bearbeta förslaget.

Målgruppsanpassad marknadsbearbetning

En vårkampanj med reklamfilmer och DR som visar på trafikutbud och tidsvinster - där temat är hur man genom att nyttja kollektivtrafiken kan få en stund över - har genomförts. Vårkampanjer utgår från den nya kundsegmenteringsmodellen. Vidare har riktad marknadsföring till studenter på Campusområdet i Växjö genomförts samt har en kampanj för Fritidskortet utförts. Vi har även deltagit på den sedvanliga välkomstmässan för studenter och även har vi deltagit vid några olika mässor och event, bl a Senormässan och Earth Week. Dessutom har vi fortsatt med företagsförsäljningen bl a genom en riktad kampanj samt deltagande på Näringslivsdagen.

Genomförande och uppföljning av telecoaching

För medarbetarna på Serviceresor, Färdtjänst och Kundcenter har årets första coachomgång genomförts under januari och februari. I februari och mars presenterades både gruppresultat och individresultat från den första kvalitetsmätningen i uppfyllandegrad av respektive avdelning servicepolicy för samtliga berörda medarbetare och chefer. Den person som internt ska ansvara för kvalitetsmätning av servicepolicy framöver har genomgått utbildningen för detta under mars månad och genomfört en testmätning.

Mål

Tillgängligheten i verksamheten ska vara god

Styrtal	Nuläge apr 16-mar 17	Målvärde 2017	Målvärde 2019
Enkelhet åka med länstrafiken	76,5 %	75 %	76 %
Kundnöjdhet väntetid i telefon beställningscentralen	64 %	81 %	83 %

Kundnöjdhet på Serviceresor har sjunkit i samband med byte av system vilket gör att vi inte bedömer det som rimligt att nå de uppsatta målen under 2017. Däremot beräknar vi att målvärdet rörande linjetrafiken kan uppnås.

Fortsatt arbete med upphandling av skolskjuts och serviceresor

Anbuden är inlämnade och öppnade. Förhandlingar är påbörjade. Tilldelningsbeslut kommer att fattas i juni.

Lansering av digitala bokningar Serviceresor

Lansering av webbokning och bokning via app för färdtjänstresor. Tester pågår med utvalda vårdinrättningar/boenden/dagcentraler.

Lansering av Närtrafik i Tingsryds kommun

Närtrafiken lanseras som en satsning för resor på landsbygden under hösten 2017. Trafiknämnden beslutade den 30 mars att justera regelverket och succesivt införa konceptet kommun för kommun med start i Tingsryds kommun hösten 2017.

Säkerställa en hög servicenivå i samband med ombyggnad av resecentrum och terminal i Växjö

Beslutet om byggnation av nytt resecentrum har flyttats till oktober, vilket innebär att flytt av kundcenterverksamhet samt ändrade busshållplatser skjuts fram till efter årsskiftet.

Mål

Färdtjänst NKI ska öka till 91 %

Styrtal	Nuläge jan-mar 2017	Målvärde 2017	Målvärde 2019
NKI Färdtjänsthandläggning	79 %	87 %	91 %

Genomförande av kundnöjdhetsundersökning för färdtjänsthandläggningen

Sedan mars månad förra året skickas enkäter med frågor rörande tjänsten skickats ut till de personer som varit i kontakt med färdtjänsthandläggningen. Svarsfrekvensen för årets första kvartal är 55 % (vilket är en minskning med fem procentenheter jämfört med helårsresultatet för 2016). Resultatet av enkätfrågorna har sammanställts till ett vägt betygsmedelvärde. För årets första kvartal är detta 3,97 (skala 1-5) mätt över sex enkätfrågor. Uttryckt i procent av betygsskalan blir resultatet 79 %, vilket är en minskning med nio procentenheter jämfört med helårsresultatet för 2016.

MEDARBETARE

Högt engagemang från medarbetarna ger i förlängningen en bättre servicenivå gentemot invånarna vilket gynnar verksamheten både på kort och på lång sikt. God trivsel skapar en bra plattform med goda förutsättningar till att utveckla och förbättra verksamheten. Genom regelbundna enkäter och mellanliggande uppföljning kan områden med förbättringspotential identifieras och insatser sättas in.

Mål

Länstrafiken ska ha ett ökande värde för MMI (Motiverad Medarbetarindex)

Styrtal	Nuläge (helår 2016)	Målvärde 2017	Målvärde 2019
Motiverad medarbetarindex	68,5 %	67 %	68 %

Bedömningen är att målvärdet för MMI-talet kommer att infrias. Ytterligare en mätning kommer att ske i höst. Uppföljning av resultatet insamling av feedback från medarbetare sker dels avdelningsvis men även gemensamt vid de tillfällen då merparten av personalen samlas till gemensam kick-off. Eventuella åtgärder sker på avdelningsnivå.

Genomförande och uppföljning av MMI-resultatet på respektive avdelning

2016 var första året då mätningar genomfördes. Detta skedde vid två tillfällen, vår respektive höst. Under 2017 kommer det att göras en mätning under hösten. Det sammantagna resultatet för verksamheten var 66 % under våren och 71 % under hösten. Det nationella genomsnittet är 65 %.

Sjukfrånvaro Trafiknämnden (i procent av ordinarie arbetstid)

Centrum	JAN – MARS 2017			JAN - MARS 2016		
	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män
LTR Länstrafiken gemensamt	4,2	5,2	3,2	1,7	1,6	1,9
UTR Uppdragsverksamhet trafik	6,7	9,3	0,6	13,4	17,2	1,7
TN Trafiknämnd tot.	5,2	7,0	2,5	6,4	9,5	1,8

Siffrorna i tabellerna avser sjukfrånvaron för perioden december - februari som regleras vid lönen i januari - mars. Uppdragsverksamhet Trafik (Serviceresor och Färdtjänst) ligger på en högre nivå än genomsnittet.. Dock har situationen förbättrats markant jämfört med motsvarande period föregående år och sjukfrånvarotalen för inledningen av 2017 är vikande. LTR har ökat jämfört med 2016, men detta tillskrivs till största delen influensavågen som pågick en längre tid, denna har naturligtvis även påverkat UTR negativt.

Utvecklingen kommer att analyseras månadsvis framåt.

VERKSAMHETSUTVECKLING

För att fortsätta arbetet med att nå de uppsatta målen arbetar vi inom ramen för vår verksamhet med att genomföra beslutade aktiviteter enligt uppsatta handlingsplaner. Det överliggande syftet med verksamhetsutvecklingen är ett ökat resande i en kollektivtrafik med högre kvalitet.

Mål

Marknadsandelen ska öka långsiktigt

Styrtal	Nuläge apr 16-mar 17	Målvärde 2017	Målvärde 2019
Marknadsandel	10,5 %	11,7 %	12,2 %
Resandeökning i snitt*	7 %	3 %	3 %

* avser buss (inkl skolkortsresande)

Vi bedömer att utfallet rörande resandeökningen kommer att ligga i nivå med budget. Vi intar en viss försiktighet när det gäller marknadsandelen med tanke på att ett nytt mätverktyg introducerats i januari. Marknadsandelen enligt Kollektivtrafikbarometern minskade till 10,5 % för perioden april 2016 – mars 2017 jämfört med 11,7 % för samma period tidigare år.

Utveckling av framtidens resesystem

En undersökning i form av fokusgrupper genomfördes i slutet av januari för att samla in information kring vad resenärer önskar sig i ett framtida betalsystem. Underlaget används som input i det fortsatta arbetet med att utveckla framtidens resesystem. En försäljningskanalsstrategi har tagits fram som beskriver hur vi ska jobba med våra olika försäljningskanaler för att uppnå bästa resultat utifrån mål kring intäkter och självfinansieringsgrad samt utifrån att våra kunder ska uppleva det enkelt att betala för sin resa. Försäljningskanalsstrategin fastslogs av trafiknämnden den 30 mars. Även projektet ”Framtidens CRM-system” samt projektet ”Framtidens lojalitetsprogram” med koppling till ”Framtidens resesystem” har startats upp. För övrigt löper arbetet på enligt plan.

Utreda framtidens fordonsflotta

Trafiknämnden beslutade i december 2016 att låta utreda vilket eller vilka drivmedel som framtidens bussar i Länstrafikens regi ska drivas av. Under första kvartalet har underlag för en konsultutredning tagits fram och upphandling påbörjats. Syftet med denna är att få ett djupare underlag för lämpligheten mellan olika drivmedel. Personal på Länstrafiken har gjort studiebesök på ställen där tester med elbussar görs, och planerat fler studiebesök i april och maj.

Handlingsplan för arbete med trafikutövare

Under januari-mars har vi också haft aktiviteter tillsammans med våra entreprenörer. Syftet har varit att stärka vårt varumärke och se till att vi kan hitta arbetssätt som gynnar båda parter.

Exempel på aktiviteter är: Förarråd, där länstrafiken har träffat förare från linjetrafikens entreprenörer för att diskutera frågor och synpunkter som berör förarkåren. Entreprenörsträffar, återkommande besök på depåer för att träffa entreprenörer, under våren har Buss i Väst samt Nilsbuss och Grimslovsbuss besökts. För att underlätta kontakter i det dagliga arbetet görs dessutom depåbesök av

trafikledning. En god kännedom om våra respektive arbetssätt medför en bättre kommunikation och gör det enklare att komma till beslut om åtgärder. Sedan början av året skickar Serviceresor ut ett månadsbrev med information till sina entreprenörer, för att informera fortlöpande och skapa bra dialog.

Mål

Förbättrad punktlighet

Styrtal	Nuläge apr 16-mar 17	Målvärde 2017	Målvärde 2019
Resultat ombordmätning busstrafik region**	8,8	8,5	8,5
Resultat ombordmätning busstrafik stad**	6,6	8,0	8,0
Punktlighet regiontrafik RT +5	81,3 %	82 %	85 %
Punktlighet regiontrafik RT +10	97,5 %	98 %	98,5 %
Punktlighet stadstrafik RT +5	94,4 %	95 %	96 %
Punktlighet stadstrafik RT +10	99,2 %	98 %	99 %
Punktlighet Öresundståg RT +3	83,6 %	82 %	83 %
Punktlighet Krösatåg Syd RT +3	93,3 %	82 %	87 %
Punktlighet Pågatåg RT +3	96,8 %	96,2 %	96,5 %

* avser buss (inkl skolkortsresande)

** Mätningar enligt linjetrafiksavtal som genomförs varje kvartal.

I värdet ingår mätningar från kvartal 3 och 4 år 2016 samt kvartal 1 år 2017.

Utveckling av trafikutbudet

4 bussar till trafikstart 20 augusti beställda. Sommartidtabellens period och utbud fastställt. Genomgång och analys av gjorda trafikförändringar sedan 2013 har genomförts och samlats i en rapport kallad "Linjeutvärdering III", vilken presenterades och godkändes av Trafiknämnden den 30 mars.

Program för förbättrad punktlighet

När det gäller arbetet med förbättrad punktlighet så påverkar fysiskt gatuarbete för förbättrad framkomlighet i Växjö stad, vilket kortsiktigt kommer att leda till motsatsen.

Mål

Ökad användning av förnyelsebara drivmedel

Styrtal	Nuläge helår 2016	Målvärde 2017	Målvärde 2019
Andel förnyelsebara drivmedel inom länstrafikens samtliga fordon (buss, bil och minibus). Exkl tåg.	84,5 %	82 %	93 %

Upphandling av fordon

I upphandlingen av skolskjuts- och serviceresor viktas förnyelsebara drivmedel, och i utvärderingen av inkomna anbud viktas drivmedel efter sin miljöpåverkan. Detta förväntas leda till att användningen av förnyelsebara drivmedel ökar i de fordon som nu upphandlas för användning under ett antal år framöver.

EKONOMI

För att fortsatta satsningar skall vara möjliga krävs att kollektivtrafiken kan bedrivas inom befintlig ekonomisk ram och att uppsatta mål om självfinansieringsgraden uppfylls.

Mål

Trafiknämnden ska ha en ökande självfinansieringsgrad

Styrtal	Nuläge	Målvärde 2017	Målvärde 2019
Självfinansieringsgraden för all linjetrafik skall vara minst 50 %	Q1: 54,4 % Prognos 2017: 53 %	52 %	53 %
Kollektivtrafiken ska bedrivas inom ekonomisk ram	Målet uppfyllt (Q1 2017)	Bokslut inom ekonomisk ram	Bokslut inom ekonomisk ram

Resandet i mars (exklusive skolkort) ökade med 11,7 % för regiontrafiken och med 17,8 % för Växjö stadstrafik jämfört med mars 2016. Bakom de mycket stora skillnaderna i resandeökningar döljer sig det faktum att påskhelgen inföll i mars förra året (mot april i år).

Resandet för perioden april 2016 – mars 2017 ökade med 4,5 % för regiontrafiken och 8,9 % för Växjö stadstrafik jämfört med samma period tidigare år (exklusive skolkort).

För resandet i tågtrafiken finns ännu inga siffror för 2017 men antalet sålda periodkort har ökat med 3,0 % för perioden april 2016 – mars 2017 jämfört med samma period tidigare år (exklusive skolkort).

Genomförande av åtgärder för ökad självfinansieringsgrad

En sammanställning och ett åtgärdsförslag presenteras för trafiknämnden senare under året i och med att de olika tidigare beslutade åtgärderna: taxe/zonutredning, linjeutredning III samt KI-analys genomförts.

Revidering av målsättning för självfinansieringsgraden efter fastställd budget 2017-2019

Länstrafiken gör bedömningar om kostnader och intäkter för varje enskilt trafikslag. För 2017 har målsättningen fastställts efter regionfullmäktiges beslut om budget 2017-2019, för 2018-2019 kommer revidering att ske efter regionfullmäktiges beslut om budget 2018-2020 i juni.

Resultatuppföljning per trafikslag

Resultaträkning exkl proj (tkr)	Månad - Mars			Rullande	Årsbudget	Prognos
	Utfall ack	Budget Ack	Differens	12 mån	2017	Budgetavv
Länstrafikens Kansli	-7 308	-7 188	-120	-27 021	-30 092	0
LTR Teknik och omkostnader	-4 140	-6 052	1 912	-21 727	-24 209	2 000
LTR Marknadsföring	-1 358	-1 800	442	-8 107	-7 200	0
LTR Utredningsuppdrag	-511	-250	-261	-1 707	-1 000	0
KTR Regiontrafik	-29 851	-29 348	-503	-112 568	-117 000	-1 500
KTR Växjö stadstrafik	-15 398	-16 654	1 256	-60 407	-64 400	2 000
KTR Älmhult stadstrafik	-212	-310	98	-916	-1 200	0
KTR Krösatåg Nord	-3 642	-4 961	1 320	-15 176	-19 845	2 500
KTR Krösatåg Syd	-8 488	-7 800	-688	-31 560	-31 200	-2 000
KTR Öresundståg	-1 436	-2 621	1 185	-476	-13 100	5 500
KTR Pågatåg	-428	-448	19	-1 497	-1 790	0
Vidarefakt tågtrafik	0	0	0	0	0	0
Anropsstyrd trafik	-757	-700	-57	-3 203	-5 500	2 500
Serviceresor	-46	-46	0	-468	-382	0
Sjukreseadministration	0	0	0	0	0	0
Färdtjänsteavdelning	0	0	0	-64	-64	0
Abonnerad skolskjuts	-106	0	-106	-298	0	0
Totalsumma	-73 681	-78 178	4 497	-285 194	-316 982	11 000

Periodens resultat är 4 497 tkr. De största positiva avvikelserna gentemot budget är Teknik och omkostnader 1 912 tkr, Växjö Stadstrafik 1 256 tkr, Krösatåg Nord med 1 320 tkr samt Öresundståg 1 185 tkr. De största negativa avvikelserna gentemot budget är Krösatåg Syd med – 688 tkr samt Regiontrafiken med – 503 tkr.

Prognosen för helåret är ett resultat på 11 000 tkr jämfört med budget. Prognosen är baserad på utfallet första kvartalet samt en bedömning av utvecklingen under resten av året. Avstängningen av ett spår på södra Stambanan under drygt två månader april – juni bedöms i första hand få negativa effekter på Krösatåg Syd medan Öresundstågtrafiken förhoppningsvis kan utföras enligt plan. I Växjö stadstrafik kommer vintertidtabellen att förlängas vilket ger ökade intäkter. Införandet av närtrafiken kommer att påbörjas under hösten med Tingsryds kommun som första kommun.

Budgetavvikelsen beror på högre trafikintäkter med 2 000 tkr, lägre trafikkostnader med 7 000 tkr och lägre övriga kostnader med 2 000 tkr jämfört med budget.

Självfinansieringsgrad per trafikslag

Trafikslag	Intäkter tkr jan-mars 2017	Kostnader tkr jan-mars 2017	% jan-mars 2017	Jämförelse % Bokslut 2016	Jämförelse % Budget 2017	% Prognos 2017
Öresundståg	27 829	29 265	95,1%	100,5%	89,7%	93,8%
Älmhults stadstrafik	389	601	64,7%	61,1%	54,7%	54,7%
Regiontrafik buss	23 848	53 699	44,4%	45,1%	43,0%	42,4%
Växjö stadstrafik	12 517	27 915	44,8%	41,5%	39,9%	41,7%
Krösatåg Nord	3 142	6 784	46,3%	45,4%	38,3%	43,4%
Pågatåg	129	558	23,1%	28,5%	24,5%	24,5%
Krösatåg Syd	2 994	11 482	26,1%	27,6%	26,6%	24,9%
SUMMA	70 848	130 304	54,4%	55,8%	52,1%	53,0%

Självfinansieringsgraden för linjetrafiken under perioden uppgick till 54,4 % jämfört med 55,4 % för samma period 2016.

Prognosen för 2017 är en total självfinansieringsgrad på 53,0 % jämfört med Bokslut 2016 på 55,8 % och Budget 2017 på 52,1 %.

6

Omdisponering av budgeterade medel 16RK1866

Trafiknämnden

Omdisponering av budgeterade medel

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden beslutar

att omdisponera 3 MKR budgeterade för merkostnader p.g.a. spårbytet på södra Stambanan så att anslaget flyttas från Öresundståg till Krösatåg Syd eftersom att arbetet påverkar det senare affärsområdet mest.

Sammanfattning

Då avstängning av ett spår på södra Stambanan under drygt två månader mellan april och juni kommer att ske för omfattande banarbete med spårbyte, bedöms detta få negativa effekter på Krösatåg Syd medan Öresundstågstrafiken förhoppningsvis kan utföras enligt plan. Med anledning av detta föreslås en omdisponering av budgeterade 3 MKR för merkostnader från Öresundståg till Krösatåg Syd.

Peter Freij
Ordförande Trafiknämnden

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga:

8

Länstrafiktaxa 2018 17RK565

Trafiknämnden

Länstrafiktaxa 2018

Ordförandes förslag till beslut

Trafiknämnden rekommenderar regionstyrelsen rekommendera regionfullmäktige besluta

att fastställa Länstrafiktaxa 2018 i enlighet med upprättad handling.

Sammanfattning

Sammanfattning av de taxeförändringar som föreslås införas i december 2017 (undantaget taxeförändring avseende färdtjänst där taxeändringar träder i kraft den 1 juni 2017):

- Resekort Period för 2 zoner, prissänks med 60 kr.
- Priset för Resekort Period, 6-7 zoner samt giltighet för hela länet, höjs med 20 kr per zonsteg.
- Särskild prissättning för nattrafik, den s.k. nattaxan, upphör. Ordinarie priser och biljetter gäller även efter kl 24.
- Biljettförsäljning ombord på tåg i Kronobergs län upphör. Resenären är skyldig att inneha giltigt färdbevis vid ombordstigning.
- Taxa för färdtjänst är uppdaterad för enkelresor mellan 7-12 zoner för att överensstämma med resor enligt nytt regelverk.

Som respons på skrivelser har Trafiknämnden enligt § 8. TN 2017-02-23 uppdragit åt trafikdirektören att låta belysa möjligheterna till särskild prissättning för pensionärer som en del i länstrafikens arbete med framtida taxor och resevillkor. Detta kommer att analyseras och kostnadsbedömas till nästkommande taxearbete.

Peter Freij
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Länstrafiktaxa 2018
Försäljningskanalsstrategi för Länstrafiken Kronoberg beslutad av trafiknämnden 2017-03-30

LÄNSTRAFIKTAXA 2018

Trafiknämndens förslag 18 maj



INNEHÅLLSFÖRTECKNING LÄNSTRAFIKTAXA 2018

	SID
1 BAKGRUND TIDIGARE TAXEFÖRÄNDRINGAR	3
2 SAMMANFATTNING TAXEFÖRÄNDRINGAR 2018	4
3 RESEKORT	6
4 SUBVENTIONERADE RESOR	10
5 MÄNGDRABATT VID STÖRRE INKÖP	10
6 BESÖKSKORT FÖR UTLÄNDSKA UNGDOMAR, BESÖKSBILJETT	10
7 GILTIGHET I TÅGTRAFIK	11
8 RABATTERAD GRUPPBILJETT FÖR GRUNDSKOLEELEVER	11
9 TVÅ TIMMARS ÖVERGÅNGSTID I FÖRSTA ZONEN	11
10 DUO/FAMILJ	12
11 SOMMARERBJUDANDE; SOMMARLOVSKORTET	12
12 FRITIDSKORT	12
13 KONTANTTILLÄGG	12
14 SKOLKORT, BUSS	13
15 SKOLKORT, TÅG	14
16 FÄRDTJÄNSTTAXA	14
<u>TAXOR:</u>	
17 PERIODKORT BUSS	15
18 PERIODKORT TÅG ANDRA KLASS	16
19 PERIODKORT TÅG FÖRSTA KLASS	17
20 PERIODKORT ÖVER LÄNSGRÄNS	18
21 STUDERANDEKORT BUSS	19
22 STUDERANDEKORT TÅG ANDRA KLASS	20
23 UNGDOMSKORT BUSS	21
24 UNGDOMSKORT TÅG ANDRA KLASS	22
25 ENKELBILJETTER BUSS	23
26 ENKELBILJETTER TÅG ANDRA KLASS	24
27 ENKELBILJETTER TÅG FÖRSTA KLASS	25
28 ÖVRIGT	26
29 SKOLKORT BUSS	27
30 SKOLKORT TÅG	28
31 SOMMARLOVSKORT	28
32 FRITIDSKORT	28
33 FÄRDTJÄNST, ENKELBILJETT	29
34 FÄRDTJÄNST, PERIODKORT	30
35 JÄMFÖRELSE TAXOR I ANDRA LÄN 2017-03-15	31

1 BAKGRUND TIDIGARE TAXEFÖRÄNDRINGAR

Sedan några år tillbaka är Länstrafiken Kronoberg med i Kollektivtrafikbarometern, som är en landsomfattande kvalitets- och attitydundersökning som genomförs av landets länstrafiksorganisationer.

År 2016 hamnade länstrafikens Nöjd Kund Index (NKI) avseende prisvärdhet på 45 %. Detta värde är något högre än riksgenomsnittet (43 %) men en liten minskning mot 2015 (46 %).

Länstrafiktaxan för 2017 innebar följande:

- Taxan för enkelbiljett (ordinarie pris) höjdes med 1 kr för 1 zon (Växjö Stadstrafik). Taxan för enkelbiljett för resa i 3-6 zoner höjdes med 1 kr per zonsteg (pris för 2 zoner lämnades oförändrat). Taxan för enkelbiljett för 7 zoners resa höjdes med 3 kr, därefter med 5 kr per zonsteg upp till taktaxa 12 zoner. Även detta år genomfördes taxeförändringar i enlighet med WSP:s rekommendationer – med inga eller blygsamma höjningar på korta sträckor och större prisjusteringar på längre sträckor.
- För Resekort Period höjdes priset med 20 kr per zonsteg för resor mellan 3-5 zoner. För Resekort Period 6-zon, 7-zon samt Län höjdes priset med 30 kr, 40 kr respektive 50 kr. Prissättningen på Resekort Period 1-2 zoner lämnades oförändrat.
- Nattaxa för resa 7-10 zoner höjdes med 20 kr till 120 kr.
- Besöksbiljetten prisanpassades enligt taxehöjning.
- Endagsbiljett län höjdes med 2 kr till 122 kr för att prismässigt överensstämma med motsvarande Besöksbiljett.
- Nya nationella riktlinjer för enhetlig kategorisering av studerande berättigade till rabatterade periodprodukter kom att införas redan till höstterminen 2016. Länstrafiken Kronoberg anpassade periodkortsprodukterna till de nya riktlinjerna.

2 SAMMANFATTNING TAXEFÖRÄNDRINGAR 2018

Nedan sammanfattas de förändringar som införs 2018:

- Resekort Period för 2 zoner, prissänks med 60 kr.
- Priset för Resekort Period, 6-7 zoner samt giltighet för hela länet, höjs med 20 kr per zonsteg.
- Särskild prissättning för nattrafik, den s k nattaxan, upphör. Ordinarie priser och biljetter gäller även efter kl 24.
- Biljettförsäljning ombord på tåg i Kronobergs län upphör. Resenären är skyldig att inneha giltigt färdbevis vid ombordstigning.
- Taxa för färdtjänst är uppdaterad för enkelresor mellan 7-12 zoner för att överensstämma med resor enligt nytt regelverk.

Som respons på skrivelser har Trafiknämndens presidium enligt § 8. TN 2017-02-23 uppdragit åt trafikdirektören att låta belysa möjligheterna till särskild prissättning för pensionärer som en del i länstrafikens arbete med framtida taxor och resevillkor. Detta kommer att analyseras och kostnadsbedömas till nästkommande taxearbete.

Regionfullmäktige fastställer Länstrafiktaxa 2018. Under löpande år kan mindre justeringar/erbjudanden som initieras av Länstrafiken och som hänger samman med marknadsföringsinsatser beslutas av Trafiknämnden under förutsättning att kostnaden ryms inom fastställd budget.

Taxeförändringarna **2018** träder i kraft söndagen den **10 december 2017** i samband med tidtabellsskifte för tåg och buss i länet. Undantaget är dock taxeförändringar avseende färdtjänst där taxeändringar träder i kraft den 1 juni 2017.

2.1 HANDLINGSPLAN FÖRSÄLJNINGSKANALSSTRATEGI

Den av Trafiknämnden (§ 25 TN 2017-03-30) beslutade försäljningskanalsstrategin som omfattar länstrafikens verksamhet för åren 2017-2020 innehåller en åtgärdsplan (se omstående sida) som ska samverka med taxearbetet för varje år under perioden.

Syftet med försäljningskanalsstrategin är att stimulera överflyttning till de prioriterade försäljningskanaler där länstrafiken har bäst kontakt med kunden och där kunden kan nås av uppdaterad information.

De prioriterade försäljningskanalerna är en bärande del i Framtidens Resesystem som kommer att tas i bruk successivt fram till 2020 då det nuvarande biljettsystemet tas ur drift.

Handlingsplan för åtgärder i den beslutade försäljningskanalsstrategin:



Plan för försäljningsrelaterade aktiviteter utöver eventuella förändringar i ordinarie taxa för respektive år. Fördjupade intäkts- och kostnadsanalyser för respektive förändring genomförs i samband med taxerevideringar.

3 RESEKORT

Under 2009-2010 infördes Resekortet som kan innehålla både periodgiltighet och reskassa.

3.1 Resekortet buss 1 zon (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i en zon.

3.2 Resekortet buss 2 zoner (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i två angivna zoner som geografiskt hör ihop. Tvåzonskortet är inte giltigt vid resa i andra zoner än i de två angivna zonerna.

3.3 Resekortet buss 3 zoner (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i tre angivna zoner som geografiskt hör ihop. Trezonskortet är inte giltigt vid resa i andra zoner än i de tre angivna zonerna.

3.4 Resekortet buss 4 zoner (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i fyra angivna zoner som geografiskt hör ihop. Fyrzonskortet är inte giltigt vid resa i andra zoner än i de fyra angivna zonerna.

3.5 Resekortet buss 5 zoner (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i fem angivna zoner som geografiskt hör ihop. Femzonskortet är inte giltigt vid resa i andra zoner än i de fem angivna zonerna.

3.6 Resekortet buss 6 zoner (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i sex angivna zoner som geografiskt hör ihop. Sexzonskortet är inte giltigt vid resa i andra zoner än i de sex angivna zonerna.

3.7 Resekortet buss 7 zoner (30 dagar)

Periodkort för resa med buss i sju angivna zoner som geografiskt hör ihop. Sjuzonskortet är inte giltigt vid resa i andra zoner än i de sju angivna zonerna.

3.8 Resekortet buss län (30 dagar)

Periodkort för resor med buss i hela länet. För samtliga län inom Sydtaxesamarbetet så är respektive länsgräns även taxegräns.

3.9 Periodkort tåg (30 dagar)

Sedan 11 januari 2009 finns zonrelaterade periodkort för tåg på samma sätt som för periodkort buss. Dessa zonrelaterade periodkort kan även kombineras för köp av zoner i andra län t.ex. periodkort för tåg andra klass Lund – Älmhult eller Växjö – Hässleholm. Periodkortet för tågtrafiken gäller även för samma zoner i busstrafiken. Periodkort för tåg gäller inte på SJ X2000. Periodkort tåg finns för tåg andra klass respektive tåg första klass och finns i följande varianter:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

3.10 Studerandekort (30 dagar)

Sedan 2009 finns studerandekort dels för buss och dels för tåg inom länet. Studerandekort ger 25 % rabatt jämfört med ordinarie periodkortspris. Nytt nationellt förslag: Studenter berättigade till rabatten är de som har Mecenatkort eller Studentkort och en studietakt på minst 50 % om minst 10 veckors sammanhängande studier per termin på en studiemedelsberättigad utbildning som står under statlig tillsyn (dvs ej SFI el uppdragsutbildning).

Studerandekorten kan köpas i följande varianter för busstrafiken:

- En zon
- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Studerandekorten kan köpas i följande varianter för tågtrafiken:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

3.11 Ungdomskort (30 dagar)

I december 2011 infördes ungdomskort dels för buss och dels för tåg inom länet. Ungdomskortet ger 25 % rabatt jämfört med ordinarie periodkortspris (vilket innebär samma pris som gäller för studerandekorten) och gäller upp till och med 19 års ålder. Vid resa med Ungdomskortet skall legitimation som styrker giltig ålder kunna uppvisas.

Ungdomskorten kan köpas i följande varianter för busstrafiken:

- En zon
- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Ungdomskorten kan köpas i följande varianter för tågtrafiken:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

3.12 Studerandekort, giltighet i Sydtaxan – dvs över länsgräns

I och med taxeskiftet i december 2014 infördes studeranderabatt på länsgräns-överskridande periodprodukter inom taxesamarbetet i södra Sverige. Rabatteringen på dessa produkter är 25 % på ordinarie pris för den valda sträckan. Studenter som är berättigade till rabatten är de som har Mecenatkort eller Studentkort och en studietakt på minst 50 % om minst 10 veckors sammanhängande studier per termin på en studiemedelsberättigad utbildning som står under statlig tillsyn (dvs ej SFI el uppdragsutbildning).

Den som reser med rabatterat färdbevis ska kunna uppvisa fotolegitimation och kompletterande handlingar som styrker rätten att resa för rabatterat pris (Mecenat- el Studentkort).

3.13 Årskort (ett år)

Årskorten säljs under året med en löpande giltighet om 365 dagar och kan endast köpas på Länstrafikens kansli/kundcenter. Årskorten säljs för hela giltigheten, men kan på grund av sjukdom, ändrade arbetsförhållanden eller liknande returneras och återlösas enligt en avräkningsmodell under året fram till den 10:e giltighetsmånaden. Därefter medges ej återlösen.

Årskorten för buss finns i följande varianter:

- En zon
- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Årskorten för tåg finns i följande varianter:

- Två zoner
- Tre zoner
- Fyra zoner
- Fem zoner
- Sex zoner
- Sju zoner
- Län

Priset för årskortet motsvarar priset för 9,5 månader.

Årskorten kan kombineras med giltighet för zoner inom Sydtaxeområdet.

3.14 Reskassa

Sedan införandet av dagens biljettsystem 2009 finns möjlighet att ladda reskassa på Resekortet. Resekortets reskassa kan användas som betalning för resor med kollektivtrafik till och från samt inom Halland, Skåne, Blekinge, Kronoberg samt Kalmar och Jönköpings län.

Resekort med reskassa säljs endast med jämnt hundratal kronor. Lägsta inköpsbelopp från och med 9 december 2012 är 100 kronor.

Betalning med reskassa ger 20 % rabatt på ordinarie enkelbiljettspris inom Kronobergs län. Varje län fastställer rabattsats för resor inom sitt län. Därför kan den totala rabattsatsen för en länsgränsöverskridande resa bli annorlunda.

4 SUBVENTIONERADE RESOR

I och med att Länstrafikens verksamhet erfordrar bidrag är varje resa subventionerad med skattemedel. Länstrafiken får utöver detta varje år förfrågningar om ytterligare subvention av resor utöver de normala taxorna. Följande policy gäller vid förfrågningar om ytterligare subvention av resor utöver ordinarie taxa:

- Extra resor ombesörjs av Länstrafiken endast åt de huvudmän som Länstrafiken träffat skolskjutsavtal med.
- Ytterligare subventioner av resor, t.ex. fria resor i någon omfattning, utöver vad regionfullmäktige fastställt, genomförs ej. Trafiknämnden kan besluta om enstaka undantag, företrädesvis i samband med nationella kollektivtrafikkampanjer.

5 MÄNGDRABATT VID STÖRRE INKÖP

Följande policy gäller för mängdrabatt vid större inköp:

Inköp av reskassa:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 100 kort
Inköp av periodkort:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 10 kort
Inköp av endagskort:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 50 kort
Enkelbiljetter:	10 % volymrabatt vid inköp av minst 1 000 biljetter/kalenderår

6 BESÖKSKORT FÖR UTLÄNDSKA UNGDOMAR

Sedan 1995 har Länstrafiken tilldelat utländska ungdomar ett besökskort gällande fritt resande i länet i max 8 dagar. Från och med 2015 betalar respektive skola/arrangör 185 kr exklusive moms/besökskort.

6.1 BESÖKSBILJETT

I och med Taxa 2015 introducerades besöksbiljetter som riktar sig till turister och tillfälliga besökare. Giltighet: 1 respektive 3 dygn. Ålderskategori: 0-19 år, över 19 år. Biljetten kan köpas ombord på buss, i biljettautomater och på fasta försäljningsställen.

<u>Stadstrafik</u>	<u>2018</u>	<u>2017</u>
Besöksbiljett 24 timmar, vuxen	67 kr	67 kr
Besöksbiljett 24 timmar, barn	40 kr	40 kr
Besöksbiljett 72 timmar, vuxen	134 kr	134 kr
Besöksbiljett 72 timmar, barn	80 kr	80 kr

<u>Län</u>		
Besöksbiljett 24 timmar, vuxen	122 kr	122 kr
Besöksbiljett 24 timmar, barn	72 kr	72 kr
Besöksbiljett 72 timmar, vuxen	244 kr	244 kr
Besöksbiljett 72 timmar, barn	144 kr	144 kr

7 GILTIGHET I TÅGTRAFIK

Sedan den 11 januari 2009 svarar Länstrafiken Kronoberg för taxorna inom Kronobergs län i Öresundstågtrafiken. Sedan den 12 december 2010 gäller Länstrafiken Kronobergs taxor även ombord på Krösatågen inom länet. Från och med den 15 december 2013 gäller Länstrafiken Kronobergs taxor även ombord på Pågatågen inom länet.

Fr o m den 10 december 2017 sker ingen försäljning av biljetter och kort ombord på tåg i Kronobergs län. Vid resa med tåg ska biljett köpas före ombordstigning.

Övriga tågtaxor fastställs av respektive tågoperatör.

8 RABATTERAD GRUPPBILJETT FÖR GRUNDSKOLEELEVER

Den 1 februari 2007 infördes en rabatterad gruppbiljett i linjetrafik för grundskoleelever. Gruppbiljetten kan användas för kulturaktiviteter, vid besök av olika slag etc. Priset är ett enhetspris för hela gruppen oavsett gruppens storlek. Gruppen får vara maximalt 30 personer. Gruppbiljetten gäller sedan 15 december 2013 hela skoldagen utan tidsbegränsning.

9 TVÅ TIMMARS ÖVERGÅNGSTID I FÖRSTA ZONEN

2008 infördes förlängd övergångstid. Övergångstiden förlängdes från en timme till två timmar i den första zonen för resenärer med reskassa och enkelbiljetter. Övergångstiden gäller även mobilbiljetter. Detta innebär att en resenär kan genomföra en tur- och returresa i Växjö stadstrafik inom två timmar för samma kostnad som en enkelresa tidigare kostade. Kan även utnyttjas av regiontrafikresenärer som får avdrag för den första zonen vid en snabb returresa.

10 DUO/FAMILJ

Duo/familj gäller för högst fem personer och av dessa kan maximalt två personer vara vuxna. Två vuxna kan alltså köpa en biljett Duo/familj. En familj kan bestå av: två vuxna och upp till tre skolungdomar, en vuxen och upp till fyra skolungdomar eller fem skolungdomar. Duo/familj kan köpas som enkelbiljett eller betalas med reskassa alternativt som mobilbiljett.

Priset för Duo/familj beräknas efter priset för två vuxna med 10 % rabatt.

Duo/familj-biljett kan köpas samtliga dagar och fr.o.m. den 10 december även i nattrafik.

11 SOMMARERBJUDANDE; SOMMARLOVSKORTET

Sommarlovskortet gäller för ungdomar t.o.m. 19 år, för obegränsat resande under två somarmånader och finns i tre varianter:

- Sommarlovskortet, län tåg & buss: 1 070 kr (ordinarie pris 2 140 kr)
- Sommarlovskortet, län buss: 920 kr (ordinarie pris 1 840 kr)
- Sommarlovskortet, stadstrafik: 405 kr (ordinarie pris 810 kr)

12 FRITIDSKORT

Den 15 december 2013 infördes ett Fritidskort för ungdomar t.o.m. 19 år.

Fritidskortet finns i två varianter: Län tåg + buss samt Län buss.

Fritidskortet har giltighet måndag – fredag 14.00 - 04.00, samt lördag – söndag 00.00 -24.00. Fritidskortet utställs terminsvis 15 augusti-31 december samt 1 januari-15 juni. Kortet gäller under alla lov utom sommarlovet. Helgdagar är giltigheten som för lördag/söndag. Lovdagar och studiedagar under terminen är giltigheten som för vardag.

Fritidskort säljs på fasta försäljningsställen och köps alltid för hela giltighetstiden.

13 KONTANTTILLÄGG

Under hösten 2012 genomfördes ett tillägg om 20 kr vid kontant betalning ombord i buss, det sista steget i prisdifferentieringsstrategin med syfte till att minska kontanthanteringen i Länstrafikens fordon. Detta tillägg fortsätts tills vidare att användas i Länstrafikens verksamhet.

14 SKOLKORT BUSS

Taxan för skolkorten följer taxan för periodkort med buss enligt följande tabell:

Skolkortspriserna skall vid varje tillfälle följa ordinarie periodkortspriser. Skolkortspriserna skall redovisas exklusive moms samt alltid avrundas till närmaste 5 kr.

Skolkort län	Pris i % av länskort buss
---------------------	----------------------------------

2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

Skolkort kommun	Pris i % av fyrzonskort buss
------------------------	-------------------------------------

2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

Skolkort tätort	Pris i % av tätortskort buss
------------------------	-------------------------------------

2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

Utöver skolkorten som normalt utställs läsårsvis så finns även praktikkort för 10 respektive 20 resor.

Det finns även endagskort som säljs till skolor och socialförvaltningar, Migrationsverket etc. Dessa skolkort, praktikkort och endagskort säljs inte direkt till enskilda resenärer.

15 SKOLKORT TÅG

Taxan för skolkorten följer taxan för periodkort med tåg enligt följande tabell:

Skolkortspriserna skall vid varje tillfälle följa ordinarie periodkortspriser. Skolkortspriserna skall redovisas exklusive moms samt alltid avrundas till närmaste 5 kr.

Skolkort län	Pris i % av länskort tåg
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

Skolkort kommun	Pris i % av fyrzonkort tåg
2 resor/dag	75
1 resa/dag	60

16 FÄRDTJÄNSTTAXA

Enligt beslut i regionfullmäktige 2012-10-12 (§47) skall färdtjänsttaxan följa taxan för den allmänna kollektivtrafiken. Färdtjänsttaxan framgår av punkt 34-35.

Region Kronoberg ansvarar för färdtjänsttaxan i de kommuner som överlåtit sina uppgifter enligt Lag (1997:736) om Färdtjänst till den regionala kollektivtrafikmyndigheten i länet. Detta innebär att Region Kronoberg i egenskap av regional kollektivtrafikmyndighet fastställer färdtjänsttaxan för kommunerna Alvesta, Lessebo, Tingsryd och Växjö.

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tätortskort/Enzonkort	540	540	-
Tvåzonkort	640	700	- 60
Trezonkort	780	780	-
Fyrzonkort	860	860	-
Femzonkort	940	940	-
Sexzonkort	1 050	1 030	+ 20
Sjuzonkort	1 140	1 120	+ 20
Länkort	1 230	1 210	+ 20

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor (10 % rabatt):

Tätortskort/Enzonkort	486	486	-
Tvåzonkort	576	630	- 54
Trezonkort	702	702	-
Fyrzonkort	774	774	-
Femzonkort	846	846	-
Sexzonkort	945	927	+ 18
Sjuzonkort	1 026	1 008	+ 18
Länkort	1 107	1 089	+ 18

Årskort:

Tätortskort/Enzonkort	5 130	5 130	-
Tvåzonkort	6 080	6 650	- 570
Trezonkort	7 410	7 410	-
Fyrzonkort	8 170	8 170	-
Femzonkort	8 930	8 930	-
Sexzonkort	9 975	9 785	+ 190
Sjuzonkort	10 830	10 640	+ 190
Länkort	11 685	11 495	+ 190

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonkort	780	840	– 60
Trezonkort	960	960	-
Fyrzonkort	1 060	1 060	-
Femzonkort	1 140	1 140	-
Sexzonkort	1 250	1 230	+ 20
Sjuzonkort	1 340	1 320	+ 20
Länkort	1 430	1 410	+ 20

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor (10 % rabatt):

Tvåzonkort	702	756	– 54
Trezonkort	864	864	-
Fyrzonkort	954	954	-
Femzonkort	1 026	1 026	-
Sexzonkort	1 125	1 107	+ 18
Sjuzonkort	1 188	1 188	+ 18
Länkort	1 287	1 269	+ 18

Årskort:

Tvåzonkort	7 410	7 980	– 570
Trezonkort	9 120	9 120	-
Fyrzonkort	10 070	10 070	-
Femzonkort	10 830	10 830	-
Sexzonkort	11 875	11 685	+ 190
Sjuzonkort	12 730	12 540	+ 190
Länkort	13 585	13 395	+ 190

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonkort	1 210	1 270	– 60
Trezonkort	1 390	1 390	-
Fyrzonkort	1 490	1 490	-
Femzonkort	1 570	1 570	-
Sexzonkort	1 680	1 660	+ 20
Sjuzonkort	1 770	1 750	+ 20
Länkort	1 860	1 840	+ 20
Årskort:			
Tvåzonkort	11 495	12 065	– 570
Trezonkort	13 205	13 205	-
Fyrzonkort	14 155	14 155	-
Femzonkort	14 915	14 915	-
Sexzonkort	15 960	15 770	+ 190
Sjuzonkort	16 815	16 625	+ 190
Länkort	17 670	17 480	+ 190

**PERIODKORT ÖVER LÄNSGRÄNS
I KOMBINATION MED ZONER I ANDRA LÄN**

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort buss:			
Enzonskort (- 180)	360	360	-
Tvåzonskort (- 180)	460	520	- 60
Trezonskort (- 180)	600	600	-
Fyrzonskort	860	860	-
Femzonskort	940	940	-
Sexzonskort	1 050	1 030	+ 20
Sjuzonskort	1 140	1 120	+ 20
Länskort	1 230	1 210	+ 20

30-dagarskort tåg andra klass:

Enzonskort (- 320)	360	360	-
Tvåzonskort (- 320)	460	520	- 60
Trezonskort (- 360)	600	600	-
Fyrzonskort	1 060	1 060	-
Femzonskort	1 140	1 140	-
Sexzonskort	1 250	1 230	+20
Sjuzonskort	1 340	1 320	+20
Länskort	1 430	1 410	+20

Exempel: Om en resenär från Skåne vill lägga till en zon i Kronobergs län (Älmhult) så blir i Taxa 2017 merkostnaden för den zonen 360 kronor.

Periodkort över länsgräns kan även ställas ut med giltighet för studerande. Då tillämpas ovanstående prissättning med en rabatt på 25 %.

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tätortskort/Enzonskort	405	405	-
Tvåzonskort	480	525	- 45
Trezonskort	585	585	-
Fyrzonskort	645	645	-
Femzonskort	705	705	-
Sexzonskort	785	775	+ 10
Sjuzonskort	855	840	+ 15
Länskort	920	910	+ 10

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor (10 % rabatt):

Tätortskort/Enzonskort	365	365	-
Tvåzonskort	432	473	- 41
Trezonskort	527	527	-
Fyrzonskort	581	581	-
Femzonskort	635	635	-
Sexzonskort	707	698	+ 9
Sjuzonskort	770	756	+ 14
Länskort	828	819	+ 9

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonkort	585	630	– 45
Trezonkort	720	720	-
Fyrzonkort	795	795	-
Femzonkort	855	855	-
Sexzonkort	935	925	+ 10
Sjuzonkort	1 005	990	+ 15
Länkort	1 070	1 060	+ 10

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor (10 % rabatt):

Tvåzonkort	526	567	– 41
Trezonkort	648	648	-
Fyrzonkort	716	716	-
Femzonkort	769	769	-
Sexzonkort	842	833	+ 9
Sjuzonkort	905	891	+ 14
Länkort	963	954	+ 9

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tätortskort/Enzonskort	405	405	-
Tvåzonskort	480	525	- 45
Trezonskort	585	585	-
Fyrzonskort	645	645	-
Femzonskort	705	705	-
Sexzonskort	785	775	+ 10
Sjuzonskort	855	840	+ 15
Länskort	920	910	+ 10

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor (10 % rabatt):

Tätortskort/Enzonskort	365	365	-
Tvåzonskort	432	473	- 41
Trezonskort	527	527	-
Fyrzonskort	581	581	-
Femzonskort	635	635	-
Sexzonskort	707	698	+ 9
Sjuzonskort	770	756	+ 14
Länskort	828	819	+ 9

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
30-dagarskort:			
Tvåzonkort	585	630	– 45
Trezonkort	720	720	-
Fyrzonkort	795	795	-
Femzonkort	855	855	-
Sexzonkort	935	925	+ 10
Sjuzonkort	1 005	990	+ 15
Länkort	1 070	1 060	+ 10

30-dagarskort vid inköp på Mina Sidor (10 % rabatt):

Tvåzonkort	526	567	– 41
Trezonkort	648	648	-
Fyrzonkort	716	716	-
Femzonkort	769	769	-
Sexzonkort	842	833	+ 9
Sjuzonkort	905	891	+ 14
Länkort	963	954	+ 9

Enkelbiljetter		Pris 2018	Pris 2017	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	27	27	-
2	zoner	37	37	-
3	zoner	49	49	-
4	zoner	61	61	-
5	zoner	73	73	-
6	zoner	85	85	-
7	zoner	99	99	-
8	zoner	115	115	-
9	zoner	125	125	-
10	zoner	137	137	-
11	zoner	149	149	-
12	zoner	165	165	-
Skolungdom 7 – 19 år (40 % rabatt)				
1	zon	16	16	-
2	zoner	22	22	-
3	zoner	29	29	-
4	zoner	37	37	-
5	zoner	44	44	-
6	zoner	51	51	-
7	zoner	59	59	-
8	zoner	69	69	-
9	zoner	75	75	-
10	zoner	82	82	-
11	zoner	89	89	-
12	zoner	99	99	-
Duo/Familj				
1	zon	49	49	-
2	zoner	67	67	-
3	zoner	88	88	-
4	zoner	110	110	-
5	zoner	131	131	-
6	zoner	153	153	-
7	zoner	178	178	-
8	zoner	207	207	-
9	zoner	225	225	-
10	zoner	247	247	-
11	zoner	268	268	-
12	zoner	297	297	-

Enkelbiljetter		Pris 2018	Pris 2017	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	27	27	-
2	zoner	37	37	-
3	zoner	49	49	-
4	zoner	61	61	-
5	zoner	73	73	-
6	zoner	85	85	-
7	zoner	99	99	-
8	zoner	115	115	-
9	zoner	125	125	-
10	zoner	137	137	-
11	zoner	149	149	-
12	zoner	165	165	-
Skolungdom 7 – 19 år (40 % rabatt)				
1	zon	16	16	-
2	zoner	22	22	-
3	zoner	29	29	-
4	zoner	37	37	-
5	zoner	44	44	-
6	zoner	51	51	-
7	zoner	59	59	-
8	zoner	69	69	-
9	zoner	75	75	-
10	zoner	82	82	-
11	zoner	89	89	-
12	zoner	99	99	-
Duo/Familj				
1	zon	49	49	-
2	zoner	67	67	-
3	zoner	88	88	-
4	zoner	110	110	-
5	zoner	131	131	-
6	zoner	153	153	-
7	zoner	178	178	-
8	zoner	207	207	-
9	zoner	225	225	-
10	zoner	247	247	-
11	zoner	268	268	-
12	zoner	297	297	-

Enkelbiljetter		Pris 2018	Pris 2017	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	57	57	-
2	zoner	67	67	-
3	zoner	79	79	-
4	zoner	91	91	-
5	zoner	103	103	-
6	zoner	115	115	-
7	zoner	129	129	-
8	zoner	145	145	-
9	zoner	155	155	-
10	zoner	167	167	-
11	zoner	179	179	-
12	zoner	195	195	-
Skolungdom 7 – 19 år (40 % rabatt)				
1	zon	46	46	-
2	zoner	52	52	-
3	zoner	59	59	-
4	zoner	67	67	-
5	zoner	74	74	-
6	zoner	81	81	-
7	zoner	89	89	-
8	zoner	99	99	-
9	zoner	105	105	-
10	zoner	112	112	-
11	zoner	119	119	-
12	zoner	129	129	-

	Pris 2017 inkl moms	Pris 2016 inkl moms	Differens
Reskassa (20 % rabatt)	fr.o.m. 100 kr (jämna hundratals kronor)	fr.o.m. 100 kr	-
Cykel regiontrafik buss	som skolungdom	som skolungdom	-
Cykel tåg	som skolungdom	som skolungdom	-
Kontrollavgift buss	1 000	1 000	-
Kontrollavgift tåg	1 000	1 000	-

	Kostnad/månad exkl. moms		Differens
	2018	2017	
Skolkort län			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	870	855	+ 15
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	695	685	+ 10
Skolkort kommun			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	610	610	-
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	485	485	-
Skolkort tätort			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	380	380	-
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	305	305	-
Övriga biljetter			
Skolkort, ersättningskort (inkl. moms)			
- gymnasieelever	250	250	-
- gymnasieelever <u>med polisanmälan</u>	100	100	-
- grundskoleelever årskurs 7-9	100	100	-
- grundskoleelever årskurs F-6	0	0	-
Besökskort, 8 dagar, utländska studenter	185	185	-
Endagsbiljett län (inkl. moms)	122	122	-
Praktikkort (inkl moms)	220:-/440:-	(10/20 resor)	
Gruppbiljett enkelresa stadstrafik	192	192	-
Gruppbiljett enkelresa regiontrafik	300	300	-

30 TAXA 2018 SKOLKORT TÅG

	Kostnad/månad exkl. moms		Differens
	2018	2017	
Skolkort län			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	1 010	1 000	+ 10
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	810	800	+ 10
Skolkort kommun			
Begränsad giltighet (2 resor/dag, mån-fre 04.00-24.00)	750	750	-
Begränsad giltighet (1 resa/dag, mån-fre 04.00-24.00)	600	600	-

31 TAXA 2018 SOMMARLOVSKORT

	Pris 2018 inkl moms	Pris 2017 inkl moms	Differens
Giltighet under två sommarmånader			
Sommarlovskort, län tåg & buss	1 057	1 057	-
Sommarlovskort, län buss	907	907	-
Sommarlovskort, stadstrafik	405	405	-

32 TAXA 2018 FRITIDSKORT

	(jämförpris /månad)	Pris 2018	Pris 2017
Fritidskort län buss			
Giltighet mån-fre 14.00 - 04.00, lör-sön 00.00-24.00	(182)	820	820
Giltighet en termin			
Fritidskort län buss + tåg			
Giltighet mån-fre 14.00 - 04.00, lör-sön 00.00-24.00	(227)	1 020	1 020
Giltighet en termin			

Enkelbiljetter		Pris 2018	Pris 2017	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen, bokning dagen före resan				
1	zon	40	40	-
2	zoner	55	55	-
3	zoner	70	70	-
4	zoner	80	80	-
5	zoner	95	95	-
6	zoner	115	115	-
7	zoner	130	130	-
8	zoner	145	-	-
9	zoner	155	-	-
10	zoner	170	-	-
11	zoner	185	-	-
12	zoner	200	-	-
Vuxen, bokning samma dag som resan				
1	zon	50	50	-
2	zoner	65	65	-
3	zoner	80	80	-
4	zoner	100	100	-
5	zoner	120	120	-
6	zoner	140	140	-
7	zoner	165	165	-
8	zoner	180	-	-
9	zoner	195	-	-
10	zoner	215	-	-
11	zoner	230	-	-
12	zoner	250	-	-
Ungdom 7 – 19 år, bokning dagen före resan				
1	zon	30	30	-
2	zoner	35	35	-
3	zoner	45	45	-
4	zoner	50	50	-
5	zoner	60	60	-
6	zoner	70	70	-
7	zoner	80	80	-
8	zoner	90	-	-
9	zoner	100	-	-
10	zoner	110	-	-
11	zoner	120	-	-
12	zoner	130	-	-

Ungdom 7 – 19 år, bokning samma dag som resan

1	zon	35	35	-
2	zoner	40	40	-
3	zoner	55	55	-
4	zoner	65	65	-
5	zoner	75	75	-
6	zoner	85	85	-
7	zoner	100	100	-
8	zoner	110	-	-
9	zoner	120	-	-
10	zoner	135	-	-
11	zoner	150	-	-
12	zoner	165	-	-

34 TAXA 2018**FÄRDTJÄNST PERIODKORT**

30-dagarskort:		Pris 2018	Pris 2017	Differens
Resa antal zoner		inkl moms	inkl moms	
Vuxen				
1	zon	600	600	-
2	zoner	710	760	– 50
3	zoner	840	840	-
4	zoner	960	960	-
5	zoner	1 060	1 060	-
6	zoner	1 180	1 180	-
7	zoner	1 280	1 280	-

Ungdom 7 – 19 år, (50 % rabatt)

1	zon	300	300	-
2	zoner	355	380	– 25
3	zoner	420	420	-
4	zoner	480	480	-
5	zoner	530	530	-
6	zoner	590	590	-
7	zoner	640	640	-

35 JÄMFÖRELSE TAXOR I ANDRA LÄN 2017-03-15

	Vuxen enkelbiljett 1 zon	Vuxen enkelbiljett taktaxa	Periodkort, ord pris 30 dagar	Anmärkning
Jönköping	30	120	630 740 1060	1 zon 2 zoner Länskort
Kalmar	27	111	600 850 1100 1300 1400	1 zon 2 zoner 3 zoner 4 zoner 5 zoner (län)
Blekinge	24	124	459 659 859 1059	1 zon 2 zoner 4 zoner 8 (län)
Skåne (Jojo*)	25 25	110	500 400 700 850 1100 1250	1-2 zoner storstad (Lund, Malmö, Helsingborg) 1-2 zon (ej storstad) 3 zoner 4-6 zoner 7-9 zoner 10 (län)
Halland	26	214	615 715 815 915 1015 1115 1215 1315 1415 1515 1615	1 zon tåg & buss 2 zoner tåg & buss 3 zoner tåg & buss 4 zoner tåg & buss 5 zoner tåg & buss 6 zoner tåg & buss 7 zoner tåg & buss 8 zoner tåg & buss 9 zoner tåg & buss 10 zoner tåg & buss Län tåg & buss

* Avser vid tidpunkten befintligt biljettsystem (Jojo). Nytt appbaserat införs under 2017

Försäljningskanalsstrategi för Länstrafiken Kronoberg

Mars 2017



Sammanfattning

En försäljningskanalsstrategi skulle kunna förklaras på följande sätt:

”Hur mycket ska en vara eller tjänst kosta i respektive kanal och av vilken anledning ska priset skilja?”

Det innebär att dokumentet beskriver vilken prioritering vi vill göra rörande våra framtida försäljningskanaler kopplade till projektet Framtidens Resesystem vilket har startats med anledning av att nuvarande biljettsystem tas ur drift 2020.

Med ledning av strategin som tas fram i dokumentet görs lämpliga vägval för försäljning och biljettering vilket i sin tur har bäring på vilken utrustning som ska användas i och omkring fordon och på vilket sätt vi väljer att bemöta kunder – digitalt såväl som i det fysiska mötet.

De åtgärder som strategin föranleder kommer att leda till vissa kanalförflyttningar, och en strategi är nödvändig för att dessa omflyttningar ska ske på önskat sätt och leda till önskat resultat. Tidshorisonten för de moment som beskrivs i dokumentet har en tonvikt på åren 2018-2020 – med en viss utblick mot 2025.

Sammanfattningsvis kan vi säga att den framtida omprioriteringen av försäljningskanalerna innebär att vi prioriterar upp självbetjäningsskanaler och dessa har även de inneboende egenskaper att de erbjuder en hög tillgänglighet och en god kontakt med kund, samtidigt som det är möjligt att utforma dem med ett modernt och personligt anslag.

Sammanfattning av de viktigaste kanalförflyttningarna som de strategiska valen innebär:

- Ökad försäljning via mobilapp – snabb självservice stöttad av vår mest uppdaterade information och vårt bästa pris
- Minskad andel köp ombord – för att möjliggöra snabbare trafik och bättre viseringsmöjligheter
- Färre kontanter i trafiken – på sikt ett fullständigt upphörande av kontanthantering
- Sammankoppling mellan e-handel och appen – för att ge stöd till fler produkter i appen och erbjuda en bättre kundtrygghet i kanalen
- Mer information i de nya biljettautomaterna – t ex tidpunkter för de närmaste avgångarna (inkl ändrade tider p g a störningar) och upplysningar om produktalternativ
- Mindre försäljning på Kundcenter – till förmån för mer kvalificerad kundrådgivning

Strategidokumentet avslutas med en sammanställning av nödvändiga beslut som måste tas för att genomföra de förändringar som läggs fram i dokumentet. Detta formuleras i en föreslagen åtgärdsplan.

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	2
Innehållsförteckning.....	3
1. Inledning.....	4
1.1 Syfte.....	4
1.2 Mål.....	4
2. Nulägesbeskrivning.....	5
2.1 Resultat av fokusgruppstudie.....	8
3. Historik och omvärldsanalys.....	9
3.1 Befintlig kanalsegmentering i form av prisdifferentiering	12
3.2 Nulägesanalys av kontanthantering och kortbetalning i kollektivtrafiken i landet	12
3.3 Sydntaxan och samarbete mellan grannlän i syd	14
4. Kanalprioritering (klassificering av kanaler)	15
4.1 De viktigaste önskade effekterna av kanalförflyttning	16
4.2 Generell riskbedömning av kanalförflyttning.....	17
5. Försäljningskanalsstrategi	18
5.1 Strategiska val per kanal.....	18
5.1.1 Försäljningskanalstrategins påverkan på framtida kanalfördelning	22
5.1.3 Reskassa	24
5.1.4 Enkelbiljetter	25
5.1.5 Periodprodukter	25
5.2 Kostnader förenade med olika försäljningskanaler.....	26
5.3 Styrning till prioriterade kanaler	27
5.4 Åtgärder för att uppnå kanalförflyttningen	28
5.5 Förslag till strategiska förändringar.....	30

1. Inledning

En försäljningskanalsstrategi används för att lägga fast riktlinjer och vägval för på vilket sätt en vara eller tjänst ska säljas och omfattar på vilka premisser en varierande prissättning väljs för att styra kunder till de kanaler man vill främja samt anledningen till att vissa kanaler ska prioriteras framför andra.

Detta dokument ställs samman av den anledning att vi behöver en ny strategi för hur Länstrafiken Kronoberg i framtiden ska prioritera försäljningskanaler i den framtida betallösningen i och med att det kommande biljettsystemet innebär andra möjligheter till biljettering och försäljning. I samband med ett kommande systemskifte finns även möjligheter att förbättra områden där det finns en förbättringspotential exempelvis genom att utöka servicemöjligheterna till kund och öka ombordstigningshastigheten på buss.

1.1 Syfte

Syftet med dokumentet är att ge en bakgrund till nuvarande kanalfördelning, en omvärldsanalys rörande försäljning och sätt att betala i stort – samt en analys av de olika kanalernas problem och förtjänster för att därefter mynna ut i framtida prioritering av försäljningskanaler.

1.2 Mål

Målet är att våra framtida försäljningskanaler i möjligaste mån ska stämma överens med målbilden för projektet Framtidens Resesystem inom vilket framtida betallösningar kommer att hanteras.

Målbild – Framtidens Resesystem

- Enkelt – lätt att förstå och lätt att använda.
- Driva resandet – konkurrenskraftigt koncept som premierar lojalitet och inspirerar till att fler reser mer.
- Modernt – flexibelt, nytänkande och utvecklingsbart för framtida behov.
- Intäktssäkring – affärsstödande för en tryggad ekonomisk bas.
- Personligt – utgångspunkt i kundens behov och önskemål (kundanpassat).
- Funktionellt – säkert, snabbt och pålitligt för alla användare.
- Samverkan – sömlöst resande för kunden oavsett gränser och trafikslag.

Strategidokumentet ska ge svar på vad vi väljer att basera kanalprioriteringen på och av vilka anledningar vi väljer att prioritera en viss kanal framför en annan.

Tidsmässigt handlar det om att under åren 2017 fram till utgången av 2019 genomföra nödvändiga åtgärder på flera plan; både avseende regler och riktlinjer, taxor, investeringar i ny utrustning samt marknadsföring och information.

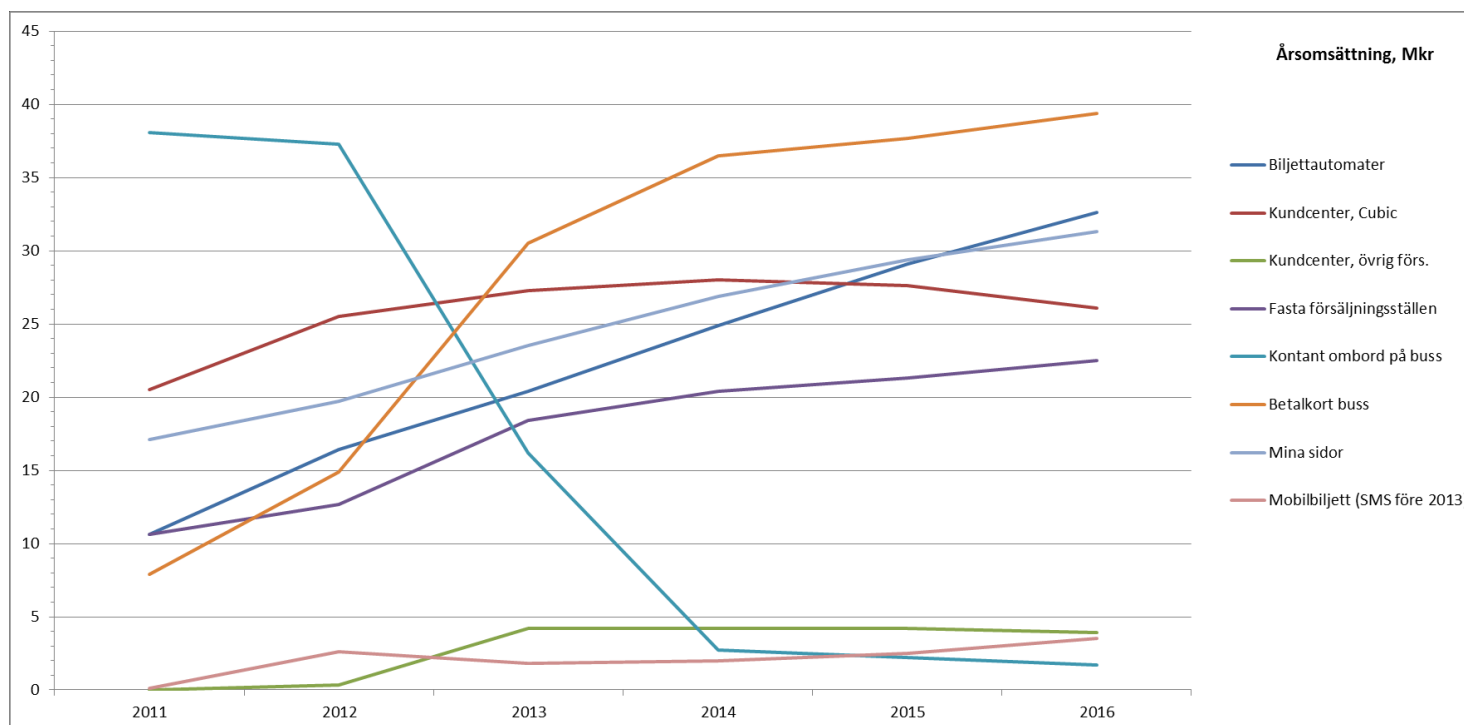
2. Nulägesbeskrivning

Idag har länstrafiken dessa försäljningskanaler:

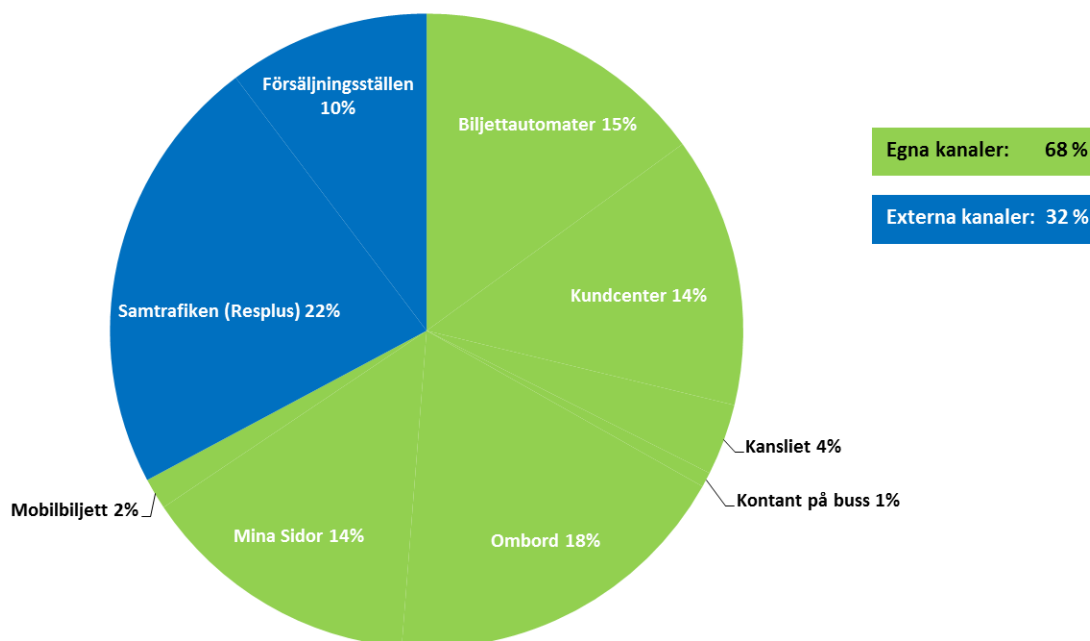
- Biljettautomater
- E-handel (Mina sidor)
- Mobilbiljett
- Kansliet
- Kundcenter
- Ombord (buss & förekommande fall tåg)
- Resplus
- Försäljningsställen

Det bör poängteras att vi har intäkter utöver dessa kanaler som inte redovisas som försäljning på sedvanligt vis. Till dessa hör resandet på skolkort, resandet med Linnéuniversitetets tjänsteresekort, försäljning av internationella tågbiljetter, men även gränsavräkningar mot grannlänerna. Intäkter i dessa kanaler är heller inte med i prioriteringsmodellen.

Fördelningen av länstrafikens årsomsättning i de olika kanalerna har varit relativt konstant sedan 2014. De riktigt stora omsvängningarna skedde tidigare.



Årsomsättning i olika kanaler 2011-2016



Kanalfördelning 2016

Kanaluppdelningen som vi använder oss av idag är den som löpande används i våra månadsrapporter och här särredovisas kontantandelen ombord i buss som ett led i att följa denna minskning enligt den tidigare prisdifferentieringsstrategin (se s 12). För att spara tid i trafiken är det inte sättet att genomföra betaltransaktioner ombord som har betydelse utan snarare det faktum att det görs transaktioner. Av denna anledning så lade vi samman "Betalkort" och "Kontant på buss" till "Ombordförsäljning" när vi genomförde en workshop med styrgruppen till projektet Framtidens resesystem där vi belyste för- och nackdelar med de olika kanalerna.

Följande för- och nackdelar är vad som kom fram på workshopen:

Biljettautomater

Fördelar: självbetjäning, förköp, försäljning dygnet runt, enhetligt koncept, brett sortiment

Nackdelar: ej anpassade för funktionshindrade, dyrt serviceavtal, tar tid vid försäljning, dåligt gränssnitt, dyr investering, dåligt köpflöde, långsamma

Kundcenter

Fördelar: hög servicegrad, bygger varumärke, personligt bemötande, fullservice = brett sortiment, hög kompetens

Nackdelar: begränsade öppettider, dyrt, begränsad fysisk tillgänglighet, hot om våld/rånrisk för egen personal

Kansliet

Fördelar: personlig service, möjlighet till fakturaköp

Nackdelar: otillgängligt (tid, geografi), otydligt, tar administrativ kraft, endast för vissa kunder

Försäljningsställen

Fördelar: personlig service, relativt bra geografisk spridning, avlastar övriga kanaler, geografisk rättvisa.

Nackdelar: varierande och bristande kompetens och intresse, dyr provision, dyr teknisk utrustning, otydlig bild av länstrafiken, administrativt tunga redovisningsrutiner

Ombordförsäljning

Fördelar: enkelt för kund, brett sortiment, personlig service, hög tillgänglighet,

Nackdelar: tar tid i trafik, rånrisk, krångligt för föraren, teknikkrävande, ojämn kvalitet i utförandet, betungande redovisningsrutiner, kräver dyra investeringar

Mina sidor (dagens e-handel)

Fördelar: mervärde för kund, relationsskapande, billig kanal (transaktionskostnad), försäljning dygnet runt, enkelt för kund, vi äger kanalen

Nackdelar: rabatterad kanal, begränsat utbud, teknikberoende, kräver framförhållning, kräver svenskt personnummer (registreringskrav)

Mobilbiljett

Fördelar: förköp (snabb ombordstigning), självbetjäning, alltid tillgänglig, mervärde för kund

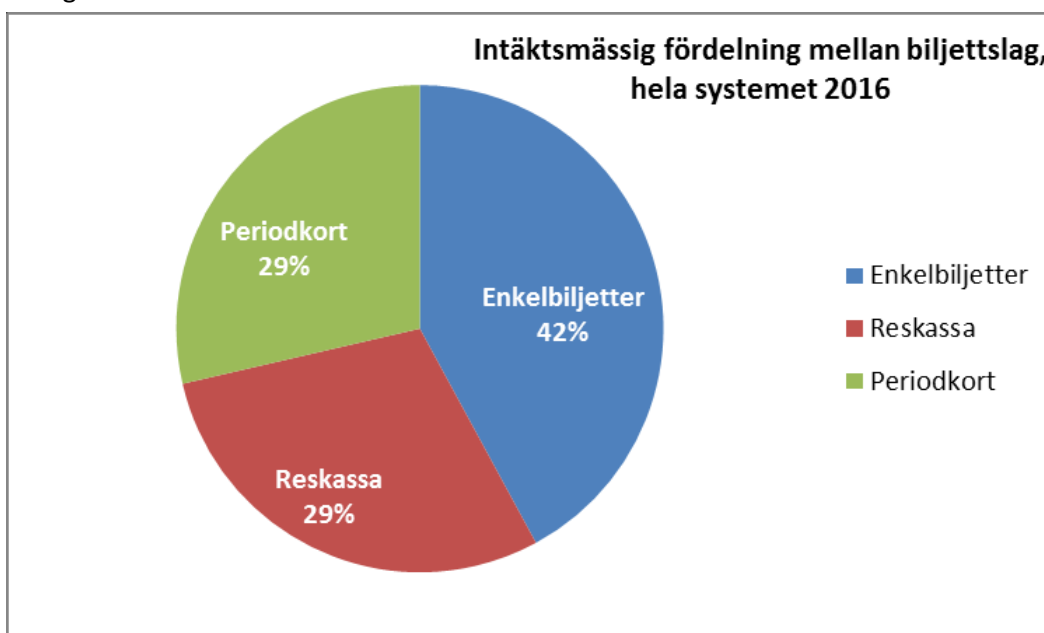
Nackdelar: viss tröskel in, teknikberoende, dagens typ av visering saknar validering, separat biljettsystem (dock ej i framtiden), plattform kan locka till fusk med dagens lösning utan validering

Resplus

Fördelar: självbetjäning, alltid tillgänglig, kombinerbara resor (hela resan på en biljett)

Nackdelar: otydlig kanal, svårt att påverka såväl information som försäljningsflöde, endast bokad resande, teknisk validering saknas, ställer extra krav på länstrafikens planerare

Ovanstående försäljning i de olika kanalerna fördelar sig på följande sätt mellan de vanligaste biljettslagen:



2.1 Resultat av fokusgruppstudie

I början av 2017 genomfördes kvalitativa intervjustudier i form av fokusgrupper där invånare i Kronobergs län med olika resvanor fick lämna synpunkter kring dagens utbud men också lämna önskemål om framtidens försäljningskanaler och kringtjänster.

Resultatet från undersökningen visar bland annat att yngre och vana resenärer önskar köpa och bära sin produkt i en mobilapp, där de kan administrera sin produkt själva och följa sina resor direkt i sin mobiltelefon. Denna grupp ser inte behov av att erbjudas många alternativ utan önskar färre men moderna betal metoder.

Ombordförsäljning upplevs som ett störande moment för gruppen yngre samt vana eftersom det hindrar en snabb ombordstigning och riskerar att göra så att resan blir försenad.

Äldre, samt grupper som inte reser så ofta idag, önskar fler alternativa försäljningskanaler än den vana resenären. Denna grupp är mer positivt inställd till kanaler som inte kräver förköp utan kan köpas direkt i anslutning till resan.

Resultatet visar på att båda grupperna prioriterar trygghet och enkelhet. De vill kunna lita på att systemen fungerar och att det är tydligt vad som gäller för produkten. En annan viktig aspekt är att de inte vill övervakas genom de digitala kanalerna utan att ha gett sitt medgivande till detta. Kontanthantering ifrågasätts också som ett betalmedel av båda grupper, de som inte önskar använda sin mobiltelefon vill istället använda sitt kreditkort och ser då helst att det är kontaktlöst.

Fokusgruppstudien visade även på att deltagarna var positiva till någon typ av lojalitetsprogram, dvs att man på något sätt belönas (t ex i form av rabatter) för upprepade köp. När det gäller vilken typ av erbjudande som skulle kunna vara aktuellt för frekventa kunder så var uppfattningen i fokusgrupperna att erbjudandena skulle hållas enkla och lättfattliga och med nära anknytning till kollektivtrafikresandet (exempelvis återbetalning utifrån gjorda resor enligt en förutbestämd modell).



3. Historik och omvärldsanalys

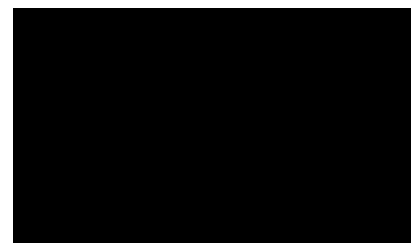
Sedan början av 2000-talet har en av kollektivtrafikbranschens utmaningar varit att minimera antalet köp som genomförs ombord i trafiken. Istället har man arbetat med att styra kunden mot produkter med lång giltighetstid eller förladdning av produkter likt reskassefunktionen, som används i nuvarande biljettsystem men som även funnits i tidigare, vilket underlättar köp av enkelbiljetter. Reskassan har också fått effekten att kunder i och med att de förladdat kort binder upp de pengar som laddats till att användas i kollektivtrafiken, vilket från branschen setts som något positivt.

Detta tänk har på 2010-talet kommit att ifrågasättas sedan det blivit betydligt vanligare i handeln att kunder kan genomföra mindre köp på ett betydligt enklare och snabbare sätt. Denna utveckling har också möjliggjort att många kunder i större utsträckning accepterar och även önskar att själv kunna köpa sina produkter t ex via sin telefon eller dator.

Efter att möjligheten att sälja SMS-biljetter togs bort ökade kravet på kollektivtrafiken att utveckla mobilappar som möjliggör att kunden kan använda sin smartphone som bärare av produkt, men också kunna administrera sin produkt direkt utan att behöva uppsöka ett försäljningsställe eller en buss.

Nästintill samtliga aktörer som bedriver kollektivtrafik i Sverige har idag anammat detta koncept och erbjuder möjligheten att köpa produkter via digitala kanaler, t ex via en mobilapp eller e-handel. Samtidigt som man förser kunden med ett mer modernt sätt att betala och bära sin produkt ger detta andra fördelar som att få en tätare kommunikation med kunden. Eftersom försäljning ökar i dessa kanaler arbetar nu kollektivtrafiksverige med att få dessa produkter maskinellt avläsbara i fordonen för inkomstsäkring och statistikinsamling.

Nya standarder kring kontaktlösa kredit/betalkort har lanserats på flera platser i Europa. Vissa trafikhuvudmän i Europa har redan implementerat detta som ett komplement till kortbaserade RFID-kort. En standard som denna (t ex EMV contactless) skulle kunna möjliggöra snabbare köp ombord men också fungera som en identifierare i ett system där produkten ligger i molnet. Detta kräver dock en säker kommunikation från samtliga fordon. De stora bankerna beräknar att lansera kontaktlösa kort i större skala i Sverige under andra halvåret av 2017 och man bedömer att 50 % av alla betalkort skall vara kontaktlösa år 2018.



Symbol för EMV contactless-kompatibel kortterminal

Best price är ett koncept där systemet räknar ut det bästa priset för resan baserat på vilka försäljningsregler som används. Detta kan användas när man t ex inte har några periodkort utan kunden reser på enkelbiljetter som sedan når ett tak och kunden åker därifrån gratis fram till ett visst datum. Detta kan automatiseras med hjälp av teknik kallad Low energy Bluetooth som känner av när kunden kliver på och av fordonen och processar sedan betalningen mot det betalmedel som kunden valt. Detta kräver dock att kunden är registrerad och har Bluetooth aktiverat på sin mobiltelefon.

Nya betalsätt kräver tekniska lösningar och utmaningen är att göra det enkelt för kunden i så mån att man "döljer" vad som kan uppfattas som tekniskt krångel för kunden och istället uppvisar ett enkelt och tydligt gränssnitt mot kunden. Helt otekniskt blir det dock sällan, och det är tydligt att acceptansen för ett visst mått av "tekniska val" för den enskilde bör vara relativt hög och t o m öka med tanke på funktion och teknik i vår omvärld – exempelvis abonnemang på tjänster som Netflix och Spotify, administration mobiltelefonabonnemang och tillhörande surfmängder, samt allehanda köp och bokningar via nätet.

Generellt kan sägas att snabba betalningar som sker genom interaktion med någon typ av app eller via webben är något som verkar efterfrågas av allt fler, och som kund vill man ha lätt överblickbar kontroll över förloppet.

När det gäller resande i allmänhet och kollektivtrafik i synnerhet så är det tydligt att den individanpassning som digitaliseringen innebär är något som passar denna marknad väl. Det är naturligt att man före, under och även efter den avslutade resan är betjänt av tids- och prisuppgifter som kan erbjudas i en smartphone. Men detta öppnar också för att kunna erbjuda kringtjänster som inte alltid behöver vara kopplade till resan utan kan vara tjänster som tillåter kunden att utnyttja tiden under resan på ett effektivare sätt. Detta ger då ett mervärde för kunden och kan göra att valet att resa kollektivt blir mer attraktivt.



Kombinerad mobilitet

Kombinerad mobilitet och Mobility as a Service (MaaS) är begrepp som används allt mer och kan förklaras som att mobilitet (dvs att förflytta sig från en plats till en annan) är något som kan köpas som en tjänst och inte kräver att man äger en egen bil. Att själva resan är en tjänst som kan köpas är knappast något nytt, utan det är mer kombinationen av flera färdmedel som präglas av ett nytänk. Inom kollektivtrafikbranschen ser vi naturligt nog kollektivtrafiken som ryggraden i den kombinerade mobiliteten som kan erbjudas allt fler i och med att tjänster som hyrcykel, taxi eller samåkning kan kopplas på i ändarna eller som mellanled i kollektivtrafikresan.

Utöver de alternativa färsätten kan också göras en koppling till privata aktörer som bedriver kollektivtrafik. Här kan kunden ges en möjlighet att själv köpa eller beställa hela resan vid ett köptillfälle och då kombinera tåg, buss och taxitrafik från privata aktörer tillsammans med offentligt finansierad trafik. Detta kan också ge kunden ett bättre utbud och en smidigare upplevelse när båda delarna utnyttjas på en och samma resa.

För detta ändamål faller det sig naturligt att dra nytta av de möjligheter som digitaliseringen innebär i form av goda möjligheter till bokning, betalning, geografisk positionering och intäktsfördelning.

För att lösa de tekniska utmaningarna det innebär att koppla samman trafik från flera olika aktörer har ett nationellt projekt kallat BoB (Biljett- och Betalprojektet) slutförts i januari 2017. Projektet har drivits av Samtrafiken och utmynnat i en standard för biljettering vilket utgör en gemensam samverkansplattform för aktörer inom kollektivtrafikbranschen. Standarden syftar bland annat till att ta fram tekniska specifikationer och gränssnitt för en nationell arkitektur avseende biljett- och betalsystem, som i sin tur ska kunna ligga till grund för att kunna sälja och läsa av olika aktörers biljetter. Länstrafiken Kronoberg har tagit en aktiv roll i detta arbete.

3.1 Befintlig kanalsegmentering i form av prisdifferentiering

I december 2012 genomfördes kontanttillägg vid betalning ombord som det sista steget i den tidigare beslutade handlingsplanen för minimering av kontanthantering och hot om våld, vilken innebar följande åtgärder (punkterna genomfördes successivt under åren 2006-2012):

- installation av övervakningskameror
- utökning av betjänade försäljningsställen
- nytt biljettsystem med laddning via Internet
- översyn av taxor med förmånligare villkor för nattaxa
- möjlighet att betala med bank- och kreditkort ombord
- införande av SMS-biljett
- översyn av otrygga hållplatser
- ökade insatser med väktarpersonal
- utbildning i konflikthantering för förare
- information till resenärer om var man bäst laddar sitt kort
- kontanttillägget om 20 kr på all kontant betalning av kort och biljetter ombord i buss

Ett flertal åtgärder hade en direkt bäring på försäljningskanaler och i samband med att kontanttillägget infördes så sammanfattades länstrafikens prisdifferentiering enligt nedanstående modell. Prissättningsstrategin är sedan dess det närmaste en kanalsegmentering vi kommit.



Modell för prisdifferentiering, så som den uttrycktes vid införandet.

Ledorden för prisdifferentieringen var: enkelt, rättvist och styrande. Med det menas att det ska vara enkelt för kunden att förstå varför priset kan vara olika beroende var biljetten köps. Att prissättningen upplevs som rättvis, samt att den styr till de kanaler som ska premieras.

3.2 Nulägesanalys av kontanthantering och kortbetalning i kollektivtrafiken i landet

Enligt Svensk Kollektivtrafiks biljettprisundersökning för 2016 fortsätter möjligheterna till kontant betalning ombord att minska. 2016 var det 10 regionala kollektivtrafikmyndigheter (RKM) som tillät kontanter ombord (av 24), vilket är två färre än 2015. Flera av RKM som inte har kontantstopp försöker dock styra betalningen till andra kanaler t ex genom att ha ett prispåslag vid ombordförsäljning. Alla RKM utom tre (SL, Region Gotland och Dalatrafik) tillåter betalning med betalkort ombord i någon del av sin trafik.

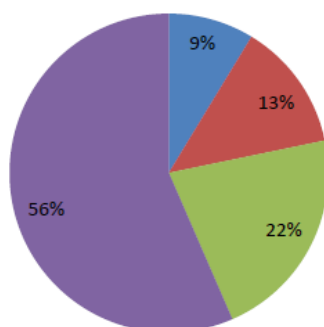
Följande RKM svarade att man tillät köp med kontanter:

Hallandstrafiken (endast på regionalståg)
 Jönköpings Länstrafik
 Region Gotland
 Dalatrafik
 Värmlandstrafik (endast på regionalståg)
 X-trafik
 Västtrafik (endast på regionalståg)
 SL (endast spårvagnslinje 7 och Roslagsbanan)
 Waxholmsbolaget
 Länstrafiken Kronoberg

Som kan noteras av ovanstående uppställning så är kontant betalning i någon mån att betrakta som ett undantag och ofta knutet till spårbunden trafik.

Kan man betala med kontanter ombord?

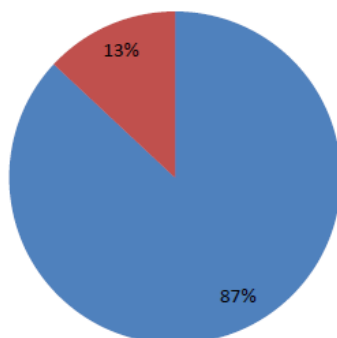
■ JA i Stadstrafiken ■ JA i Regionstrafiken ■ JA i all trafik ■ NEJ



Hos 22 % av RKM i landet kan man betala med kontanter.

Kan man betala med kreditkort ombord?

■ JA ■ NEJ



Hos 87 % av RKM i landet kan man betala med kredit- eller betalkort ombord.

3.3 Sydtaxan och samarbete mellan grannlän i syd

Länstrafiken Kronobergs taxa är en integrerad del av Sydtaxan, ett samarbete mellan länstrafikbolagen i Sydsverige, vilket har sitt ursprung i upphandlingen av ett gemensamt biljettsystem som togs i bruk 2009 och där det chipbaserade Resekortet är en central komponent. Detta fick extra kraft genom starten av Öresundståg i länstrafikbolagens regi samma år.

Sydtaxan är ett överenskommet sätt att prissätta och ställa ut färdbevis för buss och tågresor och bygger på en modell för adderad zontaxa, där respektive huvudman själv beslutar om zonpriser i det egna länet men där övergripande produkter som 30-dagars periodkort och biljetter som kan betalas med en förladdad reskassa är gemensamma överenskommelser. Likaså är enhetliga ålderskategorier för biljetterna och övriga resevillkor överenskomna och gemensamma.

Principen för Sydtaxan innebär att ett pris fastställs för en resa inom en viss zon. En längre resa som företas genom flera, sinsemellan angränsande zoner, prissätts till det adderade priset av dessa zoner. Grundprincipen är att man betalar för den sträcka man reser. Ambitionen är att inom ramen för Sydtaxan fortsätta att förbättra samarbetet för att ytterligare förfinas det gemensamma systemet för länstränsöverskridande resor och det pågår ett arbete med att ta fram ett avtal för en uppdaterad modell för Sydtaxan för användning med framtida biljett- och betalsystem.

Skånetrafiken har redan tagit beslut om en ny taxemodell där det nuvarande sättet att använda zonerna i länet byts ut mot "personliga zoner" som är kilometerbaserade.

Med anledning av att samtliga trafikbolag inom Sydtaxan står inför det faktum att dagens biljettsystem inom några år behöver ersättas av ett nytt till följd av att leverantörsavtalet löper ut, är det viktigt att poängtera dels att de mått och steg som tas med en försäljningskanalsstrategi ska ses i ljuset av ett fortsatt samarbete mellan sydläna och dels att verksamheterna kommer att använda sig av befintlig utrustning fram till 2020. Detta betyder att kanalstrategin behöver anpassas för att fungera med, och dra nytta av, gjorda investeringar samtidigt som den främjar ett skifte till ny teknik som kommer att rullas in successivt.



4. Kanalprioritering (klassificering av kanaler)

För att göra det möjligt att bedöma i vilken grad som de olika kanalerna lever upp till den målbild vi arbetar med för framtidens betallösning har vi valt att ta fram ett antal försäljningsegenskaper som befinner sig i nära samklang med varje punkt i målbilden. Genom att beskriva dessa önskvärda egenskaper vid försäljning och knyta dessa egenskaper till målformuleringarna menar vi att det är möjligt att skapa en profil för bedömning av framtida kanalprioritering.

Mål:

Enkelt
Driva resandet
Modernt
Intäktssäkring
Personligt
Funktionellt
Samverkan

Egenskap vid försäljning:

Tillgängligt, Kundvänligt insteg
Uppkopplad, personligt, snabb ombordstigning
Uppkopplad, personligt, självbetjäning
Kostnadseffektiv, säker biljettering
Personligt, kundanpassat
Tydlig information
Försäljning över länsgräns

Genom att skapa en matris som visar i vilken utsträckning som respektive kanal infriar kravet eller önskemålet på en viss egenskap kan man sedan göra vissa utfästelser över hur man, baserat på dessa egenskaper, bör prioritera försäljningskanalerna:

Matris som visar prioriteringsmodell över försäljningskanalerna:

Försäljningsegenskaper	Mobil	Biljettautomat	Försäljningsställen	Ombordförsäljning	Kundcenter	Resplus	E-handel
Personligt, kundanpassat	x		x	x	x		x
Uppkopplad kontakt med kund	x	o					x
Tillgänglighet	x			x		x	x
Självbetjäning	x	x				o	x
Kostnadseffektiv	x	x					x
Kundvänligt insteg	o	o	x	x	x		o
Försäljning över länsgräns	x	x	x	o	x	x	x
Tydlig och enhetlig information	x	o	o		x		x
Snabb ombordstigning	x	x	x		x	x	x
Säker biljettering	x	x	x	x	x	x	x

X=infriar kravet o=infriar delvis kravet

Baserat på ovanstående försäljningsegenskaper ska kanalerna prioriteras på följande sätt:

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Mobil | Det kommande biljett- och betalsystemet med mobilen som bärare |
| 2. E-handel | Nästa generations kundportal på nätet |
| 3. Biljettautomat | Tågtrafiken ökar och försäljningen behöver mötas upp effektivt |
| 4. Kundcenter | Kundmötet är fortfarande viktigt |
| 5. Försäljningsställen | Bidrar till spridning av assisterad försäljning |
| 6. Ombordförsäljning | Manuell försäljning ombord, omfattning återstår att utreda |
| 7. Resplus | Viktig intäktskälla, som vi dock har svårt att påverka |



Det är värt att poängtera att e-handel och mobilappen, som vi tänker oss dem i framtiden, är beroende av varandra för att kunna bli så bra som möjligt. Dvs att de i någon mån "lever i symbios". Om det inte finns en stark koppling mellan dessa köp- och informationskanaler så blir båda svagare.

Detta återspeglas inte fullt ut i matrisvärderingen, och möjligen kan man finna liknande kopplingar, om än inte lika starka, mellan t ex ombordförsäljning och kundcenter.

När det gäller begreppet kostnadseffektivitet så är detta i nuläget huvudsakligen en uppskattning baserad på erfarenhet och handlar främst om löpande kostnader. Här har vi vägt in att de kanaler som vi betraktar som kostnadseffektiva är dels egna kanaler där vi har bättre kontroll över kostnaderna samt kanaler som inte är personalintensiva.

4.1 De viktigaste önskade effekterna av kanalförflyttning

Mer självservice avlastar förare från försäljningsmoment i trafiken. Med tanke på att resandet ökar blir självservice också viktigare för att inte försäljnings- och kundservicemomentet ska bli en trång sektor.

En annan effekt av ökad självservice blir också att Kundcenter kan koncentrera sig på de kunder som bäst behöver personlig service (istället för försäljning till alla).

Kunden får bättre kontroll på sin resesituation. Med detta menas att när vi styr försäljning och information till färre men bättre kanaler är det enklare att ge en sammanhållen och konsekvent bild som innehåller färsk information om exempelvis trafik, resmönster och gjorda utlägg.

När vi har en majoritet av kunderna i de prioriterade kanalerna ökar också möjligheterna för att få en så komplett bild som möjligt av kunderna och deras behov. Vi kan även få bättre möjligheter till direktkoppling via app eller hemsida som kan användas oavsett geografisk belägenhet – något som kan vara till nytta vid ett exempelvis vid förseningar i trafiken. Men vad vi dessutom har nytta av oavsett trafikläge är att vi skaffar oss bättre möjligheter att målgruppsanpassa vår kommunikation så att rätt kund nås av ett mera relevant budskap.

I ett ekonomiperspektiv ska kanalförflyttningen inte bli fördyrande; dvs försäljningsomkostnaden antingen totalt eller mätt per transaktion bör inte bli högre i de prioriterade kanalerna. Skulle det ändå bli en fördyring av att flytta försäljning till prioriterade kanaler är det angeläget att man nyttoberäknar de fördelar som verksamheten värdesätter med en viss vald kanal.

4.2 Generell riskbedömning av kanalförflyttning

En förflyttning av försäljning medför såväl förutsedda som oförutsedda effekter. Av denna anledning är det nödvändigt att göra en riskbedömning av kanalförflyttning så att det är möjligt att belysa eventuella risker med de åtgärder som planeras.

Den yttersta risken vore ett minskat resande till följd av antingen krångliga system, ofördelaktig prissättning eller en kombination därav. Vi bedömer dock detta som ganska osannolikt eftersom det inte varit vanligt förekommande när det gäller kollektivtrafikbranschen i andra delar av landet. För att möta denna eventuella risk bedömer vi att det är tillräckligt att följa upp förändringar i regelverk och produktutbud, samt att genomföra tester under implementationsfasen och tidigt fånga upp synpunkter följt av noggrann ekonomisk uppföljning – detta för att minimera risker med intäktsbortfall.

En mer allmän risk är att förflyttningar inte sker på det sätt som vi förutsett. Det skulle innebära att en större del än förväntat hamnar i kategorin oprioriterade kanaler – vilket får till följd att det blir fler kunder som vi inte bemöter på ett optimalt sätt och att det blir fler resenärer som påverkar ombordstigningshastigheten.

En risk med moderna betalsystem är att det kan finnas kundgrupper som inte fullt ut kan ta till sig ny teknik. Här tror vi att det kan bli nödvändigt med flera olika åtgärder för att bemöta dessa grupper, exempelvis är det inte säkert att yngre och äldre resenärer är betjänta av samma lösning för biljettbärare.

Även om det utifrån ett organisatoriskt perspektiv eller i informations- och marknadsförings-sammanhang kan synas lockande att koppla en pris- eller försäljningsmässig förändring till ett tekniskifte så kan det vara värt att fundera över risken att eventuell negativ publicitet rörande förändringen förknippas med den nya tekniken eller betalsättet. Detta är ett övervägande som bör beaktas i införandeplanen.

5. Försäljningskanalsstrategi

För att den färdiga strategin ska bli slagkraftig och fungera vägledande på ett antal områden i verksamheten så tror vi att det är viktigt att den kan förklaras och marknadsföras internt i ett antal lättförståeliga punkter där vi kan tillåta oss att "höja blicken" – men samtidigt utan att förlora fotfästet i en fast förankring i driften. Det är sannolikt klokt att inte låta punkterna i försäljningskanalsstrategin vara *exakt* det som vi ska förändra – utan istället sätta in förändringsarbetet och dess effekter på verksamheten (trafik, kunder, personal) i ett större sammanhang.

Bärande principer för kanalstrategin är:

- Enkelt – lätt att göra rätt
- Flexibelt – anpassningsbart efter kundens behov
- Styrande – en prissättning som styr mot de prioriterade kanalerna

5.1 Strategiska val per kanal

Genom att stimulera överflyttning och ökad försäljning i de kanaler som vi vill prioritera blir en naturlig följd att öka i de kanaler som vi själva äger och där vi har en direkt kundpåverkan (dvs där vi äger relationen till kund). I nuläget har vi dock, utöver kontanttillägget, inga styrmedel i form av regler eller prismässiga tillägg som påverkar var kunderna handlar. Däremot har vi en rabattering vid laddning av produkter i form av reskassa eller periodkort via Mina sidor.

En direktkoppling till kund så långt det är möjligt, möjlighet att nå ut med konsekvent och lättförstådd information (oavsett om det handlar om priser, regler eller förseningar), samt möjlighet att kommunicera varumärke och de inneboende kärnvärden som vi önskar förknippas med – allt detta är sådant som är viktigt att framhäva i de försäljningskanaler som vi ska prioritera i framtiden.

Omvänt kan man säga att om vi inte kan infria större delen av dessa krav eller önskemål så kan kanalen inte prioriteras. Eller så får man arbeta på att undanröja de hinder som finns för att kanalen ska nå upp till de standarder eller riktlinjer som vi ställt upp.

Vad vi vill uppnå i varje kanal under åren framöver är centralt för den slutgiltiga kanalstrategin.

Det finns goda skäl att behålla det nuvarande kanalutbudet för att tillgodose alla kundsegment med tanke på länets beskaffenhet – med få stora centralorter och mycket glesbygd. Dessutom tyder goda resultat av kundnöjdhetsmätningar i Kollektivtrafikbarometern på att vår hittillsvarande strategi att erbjuda flera olika sätt att köpa biljetter och kort varit lyckad. Däremot ser vi det som nödvändigt att få till stånd vissa förflyttningar vilka vi ska redovisa i detta kapitel.

De strategiska valen att flytta en stor del av försäljningen till de digitala kanalerna och då framförallt mobilappen bekräftas som rätt väg av de kunder som deltog i fokusgrupperna (se kapitel 2). Dock behövs alternativ för de kunder som inte önskar använda de kanalerna, vilket tillgodoses i form av försäljningsställen, viss ombordförsäljning och alternativ bärare till mobiltelefon. Den generella samhällstrenden är att allt fler försäljnings- och informationsfunktioner flyttas närmare kunden i digital form. I den omvärldsbevakning som länstrafiken ständigt gör är det tydligt att ökad service via appar och digitala gränssnitt är verksamhetsbeslut som tas på motsvarande sätt av länstrafikbolagen



runt om i landet. Resultat i Kollektivtrafikbarometern visar, särskilt när det gäller information om tider och turer, att digitaliseringen ger möjligheter att snabbt presentera aktuell information – något som uppskattas (och allt mera förväntas) av dagens resenärer.

E-handel

Den nuvarande e-handelskanalen Mina sidor har en försäljningsvolym som är nummer tre i ordning efter ombordbetalningar och Kundcenter, och är därmed en viktig försäljningskanal. Dessutom har vi över 37 000 registrerade kunder. Det är därmed nödvändigt att förvalta kanalen och se till att den utvecklas även i framtiden. För att möjliggöra detta behöver vi bygga ihop appen och den framtida e-handelskanalen på något sätt till en sammanhållen e-handelsfunktion. Med fler funktioner eller produkter i appen ökar nödvändigheten av att erbjuda ett "back-office" och omvänt behövs kopplingen till app för att på ett mera "mobiliserat" sätt erbjuda attraktiva tjänster till kund. För den händelse att vi inte kan (eller vill) fortsätta att erbjuda dagens rabatter i denna kanal är det viktigt att e-handelstjänsten fylls med andra mervärden än rent ekonomiska. För att kunna kommunicera med våra kunder på ett modernt och ändamålsenligt sätt ser vi det som nödvändigt att bygga upp ett kundhanteringssystem (CRM, Customer Relationship Management) för att som ett minimum knyta samman existerande kunddata med de data som finns kopplade till dagens mobilapp. Det kan även vara attraktivt att koppla fler kundrelaterade funktioner till denna lösning (exempelvis inkomna kundsynpunkter och förseningersättningsärenden). Den totala omfattningen av denna lösning återstår att utreda.

Mobilappen

För att kunna åstadkomma en minskning i vissa kanaler behöver vi naturligt nog öka i andra. Mobilbiljettens andel av den totala försäljningen behöver öka, och vi ser detta som den mest prioriterade kanalen i framtiden vilket även avspeglades i matrisen i kapitel 4. I appen blir vi närmst kunden, vi ger den bästa informationen om resan och vi erbjuder ett rabatterat pris. En viktig faktor är att Mina sidor (eller snarare kunderna i denna databas) i en framtida e-handelslösning knyts samman med en mobilapp för att totalt sett kunna öka försäljningsandelen (dvs att vi inte tappar försäljningsandelen som Mina sidor utgör i nuläget utan att denna istället smälts samman och ökar tillsammans med appens försäljningsandel). En mobilapp bedöms även som det i nuläget säkraste sättet att agera kundnära i frågor som kombinerad mobilitet och kringtjänster (både sådana som kan knytas till resan och andra eventuellt tillkommande). Det kan vara lämpligt att se över vilka betalfunktioner som ska finnas i appen (t ex via registrerat betalkort eller fakturering i efterhand) och i samband med detta även utvärdera Swish som en av flera betalfunktioner. Precis som idag så ska en framtida applösning möjliggöra biljettköp över länsgräns.

Köp ombord

Vi vill arbeta för en förflyttning från köp ombord eftersom att det tar tid i trafiken (främst i Växjö Stadstrafik) vilket påverkar punktligheten negativt – något som drabbar alla resenärer. Ombord på tåg har försäljningen den nackdelen att det påverkar biljettviseringen negativt – något som främst är negativt för ekonomin, men som långsiktigt även urholkar respekten för värdet med det kollektiva

resandet. Att begränsa köp ombord är dock en balansgång mellan kundvänlighet och "strömlinjeformning" i trafiken. Här ser vi att en kombination mellan att införa regler som begränsar möjligheterna att köpa biljetter och ladda Resekort ombord samt att erbjuda prismässiga fördelar med förköpta biljetter är en framkomlig väg. Det är värt att poängtera att regelverket kring köp ombord i våra grannlän är högst varierande – vilket märks särskilt tydligt på länsgränsöverskridande linjer. Redan idag skiljer sig betalningsmöjligheterna ombord för kunder som reser med Öresundståg, Krösatågen eller med SJ. En samordning här skulle ge ett enklare kundbudskap.

Biljettautomater

Med sitt strategiska läge vid tågstationerna är biljettautomaterna en viktig kanal som passar majoriteten av resenärerna bra under dygnets alla timmar när det gäller köp av enkelbiljetter. Vi tror dock att det, mot bakgrund av de tekniska möjligheter som erbjuds resenärer via dator/smartphone, är nödvändigt att höja nivån på den information som ges i biljettautomaten – både rörande den aktuella resan, men även generell information om tillgängligt produktutbud (som inte nödvändigtvis behöver vara fullständigt). Vi kommer även att utreda om det är möjligt att ställa ut fler automater i framtiden – t ex vid välfrekventerade bytespunkter i busstrafiken.

Kundcenter

I takt med att försäljningen ökar i appen tror vi att det är rimligt att anta att de rena biljettförsäljnings- och laddningsärendena minskar på Kundcenter. Vi ser detta som en välkommen förändring som bör uppmuntras så att Kundcenter kan avlastas från ren försäljning till förmån för kundinformation. Det informativa och mänskliga kundmötet är värdefullt, men tonvikt bör läggas på just de ärenden där den mänskliga kontakten är särskilt betydelsefull. Det betyder att kundrådgivningen kan bli mer kvalificerad.

Försäljningsställen

Tidigare arbete har visat att det är svårt att öka antalet försäljningsställen p g a att det på mindre orter i länet är svårt att finna lämpliga samarbetspartners, samt att mindre försäljningsställen ofta har svårt att uppnå den kritiska massa av rena försäljningstransaktioner som är nödvändig för att kunna upprätthålla en tillräcklig kompetens kring biljettförsäljningen. Externa försäljningsställen kommer inte att vara en prioriterad kanal för oss i framtiden och vi kommer inte att arbeta för att öka antalet försäljningsställen i länet.

Resplus (Samtrafiken)

Varken kombinerad försäljning med andra operatörer (klassisk Resplus) eller förköpt enkelbiljett (sträcka med endast en operatör) kommer att vara en prioriterad kanal i framtiden. På grund av Kronobergs geografiska läge med många bytesresor i Alvesta så står dock Resplus för en stor del av våra biljettintäkter och det är viktigt att vi håller oss à jour med nyheter och eventuella förändringar som kan påverka oss. Däremot har vi inte den påverkan på försäljningskanalen som vi menar krävs för att vi fullt ut ska kunna prioritera kanalen. Vårt åtagande i denna kanal begränsas till att leverera

rätt pris- och tidtabellsuppgifter. På ett annat plan samarbetar vi däremot mycket ingående med Samtrafiken exempelvis när det gäller informationssamverkan och inte minst med arbetet i Bob-projektet (se kapitel 3). I dagsläget är Resplus-biljetterna inte maskinellt avläsningsbara. Det är en förutsättning att kunna få till detta i framtiden med tanke på betydelsen av resandestatistik.

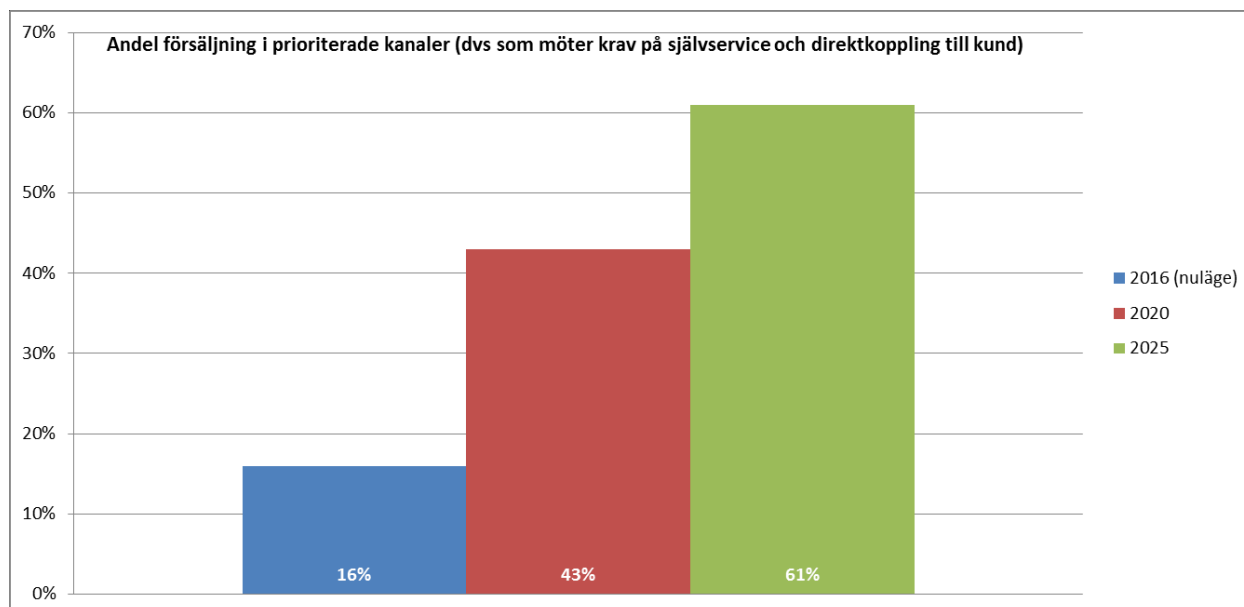
Sammanfattning av strategiska val

Sammanfattningsvis kan vi säga att den framtida omprioriteringen av försäljningskanalerna innebär att vi prioriterar upp självbetjäningsskanaler och dessa har även de inneboende egenskaper att de erbjuder en hög tillgänglighet och en god kontakt med kund, samtidigt som det är möjligt att utforma dem med ett modernt och personligt anslag – vilket går i linje med såväl matrisen i kapitel 4 såväl som resultatet av de utförda fokusgruppsundersökningarna.



5.1.1 Försäljningskanalstrategins påverkan på framtida kanalfördelning

Uttryckt i ekonomiska termer skulle man kunna beskriva strategin på följande vis:



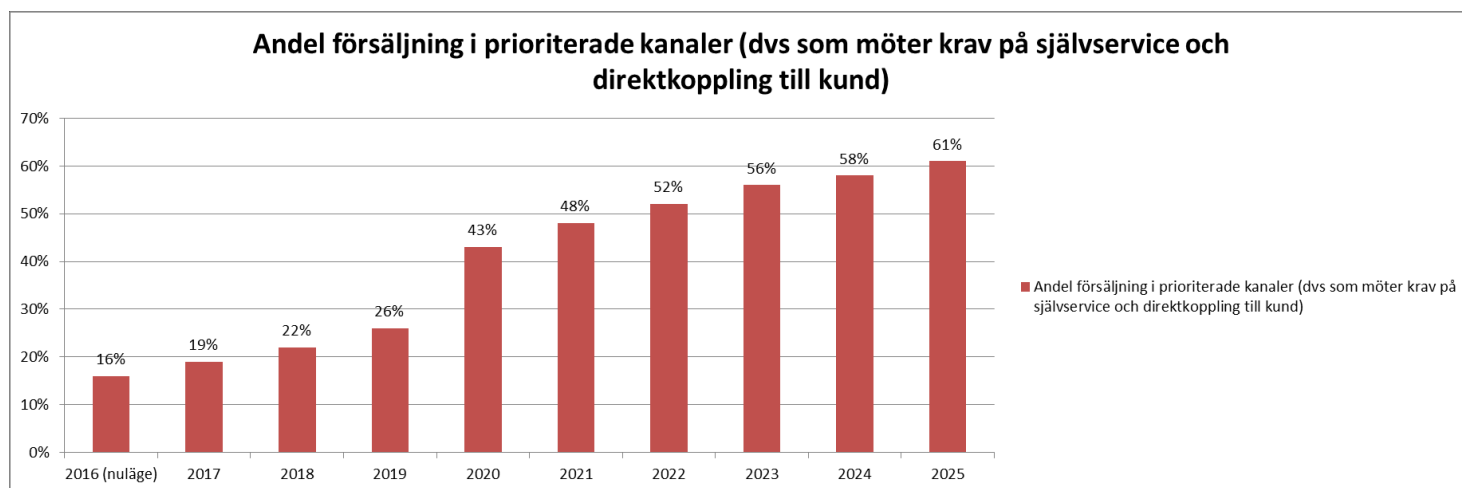
Med detta menas att dagens försäljning via Mina sidor samt försäljning i appen kan anses möta krav på självservice och direktkoppling till kund.

Denna ska mer än fördubblas till en procentandel om 43 % år 2020 samt stå för 61 % av försäljningen år 2025.

Detta innebär att vi i stort sett uteslutande gör en fördelning *inom* våra egna kanaler.

Försäljningsandelen i de externa kanalerna (rödmarkerade i tabellen 'Procentuell kanalfördelning' på omstående sida) kommer sannolikt att minska i takt med att våra egna kanaler blir bättre.

Den årliga procentuella förändringen av försäljning i prioriterade kanaler framgår av nedanstående stapeldiagram.





Om vi skissar på ett scenario för förändringen av den procentuella kanalfördelningen under åren fram till 2025 enligt ovanstående modell så skulle den kunna beskrivas på följande sätt:

Procentuell kanalfördelning	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Mobilapp	2	3	7	12	18	20	21	23	26	29
E-handel (framtidens)*					12	16	20	22	22	22
E-handel (dagens)	14	16	15	14						
Biljettautomater	15	15	15	15	13	12	11	11	10	10
Kundcenter	14	13	13	10	10	10	10	9	9	7
Ombord	18	16	14	13	12	11	9	7	7	6
Kansliet	4	4	3	3	3	2	1	1	1	1
Kontant ombord	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Försäljningsställen	10	10	9	9	9	9	8	8	7	7
Resplus	22	22	23	23	23	20	20	19	18	18
* Iaddning av periodprodukt via hemsida (med mobil eller komplement som bärare)										

Det gröna området står för det som vi kan anse vara de mest prioriterade kanalerna, dvs de egna kanaler som bäst möter krav på självservice och direktkoppling till kund. Det gula området är våra egna kanaler som successivt behöver minska i volym för att styra över till prioriterade kanaler. Alternativt att vi väljer att lyfta upp och höja statusen för någon eller några av dessa kanaler till att vara prioriterade. Det röda området är de icke-prioriterade externa kanalerna. Scenariot innebär att år 2025 kommer 75 % av intäkterna att finnas i de egna kanalerna – vilket är en viss ökning jämfört med idag.

Mobilbiljett:

Detta är vår huvudsakliga kanal och biljettbärare i framtiden. Större delen av produktutbudet lyfts in i kanalen och 2019-2020 är då försäljningen tar fart ordentligt i takt med att det gamla systemet fasas ut.

Framtidens e-handel:

Från och med 2020 har vi även en e-handelsfunktion som inte är knuten till Cubic-systemet (som då avvecklats) och de nuvarande resekorterna utan snarare till en ny lösning med mobilen som den huvudsakliga biljettbäraren (komplement kommer dock att behövas). Kanaler som ger möjlighet att lära känna och kunna ha direktkontakt med kunden är som tidigare beskrivet prioriterade. Fokusgrupperna visar dock att vissa kunder efterfrågar möjligheten att göra ett anonymt köp vilket betyder att man inför framtiden bör utreda hur man kan genomföra oregistrerade köp även i de digitala kanalerna.

Dagens e-handel:

Vi ser att ökningen av intäktsandelen för Mina sidor planar ut och kommer 2020 att ersättas av en ny e-handelslösning som är kopplat till framtidens betalsystem.

Biljettautomater:

Under 2020 planerar att vi ha biljettautomater som bättre möter kraven på information kring resor. I nuläget är det dock inte bestämt exakt vilken typ av försäljning som dessa automater ska kunna klara av.

**Kundcenter:**

Försäljningen kommer att minska på kundcenter till att 2025 vara hälften av vad den är idag. Målgrupper som behöver assisterad försäljning ska prioriteras.

Ombord:

Vi ser framför oss att endast en tredjedel av försäljningen ombord kommer att vara kvar 2025. Målgruppen är instegskunder och tillfälliga besökare. Nya standarder som kontaktlöst EMV som beskrivs under omvärldsbevakningen är något som kan komma att förändra strategin kring ombordförsäljningen. Denna typ av betalningar möjliggör snabba köp vilket skulle kunna användas för att t ex snabba på ombordstigningen i stadstrafiken.

Kansliet:

Vi strävar efter att införa en högre grad av automatiserad försäljning via faktura vilket bör innebära att dagens manuella försäljning via kansliet kommer att minska.

Kontant ombord:

Givet tendenserna med minskad kontantanvändning i samhället bedömer vi det inte som kontroversiellt att upphöra med kontant betalning ombord december 2018.

Försäljningsställen:

Denna kanal bedömer vi kommer att minska i intäktsandel, men fortfarande ha ett berättigande för assisterad försäljning med bättre geografisk spridning.

Resplus:

Den nationella standarden spås i framtiden kunna möjliggöra försäljning mellan länstrafikbolagens egna system varför intäktsandelen i denna kanal lär minska och försäljning istället flyttas över till länstrafikbolagens egna kanaler.

5.1.3 Reskassa

Som nämndes i omvärldsanalysen ifrågasätts idag reskassan som produkt från flera håll. Problem som att hålla koll på sitt saldo och att ständigt behöva återuppladda sin reskassa gör att hanteringen av produkten inte blir särskilt smidig för kunden. Dock har produkten alltid varit fördelaktig med sina 20 % rabatt vid varje resa oavsett om du som kund reser en gång om året eller flera gånger i veckan, vilket också skapat en flexibilitet bland de kunder som ännu inte reser tillräckligt för att välja en periodkortsprodukt. Tänket att alltid rabattera med ett fast belopp oavsett hur många resor kunden gör skapar en situation där kunder inte har något incitament att resa mer eftersom rabatten alltid är densamma, vilket inte per automatik driver resandet.

För att nå de mål som finns uppsatta kring antalet resor krävs att även enkelbiljettsresenärerna reser mer vilket gör att många i kollektivtrafiksverige när man tittar på framtida lösningar dömer bort produkter med raka rabatter likt reskassan. Det som flera planerar att införa istället är en typ av poängbaserade lojalitetsprogram som då premierar de som reser mer. Programmen kan efterlikna övriga handeln där du som kund känner igen dig i upplägget från andra medlemsklubbar och belöningen till kund skall då vara produkter i form av billigare resor eller produkter som kan utnyttjas på resan.

I Kronoberg står vi inför samma utmaningar som övriga Sverige och ifrågasätter därför reskassans existens. Flera av våra grannlän planerar att fasa ut reskassan när dagens biljettsystem avvecklas. Situationen som då uppstår påverkar också oss då reskassan inte kommer kunna användas över länsgräns i framtiden. Detta tillsammans med avsaknaden av incitament att resa mer gör att även vi bör fasa ut reskassan till förmån för modernare program som tidigare beskrevs.

Reskassan är idag starkt kopplad till det befintliga biljettsystem som planeras fasas ut år 2020 vilket ger en bra möjlighet att göra förändringen vid den tidpunkten och då samtidigt följa flera av våra grannläns planer för utfasningen av deras reskassa. Detta kräver dock en åtgärdsplan som tidigt påbörjar överflyttningen från reskassan till de bärare som ingår i de prioriterade kanalerna. Detta kräver också att mobilappen är anpassad och dimensionerad till att börja ta över större delen av enkelbiljettsförsäljningen. Skånetrafiken har sedan tidigare sänkt sin rabattsats för reskassan till 10 % vilket gör att den enhetliga bilden av en sammanhållen rabattsats redan är urholkad.

För att gå vidare med modeller likt de lojalitetsprogram som beskrivs tidigare bör utöver framtagande av det system som skall hantera funktionaliteten även en utredning göras kring hur vi formar programmet till att bli de incitament som behövs för att kunder som reser på enkelbiljetter uppmuntras till att resa mer.

5.1.4 Enkelbiljetter

Enkelbiljetter står för en stor volym av intäkterna och kännetecknas av att de köps och används på mycket varierande sätt. Det kan handla om sällanresenärer likaväl som kunder som känner till systemet väl, och biljetterna kan köpas i förväg – via ett bemannat försäljningsställe – likaväl som de kan köpas ombord eller med hjälp av mobilen. På detta sätt kan biljettbäraren komma att variera, och det blir viktigt att ta höjd för flexibla lösningar som både är kundvänliga och ger ett smidigt flöde i trafiken. Ett gemensamt arbete i Sydlänen har startats upp för att inom Sydtaxan säkerställa länsgränsöverskridande biljettering av enkelbiljetter även i framtiden.

I framtiden ser vi en hög fortsatt användning av enkelbiljetten, och vi ser behov av att på ett bättre sätt knyta till oss kunderna oavsett om de reser på enkelbiljett eller med någon periodprodukt för att kunna erbjuda bra information.

En god kund som köper många enkelbiljetter bör kunna dra nytta av någon typ av rabatt, bonus eller liknande som stimulerar till ökat resande.

5.1.5 Periodprodukter

Hos de som köper periodprodukter har vi våra mest trogna kunder, med ett frekvent resande – oftast mellan samma ändpunkter. Även i framtiden kommer periodprodukter att vara en viktig intäktsskälla och ett kunderbjudande som vi fortsätter att ge en stor betydelse. Dock kommer bäraren att variera. I framtiden ska kunden kunna välja; mobilen likaväl som ett plastkort eller annan kommande bärare med ny teknik ska kunna användas. Fördelen med mobilen som bärare är återigen att det kan förknippas med en utbredd personalisering och riktad information, exempelvis vid trafikstörningar eller för erbjudanden.

Även periodprodukterna är något som de samverkande Sydlänen vill finna gemensamma samarbetsformer kring även i framtiden inom Sydntaxan.

5.2 Kostnader förenade med olika försäljningskanaler

Det finns naturligtvis försäljningsomkostnader förknippade med de olika försäljningskanalerna. I detta avsnitt beskrivs översiktligt vilka kostnader, fasta såväl som löpande, som särpräglar varje kanal.

E-handel: Den nuvarande e-handelslösningen har löpande kostnader för drift av webbplats som inte är omsättningsberoende. För varje transaktion betalas en liten avgift till betalväxeln som handhar betalning via betalkort. För en kommande e-handelslösning går det i nuläget inte att göra några utfästelser för vare sig investeringar eller driftskostnader. Rörande betalväxel kan det vara gynnsamt att omförhandla avtal i samband med att nya system tas i bruk.

Mobilappen: Den nuvarande mobilappen har dels löpande kostnader; delvis omsättningsberoende medan andra är fasta månadsavgifter. I sammanhanget bör det poängteras att appen inte enbart är en försäljningskanal, utan även en informationskanal. Utöver detta finns även här kostnader för betalväxel och även inlösen. En framtida applösning är föremål för upphandling, i vilken det är relevant att lyfta alla kostnader förknippade med appen till en närmare analys.

Köp ombord: För betalkortstransaktioner ombord gäller ett löpande avtal med befintlig leverantör med en fast månadskostnad som inte påverkas av mängden transaktioner. En ny upphandling för motsvarande tjänst måste göras. När det gäller kontanthantering ombord är det endast ett fåtal entreprenörer som särredovisat kostnader för detta i de gällande linjetrafiksavtalen. Kostnader för förbrukningsmateriel såsom biljettrullar tillkommer.

Biljettautomater: Denna kanal är förenad med ett antal olika kostnader som är fördelade på: service- och underhållsavtal med befintlig leverantör, kostnader för ström och datakommunikation, kostnader för förbrukningsmateriel samt kostnader för hantering av betalkortstransaktioner. Samtliga dessa kostnader är inte avhängiga av antalet gjorda försäljningstransaktioner.

Kundcenter: För vårt Kundcenter i Växjö Resecentrum finns ett stort antal kostnader för själva driften i form av personalomkostnader, lokalkostnader och driftskostnader för teknisk utrustning utanför själva biljettsystemet. Även här är det relevant att notera att det som bekant inte bara säljs biljetter och kort på Kundcenter utan en stor del av arbetstiden ägnas åt att svara på kundfrågor via telefon, per e-post, via sociala medier – men även över disk.

Försäljningsställen: De fasta externa försäljningsställen som vi har avtal med uppbär en provisionsbaserad ersättning utefter försäljning. Det innebär att det är en rörlig kostnad som ökar med försäljningen. Utöver detta så har vi kostnader (datakommunikation och del av service- och underhållsavtal för biljettmaskin) för den försäljningsutrustning som vi utrustar dem med.

Resplus (Samtrafiken): Den försäljning som sker via denna kanal avräknas månatligen via Samtrafiken. Från biljettpriset dras omkostnader för biljettförsäljning och distribution av biljetter med vissa fastställda procentsatser. Utöver detta har vi i stort sett fasta kostnader för vår del av det gemensamma nationella systemet för trafikantinformation (vilket baseras på antalet hållplatser och

turer). Det nuvarande partneravtalet med Samtrafiken är föremål för omförhandling och det går i nuläget inte att säga hur den framtida kostnadsbilden ser ut.

Som kan noteras av ovanstående är det inte alldeles enkelt att särskilja vilka kostnader i respektive kanal som strikt kan knytas till försäljning och vilken kostnad som mera är att förknippa med kundservice eller information. I mobilappen görs idag ca hundra gånger fler resesökningar än vad det görs biljettköp. På Kundcenter gör man som bekant mycket mer än att sälja biljetter. Även våra försäljningsställen får kundfrågor som inte mynnar ut i någon försäljning – dock i betydligt mindre omfattning. Teknik för maskinell avläsning av biljetter är en kostnad att ta hänsyn till i framtiden dock är alla försäljningskanaler betjänta av tekniken på sikt.

5.3 Styrning till prioriterade kanaler

För att styrningen av försäljningen till de kanaler som länstrafiken prioriterar ska kännas transparent och enkel att förstå för alla parter är det viktigt att regelverket kring prissättning och biljettering är så enkelt som möjligt. Antalet prissättningsvarianter för samma resa bör vara så få som möjligt; och det bör tydligt framgå av vilken anledning som man får betala ett tillägg – och minst lika tydligt bör det framgå vilket sätt att köpa och betala för sin resa som länstrafiken premierar – både i form av ett lägre pris och i form av serviceutbud.

Baserat på ovanstående resonemang vill vi på sikt prioritera ned ombordförsäljning och förse denna med någon form av tillägg eller högre prissättning som ett styrmedel till andra, mer prioriterade, kanaler där kunden i förväg köper sin biljett själv. Särskilt i Växjö Stadstrafik är ombordköp en tidsstörande faktor som påverkar punktligheten i trafiken och ombordstigningshastigheten vid hållplatsangöring.

Tendensen i samhället är allt fler självservicefunktioner, och kombinerat med en valfrihet samt ett prissättningsincitament räknar vi med att det ska både bli tydligt samt uppfattas positivt av våra kunder att vi arbetar med att förbättra servicen såväl före, som under och efter resan. Detta är något som möjliggörs genom en högre grad av digitalisering av köpprocessen.

För att stimulera överflyttning till de prioriterade kanalerna bör, särskilt inledningsvis, någon typ av ekonomiska styrmedel användas i form av rabatterad prissättning där vi vill se de flesta kunderna i framtiden.

Med tanke på den adderade zonprissättningen som används i Sydntaxan, och som i oförändrad form kommer att användas fram till 2020, samt prissättning i Resplus har vi behov av att utgå från ett grundpris från vilket vi räknar på dels ett tillägg och dels en rabattering.

Vi är medvetna om att vi representerar en viktig samhällsfunktion och av denna anledning ser vi det som nödvändigt att även i framtiden erbjuda en mångsidighet när det gäller att betala för sin resa. Samtidigt är det nödvändigt att vi följer med samhällsutvecklingen i stort och att de val vi presenterar för våra kunder ska kännas naturliga och följa med sin tid.

Kontantanvändning är exempel på ett område där det kan vara värt att följa samhällsutvecklingen; den är stadigt minskande – och med tanke på långa avtalstider kan det vara relevant att lyfta bort denna ombord i bussar samt på tåg.

Sammanfattning av de viktigaste kanalförflyttningar som de strategiska valen innebär:

- Ökad försäljning via mobilapp – snabb självservice stöttad av vår mest uppdaterade information och vårt bästa pris
- Minskad andel köp ombord – för att möjliggöra snabbare trafik och bättre viseringsmöjligheter
- Färre kontanter i trafiken – på sikt ett fullständigt upphörande av kontanthantering
- Sammankoppling mellan e-handel och appen – för att ge stöd till fler produkter i appen och erbjuda en bättre kundtrygghet i kanalen
- Mer information i de nya biljettautomaterna – t ex tidpunkter för de närmaste avgångarna (inkl ändrade tider p g a störningar) och upplysningar om produktalternativ
- Mindre försäljning på Kundcenter – till förmån för mer kvalificerad kundrådgivning

5.4 Åtgärder för att uppnå kanalförflyttningen

Åtgärder och satsningar för att nå målen skulle kunna förklaras som vad vi behöver för att kunna nå dit vi tänker oss att nå.

För att kunna nå upp till den framtagna målbilden är detta viktiga punkter (utan inbördes ordning) där vi menar att vi behöver genomföra satsningar:

- Skapa en e-handelslösning med koppling till framtida biljettbärare för bibehållen möjlighet till självservice
- Införande av CRM - gemensam plattform för kundbearbetning med koppling till e-handel
- Ta fram nya moderna biljettautomater med snabbare funktion och bättre information
- Förändra reskasserabatten och rabattera mobilbiljetten för att påskynda förflyttning till prioriterade kanaler
- På sikt avskaffa kontanthantering ombord
- Stopp för ombordförsäljning på tåg
- Prisdifferentiering för att premiera självservice och förköp
- Maskinell validering av biljetter och kort med mobilappen som bärare
- Utvärdera ett framtida lojalitetsprogram
- Utvärdera produktutbud i respektive kanal
- Utfasning av dagens biljettsystem

Dessa förändringar behöver ske i flera steg. De flesta åtgärderna är beroende av politiska beslut och alla åtgärder kan inte genomföras samtidigt. Detta beror på att de olika tekniska systemen inte kan skiftas ut omedelbart. Det betyder däremot inte att vi kan vänta med att genomföra åtgärder i linje med strategin utan måste istället påbörja ett medvetet förändringsarbete så snart som möjligt.



2018 beräknas nödvändig utrustning som möjliggör maskinell validering av färdbevis i mobiltelefon finnas på plats, vilket gör det lämpligt att under nästa år sträva efter att sälja fler biljetter i denna kanal. Med detta uppnås primärt två saker; dels minskas andelen köp ombord och dels stötts försäljningen i en prioriterad självservicekanal.

En fördel med att inleda förflyttning med hjälp av mobilappen och införa maskinell visering ombord är att detta kan ske fullständigt parallellt och inte påverkar vare sig befintlig utrustning eller regelverk.

Införandet bör kunna förväntas få ett positivt mottagande av förarkåren eftersom dessa avlastas från kontrolluppgiften.

För att stödja denna förflyttning kan med fördel någon typ av prisdifferentiering av ombordförsäljning ombord på buss användas. Främst gäller detta Växjö Stadstrafik där det finns ett tydligt behov av att kunna begränsa försäljningen ombord eftersom detta tar tid i trafiken vilket resulterar i långsammare ombordstigning och försämrad punktlighet gällande ankomster till hållplatser utmed linjen.

Modernare biljettautomater lär dröja till 2019, men det är inget hinder att redan tidigare genomföra åtgärder för att ta bort ombordförsäljningen på tåg.

Användningen av periodprodukter står för en stor del av resandet och med möjlighet att ombord maskinellt kunna visera färdbevis där mobiltelefoner är bäraren så kan även periodprodukter flyttas över till mobilen. Då blir det nödvändigt att kunna skapa en starkare koppling mellan reseappen och e-handelslösningen eftersom vi gärna vill att kunden ska få bättre möjligheter att administrera sin produkt på båda plattformarna - inte minst eftersom att periodprodukter är en kostsammare produkt som gäller över längre tid och kunden skulle kunna råka tappa sin mobiltelefon eller byta till en ny (som två exempel på behov för att kunna administrera via ett back office).

5.5 Förslag till strategiska förändringar

Nedanstående plan är försäljningsrelaterade aktiviteter utöver eventuella förändringar i ordinarie taxa för respektive år. Även fördjupade intäkts- och kostnadsanalyser för respektive förändring genomförs i samband med taxerevideringar.



Förklaring av respektive åtgärdssteg:

1. Stopp för ombordförsäljning på tåg – detta är ett första steg som är relativt enkelt att införa och som får till följd att vi kan möjliggöra en enklare visering (och även kontrollverksamhet) ombord med ökad intäktssäkring som följd.
2. Försäljning av periodprodukter i app – blir aktuellt när vi kan ta det nya systemet i drift och erbjuda maskinell validering av mobilbiljetter (såväl enkel som period).
3. Sänkt rabatt för reskassa till 10 % – här tänker vi oss att påbörja den kommande utfasningen av reskasseprodukten genom att göra det mindre attraktivt att använda denna. Eftersom att det finns ett stort antal laddade kort i omlopp är det viktigt att i god tid gå ut och meddela kunder om framtida planer och vilka möjligheter som finns. Med en sänkt rabatt för reskassa blir priset detsamma som i mobilappen. Förändringen införs för att stimulera mobilappen som försäljningskanal och den förväntade intäktsökningen finansierar överflyttningen.
4. Sänkt pris på appbiljetten med 10 % – innebär att vi prismässigt stimulerar till fler sålda biljetter i vår app. Detta eftersom att vi vill vänja fler resenärer till att själva köpa sin biljett i förväg, och att minska försäljningsandelen ombord. Detta genomförs under förutsättning att det finns en maskinell avläsning av appbiljetterna på plats när rabatteringen införs.
5. Införande av nytt lojalitetsprogram – det blir sannolikt nödvändigt att möta upp kundbehovet med någon form av rabatterat resande för trogna kunder när reskassan fasas ut. Detta genomförs under förutsättning att det finns en teknisk plattform som kan hantera lojalitetsprogrammet.
6. Stopp för ny laddning av reskassa – detta blir nödvändigt för att möjliggöra en total utfasning av reskassa och minimera de belopp som vi på annat sätt kommer att behöva överföra till kunder. Laddning av reskassa via Mina sidor upphör samtidigt. Det är önskvärt att alla län i Sydsverige genomför åtgärderna kring reskassan vid samma tidpunkter (för att tydliggöra kundkommunikation och minimera missförstånd).
7. Eventuellt nytt ombordpris för kortköp ombord – för den händelse att de nya smidiga sätten att köpa och betala sin biljett inte är tillräckliga kan det bli nödvändigt att prismässigt påverka en eventuellt ökande ombordförsäljning.
8. Start för aktiv utfasning av det nuvarande biljettsystemet – under det sista halvåret i drift kommer såväl periodkortsresenärer som reskassekunder att upplysas om nya möjligheter att betala för sin resa.
9. Kontantstopp i busstrafiken – som ett ytterligare led i kanalförflyttningen ser vi det som ett lämpligt steg att upphöra med kontant betalning ombord i buss.
10. Stopp för användning av reskassa och periodkortsprodukter som används i det nuvarande systemet.
11. Samma pris i app/e-handel och biljettautomat – innebär att vi prismässigt vill likställa förköpskanaler med självservicefunktioner vilket går i linje med försäljningskanalstrategin dvs att det ska vara tydligt och enkelt som kund att göra rätt val. Under förutsättning att detta kan lösas tekniskt och inom Sydntaxan.

Kommande taxebeslut

Eftersom att den föreslagna prisdifferentieringen är taxepåverkande och länstrafiktaxan är föremål för politiska beslut är det nödvändigt att ta ett inriktningsbeslut för de förändringar som strategiarbetet föreslår för åren fram till 2020. Detta är nödvändigt, dels för att kunna göra intäktsberäkningar till kommande budgetarbete och dels för att kunna planlägga långsiktig kundkommunikation och investeringsåtgärder som har bäring på de beslut som tas.

Den normala processen är att taxan beslutas av regionfullmäktige i juni för införande i december samma år. Det ger oss två ordinarie tillfällen att förändra priserna fram till dess att ett nytt betalsystem ska vara på plats. I lagda verksamhetsplaner finns mål om ökat resande och ökande intäkter – vilket innebär att de önskade kanalförflyttningarna måste möta såväl intäktsmål som resandemål.

Det är nödvändigt att taxebesluten under de närmsta kommande åren går i linje med försäljningskanalsstrategin och verkar understödjande för att främja genomförandet av densamma.

Eftersom att vi löpande kommer att införa förändringar av biljettsystemet kan det vara nödvändigt att frånga de ordinarie taxeändringstidpunkterna i december för att uppnå en större tydlighet mot kund. När det är möjligt att synkronisera en förändring samtidigt som vi marknadsför en ny funktion är det lättare att få acceptans för förändringen.

9

**Svar på skrivelse Gällande kollektivtrafik i Virestad från
Virestad Samhällsförening och Guldkant AB. 17RK739**

Missiv - Svar på skrivelse Gällande kollektivtrafik i Virestad från Virestad Samhällsförening och Guldkant AB.

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden beslutar

att godkänna svaret till Virestad Samhällsförening och Guldkant AB

Sammanfattning

Region Kronoberg har mottagit en skrivelse från Virestad Samhällsförening och Guldkant AB.

Brevskrivarna önskar kollektivtrafik till och från Virestad. Trafiknämnden ger trafikdirektören i uppdrag att utreda förutsättningarna för detta.

Peter Freij
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Skrivelse
 Svar på skrivelse

Virestad Samhällsförening
Guldkant AB Virestad
Horshult Rosenlund 1
343 73 VIRESTAD

Svar på skrivelse – Gällande kollektivtrafik i Virestad

Hej och tack för er skrivelse till oss.

Vi uppskattar er önskan om kollektivtrafik till och från Virestad. För att införa en sådan trafik krävs beslut i ordinarie budget- och planeringsprocess. Utan att ta ställning för eller emot ett införande av sådan trafik, kommer vi att be våra tjänstemän att utreda förutsättningarna för en sådan trafik. Den utredningen kan sedan fungera som underlag i kommande budget- och planeringsprocesser.

Med vänlig hälsning

Peter Freij
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Virestad 20170323

Till:

Trafiknämnden

Region kronoberg

Thomas Nilsson



Skrivelse gällande kollektivtrafik i Virestad.

Virestad är ett litet samhälle beläget två mil och ca 20 minuters bilväg från Älmhults tätort. Bygden blomstrar med ett rikt föreningsliv, egenstartad skola och förskola samt har ett aktivt företagande på landsbygden. Det är attraktivt att bo i Virestad och de bostäder som blir lediga fylls snabbt. Sommarhus blir i allt högre grad åter permanentboende. Med tanke på den befolkningsökning som nu sker i Sverige finns det förutsättningar att bygga fler bostäder eller göra om fastigheter till lägenheter, då avståndet till tätorten för pendling är idealiskt jämfört med många andra exempel där pendlingsavståndet är betydligt längre.

I Virestad finns det ett asylboende som nu stängs i vår. Under den tid boendet har funnits i byn har det bedrivits ett aktivt integrationsarbete av såväl enskilda som föreningar. Under denna tid har många av de boende träffat vänner och trivs bra i Virestad och de skulle gärna vilja ha möjligheten att stanna kvar i ett eget boende. Det finns också intressenter för att omvandla asylboendet till lägenheter.

För flera år sedan stängdes den kommunala skolan och istället startades en väldigt lyckad friskoleverksamhet. I och med detta vände byns utveckling med ökad inflyttning, framtidstro med nya företag och därmed arbetsplatser. För att Virestad ska kunna fortsätta utvecklas positivt och vara en plats där alla kan bo, ska inte alla behöva vara beroende av en eller flera bilar för sin pendling. Även Virestad behöver tillgång till kollektivtrafik, exempelvis genom anslutningsbussar till befintliga linjer Älmhult – Ljungby – Alvesta - Växjö. Vi vill därför få tillbaka en anständig miniminivå på kollektivtrafik, så att det finns möjlighet att satsa på fler bostäder och fortsätta utveckla vår by och fortsätta bidra till Älmhults kommuns tillväxt och vision.

Virestad Samhällsförening

Jakob Sträng 0738463541

Guldkant AB Virestad

Daniel Uppshäll 0722170785

Lamb Anna Fiona RST kansliavdelningen

Från: Jakob Sträng <priestgarden@hotmail.com>
Skickat: den 28 mars 2017 21:59
Till: Sunesson Sven FRK förtroendemannaorg; Peter Freij; Region Kronoberg Officiell brevlåda
Ämne: Skrivelse
Bifogade filer: Skrivelse.docx

Hej!

Sänder härmed en kopia på skrivelse gällande begäran om utökning av kollektivtrafik för Virestad. Skrivelsen är skickad till Thomas.t.nilsson@kronoberg.se

Med vänliga hälsningar/

Jakob Sträng
Virestad samhällsförening

10

**Utredning om uppstart av Serviceresors system Alfa
17RK952**

Trafiknämnden

Utredning om uppstart av Serviceresors system Alfa

Ordförandes förslag till beslut

Föreslås att trafiknämnden beslutar

Att notera informationen till protokollet.

Sammanfattning

Trafiknämnden har uppdragit åt trafikdirektören att göra en utredning om uppstarten av Serviceresors system Alfa, som togs i drift 2016-06-01. Utredningen har genomförts av Knowit HRM AB och vid trafiknämndens sammanträde föredras rapporten.

Peter Freij
Trafiknämndens ordförande

Thomas Nilsson
Trafikdirektör

Bilaga: Rapport – utredning om uppstarten av Serviceresors system Alfa



Region Kronoberg
Att: Thomas Nilsson
Länstrafiken

Växjö 2017-05-09, version 1.0

Konsultrapport

Uppdraget avser en utvärdering av Länstrafikens införande av nytt verksamhetssystem för Serviceresor, ALFA.

Med vänlig hälsning

Ola Johansson

Knowit HRM AB



Innehåll

1	Inledning.....	3
2	Uppdraget	3
2.1	Syfte.....	3
2.2	utvärderingens genomförande	3
3	Bakgrund.....	4
3.1	Verksamhetens komplexitet	4
3.2	Beslut.....	5
4	Analys.....	5
4.1	Upphandlingsförfarandet	5
4.1.1	Framtagande av anbudsunderlag	5
4.1.2	Utvärdering och tilldelning	6
4.2	Införandeprojektet	6
4.2.1	Införandeplanen	6
4.2.2	Resurser under införandeprojektet.....	7
4.2.3	Design och konfiguration.....	7
4.2.4	Tester	8
4.2.5	Utbildningsinsatser	8
4.2.6	Information	9
4.3	Åtgärder efter driftstart	10
5	Sammanfattande bedömningar	11



1 Inledning

Knowit HRM vill tacka för förtroendet att genomföra denna utvärdering och överlämnar härmed konsultrapporten avseende utvärdering av införandet av nytt trafikplaneringssystem för Serviceresor inom Region Kronoberg.

Under detta konsultuppdrag så har vi upplevt ett mycket positivt tillmötesgående, stor öppenhet och saklighet.

2 Uppdraget

2.1 SYFTE

Den 1 juni 2016 ersattes det tidigare trafikledningssystemet HaldaBook med leverantören Snapcode och deras system Alfa.

Länstrafiken i Kronoberg önskar genom denna rapport utvärdera detta införande.

2.2 UTVÄRDERINGENS GENOMFÖRANDE

Som underlag och stöd för denna konsultrapport så har Knowit;

- Erhållit efterfrågade handlingar och dokumentationer som avsett upphandlingsförfarandet och införandeprojekt samt kompletterande åtgärder efter driftstarten fram tills idag.
- Genomfört intervjuer med intern projektledning vid fyra tillfällen samt intervjuat verksamhetsansvariga vid tre tillfällen.

Med detta underlag har Knowit;

- Genomfört analysarbete och sammanfattat dessa och konsultbedömningar i en denna konsultrapport.
- Tagit fram underlag för muntlig presentation av konsultrapporten, vilken Knowit ska muntligt presentera vid Trafiknämndens sammanträde 18 maj 2017.

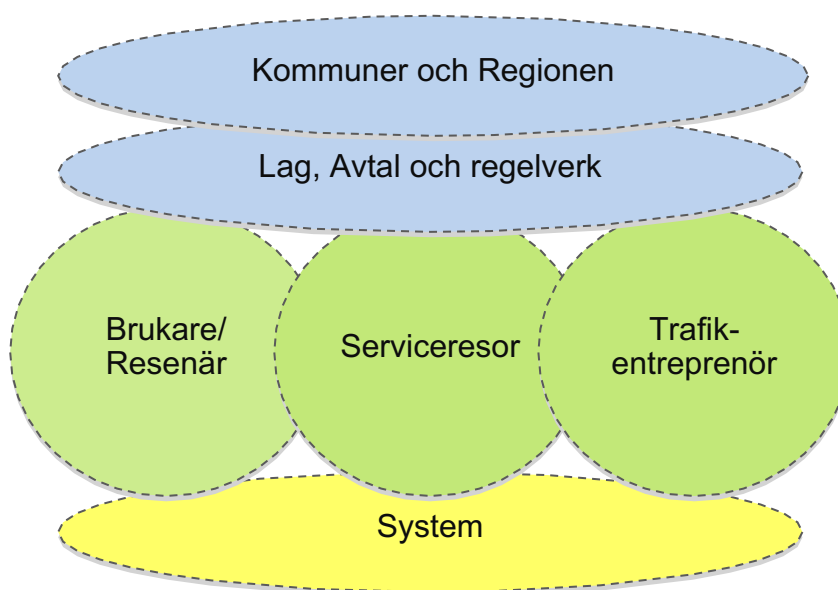


3 Bakgrund

3.1 VERKSAMHETENS KOMPLEXITET

Serviceresor är en komplex och mångfacetterad verksamhet vars framgång bygger på ett väl fungerande samarbete mellan involverade parter såsom uppdragsgivare, brukare/resenärer (kunden), Serviceresor och trafikentreprenörer.

Bilden här nedanför illustrerar beroendet mellan uppdragsgivarna, regelverket, involverade intressenter och systemstödet. Ett samspel som ställer stora krav på tydlig och öppen kommunikation samtidigt som verksamhet kontinuerligt förändras utifrån lagstiftning och nya avtal och regler.



Regionens Serviceresor har under många år haft leverantören Halda och deras system HaldaBook som sitt verksamhetssystem för bokning- och trafikledning. Systemet har kontinuerligt utvecklats utifrån de krav som Länstrafiken har ställt på ett administrativt systemstöd för bokning av sjukresor, färdtjänstresor, riksfärdtjänstresor och kompletteringstrafik.

HaldaBook har under årens lopp utvecklats och integrerats med andra system såsom till exempel Fleetmap för GPS-navigering av fordon, F3000 för hantering av färdtjänstillstånd och ADM3000 för utbetalning av ersättningar till trafikentreprenörer och fakturering avseende kostnader till kommun och region.



3.2 BESLUT

Under 2015 initierades och beslutades att ett nytt boknings- och trafikplaneringssystem skulle upphandlas och implementeras för regionens serviceresor.

Det var två huvudsakliga och avgörande faktorer som var orsaken till detta beslut;

1. Halda hade under flera år aviserat att de inte avser att utveckla HaldaBook ytterligare, eftersom allt färre kunder har kvar HaldaBook. Leverantören kommer därmed sluta supportera systemet inom en snar framtid. Därför tvingas kunder med HaldaBook att ersätta systemet med något nytt.
2. HaldaBook är ett manuellt system och ur IT-synpunkt ett mer omodernt och därmed resurskrävande system än andra på marknaden förekommande system. För att uppnå målsättningen med en ökad effektivisering och administrativt korrekt hantering utifrån regelverket var det behov av att ersätta det dåvarande systemet med ett modernt automatiserat system med högre flexibilitet och skalbarhet.

4 Analys

4.1 UPPHANDLINGSFÖRFARANDET

4.1.1 FRAMTAGANDE AV ANBUDSUNDERLAG

Efter det att beslut fattats om att ersätta Halda så startades upphandlingsprojektet i samverkan med regionens upphandlingsansvariga. I projekt deltog chefen för beställningscentralen som verksamhetsrepresentant från Serviceresor. Övriga deltagare var upphandlingsenheten, IT-infrastruktur och arkitektur, Länstrafikens IT. Även en extern konsult från Neikter Group som var mycket insatt i Serviceresors dåvarande systemuppsättning och som också ansvarade för att skriva den tekniska kravspecifikationen. Serviceresor gjorde ett studiebesök till Eskilstuna där man nyligen gjort en motsvarande upphandling.

Under arbetet med framtagandet av upphandlingsunderlaget så genomfördes även studiebesök, med representation från beställningscentralen i Kronoberg, hos beställningscentralen i Jönköping för att få information om deras Trapez system Pass. Man besökte också Samres i Eskilstuna, som då skötte uppdraget för Sörmland och Gotland som driftades i Alfa.

Under upphandlingsprojektets förstudie togs en kravspecifikation fram som skickades med förfrågningsunderlag som annonserades och distribuerades i enlighet med upphandlingsreglerna för offentlig upphandling. Man upphandlade tjänsten som



en SaaS-lösning, det vill säga att leverantören tar ansvar för driftmiljö som molntjänst och ansvarar för systemunderhåll och systemsupport till Serviceresor.

Konsultbedömning:

Min bedömning är att Länstrafiken gjorde en fullgod bedömning av funktionella och tekniska systemkrav och beskrev dessa i förfrågningsunderlaget som regionens upphandlingsenhet ansvarade för att sammanställa. Som stöd för beskrivandet av sina krav och behov så kunde även Serviceenheten använda sig av sitt stora nätverk av andra enheter för serviceresor. Att man upphandlade tjänsten som en SaaS-/molntjänst är helt i linje med ett modernt och verksamhetseffektivt arbetssätt.

4.1.2 UTVÄRDERING OCH TILLDELNING

Marknaden för system för bokning och trafikplanering är mycket begränsad. Vid anbudstidens utgång så hade två anbud inkommit. Det ena anbudet blev av upphandlingsenheten diskvalificerat eftersom man inte svarat på en fråga i den kvalificerande delen. Den kvarvarande anbudet som kvalificerat sig var Snapcode och deras system Alfa. Avtal tecknades mellan parterna.

Konsultbedömning:

Alfa är ett relativt ungt system för administration för trafikplanering och trafikledning. Systemet är byggt på en modern teknikplattform som ger stora möjligheter till automatisering av arbetsprocesser utifrån den specifika kundens förutsättningar kring regelverk och parametrar.

Systemet Alfa ger därmed stora möjligheter till automatisering och därmed effektiviseringar i Serviceresors verksamhet.

4.2 INFÖRANDEPROJEKTET

4.2.1 INFÖRANDEPLANEN

Införandeprojektet startade officiellt den 1 mars 2016 och driftstarten skedde tre månader senare den 1 juni 2016.

I enlighet med upprättat avtal med Snapcode så var leverantören ansvariga för genomförandet av införandeprojektet, som enligt införandepланen skulle innehålla;

- Konfiguration/upsättning av systemet utifrån Serviceresors lokala regelverk samt parametersättning.
- Tester för säkerställande av uppsatt regelverk, parametersättning, kartvyer, fordonsflotta etc. samt att testa automatiken vid ”bokning av bil”
- Utbildning av användare och systemförvaltare
- Driftsättning, där även person från leverantören skulle vara på plats

Den korta införandeperioden på tre månader föranleddes av att man önskade gå i drift den 1 juni 2016, innan semesteruppehållet. Man önskade också från verksamhetens sida att trafikentreprenörerna skulle hinna komma igång och jobba i det nya systemet



innan den nya trafikupphandlingen skulle gå ut. Detta för att entreprenörerna skulle kunna ta hänsyn till det nya systemet i sina anbudssvar och sin prissättning av densamma. Den ursprungliga planen var att trafikupphandlingen skulle gå ut redan i juni men blev framskjuten till september och sedan ytterligare en gång till i slutet av december.

Ett annat skäl till att genomföra införandet under en kort period var att IT-enheten inom Regionen har stopp för införande av nya system under sommarperioden. Om systemet inte skulle varit driftsatt till den 1 juni så skulle man alltså fått vänta till september och därmed skulle man inte kunnat få entreprenörerna att använda och utvärdera systemet innan de skulle lämna sina anbud i den planerade trafikupphandlingen.

Som referenskund tittade man på Sörmland som har erfarenheter av drift i systemet Alfa. Sörmland har ungefär dubbelt så många resor som Kronoberg och geografien relativt likartad. Dock ser deras regelverk och avtal med entreprenörer helt annorlunda ut och fordonsflottan är större i förhållande till antalet resor som utförs.

Konsultbedömning:

En införandeperiod på tre månader är rent generellt en extremt kort tidsperiod för ett komplext system som ALFA, där Serviceresors regelverk ska speglas och fordonsflottan utnyttjas på ett ekonomisk optimalt sätt. Varje bokning av bil är tänkt att fungera utifrån en strikt automatiserad process. Uppsättningen av det unika regelverket och entreprenörsavtalen är komplicerat och tidskrävande.

Det är naturligtvis alltid enkelt att i efterhand se vad som kunde gjorts annorlunda och bättre, men min uppfattning är att leverantören Snapcode efter den inledande kartläggningen borde insett att det regelverk som skulle sättas upp i den unika kundleveransen var så omfattande att den skulle kräva mer tid än vad man tillsammans med Serviceresor skulle hinna med under tre månader, för att få en smidig övergång till sitt nya system och det nya arbetssättet för Serviceresor.

4.2.2 RESURSER UNDER INFÖRANDEPROJEKTET

Under införandeprojektet så allokerades lokalt 2,5 tjänster, bestående av en verksamhetsutvecklare, en driftledare (trafikplanerare) samt en extra resurs för inmatning av parametrar utifrån gällande regelverk, fordonsflotta och geografiska förutsättningar.

Konsultbedömning:

Jag tycker att dimensioneringen med 2,5 tjänster var rimligt beräknad och kompetenssäkringen i gruppen var god. Dessa personer inklusive konsultstödet från SnapCode jobbade fokuserat och effektivt under den tid som stod till buds. Dock, återigen, införandeperioden var för kort för att hinna med både uppsättning, test och utbildning av användare innan det var dags för driftstart.

4.2.3 DESIGN OCH KONFIGURATION

Alfas stora fördelar jämfört med det tidigare systemet är automatiseringen av arbetsprocessen som medför att systemet gör bokningar i realtid, det vill säga att



resan planeras ut på bil direkt vid bokningstillfället. Därmed är resan bokad och ”handen skakad med kunden”. Det systemet sedan gör är att kontinuerligt omboka och samplanera turer så att fordonsflottan utnyttjas på ett optimalt sätt utifrån gällande regelverk och ingångna transportörsavtal. Bokningar kan enligt resereglementet beställas från 14 dagar ner till 60 minuter före avresa.

Konsultbedömning:

Uppsättningen av systemet utifrån Serviceresors regelverk blev inte fullt ut färdigställt till driftstarten. Systemet behövde utvecklas ytterligare när det gällde möjligheter till att sätta regler och konfigurationer för att uppnå det resultat som Serviceresor önskade och förväntade sig kunna åstadkomma. Dessa inställningsmöjligheter fanns inte i systemet vid driftstarten.

De flesta problem har leverantören efter driftstarten löpande kunnat åtgärda, men fortfarande kvarstår en del brister i funktionaliteten för att systemet ska fungera på det automatiserade sätt som varit serviceresors förväntan och krav.

Ett stort problem som man haft allt sedan driftstarten och fortfarande har är att automatiken för att bokning på bil redan vid beställningen inte fungerat utifrån det regelverk som man har, tillgången på olika fordonstyper och länets geografiska karaktär. Detta har inneburit att mängder av bokningar hamnar på ”hyllan” vid bokningstillfället och trafikplanerarna därför får hanteras dessa mer eller mindre manuellt med all den problematik som detta medför eftersom Alfa inte är uppbyggt för att kunna hantera manuella bokningar och samplaneringar. Antalet sådana ärenden har ganska konstant legat på 100 stycken, vilket orsakat både frustration och ökad arbetsbelastning för trafikplanerarna.

4.2.4 TESTER

Tester har utförts av uppsättningen i begränsad omfattning under införandeprojektet.

Konsultbedömning:

Jag anser att man från leverantörens sida undervärderade behovet av tester innan man driftsatta systemet. Visserligen gjorde man tester löpande, men jag anser att det borde genomförts fler tester där man kunde följa hela arbetsflödet, från bokning på bil vid bokningstillfället till omplanering en timme före effektivering av resan för att optimera turer och val av mest rätt fordon utifrån reglemente och resenärsbehov.

Ett mer omfattande testförfarande hade troligen kunnat eliminera en del av de brister i uppsättningen som blev uppenbart då man gick i skarp drift den 1 juni 2016.

4.2.5 UTBILDNINGSINSATSER

Under införandeprojektet ”utbildades” tre personer till funktionen att fungera som systemadministratörer. Denna ”utbildning” var integrerad i det införandeuppdrag som dessa tre personer hade tillsammans med systemleverantören.

Beställningsmottagare fick en heldagsutbildning per anställd och trafikplanerarna fick också en utbildningsdag strax före driftsättningen



Konsultbedömning:

Jag anser att den utbildningsinsats som erbjöds av leverantören långt ifrån var tillräcklig för att gå i drift med hela verksamheten vid ett och samma tillfälle.

Beställningsmottagarnas utbildningsinsats borde varit mer omfattande och erbjudits vid olika tillfällen med möjlighet att praktiskt testa på egen hand i en separat utbildningsmiljö. Detsamma gäller trafikplanerarna som fick sin utbildning precis innan driftstarten och inte fick chansen att på egen hand testa i en utbildningsmiljö där produktionsmiljön är speglad. Att utbildningar var så begränsade i sin omfattning misstänker jag berodde på den tidspressade införandeperioden, men det är nästan alltid ett dåligt omen när man kortar ner utbildningsinsatserna och inte heller ger förutsättningar för att man som användare ska få praktiskt testa och därmed öva upp sin färdighet och trygghet i systemet innan man går i skarp drift.

Vid uppstarten så var en konsult från Snapcode fysiskt på plats för att pedagogiskt finnas som stöd. Det var ett bra initiativ, men önskvärt hade varit att det funnits fler från leverantören på plats.

4.2.6 INFORMATION

Serviceresor gick ut med skriftlig information till såväl uppdragsgivare, resenärer och trafikentreprenörer under införandeprojektet och därefter löpande.

I samtliga forum som Serviceresor har gentemot uppdragsgivare, resenärer och entreprenörer så har man rapportera om hur införandet löpt och vilka åtgärder man vidtar för att utveckla såväl system som handläggande.

Serviceresor har en sedan lång tid tillbaka en inarbetad rutin att hantera all kundärenden via sitt ärendesystem Respons. Vid driftstarten var det massmediala intresset mycket stort och det dröjde endast ett par timmar innan den första artikeln publicerades kring ”problem” som uppstått. Under denna intensiva uppstarts fas, som det alltid blir då man tar ett nytt system i drift, så var det olyckligt att massmedia bara tog fasta på det negativa, inte allt det positiva som ett nytt och mer användarvänligt skulle komma att innebära. Effekten av detta blev att många brukare och även entreprenörer blev oroliga och tog dessa fåtalet problem som regel mer än undantag. Telefonlinjerna in till bokning och trafikplanering blev helt nedringda, vilket naturligtvis påverkade införandet negativt. Tid som skulle läggas på intrimning fick istället läggas på att hantera oroliga resenärer som helt plötsligt inte trodde att de skulle få den resa som redan var bokade.

På detta vis blev massmedia en ”kanal” för att hantera kundärenden istället för det väl fungerande ärendeflödet i systemet respons. Något som sedan tog ett tag att återetablera till situationen före driftstarten.

Serviceresor och dess chef har sedan driftstarten gått ut med många kompletterande informationer till uppdragsgivare, brukare och entreprenörer för att löpande informera om systemet Alfa och hur regelverket uppfylls. Nämnas kan också att serviceresors chef numera regelbundet går ut med månadsbrev till alla trafikentreprenörer.

Konsultbedömning:

När det gäller information så finns det en regel som säger att man aldrig kan informera tillräckligt. När det gäller detta projekt så upplever jag att alla involverade



parter anser att just informationen kunde blivit mer omfattande. Jag tycker personligen att den information som gavs var både saklig, väl balanserad och tydlig men man kunde skickat ut fler informationsmeddelande och därmed säkert många frågor som oroliga resenärer och trafikentreprenörer tyngde de anställda med. Dessa tog både energi och tid från de anställda som varit mer betjänta av att lära systemet.

En faktor som tyvärr också tog allt för mycket kraft från införandet vid driftstarten var det sätt som massmedia agerade på i lokalpressen. Bristen på saklig information och förståelse från massmedia blev mycket påfrestande för alla involverade parter.

4.3 ÅTGÄRDER EFTER DRIFTSTART

- Utvecklingsprojekt Neo startade under hösten 2016 för att skapa en ny planeringsalgoritm för att ytterligare utveckla den automatiska planeringen i systemet och uppnå det resultat av planeringen som man är ute efter. Enligt den fastställda tidplanen så kommer denna planeringsalgoritm att finnas i systemet från den 2 juni 2017.
- Korrigeringar och kompletteringar i systemuppsättning och parametersättning har skyndsamt genomförts då dessa identifierats av Serviceresor och Snapcode.
- Ett projekt för att utveckla och kvalitetssäkra kundkommunikationen har startats upp och kommer att fortlöpa kontinuerligt.
- Serviceresor sammanställer uppdaterande information kring verksamheten och systemutvecklingen i månadsbrev, vilket distribueras ut till alla entreprenörer.
- Som en del introduktion av nyanställda så finns möjlighet för den anställda att följa med en entreprenör under en halvdag för att se och lära samt etablera en god relation mellan varandra.
- Träffar med trafikentreprenörer genomförs 1-2 gånger per termin.
- Samtliga anställda på Serviceresor får uppdaterat veckobrev som chefen sammanställer och skickar ut.



- Arbetsbetsbeskrivningar, rutiner, scheman revideras kontinuerligt, liksom användarmanualer för systemstödet Alfa.
- Kundärenden sammanställs, utreds, redovisas samt återkopplas i ett särskilt kvalitetssystem, respons.
- Ärendehantering gällande ALFA hanteras i ärendehanteringssystemet Jira. En Jira-grupp är utsedd bestående av representanter från Serviceresor och leverantören Snapcode.
- Anpassningar har skett i regelverket med anledning av systembytet. Från och med den 1 juni 2017 ändras regelverket för färdtjänst och Riksfärdtjänst.

5 Sammanfattande bedömningar

Avslutningsvis vill jag framföra min uppfattning att införandet av ett nytt trafikplaneringssystem har genomförts på ett av alla parter mycket engagerat och målinriktat sätt.

De utmaningar och problem som man ställts inför har både Serviceresor och Snapcode snabbt identifierat och idogt arbetat för att korrigera och förbättra.

Jag har som oberoende konsult kunnat konstatera att det pågår ett stort antal utvecklingsinsatser inom Serviceresor som samlat har till syfte att förbättra och effektivisera verksamheten till gagn för såväl uppdragsgivare, brukare, entreprenörer som den egna personalen på serviceresor.

Sammanfattningsvis har jag nedan i punktform identifierat ett antal bedömningar som denna utvärdering önskar presentera, dels för att förklara resultatet av införandeprojektet, dels för att kunna utgöra lärdomar inför framtida liknade projekt.

- Införandeperioden på tre månader var en allt för kort tidsperiod för denna typ av komplext verksamhetspåverkande projekt. Dessutom innebar denna systemförändring att man lämnade ett till största delen manuellt system och erhöll ett modernt automatiserat system som bygger på ett standardiserat arbetssätt.
- Den förväntan som Serviceresor hade på ett automatiserat system kunde inte levereras vid driftstarten och detta anser jag leverantören borde kunnat kommunicera tydligare.



- Det fanns flera brister i uppsättningen och parametersättning som kvarstod vid driftstarten som påverkade driftstarten negativt. Den oro som uppstod bland brukare och trafikentreprenörer överraskade Serviceresor och innebar en stor press och tuff arbetsbelastning för alla involverade.
- Möjligheten att arbeta automatiserat fungerar fortfarande inte tillfredsställande. Många bokningar läggs än i dag på ”hyllan” och medför att manuellt arbete måste ske från trafikledning. Den nya planeringsalgoritm (Neo) som leverantören utvecklat sedan i höstas är testad av leverantören och kommer ersätta nuvarande version i juni 2017. En hög förväntan råder från Snapcode att denna uppgradering ska medföra en radikal förbättring för automatiseringen.
- Från driftstarten i juni fram till idag har en rad olika korrigeringar gjorts av buggar och fel i systemet samt uppsättningar av parametrar. Man har därmed löst ett stort antal av de fel och brister som systemet uppvisade vid uppstarten.
- Införandeprojektet saknade ett mer genomarbetat testförfarande, där kvalitetssäkring av uppsättning mot Länstrafikens regelverk, fordonsflotta och geografiska begränsningar. Optimalt hade varit om man kunnat genomföra en pilotstudie.
- Utbildningsinsatserna var otillräckliga inför driftstarten. Systemadministratörer utbildades parallellt under införandeperioden, eftersom de deltog i projektuppsättningen, men borde fått en introduktionsutbildning i systemet inledningsvis av införandeprojektet. Beställningsmottagare och trafikplanerare fick endast en dags utbildning vardera och denna precis innan driftstarten. Utbildningen borde delats upp på fler tillfällen och en utbildningsmiljö borde erbjudits av leverantören så att man fått möjlighet att öva praktiskt i en speglad produktionsmiljö innan driftstarten.
- Vid driftstarten saknades tydliga manualer för hur systemadministrationen, exempelvis hur man sätter upp tillstånd, göra fordonsinställningar etc.
- När det gäller informationen ut till intressentgrupperna så har man informerade stegvis och på ett pedagogiskt bra sätt. Verksamheten överraskades av den oro som uppkom direkt vid driftstarten av det nya systemet och som innebar att man blev helt nerringda under första veckorna. Med facit i hand så hade man kunnat motverka en del av denna oro genom mer riktad information ut till uppdragsgivare, brukare/resenärer och trafikentreprenörer.



Växjö 2017-05-08
Ola Johansson
Knowit HRM AB