

Samkjøring med mobilapplikasjon som framtidig transportløsning for utkantstrøk

Erfaringer fra prosjektet «S for Steigen»

Torhild Andrea Schrøder Elvik

Bygg- og miljøteknikk

Innlevert: juni 2018

Hovedveileder: Eirin Olaussen Ryeng, IBM

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Institutt for bygg- og miljøteknikk

Forord

Denne masteroppgaven markerer avslutningen på mitt femårige studieløp ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet og er utarbeidet våren 2018. Studiet heter Bygg- og miljøteknikk og tilhører Institutt for bygg- og miljøteknikk. Oppgaven tilsvarer 30 studiepoeng og tilhører hovedprofilen Transport.

Jeg vil i første rekke takke min veileder Eirin Ryeng for god faglig støtte. Takk også til Statens Vegvesen ved James Odeck for økonomisk støtte i forbindelse med arbeidet mitt. En stor takk til Elan Berg i Same-Way som har lagt godt til rette for at jeg kunne bruke mobilapplikasjonen i prosjektet mitt.

Arbeidet har i stor grad bestått i å engasjere andre mennesker til deltakelse, og prosjektet hadde ikke vært mulig uten andres hjelp. Takk til Lone Lervåg, Håkon Finne og Hans Torvatn i SINTEF for tips til metodisk tilnærming. Takk til de lokale aktørene i Steigen som hjalp meg med å markedsføre prosjektet, og da spesielt til Cermaq og Nybrygga for økonomisk støtte. Til folk i som bor og reiser i Steigen vil jeg si takk for deres engasjement. Takk spesielt til familie og venner som har støttet meg og som har valgt å spre prosjektet mitt videre.

Jeg har valgt å skrive denne rapporten på jeg-form. Det ble naturlig fordi jeg tok en aktiv rolle i prosjektet jeg igangsatte. Jeg som person var involvert i prosessen og kan best beskrive aktivitetene og vurderingene jeg gjorde på denne måten. Fordi jeg selv er oppvokst i utkantstrøk og har opplevd hvordan det er å reise der, har jeg også et personlig forhold til teamet i oppgaven. Det var fint å jobbe med noe som engasjerte meg personlig, men også utfordrende å være objektiv til funnene og ikke bli for privat.

Trondheim 22. juni 2018



Torhild Andrea Schrøder Elvik

Sammendrag

I denne rapporten vurderer jeg potensialet for å bruke en telefonapplikasjon (app) til samkjøring i utkantstrøk. Hensikten er å bidra til å utvikle nye transportløsninger for distriktene, fordi store deler av Norges befolkning bor der. Der er ofte bilbruken høy og det kan tenkes at en slik applikasjon kan gi grunnlag for å samkjøre. Fokuset i denne studien har vært å se på faktorer som står i veien for eller bidrar til å danne en fungerende løsning. Jeg har undersøkt følgende tre forhold for å vurdere potensialet: Folks holdninger og adferd i møte med en applikasjon, potensielle reiser for samkjøring og applikasjonens funksjoner.

Jeg har gjennomført et prosjekt som aksjonsforsker der jeg har tatt en aktiv og deltakende rolle i prosessen for å skape en forandring. Jeg igangsatte et prosjekt i min egen hjemkommune, Steigen i Nordland, hvor jeg forsøkte å få folk til å bruke samkjøringsappen «Same-Way». Jeg planla det hele ved hjelp av en resonnementskjede og brukte senere kjeden til å evaluere hvordan prosessen hadde utartet seg.

En innledende forstudie med fem dybdeintervjuer ble brukt til å forberede markedsføring og datainnsamling. Facebook var den primære markedsføringskanalen, og fra prosjektets egen Facebook-side ble det samlet statistikk om brukerne som så innleggene. Jeg delte blant annet informasjon om appen og arrangerte konkurranser. Av brukerne med geografisk plassering i Steigen som så innleggene, valgte 40% å følge siden.

I løpet av de 7 ukene som prosjektet pågikk ble det registret 105 nye brukere i Steigen eller med tilknytning til Steigen i Same-Ways database. Av disse var det 53 personer som la ut reiser, noen bare i forbindelse med konkurranser jeg arrangerte. Det ble lagt ut 80 enkeltreiser som antas å være reelle søk etter samkjøring. Det ble ikke avtalt og gjennomført noen samkjøringsreiser gjennom appen.

En spørreundersøkelse ble delt på Facebook og på epost til en bedrift, og 135 personer svarte. Det kom fram at personer som hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss eller var medlem av gruppen «Steigen Skyss&Frakt» på Facebook utgjorde minst 31% av dem som hadde lastet ned appen. Kvinner viste et større engasjement for prosjektet og samkjøring enn menn. Mange folk så ut til å være avventende og tok aldri skrittet med å laste ned appen selv om de var interesserte. Denne gruppen oppga i spørreundersøkelsen at de ikke hadde hatt behov

for appen enda. Kombinasjonen av for få brukere over et stort område, for få reiser som ble lagt ut og at folk ikke opplevde å se annen aktivitet i appen, gjorde at folk ga opp å finne samkjøring og at det dukket opp færre nye brukere utover i forsøksperioden.

To typer reiser skilte seg ut blant forespørslene som ble lagt ut i appen. De lange reisene til og fra Steigen utgjorde den største andelen av reisene med 61%. De resterende 39% var reiser innad i kommunen. Mer enn to tredjedeler av disse startet eller endte i kommunesenteret og mer enn to tredjedeler ville tilby skyss. Man fant igjen disse to typene reiser i respondentenes svar. Det fremkom at de lengre reisene var særlig aktuelle for unge og folk som ikke bor, men besøker og reiser i Steigen. Flere av dem som noen ganger reiser i Steigen hadde tatt skrittet og lastet ned appen. Blant respondentene som bodde i Steigen var bilholdet høyt. Disse oppga samtidig at miljøhensyn og det å kunne hjelpe hverandre var viktige argumenter for mer samkjøring, mens økt mobilitet ble valgt av relativt få.

Etter erfaringene i Steigen ser det ut til at en framtidig samkjøringsapplikasjon bør være enklere utformet. At appen «matcher» de reisende er ikke nødvendig når reisene ofte starter og ender ved de samme sentrale stedene, og det kan snarere føre til at man går glipp av en mulighet til å samkjøre. Folk vil lete etter passende reiser selv og ikke være bundet av stedet og tidspunktet de selv fastsetter. Under de omstendighetene som var, hadde samkjøring lite potensial. Ved å satse på noen spesielle reiser og befolkningsgrupper, med en godt tilpasset løsning og erfaringene fra dette prosjektet, anser jeg at det er potensiale for en slik applikasjon. Det vil imidlertid kreve betydelig utvikling og tiltak. En klar sammenheng mellom innsatsen jeg gjorde som aksjonsforsker og de aktivitetene som oppstod viser at stimuli utenfra er nødvendig.

Abstract

Throughout this study, I have been assessing the potential for mobile application based ridesharing in rural areas. The aim was to contribute to the development of novel transportation solutions benefiting this part of the population. In Norway, a significant part of the population live outside the cities, representing a group of people with a high car usage. Considering this as a basis for ridesharing, the goal was to provide knowledge about people's needs and attitudes, specific situations being favourable for sharing a ride and the functionality of the application. These factors were assumed to have a close relation to the potential of the application.

The study was conducted using the action research approach, a research design where the involvement from me as a researcher is fundamental. I have been working actively to change the habits of the inhabitants of Steigen Municipality by introducing a mobile application called Same-Way. An evaluation of the process was conducted using a method called "chain of reasoning".

Initially, five in-depth interviews were carried out, creating knowledge-foundation for further investigations and to get some ideas for marketing and advertising the mobile application. A Facebook-page was used as the main marketing channel. People were invited to get information, instructions about the application and to join competitions. From that page, I got statistics about the number of people reached and engaged by my posts. Among the Facebook users in Steigen being reached, 40% chose to follow the page.

By the end of 7 weeks, 105 people living in Steigen or being linked to the project in other way, downloaded the application. Among them, 53 people posted a ride. Some of them participated in one of my competitions and never posted an actual request. The total number of trips considered requests was 80. None of the users where able to share rides with each other using the application.

A survey was conducted and shared through Facebook and email. The survey revealed that at least 31% of the 105 Same-Way users were people having used Facebook for such requests and/or being members of the Facebook group "Steigen Skyss&Frakt". Women were more engaged in the project and in ride sharing than men. One barrier for the success of the

application seems to be that people tend to wait and see. They claim that they did not feel the need as the reason for not having downloaded it, even though they are positive to the idea.

The first users gave up quickly and new users did not appear. The reason seems to be a combination of few users, the geographic area being large, few requests from each user and users not experiencing any activity in the application.

Two main types of requests were posted in Same-Way. More than one half started or ended outside the municipality. The rest of the requests were posted within Steigen, where two thirds started or ended in the administrative centre of the municipality, and two thirds were from drivers. The long rides were a more attractive alternative to the young respondents, and for those visiting and travelling within Steigen (but not living there). The people living in Steigen would use the application for shorter rides, to help the environment and help other people. It seems that the inhabitants of Steigen has a high car access, and thereby many of them do not consider mobility as a reason for joining ridesharing activities.

A simple and less dynamic type of application seem to be better suited to the conditions in Steigen. Matching of drivers and passengers based on addresses and departure time did not work. The requests often started or ended in certain locations that could have been predefined, and the users would rather prefer looking through a list of “available” rides than having to decide all details beforehand. Considering the circumstances in this project, the potential of the system was too low to function for the conditions in Steigen. The potential for a custom-made solution, aimed at certain trips and groups of people is present. Moving towards this is not straight forward and there is a need for development and involvement. The strong correlation between my marketing activities and people’s engagement shows that, for now, ridesharing with an application in rural areas is dependent on an action researcher or similar.

Innhold

Forord	I
Sammendrag	III
Abstract	V
Innhold	VII
Figurer	IX
Tabeller.....	X
1. Introduksjon	1
1.1 Avgrensning av hovedtema	1
1.2 Bakgrunn	3
1.2.1 Befolkning i utkantstrøk	3
1.2.2 Steigen kommune – beliggenhet og transporttilbud	5
1.2.3 Høy bilbruk og dårlig kollektivtilbud	6
1.2.4 Eksisterende løsninger og holdninger	7
1.2.5 Bærekraftige løsninger	8
1.3 Problemstilling	9
1.4 Rapportens oppbygning.....	10
2. Metoder	11
2.1 Litteratursøk og annen informasjonsinnhenting.....	12
2.2 Metodisk tilnærming	13
2.2.1 Undersøkelsesdesign: Aksjonsforskning	14
2.2.2 Evalueringsverktøy: Resonnementkjede.....	14
2.2.3 Markedsføring gjennom prosjektet «S for Steigen»	15
2.3 Metoder for datainnsamling	18
2.3.1 Forstudie: Dybdeintervjuer	18
2.3.2 Måling av interesse og bruk av app	19
3. Samkjøringsapplikasjoner i dag og i tidligere studier.....	23
3.1 Delingsøkonomi og teknologi i transportsektoren	23
3.2 Politisk vilje til samkjøring	24
3.3 Ulike apper – ulike funksjoner og markeder	25
3.4 Studier om samkjøring	28
3.5 Mobilsamåkning på landsbygda i Sverige	31
3.6 Oppsummering av litteraturen.....	32

4. Planlegging og gjennomføring	33
4.1 Vurdering av applikasjoner	34
4.2 Dybdeintervju som forstudie	35
4.3 Plan for endring: Resonnementkjeden	39
4.4 Markedsføringstiltakene	42
4.5 Planlegging og distribusjon av spørreundersøkelse	45
4.6 Oppsummering av planlegging og gjennomføring	46
5. Resultater	47
5.1 Aktivitet på Facebook	47
5.1.1 Demografisk analyse	47
5.1.2 Utvikling av rekkevidde, engasjement og følgere over tid	50
5.2 Aktivitet i Same-Way-appen	53
5.2.1 Nedlastninger av appen	53
5.2.2 Reiser lagt ut i Same-Way-appen	55
5.3 Spørreundersøkelsen	64
5.4 Andre tilbakemeldinger	79
6. Diskusjon av resultater og funn	81
6.1 Evaluering av «S for Steigen» - Resonnementkjeden	81
6.1.1 Introduksjonen av appen	81
6.1.2 Valget om å laste ned appen	83
6.1.3 Leting etter aktuelle samkjøringsreiser	85
6.1.4 Avtaler om samkjøring	87
6.2 Generelle funn	88
6.3 Pålitelighet i metodene	95
6.4 Overførbarhet til andre steder	96
7. Konklusjon	99
8. Referanser	103
Vedleggsliste	107

Figurer

Figur 1: Kommuner med ingen eller mindre enn 20% av befolkningen i tettsteder. Modifisert etter Statistisk sentralbyrå (2016).....	3
Figur 2: Befolkningstetthet og andel befolkning i tettsteder i Norges kommuner. Modifisert etter Statistisk sentralbyrå (2016), Statistisk sentralbyrå (2017) og Kartverket (2017). Merk: Sola, Stavanger, Tønsberg og Sandefjord er ikke plottet på grunn av endringer i kommunegrenser i 2017.	4
Figur 3: Befolkningstetthet og andel befolkning i tettsteder i Norges kommuner, kommuner med mindre enn 50 innbyggere per km ² . Modifisert etter Statistisk sentralbyrå (2016), Statistisk sentralbyrå (2017) og Kartverket (2017).	4
Figur 4: Kart over Steigen, byer i nærheten, steder i og utenfor kommunen og de tre hurtigbåtkaiene med faste anløp.....	5
Figur 5: Profilbildet til Facebook-siden "S for Steigen"	16
Figur 6: Tre skjermbilder fra Same-Way-appen: Enkelttur, "I nærheten"-knappen og kart over bruker i nærheten.....	28
Figur 7: Tidsforløp for aktiviteter i forbindelse med prosjektet "S for Steigen".	33
Figur 8: Resonnementkjede for evaluering av «S for Steigen».....	39
Figur 9: Dato for iverksettelse av ulike markedsføringstiltak utenfor og på Facebook.....	42
Figur 10: Alders- og kjønnsfordeling på personer som har fått innlegg fra «S for Steigen» vist på skjermen sin. Hentet 3. mai	48
Figur 11: Alder og kjønn på følgere av «S for Steigen». Hentet 3. mai 2018	48
Figur 12: Land, by/sted og språk for de som så innhold fra «S for Steigen». Viser de 4 med flest personer. Hentet 3. mai 2018.....	49
Figur 13: Land, by/sted og språk for følgerne av «S for Steigen». Viser de 4 med flest personer. Hentet 3. mai 2018	49
Figur 14: Total rekkevidde (antall personer nådd) for innlegg fra Facebook-siden til «S for Steigen» hver dag	51
Figur 15: Antall engasjerte brukere på Facebook-siden til «S for Steigen» hver dag	51
Figur 16: Antall nye personer som har likt siden. (Unike brukere) og antall som har sluttet å like.....	52
Figur 17: Antall nedlastninger av Same-Way, akkumulert.....	53
Figur 18: Antall nedlastninger av Same-Way-appen hver dag	54
Figur 19: Reiser lagt ut i Same-Way-appen i Steigen, grovsortering	56
Figur 20: Antall enkeltreiser til og fra Steigen som ble lagt ut hver dag i Same-Way-appen .	59
Figur 21: Antall enkeltreiser innad i Steigen som ble lagt ut hver dag i Same-Way-appen	59
Figur 22: Alle reisene som ble lagt ut i Same-Way-appen, sortert etter kategori og personen som la dem ut og	61
Figur 23: Antall respondenter i de ulike aldersgruppene og etter tilknytning til Steigen. Spørsmål 2,3, og 4.....	65
Figur 24: Andel av personer i ulike grupper som oppga de ulike faktorene for deltakelse i "S for Steigen". Spørsmål 16. Se flere detaljer i vedlegg K.....	66
Figur 25: Antall førerkort og biler i husstanden. Viser andel av respondentene utenfor og i Steigen som oppga de ulike alternativene. Spørsmål 6 og 7	67
Figur 26: Bilbruk og personbelegg. Viser andel av respondentene utenfor og i Steigen som oppga de ulike alternativene. Spørsmål 8 og 9.....	67

Figur 27: Antall respondenter fordelt på kjennskap til gruppen «Steigen Skyss&Frakt» og om de har brukt Facebook til å etterspørre skyss. Spørsmål 18 og 19	69
Figur 28: Vurdering av påstander angående bruk av Facebook til skyss og frakt. Viser gjennomsnitt av svar på en skala fra 1 (uenig) til 6 (enig). Fordelt på personer som har og ikke har brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss og frakt. Spørsmål 19 og 20. Se flere detaljer i vedlegg N	70
Figur 29: Antall respondenter som har lastet ned Same-Way-appen, fordelt på aldersgruppe og tilknytning til Steigen. Spørsmål 2,3 og 21	71
Figur 30: Respondentene som hadde lastet ned Same-Way fordelt på kjennskap til «Steigen Skyss&Frakt» og bruk av Facebook til å tilby/etterspørre skyss. Spørsmål 18, 19 og 21	72
Figur 31: Vurdering av påstander angående Same-Way-appen. Viser gjennomsnitt av svar på en skala fra 1 (uenig) til 6 (enig) for respondentene som hadde lastet ned appen. Spørsmål 27. Se flere detaljer i vedlegg O	74
Figur 32: Andel av respondentene i ulike grupper som oppga ulike alternative bruksområder for en app i fremtiden. Spørsmål 31. Se flere detaljer i vedlegg L	76
Figur 33: Vurdering av realistiske anvendelsesområder for en samkjøringsapp i fremtiden. Viser gjennomsnitt av svar på en skala fra 1 (ikke realistisk) til 10 (realistisk), etter svar fra personer som hadde og ikke hadde lastet ned Same-Way-appen. Spørsmål 28. Se flere detaljer i vedlegg P	77
Figur 34: Andel av respondentene i ulike grupper som oppga ulike årsaker til å ta i bruk en samkjøringsapp i fremtiden. Spørsmål 32. Se flere detaljer i vedlegg M	78

Tabeller

Tabell 1: Reiser lagt ut i Same-Way-appen i Steigen, detaljert sortering	58
Tabell 2: Antall reiser i Same-Way-appen innad i Steigen og til/fra Steigen, fordelt på kategoriene passasjer, sjåfør og gods. Viser også andel av reisene innen hver type enkeltreise som tilhører hver kategori.	60
Tabell 3: Tilfeller hvor et problem med funksjonene førte til at reiser i Same-Way-appen ikke ga treff	62
Tabell 4: Transportmiddel til jobb/skole i sommer- og vinterhalvåret. Viser fordelingen i og utenfor Steigen, og for alle respondentene samlet. Spørsmål 10 og 11	68
Tabell 5: Antall reiser lagt ut i Same-Way-appen som sjåfør og som passasjer for alle som hadde lastet ned applikasjonen. Spørsmål 23 og 24	73
Tabell 6: Aktuelle måter å bruke en samkjøringsapp i fremtiden blant de bosatte i Steigen, de utenfor og alle respondentene under ett. Viser andelen av respondentene i hver gruppe	75

1. Introduksjon

Nullvekstmål, utvidet kollektivtilbud, sykkelekspressveier og intelligente transportsystemer er eksempler på tiltak som skal hjelpe Norge med å redusere utslippene av klimagasser fra transportsektoren. Slike tiltak har størst effekt i byene, på grunn av stor nok befolkningstetthet. Norge er imidlertid et mangfoldig land på mange måter, også når det gjelder bostedsmønster og reisevaner. Det er mange som bor i kommuner med liten befolkningstetthet og liten andel i tettsteder, og i slike områder er man ofte sterkt avhengig av bil.

Formålet med dette prosjektet er å teste en samkjøringsapplikasjon i utkantstrøk. Det kan tenkes at samkjøringsapper kan utvikles og brukes i utkantstrøk i fremtiden på bakgrunn av høy bilbruk, lite kollektivtilbud og at folk i dag bruker grupper på Facebook til å organisere skyss. Tanken er at man ved hjelp av samkjøring kan reise mindre med egen bil. Det vil være et enkelt tiltak, hvor man benytter plassen i bilene som allerede kjører på veien.

I dette kapitlet utdypes tema og bakgrunnen for å undersøke samkjøring i utkantstrøk. Deretter formuleres problemstillingen og forskningsspørsmålene som rapporten konsentrerer seg om. Til slutt gis en beskrivelse av oppgavens videre oppbygging.

1.1 Avgrensning av hovedtema

Samkjøring og *utkantstrøk* er hovedtemaene i dette prosjektet. Det er to vide begreper som kan benyttes i flere sammenhenger. Derfor er det nødvendig med en avklaring av hvordan de brukes i denne rapporten. I tillegg forklares hva som menes med en *telefonapplikasjon*.

Samkjøring er når to eller flere personer med sammenfallende transportbehov reiser i samme bil. Det er to viktige forutsetninger som må oppfylles for at en tur skal kunne anses som samkjøring og som skiller samkjøring fra ulovlig taxi-virksomhet (Gargiulo *et al*, 2015). For det første skal personen som tilbyr skyss ha et eget ærend i samme retning som passasjereren. For det andre skal ikke sjåføren tjene penger på turen, men kan dele på transportutgiftene med passasjereren.

Samkjøring kan skje på mange måter; for eksempel gjennom en fast avtale mellom kolleger om å kjøre sammen til jobb eller gjennom å møtes på bestemte steder, for eksempel kollektivknutepunkter (Chan and Shaheen, 2012). Det sistnevnte kalles «slugging» og har vært vanlig flere steder i USA. I denne studien ser man på det å koble sammen sjåfører og passasjerer som skal samme vei ved hjelp av smarttefonteknologi. På en smarttelefon kan man legge inn en *telefonapplikasjon* eller *app*. Ordet *app* refererer til små dataprogrammer for små enheter som smarttelefoner (Dvergsdal, 2018). Ulike apper utvikles for bestemte formål, som samkjøringsapper for samkjøring.

Utkantstrøk brukes gjerne om områder med lav befolkningstetthet, altså stort landareal per innbygger. Dette kan være områder med langt mellom husstandene, eller områder der folk bor i tettsteder med større ubebodde områder utenfor. Tettsteder defineres av Statistisk Sentralbyrå som områder med mer enn 200 innbyggere der det er maksimalt 50 meter mellom husene (Statistisk sentralbyrå, 2016).

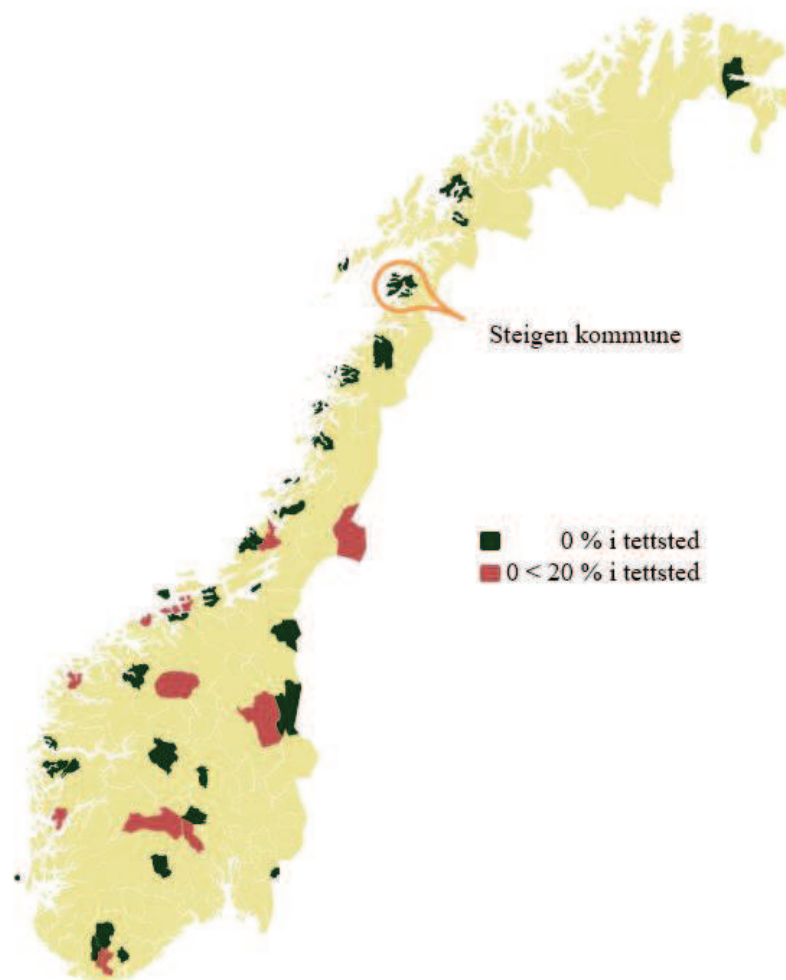
Andre forhold som gjerne forbindes med utkantstrøk er at man ikke har nær tilknytning til en by og at det er langt til sentrale servicefunksjoner. Denne studien er tenkt å være et bidrag til alle områder som i større eller mindre grad treffer disse beskrivelsene. Det anses ikke som nødvendig med en strengere avgrensning. I rapporten vil ord som *utkantsteder*, *utkantstrøk*, *distrikt* og *landsbygd* brukes om hverandre om disse områdene. Det vil også snakkes om *utkantkommuner* og *distriktskommuner*, som vil si kommuner med lav befolkningstetthet og liten andel av befolkningen i tettsteder.

1.2 Bakgrunn

Bakgrunnen for prosjektet begrunnes her ved å ta en titt på bostedsmønsteret i Norge og reisevaner i slike områder. I tillegg beskrives andre forhold som kan tenkes å danne grunnlag for mer samkjøring i utkantstrøk. Case-kommunen Steigen beskrives i eget avsnitt.

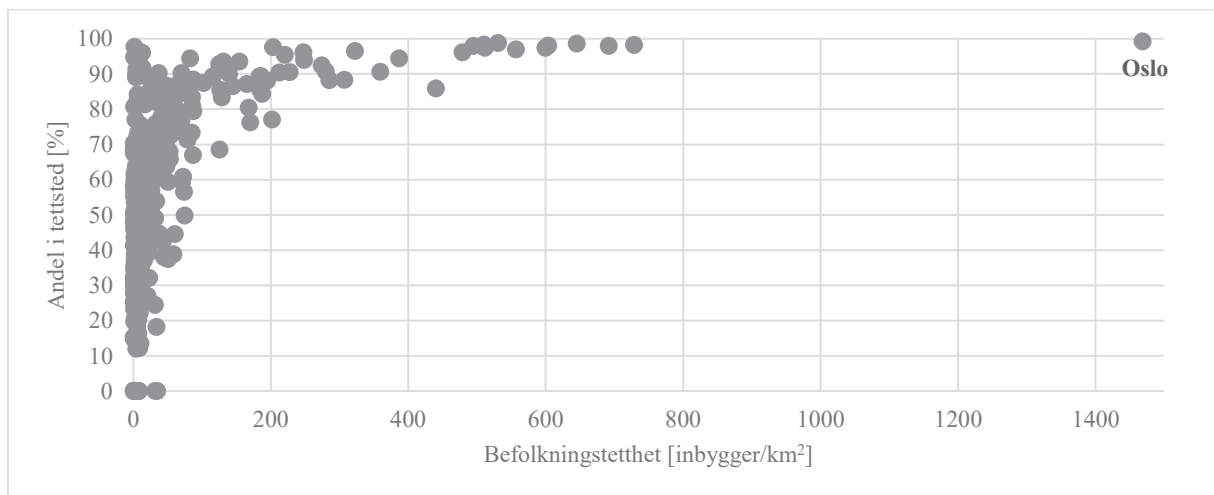
1.2.1 Befolkning i utkantstrøk

Norge har 426 kommuner med veldig ulikt bostedsmønster (Statistisk sentralbyrå, 2016). Ifølge Statistisk Sentralbyrå bor i overkant av 81% av hele Norges befolkning i tettsteder, men dette varierer fra 0% i noen kommuner til 99,2% i Oslo kommune. Det er 41 kommuner hvor færre enn 20% av befolkningen bor i tettsteder. I 32 av disse er det ingen som bor i tettsteder. Av figur 1 kan man se at disse kommunene er spredt over hele landet, i alle fylker unntatt Akershus, Oslo og Vestfold. Steigen kommune i Nordland er en slik kommune og er valgt som case-kommune.

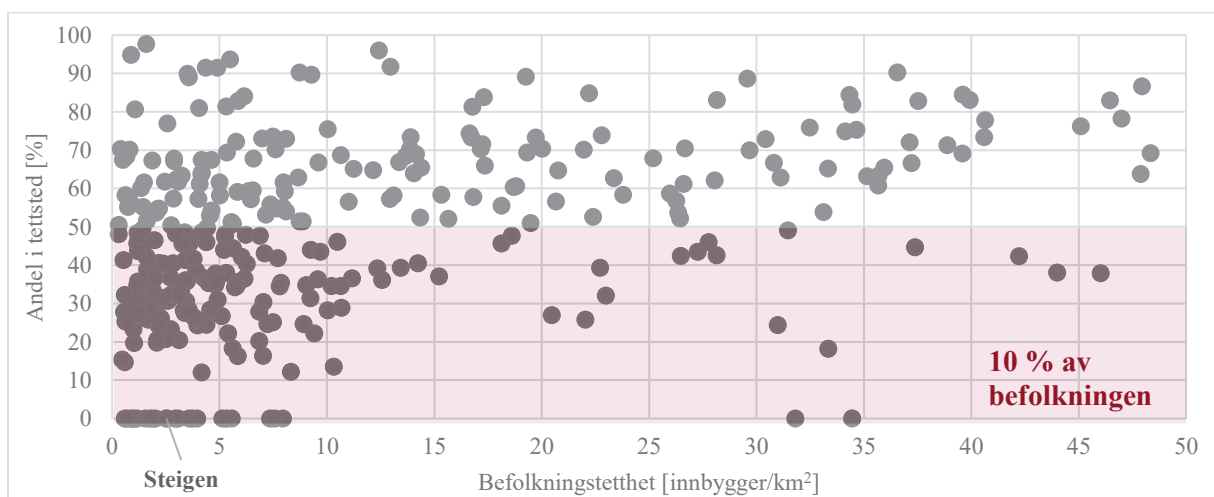


Figur 1: Kommuner med ingen eller mindre enn 20% av befolkningen i tettsteder. Modifisert etter Statistisk sentralbyrå (2016).

Ved å kombinere befolkningstall og kommuneareal fremkommer det at mange av Norges kommuner har relativt lav befolkningstetthet (Statistisk sentralbyrå, 2017; Kartverket, 2017). I figur 2 og figur 3 er kommunene plottet ut fra befolkningstetthet og andel av befolkningen i tettsteder. En betydelig andel av Norges 482 kommuner har mye lavere befolkningstetthet enn Oslo og andre storbykommuner. I figur 3 er de 339 kommunene med mindre enn 50 innbyggere per km² plottet. Vel 36% av befolkningen bor der. Av disse er det 182 kommuner med mindre enn 50% av befolkningen i tettsteder og der er det litt over 10 % av Norges befolkning som bor.



Figur 2: Befolkningstetthet og andel befolkning i tettsteder i Norges kommuner. Modifisert etter Statistisk sentralbyrå (2016), Statistisk sentralbyrå (2017) og Kartverket (2017). Merk: Sola, Stavanger, Tønsberg og Sandefjord er ikke plottet på grunn av endringer i kommunegrenser i 2017.

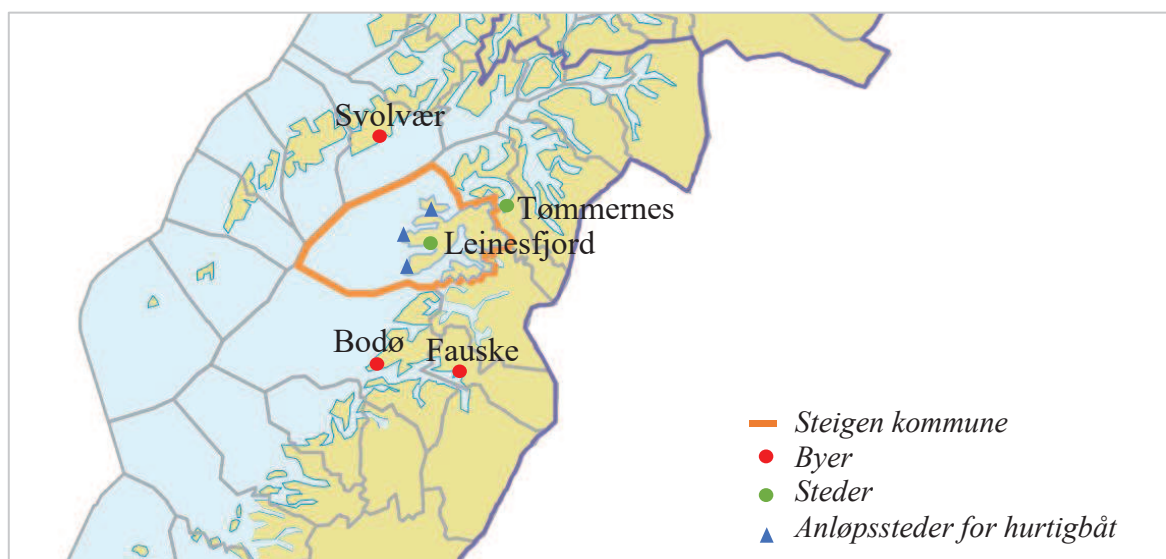


Figur 3: Befolkningstetthet og andel befolkning i tettsteder i Norges kommuner, kommuner med mindre enn 50 innbyggere per km². Modifisert etter Statistisk sentralbyrå (2016), Statistisk sentralbyrå (2017) og Kartverket (2017).

1.2.2 Steigen kommune – beliggenhet og transporttilbud

Steigen kommune ligger i Nordland og er valgt som case-kommune. Den ligger like nord for Bodø, med kystlinje mot Vestfjorden, se figur 4. Kommunen hadde 2534 innbyggere ved utgangen av 2017 og arealet er 1009 km², noe som gir en befolkningstetthet på litt i overkant av 2,5 innbyggere per km² (Statistisk sentralbyrå, 2017; Kartverket, 2017). Ingen bor i tettsteder (Statistisk sentralbyrå, 2016).

Det er kun en veiforbindelse inn til kommunen. Ved Tømmernes i Hamarøy kommune kan man ta av fra E6 og kjøre inn til Steigen langs Fv835. Den hadde i 2017 en ÅDT på 344 kjøretøy ifølge Nasjonal Vegdatabank (Statens Vegvesen, 2015). Nærmeste by er Fauske, som ligger en vel 110 km kjøretur fra kommunegrensa. Fauske er et viktig knutepunkt for sørgående tog (Nordlandsbanen) og busser nordover (til Narvik og Sortland) og vestover (til Bodø). Nærmeste flyplass er i Bodø kommune, 170 km unna kommunegrensa til Steigen.



Figur 4: Kart over Steigen, byer i nærheten, steder i og utenfor kommunen og de tre hurtigbåtkaiene med faste anløp

Hver morgen og ettermiddag går det busser nordover og sørover langs E6 forbi Tømmernes. På ettermiddagene (unntatt lørdag) går det buss til og fra Tømmernes inn til Steigen, men ikke på morgenene. Søndager starter bussene i kommunens yttergrenser, ellers går de fra sentrale knutepunkt.

Et annet reisealternativ er sjøveien, og her består kollektivtilbudet av hurtigbåt. Hovedtilbudet består i avganger på morgenen fra Svolvær til Bodø via Steigen og Hamarøy, og motsatt vei på

ettermiddagen. Søndager går båten fra Svolvær på ettermiddagen med retur på kvelden. I tillegg er det et tilbud mellom Bodø og den sørligste kaia i Steigen på tirsdager og fredager. Fra den sørligste kaia i Steigen tar turen til Bodø ca. 1 time, fra den nordligste tar det ca. 2 timer. Anløpsstedene er vist i figur 4. Per i dag er det stor strid om hurtigbåttilbudet i landsdelen, og i Steigen ble noen anløpssteder nylig lagt ned (Skogheim, 2017). I tillegg ble tilbudet redusert slik at båten sluttet å gå på lørdager i vinterhalvåret.

Innad i kommunen er det et lite kollektivtilbud. I enkelte deler finnes det buss som korresponderer med hurtigbåten. Ellers består tilbudet av skoleskyss til fire barneskoler og en ungdomsskole, og disse bussene har også folk utenom skolebarn lov til å benytte seg av. Ungdomsskole, rådhus, sykehjem og andre servicefunksjoner befinner seg i kommunesenteret Leinesfjord. På veien fra sørkommunen til Leinesfjord er ÅDT 750 kjøretøy og fra nordkommunen 686 (Statens Vegvesen, 2015). Det finnes 3 drosjeløyver i kommunen. Et av dem er ikke besatt etter at den forrige sjåføren sa opp løyvet i september 2017 (Olsen, 2017). Ifølge Olsen (2017) var løyvet dårlig avertert, og det kom ikke inn noen aktuelle søkere innen fristen 14. januar 2018.

1.2.3 Høy bilbruk og dårlig kollektivtilbud

I områder som Steigen kommune kan det observeres en klar sammenheng mellom bilbruk og kollektivtilbud. Dårlig kollektivtilbud medfører stort behov for bilhold, og høyt bilhold fører til at folk ikke bruker kollektivtilbudet. Dette fremgår også av reisevaneundersøkelser (Hjorthol, Uteng og Engebretsen, 2014). Når få personer bruker kollektivtilbudet blir driftskostnadene store per reise (Kjørstad og Nilsen, 2012).

Reisevaneundersøkelsen fra 2013/2014 viser at bilbruken er høy i kategorien *resten av landet*, som inneholder tallene fra de som ikke bor i by eller storbyenes omegnskommuner (Hjorthol, Uteng og Engebretsen, 2014). Bilholdet er høyt; det er kun 7 % av respondentene i resten av landet som ikke har bil, mens det i Oslo er 32 % uten bil. I resten av landet har 40 % en bil og 42 % to biler. Tilgangen på bil gjør sitt utslag på andelen reiser som tas med bil. Undersøkelsen viser at både i resten av landet og i omegnskommunene til Bergen, Trondheim og Stavanger er andelen av daglige turer som tas som bilfører 63%. Det er over dobbelt så mye som i Oslo. På lange reiser brukes bilen på 67% av reisene i resten av landet. Her er det en forskjell fra folk i omegnskommunene til Bergen, Trondheim og Stavanger, hvor 52 % bruker bil på lange reiser.

Resten av landet og omegnskommunene til Bergen, Trondheim og Stavanger er de stedene hvor kollektivtilbudet ved boligen oppfattes som dårligst ifølge reisevaneundersøkelsen.

Antallet reiser som bilpassasjer er ifølge reisevaneundersøkelsen minst i Oslo med 6%, og de andre stedene varierer det fra 8-10% (Hjorthol, Uteng og Engebretsen, 2014). Den lave persondekningen er et tema både her i Norge og i andre land (Vågane, 2009).

En rapport utført av Urbanet Analyse, viser til de økonomiske utfordringene ved å gi et godt kollektivtilbud i utkantstrøk (Kjørstad og Nilsen, 2012). I distriktene går store deler av fylkeskommunens ressurser til å dekke skoletransport og Transporttjeneste for funksjonshemmede. Ofte er skoleskyss åpen for andre passasjerer og det er lite ressurser igjen til tilbud utenom dette. Der dekkes også større deler av driftskostnadene av offentlige tilskudd. I rapporten så de på tall for busstransport fylkesvis. Sogn og Fjordane hadde den dyreste driften med 51 kr/passasjer og av dette ble 92 % dekket av tilskudd. Oslo og Akershus hadde billigst drift på 6 kr/passasjer og kun 42 % ble dekket av tilskudd. Dette har sammenheng med at Sogn og Fjordane er det mest spredtbebygde fylket i Norge med en tetthet på 5,92 personer/km², mens Oslo har en tetthet på 1468,34 personer/km² (Statistisk sentralbyrå, 2017; Kartverket 2017).

1.2.4 Eksisterende løsninger og holdninger

Først og fremst kan ønsket om mer samkjøring begrunnes med den lave persondekningen i bilene som ble beskrevet i kapittel 1.2.3. Samkjøring kan anses som et tiltak for å utnytte kapasiteten i bilene bedre. Man kan også observere at det er marked for å formidle transporttjenester direkte mellom personer i Norge. I dag finnes det ingen dominerende aktør som formidler slike tjenester, men det eksisterer en rekke Facebook-grupper med formålet å hjelpe hverandre med skyss og transport av gjenstander. Gruppene finnes både for by og utkantsteder. Noen eksempler er «Fraktekrigen Norge», «Samkjøring i Sogndal» og «Steigen Skyss&Frakt». Den sistnevnte brukes altså i case-kommunen Steigen. Denne Facebook-gruppen har hele 1095 medlemmer per 7. mai 2018, altså et medlemstall som tilsvarer 43% befolkningstallet i kommunen.

Det kan tenkes at folk er positive til samkjøring i distriktene. Effekten av at «alle kjenner alle» kan tenkes å gjøre det lettere å gå inn i noen andre sin bil. En analyse gjort av Statistisk

Sentralbyrå med tall fra deres Levekårsundersøkelse i 2009, pekte på at folk oppfatter naboene som mer hjelpsomme når man bor i utkantstrøk (Nordmann, 2009). Folk utenfor tettbygde strøk har ifølge undersøkelsen mer kontakt med naboene. Videre står det i analysen at: «I spredtbygde og tettbygde strøk med færre enn 2 000 innbyggere opplever 77-78 prosent at det er lett å få hjelp fra naboen».

1.2.5 Bærekraftige løsninger

Bærekraftige løsninger ivaretar interessene til dagens befolkning uten å ødelegge for fremtidige generasjoner (Holden, Linnerud og Banister, 2013). Et av de største temaene innen bærekraftig utvikling i vår tid er å redusere klimagassutslipp for å stoppe klimaendringer. Norge har gjennom en forpliktelse med FN påtatt seg å redusere utslippene av klimagasser med 40 % innen 2030 sammenlignet med utslippene i 1990 (Andersen *et al*, 2015). Transportsektoren må ta mye av reduksjonen.

Innen transportsektoren iverksettes tiltak som tettere og smartere arealbruk i byer (Meld.St. 33 (2016-2017), kap. 8.4.1). I tillegg jobbes det for nullvekst i biltransport i de største byene gjennom tilrettelegging for gående, syklende og kollektivreisende. Disse tiltakene vil utgjøre et viktig bidrag i en bærekraftig utvikling fordi de treffer den største delen av Norges befolkning. Slike tiltak har imidlertid liten eller ingen nytte i utkantstrøk på grunn av store avstander.

Som nevnt tidligere, bor rundt 10% av Norges befolkningen i kommuner med relativt lav befolkningstetthet (mindre enn 50 per km²) og mindre enn 50 % av kommunens befolkning i tettsted. Disse, og personer i mindre sentrale deler av andre kommuner, kan antas å ha høy bilbruk og få andre transportmuligheter. I et bærekraftperspektiv bør det bli høyere persondekning i bilene og færre tomme busser i slike områder.

Et annet aspekt ved bærekraft er å ivareta gode sosiale forhold (Holden, Linnerud og Banister, 2013). Større forskjeller mellom by og bygd samsvarer ikke med dette. Utkantstrøk bør ikke ha et stempel som mindre bærekraftig og bør henge med i den teknologiske utviklingen. Klimaavgifter og krav til biler er noen forhold som kan tenkes å påvirke befolkningen i utkantstrøk i større grad i årene fremover. Dette kan påvirke attraktiviteten av å bo der.

1.3 Problemstilling

Med et ønske om å bidra til utvikling av samkjøringsapper for distriktene ble følgende problemstilling formulert:

Har samkjøring med mobilapplikasjon potensial som transportløsning i utkantstrøk?

Når noe har potensial innehar det en mulighet. Her undersøkes altså om det er en mulighet å reise ved hjelp av en samkjøringsapp i utkant. For at dette skal være et reelt transportalternativ, må folk ta det i bruk. Potensial som transportløsning anses derfor her som mulighet til å få brukere som har nytte av løsningen.

Fokuset i studien er faktorer som påvirker bruken. I hvor stor grad samkjøring kan redusere utslipp og øke mobiliteten, vil ikke vurderes. Man kan se for seg at mange faktorer påvirker løsningens potensial. Utvikling av samkjøringsappen bør derfor gjøres på en slik måte at det øker potensialet hvis det skal bli reelt å ta den i bruk i framtiden. Her vurderes potensialet ved å se på hvordan noen bestemte faktorer påvirker løsningen. De følgende tre faktorene ble valgt og det ble satt opp tilhørende forskningsspørsmål (i kursiv):

Folks holdninger og adferd

Hvordan blir en ny løsning mottatt av folk som reiser i utkantstrøk?

Folks holdninger påvirker om en samkjøringsapp blir tatt i bruk. Folk kan være positive, interesserte og villige til å ta i bruk en ny løsning. Samtidig kan de være skeptiske og negative til å endre sine vaner. Alle disse holdningene påvirker om man tar skrittet og tar i bruk appen. Spørsmålet er altså om folk vil ta dette skrittet og hva som eventuelt fører til at de ikke gjør det.

Behovet for en ny løsning

I hvilke situasjoner har folk i utkantstrøk behov for en samkjøringsappslikasjon?

Potensialet til appen er også påvirket av folks behov. Dersom dagens transporttilbud ikke oppfattes tilfredsstillende, er det større sjanse for at folk tar i bruk en ny løsning. Spørsmålet er

om en samkjøringsapp kan treffe et bestemt behov og være aktuell for en spesiell type reiser. Kanskje det finnes spesielle situasjoner der en samkjøringsapp kan være et nyttig verktøy.

Appens funksjonalitet

Hvilke funksjoner bør en samkjøringsapplikasjon for utkantstrøk ha?

For at en samkjøringsapp, skal ha potensial må den være brukervennlig og ha nyttige funksjoner. Kanskje egner en av dagnes apper seg, men kanskje det er noen funksjoner ved denne som ikke er tilpasset utkantstrøk. Ved å kartlegge noen funksjoner er tanken at en appløsning kan utvikles videre og kunne bidra til løsningens potensial.

1.4 Rapportens oppbygning

Videre i denne rapporten kommer kapittel 2 med en begrunnelse for hvorfor et eget samkjøringsprosjekt ble igangsatt. Kapitlet tar for seg metodisk tilnærming i prosjektet og metoder for datainnsamling, samt en beskrivelse av litteratursøket. I kapittel 3 gjennomgås resultatene fra litteratursøket og annen informasjonsinnhenting.

I kapittel 4 starter beskrivelsene av selve prosjektet «S for Steigen» og hvilke aktiviteter som ble gjort. Det innebærer valget av en passende app og beskrivelse av forstudien som ble gjort. Resonnementkjeden som viser planen for å introdusere en samkjøringsapp i folks reisevaner beskrives også. Deretter beskrives markedsføringstiltakene som ble iverksatt i forbindelse med prosjektet. Det anbefales samtidig se på vedleggene C til H for å få et inntrykk av det som ble gjort. Til slutt følger planlegging og distribusjon av en spørreundersøkelse.

Kapittel 5 inneholder resultater fra prosjektet. Det innebærer tall fra Facebook-siden og om bruken av samkjøringsappen Same-Way. I tillegg finnes resultater fra spørreundersøkelsen og andre tilbakemeldinger som kom inn. Den vedlagte spørreundersøkelsen, vedlegg J, kan være nyttig å se på samtidig.

I kapittel 6 diskuteres funnene ut fra resonnementkjeden og andre generelle funn trekkes frem. Det kan være lurt å ha resonnementkjeden i kapittel 4 klart for seg. Kapittel 7 sammenfatter det hele, med en konklusjon hvor hvert forskningsspørsmål besvares.

2. Metoder

Problemstillingen var å finne ut om en samkjøringsapp hadde potensial i utkantstrøk. Denne problemstillingen stilte altså spørsmål om et fenomen som, så vidt meg bekjent, ikke fantes i Norge og dermed ikke kunne studeres direkte. Derfor bestemte jeg meg for å jobbe med å skape dette tilfellet.

Jeg igangsatte et prosjekt som jeg kalte «S for Steigen» i min egen hjemkommune og iverksatte markedsføringstiltak. Gjennom en rolle som aksjonsforsker har jeg på denne måten forsøkt å få innbyggerne i Steigen til å ta i bruk applikasjonen Same-Way. For å evaluere hvorfor innføringen av en slik app eventuelt stopper opp og hvor frafallet av brukere er, har jeg satt opp en resonnementkjede. Måten jeg har målt interessen og bruken av appen, og dermed også frafallet, er ved hjelp av ulike kvantitative metoder og en kvalitativ forstudie. Det aller første jeg gjorde var imidlertid å lese litteratur og sette meg inn i samkjøringsapplikasjonene som finnes i Norge.

Alle trinnene i studien beskrives ytterligere i dette kapitlet. Herunder beskrives fremgangsmåtene, og noen styrker, svakheter og begrensninger i metodene drøftes.

2.1 Litteratursøk og annen informasjonsinnhenting

Målet med litteratursøket var å få en oversikt over hvor samkjøring med applikasjon stod i dag og hvordan det hadde utviklet seg med årene. Jeg leste studier om ulike former for samkjøring og da spesielt samkjøring med telefonapplikasjoner. Jeg forsøkte å finne ut om det var gjort noe i utkantstrøk tidligere. I tillegg satte jeg meg inn i noen applikasjoner som fantes i Norge; hvordan de fungerte og hvilke typer reiser de siktet seg inn på.

Litteratursøket ble gjennomført høsten 2017 med søkemotoren Oria. Jeg har konsentrert meg om søkeordene «ridesharing» og «dynamic ridesharing» på engelsk, og tilsvarende «samkjøring» og «dynamisk samkjøring» på norsk. Jeg har også kombinert disse søkeordene med «rural area», «sparsley populated», «utkant», «distrikt», «application» og «applikasjon». Dette er et fagfelt hvor det er vanskelig å holde seg oppdatert til enhver tid. En begrensning ved mitt litteratursøk er at oppgaven leveres et halvt år etter at litteratursøket ble avsluttet.

Jeg begynte med å begrense søket i Oria til etter år 2014. Grunnen til dette var at jeg opplevde at den teknologiske utviklingen og folks holdninger spiller en stor rolle innen dette fagfeltet. Brukervennligheten har blitt bedre og utbredelsen av apper større på få år. I tillegg har tilgangen på mobildata økt. Dermed er noen av de største barrierene mot denne typen samkjøring borte og den nyeste forskningen er mest relevant.

I tillegg til å søke etter litteratur har jeg tatt kontakt med ulike fagpersoner. Dette gjelder blant annet min veileder, forskere og apputviklere. Det å møte, ringe eller ha epost-korrespondanse med disse personene, har vært avgjørende for mitt totale bilde av samkjøring i samfunnet i dag. Noen ga meg informasjon om tidligere studier og tips til relevant litteratur. Noen artikler fra 2018 ble tilsendt etter at jeg hadde avsluttet litteratursøket i Oria.

Via litteraturen jeg søkte opp eller fikk tilsendt, nøstet jeg meg tilbake til eldre litteratur enn 2014. I slike tilfeller, hvor jeg skulle søke på en bestemt publikasjon som jeg visste navnet på, var Google Scholar en god søkemotor.

For å sette meg inn i hvilke applikasjoner som finnes på det norske markedet, har jeg lastet dem ned og testet dem selv. Jeg har også lest om dem på ulike nettsider, tatt kontakt med eiere og utviklere og fulgt dem på sosiale medier.

2.2 Metodisk tilnærming

Gjennom litteratursøket ble jeg kjent med prosjektet Spontan Samkjøring som fant sted i Bergen. Tanken var å gjøre et liknende forsøk, men å gjøre det i en utkantkommune i stedet for i by. I Bergen var målet med samkjøringsapplikasjonen å dempe rushproblematikk (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015). Etter erfaringene der lød en av de videre anbefalingene: «Kan samkjøring spille en større rolle som supplement til kollektivtransport i mer grisgrente strøk, der kollektivtilbudet gjerne er dårligere utbygd enn i et byområde i Bergen?» (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015). Denne anbefalingen ville jeg ta tak i. Meland, Lervåg og Roche-Cerasi (2015) foreslo også videre forskning på samkjøring i forbindelse med andre typer reiser enn arbeidsreiser, og som et eksempel var det nevnt reiser i forbindelse med arrangementer som tiltrekker mange mennesker.

Målet med å igangsette prosjektet «S for Steigen» og benytte aksjonsforskning var å øke kunnskapen til samkjøringsapplikasjoner blant folk i en utkantkommune før potensialet ble vurdert. Siden jeg skulle undersøke både folks holdninger og adferd, behovet for en ny løsning og appens funksjonalitet, ville jeg at alle disse faktorene skulle få spille inn for å få et mest mulig realistisk totalbilde. Samkjøringsapper er relativt nytt og ukjent for folk i Norge og derfor ville jeg øke forståelsen blant folk ved å introdusere en app for dem. Jeg ønsket ikke nødvendigvis å finne ut om dagens applikasjoner fungerte i utkantstrøk, men å finne ut hvordan slike løsninger kunne utvikles til å fungere i utkant. Jeg var forberedt på at det var noen barrierer som påvirket potensialet til appen, men ville se dem i en virkelig situasjon.

Gjennom prosjektet i min egen hjemkommune, ville jeg måle interessen for appen og samle erfaringer. Alternativet kunne vært å gjøre undersøkelser med spørsmål om folks fremtidige intensjoner, såkalt stated preference. Jeg kunne vurdert behovet kun ut fra reisevaner og spurt om folk så for seg å laste ned en samkjøringsapp. Ifølge Jacobsen (2015) har svar på slike spørsmål tvilsom kvalitet. Man risikerer at folk sier noe annet angående egen oppførsel enn hvordan de ville opptrådd i faktisk situasjon. Jeg har brukt noen spørsmål om en tenkt situasjon i spørreundersøkelsen, men da har de altså først fått muligheten til å følge med i prosjektet mitt og forstå hva en samkjøringsapp er. Disse spørsmålene kommer også i tillegg til å sjekke deres faktiske oppførsel når de blir oppfordret til å laste ned appen.

2.2.1 Undersøkellesdesign: Aksjonsforskning

Aksjonsforskning skiller seg fra andre måter å forske på ved at forskeren spiller en deltakende og aktiv rolle (McNiff, 2013). I tillegg til å måle endringer, prøver altså forskeren å iverksette disse endringene (Jacobsen, 2015). Aksjonsforskning har likheter med casestudier fordi de er avgrenset i tid og rom. Forskjellen er at man i casestudier studerer fenomenet utenfra. Et annet kjennetegn ved aksjonsforskning er at forskningen er drevet av et ønske om å forbedre en situasjon. Forbedringen består i en forandring som både forskeren og de andre enhetene ønsker.

I dette prosjektet handlet forandringen om å ta i bruk en ny måte å søke skyss på, altså en endring i reisevanene. Jeg som forsker startet alene, men prøvde å engasjere folk til å bli med på forandringen. De som meldte sin interesse hadde altså også et ønske om å bli med på denne endringen.

Det å være aksjonsforsker i min egen hjemkommune Steigen, var på flere måter et bevisst valg. Der hadde jeg et forhold til hvordan kollektivtilbud og avstander var. Jeg reiste der selv fra tid til annen og kunne være aktivt med i prosjektet. I tillegg ville jeg utnytte at jeg hadde bekjenskaper i kommunen. Det at folk kjente meg, kunne ha både positiv og negativ effekt. Noen ville ha lyst til å hjelpe meg, andre ville kanskje skygge unna mitt tiltak. Jeg vurderte likevel at det var større sjanse for å skape engasjement et sted der folk kjente meg enn et annet sted. I hjemkommunen kunne folk også bidra med å spre prosjektet på Facebook.

Undersøkellesdesignet har noen begrensninger. Det kan være vanskelig å generalisere funnene fra casen til andre steder. Optimalt sett burde man i aksjonsforskning gå flere runder med å samle erfaringer og gjøre nye tiltak. Man måler hvilke effekter tiltakene har hatt, evaluerer dem og iverksetter nye tiltak. Det har ikke vært anledning til det her.

2.2.2 Evalueringsverktøy: Resonnementkjede

Prosessen med å rekruttere brukere til samkjøringsappen ble satt opp i en resonnementkjede. Det er en evalueringsmetode hvor man skisserer hvordan man ser for seg at en endring skal skje (Torvatn, 1998). Metoden har blant annet vært brukt til å evaluere produkt- og bedriftsutvikling der man setter opp trinnene fra dagens produksjonsmetode til en forbedret produksjonsmetode.

Det fine med slike kjeder er at man får en fin oversikt over prosessen. Man kan følge kjeden og finne ut hvor i prosessen problemer ligger, for så å iverksette de rette tiltakene.

Resonnementkjeden ble satt opp for å illustrere trinnene jeg så for meg i prosessen og inkluderer de planlagte markedsføringstiltakene. Den presenteres i kapittel 4. Resonnementkjeden vil bli brukt i kapittel 6 for å diskutere hvor prosessen eventuelt stopper opp. Det vil si å se i hvilket trinn det er frafall av brukere.

2.2.3 Markedsføring gjennom prosjektet «S for Steigen»

Som aksjonsforsker var min oppgave å iverksette endring. Same-Way hadde ingen brukere i Steigen da studien ble satt i gang i januar 2018. Derfor igangsatte jeg prosjektet «S for Steigen», og markedsførte dette ved hjelp av ulike tiltak. Da jeg planla markedsføringen hentet jeg tips fra boken «Markedskommunikasjon» (Olsen og Peretz, 2017). Bakgrunnen for tiltakene blir beskrevet her, mens alle de konkrete tiltakene er beskrevet i kapittel 4.4.

«S for Steigen» skulle stå for samkjøring og assosiasjoner rundt det, slik det fremgår av profilbildet i figur 5. Profilbildet ble brukt på Facebook-siden som ble opprettet og er et eksempel på bruk av slagord som oppsummerer det prosjektet står for (Olsen og Peretz, 2017). «S for Steigen» skulle også spille på mottakernes følelser, som er en psykologisk effekt av markedskommunikasjon (Olsen og Peretz, 2017). I informasjonen jeg spredte var det mye fokus på Steigen og utkantstrøk. Tanken var at de som reiste der skulle få lyst til å delta i prosjektet fordi de følte en tilknytning til det. De siste årene har det vært mye debatt i kommunen grunnet dårlig økonomi og eventuelle kommunesammenslåinger. I 2017 ble det bestemt at kommunen skulle fortsette alene og de som bor der har måttet innstille seg på å gjøre det beste ut av situasjonen. Nå skjer det mange positive ting, som satsing på turisme og nye arbeidsplasser i laksenæringen, og «S for Steigen» spiller på denne drivkraften og viljen som mange opplever nå.



Figur 5: Profilbildet til Facebook-siden "S for Steigen"

Ifølge Olsen og Peretz (2017) handler markedskommunikasjon i hovedsak om å påvirke for å lede til ønskede effekter og adferd. Hovedmålet med prosjektet var at folk skulle ta i bruk Same-Way-appen. Noen delmål var at de skulle laste den ned eller i det minste ha kjennskap til den.

Valg av medier er en viktig forutsetning for å skape ønsket effekt. Ulike medier fremstiller nemlig stoffet ulikt og de treffer ulike mottakere. Jeg valgte nettbasert markedsføring som hovedkanal, nærmere bestemt det sosiale mediet Facebook. Der fikk prosjektet en egen side med navn «S for Steigen». En av de største fordelene med sosiale medier er muligheten for viral spredning (Olsen og Peretz, 2017). Da forsøker man å nå noen personer innenfor målgruppen (opinionslederne) med et spesifikt og effektivt budskap og håper at disse sprer det videre.

En som mener at det ligger store muligheter i nettbasert markedsføring, er Jon Reed. I boken «Effektiv markedsføring på nett» argumenterer han for at man er over i en ny tid når det gjelder markedsføring og at de tradisjonelle annonsene ikke lenger fungerer (Reed og Støvern, 2012). En av fordelene med det er at man når ut til mange personer, fordi de fleste i dag har med seg mobil med Internett overalt. Ifølge Olsen og Peretz (2017) er det også den medieflaten hvor det har vært en økning av brukere de siste årene, i motsetning til andre kanaler. Ved å lage en Facebook-side får man også gratis data om de besøkende (Reed og Støvern, 2012), noe som ble avgjørende for valg av mediekanal for «S for Steigen» (se kapittel 2.3.3). Underveis kunne disse dataene brukes til å vurdere om markedsføringstiltakene skapte engasjement og være en hjelp til å lage nye og bedre innlegg.

Jeg valgte også å bruke noen andre medier til markedsføring, nærmere bestemt avis, epost og plakater. Målene med det var å nå noen som ikke var aktive på sosiale medier, og at folk skulle høre om prosjektet flere steder. Avis og epost egner seg når man skal formidle mye tekst, slik som i starten av prosjektet. Plakater egner seg til å skape oppmerksomhet og kjennskap hos kundene, og er ikke egnet for mye tekst fordi folk passerer fort. Ved å nå folk med en kombinasjon av flere mediekanaler kan man oppnå større effekt (Olsen og Peretz, 2017).

En stor forskjell mellom disse andre kanalene og Facebook, er at Facebook-sider er toveis. Det gjør at man kan snakke med kundene og ikke bare til dem (Olsen og Peretz, 2017). Det gjør også at man opptrer mer personlig overfor de man kommuniserer til. Ifølge Reed og Støvern (2012) er det ingen grunn til å skjule hvem man i sosiale medier og ved å la personligheten skinne gjennom skaper man tillitt hos kundene. Derfor kommuniserte jeg både gjennom navnet «S for Steigen» og mitt eget navn. En annen effekt av å bruke mitt eget navn, var som nevnt å utnytte mine bekjenskaper i hjemkommunen.

Via de ulike mediene ble det iverksatt forskjellige kommunikasjonstiltak. Det ble avtalt noen reklameallianser i samarbeid med lokale aktører. Dette er en måte å annonsere på der de ulike parter har reklame for hverandres forretning på sin egen annonse (Olsen og Peretz, 2017). På denne måten kan man etablere seg i et marked der den andre parten allerede opererer. Her var det også innblandet sponning av «S for Steigen» i noen tilfeller, men dette er et tiltak som kommer sponsoren til nytte. Sponsoren får styrket sitt omdømme ved å gi sponning. Samtidig fikk «S for Steigen» nytte av noen pengegaver og gavekort til bruk i konkurranser. Konkurranser er en type salgspromotering med mål om å umiddelbart øke salget (Olsen og Peretz, 2017). Det kan skape både prøving og gjenkjøp. I denne sammenheng ble det brukt for å få folk til å teste appen og ikke minst holde dem aktive i appen slik at de ikke mistet interessen.

2.3 Metoder for datainnsamling

I forbindelse med introduksjonen av Same-Way i Steigen har fremtidig potensial blitt vurdert med en kombinasjon av flere metoder. I en egen forstudie ble det foretatt dybdeintervjuer. Deretter igangsatte jeg markedsføringstiltakene som ble beskrevet i kapittel 2.2.3. Markedsføringen genererte data på Facebook-siden om interesse for appen. Det genererte også data om nedlastninger av appen og reiser som ble lagt ut. Sammen med en spørreundersøkelse var data fra Facebook og appen grunnlaget for å vurdere i hvilket ledd av resonnementkjeden prosessen eventuelt stoppet opp.

2.3.1 Forstudie: Dybdeintervjuer

Det ble foretatt dybdeintervjuer i forkant av markedsføringstiltakene. Intervju er en kvalitativ metode hvor man samler inn data i form av ord (Jacobsen, 2015). Kvalitative metoder brukes til å få fram enkeltpersoners tolkning og forståelse av en gitt situasjon.

Det første målet med intervjuene var å forberede de kvantitative undersøkelsene. De kunne gi en indikasjon på hva jeg kunne forvente å finne senere. Kvalitative metoder brukes ofte som pilotstudier til kvantitative undersøkelser (Jacobsen, 2015). I dette tilfellet ble altså intervjuene brukt da jeg senere skulle utforme spørreskjema.

Det andre målet var å lage bedre tilpasset markedsføring. Gjennom intervjuene fikk jeg ideer om hvordan samkjøringsappen kunne benyttes i utkantstrøk og kunne markedsføre om slike reiser. Jeg brukte og meninger og utsagn fra informantene direkte i informasjonen jeg formidlet på Facebook.

Ved å ta dybdeintervjuene i forkant av markedsføringen, var ikke respondentene påvirket av mine tiltak som aksjonsforsker. Et poeng med intervjuer er at respondentens egne meninger skal komme til uttrykk og at svarene skal være uoppfordret (Jacobsen, 2015). Jeg ønsket å kartlegge hvordan de så på sine reisevaner, hvilke meninger de hadde om samkjøring og en samkjøringsapp før de var påvirket av noe jeg hadde sagt. Da var det større sjanse for at det kunne komme opp temaer som jeg ikke hadde tenkt på. En ulempe var at de ikke hadde et godt grunnlag for å snakke om appen, men at de måtte snakke ut fra en tenkt situasjon

En negativ effekt av dybdeintervju, som er særlig sannsynlig når man kjenner intervjuobjektene, er det som kalles undersøkelseeffekt. Ifølge Jacobsen (2015) er det at forskeren skaper resultatene snarere enn at det er respondentens egne opplevelser som kommer til uttrykk. På grunn av nærheten mellom respondent og den som intervjuer er det vanskelig å gi helt ærlige svar. Jeg vurderte også å bruke en kvalitativ studie i etterkant av de kvantitative, for eksempel dybdeintervjuer av personer som hadde brukt appen. Da kunne jeg fått et mer fremmer subjektive og dypere forståelse av funnene i de kvantitative undersøkelsene (Jacobsen, 2015). En av grunnene til at det ikke ble gjort var nettopp undersøkelseeffekten. Siden jeg hadde en så aktiv rolle i prosjektet var jeg redd at det ble vanskelig både for meg og respondenten å ikke bli personlig og ikke lete etter ønskede resultater. Derfor brukte jeg kun intervjuer i forkant av selve prosjektet.

2.3.2 Måling av interesse og bruk av app

I etterkant av markedsføringen har interessen blitt målt med tre ulike kvantitative metoder. Kvantitative metoder brukes der man ønsker å ta for seg mange enheter (Jacobsen, 2015). Forskeren samler da informasjon i forhåndsbestemte kategorier. På den måten kommer ikke informasjonen fritt fra den som undersøkes, men er styrt av hva forskeren har definert på forhånd.

Interesse blant Facebook-brukere

Facebook-sider er en enkel måte å få gratis informasjon og analyse av sine fans (Reed og Støvern, 2012). Man kan også markedsføre på en Facebook-gruppe, men ifølge Reed og Støvern (2012) har slike sider den fordel at de lagrer data. I tillegg til ferdige demografiske analyser av personer som besøker siden, får man også data om blant annet utviklingen i antall følgere over tid.

Jeg har sett på informasjon om alder og kjønn på tilhengere og de som har sett innhold fra siden. I tillegg har jeg sett på informasjon om by/sted. Ifølge Reed og Støvern (2012) handler dette om geografisk plassering, og etter både å ha søkt på nettet og kontaktet Facebook, har jeg ikke fått svar på hva dette innebærer. Jeg går ut fra at det gjelder enten stedet man oppholdt seg da man gjorde handlinger på siden eller stedet man har oppgitt som bosted. I praksis har ikke dette så mye å si for resultatene, fordi man i begge tilfeller oppholder seg og dermed reiser i Steigen.

Jeg har også analysert hvordan rekkevidden, aktiviteten og antall følgere har variert gjennom perioden med markedsføring ved hjelp av dataprogramet Excel.

Bruk av Same-Way-appen

Eieren av Same-Way-appen ga meg tilgang til en oversikt over registrerte brukere og reiser i appen. Dette gjaldt alle forespørsler som ble registrert, ikke bare reiser som hadde blitt gjennomført som samkjøring. All data ble behandlet konfidensielt. Informasjonen ville jeg bruke til å vurdere responsen, altså om mange hadde lastet ned og brukt appen på grunn av mine tiltak.

I henhold til Jacobsens (2015, s.50) beskrivelse av konfidensialitet har ikke personopplysninger blitt spredt og det skal ikke være mulig å gjenkjenne personer i resultatene som blir presentert. Måten jeg har gått fram er at jeg har fjernet navnene på brukerne i all data som har blitt lagret utenfor Same-Way's database. For å kunne analysere om samme personer la ut flere reiser, ble navnene på brukerne byttet ut med et nummer. Reisene ble lagret med adresser, men så lenge ikke navn var oppgitt anså jeg ikke dette som sensitiv informasjon. Det er imidlertid mulig å identifisere personer ut fra adressene, men ifølge Jacobsen (2015) er dette greit dersom man har en lav detaljeringsgrad i resultatene som presenteres og videreformidles. Jeg omtalte derfor reisene med generelle uttrykk som «lange reiser» eller «til byen», eller fjernet deler av adressen når jeg presenterte dem. For ikke å bryte med noens integritet, nevnte jeg flere ganger i informasjonen jeg delte på Facebook at jeg ville bruke info om antall nedlastninger og reiser lagt ut i Steigen.

Brukerne hadde registrert seg med navn og kjønn. Til hver bruker var det også lagret registreringsdato i databasen til Same-Way. Jeg måtte selv finne ut hvem som bodde eller hadde tilknytning til Steigen og kommunene i nærheten. Mange var bekjente eller følgere på Facebook-siden og kunne derfor identifiseres lett. Navnene jeg ikke kjente til, søkte jeg opp på Gule Sider eller Facebook. Da kunne jeg se hvor de hadde bostedsadresse eller om de hadde mange felles venner med meg. For å unngå lagring av privat informasjon og å bryte med folks privatliv, lagret jeg kun dato for nedlastning av appen og kjønn, ikke bosted, alder oppgitt på Facebook-profiler eller om de var følgere på Facebook-siden.

Reisene var registrert med adresser (start og destinasjon), dato, klokkeslett, type (passasjer eller sjåfør) og med fornavn på brukeren. Reisene som hadde foregått helt eller delvis i Steigen ble

plukket ut. For å finne de aktuelle reisene måtte jeg lete i en lang liste av reiser fra både Norge og utlandet. Reisene var registrert med enten lokale stedsnavn, referanse til vegnummer eller gateadresser. Det måtte derfor gjøres en manuell utplukking ved å søke på stedsnavn. Jeg søkte på Norge og Norway for å avgrense noe (det varierte om adressen var oppgitt på norsk eller engelsk) og lette gjennom listen.

Data fra appen ble analysert med Excel, hvor jeg så på kjønnsfordeling, tidspunkt for nedlastning og eventuelle mønster i reisene som var registrert.

Spørreundersøkelse

Jeg opprettet en web-basert undersøkelse i tjenesten Typeform. Noen av fordelene med å ha dem på nett er at det er arbeidsbesparende og billig, de har liten intervju effekt og høy opplevd anonymitet, og man kan svare når man har tid (Jacobsen, 2015). En annen faktor som Jacobsen (2015) nevner og som var viktig for meg, var muligheten til å legge inn såkalte «filter-spørsmål». Da blir undersøkelsen tilpasset hva den enkelte svarer, og man får bare de relevante spørsmålene. Nye spørsmål avhenger altså av hvordan man svarte på tidligere spørsmål.

Selv om det er liten intervju effekt i web-baserte undersøkelser, er det vanskelig å garantere påliteligheten i svarene. Måten man utformer spørsmålene på kan føre til at man skaper spesielle svar (Jacobsen, 2015). Det kan blant annet skyldes at man stiller ledende spørsmål, har noen svaralternativer som oppfattes veldig negative sammen med andre eller valg av rekkefølge på spørsmålene. Man kan heller ikke garantere for at respondentene ikke svarer i «hytt og vær». Spørreskjemaet kan testes for disse forholdene, men det har ikke vært gjort her.

Andre negative sider ved å bruke wab-baserte undersøkelser ligger i svarprosent, representativitet og frafall (Jacobsen, 2015). Man mister noen grupper i befolkningen som ikke bruker Internett så mye. I tillegg er det mange som overser henvendelser de får fordi det er så mye informasjon ute på nettet. Det går hurtig å sende ut undersøkelsen, men man må ofte purre i flere omganger. Ifølge Jacobsen (2015) er man avhengig av at personene som svarer er interessert i problemstillingen. Derfor spredte jeg undersøkelsen primært på Facebook-sidene «S for Steigen» og «Steigen Skyss&Frakt».

Primært lagde jeg spørsmål med lukkede svaralternativer. Ofte var det vanskelig å komme opp med alle tenkelige alternativer, og da hadde jeg et «Annet»-alternativ som folk kunne fylle inn. Dette var også av hensyn til dem som ikke hadde tilknytning til Steigen eller samkjøringsprosjektet når spørsmålene handlet spesifikt om det. I siste spørsmål var det mulighet for å skrive en egen kommentar, så her var det et innslag av kvalitativ datainnsamling (Jacobsen, 2015).

Svarene ble eksportert til en Excel-fil og analysert i Excel ved hjelp av pivot-tabeller.

3. Samkjøringsapplikasjoner i dag og i tidligere studier

I dette kapitlet presenteres funn fra litteratursøket og informasjonsinnhenting knyttet til samkjøringsapplikasjoner. Samkjøring som transportform presenteres i lys av delingsøkonomi og politiske forhold. Det gis videre en oversikt over noen applikasjoner som finnes i Norge. Deretter gis et overblikk over erfaringer fra tidligere studier og til slutt et spesielt samkjøringsinitiativ i Sverige.

3.1 Delingsøkonomi og teknologi i transportsektoren

Applikasjoner for samkjøring kan betraktes som delingsøkonomiske initiativer ifølge Pedersen *et al* (2016). De tilfredsstillende de definerer som kjernen av delingsøkonomi fordi det som omsettes er en tjeneste fra realkapital, det har en digital plattform som en sentral del av tjenesten og det er privatpersoner både på tilbuds- og etterspørselssiden. Teknologisk utvikling har gjort det enkelt å formidle slike tjenester og det blir stadig mer vanlig. Innen transportsektoren er bildeling en voksende trend, for eksempel gjennom tjenesten Bilkollektivet. Et annet felt innenfor delingsøkonomi er utleie av private boliger, og et selskap som formidler dette er Airbnb. Ifølge Pedersen *et al* (2016) vokste dette selskapet med fem milliarder dollar fra januar til september 2016, og denne veksten i delingsøkonomien vil bare fortsette i årene som kommer.

I norske byer kan teknologi gjennom delingsmobilitet, autonome kjøretøy og MaaS endre transportsektoren i årene fremover (Østli *et al*, 2017; Aarhaug, 2017). Delingsmobilitet går ut på at personer deler på kjøretøyer gjennom bildeling eller samkjøring. MaaS, eller Mobility as a Service, er en idé om at flere transportformer skal være samlet på en plattform. Da fungerer en mobilapplikasjon som koordinerende enhet og det tilbys reiser gjennom en kombinasjon av for eksempel autonome kjøretøy, kollektivtilbud, sykkelløsninger og samkjøring. I byene kan disse konseptene utvikles slik at de reduserer behovet for å eie egen bil, men i utkantstrøk er det økonomiske utfordringer ved å implementere det.

Samkjøringsapplikasjoner er et element innen den nye teknologien som kan tenkes også å ha potensiale i utkant. En koordinering av samkjøring opp mot kollektivtilbud kan ha fordeler for brukere og tilbydere av kollektivtransport (Murray, 2012). En av fordelene kunne vært å nå

steder med manglende kollektivtilbud. Et problem med å ta offentlig transport er ofte at man ikke når helt frem til sluttdestinasjonen, altså «last mile»-problematikken. Etter å ha tatt for seg noen kollektivtransportaktører i USA fant Murray (2012) at få la til rette for samkjøring til tross for disse fordelene. Aktørene svarte imidlertid at disse faktorene i tillegg til miljø var de viktigste argumentene for å begynne med det. Noen så på samkjøring som en konkurrent, men andre så det som fordel for å kunne gi et bedre tilbud. 18 av 40 svarte at de så for seg å legge til rette for dynamisk samkjøring i fremtiden.

3.2 Politisk vilje til samkjøring

Det erkjennes fra politisk hold at transportsystemet vil bli drevet i en ny retning som følge av den teknologiske utviklingen og at samkjøring kan ha en viktig funksjon i årene fremover. I nasjonal transportplan nevnes følgende om ambisjoner for byområder:

Vi vet ikke i dag hvilke teknologiske løsninger som vil komme på markedet i løpet av planperioden. Det er mulig å tenke seg mer fleksible og etterspørselsbaserte kollektivtilbud som samordnes med samkjøringsløsninger og andre reisealternativer (Meld. St. 33 (2016-2017), kap. 3.4.1).

I yrkestransportloven §20 er det nylig gjort en lovendring. Der stod det tidligere at privatpersoner ikke trengte løyve for å kjøre sammen med kolleger eller naboer til jobb (Yrkestransportlova, 2002). Nå skal det stå at det ikke trengs løyve for å ta med seg folk med sammenfallende transportbehov. I tillegg står det beskrevet hvilket vederlag man har rett til å ta. I innstillingen fra transport- og kommunikasjonskomiteen er endringen begrunnet med at økt samkjøring kan ha gevinster for samfunnet i form av mindre kø og utslipp (Innst. 33L, (2017-2018)). Det er altså lov til å motta vederlag for turen som sjåfør, og vederlag for samkjøring er ikke skattepliktig. Det forutsetter at hensikten er å dekke utgifter som bensin og at man ikke mottar tips fra passasjeren (Skatteetaten, 2017).

3.3 Ulike apper – ulike funksjoner og markeder

Samkjøringsapplikasjoner kan betraktes som «matching»-tjenester for å tilby organisert samkjøring (Furuhata *et al*, 2013). Motsetningen til organisert samkjøring er avtaler mellom bekjente som gjerne gjøres uten en formidler. Det finnes uendelige varianter av tjenester, men det som fokuseres på her formidler tosidig matching. Da finner appen sjåfører og passasjerer som har sammenfallende reiserute og etablerer kontakt mellom dem slik at de kan samkjøre. Dette skiller seg fra ensidige tjenester der selskapet har egne biler som det organiseres samkjøring på.

Poenget med å bruke en samkjøringsapplikasjon er at man slipper å lete manuelt etter aktuelle personer å samkjøre med, slik man må i en Facebook-gruppe. Appene kan foreta koblingen av samkjørere på ulike måter og har gjerne ulike satsningsområder. Furuhata *et al* (2013) skiller mellom tjenester for arbeidsreiser, lengre reiser og kortere reiser i sanntid. Matchingen kan skje gjennom å søke i en liste av publiserte reiser basert på oppgitte reisedetaljer (Gargiulo *et al*, 2015). Da likner det på måten man gjør når man bestiller billett på offentlig transport. Dette egner seg best på lengre reiser som planlegges langt fram i tid. Appen kan også lete etter aktuelle reiser på vegne av brukeren og foreta en «matching» av reiser som passer sammen. Kombinasjonen av å avtale reiser i sanntid og automatisk matching av personer gir det man gjerne kaller *dynamisk samkjøring*. Dynamisk samkjøring innebærer at man kan avtale en tur fra et hvilket som helst sted uten å måtte avtale det lang tid i forveien. Da bruker programmet GIS-teknologi til å finne personer som har sammenfallende ønsker (Chan and Shaheen, 2012). Noen apper bruker også telefonens GPS-mottaker, som gjør det enda lettere å koble personene i sanntid (Shaheen, Stocker og Mundler, 2017). Avtalen kan da gjøres kort til før avreise eller mens sjåføren er underveis.

Hittil har samkjøring vist seg å lykkes best på lengre turer mellom byer og der man planlegger reisen et stykke fram i tid (Østli *et al*, 2017). Den franske tjenesten BlaBlaCar er et eksempel på en slik løsning som har fungert. Det har også vært utviklet tjenester for arbeidsplasser som har fungert fordi man da har en fast timeplan og kan planlegge turen på forhånd (Furuhata *et al*, 2013). Utfordringen med dynamisk samkjøring har vært å oppnå kritisk brukermasse. Vågane (2009) pekte på at det generelt er en utfordring å få til samkjøringsløsninger i Norge sammenlignet med andre land grunnet lavere befolkningstetthet.

Det er foreløpig ingen apper som har gjort et betydelig gjennombrudd i Norge. Samkjøring tilhører imidlertid et fagområde der teknologi og holdninger endrer seg raskt. Antallet nye delingsinitiativer og omsetningen i disse er et bevis på det (Pedersen *et al*, 2016). Man kan observere at flere nye apper er i anmarsj i Norge. Å gi en oppdatert og fullstendig oversikt over appene er krevende og lite hensiktsmessig. Noen apper virker uferdige; for eksempel mangler norsk oversettelse, noen er under utvikling og det lanseres nye versjoner til stadighet. Det er dessuten vanskelig å teste alle funksjonene når det ikke finnes andre brukere. Ulike apper ble vurdert til dette prosjektet, og til slutt stod valget mellom appene SammeVei, GoMore og Same-Way. Videre gjennomgås noen sentrale trekk ved disse tre appene. For å vise noen forskjeller i deres funksjoner, er detaljene om dem er tatt med her, fordi det kan ha hatt betydning for utfallene i andre deler av prosjektet.

SammeVei er en relativt ny norsk app som prøver å etablere seg som et reelt pendleralternativ (Lygre, 2018). De satser stort på jobbreiser på Østlandet, og har i samarbeid med Jernbaneverket igangsatt kampanjer om samkjøring til toget med reserverte parkeringsplasser for dem som samkjører (Bane NOR, 2018).

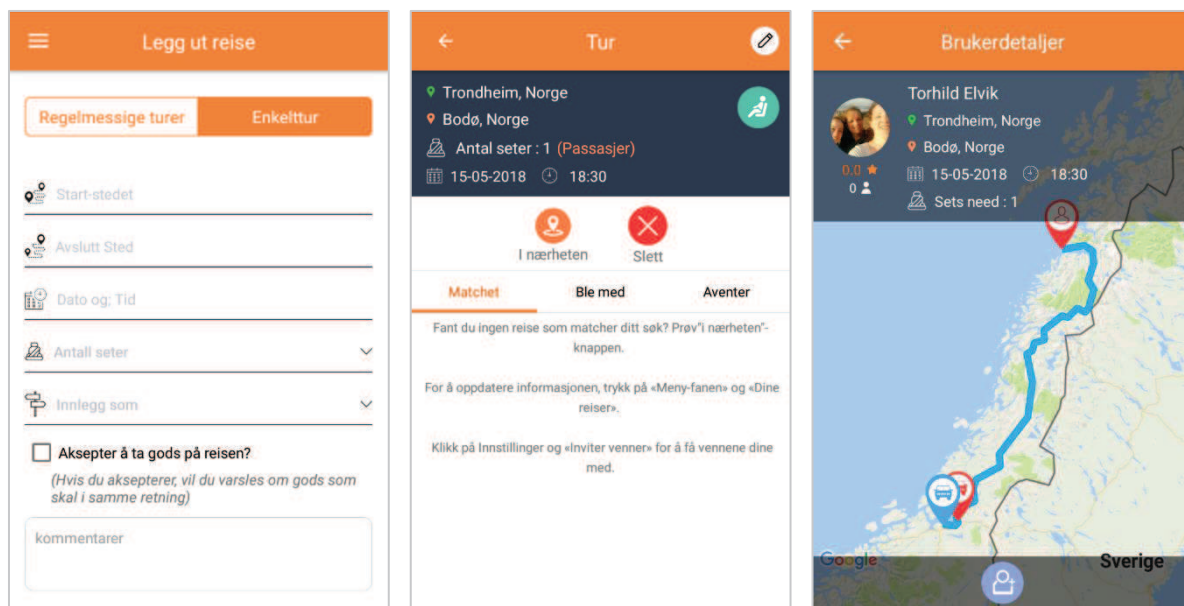
I SammeVei var det per januar 2018 ikke mulig å legge ut reiser lengre enn 24 timer frem i tid. Grunnen var at det skulle være forbundet minst mulig planlegging ved det å legge ut en reise. Frem til mai 2018 har appen utviklet seg mye, og fortsatt er det fokus på kort planleggingstid. Man legger inn hjem- og jobbadresse en gang for så å aktivere turen hver kveld før klokken 21 dersom man ønsker samkjøring neste dag. Man kan også aktivere sin faste pendlereise en uke av gangen. Det er mulig å endre adressene for enkeltreiser og i teorien mulig å bruke appen på lengre reiser. Man bruke appen til å navigere seg fram til passasjerer når man har avtalt en samkjøringreise. Betaling ordnes gjennom å registrere betalingskort i appen og det er en fast kilometerpris for å sitte på. Per januar 2018 fantes appen kun for iPhone, noe som begrenset markedet betydelig. Utover våren 2018 har det pågått arbeid for å få en fungerende Android-versjon, men ut fra hva de har rapportert i sosiale medier, har de slitt litt med stabiliteten.

GoMore har brukere i Norge, men det er i Danmark den er best etablert. Der er det den ledende samkjøringstjenesten (Askjær, 2017). Tjenesten kan brukes både i nettleser og app. I tillegg til samkjøring er det også mulighet for å leie andres eller leie ut sin egen bil. For samkjøring fremstår den best egnet for lengre reiser.

Man legger ut mye info i tillegg til reiserute og tid når man legger ut en forespørsel om samkjøring i GoMore. Det innebærer for eksempel antall seter, om man har dyr og om man røyker, og man kan skrive en tilhørende melding. Sjåføren bestemmer pris for turen. Man søker ved hjelp av adresser og bestemmer selv i hvor stor km-radius man vil søke etter en samkjøringsreise. Dersom man ikke finner en aktuell samkjøring ved å søke i listen av reiser, kan man legge inn ønske om skyssvarsel, slik at man får beskjed dersom det dukker opp noe. Tjenesten gir mulighet for chatting mellom sjåfør og passasjer. Betalingen foregår ved at man har en saldo i GoMore-kontoen sin som kan overføres til bankkontoen.

Same-Way har ikke et nevneverdig antall brukere i Norge, men er under utvikling og fremstår som en enkel app å bruke. Det har skjedd små endringer i funksjonene utover våren 2018, og den norske oversettelsen har blitt forbedret. I *Same-Way* kan man legge ut reiser langt fram i tid, og man kan velge mellom å legge ut enkeltreiser, regelmessige turer (for eksempel til jobb) og frakt av gods. Appen legger altså opp til ulike typer samkjøring og frakt av gjenstander.

Det er relativt få reisedetaljer som må legges inn før man publiserer en reise, se figur 6. I *Same-Way* ordnes betaling utenfor appen, men appen foreslår en pris basert på antall reiste kilometer. *Same-Way*-appen gir ingen oversikt over reiser som ligger ute. Den er innstilt slik at man får treff på reiser med 3 timer avvik og hvor deler av reisen er sammenfallende, og når man har fått treff vil man kunne se detaljer om denne brukeren. Det er også en funksjon for å se etter andre reisende med større avvik («I nærheten»-knappen). Etter at man har sendt og godkjent forespørsel hos hverandre, kan sjåfør og passasjer ringe og chatte i appen. De kan få opp informasjon om egen og andre parts reiserute og følge hverandre posisjoner i kart når samkjøring er avtalt.



Figur 6: Tre skjermbilder fra Same-Way-appen: Enkelttur, "I nærheten"-knappen og kart over bruker i nærheten.

3.4 Studier om samkjøring

Det er gjort flere studier om samkjøring med app, både i Norge og andre land. Her gjennomgås noen funn. En gjennomgående tendens er at studiene motiveres av muligheten til å redusere kjøproblematikk i byer, men det er likevel interessant å se på hvilke erfaringer som er gjort, hva som har motivert samkjørerne og hvilke barrierer som er funnet.

En studie av arbeidsreiser i Madrid, Barcelona, New York og Los Angeles viste at antallet biler i byene kunne reduseres med 31% dersom man samkjørte med venner eller venners venner gjennom smarttelefoneteknologi (Cici et al., 2014). De brukte informasjon om inn- og utgående telefonsamtaler og påloggingsinformasjon fra den sosiale plattformen Twitter til å lokalisere arbeidsplasser og bosteder i byene. Det viste seg at en ikke-uniform spredning av arbeids- og hjemmeadresser i en by var en faktor som økte samkjøringspotensialet betydelig. Det vil si at folk bor og jobber på konsentrerte steder slik at mange reiser de samme strekningene.

I Sverige ble en samkjøringsapp testet i et slikt tilfelle som Cici et al. (2014) anbefalte. Da ble 452 personer som bodde i samme område og jobbet på samme arbeidsplass invitert til å laste ned en app (Brenden, Hesselgren og Bauer, 2018). Løsningen ble vurdert ut fra to spørreundersøkelser med 143 og 65 respondenter og 16 dybdeintervjuer. Invitasjon og

spørreundersøkelser ble delt på mail. Bare 8 stykker valgte å laste ned appen, og det ble tilbudt 3 samkjøringsreiser. Undersøkelsene viste at det var mindre fleksibilitet som var en av hovedårsakene til at folk ikke lastet ned. Selv om folk innså at det var et godt tiltak, blant annet i et miljø-perspektiv, hadde de en unnskyldning om hvorfor det ikke passet for dem.

På universitetet Berkeley i California ble det også gjennomført en studie om muligheten for dynamisk samkjøring i forbindelse med arbeidsreiser (Deakin, Frick og Shively, 2010). Ved hjelp av en geografisk simulering med utgangspunkt i studenter og ansattes bostedsadresse fant de at områdene nærmest campus var egnet for å bruke dynamisk samkjøring direkte hjemmefra. Fra områdene lengre unna kunne folk benytte det med utgangspunkt såkalte «Park & Ride»-punkter. De så muligheten for reduksjon i antall som kjørte alene, men påpekte også problematikken i at folk byttet til samkjøring fra å gå, sykle eller reise kollektivt.

Deakin, Frick og Shively (2010) undersøkte også studentene og de ansattes holdninger ved hjelp av seks fokusgrupper og en spørreundersøkelse med 444 svar. Generelt var folk mer positive til å planlegge samkjøring en dag i forveien, og trodde ikke planlegging i sanntid ville fungere. Spart tid og sparte penger var de viktigste faktorene for å begynne å samkjøre. Dette gjaldt ikke dem som bodde nærmest universitetet, som mente at de tapte tid på å plukke opp hverandre. Mange stilte spørsmål ved at det tok lang tid og skapte for mye bry å plukke opp andre på skole- og arbeidsreiser. Sikkerhet var en bekymring og mange ville foretrukket å kunne velge hvem de ville samkjøre med selv.

En anonym spørreundersøkelse ble sendt ut til alle brukerne av BlaBlaCar for å se på karakteristikker ved brukerne av en slik tjeneste (Shaheen, Stocker og Mundler, 2017). 471 personer svarte på hele undersøkelsen. Undersøkelsen viste blant annet at den viktigste motivasjonen for å bruke samkjøring var å spare penger. De som var passasjerer hadde generelt lavere inntekt enn de som var sjåfører. BlaBlaCar ble brukt mest på fritidsreiser. De som brukte samkjøring til jobb var de yngre og de med lav inntekt.

Prosjektet «Spontan Samkjøring» i Bergen som pågikk frem til 2015 hadde store ambisjoner, men nådde ikke målene om reduksjon av rushtrafikk (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015). De siktet seg inn på dynamisk samkjøring blant ansatte i åtte bedrifter i Bergensområdet. Initiativtakerne var forberedt på problematikken med å få med nok deltakere, men ble likevel overrasket hvor mange som ikke hadde fått med seg tilbudet om å bli med i prosjektet. Ifølge

en spørreundersøkelse hadde bare 37% fått med seg informasjonen, 11% meldt seg på aktivitetene og 7% prøvd samkjøring i praksis av de 1007 som svarte på spørsmålet. En viktig erfaring de sluttet var at man må sørge for å formidle budskapet på en god måte slik at det når frem hos potensielle brukere. Tilbudet om å delta i prosjektet forsvinner lett i all annen informasjon og reklame man mottar. Ifølge data fra samkjøringstjenestene ble det gjennomført 7172 samkjøringsturer av 276 personer i løpet av halvannet år. Mange av disse var avtaler som allerede eksisterte før appen kom. Noe som gjorde at løsningen ikke så ut til å øke personbelegget var at mange passasjerer kom fra kollektivtransport. Under prosjektet i Bergen var det tekniske problemer med samkjørings-applikasjonen som også kan ha ført til at mange ga opp samkjøring fort.

En erfaring om samkjørerne i Bergen var at de yngre var mer positive (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015). I tillegg så det ut til å treffe kvinner, personer uten yngre barn, personer med lang utdanning og personer som ikke kjører til jobb selv. De som samkjørte verdsatte også tidsbesparelse og det å kjenne den de kjørte med. Miljøhensyn ble verdsatt hos de faste samkjørerne, mens økonomi ikke var en så viktig faktor. De som sluttet med samkjøring eller ikke prøvde syntes det var for lite fleksibelt. Andre årsaker var at de ikke fant mulige returreiser eller at de bekymret seg for personvern, sikkerhet eller å dele informasjon om seg selv.

En undersøkelse i Danmark viste andre funn når det gjelder miljøhensyn (Nielsen *et al*, 2015). Undersøkelsen bestod av halvstrukturerte intervjuer av til sammen 50 personer uten (81,7%) og med (18,3%) erfaring fra samkjøring, og fokusgruppeintervjuer av 50 personer. De fant ut at klima ikke var et argument som ville stimulere til økt samkjøring, til tross for at Danmark er kjent som et «grønt» land. Miljøhensyn var ikke sentralt i respondentenes valg av transportmiddel. Mange intervjuobjekter var negative til samkjøring på grunn av vanskeligheter med å finne skyss, tap av frihet, sikkerhetsaspekter og av frykt for kleine situasjoner i møte med fremmede. De som var positive så på samkjøring som tidsbesparende, økonomisk og sosialt. Ifølge undersøkelsene hadde samkjørere mer tillitt til tjenesten når den bygges rundt et sosialt nettverk som Facebook.

En liknende undersøkelse av ble utført i Italia med to fokusgrupper og litt over 500 svar på en spørreundersøkelse (Gargiulo *et al*, 2015). De fant at passasjerer generelt var mer positive til samkjøring enn sjåførere. Der fant de også at manglende tillit er en stor barriere. Dette gjelder både tillit til hverandre som samkjørere og tillit til applikasjonen. De som hadde en bruker i

sosiale medier var mer risikovillige og dermed større velvilje til å prøve samkjøring. Betalingssystemet må fungere og for passasjerer må reisen være billigere enn kollektivtransport for at det skal være attraktivt.

I Østerrike har en kombinasjon av bildeling og samkjøring for utkantstrøk blitt vurdert gjennom forskningsprosjektet MICHAEL (Dorner og Berger, 2018). Tanken var å få de som bruker bildeling (har førerkort) og de som ikke har førerkort til å reise sammen for å . Koblingen skulle opprettes ved hjelp av en samkjøringsapplikasjon. En spørreundersøkelse blant brukere av bildeling viste en middels til positiv holdning til samkjøring blant de 298 svarene. Jo oftere man brukte bildeling, jo mer positive var man til samkjøring. Det samme gjaldt de som oppga at de var mer miljøbevisste. Folk var mer positive til å samkjøre med bekjente. Av de som ville ha betaling av passasjerer, ville over halvparten at dette skulle ordnes via appen. Igjen var liten fleksibilitet en årsak til at man ikke ville begynne med samkjøring. De som var negative til samkjøring oppga at bilen var et sted de ville være alene og de syntes det var ukomfortabelt å måtte ha noen fremmede der.

3.5 Mobilsamåkning på landsbygda i Sverige

Bedriften Mobilsamåkning har spesialisert seg på samkjøring i lavt befolkede områder (Holmström, 2011; Meier, 2012; Östholm, 2015). De har spesialtilpasset og lagt opp samkjøringstjenester for flere små bygder i Sverige. I 2011 vant de en pris for beste innovasjonsprosjekt på landsbygda. Deres første prosjekt var i Tolg, og dekket et område med om lag 500 innbyggere. I løpet av de tre første månedene fikk de 120 registrerte brukere som samkjørte til sammen 700 mil. Det siste prosjektet som ble igangsatt var i 2015 i Västra.

Denne bedriften bruker ikke mobilapplikasjoner, men en adaptiv hjemmeside som sender ut SMS til sjåfør og passasjer når de har sammenfallende reiseplaner. Pepijn Klaassen, en av de ansatte, forklarer at de gjør dette grunnet dårlig mobildekning i utkanten som kan svekke ytelsen til en mobilapplikasjon (mailkorrespondanse 26.10.2017). Han forteller at det aldri har vært gjort noen akademisk utredning av deres arbeide, men at de har mye erfaring. De starter med å gjøre en kartlegging av folk sine reisevaner på det aktuelle stedet, før de oppretter stedets egen plattform. Den største utfordringen med å innføre samkjøring ifølge han er å endre folks holdninger.

3.6 Oppsummering av litteraturen

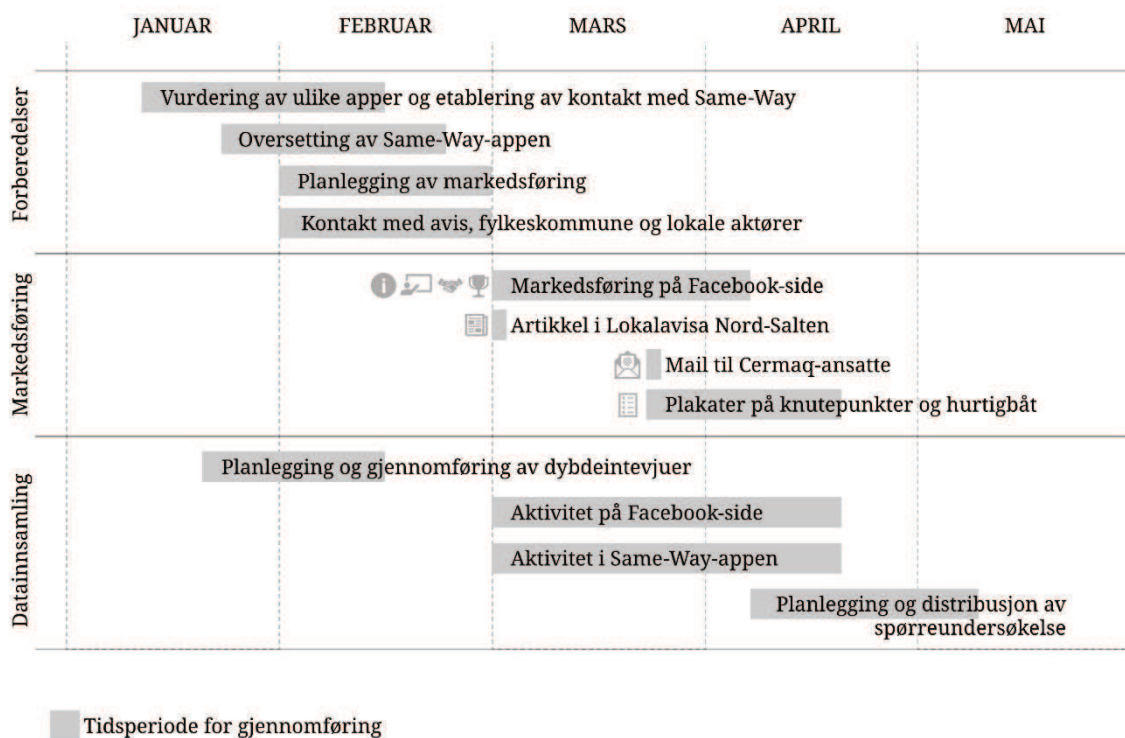
Samkjøring kan betegnes som et delingsøkonomisk initiativ og tilhører dermed en stadig økende trend. Samtidig erkjenner politikerne at det vil skje endringer innen transportsektoren med mer teknologi og etterspørselsbaserte løsninger. En endring i yrkestransportloven viser også et mer åpent lovverk når det gjelder deling av bil.

Det finnes flere samkjøringsapplikasjoner i Norge, men ingen har gjort et betydelig gjennombrudd enda. Funksjonene kan variere. Apper som er beregnet på lengre reiser er gjerne annerledes utformet enn dem som er beregnet på dynamisk samkjøring hvor matchingen skjer i sanntid. I dette kapitlet har jeg tatt for meg SammeVei, GoMore og Same-Way. SammeVei legger opp til at man oppgir få detaljer og matches automatisk, slik man gjerne gjør på arbeidsreiser. I GoMore søker man i en åpen liste av forespørsler og oppgir flere detaljer, slik man gjerne gjør på lengre reiser. Same-Way er mindre begrenset enn SammeVei, men viser også bare detaljer om reiser med et visst samsvar i reisedetaljer.

Tidligere studier på samkjøring har vist varierende grad av suksess for samkjøringsapplikasjoner. Det er mange barrierer man må overkomme for å oppnå kritisk brukermasse. Folk er blant annet bekymret for tapt tid og fleksibilitet, og har ofte en grunn til at samkjøring ikke passer for dem. Studier i Bergen og i Sverige viste vanskeligheter med å oppnå mange nok deltakere i samkjøringsaktivitetene, til tross for at man siktet seg inn på bestemte arbeidsplasser. I noen land i Europa har samkjøring med app på lengre reiser mellom byer lykkes. Brukerne av BlaBlaCar oppgir at å spare utgifter er deres viktigste motivasjon. Mobilsamkåkning i Sverige har pågått siden 2011 og etablert seg i flere små landsbygder. Dessverre er det ikke gjort noen utredning der, og de bruker også en nettside i stedet for app hvor de skreddersydd løsningen til hver enkelt bygd.

4. Planlegging og gjennomføring

Forberedelsene til dette prosjektet startet høsten 2017 med litteraturgjennomgang og valg av undersøkelsesdesign. I januar 2018 startet jobbingen med å få igangsatt selve undersøkelsene gjennom prosjektet «S for Steigen». Aktivitetene i forbindelse med «S for Steigen» pågikk frem til mai 2018 slik det fremgår av figur 7. Det startet med valg av applikasjon. Deretter ble det foretatt dybdeintervjuer som en forberedelse til resten av prosjektet. Jeg satte opp resonnementkjeden som beskriver hvordan jeg så for meg å endre folks reisevaner og som var en del av det å planlegge markedsføringen. Deretter iverksatte jeg markedsføringstiltakene. Til slutt ble spørreundersøkelsen planlagt og distribuert.



Figur 7: Tidsforløp for aktiviteter i forbindelse med prosjektet "S for Steigen".

4.1 Vurdering av applikasjoner

Før jeg kunne begynne å markedsføre valgte jeg appen som jeg mente var best egnet. Det var ingen applikasjoner i Norge som var særlig utbredt på tidspunktet for gjennomføringen. SammeVei, GoMore og Same-Way ble vurdert ut fra beskrivelsene i kapittel 3.3. Jeg valgte å benytte Same-Way-appen til dette forsøket.

SammeVei var lenge ansett som et godt alternativ, men det ble vurdert at begrensningen på 24 timer for å legge ut en reise var en negativ faktor i dette prosjektet. Det kunne vise seg at pendlerreisene ikke var de mest aktuelle å samkjøre på og da var tidsbegrensningen et minus på andre reiser. I tillegg var det usikkert om Android-versjonen ble ferdig i tide.

Når det gjaldt GoMore ble det vurdert at den lignet mye på det å legge ut en reise på Facebook. Det at man kunne legge inn så mange detaljer og måtte velge å opprette skyssvarsel gjorde at jeg var skeptisk til at folk ville orke å legge ut mange reiser med en slik app. I utkantstrøk vurderte jeg at man var avhengig av at hver person la ut så mange reiser som mulig. GoMore så ut til å egne seg for godt planlagte og lengre reiser, men jeg ville ha mulighet til mange typer reiser. I tillegg ønsket jeg en app som foreslo pris basert på kilometer og ikke ut fra sjåførens ønske. Dette viste seg å bli ytterligere støttet av et utsagn i dybdeintervjuene. Det var også et virkemiddel i å tydeliggjøre forskjellen på samkjøring og ulovlig taxi-virksomhet og skulle gjøre det vanskeligere for folk å kunne utnytte tjenesten til å tjene penger.

Same-Way hadde mulighet til reiser både på kort varsel og at man planla lengre reiser. Det var få detaljer som skulle legges inn og man kunne legge ut reiser langt fram i tid. Muligheten for frakt av gjenstander (goods) ble også vurdert som en positiv funksjon for utkantstrøk og at det var nyttig å teste det i dette prosjektet. Den norske versjonen var imidlertid ikke korrekt oversatt. Elan Berg i Same-Way ville gjerne samarbeide med meg og jeg fikk sende mine forslag til forbedringer slik at den norske versjonen kunne utvikles videre. På bakgrunn av et utsagn i dybdeintervjuene ble det vurdert at det var best å bruke en norsk app. Vi planla at den nye versjonen skulle være ferdig innen 1. mars, og 2. mars kom en mye utbedret versjon. I tillegg fikk jeg en avtale hos dem om å få data om brukere og reiser i Steigen, noe som også var avgjørende for valg av app.

4.2 Dybdeintervju som forstudie

De innledende intervjuene skulle gi informasjon til det videre arbeidet med markedsføring og spørreundersøkelse. Intervjuobjektene ble valgt ut blant mine bekjente. Det var fem personer i forskjellige aldre, kjønn og livssituasjon. To av kvinnene var i 60-årsalderen, men den ene var pensjonert og den andre i jobb. I tillegg intervjuet jeg en kvinne i 20-årene, en mann i 40-årene og en tenåringsgutt.

Jeg lagde en intervjuguide i henhold til retningslinjene til Jacobsen (2015) og snakket omkring temaene jeg hadde listet opp der. Denne finnes i vedlegg A. Intervjuguiden hadde middels strukturingsgrad, altså med noen underspørsmål jeg kunne ta opp dersom intervjuobjektene ikke selv kom inn på dem. Det var ikke spørsmål med svaralternativer, men noen av dem var «ja/nei-spørsmål».

Jeg foretok individuelle, åpne intervju, som er en av de vanligste metodene for innsamling av kvalitativ data (Jacobsen, 2015). Ved å la intervjuobjektene styre samtalen er det mer sannsynlig at man får fram personens egne meninger. Noen av intervjuene ble tatt ansikt til ansikt, men av praktiske årsaker ble noen også tatt på telefon. De intervjuene som ble tatt ansikt til ansikt varte generelt lengre. Ifølge Jacobsen (2015) er det lettere å etablere tillitt og åpenhet ansikt-til-ansikt. Siden dataene ikke skulle brukes direkte i resultatdelen ble det vurdert at noen av intervjuene likevel kunne tas på telefon. Intervjuene er gjengitt på en slik måte at det ikke skal gå an å identifisere personene. En måte å anonymisere på er å bruke lav detaljeringsgrad og å slette personlige opplysninger (Jacobsen, 2015). Jeg har derfor ikke oppgitt bosted, eksakt alder, sivilstatus og yrke og jeg har gjengitt reisevaner uten å nevne stedsnavn. I ettertid fikk intervjuobjektene anledning til å lese sitt intervju for å bekrefte at de var korrekt sitert.

Alle intervjuene er referert i vedlegg B. Videre følger et sammendrag av de viktigste funnene og generelle trekk. Deretter gis en oversikt over noen spesifikke utsagn og hvordan disse ble tatt i betraktning i videre arbeid.

Sammendrag

Som man kan se av de fem intervjuene i vedlegg B, var alle intervjuobjektene avhengige av bil. Det var to biler i alle husstandene, altså en per voksen. De følte det var nødvendig. Begge bilene var i bruk på daglig basis. Lengre reiser innebar som regel en etappe med bil til kollektivknutepunkter, men ofte brukte de bil hele veien fordi det er var praktisk og billigere når de var flere. Hurtigbåten var også et mye brukt transportmiddel på reiser ut av kommunen.

Intervjuobjektene var vant til å tenke samkjøring, både i forbindelse med jobb, fritidsaktiviteter, og kollektivreiser. De var innforstått med at mer kollektivtilbud innad i kommunen ikke var hensiktsmessig. Noen av utfordringene de møtte på i forbindelse med samkjøring var at de var avhengige av sin egen bil på arbeidsplassen, at de ikke kom seg helt hjem og at det var ubehagelig å be om betaling. I første rekke ble det å hjelpe hverandre og at det var trivelig nevnt som årsaker til å samkjøre. Å spare utgifter og skåning av miljøet ble vektlagt i varierende grad blant intervjuobjektene. For de som hadde faste samkjøringsavtaler var sparing av utgifter et viktig argument. For foreldre var spart kjøretid et argument for å ha samkjøringsavtaler for barna.

Alle intervjuobjektene hadde smarttelefon og kunne tenkte seg å bruke en samkjøringsapp. De hadde mer tillitt til å bruke den i Steigen kommune enn andre steder. Årsakene som ble nevnt var at det var tryggere og større sjanse for å finne en person de hadde kjennskap til. Noen sa de helst ville samkjøre med folk de visste hvem var. Noen av dem hadde kjennskap til Facebook-gruppen «Steigen Skyss&Frakt», men den av dem som hadde brukt det mest hadde kun brukt det et par ganger.

Utsagn til videre bruk

Det var noen spesifikke tema som ble brukt direkte i det videre arbeidet. Det gjaldt spesielt i utformingen av markedsføringstiltakene. I tillegg ga intervjuene en pekepinn på hva jeg kunne lete etter i spørreundersøkelsen. Under er listet opp noen utsagn og en beskrivelse av hvordan de ble brukt videre.

«Appen må være brukervennlig. Jeg må ha den på norsk.»

Kvinne i 60-årene (1)

Som nevnt i kapittel 4.1 hadde den norske versjonen opprinnelig mange språkfeil. Gjennom en avtale med eieren ble noen feil rettet opp etter forslag fra meg. Som en oppfølging til dette ble man også bedt om å rangere påstander om den norske versjonen og appens brukervennlighet i spørreundersøkelsen.

«Jeg tror jeg ville tatt med folk i bilen oftere om jeg fikk betaling for det. Men det kan være ubehagelig å be om betaling og da ender det heller med at jeg kjører alene.»

Kvinne i 60-årene (2)

«Vi snakker aldri om betaling når vi samkjører. Vi bytter bare på og er innforstått med å hjelpe hverandre.»

Kvinne i 20-årene

På bakgrunn av intervjuobjektens forhold til betaling, ble det beskrevet i et Facebook-innlegg at appen regner ut de delte transportutgiftene. I flere av innleggene ble det forklart at det er lovlig å motta vederlag for samkjøring.

«Ofte vet man ikke om hverandre selv om man skal på samme arrangement og kjører i nesten samme retning. Jeg tror folk kunne brukt appen til å avtale samkjøring i forbindelse med ulike kulturarrangement.»

Kvinne i 60-årene (1)

På bakgrunn av dette utsagnet ble det foreslått i et Facebook-innlegg at man skulle samkjøre til en konsert i kommunen. Der ble det også laget en konkurranse om kinobilletter. I et eget spørsmål i spørreundersøkelsen ble man bedt om å vurdere hvor realistisk det er å bruke samkjøring i forbindelse med kulturarrangement.

«Når jeg tar hurtigbåten, kjører jeg ofte selv og lar bilen stå på kaia.»

Kvinne i 60-årene (1)

«Både jeg og de andre i familien er vant til å se etter kjente på båten som vi kan sitte på med. Dersom det ikke er noen aktuelle må vi hente hverandre på kaia.»

Mann i 40-årene

Som nevnt i sammendraget var hurtigbåten mye brukt av intervjuobjektene. Utsagnene over viser også at skyssen fra kaia er et tema, og derfor ble samkjøring til hurtigbåtkaia foreslått i et Facebook-innlegg. Dette var også grunnen til at plakatene ble hengt opp inne på hurtigbåten og på kaia, i tillegg til på busskur rundt i kommunen. Også dette temaet ble tatt opp i spørreundersøkelsen, hvor man ble bedt om å si hvor realistisk det er å bruke samkjøring til og fra knutepunkt.

«Jeg har brukt mye tid på å skysse barna oppigjennom årene.»

Kvinne i 60-årene (2)

«Gode samkjøringsavtaler med andre foreldre gjør at jeg ikke trenger å hente barna så ofte.»

Mann i 40-årene

På bakgrunn av at mange barn og unge var avhengige av foreldre, ble dette foreslått som en måte å bruke samkjøringsappen på Facebook-siden. Disse utsagnene var også bakgrunn for et spørsmål i spørreundersøkelsen. På spørsmålet skulle man vurdere hvor realistisk det er at ungdommer søker skyss med samkjøringsapp i forbindelse med fritidsaktiviteter.

«Flere spør om skyss på Facebook enn dem som tilbyr.»

«Mange liker nok ikke at Facebook er så åpent. Alle ser hva man legger ut.»

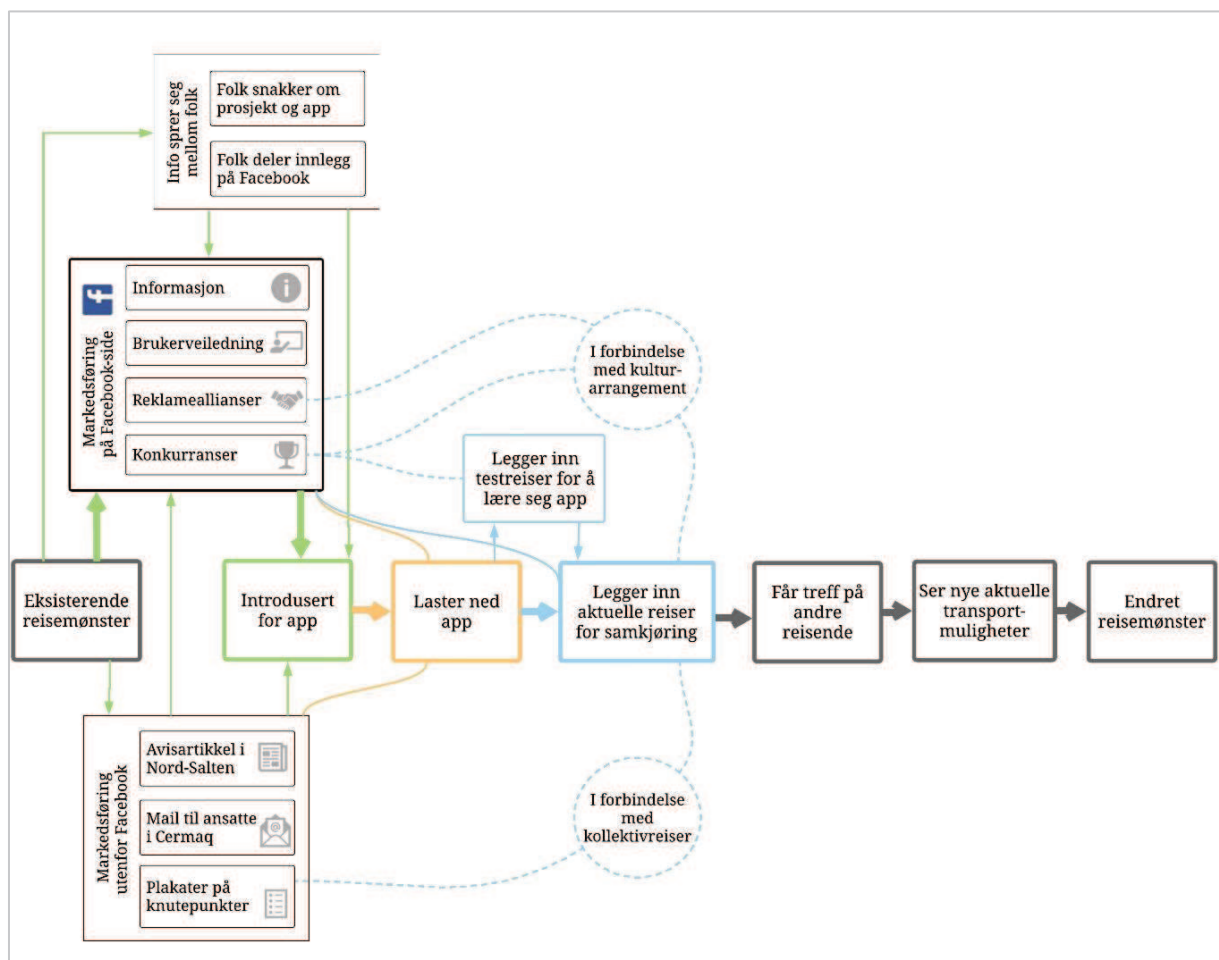
«Jeg har sett at folk har fått skyss, men det er også mange som legger ut og aldri får napp.»

Kvinne i 20-årene

Disse utsagnene om Facebook ble utgangspunkt for et eget spørsmål i spørreundersøkelsen. Da ble man bedt om å si hvor enig man var med påstandene knyttet til bruk av Facebook til forespørsler om skyss.

4.3 Plan for endring: Resonnementkjeden

Som aksjonsforsker jobbet jeg aktivt med å få folk til å ta i bruk Same-Way-appen. Jeg ville vurdere potensialet til appen ved å vurdere om det var mulig å få folk til å ta den i bruk. Resonnementkjeden i figur 8 illustrerer hvordan jeg så for meg at innføringen av appen skulle skje. En forklaring av kjeden følger under figuren. Med utgangspunkt i resonnementkjeden diskuteres det i kapittel 6 hvilke utfordringer som ligger i hvert ledd og hva som forårsaker frafall.



Figur 8: Resonnementkjede for evaluering av «S for Steigen»

Resonnementkjeden viser hele den tenkte prosessen med å endre en persons reisemønstre ved introduksjonen av en app. Tykke piler viser hovedveien til endret reisemønstre. De tynne pilene er alternative veier som også noen personer er tenkt å ta. Streker uten pil viser at det er en sammenheng, men viser ikke en handling personer skal gjøre for å begynne å ta i bruk appen. Fargene på pilene illustrerer at de tilhører ulike ledd i kjeden. På veien til endret reisemønstre

var det tre av leddene jeg jobbet for å få folk gjennom. De tre leddene gjennomgås etter tur her. Mer om de konkrete markedsføringstiltakene som ble iverksatt gjennomgås i neste kapittel.

Grønt ledd: Bi introdusert for appen

Det første steget handlet om å øke kunnskapen om appen blant reisende i Steigen. De fleste måtte nok gå fra ingen eller liten kjennskap til samkjøringsapper til å forstå hva det var. Det var ønskelig å nå alle mulige personer. Deretter kunne disse personene selv ta et standpunkt om det var noe de var interessert i.

Introduksjonen kunne de få på forskjellige måter, men hovedtanken var at det skjedde gjennom markedsføringstiltak på Facebook. På siden til «S for Steigen» la jeg jevnlig inn informasjon og tanken var at de som fulgte med skulle lære mer og mer. Det gikk fra generell info til mer teknisk informasjon om appen.

Noen kunne også få den første informasjonen utenfor Facebook. Der hadde jeg tre andre markedsføringstiltak. I tillegg håpet jeg at folk ville fortelle hverandre om løsningen og spre informasjonen videre. Noen trengte kanskje ikke mer informasjon enn det de fikk utenfor Facebook, mens andre kunne besøke Facebook-siden for å lese mer.

Oransje ledd: Laste ned appen

Etter å ha blitt introdusert for appen måtte de velge å laste den ned. Dersom de hadde bruk for den eller synes det var en god nok idé var valget kanskje enkelt. I motsatt fall trengte de kanskje mer overbevisning og da prøvde jeg å påvirke dette valget gjennom mine tiltak. Jeg skrev oppfordringer om å bli med og teste appen, for å kunne samkjøre, for å hjelpe meg eller for å bidra til videre utvikling. De oransje linjene uten pil viser at det er en forbindelse mellom tiltakene og det å laste ned appen.

Blått ledd: Legge inn aktuelle reiser

Etter å ha lastet ned appen, måtte de legge inn aktuelle samkjøringsreiser. Her prøvde jeg å påvirke i stor grad. Jeg hadde mange tiltak på Facebook-siden som rettet seg mot å legge ut reiser. I informasjonen jeg delte ble det oppfordret til å legge ut spesifikke reiser. Dette er illustrert med en linje fra markedsføringstiltakene på Facebook til det å legge ut reiser. For eksempel delte jeg en brukerveiledning om forskjellen på enkeltreiser, regelmessige reiser og

gods. Et annet eksempel var en konkurranse i forbindelse med påske for å oppfordre til samkjøring til og fra kommunen. Disse finnes i vedlegg C (side C-5 og C-11).

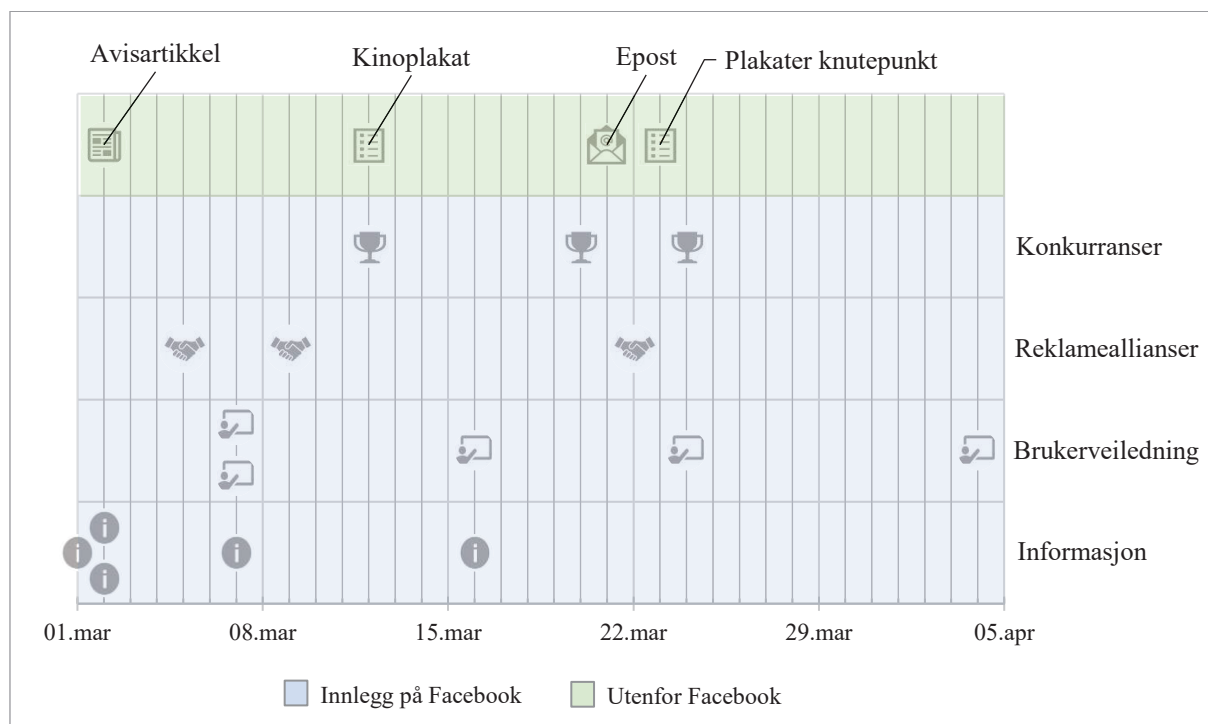
Sirkelen med teksten «I forbindelse med kollektivreiser» og tilhørende stiplede linjer viser et tiltak for å legge inn reiser til og fra knutepunkt. Det ble hengt opp plakater og med dem håpet jeg at folk skulle ta i bruk appen på disse spesifikke reisene, se vedlegg G. Altså var plakaten tenkt å både introdusere, få folk til å laste ned appen og å ta den i bruk i forbindelse med kollektivreiser. Den andre sirkelen illustrerer at jeg hadde noen tiltak i forbindelse med kulturarrangementer. Det var blant annet en konkurranse om kinobilletter som finnes i vedlegg C (side C-9).

Jeg regnet med at noen la ut testreiser før de la ut aktuelle samkjøringsreiser. I forbindelse med konkurranser på Facebook-siden la jeg direkte opp til at folk kunne legge ut reiser der de ikke faktisk skulle samkjøre. Da håpet jeg at de lærte seg å bruke appen og at terskelen for å legge ut faktiske samkjøringsreiser ble lavere.

Gjennom den bevisste jobbingen for å legge ut reiser ønsket jeg å øke sjansene for at flere tok de tre siste stegene av resonnementkjeden. Jo flere som la inn reiser og jo flere reiser de la inn, desto større var sjansene for at de fant noen å samkjøre med. Da kunne de se nye transportmuligheter og endre sitt reisemønster.

4.4 Markedsføringstiltakene

Markedsføringstiltakene handlet om å introdusere, få folk til å laste ned og ikke minst stimulere til bruk av samkjøringsappen slik det ble beskrevet i kapittel 4.3. Tidspunkt og hvilke tiltak som ble iverksatt fremgår av figur 9. Alle tiltakene på Facebook finnes i vedlegg C. Der er de sortert etter publiseringsdato og man finner også igjen det lille ikonet fra figur 9 som forteller om det er informasjon, brukerveiledning, reklameallianse eller en konkurranse. Denne inndelingen er gjort for å lettere kunne skille mellom de ulike tiltakene som ble iverksatt. Tiltakene utenfor Facebook finnes i vedleggene D, E, F og G. Videre beskrives fremgangsmåten for markedsføringen og de ulike avtalene som ble inngått.



Figur 9: Dato for iverksettelse av ulike markedsføringstiltak utenfor og på Facebook

Tiltakene ble primært iverksatt de første 4 ukene av prosjektet, slik det fremgår av figur 9. I tillegg var det to innlegg på slutten av perioden for å spre spørreundersøkelsen og avrunde det hele, som ikke fremkommer av figuren, men som finnes i vedlegg C. I første omgang inviterte jeg mine egne venner. Mange av dem delte innleggene videre. Det kommunale boprojektet «Lev i Steigen» delte også siden min på sin Facebook-side etter forespørsel fra meg, se vedlegg C (side C-8). Jeg delte også selv mange av innleggene på Facebook-gruppen «Steigen Skyss&Frakt», se vedlegg C (side C-3). I tillegg satset jeg på viral spredning, altså at folk skulle se innleggene via andres samhandlinger med siden.

Det ble vurdert at markedsføringen burde være godt planlagt slik at mange tok i bruk appen på samme tidspunkt. Da måtte jeg lage gode innlegg som skapte engasjement. Jeg brukte kommunikasjonstiltakene til Olsen og Peretz (2017) som ble beskrevet i kapittel 2.2.3. Dette innebar avtaler om reklameallianser og sponsinger fra lokale aktører i Steigen. Disse avtalene beskrives under. Avtalene med Nordland Fylkeskommune og Cermaq som blir beskrevet i egne avsnitt kom ikke i orden før midt i perioden, men jeg brukte dem heller som et tiltak for å få nye brukere rundt påske.



Kaffeavtale på bensinstasjoner

To bensinstasjoner samtykket i å gi 50 % rabatt på kaffe til personer som samkjørte med Same-Way-appen. Det var Leinesfjord Bensinstasjon i kommunesenteret og Shell Bogøy lengre nord i kommunen. Personene måtte bevise med appen at de var på en samkjøringsreise. Til gjengjeld hadde jeg et innlegg på Facebook-siden med reklame for bensinstasjonene og kaffeavtalen, se vedlegg C (side C-4). På den måten fikk «S for Steigen» brukt bensinstasjonenes omdømme og bensinstasjonene fikk reklame på Facebook-siden. Kaffeavtalen skulle også lokke til flere samkjøringsreiser. Det ble imidlertid ingen som benyttet seg av avtalen.



Konsert og konkurranse om gavekort på Nybrygga

Nybrygga er et spisested i den sørlige delen av kommunen. I denne delen av kommunen er det for tiden ingen taxi da løyvet ikke er besatt, så Nybrygga var enig i at samkjøring til deres arrangementer var et godt tiltak. I forbindelse med en konsert på Nybrygga i Helnessund ble det reklamert på både «S for Steigen» og Nybrygga sin Facebook-side med oppfordring om å samkjøre dit. I tillegg sponset Nybrygga et gavekort som ble brukt i en konkurranse, mot at jeg delte deres påskeprogram på «S for Steigen». Innleggene finnes i vedlegg C på sidene C-8, C-9 og C-11.

Kinobilletter og reklame på kinoplakat

I forbindelse med bygdekino ble det arrangert en konkurranse om en kinobillett, se vedlegg C (side C-9). Jeg inngikk en reklameallianse med bygdekinoen. Bygdekinoen hadde noen plakater på sine nettsider og der reklamerte for samkjøring og «S for Steigen», se vedlegg E. Disse plakatene delte jeg på siden med oppfordring om å kjøre sammen til kulturarrangement og for å vise at flere aktører engasjerte seg i samkjøring (innlegget ble slettet når plakatene ikke var aktuelle lengre og finnes derfor ikke i vedlegg).

Sponsing av premie og info-mail hos Cermaq

Jeg tok kontakt med Cermaq, en stor lakseoppdrettsbedrift med mange arbeidsplasser i Steigen. Hovedmålet var å få sponsing til en premie til konkurranser gjennom en avtale om å reklamere for dem. Dette gikk i orden, og i tillegg sendte de ut en info-mail til noen ansatte i Steigen med et brev fra meg. Mailen ble sendt til 13 kontormaskiner på forskjellige anlegg og 16 ansatte i administrasjonsstillinger på anleggene. Målet mitt var å nå folk som kjører på jobb. Mailen og brevet finnes i vedlegg F. Som man kan se informerte de om at de ville støtte lokale og innovative prosjekter. Jeg lagde et eget Facebook-innlegg om Cermaq, se vedlegg C (side C-12).

Avisartikkel i lokalavis

Etter forespørsel fra meg lagde Lokalavisa Nord-Salten en avisartikkel om prosjektet, se vedlegg D. Der var det bilde av meg og folk fikk et ansikt å knytte til prosjektet. Med avisartikkelen var målet å treffe en annen aldersgruppe enn dem som er på Facebook, hvor 18-29 og 30-39 år har flest brukere (Ipsos, 2018). Aviser har et voksent publikum med flest abonnenter over 60 år (Høst og Vaage, 2010). De treffer et annet marked enn TV og Internett. Den aktuelle avisen i Steigen, Lokalavisa Nord-Salten, hadde en husstandsdekning på 56 % i Steigen (Landslaget for lokalaviser, 2017). Jeg delte også artikkelen på Facebook-siden min, se vedlegg C (side C-2).



() Plakater på knutepunkter og hurtigbåt

Jeg tok også kontakt med Nordland Fylkeskommune for å få tillatelse til å henge opp plakater om appen. På samme plakat måtte jeg reklamere for Nordland fylkeskommunes egen app for reiseplanlegging. Dermed ble dette også en form for reklameallianse. De samtykket i at jeg kunne henge opp på busskur, kai og inne på hurtigbåtene som går innom Steigen. Plakater bør nemlig henges opp der folk ferdes og de bør inneholde lite tekst fordi folk passerer fort (Olsen og Peretz, 2017). Målet med plakaten var å nå folk som reiste kollektivt. Plakaten finnes i vedlegg G. Plakatene ble hengt opp i midten av mars og tatt ned i midten av april av meg selv og de ansatte på hurtigbåtene.

4.5 Planlegging og distribusjon av spørreundersøkelse

Ved hjelp av det web-baserte verktøyet Typeform opprettet jeg en spørreundersøkelse på 34 spørsmål på norsk som ligger i vedlegg J.

Jeg gjorde en pilotundersøkelse med fire venner på sivilingeniørstudiet. Ifølge Jacobsen (2015) er det viktig å teste skjemaet for å luke ut feil og uklarheter. De gikk gjennom undersøkelsen og ga meg tilbakemeldinger. To av dem gjennomførte før jeg hadde lagt inn «filter-spørsmålene», slik at de fikk se alle spørsmålene. Deretter testet to andre med filtrering. Jeg sendte dem noen enkle spørsmål om undersøkelsen og de sendte sine tilbakemeldinger. De oppga hvor lang tid de hadde brukt på undersøkelsen og hadde noen anmerkninger om skrivefeil, spørsmål som muligens kunne misforstås og svaralternativer som manglet.

Spørreundersøkelsen ble delt på siden «S for Steigen» og «Steigen Skyss&Frakt» med noen dagers mellomrom. På den måten fikk de som så innlegg fra begge steder enurring. I tillegg delte jeg den på min personlige profil og noen bekjente delte den også. Den ble sendt på mail til ansatte i Cermaq. I utgangspunktet ville jeg nå dem som hadde engasjert seg i prosjektet, men jeg ville også åpne for svar fra andre personer i Steigen eller utenfor.

4.6 Oppsummering av planlegging og gjennomføring

På nyåret i 2018 startet jeg å planlegge prosjektet «S for Steigen». Jeg måtte planlegge hvordan jeg skulle få folk i Steigen til å ta i bruk en samkjøringsapp. Jeg ville først og fremst ha en applikasjon som var egnet, og etter å ha vurdert flere ulike applikasjoner falt valget på Same-Way. Jeg fikk ordnet et samarbeide med eieren av appen.

Parallelt med at jeg jobbet med oversetting av appen og planla markedsføringstiltakene, foretok jeg dybdeintervjuer av fem personer i Steigen. Det som ble sagt ble bakgrunn for ulike innlegg på Facebook. Blant annet planla jeg å reklamere for samkjøring til og fra knutepunkt og kulturarrangement, og som et alternativ for ungdommer i kommunen. Jeg brukte også disse eksemplene i ulike spørsmål i spørreundersøkelsen. Noen påstander som intervjuobjektene kom med ble brukt direkte i spørreundersøkelsen.

Resonnementkjeden ble satt opp for å illustrere hvordan jeg etter hvert så for meg prosessen med å endre folks reisevaner. Den viser spesielt hvordan mine markedsføringstiltak er med på å introdusere appen, få folk til å laste den ned og få folk til å legge ut reiser.

Avtaler med ulike aktører i Steigen ble inngått, og ulike typer tiltak ble planlagt. Det meste foregikk på Facebook, men det ble også laget en avisartikkel, en epost til ansatte i en bedrift, og en plakat til knutepunkter og hurtigbåter. Ved å inngå flere reklameallianser håpet jeg å nå inn til folk i Steigen. «S for Steigen» ble også sponset med gavekort slik at jeg kunne ha konkurranser om å legge ut reiser.

Mens markedsføringen gikk sin gang ble det generert data på Facebook-siden og i Same-Ways database som jeg kunne begynne å analysere. I tillegg planla og distribuerte jeg en spørreundersøkelse.

5. Resultater

I dette kapitlet gjennomgås resultatene fra datainnsamlingsmetodene etter tur. Det innebærer statistikk fra Facebook-siden til «S for Steigen», data om brukere og reiseforespørsler i Same-Way-applikasjonen, og resultater og analyser fra spørreundersøkelsen.

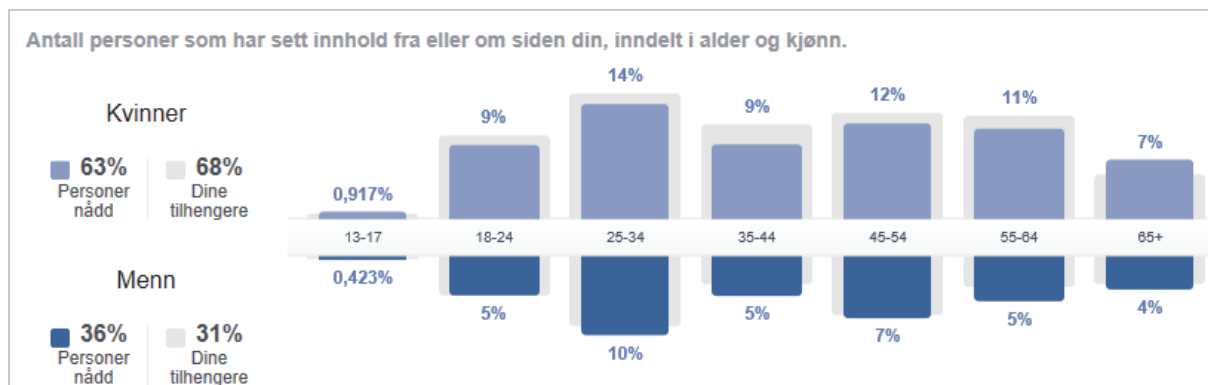
5.1 Aktivitet på Facebook

Facebook-siden «S for Steigen» ble opprettet 1. mars 2018. Folk ble invitert til siden for å lære om og teste samkjøringsappen Same-Way. Innleggene spredte seg også via andres Facebook-brukeres aktivitet. I de neste delkapitlene presenteres trekk ved personene som ble nådd og hvordan rekkevidde, engasjement og antall følgere av siden har variert i tiden som fulgte.

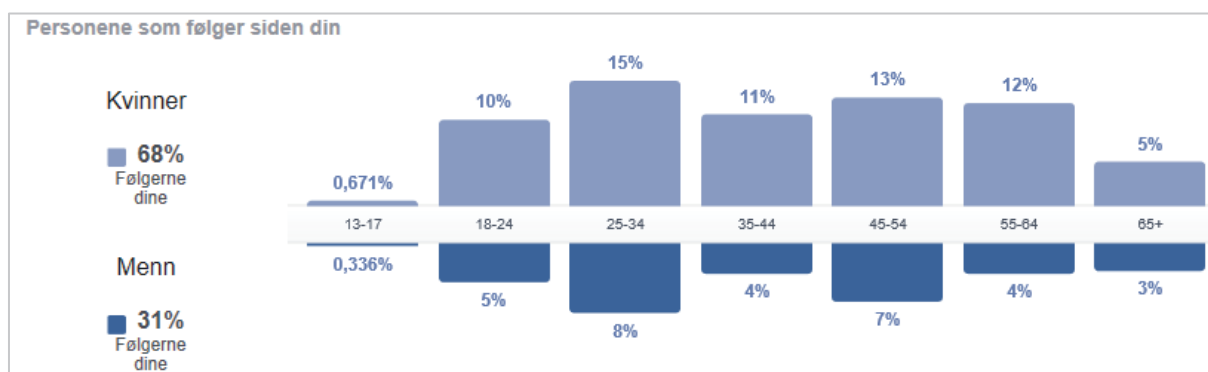
5.1.1 Demografisk analyse

Det ble automatisk gjort to ulike analyser av Facebook-brukerne som så innhold fra siden «S for Steigen». Den første analysen gjelder dem som er nådd, altså har fått innlegg fra siden vist på skjermen sin. Det kan være når andre har delt, kommentert og likt innleggene. Man kan få med seg mye av innholdet fra en side via andres aktivitet og delinger uten å følge siden. Alders- og kjønnsfordelingen på disse vises i figur 10, og geografisk plassering for disse vises i figur 12. Den andre analysen viser dem som har valgt å følge siden. Hvis man liker siden blir man automatisk en følger. Siden fikk 298 følgere i løpet av markedsføringsperioden og alders- og kjønnsfordelingen og geografisk plassering på disse vises i figur 11 og figur 13 .

I praksis er forskjellen mellom de som er nådd og de som er følgere at de sistnevnte har tatt et aktivt valg om å se innhold fra siden. Dette er i større grad styrt av personens egne interesser. Hvem som har sett innhold fra siden er i større grad tilfeldig og har sammenheng med hvilke venner som delte og kommenterte innleggene.



Figur 10: Alders- og kjønnsfordeling på personer som har fått innlegg fra «S for Steigen» vist på skjermen sin. Hentet 3. mai



Figur 11: Alder og kjønn på følgere av «S for Steigen». Hentet 3. mai 2018

Aldersgruppene med flest nådd og flest følgere var 25 – 34 år, 45 - 54 år og 56 – 64 år. Det var altså færre fra midten av 30- til midten av 40-årsalderen og i de eldste og yngste alderene. Det var en betydelig større andel kvinner enn menn som både så innhold og valgte å følge siden. Det er litt jevnere mellom kjønnene når det gjelder hvem som fikk innlegg vist på skjermen (figur 10), men det var altså flere blant kvinnene som valgte å følge siden (figur 11). Av dem som fikk vist innhold på skjermen er 36 % menn, men når det gjelder følgere er det minket til 31% menn.

Figur 12 og figur 13 viser geografisk plassering og språk på brukerne som ble nådd og fulgte siden. Personer fra flere steder i Norge og utlandet ble nådd. Steigen, Bodø og Trondheim stod for flest personer. I tillegg så mange i Oslo innleggene mine. Som man ser av figur 13 var det 174 følgere i Steigen, altså 58% av de totalt 298 følgere. Bodø og Trondheim stod til sammen for 18 % av følgerne.

Land	Personer nådd	By/sted	Personer nådd	Språk	Personer nådd
Norge	1 280	Steigen, Nordland	425	Norsk (bokmål)	1 029
Israel	29	Bodø, Nordland	128	Engelsk (USA)	135
Sverige	24	Trondheim, Sør-Trønd...	123	Nynorsk	82
Tyskland	20	Oslo, Oslo	101	Engelsk (Storbritannia)	45

Figur 12: Land, by/sted og språk for de som så innhold fra «S for Steigen». Viser de 4 med flest personer. Hentet 3. mai 2018

Land	Følgerne dine	By/sted	Følgerne dine	Språk	Følgerne dine
Norge	292	Steigen, Nordland	174	Norsk (bokmål)	247
Spania	1	Bodø, Nordland	33	Engelsk (USA)	19
Ungarn	1	Trondheim, Sør-Trønd...	21	Nynorsk	15
Sverige	1	Oslo, Oslo	11	Engelsk (Storbritannia)	8

Figur 13: Land, by/sted og språk for følgerne av «S for Steigen». Viser de 4 med flest personer. Hentet 3. mai 2018

Det er verdt å merke seg antallet personer i Steigen i forbindelse med dette prosjektet. 425 personer med geografisk plassering i Steigen ble nådd, noe som tilsvarer nesten 17% av kommunens befolkningstall. Det var 174 personer, altså litt over 40%, av disse som valgte å følge siden. Det er også verdt å merke seg hvor andre personer befant seg. Disse kan ha interesse av samkjøring i Steigen dersom de av og til reiser dit, men kan også ha meldt sin interesse fordi de er bekjente.

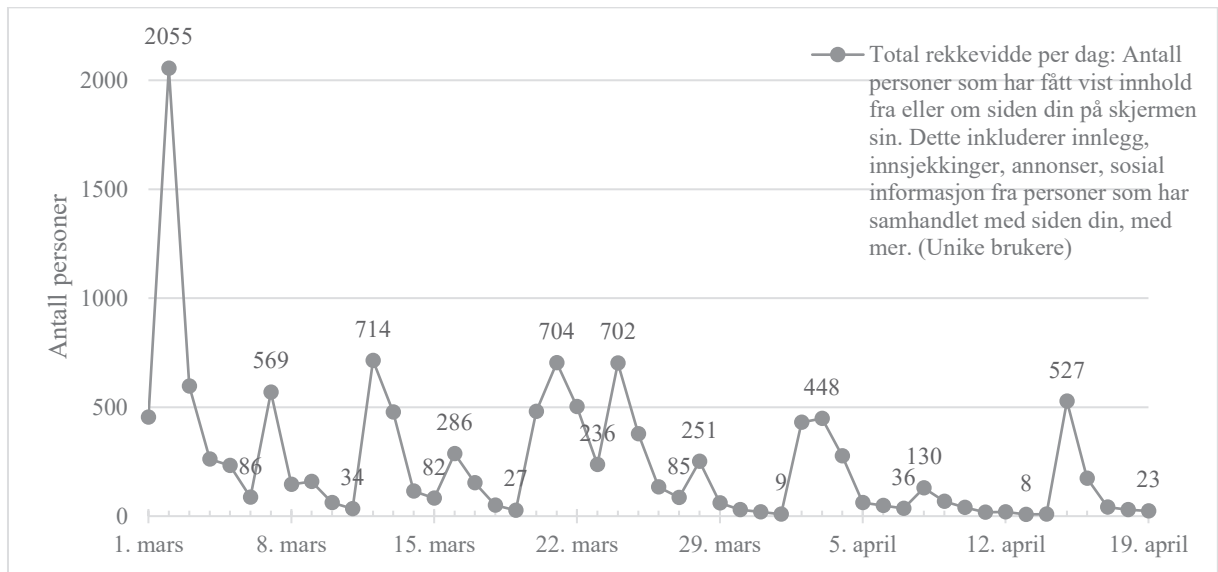
5.1.2 Utvikling av rekkevidde, engasjement og følgere over tid

Figur 14, figur 15 og figur 16 viser henholdsvis rekkevidde, engasjerte brukere og nye likerklikk på siden «S for Steigen». Rekkevidden er når personer får vist innhold fra siden på skjermen sin. Engasjerte brukere er dem som har klikket på innlegg, delt kommentert og likt. Nye likerklikk på siden er dem som har startet å like siden og dermed har blitt følgere.

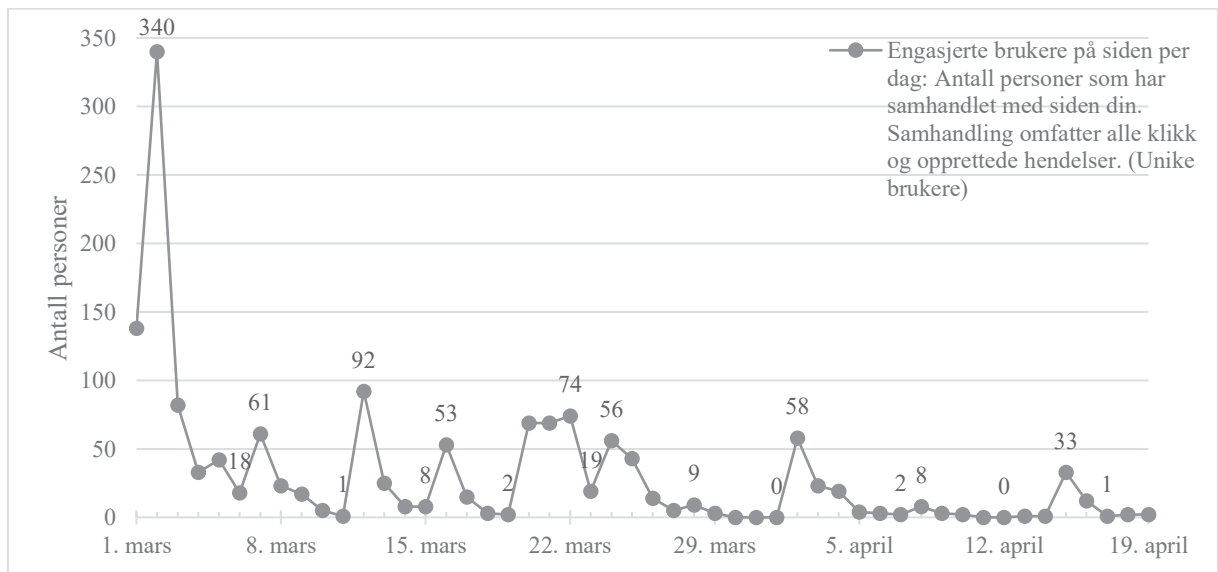
Ifølge data jeg har eksportert fra Facebook-siden, er rekkevidden for det meste viral rekkevidde. Dette vil ifølge Facebook sin definisjon si at

[...] personer har fått vist innhold fra eller om siden din på skjermen sin med tilhørende sosial informasjon. Sosial informasjon er en form for organisk distribusjon og vises når en persons venn har samhandlet med siden din eller innlegget ditt. Dette omfatter når en persons venn liker eller følger siden din, samhandler med et innlegg, deler et bilde fra siden din og sjekker inn på siden din. (Unike brukere).

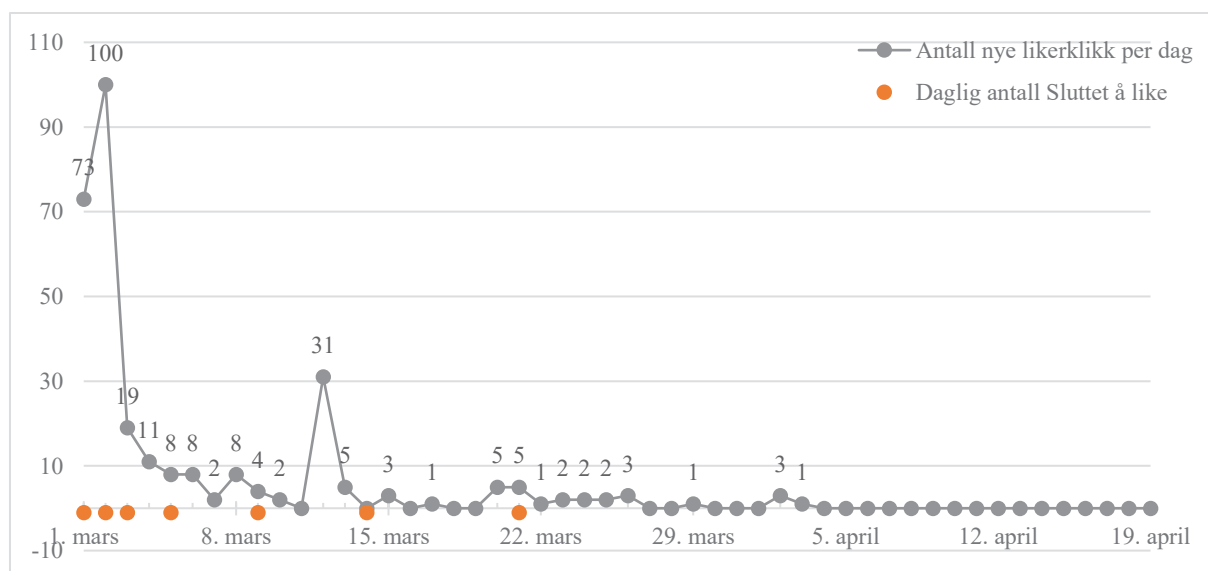
Vedlegg H viser en oversikt over rekkevidde på hvert enkelt innlegg. Man ser at det er konkurransene som har blitt vist på flest skjermer, og det er også de som har fått flest reaksjoner. Datoene da disse ble publisert kan kjennes igjen på figur 14. Konkurransene har også vært delt utover flere dager, noe som fører til større rekkevidde for siden også andre dager enn når innlegget ble publisert. I konkurransene ble det lagt opp til at deltakerne skulle kommentere, noe som har bidratt til den virale rekkevidden. Bildet av avisartikkelen hadde også stor rekkevidde og ble publisert den 2.mars da den totale rekkevidden for siden var størst. En video som ble publisert 24. mars skapte også engasjement og hadde relativt stor rekkevidde i forhold til enkelte tekst-innlegg.



Figur 14: Total rekkevidde (antall personer nådd) for innlegg fra Facebook-siden til «S for Steigen» hver dag



Figur 15: Antall engasjerte brukere på Facebook-siden til «S for Steigen» hver dag



Figur 16: Antall nye personer som har likt siden. (Unike brukere) og antall som har sluttet å like.

Som man ser av figur 14 var rekkevidden størst i starten av markedsføringsperioden og «S for Steigen» nådde ca. 2500 personer det første døgnet. På andre dager med høy rekkevidde var det rundt 500 – 700 personer som ble nådd. Av dem som ble nådd, var det betydelig færre som engasjerte seg ved å klikke, kommentere eller gjennom annen samhandling. Dette fremgår av figur 15. Da rekkevidden var på over 2000 personer, den 2. mars, var det 349 personer som samhandlet med siden. Det tilsvarer ca. 17% av dem som ble nådd. Videre utover perioden tilsvarer engasjementet rundt 10 % av rekkevidden.

Antall som begynte å følge siden var også betydelig størst i starten av mars, se figur 16. På dagene med mest engasjement (2.mars og 12. mars) var antallet følgere om lag en tredjedel av dem som var engasjerte. Det var også 7 personer som sluttet å like siden igjen i løpet av perioden. 173 av de totalt 298 personene begynte å følge siden første døgnet. Figurene viser at det var en klar sammenheng mellom antall personer som ble nådd, engasjert og valgte å like «S for Steigen». Grafene viser det samme mønsteret, men man ser et frafall av antall personer i alle ledd fra rekkevidde til engasjement og videre til antall følgere.

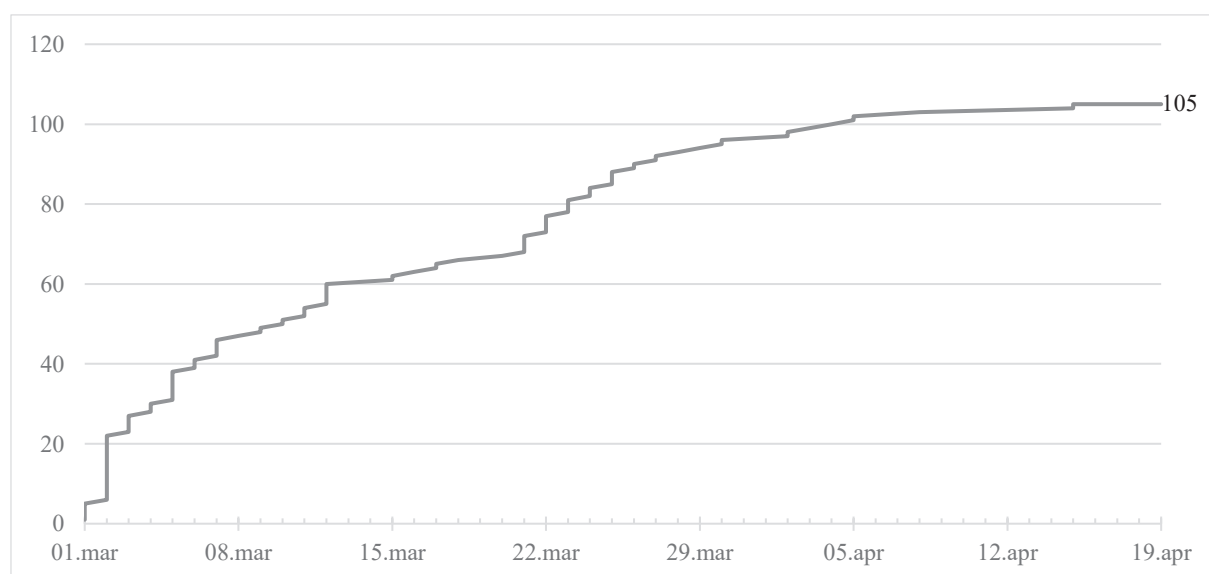
5.2 Aktivitet i Same-Way-appen

Fra første innlegg på Facebook har det blitt oppfordret til å laste ned appen dersom man er reisende i Steigen kommune. I avisartikkelen som kom 2.mars var dette også et budskap. Bruk av appen blant folk med tilknytning til Steigen i de syv ukene fra 1. mars og til 19. april har blitt analysert og presenteres i de neste delkapitlene.

5.2.1 Nedlastninger av appen

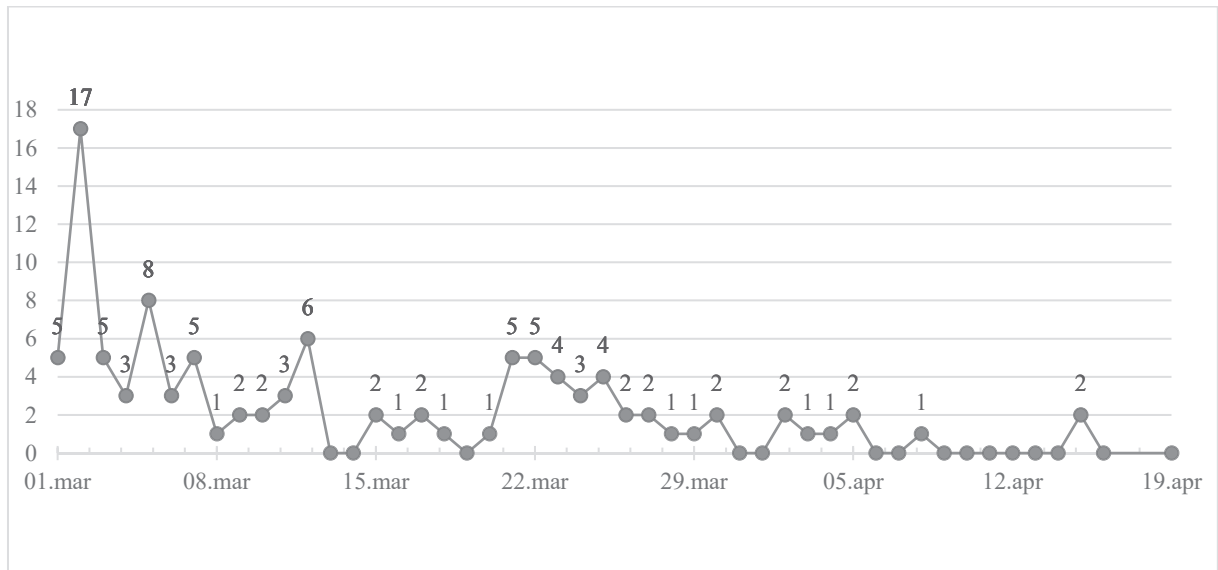
I løpet av de 7 ukene ble det til sammen 105 nedlastninger av appen blant personer bosatt i Steigen eller med annen tilknytning til Steigen. De med annen tilknytning kunne være følgere av «S for Steigen», personer i nabokommuner, personer med mange felles venner i Steigen, personer jeg visste hadde bodd i Steigen og andre som jeg kunne anta at var aktuelle samkjørere i Steigen. Utviklingen i antall nedlastninger er illustrert i figur 17. Antall nedlastninger tilsvarer i overkant av 4 % av kommunens befolkningstall, men omfatter også personer som ikke bor der.

Utenom disse 105 nedlastningene var det 4 personer som lastet ned, men ble ansett som uaktuelle selv om de var bekjente. Jeg antok at de lastet ned appen på grunn av mine tiltak, men tok de ikke med i videre analyse fordi jeg visste de bodde langt unna Steigen. Jeg hadde valgt å se på aktiviteten i Steigen og mente jeg kunne anta at disse ikke bidro til samkjøring der.



Figur 17: Antall nedlastninger av Same-Way, akkumulert

Vedlegg I viser datoer da appen ble lastet ned og hvilket kjønn personene hadde. Nesten 69 % av dem som lastet ned var kvinner (72 av 105). Dagene det ble lastet ned mest var rundt starten av prosjektet og rundt påske. Antall nedlastninger per dag kommer tydelig fram av figur 18. Det er verdt å merke seg at man finner igjen samme mønster her og i hvilke dager det var høyest aktivitet på Facebook. På dagene med mest engasjement på Facebook (2. og 12. mars) tilsvarte antall nedlastninger 5% av engasjementet.



Figur 18: Antall nedlastninger av Same-Way-appen hver dag

5.2.2 Reiser lagt ut i Same-Way-appen

Via Same-Ways database fikk jeg tilgang til oversikt over alle reisene som ble lagt ut og alle reisene som ble gjennomført som samkjøringsreiser i Steigen. Det ble lagt ut 243 reiser, men ikke gjennomført en eneste samkjøring.

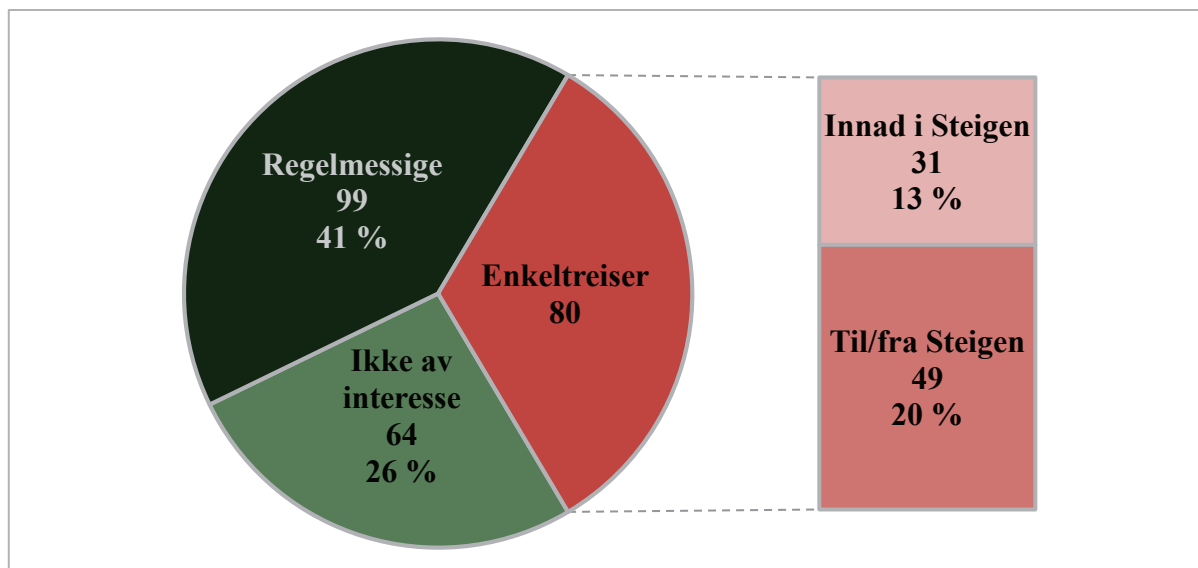
Alle de 243 reisene som jeg viser til her ble lagt ut av andre personer enn meg selv. Det er både reiser innad i kommunen og reiser som starter eller slutter i Steigen. Disse reisene trenger ikke å ha gitt treff på andre personer og kan ha blitt slettet før fastsatt tidspunkt. Jeg har i første omgang ikke brydd meg dersom reisen er «false», altså at den er slettet, for man ikke vet om folk har latt dem ligge en stund eller slettet med en gang.

Forespørselene kan ha ført til en avtale om samkjøring uten at personene fullførte alle stegene til reisens slutt. For at en reise skal registreres i gjennomførte samkjøringsreiser i databasen må det nemlig fullføres mange steg. Stegene innebærer alt fra å godkjenne hverandre og registrere henting av passasjer, til å registrere at reisen er slutt når man har nådd destinasjonen. Derfor kan folk i teorien ha avtalt en reise gjennom appen og plukket opp hverandre uten å gjøre noe mer i appen. Så vidt meg bekjent er dette ikke tilfelle, men det er altså mulig.

Videre studeres alle de 243 reisene som ble lagt ut. Målet var å studere trekk ved reisene hvor folk søkte samkjøring, selv om de ikke førte til videre bruk av appen på en samkjøringsreise.

Grovsortering

Etter å ha fjernet turene som jeg selv la ut, stod det altså igjen 243 turer i Steigen i Same-Ways database. Dette var reiser både innad i og til og fra Steigen kommune. Videre har jeg sortert reisene i tre ulike hovedkategorier. Figur 19 viser fordelinger av reiser innenfor hver av kategoriene «ikke av interesse», «regelmessige reiser» og «enkeltreiser». Videre forklares hvordan utplukkingen i de tre kategoriene har foregått. Enkeltreisene er de jeg anser som mest interessante og hvor jeg senere har sett etter spesielle trekk.



Figur 19: Reiser lagt ut i Same-Way-appen i Steigen, grovsortering

Reisene i kategorien «Ikke av interesse» er reiser som antas å ikke være faktiske søk etter samkjøring. Dette gjaldt i alt 64 reiser og jeg mener å ha godt grunnlag for å si at disse reisene ikke var relevante. Det var 23 reiser som jeg kjente igjen fra konkurranser på Facebook-siden. Disse kommer fra tre ulike konkurranser med 5, 7 og 12 deltakere, hvor en av reisene ble brukt i to konkurranser. På 26 av reisene har jeg sterk mistanke om at personen som la ut har testet appen eller hatt tekniske problemer. Dette er reiser som stemmer delvis med kriteriene i konkurransene, men hvor personen har registrert flere liknende reiser. Her mistenker jeg altså at personen har gjort noe feil og prøvd på nytt. Det var også 5 andre reiser som var helt eller delvis lik andre reiser lagt ut av samme person. For eksempel kan det ha vært en liten forskjell i adressen eller noen minutter forskjell i klokkeslettet. Dette skal ikke ha stor betydning for treff på andre brukere og jeg har derfor kategorisert den ene av slike doble reiser som «ikke av interesse». Det mistenkes også at noen har lagt ut reiser for å teste å få treff hos hverandre i appen. Dette gjelder 10 reiser hvor to og to reiser er helt like bare at den ene brukeren er sjåfør og den andre passasjer.

Etter å ha plukket ut de som ikke var av interesse var det 99 av de resterende som tilhørte det som kalles «regelmessige turer» i Same-Way-appen. Da skriver man først inn adresse og andre detaljer, for deretter å markere alle aktuelle dager som reisen tilhører. Dette er tiltenkt for eksempel jobbreiser. Reisene blir lagt ut på de aktuelle dagene 5 uker frem i tid. Grunnen til at jeg valgte å sortere vekk disse, var at de står for en stor andel av reisene og det ser i mange tilfeller ut til å være en misforståelse som har ført til at man la ut en regelmessig tur. Når man

åpner appen kommer man rett inn på regelmessig tur, og det er fort gjort å legge ut dette i stedet for en enkeltreise dersom man ikke har brukt appen før.

Det var seks personer som hadde brukt funksjonen regelmessig tur da de la ut reiser. Person nummer 7 var med i en konkurranse med en enkeltreise, og hadde samtidig lagt ut regelmessige turer med samme adresser som i konkurransen. Her mistenker jeg at den regelmessige reisen var en feiltakelse. Person nummer 10 har lagt ut 12 regelmessige turer mellom adresser innad i kommunen. Det ser ikke ut til å være typiske klokkeslett for jobbreise, men de ser heller tilfeldige ut (tur 06:00 og retur 10:51). Her antas testing eller teknisk problem. Det samme gjelder de 12 reisene til person nummer 19. Nummer 35 la ut en regelmessig tur på en reise ut av kommunen. Her valgte jeg å ta den første reisen med videre i analysen og ikke ta med de fem som ble automatisk generert. På person nummer 43 mistenkes i likhet med nummer 7 feil bruk av funksjonen fordi det ble lagt ut lignende reiser i forbindelse med en konkurranse. Derfor ble disse reisene plukket vekk. Person nummer 44 ser jeg på som en mulig regelmessig tur til og fra jobb. Reisene er lagt ut mellom to nokså sentrale steder i kommunen, med avreise på morgenen og retur på ettermiddagen. Den er lagt ut på alle ukedager og ble lagret for 1 måned frem i tid og derfor ble resultatet 48 reiser.

En mer detaljert oversikt over sorteringen er vist i tabell 1. Det stod altså igjen 80 enkeltreiser til videre analyse. Dette ser jeg på som de mest interessante reisene å analysere videre. Jeg har delt enkeltreisene i to kategorier; innad i kommunen og til/fra Steigen, og her er det et overtall av reiser som starter eller ender utenfor kommunen. En av disse er ønske om frakt av en gjenstand, eller det som kalles gods i Same-Way-appen. Noen av enkeltreisene kan selvfølgelig være lagt ut for å teste, og noen av de som var en regelmessig reise kunne vært ment å være en enkeltreise. Da to personer la ut nesten like reiser som jeg gikk ut fra var en test, kunne dette også vært en reell reise som begge planla å gjøre. Enkeltreisene blir videre analysert i eget avsnitt. Det er også verdt å merke seg at 23 av de 80 enkeltreisene er merket «false», altså slettet før tidspunktet reisen ble satt opp.

Tabell 1: Reiser lagt ut i Same-Way-appen i Steigen, detaljert sortering

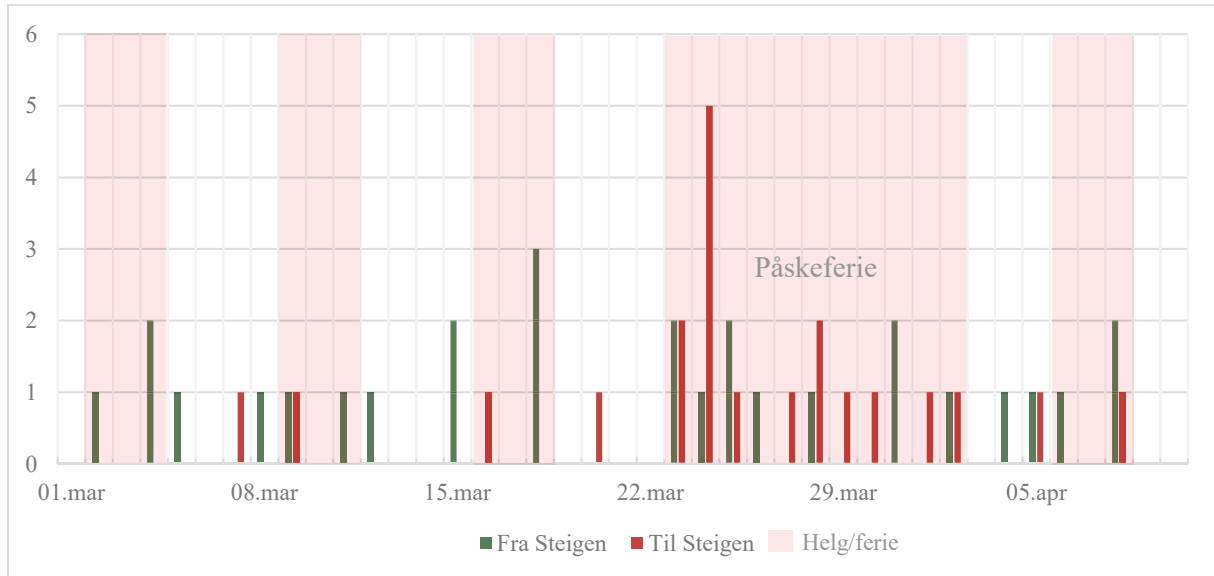
Type reise	Antall
Ikke av interesse	
Konkurranser	23
Teknisk trøbbel	26
Samme reise	5
Mistenker test-reiser	10
Totalt	64
Regelmessige	
Person 7: Feiltakelse?	16
Person 10: Testing?	12
Person 19: Testing?	12
Person 35: Feiltakelse?	5
Person 43: Feiltakelse?	6
Person 44: Jobbreise?	48
Totalt	100
Enkeltreiser	
Innad i Steigen	31
Til/fra Steigen	49
Totalt	80

Enkeltreisene

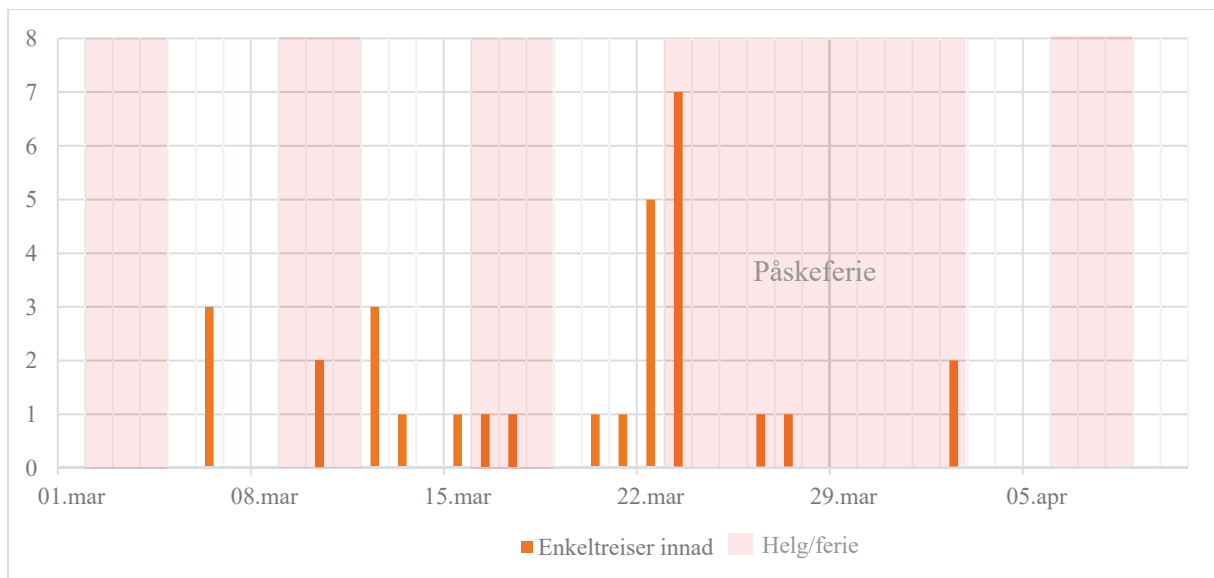
Enkeltreisene regnes som reelle søk etter samkjøring. Det var flest lengre reiser hvor folk lette etter samkjøring til eller fra Steigen. 21 av de var reiser inn til kommunen og 28 reiser ut. Av disse reisene ble 32 lagt ut i helg (fredag – søndag) og 17 i ukedager (mandag – torsdag). Herav var det 25 av dem lagt ut i påska (23.mars – 2.april). Dette er illustrert i figur 20. Den 18. mars var de tre reisene fra Steigen lagt ut av to personer, men ellers er det forskjellige personer som har lagt ut reisene de ulike dagene. De fem reisene til Steigen den 24. mars er for eksempel lagt ut av fem forskjellige personer.

Når det gjelder reisene innad i kommunen var det 12 som ble lagt ut i helg og 19 i ukedager, og 11 av disse tilhørte påska, se figur 21. Mange av disse var tur/retur reiser innad i kommunen og var derfor lagt ut av samme person.

Generelt kan man si at en stor andel av reisene går til og fra Bodø, med hele 30 av de 49 lengre reisene. Av reisene innad i kommunen startet eller endte 23 av de 31 i kommunesenteret Leinesfjord.



Figur 20: Antall enkeltreiser til og fra Steigen som ble lagt ut hver dag i Same-Way-appen



Figur 21: Antall enkeltreiser innad i Steigen som ble lagt ut hver dag i Same-Way-appen

Som man ser av figur 20 og figur 21 var de siste enkeltreisene som regnes som søk etter samkjøring lagt ut 8. april. Etter det var det bare i en konkurranse og regelmessige turer som hørte til tidligere nevnte utsortering.

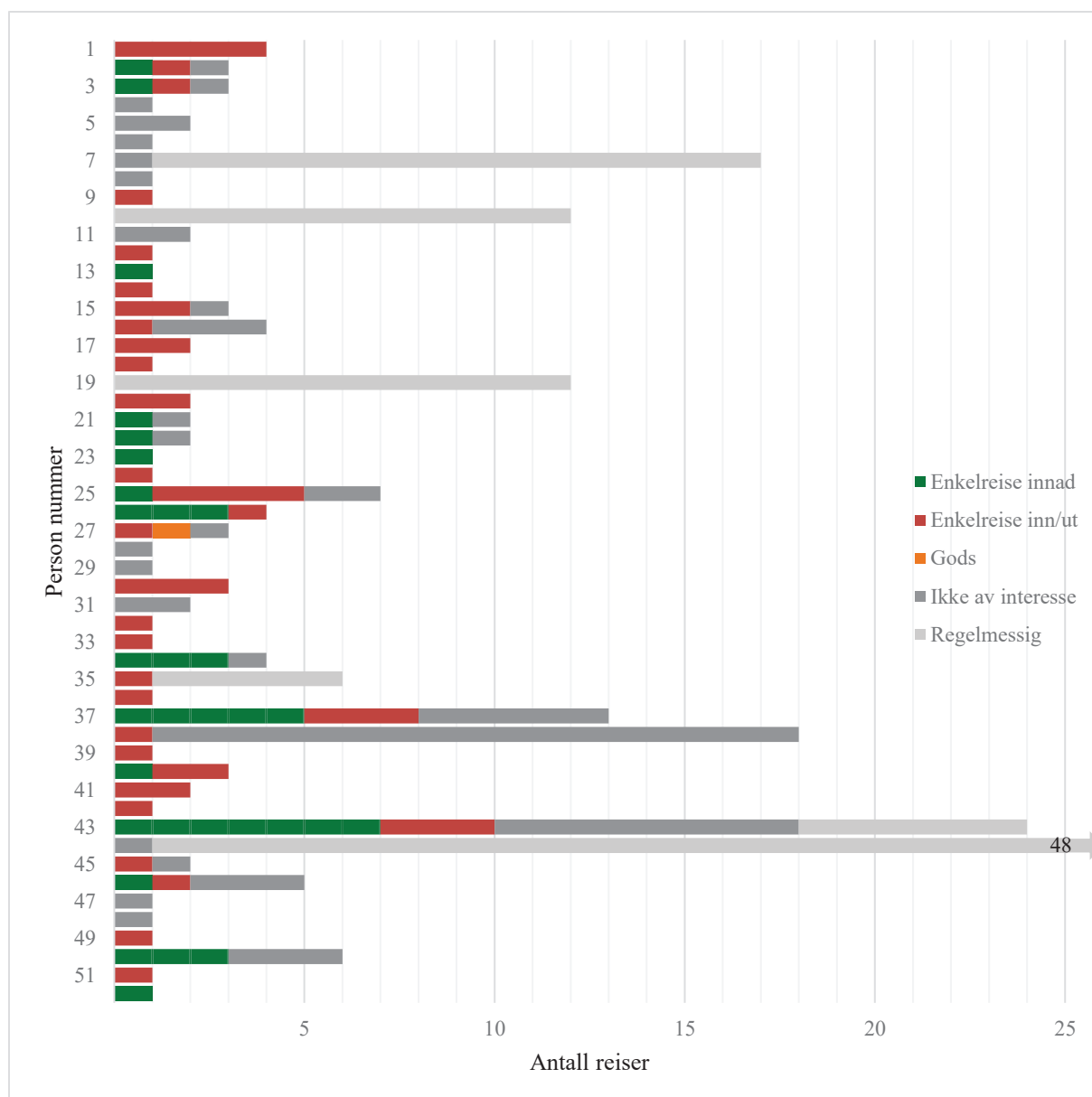
Det var flere som la ut reiser som sjåfør enn passasjer på enkeltreisene. Som det fremgår av tabell 2 er det imidlertid stor forskjell mellom reiser innad i kommunen og til/fra Steigen. På reisene innad i kommunen er 71% lagt ut med ønske om å være sjåfør. På de lengre reisene er det derimot overtall av passasjerreiser med 55 % som ønsker det.

Tabell 2: Antall reiser i Same-Way-appen innad i Steigen og til/fra Steigen, fordelt på kategoriene passasjer, sjåfør og gods. Viser også andel av reisene innen hver type enkeltreise som tilhører hver kategori.

	Passasjer	Sjåfør	Gods	Totalt antall
Innad i Steigen	9	22	0	31
	29%	71%	0%	100%
Til/fra Steigen	27	21	1	49
	55%	43%	2%	100%
Sum alle enkeltreiser	36	43	1	80
	45%	54%	1%	100%

Reiser per person

De 243 reisene ble lagt ut av 53 forskjellige personer. Av de 105 som lastet ned appen var det altså halvparten som la ut reiser. Reiser per person er illustrert i figur 22. Person nummer 53 finnes ikke fordi det var to personer med samme fornavn og disse måtte behandles som en person da det ikke var mulig å skille hvilke reiser som var lagt ut av hvem. Jeg visste imidlertid at begge hadde lagt ut reiser da de hadde vært med i konkurranser.



Figur 22: Alle reisene som ble lagt ut i Same-Way-appen, sortert etter kategori og personen som la dem ut og

Det kan observeres at 14 personer kun la ut reiser av typen regelmessige eller ikke av interesse. De resterende 39 personene la ut de 80 enkeltreisene som var reelle søk etter samkjøring (37% av dem som lastet ned appen). Reisene til og fra kommunen var lagt ut av 31 forskjellige personer og reisene innad av 15 forskjellige personer. Det var 23 personer som bare la ut en reise, og 8 av disse la bare ut reiser som ikke var av interesse. Det var altså 15 personer som la ut en enkeltreise hvor de lette etter samkjøring og deretter ikke la ut noe mer. Av disse var det 12 personer som la ut en enkeltreise til og fra Steigen, mens 3 personer gjorde det samme innad i kommunen. Det var en person som prøvde seg på gods-funksjonen; person nummer 27.

Nesten treff

Det var ingen reiser i Steigen som ble registrert gjennomført som samkjøring. I oversikten over reisene som ble lagt ut får man ingen informasjon om reisene har gitt treff uten at folk har brukt det til å samkjøre. Jeg ser imidlertid noen reiser hvor appen kanskje ikke har gitt treff, men hvor det er reiser som er nær ved å passe med hverandre.

Tabell 3 viser tre tilfeller der personer har lagt ut reiser som passer med hverandre, men der appens funksjonalitet har ført til at de ikke har fått treff. I oversikten er deler av adressene erstattet med «X» av hensyn til anonymitet.

Tabell 3: Tilfeller hvor et problem med funksjonene førte til at reiser i Same-Way-appen ikke ga treff

Type problem	Startsted	Destinasjon	Aktiv reise?	Dato og tid	Bruker-type	Person nummer
Begge passasjer	Engeløya, Steigen, Norway	X, 8260 Innhavet, Norway	True	04.08.2018 08:00	P	9
	Bogøy, Steigen, Norway	8260 Innhavet, Norway	True	04.08.2018 07:01	P	17
Stort tidsavvik	X, 8288 Bogøy, Norge	Bodø, Norge	False	3/23/2018 11:43:00 AM	P	38
	Lakså, Nordfold, Norge	Bodø, Norge	False	3/23/2018 7:00:00 AM	D	30
Tre som er sjåfør og sletting av reise før treff.	X, 8289 Våg, Norge	Leinesfjord, Norge	True	3/23/2018 6:07:00 PM	D	37
	X, 8289 Våg, Norge	Leinesfjord, Norge	False	3/23/2018 5:15:00 PM	P	37
	X, 8289 Våg, Norge	Leinesfjord, Norge	False	3/23/2018 6:07:00 PM	D	37
	X, 8289 Våg, Norge	8283 Leinesfjord, Norge	True	3/23/2018 1:00:00 PM	D	43
	X, 8289 Våg, Norge	Leinesfjorden, Norge	True	3/23/2018 6:15:00 PM	D	46

Det første tilfellet i tabell 3 er to reiser fra nord i kommunen til nabokommunen. De har kun en times avvik i tidspunkt, men begge har lagt ut reisen som passasjer. Dermed har ikke appen gitt treff.

Det andre tilfellet er to fra Steigen (en nord i kommunen og en lengre sør) som søker samkjøring til Bodø. Det er en sjåfør og en passasjer, men avviket i tid er større enn tre timer. Dermed har ikke appen varslet om treff her heller. Disse reisene er ikke aktive, men man vet ikke når de ble slettet og dermed kan brukerne ha hatt reisene liggende ute samtidig helt til de ga opp å få treff.

Det tredje tilfellet viser tre sjåførere som har lett etter samkjøring innad i kommunen (fra nord i kommunen til kommunesenter). Person nummer 37 har tre reiser, hvor to av dem ikke er aktive. Person nummer 37 og 46 skulle fått treff dersom appen tillot treff mellom to sjåførere fordi de har nokså likt tidspunkt. Personen nummer 37 har lagt ut reisen som passasjer, men slettet den igjen. Dersom den ble slettet før bruker nummer 46 la ut reise har de ikke fått treff hos hverandre. Person nummer 43 har et litt tidligere tidspunkt på dagen.

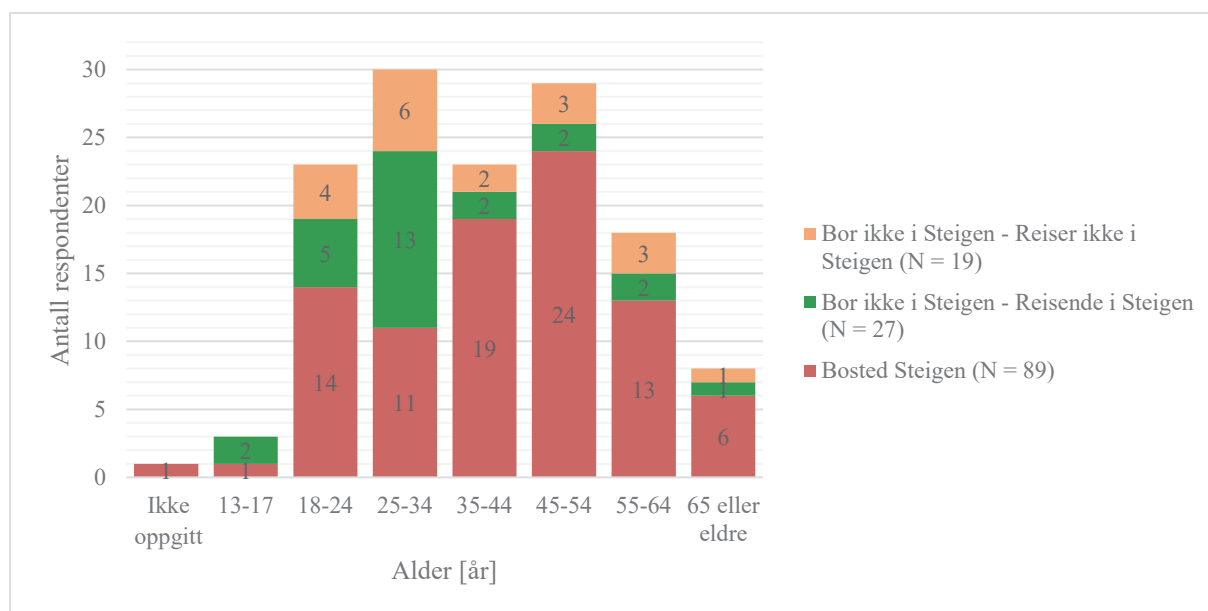
5.3 Spørreundersøkelsen

Det ble samlet 135 svar på spørreundersøkelsen. Det ser ikke ut til at frafall har vært et problem, da man ser at alle 135 har svart på et av de siste spørsmålene; spørsmål 32. Noen ser ut til å ha hoppet over enkelte spørsmål, men det var stort sett på grunn av filterspørsmål at det var færre svar på enkelte spørsmål. Spørsmålene og det samlede resultatet finnes i vedlegg J. Under følger en gjennomgang av resultatene.

Hvem var respondentene?

Av de 135 respondentene var mindre enn en fjerdedel menn og de resterende 76% kvinner. De aldersgruppene som hadde flest respondenter var 25–34 år (22%) og 44–54 år (21%). De yngre og eldre aldersgruppene hadde færre respondenter, og det hadde også aldersgruppen 35–44 år. Aldersfordelingen på respondentene var representativt for hvem som ble nådd på Facebook, da man så det samme mønsteret i Facebook-statistikken i kapittel 5.1.1. Det var litt mindre andel menn som svarte på spørreundersøkelsen enn blant de som ble nådd og engasjerte seg på Facebook.

Figur 23 viser aldersfordelingen på alle 135 respondentene, delt inn etter tilknytning til Steigen. 68% av respondentene bodde i Steigen. Det var også en del svar fra Bodø, Trondheim (under Other/Annet) og Fauske. Disse tre byene utgjorde nærmere 19% av svarene og dermed over halvparten av de 46 svarene utenfor Steigen. De som ikke bodde i Steigen fikk spørsmål om hvor ofte de besøkte Steigen. Det var 11 som aldri hadde besøkt Steigen og 8 som besøkte sjeldnere enn årlig. De resterende 27 besøkte Steigen årlig eller oftere og vil heretter betegnes *reisende i Steigen*. 20% av alle respondentene var altså reisende i Steigen, men ikke bosatt i Steigen. I noen av de videre analysene vil det veksles mellom å se på alle respondentene, bare de som bodde i Steigen og de som bodde eller var reisende i Steigen, avhengig av hva man studerer.



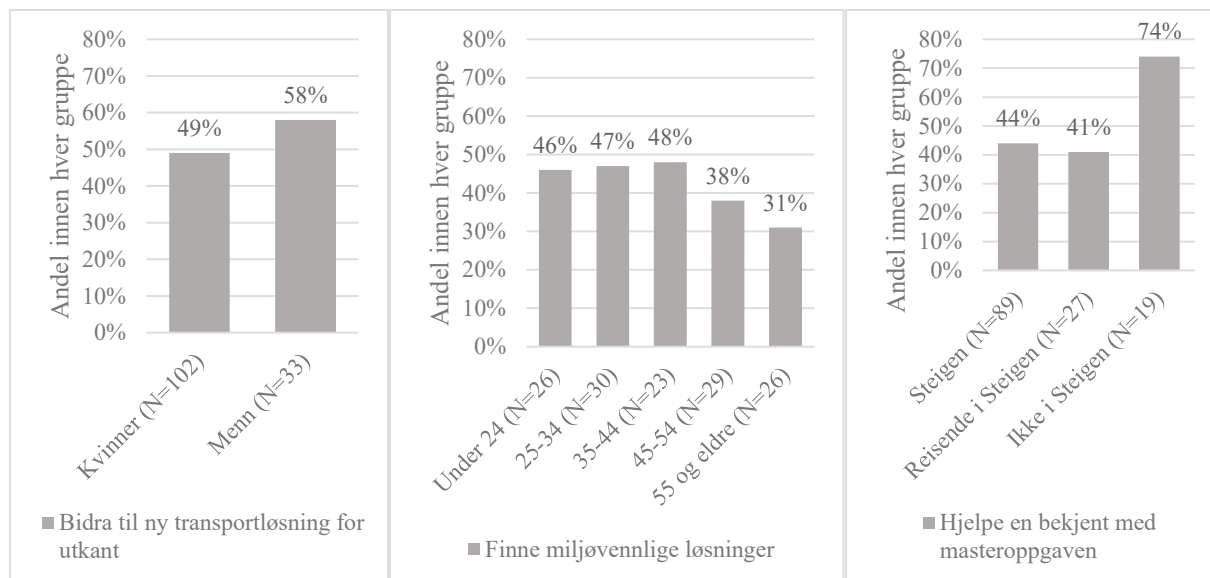
Figur 23: Antall respondenter i de ulike aldersgruppene og etter tilknytning til Steigen. Spørsmål 2,3, og 4

Av figur 23 ser man at det var mange respondenter i 25-34-årsgruppen som ikke bodde i Steigen, men var reisende i Steigen. Det var også et overtall av respondenter i 45-54-årsalderen av de bosatte i Steigen.

Av alle respondentene hadde 74 % hørt om prosjektet «S for Steigen» for første gang på Facebook. Det var i tillegg 10 % som hadde hørt om det gjennom bekjente. 9 % hadde ikke hørt om det før de åpnet spørreundersøkelsen. De tok antakeligvis undersøkelsen via delinger på Facebook eller på epost og hadde ikke satt seg inn i prosjektet. Ingen av disse 9% hadde naturlig nok lastet ned appen. Det var tre stykker som hadde hørt om prosjektet første gang gjennom avisen og det samme gjaldt epost.

Faktorer for deltakelse i prosjektet

På spørsmål om faktorer for deltakelse i «S for Steigen», valgte flest alternativet om å bidra til en ny transportløsning for utkantstrøk (51%). Her var det mulig å velge flere faktorer. Å hjelpe en bekjent med masteroppgaven og å finne miljøvennlige løsninger var også viktig, med 47% og 41% som oppga disse årsakene. 37% ønsket at folk skulle samkjøre mer og 31% ville bidra til forskning gjennom en masteroppgave. I vedlegg K har jeg sett nærmere på disse fem mest oppgitte faktorene sammen med litt bakgrunnsinfo om respondentene. Figur 24 viser noen eksempler på forskjeller som fremkom mellom ulike befolkningsgrupper.



Figur 24: Andel av personer i ulike grupper som oppga de ulike faktorene for deltakelse i "S for Steigen". Spørsmål 16. Se flere detaljer i vedlegg K

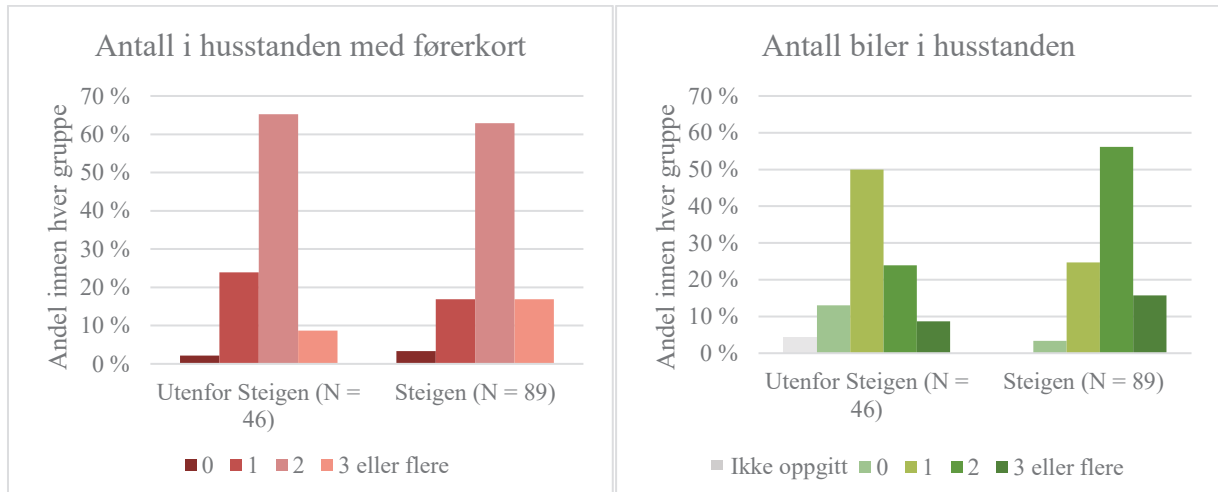
Man finner i figur 24 og i vedlegg K at en mindre andel blant kvinnene var motiverte av å finne en ny transportløsning enn blant mennene. Samtidig ble ønsket om at folk skulle samkjøre mer valgt av flere kvinner. En større andel av kvinnene ville også hjelpe en bekjent med masteroppgaven. Blant de yngre var det en større andel som oppga at det å finne miljøvennlige løsninger var viktig. I tillegg var en større andel av respondentene i de yngre aldersgruppene motivert av å hjelpe en bekjent med masteroppgaven. Det samme gjaldt de som hverken bodde eller reiste i Steigen og de som ikke hadde lastet ned Same-Way-appen. De som var reisende i Steigen tilhørte den gruppen der størst andel var motiverte av å bidra til en ny løsning for utkantstrøk og av å finne miljøvennlige løsninger.

Reisemiddelbruk

Av alle respondentene var det 14 personer som ikke hadde førerkort, 8 av disse var bosatt i Steigen. Ifølge figur 25 hadde flest husstander to personer med førerkort. 64% av alle respondentene oppga at to i husstanden hadde førerkort og det var ikke så stor forskjell mellom de som bodde og ikke bodde i Steigen.

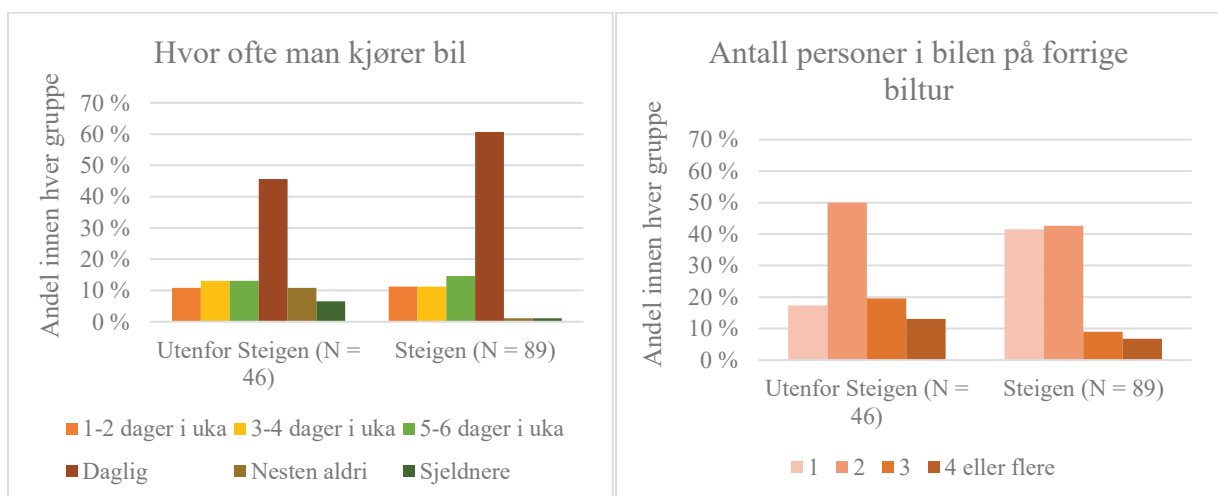
Det var 46% av alle respondentene som hadde to biler i husstanden og 34% som hadde en bil, men som man kan se av figur 25 var det her en forskjell mellom respondentene i og utenfor Steigen. Det var en høyere andel av de bosatte i Steigen som hadde 2 biler og høyere andel av dem utenfor Steigen som hadde en bil. Det var også en høyere andel blant dem i Steigen som hadde 3 eller flere biler. Bilholdet for respondentene i Steigen var altså høyere, og det var bare

3 respondenter der som ikke hadde bil i husstanden. Her må man huske på at det var mange av de utenfor Steigen som tilhørte de yngre aldersgruppene og at bilholdet kan være knyttet til f.eks. livssituasjon og økonomi.



Figur 25: Antall førerkort og biler i husstanden. Viser andel av respondentene utenfor og i Steigen som oppga de ulike alternativene. Spørsmål 6 og 7

I Steigen brukte 61 % bilen daglig, mot 45% for de som bodde andre steder, se figur 26. Bare 1 person i Steigen brukte bilen «Sjeldnere» og det samme gjelder «Nesten aldri». De som bodde i Steigen kjørte ofte med få personer i bilen. På forrige biltur var 42% alene og 43% to stykker i bilen, og det fremkommer også av figur 26. Det var få både av de bosatte i Steigen og de utenfor som var 3, 4 eller flere i bilen, men litt større andel blant dem som bodde andre steder. Blant respondentene fra andre steder enn Steigen var det færre som var alene i bilen, men flere som var to stykker, sammenlignet med de bosatte i Steigen.



Figur 26: Bilbruk og personbelegg. Viser andel av respondentene utenfor og i Steigen som oppga de ulike alternativene. Spørsmål 8 og 9

Mange av de bosatte i Steigen brukte bil til jobb/skole, se tabell 4. Om sommeren var det 73% som brukte privatbil mot 52% hos de med annet bosted enn Steigen. Det var litt flere som tok buss i vinterhalvåret i Steigen og litt flere som gikk/syklet i sommerhalvåret. Det var 66 stykker i Steigen som kjørte på jobb/skole enten i vinterhalvåret, sommerhalvåret eller begge deler, og disse svarte på et eget spørsmål om samkjøring. Av disse kjørte 73% alene, 15% samkjørte når det passet, 10% kjørte med en person i egen husstand og en person samkjørte fast som passasjer.

Tabell 4: Transportmiddel til jobb/skole i sommer- og vinterhalvåret. Viser fordelingen i og utenfor Steigen, og for alle respondentene samlet. Spørsmål 10 og 11

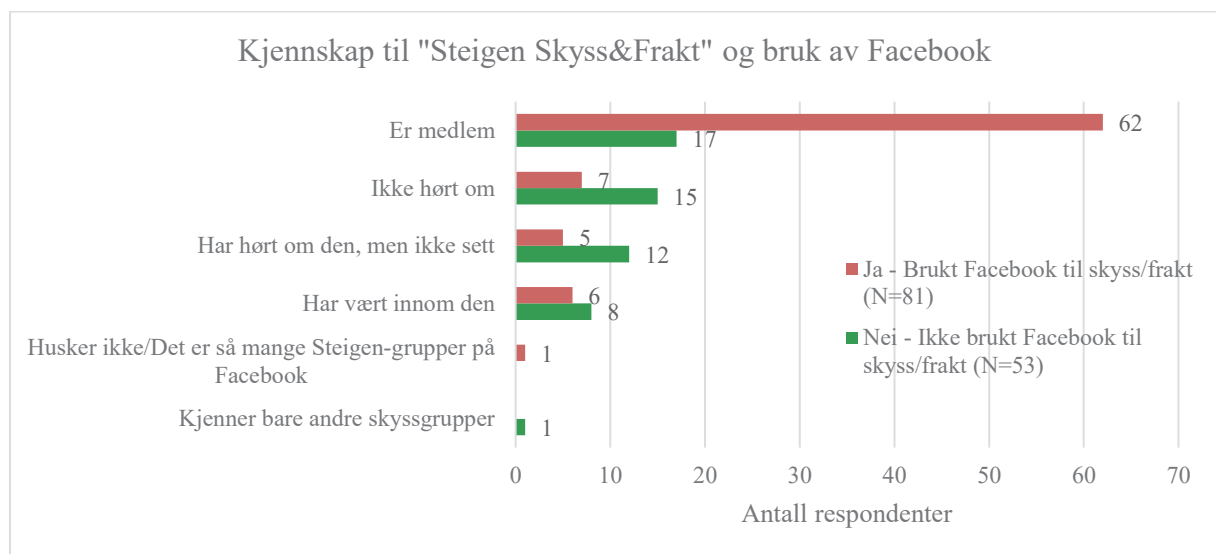
Transportmiddel	Gå/sykle	Buss	Privatbil	Annet	Total
Bosted/årstid					
Steigen/sommer (N=89)	16 %	1 %	73 %	10 %	100 %
Steigen/vinter (N=89)	13 %	4 %	71 %	11 %	100 %
Utenfor Steigen/sommer (N=46)	30 %	9 %	52 %	9 %	100 %
Utenfor Steigen/vinter (N=46)	22 %	20 %	54 %	4 %	100 %
Alle respondenter/sommer (N=135)	21 %	4 %	66 %	10 %	100 %
Alle respondenter/vinter (N=135)	16 %	10 %	65 %	9 %	100 %

På spørsmålene 13 og 14 ser det ut til å ha vært noen misforståelser, men de gir en viss indikasjon på reisemiddelbruken på lengre reiser. Se vedlegg J for detaljer om dette. Av spørsmål 14 ser man at 66 % oppga at privatbil ble brukt til knutepunkt på kollektivreiser fra utkantstrøk. Lokalbuss ble oppgitt av 18%. Spørsmål 13 viser at privatbil var involvert på 76% av de siste reisene mellom by og utkant.

Videre viser en analyse av spørsmål 13 med pivot-tabeller at 46% av alle respondentene brukte kun bil på reiser mellom by og utkant. Det ser ut til at personer bosatt i Steigen ofte reiste med båt mellom by og utkant; 44 personer fra Steigen hadde båt involvert på forrige reise. På reisene der båt var involvert oppga 26 personer at bil også var involvert. Det var altså 49% av de 89 bosatte i Steigen som hadde båt involvert på forrige reise til byen, og 59% av disse oppga at bil også var involvert på disse reisene. På reisene der båt var involvert, oppga 8 personer at buss var involvert og 1 taxi. Til sammen hadde 15% fra Steigen buss involvert på forrige reise mellom by og utkant, enten med eller uten båt involvert. Her kan man anta at noen ikke har oppgitt reisemiddelet de bruker til knutepunkt, se egen merknad i vedlegg J.

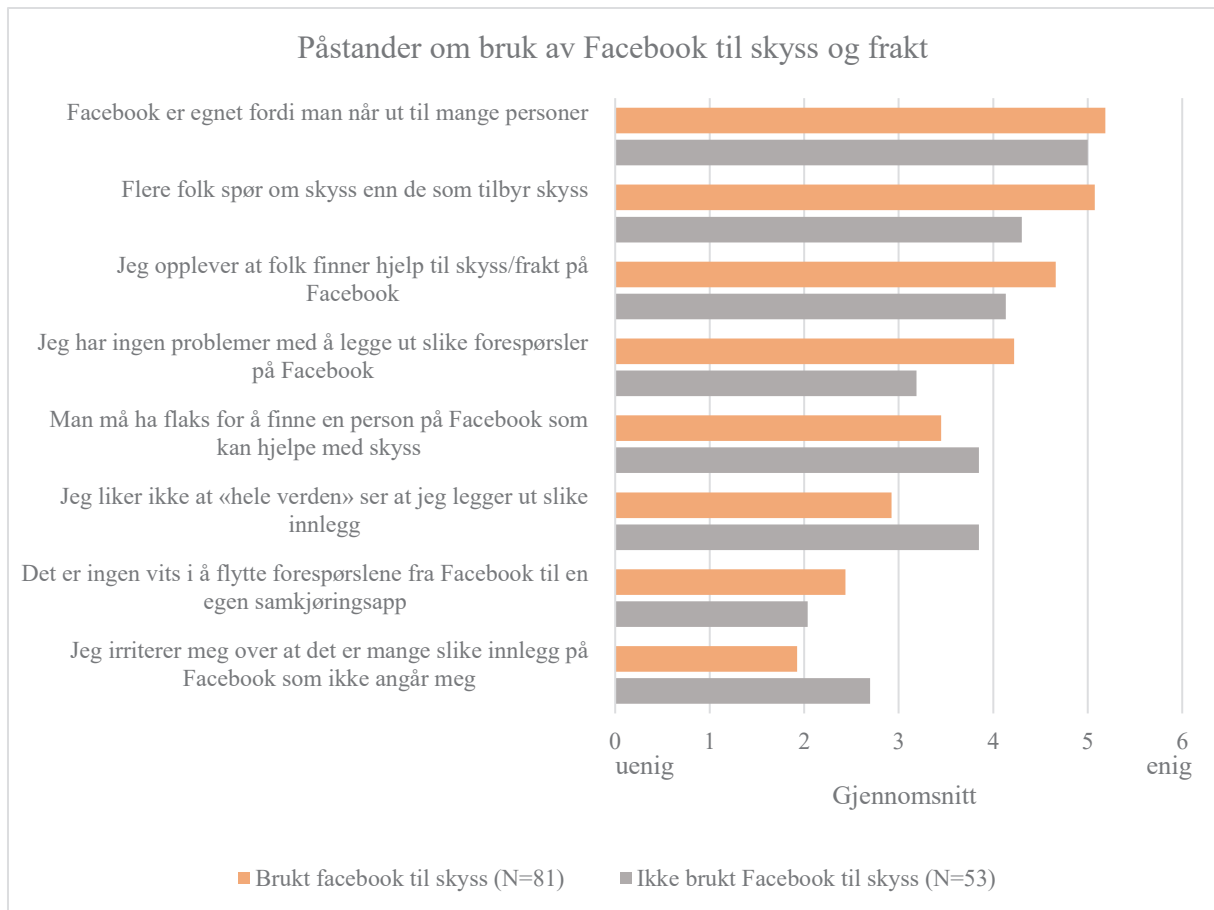
Bruk av Facebook til å søke skyss

Av alle 135 respondentene var det 60 % som oppga at de hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss eller frakt. 59% av respondentene var medlemmer av gruppen «Steigen Skyss&Frakt» på Facebook. 46% var både medlem av gruppen og hadde brukt Facebook til forespørsler om skyss. Av alle respondentene fra Steigen var det bare 2 stykker som ikke hadde hørt om gruppen. I figur 27 fremgår det at bare 8 stykker av dem som hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss, husket ikke eller hadde ikke hørt om gruppen. De 79 fra gruppen som svarte på undersøkelsen utgjør 7% av medlemmene (1095 medlemmer per 7.mai 2018).



Figur 27: Antall respondenter fordelt på kjennskap til gruppen «Steigen Skyss&Frakt» og om de har brukt Facebook til å etterspørre skyss. Spørsmål 18 og 19

Som man ser av spørsmål 20 i vedleggene J og N, var respondentene enige i påstandene «Facebook er egnet fordi man når ut til mange personer» og «Jeg opplever at folk finner hjelp til skyss og frakt på Facebook». Det var relativt liten spredning i svarene og få som var uenige i disse påstandene. Folk var også generelt enige i påstanden om at flere spør om skyss enn de som tilbyr. Når det gjaldt at man må ha flaks for å finne hjelp, var folk i gjennomsnitt hverken enig eller uenig, men det var større spredning i svarene på dette spørsmålet. Det var altså betydelige andeler av personer som både var enige og uenige i påstanden. På alle påstandene var det forskjell i holdningene til de som har brukt og de som ikke har brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss, se figur 28. De som har brukt det er mindre enige i at man må ha flaks.



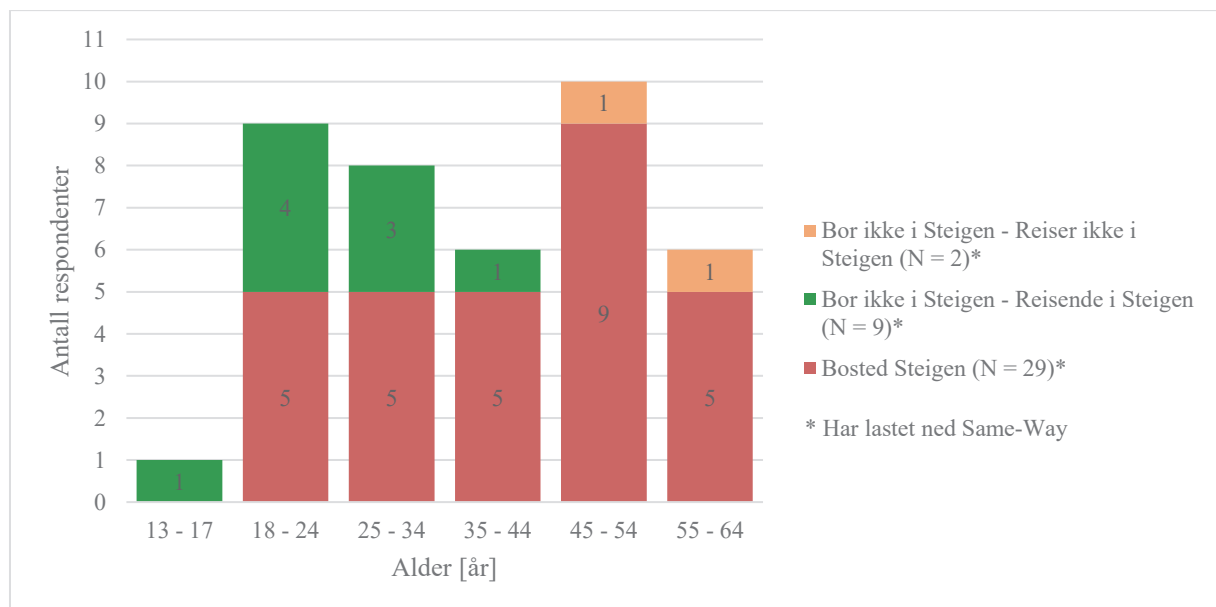
Figur 28: Vurdering av påstander angående bruk av Facebook til skyss og frakt. Viser gjennomsnitt av svar på en skala fra 1 (uenig) til 6 (enig). Fordelt på personer som har og ikke har brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss og frakt. Spørsmål 19 og 20. Se flere detaljer i vedlegg N

Når det gjelder om man misliker at «hele verden» ser forespørslene man legger ut var det stor spredning i svarene, og de som har brukt Facebook til forespørsler var mindre enige. Det samme gjelder om man har problemer med å legge ut slike innlegg; de som har brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss hadde naturlig nok mindre problemer med å legge ut innlegg. På disse påstandene fordeler svarene seg nokså jevnt over hele skalaen fra 0-6 og gir derfor relativt stor spredning.

Generelt var folk uenige i at de irriterer seg over innlegg på Facebook, men de som ikke hadde brukt Facebook til forespørsler om skyss var mindre uenige og irriterer seg tilsynelatende mer. Det samme gjelder påstanden «Det er ingen vits å flytte slike forespørsler til en egen app», men her var de som hadde brukt Facebook til forespørsler mindre uenige enn de som ikke hadde. Det ser altså ut som at de som ikke hadde brukt Facebook til skyss så et større behov for en egen plattform for skyssforespørsler.

Bruk av Same-Way-applikasjonen

Det var 40 av de som svarte på undersøkelsen som hadde lastet ned Same-Way-appen. To av dem hadde avinstallert igjen da de svarte på undersøkelsen. Av disse var det 29 som bodde i Steigen og 9 som besøkte Steigen årlig eller oftere. Det var altså 2 av dem som lastet ned som sannsynligvis ikke bidro til å legge ut reiser i Steigen fordi de ikke var reisende i Steigen. 4 av dem som lastet ned hadde ikke førerkort, 2 av disse bosatt i Steigen. Som man ser av figur 29, var det folk i alle aldersgrupper, unntatt 65 år og eldre, som hadde lastet ned appen. Av de med Bosted i Steigen var det 9 stykker i aldersgruppen 45-54-år og dermed flere enn i de andre aldersgruppene. Som man så tidligere, i figur 23, var det også flere i denne aldersgruppen som svarte på undersøkelsen. Det samme gjelder de yngre aldersgruppene, hvor man finner personer som var reisende i Steigen.

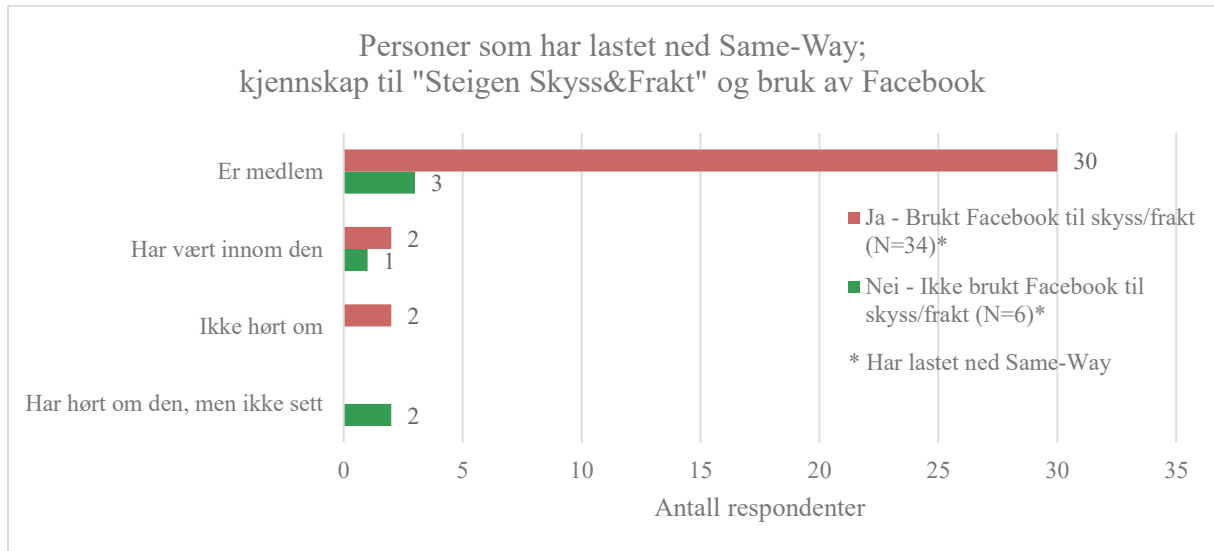


Figur 29: Antall respondenter som har lastet ned Same-Way-appen, fordelt på aldersgruppe og tilknytning til Steigen. Spørsmål 2,3 og 21

Hos de som ikke hadde lastet ned Same-Way-appen var de mest oppgitte årsakene at de ikke hadde hatt behov for appen (46 %) og at de ikke hadde forstått at det fantes en app (21%). Noen oppga også at de ikke var de første som «hev» seg på slike ting (12%), at de ikke var interessert (7%) og at de ikke fant den rette appen (5%). 1 person oppga at den var redd det var ulovlig og 1 person var redd for å registrere info om seg selv.

Det ser ut til å være en sammenheng mellom dem som hadde lastet ned Same-Way-appen, var medlem av gruppen «Steigen Skyss&Frakt» og hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre

skyss. Dette fremgår av figur 30. Det var 33 av dem som hadde lastet ned appen som også var medlemmer av «Steigen Skyss&Frakt». 34 av dem som har lastet ned appen oppga at de hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss.



Figur 30: Respondentene som hadde lastet ned Same-Way fordelt på kjennskap til «Steigen Skyss&Frakt» og bruk av Facebook til å tilby/etterspørre skyss. Spørsmål 18, 19 og 21

Ifølge svarene i spørreundersøkelsen hadde 16 stykker (40 %) ikke lagt ut reiser hverken som sjåfør eller passasjer, på reiser hvor de faktisk lette etter noen å samkjøre med. Her var det altså 60% som hadde lett etter samkjøring, og noe høyere enn det man fant i data fra appen (37%). Dette kan skyldes at de som har brukt appen mest har svart på spørreundersøkelsen. Det kan også være misforståelser knyttet til spørsmålet eller at reisene fra Same-Way-databasen har blitt feilsortert.

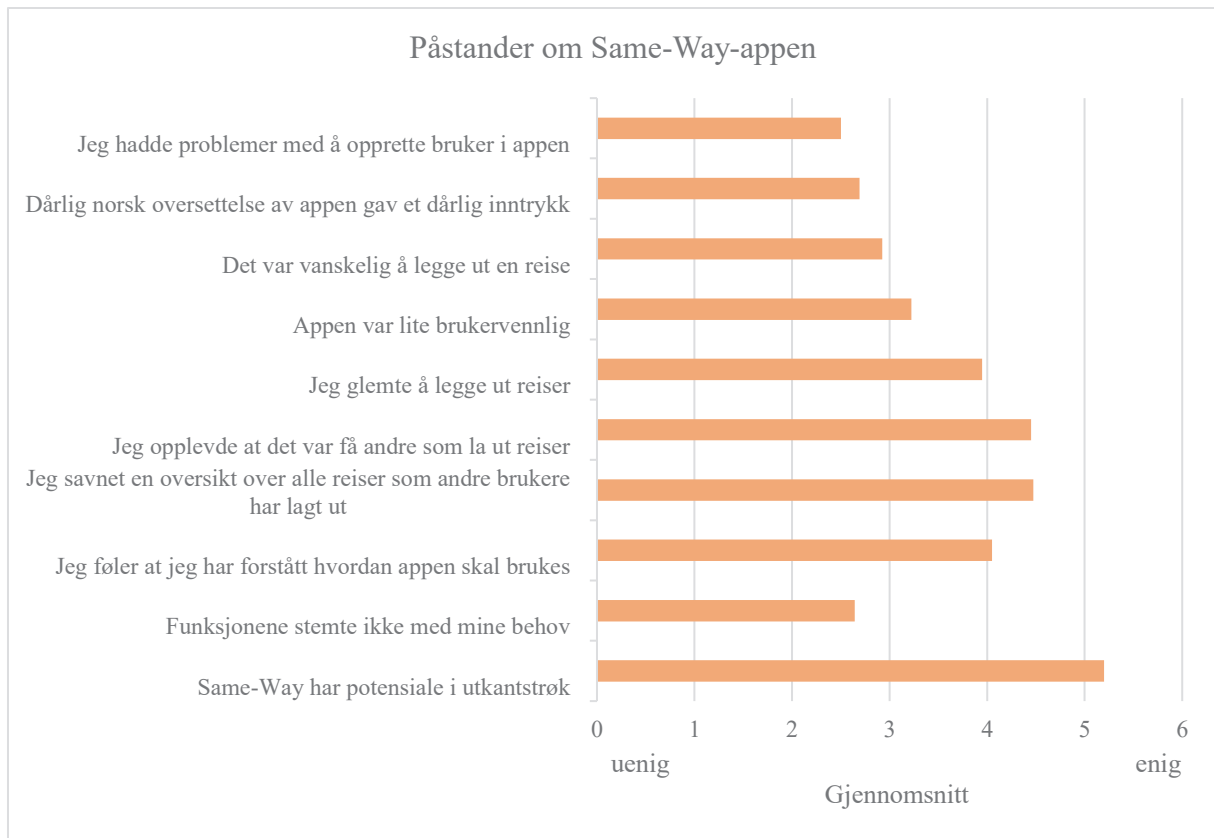
Totalt sett var det flere som oppga å ha lagt ut reiser som sjåfør enn passasjer, se tabell 5. Det var bare 2 stykker som oppga å ha lagt ut reiser kun som passasjer, mens 12 personer hadde lagt ut kun som sjåfør. 10 personer hadde lagt ut både som sjåfør og passasjer. 5 personer oppga at de har fått «match», 4 av disse bosatt eller reisende i Steigen. Av disse var det 3 som hadde sendt eller mottatt forespørsel. Her stod det med liten skrift at dette gjaldt reiser der man faktisk lette etter noen å reise med, og noen kan ha svart «ja» selv om forespørselen bare var en test eller i forbindelse med en konkurranse.

Tabell 5: Antall reiser lagt ut i Same-Way-appen som sjåfør og som passasjer for alle som hadde lastet ned applikasjonen. Spørsmål 23 og 24

Som passasjer	0	1-5	6-10	11-15	16-20	Totalsum
Som sjåfør						
0	16	2				18
1-5	12	6	1			19
6-10		1				1
11-15				1		1
16-20					1	1
Totalsum	28	9	1	1	1	40

De 40 personene som hadde lastet ned appen svarte på påstander om dens funksjoner og potensial. Gjennomsnittet av svarene er vist i figur 31. I snitt var de uenige i at de hadde problemer med å opprette bruker, at det var vanskelig å legge ut en reise og at den norske oversettelsen ga et dårlig inntrykk. Som man ser av vedlegg J og vedlegg O, var det stor spredning i svarene på disse påstandene. I den sistnevnte påstanden var mange både mer enig og uenig i at appen ga et dårlig inntrykk.

Folk opplevde i middels grad at appen var lite brukervennlig og den lave spredningen viser at flertallet mente dette. På påstanden om de glemte å legge ut reiser var mange enige, men svarene fordelte seg over hele skalaen og ga et stort standardavvik. De var enige i påstandene om appens funksjonalitet; de opplevde ikke at andre la ut reiser og de savnet en oversikt over andre reisende. De var i større grad enig enn uenig i at de hadde forstått hvordan appen skulle brukes og de var uenige i at den ikke stemte med deres behov. Til slutt oppga de at de var enige at appen har potensial i utkantstrøk og her ser man den laveste spredningen i denne sekvensen av påstander.



Figur 31: Vurdering av påstander angående Same-Way-appen. Viser gjennomsnitt av svar på en skala fra 1 (uenig) til 6 (enig) for respondentene som hadde lastet ned appen. Spørsmål 27. Se flere detaljer i vedlegg O

Fremtidig bruk av samkjøringsapp

Av alle de 135 respondentene oppga 81% at de ville ta i bruk en godt utbredt og utprøvd app i framtiden. 13% visste ikke og de resterende 5% svarte «Nei». Av de 18 som ikke visste var det 4 stykker som hadde lastet ned appen. Ingen av de 7 som ikke ville ta i bruk appen i framtiden hadde lastet den ned.

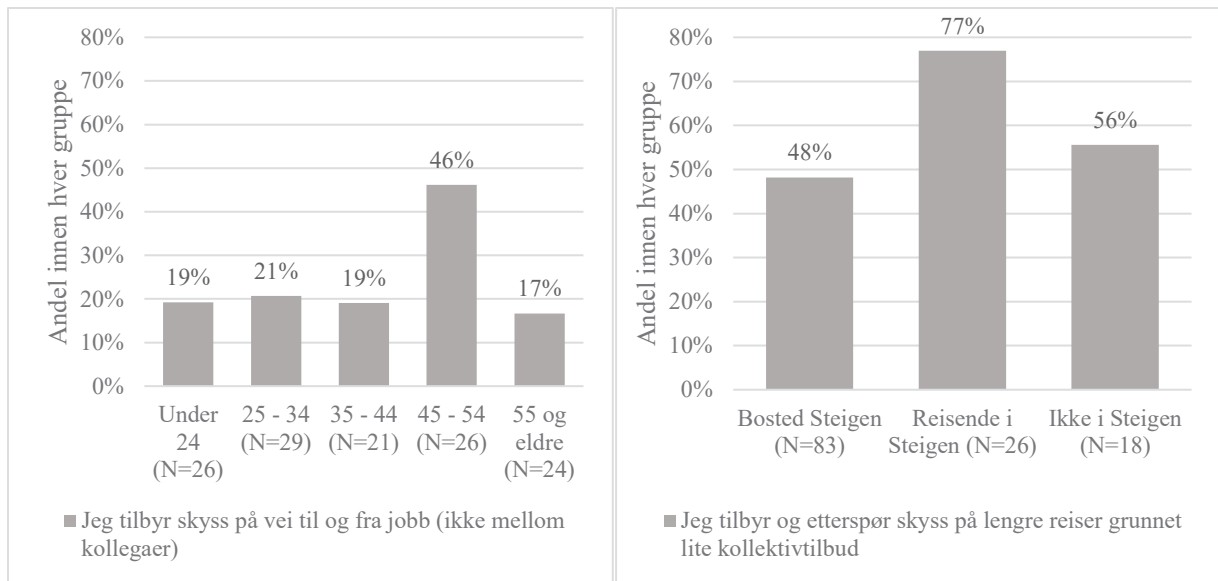
De 128 respondentene som ville eller ikke visste om de ville ta i bruk en app i framtiden fikk spørsmål om hvordan det var aktuelt å bruke den. Å tilby skyss var det mest aktuelle, men som tabell 6 viser var det en forskjell mellom dem som bodde (69%) og ikke bodde i Steigen (58%). Når det gjaldt å etterspørre skyss var det aktuelt for en større andel av dem som ikke bodde i Steigen, med 73% mot 47%. Å be om frakt av gjenstander var litt mer aktuelt enn å spørre om frakt, med henholdsvis 49% og 45%, og til dette var det også blant de bosatte i Steigen at flest ville bruke appen.

Tabell 6: Aktuelle måter å bruke en samkjøringsapp i fremtiden blant de bosatte i Steigen, de utenfor og alle respondentene under ett. Viser andelen av respondentene i hver gruppe

Bosted	Bruksmåte (mulig å velge flere)	Tilby skyss	Etter-spørre skyss	Frakte gjenstander for andre	Be om frakt av gjenstander	Total
Steigen (N=83)		69 %	47 %	46 %	54 %	216 %
Utenfor Steigen (N=45)		58 %	73 %	42 %	40 %	213 %
Alle respondenter (N=128)		65 %	56 %	45 %	49 %	215 %

Situasjonene det var mest aktuelt for de 127 respondentene å bruke appen selv, var på lengre reiser (55%), for frakt av gjenstander (43%) og i forbindelse med kulturarrangement (39%). I vedlegg L har jeg sett nærmere på de fem mest valgte situasjonene sammen med litt bakgrunnsinfo om respondentene. Blant annet kan man se at en større andel av de som har lastet ned Same-Way-appen valgte disse alternativene til bruk av appen. Disse bruksområdene stemmer altså med hvordan de som tok i bruk appen i løpet av perioden med «S for Steigen» kunne tenke seg å bruke den. Det samme gjelder de som hadde brukt Facebook til å etterspørre eller tilby skyss, men det var litt mindre andeler av dem som valgte de forskjellige situasjonene enn dem som hadde lastet ned appen.

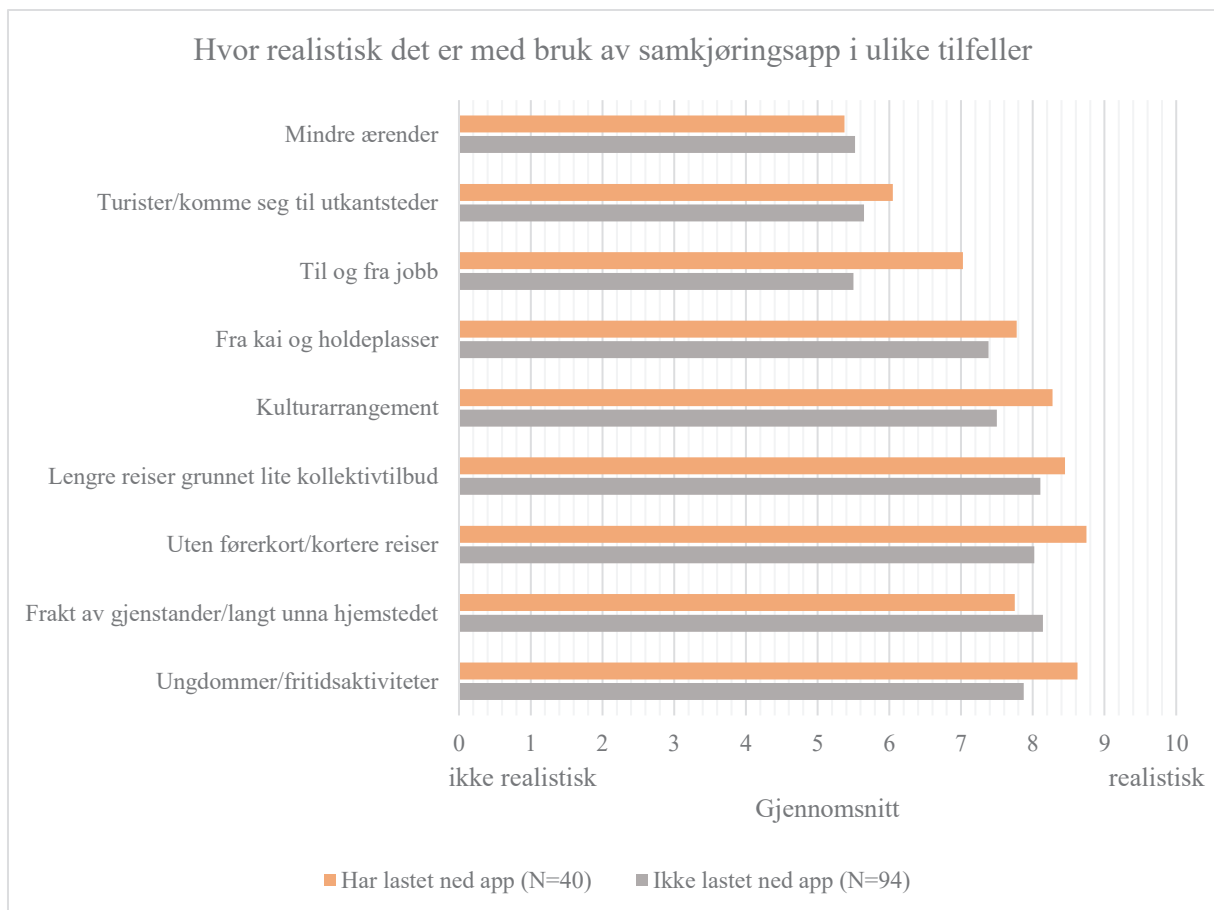
I aldersgruppen 45-54 år var det store andeler som valgte å tilby skyss til og fra jobb i forhold til de andre aldersgruppene, se figur 32. Det samme gjaldt til og fra kai og holdeplasser og i forbindelse med kulturarrangement. I aldersgruppen 35-44 var det mange som valgte frakt av gjenstander. Skyss på lengre reiser grunnet lite kollektivtilbud var det mange av de eldste og i aldersgruppen 25-34 år som valgte. En annen gruppe som skilte seg ut på de lengre reisene, var de som oppga at de ikke bodde i Steigen, men som var reisende i Steigen. Dette er også illustrert i figur 32. Mange av disse valgte for øvrig også fra kai og holdeplasser, og relativt liten andel av dem i forbindelse med jobb.



Figur 32: Andel av respondentene i ulike grupper som oppga ulike alternative bruksområder for en app i fremtiden. Spørsmål 31. Se flere detaljer i vedlegg L

Alle respondentene fikk spørsmål om realistiske bruksområder (spørsmål 28). I snitt trodde alle som svarte på undersøkelsen at det var mest realistisk at en samkjøringsapp brukes av personer uten førerkort som søker skyss på kortere reiser innad i kommunen. Nesten like realistisk trodde de det var at personer søkte og tilbød skyss på lengre reiser, og her var det mindre spredning og altså mer enighet om svaret blant respondentene. «Ungdommer søker skyss i forbindelse med fritidsaktiviteter» hadde høy score, men også høy spredning i svarene. De som hadde lastet ned appen trodde stort sett det var mer realistisk med bruk av app i alle tilfellene enn de som ikke hadde lastet den ned. Dette framgår av figur 33.

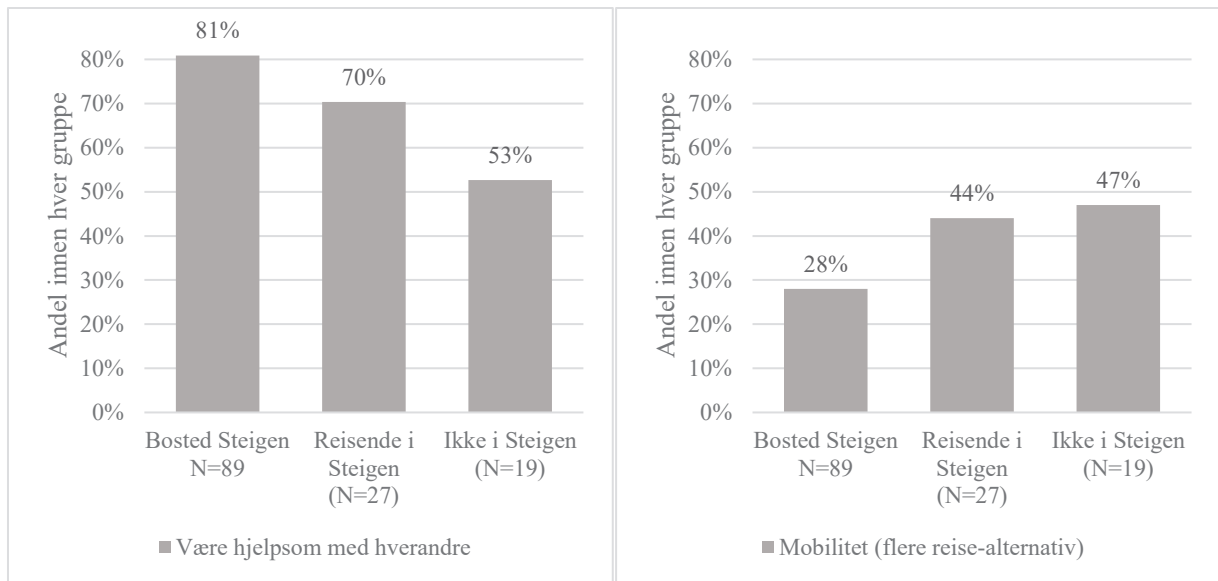
På frakt av gjenstander langt unna hjemstedet og på mindre ærender trodde de som hadde prøvd appen at samkjøring var mindre realistisk enn dem som hadde prøvd. Merk at det er et mindre datagrunnlag på de som har testet appen (40 personer) og dermed teller hver persons mening mer her enn på de som ikke har testet appen.



Figur 33: Vurdering av realistiske anvendelsesområder for en samkjøringsapp i fremtiden. Viser gjennomsnitt av svar på en skala fra 1 (ikke realistisk) til 10 (realistisk), etter svar fra personer som hadde og ikke hadde lastet ned Same-Way-appen. Spørsmål 28. Se flere detaljer i vedlegg P

På spørsmål om de tre viktigste årsakene til å ta i bruk en samkjøringsapp i fremtiden, oppga mange miljøhensyn (77%) og å være hjelpsomme med hverandre (75%). Å kunne dele på utgifter ble også valgt av 47% og økt mobilitet av 35%. 3 personer oppga at det var ingen grunn til å ta i bruk. Også her er det gjort en egen analyse av de fire hyppigst oppgitte alternativene, sammen med bakgrunnen til respondentene. Denne finnes i vedlegg M. Der kan man blant annet se at større andeler av kvinnene valgte disse faktorene enn menn. Disse sidene ved samkjøring appellerte mer til kvinnene. Det ser også ut til at de appellerte mer til dem som har brukt Facebook til å etterspørre/tilby skyss og til dem som lastet ned Same-Way-appen.

Man kan også se forskjeller mellom de som bodde og de som ikke bodde i Steigen, slik figur 34 viser. De som bodde eller besøkte Steigen synes det å være hjelpsom var en viktigere årsak enn de som ikke var reisende i Steigen. De som bodde i Steigen var ikke så opptatte av mobilitet som faktor for å ta i bruk en samkjøringsapp i fremtiden.



Figur 34: Andel av respondentene i ulike grupper som oppga ulike årsaker til å ta i bruk en samkjøringsapp i fremtiden. Spørsmål 32. Se flere detaljer i vedlegg M

Andre ting man kan merke seg i vedlegg M, er at flere blant de som ikke besøker Steigen var opptatt av å dele på utgifter. Blant de som var reisende i Steigen valgte få miljøhensyn i forhold til i de andre gruppene. Aldersgruppen 45-54 var den gruppen hvor flest synes det å være hjelpsom med andre var viktig. Man kan også se at alle disse faktorene ble valgt av relativt få i aldersgruppen 35-44 år i forhold til de andre aldersgruppene.

I spørsmål 33 var den mest oppgitte årsaken til ikke å bruke appen mindre fleksibilitet (53%). Tapt tid ble oppgitt av 31% og mindre frihet til å gjøre andre ærender langs vegen av 30%.

5.4 Andre tilbakemeldinger

Ved å ha en Facebook-side håpet jeg på toveis kommunikasjon med folk i Steigen. For eksempel kunne de ta kontakt dersom de hadde trøbbel med appen eller det var noe annet de lurte på, og jeg oppfordret også direkte til dette. Det ble noen tilbakemeldinger, men ikke så mye som jeg hadde håpet. I tillegg kom det en tilbakemelding fra Steigen Eldreråd og flere kommentarer gjennom spørreundersøkelsen.

Meldinger og personlige henvendelser

I kommentarer og meldinger på Facebook har det vært spørsmål om noen av appens funksjoner. I tillegg har jeg snakket med folk personlig. Noen sa det var mye som måtte registreres første gang man opprettet bruker i Same-Way-appen. Mange snakket om at det var lite aktivitet i appen og ønsket å se en liste over «tilgjengelige» reiser. Jeg fikk spørsmål om det var mulig å legge ut en og samme reise både som passasjer og sjåfør samtidig, og meldte tilbake at da måtte man registrere reisen to ganger. Flere personer nevnte at man ikke alltid ville sette et fast tidspunkt. En person spurte om muligheten til å chatte med hverandre, og jeg forklarte at man måtte sende forespørsel først og da åpnet appen for chatting mellom de to som har fått treff på hverandre. Det ble også meldt fra to personer at appen hengte seg opp.

Uttalelse fra Steigen Eldreråd

Ordføreren i Steigen tok kontakt med meg med spørsmål om lovligheten av appen. Dette var i forbindelse med en høring om endret kollektivtilbud i kommunen. Eldrerådet hadde kommet med en uttalelse som formannskapet skulle diskutere før den ble sendt til fylkeskommunen, og jeg ble kontaktet i forkant av møtet. Uttalelsen ligger i vedlegg R. Eldrerådet forundret seg over at man oppfordret til å bruke Same-Way-appen. I uttalelsen lød det blant annet «Dette undergraver offentlig transport og svekker drosjenæringen». Jeg fikk anledning til å forklare at dette hverken var meningen eller et sannsynlig utfall og det som gjaldt Same-Way-appen ble fjernet i uttalelsen før den ble sendt til fylkeskommunen. Denne uttalelsen viser at folk reagerer på lovligheten av appen og assosierer det med ulovlig taxi-virksomhet.

Åpent spørsmål i spørreundersøkelsen

I spørreundersøkelsen var det mulighet til å legge igjen en egen kommentar om temaene i et spørsmål med åpent svar. I tillegg var det mulig å legge inn eget svar på noen spørsmål, og her kom det inn noen kommentarer. Det kom mange positive og konstruktive tilbakemeldinger, men noen personer var også skeptiske. Noen av disse svarene finnes i vedlegg Q, hvor jeg har sortert dem i ulike kategorier av tilbakemeldinger.

Mange av svarene handlet om at prosjektet var et bra tiltak. Noen var også skeptiske; en mente at det å kjøre bil er for billig til at folk vil samkjøre og en annen lurte på hvordan man skulle unngå at noen ble lurt av overgripere. To personer påpekte at samkjøring til og fra jobb var vanskelig for dem på grunn av ulempen med å vente på andre og tidspunkt som trolig ikke passet med andres reiser. En annen hadde dårlig erfaring med haiking fra før, og en person hadde ikke plass til passasjerer da den hadde egne barn. Det var mange som nevnte at appen burde ha en oversikt over andre reiser som ble lagt ut. De savnet å se at det var andre brukere i appen. Det var også en som ikke hadde plass til flere apper. Mange erkjente at det å få nok brukere til appen var en sentral utfordring. Det ble nevnt at man må få respons i appen og høre om andres gode erfaringer, og at man må ha noen som er gode på å stimulere til bruk.

6. Diskusjon av resultater og funn

I kapittel 5 så man at prosjektet «S for Steigen» skapte noe aktivitet både på Facebook og i Same-Way-applikasjonen. I dette kapitlet vil disse resultatene diskuteres sammen med svarene i spørreundersøkelsen. Jeg vil se på likheter og ulikheter med andre studier. Ved hjelp av resonnementkjeden vil jeg diskutere hvordan hvert ledd av innføringen gikk og hva som førte til frafallet av brukere til appen. Deretter vil jeg vise til noen generelle funn om brukerne og applikasjonen.

6.1 Evaluering av «S for Steigen» - Resonnementkjeden

Her vurderes innføringen av Same-Way i Steigen med utgangspunkt i resonnementkjeden i kapittel 4.4, figur 8. Det vurderes hvordan løsningen ble mottatt og hvilke erfaringer som ble gjort i løpet av prosjektet. På den måten vil jeg se hva som er årsakene til frafallet av brukere i de ulike leddene i kjeden.

6.1.1 Introduksjonen av appen

Det ser ut som frafall er et problem allerede i det applikasjonen skal introduseres for folk. Det er vanskelig å anslå presist hvor mange som har lest informasjon og fått en ordentlig forståelse av prosjektet, men gjennom data fra Facebook kan man få et inntrykk. Mange ser ut til å ha oversett innleggene.

Siden det er såpass stor forskjell på rekkevidde og engasjement på Facebook kan man anta at mange av dem som fikk tilgang på informasjon ikke leste den. Rekkevidden var for det meste viral rekkevidde, altså at folk fikk vist innhold når venner samhandlet med siden. De som engasjerte seg har selv vært aktive, for eksempel ved å like innlegg eller klikke for å se hele innlegget. Derfor kan det antas at antallet engasjerte brukere gjenspeiler personer som har fått med seg mer av innholdet enn dem som ble nådd, og som dermed blitt introdusert for appen. Mange av dem som ble nådd via viral spredning har ikke engasjert seg, og kan dermed ha bladd rett forbi. Gjennom perioden varierte tallene på de som engasjerte seg på Facebook mellom beskjedne 10 og 20% av de som ble nådd.

Innleggene kan imidlertid ha nådd mange personer som ikke var aktuelle for samkjøring i Steigen, fra andre steder i landet eller utlandet. Da er det ikke rart folk blir forbi. Ser man på dem som ble nådd som hadde geografisk plassering i Steigen, var det 40% av dem som valgte å følge siden og dermed har tatt et aktivt valg om å se innlegg fra siden. Det har altså vært en relativt høy interesse i prosjektet når man ser på Steigen alene. I forbindelse med prosjektet Spontan Samkjøring i Bergen var det 37% som oppga at de hadde fått med seg informasjonen (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015). Andelen som valgte å følge «S for Steigen» ligger altså i samme størrelsesorden som i Bergen.

Årsakene til at noen folk ikke har lest informasjonen kan være flere. Det kan være at det er mye informasjon ute på Facebook og at folk generelt ikke leser innlegg der. Det kan være at noen av innleggene fra «S for Steigen» var så lange at folk ikke orket å lese. Folk kan ha lest litt og antatt at det ikke var noe som angikk dem. Dermed fikk de aldri en ordentlig introduksjon til prosjektet. Konkurransene skapte mye engasjement i form av klikk, kommentarer og liknende, så det var et effektivt tiltak for å spre prosjektet, selv om deltakelsen ikke var stor. Den dagen jeg la ut en video var det også mye aktivitet, så kanskje jeg skulle laget flere visuelle innlegg.

Frafallet kan ha noe med avsenderen og hvem som ble nådd. Det kan være at jeg som person og navnet «S for Steigen» virket ukjent og ikke troverdig. Jeg hadde ingen spesiell målgruppe, annet enn at personene skulle reise i Steigen. Informasjonen jeg spredte handlet om flere måter å bruke samkjøring på og mange ulike fordeler ved det. Det kan ha ført til at personer ikke følte seg truffet og tenkte at prosjektet ikke handlet om dem. Hadde jeg siktet meg inn på en spesiell type reiser gjennom hele prosjektet, kunne jeg muligens fått flere med samme behov til å bruke appen. Det kan også være personer der ute som egentlig var interessert i samkjøring, men som aldri kom over innleggene. Dette avhenger av hvem som er mine venner, hvor jeg har delt det og hvem andre som har delt. Hadde jeg delt det på andre grupper der det var flere som jeg ikke kjente, hadde jeg nok nådd enda flere. Da kunne imidlertid noen som var medlem flere steder opplevd det som veldig masete og mistet interessen.

Ifølge dem som svarte på spørreundersøkelsen har introduksjonen av appen gått som skissert i resonnementkjeden. Det var flest som hørte om det første gang på Facebook, samt noen få som oppga at de hørte om det gjennom avis og epost. Noen hørte også om det via bekjente. Disse må deretter ha kommet over undersøkelsen på Facebook eller epost. Hvor mange som har lest

avisartikkelen, eposten og plakaten er for øvrig vanskelig å si. Man kan imidlertid observere at tidspunktet for nedlastninger av appen sammenfaller med dagene folk engasjerte seg i innleggene. Det samme gjør kjønnsfordelingen på dem som fulgte Facebook-siden «S for Steigen» og dem som lastet ned appen. Dermed er det sannsynlig at Facebook har vært det mediet som nådde flest aktuelle brukere.

6.1.2 Valget om å laste ned appen

I løpet av 7 uker var det 105 personer med tilknytning til Steigen som lastet ned appen. Dette vurderer jeg som et høyt tall, selv om jeg gjerne skulle sett at det ble flere. Det var nemlig også mange av dem som ble engasjert som ikke lastet ned appen, så frafall er et problem i dette leddet av resonnementkjeden også. Det samme skjedde i forbindelse med et forsøk i Sverige på personer med samme bosted og arbeidsplass, hvor bare 8 personer lastet ned appen av 452 som fikk mail (Brenden, Hesselgren og Bauer, 2018). Dette tilsvarte mindre enn 2% av personene. Sammenlignet med studien til Brenden, Hesselgren og Bauer (2018) er 105 nedlastninger i prosjektet i Steigen høyt, men der ble det til gjengjeld ikke iverksatt like mange tiltak for å overbevise potensielle brukere.

Ifølge de 40 som både hadde lastet ned appen og svart på spørreundersøkelsen, var de fleste bosatt i Steigen (29 stykker). Folk som besøkte Steigen fra tid til annen stod også for en betydelig andel. Antar man denne fordelingen for alle som lastet ned appen, altså 72% bosatt i Steigen, var det rundt 75 personer i Steigen som lastet ned appen. I forhold til de 425 som ble nådd og 174 som valgte å like prosjektet på Facebook (med geografisk plassering i Steigen) er antall nedlastninger dermed relativt høyt. Her må man huske på at noen av de 105 nedlastningene også kan være på grunn av avisartikkelen, eposten eller plakater og ikke bare personer som ble nådd på Facebook.

At såpass mange lastet ned appen kan tyde på at folk i distriktene er villige til å ta i bruk en slik løsning. De mest oppgitte årsakene i spørreundersøkelsen til å ta i bruk en app var hensynet til miljø og det å kunne hjelpe hverandre. Det var flere blant de som hadde lastet ned Same-Way-appen som hadde oppgitt disse årsakene, enn blant de som ikke hadde lastet ned. Det var også flere av dem som hadde oppgitt deling av utgifter og betydelig flere hadde oppgitt økt mobilitet. For de som faktisk hadde tatt i bruk appen var altså mobilitet et viktig argument. Valget om å delta i «S for Steigen» var også motivert av ulike faktorer blant ulike befolkningsgrupper. Blant

de som hadde lastet ned appen var det færre som oppga å hjelpe en bekjent enn blant dem som ikke hadde lastet ned.

Frafallet kan for det første tyde på manglende interesse i samkjøring. Blant de som svarte på undersøkelsen og som ikke hadde lastet ned appen, sa 7% at årsaken var at de ikke var interessert. Her kan man imidlertid anta at de som har tatt seg tid til å svare på undersøkelsen hadde en viss interesse og at det er flere uten interesserte blant dem som ikke svarte på undersøkelsen. I spørreundersøkelsen var de mest oppgitte årsakene til ikke å bruke appen at det kunne føre til mindre fleksibilitet, tapt tid og mindre frihet til å gjøre andre ærender langs vegen. Dette kan også antas å være årsaker til at mange ikke har interessert seg i det hele tatt.

Respondentene oppga også andre ulike årsaker til at de ikke hadde lastet ned appen. Den årsaken som flest oppga var at de ikke har hatt behov for appen, med 46% av svarene. At så mange oppgir at de ikke har behov for appen kan tyde på at folk allerede kommer seg dit de vil og det ikke er markert for en ny løsning blant disse personene. Med tanke på at mange av disse oppgir i undersøkelsen at de ville tatt i bruk en godt utprøvd løsning i fremtiden, synes nok mange likevel at appen høres interessant ut. Det kan være at perioden på 7 uker rett og slett ikke var lang nok for dem til å ta i bruk appen. Det kan være det må modnes mer. Disse personene vil kanskje ikke samkjøre i hvilke som helst sammenhenger, men ville heller lastet den ned en gang de hadde en reise som de følte passet bra til samkjøring.

At folk er avventende er en stor barriere i å få appen til å slå gjennom og kan være noe av det som forårsaket frafall i dette leddet. 12% oppga at de ikke er de første som «hiver» seg på nye ting som hovedårsak. Folk er interesserte, men venter til de hører fra andre at det fungerer. Furuhata *et al* (2013) og Vågane (2009) pekte på denne utfordringen som man gjerne kaller kritisk masse. Når løsningen ikke fungerer, blant annet fordi det blir for få som tar den i bruk på samme tid, kommer det ikke nye brukere til. Det var imidlertid ingen som oppga årsaken «Jeg hørte fra bekjente at appen fungerte dårlig». Det ser ut som det snarere var at de *ikke* hørte at den fungerte. Skulle de som var mer avventende kommet til måtte løsningen fungert bedre blant de som tok den i bruk, slik at det både ble ufarliggjort og ble oppfattet som en attraktiv løsning.

21 % svarte i spørreundersøkelsen at de ikke hadde forstått at det fantes en app, noe som kan tyde på utydelig informasjon, at de ikke har lest den nøye nok eller at de ikke hadde hørt om

prosjektet før de tok undersøkelsen. Igjen kan det også være avsender og type informasjon som ikke er pålitelig nok til at folk vil ta den i bruk. Det kan være jeg ikke har truffet de rette befolkningsgruppene.

Det kan se ut som de mest ivrige og uredde ble nådd ganske fort gjennom mine tiltak. Som man så av datoene for nedlastning i kapittel 5.2.1, var de fleste nedlastingene i starten av prosjektet, samt rundt spesielle tiltak ved påske. De er også sannsynlig at mange av de som ble nådd disse dagene ikke var aktuelle brukere i det hele tatt. De ville ikke tatt i bruk appen uansett hvilken markedsføring man gjorde.

Som de andre kommentarene i spørreundersøkelsen viste, var det noen personlige årsaker til at folk ikke ville samkjøre. Spørreundersøkelsen viste også et fåtall som var skeptiske til lovlighet og sikkerhet. Uttalelsen fra eldrerådet i Steigen viser imidlertid at det kan eksistere mer skepsis blant befolkningen enn det som kom fram i undersøkelsen. I aldersgruppen 65 eller eldre var det ingen av dem som svarte på spørreundersøkelsen som hadde lastet ned appen, men også få som hadde tatt undersøkelsen. Dette er et eksempel på en befolkningsgruppe som virker vanskelig å få med på samkjøringsaktiviteter med de tiltakene jeg iverksatte. Det er ikke mange av dem som blir nådd på Facebook, og de fra eldrerådet som skrev uttalelsen var skeptiske til lovligheten.

6.1.3 Leting etter aktuelle samkjøringsreiser

Det er et betydelig frafall av brukere fra dem som lastet ned appen til dem som lette etter reiser å samkjøre på. Det var bare 53 personer, altså halvparten av de som lastet ned appen, som la ut reiser. Noen av disse la bare ut reiser i forbindelse med konkurranser eller som av andre grunner ble ansett som ikke reelle. Etter den sorteringen som ble gjort var det bare 37% av personene som lastet ned appen som faktisk lette etter samkjøring med appen. En av de 80 enkeltreisene var behov for frakt av en gjenstand. Da ser man også bort fra dem som la ut regelmessige turer, hvor det så ut som det var en person la ut reisene sine til og fra jobb.

Det viste seg å være effektivt å ha en aksjonsforsker til å stimulere frem reiser. Dette innebar å ha konkurranser om å legge ut og å tipse om spesielle typer reiser. Et problem var at folk ikke la ut flere reiser etter konkurransene. Kanskje fikk de et dårlig inntrykk av appen i konkurransene som førte til at de ikke la ut flere reiser. På spørsmål om appen i

spørreundersøkelsen var folk litt enige i at appen var lite brukervennlig, men de fleste var bare litt uenige i at det var vanskelig å legge ut en reise. Det var få deltakere på hver konkurranse i forhold til hva jeg hadde håpet. Kanskje de synes det var tidkrevende å delta da man måtte legge ut reie, ta skjermbilde og kommentere innlegg. Så vidt jeg kunne observere ble det ikke lagt ut noen reiser i forbindelse med kulturarrangement eller kollektivreiser, men forslaget om lengre reiser i forbindelse med påska ser ut til å ha blitt fulgt opp. Dette kan også ha skjedd uavhengig av oppfordringen.

Jeg lyktes ikke helt med å koordinere markedsføringen fra de ulike aktørene i Steigen. Ikke alle tiltakene kom samtidig slik at tidene da folk la ut reiser ble spredt utover et stort tidsrom. «Lev i Steigen» delte innlegget noen dager etter at jeg opprettet siden. Tiltakene rundt påske så ut til å føre til flere nedlastninger og reiser den perioden, men da hadde nok mange av de første allerede hadde mistet interessen. Grunnen til at mange tiltak kom rundt påske var at avtalene med Nordland fylkeskommune og Cermaq tok tid å få i orden. De siste enkeltreisene som ble lagt ut var 8.april. I denne perioden var det lite aktivitet fra min side, som kan være grunnen til at få var aktive. Effekten av de siste markedsføringstiltakene ble kanskje også svekket av at prosjektet hadde pågått en stund uten å vise noen suksess.

Årsakene til frafall kan være knyttet til problemer med appen. På spørsmålene i spørreundersøkelsen angående Same-Way-appen virket det som problemene var knyttet til opplevelsen av at få brukte appen, at man glemte å legge ut reier og at man savnet en oversikt over andre reiser. Det kan ha vært andre faktorer som jeg ikke hadde påstander om, men i kommentarene på slutten av spørreundersøkelsen var det også dette som ble nevnt. Det å se at det var andre brukere i appen før man fikk treff på en reise var et stort savn. Folk var kanskje for utålmodige til å vente på treff; de ville i tillegg se all aktivitet som var i appen for å kunne planlegge selv. Respondentene var alt i alt mer positive enn jeg hadde forventet på slutten av prosjektet. De fleste var ikke enige i at den norske oversettelsen ga et dårlig inntrykk og heller ikke i at appen ikke stemte med deres behov. De mente den hadde potensial.

Det kan hende at folk ikke følte de hadde noen reiser å samkjøre på. De lastet ned appen, men da alt kom til alt stod noe i veien for å søke samkjøring. Folk synes kanskje det hørtes ut som en god idé, men hadde vanskelig for å endre sine vaner. De som svarte på spørreundersøkelsen

var som nevnt litt enige i at de hadde glemt å legge ut reiser i appen. Det kan også være at de var redde for å binde seg til en avtale og ikke tørre å ombestemme seg.

De mange personene som bare la ut en reise kan tyde på at folk som faktisk var ute etter skyss, la ut denne ene reisen og deretter ga opp. Kanskje er det for lenge mellom de aktuelle reisene i utkantstrøk til at løsningen kan fungere. De som legger ut får en dårlig erfaring som gjør at de ikke orker å bruke appen neste gang og det blir lagt ut for få reiser. Det at man bare gjør et forsøk er en stor utfordring. Det ser ikke ut til at mine tiltak for å få dem til å fortsette hjalp. Når man ikke tror det er aktivitet i appen, og ikke hører om at folk har samkjørt, orker man heller ikke legge ut reiser. Det nyttet ikke at jeg oppfordret så lenge de selv hadde erfart at de ikke fikk treff på andre reisende. Dette opplevde jeg selv på da jeg var i Steigen og kunne lagt ut reiser for samkjøring. På de reisene jeg søkte skyss og virkelig ønsket å samkjøre, delte jeg det også på Facebook fordi jeg hadde mer tro på at jeg ville finne noen der.

6.1.4 Avtaler om samkjøring

I de tre siste leddene av resonnementkjeden stoppet innføringen av appen helt opp. Ifølge data fra appen ble det ikke gjennomført noen samkjøringsreiser ved hjelp av Same-Way-appen i Steigen. Det kan imidlertid ha vært avtalt reiser gjennom appen uten at de var registrert gjennomført i databasen. Tre personer i Steigen oppga i spørreundersøkelsen at de hadde sendt forespørsel, men det mistenkes at disse forespørslene var i forbindelse med konkurranser. Det kan også ha vært avtaler om å reise sammen, men en gjennomgang av reisene som ble lagt ut tyder ikke på det. Der fantes imidlertid reiser der appen trolig ikke har gitt treff, men som kanskje kunne vært samkjørt på.

Årsaken til at det ikke ble samkjørt på reisene som ble lagt ut var at folk ikke fikk treff. Dette har igjen å gjøre med at det ikke blir lagt ut nok reiser, som nevnt i forrige delkapittel. Det var også sider ved appens funksjoner som har ført til at noen ikke fikk treff. Det innebar at for stort tidsavvik mellom reisene og at to personer med samme rolle (sjåfør-sjåfør eller passasjer-passasjer) ikke fikk treff på hverandre.

Et forventet og stort problem i dette leddet var at brukermassen ikke ble stor nok. Skal en slik løsning fungere på utkantsteder må enda flere ta den i bruk. Man bør nok også finne de reisene der det er aktuelt for flest å samkjøre, for så å markedsføre og tilrettelegge for samkjøring på

disse reisene. I prosjektene som siktet seg inn på arbeidsreiser i Bergen og Sverige ble det gjennomført samkjøringsreiser, til tross for at det også der var få deltakere (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015; Brenden, Hesselgren og Bauer, 2018). Ifølge Brenden, Hesselgren og Bauer (2018) var det veldig få som lastet ned appen, men sannsynligheten for å få treff var nok større fordi forsøket var siktet inn på arbeidsreiser. I «S for Steigen» var brukerne spredt over et stort geografisk område og kunne legge ut alle mulige typer reiser.

6.2 Generelle funn

Noen forhold pekte seg ut på ulike stadier i prosessen. Her diskuteres årsaker til at flere kvinner enn menn engasjerte seg i prosjektet og at de som har brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss utgjorde en stor andel av brukerne av appen. I tillegg vil noen typer reiser som ble funnet igjen både i appen og i spørreundersøkelsen trekkes fram; de lange reisene ut av kommunen og reiser innad. Til slutt vil jeg begrunne hvorfor dynamisk samkjøring ikke er egnet i utkantstrøk og trekke fram noen andre måter å organisere appen på.

Kvinner engasjerte seg

Det var større engasjement fra kvinner enn menn i dette prosjektet og det kan skyldes flere forhold. Det var flest kvinner som så innleggene på Facebook, og da er det også naturlig at flere kvinner valgte å like siden, laste ned appen og svare på spørreundersøkelsen. Andelen kvinner økte utover i prosessen, så kvinne har ikke bare fått mer vist på skjermen, de har også engasjert seg mer. 63 % av de som så innleggene var kvinner, deretter økte det til 68% kvinner blant dem som fulgte siden og nesten 69% blant dem som valgte å laste ned appen. Det var også større andel kvinner som valgte å svare på spørreundersøkelsen enn blant dem som ble nådd (76%).

Kvinnenes engasjement kan tyde på at flere kvinner enn menn er interessert i samkjøring. Det støttes av funnene som ble gjort i Bergen, der også flere kvinner var aktive i samkjøringsaktivitetene som ble igangsatt (Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015). Litt flere av kvinnene enn mennene som tok spørreundersøkelsen oppga at de ønsket at folk skulle samkjøre mer, men færre at bidrag til en ny transportløsning for utkantstrøk var viktig. Ser man samtidig på faktorer for å ta i bruk en samkjøringsapp, appellerte alle de fire mest oppgitte faktorene mer til kvinner enn til menn. Det ser ut til at samkjøring er mer interessant for kvinner

enn for menn fordi de i større grad tror det bidrar til mindre utslipp, at man hjelper hverandre og at man deler på utgifter.

Engasjementet fra kvinnene kan også dels skyldes metodene og undersøkelsesdesignet. Det kan bety at kvinner er mer aktive i sosiale medier og bruker mer tid foran skjermen. Det kan også ha sammenheng med at jeg er kvinne og at prosjektet dermed appellerte mer til andre kvinner. Det var en større andel av kvinner enn menn som oppga å ville hjelpe en bekjent.

Folk som bruker Facebook til å etterspørre/tilby skyss og frakt

Av alle dem som svarte på spørreundersøkelsen var det en stor andel personer som hadde brukt Facebook til å tilby eller etterspørre skyss eller frakt (60%). Mange var også medlemmer eller hadde annen kjennskap til gruppen «Steigen Skyss&Frakt» på Facebook (59%). Blant de 40 respondentene som også hadde lastet ned Same-Way-appen var det et overtall av personer som hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss og som kjente til gruppen.

Jeg delte spørreundersøkelsen og andre tidligere innlegg på «Steigen Skyss&Frakt» og det ser ut til å ha vært et effektivt tiltak. Medlemmene der har nok følt at det var et prosjekt som angikk dem og tatt seg bryet med å delta, i større grad enn andre Facebook-brukere. De har en interesse i å samkjøre fra før og hadde derfor også interesse i «S for Steigen». Det at så mange av dem faktisk har lastet ned appen viser at de har hatt lyst til å teste samkjøring med app og var åpne for en annen løsning.

Ikke bare var det en interesse blant de som bruker Facebook til å tilby/etterspørre skyss, de representerte en betydelig andel av de som tok i bruk Same-Way-appen. Regner man de 33 som både hadde lastet ned appen, svart på spørreundersøkelsen, hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss eller var medlem av «Steigen Skyss&Frakt» utgjorde de 31% av alle som lastet ned appen. Det kan også ha vært flere av dem som ikke svarte på undersøkelsen. At disse er aktuelle brukere stemmer med funnene til Gargiulo *et al* (2015), som viste at personer som bruker sosiale medier er mer risikovillige og sannsynlige brukere av samkjøringsapper.

En av fordelene med å bruke et annet system enn Facebook, kunne være at det var en plattform for dem som ikke ville eksponere seg Facebook. Utenom de 40 som svarte på undersøkelsen var det også 65 personer som lastet ned appen som man ikke vet bakgrunnen til. Det kan ha vært folk som ikke er brukere på Facebook og som av den grunn ikke kom over undersøkelsen,

men som representerer en mer anonym gruppe app-brukere. Hvor stor denne gruppen eventuelt var, er vanskelig å si. Ser man på dem som svarte på undersøkelsen ser det imidlertid ikke ut til at mange personer som ikke allerede bruker Facebook til å tilby/etterspørre skyss valgte å ta i bruk appen.

I påstandene om Facebook i spørreundersøkelsen ser det ut til at de som har brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss er fornøyde med Facebook som plattform. Det virker naturlig nok som at de som bruker det er mer positive til å søke skyss generelt. De er mer positive til Facebook, men også åpne for en annen løsning da mange av dem har lastet ned appen. De som ikke har brukt Facebook til dette er blant annet mer irritert over slike innlegg på Facebook og mindre enige i at folk finner skyss på Facebook. Disse respondentene var imidlertid også mer uenige i at man ikke trenger en egen samkjøringsapp. De så nytten av å flytte forespørslene til ene egen app, men de var ikke interessert nok i samkjøring til å ha lastet ned Same-Way-appen selv.

Blant dem som svarte på spørreundersøkelsen og som hadde brukt Facebook til å tilby/etterspørre skyss var det generelt flere som var motiverte av alle faktorene for deltakelse i prosjektet. De var imidlertid mindre motiverte av å hjelpe en bekjent med masteroppgaven, så de har i større grad engasjert seg på grunn av temaet samkjøring enn dem som ikke hadde brukt Facebook til å søke skyss. Større andeler av dem oppga også at de ulike bruksområdene for appen var aktuelle.

Lengre reiser for tilreisende

I Same-Ways database var det et overtall av reiser til og fra kommunen, når man ser på de enkeltreisene som ble ansett som reelle søk etter samkjøring. På disse reisene var et lite overtall av passasjerreiser (55%). Ut fra hvordan appen ble brukt er dette en type reise som peker seg ut. Det gjelder også særlig reisene til Bodø, som ser ut til å være et reisemål mange vil samkjøre på. Det var 9 stykker i spørreundersøkelsen som ikke bodde i Steigen, men som besøkte kommunen fra tid til annen som hadde lastet ned appen, og disse tilhørte de yngre aldersgruppene. Disse kan tenkes å kunne bidra spesielt til de lange reisene inn og ut av kommunen.

At folk la ut mange lange reiser rundt påske kan ha sammenheng med mine tiltak i den perioden. Jeg la blant annet ut en video den 24.mars som demonstrerte en enkeltreise til Bodø og jeg hadde en konkurranse. I tillegg kom plakaten på knutepunktene og eposten til de ansatte i

Cermaq. Mange av reisene til og fra Steigen kom imidlertid før påske og i ettertid, utenom disse tiltakene. Jeg reklamerte også for reiser til arrangementer, til jobb og til knutepunkt, men slike reiser har jeg ikke klart å identifisere i databasen. Det ser ut til at de lengre reisene er potensielt bruksområde som folk har hevet seg på.

Man finner igjen de samme reisene i spørreundersøkelsen. Et av alternativene som fikk høyest score på spørsmål om hvor realistisk det var å bruke en app i framtiden, var å bruke den på lengre reiser grunnet lite kollektivtilbud. Mange av respondentene var enige i at dette hadde potensial. På spørsmål om hvordan folk selv ville bruke appen, var dette også det alternativet som ble valgt av flest. Det var 55% som valgte det, mot 43% på alternativet med nest flest. Det med nest flest var for øvrig frakt av gjenstander fra langt unna hjemstedet, så det innebar også en form for lang reise. Det er særlig de i 35-44-årsalderen som velger frakt av gjenstander, og blant disse er det små andeler som velger de andre alternativene. Det ble for øvrig bare lagt ut en forespørsel om frakt av gjenstander i Same-Way-appen, så det virker ikke som det viktigste bruksområdet ennå.

De reisende i Steigen pekte seg ut ved at en stor andel av dem valgte alternativet om skyss på de lengre reisene i forhold til de andre gruppene. En relativt høy andel blant dem som ikke besøkte Steigen valgte også det. Man ser også at en større andel av dem som ikke bor i Steigen ville bruke en app til å etterspørre skyss enn til å tilby. Dette ser ut til å være en gruppe tilreisende til utkantsteder som kan tenke seg å bruke en app til å få skyss på lengre reiser mellom by og utkant. Blant de som hadde lastet ned Same-Way appen var det også en stor andel som valgte det alternativet, så det gjelder også dem som har erfaring med appen.

Sjåfører på kortere reiser

Blant enkeltreisene som ble lagt ut innad i kommunen var det et stort overtall av sjåførreiser. Det var også et overtall av reiser til kommunesenteret. I spørreundersøkelsen ble det å tilby skyss valgt av flest som måten de ville bruke en app i fremtiden. Dette kan ha sammenheng med at folk i distriktene har god tilgang på bil. Man kan se tendens til høyere bilbruk blant bosatte i Steigen enn for de andre respondentene i spørreundersøkelsen. Mange bruker bilen daglig og til jobb, og mange har høyt bilhold. Av respondentene i Steigen var det få som hadde bare en bil (25%) og stor andel som hadde to biler (56%) i forhold til de utenfor Steigen (24%). Man ser det samme i reisevaneundersøkelsen som ble presentert i kapittel 1.2.3, hvor 42% i kategorien *resten av landet* har to biler (Hjorthol, Uteng og Engebretsen, 2014). Andre studier

har vist en viss større interesse blant passasjerer og folk som ikke har mulighet til å kjøre selv, men her ser det ut til at sjåførene har engasjert seg (Gargiulo *et al*, 2015; Meland, Lervåg og Roche-Cerasi, 2015).

Det ser ut til å være en gruppe mennesker som kan tenke seg å samkjøre mer innad i kommunen i fremtiden. Blant de bosatte i Steigen vil flere være sjåfør. Av de som bor i Steigen er det færre som oppgir å ville bruke en app på lengre reiser enn for de andre respondentene. Blant de samme respondentene er det derimot flere som oppgir i forbindelse med kulturarrangement og til og fra jobb, altså det man kan regne for å være kortere reiser. De under 24 er blant de som er mest interessert i å bruke samkjøring i forbindelse med kulturarrangement og mange av de mellom 45 og 54 vil bruke den til jobb og kollektivknutepunkt.

Motivasjonene for å samkjøre for dem som bor i Steigen er at man hjelper hverandre og reduserer utslipp. Det er påfallende at få av dem velger økt mobilitet i forhold til andelen av de andre respondentene. Det er altså ikke det å komme seg noen steder som er viktigst for dem når det gjelder å ta i bruk appen. På vurdering av realistiske bruksområder for appen havner at ungdommer søker skyss høyt. Det gjør også at personer uten førerkort søker skyss innad i kommunen. I tillegg til at folk selv vil bruke appen til jobb og kulturarrangement, ser dette ut til å være måter de tenker at appen kan brukes innad i kommunen. Det er imidlertid veldig få som velger disse alternativene til måter de selv vil bruke appen. Dermed mangler man passasjerer til disse reisene. Dette handler kanskje snarere om et ønske om å tilby ungdommer og personer uten førerkort skyss, fordi man selv vil være sjåfør. Det er færre av de bosatte i Steigen enn utenfor som deltok for å hjelpe en bekjent, så interessen for samkjøring kan antas å være reell for mange.

Som nevnt var det noen som valgte til og fra jobb som et alternativ de selv ville bruke appen på. Samtidig vurderes ikke jobbreisene som et veldig realistisk bruksområde, så her er respondentene litt selvmotsigende. Av reisene som ble lagt ut så det ut som en person hadde lagt ut jobbreiser som en regelmessig tur. Denne personens reiser startet på morgenen og hadde retur på ettermiddagen alle hverdager. At ikke flere gjorde det kan skyldes at ikke alle forstod denne funksjonen, men også at de i det virkelige liv er ikke er klare til å bruke samkjøringsappen til jobb. Ser man på respondentenes reisevaner i dag er det så å si ingen som samkjører til jobb, men mange kjører privatbil.

Det ble heller ikke lagt ut noen reiser til og fra knutepunkt innad i kommunen, men det var et alternativ som noen valgte i spørreundersøkelsen. Mange oppga også at de bruker bil til knutepunkt og at bil er involvert på båtreisene. At kun 46% oppga i spørreundersøkelsen at de oftest har privatbil som eneste transportmiddel mellom by og utkant, er lavt i forhold til hva man i reisevaneundersøkelsen. Der oppgir 67% som bor i *resten av landet* bil som hovedtransportmiddel på lengre reiser (Hjorthol, Uteng og Engebretsen, 2014). Dette kan forklares med at folk i Steigen bruker mye båt. Likevel ble det ikke lagt ut reiser fra kaia i appen. Det kan være fordi man ikke er sikret en tur/retur reise og derfor må ha bilen på kaia.

En sårbar startfase

De tre leddene av resonnementkjeden som ble jobbet med representerer en sårbar startfase. Når ting ikke har fungert fra starten, mister folk fort interessen og det slutter å komme nye til. Man kan se at antall som liker Facebook-siden stoppet opp etter ca. 1 måned. Det ble også gradvis færre som lastet ned appen. Dette kan tyde på at markedsføringen var effektiv i starten og traff mange aktuelle brukere. Det som skjedde etterpå var at det var vanskelig å overbevise folk om noe som hadde vist seg å ennå ikke fungere. Viktigheten av å treffe alle de aktuelle brukerne samtidig kom tydelig fram gjennom perioden.

De som var litt mer avventende tok aldri skrittet om å laste ned appen. Det virker som mange var positive og syntes det hørt interessant til å begynne med, men etter hvert så folk at dette hadde pågått lenge uten noe gjennombrudd. Folk hørte ikke om positive erfaringer og dermed ble det aldri noe engasjement fra de mer avventende. Jeg tror enda flere hadde snakket om det og spredt det videre om de hadde fått bedre taket på å legge ut reiser. I en revidert resonnementkjede ville jeg markert denne sammenhengen: Hvis folk får til appen, da kommer det nye brukere. Utfordringen er å få til noe som fungerer over tid, selv når det er få som bruker det. Det må være så enkelt og intuitivt fra starten av at alle får til og orker å bruke det.

Jeg skulle gjerne sett at folk spurte enda mer slik at jeg fikk forklart funksjonene i appen. For eksempel ville jeg oppfordre til at folk la ut mange reiser og ikke var redde for å sende og avvise forespørsler til hverandre. Det virker som folk heller tester og erfarer selv og vil ha minst mulig bry. Det var mange som påpekte at løsningen trenger gode ambassadører og noen som stimulerer til bruk. Det ser man igjen på måten aktivitetene som oppstod følger de iverksatte markedsføringstiltakene. Folk sluttet å legge ut reiser etter at markedsføringen ble avsluttet.

Ikke egnet for dynamisk samkjøring i utkant

Det ser ut til at Same-Way-appen ikke hadde den rette balansen mellom å gi muligheter og samtidig være enkel nok å bruke. I tillegg var det noen problemer med at appen hang seg opp. Folk ga fort opp og mange tok den ikke en gang i bruk. Erfaringene i «S for Steigen» peker mot at man trenger et enklere system i utkanten. Den dynamiske biten med å kunne hoppe på en tur når som helst fra hvor som helst virker ikke. Det blir ikke nok brukere til det og heller ikke nok reiser lagt ut per person.

Folk savnet å se andre reiser i appen. At folk bare ser de reisene med sammenfallende transportbehov fikk nok mange til å slutte å legge ut reiser. Ifølge tilbakemeldingene i spørreundersøkelsen opplevde mange det ikke var andre brukere i appen. Jeg hadde håpet at et system som var mer lukket enn Facebook gjorde at folk som ikke ville eksponere seg tok det i bruk. Det var imidlertid en stor andel folk som bruker Facebook til skyss blant brukerne og som dermed ikke er redde for å eksponere seg. Det var snarere at disse trengte et bedre system enn at folk som ikke bruker Facebook trenger et eget system. De som ikke allerede bruker Facebook er nok ikke like interessert i å samkjøre uansett system.

At appen ikke ga treff på to personer som la ut reise som sjåfør, eller to som la ut som passasjer var et problem. Det kunne observeres i Same-Ways database og det ble også gitt tilbakemeldinger om det. Noen ganger er folk likegyldige til hvem av dem som kjører og sitter på. Det samme gjaldt når tidspunktet ikke var sammenfallende. Dette viser at et mer åpent system hadde fungert bedre. Da kunne brukerne sett hverandres reiser og avtalt selv hvem som var sjåfør eller passasjer. De kunne også vurdert selv hvor fleksible de var på tidspunkt og ikke vært bundet av appens begrensning på 3 timer.

Folk trenger heller å kunne planlegge enn å være spontane i utkanten. Når det er få reiser som legges ut, som det nok blir i utkant, er heller ikke faren for at det blir kaotisk så stor. En mulighet hadde derfor vært en slags sortert liste over reisene der man kunne søke på steder. Man kan enten legge ut en reise som andre kan søke opp eller lete i andres reiser, og appen trenger ikke å gjøre matchingen for deg. Da ligner det på løsningen man allerede har i en Facebook-gruppe. En måte å skille det fra Facebook er at det ordnes med betaling via appen gjennom fastsatte priser. På den måten kan man samtidig unngå at folk utnytter tilgangen på forespørsler til å drive ulovlig taxi-virksomhet. For øvrig bør det være mulig for partene å kommunisere med

hverandre, for eksempel gjennom en chat. En bakdel av et mer åpent system er at man kanskje er redd for å få forespørsler man ikke tør å si nei til.

Mobilsamåkning sin metode, som ble presentert i kapittel 3.5, om først å kartlegge reisevaner for så å lage et skreddersydd system ser ut til å kunne fungert bedre i Steigen enn Same-Way appen. På utkantsteder trenger nok ikke folk å kunne skrive inn så mange forskjellige adresser, da det ofte er få gater. Reisene i Steigen foregår langs noen få ferdselsårer og det er her man har mulighet til å samkjøre. I løpet av perioden «S for Steigen» pågikk ble det lagt ut et overtall av reiser til og fra kommunesenteret, Leinesfjord, og reiser til og fra Bodø. Hadde man visst dette på forhånd, kunne man heller laget et system med noen standardturer eller møtepunkter slik at folk slapp å skrive inn detaljer hver gang. Dette kombinert med at man så alle reisene som var lagt ut i kommunen, kunne kanskje vært et utgangspunkt for en enklere og mer intuitiv løsning.

Om det er modent for løsningen som ble skissert over er uvisst. Mange personer vil nok være uinteresserte eller avventende til en hvilken som helst løsning, men blant dem som tok i bruk appen ser det ut til at noe enklere kunne fungert bedre.

6.3 Pålitelighet i metodene

Det er noen forhold som kan ha ført til svekket pålitelighet i funnene. Man snakker gjerne om reliabilitet i metodene, som innebærer om man har målt korrekt.

For det første kan det være noen unøyaktigheter i fremgangsmåtene. Måten jeg har gått gjennom databasen til Same-Way, kan ha ført til at jeg har oversett noen registreringer eller tatt med noen brukere som ikke hadde tilknytning til prosjektet. Jeg har søkt grundig, og det ble vurdert at feiltellingene var ubetydelige. Dette begrunnes også med at appen bare hadde litt i overkant av 400 registrerte brukere i databasen i perioden, med ca. 100 av dem i tilknytning til prosjektet «S for Steigen». Når det gjelder reisene som ble plukket ut manuelt i databasen har jeg gjort mange stikkprøver ved å søke opp personer og ofte brukte steder og det er små sjanser for at jeg har oversett noen reiser.

Det kan også ha blitt gjort noen feiltolkninger i analysene, spesielt når det gjelder reisene som ble lagt ut i appen. Her er egne vurderinger lagt til grunn for å finne de interessante reisene. Når det gjelder data fra Facebook er det vanskelig å si akkurat hva som ligger i de forskjellige resultatene. Rekkevidden viser at folk er nådd, men akkurat hvor mye av innlegget de har sett er vanskelig å si. At noen har begynt å følge siden kan være alt fra en hyggelig gest til en virkelig interesse for temaet. Derfor er det viktig å ikke ta disse dataene for mer enn de er, nemlig rekkevidde, engasjement og likes.

Når det gjelder spørreundersøkelsen kan det diskuteres hvor representative dataene er for hele befolkningen i utkant. Det var få som viste negative holdninger, og det kan ha med at de som ikke er interesserte i samkjøring ikke har tatt undersøkelsen. Man kan lett få et litt for positivt bilde av samkjøring i forhold til hvordan holdningene er der ute.

Utvalget på 135 respondenter i spørreundersøkelsen vurderes som et tilfredsstillende grunnlag. Til enkelte spørsmål er analysen basert på et fåtall av respondenter hvor jeg har delt i mindre grupper. I mindre utvalg teller hver persons meninger ekstra mye og resultatet er mindre reliabelt.

6.4 Overførbarhet til andre steder

Hvor vidt man vil finne samme resultat andre steder, altså om målingene er valide, vil være påvirket av flere faktorer. Jeg skulle undersøke potensialet til en samkjøringsapp i utkantstrøk, men har kun sett på en enkelt kommune. I tillegg la undersøkelsesdesignet opp til mye innblanding fra meg som forsker som kan ha farget resultatene som kom fram.

Stedet for gjennomføringen av forsøket spiller en stor rolle. En annen casekommune kunne gitt andre tall fordi forholdene for kollektivreise og trafikkstrømmer kan være annerledes. Likevel vil ikke små forskjeller i enkeltresultatene nødvendigvis forandre på det totale bildet. Det viste seg å være vanskelig å få nok brukere til denne applikasjonen, og jeg tror det samme hadde skjedd andre steder.

At jeg igangsatte prosjektet i min egen hjemkommune hadde innvirkning på resultatet. Det var likevel mange som ikke oppga å hjelpe en bekjent som faktor for deltakelse. Dette er et godt

tegn og øker validiteten, fordi man kan anta at disse i større grad er drevet av egen interesse. Folks bekjentskap til meg kan ha virket både positivt og negativt. Noen ville hjelpe en bekjent, andre kan ha sine grunner til å ikke ville delta i min masteroppgave. Det så ut til at prosjektet appellerte mest til kvinner. At aldersgruppen 25-34 nådde mange deltakere kan ha sammenheng med min alder (25 år). Mange ble nådd i Trondheim og det kan ha sammenheng med at det er mitt nåværende bosted. Min mor delte mange innlegg, noe som kan ha ført til at mange i 50/60-årene ble nådd og engasjerte seg.

Andre forhold som kan ha gitt spesielle resultater er valget av app og de iverksatte tiltakene. Flere ulike applikasjoner ble vurdert, og hadde jeg valgt en annen kunne tallene blitt annerledes. Blant dem som var tilgjengelige ble det likevel vurdert at Same-Way ga de største mulighetene. Jeg tror ikke noen apper var fullstendig egnet for utkantsteder og at prosessen med å innføre appen ville stoppet opp uansett hvilken app man hadde. Jeg siktet markedsføringen inn på noen spesielle reiser, noe som kan ha ført til at det ble lagt ut flere av dem. Det ser ikke ut til å ha hjulpet på reiser til og fra knutepunkt og til kulturarrangement, men på de lengre reisene. Det at man finner igjen de lange reisene til og fra kommunen i spørreundersøkelsen er med på å øke validiteten av dette funnet.

7. Konklusjon

Gjennom å sette i gang et prosjekt i Steigen ville jeg finne ut om samkjøring med app hadde potensial i utkantstrøk. Prosjektet gikk ut på å jobbe med å få folk til å teste Same-Way-applikasjonen, gjennom en rolle som aksjonsforsker. Med utgangspunkt i erfaringene ville jeg finne ut om det var mulig å danne et system med høy nok brukermasse. Jeg har forsøkt å finne ut hvordan holdninger, adferd og behov for løsningen forholder seg, uavhengig av hvor godt denne appen fungerer i dag. Jeg har også forsøkt å finne ut hvordan en app for utkantstrøk bør utvikles for at løsningens potensial skal øke. Videre vil jeg ta for meg de tre forskningsspørsmålene som ble presentert innledningsvis.

Hvordan blir en ny løsning mottatt av folk som reiser i utkantstrøk?

Folk i distriktet viser et relativt høyt engasjement med de tiltakene som ble iverksatt i «S for Steigen». Same-Way fikk 105 brukere i tilknytning til prosjektet i løpet av 7 uker, men det førte ikke til noe samkjøringsaktivitet. Årsakene til det var at kun halvparten la ut reiser, at kun 37% av dem kan antas å ha lett etter samkjøring, at mange bare la ut én reise og at reisene var spredt over et stort geografisk område og over mange dager. At folk ikke la ut flere reiser har sammenheng med at de glemte det, at appen opplevdes som lite brukervennlig, at de synes det var vanskelig å legge ut en reise, men primært at de ikke opplevde noen aktivitet i appen.

Veien fra å vise interesse til å faktisk bruke appen er lang. Mange folk er avventende. De venter med å laste ned appen til de føler et behov. Derfor er en god startfase avgjørende. Folk slutter fort å bruke løsningen hvis den ikke fungerer med en gang. Da blir det vanskelig å få nye til og det blir vanskelig å holde de første aktive dersom de får et dårlig inntrykk. Det blir lite toveis kommunikasjon fra brukerne om å få løsningen til å fungere, mange tester bare selv. Noen folk er også skeptiske til hele løsningen eller har personlige årsaker til ikke å ønske å samkjøre.

Det ble identifisert noen grupper mennesker som var mer tilbøyelige til å laste ned appen. De som har brukt Facebook til å tilby eller etterspørre skyss eller frakt utgjør en stor andel. Kvinner engasjerer seg mer enn menn. Sammenhengen mellom når folk lastet ned og når det ble publisert innlegg, samt hvilke folk som laster ned, viser at rollen som aksjonsforsker har hatt stor innvirkning. Aktiviteten dabbet av når ingen driver det fram lengre.

I hvilke situasjoner har folk i utkantstrøk behov for en samkjøringsapplikasjon?

Det var to type reiser som pekte seg ut blant dem som ble lagt ut i Same-Way-appen. Man kunne også finne dem igjen i svarene på spørreundersøkelsen.

Den første typen var de lange reisene til og fra kommunen. Det ble lagt ut særlig mange i påska og de fleste gikk til eller fra Bodø. Da ville litt flere være passasjerer, men også en god del tilbød skyss. Respondentene i spørreundersøkelsen trodde det var realistisk at en samkjøringsapp blir brukt på lengre reiser grunnet lite kollektivtilbud i fremtiden. Det var også den måten folk flest så for seg å kunne bruke en app. Man kunne finne at det var blant de reisende i Steigen (som besøkte Steigen, men ikke var bosatt der) at flest valgte dette alternativet. Mange av de som hadde lastet ned Same-Way-appen valgte også dette alternativet. Man kunne også finne at en større andel av de som ikke bodde i Steigen ville etterspørre skyss enn å tilby, som passer med at denne gruppen ønsker skyss på lengre reiser til utkanten.

Den andre typen reiser som pekte seg ut i databasen til Same-Way var reiser innad i kommunen, hvor start- eller endested ofte var kommunesenteret Leinesfjord. På disse var det et betydelig overtall som ville være sjåfør. Dette kan sees i sammenheng med at bilholdet er høyt i utkantstrøk og at det å tilby skyss ble valgt av størst andel respondenter i Steigen som aktuell måte å bruke en samkjøringsapp. Blant de bosatte i Steigen ble ikke økt mobilitet oppgitt som en viktig faktor for å samkjøre. En større andel oppga at miljøhensyn og å hjelpe hverandre var viktig. Det ser ut til at mange ikke har et mobilitetsbehov, men er positive til bruk av appen fordi de ser andre gevinster. I spørreundersøkelsen vurderes det som realistisk at ungdommer og personer uten førerkort søker skyss innad i kommunen. Relativt mange av de bosatte i Steigen oppgir at de selv vil bruke appen i forbindelse med jobb og kulturarrangement i fremtiden, altså på reiser som er typiske innad i kommunen.

Hvilke funksjoner bør en samkjøringsapplikasjon for utkantstrøk ha?

En app for utkantstrøk bør være enkel og intuitiv. Det handler både om at folk skal orke å bruke den og at folk skal klare å finne hverandre. Den bør ikke sortere bort reisene for brukeren slik at man risikerer å gå glipp av reiser som kunne vært samkjørt på. Folk ønsker å se at det er aktivitet i appen i form av en liste med reiser fra andre brukere. I distriktene er reisemønsteret ofte enkelt. Siden reisene som blir lagt ut går til de samme stedene trenger man ikke den dynamiske typen app som matcher de reisende ut fra best mulig treff. Folk vil heller søke opp

hverandre selv og slipper å bestemme tidspunkt før de får opp aktuelle samkjøringsreiser. Et skreddersydd system for hver kommune i form av faste ruter eller ofte brukte steder kan tenkes å ha fungert bedre for dem som tok i bruk appen i Steigen.

Andre funksjoner appen bør ha er mulighet for kommunikasjon mellom brukerne. Da kan de avtale mer presist selv. For å unngå ulovlig taxi-virksomhet i et slikt system kan betalingen ordnes gjennom appen. Dette gjør også at det skiller seg mer fra systemet man allerede bruker på Facebook. Mange vurderer i spørreundersøkelsen at frakt av gjenstander er en nyttig funksjon, men det ble ikke gjort noen erfaringer med det da det bare le lagt ut en forespørsel om gjenstand i Same-Way-appen.

Oppsummert potensial

Slik holdninger, behov og appens funksjoner er i dag, er det ikke potensial for samkjøring med app i utkant. Det finnes måter å øke potensialet, men da må det jobbes på flere hold. Man må jobbe for å nå de aktuelle brukerne og folk må stimuleres til å ta i bruk appen. Deretter er man avhengig av en løsning som gjør et godt inntrykk. Løsningen bør være enkel og gjerne skreddersydd, og trenger ikke være av den dynamiske typen. Det er større sjanse for at folk finner skyss om man satser på noen spesielle reiser; korte turer til sentrale steder i kommunen med fokus på miljø og å hjelpe hverandre og lange turer til de nærmeste byene for å gi folk flere reisealternativ.

Videre forskningsbehov

I prosjektet «S for Steigen» har mulighetene for å samkjøre blitt undersøkt, men hvilke konsekvenser har samkjøring i utkant? Er det noe som bør jobbes for å utvikle, eller er fordelene for små? Hvor mye kan bilbruken reduseres? Hva er risikoen for at bilbruken øker? Hvilke konsekvenser har samkjøring på det på eksisterende kollektivtilbudet? Hvilke miljømessige konsekvenser har det?

Gjennom dette prosjektet ble det funnet at en enkel og skreddersydd løsning hadde passet bedre for dem som tok det i bruk. Dette er også strategien Mobilsamåkning bruker i sin nettside-baserte løsning (se kapittel 3.5). En mulighet var å gjøre en utredning av Mobilsamåkning sin løsning. Ved hjelp av deres erfaringer kunne man sett på muligheten til å utvikle en liknende løsning i app. Hvilke fordeler og ulemper har en skreddersydd løsning? Hvordan vil det påvirke

antallet reiser som legges ut? Er det mulig å lage en app-løsning som kan tilpasses hver enkelt kommune/område?

I «S for Steigen» oppga noen som ville bruke en app i forbindelse med kollektivreiser. Muligheten for å løse bare «last mile-problematikken» bør undersøkes med en mer målrettet studie på disse reisene. Er det noen knutepunkter i distriktene som kan være utgangspunkt for slik organisering? Hvordan kan dette organiseres best? En mulighet kunne vært en enkel teknologisk løsning som tilbyderen av kollektivtilbudet organiserte og hvor denne fikk en andel av passasjerbidraget under samkjøringen. Kanskje trenger man ikke mer enn en liste som bussjåfør, konduktør eller mannskap organiserer. Vil samkjøringen føre til flere kollektivreiser? Hvilke muligheter og konsekvenser har en slik løsning? Har folk mer tiltro til systemet når det er en del av kollektivtilbudet?

Går man bort fra samkjøring, men fortsetter å se etter løsninger for utkant, hadde en mulighet vært og undersøkt bilkollektiv for utkantstrøk. Jeg ser for meg en ordning med en parkeringsplass i sentrum av en by og på sentrale steder i utkantkommunene rundt. De skulle ikke brukes innad i byen eller i utkantkommunene, men skulle være et reisealternativ mellom disse. En fordel kunne være at man brukte bilen en vei og kollektiv en annen vei og at man samkjørte i disse bilene. Hvordan kunne dette organiseres? Finnes det steder med grunnlag for en slik løsning? Andre forhold som burde vurderes er mulighetene for å redusere utslipp gjennom å bruke elbiler og hvilke konsekvenser det ville ha for kollektivtilbudet.

8. Referanser

- Aarhaug, J. (2017) *Bare Ma(a)S? – Morgendagens transportsystem i storbyregioner?* (TØI rapport 1578/2017) Oslo: Transportøkonomisk institutt. Tilgjengelig fra: <https://www.toi.no/publikasjoner/bare-ma-a-s-morgendagens-transportsystem-i-storbyregioner-article34504-8.html> (Hentet 23.06.2018)
- Andersen, A. et al (2015) *Klimatiltak og utslippsbaner mot 2030 - Kunnskapsgrunnlag for lavutslippsutvikling*. (Rapport M-386). Oslo: Miljødirektoratet. Tilgjengelig fra: <http://www.miljodirektoratet.no/Documents/publikasjoner/M386/M386.pdf> (Hentet 20.12.2017)
- Askjær, T. H. (2017) GoMore går vækstamok – runder 500.000 medlemmer i Danmark, *Børsen*. Tilgjengelig fra: http://borsen.dk/nyheder/virksomheder/artikel/1/338819/gomore_gaar_vaekstamok_-_runder_500000_medlemmer_i_danmark.html (Hentet 15.05.2018)
- Bane NOR (2018) *Kjør sammen til toget*. Tilgjengelig fra: <http://www.banenor.no/Nyheter/Nyhetsarkiv/2018/kjor-sammen-til-toget/> (Hentet 15.05.2018)
- Brenden, A. P., Hesselgren, M. og Bauer, D. (2018) Possibilities and barriers in ride-sharing in work commuting—a case study in Sweden, *Transport Research Arena (TRA2018)*, Vienna 16.-19. april 2018.
- Chan, N. D. og Shaheen, S. A (2012) Ridesharing in north america: past, present, and Future, *Transport Reviews*, 32:1, s. 93-112. doi: 10.1080/01441647.2011.621557
- Cici, B., et al (2014) Assessing the potential of ride-sharing using mobile and social data: a tale of four cities, *Proceedings of the 2014 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing (UBICOMP)*, Seattle, 13.-17. september 2014., s. 201-211.
- Deakin, E., Frick, K. og Shively, K. (2010) Markets for dynamic ridesharing? Case of Berkeley, California, *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, (2187), s.131-137. doi: 10.3141/2187-17
- Dorner, F. og Berger, M. (2018) Community-based mobility: a transport option for rural areas? *Transport Research Arena (TRA2018)*, Vienna, 16.-19. april 2018.
- Dvergsdal, H. (2018) App. *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/app> (Hentet 13.05.2018)
- Furuhata, M et al. (2013) Ridesharing: The state-of-the-art and future directions, *Transportation Research Part B: Methodological*, 57, s. 28-46.
- Gargiulo, E. et al. (2015) Dynamic ride sharing service: are users ready to adopt it?, *Procedia Manufacturing*, 3, s. 777-784.

- Hjorthol, R., Uteng, T.P. og Engebretsen, Ø. (2014) *Den nasjonale reisevaneundersøkelsen 2013/14: nøkkelrapport*. (TØI rapport 1383/2014). Oslo: Transportøkonomisk institutt. Tilgjengelig fra: <https://www.toi.no/publikasjoner/den-nasjonale-reisevaneundersokelsen-2013-14-nokkelrapport-article32973-8.html> (Hentet 28.09.2017)
- Holden, E., Linnerud, K. og Banister, D. (2013) Sustainable Passenger Transport: Back To Brundtland, *Transportation Research Part A: Policy And Practice*, 54, s. 67-77.
- Holmström, B. L. (2011) Ett helt nytt sätt att samåka på landsbygden. *Lokaltidningen*. Tilgjengelig fra: <http://www.lokaltidningen.se/nyheter/2011-09-22/-Ett-helt-nytt-satt-att-samåka-på-landsbygden-158213.html> (Hentet 20.12.2017)
- Høst, S. og Vaage, O. F. (2010) Avislesing ikke lenger for alle: aviser, opplag, lesing, abonnement. *Samfunnsspeilet*, 24. årgang (4), s. 13-22. Tilgjengelig fra: https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/179137/Host_Vaage_Samf_2010_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y
https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/179137/Host_Vaage_Samf_2010_4.pdf?sequence=1&isAllowed=y(Hentet 23.06.2018)
- Innst. 33L (2017-2018) (2017) *Innstilling fra transport- og kommunikasjonskomiteen om Endringer i yrkestransportlova (samkjøring mv.)* Oslo: Transport- og kommunikasjonskomiteen. Tilgjengelig fra: <https://www.stortinget.no/globalassets/pdf/innstillinger/stortinget/2017-2018/inns-201718-033l.pdf> (Hentet 20.12.2017)
- Ipsos (2018) *Ipsos SoMe-tracker Q1'18*. Tilgjengelig fra: <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q118> (Hentet 14.05.2018)
- Jacobsen, D. I. (2015) *Hvordan gjennomføre undersøkelser?: innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Kartverket (2017) *Arealstatistikk for Norge 2017*. Tilgjengelig fra: <https://kartverket.no/kunnskap/Fakta-om-Norge/Arealstatistikk/Arealstatistikk-Norge/> (Hentet 11.10.2017)
- Kjørstad, K. N. og Nilsen, J. (2012) *Forslag til ny organisering av kollektivtilbudet i distriktene*. (UA-rapport 32/2012) Oslo: Urbanet Analyse og Nivi Analyse. Tilgjengelig fra: http://www.nivianalyse.no/images/NIVI_rapportarkiv/2012/Fellesrapport_Urbanet_og_NIVI_2012_Forslag_til_ny_organisering_av_kollektivtransporten_i_distriktene.pdf (Hentet 28. september 2017)
- Landslaget for lokalaviser (2017) *ILA 2018 G-L*. Tilgjengelig fra: <https://lla.no/medlem/> (Hentet 14.05.2018)
- Lygre, E. T. (2018) Med denne appen sparer pendlere 40.000,- i året, sier gründer, *digi.no*.

- Tilgjengelig fra: <https://www.digi.no/artikler/med-denne-appen-vil-han-fjerne-norges-koproblemer/435448?key=UkIguSWp> (Hentet 15.05.2018)
- McNiff, J. (2013) *Action research: Principles and practice*. 3. utg. London: Routledge.
- Meier, A. (2012) Samåkning Tolg-vinnare av Ullbagge på Landsbygdsgalan 2011, *Länsstyrelsen*. Tilgjengelig fra: <http://www.lansstyrelsen.se/kronoberg/Sv/om-lansstyrelsen/pressrum/nyhetsbrev/landsbygd-i-kronoberg-1-2012/Pages/samakning-tolg-vinnare-av-ullbagge-pa-landsbygdsgalan-2011.aspx#.Tyu3AxdUeXY.facebook> (Hentet 20.12.2017)
- Meland S., Lervåg L. og Roche-Cerasi I. (2015) *Rapport – Evaluering av samkjøring – Erfaringer fra samkjøringsaktiviteter i Bergen*. (SINTEF A26695) Trondheim: SINTEF Teknologi og Samfunn. Tilgjengelig fra: <https://www.sintef.no/publikasjoner/publikasjon/?pubid=SINTEF+A26695> (Hentet 15.10.2017)
- Meld.St. (2016-2017) (2017) *Nasjonal transportplan 2018-2029*. Oslo: Samferdselsdepartementet. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/7c52fd2938ca42209e4286fe86bb28bd/no/pdfs/stm201620170033000dddpdfs.pdf> (Hentet 20.12.2017)
- Murray, G. (2012) *Ridesharing as a Complement to Transit*. Washington: Transportation Research Board.
- Nielsen *et al* (2015) Of “white crows” and “cash savers:” A qualitative study of travel behavior and perceptions of ridesharing in Denmark. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 78, s. 113-123.
- Normann, T. M. (2009) Mest familie- og nabokontakt på bygda. *Samfunnsspeilet*, 24.årgang (5-6), s.114-123. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/mest-familie-og-nabokontakt-paa-bygda> (Hentet 15.10.2017)
- Olsen, L. E. og Peretz, A. (2017) *Markedskommunikasjon*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Olsen, Ø. A. (2017) Store deler av kommunen kan bli uten drosje, *Avisa Nordland*. Tilgjengelig fra: <https://www.an.no/nyheter/taxi/steigen/store-deler-av-kommunen-kan-bli-uten-drosje/s/5-4-646951> (Hentet 14.05.2018)
- Östholm, K. (2015) Västra satsar på mobilsamåkning, *Allehanda*. Tilgjengelig fra: <http://www.allehanda.se/angermanland/solleftea/vastra-satsar-pa-mobil-samakning> (Hentet 20.12.2017)
- Pedersen, S., Haavardsholm, O. og Vennemo, H. (2016) *Delingsøkonomiens betydning for norsk økonomi – i dag og i fremtiden* (Rapport 2016/45) Oslo: Vista Analyse.
- Reed, J. og Støvern, B.K (2012) *Effektiv markedsføring på nettet: lær deg å bruke nettstedet, blogger og sosiale nettverk og mye mer*. Oslo: Hegnar media.

- Shaheen, S., Stocker, A. og Mundler, M. (2017) Online and App-Based Carpooling in France: Analyzing Users and Practices—A Study of BlaBlaCar, *Disrupting Mobility: Lecture Notes in Mobility*, s. 181-196. doi: 10.1007/978-3-319-51602-8_12
- Skatteetaten (2017) *Deling av bil og samkjøring*. Tilgjengelig fra: <http://www.skatteetaten.no/no/Person/Selvangivelse/tema-og-fradrag/Jobb-og-utdanning/delingsokonomi/deling-av-bil-og-samkjoring/> (Hentet 20.12.2017)
- Skogheim, C. (2017) Slik blir det nye samferdselskartet i Nordland, *Avisa Nordland*. Tilgjengelig fra: <https://www.an.no/nyheter/samferdsel/nordland/slik-blir-det-nye-samferdselskartet-i-nordland/s/5-4-593125> (Hentet 14.05.2018)
- Statens Vegvesen (2015) *Vegkart*. Tilgjengelig fra: <https://www.vegvesen.no/fag/teknologi/Nasjonalt+vegdatabank/Kart/vegkart> (Hentet 16.05.2018). Inneholder data under norsk lisens for offentlige data (NLOD) tilgjengeliggjort av Statens vegvesen.
- Statistisk sentralbyrå (2016) *Folkemengde i tettbygde og spredtbygde strøk. Kommune. 1. januar*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/befsett> (Hentet 11.10.2017)
- Statistisk sentralbyrå (2017) *Folkemengde 1. januar. Heile landet, fylke, kommunar*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde/aar-per-1-januar> (Hentet 11.10.2017)
- Torvatn, H. (1998) Using Program Theory Models in Evaluation of Industrial Modernization Programs: Three Case Studies, *Evaluation and Program Planning*, 22, 73-82.
- Vågane, L. (2009) *Flere i hver bil?: status og potensial for endring av bilbelegget i Norge* (TØI-rapport 1050/2009) Oslo: Transportøkonomisk Institutt. Tilgjengelig fra: <https://www.toi.no/getfile.php/1313925/Publikasjoner/T%C3%98I%20rapporter/2009/1050-2009/1050-hele%20rapporten%20nett.pdf> (Hentet 15.10.2017)
- Yrkestransportlova (2002): *Lov om yrkestransport med motorvogn og fartøy*. Tilgjengelig fra: https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2002-06-21-45#KAPITTEL_4 (Hentet 20.12.2017).
- Østli V., Ørving, T. og Aarhaug, J. (2017) *Betydningen av ny teknologi for oppfyllelse av nullvekstmålet. En litteraturstudie*. (TØI-rapport 1577/2017) Oslo: Transportøkonomisk Institutt. Tilgjengelig fra: <https://www.toi.no/publikasjoner/betydningen-av-ny-teknologi-for-oppfyllelse-av-nullvekstmålet-en-litteraturstudie-article34459-8.html> (Hentet 23.06.2018)

Vedleggsliste

Vedlegg A. Intervjuguide	A-1
Vedlegg B. Referater fra dybdeintervjuer	B-1
Vedlegg C. Facebook-innleggene	C-1
Vedlegg D. Avisartikkel i Lokalavisa Nord-Salten	D-1
Vedlegg E. Kinoplakater på bygdekinoens nettsider	E-1
Vedlegg F. Epost til ansatte i Cermaq	F-1
Vedlegg G. Plakat til knutepunkt og hurtigbåt	G-1
Vedlegg H. Rekkevidde og engasjement for Facebook-innleggene	H-1
Vedlegg I. Nedlastninger av Same-Way-applikasjonen	I-1
Vedlegg J. Spørreundersøkelse med svar	J-1
Vedlegg K. Analyse av svar på spørsmål 16	K-1
Vedlegg L. Analyse av svar på spørsmål 31	L-1
Vedlegg M. Analyse av svar på spørsmål 32	M-1
Vedlegg N. Detaljert fordeling for svar på spørsmål 20	N-1
Vedlegg O. Detaljert fordeling for svar på spørsmål 27	O-1
Vedlegg P. Detaljert fordeling av svar på spørsmål 28	P-1
Vedlegg Q. Svar på åpne svaralternativ i spørreundersøkelsen	Q-1
Vedlegg R. Uttalelse fra Steigen Eldreråd	R-1

Vedlegg A. Intervjuguide

Intervjuguide - Temaer
Personlig bakgrunn
Kjønn Alder Familiesituasjon og forsørgeransvar
Reisevaner
Reiser i hverdagen Tilgang på bil Skysser man på andre personer? Når blir man skyssset av andre? Reiser i ferien Transportmidler på lengre reiser Er reisebehovet dekket? Savner man noen ganger kollektivtilbud? (Hint: knutepunkter, fra byen, kommunesenter)
Samkjøring
Når bruker man samkjøring? Når kunne det vært aktuelt å samkjøre mer? Faktorer for å samkjøre (Hint: miljø, utgifter, sosialt) Faktorer for ikke å samkjøre (Hint: Fleksibilitet, vanskelig med app, sikkerhet)
Mobilappen
Bruker på sosiale medier (Facebook)? Medlem av Facebook-gruppen «Steigen skyss&frakt»? Nyttig? Hvorfor ikke? Vipps? Funksjoner samkjøringsappen bør ha (Hint: betaling, varslinger, chat) App i utkant vs. by
Annet

Vedlegg B. Referater fra dybdeintervjuer

Intervjuene er anonymisert. Av hensyn til intervjuobjektene blir ikke detaljer som yrke, antall barn og bosted nevnt. Dette fordi befolkningsgrunnlaget er så lite at det vil være lett å identifisere personene.

Kvinne i 60-årene (1)

De er to voksne i husstanden. Hun er pensjonert. Barna deres har flyttet hjemmefra.

Reisevaner

I det daglige reiser hun med bil. De har to biler i husstanden, og føler seg avhengige av det for å komme seg rundt. Når barna er på besøk, ordner de skyssen selv med egen bil. Noen ganger skysser hun på sin mor i forbindelse med besøk.

Da hun var i arbeid kjørte hun alene bil til jobb hver dag, i egen bil. Det var fordi hun måtte ha bil tilgjengelig i jobben, og fordi avstanden var lang. Hun tenkte ofte at hun skulle hatt en jobb hvor hun kunne sykle, men det var altså ikke mulig.

På alle reiser utenom mosjon, opplevelser i nærmiljøet og besøk til naboer bruker hun fortsatt bil. Det gjelder blant annet til butikken og til trening. Når hun har ærender i Bodø eller skal på lengre reiser derfra med fly, tar hun som oftest hurtigbåten. Denne reisen innebærer også en biltur til og fra kaia, hvor hun lar bilen stå mens hun er borte. Hun tar hurtigbåten fremfor å kjøre, uansett vær, fordi hun synes det er langt å kjøre. Unntaket er hvis hun skal handle store ting i byen.

Samkjøring

I jobben hun hadde var det ikke mulig å samkjøre, men hun har samkjørt i andre sammenhenger. Når hun og naboer skal på samme møte, avtaler de gjerne å sitte på med hverandre. Siden hun alltid har hatt tilgang på egen bil, har det ikke vært fordi hun måtte, men fordi det er hyggelig og for å spare utgifter og miljø.

Det hender hun tar med bekjente i bilen. Når hun skal inn til sentrum av kommunen spør hun gjerne sin søster og sin mor om de vil være med. Hun synes det er hyggelig å ta dem med når

hun likevel skal ut og kjøre. Da forholder de seg til hennes planer. Ellers stopper hun gjerne for haikere, eller når hun ser bekjente langs veien som bærer tungt.

Hun savner et tilbud for å komme seg til hurtigbåten, for eksempel en buss. Når bilen står på kaia er det en bekymring knyttet til tyveri og at den kan være helt nedsnødd når hun kommer tilbake fra reise. Det er ikke alle hurtigbåtene som går til kaia som ligger nærmest hjemplassen. Noen ganger kunne hun tenkt seg og tatt en båt som gikk tidligere for å slippe og vente i Bodø, men har ikke kunnet fordi den går til en kai som ligger lengre unna. Hun kunne gjerne tatt en tidligere båt hvis hun hadde visst at hun fikk samkjøre med noen fra den andre kaia.

Når hun kjører på trening tenker hun ofte at hun skulle kjørt sammen med noen. Det føles dumt å kjøre langt med tom bil for å trene. Hun kunne tenkt seg og samkjørt med andre som skal på trening, eller folk i andre ærender.

Hun er litt betenkt med tidspunkter og tidsbruk når man samkjører. Dersom hun skal ta med noen, vil hun ha muligheten til å gjøre alle sine egne ærender. Dersom hun skal sitte på, vil hun ikke bli heftet av andres ærender. Da må dette i så fall være avklart på forhånd. Hun må kunne stole på at personen er presis og at hun rekker sine avtaler. Andre ganger tenker hun at hun er fleksibel på tidspunkt og ikke kan si presist når hun vil dra. Da kan hun gjerne flytte sin egen avreise dersom andre må rekke noe.

Det hun i dag syns er mest utfordrende med samkjøring er betaling. Dersom hun skal ta med noen utenom de nærmeste, ville hun gjerne fått litt betalt, men syns det føles frekt og ekkelt å spørre om penger. Det er også ubehagelig å sitte på med noen ofte uten å få betale for seg.

Mobilappen

Å bruke Same-Way ville ikke vært mulig på den telefonen hun har i dag. Det er en Windows-telefon og appen finnes ikke til det operativsystemet. Hun kan heller ikke ha vipps på denne telefonen, men har brukt vipps før. Hun har ikke facebook-profil.

Når hun samkjører til møter trenger hun ikke app. Hun vet om hvilke andre som skal og kan avtale uten. Når hun tar med moren og andre i bilen, skjer dette gjerne på hennes premisser og heller ikke her trenger hun app.

Hun sier at hun tror det hadde vært bra med en samkjøringsapp i forbindelse med felles arrangementer i kommunen. Dette gjelder for eksempel trening. Noen ganger er det litt for lett å droppe trening og bli hjemme, men dersom man hadde en avtale om samkjøring ble det lettere å komme seg av gårde. Det kunne også gjelde for eksempel kino, når mange kjører i samme retning men ikke vet om hverandre. Hun foreslår at man må reklamere for samkjøring med appen i forbindelse med kulturarrangementer. Fra knutepunkter som hurtigbåtkai kunne hun også gjerne tatt med eller sittet på med noen. Dette er altså de reisene hvor hun vet tidspunktet eksakt og folk gjerne er presise.

Hun sier at appen må være lett å bruke og at den må være på norsk. For å sjekke at andre er presis, er det bra at man får et varsel når sjåføren starter kjøreturen. En annen viktig funksjon er at appen foreslår en pris for samkjøringen og dermed fjerner noe av det ubehagelige rundt betaling. Hun synes det høres bra ut med en chattefunksjon i appen slik at man kan avklare om man vil bli heftet på veien av for eksempel et ærend på butikken.

Hun syns de største fordelene med mer samkjøring er sparing av utgifter og miljø. Hun nevner at man ikke kan løse slike problemer i Steigen ved hjelp av busser, gåing og sykling.

Kvinne i 60-årene (2)

I husstanden er de to voksne. De har barn som har flyttet hjemmefra. Hun er i fast jobb.

Reisevaner

De har to biler i husstanden og ser det som nødvendig for å komme seg fritt rundt. Det er sjelden de får til å kombinere sine ærender, og derfor er hun helt avhengig av sin egen bil. De kjører hver sin bil til jobb. Når barna kommer hjem på besøk, må de hentes på bussholdeplass eller hurtigbåtkai dersom de kommer med kollektivtransport.

Hun kjører bil i det daglige og ofte på lengre reiser også. Det er fordi hun anser hurtigbåt og buss som upraktiske og dyre alternativer. I tillegg er hun engstelig for været på havet. Når de er i byen, vil de gjerne ha bilen til å komme seg rundt til familie, venner og ærender.

Reisebehovet er dekket med bil, men hun syns det er en stor utgift. Hun ser ikke at kollektivtilbud kunne vært et alternativ fordi det også ville vært dyrt og ikke fleksibelt nok til behovet i utkanten.

Samkjøring

Arbeidsreisene er de reisene hun syns er mest aktuelle som samkjøring. Det har funket for henne før. Over lengre perioder har hun hatt avtaler med kolleger i nærheten om samkjøring til jobb. Da har de byttet på å stille med bil og på den måten delt på utgiftene. Deling av utgifter er den viktigste fordel for å samkjøre. I tillegg er det trivelig og hun tenker også på miljøet. Om morgenen ser hun mange som kjører alene på jobb til sentrum av kommunen, og synes det er ille med tanke på utslippene av miljøgasser.

Hun har også gjort avtaler om samkjøring rundt andre arrangementer og når barna skulle hentes. Hun beskriver stedet hun bor som et av kommunens ytterpunkter, og sier hun ofte ender opp med å stille med bil. Det er ofte andre som sitter på med henne fordi hun likevel skal ut og kjøre.

Mobilappen

Å bruke en slik app tror hun ikke ville være noe problem. Hun har androidsystem på telefonen, har Facebook-profil og hun bruker vipps.

Den største fordel med samkjøringsapp for denne kvinnen, er at det er en selvfølge at man deler på utgiftene. Hun har ofte vanskelig for å be om betaling til bekjente og det ville være en viktig faktor å slippe å føle på det. Da ville det heller ikke gjøre noe om hun oftest brukte sin bil fordi hun skulle lengst, fordi hun ville få noe igjen for det. Hun kan bruke vipps til å gjøre opp, men syns det hadde vært bedre om det skjedde i samme appen. Hvis det skjedde mest mulig automatisk, ville det blir minst mulig ubehag rundt det.

Hun er medlem av gruppen Steigen skyss&frakt og har fått hjelp av andre der. Hun har bare brukt det til frakting av gjenstander og ikke samkjøring. Det eneste hun er litt skeptisk til ved slike løsninger, er å avsløre at alle i huset er bortreist. Det har hun tenkt over når hun har postet ting på Facebook. Hun vil unngå at noen kan gjøre innbrudd fordi de vet at huset er tomt. Hun tror ikke dette blir et stort problem med appen, fordi hun er mest redd for fremmede som uansett ikke vet hvor mange som bor i huset.

Hun ser også for seg at barna kunne brukt mobilappen. Hun skysser og har skyssset mye på dem, og kunne gjerne tenkt seg at de kunne sitte på med andre hele eller deler av veien. I dag gjelder dette fra bussholdeplass, kai og fra byen. Da barna var små, måtte hun ofte kjøre i forbindelse med fritidsaktiviteter. Hun tror hun ville latt barna hennes bruke en slik app i ungdomstiden, men de måtte ha rådført seg med henne om hvilke personer de kunne sitte på med.

Andre reiser som hun kunne samkjørt til, er faste ting som møter og kulturtilbud. Da er klokkeslettet bestemt. Ellers liker hun å være fri når det gjelder tidspunkt. Med en app kunne hun kanskje funnet på å ta noen reiser hun ellers ikke ville tatt. Dersom hun så at noen i nærheten skulle på kino, var det et fint påskudd til å dra. Da ville det være en fordel om det sto en kommentar i reisen som lå ute at det var en kinotur.

Hun mener at det er en fordel for appen at man bor i utkant. Som voksen kjenner man til de fleste og hun kunne gått god for hvem hun ville la barna sitte på med. Folk er hjelpsomme. Ikke minst har hun sett en kultur for å kjøpe mer brukt og legge ut ting på nettet de siste årene.

Kvinne i 20-årene

De er to voksne og et barn i husstanden. Hun har fast jobb.

Reisevaner

De har to biler. Begge de voksne er avhengige av bil for å komme seg på jobb. Utenom jobbreisene kjører de på tvers av kommunen for å besøke familie og venner, på fritidsaktiviteter og for å handle, og dette kan de ikke få til uten bil. De kan klare seg med en bil, men det krever mye planlegging og da har de ikke så stor frihet. De har gjort det i kortere perioder, for eksempel når en bil har vært på verksted. Da er det godt å kunne samkjøre (se neste del) og å ha gode hjelpere rundt seg. Hun har en nabo/venn som hun har bedt om skyss i slike situasjoner, og denne personen har også fått tilsvarende hjelp fra henne ved behov.

I forbindelse med lengre reiser har hun ofte brukt hurtigbåten. Hun forteller om et bra busstilbud til hurtigbåten i den delen av kommunen hvor hun bor. Hun kan bruke skoleskyssen for å komme seg til kaia om morgenen. På returreisen blir hun hentet på kaia eller finner noen kjente på båten og ber om haik hjem. Hun har også brukt et tilbud som hun kaller «båtbussen».

«Båtbussen» korresponderer med en båt tidlig på ettermiddagen som kun betjener den sørligste kaia i kommunen. Ifølge henne er det mange som ikke vet om dette tilbudet, men det er altså en buss som går fra sør i kommunen og mot de nordligere delene. Hun synes dette er et godt alternativ fordi man kan reise tidligere fra Bodø, og bussen er ikke så dyr i forhold til båten. Da hun bodde på hybel og besøkte Steigen i helgene gikk denne bussen kun et lite stykke inn i kommunen. Hun tok dette opp med kommunen og gjennom fylkeskommunen fikk de gjennomslag for at bussen skulle kjøre enda lengre inn i kommunen. Dermed ble «båtbussen» et enda bedre alternativ for henne. Hun forteller at det også finnes en annen «båtbuss» sør i kommunen som korresponderer med hurtigbåten på morgenen.

Når flere i husstanden skal ut og reise, hender det at de kjører bil. Fordi hurtigbåten er dyr, kan man spare penger på å kjøre. Det er også mer praktisk, for eksempel når man skal handle ting i byen.

Samkjøring

Både denne kvinnen og mannen samkjører til jobb med hver sin kollega. De har faste avtaler om å kjøre annenhver dag. Hun sier at en viktig faktor for å orke dette er at personen hun samkjører med er trivelig. De prater lett i lag, men kan også være stille eller høre på radio, og dermed blir ikke turen anstrengende. Dette er viktig fordi det er langt å kjøre og man ofte er sliten og trøtt på morgenen. Det er ikke sikkert hun hadde samkjørt hver dag med hvem som helst. Hun synes det er naturlig å samkjøre med denne personen når de uansett skal til samme arbeidsplass. Da er det ingen vits å kjøre alene i hver sin bil. Det sosiale er altså en viktig faktor for å samkjøre, og i tillegg nevner hun miljø og det å spare drivstoff. Den hun har samkjørt med bor litt lengre unna jobb enn henne, og kjører derfor og parkerer sin bil hjemme hos henne de dagene hun skal kjøre. Noen ganger har de tatt med en annen kollega i bilen fordi personen ikke har førerkort. De tar ikke noe betalt for dette og kjører noen ekstra kilometer i feil retning for at kollegaen skal komme seg hjem.

Hun har også samkjørt til fritidsaktiviteter. Da gjør hun avtaler med de andre som skal, og det er aldri snakk om betaling. Både hun og de hun samkjører med tar gjerne en liten omvei for å kunne kjøre sammen. I forbindelse med en fast ukentlig fritidsaktivitet der flere naboer deltar, har de hatt en facebook-chat for å avtale samkjøringen. Dette er en god måte å ha kontroll på hvem som kjører og når de skal bli plukket opp, og man kan lett få gitt beskjed dersom man ikke skal være med.

Mobilappen

Kvinnen bruker sosiale medier, vipps og er medlem av gruppen Steigen skyss&frakt. Hun er ikke skeptisk til å dele informasjon på slike kanaler, men hun tror det er en liten bakdel for noen at facebook er så åpent. Når man skriver noe der, kan alle se kommentarene. Alt blir veldig synlig, og hun tror dette kan skremme noen. En fordel med app ville være at kommunikasjonen skjedde mellom de som faktisk planlegger en reise.

Hun følger med på gruppen Steigen skyss&frakt og har inntrykk av at det fungerer til en viss grad. Ofte blir det ikke 100% klaff. For eksempel svarer personer at de kjører rett strekning en annen dag enn det som ble etterspurt. Hun har selv lagt ut et par ganger at hun skal kjøre et sted, med tilbud om at folk kan sitte på. Hun fikk en henvendelse en gang, men personen trakk seg. Hun synes generelt at folk er for dårlige til å informere om at de skal ut og kjøre. Hun har observert en person som til stadighet legger ut ønske om skyss fra hurtigbåtkaia. Det vill vært en fordel for denne kvinnen om personene som var på hurtigbåten var flinkere til å tilby skyss fra kaia via gruppen. Dersom grunnen til at disse ikke legger ut reisen på facebook er at de blir eksponert, kunne det tenkes at de heller ville bruke en app. Da ville det bli lettere for kvinnen å finne skyss fra kaia.

I de situasjonene hvor hun samkjører i dag klarer hun seg uten app. Det er lett å avtale samkjøringen når det er faste personer hun kjører sammen. Hun ser ikke at noen flere kunne sisset på med henne til jobb, fordi jobben ligger i en lite sentral del av kommunen. Når de er mange som samkjører fast er det veldig greit å ha en facebook-chat for å avtale. Dersom dette skulle foregått i en samkjøringsapp, skulle de hatt en gruppe inne i appen. Hun foreslår et slags system der man enkelt kan huke av om man skal på den faste fritidsaktiviteten. Hun ser for seg å kunne legge personer man ofte samkjører med inn som favoritter inne i appen, slik at man kunne følge med på deres reiser.

Denne kvinnen er interessert i å samkjøre i flere situasjoner. Hun nevner at hun kunne tatt med noen når hun skal kjøre lengre strekninger innad i kommunen for å besøke familie. Hun ville sett det litt an hvor god tid hun hadde, hvem som ville sitte på og om hun måtte kjøre en omvei. Dersom det er noen hun kjenner eller dersom hun får litt mer betalt for det, ville hun vurdere å kjøre litt omvei for å ta med noen i bilen. Dermed er det viktig for henne at det er enkelt å få informasjon om disse tingene i appen.

Hun tror det er en utfordring for appen at Steigen er en veldig spredt bebygd kommune. Det vil bli vanskelig å få nok folk til å bruke appen og hun tror det vil ta tid før folk vil starte med det. På den annen side er det en fordel for appen at man kjenner til mange folk og dermed stoler mer på hverandre. Man er ikke så skeptisk til å dele informasjon og man er innstilt på å hjelpe. I en by tror hun ikke hun ville stolt like mye på at personene dukket opp til avtalt tid.

Gutt i tenårene

Han bor for tiden alene med foreldrene og går på ungdomsskolen. Han har søsken som har flyttet hjemmefra i forbindelse med studier.

Reisevaner

De har to biler i husstanden. Foreldrene og et søsken har førerkort på bil. Et søsken har førerkort på lettmotorsykkel og egen lettmotorsykkel, og kan komme seg rundt uavhengig av foreldrene i de varmeste delene av året.

Til daglig tar han buss til skolen og hjem igjen. På øvrige reiser er han avhengig av skyss fra foreldrene. Det hender at han tar skolebussen til venner eller fritidsaktiviteter etter skolen, og da kommer foreldrene og henter etterpå. Han føler at reisebehovet er dekket og at han kommer seg dit han vil.

Han savner ikke noe tilbud, men tror han noen ganger ville bruk den hvis det gikk buss senere på ettermiddagene fra sentrum av kommunen. Han har nylig sluttet å gå på fotballtrening, blant annet fordi det ble mye reising. Da dro han hjem etter skolen og måtte kjøre av gårde igjen ikke lenge etterpå. Det var altså ikke fordi han ikke kom seg dit, men fordi det gikk med mye tid til reising.

Når han skal på lengre reiser bruker han bil og hurtigbåt. Det kommer an på hvor han skal og om flere i familien skal reise.

Samkjøring

Noen ganger sitter han på med venners foreldre i forbindelse med arrangementer og fritidsaktiviteter, men oftest må han skysses av egne foreldre det siste stykket uansett.

Mobilappen

Han har smarttelefon og bruker facebook, men har ikke vipps. Han har ikke hørt om facebook-gruppen Steigen Skyss&Frakt.

Han forteller at han ikke fokuserer på miljøvennlig reising, og at det er lite snakk om det blant personer på hans alder. Derimot tror han det økonomiske med samkjøring kan være en fordel. På reiser ut av kommunen er for eksempel hurtigbåten et dyrt alternativ, og da tror han samkjøring kan være aktuelt for noen. Når det gjelder hans egne reiser kunne han vurdert å bruke samkjøringsappen på ettermiddagene i stedet for å bli hentet, i allefall et stykke hjemover.

For å velge samkjøring har det mye å si hvem han skal samkjøre med. Hvis han skulle brukt samkjøringsappen, ville han helst hatt kjennskap til personen han skulle samkjøre med. Det er mye større sjanse for at han ville brukt en slik tjeneste i Steigen enn andre steder, fordi han kjenner til mange folk i kommunen. Han oppfatter det som generelt tryggere å gjøre slike ting i Steigen enn i en by.

Mann i 40-årene

Han bor sammen med en kvinne og deres barn. Barna er i barnehage- til videregåendealder, og et av dem bor for tiden utenfor kommunen i forbindelse med skolegang. Han er i fast jobb.

Reisevaner

I husstanden har de to biler som er i bruk jevnlig. De to voksne har sertifikat. De er avhengige av å ha to biler fordi de kjører hver sin bil til jobb og for å få det til å gå opp ellers i hverdagen.

Han pleier å kombinere jobbreisene med å levere barn i barnehagen. Barna som er i skolealder tar skolebuss. I forbindelse med blant annet fritidsaktiviteter må barna skysses. Han føler at barna får kommet seg dit de vil, og noe som gjør det mer overkommelig er at de samarbeider med andre foreldre (se mer om dette under samkjøring).

I ferier reiser familien som regel med bil. De er mange og det blir kostbart å gjøre noe annet. Stedet de bor på gjør at de uansett må bruke bilen et stykke og dermed blir det også tungvint å bytte til andre transportformer. De bruker buss eller båt når et eller få familiemedlemmer skal

ut og reise. Da må de ha skyss til kai og holdeplasser. Dette gjelder særlig det eldste barnet som bor utenfor kommunen og reiser hjem i helgene.

Samkjøring

Sett bort fra barn som skal i barnehagen, kjører han som regel alene til jobb. Han trenger ofte bilen i løpet av arbeidsdagen og noen ganger avslutter arbeidsdagen andre steder enn den startet. Dette gjør at han ikke kan ha faste samkjøringsavtaler, men de dagene det er mulig kjører han gjerne sammen med en kollega.

I forbindelse med fritidsaktiviteter har de laget et godt system for skyss av barna. De og andre foreldre ruller på hvem som bringer/henter. De tar med mange barn samtidig og fyller noen ganger bilen helt, og dermed blir antall turer han må kjøre vesentlig redusert. Han oppfatter mer busstilbud innad i kommunen som lite hensiktsmessig, og har innfunnet seg med at det er for lite folk til å opprettholde noe slikt. Han synes folk klarer seg med bil og er flinke til å hjelpe hverandre og lage gode avtaler.

Han sier det finnes situasjoner han kunne samkjørt mer, men at de allerede prøver å få det til i mange situasjoner. Dette gjelder både på morgenen og ettermiddagen, i forbindelse med kulturarrangementer og fritidsaktiviteter, og fra kollektivknutepunkter. Når noen i familien tar hurtigbåten ser de etter noen som skal samme vei og spør om å få sitte på.

For han er den viktigste motivasjonen bak samkjøring å hjelpe hverandre. Han sparer tid i bil når han må skyss mindre, og han skysser gjerne andre når han selv er ute og kjører. I tillegg synes han det er bra å spare utgifter og skåne miljøet.





Mobilappen

Han har smarttelefon, facebook-profil og vipps. Han har hørt om gruppen Steigen skyss&frakt, men er ikke medlem. Han sier han ikke har hatt behov for å legge ut noe der enda, så han kjenner ikke så mye til aktiviteten der inne. En samkjøringsapp høres fornuftig ut og han er ikke skeptisk til å ta i bruk noe slikt.

De gangene han har plass i bilen, kunne han gjerne lagt dette ut i en slik app. Han kunne også siddet på med andre. Han forteller at det mangler busstilbud ut av kommunen på lørdager, og at han kunne tenkt seg at folk brukte appen da.

Han kunne latt barna bruke en slik app alene, men kun med personer han hadde kjennskap til. Han ville ikke latt dem bruke den utenfor Steigen, og dersom de skulle sitte på med noen ville han selv godkjent personen først. Han er også skeptisk til å la de yngste barna bruke det. Det vil i praksis si at det kun ville vært aktuelt for barna som fortsatt bor i Steigen og er i ungdomsskolealder. Disse barna reiser også lengst i det daglige i forbindelse med skolegang og fritidsaktiviteter.

Vedlegg C. Facebook-innleggene

Her ligger alle innleggene fra Facebook-siden «S for Steigen», sortert etter publiseringsdato. Det lille ikonet angir om innlegget er av typen informasjon , brukerveiledning , reklameallianse  eller konkurranse . Til hvert av innleggene er det gitt en liten beskrivelse av formålet med innlegget.

1. mars - Hei og velkommen

-  Formål: Vise hva prosjektet handler om og øke kjennskap til samkjøringsapper



S for Steigen 1. mars ·   Lik side 

Hei og velkommen til prosjektet «S for Steigen». Takk for at du vil være med og bidra til min masteroppgave! Jeg ønsker kontakt med deg som reiser i Steigen, enten du bor der fast eller er på besøk noen ganger. Uansett om tanken på mer samkjøring høres spennende eller unyttig ut, vil jeg gjerne at du følger med videre. Jeg vil høre mer om dine meninger og erfaringer.

Dette prosjektet går ut på å teste en telefonapp for samkjøring som heter Same-Way. Den er tilgjengelig i AppStore og Google Play. Tanken med å bruke en app til å avtale skyss, er at det skal være lett å finne hverandre og ikke minst trygt. Med noen få tastetrykk legger man ut en reise, enten som sjåfør eller passasjer. Deretter er det bare å vente, så får man et varsel hvis noen skal samme retning. I motsetning til haiking på tradisjonelt vis, vet man hvem som stopper fordi man gjør en personlig avtale i appen. Same-Way har også muligheter for frakt av gjenstander.

Jeg valgte å skrive masteroppgave om samkjøringsapper i Steigen fordi jeg har troen på det som en fremtidig løsning. På studiet innen transportfag hørte jeg kun om løsninger for by. Jeg begynte å tenke på hva som kunne fungere på steder uten busstrafikk, sykkelveier og gågater. Folk i bygda er gode på å hjelpe hverandre. Kanskje kan man hjelpe hverandre oftere med å komme seg fra hurtigbåtkaia? Kanskje kan noen som jobber i Leinesfjord ta med seg en annens sønn fra ettermiddagens fritidsaktiviteter slik at foreldrene slipper å hente? Samkjøring har mange muligheter!

Målet med samkjøring er ikke å ta kunder fra taxi-virksomheten. Samkjøring vil være et alternativ til å kjøre egen bil, bli kjørt av andre eller å rett å slett å måtte holde seg hjemme. Man har lov til å dele på transportutgifter som bensin, bompenger og slitasje, men man har ikke lov til å tjene penger utover dette. Samkjøring kan tenkes å stimulere til mer reising generelt, og dermed virke positivt for både taxi-næringen og det dårlige kollektivtilbudet.

Dette må testes og utvikles videre! Derfor trenger jeg deres hjelp og gode engasjement for kommunen. Jo flere som laster ned appen og legger ut reiser, jo større er sjansene for at vi finner hverandre og kan samkjøre. Det verste som skjer er at det ikke skjer noe, men det er også en erfaring jeg ønsker å ta med meg!

Hilsen fra Torhild Andrea Schrøder Elvik

 1 384 personer nådd  Frem innlegg

2. mars - Bilde av avisartikkel

- 1 Formål: Gi et ansikt til prosjektet og vise at man satser på å nå mange

S for Steigen
2. mars · 🇳🇴

Her har det skjedd ting over natten! Så gøy og så bra med god respons 😊
Takk til Lokalavisa Nord-Salten som også har skrevet om prosjektet!

2
Fredag 2. mars 2018
Kommune
NORDSALTEN

Bli med på å teste ut app!

Midlertidig stengt

Kan samkjøring i utkanten bli bedre med en app enn ved bruk av Facebook?

GJERT ARE VALBERG

DETTE spørsmålet vil gjerne Torhild Elvik fra Steigen få svar på. Torhild er studert på NTNU i Trondheim, hvor hun studerer bygg- og miljøteknikk med spesialisering innen Veg- og transportfag. I sin masteroppgave har hun valgt å fokusere på samkjøringssapper. Fordi hun vil bidra med å utvikle ny teknologi og nye transportløsninger for utkanten som Steigen. Hun har tro på at slike apper kan være en flott måte å løse noe som fungerer i distriktene. Resultatet kan bli nye alternativer og miljøvennlige løsninger. Her vil folk kunne benytte seg med å dele transportbeholdning.

En slik samkjøringssapp gjør det mulig å samkjøre med både kjøretøy og vognene. Slik apper fungerer vil dette være løsninger som mange går i dag i bruk på Facebook. I og med at reiserne legger

for de som som appen overtar trykningen på en bedrift eller en som er lokalt på tross av at vi med fagene langs vektene. Når man samkjører har man lov til å dele på transportutgifter (bensin, viten, kostnader, kostnader), men som gir det som ikke er til å tåle. De blir det utvilsomt utvilsomt. Målet er ikke å ta kunden fra drøyt utvilsomt, men at folk skal vite på med hverandre i stedet for å kjøre egen bil.

Appen bidrar til denne koordineringen. Med samkjøringssappen i samarbeid med i Steigen er neppe dette en problemstilling.

Torhild Elvik ønsker gjerne at flere kunne tenke seg å delta i hennes prosjekt som skal gi grunnlaget for hennes masteroppgave. Hun oppfordrer folk stadig til å laste ned en app som heter **Sams-Way** for å prøve ut samkjøring gjennom denne. Forsøket vil pågå til ut april. Etter hvert vil hun sende ut en spørreundersøkelse der de som har brukt appen kan formidle hva som fungerer og hva som ikke fungerer. Hun ønsker gjerne kontakt ved spørsmål om forsøket på sin Facebook-side (@S for Steigen) eller på mail (fxvalbr@gmail.com).

Hva er en app?
Ikke alle er helt stø på hva en app er. En mobil-app (applikasjon) er et lite, brukervennlig dataprogram til visse formål på små, mobile enheter som telefoner eller nettbrett (for eksempel en app med instruksjoner for tog og buss).
Sams-Way: Last ned appen og prøv! Fortell oss om bruk!

Abonner på LOKAL AVISA!
ABONNEMENT:
Telefon 75 60 24 60

2 068 personer nådd

Frem innlegg

Liker Kommenter Del

2.mars - Om ny versjon av appen

- i Formål: Beklage dårlig inntrykk av den norske versjonen av appen



2. mars – Deling av meg på Facebook-siden «Steigen Skyss&Frakt»

Deling for å spre prosjektet til nye brukere



5. mars - Kaffeavtale på bensinstasjoner

👉 Formål: Vise at man setter i gang flere positive ting i kommunen. Stimulere til samkjøring. Øke lojalitet og positivt omdømme. (Det ble ingen som benyttet avtalen)

S for Steigen
5. mars · 🌐

God mandag! På bensinstasjonene i Leinesfjord og Bogøy får dere som samkjører halv pris på kaffe. Mobilskjermen som beviser at dere bruker Same-Way-appen må fremvises. Tilbudet gjelder ut april. Kanskje kan bensinstasjonene være et fint sted å møtes når man skal starte en samkjøringsreise?

Kafferabatt!
50% avslag for samkjørere

Trondheim, Norway
No of Seats : 2 (Driver)
05-03-2018 10:00 AM

End trip

Matched Joined (1) Pending

Torhild Elvik (Female)
NTNU, Høgskoleringen, Trondheim, Nor.,
Trondheim, Norway
05-03-2018 10:00 AM

247 personer nådd

Frem innlegg

7. mars - Kom-i-gang

📄 Formål: Spre link til nedlastning av appen. Få folk til å laste ned. Demonstrere forskjell på enkeltreiser, regelmessige turer, og gods

S for Steigen
7. mars · 🌐

Lik side

Kom i gang!

Last ned appen i App Store: <https://itunes.apple.com/.../same-way-carpoolin.../id1170205997...>
eller Google Play: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.sameway>

Noen tips (se bilde):

- Legg ut regelmessige turer på dine faste ruter, for eksempel reiser til jobb
- Legg ut enkelturer, for eksempel fra hurtibåtkaia og andre sentrale steder du er innom
- Vær kreativ. Bruk for eksempel appen for å slippe en handletur

Regelmessig tur	Enkelttur	Kreativ dagligvarehandel
Her har jeg markert alle ukedager og valgt reise til Leinesfjord kl. 07.00 og retur til Nordfold 15.30. På denne måten har jeg raskt og enkelt lagret alle mine jobbreisen for en uke fremover, og det er bare å vente på varsel fra passasjerer som ønsker å reise med meg.	Her ønsker jeg skyss på en enkelttur fra Bogøy. Jeg har ikke bil på kaia og velger derfor at jeg er passasjer. Nå håper jeg at personer som kjører fra kaia har lagt ut sine reiser og at jeg finner en aktuell sjåfør som skal i samme retning.	Her har jeg lagt ut en postforsendelse fra Joker til Bo. I en kommentar har jeg skrevet at jeg ønsker at noen kjøper med en pakke melk. Appen foreslår at jeg betaler 31 kr for frakt, men det kan jeg også diskutere med en aktuell sjåfør i chat.

926 personer nådd

Frem innlegg

7. mars – Problemer og spørsmål

📄 Formål: Bistå ved tekniske problemer. Oppfordre til toveis kommunikasjon



S for Steigen
7. mars · 🌐

Lik side ...

Problemer og spørsmål

Kommenter gjerne i dette innlegget, så kan jeg eller andre brukere hjelpe. Deretter kan de med samme problemer finne hjelp her.

Spørsmål kan også sendes på melding.

👤 194 personer nådd

Frem innlegg

7. mars - Notat

- **Formål:** Øke kunnskap om samkjøring, appen, og prosjektet for å fjerne evt. misforståelser



S for Steigen
7. mars · 🌐

Lik side ...

Litt info

Om appen

- **Hvorfor Same-Way?**

Same-Way er den appen jeg har funnet som passer best til forholdene i utkant. Funksjonen om å frakte gjenstander finnes ikke i andre samkjøringsapper.

- **Under utvikling**

Samkjøringsapper er relativt nytt i Norge og få bruker dem, og derfor er de lite testet. Jeg samarbeider med de som utvikler Same-Way slik at de får tips om forbedringer og jeg får en best mulig app til forsøket i Steigen. Noen språkfeil og funksjoner vil bli forbedret om kort tid, så ikke bli skremt om dere plages i starten. Jeg tar gjerne imot tips om problemene dere møter på, og hjelper d...

[Se mer](#)

👤 244 personer nådd

🔒 Fremming ikke tilgjengelig

Om appen

- **Hvorfor Same-Way?** Same-Way er den appen jeg har funnet som passer best til forholdene i utkant. Funksjonen om å frakte gjenstander finnes ikke i andre samkjøringsapper.
- **Under utvikling** Samkjøringsapper er relativt nytt i Norge og få bruker dem, og derfor er de lite testet. Jeg samarbeider med de som utvikler Same-Way slik at de får tips om forbedringer og jeg får en best mulig app til forsøket i Steigen. Noen språkfeil og funksjoner vil bli forbedret om kort tid, så ikke bli skremt om dere plages i starten. Jeg tar gjerne imot tips om problemene dere møter på, og hjelper dere med spørsmål om appen.

Om S for Steigen

- **Mål** Målet mitt å bidra til utvikling av en ny transportløsning som gjør livet enklere for folk i utkantstrøk. Jeg vil finne ut hva som skal til for at en slik app kan brukes mer.
- **Data fra appen og spørreundersøkelse** Jeg får informasjon fra utviklerne om antall nedlastninger av appen i Steigen og reiser som blir gjennomført. På den måten ser jeg blant annet hvor stor interessen for en slik løsning er. Om et par måneder kommer jeg til å dele en spørreundersøkelse med dere, og jeg ønsker å høre både fra dere som har testet og dere som ikke har testet appen. Det vil være anonymt og formålet er å kartlegge deres erfaringer og meninger.

Om samkjøring

- **Betaling for samkjøring** Man har ikke lov til å tjene penger på samkjøring, men man har lov til å dele på transportutgiftene når man skal i samme retning. Same-Way vil regne 1,75 kr/km. Dere får et forslag om pris basert på reiselengde og kan gjøre opp med for eksempel vipps.
- **Lovendring om samkjøring** Det er nylig gjort en lovendring i yrkestransportloven §20. Der stod det tidligere at privatpersoner ikke trengte løyve for å kjøre sammen med kolleger eller naboer til jobb. Nå skal det stå at det ikke trengs løyve for å ta med seg folk med sammenfallende transportbehov. I innstillingen fra transport- og kommunikasjonskomiteen er endringen begrunnet med at økt samkjøring kan ha gevinster for samfunnet i form av mindre kø og utslipp.
- **Samkjøring i NTP** I den nyeste Nasjonal Transportplan nevnes samkjøring flere ganger. Det står blant annet: «Det er mulig å tenke seg mer fleksible og etterspørselsbaserte kollektivtilbud som samordnes med samkjøringsløsninger og andre reisealternativer.»

Lykke til med samkjøringen! Hilsen Torhild

8. mars – «Lev i Steigen» deler

Deling for å spre prosjektet til nye brukere



9. mars - Reklame for konsert på Nybrygga

👉 Formål: Spre prosjektet til nye brukere. Oppfordre til å samkjøre i forbindelse med kulturarrangement.



9. mars – Nybrygga deler

Deling for å spre prosjektet til nye brukere



12. mars – Konkurransen om kinobillett til bygdekino

🏆 Formål: Få folk til å legge ut reiser i forbindelse med kulturarrangement. Lære folk å bruke appen.



16. mars – App-tips

 Formål: Ufarliggjøre det å legge ut en reise



S for Steigen
16. mars · 🌐

Lik side ...

App-tips

Det er bedre å legge ut en reise for mye enn en for lite. Dersom man ombestemmer seg er det bare å avvise forespørsler og slette reisen. Ved å øke aktiviteten i appen, øker sjansen for at andre vil bruke den og at man finner reiser når man faktisk trenger det.

For å få treff hos andre reisende trenger ikke tidspunkt og sted å stemme eksakt. Appen gir treff når det er et visst samsvar. Hvis appen ikke gir treff, kan man også bruke knappen «I nærheten» for å se etter andre reisende i området man har lagt ut reisen.

Du kan veksle mellom å legge ut reiser som sjåfør eller passasjer, avhengig av hva som passer deg best i hver anledning.

Når man legger ut regelmessige turer får man lagt ut flere reiser om gangen (f. eks daglig reise til jobb). Man kan legge ut enkeltreiser så ofte som mulig, men i anledninger der mange reiser på samme tidspunkt er det større sjanse for å finne noen (f. eks på morgen og etter jobb, fra hurtigbåtkai og fra kulturarrangementer).


For å etterspørre frakt av gjenstander trykker man på postforsendelse. Ved å akseptere gods på reisen kan man ta med gjenstander for andre brukere. Appen foreslår en passende pris for frakt av gjenstander.

Lykke til og god helg!

👤 219 personer nådd

Frem innlegg

16. mars – Status

 Formål: Holde de tidligste brukerne aktive.



S for Steigen
16. mars · 🌐

Lik side ...

Rundt 60 personer i Steigen har lastet ned Same-Way. Det er kjempebra! I tillegg er det kult at 270 personer følger S for Steigen!

Å innføre en samkjøringsapp er utfordrende på mange måter, men først og fremst fordi de første som tar den i bruk ikke har så stor nytte av den. Slik var det også da telefonen skulle innføres, - det var jo lite vits å ha telefon hvis man ikke hadde noen å ringe til. Det er derfor avgjørende at mange tester appen samtidig og det er derfor jeg gjør disse tiltakene.

Jeg håper på flere nedlastinger av appen i måneden som kommer, og jeg håper dere fortsetter å følge med. Det blir snart flere muligheter til å vinne gavekort og billetter i konkurranser (for dere som har lastet ned appen) 😊

👤 479 personer nådd

Frem innlegg

20. mars – Konkurransen i forbindelse med påske

🍷 Formål: Oppfordre til å samkjøre i påska (lengre reiser). Få flere til å lære seg appen.

 **S for Steigen**
20. mars · 🌐

Lik side

Konkurransen om gavekort!

Nå nærmer påska seg og mange skal reise inn og ut av Steigen. Vi har bare en veiforbindelse til Steigen; gjennom Steigentunellen. Dersom man kjører gjennom den med ledig plass, kan man tilby skyss og kanskje være til hjelp for andre som ikke kommer frem. I påska kan det også være nyttig å legge ut reiser som sjåfør eller passasjer innad i kommunen.

Ta i bruk Same-Way og bli med i trekningen av et gavekort på gratis søndagsbuffet for en person på Nybrygga i Helnessund.

Det eneste du må gjøre er å legge ut en reise fra Bodø til Leinesfjord i appen (du velger selv dato, tidspunkt, antall seter og om du er sjåfør eller passasjer). Ta et skjermbilde og legg det ut i kommentar til dette innlegget. Du kan slette reisen i appen etterpå, hvis det ikke er en reise du faktisk planlegger å gjennomføre. Frist torsdag kl. 20.

Takk til Nybrygga som har sponset premien! Ta turen innom klippfiskaften og pub på Nybrygga i påska.

Konkurransen: Påsketur til Steigen



Legg ut en reise fra Bodø til Leinesfjord i Same-Way-appen (andre detaljer er valgfrie). Ta et skjermbilde og send det i kommentar til dette innlegget.

Frist torsdag 22. mars kl. 20.00.

Premien er gratis søndagsbuffet for en person på Nybrygga i Helnessund.



ÅPNINGSTIDER
TIRSDAG 6. & 20. MARS : 19 - 21.30
LØRDAGSKAFE: 12 - 15
PUB/ARRANGEMENT: **10., 24. & 28. MARS**
SØNDAGSMIDDAG: 14 - 19

DETTE SKJER I NYBRYGGA I MARS:

👤 1 414 personer nådd

Frem innlegg

22. mars – Cermaq støtter S for Steigen

👉 Formål: Utnytte Cermaq sitt omdømme til å nå nye brukere.

S for Steigen
22. mars · 🌐

Lik side

Cermaq støtter S for Steigen! Snart kommer konkurranser med premier fra dem på 3000 kr og 500 kr på Sport Norge.

Cermaq har også hjulpet gjennom å spre informasjon om prosjektet til sine ansatte. De er en stor og viktig aktør i kommunen med mange ansatte som kjører (og samkjører!) til jobb hver dag.

For Cermaq er bærekraft viktig, og samkjøring kan tenkes å gi mindre behov for å bruke egen bil og gjøre livet i utkant enklere.

247 personer nådd

Frem innlegg

24. mars – Videoeksempel om å legge ut reise

👉 Formål: Et markedsføringstiltak som ikke krever lesing, men er mer visuelt. Demonstrere hvordan man legger ut reise fra nåværende posisjon til Bodø

Video Innlegg Delinger BETA Se målinger for alle videoer

S for Steigen: Hvordan legge ut en reise i Same-Way-appen
Et eksempel

0:58 · Lastet opp 24.03.2018 · Vis permalenke

Innleggsresultater	
Antall minutter sett	117
Videovisninger	304
Visninger på 10 s	149
Gjennomsnittlig visningstid for video	0:08
Publikumsbevaring	
Publikum og engasjement	

24. mars – Konkurransen om hovedpremie fra Cermaq

🏆 Formål: Øke bruken av appen, få nye brukere, spre «S for Steigen» på Facebook



S for Steigen
24. mars · 🌐

Lik side

Erfar hvordan det er å forespørre skyss.

To personer må legge ut reise i Same-Way-appen og sende forespørsel. De kan være bekjente og kan slette reisen etterpå uten å fullføre reisen. Man bør legge inn noenlunde samme tidspunkt og sted slik at man får match, og den ene må legge ut som sjåfør og den andre passasjer. Målet er nådd når man har trykket på knappen for å sende forespørsel.

Ta et bilde av skjermen (skjerm bilde eller med den andre personen sin telefon). Legg ut bildet i kommentarfeltet her og skriv begge navn. Det holder at en av partene legger ut bilde, så er begge med i trekningen. Hver person kan bare delta en gang. Åpent for alle, også reisende utenfor Steigen.

Premien er et gavekort på 3000 kr hos Sport Norge (finnes blant annet i Glasshuset i Bodø), sponset av Cermaq.

Hovedkonkurranse

Send forespørsel om skyss i Same-Way-appen



Forespørsel

Test Same-Way-appen og vinn et gavekort på **3000 kr på Sport Norge!**

Det er enkelt. To personer legger ut en reise i appen, får match og sender forespørsel. Kan være en fiktiv reise. Kan være to bekjente.

Mer info og regler i inlegget

Frist 15. april kl. 20.00

👤 1 737 personer nådd

Frem innlegg

4. april - Bilde fra nettsiden til Same-Way

Formål: Forklare bruken av appen med visuell informasjon. Øke buken av appen

S for Steigen
4. april kl. 18:00 · 🌐

Lik side

Slik bruker man Same-Way. Dette bildet er hentet fra nettsiden deres..

Har fått tilbakemelding fra enkelte om funksjonen sjåfør/passasjer. På noen reiser er man fleksible, og kan både kjøre selv og sitte på. I dag må man velge enten eller når man legger ut en reise, men det kan bli forandret etter hvert. Foreløpig må man i disse tilfellene legge ut reisen to ganger, både som sjåfør og passasjer slik at man har mulighet til å få match på begge deler.

Forresten - antall nedlastninger av appen i Steigen har passert 90 😊

Registrere reise
Det er enkelt og raskt å registrere reiser. Du kan legge inn en reise flere ganger, eller en reise som er ferdig som sjåfør eller som passasjer. Du kan også registrere en reise som er ferdig som sjåfør eller som passasjer.

Appen viser søkeresultater og match
Same-Way gir deg søkeresultater med en gang. Når du registrerer en reise vil du få en e-post så fort en reise er funnet. Du kan også bruke appen til å registrere reiser som er ferdig som sjåfør eller som passasjer.

Send forespørsel om samkjøring
Når du er match - enten i både sjåfør og passasjer eller i begge reiser. For å sende forespørsel om samkjøring eller å sitte på eller å kjøre selv.

Kjør trygt sammen
Samkjøring er enkelt og trygt. Same-Way gir deg informasjon om personer du skal kjøre sammen med. Når du registrerer en reise vil du få informasjon og passasjer informasjon om hvordan samkjøring - som passasjer får du informasjon om hvordan samkjøring er enkelt og trygt. Same-Way gir deg informasjon om personer du skal kjøre sammen med. Når du registrerer en reise vil du få informasjon og passasjer informasjon om hvordan samkjøring er enkelt og trygt. Same-Way gir deg informasjon om personer du skal kjøre sammen med.

225 personer nådd

Frem innlegg

20. april – Avslutning av prosjektet

Formål: Runde av og informere om at jeg ikke vil iverksette flere tiltak.

S for Steigen
20. april kl. 18:00 · 🌐

Lik side

Hei godt folk!

Nå avslutter jeg mine tiltak for å spre samkjøringsappen for denne gang! Jeg skal ikke legge meg borti om dere bruker appen, men det er bare å prøve seg så får man kanskje treff en gang.

Appen skal utvikles videre og bli bedre. Blant annet skal det snart være mulig å legge inn en enkeltreise uten å bestemme tidspunkt. Dermed ligger reisen ute helt til man finner noen å samkjøre med eller sletter den. Husk også at man bør legge ut reisen to ganger dersom man både kan sitte på eller kjøre selv (både som passasjer og sjåfør). Krøll i adressene med æ, ø og å skal også fikses.

Til slutt håper jeg dere vil svare på spørreundersøkelsen som jeg også skal dele her på siden!

253 personer nådd

Frem innlegg

20. april – Spørreundersøkelse

- i Formål: Distribuere og oppfordre til å svare på spørreundersøkelsen



S for Steigen
20. april kl. 18:01 · 🌐

Lik side

Vær så snill å sette av 10 min til å svare på denne spørreundersøkelsen 😊
Funger både på mobil, data og nettbrett. Gjerne lik og del slik at mange svarer på undersøkelsen.
Ønsker svar fra alle, både dere som reiser i Steigen og ikke.
Trekning av gavekort på 500 kr hos Sport Norge som Cermaq har sponset
<https://ntnutransport.typeform.com/to/f7KVJi>

Samkjøring i Steigen
NTNUTRANSPORT.TYPEFORM.COM

512 personer nådd

Frem innlegg

Publisert 2. Mars

Formål: Introdusere prosjektet. Spre prosjektet. Oppfordre til besøk på Facebook-side og nedlastning av app.

Bli med på å teste ut app!

Kan samkjøring i utkanten bli bedre med en app enn ved bruk av Facebook?

GLJERT ARE VALBERG

DETTE spørsmålet vil gjerne Torhild Elvik fra Steigen få svar på. Torhild er student på NTNU i Trondheim, hvor hun studerer Byggs- og miljøteknikk med spesialisering innen Veg- og transportfag. I sin masteroppgave har hun valgt å fokusere på samkjøringsapper, fordi hun vil bidra med å utvikle nye teknologier og nye transportløsninger for utkantsstrøk som Steigen. Hun har tro på at slike apper kan være en framtidig løsning som kan fungere i distriktene. Resultatet tror hun vil være økt mobilitet og miljøvennlig reising. Her vil folk hjelpe hverandre med å dekke transportbehovet.

En slik samkjøringsapp gjør det mulig å samkjøre med både kjente og ukjente. Slik appen fungerer vil dette være enklere enn som mange gjør i dag å bruke Facebook. I og med at reiseene logges

hos de som eier appen ivaretas tryggheten på en bedre måte enn om en harker på tradisjonell vis med fingeren langs veikanten. Når man samkjører har man lov til å dele på transportutgiftene (bensin, siltasje, bompenger), men som sjåfør har man ikke lov til å ha penger. Da blir det ulovlig drosevirksomhet. Målet er ikke å ta kunder fra drosevirksomheten, men at folk skal sette på med hverandre i stedet for å kjøre egen bil. Appen bidrar til denne koordineringen. Med drosevirksomheten i særkommunen i Steigen er næppe dette en problemstilling.

Torhild Elvik ønsker gjerne at flere kunne tenke seg å delta i hennes forskningsprosjekt. Hun har allerede fått god respons fra Steigen og oppfordrer flest mulig til å laste ned en app som heter Same-Way for å prøve ut samkjøring gjennom denne. Forsøket vil pågå til ut i april. Etter hvert vil hun sende ut en spørreundersøkelse der de som har brukt appen kan fremidle hva som fungerer og hva som ikke fungerer. Hun mottar gjerne kontakt ved spørsmål om forsker på sin Facebook-side («S for Steigen») eller på mail (taehrik@gmail.com).



Torhild Elvik fra Bå på Engelva ønsker hjelp med testing av appen for samkjøring «Same-Way». Resultatene skal hun bruke i sin masteroppgave ved NTNU

Hva er en app?

Ikke alle er helt stø på hva en app er. En mobil-app (applikasjon) er et lite, brukervennlig dataprogram til visse formål på små, trådløse mobiltelefoner eller nettbrett (for eksempel en app med rutetider for tog og buss).



Same-Way Last ned appen og hjelp Torhild med sitt forsker.

Midlertidig Stengt

Monstret i NAV Hamarøy blir midlertidig stengt for tilfeldig besøkende fra 12. mars, opplyser NAV-leder i en pressemelding. NAV Hamarøy skal bygge om mottaksområdet slik at det tilfredsstiller nasjonale krav til integrert, service og sikkerhet for brukere og ansatte.

Kontoret vil derfor bli stengt for tilfeldig besøkende fra 12. mars til over påske.

Driften for øvrig, straffe møter og oppfølging av brukere, er planlagt å gå som normalt. Alle som har behov for tjenester hos NAV Hamarøy må bestille time på forhånd gjennom å kontakte NAV på telefon 5555 3333.

Har du behov for økonomisk kriseløp eller kriseløp vil NAV kontaktsenter eller kommunens servicekontor sette deg i kontakt med en sakbehandler på NAV Hamarøy.



Abonner på LOKAL-AVISIA!

ABONNEMENT:
Telefon 75 60 24 60

Vedlegg E. Kinoplakater på bygdekinoens nettsider

12. mars



Formål: Spre prosjekt til nye brukere



Kl 18:00, Petter Kanin (Norsk tale)
Vi støtter S for Steigen! se Facebook

Aldersgrense: 6 år

Få barnebokfigurer er så sjarmerende som de man finner i Beatrix Potters univers. Nå er historien om eventyrlystne Petter Kanin her i en helt ny versjon for både barn og voksne.

Omtale Trailer Utskrift



Kl 20:00, Norske byggeklosser
Kjør sammen; S for Steigen på Facebook

Aldersgrense: 12 år

Merete og Jens (Ine Jansen og Anders Baasmo Christiansen), et par i tredivårene, har endelig hellet med seg når de helt uventet arver et hus. Etter altfor mange år i sokkelleiligheten i boligen til Jens' temmelig eksentriske mor (Anne Marit Jacobsen), er de overmodne for noe helt eget. Nå har de sjansen til å få det de drømmer om: Et hus med hage før de får barn. De må nok pusse opp litt, men hvor vanskelig kan det være, liksom? Men, som mange par har oppdaget før dem: Det er mange potensielle feller når man skal skape sitt eget hjem - særlig når paret selv ikke har nevneverdige praktiske evner selv, og må stole blindt på "ekspertisen".

Omtale Trailer Utskrift

Vedlegg F. Epost til ansatte i Cermaq

Sendt ut 21. mars



Formål: Formål: Introdusere prosjektet. Spre prosjektet til personer som kjører til jobb. Oppfordre til besøk på Facebook-side og nedlastning av app.

Selve eposten:

Bli med å hjelp en utflyttet Steigværing som nå holder på med masteroppgave innen transportfag på NTNU. Temaet er samkjøring i Steigen kommune, og da ved bruk av en telefonapp.

" Grunnen til dette valget er at jeg vil bidra til å utvikle slike apper videre og undersøke om dette er en transportform som folk i utkantstrøk kan bruke mer. Dere har jo mange ansatte som kjører sammen til jobb, og kanskje mange som kunne gjort det oftere." På facebooksidene kan du lese mer, og bli med på konkurransen. Fine premier- gavekort på 3000 kr, og en konkurranse om å gjøre første samkjøringsreise der begge parter får et gavekort på 500 kr

For Cermaq er miljø og bærekraft viktig, og vi ønsker å bidra til prosjektet.

Vedlegg til eposten:

Til ansatte i Cermaq i Steigen

Jeg har bedt Cermaq om hjelp til å spre informasjon om prosjektet mitt fordi dere er en betydelig aktør i Steigen. Prosjektet handler om en ny transportløsning for utkantstrøk; en telefonapp for skyss og samkjøring. I de påfølgende avsnittene kan dere lese mer om bakgrunnen og hvordan dere kan bidra. Jeg vil også oppfordre dere til å like facebook-siden «S for Steigen», hvor dere kan lese mer, få tips og informasjon om rabatter og delta i konkurranser.

Først litt om bakgrunnen. I utkantstrøk er bilbruken ofte høy og kollektivtilbudet dårlig. Dette innebærer at man kjører rundt med ledige seter, samtidig som det er mange som ikke kommer seg dit de vil. Dette er dumt både for trivsel, økonomi og miljø. Jeg tror en samkjøringsapp kan være løsningen på dette. I en slik app skal det være enkelt å legge ut sine planlagte reiser, enten som sjåfør eller passasjer. Deretter er det bare å vente på et varsel mens appen finner andre som skal i samme retning.

Jeg vet at mange av Cermaqs ansatte samkjører til jobb i dag. Kanskje har flere mulighet til å samkjøre? Kanskje kan dere ta med andre reisende når dere kjører på jobb? Kanskje kan dere samkjøre mer også i det private? Kan en app hjelpe dere til å få til dette?

Jeg vil oppfordre dere til å laste ned en gratis app som heter Same-Way. Deres erfaringer med denne vil være gull verdt for oppgaven min. Hvis dere allerede har faste samkjøringsavtaler til jobb i dag, kan dere gjerne bruke disse som en måte å teste appen. Da må begge parter legge ut reisen i appen og dere må godta hverandres forespørsler. Erfaringene kan dere bruke når

dere skal avtale skyss som ikke er gjennom faste avtaler. Etterhvert håper jeg mange vil bruke appen og at den kan være et hjelpemiddel når man ønsker skyss eller har ledig plass, for eksempel fra hurtigbåtkaia.

Uavhengig om dere laster ned appen eller ikke, vil jeg til slutt oppfordre dere til å svare på en anonym spørreundersøkelse jeg skal sende ut om en måneds tid. Da vil jeg kartlegge deres meninger om samkjøring og Same-Way-appen. Jeg vil finne ut hvilke årsaker man har til å bruke eller ikke bruke den og i hvilke sammenhenger den kan være nyttig.

Takker for at dere tar dere tid til å lese! Jeg hjelper dere gjerne om dere har spørsmål.

English:

In my master thesis I am studying the potential for more shared rides in Steigen. I encourage you to download the mobile application «Same-Way» for free. I hope this can be a helpful tool, and I hope that in the future it will increase mobility, reduce cost and reduce pollution. Through the app you can easily post your rides, either as a driver or passenger. Then you wait for the app to find a person travelling in the same direction. Follow my project on the facebook-page «S for Steigen». Two months from now I will send you an anonymous survey, where I hope you will share your thoughts and experiences. Feel free to ask questions!

Mvh Torhild A. S. Elvik

Vedlegg G. Plakat til knutepunkt og hurtigbåt
Hengt opp 23. mars



Formål: Spre prosjekt til folk som reiser kollektivt.

	<h2>Reis kollektivt i Nordland</h2> <p>Last ned appen <i>177 Nordland</i> Reiseplanlegger for deg som reiser kollektivt Avgangsinformasjon for buss, båt og ferge</p>
<p>Skyssen mellom kollektivreise og hjem kan løses gjennom samkjøring ... Prøv hvordan dette kan fungere i Steigen:</p>	
<h2>Prøv samkjøring i Steigen</h2> <p>Last ned appen <i>Same-Way</i> Legg ut reiser som sjåfør eller passasjer Hjelp hverandre, spar utgifter og miljø</p>	
	<h2>S for Steigen</h2> <p>Masteroppgave om transport i utkant Per 21. mars har 70 personer i Steigen lastet ned Same-Way Se «S for Steigen» på Facebook for mer info</p>

Vedlegg H. Rekkevidde og engasjement for Facebook-innleggene

Fra Facebook: Organisk rekkevidde: Daglig: antall personer som har fått vist innhold fra eller om siden din på skjermen sin via ikke-betalt distribusjon. Dette omfatter innlegg, innsjekkinger, sosial informasjon fra personer som samhandler med siden din, med mer. (Unike brukere)

Publisert	Innlegg	Type	Målretting	Rekkevidde	Engasjement	Promoter
20.04.2018 18:01	 Vær så snill å sette av 10 min til å svare på denne spørreunders			512 	46 24 	Frem innlegg
20.04.2018 18:00	 Hei godt folk! Nå avslutter jeg mine tiltak for å spre samkjørings			253 	68 15 	Frem innlegg
04.04.2018 18:00	 Slik bruker man Same-Way. Dette bildet er hentet fra nettsiden d			225 	24 11 	Frem innlegg
24.03.2018 20:10	 Erfar hvordan det er å forespørre skyss. To personer må legge			1,7K 	248 77 	Frem innlegg
24.03.2018 08:59	 Et eksempel			803 	68 21 	Frem innlegg
22.03.2018 17:09	 Cermaq støtter S for Steigen! S snart kommer konkurranser med			247 	6 20 	Frem innlegg
20.03.2018 13:02	 Konkurransen om gavekort! Nå nærmer påske seg og mange ska			1,4K 	305 64 	Frem innlegg
16.03.2018 18:32	 Rundt 60 personer i Steigen har lastet ned Same-Way. Det er kj			479 	56 19 	Frem innlegg
16.03.2018 18:31	 App-tips Det er bedre å legge ut en reise for mye enn en for lite.			219 	10 6 	Frem innlegg
12.03.2018 15:43	 Bli med i trekningen av en kinobillet! Oppgaven er å finne en sjå			1,1K 	89 19 	Frem innlegg
09.03.2018 12:37	 Få med deg konsert på Nybrygga i Helnessund i morgen! Konse			193 	9 5 	
07.03.2018 15:43	 Problemer og spørsmål Kommenter gjerne i dette innlegget, så			194 	25 5 	Frem innlegg
07.03.2018 12:19	 Litt info			244 	9 16 	Frem innlegg
07.03.2018 12:10	 Kom i gang! Last ned appen i App Store: https://itunes.apple.co			926 	107 25 	Frem innlegg
05.03.2018 09:48	 God mandag! På bensinstasjonene i Leinesfjord og Bogøy får d			247 	34 16 	Frem innlegg
02.03.2018 08:00	 En ny og bedre versjon av appen er like rundt hjørnet! Ikke mist			366 	10 10 	Frem innlegg
02.03.2018 07:58	 Her har det skjedd ting over natten! Så gøy og så bra med god r			2,1K 	428 116 	Frem innlegg
01.03.2018 21:24	 Hei og velkommen til prosjektet «S for Steigen». Takk for at du v			1,4K 	108 73 	Frem innlegg

Vedlegg I. Nedlastninger av Same-Way-applikasjonen

Nr.	Dato	Kjønn	Nr.	Dato	Kjønn	Nr.	Dato	Kjønn	
1	01.mar	K	41	06.mar	M	81	23.mar	M	
2	01.mar	K	42	07.mar	K	82	24.mar	K	
3	01.mar	K	43	07.mar	M	83	24.mar	K	
4	01.mar	M	44	07.mar	K	84	24.mar	M	
5	01.mar	K	45	07.mar	K	85	25.mar	M	
6	02.mar	K	46	07.mar	K	86	25.mar	M	
7	02.mar	K	47	08.mar	K	87	25.mar	K	
8	02.mar	M	48	09.mar	M	88	25.mar	K	
9	02.mar	K	49	09.mar	K	89	26.mar	K	
10	02.mar	M	50	10.mar	M	90	26.mar	M	
11	02.mar	K	51	10.mar	K	91	27.mar	K	
12	02.mar	K	52	11.mar	K	92	27.mar	K	
13	02.mar	K	53	11.mar	K	93	28.mar	M	
14	02.mar	M	54	11.mar	K	94	29.mar	K	
15	02.mar	M	55	12.mar	K	95	30.mar	M	
16	02.mar	M	56	12.mar	K	96	30.mar	K	
17	02.mar	K	57	12.mar	K	97	02.apr	K	
18	02.mar	M	58	12.mar	M	98	02.apr	K	
19	02.mar	K	59	12.mar	K	99	03.apr	K	
20	02.mar	K	60	12.mar	M	100	04.apr	K	
21	02.mar	K	61	15.mar	K	101	05.apr	K	
22	02.mar	K	62	15.mar	M	102	05.apr	K	
23	03.mar	K	63	16.mar	K	103	08.apr	K	
24	03.mar	K	64	17.mar	M	104	15.apr	K	
25	03.mar	K	65	17.mar	K	105	15.apr	K	
26	03.mar	K	66	18.mar	M	Prosent	68,6	31,4	100,0
27	03.mar	K	67	20.mar	K				
28	04.mar	K	68	21.mar	M				
29	04.mar	K	69	21.mar	K				
30	04.mar	K	70	21.mar	K	Antall	72	33	105
31	05.mar	K	71	21.mar	K				
32	05.mar	K	72	21.mar	K				
33	05.mar	K	73	22.mar	M				
34	05.mar	M	74	22.mar	M	Kvinner	Menn	Sum	
35	05.mar	K	75	22.mar	M				
36	05.mar	M	76	22.mar	K				
37	05.mar	M	77	22.mar	M				
38	05.mar	K	78	23.mar	K				
39	06.mar	M	79	23.mar	M				
40	06.mar	K	80	23.mar	K				

Vedlegg J. Spørreundersøkelse med svar

I tabellen presenteres alle spørsmålene og svarene som kom inn i spørreundersøkelsen. Mellom noen av spørsmålene lå det en liten intro, forklaring, eller noen definisjoner. Jeg har også en kolonne hvor jeg oppgir om spørsmålet er filterspørsmål, eventuelle merknader og annet.

På noen av spørsmålene var det mulig å velge flere alternativer, noe som resulterte i total prosent større enn 100%. Der dette er tilfelle, har jeg oppgitt den totale prosenten.

På spørsmål med rangering av påstander på en skala er det regnet ut gjennomsnitt av svarene og standardavvik i svarene for å vise spredningen. Disse spørsmålene finnes også i egne vedlegg. Noen av spørsmålene er også analysert alene i egne vedlegg. Se merknader.

Spørsmål	Svar	Annet
Intro		
S for Steigen		
Takk for at du deler info, meninger og erfaringer til min masteroppgave! Med din hjelp skal jeg vurdere potensialet for en samkjøringsapp i utkantstrøk.		
Undersøkelsen foregår anonymt og jeg ønsker dine ærlige svar, selv om du skulle ha lyst til å svare "snilt" for å støtte meg. Den tar mellom 10 og 15 minutter å svare på.		
Når du har fullført undersøkelsen får du anledning til å bli med i trekningen av gavekort på 500 kr hos Sport Norge.		
1. Kjønn	Antall / Prosent	
Mann	33 / 24%	
Kvinne	102 / 76%	
Totalt antall svar	135	
2. Alder	Antall / Prosent	Merknad
Under 13	0 / 0%	Brukte samme inndeling som man får fra Facebook-statistikken. Mistet noe data ved å kategorisere, men bedre mtp anonymitet.
13-17	3 / 2%	
18-24	23 / 17%	
25-34	30 / 22%	
35-44	23 / 17%	
44-54	29 / 21%	
55-64	18 / 13%	
65 eller eldre	8 / 6%	
Totalt antall svar	134	

Spørsmål	Svar	Annet
3. Bosted	Antall / Prosent	Filterspørsmål
Steigen	89 / 68%	Hvis «Steigen», hopper over spørsmål 4.
Other	24 / 18%	
Bodø	13 / 10%	
Fauske	4 / 3%	
Tysfjord	1 / 1%	
Hamarøy	0 / 0%	
Sørfold	0 / 0%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>131</i>	
4. Du bor ikke i Steigen. Hender det at du besøker Steigen?	Antall / Prosent	
Ja, flere ganger i uken	0 / 0%	
Ja, ukentlig	2 / 4%	
Ja, månedlig	7 / 15%	
Ja, noen ganger i året	15 / 33%	
Ja, årlig	3 / 7%	
Ja, men sjeldnere enn årlig	8 / 17%	
Nei, aldri besøkt	11 / 24 %	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>46</i>	
5. Har du førerkort (klasse B)?	Antall / Prosent	
Ja	120 / 90%	
Nei	14 / 10%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>134</i>	
6. Hvor mange i din husstand har førerkort?	Antall / Prosent	
0	4 / 3%	
1	26 / 19%	
2	86 / 64%	
3 eller flere	19 / 14%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>135</i>	
7. Hvor mange biler har du/dere i din husstand?	Antall / Prosent	
0	9 / 7%	
1	45 / 34%	
2	61 / 46%	
3 eller flere	18 / 14%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>133</i>	
8. Hvor ofte kjører du bil (både som sjåfør og passasjer)? Gjelder vanlige arbeidsuker	Antall / Prosent	
Daglig	75 / 56%	
5-6 dager i uka	19 / 14%	
3-4 dager i uka	16 / 12%	
1-2 dager i uka	15 / 11%	
Sjeldnere	4 / 3%	
Nesten aldri	6 / 4%	
Aldri	0 / 0	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>135</i>	

Spørsmål	Svar	Annet
9. Tenk på din forrige biltur, uansett lengde og destinasjon. Hvor mange personer var det i bilen?	Antall / Prosent	
	1 45 / 33%	
	2 61 / 45%	
	3 17 / 13%	
	4 eller flere 12 / 9%	
	<i>Totalt antall svar</i> 135	
<i>Definisjoner</i>		
<i>Videre i undersøkelsen vil følgende uttrykk brukes:</i>		
<i>Samkjøring: Innebærer at man får skyss av hverandre når man har ærender i samme retning. Man kan dele på transportutgiftene, men ikke tjene penger. Å kjøre sammen med personer i egen husstand anses ikke som samkjøring her.</i>		
<i>Utkant: Her menes steder med store avstander og lav befolkningstetthet, og uten nær tilknytning til en by. For eksempel Steigen kommune.</i>		
10. Hvilken transportform bruker du vanligvis til jobb/skole i sommerhalvåret (april – september)?	Antall / Prosent	
	Privatbil 89 / 66%	
	Går/sykler 28 / 21%	
	Er ikke på jobb/skole 7 / 5%	
	Buss 5 / 4%	
	Hjemmekontor/selvstendig næringsdrivende 2 / 1%	
	Other 2 / 1%	
	Tog 2 / 1%	
	Båt 0 / 0%	
	Moped/motorsykkel 0 / 0%	
	<i>Totalt antall svar</i> 135	
11. Hvilken transportform bruker du vanligvis til jobb/skole i vinterhalvåret (oktober – mars)?	Antall / Prosent	
	Privatbil 88 / 65%	
	Går/sykler 22 / 16%	
	Buss 13 / 10%	
	Er ikke på jobb/skole 8 / 6%	
	Other 2 / 1%	
	Hjemmekontor/selvstendig næringsdrivende 1 / 1%	
	Tog 1 / 1%	
	Båt 0 / 0%	
	Moped/motorsykkel 0 / 0%	
	<i>Totalt antall svar</i> 135	

Spørsmål	Svar	Annet
12. Du kjører bil til jobb/skole. Hvordan foregår dette vanligvis?	Antall / Prosent	Filtrespørsmål
Kjører alene Kjører alene og samkjører når det passer Kjører sammen med person i egen husstand Samkjører - alltid passasjer Samkjører - alltid sjåfør Samkjører - bytter på å kjøre <i>Totalt antall svar</i>	66 / 73% 13 / 14% 11 / 12% 1 / 1% 0 / 0% 0 / 0% 92	Hvis «Privatbil» på spørsmål 10 og/eller 11.
13. Tenk på din forrige reise mellom utkant og en by i nærheten. Hvilke transportformer var involvert? <i>Her velger du alle transportformer fra start til destinasjon</i>	Antall / Prosent	Merknad
Privatbil Båt Buss Tog Gå/sykle Other Taxi Moped/motorsykkel <i>Totalt antall svar / Total prosent</i>	103 / 76% 51 / 38% 23 / 17% 8 / 6% 4 / 3% 2 / 1% 1 / 1% 0 / 0% 135 / 142 %	Her ser det ut som noen har misforstått spørsmålet, da mange oppgir kun et kollektivreisemiddel og sannsynligvis ikke oppga hvordan de kom seg til knutepunkt.
14. Tenk på de gangene du skal reise kollektivt fra utkantstrøk. Hvilken transportform bruker du oftest til knutepunktet (til kai/holdeplass/stasjon)?	Antall / Prosent	Merknad
Privatbil Lokalbuss Gå/sykle Other Ikke aktuelt (reiser aldri kollektivt) Moped/motorsykkel Taxi <i>Totalt antall svar</i>	88 / 66% 24 / 18% 10 / 7% 9 / 7% 3 / 2% 0 / 0% 0 / 0% 134	Her ser det ut som noen har misforstått spørsmålet, da mange oppgir båt og hurtigbåt under Other. Her var jeg ute etter transportmiddel til hurtigbåten.
<i>Forklaring</i>		
<i>I forbindelse med min masteroppgave ønsket jeg å finne ut om en samkjøringsapp kunne bli et nyttig verktøy for folk i utkantstrøk. Jeg igangsatte et prosjekt som jeg kalte S for Steigen for å informere og oppfordre folk til å ta i bruk Same-Way-appen.</i>		

Spørsmål	Svar	Annet
15. Hvordan hørte du om S for Steigen første gang?	Antall / Prosent	
Facebook	99 / 74%	
Gjennom bekjente	14 / 10%	
Ikke hørt om før nå	12 / 9%	
Lokalavisa Nord-Salten	3 / 2%	
Mail	3 / 2%	
Other	2 / 1%	
Husker ikke	1 / 1%	
Plakat	0 / 0%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>134</i>	
16. Hvilke faktorer var viktigst for din deltakelse i dette prosjektet? Oppgi maksimalt tre faktorer <i>Deltakelse kan være alt fra å besvare denne undersøkelsen til å laste ned Same-Way-appen</i>	Antall / Prosent	Merknader
Bidra til ny transportløsning for utkant	69 / 51%	Ikke mulig å begrense til tre svar i Typeform. Dermed hadde noen valgt mer enn tre. Se egen analyse av svarene i vedlegg K
Hjelpe en bekjent med masteroppgaven	64 / 47%	
Finne miljøvennlige løsninger	56 / 41%	
Ønsker at folk skal samkjøre mer	50 / 37%	
Bidra til forskning gjennom en masteroppgave	42 / 31%	
Spennende prosjekt	27 / 20%	
Kult med prosjekter i Steigen kommune	26 / 19%	
Jeg var nysgjerrig	19 / 14%	
Trengte skyss / ønsket å tilby skyss	10 / 7%	
Konkurranser om gavekort	8 / 6%	
Other	1 / 1%	
<i>Totalt antall svar/ Total prosent</i>	<i>135 / 274 %</i>	
<i>Forklaring</i>		
<i>En måte å finne skyss på, er å skrive et innlegg til sine venner eller i skyssgrupper på Facebook.</i>		
17. Har du Facebook?	Antall / Prosent	Filterspørsmål
Ja	135 / 100%	Hvis «Har ikke Facebook»: Hopper til 21.
Nei	0 / 0%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>135</i>	
18. Hvilken kjennskap har du til Facebook-gruppen «Steigen skyss&frakt»?	Antall / Prosent	
Er medlem	79 / 59%	
Ikke hørt om	22 / 16%	
Har hørt om den, men ikke sett	18 / 13%	
Har vært innom den	14 / 10%	
Husker ikke/Det er så mange Steigen-grupper på Facebook	1 / 1%	
Kjenner bare andre skyssgrupper	1 / 1%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>135</i>	

Spørsmål	Svar	Annet
19. Har du brukt Facebook til å etterspørre og/eller tilby skyss og frakt? <i>Dette kan innebære å skrive innlegg selv eller svare på andres forespørsler</i>	Antall / Prosent	
Ja	81 / 60%	
Nei	53 / 40%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>134</i>	
20. Under følger 8 påstander om å legge ut forespørsler om skyss på Facebook. Hvor enig er du i påstandene? <i>Gi poeng fra 0 (uenig) til 6 (enig)</i>	Gjennomsnitt/ Standardavvik	Merknader
Jeg opplever at folk finner hjelp til skyss/frakt på Facebook	4,45 / 1,14	Noen av disse påstandene fikk jeg av informantene i intervjuene, andre har jeg diktet selv. Se detaljert fordeling av svarene i vedlegg N
Jeg liker ikke at «hele verden» ser at jeg legger ut slike innlegg	3,29 / 1,81	
Facebook er egnet fordi man når ut til mange personer	5,11 / 1,03	
Flere folk spør om skyss enn de som tilbyr skyss	4,74 / 1,34	
Jeg har ingen problemer med å legge ut slike forespørsler på Facebook	3,79 / 1,71	
Man må ha flaks for å finne en person på Facebook som kan hjelpe med skyss	3,59 / 1,34	
Det er ingen vits i å flytte forespørslene fra Facebook til en egen samkjøringsapp	2,29 / 1,26	
Jeg irriterer meg over at det er mange slike innlegg på Facebook som ikke angår meg	2,22 / 1,48	
<i>Forklaring</i>		
<i>Samkjøringsapper</i>		
<i>Samkjøringsapper har som mål å koble de som reiser samme vei, slik at de kan samkjøre. Tanken er at man legger ut hvor man planlegger å reise og får et varsel når appen har funnet en person som er aktuell å samkjøre med. Med appen Same-Way kan man også hjelpe hverandre med frakt av gjenstander.</i>		
21. Har du lastet ned Same-Way-appen?	Antall / Prosent	Filterspørsmål
Nei	94 / 70%	Hvis «Nei»: hopper over 23 - 27.
Ja	38 / 28%	
Ja, og har avinstallert	2 / 1%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>134</i>	Hvis «Ja» og «Ja, og har avinstallert»: Hopper over 22.

Spørsmål	Svar	Annet
22. Hva er den viktigste grunnen til at du ikke har lastet ned appen?	Antall / Prosent	
Jeg har ikke hatt behov for appen	43 / 46%	
Jeg har ikke forstått at det finnes en app	20 / 21%	
Jeg er ikke den første som "hiver" meg på slike nye ting	11 / 12%	
Jeg var ikke interessert	7 / 7%	
Other	6 / 6%	
Jeg fant ikke den rette appen	5 / 5%	
Jeg er redd for at det er ulovlig (pirattaxi)	1 / 1%	
Jeg er skeptisk til å registrere info om meg selv	1 / 1%	
Jeg har ikke telefon som støtter appen	0 / 0%	
Jeg hørte fra bekjente at appen fungerte dårlig	0 / 0%	
<i>Totalt antall svar</i>	94	
23. Hvor mange reiser har du lagt ut som sjåfør siden du lastet den ned? <i>Dette gjelder reiser der du faktisk leter etter noen å samkjøre med (ikke i forbindelse med konkurranser eller for å teste)</i>	Antall / Prosent	
0	19 / 46%	Hvis 0 på dette og neste, hopper over 25 og 26
1-5	19 / 46%	
11-15	1 / 2%	
16-20	1 / 2%	
6-10	1 / 2%	
21 eller flere	0 / 0%	
<i>Totalt antall svar</i>	41	
24. Hvor mange reiser har du lagt ut som passasjer siden du lastet den ned? <i>Dette gjelder reiser der du faktisk leter etter noen å samkjøre med (ikke i forbindelse med konkurranser eller for å teste)</i>	Antall / Prosent	Filterspørsmål
0	28 / 70%	Hvis 0 på dette og forrige, hopper over 25 og 26
1-5	9 / 23%	
11-15	1 / 3%	
16-20	1 / 3%	
6-10	1 / 3%	
21 eller flere	0 / 0%	
<i>Totalt antall svar</i>	40	
25. Har du opplevd å få «match», altså finne noen andre som skulle reise? <i>Dette gjelder reiser der du faktisk leter etter noen å samkjøre med (ikke i forbindelse med konkurranser eller for å teste)</i>	Antall / Prosent	Filterspørsmål /Merknad
Nei	19 / 79%	Hvis «Nei»: hopper over 26 /Lett å overse teksten i kursiv
Ja	5 / 21%	
<i>Totalt antall svar</i>	24	

Spørsmål	Svar	Annet
26. Har du opplevd å motta eller sende noen forespørsler om skyss? <i>Dette gjelder reiser der du faktisk leter etter noen å samkjøre med (ikke i forbindelse med konkurranser eller for å teste)</i>	Antall / Prosent	Filterspørsmål /Merknad
Ja Nei <i>Totalt antall svar</i>	4 / 80% 1 / 20% 5	Hvis «0» på 23 og/eller 24: hopper over dette. /Lett å overse teksten i kursiv
27. Under følger 10 påstander om Same-Way-appen. Hvor enig er du i påstandene ut fra hva du har erfart? Gi poeng fra 0 (uenig) til 6 (enig)	Gjennomsnitt/ Standardavvik	Merknad
Appen var lite brukervennlig	3,27 / 1,32	Se detaljert fordeling av svarene i vedlegg O
Jeg hadde problemer med å opprette bruker i appen	2,46 / 1,70	
Det var vanskelig å legge ut en reise	2,93 / 1,40	
Jeg opplevde at det var få andre som la ut reiser	4,49 / 1,53	
Jeg glemte å legge ut reiser	4,00 / 1,84	
Jeg savnet en oversikt over alle reiser som andre brukere har lagt ut	4,51 / 1,73	
Dårlig norsk oversettelse av appen gav et dårlig inntrykk	2,78 / 1,78	
Jeg føler at jeg har forstått hvordan appen skal brukes	4,05 / 1,60	
Funksjonene stemte ikke med mine behov	2,73 / 1,45	
Same-Way har potensiale i utkantstrøk	5,22 / 1,11	

Spørsmål	Svar	Annet
28. Se for deg at det eksisterer en godt utprøvd og utbredt samkjøringsapp. Videre følger 9 tenkelige situasjoner for bruk av en samkjøringsapp i utkantstrøk. Hvor realistisk tror du det er at folk bruker en app i disse tilfellene? <i>Gi vurdering fra 1 (ikke realistisk) til 10 (veldig realistisk)</i>	Gjennomsnitt/ Standardavvik	Merknad
Ungdommer søker skyss i forbindelse med fritidsaktiviteter	8,11 / 2,02	Se detaljert fordeling av svarene i vedlegg P
Personer uten førerkort søker skyss på kortere reiser innad i utkantkommunen	8,25 / 1,88	
Personer tilbyr og etterspør skyss på lengre reiser grunnet lite kollektivtilbud (f. eks mellom utkant og nærmeste by)	8,22 / 1,71	
Personer tilbyr skyss på vei til og fra jobb (ikke mellom kollegaer)	5,96 / 2,39	
Personer tilbyr og etterspør skyss i forbindelse med kulturarrangement (f. eks til kino, trening, pub)	7,75 / 1,94	
Turister søker skyss for å komme seg til utkantsteder	5,78 / 2,51	
Personer som reiser kollektivt tilbyr og etterspør skyss fra kai og holdeplasser	7,51 / 2,10	
Personer tilbyr og etterspør skyss i forbindelse med mindre ærender (f. eks besøk, butikk)	5,48 / 2,52	
Personer tilbyr og etterspør frakt av gjenstander fra steder langt unna hjemstedet (f. eks by til utkant)	8,02 / 2,02	
29. Ser du for deg å ta i bruk en samkjøringsapp i framtiden, dersom det eksisterer en godt utprøvd og utbredt app?	Antall / Prosent	Filterspørsmål
Ja	110 / 81%	Hvis «Nei»: Hopper over 30 og 31.
Vet ikke	18 / 13%	
Nei	7 / 5%	
<i>Totalt antall svar</i>	<i>135</i>	
30. Hvordan ville det være mest aktuelt for deg å bruke en samkjøringsapp? <i>Mulig å velge flere</i>	Antall / Prosent	
Tilby skyss (sjåfør)	83 / 65%	
Etterspørre skyss (passasjer)	72 / 56%	
Be om frakt av gjenstander	63 / 49%	
Frakte gjenstander for andre	57 / 45%	
<i>Totalt antall svar / total prosent</i>	<i>128 / 215%</i>	

Spørsmål	Svar	Annet
31. I hvilke situasjoner er det mest aktuelt for deg å bruke en samkjøringsapp? Oppgi maksimalt tre situasjoner	Antall / Prosent	Merknader
Jeg tilbyr og etterspør skyss på lengre reiser grunnet lite kollektivtilbud	70 / 55%	Ikke mulig å begrense til tre svar i Typeform. Dermed hadde noen valgt mer enn tre. Se egen analyse av svarene i vedlegg L
Jeg tilbyr og etterspør frakt av gjenstander fra steder langt unna hjemstedet	54 / 43%	
Jeg tilbyr og etterspør skyss i forbindelse med kulturarrangement	49 / 39%	
Jeg tilbyr skyss på vei til og fra jobb	31 / 24%	
Jeg reiser kollektivt og tilbyr og etterspør skyss fra kai og holdeplasser	27 / 21%	
Jeg tilbyr skyss i forbindelse med mindre ærender	17 / 13%	
Jeg har ikke førerkort og søker skyss på kortere reiser i utkant	11 / 9%	
Jeg er ungdom og søker skyss i forbindelse med fritidsaktiviteter	6 / 5%	
Jeg er turist og søker skyss for å komme meg til utkantsteder	4 / 3%	
Other	4 / 3%	
<i>Totalt antall svar / total prosent</i>	<i>127 / 215 %</i>	
32. Hva er de viktigste årsakene til å ta i bruk en samkjøringsapp i utkantstrøk? Oppgi maksimalt tre årsaker	Antall / Prosent	Merknader
Miljø (reduere utslipp)	104 / 77%	Ikke mulig å begrense til tre svar i Typeform. Dermed hadde noen valgt mer enn tre. Se egen analyse av svarene i vedlegg M
Være hjelpsom med hverandre	101 / 75%	
Dele på utgifter	64 / 47%	
Mobilitet (flere reisealternativ)	46 / 34%	
Tryggere enn å haike langs veien	26 / 19%	
Sosialt (bli kjent/snakke sammen i bilen)	25 / 19%	
Mindre avhengighet til foreldre/bekjente som ofte skysser	21 / 16 %	
Ingen grunn til å ta i bruk	3 / 2%	
Other	1 / 1%	
<i>Totalt antall svar / total prosent</i>	<i>135 / 290 %</i>	

Spørsmål	Svar	Annet
33. Hvilke faktorer gjør at du ikke vil bruke en samkjøringsapp i fremtiden? Oppgi maksimalt tre årsaker	Antall / Prosent	Merknad
Fleksibilitet (slippe å avtale avreisetidspunkt)	67 / 53%	Ikke mulig å begrense til tre svar i Typeform. Dermed hadde noen valgt mer enn tre.
Tar tid (avtale samkjøring, kjøre omveier for å plukke opp andre)	39 / 31%	
Frihet til å gjøre ærender langs veien	38 / 30%	
Bilen er fristed (slippe å småprate)	29 / 23%	
Liten sjanse for å finne noen det passer å samkjøre med	28 / 22%	
Skummelt å sitte på med / ha fremmede i bilen	23 / 18%	
Bestemme radiokanal og musikk fritt	13 / 10%	
Ikke behov (folk kommer seg dit de vil)	11 / 9%	
Heller støtte lokalt kollektivtilbud og/eller taxi	6 / 5%	
Bilen er ikke fin/ren nok	5 / 4%	
Other	5 / 4%	
<i>Totalt antall svar / total prosent</i>	<i>126 / 209%</i>	
34. Har du andre kommentarer til temaene som er tatt opp i løpet av undersøkelsen? (Frivillig) <i>Det kan være info om dine reisevaner, tanker om samkjøring og tips til forbedringer av Same-Way-appen</i>		
...		

Vedlegg K. Analyse av svar på spørsmål 16

Tabellen viser andelen av respondenter innen ulike kategorier som har valgt de ulike alternativene i spørsmål 16. De fem mest valgte alternativene på spørsmålet er analysert. Respondentene er kategorisert på bakgrunn av ulike andre spørsmål i undersøkelsen.

Spørsmål 16: Hvilke faktorer var viktigst for din deltakelse i dette prosjektet? Oppgi maksimalt tre faktorer. <i>Deltakelse kan være alt fra å svare på denne undersøkelsen til å laste ned Same-Way-appen</i> (N=135)					
Bakgrunns-spørsmål, kategori	Bidra til ny transport-løsning for utkant	Hjelpe en bekjent med master-oppgaven	Finne miljø-vennlige løsninger	Ønsker at folk skal samkjøre mer	Bidra til forskning gjennom en masteroppgave
Kjønn (Spørsmål 1)					
Kvinner (N=102)	49 %	50 %	41 %	38 %	31 %
Menn (N=33)	58 %	39 %	42 %	33 %	30 %
Bosted/tilknytning til Steigen (Spørsmål 3 og 4)					
Bosted Steigen (N=89)	51 %	44 %	38 %	35 %	29 %
Reisende i Steigen (N=27)	63 %	41 %	56 %	41 %	41 %
Ikke i Steigen (N=19)	37 %	74 %	37 %	42 %	26 %
Alder (Spørsmål 2)					
Under 24 (N=26)	42 %	50 %	46 %	31 %	31 %
25-34 (N=30)	60 %	53 %	47 %	37 %	37 %
35-44 (N=23)	43 %	48 %	48 %	52 %	39 %
45-54 (N=29)	41 %	41 %	38 %	38 %	34 %
55 og eldre (N=26)	69 %	42 %	31 %	31 %	15 %
Har du lastet ned Same-Way? (Spørsmål 21)					
Har lastet ned (N=40)	55 %	43 %	50 %	53 %	23 %
Ikke lastet ned (N=94)	49 %	49 %	38 %	31 %	35 %
Har du brukt Facebook til å etterspørre og/eller tilby skyss og frakt? (Spørsmål 19)					
Brukt Facebook til skyss (N=81)	56 %	40 %	49 %	40 %	35 %
Ikke brukt (N=53)	43 %	60 %	28 %	32 %	26 %

Vedlegg L. Analyse av svar på spørsmål 31

Tabellen viser andelen av respondenter innen ulike kategorier som har valgt de ulike alternativene i spørsmål 31. De fem mest valgte alternativene på spørsmålet er analysert. Respondentene er kategorisert på bakgrunn av ulike andre spørsmål i undersøkelsen.

	Spørsmål 31: I hvilke situasjoner er det mest aktuelt for deg å bruke en samkjøringsapp? Oppgi maksimalt tre situasjoner (N=127)				
Bakgrunns-spørsmål, kategori	Jeg tilbyr og etterspør skyss på lengre reiser grunnet lite kollektivtilbud	Jeg tilbyr og etterspør frakt av gjenstander fra steder langt unna hjemstedet	Jeg tilbyr og etterspør skyss i forbindelse med kulturarrangement	Jeg tilbyr og skyss på vei til og fra jobb (ikke mellom kollegaer)	Jeg reiser kollektivt og tilbyr og etterspør skyss fra kai og holdeplasser
Kjønn (Spørsmål 1)					
Kvinner (N=98)	54 %	43 %	39 %	23 %	22 %
Menn (N=29)	59 %	41 %	38 %	28 %	17 %
Bosted/tilknytning til Steigen (Spørsmål 3 og 4)					
Bosted Steigen (N=83)	48 %	45 %	47 %	28 %	20 %
Reisende i Steigen (N=26)	77 %	35 %	31 %	15 %	35 %
Ikke i Steigen (N=18)	56 %	44 %	11 %	22 %	6 %
Alder (Spørsmål 2)					
Under 24 (N=26)	50 %	31 %	54 %	19 %	27 %
25-34 (N=29)	66 %	38 %	21 %	21 %	24 %
35-44 (N=21)	38 %	67 %	43 %	19 %	14 %
45-54 (N=26)	50 %	38 %	46 %	46 %	35 %
55 og eldre (N=24)	67 %	42 %	29 %	17 %	4 %
Har du lastet ned Same-Way? (Spørsmål 21)					
Har lastet ned (N=40)	68 %	48 %	50 %	35 %	23 %
Ikke lastet ned (N=86)	49 %	41 %	34 %	20 %	21 %
Har du brukt Facebook til å etterspørre og/eller tilby skyss og frakt? (Spørsmål 19)					
Brukt Facebook til skyss (N=81)	59 %	44 %	40 %	25 %	22 %
Ikke brukt (N=45)	49 %	40 %	36 %	24 %	20 %

Vedlegg M. Analyse av svar på spørsmål 32

Tabellen viser andelen av respondenter innen ulike kategorier som har valgt de ulike alternativene i spørsmål 32. De fire mest valgte alternativene på spørsmålet er analysert. Respondentene er kategorisert på bakgrunn av ulike andre spørsmål i undersøkelsen.

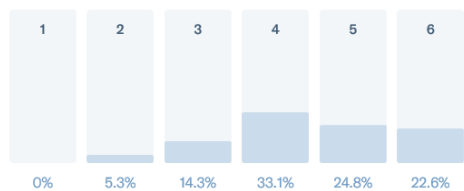
Spørsmål 32: Hva er de viktigste årsakene til å ta i bruk en samkjøringsapp i utkantstrøk? (N=135)				
Bakgrunns-spørsmål, kategori	Miljø (redusere utslipp)	Være hjelpsom med hverandre	Dele på utgifter	Mobilitet (flere reisealternativ)
Kjønn (Spørsmål 1)				
Kvinner (N=102)	80 %	77 %	50 %	34 %
Menn (N=33)	67 %	67 %	39 %	33 %
Bosted/tilknytning til Steigen (Spørsmål 3 og 4)				
Bosted Steigen (N=89)	80 %	81 %	45 %	28 %
Reisende i Steigen (N=27)	63 %	70 %	48 %	44 %
Ikke i Steigen (N=19)	84 %	53 %	58 %	47 %
Alder (Spørsmål 2)				
Under 24 (N=26)	85 %	62 %	42 %	42 %
25-34 (N=30)	77 %	73 %	43 %	30 %
35-44 (N=23)	78 %	74 %	30 %	22 %
45-54 (N=29)	79 %	93 %	52 %	41 %
55 og eldre (N=26)	65 %	69 %	65 %	35 %
Har du lastet ned Same-Way? (Spørsmål 21)				
Har lastet ned (N=40)	80 %	80 %	50 %	43 %
Ikke lastet ned (N=94)	77 %	73 %	47 %	30 %
Har du brukt Facebook til å etterspørre og/eller tilby skyss og frakt? (Spørsmål 19)				
Brukt Facebook til skyss (N=81)	81 %	80 %	43 %	33 %
Ikke brukt (N=53)	70 %	68 %	53 %	36 %

Vedlegg N. Detaljert fordeling for svar på spørsmål 20

20a Jeg opplever at folk finner hjelp til skyss/frakt på Facebook

Avg. 4.5

133 out of 135 people answered this question



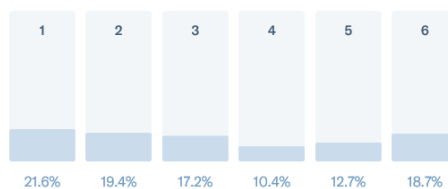
Uenig

Enig

20b Jeg liker ikke at «hele verden» ser at jeg legger ut slike innlegg

Avg. 3.3

134 out of 135 people answered this question



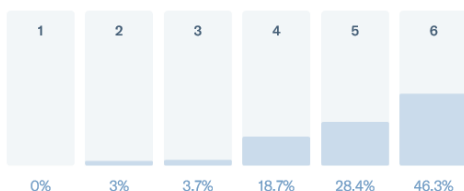
Uenig

Enig

20c Facebook er egnet fordi man når ut til mange personer

Avg. 5.1

134 out of 135 people answered this question



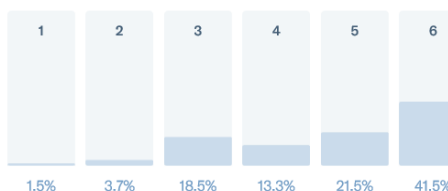
Uenig

Enig

20d Flere folk spør om skyss enn de som tilbyr skyss

Avg. 4.7

135 out of 135 people answered this question



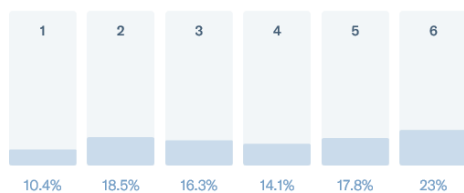
Uenig

Enig

20e Jeg har ingen problemer med å legge ut slike forespørsler på Facebook

Avg. 3.8

135 out of 135 people answered this question



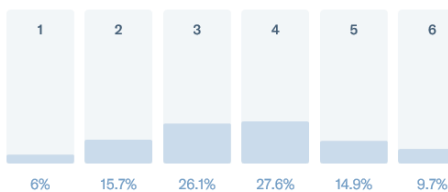
Uenig

Enig

20f Man må ha flaks for å finne en person på Facebook som kan hjelpe med skyss

Avg. 3.6

134 out of 135 people answered this question



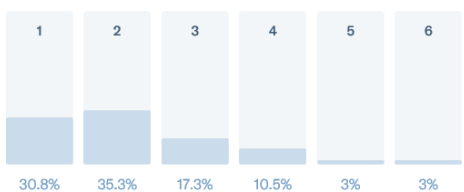
Uenig

Enig

20g Det er ingen vits i å flytte forespørslene fra Facebook til en egen samkjøringsapp

Avg. 2.3

133 out of 135 people answered this question



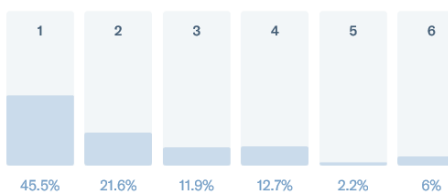
Uenig

Enig

20h Jeg irriterer meg over at det er mange slike innlegg på Facebook som ikke angår meg

Avg. 2.2

134 out of 135 people answered this question



Uenig

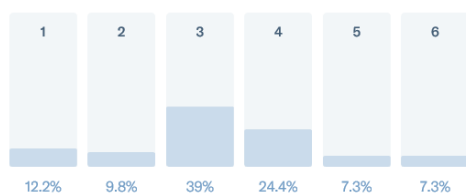
Enig

Vedlegg O. Detaljert fordeling for svar på spørsmål 27

27a Appen var lite brukervennlig

Avg. 3.3

41 out of 135 people answered this question



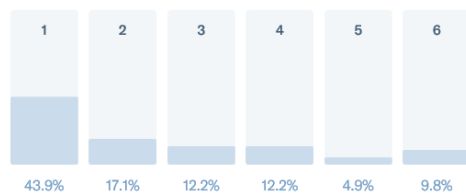
Uenig

Enig

27b Jeg hadde problemer med å opprette bruker i appen

Avg. 2.5

41 out of 135 people answered this question



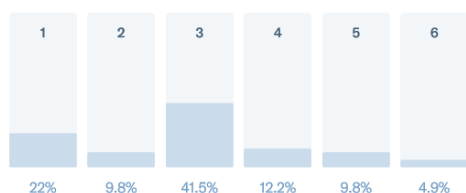
Uenig

Enig

27c Det var vanskelig å legge ut en reise

Avg. 2.9

41 out of 135 people answered this question



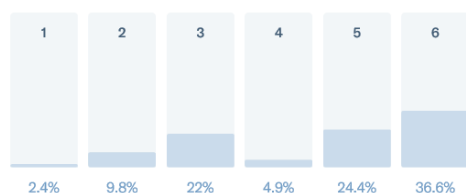
Uenig

Enig

27d Jeg opplevde at det var få andre som la ut reiser

Avg. 4.5

41 out of 135 people answered this question



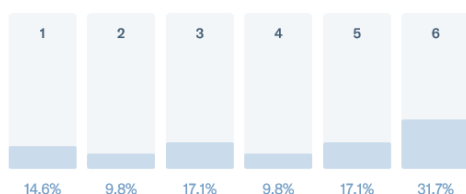
Uenig

Enig

27e Jeg glemte å legge ut reiser

Avg. 4

41 out of 135 people answered this question



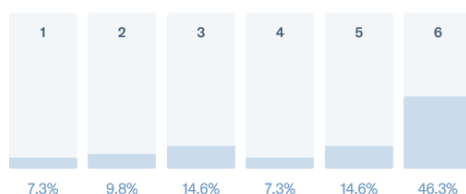
Uenig

Enig

27f Jeg savnet en oversikt over alle reiser som andre brukere har lagt ut

Avg. 4.5

41 out of 135 people answered this question



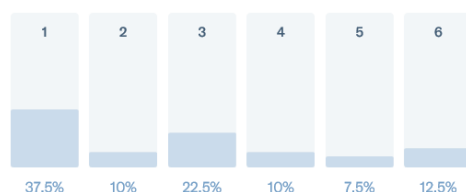
Uenig

Enig

27g Dårlig norsk oversettelse av appen gav et dårlig inntrykk

Avg. 2.8

40 out of 135 people answered this question



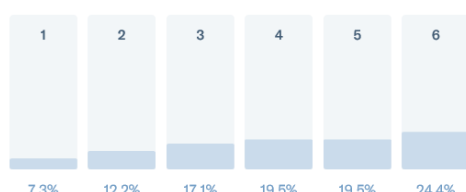
Uenig

Enig

27h Jeg føler at jeg har forstått hvordan appen skal brukes

Avg. 4

41 out of 135 people answered this question



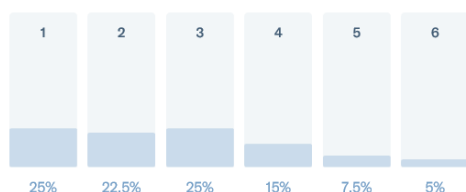
Uenig

Enig

27i Funksjonene stemte ikke med mine behov

Avg. 2.7

40 out of 135 people answered this question



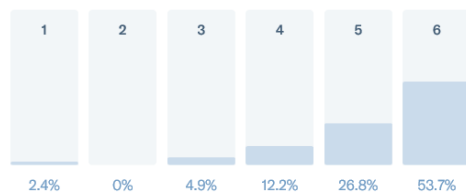
Uenig

Enig

27j Same-Way har potensiale i utkantstrøk

Avg. 5.2

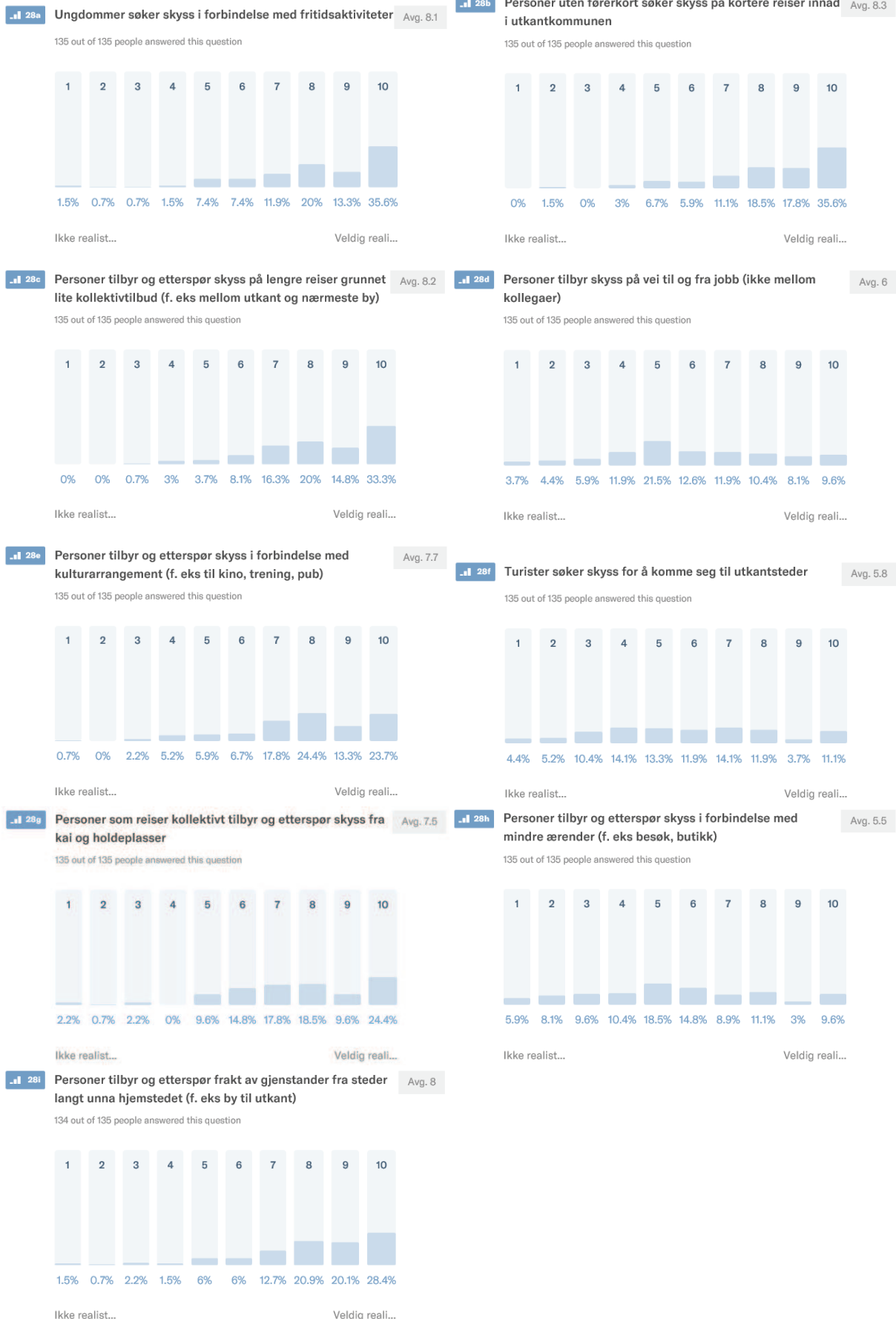
41 out of 135 people answered this question



Uenig

Enig

Vedlegg P. Detaljert fordeling av svar på spørsmål 28



Vedlegg Q. Svar på åpne svaralternativ i spørreundersøkelsen

Her listes svarene på noen spørsmål med åpne alternativ sammen med hvilket spørsmål de er hentet fra. De fleste kom fra spørsmål 34 som var et åpent spørsmål på slutten av undersøkelsen. Svarene er sortert på seks ulike kategorier

Kategori/Svar	Spørsmål nummer
Positive tilbakemeldinger	
Fint tiltak å få innspill på dette. Lykke til med oppgava	34
Bra tiltak!	34
Synes dette er et supert konsept, som jeg gjerne hadde tatt i bruk om det ble utviklet.	34
Bra tiltak, lykke til	34
Et interessant tilbud!	34
Godt initiativ!	34
Utrolig bra gjennomført prosjekt, og bra tiltak	34
Lykke til	34
Aktuelle bruksområder	
Viktig supplement for de som faktisk ikke har bil/sertifikat.	34
Jeg er avhengig av kollektivtransport, når det allikevel brukes bil, bør flest mulig samkjøre! Bl.a. pga miljøhensyn.	34
Hvis man ikke har tilgjengelig bil, evt drar du med båt og kommer tilbake med buss er du ganske langt unna kaia (bilparkeringen)	32
Jobbrelatert lengre avstander	31
ønsker skyss pga mangel av bil og drosje po bosted	31
Jeg etterspør skyss til og fra jobb	31
Frakt av mindre kjæledyr er også mulig.	31
Skepsis	
Frykter før at bilkjøring er for billig og enkelt før at appen blir brukt mye mere. Dessverre	34
Hvordan utelukke de som prøver å lure noen? Med tanke på overgrep f.eks?	34
Personlige utfordringer med samkjøring	
Kjører til og fra jobb daglig ca 6 mil. Liker ikke å må vente og plukke opp folk rundt om kring. Har som regel tidspress nok med å rekke alt i løpet av en dag uten å må irritere seg over å måtte vente på andre.	34
Kjører til og fra jobb på veldig uvanlige tidspunkter, kjører før kl07 om morgenen, og hjem etter kl 17 på ettermiddagen.	34
Har bare toseter	34

Personlige utfordringer med samkjøring (forts.)	
Vil aldri komme til og ta på haikere og fremmede i bilen, har gjort det en gang og måtte bytte interiør i bilen da vedkommende luket så mye, at det ble ødelagt.	33
Barna tar opp all plassen i bilen	33
Årsaker til å ikke laste ned appen	
jeg har ikke behov enda	22
Har mange apper som tar plass. Har ikke kapasitet til fere nedlastninger.	22
Jeg knakk foten og har vært imobil i hele vinte	22
att jeg ikke har bil for øyeblikket, og ikke kan gi tilbake	22
Har ikke kommet over appen enda	22
Rakk det aldri	22
Om appen	
Å lage en oversikt over andre reisende både sjåførere og passasjerer i nærheten hadde vært aktuelt å lage i appen	34
Den appen gav liten oversikt over aktivitet i området. Virket som jeg var den eneste som brukte den (selv om det sikkert var flere).	34
Veldig bra app men den fungerte ikke så bra som jeg hadde håpet. Ingen lister over de som tilbyr turer. Fikk ikke kartet til å fungere. Men hvis den videreutvikles og markedsføres er det ABSOLUTT potensiale for denne! Veldig godt initiativ!!!	34
Savner å kunne se oversikt over tilgjengelige reiser.	34
Vanskelig å svare på spørsmål om SameWay-appen når jeg ikke har tatt den i bruk	34
Jeg synes dette er en kjempeflott ide. Jeg personlig sliter med plass til alle apper. Har det vært mulig å vært med i en gruppe. Få opp varsler når noen skal ut å reise eller som en kan skrive inn sin reise ?? Bare en tanke. Kjempe flott tiltak.	34
Om å oppnå kritisk brukermasse	
God undersøkelse. Burde ikke være så vanskelig å få til, bare man er flink til å hive seg med.	34
Den største utfordringen er å få folk til å begynne å bruke appen. Der er ingen som gidder når man uansett ikke får respons. Så det må være noen som klarer å drive det fram.	34
Appen må være veldig brukervennlig. Det er nr 1. Man må ha noen gode ambassadører - tidlige brukere	34
For å få til samkjøring må noen begynne og aktiviteten bli gradvis større. Min erfaring er at det ikke går av seg selv.	34
For lite tilbud - for få som vil	33

Vedlegg R. Uttalelse fra Steigen Eldreråd

Til

Kommunikasjonsnemnda/formannskap

Leinesfjord 03.04.2018

Uttalelse fra Steigen eldreråd vedrørende den administrative høringen knyttet til buss og båtruter i Nordland fylke.

Høringsfrist 17.april 2018.

Rute – 18-554 Nordfold- Laukvik-Nordfold.

Rute – 18-555 Alvenes –Nordfold -Leinesfjord- Alvenes.

Dette vil i praksis si, at det ikke er offentlig kommunikasjon (bussrute) når det er skoleferie/skolefri, det vil si sommerferie, vinterferie, høstferie, juleferie, og når skolen har planleggings dager.

Eldrerådet er på det sterkeste imot nedleggelse av de foran nevnte buss ruter i Steigen kommune. Det blir stadig flere eldre som er bosatt i disse områder, og som ikke kan kjøre eller disponere personbil.

Disse personene er avhengig av offentlig transport hele året, ikke bare de dager skolebussen kjører.

Eldrerådet tviler på at statistikken over passasjer antall er riktig, (se vedlegg) dette begrunnes med at det som billett maskinen i bussen registrerer som billett soner og ikke den enkeltes reiser mellom de forskjellige busstoppene.

Vi har fra tidligere et betydelig svekket drosjetilbud sør i Steigen. I de siste årene er det nedlagt 4 drosjer sør i Steigen, den siste 31.12.17.

Eldrerådet synes Nordland fylkeskommune har vært lite aktiv i arbeidet med å skaffe søkere til de ledige drosjekonsesjonene i Sør Steigen.

(Eldrerådet er forundret over at fylkeskommunen gir tillatelse til reklame av et tilbud om (skyssappen- SameWay), som skal henges opp i alle buss skur i Steigen og på Nex 1 og 2. Eldrerådet ser på dette som en useriøs oppfordring til person transport, i ekstreme tilfeller oppfordring til svart arbeid. Dette undergraver offentlig transport og svekker drosjenæringen.)

(Eldrerådet vil presisere at det er fylkeskommunen i Nordland som har ansvaret for den offentlige transporten i vårt fylke, og at transporten blir utført av godkjente aktører, og med godkjent materiell.)

Med hilsen
Steigen eldreråd

Kjell T. Arntsen
Leder