

**Marja Juntunen**

**KATINKULLAN OSAKKAIDEN VAIHTOHALUKKUUS JA VAIHTOON  
VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ**

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Hallinnon ja kaupan ala  
Talouden ja hallinnon koulutusohjelma  
Kevät 2000



Osasto	Koulutusohjelma
Hallinnon ja kaupan ala	Talouden ja hallinnon koulutusohjelma
Tekijä(t) Marja Juntunen	
Työn nimi Katinkullan osakkaiden vaihtohalukkuus ja vaihtoon vaikuttavia tekijöitä	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t)
Kansainvälinen markkinointi	Mervi Väisänen
Aika 2.5.2000	Sivumäärä 53
Tiivistelmä	
<p>Tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena oli selvittää Katinkullan osakkaiden vaihtohalukkuutta sekä selvittää syitä, miksi osakkaat vaihtavat tai eivät vaihda viikkojaan RCI:n kautta ulkomaille. Toisena tavoitteena oli kartoittaa RCI:n ja sen tarjoamien palveluiden tunnettavuutta Katinkullan osakkaiden keskuudessa. Tutkimus suoritettiin kirjekyselynä 500 Katinkullan yksityisosakkaalle. Kysely toteutettiin postitse syyskuussa 1998 ja kyselylomakkeen palautti hyväkysytysti täytettynä 245 Katinkullan osakasta. Kyselyn vastaajaksi toivottiin taloudesta se henkilö, joka ensisijaisesti päättää Katinkullan osakkeen käytöstä ja mahdollisista vaihdoista.</p> <p>Tutkimukseen osallistuneista RCI:n jäsenistä 34 % ilmoitti vaihtavansa lomaviikkonsa ulkomaille erittäin todennäköisesti seuraavan kahden vuoden aikana. Erittäin epätodennäköisesti vaihdon tekee 23 % vastanneista. Vaihdon tekemisestä ei osannut sanoa 10 % tutkimukseen osallistuneista RCI:n jäsenistä.</p> <p>Suurimpina syinä vaihdon tekemiseen olivat vaihtelun halu sekä halu tutustua uusiin paikkoihin. Myös parempi ilmasto houkutteli vaihtojen tekemiseen. Vaihdon helppous tai halpa hinta eivät vaikuttaneet kuin yhteensä vastaajista 15 % positiiviseen vaihtopäätökseen. Katinkullan monipuolisuus oli suurin syy siihen, etteivät osakkaat vaihtaneet viikkojaan ulkomaille. Muita tutkimuksessa esille tulleita syitä olivat halu viettää lomat kotimaassa, vaihdon kalleus ja hankaluus, perheen koko, RCI-jäsenyyden uutuus tai ajan puute sekä ulkomaisten kohteiden huono saatavuus.</p> <p>RCI ja sen tarjoamat palvelut eivät olleet kovin hyvin tunnettuja Katinkullan osakkaiden keskuudessa. Vain 8 % vastaajista tunsivat RCI:n mielestään erittäin hyvin. Kohtalaisesti tai melko huonosti RCI:n tunsivat omasta mielestään 47 % vastaajista. Kolme vastaajaa ilmoitti, etteivät tunne RCI:tä lainkaan.</p> <p>Jotta vaihtojen määrää saataisiin lisättyä, tulisi RCI saada tunnetummaksi osakkaiden keskuudessa. Siihen liittyminen pitäisi saada helpommaksi sekä edullisemmaksi ja vaihtojen tekemistä pitäisi yksinkertaistaa. Katinkullan tulisi saada myös osakkuusikää nostettua sekä myytyä samalle osakkaalle useampi viikko vaihtojen tekemistä varten. Tutkimuksessa kävi ilmi, että vaihdon tekee useammin osakas, joka omistaa useamman osakkeen sekä on ollut osakkaana jo useamman vuoden. Näin osakas voi lomailla sekä Katinkullassa että vaihtaa toisen viikkonsa RCI:n kautta ulkomaille.</p>	
Luottamuksellisuus	julkinen
Hakusanat	Katinkulta, matkailun vetovoimatekijät, vaihtohalukkuus
Säilytyspaikka	Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



Department	Degree programme
The Faculty of Administration and Business	Business and Administration
Author(s) Marja Juntunen	
Title The Willingness of Exchange and Factors Having an Influence on Exchange among Katinkulta Shareholders.	
Alternative professional studies International marketing	Instructor(s) Mervi Väisänen
Date 2. May 2000	Total number of pages 53
<p>Abstract</p> <p>The primary goal of this research was to find out about the willingness of exchange among Katinkulta shareholders and study reasons why shareholders do or do not exchange their weeks abroad through RCI. The secondary goal was to find out if the shareholders know about the RCI and its services. The research was made by sending a questionnaire to 500 Katinkulta shareholders (persons). It was made in September 1998 and the questionnaire was sent back by 245 shareholders. It was hoped that the questionnaire was answered by a person, who mainly decides how the Katinkulta's share is used.</p> <p>During the next two years 34 % of the RCI –members are most likely going to make an exchange. Most unlikely an exchange is made by 23 % of RCI –members during the next two years. The question was not answered by 10 % of members.</p> <p>The biggest reasons why an exchange is made were doing it for a change, wanting to travel to new places and better climate. Easiness of exchange and cheap price were not very big reasons. Only 15 % of RCI-members said that easiness or cheap price influenced their positive exchange decision. Katinkulta's versatility was the biggest reason why the shareholders did not exchange their weeks abroad. Other reasons mentioned were the desire to spend holidays in Finland, expensive prices and difficulties, the size of the family and lack of time. The RCI –members also thought that they have not been a member long enough or they did not get the place they wanted.</p> <p>RCI and its services were not well known among the Katinkulta shareholders. Only 8 % of respondents knew RCI very well. Fairly well or pretty badly RCI was known among 47 % of the respondents. Three shareholders answered that they do not know RCI or its services at all.</p> <p>In order to increase the amount of exchanges RCI should become better known among the Katinkulta shareholders. Becoming a member of RCI should be easier and cheaper and making of exchange should be more simple. The Katinkulta shareholders should own their weeks longer and one shareholder should own more than one week. The research showed that a shareholder who owns several weeks and who has been a shareholder longer makes more exchanges than a shareholder who owns only one week. Owning two or three weeks a shareholder can spend one week in Katinkulta and exchange the other for a week abroad.</p>	
Confidentiality	public
Keywords	Katinkulta, travelling attractions, willingness of exchange
Deposited at	Kajaani Polytechnic's library

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Tausta	1
1.2 Tavoitteet	2
1.3 Rajaukset	2
2 MATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄT MATKAILIJOIDEN KÄYTTÄYTYMISTÄ SELITTÄVINÄ TEKIJÖINÄ	3
3 MATKUSTAMISEN MOTIIVIT	9
4 HOLIDAY CLUB KATINKULTA	15
4.1 Katinkullan kehitys	15
4.2 Lomaosakkeet	17
4.3 Harrasteet	18
5 RCI –JÄRJESTELMÄ	20
5.1 Jäsenyys	22
5.2 Säännöt	23
6 KATINKULLAN OSAKKAIDEN VAIHTOHALUKKUUS JA VAIHTOON VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ	25
6.1 Taustatiedot	26
6.2 RCI:n tunnettuus	33
6.3 Lomaviikkojen vaihto RCI:n kautta ulkomaille	35
6.4 Mahdollisia ehdotuksia RCI-vaihdon kehittämiseksi	41
7 TULOSTEN ANALYSOINTI	42
LÄHTEET	47
LIITTEET	48

## 1 JOHDANTO

Miksi ihmiset käyttävät suuren osan vapaa-ajastaan matkustamiseen? Miksi me emme rentoudu kotioloissa sen sijaan, että lähdemme fyysisesti ja joskus myös henkisesti rasittavalle lomamatkalle, jonka jälkeen vasta tunnemmekin olevamme levon tarpeessa? Mikä saa meidät lähtemään vapaaehtoisesti jonottamaan aamuvarhaisella valvotun yön jälkeen lentoaseman lähtöselvityksessä? Miksi turistit valitsevat matkakohteeseen juuri sen maailmankolkan, mihin ovat tulleet? Mitkä asiat tarkkaan ottaen vetävät turisteja puoleensa?

Yllä oleviin kysymyksiin ei ole pystytty esittämään selkeitä vastauksia. Tutkimukseni pyrkii selvittämään kyseisiä asioita Katinkullan osakkaiden keskuudessa. Halusin saada selville, miksi ja miten Katinkullan osakkaat valitsevat lomakohteensa – viettävätkö he lomansa Katinkullassa vai lähtevätkö RCI:n kautta ulkomaille?

### 1.1 Tausta

Suoritin tradenomin opintoihini kuuluvan puolen vuoden työharjoittelun Katinkullassa, sen osakemyyntiyksikössä. Työharjoitteluni aikana tutustuin Katinkullan viikko-osakejärjestelmään sekä RCI-järjestelmään. Kiinnostuin aiheesta ja päätin tehdä tutkimuksen Katinkullan osakkaiden vaihtohalukkuudesta sekä siitä, aikovatko Katinkullan osakkaat viettää tulevaisuudessa lomansa Katinkullassa vai vaihtavatko he viikkonsa RCI:n kautta ulkomaille.

Tutkimukseni avulla pyrittiin samaan vastaus kysymykseen, miksi Katinkullan osakkaat vaihtavat tai eivät vaihda lomaviikkojaan RCI-järjestelmän kautta ulkomaille. Halusin selvittää syitä, mitkä vaikuttavat osakkaiden vaihtohalukkuuteen. Vastaavaa tutkimusta Katinkullan osakkaista ei ole tehty aikaisemmin ja nyt tehdyn tutkimuksen avulla saadaan selvitettyä, mitä tulisi tehdä, jotta vaihtojen määrää saataisiin lisättyä entisestään.

## 1.2 Tavoitteet

Tutkimukseni ensisijaisena tavoitteena oli selvittää Katinkullan osakkaiden vaihtohalukkuutta. Tarkoitus oli selvittää syitä, miksi osakkaat vaihtavat tai eivät vaihda viikkojaan RCI:n kautta ulkomaille. Nämä syyt selvittämällä Katinkulta voi omassa toiminnassaan ottaa huomioon ne seikat, jotka edistävät osakkaiden vaihtohalukkuutta. Lisäksi kartoitin RCI:n ja sen tarjoamien palveluiden tunnettavuutta osakkaiden keskuudessa. Tunnettavuuden kartoituksen tarkoituksena oli saada tietoja, kuinka RCI:n palveluja tulisi kehittää vaihtojen lisäämiseksi.

## 1.3 Rajaukset

Tutkimukseni on kohdistettiin yksityishenkilöihin, koska tarkoitus oli selvittää osakkaiden vaihtohalukkuutta, eikä näin ollen ollut tarkoituksenmukaista osoittaa kysymyksiä yritysosakkaille. Tutkimuksellani pyrin saamaan selville syitä, miksi Katinkullan osakkaat vaihtavat viikkojaan ulkomaille. RCI-järjestelmään liittyminen tai siitä eroaminen sekä näiden syyt eivät olleet tutkimuksessani selvitettävänä. Kysymyksessä "Oletteko RCI:n jäsen?" vastaajilla oli kuitenkin mahdollisuus kertoa syy, miksi he eivät ole liittyneet RCI-järjestelmään. Koska jäsenyys on yksi edellytys vaihtojen tekemiselle, on hyvä tietää, miksi osakkaat eivät liity RCI:hin. Tarkemmin liittymisen esteitä ei tutkittu.

## 2 MATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄT MATKAILIJOIDEN KÄYTTÄYTYMISTÄ SELITTÄVINÄ TEKIJÖINÄ

Matkailua voidaan pitää systeeminä, jossa matkailija liikkuu lähtöalueelta kohdealueelle, viettää kohdealueella tietyn ajan ja palaa takaisin. Tämän systeemin peruselementtejä ovat matkailijan motiivit ja kohdealueen vetovoima. Matkailija lähtee matkalle, koska hänellä on motiivi tai useita motiiveja. Kohdealueella on taas vetovoimaa, joka pyrkii vastaamaan matkailijan motiiveihin. (Aho, Ilola & Järviluoma, toim., 1997, 52).

Kohdealueen vetovoimatekijät pyrkivät tyydyttämään matkailijan motiiveja. Vetovoimatekijät voidaan ymmärtää matkailijaa houkutteleviksi tekijöiksi, kun matkustamisen motiivit taas ymmärretään yksilön päätöksentekoon vaikuttaviksi, usein hyvinkin individualisteisiksi, taustatekijöiksi. Vetovoimatekijät ovat voineet vaikuttaa matkustamisen motiiveihin. (Aho, Ilola & Järviluoma, toim., 1997, 53).

Matkailun vetovoimatekijät voidaan jakaa karkeasti luonnon vetovoimaan, kulttuurin vetovoimaan ja ihmisen järjestämiin palveluihin. Luonnon merkitys matkailullisena vetovoimana kasvaa jatkuvasti. Tähän vaikuttaa mm. lisääntynyt ympäristötietoisuus ja aktiiviloman kasvu. Luonto tarjoaa matkailijalle lukuisia vaihtoehtoja luontoelämyksen kokemiseen. Matkailijan luonto käsittää sekä elottoman että elollisen luonnon kohteita, erilaisia värejä, hajuja, ääniä ja vuodenaikojen vaihtelun. Luonto avautuu matkailijalle yleensä maiseman, luonnonnähtävyyksien ja nykyään entistä enemmän omakohtaisen kokemuksen kautta. Matkailijalle tarjotaan aiempaa useammin tilaisuuksia luonnon kokemiseen aktiivisten ohjelmalveluiden kautta. (Länsi-Suomen ympäristöohjelma, 1999).

“Vetovoimatekijä” käsitteenä viittaa nimensä mukaisesti voimaan, joka vetää matkailijoita kohteeseen. Vetovoima muodostuu kohteen fyysisistä ja inhimillisistä

resursseista, ominaisuuksista ja kulttuuriperinnöstä ja liittyy kiinteästi kohteen palvelutarjontaan. Vetovoimatekijät vaikuttavat potentiallisiin matkailijoihin yksilöllisesti; yksilöt tulevat “vedetyiksi” kohteeseen eri voimakkuuksilla. Voimatekijän vaikutus riippuu yksilöiden henkilökohtaisesta taustasta, persoonallisuudesta, elämäntilanteesta ja muista henkilökohtaisista ominaisuuksista. (Aho, toim., 1994, 127).

Matkakohteen vetovoimatekijöitä ei voida pitää luonteeltaan staattisina, vaan pikemminkin ajassa muuttuvina; ne joko korvautuvat uusilla vetovoimatekijöillä ja/tai muuttuvat painotukseltaan tai merkityssisällöltään toisiksi. (Aho & Ilola, toim., 1995, 106 - 107).

“Työntövoima” käsitteenä viittaa tekijöihin, jotka ajavat potentiaalisia matkailijoita lähtöalueeltaan matkailukohteisiin. Matkailijoita motivoivat tekijät voivat olla konkreettisia havaintoja ja odotuksia. Liikkeelle työntävät voimat perustuvat yksilöiden fyysisiin, kulttuurisiin ja sosiaalisiin toimintaympäristöihin. (Aho, toim., 1994, 127).

Jakoa matkailun työntö- ja vetovoimatekijöihin ja niihin liittyviin erilaisiin motiiveihin voidaan pitää keinotekoisena, sillä matkailuun ja itse matkakohteen valintaan vaikuttavat sekä työntö- että vetovoimatekijät yhdessä. Voidaankin ajatella, ettei matkailullisia vetovoimatekijöitä ole olemassa ilman niihin ja niiden kokemiseen ja näkemiseen liittyviä yksilön sisäisiä, sosiaalisia ja kulttuurisia tarpeita eli työntövoimatekijöitä. Näin ollen esimerkiksi mahdollisuus hiljaisuuden ja rauhan kokemiseen muodostuu matkailun ja tietyn matkailualueen vetovoimatekijäksi vain, jos ihmisille on syntynyt arkielämässään tarve niiden kokemiseen. Joidenkin muiden vetovoimatekijöiden, kuten kauniiden maisemien ihailun, taustan ymmärtäminen puolestaan edellyttää varsin laajaa historiallisten ja kulttuuristen yhteyksien huomioonottamista. (Aho & Ilola, toim., 1995, 111 - 112).

Amerikkalainen Michael Peters on esittänyt luokittelun tekijöistä, jotka hänen käsityksen mukaan ovat houkutelleet matkailijoita. Petersin lähtökohtana on tutkia matkailun kehittämismahdollisuuksia elinkeinona. Jotkut alueet, jopa kokonaiset



valtiot, omaavat sellaisia luontoon, kulttuuriin tai muihin seikkoihin liittyviä piirteitä, joilla on jatkuvasti vetovoimaa. Toiset taas ovat vailla mitään erikoista houkutinta, tai ovat jopa hyvinkin suurilla panostuksilla luoneet tiettyjä matkailun houkuttimia. (Aho, toim., 1994, 12 - 13).

Petersin mukaan jollakin valtiolla tai alueella on seuraavanlaisia matkailijoita houkuttelevia tekijöitä: 1. kulttuuri (muinaismuistot, instituutiot, uskonnon erityispiirteet); 2. perinteet (kansalliset juhlat, taiteet, käsityön tuotteet, musiikki, kansanelämä); 3. luonto (eläimistö, kasvisto, uimarannat, luonnonmuodostumat jne.); 4. huvitukset (huvipuistot, eläintarhat, urheilutapahtumiin osallistuminen tai niiden seuraaminen, kasinot, elokuvat jne.); 5. muut houkuttelevat tekijät (ilmasto, terveyskylpylät, ainutlaatuisuudet). (Aho, toim., 1994, 13).

Itse matkan suorittamiseen liittyvät seikat näyttävät historian näkökulmasta olleen tärkeä vetovoimatekijä. Jollekin voi matkustamisen muoto ja sen taso olla hyvin keskeistä. Kysymys on siis kulkuvälineen keskeisestä merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä. Tärkeää ei monille ehkä ollutkaan maantieteellisesti määriteltävä matkustamisen päämäärä vaan itse matkustamisen väline tai keino, johon voi liittyä statusajattelua ja varakkuuden osoittamishalua. (Aho, toim., 1994, 13).

Matkustamisvälineet ja niihin liittyvät erikoisuudet saattavat silti edelleen olla matkailijoita houkuttelevia tekijöitä. Samoin voidaan kysyä, missä määrin ovat historiassa matkailijoita houkuttelleet majoitus, asumisviihtyvyys ja ehkä siihen liittyvä ylellisyys. (Aho, toim., 1994, 14).

Matkailun edistämiskeskuksen vuonna 1974 tehdyssä tutkimuksessa matkailijoilta tiedusteltiin eri maiden kohdalta kiinnostavimpia ominaisuuksia. Maittain suosion perustelut vaihtelivat, mutta ympäristönvaihdos (ilmasto, maantiede, kulttuuriympäristö), kulttuurikohteet ja -tapahtumat sekä maan fyysiset piirteet ja erilainen elämänmuoto olivat vetävimmät tekijät. Kiinnostavaa on, että liikenteellistä saavutettavuuden ajatusta ei juuri tuotu esille. (Aho, toim., 1994, 14).

Tavanomaista on, että vetovoima tulkitaan kulttuuri- ja luonnonvetovoimaksi, jotka kumpikin jakautuvat alaryhmiin ja erilaisiin yksittäisiin vetovoimatekijöihin. Tavaksi on myös tullut rajankäynti aktiivisten ja passiivisten vetovoimatekijöiden välillä. (Aho, toim., 1994, 22 - 23).

Yleisellä tasolla jonkinlaista konsensusta on saanut osakseen käsitys, jonka mukaan matkailijoiden käyttäytymistä ohjaavat toisaalta työntövoimatekijät ja toisaalta vetovoimatekijät. Työntövoimatekijät ovat yksilön sisäisiä sosiopsykologisia prosesseja, jotka toimivat yleisluonteisina loman vieton tai matkalle lähtemisen syykkeinä. Vetovoimatekijät puolestaan liittyvät kohdealueisiin tai matkareitteihin, ja niiden on katsottu ohjaavan matkakohteen valintaa. Toisin sanoen työntövoimatekijöillä on selitetty kysymystä “Miksi ihmiset lähtevät lomamatkalle?” ja vetovoimatekijöillä kysymystä “Millä perusteilla he valitsevat matkakohteensa?”. (Aho, toim., 1994, 32).

Työntövoimatekijöistä puhuttaessa on havainnollista ja oleellista nähdä matkustaminen tarpeiden tyydyttämisen välineeksi. Matkalle lähdetään siksi, että sen uskotaan tyydyttävän joitakin inhimillisiä tarpeita. (Aho, toim., 1994, 35).

Matkailullisen vetovoiman tarkastelussa erotetaan usein erikseen varsinaiset vetovoimatekijät ja attraktiot. Edelliset, kuten luonto ja kulttuuri, ovat käsitteellisessä mielessä varsin laaja-alaisia ja luonteeltaan epämääräisiä. Attraktiot ovat puolestaan spesifimpejä, tiettyyn paikkaan sidottuja tekijöitä, joilla on itsessään matkailullista vetovoimaa. (Aho & Ilola, toim., 1995, 111).

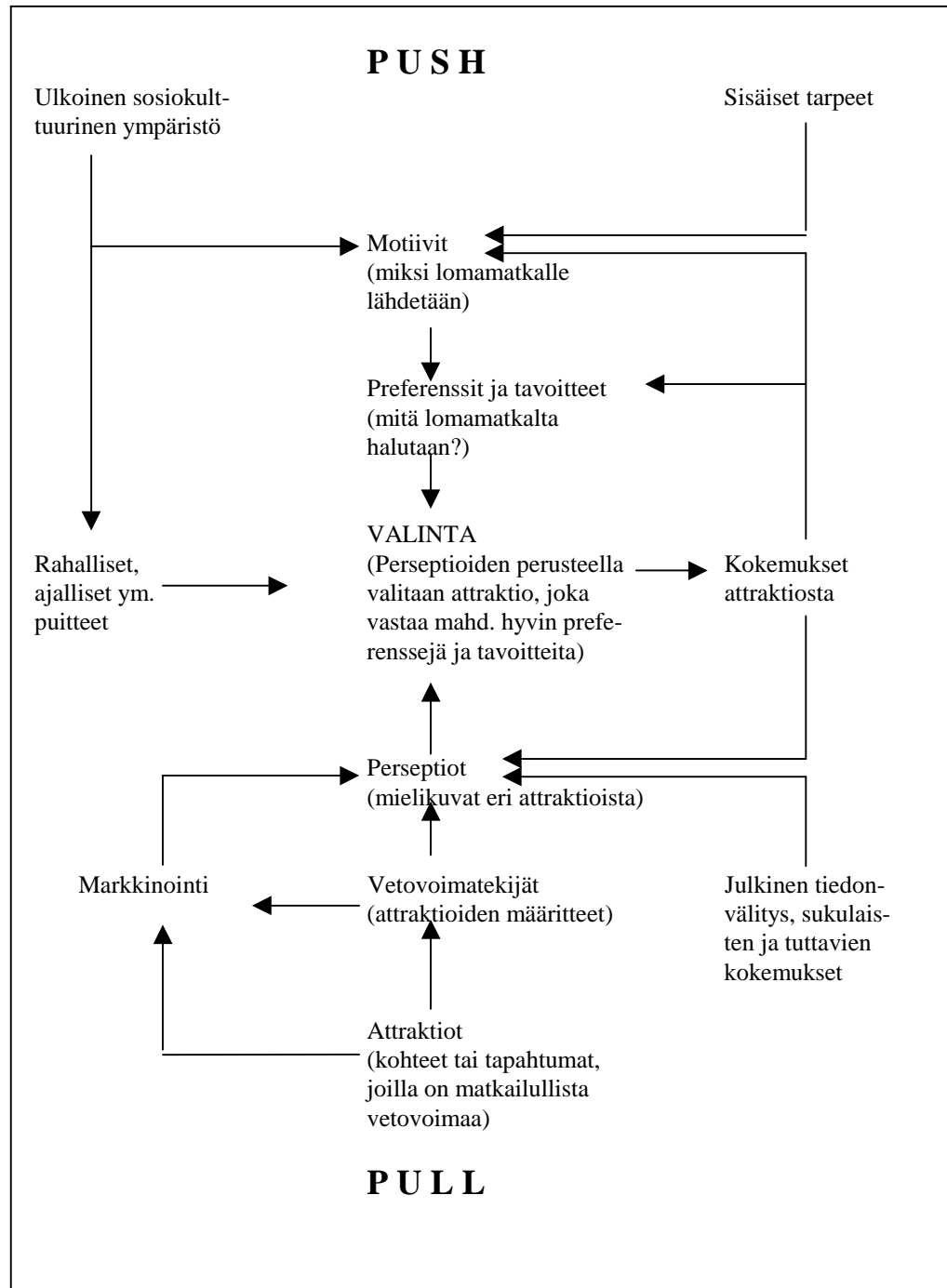
Attraktioilla tarkoitetaan paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joilla on erinäinen määrä vetovoimatekijöitä. Attraktioita ovat esimerkiksi Norvajärvellä Rovaniemen lähistöllä sijaitseva saksalaisten sotilaiden hautausmaa, Sodankylän filmifestivaalit tai Inarijärvi, vetovoimatekijöitä puolestaan sellaiset asiat kuin luonto, maisema, historia, kulttuuri, matkailupalvelut ja saavutettavuus. Attraktiot voidaan siis käsittää matkakohteiksi ja vetovoimatekijät niiden määritteiksi. Attraktioilla täytyy olla aina vetovoimaa, muutenhan ne eivät olisi attraktioita. Käänteisesti kaikki kohteet tai tapahtumat, joilla on turistista vetovoimaa, ovat attraktioita. (Aho, toim., 1994, 38).

Vetovoimatekijät ovat niitä asioita tai ominaisuuksia, joista attraktioiden vetovoimaisuus muodostuu. Ehkä helpoin - joskin samalla sekundäärinen - lähtökohta vetovoimatekijöiden hahmottamiseen on markkinointiaspekti eli se, millä asioilla tai ominaisuuksilla attraktioita myydään. Matkailumarkkinoinnissa yleisesti käytettyjä teemoja ovat esimerkiksi:

- a) luonto ja maisema
- b) ilmasto
- c) kulttuuri
- d) historia
- e) harrastusmahdollisuudet, ohjelmapalvelut ja tapahtumat
- f) majoitus- ja ravitsemispalvelut
- g) paikallisen väestön suhtautuminen matkailijoihin
- h) hintataso
- i) saavutettavuus.

Näistä kaikkein “universaalisimpana” on pidetty luonnon kauneutta ja ilmastoa, joskin eri vetovoimatekijöiden painotukset matkakohdetta valittaessa tietenkin vaihtelevat riippuen henkilöstä ja tilanteesta. (Aho, toim., 1994, 30 - 40; Aho & Ilola, toim., 1995, 54 - 55).

Käytäntö on kuitenkin karvaasti osoittanut, että kohdealueilla voi olla myös sellaisia ominaisuuksia, jotka suoranaisesti karkoittavat turisteja. Nimitettäköön näitä ominaisuuksia käsitteellisten sekaannusten välttämiseksi vaikka negatiivisiksi vetovoimatekijöiksi. Viime aikoina negatiivisista vetovoimatekijöistä ovat olleet esillä erityisesti turisteihin kohdistuva väkivalta (Egypti, Florida, Tallinna), sodat tai niiden alueellinen läheisyys, ilman tai vesistöjen saastuminen (Ateena, tietyt Välimeren rantalomakohteet) ja miksei myös AIDS. Lievempiä negatiivisia vetovoimatekijöitä voivat olla esimerkiksi korkea hintataso tai epäystävällinen palvelu. Tässäkin toisten onnettomuus on toisten onni: negatiivisten vetovoimatekijöiden puuttuminen on itsessään positiivinen vetovoimatekijä. Esimerkiksi saasteettomuus ja turvallisuus ovat nykyään selkeitä kilpailuetuja. (Aho, toim., 1994, 41).



Kuvio 1. Työntö- ja vetovoimatekijät lomakohteen valinnassa (Aho, toim., 1994, 43).



### 3 MATKUSTAMISEN MOTIIVIT

Motiivi tarkoittaa käytännön kielessä syytä toimintaan. Miksi ihminen ryhtyy tiettyyn tekoon? Motiivi ja tarve ovat lähellä toisiaan. Tarve käsitetään yleensä perustavamman laatuiseksi ihmisen käyttäytymisen ohjaajaksi kuin motiivi. Ihmisellä on nälkä. Hän tyydyttää tarpeensa syömällä. Motiivin ajatellaan puolestaan sen sijaan olevan ikään kuin hienosyisemmän toiminnan ohjaajan. Ihmisen käyttäytymisen motiivit ovat usein tiedostamattomia eivätkä ne ole sellaisia, joita ihminen halukkaasti on paljastamassa itselleen saati sitten toisille ihmisille. (Reunanen & Reunanen, 1996).

Iso-Aholan mukaan motiivit syntyvät silloin, kun henkilöt ajattelevat erinäisiä tulevaisuuteen sijoittuvia aktiviteetteja, jotka ovat potentiaalisesti tyydytystä tuottavia. Dann puolestaan määrittelee matkailun motivaation tietoiseksi mielentilaksi, joka saa henkilön tai henkilöryhmän lähtemään matkalle ja jota voidaan pitää pätevänä selityksenä tehdyille päätökselle. Motiivit, joiden seurauksena ihmiset päättävät lähteä lomamatkalle, ovat siis mentaalisia ennakkokäsityksiä siitä, että lomamatka tulee tuottamaan fyysistä tai henkistä mielihyvää. Motiivin lähikäsitteitä ovat esimerkiksi toive, pyrkimys, aikomus tai syy. Motiiveja täsmällisempiä ovat preferenssit ja tavoitteet, joiden voidaan ajatella vastaavan kysymykseen “Mitä lomamatkalta halutaan?”. (Aho, toim., 1994, 33)

Esimerkiksi Crompton jakaa motiivit kahteen pääryhmään: sosiopsykologisiin ja kulttuurisiin. Sosiopsykologiset motiivit ovat luonteeltaan yleisiä ja kohderiippumattomia, kun taas kulttuuriset motiivit ovat ainakin osittain kohdesidonnaisia. Kulttuuriset motiivit, joihin Crompton sisällyttää uutuuden viehätyksen/uteliaisuuden ja uuden oppimisen/kasvatuksen, liittyvät siten yhtä hyvin veto- kuin työntövoimatekijöihin. Cromptonin käsitys push/pull-teoriasta tosin poikkeaa totutusta, sillä hänen mielestään myös työntövoimatekijät eli sosiopsykologiset motiivit ohjaavat matkakohteen valintaa, mikä tuntuu aika loogiselta ja oikealta huomiolta. (Aho, toim., 1994, 33)

Crompton identifioi empiirisesti seitsemän sosiopsykologista motiivina, jotka toimivat matkailun työntövoimatekijöinä:

1. **Pako arkiympäristöstä.** Matkalle lähdetään siksi, että arkielämä alkaa tuntua ikävyyttävältä ja yksitoikkoiselta.
  
2. **Itsetutkiskelu ja -arviointi.** Matkalle lähdetään siksi, että uudet ympäristöt ja tilanteet stimuloivat oman persoonallisuuden/imagon etsimistä, arviointia ja muokkaamista.
  
3. **Rentoutuminen.** Matkalle lähdetään siksi, että se rentouttaa ja laukaisee stressiä. Rentoutuminen on yleensä nimenomaan henkistä laatua, sillä lomamatkailu itsessään voi olla fyysisesti rasittavaa. Matkakohteessa on aikaa harrastuksille, jotka ovat yksi keskeinen rentoutumisen muoto.
  
4. **Statuksen kohottaminen.** Matkalle lähdetään siksi, että sen avulla on mahdollista saada sosiaalista arvostusta. Nykymaailmassa matkustamista pidetään yhtenä sivistyksen osatekijänä. On hienoa, jos voi sanoa vierailleensa kaikissa Euroopan maissa. Tätä motiivia ei tosin useinkaan tunnusteta.
  
5. **Mahdollisuus käyttäytyä ilman arkiroolien asettamia rajoja.** Matkalle lähdetään siksi, että matkalla saa tehdä asioita, joita arkiympäristössä pidettäisiin pahennusta herättävinä. Turistikohteissa on luvallista ja jopa sopivaa käyttäytyä lapsekkaasti tai muuten irrationaalisesti.
  
6. **Perhesiteiden tiivistäminen.** Matkalle lähdetään siksi, että se lähentää perheenjäseniä henkisesti ja miksei myös fyysisesti (esim. pitkät automatkat). Koska lomamatkalla ei tarvitse huolehtia kotiaskareista tai muista vastaavista velvoitteista, jää aikaa seurustelulle ja yhteisille harrastuksille.
  
7. **Sosiaalisten kontaktien lisääminen.** Matkalle lähdetään siksi, että se mahdollistaa uusien ihmissuhteiden solmimisen. Kontakteja voi syntyä niin paikallisiin asukkaisiin kuin kanssamatkustajiinkin kanssakäymisen syvyysasteen vaihdellessa pinnallisesta rupattelusta pysyviin ystävyys-suhteisiin. (Aho, toim., 1994, 33 - 34).

Eräs tavallisimpia motiivien tutkimistapoja on selvittää niitä toimintoja, joita matkailija suorittaa perillä matkakohteessa. Näitä ovat mm. ruumiin ja sielun

rentouttaminen ja virkistäminen, terveydelliset syyt, aktiivinen osanotto urheiluun, harrastukset, puhdas huvi ja jännitys, uteliaisuus ja halu tutustua vieraisiin kulttuureihin sekä tapoihin, vierailu ystävien ja tuttavien luona, hengelliset tarpeet, ammatilliset tai liiketoimintaan liittyvät syyt jne. (Reunanen & Reunanen, 1996).

Matkakohteen valinta tapahtuu taloudellisten, ajallisten, terveydellisten ym. reunaehtojen puitteissa periaatteessa siten, että henkilö vertailee eri attraktioita ja niiden vetovoimatekijöitä koskevia mielikuviaan lomalle asetettuihin preferensseihin ja tavoitteisiin ja valitsee sen attraktion, jossa vastaavuus on mahdollisimman hyvä. Lomamatkalta saadut kokemukset muovaavat edelleen työntövoimatekijöihin liittyviä motiiveja, preferenssejä ja tavoitteita samoin kuin attraktioita koskevia mielikuvia. Aikaisempien matkakokemusten lisäksi perseptioihin vaikuttavat julkinen tiedonvälitys, sukulaisten ja tuttavien kertomukset sekä mainokset ym. markkinointitoimenpiteet. (Aho, toim., 1994, 44).

Erään määritelmän mukaan matkakohteen vetovoimaisuus heijastaa henkilön tunteuksia, käsityksiä ja mielipiteitä siitä, minkälainen on matkakohteen kyky tyydyttää hänen tiettyjä lomanviettoon liittyviä tarpeitaan. Mitä paremmin henkilö uskoo kohteen vastaavan hänen lomanviettotarpeitaan, sitä vetovoimaisempi se hänen mielestään on ja sitä todennäköisemmin hän taloudellisten, ajallisten ym. reunaehtojen puitteissa valitsee sen lomakohteekseen. (Aho & Ilola, toim., 1995, 54).

Lomamatkalle lähdetään mitä erilaisimmista syistä ja - mikä tärkeää - harvoin vain yhdestä syystä. Matkan aiheena voi olla usein samanaikaisesti esimerkiksi rentoutuminen, harrastaminen, sosiaalinen kanssakäyminen jne. Mitä enemmän motiiveja pelissä on mukana, sitä vaikeampaa on eritellä yksittäisiä motiiveja ja arvioida niiden suhteellisia merkityksiä. (Aho, toim., 1994, 37).

Motiivit eivät kuitenkaan ole yksinomaan sisäsyntyisiä, vaan ne ovat myös sosiaalisesti ja kulttuurisesti määräytyviä. Kerran vuodessa tai useammin tehtävästä lomamatkasta on tullut tapa tai normi, josta poikkeaminen on viesti epänormaaleista olosuhteista. Jos päätät lähteä lomamatkalle, sinun ei tarvitse perustella päätöstäsi muille. Jos taas päätät viettää lomasi kotona, sinulta odotetaan selitystä moiseen hairahdukseen. (Aho, toim., 1994, 37).



Matkailijoiden ei voida olettaa välttämättä tiedostavan perimmäisiä motiivejaan matkustaa johonkin tiettyyn kohteeseen tai jos tiedostavatkin, niin he eivät niitä välttämättä haastattelijalle kerro, jos motiivit ovat esimerkiksi moraalisesti arveluttavia. Matkailijoiden esiin nostamat syyt voivat myös heijastella stereotyyppisiä käsityksiä, joita tietyn alueen matkailusta on julkisessa keskustelussa muodostunut. Lisäksi syy matkalle lähtöön voi selittyä useiden tekijöiden yhteisvaikutuksena. (Aho & Ilola, toim., 1995, 112).

Ihmiset esittävät yleensä toimintansa syyksi mieluummin positiivisia kuin negatiivisia seikkoja. Ihmiset eivät matkusta esimerkiksi siksi, että he ovat yksinäisiä, vaan koska he haluavat tutustua uusiin ihmisiin ja kulttuureihin. He eivät matkusta “avarampiin” ymäristöihin, koska he tuntevat itsensä rajoitetuksi omassa elinympäristössään, vaan saamaan uusia kokemuksia. He eivät matkusta siksi, että heillä ei ole seksikumppania, vaan tutustumaan toisiin kulttuureihin ja museoihin. Toisin sanoen, jos matkan todellinen motiivi on yleisen luonnehdinnan mukaan paha, haastateltava ei sitä yleensä paljasta eikä empaattinen haastattelija sitä kysy. Tiedostamaton motiivi saa hyväksyttävän, positiivisen, konkreettisen katteen päällensä, jonka lävitse ei saata mennä kukaan, ei matkustaja, ei tuottaja eikä tutkija. (Reunanen & Reunanen, 1996).

Merkittävimmät matkailun motiivit ja ennen kaikkea tyytyväisyyttä tyydyttyessään aiheuttavat seikat ovat sellaisia, joita eivät matkailija eikä matkan tuottaja tunnista tai tiedosta. Ne löytyvät ihmisen minä-kuvan ja –tunteen takaa. Ne ovat useimmiten myös sellaisia, joita ihminen ei halua itsestään tunnistaa tai tiedostaa. Niiden olemassaolon huomaa vain, jos ne jäävät tyydytystä vaille tai ne tyydyttyvät. Ne huomaa palvelutuotteen kulutustilanteen jälkeen siitä, onko ihminen tyytyväinen vai ei. (Reunanen & Reunanen, 1996).

On myös muistettava, että matkalle lähtemiseen voi vaikuttaa motiivien kääntöpuoli eli matkustamisen esteet. McIntosh & Goeldner erottavat karkeasti kuusi enemmän tai vähemmän konkreettista syytä, miksi ihmiset eivät tee lomamatkoja. Nämä ovat:

1. taloudellisten resurssien puuttuminen
2. vapaa-ajan niukkuus
3. terveydelliset esteet
4. perhesyyt (esim. pienet lapset)
5. kiinnostuksen puuttuminen

## 6. matkailuun liittyvät pelot tai riskit.

Kun matkustamisen esteitä tarkastellaan yksilötasoa laajemmissa puitteissa, voidaan todeta se itsestään selvyys, että matkailu on vähäisintä niissä maissa, joissa keskimääräinen tulotaso ja käytettävissä oleva vapaa-aika ovat alhaisia. (Aho, toim., 1994, 37 - 38).

Matkustamisen motiivit (pako arjesta, rentoutuminen, sosiaaliset kontaktit, uteliaisuus jne.), jotka ovat seurausta toisaalta sisäisistä fysiologisista ym. tarpeista ja toisaalta ulkoisesta sosiokulttuurisesta ympäristöstä, muodostavat yleisen matkustuspäätöksen. Prosessin edetessä motiivit yksilöityvät preferensseiksi ja tavoitteiksi, jotka ilmaisevat, mitä lomamatkalta toivotaan ja minkätyyppistä lomaa halutaan. (Aho, toim., 1994, 44).

Matkustusmotiivit syntyvät ihmisten tavasta katsella omaa nykytodellisuuttaan sekä niitä mahdollisuuksia, joita syntyy uusissa ympäristöissä itsensä toteuttamiseen. Sopivassa ympäristössä tai sopivan ryhmän puitteissa ihminen voi olla se, mikä hän aina haluaisi olla. Ihminen haluaa tulla siksi, mihin hän kokee omaavansa potentiaaleja. Hän haluaa irti arkipäivän monotoniasta, uuteen ympäristön, jossa hän voi olla oma, vapaa itsensä, jossa sovinnaiset määräykset tai käyttäytymissäännöt eivät enää häntä kahlitse. (Reunanen & Reunanen, 1996).

Dichterin mukaan matkailijan ensimmäinen ongelma on ristiriita lähtemisen ja jäämisen välillä. Kyseessä on turvallisten rutiinien ja uutta haluavan seikkailumielen välinen konflikti. Normaalisti ihminen kokee rutiinit turvalliseksi. Poikkeamat niistä koetaan usein epämiellyttäväiksi. Kuitenkin vähän ajan päästä ihminen saattaa kokea samat rutiinit kyllästyttäväiksi ja henkistä kapasiteettia rajoittaviksi. Jos matka toteuttaisi nämä molemmat tavoitteet, sen tulisi tarjota fyysinen turvallisuus ruumiillisten perustoimintojen toteuttamiseksi ja antaa samalla uusia, "jännittäviä" elämyksiä. Matkalla me haluamme olla samalla kertaa turvassa häiriöiltä, mutta alltiina henkisille ärsykeille. (Reunanen & Reunanen, 1996).

Kun yhdistää Grahamin fantasiamallin, Dichterin kertomukset ihmisten muuttamisesta ja Galtungin kertomuksen ihmisten tarpeista loma-aikana, seurauksena on tarina ihmisten matkailumotiiveista: "Ihminen lähtee matkalle tunteakseen elämänsä ja olemassaolonsa mielekkääksi. Kotona hänellä ei ole samaa mahdollisuutta olla oma itsensä. Matkalla vasta hän voi toteuttaa itseään ja kokea itsensä uudella tavalla

kokonaiseksi ja toimivaksi ihmiseksi. Matkalla hänellä on ohjelmatoimatonta aikaa, uusien haasteiden kohtaamiseen ja kokemusten hankkimiseen, sekä ennen kaikkea mahdollisuus kokea läheisyys, yhdessäolontunne, ystävyys, rakkaus ja jopa seksi toisten ihmisten kanssa. Saadessaan tilaisuuden luovaan toimintaan joko edellä esitetyissä asioissa tai muualla hän paremminkin tekee asioita kuin työskentelee. Matka takaa hänelle sen hyvänolon tunteen ja onnellisuuden, jota paitsi hän tuntee olevansa arkioloissa. Hyvänolon tunne ja onnellisuus matkalla tulee siitä, ettei hän ole enää sidottu omiin rooliodotuksiinsa eikä tunne olevansa tarkkailun kohteena.” (Reunanen & Reunanen, 1996).

#### 4 HOLIDAY CLUB KATINKULTA

Holiday Club Katinkulta (myöhemmin Katinkulta) on viikkolomaosakeperiaatteella toimiva, korkeatasoinen lomakeskus. Toimintaperiaatteen mukaisesti omistaja maksaa hallitsemastaan osakkeesta vastiketta, jota vastaan hän saa osakkeen omistaman hallintaoikeuden. Katinkulta sijaitsee Vuokatissa, Nuasjärven rannalla, 36 kilometrin päässä Kajaanista.

##### 4.1 Katinkullan kehitys

Katinkullan rakennustyöt aloitettiin vuonna 1988, jolloin ensimmäiset loma-asunnot valmistuivat. Rakennuttajana oli Rantakatin Lomakylä Oy. Vuonna 1992 Rantakatin Lomakylä Oy:n konkurssin jälkeen Katinkultaan muodostui viisi eri yhtiötä, jotka muodostivat toimivan kokonaisuuden.

Vuosina 1988 - 1994 rakennetut 158 loma-asuntoa (68 rakennusta) muodostivat Katinkullan Kiinteistöt Oy:n, joka toimii Katinkulta Oy:n omistamalla maapohjalla.

31.12.1995 saakka loma-asunnot muodostivat 11 erillistä yhtiötä. Katinkullan Kiinteistöt Oy:n myynti vuonna 1997 oli 8,9 miljoonaa markkaa, joka koostui pääosin vastikkeista. Henkilöitä Katinkullan Kiinteistöt Oy:n palveluksessa ei ollut.

Katinkullan Pallohalli Oy hallitsi vuokraoikeuden nojalla Sotkamon kunnan omistamalla tontilla sijaitsevaa kylpylä-, harraste- ja liiketiloja varten rakennettua Klubi-rakennusta. Katinkullan Pallohalli Oy:n myynti vuonna 1997 oli 13,0 miljoonaa markkaa, joka myös koostui pääosin vastikkeista (n. 2/3). Katinkullan Pallohalli Oy työllisti 24 henkilöä vuonna 1997.

Katin Golf Oy hallitsi vuokraoikeuden nojalla Sotkamon kunnan omistamalla tontilla sijaitsevaa noin 55 hehtaarin suuruista maa-aluetta ja sille rakennettua golfkenttää. Vuonna 1997 myyntiä oli 2,7, miljoonaa markkaa ja työntekijöitä 5 kpl.

Katinkullan Palvelu Oy vastasi majoitustoiminnasta (osakkeiden vuokrauksesta) ja hallinnosta. Vuonna 1997 sen myynti oli 5,7 miljoonaa markkaa ja työntekijöitä oli 16 kpl. Osakemyynnistä vastasi SKOP-Kiinteistöt Oy 1.6.1999 saakka. Osakkeita myytiin vuonna 1997 vajaan 30 miljoonan markan edestä ja työntekijöitä osakemyynnissä oli 13.

Kesäkuussa 1998 Holiday Club Finland Oy teki esisopimuksen Katinkullan ostamisesta ja kauppa varmistettiin elokuussa 1998. Tehdyistä kaupasta kerrottiin mm. Koti-Kajaanissa (Koti-Kajaani, 1998, 3). Holiday Club Finland Oy (silloin Suomen Lomapörssi Oy) osti Arsenal-konsernin omistuksessa olleet Katinkullan Pallohalli Oy:n, Katinkulta Oy:n ja Kiinteistö Oy Katinkultaniemen osakkeet. Tällä hetkellä Holiday Club Finland Oy omistaa n. 80 % Katinkullan Pallohallit Oy:n osakkeista (kiinteistö-, kylpylä- ja harrasteosakkeet). Golf-toiminnan omistaa kokonaan Kapiteeli Oy. Harrasteista Holiday Club Finland Oy omistaa n. 80 % ja loput n. 20 % harrasteista on Katinkulta Oy:n omistuksessa (mm. liiketilaosakkeet). Katinkullan Kiinteistöt Oy on loma-asuntojen kiinteistöyhtiö ja Katinkullan Palvelut Oy:tä ei enää ole.

Yhtiöiden lisäksi Katinkullassa toimii useita yrittäjävetoisia palveluja, kuten ravintolatoiminta (Amica Ravintolat Oy), elintarvikeliike Pekan Puoti Ky, vapaa-ajanliike Klubi-Sport, hius- ja kauneushoitola, hierojat, Kuuselan Safarit jne. Lisäksi sopimussuhteessa on lukuisia alihankkijoita, kuten ISS Suomi Oy (siivous), Vuokatin

Nurmi Oy (viherhuolto), Katinkullan Kiinteistöhoito Oy (aluehuolto) sekä Tilitoimisto Korhonen Ky (kirjanpito).

Kainuun Sanomissa kerrottiin vuonna 1998, että Katinkulta on saanut rakennusluvan laajennukselleen (Kainuun Sanomat, 1998, 5). Vuonna 1999 valmistunut hotelli lisäsi majoituskapasiteettia Katinkullassa. Kylpylän yhteyteen rakennetussa hotellissa on 112 kahden hengen hotellihuonetta ja neljä sviittiä. Vastaanottotilat sijaitsevat edelleen Klubi-rakennuksessa ja hotellihuoneisiin pääsee katettua käytävää pitkin.

Katinkullan koko alueen käyttöaste vuonna 1997 oli 71,2 %, mikä on 7 prosenttiyksikköä enemmän kuin edellisenä vuonna. Vuokrausaste, mikä tarkoittaa vielä myymättömien osakkeiden vuokrausta, oli 54,8 %. Asiakkaita Katinkullassa kävi 30 139 kpl, josta osakkaiden osuus oli 31,1 %. Kävijämäärä koko Katinkullan alueella nousi n. 2 % vuodesta 1996.

#### 4.2 Lomaosakkeet

Katinkullassa voi ostaa yhden tai useamman viikkolomaosakkeen. Asiakas hankkii omistukseensa vain ne lomaviikot, jotka aikoo käyttää lomansa viettoon. Näin hänen ei tarvitse maksaa kuin todellisesta lomavietosta. Katinkullan viikkolomaosake on arvopaperi, jonka voi myöhemmin myydä tai lahjoittaa. Katinkullan myyntiorganisaatio hoitaa myös jälleenmyyntiä, mikäli osakas haluaa luopua osakkeestaan. Tällä hetkellä Katinkullan viikko-osakkeista on myyty n. 88 %.

Katinkullan viikkolomaosakkeet on jaettu kolmeen ryhmään: punainen, sininen ja valkoinen. Osakkeen väri kuvaa viikon ajankohtaa. Punaiset viikot ovat ns. sesonkiviikkoja, esimerkiksi hiihtolomaviikot, suosituimmat kesälomaviikot ja joulunaika. Valkoiset viikot ovat ns. välikautta ja siniset viikot ovat hiljaisempaa kautta, kuten esimerkiksi loka-marraskuu.

Ostamalla yhden viikkolomaosakkeen, osakas saa käyttöönsä täydellisesti varustellun ja korkeatasoisen loma-asunnon Katinkullasta. Loma-asuntojen koko vaihtelee 4 hengestä 8 henkeen. Neljän hengen huoneistot ovat joko rivi- tai paritaloissa, isommat huoneistot ovat aina paritaloissa. Kaikki loma-asunnot sijaitsevat Klubi-rakennuksen välittömässä läheisyydessä.

Viikkolomaosakkeen lisäksi Katinkullasta voi ostaa harrasteosakkeita, jotka antavat käyttöoikeuden kyseiseen harrasteeseen kyseisellä viikolla. Osakkeen ostamisen jälkeen osakas voi lomaillla Katinkullassa maksamalla pelkästään yhtiövastikkeen kyseisestä osakkeestaan. Yhtiövastike kattaa vakuutusten, sähkö-, vesi- yms. kulujen lisäksi kaikki loma-asunnon ylläpitokustannukset sekä ympäristötyöt.

#### 4.3 Harrasteet

Katinkullan kylpylä sijaitsee 1.10.1991 valmistuneessa Klubi-rakennuksessa, jossa on 14.000 kerrosneliötä ja 106.000 kuutiota. Klubi-rakennus on nykyisen eduskuntatalon kokoinen. Kylpylässä on 406 kaappia ja laskennallinen kapasiteetti on 430.000 kävijää vuodessa. Vuonna 1997 Katinkullan kylpylässä kävi 150 728 henkilöä, joista osakkaita oli 60 %. Vuodesta 1996 kävijämäärä nousi 7,2 %.

Veden ja ilman lämpötila on aina n. +30 °C ja altaita on yli 20. Ne ovat yhteydessä toisiinsa muodostaen vaihtelevan vesireitin. Sen varrella on porealtaita, vastavirtoja ja hierovia suihkuja. Kylpylästä löytyy myös ulko-, kylmävesi- ja discoallas sekä vesiliukumäki ja allasbaari.

Katinkullan kylpylän erikoisuus on antiikin roomalainen saunamaailma. Saunamaailmassa on erilaisia saunoja, mm. löylyluola sekä ulkona sijaitseva savusauna. Saunojen lisäksi siellä voi rentoutua pienissä porealtaissa.

Katinkullan golfkenttä otettiin käyttöön elokuussa 1990. Golfen ulkokausi aloitetaan toukokuun puolessa välissä ja ulkona voi pelata aina lokakuun puoliväliin saakka. Kenttä on 18-reikäinen, par 72. Ulkokentän lisäksi Katinkullassa voi pelata golfia myös sisällä. Klubi-rakennuksessa sijaitseva golfpuisto tarjoaa mahdollisuudet harjoitella puttausta ja golfsimulaattorissa voi pelata lähes oikeaa golfia myös keskellä talvea.

Katinkullan keilahalli on täysin tietokoneistettu kuusiratainen Brunswick. Tietokone analysoi heitot ja antaa ohjeita sekä laskee myös pisteet. Keilailun opettaja antaa myös ohjausta ja tarvittaessa myös henkilökohtaista valmennusta. Uudentyyppiset sivuvallit

auttavat myös aloittelijoita, joten lapsetkin ovat tervetulleita. Kaikki välineet järjestyvät talon puolesta. Keilahallissa vieraili vuonna 1997 yli 50 000 keilailijaa, mikä on n. 4 % suurempi määrä kuin vuonna 1996. Osakkaita kävijöistä oli peräti 82 %.

Tenniksen pelaajille on kuusi sisäkenttää sekä kolme ulkokenttää. Sisäkentillä on Velour Tennis Finale -pinnoitus ja ulkona Canada Tenn -massa. Squash-kenttiä on kolme ja sulkapallokenttiä viisi. Katinkullan mailapeliopettajalta voi tilata yksityistunteja ja hän vetää myös eritasoisia ryhmäkursseja. Välineet voi hankkia Klubi-Sportista, josta löytyy myös välinevuokraus. Vuonna 1997 tennistä pelasi 11 816 henkilöä, joista 83 % oli Katinkullan osakkaita. Sulkapallon pelaajamäärä oli 10 456 (osakkaita 75 %) ja squashin 2 406 (osakkaita 60 %).

Yleisesti Katinkullan kävijämäärät ovat lisääntyneet vuosi vuodelta, mutta ongelmana on koko ajan ollut majoituskapasiteetin vähyys. Kun majoitustilat ovat täynnä, harrasteisiin sopisi vielä saman verran lisää kävijöitä. Näin harrastekapasiteettia ei ole saatu täysin käyttöön. Vuonna 1999 valmistunut hotelli on lisännyt alueen majoituskapasiteettia, joka lisää myös harrasteiden käyttömahdollisuuksia. Hotellin lisäksi alueelle suunnitellaan rakennettavaksi uusia loma-asuntoja, joten harrasteiden käyttömäärät luultavasti nousevat.





## 5 RCI-JÄRJESTELMÄ

1970-luvun puolivälissä Floridassa kehitetty osa-aikaisuuteen perustuva lomaomistus tarvitsi rinnalleen vaihtomahdollisuuden, joka avasi lomaosuuksien omistajille kokonaisen lomailun maailman ja mahdollisti omistajien lomailun eri lomakeskuksissa. Siitä lähtien osa-aikaomistus ja lomanvaihto ovat nopeasti kasvaneet suureksi matkailun alaksi. RCI eli Resort Condominiums International on toiminut kasvun etujoukoissa ja ollut ratkaisevana tekijänä tämän uuden lomailumuodon kehityksessä. Vuosittain yli kolme miljoonaa henkilöä lomailee RCI:n avulla RCI:hin liittyneissä lomakeskuksissa ympäri maailmaa. Uudistuminen on ollut RCI:n tunnusmerkki, joka pyrkii takamaan RCI:n jäsenille korkealuokkaista palvelua ja laadukasta lomailua. Menestys on jatkunut yli 20 vuoden ajan ja tulee jatkumaan tulevaisuudessa. (RCI-maailma, 3).

RCI on maailman laajin ja menestyksekkäin lomanvaihtojärjestelmä, johon kuuluu yli 2,4 miljoonaa jäsenperhettä. RCI:n jäsen voi vaihtaa lomaviikkonsa muiden jäsenten kanssa ja valita lomanvaihdon jossain yli 3 200 RCI:hin liittyneessä lomakeskuksessa yli 89 maassa ympäri maailman. RCI:llä on 68 toimistoa, jotka takaavat tehokkaan palvelun asuinpaikasta riippumatta. Matkajärjestelyistä kerrotaan kolme kertaa vuodessa ilmestyvässä jäsenlehdessä, "Holiday"ssa. RCI:hin liittyneitä, korkeatasoisia lomakeskuksia on maailman suosituimmissa lomakohteissa. (RCI, Oppaanne lomanvaihtojen maailmaan, 4 - 7).

RCI on luonut läheiset ja hyvät suhteet siihen liittyneiden lomakeskusten rakennuttajien ja omistajien kanssa. RCI:n yhteistyökumppaneihin kuuluvat mm. Hilton, Sheraton, Club Méditerranée, the Berlusconi Group ja Metro. Neuvonta ja opastus sekä tuki ovat osa toimivaa liikesuhdetta heti alusta alkaen. Yksi RCI:n vahvoista puolista on halu panostaa alan uusiin markkinoihin.

RCI:n yhteistyökumppaneita ovat (1) markkinointiryhmät: joiden avulla RCI kehittää lomaosuuksien kiinnostavuutta ja pyrkii näin lisäämään lomakeskusten lomaosuusmyyntiä sekä kouluttaa myynti- ja hallintohenkilöstöä auttaen heitä ymmärtämään RCI:n lomanvaihtojärjestelmää; (2) rahoitusyhtiöt: RCI jakaa tietoa ja luo yhteyksiä rakennuttajien ja kuluttajien rahoituksen suhteen; (3) rakennuttajat ja lomakeskusten hallinto: RCI auttaa lomakeskuksia säilyttämään tasonsa yhtä korkeana kuin lomakeskuksella oli sen liittyessä RCI:hin; (4) Timesharealan yhdistykset: RCI on perustajajäsen ja toimeenpaneva voima useimmissa timeshare-yhdistyksissä toimintansa maissa. RCI on perustajajäsen European Timeshare Federationissa, joka johtaa kaikkia timeshareyhdistyksiä Euroopassa ja joka puhuu timeshareyhdistysten puolesta Euroopan Unionissa Brysselissä. (RCI-maailma, 11).

RCI tarkkailee jatkuvasti siihen liittyneiden lomakeskusten tasoa mm. kohdevierailuin ja näin samalla auttaa lomakeskusta ylläpitämään samaa korkeaa tasoa kuin mikä sillä oli upouutena lomakeskuksena. Tärkeä tekijä laadunvalvonnassa on se aika ja huomio, jonka RCI jäsenilleen antaa. RCI tiedustelee säännöllisesti jäseniltään mielipiteitä palvelun tasosta. Keskimäärin 85 % RCI:n jäsenistä pitää palvelua keskiarvoa parempana tai erinomaisena. Harvat valitukset, jotka voivat liittyä joko yhtiön palveluun tai lomakeskuksen tasoon, käsitellään asianmukaisesti. Vain 1,5 % palautteista johtaa valitukseen RCI:n palvelun tasosta ja ainoastaan 2,4 % antaa aiheita valitukseen lomakeskusten tasosta. Jokaisen vaihtoloman jälkeen RCI:n jäsenet vastaanottavat jäsenpalautteen, jossa tiedustellaan viittä tärkeää kohtaa liittyen lomakeskukseen: huoneiston taso, palvelun ystävällisyys, huoneiston ylläpito ja siivous sekä tulo- ja lähtöselvitys. (RCI-maailma, 14).

RCI vastaanottaa vuosittain yli 250 000 jäsenpalautetta ympäri maailmaa. Rajoitetulle määrälle lomakeskuksia, jotka jäsenpalautteiden perusteella saavat poikkeuksellisen hyvät arvostelut ja tarjoavat huippupalvelua, myönnetään Gold Crown -tunnustus. Tunnustus kertoo lomakeskuksen olevan yksi maailman korkeatasoisimmista. Lomakeskukset, jotka ovat taanneet jäsenille hyvää palvelua ja korkeatasoisen loman, saavat ansioistaan RCI:n Resort of International Distinction Awardin. Ja ne lomakeskukset, jotka ovat osoittaneet poikkeuksellisen hyvää asiakaspalvelua, saavat RCI:n Hospitality Awardin. Kaikki edellämainitut kolme tunnustusta uusitaan ja myönnetään vuosittain. Katinkulta on saanut jo seitsemän kertaa peräkkäin Gold Crown -tunnustuksen. Suomessa ei muita Gold Crown -tunnustuksen saaneita lomakeskuksia ole.

## 5.1 Jäsenyys

RCI:n jäseneksi pääsee ostamalla lomaosuuden jostakin RCI:hin liittyneestä lomakeskuksesta. Vaihto-oikeuden lisäksi RCI tarjoaa jäsenilleen lisäetuja, joita ovat

- bonusviikot
- tervetuliaisviikko
- kaksiyhdestä-lomat
- vieraskortti
- Holiday -jäsenlehti
- jäsenpaketti.

Bonusviikkoja on vuosittain rajattu määrä tietyissä lomakohteissa. Tämä tarkoittaa sitä, että jäsenet voivat lomailla eri kohteissa tallettamatta omaa aikaansa. Ensimmäinen BonusViikko on Tervetuliaisviikko. Näin jäsen voi tutustua RCI:n Lomamaailmaan tallettamatta omaa viikkoaan. KaksiYhdestä -lomilla voi hyötyä eniten lomanvaidossa. Tallettamalla yhden viikon SpaceBankiin voi viettää kaksi lomaviikkoa eri kohteissa maailmalla. Vieraskortin avulla jäsenen ystävät ja sukulaiset pääsevät myös nauttimaan RCI:n tarjoamista palveluista. Jäsen voi kutsua haluamansa henkilöt omina vierainaan lomalle, kunhan vain tilaa RCI:ltä Vieraskortin loman varauksen yhteydessä. Jäsenlehti Holiday ilmestyy vuosittain kolme kertaa ja se lähetetään automaattisesti jäsenille. Lehti esittelee uusia lomakeskuksia, kertoo eri lomakohteista ja antaa hyödyllistä tietoa kaikesta lomailuun liittyvästä. Jäsenpaketti, joka annetaan aivan jäsenyyden alussa, sisältää paljon arvokasta tietoa RCI:stä, henkilökohtaisen RCI-jäsenkortin, Lomamaailma-luettelon, Holiday-lehden ja kaikkea muuta jäsenyyteen liittyvää. (RCI, Oppaanne lomanvaihtojen maailmaan, 14 - 15).

RCI:n jäsenet ovat myös oikeutettuja käyttämään RCI:n monipuolisia matkapalveluita. Koska yhä useammat jäsenet tilaavat itselleen matkajärjestelyt RCI:n kautta, RCI pystyy tarjoamaan jäsenilleen lentoja kilpailukykyisin hinnoin, edullisia autonvuokrauksia, matkavakuutukset ja hotelliyöpymiset. (RCI, Oppaanne lomanvaihtojen maailmaan, 12).



## 5.2 Säännöt

Vaihtojärjestelmä toimii osittain kuten tavallinen pankki, eli jäsen tallettaa omistamaansa aikaa RCI:n SpaceBankiin ja voi vaihtaa sen toisten jäsenten tallettamaan aikaan. Jokaiselle SpaceBankiin talletetulle viikolle annetaan ns. Vaihtoarvo, joka koostuu viidestä eri tekijästä. Tämä mahdollistaa järjestelmän löytämään samanarvoisen vaihtoviikon talletettua viikkoa vastaan. Vaihtoarvoon vaikuttavat seuraavat tekijät:

### a) Lomakausi

Jokaisella maailman lomakohteella on omat korkea- ja matalakautensa. Jäseniä helpottaakseen RCI on jakanut lomakaudet ympäri maailmaa niin, että punainen on korkean sesongin aikaa, valkoinen välikautta ja sininen hiljaisempaa kautta. Omaa aikaa voi vaihtaa samanväriseen eli samanarvoiseen tai matalampiarvoiseen aikaan.

### b) Huoneiston koko

Lomakeskuksen huoneiston koko, joka perustuu makuuhuoneiden ja kylpyhuoneiden lukumäärään.

### c) Kysyntä

Toiset lomakohteet ja -keskukset ovat kysytympiä kuin toiset. Mitä korkeampi kysyntä on, sitä korkeampi kyseiseen lomakeskukseen talletetun viikon arvo on.

### d) Lomaprofiili

Jäsenpalautteiden perusteella tehtävä arviointi auttaa RCI:tä tarkkailemaan siihen liittyneiden lomakeskusten tasoa.

### e) Talletuksen ajankohta

Mitä lähempänä viikon alkamisajankohtaa sen tallettaa, sitä heikomman Vaihtoarvon viikko järjestelmässä saa.

Ajan tallettaminen ei maksa mitään ja sitä kannattaa tallettaa, vaikka ei olisi vielä päättänyt, missä ja milloin aikoo lomailla. Aikaa voi tallettaa jopa kaksi vuotta ennen viikon alkamisajankohtaa ja tallettamaansa aikaa vastaan voi lomailla vuotta ennen tai kaksi vuotta alkamisajankohdan jälkeen. Mikäli haluaa, voi lomalle lähteä myös lyhyellä varoitusajalla. RCI:stä voi tiedustella ViimeHetkenVaihtoa 2 - 45 vuorokautta ennen loman aiottua alkamisajankohtaa. Tässä tapauksessa säännöt koskien lomakautta ja huoneiston kokoa eivät enää päde. (RCI, Oppaanne lomanvaihtojen maailmaan, 10 - 11).

## 6 KATINKULLAN OSAKKAIDEN VAIHTOHALUKKUUS JA VAIHTOON VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ

Tutkimuksen perusjoukon muodostavat kaikki Katinkullan osakkaat, joita on n. 2 000 kpl. Tutkimuksen otos (500 osakasta) poimittiin tasaväliotannalla (systemaattinen otanta) Katinkullan osakasrekisteristä, josta oli poistettu kaikki yritysosakkaat. Tutkimus päätettiin kohdistaa vain yksityishenkilöille, koska tutkittavana asiana oli osakkaiden vaihtohalukkuus ja tarkoituksena oli selvittää, millaiset ihmiset tekevät vaihtoja RCI:n kautta. Havaintoaineisto (24 muuttujaa) käsiteltiin numeerisesti eli kyseessä on kvantitatiivinen aineisto. Havaintoaineiston analysoinnissa käytettiin ristiintaulukointia ja suoria jakaumia.

Kysely toteutettiin postitse syyskuun puolivälissä 1998. Kysely toteutettiin kirjekyselynä, koska sen toteuttaminen oli edullisin sekä aikaa vähiten vievä vaihtoehto. Katinkullan osakkaat asuvat eri puolilla Suomea, joten heidän tavoittaminen esim. henkilökohtaisella haastattelulla olisi ollut käytännössä katsoen mahdotonta. Kirjekyselyn vaihtoehtona olisi voinut suorittaa puhelinhaastattelun, mutta kun tutkimuksen otos sekä kysymysten määrä olivat kohtalaisen suuria, niin puhelimitse suoritettu haastattelututkimus olisi vienyt kohtuuttoman pitkän ajan sekä nostanut tutkimuksesta aiheutuneita kustannuksia.

Kirjekyselyn etuna puhelimitse suoritettavaan haastattelututkimukseen nähden on edullisemmat kustannukset, mutta se edellyttää täydellistä tai yksiselitteistä kyselylomaketta. Lisäksi kirjekyselyssä suuri poistuma sekä kolmannen henkilön mahdollinen vaikutus vastauksiin ovat usein tutkimustuloksia vääristäviä. Tässä tutkimuksessa oli kuitenkin tutkittavana vastaajan sekä hänen taloutensa asiat, joten kolmannen henkilön vaikutukset haittaa, sillä taloudessa päätökset tehdään yleensä yhdessä kaikkien talouteen kuuluvien henkilöiden kanssa.

Kyselylomakkeen palautti hyväksytysti täytettynä 245 Katinkullan osakasta. Kun kyselylomakkeita lähetettiin yhteensä 500 kpl, niin vastausprosentiksi muodostui 49 %, mikä on mielestäni vähintäänkin tyydyttävä.

Kyselylomake oli jaettu kolmeen osaan: I taustatiedot, II RCI:n tunnettuus sekä III lomaviikkojen vaihto RCI:n kautta ulkomaille (liite 1). Ensimmäinen osan kysymyksillä selvitettiin vastaajan sekä hänen taloutensa taustatietoja. Vastaajaksi taloudesta toivottiin henkilöä, joka päättää ensisijaisesti Katinkullan lomaviikon käytöstä sekä mahdollisista vaihdoista. Taustatiedoissa kysyttiin vastaajan perustiedot, talouden koko, bruttotulot, harrastukset, lomatottumukset sekä perustiedot Katinkullan osakkuudesta sekä RCI:n jäsenyydestä. Toisessa osassa kartoitettiin RCI:n tunnettuutta Katinkullan osakkaiden keskuudessa. Kysymykset olivat, kuinka hyvin osakkaat RCI:n omasta mielestään tuntevat, mistä he ovat tietoa saaneet sekä mistä he mahdollisesti haluaisivat lisätietoja. Kolmas osa oli tarkoitettu ainoastaan RCI:n jäsenille ja siinä kysyttiin lomaviikkojen vaihdoista. Kysymyksillä kartoitettiin vaihtojen määrää, vaihtokohteita, vaihtomotiiveja sekä aikovatko osakkaat vaihtaa viikkojaan tulevaisuudessa RCI:n kautta ulkomaille.

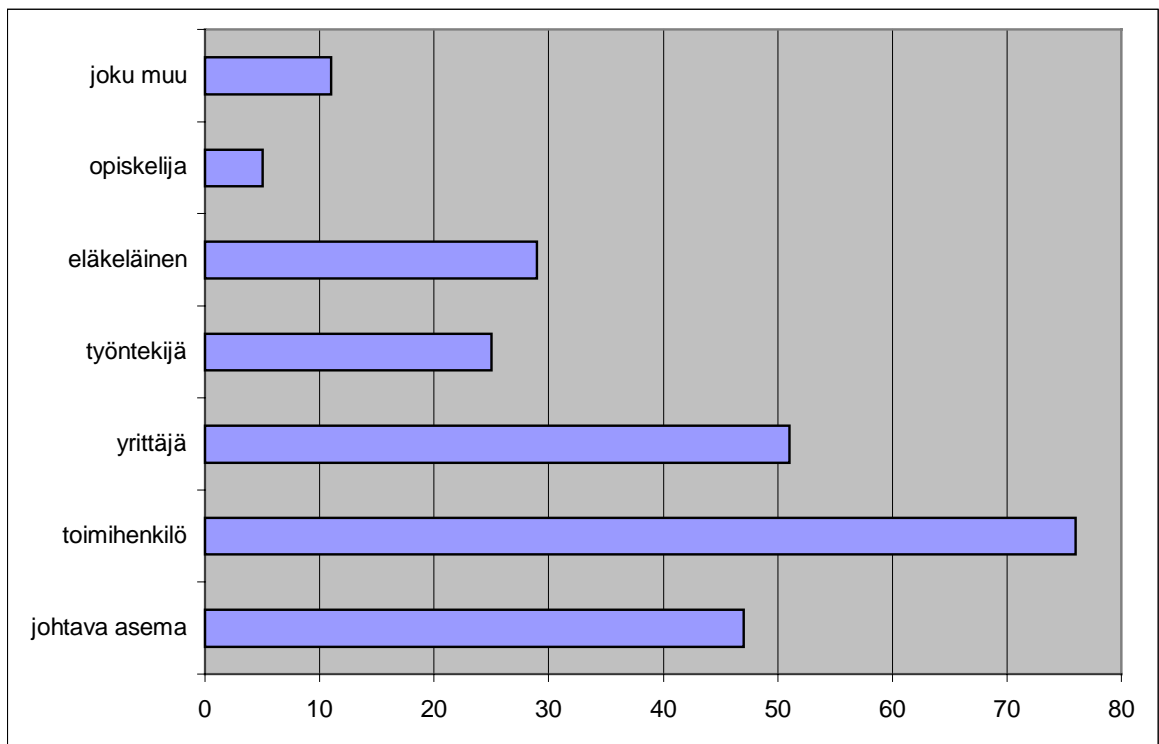
### 6.1. Taustatiedot

Kyselylomakkeessa tutkimuksen vastaajaksi pyydettiin taloudesta se henkilö, joka ensisijaisesti päättää Katinkullan lomaviikon käytöstä sekä mahdollisista vaihdoista. Vastaajista 138 (56 %) oli miehiä ja 107 (44 %) naisia. Suurimmaksi ikäryhmäksi muodostui 46 - 55 vuotiaat, joita oli 40 % (97 kpl) kaikista vastaajista. Toiseksi suurin ikäryhmä oli 36 - 45 vuotiaat, joiden osuus oli 27 % (67 kpl) ja kolmanneksi suurin ikäryhmä oli 56 - 65 vuotiaat. Heidän osuutensa vastaajista oli 19 % (46 kpl). Alle 35 vuotiaita oli vain 20 henkilöä (8 %) ja yli 65 vuotiaita 15 henkilöä (6 %). Miesten ja naisten ikäjakauma on esitelty taulukossa 1.



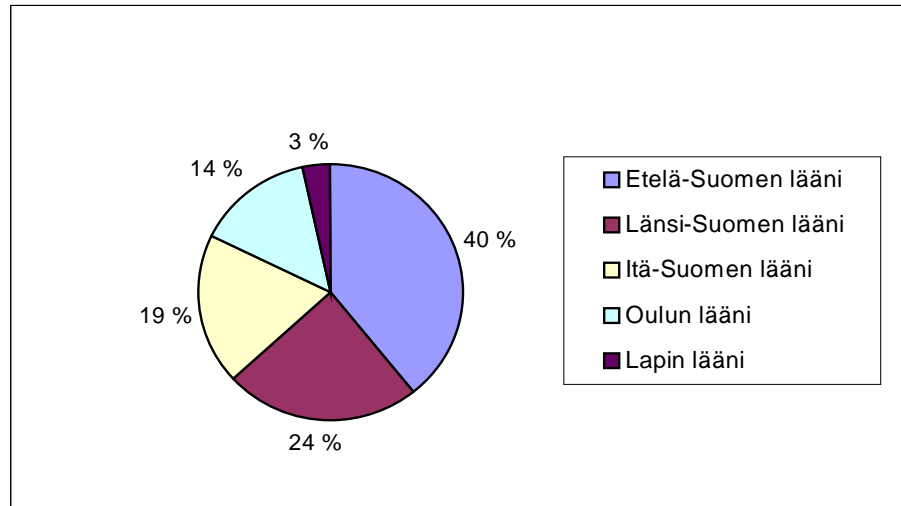
	Alle 25	26 – 35	36 – 45	46 – 55	56 – 65	Yli 65	Yhteensä
Mies	1	7	34	58	28	10	138
Nainen	3	9	33	39	18	5	107
Yhteensä	4	16	67	97	46	15	245

Vastaajien ammatit oli jaoteltu johtavassa asemassa oleviin, toimihenkilöihin, yrittäjiin, työntekijöihin, eläkeläisiin ja opiskelijoihin. Jonkin muun ammatin oli ilmoittanut 11 henkilöä (5 %). Suurin ammattiryhmä oli toimihenkilöt, joita oli 31 % (76 kpl) vastaajista. Yrittäjiä oli 21 % (51 kpl) , johtavassa asemassa työskenteleviä 19 % (47 kpl) ja työntekijöitä 10 % (25 kpl) vastaajista. Eläkkeellä oli 12 % (29 kpl) ja opiskelijoita 2 % (5 kpl). Yksi vastaajista ei ilmoittanut ammattiaan lainkaan. Vastaajien ammatit on esitetty kuviossa 2.



Kuvio 2. Tutkimukseen osallistuneiden vastaajien ammatit.

Suurin osa tutkimukseen vastanneista Katinkullan osakkaista asuu Etelä-Suomen läänissä. Vastaajista 95 asuu Etelä-Suomen läänissä. Länsi-Suomen läänissä asuu 58 vastaajaa ja Itä-Suomen läänissä 47 vastaajaa. Oulun ja Lapin lääneistä tulee yhteensä vain 43 vastaajaa (Oulun läänistä 35 kpl ja Lapin läänistä 8 kpl). Kaksi vastaajista jätti asuinlääkinsä mainitsematta. Vastaajien asuinläänit ja prosenttiosuudet on esitelty kuviossa 3.



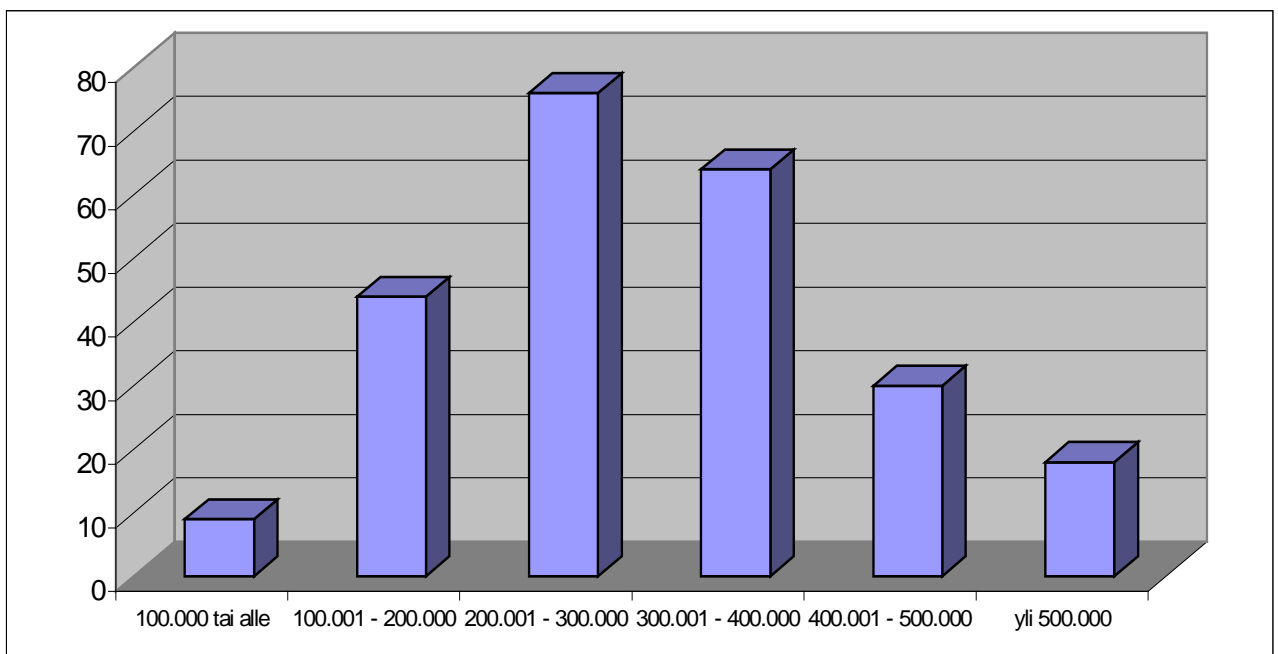
Kuvio 3. Tutkimukseen osallistuneiden vastaajien asuinlääni.

Talouden koko vaihteli yhden henkilön talouksista jopa 14 henkilön (1 kpl) talouteen. Yli 5 henkilön talouksia oli 16 % (39 kpl), 3 - 4 henkilön talouksia oli 39 % (95 kpl) ja 1 - 2 henkilön talouksia oli 43 % (106 kpl). Talouden kokoa ei ilmoittanut 5 vastaajaa.

Lapsettomia tai yhden lapsen talouksia tutkimukseen osallistuneista oli 66 % (162 kpl). 2 - 3 lasta ilmoitti talouksessaan olevan 27 % vastaajista (65 kpl). Yli neljä lasta oli vain 4 % talouksista (10 kpl). Yksi vastaajista ilmoitti talouksessaan olevan 10 lasta. Kysymykseen ei vastannut 8 tutkimukseen osallistunutta.

Kun vertaa ilmoitettuja lukuja talouden koosta sekä lasten lukumäärästä, huomaa, etteivät luvut ole vertailukelpoisia keskenään. Kysymys talouden koosta ja lasten lukumäärästä oli muotoiltu seuraavasti: “Taloudessamme on x henkilöä, joista x on alle 18 vuotiaita lapsia.” Näin ollen lasten lukumäärän ilmoittamiseen vaikutti se, asuivatko lapset vanhempien kanssa samassa taloudessa vai olivatko he jo esimerkiksi muuttaneet omaan talouteen.

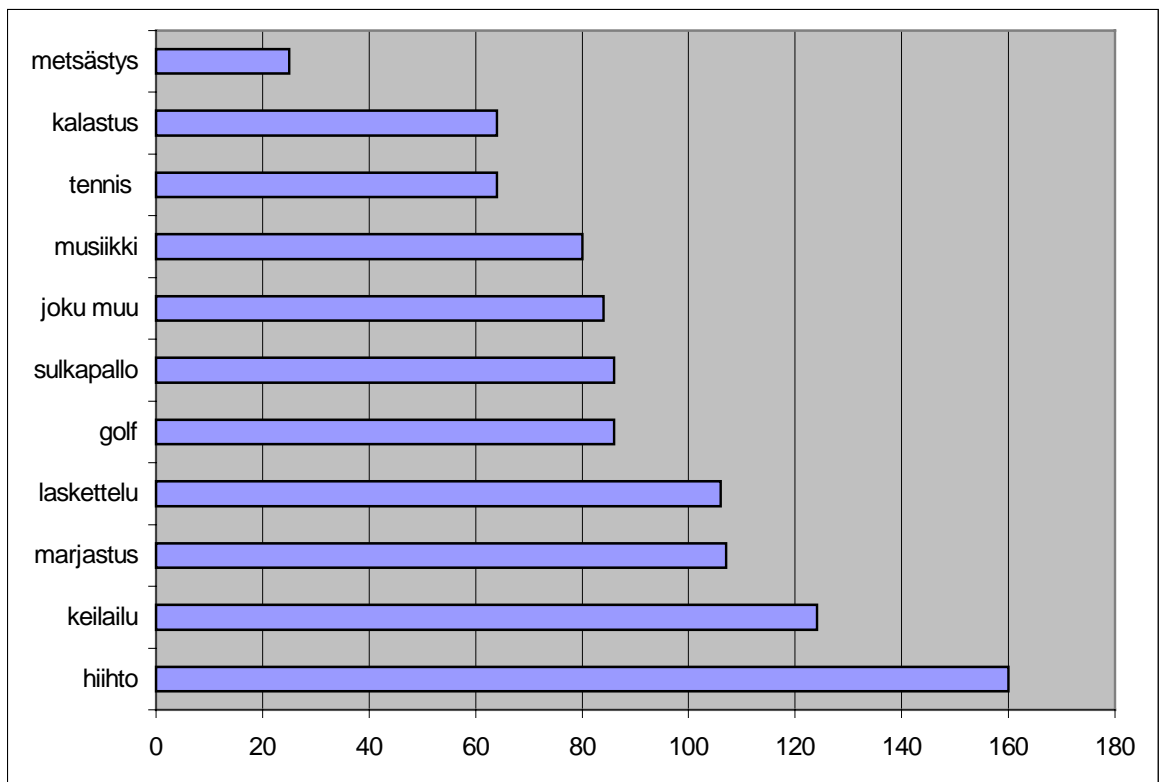
Suurin osa vastaajista ilmoitti talouden yhteenlasketuiksi bruttotuloiksi 200.001 - 300.000 mk/vuosi. Ko. talouksia vastaajista oli 31 % (76 kpl). Vastaajista 26 % (64 kpl) ilmoitti taloutensa yhteenlasketuiksi bruttotuloiksi 300.001 - 400.000 mk/vuodessa ja 100.001 - 200.000 mk/vuosi oli bruttotulot 18 % talouksista (44 kpl). 400.001 - 500.000 markkaa vuodessa ansaitsevia talouksia oli 12 % (30 kpl), yli 500.001 markkaa ansaitsevia 7 % (18 kpl) ja 100.000 tai alle ansaitsevia 3 % (8 kpl). Neljä taloutta ei ilmoittanut bruttotulojaan. Tulojakauma on esitelty kuviossa 4.



Kuvio 4. Tutkimukseen osallistuneiden talouksien yhteenlasketut bruttotulot vuodessa (mk).

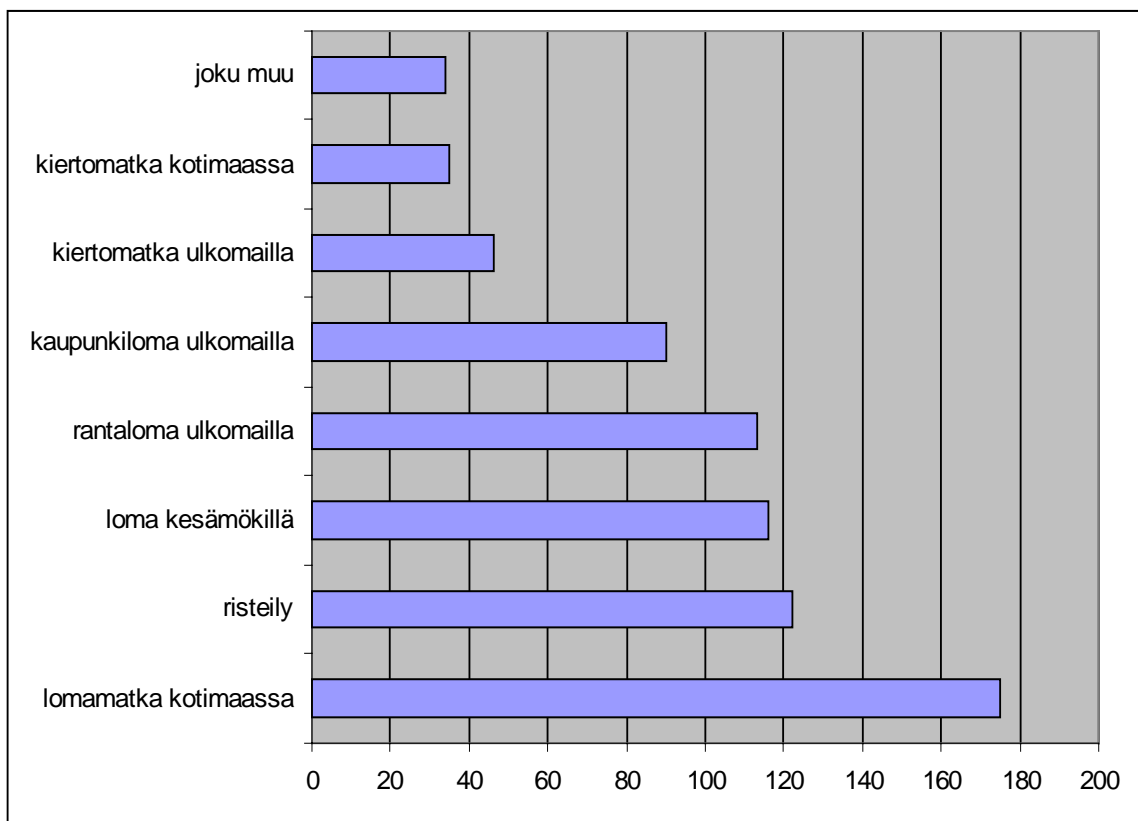
Harrastuskysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa koko talouden erilaisia harrastuksia. Suosituin mainituista harrastuksista oli murtomaahiihto, jota ilmoitti harrastavansa 160 perhettä (65 %). Varsinaisista Katinkullan harrastelajeista suosituin oli keilailu,

jota harrasti 124 perhettä. Golfia ilmoitti pelaavansa 86 perhettä (35 %), sulkapalloa 86 perhettä (35 %) ja tennistä pelasi 64 perhettä (26 %). “Luontoharrastuksista” suosituin oli marjastus, jota harrasti 107 kpl perheistä (44 %), kalastusta harrastettiin 64 perheessä (26 %) ja metsästystä 25 perheessä (10 %). Tutkimukseen osallistuneiden talouksien harrastuksista voi muodostaa sen kuvan, että Katinkullan osakkaat ovat hyvin urheilullisia ihmisiä. Urheiluharrastukset korostuivat paitsi annetuissa vaihtoehtoissa, myös vastaajien omissa kommenteissa. Kysymykseen talouden harrastuksista “joku muu” –vaihtoehdon valitsi 84 kpl (34 %) vastaajista. Muista harrastuksista oli mainittu mm. erilaiset pallopelit (lentopallo, koripallo, sähly), kuntoilu, lenkkeily, pyöräily, kävely, kuntosalitreenaus, aerobic, jumppa, uinti ja jääkiekko. Tanssiharrastuksista mainittiin flamenco, samba ja vatsatanssi. Ns. Kulttuuriharrastuksista kannatusta saivat teatteri, elokuvat, kuvataide ja kirjallisuus. Harrastuskysymyksessä sai valita useamman kuin yhden harrastuksen ja kysymyksessä kysyttiin nimenomaan koko perheen harrastuksia. Harrastukset ja niiden jakauma on esitelty kuviossa 5.



Kuvio 5. Tutkimukseen osallistuneiden vastaajien ja heidän perheensä harrastukset.

Loma kotimaassa nousi selvästi suosituimmaksi perheen lomaviettotavaksi. Viimeisen kahden vuoden aikana lomaa kotimaassa oli viettänyt 175 vastaajaa (71 %). Risteily oli lomailumuotona toiseksi suosituin. Risteilyllä oli käynyt 50 % kaikista vastanneista perheistä (122 kpl). Jos lomalla lähdettiin ulkomaille, suosituin lomamuoto oli rantaloma, jolla oli käynyt 46 % vastanneista (113 kpl). Kaupunkilomalla ulkomaille oli käynyt 90 perhettä (37 %) ja kiertomatalla 46 perhettä (19 %). Lomaa kesämökillä oli viettänyt 47 % perheistä (116 kpl). Jonkun muun loman oli viettänyt 34 perhettä (14 %) ja muista lomaviettotavoista oli mainittu erilaiset urheilulomat (patikointi-, golf- ja laskettelulomat) sekä terveyslomat. Viimeisen kahden vuoden aikana tehdyt lomat on esitelty kuviossa 6.



Kuvio 6. Tutkimukseen osallistuneiden talouksien viimeisen kahden vuoden aikana tehdyt lomat.

Suurin osa vastaajista (44 kpl) oli hankkinut osakkeensa vuoden 1997 aikana. Heidän osuus kaikista vastanneista oli 18 %. Yksi vastaaja oli ollut osakkaana jo vuodesta 1985 lähtien. Vuosina 1985 - 1989 osakkaiksi oli tullut 10 % (24 kpl) tutkimukseen osallistunutta, vuosina 1990 - 1994 38 % (92 kpl) ja vuonna 1995 tai sen jälkeen 51 % (126 kpl). Kysymykseen ei vastannut 3 tutkimukseen osallistunutta.

Lähes puolet eli 45 % vastanneista talouksista (110 kpl) omistaa vain yhden osakkeen. 2 osaketta on 28 %:lla (68 kpl), 3 osaketta 12 %:lla (29 kpl) ja 4 osaketta 6 %:lla (14 kpl) vastanneista talouksista. 5 osaketta tai enemmän omistaa 7 % (18 kpl) vastanneista talouksista. Yksi vastaajista kertoi taloudessaan olevan 16 osaketta. Omistamiensa osakkeiden lukumäärää ei kertonut 6 vastaajaa. Punaisen viikon (high season) omistaa 70 % tutkimukseen osallistuneista talouksista (171 kpl). Sinisen viikon (middle season) omistaa 31 % ja valkean viikon (low season) 21 % vastanneista.

Erittäin todennäköisesti seuraavan vuoden aikana lisää viikkolomaosakkeita aikoo hankkia vain yksi tutkimukseen vastanneista. Melko todennäköisesti lisää viikkolomaosakkeita ostaa vain 3 % (8 kpl). Suurin osa vastaajista ei aio hankkia lisää osakkeita, vaan he ovat tyytyväisiä tämän hetkiseen tilanteeseensa. Melko epätodennäköisesti lisää viikkolomaosakkeita ostaa 25 % (62 kpl) ja erittäin epätodennäköisesti niitä hankkii 48 % (118 kpl). Omaa kantaansa kysymykseen ei osannut sanoa 21 % (53 kpl) vastaajista. Ja kysymykseen vastasi 242 tutkimukseen osallistunutta

Useimmiten Katinkullan lomaviikko on ollut käytössä osakkaalla itsellään tai hänen perheellään. Viimeisen kahden vuoden aikana vuokralle osakkeensa on antanut 22 % (54 kpl) vastaajista ja sukulaistensa käyttöön osakkeensa on antanut 18 % (44 kpl) vastaajista. Itse osakkeensa on käyttänyt 58 % (142 kpl) vastaajista. Kysymykseen ei vastannut 5 tutkimukseen osallistunutta.

RCI:n jäseniä vastaajista on edelleen 56 % (137 kpl). Aikaisemmin jäseninä on ollut 17 % (41 kpl). Syitä eroamiseen ei tutkimuksessani kysytty. RCI:n jäseniä vastaajista ei ollut vielä koskaan ollut 27 % (66 kpl). Tutkimuksen tekohetkellä RCI:n jäseniä ei ollut yhteensä 107 vastaajaa. Heistä liittymistä RCI:hin on kuitenkin harkinnut 49 % (52 kpl). Kaksi oli päättänyt liittyä RCI:hin, mutta 37 % (40 kpl) ilmoitti, etteivät halua RCI:n jäseniksi. RCI:hin liittymiseen ei ottanut kantaa 13 vastaajista. Liittymisen esteinä mainittiin mm. haluttomuus vaihtaa viikkoja ulkomaille, liian kallis jäsenmaksu ja vaihtamisen kustannukset, kannattamattomuus, tiedon riittämättömyys, halu lomaillla Katinkullassa ja kotimaassa sekä jäsenyyden hyödyttömyys. Ajanpuute mainittiin useassa lomakkeessa RCI-jäsenyyden esteenä. RCI:hin vastaajat eivät olleet liittyneet, koska heidän mielestään:

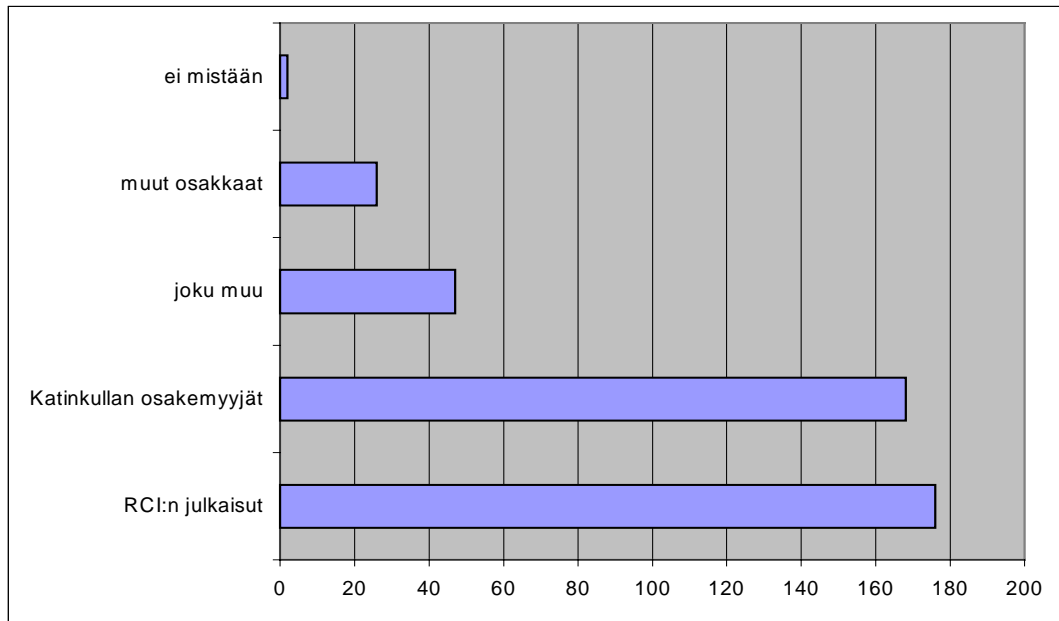
“häviää harrasteet, ei sopivaa kohdetta” ,  
 “ulkomaille pääsee muutenkin helpommin ja halvemmin” ,  
 “saavutettu hyöty ei ole niin merkittävä”,  
 “kohteet ja niiden taso eivät ole kiinnostavia”,  
 “esitteet ovat harhaanjohtavia”,  
 “liikaa rahastavia välikäsiä”,  
 “taloudellisimpia vaihtoehtoja matkustamiselle on tarjolla”,  
 “ei ole RCI:n jäsenyydestä tarpeeksi tietoa” ja  
 “en ole ehtinyt perehtyä riittävästi”.

Kuten tutkimuksen rajauksessa mainittiin, tutkimuksessani ei ollut tarkoitus selvittää RCI-järjestelmään liittymisen tai siitä eroamisen syitä. Koska vaihtoja voi tehdä vain RCI:n jäsenet, on hyvä huomioida myös nämä osakkaiden mainitsemat syyt siitä, miksi he eivät ole RCI-järjestelmään liittyneet.

## 6.2. RCI:n tunnettuus

Erittäin hyvin palvelut tunsivat omasta mielestään 8 % (20 kpl) vastanneista. Melko hyvin RCI:n ja sen palvelut tunsivat 35 % (94 kpl) vastaajista. Kohtalaisesti tai melko huonosti RCI:n ja sen palvelut myönsi tuntevansa 47 %. Huonosti tai ei lainkaan palveluja tunsivat 1 % (3 kpl) vastaajista. Koska RCI:stä saadun tiedon riittämättömyys mainittiin yhtenä siihen liittymisen esteenä, olisi tärkeää saada tietoa enemmän jaettua Katinkullan osakkaille ja näin ollen saada heitä liittymään sekä mahdollisesti tekemään vaihtoja RCI:n kautta.

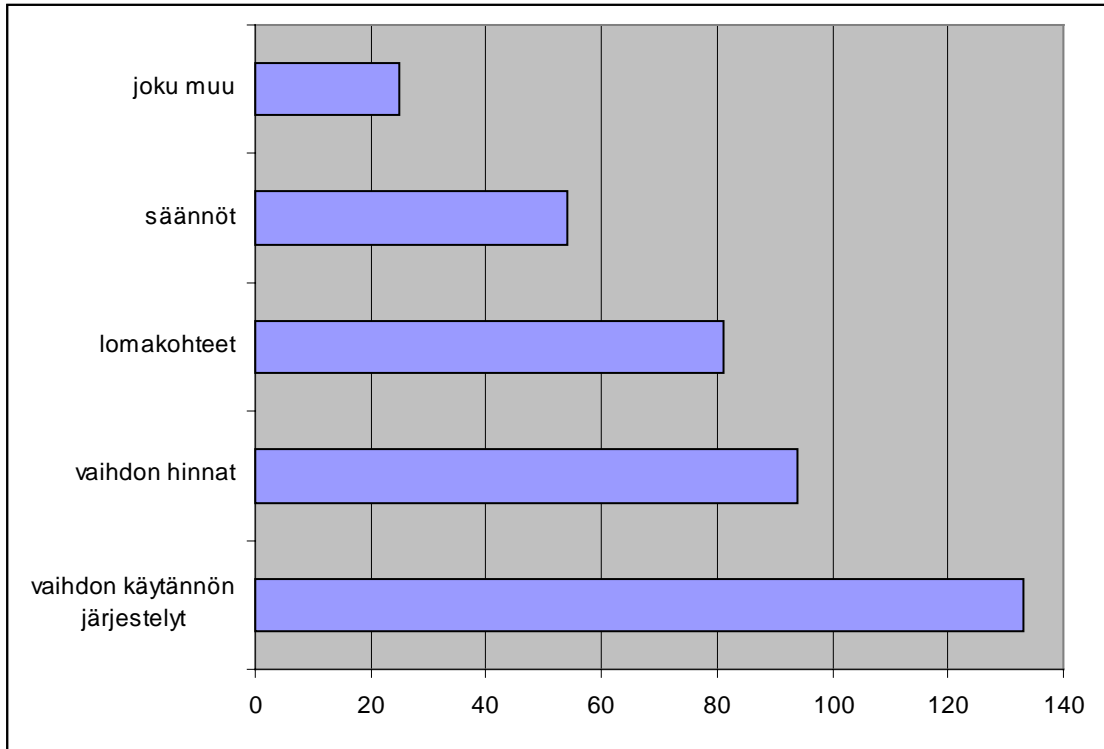
Informaatiota RCI:stä saatiin eniten RCI:n omista julkaisuista. 176 vastaajaa (72 %) oli saanut RCI:n julkaisun ja lukenut siitä tietoa. Toiseksi tärkein informaatiolähde oli Katinkullan osakemyyjät, joilta tietoa sai 69 % (168 kpl) vastaajista. Muilta osakkailta tietoa sai 11 % (26 kpl) vastaajista ja muista lähteistä 19 % (47 kpl). Muina lähteinä oli mainittu muiden lomakohteiden osake-esittelyt, RCI:n internet-sivuilta, ystävät, omat kokemukset, sanomalehdet ja muut tiedotusvälineet. 2 vastaajaa ilmoitti, etteivät olleet saaneet tietoa lainkaan. Tärkeimmät informaatiolähteet on esitelty kuviossa 7.



Kuvio 7. Tutkimukseen osallistuneiden Katinkullan osakkaiden informaatiolähteet.

Eniten lisätietoja haluttiin vaihdon käytännön järjestelyistä, joista tietoa halusi 54 % (133 kpl) vastaajista. Lisätietoja vaihdon hinnoista halusi 38 % (94 kpl) vastaajista ja lomakohteista 33 % (81 kpl) vastaajista. Säännöt ovat osakkailla heidän omasta mielestään hyvin tiedossa, sillä vain 22 % (54 kpl) ilmoitti haluavansa lisätietoja RCI:n säännöistä. Joku muu aihealue herätti kysymyksiä 25 vastaajan (10 %) mielessä ja aihepiireinä mainittiin mm. RCI:hin liittyminen, erikoistarjoukset, bonusviikot ja niiden käyttäminen, kuljetukset ja lennot matkakohteeseen, lentojen hinnat sekä ihmisten kokemukset RCI:stä ja vaihdoista, oman osakkeen Vaihtoarvo ja sen määräytyminen, kohteiden laatu/kustannusvastaavuus sekä lomakohteiden erityispiirteet ja harrastusmahdollisuudet.



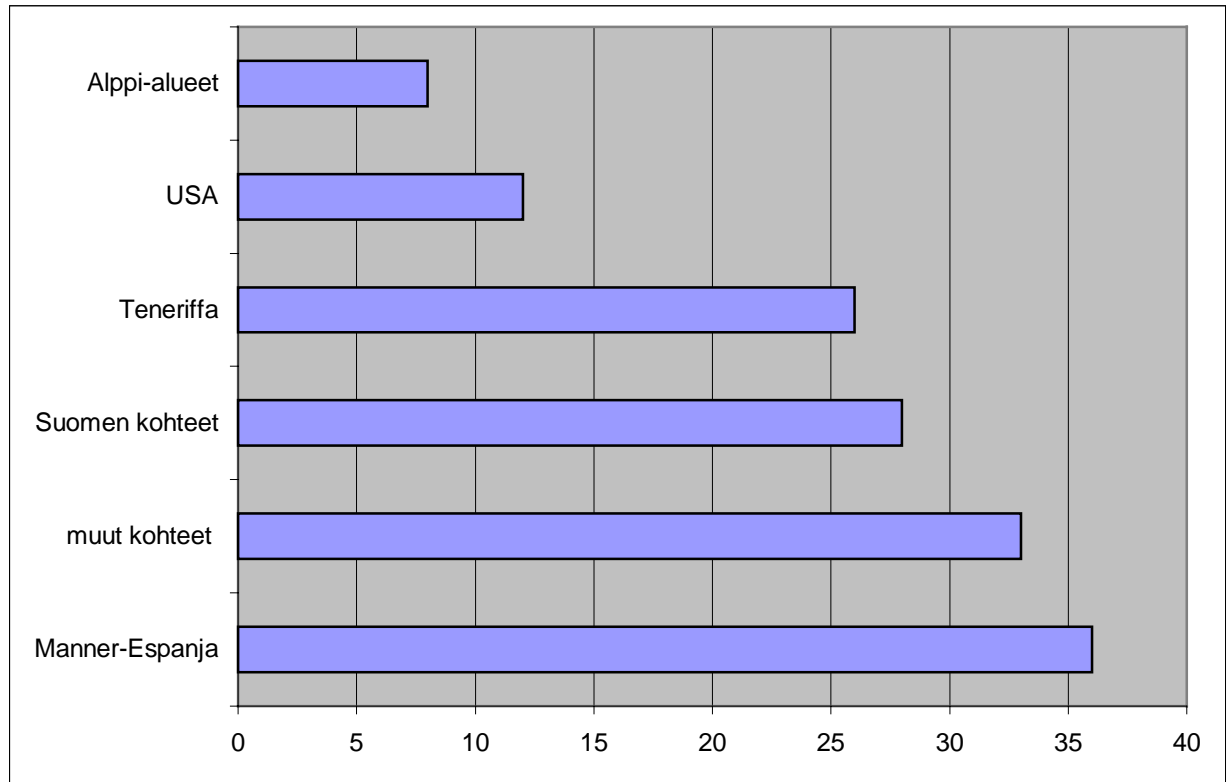


Kuvio 8. Lisäinformaation tarve vastaajien keskuudessa.

### 6.3. Lomaviikkojen vaihto RCI:n kautta ulkomaille

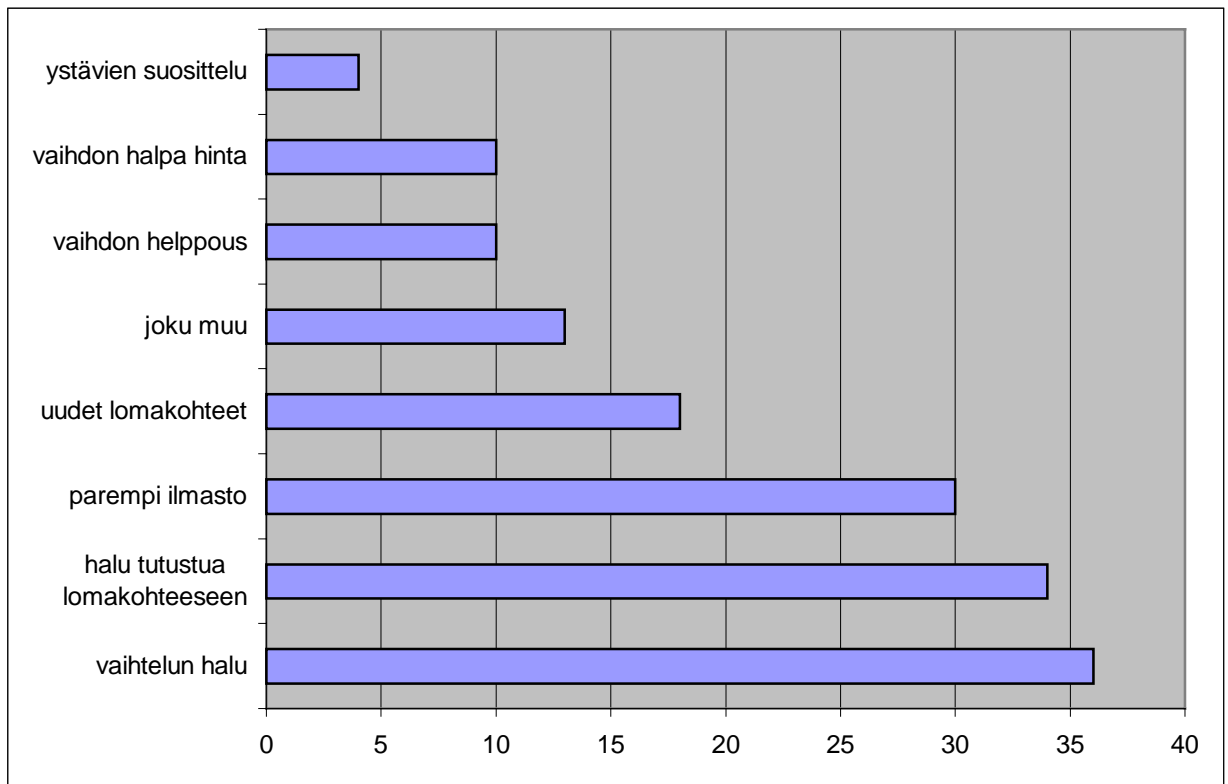
RCI:n jäseniä tutkimukseen osallistuneista Katinkullan osakkaista oli 137 kpl. Heistä 62 kpl (45 %) ei ollut vaihtanut lomaviikkoaan RCI:n kautta vielä lainkaan. Useammin kuin kerran vuodessa vaihdon oli tehnyt 8 kpl (6 %) RCI:n jäsenistä ja kerran vuodessa vaihdon oli tehnyt 31 RCI:n jäsentä (23 %). Kerran kahdessa vuodessa tai harvemmin vaihtoja tehneitä oli yhteensä 36 kpl (26 %).

Suosituin vaihtokohde oli Manner-Espanja. Siellä oli käynyt 26 % (36 kpl) RCI:n jäsenistä. Suomen muut kohteet, kiinnostivat toiseksi eniten RCI:n jäseniä. Kohteissa oli käynyt yhteensä 28 RCI:n jäsentä (20 %). Teneriffa nousi kolmanneksi suosituimmaksi vaihtokohteeksi ja siellä oli käynyt 26 kpl RCI:n jäsenistä (19 %). Alppi-alueet ja USA kiinnostivat yhteensä vain 15 %:a vastaajista. Jonkun muun vaihtokohteen oli valinnut 24 % (33 kpl) RCI:n jäsenistä ja muista kohteista suosituimpia olivat muut Euroopan valtiot sekä Kanarian saaret. Yksittäisiä vaihtoja oli tehty myös Bahamalle, Filippiineille, Tyynelle Valtamerelle, Meksikoon, Etelä-Afrikkaan, Karibialle ja Malesiaan. Kysymyksessä sai valita useamman kuin yhden kohdan.



Kuvio 9. Suosituimmat vaihtokohteet tutkimukseen osallistuneiden RCI:n jäsenten keskuudessa.

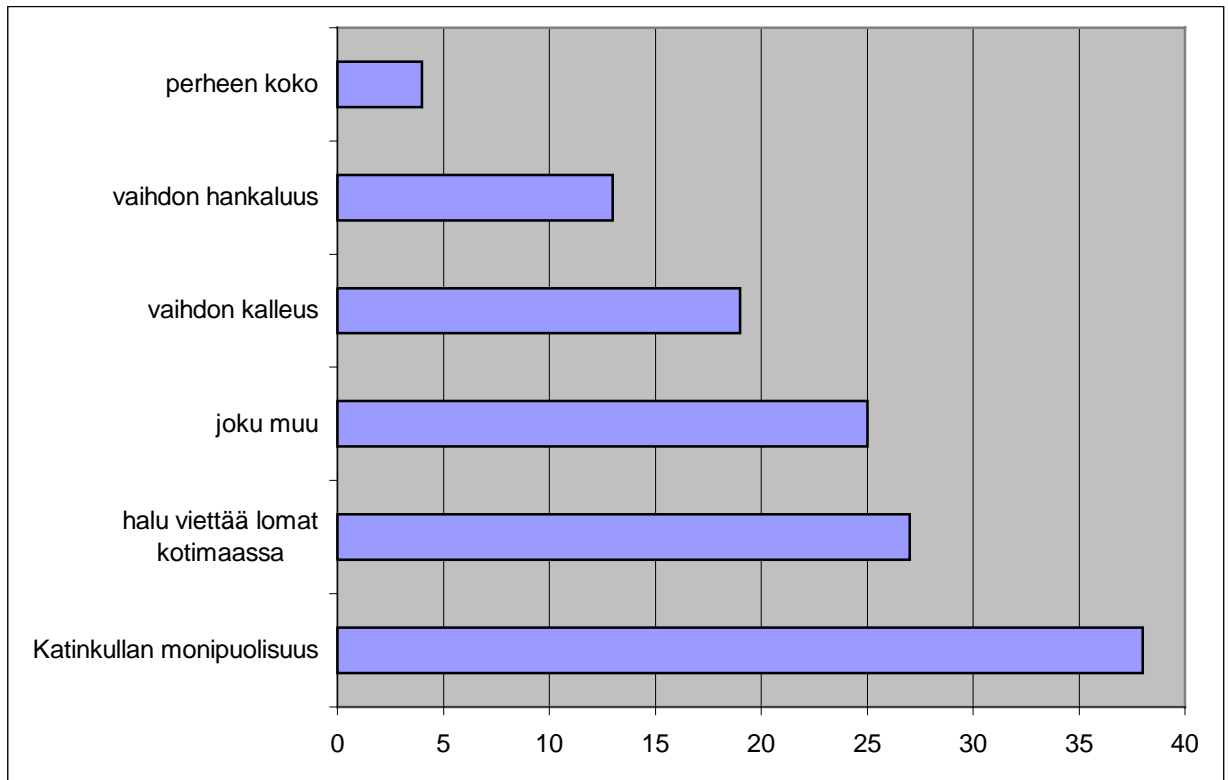
Vaihtelun halu nousi suurimmaksi syyksi vaihtaa lomaviikko ulkomaille. Vaihteluhalukkuuden yhtenä synnä ilmoitti 26 % (36 kpl) vastaajista. Halu tutustua uusiin paikkoihin oli lähes yhtä suosittu syy (25 %, 34 kpl). Kolmanneksi suurinpana synnä ilmoitettiin ulkomaiden parempi ilmasto (22 %, 30 kpl). Vaihdon helppous ja halpa hinta eivät houkuttelleet kuin yhteensä 15 % (yhteensä 20 kpl) RCI:n jäsenistä vaihtamaan. RCI:n uudet lomakohteet vaikuttivat RCI:n jäsenistä 13 %:n (18 kpl) vaihtoon ja ystävien suositteluihin luotti 3 % (4 kpl) RCI:n jäsenistä. Kysymykseen vastanneista 13 kpl (9 %) ilmoitti jonkun muun syyn vaikuttaneen vaihtopäätökseen. Muita vaihdon syitä olivat loma-aajan järjestelyt eli osakkailla ei ollut mahdollisuutta käyttää omaa Katinkullan viikkoaan (“Katinkulta ei sopinut ja oli pakko tallettaa”) tai he yhdistivät yhden vaihtoviikon muuhun lomailuun, matkajärjestelyt (“kohteet reittilentoyhteyksien varrella”), halu harrastaa golfia ympäri vuoden, käynti sukulaisten tai tuttavien luona, lomakohteen nähtävyydet, korkeatasoinen asuminen ulkomailla sekä työ- ja lomamatkan yhdistäminen. Vaihtoon vaikuttavia syitä on esitelty kuviossa 10.



Kuvio 10. Vaihtoon vaikuttavia syitä.

Katinkulta ja sen monipuolisuus oli suurimpana syynä siihen, etteivät kyselyyn vastanneet RCI:n jäsenet olleet vaihtaneet viikkojaan ulkomaille. 28 % (38 kpl) RCI:n jäsenistä oli sitä mieltä, että haluavat lomailla Katinkullassa sen monipuolisuuden vuoksi. Halu viettää lomat kotimaassa vaikutti 20 % (27 kpl) negatiiviseen vaihtopäätökseen. Liian kalliina vaihtoa piti 14 % (19 kpl) ja liian hankalana 9 % (13 kpl) vastaajista. Perheen koko ei ollut kuin 4 talouden (3 %) esteenä vaihdon tekemiselle. Jonkun muun syyn vaihdon esteenä mainitsi 18 % (25 kpl) RCI:n jäsenistä. Muista mainituista syistä suurimmaksi nousi ajan puute tai jäsenyyden uutuus. 15 vastaajaa oli sitä mieltä, etteivät ole olleet Katinkullan osakkaana tarpeeksi pitkään vaihtaakseen viikkojaan ulkomaille. Toiseksi suurin mainittu syy oli ulkomaisten kohteiden huono saatavuus sekä vaihdon kannattamattomuus (“huono saatavuus halutussa kohteessa”, “ei koskaan saa sitä, mitä haluaa”). Yhdeksän vastaajaa ei ole vaihtanut, koska eivät ole saaneet mieleistään kohdetta tai ovat matkustaneet ulkomaille muulla tavalla ja halvemmin (“sopivan, taskokkaan kohteen löytäminen vaikeaa”, “samalla hinnalla ja paremmalla matkapalvelulla olisi päässyt muutenkin”). Tutkimukseen osallistuneet moittivat myös RCI:n vaihdon järjestelyitä ja sekä varausajan pituutta (“yritimme, mutta RCI:n järjestelyt toimivat todella jäykästi”, “olemme olleet varalla esim. Alpeille, mutta ei ole järjestynyt”). Muita

mainittuja syitä olivat bonusviikot sekä työn merkeissä matkustaminen. Vaihdon esteitä on esitelty kuviossa 11.



Kuvio 11. Tutkimuksessa esille tulleita vaihdon esteitä.

Seuraavan kahden vuoden aikana RCI:n jäsenistä 34 % (47 kpl) ilmoitti vaihtavansa lomaviikkonsa ulkomaille erittäin todennäköisesti. Melko todennäköisesti vaihdon tekee RCI:n jäsenistä 15 % (21 kpl), melko epätodennäköisesti 17 % (23 kpl) ja erittäin epätodennäköisesti 23 % (32 kpl). Tulevaisuudestaan eivät osanneet sanoa 10 % (14 kpl) RCI:n jäsenistä.

Osakkuusikä ei vaikuttanut kovinkaan paljon RCI:n jäsenyyteen, vaan RCI:n jäseniä oli yli puolet kaikista vastaajista (56 %, 137 kpl). Vuosina 1985 - 1989 osakkaaksi tulleista RCI:n jäseniä oli 63 %, vuosina 1990 - 1994 osakkaaksi tulleista 52 % ja vuonna 1995 tai sen jälkeen osakkaaksi tulleista 59 %. RCI:stä eronneiden osuus oli suurin ns. "vanhoissa osakkaissa" eli vuosina 1985 - 1989 osakkaiksi tulleissa vastaajissa, joista 33 % oli eronnut RCI:stä. Ko. ajankohtana osakkaiksi tulleista vastaajista vain yksi ei ollut liittynyt RCI:hin lainkaan. Vuosina 1990 - 1994 osakkaiksi tulleista vastaajista 22 % oli eronnut RCI:stä ja 26 % ei ollut liittynyt siihen

ollenkaan. Vuonna 1995 tai sen jälkeen osakkaiksi tulleista vastaajista 12 % oli eronnut RCI:stä ja 29 % ei ollut liittynyt ollenkaan.

Mitä enemmän kyselyyn vastanneet omistivat Katinkullan osakkeita, sitä suurempi oli RCI:n jäsenien osuus. Vastaajista, jotka omistivat vain yhden tai kaksi Katinkullan osaketta, alle puolet (49 %) oli liittynyt RCI:hin. RCI:hin ei ollut lainkaan liittynyt 38 % yhden tai kaksi osaketta omistavaa vastaajaa. Kolme tai enemmän osaketta omistavista vastaajista yli 70 % oli myös RCI:n jäsen. Mutta myöskin RCI:stä eronneiden osuus kasvoi suhteessa vähemmän osakkeita omistaviin vastaajiin, sillä kolme tai neljä osaketta omistavista 21 % ja viisi tai enemmän osaketta omistavista 18 % oli eronnut RCI:stä. Syitä eroamiseen ei kysytty.

Mitä kauemmin kyselyyn vastanneet olivat olleet Katinkullan osakkaina, sitä enemmän he olivat myöskin vaihtaneet lomaviikkojaan RCI:n kautta ulkomaille. Tämä on luonnollista, koska jos ei ole ehtinyt tutustua Katinkullan tarjoamiin mahdollisuuksiin, miksi lähtisi etsimään vaihtelua ulkomailta. Toisaalta voi myös ajatella, että Katinkullan osakkaiden joukossa on sellaisia osakkaita, joita ei kiinnosta Katinkulta ja sen tarjoamat mahdollisuudet, vaan osake on ostettu nimenomaan helpottamaan ulkomaille pääsyä.

Osakkaiksi vuosina 1985 - 1989 tulleista vastaajista yhteensä 22 % oli vaihtanut viikkojaan ulkomaille kerran vuodessa tai useammin. Kerran kahdessa vuodessa tai harvemmin ko. ajankohtana osakkaiksi tulleista vastaajista vaihdon olivat tehneet 56 %. Ei lainkaan vaihtoja tehneitä vastaajia vuosina 1985 - 1989 osakkaiksi tulleista oli 22 %. Vuosina 1990 - 1994 osakkaiksi tulleista vastaajista 34 % oli tehnyt vaihdon kerran vuodessa tai useammin. 33 % vastaajista oli tehnyt vaihdon kerran kahdessa vuodessa tai harvemmin ja vaihtoja ei vielä olleet tehneet 33 % vastaajista. Vuonna 1995 tai sen jälkeen osakkaiksi tulleista vastaajista vain 18 % oli tehnyt vaihdon kerran vuodessa tai useammin. Kerran kahdessa vuodessa vaihdon tehneitä oli 13 % ja ei lainkaan vaihtoja tehneitä 69 %.

Viikkojen määrä vaikutti myös vaihtojen tekemiseen. Vain yhden tai kaksi viikkoa omistavista vastaajista yhteensä 20 % oli vaihtanut viikkojaan ulkomaille yhden kerran vuodessa tai useammin. 68 % yhden tai kaksi viikkoa omistavista vastaajista ei ollut vaihtanut viikkojaan RCI:n kautta ulkomaille lainkaan. Kolme tai neljä viikkoa omistavista vastaajista vaihtoja ei ollut lainkaan tehnyt 51 % vastaajista. Kerran

vuodessa tai useammin vaihdon oli tehnyt 22 % ja kerran kahdessa vuodessa tai harvemmin 27 %. Yli neljä osaketta omistavista vastaajista vain 23 % ei ollut tehnyt vaihtoja lainkaan. Useammin kuin kerran vuodessa vaihdon oli tehnyt 9 %, kerran vuodessa 36 %, kerran kahdessa vuodessa 14 % ja harvemmin kuin kerran kahdessa vuodessa 18 % vastaajista.

Vastaajien ammatit vaikuttivat vaihtojen määrään hyvin selvästi. Johtavassa asemassa olevista vastaajista 21 % oli tehnyt vaihdon useammin kuin kerran vuodessa. Toiseksi suurin ryhmä oli eläkeläiset, joista 5 % oli tehnyt vaihdon useammin kuin kerran vuodessa. Muissa kysymyslomakkeessa mainituissa ammattiryhmissä vastaava osuus oli alle 3 %. Kerran vuodessa vaihdon tekivät 32 % eläkeläisistä, 25 % toimihenkilöistä, 19 % yrittäjistä, 18 % johtavassa asemassa olevista ja 7 % työntekijöistä. Opiskelijoista tai muun ammatin maininneista kukaan ei ollut tehnyt vaihtoa kerran vuodessa. Kerran kahdessa vuodessa vaihdon olivat tehneet 18 % johtavassa asemassa olevista, 14 % eläkeläisistä, 13 % työntekijöistä 11 % yrittäjistä ja 7 % toimihenkilöistä. Opiskelijoista tai muun ammatin maininneista kukaan ei ilmoittanut tehneensä vaihtoa kerran kahdessa vuodessa. Eläkeläisistä 50 % ei ollut tehnyt vaihtoja lainkaan. Työntekijöistä 25 % ilmoitti tehneensä vaihdon harvemmin kuin kahdessa vuodessa ja 63 % ei ollut vaihtanut lainkaan. Yrittäjistä vaihtoja ei ollut tehnyt lainkaan 61 %. Toimihenkilöistä 14 % oli vaihtanut harvemmin kuin kerran kahdessa vuodessa ja 55 % oli jättänyt vaihdot kokonaan tekemättä. Johtavassa asemassa olevista vastaajista vain 33 % ei ollut tehnyt vaihtoja lainkaan ja 9 % ilmoitti tehneensä vaihdon harvemmin kuin kerran kahdessa vuodessa.

#### 6.4 Mahdollisia ehdotuksia RCI-vaihdon kehittämiseksi

Viimeisenä kohtana tutkimukseni kysymyslomakkeessa pyysin vastaajia vapaasti kommentoimaan RCI-järjestelmää sekä kertomaan ehdotuksia RCI-vaihdon

kehittämiseksi. Avoimeen kysymykseen oli vastauksia kirjoittanut 50 tutkimukseen osallistunutta (20 %) ja vastaukset koskivat suurimmalta osin lentojärjestelyitä sekä vaihdon hintaa. Muihin aiheisiin liittyviä vastauksia olivat mm.:

“Laatutaso pitäisi olla ehdottomasti sama kuin Katinkullassa.”

“Toiminta voisi olla yksilöllisempää (kuten alkuun oli), nykyisin liian matkatoimistomainen”.

“RCI ei palvele kuin Kehä III sisällä.”

“Lentomatkan lisäksi jatkoyhteys kentältä ko. kohteeseen ja takaisin.”

“Lisää kohteita Ruotsista ja Norjasta, lisää kaupunkikohteita, joissa kulttuuritarjontaa.”

“Lennon varaus pitää tehdä eri toimipisteestä (puh.numerosta) kuin itse hotellin varaus – olisi hyvä, jos kaiken voisi tehdä samalla kertaa samasta numerosta.”

“Puuttuu palvelualttiutta, eivät hae aktiivisesti vaihtoehtoja ja tarjoa niitä.”

“RCI voisi järjestää lennot, autovuokrauksen jne. kuten seuramatkoilla.”

“Lennot ja lomakohteen vaihtopäivät eivät käy yksiin.”

“Jäsenmaksujen kohtuullistaminen.”

Vain kahdessa lomakkeessa oli todettu vastaajan olevan tyytyväinen RCI:n toimintaan ja vaihtojen käytännön järjestelyihin.

## 7 TULOSTEN ANALYSOINTI

Tutkimukseni ensisijainen tavoite oli selvittää Katinkullan osakkaiden vaihtohalukkuutta. Kartoitin syitä, mitkä edistävät tai estivät vaihtojen tekemistä sekä selvitin, millaiset osakkaat vaihtoja eniten tekivät.

Matkailun edistämiskeskuksen vuonna 1974 tekemässä tutkimuksessa kiinnostavimpia ominaisuuksia olivat ympäristönvaihdos, kulttuurikohteet ja - tapahtumat sekä maan fyysiset piirteet (Aho, toim., 1994, 14). Katinkullan osakkaiden keskuudessa suurin vaihtoa edistävästä syistä oli vaihtelun halu, jonka mainitsi 26 % kyselyyn vastanneista RCI:n jäsenistä. Vaihtelun haluun liittyy läheisesti myös halu tutustua uusiin kohteisiin, jonka mainitsi 25 % RCI:n jäsenistä.

Matkailumarkkinoinnissa yleisesti käytettyjä teemoja, kuten luonto, maisema, ilmasto ja kulttuuri, löytyi myös Katinkullan osakkaiden vastauksista. Parempi ilmasto oli kolmanneksi suurin syy Katinkullan osakkaiden vaihtoihin ja suosituimmaksi vaihtokohteeksi nousi Manner-Espanja, jonka ilmastoa voitaneen pitää ainakin lomailun kannalta parempana ympäri vuoden kuin Suomessa.

Cromptonin seitsemästä sosiopsykologisesta motiivista pako arkiympäristöstä (ts. vaihtelun halu) oli Katinkullan osakkaiden suurin syy vaihtoihin, kuten jo mainittu. Rentoutuminen ei suoranaisesti tullut tutkimuksen yhteydessä mainittua, mutta Crompton yhdistää ko. sanaan myöskin harrastamisen, mikä oli yksi tutkimuksessa mainittu syy tehdä vaihto RCI:n kautta. Osakkaat näkivät, että vaihdoilla heillä on mahdollisuus harrastaa omaa lajiaan (esimerkiksi golfia) ympäri vuoden, kun se Suomen olosuhteissa ei ole mahdollista. Cromptonin sosiaalisten kontaktien lisäämiseen voitaneen lukea vastaajien mainitsemat vierailut sukulaisten tai tuttavien luona yhtenä vaihdon tekemisen syistä.

Ahon (toim. 1994, 44) mukaan matkakohteen valintaan vaikuttavat lomamatkalta saadut kokemukset sekä sukulaisten ja tuttavien kertomukset. Tutkimukseen vastanneista Katinkullan osakkaista vain 3 % luotti ystävien suositteluihin. Edellisten vaihtojen kokemuksia ei tutkimuksessa kysytty eikä niitä vastaajat maininneet, mutta jos kerran tai useammin vaihtoja tehneitä oli 47 %, voisi päätellä, etteivät kokemukset ainakaan kovin huonoja olleet.



McIntosh & Goeldner erottavat kuusi enemmän tai vähemmän konkreettista syytä, miksi ihmiset eivät tee lomamatkoja. Tutkimuksessa esille tulleita esteitä olivat taloudellisten resurssien puuttuminen (vaihtoa liian kalliina piti 14 % vastaajista), vapaa-ajan niukkuus (ajan puute tai jäsenyyden uutuus), perhesyyt (perheen koko) ja kiinnostuksen puuttuminen (halu viettää loma kotimaassa, Katinkullan monipuolisuus ja vaihdon hankaluus). Muina esteinä tutkimuksessa nousi esille kohteiden huono saatavuus sekä vaihdon kannattamattomuus.

Katinkullan monipuolisuus ja jäsenyyden uutuus vaikuttivat selvästi vaihtojen tekemiseen. Mitä kauemmin kyselyyn vastanneet olivat olleet Katinkullan osakkaina, sitä enemmän he olivat vaihtaneet lomaviikkojaan RCI:n kautta ulkomaille. Kun Katinkultaan ei ole ehtinyt tutustua, ei tarvitse lähteä vaihtelun halun vuoksi ulkomaille. Epäilen, että vaihtojen määrä tulee nousemaan, mikäli Katinkulta saa osakkuusikää nostettua. Jos samalla osakkaalla on useita viikkoja omistuksessa, vaihdon tekeminen helpottuu. Näin osakas voi viettää toisen viikkonsa kotimaassa, Katinkullassa ja vaihtaa toisen viikkonsa ulkomaille. Vastanneista yli 4 viikkoa omistavista 77 % oli tehnyt ainakin yhden vaihdon ja yhden tai kaksi viikkoa omistavista vastaajista 68 % ei ollut vaihtanut viikkojaan lainkaan. Vaihtojen määrän lisäämiseksi Katinkullan tulisi saada myytyä osakkaille useampi viikko, esim. sesonkiajan ulkopuolelta, jolloin osakkaat voisivat käyttää sen ns. vaihtoviikkona. Voisi esimerkiksi suunnitella erilaisten osakepakkettien rakentamista, jolloin yhdellä ostolla saisi esim. sesonkiviikon sekä vaihtoarvoltaan heikomman viikon. Näin osakas voisi käyttää toisen viikon Katinkullassa lomailuun ja toisen ulkomaille.

Vaihtokohteiden huono saatavuus ja vaihdon kallis hinta vaikeuttivat myös vaihdon tekemistä. Mikäli vaihtoja halutaan edistää, tulisi RCI:n saada vaihdoista ja niiden järjestelyistä joustavampia, lennoista halvempia sekä kohteista helpommin saavutettavia. Vaikeutena tässä on se, että ulkomaille jo valmiiksi suositut kohteet ovat halutuimpia vaihtokohteita myös Katinkullan osakkaiden keskuudessa. Jos osakas ei pääse haluamaansa kohteeseen, tuskin hän vaihtaa viikkoaan "al-arvoisempaan ja huonompaan" kohteeseen kuin Katinkulta.

Vastaajien ammatti ja tulotaso vaikuttivat luonnollisesti vaihtojen tekemiseen. Ajan puute ja taloudelliset resurssit eivät muodostuneet esteeksi johtavassa asemassa tai eläkkeellä olevien vastaajien keskuudessa. Niinpä näissä "ammattiryhmissä" vaihtoja tehneiden määrä oli muita suurempi. Vähiten vaihtoja tehneitä oli opiskelijoissa, mikä on mielestäni ymmärrettävää.

Tutkimukseni toissijainen tavoite oli selvittää RCI:n ja sen palveluiden tunnettavuutta Katinkullan osakkaiden keskuudessa. Vastaajien mielestä he tunsivat RCI:n palvelut hyvin tai melko hyvin. Huonosti tai ei lainkaan palveluja tunsi vain 18 % vastaajista. Koska RCI:hin kuului 56 % vastaajista, on luultavaa, että RCI on hyvin tunnettu osakkaiden keskuudessa. Liittymisen esteinä mainittiin mm. liian kallis jäsenmaksu ja vaihtamisen kustannukset sekä kannattamattomuus. Osakkaat kokivat menettävänsä esim. harrasteosakkeet ja niiden hyödyt vaihtaessaan lomaviikkojaan ulkomaille.

Vaikka RCI:n tarjoamat palvelut olivat vastaajien mielestä hyvin tunnettuja, tiedon riittämättömyys oli mainittu yhtenä RCI:hin liittymisen esteistä. Nyt olisi tärkeää selvittää, ovatko palvelut todellakin tunnettuja vai onko osakkaille muodostunut vain vääriä mielikuva RCI:stä ja sen palveluista. Eniten informaatiota osakkaat halusivat vaihdon käytännön järjestelyistä (54 %), hinnoista (38 %) sekä lomakohteista (33 %). Mielestäni RCI:n pitäisi omalla tiedotuksellaan lisätä tunnettavuuttaan entisestään ja tärkeintä olisi varmistaa, että osakkaat voivat tehdä vaihtopäätöksiä tosiasioiden perusteella.

Jotta Katinkulta saisi enemmän vaihtajia, Katinkullan tulisi saada omat osakkaansa RCI:n jäseniksi. Tähän tarvitaan lisää tietoa RCI:n jäsenyydestä ja palveluista, vaihtojen tekemisen helpottamista sekä eri kohteiden tasavertaistamista. Katinkullan osakkaat kokivat, ettei heidän kannata vaihtaa viikkojaan ulkomaille, koska he menettävät esim. harrasteosakkeidensa tuoman hyödyn, eivätkä saa vastinetta omalle viikolleen. RCI:n jäsenmaksu koettiin myös liian kalliina, joten sitäkin tulisi tarkistaa, jotta useammat osakkaat liittyisivät RCI:hin ja näin ollen voisivat myös käyttää RCI:n vaihtomahdollisuuksia.

Tutkimuksen vastauksista saa nopeasti sen kuvan, että RCI jakaa mielipiteet hyvin voimakkaasti. Jos pääsee selville järjestelmän toiminnasta ja onnistuu alussa saamaan positiivisia kokemuksia vaihdoista, on tuloksena tyytyväinen jäsen, joka vaihtaa luultavimmin säännöllisesti omistamiaan lomaviikkoja. Jos taas alussa osakas saa pelkästään huonoja kokemuksia tai ei edes vaivaudu selvittämään tosiasioita, on

tuloksena helposti osakas, joka ei edes suostu harkitsemaan vaihdon tekemistä. Kun Katinkulta saa uuden osakkaan, olisi tärkeää, että alusta alkaen uudelle osakkaalle osattaisiin kertoa kattavasti ja tarkasti RCI-järjestelmän hyödyt sekä sen tarjoamat mahdollisuudet, jotta osakas “pääsisi sisään” järjestelmään ja käyttäisi myöhemmin vaihtomahdollisuuksia hyväkseen. Alussa annetun informaation tulisi olla selkeää ja hyvin ymmärrettävää, ettei osakkaalle muodostuisi RCI:stä monimutkainen ja vaikea kuva.

Tästä tutkimuksesta huomaa, että tutkimukseen osallistuneilla Katinkullan osakkailla oli tutkimuksen tekohetkellä enemmän negatiivisia mielipiteitä sekä vaihdoista että RCI-järjestelmästä – tai sitten negatiiviset mielipiteet kirjoitettiin herkemmin kysymyslomakkeeseen. Valitettavasti vaihtoehto “Miksi ei?” sai enemmän kirjoitettuja vastauksia kuin “kyllä, miksi?”. On tunnettua, että positiivisesta kokemuksesta ei kerrota kuin muutamalle läheiselle ihmiselle, mutta negatiiviset kokemukset leviävät nopeammin ja laajemmalle. Tämän huomaa myös tutkimukseeni saamistani vastauksista.

Koska vastaavaa tutkimusta Katinkullan osakkaista ei ollut aikaisemmin tehty, mielestäni tekemäni tutkimus herätti monia mielenkiintoisia kysymyksiä, joihin olisi syytä perehtyä tarkemmin. Jos Katinkulta haluaa lisätä vaihtojen määrää osakkaidensa keskuudessa, osakkailta nyt saadut vastaukset tulisi ottaa käsittelyyn ja lähteä kehittämään RCI-järjestelmän käyttöä näiden vastausten pohjalta. Varsinkin, kun osakkeet alkavat olla loppuunmyytyjä, tulisi osakkaiden mielenkiintoa pitää yllä esim. RCI-vaihtoja kehittämällä ja helpottamalla.

Tutkimukseni osoittaa selvästi, etteivät osakkaat halua nähdä vaivaa lomansa eteen, vaan kaiken tulisi sujua mahdollisimman yksinkertaisesti. Pelkästään lentojen järjestelyjen helpottaminen lisäisi vaihtojen määrää huomattavasti. Nyt osakkailla on valittavanaan yksinkertainen ja vaivaton loma Katinkullassa tai monimutkainen varaus- ja lentosuunnittelu RCI:n kautta kohteeseen, johon ei edes yleensä pääse silloin kun haluaa. On ymmärrettävää, että osakas valitsee mieluummin lomailun Katinkullassa.

Mielestäni tutkimukseni vastaa asetettuihin kysymyksiin hyvin. Sain selville osakkaiden vaihtojen syitä ja esteitä sekä pystyin määrittelemään, millainen osakas vaihtoja eniten tekee ja mitkä tekijät vaikuttavat vaihtojen tekemiseen. Vastaus RCI:n tunnettavuudesta on tosin hieman ristiriitainen, sillä osa sanoi tuntevansa palvelut

hyvin, mutta toisaalla tiedon riittämättömyys oli myös yksi este RCI:n jäsenyydelle. Tunnettavuutta olisi pitänyt käsitellä laajemmin useamman kysymyksen muodossa. Tutkimuksessani ei ollut myöskään tarkoitus selvittää RCI-jäsenyyttä tai siitä eroamista ja eroamisen syitä. Syyt nousivat kuitenkin esille vastaajien omista kommentteissa. Tätä olisin voinut miettiä tarkemmin kysymyslomaketta suunniteltaessa, koska RCI:n jäsenyys on edellytys vaihtojen tekemiselle ja näin ollen RCI:hin liittymisen esteet ovat myös vaihtojen tekemisen esteitä.

Aho, S. (toim.). 1994. Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina.

Oulun yliopisto. Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.

Aho, S. & Ilola, H. (toim.). 1995. Matkailu alueellisena ilmiönä. Oulun yliopisto.

Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.

Aho, S., Ilola, H. & Järviluoma, J. (toim.) 1997. Matkailu ja kehitys: Näkökulmia

alueiden ja kohteiden tarkasteluun. Rovaniemi. Lapinyliopistopaino.

Katinkullan kaupalle lopullinen sinetti. 1998. Koti-Kajaani. 2.9.1998. s. 3

Katinkulta sai rakennusluvan. 1998. Kainuun sanomat. 26.8.1998. s. 5.

Luonto matkailun vetovoimatekijänä. 1999. Länsi-Suomen ympäristöohjelma.

URL: [http://www.vyh.fi/poltavo/ohjelma/lsu/tie\\_luon.html](http://www.vyh.fi/poltavo/ohjelma/lsu/tie_luon.html). 1.7.1999.

RCI-maailma

RCI, Oppaanne lomanvaihtojen maailmaan

Reunanen, K. & Reunanen, T. 1996. Mistä johtuu asiakkaan tyytyväisyys

autolautalla? <http://personal.inet.fi/koti/reunanen/tieni/tutki0/sisallys.html>>

(Luettu 21.4.2000.)

LIITE 1 1(6)

ARVOISA KATINKULLAN OSAKAS

Opiskelen Kajaanin ammattikorkeakoulussa ja osana opinnäytetyötäni teen tutkimuksen Katinkullan osakkaiden aktiivisuudesta käyttäen RCI:n palveluja. Tutkimukseni onnistumisen kannalta on tärkeää, että vastaatte kaikkiin kysymyksiin erittäin huolellisesti.

Toivoisin, että kyselyyn vastaisi taloudestanne se henkilö, joka päättää ensisijaisesti Katinkullan lomaviikon käytöstä sekä mahdollisista vaihdoista. Kaikki vastaukset käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti.

Vastauksen pyydän lähettämään oheisessa palautuskirjekuoressa 25.9.1998 mennessä. Kaikki määräaikaan mennessä palautetut vastaukset osallistuvat arvontaan, jossa voittoina on 2 kpl kolmen golfpallon pakettia, 3 kpl The Strangers – Nimeni on Cox cd-levyä sekä 3 kpl Katinkulta –palapelejä. Arvonta suoritetaan 1.10.1998 ja voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Olkaa hyvä ja täyttäkää oheinen arvontalomake arvontaa varten.

Tutkimukseni tulokset julkaistaan Katinkullan osakaslehdessä marras-joulukuussa.

Vastaan mielelläni kaikkiin tutkimustani koskeviin kysymyksiin puhelinnumeroissa 050 – 530 9412 tai 08 – 6140 020.

Kiitos jo etukäteen vaivannäöstänne.

Ystävällisin terveisin,

Marja Juntunen  
Kajaanin ammattikorkeakoulu



-----

#### ARVONTALOMAKE

NIMI: \_\_\_\_\_

KATUOSOITE: \_\_\_\_\_

POSTINUMERO: \_\_\_\_\_

POSTITOIMIPAIKKA: \_\_\_\_\_

PUHELINNUMERO: \_\_\_\_\_

LIITE 1 2(6)

Olkaa hyvä ja vastatkaa kysymyksiin valitsemalla vaihtoehtoista vain yksi. Kysymyksissä 7, 8, 11, 17, 18, 20, 21, ja 22 voitte kuitenkin valita yhden tai useamman vaihtoehdon.

I TAUSTATIEDOT

1. Oletteko
  - mies
  - nainen?
  
2. Mihin ikäryhmään kuulutte?
  - 25 tai alle
  - 26 – 35
  - 36 – 45
  - 46 – 55
  - 56 – 65
  - yli 65
  
3. Mihin ammattiryhmään kuulutte?
  - johtavassa asemassa
  - toimihenkilö
  - yrittäjä
  - työntekijä
  - eläkeläinen
  - opiskelija
  - jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_
  
4. Missä läänissä asutte?
  - Etelä-Suomen lääni
  - Länsi-Suomen lääni
  - Itä-Suomen lääni
  - Oulun lääni
  - Lapin lääni
  
5. Taloutenne koko?  
\_\_\_\_\_ henkilöä, joista \_\_\_\_\_ on alle 18-vuotiaita lapsia.
  
6. Taloutenne yhteenlasketut bruttotulot?
  - 100.000 tai alle
  - 100.001 – 200.000
  - 200.001 – 300.000
  - 300.001 – 400.000
  - 400.001 – 500.000
  - yli 500.000

LIITE 1

3(6)

**Kysymyksissä 7 ja 8 voitte valita useamman kuin yhden kohdan.**

7. Mitä seuraavista harrastatte?
  - golf
  - tennis
  - sulkapallo

- keilailu
- musiikki
- laskettelu
- murtomaahiihto
- metsästys
- kalastus
- marjastus
- jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_

8. Millaisia lomiamme olette viimeisen kahden vuoden aikana viettäneet?

- rantaloma ulkomailla
- kaupunkiloma ulkomailla
- lomamatka kotimaassa
- loma kesämökillä
- kiertomatka ulkomailla
- kiertomatka kotimaassa
- risteily
- jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_

9. Milloin teistä tuli Katinkullan osakas?

vuonna \_\_\_\_\_

10. Montako viikkolomaosaketta omistatte?

\_\_\_\_\_ kpl

**Kysymyksessä 11 voitte valita useamman kuin yhden kohdan.**

11. Millaisen viikkolomaosakkeen omistatte?

- punainen
- sininen
- valkea

12. Aiotteko hankkia seuraavan vuoden aikana lisää viikkolomaosakkeita?

- erittäin todennäköisesti
- melko todennäköisesti
- ei osaa sanoa
- melko epätodennäköisesti
- erittäin epätodennäköisesti

LIITE 1 4(6)

13. Onko viikkolomaosakettanne käyttänyt viimeisen kahden vuoden aikana joku muu kuin te/perheenne?

- kyllä, se on ollut vuokralla
- kyllä, sukulaiset
- ei



14. Oletteko nyt tai oletteko aiemmin olleet RCI:n jäseniä?

kyllä, vuosina \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

kyllä, vuodesta \_\_\_\_\_ lähtien

ei, miksi? \_\_\_\_\_

15. Jos ette ole RCI:n jäseniä, niin uskotteko liittyvänne siihen?

kyllä, olen päättänyt

ehkä myöhemmin

ei, miksi? \_\_\_\_\_

## II RCI:N TUNNETTUUS

16. Tunnetteko RCI:n ja sen tarjoamat palvelut mielestänne

erittäin hyvin

melko hyvin

kohtalaisesti

melko huonosti

ei lainkaan?

**Kysymyksissä 17 ja 18 voitte valita useamman kuin yhden kohdan.**

17. Mistä olette saaneet informaatiota RCI:stä?

Katinkullan osakemyyjiltä

RCI:n julkaisuista

muilta katinkullan osakkailta

ei mistään

jostain muualta, mistä? \_\_\_\_\_

18. Mikäli tarvitsisitte lisäinformaatiota RCI:stä, niin mistä seuraavista sitä haluaisitte?

säännöistä

vaihdon käytännön järjestelyistä

vaihdon hinnoista

lomakohteista

jostain muusta, mistä? \_\_\_\_\_

## III LOMAVIIKKOJEN VAIHTO RCI:N KAUTTA ULKOMAILLE

**Seuraavat kysymykset ovat ainoastaan RCI:n jäsenille.**

19. Kuinka usein olette vaihtaneet lomaviikkojanne RCI:n kautta ulkomaille?

useammin kuin kerran vuodessa

- kerran vuodessa
- kerran kahdessa vuodessa
- harvemmin
- ei lainkaan

**Kysymyksissä 20, 21 ja 22 voitte valita useamman kuin yhden kohdan.**

20. Mikäli olette vaihtaneet, niin missä olette lomailleet?

- Suomen muut kohteet
- Teneriffa
- Manner-Espanja
- Alppialueet
- USA
- jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_

21. Mikäli olette vaihtaneet, niin mitkä syyt vaikuttivat päätökseenne?

- ystävien suosittelut
- halu tutustua johonkin tiettyyn lomakohteeseen
- uudet lomakohteet
- vaihtelun halu
- parempi ilmasto
- vaihdon helppous
- vaihdon halpa hinta
- jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_

22. Mikäli ette ole vaihtaneet, niin miksi?

- perheen koko (esim. pieniä lapsia)
- liian hankalaa
- liian kallista
- halu viettää lomat kotimaassa
- Katinkullan monipuolisuus
- jokin muu, mikä? \_\_\_\_\_

LIITE 1

6(6)

23. Kuinka todennäköisesti aiotte vaihtaa viikkojanne RCI:n kautta ulkomaille seuraavan kahden vuoden aikana?

- erittäin todennäköisesti
- melko todennäköisesti
- ei osaa sanoa
- melko epätodennäköisesti

erittäin epätodennäköisesti

24. Mahdollisia ehdotuksianne RCI-vaihdon kehittämiseksi:

---

---

---

---

**Kiitos vastauksistanne.**