



Bacheloroppgave

SCM600 Logistikk

Fastpris i 07000 Bergen Taxi

Mads Kristiansen

Konrad Mikael Kokot

Morten Lygresten

Totalt antall sider inkludert forsiden: 50

Molde, 23. Mai 2018



Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

<i>Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:</i>		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgschooler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen §§14 og 15.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens retningslinjer for behandling av saker om fusk	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

Veileder: Berit Irene Helgheim

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven, §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Opgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Er oppgaven unntatt offentlighet?

ja nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. Jfr. Offl. §13/Fvl. §13)

Dato: 16.05.2018

Forord

Denne oppgaven setter punktum for bachelorstudiet Logistikk og Supply Chain Management ved Høgskolen i Molde. Gjennom valgfaget SCM600 Bacheloroppgave fikk vi mulighet til å skrive en oppgave som angår et tema som vi var svært interessert i å lære mer om, ettersom det både er samfunnsaktuelt og siden det har en direkte påvirkning på oss. Temaet for oppgaven er knyttet til offentlig transport, nærmere bestemt taxinæringen der vi har geografisk avgrenset oppgaven til taxinæringen i Bergen.

Arbeidet har underveis både vært tidkrevende og utfordrende, men også svært lærerikt ettersom vi har fått et dypere innblikk i hvordan næringen drives og hvordan den generelt blir sett på av samfunnet. Vi har også fått ny kunnskap og erfaring omkring prosessen ved det å skrive en slik oppgave, noe som vi tror at vi kan komme til å få bruk for enten ved senere studier, eller i arbeidslivet.

Vi vil rette en takk til vår Veileder, Berit Irene Helgheim ved Høgskolen i Molde, som kontinuerlig har kommet med veiledning til alle aspektene til vår oppgave. Videre vil vi rette en takk til 07000 Bergen Taxi, som gjennom samtaler har gitt oss svar på de spørsmål vi lurte på angående bedriften. Vi vil også rette en takk til alle som gjennomførte spørreundersøkelsene våre som er med på å danne datagrunnlaget for oppgaven.

Sammendrag

Den norske drosjenæringen har i senere år vært utsatt for hard kritikk grunnet at bransjen virker motvillig til å fornye seg. I et stadig mer digitalisert samfunn ser man at utviklingen er dynamisk og kravene fra forbrukerne blir stadig mer krevende. 07000 Bergen Taxi er et taxiselskap som viser at de ønsker å henge med i denne hektiske utviklingen. En av de nyeste trendene i forhold til persontransport, er at flere forbrukere ønsker å få prisen oppgitt på forhånd. Dette har 07000 Bergen taxi tatt tak i og lansert muligheten til å bestille fastpris på alle typer distanser der det skulle være ønskelig å benytte taxi.

Oppgavestrukturen starter med en kort innledning der man presenterer bakgrunn på hvorfor vi valgte dette temaet og videre presentasjon av vår valgte problemstilling og forskningsspørsmålene vi ønsker å benytte for å besvare vår problemstilling. I neste del har vi laget til en casebeskrivelse, som gir en god gjennomgang av 07000 Bergen Taxi som bedrift og hvordan drosjemarkedet er bygget opp i Bergen. Videre blir det presentert grunnleggende økonomiske teorier, vår metodikk, resultater som leder opp til avsluttende diskusjon og konklusjon av oppgaven.

Oppgaven belyser hvordan implementering av en fastprisordning har og kommer til å påvirke 07000 Bergen Taxi. Fastprisordningen muliggjør for bedre planlegging og koordinering av taxireiser, da man lettere kan budsjettere og kostnadsfordele om man vet prisen på forhånd. I forbindelse med datainnsamlingen, har denne vært separert. Dette grunnet at man ønsket å danne seg et bedre bilde av hvordan kundene og sjåfør/eiere føler om denne ordningen. Det at datainnsamlingen har vært separert til to forskjellige spørreundersøkelser, har gjort at man fått dannet et mer nøyaktig bilde over de forskjellige meningene og tankene rundt fastprisordningen er.

Et interessant moment i vår oppgave omhandler alder. Dette gjelder for begge datainnsamlingene, der et hovedtrekk er at eldre sjåfører og eiere har en tendens til å være mer skeptisk til innførsel av nye ordninger, og i forhold til forbrukerne at den eldre generasjonen ikke er så interessert i å benytte seg av nye produkter/ordninger. Et annet moment er at promoteringen rundt implementeringen av fastpris har vært svært svak. Dette har ført til at de spurte respondentene har blitt positivt overrasket over at tilbudet om fastpris eksisterer.

Innholdsfortegnelse

1.0	Innledning	1
1.1	Bakgrunn for valg av tema	1
1.2	Valg av problemstilling	1
1.3	Forskningsspørsmål	3
1.4	Avgrensning av oppgaven	3
2.0	Casebeskrivelse	4
2.1	07000 Bergen Taxi	4
2.1.1	Etablering i drosjemarkedet og konkurrenter til 07000 Bergen Taxi	5
2.1.2	Monopol/oligopol.....	6
2.2	Hva er fastpris	6
2.2.1	Fastpris og makspris.....	7
3.0	Teori	8
3.1	Grunnleggende økonomiske teorier	8
3.2	Markedsbarrierer	10
4.0	Metode	11
4.1	Valg av metode.....	11
4.2	Datainnsamling.....	11
4.3	Begrensinger ved spørreundersøkelse	13
5.0	Resultat	14
5.1	Demografiske resultater	14
5.2	Forskningsspørsmål 1	16
5.2.1	Forbrukere	16
5.2.2	Sjåfør/eiere	19
5.3	Forskningsspørsmål 2	25
6.0	Diskusjon	27
6.1	Introduksjon.....	27
6.2	Forskningsspørsmål 1	27
6.2.1	Kunde/forbruker	27
6.2.2	Sjåfør/eier	29
6.3	Forskningsspørsmål 2	31

7.0	Konklusjon.....	34
7.1	Konklusjon av problemstilling	34
8.0	Referanseliste.....	36
9.0	Vedlegg.....	38
9.1	Spørreundersøkelse – ansatte i 07000 Bergen Taxi	38
9.2	Spørreundersøkelse - forbrukere	40

Figurliste:

Figur 1: Organisasjonskart for 07000 Bergen Taxi.	4
Figur 2: Tilfeldig bestilling av tur med fastpris.	7
Figur 3: Enkel fremstilling av hvordan tilbud og etterspørsel henger sammen.	9
Figur 4: Antall bosatte personer i alderen 17 år og eldre, etter bruttoinntektsintervall.	10
Figur 5: Andel med tilgang til smarttelefon, fordelt på alder i prosent.....	10
Figur 6: Demografi – kunde.....	15
Figur 7: Demografi - sjåfør/eier	15
Figur 8: Hvor viktig er prisen - kjønn og aldersperspektiv.....	16
Figur 9: Grunnen til å ta taxi.	17
Figur 10: Tatt taxi oftere om de hadde visst prisen på forhånd.	18
Figur 11: Svarfordelingen fra spørsmål 7 brukerundersøkelse.	18
Figur 12: Fordeling om en rettferdig fastpris opp mot å ta taxi oftere.....	19
Figur 13: For eller imot fastpris og antall år i næringen.	20
Figur 14: Sjåfør/ eier og for eller imot fastpris.	20
Figur 15: Sjåfør/eier mot lavere fastpris	21
Figur 16: For eller imot fastpris mot lavere fastpris.	21
Figur 17: Sjåfør/eier mot avvik.....	22
Figur 18: For eller imot fastpris opp mot flere turer generert.	23
Figur 19: Sjåfør/eier opp mot en lønnsøkning eller reduksjon.	24
Figur 20: Lavere fastpris og flere fastpristurer.	24
Figur 21: Kjønn og alder opp mot forpliktelse for å bruke fastpris.	25
Figur 22: Alder og hvor lett det er å bestille fastpris.	26
Figur 23: Aldersgrupper ifht. fastpris.....	26

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Ved valg av tema har vi stått fritt til å velge fagområde, tematikk og problemstilling. Etter lengre diskusjoner kom vi frem til at vi ville se på et tema som “alle” har en formening om, taxinæringen. Taxinæringen har hatt et rykte på seg for å være gammeldags og ikke være imøtekommende for nye innovative løsninger som ville drevet bransjen fremover. Vi har selv opplevd, både i Molde og i andre Norske byer, at det å ta taxi kan være dyrt. Samtidig har ikke næringen hatt teknologiske løsninger som har gjort det enklere å bestille og betale, som har gjort totalopplevelsen dårligere enn hva den kunne vært.

I dagens digitaliserte samfunn er det ikke mye som skal til før man ikke tilfredsstiller de stadig mer krevende forventningene som forbrukerne innehar. For å kunne fortsette å være samfunnsaktuell, samt møte kravene til forbrukermarkedet, er det nødvendig med lettvinte og smarte løsninger. Taxinæringen har lenge vært i hardt vær for å holde på sine tradisjonelle metoder samtidig som de har opprettholdt høye priser (Bie, 2016). Vi ønsker derfor å se nærmere på 07000 Bergen Taxi og hvordan de tar for seg fremtiden i en presset bransje, ved å innføre en fastprisordning. Grunnet stor konkurranse fra flere aktører og andre næringer er viktigheten av lavere priser blitt viktigere for å vinne kundesegment fra konkurrentene. Fastpris gir ikke nødvendigvis en lavere pris, men gir økt forutsigbarhet for kundene. 07000 Bergen Taxi er et Taxiselskap som er lokalisert i Bergen, som har vist at de ønsker å ta inn og prøve ut de nye digitale løsningene ved å være en av de første aktørene som tar i bruk et fastprissystem.

1.2 Valg av problemstilling

Taxinæringen i Bergen består av flere aktører av forskjellig størrelse, samtidig som den er under et kontinuerlig press fra andre typer offentlig transport og press fra samfunnet for å fornye seg selv. Det blir stadig mer fokus på “grønn transport” i form av buss og bybane, og det bevilges stadig støtte til slike transportformer. Formålet er at de skal bli mer attraktive for

at folk skal benytte seg av disse fremfor å bruke sine private kjøretøy. Det virker derimot som at det bevilges lite støtte til taxinæringen, men at samfunnet krever at de skal følge samme samfunnsutvikling innenfor teknologi og grønne transportmetoder.

Som tidligere skrevet har 07000 Bergen Taxi tatt grep på å fornye seg gjennom å benytte seg av fastpris gjennom applikasjons-bestilling. Oppgavens fokus vil derfor være å undersøke hvordan implementeringen av fastpris påvirker både produsenter og konsumenter i taxinæringen, hvor hovedfokuset rettes mot taxinæringen spesielt. Hensikten med dette er å danne et bilde av en næring under press, samtidig som vi er interessert i å finne ut av hvordan en slik ordning har innvirkning på en slik bransje og dens kunder. Vi ønsker også å finne ut av hvor utbredt ordningen er og hvor mange som vet om den og ikke minst benytter seg av den.

Yin (2014, s.29) presenterer viktigheten av å ha problemstilling og forskningsspørsmål knyttet opp temaet man har valgt å fordypet seg i, samtidig som det er viktig å definere spørsmål i form av hvorfor og hvordan vil gi et godt utgangspunkt ved gjennomførelsen av en studie av tilsvarende grad vi gjør.

Vi har derfor valgt å formulere følgende problemstilling for oppgaven:

Hvordan har innføringen av fastpris vært, og hvordan kommer fastpris til å påvirke 07000 Bergen Taxi?

Oppgaven har som hovedmål å se på hvordan innføringen av fastprisordningen har påvirket 07000 Bergen Taxi og hvordan den vil gjøre det i fremtiden, hvor det fokuseres på både 07000 Bergen Taxi som bedrift, og dens kunder. For å få svar på problemstillingen, har vi laget to forskjellige spørreundersøkelser som vil kartlegge kundenes og sjåførereiere i 07000 Bergen Taxi sin oppfatning til ordningen, og hvordan de stiller seg til den i fremtiden.

1.3 Forskningsspørsmål

For å kunne svare på problemstillingen på en tilfredsstillende måte, har vi definert ulike forskningsspørsmål som vil rette søkelys på nærliggende temaer omkring problemstillingen som vi ønsker å undersøke nærmere.

1. Hvordan vil fastpris påvirke både forbruker og sjåfør/eier?
2. Hvor stor andel av markedet blir dekket av dagens bestillingsløsning for fastpris?

1.4 Avgrensing av oppgaven

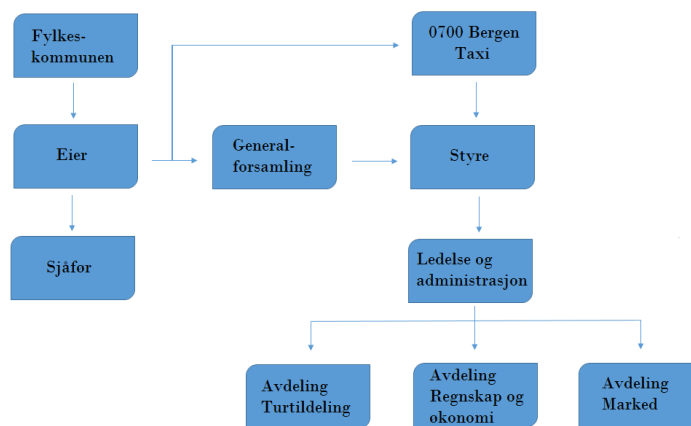
Med tematikken som vi valgte for denne oppgaven, kunne vi valgt et bredt utgangspunkt for både problemstilling og forskningsspørsmål der vi kunne tatt utgangspunkt i en hel taxinæring. Dette hadde blitt svært komplekst og tidkrevende, og mtp. at vi skriver en bacheloroppgave hadde ikke dette vært hensiktsmessig å gjøre. Vi valgte derfor å innskrenke det geografiske området til oppgaven til å omhandle Bergen og taxinæringen innad. Videre valgte vi å fokusere på kun et taxiselskap, siden oppgaven kunne blitt for kompleks hadde vi fokusert på næringen som en helhet.

2.0 Casebeskrivelse

I denne delen av oppgaven vil det presenteres de nærliggende temaene som ligger omkring implementering av fastpris i et taxiselskap. Først 07000 Bergen Taxi som bedrift, en oversikt over hvordan taxinæringen er utbrodert i Bergen, og hvilke faktorer som har en innvirkning på næringen. Dette gjøres for å forsikre om at våre lesere på en enkel måte skal klare å sette seg inn i situasjonen og forstå problemstillingen vår.

2.1 07000 Bergen Taxi

“Den 20. januar 1915 møttes 16 drosjeeiere i et lokale i Øysteins gate. Formålet var å starte en forening for å ivareta felles interesser. Navnet ble: Bergens Automobilvognmandsforening” (Ertresvaag, Gjerstad, 2015). Dette markerte starten for det som i dag er 07000 Bergen taxi. 07000 Bergen taxi er i dag en av Norges største taxisentraler, med en bilpark på rundt 400 taxier og rundt 1100 sjåførere og eiere til sin disposisjon (07000 Bergen Taxi, 2017). 07000 Bergen Taxi er et aksjeselskap, hvor selskapet er bygget opp av drosjeeiere som har fått tildelt løyve fra fylkeskommunen.



Figur 1 representerer selskapsoppbyggingen av 07000 Bergen Taxi. Som nevnt over er sentralen bygget opp av drosjeeiere som har fått tildelt drosjeløyve av fylkeskommunen. I figuren har vi gjort en forkortelse fra “Drosjeeier” til “eier”. Videre av modellen ser vi at

Figur 1: Organisasjonskart for 07000 Bergen Taxi.

eierne utgjør generalforsamling der det velges et styre. Styret består av valgte eiere som skal representere samtlige drosjeeiere ved beslutninger og vedtak som fattes i det daglige (Sivertsen, 2018). Med styret som den utøvende beslutningsanstalt har man da ansatt en ledelse og administrasjon for å kunne administrativt drifte 07000 Bergen Taxi. De ulike oppgavene strekker seg fra å dele inn taxiturer til taxier, regnskap og økonomi, samt at markedsavdelingen tar seg av markedsstrategier og markedsanalyse. Dette er illustrert ved de tre avdelingene under Ledelse og administrasjon i figur 1.

Organisasjonskartet viser hvordan det fungerer innad i Bergen taxi, men organisasjonskartet kan også brukes til å forstå andre drosjeselskaper, da organisasjonsstrukturen er relativt lik hos de fleste selskaper. Unntaket er Taxi 1, der det er hovedsakelig én eier, som har fått tildelt x-antall løyver som eieren da ansetter sjåfører til å drifte. Denne typen selskapsoppbygging tilhører sjeldenhetene, men vi ønsker å nevne dette for å bedre den generelle forståelsen av de forskjellige oppbyggingene i de forskjellige taxiselskapene (Sivertsen, 2018).

2.1.1 Etablering i drosjemarkedet og konkurrenter til 07000 Bergen Taxi

For kjøreområdet i Bergen er det Hordaland fylkeskommune som har ansvaret for å dele ut løyver og konsesjon for oppstart av nye drosjesentraler. For å kunne få tildelt løyve eller etablere en drosjesentral, må man gå igjennom en omfattende søknadsprosess til Hordaland fylkeskommune. “Dei som vil drive med persontransport mot vederlag, må søkje Hordaland fylkeskommune om løyve” (Hordaland fylkeskommune, u.å). Tildeling av løyver er basert på ansiennitet og dette definerer søker-køen for tildeling av løyve. Det er ingen fastsatt ansiennitet for tildeling av løyve, men typisk ansiennitet for tildeling av løyve i Bergen taxi ligger på 10 år og oppover. Man må da ha jobbet fulltidsstilling i minimum 10 år for å kunne være kvalifisert.

For å kunne etablere en drosjesentral, må man også gå igjennom en del sjekkpunkt som finnes i drosjereglementet for Bergen Kjøreområde. (Hordaland Fylkeskommune, 2017).

Per dags dato (20.04.2018) finnes det 6 forskjellige drosjesentraler i Bergen. Disse er som følger:

- 07000 Bergen Taxi
- Norges Taxi (**Konkurrent**)
- Taxi 1 (**Konkurrent**)
- A-Taxi (**Konkurrent**)
- Bergen Airport Taxi (**Konkurrent**)
- Christiania Taxi avd. Bergen. (**Konkurrent**)

07000 Bergen Taxi har da fem lovlig definerte konkurrenter. Det finnes også konkurrenter som ikke er lovlig registrert og disse går under betegnelsen: “Pirattaxi”. Siden “Pirattaxier” ikke er fokus for denne oppgaven, kommer vi ikke til å utbrodere mye om denne gruppen.

2.1.2 Monopol/oligopol

Hordaland fylkeskommune har monopol på tildeling av både drosjeløyver og konsesjon for å etablere taxisentraler. Selv om Hordaland fylkeskommune har monopol på løyver kan man definere taximarkedet i Bergen som et oligopol. Et oligopol er et marked med få tilbydere (Stoltz, 2018). Markedet preges av høye inngangsbarrierer, ved at man må tilfredsstill fylkeskommunens krav om tildeling av løyver (Hordaland fylkeskommune, 2018).

2.2 Hva er fastpris

Fastpris er en forhåndsavtalt pris mellom en som tilbyr en tjeneste og kunden som ønsker å benytte tilbudet. “Fastpris er en forhåndsavtale mellom en tjenestetilbyder og kunde” (Sivertsen, 2018).

07000 Bergen Taxi har lagt ut en oppskrift på hvordan man kan bestille en tur med en fastpris på sine nettsider. De har også promotert med hvordan man bestiller fastpris på Facebook-siden sin. Per i dag så er det kun via mobilapplikasjonen til 07000 Bergen Taxi man kan bestille fastpris.

For Bergen taxi fungerer det slik at man får muligheten til å avtale fastpris, gjennom 07000-applikasjonen. Dette fungerer med at applikasjonen registrerer din geografiske posisjon, eller ønsket hentepunkt, og at man selv taster inn ønsket endested. I figur 2 har vi tatt et skjermbilde av hvordan en tilfeldig bestilling av fastpris kan se ut:



Figur 2: Tilfeldig bestilling av tur med fastpris.

Fordelen med fastpris er at taxituren blir mer forutsigbar. Man vet prisen på forhånd og kan da lettere planlegge reisen. Fastpris gir et godt grunnlag for bedre logistikk-løsninger ettersom fastpris gir muligheten til å kunne drive langsiktig planlegging. Fastprisen som gis blir beregnet av en algoritme som involverer Google sitt kart for ruteplanlegging og gitte priser satt av 07000 Bergen taxi.

2.2.1 Fastpris og makspris

Forskjellen på fastpris og makspris er: Fastpris er en pris som er forhåndsavtalt via applikasjonen, mens makspris er noe man avtaler direkte med drosjesjåføren når man setter seg inn i taxien. Makspris kan settes som en øvre grense, slik at kunden ikke betaler mer enn den satte prisen. Makspris kan da fungere som en variant av "fastpris". Den største forskjellen er om man setter en makspris på 700,- Kr og taksameteret bare teller til 650,-Kr, betaler kunden det pålydende beløpet som står på taksameteret, som da i dette tilfellet er 650,-Kr. Hadde man avtalt en fastpris på kr 700,- Kr måtte kunden uavhengig betalt det fulle beløpet på kr 700,-.

3.0 Teori

Teorikapittelets oppgave er å fremme de teoriene som er hensiktsmessige for problemstillingen og oppgaven som helhet. Dette er teorier som belyser det økonomiske aspektet ved oppgaven, som er nødvendig for at problemstillingen skal bli besvart på best mulig måte.

3.1 Grunnleggende økonomiske teorier

I forhold til å kunne løse vår oppgave på best mulig måte, velger vi å ta inn noen grunnleggende økonomiske teorier for å kunne bedre forstå hvordan vi skal tolke dataene. De forskjellige grunnleggende teoriene vi ønsker å belyse er: Teori om mikroøkonomi, konsumentteori, produksjonsteori og markedsteori.

I mikroøkonomisk teori forklarer Stoltz (2014) at mikroøkonomi er en del av samfunnsøkonomien. Samfunnsøkonomien tar for seg de beslutningene og problemene et individ/konsument har, eller problemene innenfor et foretak/en produsent. Mikroøkonomisk teori er bygget på individets preferanser, nyttemaksimering og bedriftens profittmaksimering. I forhold til vår oppgave deles mikroøkonomisk teori opp i tre deler: konsumentteori, produksjonsteori og markedsteori.

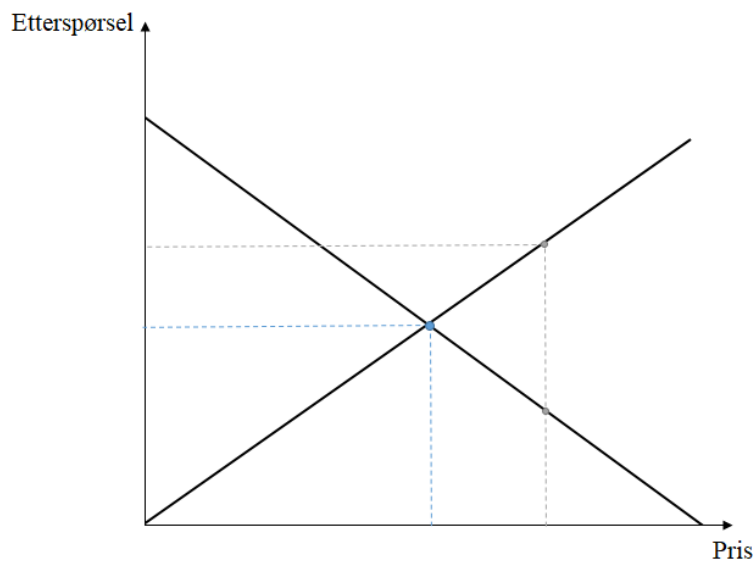
I konsumentteorien blir konsumentens etterspørsel av varer og tjenester studert, samt hvordan den enkelte konsument bestemmer seg for sitt tilbud (Hansen, 2006). Sett i forhold til vår oppgave er det konsumenten/kunden som benytter seg av taxien. Vi ser på hvordan den enkelte konsument blir påvirket av prisen på taxituren, enten med eller uten fastpris, og om en høyere fastpris er mer ettertraktet enn en variabel taksameterpris.

Produksjonsteori tar for seg hvordan produsenten bestemmer sitt tilbud av varer/tjenester og produsenten sin etterspørsel etter innsatsfaktorer (Hansen 2006).

Opgaven ser vi på taxinæringen og hvordan den blir påvirket av fastpris. Hvordan man kan sammenligne næringens fortjeneste med en variabel taksameterpris sammenlignet med en fastpris.

I markedsteori forklarer Hansen (2006) at man studerer hva som “skjer” i markedet. Det er også viktig å definere hvilken type marked man skal analysere. Den markedstypen som passer best til denne vår oppgaven, er tjenestemarked. I et tjenestemarked ser man på møtetpunktet mellom etterspørselen fra konsumentene og tilbudet til produsentene. Man kan derfor definere taxinæringen som et tjenestemarked.

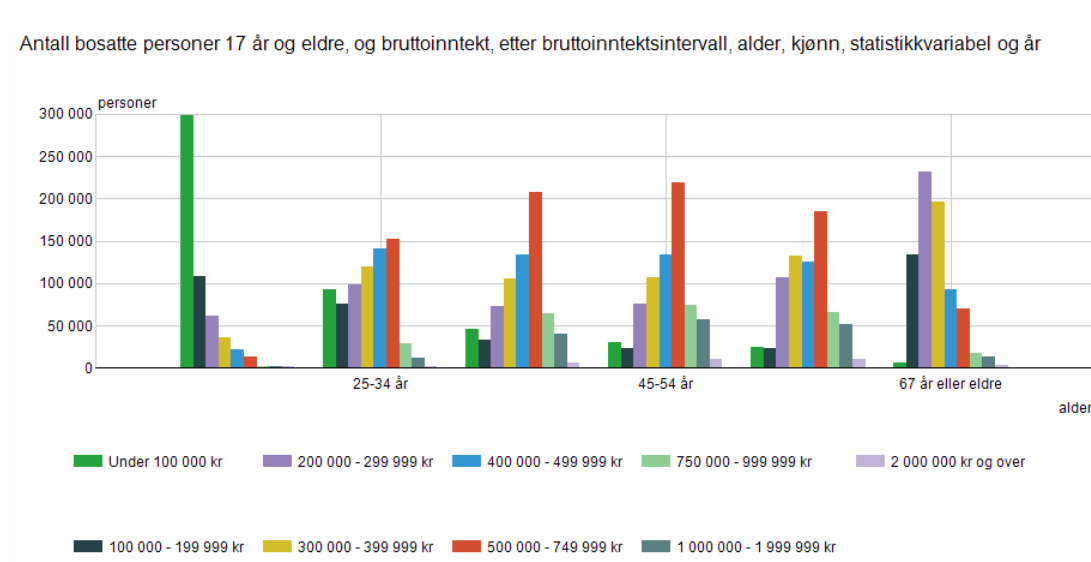
Figur 3 viser hvor optimum for både konsument og produsent er. Reduseres prisen vil man få et skifte i etterspørselen, som tilsier at etterspørselen blir høyere i takt med prisredueringen.



Figur 3: Enkel fremstilling av hvordan tilbud og etterspørsel henger sammen.

3.2 Markedsbarrierer

I dagens marked foreligger kan det foreligge barrierer for forbrukerne, i forhold til det å bestille fastpris gjennom applikasjonen til 07000 Bergen Taxi, eller at produktet blir for dyrt. Det legges derfor ved to figurer: Figur 4, som etter alder viser inntektsfordeling, og figur 5, som viser andel som har tilgang på smarttelefon fordelt etter alder og årstall. Disse figurene vil stå sentrale i forhold til våre forskningsspørsmål.



Figur 4: Antall bosatte personer i alderen 17 år og eldre, etter bruttoinntektsintervall.

Alder	2012	2013	2014	2015	2016
9-12 år	51	68	77	68	80
13-15 år	77	92	94	97	94
16-19 år	86	95	97	95	98
20-24 år	84	93	95	99	97
25-44 år	73	86	92	95	97
45-66 år	47	68	75	83	89
67-79 år	10	24	31	46	60
Alle (9-79 år)	57	73	80	85	89

Figur 5: Andel med tilgang til smarttelefon, fordelt på alder i prosent.

4.0 Metode

4.1 Valg av metode

For å kunne svare på problemstillingen vår, var det viktig at metodikken i oppgaven rettet fokus mot nevnte problemstilling og de omkringliggende temaene som oppgaven belyser. Innenfor metode skiller vi mellom både kvalitative og kvantitative metoder. Dahlum (2015) beskriver at en kvalitativ metode er en dypere analyse/metode av det enkelte individ. I en kvalitativ analyse finnes vi ut av hvorfor individet gjør denne handlingen, tankene bak denne handlingen osv. Videre beskriver Dahlum (2017) at en kvantitativ analyse/metode, er en undersøkelse som analyserer et stort antall observasjoner.

Videre valgte vi å bruke kvantitativ metode. Dette var fordi vi ønsket å finne ut hva samfunnet som en helhet, derav forbruker og sjåfør/eier, så på hvordan fastpris påvirket og vil påvirke taxinæringen i fremtiden.

4.2 Datainnsamling

For å kunne svare på problemstillingen vår, ble det tidlig klart at vi trengte data både fra sjåførere/eiere i 07000 Bergen Taxi og deres forbrukere. Vi tok direkte kontakt med 07000 Bergen Taxi i håp om å få datainnsamling fra applikasjonen deres som ville gi svar på hvor mange som hadde bestilt tur med fastpris, hvor disse turene gikk og om implementeringen av fastpris hadde gitt økt antall turer for selskapet.

Etter samtale med 07000 Bergen Taxi fikk vi svært lite beskrivende data. Den dataen vi fikk tilgang til var enkel i forhold til de spørsmålene vi hadde. 07000 Bergen Taxi hadde de ingen oversikt over hvor turene hadde gått, eller om fastpris hadde gitt en generell økning i antall turer for selskapet. Den eneste informasjonen vi fikk, var at 15-20% av alle nåværende bestilte taxiturer er bestilt via applikasjonen til 07000 Bergen Taxi, hvor taxiturer med fastpris utgjorde 15% av dem. Dette utgjør ca. 45 000-60 000 fastpristurer i løpet av et år av de totale 2 000 000 taxiturene 07000 Bergen Taxi gjennomfører i løpet av et år (07000 Bergen Taxi, u.å). Selv om tallene ga oss svar på ca. hvor mange turer som ble gjennomført med fastpris, ga det ikke en klar indikator på hvilken innvirkning ordningen har hatt på 07000 Bergen Taxi. For å få svar på problemstillingen og forskningsspørsmålene, måtte vi derfor ta utgangspunkt i de spørreundersøkelsene vi lagde pga. manglende data fra 07000 Bergen Taxi.

All data fra sjåførere/eiere og forbrukere ble samlet inn hovedsakelig gjennom elektroniske spørreundersøkelser, som ble delt ved link via internett. Det ble også gjennomført et fåtall av manuelle undersøkelser, der svarene i ettertid ble lagt inn i Questback for å få en samlet datamengde. De manuelle undersøkelsene ble hovedsakelig distribuert til den eldre kundegruppen, 66+, da det var vanskelig å nå ut til denne gruppen via internett. Denne gruppen fikk gjennomgang av spørreundersøkelsen, da enkelte opplevde det som vanskelig å forstå spørsmålene. Alle som gjennomførte spørreundersøkelsene elektronisk fikk muligheten til å kontakte oss direkte hvis de hadde spørsmål knyttet opp til undersøkelsen, noe som ingen valgte å benytte seg av.

Vi lagde to separate spørreundersøkelser, en for de ansatte i 07000 Bergen Taxi og en for forbrukerne. Spørreundersøkelsene ble gjennomført fra 19.02 til 23.03. Spørreundersøkelsen som forbrukerne gjennomførte, var utformet med den hensikt å finne ut av i hvor stor grad personer visste om muligheten til å bestille fastpris, og om de var positive eller negative til ordningen. Dette ble gjort for å finne ut hvordan fastpris påvirket dem og hvilke barrierer som lå til grunn med dagens bestillingsløsning. Vi ønsket også å finne ut hvem disse personene var mtp. alder, kjønn, hvor de bodde og hvor ofte de tar taxi til vanlig. Dette for å kartlegge hvem som allerede benytter seg av ordningen, og hvem som i fremtiden kunne vært interessert i å benytte seg av fastprisordningen.

Et opplevd moment med spørreundersøkelsen, var antall svar vi fikk. Før utsendelsen av spørreundersøkelsen var målet vårt å få et representativt utvalg av Bergens befolkning til å gjennomføre spørreundersøkelsen. Vi innså tidlig at å få et representativt antall fra Norges nest største by med et innbyggertall på nærmere 280 000 (SSB,2017), ville være utfordrende. Ønsket antall respondenter hadde vært å få opp imot 200 respondenter, noe som ikke utgjør mye i den store sammenheng men gir en indikator på hvordan folk oppfatter fastprisordningen. Når vi fikk 73 svar på forbrukerundersøkelsen, trodde vi at det ville bli vanskelig å få frem hvordan Bergens befolkning stilte seg til ordningen. Men etter en samtale med vår veileder Berit Irene Helgheim, fikk vi vite at alt over 20 svar ville være godt nok for oppgaven vår. Som Amundsen (2013) påpeker, blir det stadig mer vanskelig til å få folk til å svare på spørreundersøkelser, som kan antyde at de resultatene vi har fått kan være skjevfordelte og i verste fall feil. På tross av dette, mener vi at spørreundersøkelsen kan til en viss grad regnes som representativ for taxibrukerne i Bergen.

Som tidligere nevnt, består 07000 Bergen Taxi av omkring 1100 sjåførere og eiere som ivaretar den operative driften (07000 Bergen Taxi, 2017). Vi ønsket derfor på forhånd at minst 5 % av disse skulle gjennomføre spørreundersøkelsen vi hadde laget til dem, som tilsvarer at minst 55 sjåførere og eiere ville gjennomføre undersøkelsen. Med 87 besvarelser vil vi si at denne spørreundersøkelsen kan regnes som representativ, og vi er fornøyd med å oppnå et høyere mål enn 5 %, da vi fikk 7,9 % responsrate.

4.3 Begrensinger ved spørreundersøkelse

Spørreundersøkelsene vi har distribuert har stått til våre forventninger og har vært med å danne et godt bilde av hvordan forbrukere og sjåførere stiller seg til gjeldene fastprisordning.

I enhver undersøkelse vil det alltid finnes respondenter som gjerne ikke forstår de stilte spørsmål. Det har vært utført en grundig gjennomgang av samtlige svar produsert av spørreundersøkelsene og man har klart å identifisere de svarene som ikke var brukbare til vår oppgave. Dette har gjort at man får et mer ryddig og oversiktlig bilde av hvordan respondentene oppfatter gjeldene fastprisordning.

Et annet moment er aldersgruppen 18-39. Denne gruppen kunne gjerne vært delt i to separate aldersgrupper, slik at resultatene kunne blitt enda mer nøyaktig.

Med totalt antall respondenter på 160, hadde det vært optimalt med en 50/50 fordeling mellom kvinner og menn. Det er vanskelig å kontrollere hvem som svarer på en spørreundersøkelse og i forhold til denne spørreundersøkelsen kunne fordelingen gjerne vært nærmere den optimale 50/50 fordelingen.

5.0 Resultat

I dette kapittelet, vil vi presentere de resultatene vi fikk ut i fra de spørreundersøkelsene som ble gjennomført. Det vil bli presentert resultater både fra innledende spørsmål i begge spørreundersøkelser, men også resultater fra da vi krysset flere spørsmål med hverandre knyttet opp imot de forskjellige forskningsspørsmålene vi forfattet i kapittel 1.1.3.

“Fordi forskningsprosjekter baseres på bestemte befolkningsgrupper, bør du bruke demografiske spørreundersøkelser til å bekrefte at du har identifisert riktig målgruppe.” (SurveyMonkey, u.å). Som SurveyMonkey forteller, så er det veldig viktig å foreta en demografisk undersøkelse. Dette har vi gjort i form av å stille respondentene henholdsvis tre og fire innledende spørsmål, som gir oss en oversikt over hvem respondentene er. For at resultatene skal komme frem på en oversiktlig måte, har vi delt de inn tabeller etter hvilken undersøkelse de tilhører.

5.1 Demografiske resultater

I undersøkelsene ønsket vi å tidlig kartlegge hvem som gjennomførte de to undersøkelsene våre. Vi stilte derfor spørsmål som skulle kartlegge alder og kjønn i begge spørreundersøkelser, før kundeundersøkelsen skulle kartlegge hvor i Bergen forbrukerne bodde. Ansattundersøkelsen fokuserte videre på å kartlegge arbeidserfaringen til de ansatte og om de var sjåførere eller eiere i 07000 Bergen Taxi.

Figur 6 presenterer de resultatene fra kundeundersøkelsen. Som tabellen viser er det flere skjevfordelinger. Den første fordelingen som er noe skjev er andelen av kvinner og menn som har gjennomført undersøkelsen. Totalt sett er det en andel på 67% menn og 33% kvinner. Videre bærer også aldersgruppene preg av en skjevfordeling. Hele av 54,8% av respondentene er innenfor aldersgruppen 18-39, fulgt av 31,5% innenfor 40-65 og til slutt bare 13,7% av respondentene som er 66+.

Til slutt ønsket man å finne ut av hvor respondentene bodde i Bergen, og som tabellen viser var nesten 50% av respondentene lokalisert i Bergen sør, mens på den andre siden var det bare 2 respondenter som var fra Bergen øst.

Demografi: kunde								
	Alder			Bosted				
	18-39	40-65	66+	Nord	Øst	Vest	Sør	Sentrum
Mann	35	14	5	11	0	3	27	8
Kvinne	5	9	5	5	2	3	9	5
Totalt antall respondenter: 73								

Figur 6: Demografi – kunde

Den neste tabellen, figur 7, omhandler de ansatte i 07000 Bergen Taxi. Det var ønskelig å finne ut av alder, kjønn, arbeidserfaring og om respondentene var sjåfør eller eier. Som tabellen viser er det en stor skjevfordeling mellom kvinner og menn i bedriften. Hele 92% av respondentene viste seg å være menn, men etter å ha snakket med ansatte i 07000 Bergen Taxi har vi fått inntrykk av at det er vesentlig flere menn enn kvinner som er sjåfører og eiere i firmaet.

Aldersfordelingen blant de ansatte er relativt jevnt fordelt, selv om det er en viss overvekt av ansatte som befinner seg i aldersaspektet mellom 30 og 49 år. Videre ble det spurt om hvor lang arbeidserfaring respondentene hadde i 07000 Bergen Taxi. Som tabellen viser var det en relativt jevn fordeling av antall år de ansatte hadde jobbet i bedriften, selv om den trenden viser at respondentene hadde arbeidet lengre enn fem år i bedriften.

Avslutningsvis presenterer tabellen om respondentene er sjåfører eller eiere. Her er det en klar overvekt av sjåfører i forhold til eiere, noe som kan forsvares ettersom 07000 Bergen Taxi består av flere sjåfører enn eiere.

Demografi: sjåfør/eier									
	Alder			Årserfaring				Sjåfør eller eier	
	20-29	30-49	50+	<5 år	5-10 år	10-20 år	>20 år	Sjåfør	Eier
Mann	19	35	26	14	19	23	24	57	23
Kvinne	0	4	3	0	1	3	3	4	3
Totalt antall respondenter: 87									

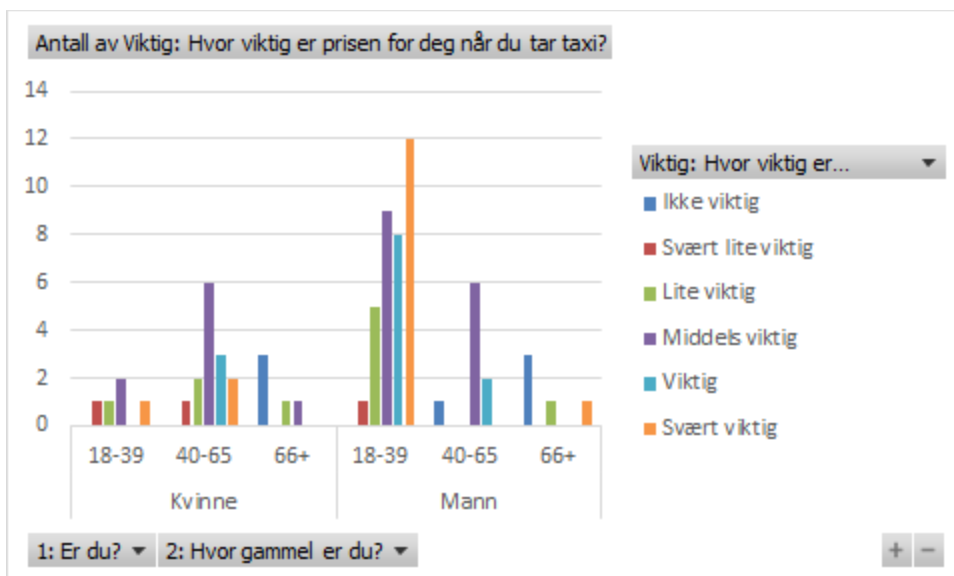
Figur 7: Demografi - sjåfør/eier

5.2 Forskningsspørsmål 1

I dette underkapittelet vil det presenteres de resultatene vi har fått, hvor relevante spørsmål, i forhold til forskningsspørsmål 1, har blitt kryssset opp mot hverandre. For å gjennomføre kryssningen, brukte vi pivottabell for å analysere de dataene vi fikk ut i fra spørreundersøkelsene, som videre ble satt inn i diagrammer for å få en visuell fremstilling av resultatene. Siden forskningsspørsmålet er todelt, er resultatene delt inn under sine respektive spørreundersøkelser.

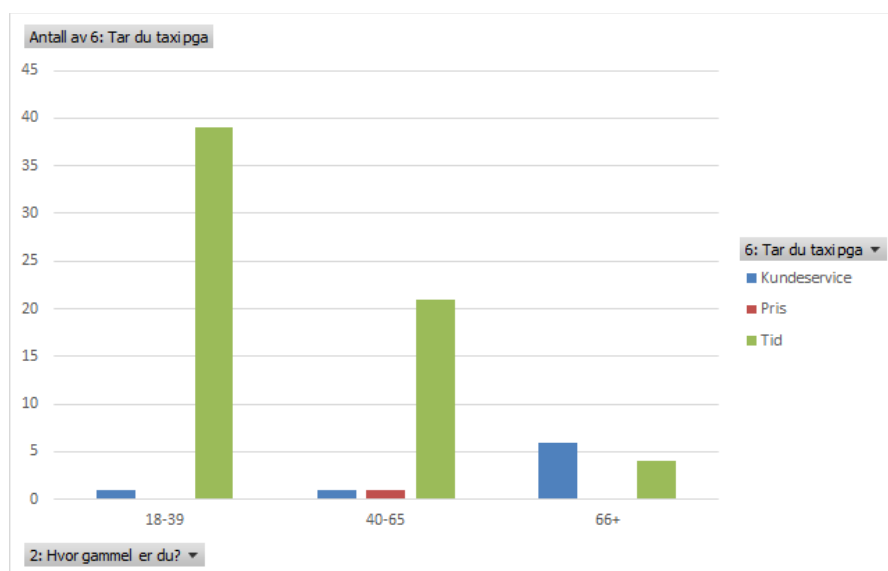
5.2.1 Forbrukere

Vi ville finne ut om hvor viktig prisen er for våre respondenter, og vi kategoriserte det inn i seks kategorier fra “ikke viktig” til “svært viktig”. Vi valgte å se på dette spørsmålet i lys av alders- og kjønnssegmentet. Figur 8 viser at fordelingen av kvinnelige og mannlige respondenter er litt skeivt fordelt, men fortsatt gir dette oss et representativt resultat til vår oppgave. Det kommer frem at aldersgruppen 18-39 er mer opptatt av prisen enn de to andre aldersgruppene, hvor mennene synes at prisen er mer viktig enn kvinnene. I aldersgruppene 40-65 og 66+, er de gruppene som er minst opptatt av pris.



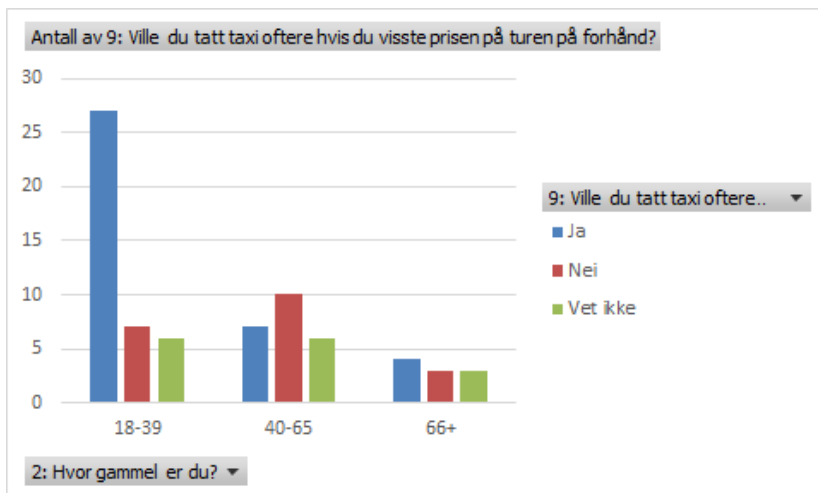
Figur 8: Hvor viktig er prisen - kjønn og aldersperspektiv.

Et viktig spørsmål var hvorfor forbrukerne tar taxi. Der hadde de tre alternativer å velge mellom: kundeservice, pris og tid. Om man ser på alle respondentene samtidig, viser fordelingen at den kategorien som de fleste av våre respondenter har valgt med hele 88%, er tid. Ut i fra figur 9 er tid er en kategori som dominerer i alle utenom den siste aldersgruppen. I denne aldersgruppen har vi en 60/40 fordeling. Der 60% av respondentene har svart at kundeservice er den viktigste grunnen til at de tar taxi. Og de resterende 40% av respondentene mener at tid er den viktigste grunnen til at de tar taxi. Ser man på det totale så er kundeservice den nest største grunnen til at våre respondenter tar taxi med 11% av de totale svarene. Videre er den kategorien som har fått minst svar, med 1% av svarene, er pris.



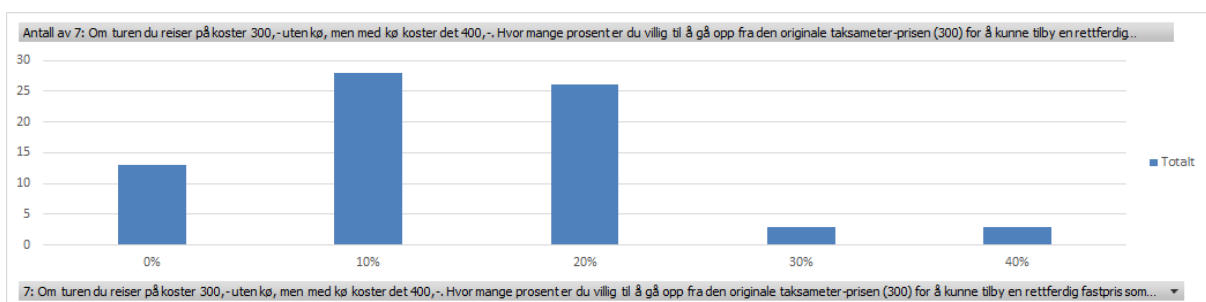
Figur 9: Grunnen til å ta taxi.

Figur 10 viser at de tre aldersgruppene, har tre forskjellige synspunkt på spørsmålet. Aldersgruppen 18-39 vil ta mer taxi, om de hadde visst turen på forhånd, deretter så er det aldersgruppen 40-65 som sier at det ikke ville ha hatt noen påvirkning på dem, om de visste prisen på forhånd. Til slutt er det aldersgruppen 66+ som er usikre på om de ville tatt oftere taxi hvis de hadde visst prisen på forhånd. Totalt sett er det 52% av våre respondenter som ville ha tatt taxi oftere om de hadde visst prisen på forhånd.



Figur 10: Tatt taxi oftere om de hadde visst prisen på forhånd.

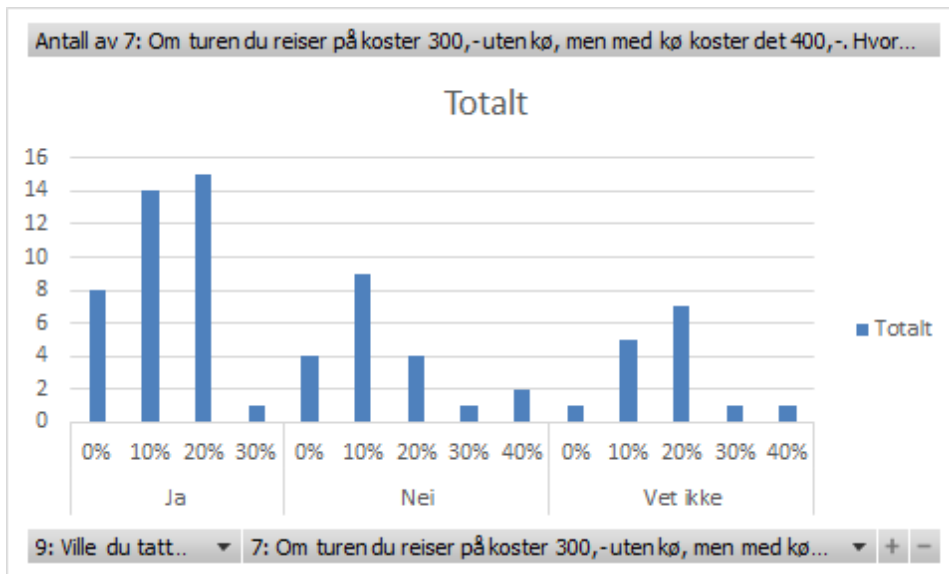
Spørsmål 7 i kundeundersøkelsen handler om hvor stor prosentvis økning respondentene ville akseptere fra den originale taksameter-prisen, for å kunne tilby en rettferdig fastpris. Det var fem svaralternativ som går fra 0% økning, opp til en 40% økning av ordinær taksameterpris. Figur 11 viser at de fleste respondenter kan akseptere en 10% eller 20% økning av ordinær taksameterpris. Videre svarte 38% av våre respondenter at de kunne ha akseptert en 10% økning, og 36% av våre respondenter kan akseptere en 20% økning. 18% av respondentene ville ikke akseptere en økning i fastprisen, i forhold til taksameterprisen. Figur 11 viser at det er svært få som er villige til å akseptere mer enn en 20% økning i fra taksameterprisen med kun 8% av respondentene.



Figur 11: Svarfordelingen fra spørsmål 7 brukerundersøkelse.

Deretter ble resultatene fra figur 10 og figur 11 sammenlignet, som er vist i figur 12. Der ser man en sammenheng mellom om respondentene ville ha tatt mer taxi om de visste prisen på forhånd, og om hvilken prosentvis økning fra taksameterprisen de kunne ha akseptert. De som svarte at de ville ha tatt mer taxi om de visste prisen på forhånd, ville akseptert en fastpris mellom 0-20%. De som svarte nei, kunne ha akseptert en fastpris som var rundt 10% økning fra taksameterprisen. Man ser også at de som ikke vet om de ville ha tatt mer taxi om de visste

prisen på forhånd ville ha akseptert en fastpris som var en 10-20% prosent økning fra taksameterprisen. Det er kun de som ikke vet og de som mener de ikke ville ha tatt mer taxi om de visste prisen på forhånd, som kunne ha akseptert en 40% økning fra taksameterprisen.

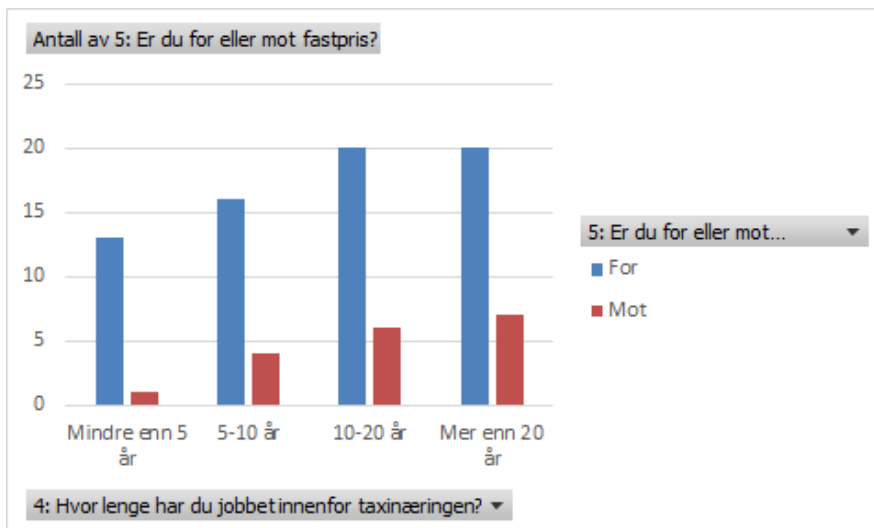


Figur 12: Fordeling om en rettferdig fastpris opp mot å ta taxi oftere.

5.2.2 Sjåfør/eiere

Den første sammenligningen er mellom antall år i 07000 Bergen Taxi som sjåfør/eier og om respondentene var for eller imot fastpris. Som figur 13 viser, er de fleste respondentene våre i 07000 Bergen Taxi positive til en fastprisordning. Totalt sett er hele 79% for, mens 21% stiller seg imot en slik ordning.

Når man ser nærmere på tallene, er det en sammenheng med antall år i 07000 Bergen Taxi, og hvordan man stiller seg til ordningen. Respondenter som har jobbet i mindre enn 5 år var klart mer positive, enn respondenter mellom 10-20 år og mer enn 20 år. Mens 93% prosent av de respondentene som hadde vært i 07000 Bergen taxi mindre enn 5 år stilte seg positive til fastpris, var "bare" 74% av respondentene som hadde jobbet mer enn 20 år i bedriften positive.

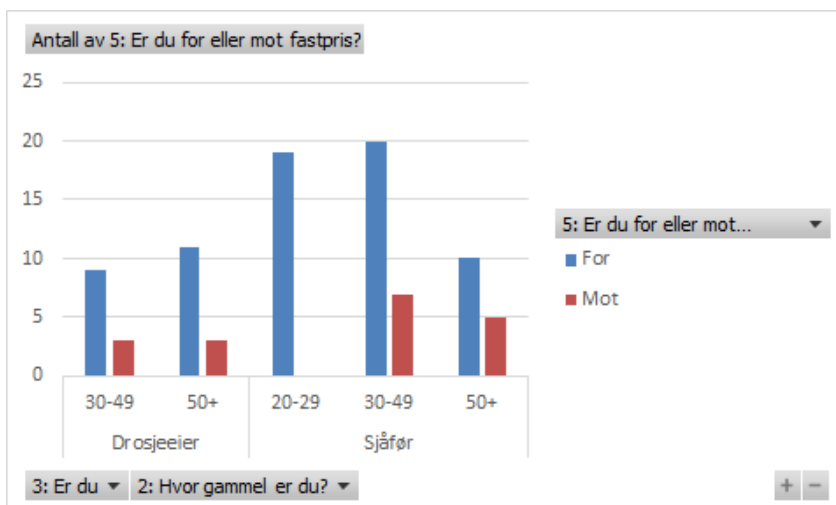


Figur 13: For eller imot fastpris og antall år i næringen.

Det neste som ble undersøkt, var hvordan ansatte i 07000 Bergen Taxi stilte seg til fastpris, på bakgrunn av alder. Videre ble det valgt å skille mellom drosjeeiere og sjåførere, for å se om det var noen forskjeller mellom de to gruppene.

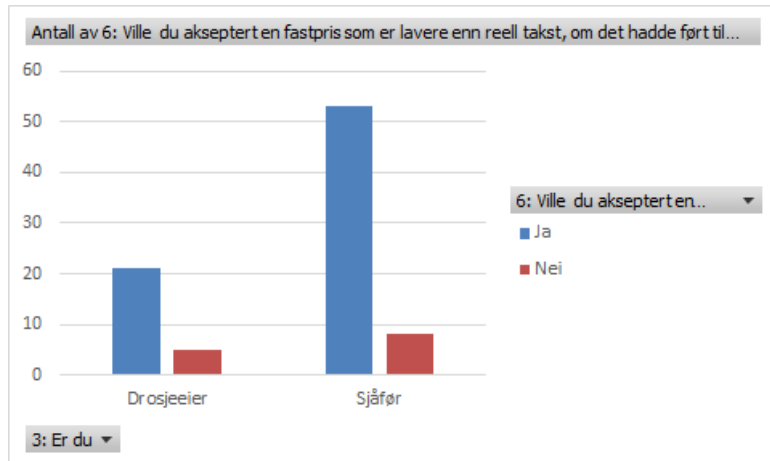
Figur 14 viser at når det kommer til drosjeeiere, er det ingen klar sammenheng mellom alder og om man er for eller imot fastpris. For drosjeeierne var resultatene nærmest samstemte og her var totalt 77% for mens 23% mot, og det kan tyde på at drosjeeierne generelt er positive til ordningen, uansett alder. Siden ingen av våre respondenter mellom 20-29 år er drosjeeier, får man bare to bolker ut ifra dette diagrammet.

Resultatene av sjåfør respondentene var derimot mer sprikende og man kan se indikasjoner på at det kan være en sammenheng mellom alder og om de var for eller imot fastpris. Videre kan det tyde på at de yngre respondentene var mer for fastpris enn de eldre.



Figur 14: Sjåfør/ eier og for eller imot fastpris.

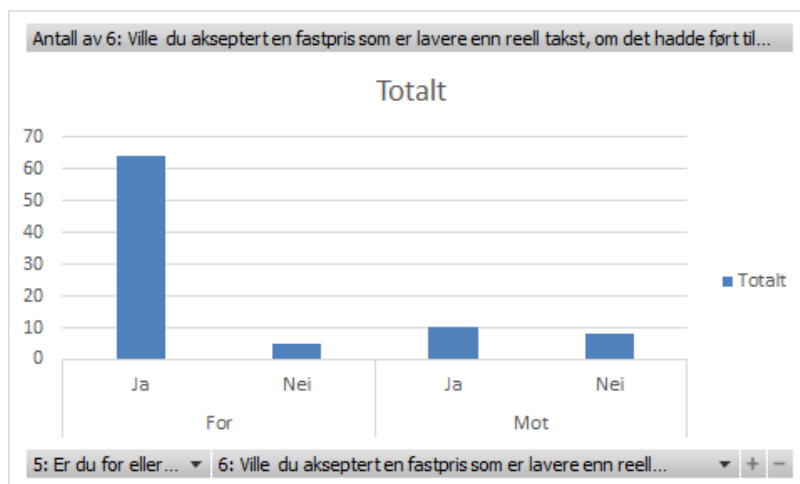
Som tidligere skrevet, har fastpris tradisjonelt sett hatt en høyere pris enn hva reell takst har. Dette for å ta høyde uforutsette hendelser. Derfor undersøkte vi om sjåførene og eierne ville akseptert en fastpris lavere enn reell takst, hvis dette førte til flere turer. Som man ser av figur 15 er de fleste av både sjåførere og eiere positivt innstilt til dette spørsmålet, selv om sjåførene stiller seg mer positive enn hva eierne gjør.



Figur 15: Sjåfør/eier mot lavere fastpris

I lys av de tidligere funnene, var det ønsket å finne ut om respondentene som var negative til en fastprisordning, likevel ville akseptert en fastpris lavere enn reell takst hvis det førte til flere turer. Et annet moment som ble tatt med i resultatet, var hvordan de som var positive til fastprisordningen stilte seg til spørsmålet.

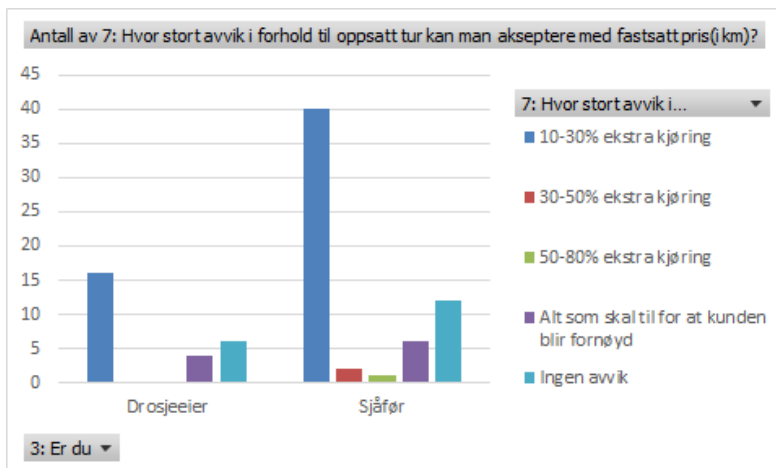
Som figur 16 viser, er respondentene som er for fastpris mye mer positive til å akseptere en fastpris lavere enn reell takst hvis det fører til flere turer, enn hva respondentene som er mot fastpris er. Selv gruppen som er mot fastpris, ser man at også her at det er en overvekt av respondenter som hadde akseptert en lavere pris enn reell takst.



Figur 16: For eller imot fastpris mot lavere fastpris.

Et viktig spørsmål, var hvor stort avvik i forhold til oppsatt tur sjåførene og eierne kunne akseptere uten at den fastsatte prisen økte. Dette er en situasjon som kan oppstå om kunden f.eks. ønsker å gjøre et stopp på veien, eller lignende hendelser. Videre ble resultatene delt inn i henholdsvis drosjeeiere og sjåførere for å se om det var noen forskjeller blant de ansatte omhandlende spørsmålet vi stilte.

Som figur 17 viser, var drosjeeierne splittet når det kom til hvor stort avvik de kunne akseptere. Det var 62% som svarte at de kunne akseptert et avvik til 10-30% på turen, 15% svarte at de ville gjøre alt som skulle til for at kunden skulle bli fornøyd, mens det var 23% som ikke ville godtatt et avvik i det hele tatt på den oppsatte turen hvis prisen var fastsatt. Blant sjåførene ville også her majoriteten av respondentene godtatt et avvik på 10-30% i forhold til oppsatt tur. Selv om vi får et stort utslag i figur 17, er resultatet relativt likt eiernes med et resultat på 66%. Henholdsvis 3- og 2% ville akseptert 30-50- og 50-80% ekstra kjøring, mens 10% ville akseptert hvilket som helst avvik så lenge kunden ble fornøyd. I denne gruppen, svarte 20% at de ikke ville godtatt noe som helst avvik fra den oppsatte turen. I resultatene i figur 17, er det små forskjeller i mellom de to gruppene på hvor store avvik de ville godtatt på oppsatte turer. Gjennomgående for begge gruppene er at $\frac{2}{3}$ av respondentene ville godtatt et avvik på 10-30%, mens 11% ville gjort alt for at kunden skulle bli fornøyd. Dermed ønsket ikke omlag 20% å gjøre noe som helst avvik på den oppsatte turen. Dermed ser man at respondentene er samsvarte, enten de er sjåførere eller eiere.

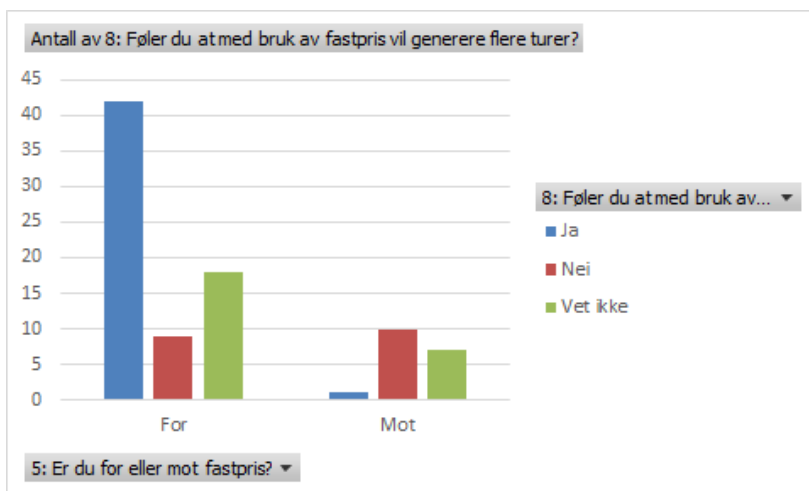


Figur 17: Sjåfør/eier mot avvik.

I forskningsspørsmål 1, spørres det om hvordan fastpris vil påvirke både sjåførere/eiere og forbrukere. Det var derfor interessant å finne ut om de ansatte i 07000 Bergen Taxi trodde om fastpris ville generere flere turer enn om man bare hadde taksameterpris. Vi ønsket også å se om det var en sammenheng mellom om respondentene var for eller imot fastpris, og om de

trodde om det kom til å generere flere turer. Det var naturlig å anta at respondentene som var negativt innstilt til fastpris, heller ikke trodde at ordningen kom til å generere flere turer, samtidig som at de positive respondentene ville tro det motsatte.

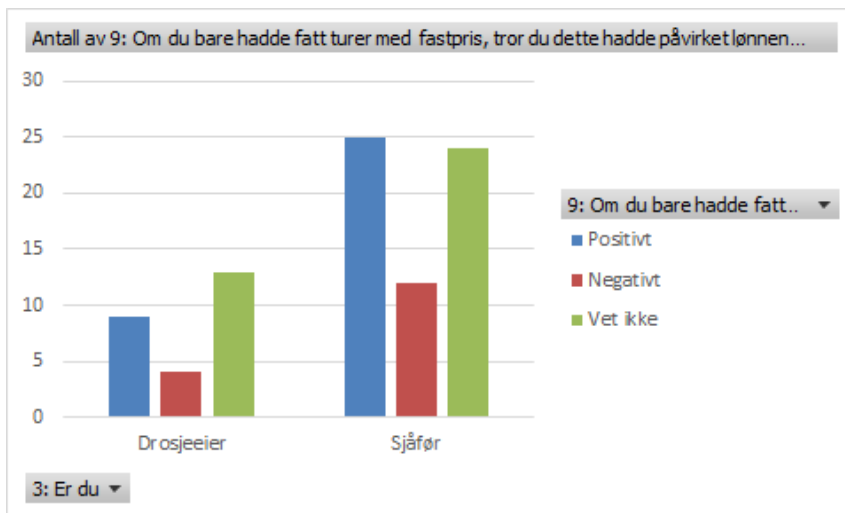
Ut i fra figur 18 ser man at de ansatte som var for fastpris, mente hele 61% at ordningen ville generere flere turer, mens på den annen side mente bare 6% av de som var imot at ordningen kom til å gjøre det. Samtidig mente 56% av de var imot fastpris at ordningen ikke kom til å generere flere turer, mens 13% av de som var for delte den samme meningen. Det skal nevnes at i begge grupper finnes den en viss usikkerhet, hvor totalt sett 29% av respondentene er usikre på om fastpris kommer til å generere flere turer eller ikke, der det blant begge gruppene er relativt samsvarende resultater.



Figur 18: For eller imot fastpris opp mot flere turer generert.

Tilsvarende figur 18, står figur 19 også sentralt når det gjelder hvordan fastpris vil påvirke sjåførene og eierne i 07000 Bergen taxi. Derfor var ønsket å se respondentenes mening om fastpris kom til å ha en positiv eller negativ innvirkning på lønnen deres.

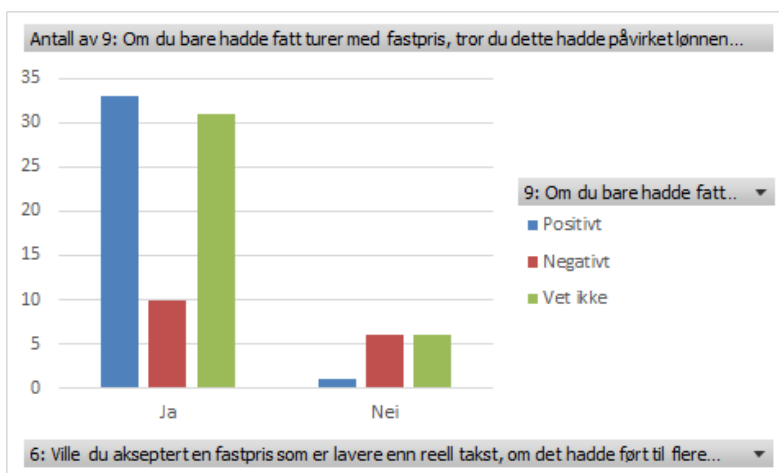
Av figur 19, er det en stor usikkerhet blant begge grupper om det kommer til å ha en positiv eller en negativ innvirkning, da hele 43% er usikker.



Figur 19: Sjåfør/eier opp mot en lønnsøkning eller reduksjon.

Av figur 20, ser man at det er en sammenheng mellom det å akseptere en lavere fastpris enn reell takst og om kun fastpris turer ville vært positivt i forhold til lønnen. Mens på en annen side, tror respondentene som er imot å akseptere en lavere fastpris, at kun fastpristurer hadde hatt en negativ påvirkning på lønnen deres.

Som presentert i figur 20, hersket det også en stor usikkerhet blant sjåførere og eiere om hvordan fastpris ville påvirke lønnen deres. Dette funnet er noe som blir diskutert videre i diskusjonskapittelet.

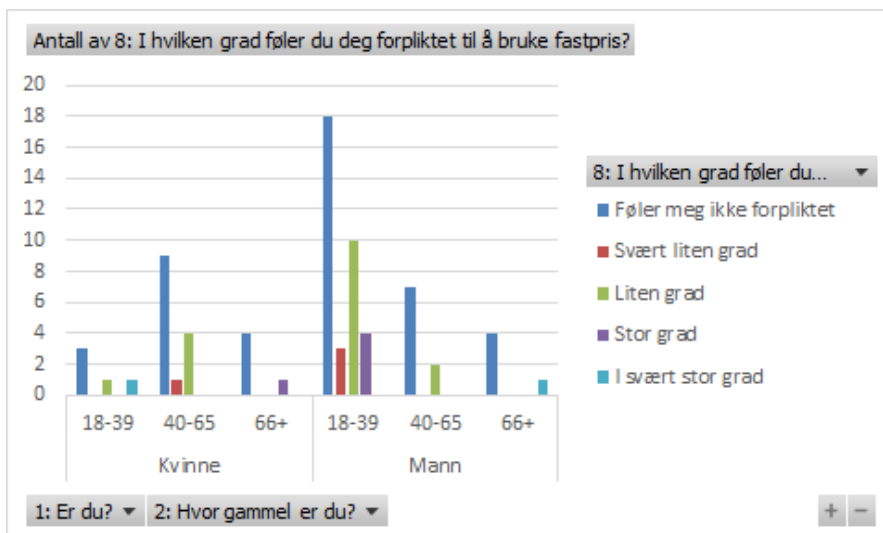


Figur 20: Lavere fastpris og flere fastpristurer.

5.3 Forskningsspørsmål 2

I dette underkapittelet skal vi krysse relevante spørsmål opp mot hverandre, som er relevante for å svare på forskningsspørsmål to. Også her har vi brukt pivottabell for å analysere dataene fra spørreundersøkelsen og videre laget diagrammet for å visuelt fremstille resultatene vi fikk. Siden forskningsspørsmål to kun baserer seg på forbrukersegmentet, vil det her kun bli presentert resultater fra forbrukerspørreundersøkelsen.

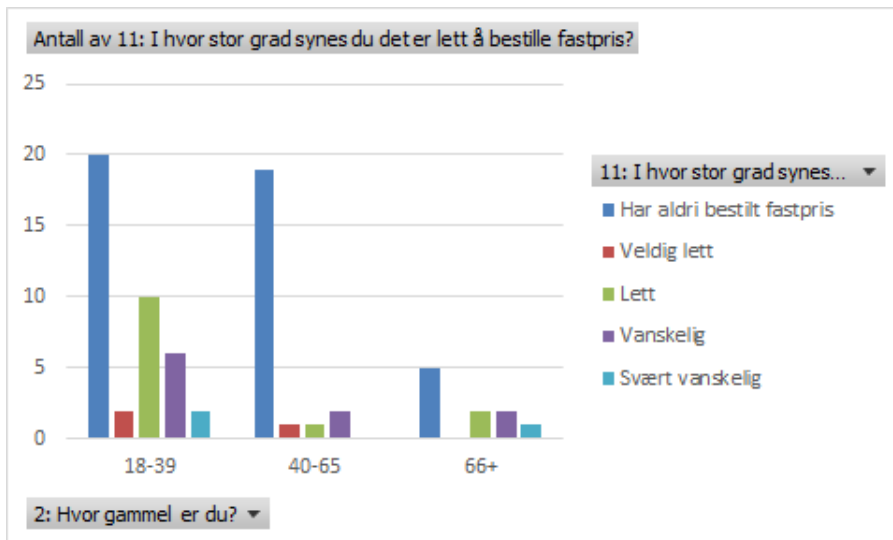
Ut i fra figur 21 ser man at det generelle bildet, sett både fra kvinnelige og mannlige respondenter, at mesteparten ikke føler seg forpliktet til å bruke fastpris. Man ser også at det er noen som føler seg forpliktet i liten grad (svært liten grad og liten grad sett på sammen) og en svært liten andel som føler seg forpliktet til å bruke fastpris (stor grad og I svært stor grad sett på sammen). Når man ser på det fra et aldersperspektiv, så er det slik at våre respondenter i aldersgruppen 18-39 føler seg mer forpliktet enn de andre.



Figur 21: Kjønn og alder opp mot forpliktelse for å bruke fastpris.

Det ble stilt spørsmål til våre respondenter for å finne ut om det er vanskelig å bestille fastpris med dagens ordning. For i dagens ordning kan du kun bestille fastpris via applikasjonen til 07000 Bergen Taxi. I figur 22 ser man resultatet av hvor lett det er å bestille fastpris, krysset med hvor gammel respondenten er. Med en gang ser man at flertallet av våre respondenter ikke har bestilt fastpris, dette gjelder da alle aldersgruppene. Totalt over alle aldersgruppene så er det ca. 60% av våre respondenter som ikke har bestilt fastpris. Det er en del i alle aldersgruppene at de synes det er vanskelig å bestille fastpris. Samtidig ser vi at aldersgruppen 18-39 mener det er lettere å bestille fastpris sammenlignet med de andre aldersgruppene.

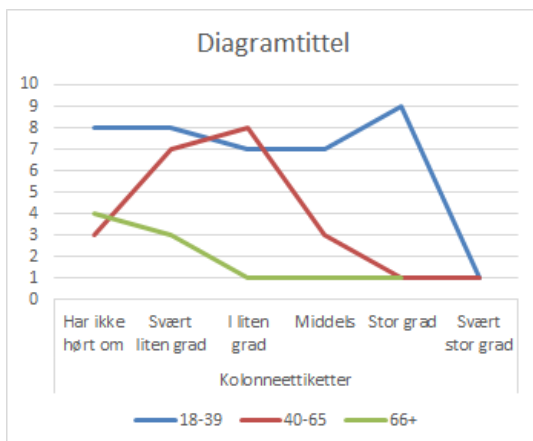
Dette resultatet gir en indikasjon på at fastpris virker mer utbredt hos aldersgruppen 18-39, enn de to andre aldersgruppene.



Figur 22: Alder og hvor lett det er å bestille fastpris.

Et viktig spørsmål som ble stilt til våre respondenter var i hvilken grad de hadde hørt om fastpris, dette ble videre knyttet opp mot alder for å se om det hadde en innvirkning på om respondentene hadde hørt om fastpris eller ikke. Som figur 23 viser er det jevnt fordelt i aldersgruppen 18-39 med tanke på i hvilken grad de har hørt om fastpris. Videre viser figuren at aldersgruppen 40-65 har i mindre grad hørt om fastpris, mens aldersgruppen 66+ er den gruppen som har hørt minst om ordningen.

I aldersgruppen 18-39 er det er jevnt over fordelt om de har hørt om fastpris eller ikke. I de to andre aldersgruppene er det ingen jevn fordeling. Aldersgruppen 40-65 har i mindre grad hørt om fastpris, mens aldersgruppen 66+ har i liten eller svært liten grad hørt om fastpris.



Figur 23: Aldersgrupper ifht. Fastpris

6.0 Diskusjon

6.1 Introduksjon

Målet med denne bacheloroppgaven har vært å finne ut av hvordan innføringen av fastpris har og vil påvirke 07000 Bergen Taxi som bedrift, med et fokus på å finne ut hvordan det har og vil påvirke ansatte og kunder. Vi har analysert data vi har fått fra ansatte og kunder gjennom spørreundersøkelser, der vi lagde spørsmål som er knyttet opp mot problemstillingen og forskningsspørsmålene våre.

Vi vil i dette kapitlet diskutere de funnene som ble presentert i forrige kapittel opp imot de respektive forskningsspørsmålene.

6.2 Forskningsspørsmål 1

I det første forskningsspørsmålet vi forfattet, ble det spurt om hvordan fastpris ville påvirke både sjåfør/eiere i 07000 Bergen Taxi, og deres kunder. Dette spørsmålet er todelt og vi vil derfor på samme måte som da resultatene ble presentert i forrige kapittel, dele opp sjåfør/eier og kunder i to forskjellige diskusjoner, før vi avslutningsvis oppsummerer begge diskusjonene samlet opp mot forskningsspørsmålet i konklusjonen.

6.2.1 Kunde/forbruker

Slik som tidligere nevnt så var hensikten med dette forskningsspørsmålet å finne ut om hvordan fastpris påvirker kundene/forbrukerne til 07000 Bergen Taxi. Det som var viktig var å tidlig kartlegge kundene sine “taxivaner” og hvordan kundene/forbrukerne stiller seg til fastpris.

I forrige kapittel ble det presentert hvor ofte respondenten tar taxi og hva som er viktig for hver enkelt respondent når det gjelder taxi. Det som kommer frem er at både tid og pris er det som er mest viktig, det blir vist spesielt av figur 9 som da viser hvorfor den enkelte respondent tar taxi. Den viser at kundene tar taxi på grunn av tid. Kundene verdsetter dermed sin tid mer enn de verdsetter prisen på turen.

Videre av figur 8 vises det at resultatet er litt splittet når det gjelder pris. Aldersgruppen 18-39 er mer opptatt av pris enn de to andre aldersgruppene. Dette kan komme av at denne

aldersgruppen har en lavere/variabel inntekt og formue, enn de to andre aldersgruppene. Som vist i figur 4 så ser man at flere unge har en lavere gjennomsnittlig bruttoinntekt enn de to andre aldersgruppene, dette kan forklare hvorfor aldersgruppen 18-39 er mer opptatt av pris enn det de to andre aldersgruppene. I denne aldersgruppen er det som regel mange studenter. Studenter har som regel ikke noen fast jobb, de fleste har en deltidsjobb eller en sommerjobb, men dette bidrar ikke til noen høy inntekt. Om den generelle prisen på en gitt tur ville ha gått ned, kan man anta at flere kunder ville ha brukt taxi oftere. Dette er som mikroøkonomisk teori beskriver, at om prisen er null, så har alle mulighet til å ta taxi. Men som prisen øker, minker antall kunder som er villige til å ta seg råd til å ta taxi.

Av figur 9 kan man lese at aldersgruppe 18-39 ville ha tatt taxi oftere om de visste hva prisen på turen var på forhånd. Ut fra denne figuren ser man at aldersgruppen 40-65 og aldersgruppen 66+ ikke trenger å vite prisen på forhånd for å ta oftere taxi. Som nevnt tidligere kan være at de to aldersgruppene har en høyere/fast inntekt i forhold til aldersgruppen 18-39. Det ble sett på den prosentvise økningen fra den originale taksameterprisen for en tur, våre respondenter var de villige til å akseptere, for å tilby en rettferdig fastpris som tar høyde for uforutsette hendelser. Slik som det vises i figur 11 ser man at de fleste av respondentene, er villige til å akseptere en fastpris som er 10-20% høyere enn den ordinære taksameterprisen. Dette er med på å vise at våre respondenter stiller seg positive til en fastpris som er høyere en reell takst, så lenge fastprisen holder seg innenfor den ønskede rammen som ligger mellom 10-20% økning i pris.

Fastpris er som nevnt tidligere “en forhåndsavtale mellom en tjenestetilbyder og kunde” (Sivertsen 2018). Med en fastpris som ikke er satt for høyt ser man at flere ville ha valgt fastpris, siden figur 10 viser at flere ville ha tatt taxi om de visste prisen på forhånd. Dette gjelder spesielt for aldersgruppen 18-39, siden de to andre aldersgruppene ikke er like opptatt av pris som denne aldersgruppen.

Det er aldersgruppen 18-39 som er den aldersgruppen som er mest opptatt av pris av de tre aldersgruppene, samtidig er det den gruppen som ville ha tatt flere turer om prisen hadde vært kjent på forhånd. Dette viser at det er denne aldersgruppen som er det kundesegmentet som har mest nytte av fastpris og mest sannsynlig den aldersgruppen som kommer til å få mest nytte av fastpris fremover. Man skal ikke ekskludere de to andre aldersgruppene her, dette er siden noen av våre respondenter i disse aldersgruppene også er like opptatt av pris. Ut ifra figur 9 så man at 52% av alle våre respondenter hadde tatt mer taxi om de hadde visst prisen

på forhånd. Med fastpris som en mulighet får kunden vite prisen på forhånd. Siden kunden har mulighet til å betale via applikasjonen, kan kunden dermed gå rett ut av taxien uten å måtte foreta en fysisk transaksjon i bilen.

6.2.2 Sjåfør/eier

Som tidligere skrevet er en del av hensikten med forskningsspørsmål 1 å finne ut av hvordan fastpris vil påvirke sjåførene/eierne i 07000 Bergen Taxi. Det var derfor hensiktsmessig å begynne med å kartlegge hvordan de ansatte stilte seg til selve fastprisordningen, gjennom å kategorisere dem for å se hvem i hvilke grupper som stilte seg positive og negative til bruk av fastpris.

Det ble tidlig sett av resultatene at det var en generell positivitet til fastprisordningen. Selv om alle var positive, ble det merket at unge sjåfører eller sjåfører med lav fartstid var generelt mer positiv til fastprisordningen. Dette kan det være flere grunner til. En vag antagelse man kan gjøre er at eldre er mer motstandere mot endringer enn hva yngre er, spesielt innenfor teknologi.

For at en slik ordning skal falle i god jord hos de ansatte, er det viktig at de ansatte ser en klar fordel av en slik endring. Der fordelene kan være enklere betalingsløsninger, flere turer, høyere lønn eller et bedre omdømme både for bedrift og ansatte utad. Man så av de resultatene vi fikk at flesteparten av både drosjeeiere og sjåfører ville akseptert en lavere pris på fastpris enn på reell takst, hvis dette førte til at man fikk flere turer. Med et slikt spørsmål vil man kunne forvente at man vil få flere respondenter til å svare at de vil akseptere en lavere pris hvis de får flere turer. Siden flere turer vil ha en direkte påvirkning på lønnen til de ansatte i en positiv forstand. Det var derfor ønsket å finne ut av om de ansatte som er prinsipielt imot fastpris ville godta en lavere fastpris, hvis dette førte til flere turer.

Som det ble presentert i kapittel 5.2.2 ga figur 16 en indikasjon på at respondenter som var for fastpris var også mer tilbøyelig til å akseptere en lavere fastpris, enn respondenter som var imot. Det interessante med denne sammenhengen, var at de ansatte som var imot fastprisordningen også ville akseptert en lavere pris hvis dette førte til flere turer. Det kan argumenteres for i en kapitalistisk verden at mennesker ønsker høyere lønn, og derfor vil gå vekk ifra sine prinsipper for å få den lønnen de har lyst på og enkelte mener de har krav på. Dette ser man også av den nevnte figuren, ansatte som er imot fastpris vil akseptere en lavere fastpris hvis det fører til flere turer. Med dette sier de indirekte at de egentlig ikke er imot

fastpris, ettersom de ønsker ordningen velkommen hvis det generer flere turer. Tradisjonelt sett kan man si at det kom som en liten overraskelse at det var en overvekt av respondenter som var imot fastpris, som ville akseptert en lavere fastpris i bytte mot flere turer. Dette bygger opp under antagelsen om at personer vil gi slipp på sine prinsipper, mot at man får fordeler, gjerne i form av lønn, igjen for det. En annen faktor for at sjåførene/eierne ville akseptert en lavere pris mot flere turer, kan være de ansattes kunnskap om markedet og hvordan å tilpasse seg i det. Hvis man ikke følger etter trendene som settes, vil man få mindre turer som igjen generer lavere lønn.

Siden vi ikke fikk håndfaste data fra applikasjonen til 07000 Bergen Taxi på om fastpris hadde ført til en økning eller nedgang i antall turer, måtte vi ta utgangspunkt i hva de ansatte i bedriften trodde, for å se hvordan fastpris ville påvirke dem. I en spørreundersøkelse slik som denne, vil man bare få respondentenes meninger og tanker om temaet og man kan derfor ikke slå fast om fastprisordningen vil generere flere eller færre turer, og om fastpris faktisk er veien å gå i fremtiden. Med utgangspunkt i dette, ser vi av de resultatene vi fikk i kapittel 5.2.2 at det er en usikkerhet på hvordan fastpris vil påvirke sjåførene og eierne i 07000 Bergen Taxi. Det å spå fremtiden er ingen lett sak, og de funnene presentert i oppgaven bygger oppunder det. Som vist i figur 16 mener de respondentene som er for fastpris, at ordningen kommer til å generere flere turer. Dernest mener respondentene som er imot ordningen, at den ikke kommer til å gjøre det.

Som tidligere presentert, er det også en stor usikkerhet rundt dette spørsmålet, hvor mange av respondentene rett og slett var usikre på utviklingen og om fastpris faktisk ville generere flere turer i fremtiden. Hadde det vært en gjennomgående enighet blant respondentene, uavhengig om de var for eller mot fastprisordningen, kunne vi funnet ut av hvilken påvirkningsgrad de ansatte i 07000 Bergen Taxi hadde fått fra en fastprisordning. Det kunne da blitt konkludert med at det ville bli flere turer, og de ansatte ville akseptert en lavere pris på bakgrunn av flere turer. Siden det ikke er det må de forskjellige funnene sammenlignes for å se hvordan påvirkningen vil være på sjåfører og eiere.

Et annet funn, er funnet som ble presentert i figur 19 som omhandler hva sjåfører og eiere tror hva som hadde skjedd med lønnen deres om man bare hadde kjørt turer med fastpris. Som tidligere presentert, viste figuren at den var en generell usikkerhet blant både sjåfører og eiere om hvordan kun fastpristurer ville påvirke lønnen deres. Det eneste som kom tydelig frem av figuren var at positiviteten var sterkere enn hva negativiteten var, både blant sjåfører og eiere.

Hadde resultatene vist at det var en klar overvekt av respondenter som mente at hvis de kun hadde fått fastpristurer, ville det kunne blitt argumentert for at fastpris ville hatt en stor positiv påvirkning på sjåførene og eierne siden fastpris hadde resultert i høyere lønn. Når resultatene viser at over 40% av respondentene er usikker på hvordan lønnen vil bli påvirket hvis de kun kjørte med fastpris, er det vanskelig å trekke slutninger på hvordan fastpris vil ha en påvirkning på de ansatte sett ut ifra denne sammenhengen.

Videre ble det knyttet spørsmål om hvordan fastpris vil påvirke lønnen til sjåfør/eiere, med å se sammenhengen opp mot om de ansatte ville godta en lavere fastpristur hvis dette genererte flere turer. Funnene av denne sammenhengen var overraskende. Fra et mikroøkonomisk ståsted (Stoltz, 2014) vil man kunne anta at hvis man får flere turer, selv om det er med en lavere pris, vil resultere i at man får en høyere inntekt både som eier og sjåfør. Det må være markant økning i antall turer for at det vil være økonomisk lønnsomt, på samme måte som at fastprisen ikke kan være så lav at det ikke er økonomisk forsvarlig. Med dette som utgangspunkt, vil det være naturlig å anta at respondenter som stilte seg positiv til fastpris også ville akseptere en lavere fastpris i bytte mot flere turer. Derfor var det bemerkelsesverdig at det ikke var flere av respondentene som stilte seg positiv til en lavere fastpris enn reell takst, trodde at kun fastpristurer ville ha en positiv innvirkning på lønnen. Selv om de fleste av respondentene trodde at flere turer ville være positiv for lønnen deres, er det likevel en stor usikkerhet blant respondentene på om lønnen ville bli påvirket i positiv eller i en negativ grad.

6.3 Forskningsspørsmål 2

Det andre forskningsspørsmålet omhandler om hvor stor andel av markedet som blir dekket av dagens bestillingsløsning av fastpris, og videre de potensielle barrierene som ligger til grunn for at hele markedet ikke blir dekket. Dette kapittelet blir ikke delt inn i to som vi tidligere har gjort, ettersom det bare er kunden/forbrukeren i fokus.

I resultatkapittelet ble det satt lys på hvordan våre respondenter føler seg forpliktet til å bruke fastpris. Ut ifra figur 21 ser man at aller fleste ikke følte seg forpliktet til å bruke fastpris. Som det ble nevnt i resultatdelen så var det et mønster som tilsa at aldersgruppen 18-39 føler seg mer forpliktet til å bruke fastpris enn de to andre aldersgruppene. Dette kan være på grunn av at denne aldersgruppen lettere bruker mobiltelefon, som vist i figur 5. Mobiltelefonen er noe som "alle" har i dag, og det finnes applikasjoner for "alt". Dermed vil det være naturlig for

respondentene i denne aldersgruppen å ha mange ulike applikasjoner, og det vil dermed være større sannsynlighet for at noen i denne aldersgruppen har applikasjonen til 07000 Bergen Taxi. Leser man av figur 22, viser den at det er aldersgruppen 18-39 som synes det er lettere å bestille fastpris, enn de to andre aldersgruppene. Videre viser funnene våre at ca. 60% av respondentene ikke bestilt fastpris. Og ut fra de resterende 40%-ene så er det et flertall av respondenter i aldersgruppen 18-39 som synes at det er lett å bestille fastpris. Dette kan indikere at fastpris blir brukt mest av aldersgruppen 18-39 og at fastpris er lettere å bestille for denne aldersgruppen. Det samme viser figur 23 som viser i hvilken grad våre respondenter har hørt om fastpris. Videre er aldersgruppen 18-39 den aldersgruppen som har hørt mest om fastpris. Dette kan være på grunn av at de også er mer på mobiltelefonen enn de to andre aldersgruppene. Noe som også kan diskuteres er om aldersgruppen 40-65 kanskje ikke bruker fastpris, siden de fleste taxireisene til denne aldersgruppen kan bli sett på businessreiser/jobbrelevante reiser. I slike sammenhenger, betaler ikke forbrukeren for reisen, "bryr" seg derfor ikke om prisen.

En antagelse er at aldersgruppen 66+ tar oftere taxi enn de andre aldersgruppene, siden de ikke lenger kjører bil. Dette er vist i Reisevaneundersøkelsen (2009) i forbindelse med Nasjonal Transportplan 2014-2023, som tilsier at denne aldersgruppen kjører langt mindre enn de andre aldersgruppene i undersøkelsen. En annen faktor som spiller inn kan også være, som figur 9 viser, at det var en del i aldersgruppen 66+ som valgte kundeservice som sin hovedgrunn for hvorfor de tar taxi. Dette kan være fordi de ikke ønsker å kjøre bil selv om de har muligheten til det, og bestiller kanskje derfor sjeldnere fastpris pga. at de ikke bryr seg om hvor mye turen koster.

En barriere med fastpris, er at man kun kan bestille det via mobilapplikasjonen til 07000 Bergen Taxi. Selv om nesten alle har en smarttelefon i dag, så er det fortsatt en del av kundene som ikke har en smarttelefon.

Som vist i figur 5 ser man at selv om at 89% av den totale befolkningen har tilgang på en smarttelefon, at prosentandelen er forskjellig om man deler det inn i forskjellige aldersgrupper. I aldersgruppen 67-79 er det kun 60% av de som har tilgang til smarttelefoner. Dette kan være et svar på hvorfor aldersgruppen 66+ ikke har hørt om fastpris i like stor grad som de to andre aldersgruppene. Dette er en barriere for å nå frem til alle i aldersgruppen 66+.

Promoteringen av fastpris skjer på sentrale knutepunkt, som Flesland flyplass, samt reklamering på uniformerte biler (07000 Bergen Taxi sine taxier). Med kun en plass å bestille

en fastpris på, avgrenses kunden til å måtte laste ned applikasjonen. Av informasjonen som 07000 Bergen Taxi har gitt oss, er det kun 15-20% av bestilte turer som kommer fra mobilapplikasjonen til 07000 Bergen Taxi. Dette viser oss at mobilapplikasjonen ikke blir brukt like mye som ved å ringe inn til sentralen å bestille en tur. Det kan spekuleres i at hvis forbrukerne hadde fått tilbud om fastpris når de ringer inn og bestiller taxi, ville det blitt en økning antall fastpristurer.

7.0 Konklusjon

Denne oppgaven har tatt utgangspunkt i å finne ut hvordan den nylig innførte fastprisordningen, har hatt påvirkning på 07000 Bergen Taxi, samt deres kunder. Konklusjonen er basert seg på de funnene vi har gjort gjennom de to forskjellige spørreundersøkelsene våre, som vi videre har diskutert for å oppnå en forståelse for temaet som gjør oss skikket til å besvare både problemstilling og forskningsspørsmål på en god måte, der all teori er blitt forankret i vår teoridel.

7.1 Konklusjon av problemstilling

Målet for oppgaven var å svare på problemstillingen: *Hvordan har innføringen av fastpris vært, og hvordan kommer fastpris til å påvirke 07000 Bergen Taxi?* Videre forfattet vi tilhørende forskningsspørsmål, som vi også kort vil besvare.

Forskningsspørsmål 1 omhandlet hvordan fastpris påvirke forbrukere og ansatte i 07000 Bergen Taxi. Kort oppsummert viser resultatene oppgaven belyser at fastpris kommer til å generere flere turer for de ansatte i 07000 Bergen Taxi ettersom kundene kommer til å ta taxi oftere når de vet prisen på forhånd. Vi ser også at kundene kan få en lavere pris enn reell takst som gjør at produktet blir billigere. Videre fra et mikroøkonomisk ståsted vil lavere pris føre til flere turer, som igjen kan føre til et økonomisk løft for 07000 Bergen Taxi og deres ansatte. Av dette kan vi konkludere med at fastpris kommer til å ha en positiv innvirkning på både forbruker og sjåfør/eier i 07000 Bergen Taxi.

Forskningsspørsmål 2 belyste hvor stor andel av markedet blir dekket av dagens bestillingsløsning for fastpris. Fastpris kan kun bestilles gjennom 07000-applikasjonen. Dette er en applikasjon som ikke alle har tilgang til, både pga. av for dårlig markedsføring av applikasjonen og produkt, men også teknologiske utfordringer som er knyttet til applikasjonsbruk. Dette kom særlig frem i aldersgruppen 66+ der flesteparten fant det utfordrende å bestille fastpris. Derfor blir dagens bestillingsløsning begrenset for dagens forbrukere. Av 07000 Bergen Taxi fikk vi vite at det er kun 15-20% av dagens taxiturer som blir bestilt via mobilapplikasjonen. Ut ifra disse tallene kommer det frem at markedet kan bli mer dekket enn det er per dags dato.

Videre kan vi ikke konkludere hvor stor del av markedet som blir dekket av dagens bestillingsløsning, men vi ser av diskusjonen at store deler av markedet ikke blir dekket.

På bakgrunn av de to forskningsspørsmålene kan problemstillingen nå besvares. Som ordlyden tilsier, ønsket vi å undersøke hvordan fastpris så langt har påvirket 07000 Bergen Taxi, og hvordan det vil gjøre det i fremtiden.

Som diskusjonen viser, har fastpris så langt påvirket 07000 Bergen Taxi med flere turer gjennom applikasjonen, samtidig som de har tatt grep for å holde tritt med den teknologiske utviklingen samfunnet krever og forventer av et slikt selskap. Videre ser vi at fastpris har kommet inn som et friskt pust både blant ansatte i 07000 Bergen Taxi, men også nåværende og potensielle kunder. Av de resultatene vi har fått, og gjennom diskusjon kan vi konkludere med at fastpris har ført til at omdømmet til 07000 Bergen Taxi har fått et løft, det er blitt generert flere turer, og sammen med de ansatte tror vi at dette er fremtiden for norsk taxivirksomhet.

8.0 Referanseliste

07000 Bergen Taxi (2017) *Avtal prisen på forhånd* [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.bergentaxi.no/Arkiv/ArtMID/459/ArticleID/62/Avtal-prisen-p229-forh229nd>> [Lest 23.04.2018]

07000 Taxi (u.å) *Om 07000 Taxi* [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.07000.no/Om-07000-taxi/Om-07000-Taxi>> [Lest 19.02.2018]

Amundsen, B (2013) *Folk svarer ikke lengre* [Internett] Tilgjengelig fra: <https://www.forskningsradet.no/bladetforskning/Nyheter/Folk_svarer_ikke_lenger/1253986892964> [Lest 01.05.2018]

Bergen Taxi (u.å) *Om 07000 Bergen Taxi* [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.bergentaxi.no/Om-Bergen-Taxi/Om-Bergen-Taxi>> [Lest 19.02.2018]

Bie, T (2016) *Det lukter råtten i den norske taxinæringen* [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://itavisen.no/2016/03/18/det-lukter-rattent-i-den-norske-taxinaeringen/>> [Lest 13.02.2018]

Dahlum, S. (2015) *kvalitativ* [Internett] Store Norske Leksikon Tilgjengelig fra: <<https://snl.no/kvalitativ>> [Lest 14.02.2018]

Dahlum, S. (2017) *kvantitativ analyse* [Internett] Store Norske Leksikon Tilgjengelig fra: <https://snl.no/kvantitativ_analyse> [Lest 13.02.2018]

Ertresvaag Egil, Gjerstad Jo. (2015) 100 år på veien for Bergen, 07000 Bergen Taxi 1915-2015. [Lest 20.04.2018]

Hordaland Fylkeskommune (u.å) *Løyve for persontransport*. [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://www.hordaland.no/nn-NO/vegogtransport/loyve-for-persontransport/>> [Lest 20.04.2018]

Hordaland Fylkeskommune (2017) *Drosjereglement for Bergen køyreområde*. [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://www.hordaland.no/globalassets/for-hfk/veg-og-transport/drosjereglement-bergen-koyreomrade---revidert-22.11.2017.pdf>> [Lest 20.04.2018]

Medienorge (2018) *Andel med tilgang til smarttelefon - resultat* [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/388>> [Lest 24.04.2018]

Nasjonal Transportplan (2009) *Reisevaneundersøkelsen* [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://www.toi.no/getfile.php/1324287/mmarkiv/Forskningsprogram/RVU/Faktaark-RVU%202009-Bilhold%20og%20bilbruk.pdf>> [Lest 01.05.2018]

Robert G. Hansen (2006) *Oppsummering av forelesningen 25.08.06* [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://www.uio.no/studier/emner/sv/oekonomi/ECON1210/h06/oppsummering/Oppsumforeles250806.pdf>> [Lest 19.02.2018]

SSB (2017) *Kommunefakta - Bergen* [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://www.ssb.no/kommunefakta/bergen>> [Lest 13.03.2018]

SSB (2018) *Antall bosatte personer 17 år og eldre, og bruttoinntekt, etter bruttoinntektsintervall, alder, kjønn, statistikkvariabel og år* [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://www.ssb.no/statbank/table/06655/chartViewColumn/?rxid=88fde405-a6e1-4b8a-b42f-48437c481223>> [Lest 19.04.2018]

Stoltz G (2018) *Oligopol* [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://snl.no/oligopol>> [Lest 16.05.2018]

Stoltz, G. (2014) *Mikroøkonomi* [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://snl.no/mikro%C3%B8konomi>> [Lest 16.03.2018]

SurveyMonkey (u.å) *Demografisk spørreundersøkelse* [Internett] Tilgjengelig fra: <<https://no.surveymonkey.com/mp/demographic-survey/>> [Lest 11.04.2018]

Tønnessen, s (2017) *Hypotese* [Internett] Store Norske Leksikon Tilgjengelig fra: <<https://snl.no/hypotese>> [Lest 13.03.2018]

Yin, R., K. (2014) *Case Study Research: Design and Methods*. 5 utg. United states of America: Sage Publications Ltd

9.0 Vedlegg

9.1 Spørreundersøkelse – ansatte i 07000 Bergen Taxi

Fastpris i 07000 Bergen Taxi

Hei

Dette er en spørreundersøkelse som vi skal bruke i vår bacheloroppgave ved Høgskolen i Molde omhandlende implementering av fastpris i 07000 Bergen Taxi

1) Er du

- Mann
- Kvinne

2) Hvor gammel er du?

- 20-29
- 30-49
- 50+

3) Er du

- Sjøfører
- Drosjeeier

4) Hvor lenge har du jobbet innenfor taxinæringen?

- Mindre enn 5 år
- 5-10 år
- 10-20 år
- Mer enn 20 år

5) Er du for eller mot fastpris?

- For
- Mot

6) Ville du akseptert en fastpris som er lavere enn reell takst, om det hadde ført til flere turer?

- Ja
- Nei

7) Hvor stort avvik i forhold til oppsatt tur kan man akseptere med fastsatt pris(i km)?

- Ingen avvik
- 10-30% ekstra kjøring
- 30-50% ekstra kjøring
- 50-80% ekstra kjøring
- Alt som skal til for at kunden blir fornøyd

8) Føler du at med bruk av fastpris vil generere flere turer?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

9) Om du bare hadde fått turer med fastpris, tror du dette hadde påvirket lønnen din på en positiv eller negativ måte?

- Positivt
- Negativt
- Vet ikke

10) Hvor mange turer med fastpris får du i gjennomsnitt per dag?

- Ingen
- 1-4
- 5-9
- 10-14
- 15-20

11) Hva er din oppfatning av gjeldene fastprisordning? Hva ville du eventuelt ha gjort annerledes

0/4000

9.2 Spørreundersøkelse - forbrukere

Fastpris i 07000 Bergen Taxi

Hei

Dette er en spørreundersøkelse gjort i forbindelse med vår bacheloroppgave som omhandler implementering av fastpris i 07000 Bergen Taxi.

1) * Er du?

- Mann
 - Kvinne
-

2) * Hvor gammel er du?

- 18-39
 - 40-65
 - 66+
-

3) * Hvor i Bergen bor du?

- Nord (Åsane, Ytre Sandviken, Eidsvåg)
- Øst (Arna)
- Vest (Loddefjord, Sotra, Askøy)
- Sør (Fana, Ytrebygda)
- Sentrum

4) * Hvor viktig er prisen for deg når du tar taxi?

- 0
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
-

5) * Hvor ofte tar du taxi?

- Hver dag
 - Flere ganger i uken
 - En gang i uken
 - Annenhver uke
 - En gang i måneden
 - Sjeldnere
-

6) * Tar du taxi pga

- Tid
 - Pris
 - Kundeservice
-

7) * Om turen du reiser på koster 300,- uten kø, men med kø koster det 400,-. Hvor mange prosent er du villig til å gå opp fra den originale taksameter-prisen (300) for å kunne tilby en rettferdig fastpris som tar høyde for uforutsette hendelser?

- 0%
 - 10%
 - 20%
 - 30%
 - 40%
-

8) * I hvilken grad føler du deg forpliktet til å bruke fastpris?

- Føler meg ikke forpliktet
 - Svært liten grad
 - Liten grad
 - Stor grad
 - I svært stor grad
-

9) * Ville du tatt taxi oftere hvis du visste prisen på turen på forhånd?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

10) * I hvilken grad har du tidligere hørt om fastpris?

- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11) * I hvor stor grad synes du det er lett å bestille fastpris?

- Har aldri bestilt fastpris
- Svært vanskelig
- Vanskelig
- Lett
- Veldig lett

12) Hva er din oppfatning av gjeldende fastprisordning? Hva ville du eventuelt gjort annerledes?

0/4000