

LVM:n fossiilittoman liikenteen tiekartta, henkilöliikenteen asiantuntijakuuleminen

Liikenteen datatalous: liikenteen tiedoista liiketoimintaa

Datasta on kaavailtu liikenteen uutta polttoainetta jo pitkään. Liikenteestä kertyvää dataa voisi hyödyntää monipuolisesti niin liikennejärjestelmän suunnittelussa, ohjaamisessa kuin uusien palveluiden tuottamisessakin. Paras mahdollinen lopputulos kuitenkin edellyttäisi, että eri organisaatioiden dataa hyödynnettäisiin ristiin – minkään yksittäisen toimijan data ei riitä kokonaisvaltaisten palveluiden tuottamiseen.

Jo nyt liikennetoimialan organisaatiot keräävät suuria määriä dataa ja myös hyödyntävät sitä omassa toiminnassaan. Toimijoiden välinen dataekosysteemi antaa kuitenkin odottaa itseään. Viranomaisten velvoite datan jakamisesta on avannut niiden perustietolähteet, mutta muiden liikenteen toimijoiden rooli on jäänyt pieneksi. Teknologiset rajoitteet, pelko oman datan väärinkäytöstä ja arvokkaan datan antamisesta kilpailijoille jarruttaa liikennedatan käyttöä.

Useimmat toimijat kuitenkin näkevät, miten suurta hyötyä liikennedatan jakamisesta eri toimijoiden kesken voisi syntyä. Yksi syy tälle on, että monella muulla toimialalla data on jo mullistanut liiketoimintaa. Jos alan toimijat eivät ole itse ottaneet tilannetta haltuun, on sen tehnyt jokin alan ulkopuolinen toimija. Näin on käynyt esimerkiksi media-alalla: kun julkaisijat eivät ole pystyneet toimimaan yhdessä datan markkinapaikan luomiseksi, ovat Google ja Facebook napanneet valtikan itselleen.

Liikenteen toimijoilla on nyt suuri mahdollisuus ottaa datan omistajuus itselleen ja jalostaa siitä yhteistyössä uutta bisnestä ja tehostaa sen avulla olemassa olevan ekosysteemin toimintaa. Näin muodostuisi *liikenteen datatalous, jossa toimijat luovat datasta arvoa, ts. työskentelevät yhteisessä ympäristössä datan keräämiseksi, jalostamiseksi ja uusien dataa hyödyntävien palveluiden luomiseksi*. Liikenteessä julkisten toimijoiden rooli on erittäin suuri, mm. infran omistajana, liikenteenhallinnan toteuttajana ja liikennepalveluiden tilaajana. Näin ollen myös datataloudessa julkisten toimijoiden rooli on elintärkeä.

Dataan perustuva liiketoiminta edellyttää, että datasta tehdään kauppatavaraa. Niinpä yksi keskeinen työkalu liikenteen datatalouden vauhdittamiseksi on liikennedatan markkinapaikkojen luominen. Liikennedatan markkinapaikka vastaisi useisiin haasteisiin, joiden vuoksi dataekosysteemi on tähän asti kehittynyt hitaasti.

Ensinnäkin, markkinapaikka tarjoaisi keskitetyn alustan tiedon jakamiseen (ns. yhden luukun malli): tiedot löytyisivät yhdestä paikasta, yhteismitallisina. Toiseksi, se tarjoaisi palvelun datan laadun, luotettavuuden ja saatavuuden varmistamiseksi. Näin tietojen varaan olisi

mahdollista rakentaa luotettavia palveluita. Kolmanneksi, sen avulla voidaan keskitetysti varmistaa tietojen tietoturva- ja suoja sekä puolueettomuus. Neljänneksi, se mahdollistaa konkreettisen kaupankäynnin datalla, tarkoittaen mm. hinnoittelua ja transaktioita. Datan markkinapaikkaa voidaankin monelta osin verrata fyysisten tavaroiden digitaalisiin markkinapaikkoihin (mm. Amazon ja Ebay) – kumpikin toimivat mahdollistavana alustana myyjien ja ostajien välillä.

Esimerkiksi Saksassa liikennedatan markkinapaikka on jo kehitetty (www.mdm-portal.de), ja siinä on mukana satoja datalähteitä. Suomessa potentiaalinen markkinapaikan tarjoaja voisi olla valtio-omisteinen Traffic Management Finland, joka jo nyt ylläpitää maksutonta DigiTraffic-palvelua.

Ei kuitenkaan ole ilmiselvää, minkälainen liikennedatan markkinapaikka olisi elinkelpoinen ja palvelisi parhaiten suomalaista ekosysteemiä. Seuraavaksi alalla tulisivatkin pohtia yhteistyössä seuraavia kysymyksiä:

- Mikä voisi olla toimialan yhteinen visio ja pelisäännöt asian suhteen?
- Minkälaisia palveluita markkinapaikka voisi tarjota? Mitä ainakin tarvitaan, jotta muodostuu elinvoimainen ekosysteemi?
 - *Datan harmonisointi, rajapintojen palvelutasolupaus, transaktioiden hoitaminen, jne.*
- Millaisilla liiketoimintamalleilla markkinapaikka voisi toimia?
 - *Mitä tarkoittaa datan yhteinen omistajuus, kuinka jaetun datan arvo kumuloituu, Millaisia intensiiveja tarvitaan, jne?*
- Mitkä ovat eri toimijoiden roolit markkinapaikan toiminnassa?
 - *Datan tarjoajat, markkinapaikan ylläpitäjät, datan jalostajat, datan hyödyntäjät, viranomaiset; kuka johtaa kehitystä?*
- Kuka omistaa markkinapaikan?
 - Mikä olisi toimivin malli markkinapaikan kehittämiseen ja omistajuuteen?
 - Miten se kehittyisi nopeimmin ja kaikkia hyödyttäen?