

Satakunnan ammattikorkeakoulu
OPINNÄYTETYÖ

Satu-Maria Kartastenpää

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Satu-Maria Kartastenpää

Interreilaajan asiakasprofiili ja ostokäyttäytyminen

Matkailun koulutusohjelma
2007

INTERREILAAJAN ASIAKASPROFIILI JA OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

Kartastenpää, Satu-Maria
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Joulukuu 2007
Tuomi, Tero
UDK: 338.48, 379.85
Sivumäärä: 46

Avainsanat: Asiakastutkimus, kulutustottumukset ja interrail

Opinnäytetyön keskeisenä tavoitteena oli selvittää interreilaajan asiakasprofiilia ja ostokäyttäytymistä. Työn alatavoitteena oli antaa tarpeellista tietoa interrailmatkuksesta. Tutkimus toteutettiin internetkyselyllä, ajalla 10.3 - 29.3.2007. Tutkimuksen kohteena olivat suomalaiset ja tutkimukseen vastasi 51 interreilaajaa.

Interrail on vapaamuotoista matkustamista junalla Euroopan 29 maassa ja Turkissa. Tutkimukseen vastasi 28 miestä ja 23 naista. Vastaajista 20 – 25-vuotiaita oli eniten. Vastaajista suurin osa oli opiskelijoita. Tutkimuksen kautta selvisi, että eniten käytettiin rahaa majoitukseen, ruokaan ja ostoksiin. Vähiten käytettiin rahaa nähtävyyksiin, aktiviteetteihin ja junien lisämaksuihin. Eniten käytetty majoitusmuoto oli hostelli. Tutkimuksesta kävi ilmi, että miehet ja naiset olivat yhtä innokkaita tekemään interrailmatkoja. Eniten tehtiin yksi interrailmatka. Interrailmatkojen suosituimmat ajankohdat olivat kesäkuukaudet (kesä, -heinä- ja elokuu). Suurin osa tutkimukseen vastaajista olivat valinneet kaikki interrailvyöhykkeet. Tutkimuksesta käy myös ilmi, että suurin osa on lähdössä uudelleen interrailmatkalle. Eniten oltiin sitä mieltä, että interrailkortti on alle 26-vuotiaille sopivan hintainen. Toiseksi oltiin sitä mieltä, että interrailkortti on yli 26-vuotiaille kallis.

INTERRAIL PASSANGER CUSTOMER PROFILE AND BUYING BEHAVIOR

Kartastenpää, Satu-Maria
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism
December 2007
Tuomi, Tero
UDK: 338.48, 379.85
Number of pages: 46

Key words: customer survey, consumer behavior and interrail

Purpose of this thesis was to find out customer profile and buying behaviour of inter-rail passengers. Aim was to give useful information about interrailing. Survey was accomplished by internet survey, between 10.3-29.3.2007. Survey target group was finish people, and 28 men and 23 woman took part of it. The most of participants of this survey were students, age of 20 to 25 -years old.

Interrail is exploring of Europe by train. Survey revealed, that interrail passengers use most of their money in accommodation, food and shopping. Less of money are used in attractions, hobbies and train surcharges. The most used accommodation was hostel. Survey revealed, that man and woman are equivalent to do interrail journeys, and june, july and august were the most popular time to do interrail journeys. Most of participants of this survey took more than one or all interrailzones, and it also revealed that biggest part is going to go again to interrail journey. When asked about the interrailcard price on different age groups, most of participants answered that it was too expensive over 26 and reasonable for under 26.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TUTKIMUSONGELMAT.....	7
2.1 Tutkimuksen tavoitteet.....	7
2.2 Tutkimusongelmat	7
3 INTERRAIL.....	8
3.1 Mitä on interrail?.....	8
3.2 Historia.....	9
3.3 Interrailkortti	9
3.4 Interrailvyöhykkeet, hinnat ja ikärajat	11
3.5 Interrailkortin uudistuminen.....	12
3.6 Matkan toteuttaminen ja matkustusajankohta.....	13
3.7 Majoitusvaihtoehdot ja ruokailu	14
3.8 Junassa matkustaminen	15
3.9 Matkustaminen.....	15
4 OSTOKÄYTTÄYTYMINEN	17
4.1 Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät	17
4.2 Demografiset tekijät	17
4.3 Psykologiset tekijät	18
4.4 Sosiaaliset tekijät.....	19
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	20
5.1 Käytetyt tutkimusmenetelmät	20
5.2 Kyselylomakkeen laatiminen ja tietojen kerääminen	21
5.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	21
6 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI.....	22
6.1 Demografiset tekijät	22
6.1.1 Sukupuoli ja ikä	22
6.1.2 Asuinkunta	23
6.1.3 Ammattiasema.....	24
6.1.4 Koulutus	24
6.1.5 Siviilisääty.....	25
6.1.6 Talouden koko.....	25
6.1.7 Perheellisyys	26
6.1.8 Tulot	26
6.2 Psykologiset tekijät	27
6.2.1 Interrailmatka	27
6.2.2 Interrailmatkan ajankohta.....	28
6.2.3 Interrailmatkan kesto.....	29
6.2.4 Interrailvyöhykkeet	29
6.2.5 Majoitusmuodot	31
6.2.6 Julkiset kulkuneuvot junan lisäksi (kaukoliikenne ja lähiliikenne)	31
6.2.7 Viihtyisimmät kaupungit.....	32
6.2.8 Interrailmatkan syyt	33
6.2.9 Aiotaanko tulevaisuudessa lähteä interrailmatkalle?	33
6.3 Sosiaaliset tekijät.....	34
6.3.1 Matkustusseuran määrä.....	34
6.3.2 Matkustusseura.....	34
6.4 Ostokäyttäytyminen interrailmatkan aikana	35

6.4.1 Rahan käyttö.....	35
6.4.2 Varusteet	36
6.4.3 Majoitus	37
6.4.4 Ruoka	37
6.4.5 Julkinen liikenne	38
6.4.6 Junien lisämaksut	39
6.4.7 Nähtävyydet	39
6.4.8 Aktiviteetit	40
6.4.9 Ostokset.....	41
6.5 Muut kysymykset tutkimuksesta.....	41
6.5.1 Interrailkortin hinta	42
6.5.2 Interrailkortin uudistus	42
6.6 Avoin palaute kyselyyn vastanneilta.....	43
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	44
8 POHDINTA	45
LÄHTEET.....	46
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Idea opinnäytetyöhön lähti siitä, kun itse suunnittelin viime vuonna interrailmatkaa serkun kanssa. Tämä herätti heti kiinnostustani ottaa tämä aihe opinnäytetyön aiheeksi. Interrail on vapaamuotoista matkustamista junalla Euroopan 29 maassa ja Turkissa. Tämä työ ei ole kenenkään yrityksen tai muun toimijan tilaama. Opinnäytetyöstä on eniten hyötyä tuleville interreilaajille, koska opinnäytetyö kertoo interreilaajan asiakasprofiilista ja ostokäyttäytymisestä, joita selvitettiin tutkimuksen avulla. Kirjallisessa osiossa on kerrottu mm. mitä on interrail, historiasta, matkustusmuodoista ja interrailkortin uudistuksesta.

Tutkimus toteutettiin internetissä. Tutkimuksen kohteena olivat suomalaiset. Vastauksia saatiin 51 kpl. Kaikki vastaukset hyväksyttiin, ei ollut väärin täytettyjä lomakkeita. Työssä on kuva interrailvyöhykkeistä. Tämän kuvan avulla pyrittiin antamaan parempi kokonaiskuva asiasta, että tiedettäisiin mihin vyöhykkeisiin eri maat kuuluvat. Liitteiden avulla pyrittiin antamaan kattavaa tietoa uusista interrailkortin hinnoista, jotka astuivat voimaan keväällä 2007. Lähteinä työssä käytettiin eri kirjallisuutta ja nettiä.

2 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA TUTKIMUSONGELMAT

2.1 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää interreilaajien asiakasprofiilia ja ostokäyttäytymistä. Asiakasprofiililla selvitettiin demografisia, - psykologisia - ja sosiaalisia tekijöitä eli minkälaiset ihmiset lähtevät interreilaamaan. Ostokäyttäytymisen avulla selvitettiin interreilaajien rahankäyttöä eli mihin asioihin he käyttävät rahaa ja kuinka paljon. Vastauksia saatiin 51 kappaletta. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat suomalaiset. Tutkimuksen alatavoitteena oli antaa interreilauksesta hyödyllistä tietoa, joka hyödyttäisi tulevia interreilaajia.

2.2 Tutkimusongelmat

Tutkimukseen liittyy aina jotakin tutkimusongelmia ja näihin tutkimusongelmiin pyritään vastaamaan kyselylomakkeesta saatujen vastauksien perusteella:

- Millainen on interreilaajan asiakasprofiili?
- Millainen on interreilaajan ostokäyttäytyminen?

Ensimmäisenä tutkimusongelmana oli selvittää interreilaajien asiakasprofiilia. Asiakasprofiilia selvitettiin demografisilla, - psykologisilla - ja sosiaalisilla tekijöillä. Toisena tutkimusongelmana oli selvittää interreilaajien ostokäyttäytymistä. Ostokäyttäytymisen avulla selvitettiin, kuinka paljon interreilaajat käyttivät rahaa mihinkin asioihin.

3 INTERRAIL

3.1 Mitä on interrail?

Interrail on vapaamuotoista matkustamista junalla Euroopan 29 maassa ja Turkissa. Ihmiset lähtevät eri syistä interrailaamaan. Syitä voi olla useita mm. kokemukset, elämykset, näkee paljon eri maiden kulttuuria ja tapoja sekä tutustuu uusiin ihmisiin. Yksi näiden lisäksi on vielä yksinkertaisesti pois arjen askareista eli lähteä rentoutumaan uuteen maailmaan ja unohtamaan arjen huolet. Interrailmatkalla saa itse päättää minne menee ja tämä on halpa tapa matkustaa. Kannattaa ottaa kuitenkin huomioon, että kuukausi on aika lyhyt aika kiertää koko Eurooppa, joten kannattaa suunnitella matka hyvissä ajoin. Karttoja ja aikatauluja selaillessa kannattaa miettiä mitä maita, kaupunkeja ja nähtävyyksiä haluaa ensisijaisesti nähdä. Kannattaa ottaa huomioon myös, millaisella matkabudjetilla on valmis lähtemään reissuun. Eri majoitusvaihtoehtojen hinnat vaihtelevat huomattavasti. Internetistä löytyy Euroopan juna-aikataulutietoja sivulta (www.bahn.de).

Interrail sopii kaikenikäisille ja niille, jotka haluavat matkaltaan seikkailua, koska interrail eroaa tavallisesta pakettimatkasta todella paljon. Interrail on ns. seikkailijan paratiisi. Pakettimatkaan verrattuna interrail on huomattavasti halvempaa ja vapaamuotoisempaa matkustamista. Pakettimatka on lähinnä sidottuna siihen kaupunkiin, johon matka tehdään. Lähimpiin oleviin kaupunkeihin voidaan mennä tutustumaan, mutta ne pitää yleensä hoitaa ja maksaa itse. Eri asia sitten on, jos vuokraa auton ja lähtee kiertelemään pidemmälle, mutta tämäkin tulee aika kalliiksi, kun itse joutuu maksamaan kaikki kulut. Sanotaan, että viikon pakettimatkan hinnalla (sisältäen kaikki kulut kohdemaassa) saa 22 päivän tai kuukauden ajan matkustaa interrailmatkalla ympäri Eurooppaa. Tässä ajassa ehtii näkemään ja kokemaan paljon erilaisia asioita verrattuna viikon pakettimatkaan, joka on ns. ”sidottu yhteen paikkaan”.

3.2 Historia

Interrail aloitettiin vuonna 1972, jolloin mukana oli 21 maata. Tällöin lippuja saivat vain 21-vuotiaat tai sitä nuoremmat. Vuonna 1976 ikäraja nostettiin 23 vuoteen ja vuonna 1979 ikärajana oli jo 26 vuotta. Vuonna 1994 interrailmaita oli 29 ja vyöhykkeitä seitsemän. Vuonna 1998 ikärajoitukset poistettiin ja vyöhykkeitä oli kahdeksan. Bosnia ja Herzegovina liitettiin mukaan vuonna 2005. Vuonna 2005 mukana oli 30 maata. Vuonna 2007 interrailvyöhykkeet poistuivat ja Marokko ja Pohjois-Irlanti eivät kuuluneet enää interrailmaihin. (Eurail Group.).

1970- luvulla interreilaajia oli vain muutama kymmenen tuhatta. 1992 vuonna interreilaajia oli 360 000. Aluksi interreilaajia tuli Saksasta, myöhemmin Iso - Britannia, Benelux-maista (Alankomaat, Belgia ja Luxemburg) ja Ruotsista. (Freisberg, P.).

1980- luvun puolivälissä Suomessa myytiin lähes 20 000 interrailkorttia. Myynti putosi 1990- luvun alkupuolella, jonka jälkeen se on taas kasvanut. Vuonna 2003 Suomessa myytiin 2857 interrailkorttia alle 26-vuotiaille ja 728 interrailkorttia 26-vuotiaille. (UNIpress 2004, 145). Vuonna 2005 Suomesta lähti interreilaajia noin 3000.

3.3 Interrailkortti

Interrailkortin voi ostaa henkilö, joka on viimeisen puolen vuoden aikana asunut virallisesti joissakin seuraavista maista: Alankomaat, Albania, Algeria, Andorra, Belgia, Bosnia - Herzegovina, Bulgaria, Englanti, Espanja, Irlanti, Islanti, Italia, Itävalta, Kreikka, Kroatia, Kypros, Latvia, Liechtenstein, Liettua, Luxemburg, Makedonia, Malta, Moldova, Monaco, Montenegro, Norja, Portugali, Puola, Ranska, Romania, Ruotsi, Saksa, San Marino, Serbia, Skotlanti, Slovakia, Slovenia, Suomi, Sveitsi, Tanska, Tshekin tasavalta, Tunisia, Turkki, Ukraina, Unkari, Valko-Venäjä, Venäjä, Viro ja Wales. (Freisberg, P.)

Interrailkortin voi hankkia rautatieasemilta, matkatoimistoista tai netistä. Interrailkortin hankkimista varten on täytettävä interrailtilauslomake, jos aikoo asioida toimistossa.

Tilauslomakkeen voi kätevästi tulostaa VR:n (Valtion Rautatiet) nettisivulta http://www.vr.fi/heo/lansi/vr_interrailmake_suomi.pdf jo etukäteen ja täyttää sen. Tällöin säästää aikaa VR:n toimistossa asioidessa tai matkatoimistossa asioidessa. Jos interrailkortin haluaa netistä ostaa niin, sitä ei voi ostaa VR:n nettisivuilta vaan osoitteesta www.interrailnet.com. (VR- Yhtymä Oy. 2007.)

Interrailkortin voi ostaa mistä tahansa interrailmaista, mutta se kannattaa ostaa jo Suomesta, koska mm. Ruotsin rautatiet ovat ilmoittaneet, että he eivät myy kuin vain Ruotsissa virallisesti asuville interrailkortteja. (VR- Yhtymä Oy. 2007.)

Interrailkortti käy ainoastaan 2-luokkaan. 2-luokassa on vähemmän mukavuuksia kuin ykkösluokassa esim. kakkosluokassa täytyy maksaa kahvista ja teestä, kun taas ykkösluokassa nämä kuuluvat hintaan. Ykkösluokassa kuuluvat myös päivälehdet matkan hintaan. Ykkösluokassa voi matkaa varatessa pyytää sellaisen paikan jossa on mahdollisuus käyttää tietokonetta (PC- pistoke paikka). Jos haluaa ykkösluokkaan, niin täytyy maksaa luokkien välinen hintaero. Kortin voi aikaisintaan ostaa kolmea kuukautta ennen matkalle lähtöä. Kortti on henkilökohtainen eli sitä ei voi antaa toiselle. Jos hukkaa lipun niin sitä ei lunasteta takaisin, mutta jos matka peruuntuu kokonaan niin lippurahat voi saada takaisin, toimituskulut vähennettynä, kun palauttaa interrailkortin ennen ensimmäistä voimassaolopäivää VR:n toimistoon tai matkatoimistoon. Interrailkortin mukana tulee pieni lehtiö, johon kirjoitetaan interrailmatkan aikana matkareitti ja matka-aika. Varaus- ja lisämaksut eivät sisälly interrailkortin hintaan. (Freisberg, P)

3.4 Interrailvyöhykkeet, hinnat ja ikäraajat

A vyöhykkeeseen kuuluvat Iso-Britannia, Pohjois-Irlanti ja Irlanti. B vyöhykkeeseen kuuluvat Norja, Ruotsi ja Suomi. C vyöhykkeeseen kuuluvat Itävalta, Saksa, Sveitsi ja Tanska. D vyöhykkeeseen kuuluvat Bosnia-Hertsegovina, Kroatia, Puola, Slovakia, Tšekki ja Unkari. E vyöhykkeeseen kuuluvat Alankomaat, Belgia, Luxemburg ja Ranska. F vyöhykkeeseen kuuluvat Espanja, Marokko ja Portugali. G vyöhykkeeseen kuuluvat Italia, Kreikka, Slovenia, Turkki ja laivayhtiö Attican reitit Ancona/Bari – Igoumenitsa/Patras. H vyöhykkeeseen kuuluvat Bulgaria, Makedonia, Romania, Serbia ja Montenegro. (VR- Yhtymä Oy. 2003.)



Kuva 1. Interrailvyöhykkeet. (VR- Yhtymä Oy. 2003.)

Interrailvyöhykkeitä on kahdeksan ja niistä voi valita minkä vyöhykkeen tahansa joko yhden vyöhykkeen, kaksi vyöhykettä tai kaikki vyöhykkeet. Yksi vyöhyke on voimassa 16 päivää, kaksi vyöhykettä on voimassa 22 päivää ja kaikki vyöhykkeet (Global- kortti) on voimassa kuukauden. Global- kortti tarkoittaa sitä, että kortilla voi matkustaa kuukauden ajan missä tahansa interrailvyöhykemaissa. Seuraavassa taulukossa (taulukko 1) olevat vyöhykkeet ja hinnat ovat olleet voimassa 31.3.2007 asti.

Taulukko 1. Interrailvyöhykkeiden hinnat eri ikäryhmille

Interrailvyöhykkeet	4 – 11-vuotiaat	12 – 25-vuotiaat	26-vuotiaat ja vanhemmat
yksi vyöhyke	143€	195€	286€
kaksi vyöhykettä	198€	275€	546€
kaikki vyöhykkeet	273€	385€	546€

(VR- Yhtymä Oy. 2003.)

3.5 Interrailkortin uudistuminen

Interrailkortti uudistui 1.4.2007 alkaen. Ennen 1.4.2007 sai valita vain jonkun yhden vaihtoehdon kolmesta eri vaihtoehdosta eli joko yhden vyöhykkeen, kaksi vyöhykettä tai kaikki vyöhykkeet. Tällöin matkustaminen ei ollut niin vapaamuotoista ja helppoa kuin nykyään, koska maat jaettiin tiettyihin vyöhykkeisiin. Esimerkiksi, jos henkilö haluaisi ottaa yhden vyöhykkeen jonka kesto on 16 päivää niin, valinta voi olla hyvin hankalaa, koska henkilö voi haluta ottaa sellaisia maita jotka on jaettu eri vyöhykkeisiin. Valintaa pitää tällöin tarkasti miettiä ja pakko on vain jättää jotkut maat pois.

Nyt vyöhykerajat ovat poistuneet ja interreilaajat voivat vapaasti valita mihin maihin menevät. Matkustus muuttui paljon helpommaksi ja mukavammaksi. Ensimmäinen huhtikuuta alkaen myyntiin tuli vain kaksi interrailkorttia. Nämä kortit ovat Interrail Global Pass ja Interrail One Country Pass. Interrail Global Pass on kortti joka käy jokaiseen interrailmaahan. Interrail One Country Pass on kortti joka käy yhteen tai useampaan maahan. (VR- Yhtymä Oy. 2007.)

Kortti ei oikeuta henkilön asuinmaassa ilmaisiin matkoihin. Hinnat vaihtelevat riippuen monenko päivän kortin ostaa. Lapsen kortti (alle 12-vuotiaalta) maksaa puolet aikuisen

lipun hinnasta. (VR- Yhtymä Oy. 2007.) Uudet lippujen hinnat ovat liitteenä työn lopussa. (Liite I).

Jos matkustaa globaalikortilla, saa 50 % alennuksen interrailmatkaan liittyvistä juna- matkoista lentokentälle tai esim. Turun satamaan Suomessa. Alennus lasketaan aikuisen kortin hinnasta ja kortti on ostettava etukäteen. Jos kaupungissa ei ole VR: n lipun- myyntiä, alennuksen saa junasta. Alennusta ei myönnetä pääkaupunkiseudun lähiliiken- teen hinnoista. (VR- Yhtymä Oy. 2007.)

3.6 Matkan toteuttaminen ja matkustusajankohta

Vaihtoehtoja on useita, miten matka toteutetaan: juna - laiva/juna – lentokone. Yleisesti matkustetaan Turusta tai Helsingistä laivalla Tukholmaan ja sieltä junalla Malmöön tai Helsingborgiin ja sitten Tanskan kautta Saksaan. Toinen vaihtoehto on mennä Suomesta laivalla Saksaan, Rostockiin. Tämä laivayhteys on Superfast Ferries. Tämä matka Ros- tockiin laivalla maksaa nuorille heinäkuussa noin 90 - 130€. Kannattaa todellakin miet- tiä, että mitä vaihtoehtoja käyttää. (UNIpress 2004, 39 -40).

Lentäen on toinen valittavista vaihtoehdoista. Nykyään on monia lentoyhtiöitä, mistä voi valita. On tullut halpalentoyhtiöitä, joilla voi matkustaa todella edullisesti mm. Kes- ki-Eurooppaan. Ryanair on yksi halpalentoyhtiöistä. Lentäen on huomattavasti nopeam- pi ja halvempi tapa matkustaa verrattuna laivaan.

(UNIpress 2004, 42).

Suoraan voi lentää esim. Tampereelta Lontooseen ja sieltä lautalla ylitse Ranskaan, Ca- laissiin. Toinen vaihtoehto on lentää Tampereelta Pariisiin tai Breмениin ja jatkaa sieltä interrailmatkaa junalla eri kohteisiin. Vaihtoehtoja on monia, millä tavoilla matkan voi toteuttaa. Jokainen valitsee niistä itselleen sen parhaiten käyvän vaihtoehdon.

Mikä matkustusajankohta olisi sitten paras? Tähän löytyy useampia vastauksia, mutta vastaus tähän pääasiassa on, että mitä henkilö itse hakee matkaltaan. Interreilaajat voi- vat haluta matkaltaan seuraavia asioita kuten katsella nähtävyyksiä, tutustua paikallisiin ihmisiin tai tutustua kulttuuriin.

Suosituin matkustusajankohta on koulujen kesälomien aika. Tällöin turistikohdeet kuten huvipuistot, vesipuistot ja nähtävyydet ovat auki. Huono puoli tässä on, että tällöin on tungosta turistikohdeisiin turistikauden vuoksi. Talviaikoina taas monet turistikohdeet ovat kiinni ja ne mitkä ovat auki, niin niihin ei varmasti ole tungosta. Mutta esim. Pariisin Eiffel-torni on auki ympäri vuoden joten siellä jonoa saattaa ollakin. Mutta esim. Pariisin Louvren taidemuseossa on melko hiljaista talvi aikana. Helteiset säät verottavat vanhempia ihmisiä lähtemästä matkalle. Voi olla hyvin tuskallista matkustaa esim. 30 - 40 asteen helteessä. Tällöin kannattaa harkita lähtemistä matkalle joko keväällä tai syksyllä. (UNIPress 2004, 16 -17).

3.7 Majoitusvaihtoehdot ja ruokailu

Majoitusvaihtoehtoja on muutamia. Voi yöpyä hotellissa, hostellissa, teltassa, yksityismajoituksessa ja junassa. Jos haluaa yöpyä edullisesti, tällöin melkein kannattavaa jättää hotellit pois. Kaikissa muissa majoitusvaihtoehdoissa on edullisempaa.

Jos haluaa olla varma yöpymispaikastaan, kannattaa varata majoitukset etukäteen, jos se vain on mahdollista. Jos haluaa yöpyä edullisesti, vaihtoehto on silloin juna. Yöjunalla kannattaa matkustaa maasta maahan, jos se vain on mahdollista. Tällöin ei mene päiviä hukkaan, kun matkustaa yöllä maasta maahan tai kaupungista kaupunkiin.

Yksityismajoitus on halvin majoitusvaihtoehto. Kaupungeissa minne aikoo mennä, jos niissä kaupungeissa asuu sukulaisia tai ystäviä, ehdottomasti kannattaa kysyä heiltä yöpymispaikkaa. Hostelliin majoittumista varten kannattaa varmistaa, että tarvitseeko ostaa hostellikorttia. Retkeilymajajärjestön jäsenhostelleihin kuuluu 2500 hostellia, joihin tarvitsee hostellikortin. Telttailu on myös yksi majoitusvaihtoehto. Jos haluaa telttailla, tällöin leirintäalue tulee kyseeseen. Huonona puolena tässä on, että leirintäalueet ovat yleensä kaukana keskusta. (VR- Yhtymä Oy. 2003.)

Ruuan rahamäärä riippuu siitä, että mitä syödään, missä syödään ja kuinka paljon syödään. Edullisesti syödään, jos vältetään juna-asemien ruokapaikkoja, suosittujen nähtävyyksien lähellä olevia ruokapaikkoja ja turistipaikkojen keskuksia. Suurimmista marketeista saa edullisesti ruokaa, jos haluaa itse tehdä ruokaa.

(VR- Yhtymä Oy. 2003.)

3.8 Junassa matkustaminen

Junassa voi valita kolmen eri vaihtoehdon väliltä. Voi valita istumapaikan, lepopaikan tai makuuvaunupaikan. Joissakin junissa istumapaikka on pakollinen eli paikka on varattava. Suomesta voi varata etukäteen istumapaikkoja juniin ainakin alkumatkan ajaksi.

(VR- Yhtymä Oy. 2003.)

Yöllä matkustettaessa kannattaa varata lepo- tai makuuvaunupaikka. Istumapaikat muutetaan yöksi vuoteiksi eli lepopaikaksi, joten lepopaikka on edullisempi kuin makuuvaunupaikka. Lepo – ja makuuvaunupaikkoihin tarvitaan paikkalippu, vaikka niissä olisikin tilaa. (VR- Yhtymä Oy. 2003.)

3.9 Matkustaminen

Yksin matkustavan etuja on mm. voi mennä ja tehdä mitä itse haluaa, päättää matkustusajankohdan ja tutustua enemmän uusiin ihmisiin. Huonoja puolia on taas, että ei ole niin turvallista matkustaa yksin. Jos tulee ongelmia, niin ei ole välttämättä ketään kensitä kysyä neuvoa tai kuka vahtisi tavaroita, jos itse käy jossain.

(Freisberg, P).

Kaksin reissaavien etuja on, että aina on seuraa. Tällöin on turvallisempi olo ja aina on joku vahtimassa tavaroita. Kolmen ryhmässä ei kannata lähteä matkalle. Yleensä siinä aina käy niin, että se yksi jää kolmanneksi pyöräksi. Kaksi henkilöä on yleensä samaa mieltä asiasta ja yksi henkilö eri mieltä. Mutta tämäkin riippuu ihan henkilöistä. Toiset tulevat toimeen paremmin kuin toiset. (Freisberg, P)

Aina tulee kysymykseen, että onko nuori valmis päästettäväksi matkalle ja onko hän itse valmis matkustamaan. 15-vuotiaat ja sitä nuoremmat henkilöt ovat liian nuoria päästettäväksi omatoimiselle matkalle. 26-vuotiaiden ja sitä vanhempien matkustaminen eroaa nuorten matkustamisesta. Heillä voi olla enemmän rahaa käytettävissä, osaavat ehkä puhua kieliä enemmän ja paremmin, osaavat suunnitella ja järjestää matkansa paremmin kuin nuoret, koska heillä on kokemusta enemmän. (UNIpress 2004, 10, 13).

26-vuotiaat ja sitä vanhemmat kiinnittävät myös huomiota matkansa suunnitteluvaiheessa eri asioihin kuten he saattavat valita telttailualueen sijasta hotellimajoituksen, motellimajoituksen ja saattavat ottaa paremman junan, missä on esim. makuuvaunu ja maksavat siitä lisämaksua. Ja varsinkin, jos he ovat jo olleet aiemmin matkalla niin osaavat suunnitella matkansa paremmin ja tietävät noin suurpiirtein, kuinka paljon rahaa tarvitsee ottaa mukaan. Jos interrailmatkalle lähtee vanhuusiällä, niin tällöin kannattaa ottaa huomioon mm. terveys, kestäkyky ja turvallisuusseikat. (UNIpress 2004, 13 -14).

4 OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

4.1 Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät

Ihmisen ostokäyttäytyminen saa alkunsa tarpeista ja motiiveista. Ostokäyttäytyminen ei kuitenkaan vielä kaikkea ratkaise vaan ostokyky on se joka sen pääosin ratkaisee. Ostokyvulla tarkoitetaan ihmisen taloudellista kykyä voida ostaa ja tähän vaikuttaa mm. talouden tulot. (Bergström 2005, 98).

Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat monet asiat mm. ulkopuoliset ärsykkeet kuten yritysten markkinointitoimenpiteet, yhteiskunnassa vallitseva kulttuuri ja taloudellinen tilanne sekä ostajien henkilökohtaiset ominaisuudet. Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat myös demografiset, - psykologiset – ja sosiaaliset tekijät. Nämä kolme tekijää yhdessä muodostavat ihmisen elämäntyylin. Elämäntyyli on tapa, jolla henkilö elää ja suhtautuu elämään ja ympäristöön sekä mihin hän käyttää aikansa ja rahansa. Ostokäyttäytymiseen vaikuttavat myös ostoprosessi ja oston jälkeinen tyytyväisyys tai tyytymättömyys. (Bergström 2005, 98 -100).

Tutkimuksen avulla selvitettiin, kuinka paljon ihmiset käyttävät tiettyihin asioihin rahaa. Tutkimuksen avulla selvitettiin mm. kuinka paljon interreilaajat käyttävät rahaa esim. varusteisiin, matkakuluihin, majoituksiin, ruokaan, nähtävyyksiin ja mahdollisesti muihin kuluihin.

4.2 Demografiset tekijät

Demografisiin tekijöihin (väestötekijät) kuuluu mm. ikä, sukupuoli, asuinpaikka, siviilisääty, koulutus, tulot ja perheen koko. Demografiset tekijät eivät selitä, miksi kuluttajat valitsevat useasta vaihtoehdosta juuri tietyn tuotteen tai miksi kuluttajista tulee merkkiuskollisia. Näihin saadaan vastaus selvittämällä psykologisia – ja sosiaalisia tekijöitä. Perhetilanne ja ikä selittävät kuluttajien tarpeita ja motiiveita hankkia erilaisia tuotteita ja palveluita. Ihmiset ovat hyvin erilaisia ostokäyttäytymisessä eli mitä ostetaan, mistä ostetaan, paljonko käytetään rahaa ja mitä asioita pidetään tärkeinä, kun os-

tetaan eri tuotteita ja palveluita. Miehet ja naiset ostavat erilaisia tuotteita. Perheet ja yksineläjät ostavat erilaisia tuotteita.

(Bergström 2005, 100,113).

Tutkimuksessa selvitettiin demografisia tekijöitä kuten minkä ikäisiä he ovat, mitkä ovat heidän asuinpaikkakuntiaan, ovatko he perheellisiä vai ei, ovatko he opiskelijoita vai työssäkäyviä ja mitkä ovat heidän suorittamia tutkintoja.

4.3 Psykologiset tekijät

Psykologisilla tekijöillä tarkoitetaan yksilön persoonallisia tarpeita, tapoja, kykyjä ja toimintamuotoja. Psykologisia tekijöitä ovat tarpeet, motiivit, arvot ja asenteet, oppiminen ja innovatiivisuus. (Bergström 2005, 101).

Tarpeita voidaan tarkastella seuraavalla asteikolla Maslowin tarvehierarkian mukaan: fysiologiset tarpeet (ruoka, uni), turvallisuuden tarpeet (turvalukot), sosiaaliset tarpeet (matka), arvostuksen tarpeet (uusi työpaikka) ja itsensä kehittämisen tarpeet (koulutus). (Bergström 2005, 102).

Motiivit selittävät, miksi kuluttaja hankkii jonkun tuotteen. Ostomotiiveihin vaikuttavat tarpeet, persoonallisuus, tulot ja yritysten markkinointi. Motiivit jaetaan järki- ja tunneperäisiin ostomotiiveihin. Järkiperäisiä syitä ovat mm. hinta ja tehokkuus. Tunneperäisiä syitä ovat mm. muodikkaus ja yksilöllisyys.

(Bergström 2005, 104).

Arvot ovat tavoitteita, jotka ohjaavat ihmisen ajattelua, valintoja ja tekoja. Asenteet ovat kuluttajan taipumus suhtautua tietyllä tavalla johonkin tuotteeseen. Asenteiden syntymiseen vaikuttavat tiedon saaminen, kokemukset ja ympäristön vaikutus.

(Bergström 2005, 105 -106).

Oppiminen on kyky tallettaa tietoa muistiin ja käyttää sitä hyväkseen. Oppiminen voidaan jakaa useaan osaan esim. kokemuksen kautta kuluttaja voi oppia ratkaisuja ongelmiin. (Bergström 2005, 107).

Innovatiivisuus on kuluttajan halu kokeilla ja omaksua uutuuksia ja halu ottaa ostoissa riskejä. Ostajat jaetaan neljään ryhmään: edelläkävijät (hankkivat aktiivisesti tietoa uutuuksista), mielipidejohtajat (hankkivat aktiivisesti tietoa eri vaihtoehtoista), enemmistö (hidas omaksumaan uutuuksia) ja mattimyöhäiset (omaksuvat uutuudet, kun ne ovat vanhoja ja eivät seuraa markkinoilla tapahtuvia muutoksia). (Bergström 2005, 108).

Tutkimuksessa selvitettiin, mitkä ovat olleet syyt lähteä interreilaamaan, mitkä interrailvyöhykkeet valittiin, mitä majoitusvaihtoehtoja käytettiin, mitä julkisia kulkuneuvoja käytettiin, ollaanko aiemmin oltu interreilaamassa, kuinka usein ollaan oltu interreilaamassa ja aiotaanko tulevaisuudessa lähteä uudelleen interreilaamaan.

4.4 Sosiaaliset tekijät

Sosiaaliset tekijät tarkoittavat kuluttajan toimimista ryhmissä ja näiden ryhmien merkitys kuluttajan ostamiseen ja päätöksentekoon. Sosiaalisia tekijöitä ovat mm. kulttuuri, sosiaaliluokka, perhe ja ystävät. (Bergström 2003, 109 -110).

Kulttuuri voidaan käsittää monella tavalla. Kulttuurilla voidaan tarkoittaa ihmisen toimintaa, tieteitä, taidetta, kansankulttuuria ja populaarikulttuuria. Kulttuuri muodostuu seuraavista tekijöistä kuten historia, arvot, uskonto, asumistavat ja ihmissuhteet. (Bergström 2005, 111).

Perhe on yksi tärkeimmistä sosiaaliluokista. Lapset omaksuvat vanhemmiltaan asenteita, tapoja ja kulutustottumuksia, jotka vaikuttavat myöhemmin heihin. Miehen ja naisen ostokäyttäytyminen vaihtelee paljon. Mitä kalliimmasta tuotteesta on kysymys, sitä enemmän koko perhe osallistuu ostopäätökseen. (Bergström 2005, 113).

Tutkimuksessa selvitettiin, lähdetäänkö interreilaamaan perheen, puolison vai ystävien kanssa ja monenko henkilön ryhmässä.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

5.1 Käytetyt tutkimusmenetelmät

Tutkimustyyppin määrittää tutkimusongelma tai ongelmat ja tutkimuksen tavoitteet. Tutkimus voi olla kvantitatiivinen tai kvalitatiivinen. Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta sanotaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia usein havainnollistetaan taulukoin ja kuvioin. Tutkimuksessa on yleensä annettu valmiita vastausvaihtoehtoja ja tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin esim. mikä, missä, paljonko ja kuinka usein. Kvantitatiiviseen tutkimukseen tiedot voidaan hankkia muiden keräämistä tilastoista, rekistereistä ja tietokannoista tai tiedot voidaan kerätä itse. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa havainnointi on yleensä ulkopuolista eli tutkija kerää aineistoa osallistumatta havainnoitavien toimintoihin. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää mm. internet-kyselyitä, lomakekyselyitä, strukturoituja kyselyitä ja kokeellisia tutkimuksia. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus tutkii asioita laadullisesti. Tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin miksi ja miten. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa yleensä käytetään ryhmäkeskusteluita, yksilöhaastatteluita ja havainnointitutkimuksia.

(Heikkilä 2002, 13, 16 -18).

Tutkimus voi olla kokonaistutkimus tai otantatutkimus. Kokonaistutkimuksessa koko perusjoukko tutkitaan, kun taas otantatutkimuksessa vain tietty perusjoukon osa eli otos tutkitaan. Perusjoukko tarkoittaa tutkimuksen kohteena olevaa joukkoa, josta tietoa kerätään. (Heikkilä 2002, 14).

5.2 Kyselylomakkeen laatiminen ja tietojen kerääminen

Tutkimusta alettiin suunnitella joulukuussa 2006 ja se saatiin valmiiksi maaliskuussa 2007. Kyselylomakkeessa oli strukturoituja - ja avoimia kysymyksiä. Tutkimuksen lopussa oli vielä avoin kommentti. Alussa oli demografisia tekijöitä eli taustakysymyksiä. Seuraavaksi oli sosiaalisia - ja psykologisia tekijöitä. Lopussa oli kysymyksiä ostokäyttäytymisestä ja muutama mielipide kysymys. Tutkimuksen kyselylomake on liitteenä työn lopussa. (Liite II)

Tutkimus toteutettiin ajalla 10.3 - 29.3.2007. Kysely laitettiin nettiin, www.pallontallaajat.net sivustolle, interrailkeskustelu - palstalle. Vastauksia saatiin 51 kpl. Kaikki 51 kpl oli hyväksyttäviä, ei ollut väärin täytettyjä lomakkeita. Tutkimukseen vastasi 28 miestä ja 23 naista. Tutkimustulokset esitettiin kaavioissa prosentteina.

5.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen tulee aina olla luotettava ja pätevä. Tutkimuslomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita. Perusjoukon tarkka määrittely, edustavan otoksen saaminen ja korkea vastausprosentti auttaa pätevän tutkimuksen toteutumista. Luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta. Tutkimusten tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Luotettavuuden saamiseksi on myös varmistettava, että otos edustaa koko tutkittavaa perusjoukkoa. Tutkijan on oltava tarkka tutkimuksen kanssa ja tutkijan on osattava tulkita tulokset oikein. (Heikkilä 2002, 29 -30).

On myös hyvin yleistä, että tehdään tutkimukset millä menetelmillä tahansa, niin kaikkien vastauksia ei saada. Syitä tähän on mm. vastaamisesta kieltäytyminen ja väärillä tiedoilla täytetty kyselylomake. (Lotti 2001, 171).

Tässä tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Aineisto kerättiin internet-kyselyllä, joka oli nopea ja taloudellinen tapa saada vastauksia. Tutkimus oli otantatutkimus, koska perusjoukosta on tutkittu tietty perusjoukon osa. Tutkimuksessa luotettavuus ja pätevyys pyrittiin ottamaan kaiken puolin huomioon. Tutkimuslomake suunniteltiin huolellisesti, että saataisiin selville interrailaajan asiakasprofiili ja osto-

käyttäytyminen. Tutkimuksen luotettavuutta heikentää vastaajien vähäinen määrä. Vastauksia saatiin 51 kpl ja olisi ollut toivottavaa, että vastauksia olisi tullut hieman enemmän. Kysymykset olivat vastaajille melko helppoja, koska yli puolissa kysymyksissä oli valmiiksi annettuja vastausvaihtoehtoja. Näillä tutkimustuloksilla saa kuitenkin kuvan siitä, että minkälainen on interrailaajan asiakasprofiili ja ostokäyttäytyminen.

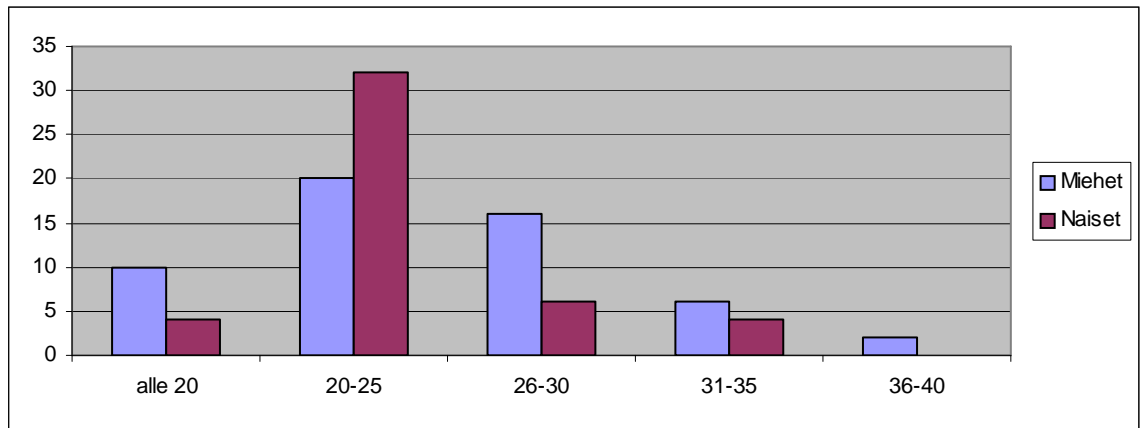
6 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI

6.1 Demografiset tekijät

Demografisten tekijöiden avulla selvitettiin interrailaajan asiakasprofiilia. Kahdeksan kysymyksen perusteella tutkittiin ikäluokkaa, asuinpaikkaa, ammattiasemaa, koulutusta, siviilisäätystä, talouden kokoa, perheellisyyttä ja talouden tuloja.

6.1.1 Sukupuoli ja ikä

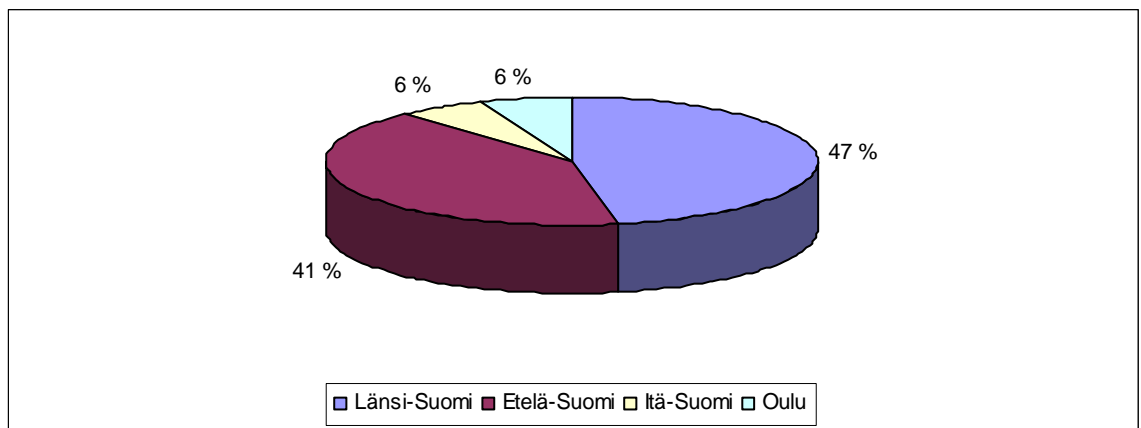
Tutkimukseen vastaajista 54 % oli miehiä ja 46 % oli naisia. Suurin osa kyselyyn vastanneista (20 %) miehistä oli 20 -25-vuotiaita ja 26 -30-vuotiaita oli 16 %. Naisista suurin ikäryhmä oli 20 -25-vuotiaat (32 %). Keskiarvoikä kaikista vastanneista oli 24- vuotia. Nuorin vastaaja oli 16-vuotias ja vanhin 39-vuotias. (Kuvio 1) Tarkasteltaessa miesten ja naisten yhteenlaskettua ikäjakaumaa, suurin ryhmä vastanneista oli 20 -25-vuotiaat ja toiseksi suurin oli 26 -30-vuotiaat. Tämä tulos oli odotettavissa, koska suurin osa interrailmatkalla olleista oli nuoria, alle 30-vuotiaita.



Kuvio 1. Tutkimukseen vastanneiden sukupuoli- ja ikäjakaumat

6.1.2 Asuinkunta

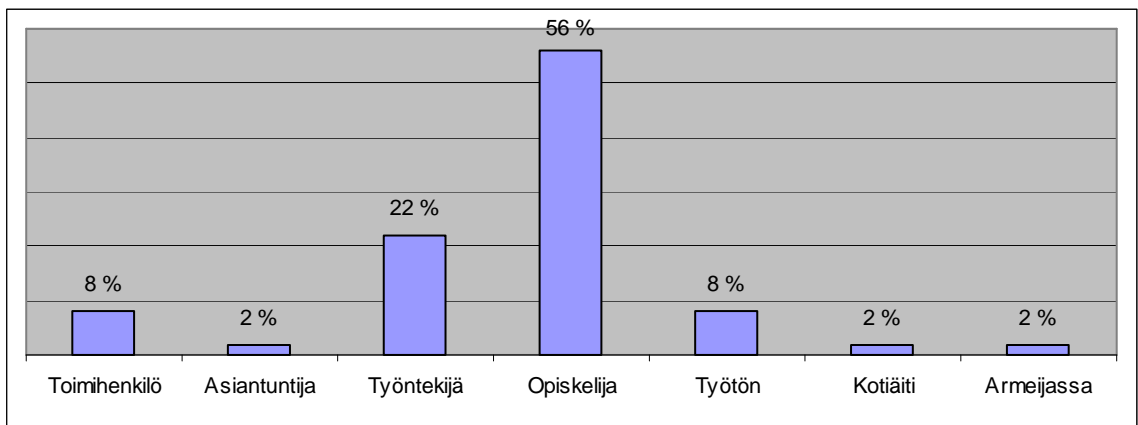
Tutkimukseen vastanneista suurin osa oli Länsi-Suomesta (47 %), mm. Nakkilasta, Porista, Raisiosta, Tampereelta ja Turusta. Etelä-Suomen läänistä oli toiseksi suurin vastaajamäärä (41 %) mm. Espoosta, Helsingistä, Lahdesta ja Vantaalta. Muutamia vastauksia tuli Itä-Suomen läänistä mm. Joensuusta ja Kuopiosta (kuusi %). Oulun läänistä tuli muutama vastaus mm. Oulusta ja Kajaanista (kuusi %). Kaksi vastaajista asui Lontoossa ja Sveitsissä. Näitä ei otettu huomioon kuviossa 2.



Kuvio 2. Tutkimukseen vastanneiden asuinkunnat

6.1.3 Ammattiasema

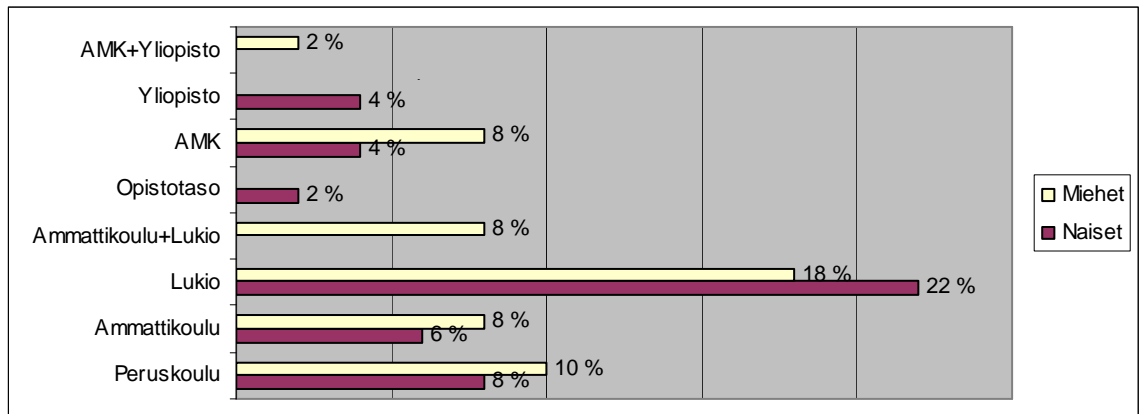
Kyselyyn vastanneista suurin osa oli opiskelijoita (56 %) ja toiseksi suurin ryhmä oli työntekijät (22 %) ja kolmanneksi suurimmat olivat toimihenkilöt (kahdeksan %) ja työttömät (kahdeksan %). Opiskelijoista miehiä oli 30 % ja naisia oli 26 %. Työntekijöistä miehiä oli 12 % ja naisia oli 10 %. Toimihenkilöistä miehiä oli neljä % ja naisia oli neljä %. Työttömistä miehiä oli kuusi % ja naisia oli kaksi %. Asiantuntija (kaksi %) oli mieshenkilö ja armeijassa oli mieshenkilö (kaksi %). Kotiäitejä vastaajista oli kaksi %. Kyselyssä oli vaihtoehtoina myös johtavassa asemassa oleva ja eläkkeellä oleva. Näihin ryhmiin ei kuulunut ketään vastaajista. (Kuvio 3)



Kuvio 3. Tutkimukseen vastanneiden ammattiasemat

6.1.4 Koulutus

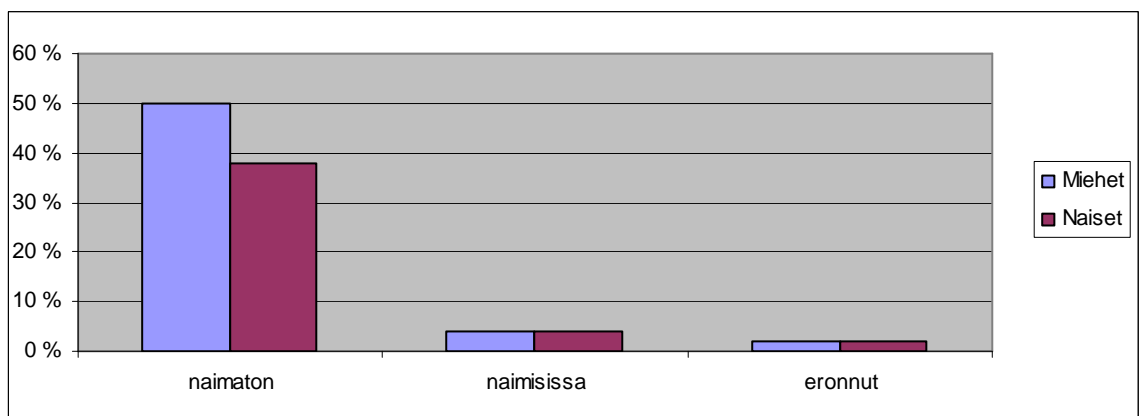
Tutkimukseen vastanneista suurimmalla osalla korkein suoritettu koulutus oli lukio (40 %), toiseksi korkein oli peruskoulu (18 %) ja kolmanneksi korkein oli ammattikoulu (14 %). Niin kuin kuviosta neljä näkee, naisista 22 % on suorittanut lukion ja miehistä lukion on suorittanut 18 %. Ammattikoulun ja lukion oli miehistä suorittanut kahdeksan %, opistotason oli suorittanut kaksi % naisista, yliopiston oli suorittanut neljä % naisista ja Ammattikorkeakoulun (AMK) ja yliopiston oli suorittanut kaksi % miehistä. Kyselyssä oli mukana myös koulutustasoina kansakoulu ja keskikoulu. Kenelläkään ei ollut näitä korkeimpina suoritettuina tutkintoina.



Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden koulutustasot

6.1.5 Siviilisäätty

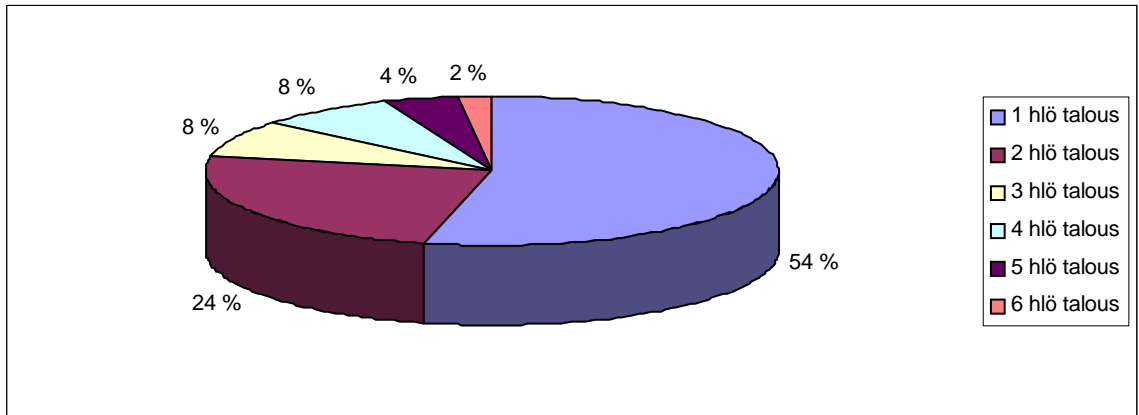
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä oli naimattomia (88 %). Miehistä naimattomia oli 50 % ja naisista naimattomia oli 38 %. Naimisissa miehistä oli neljä % ja naisista naimisissa oli neljä %. Eronneita miehistä oli kaksi % ja naisista eronneita oli kaksi %. (Kuvio 5)



Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden siviilisäädtyt

6.1.6 Talouden koko

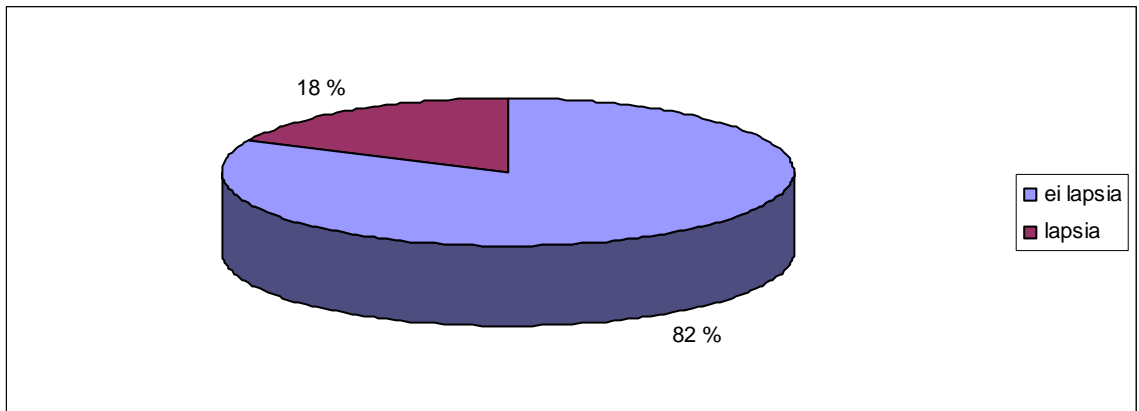
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä asui yksin (54 %), miehiä oli 34 % ja naisia oli 20 %. Toiseksi suurin ryhmä oli kahden henkilön taloudet (24 %), miehiä oli kuusi % ja naisia oli 18 %. Kolmenhenkilön ja neljänhenkilön talouksia oli kahdeksan %. Viiden henkilön talouksia oli neljä % ja kuuden henkilön talouksia oli kaksi %. Yksi henkilö ei vastannut tähän kysymykseen. (Kuvio 6)



Kuvio 6. Talouden koko

6.1.7 Perheellisyys

Kyselyyn vastanneilla henkilöillä (18 %) talouksista oli lapsia. Talouksista 82 % ei ollut alle 18-vuotiaita lapsia. Kahden henkilön talouksilla ei ollut alle 18-vuotiaita lapsia. Kolmen, - neljän, - viiden – ja kuudenhenkilön talouksilla oli alle 18-vuotiaita lapsia. (Kuvio 7)

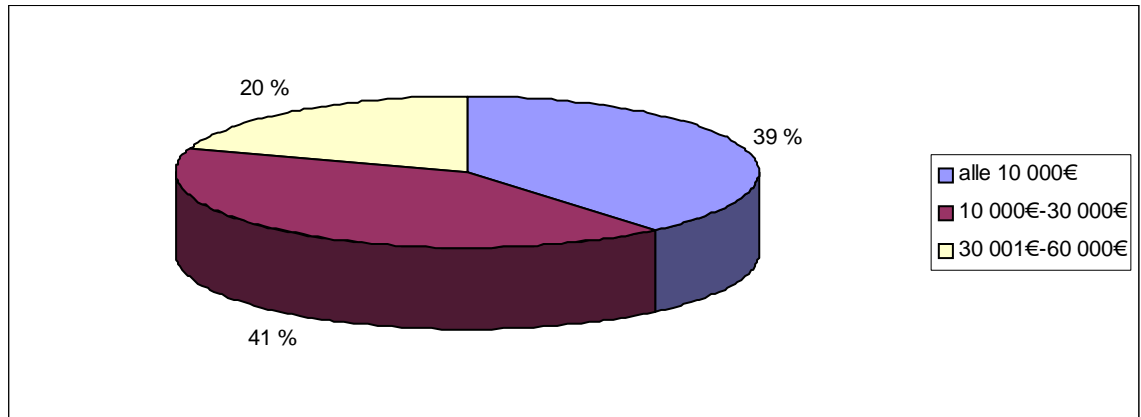


Kuvio 7. Perheellisyys

6.1.8 Tulot

Niin kuin kuviosta kahdeksan näkee, alle 10 000€ vuositulot olivat 39 % vastanneista. 10 000€-30 000€ vuositulot olivat 41 % vastanneista 30 001€-60 000€ tuloluokkaan kuului 20 % vastanneista. 20 % naisista kuului tuloluokkaan alle 10 000€ ja 19 % miehistä kuului tuloluokkaan alle 10 000€. Tuloluokkaan 30 001€-60 000€ miehistä kuului 11 % ja naisista yhdeksän %. Viisi % ei vastannut tuloluokka kysymykseen. Näistä nel-

jä oli naista ja yksi oli mies. Tutkimuksessa ylimpänä tuloluokkana oli 60 000€ tai ylitse. Tähän tuloluokkaan ei kuulunut kukaan vastanneista. (Kuvio 8)



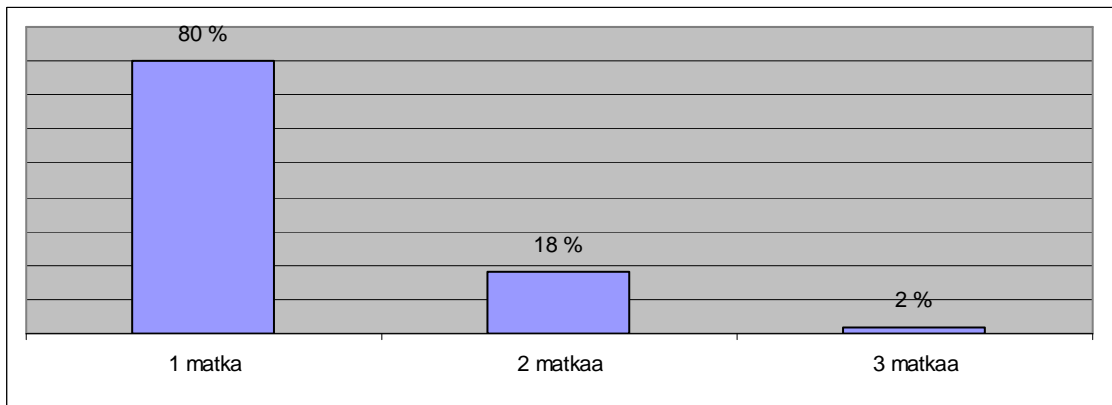
Kuvio 8. Kyselyyn vastanneiden tuloluokat

6.2 Psykologiset tekijät

Psykologisilla tekijöillä selvitettiin tutkimuksessa yhdeksän kysymyksen avulla, montako interrailmatkaa tehtiin, milloin oltiin matkalla, matkan kesto, mitkä vyöhykkeet valittiin, mitä majoitus- ja julkisia kulkuneuvoja käytettiin, missä kaupungeissa viihdyttiin eniten, mitkä ovat olleet syyt lähteä matkalle ja aiotaanko tulevaisuudessa lähteä uudelleen interrailmatkalle.

6.2.1 Interrailmatka

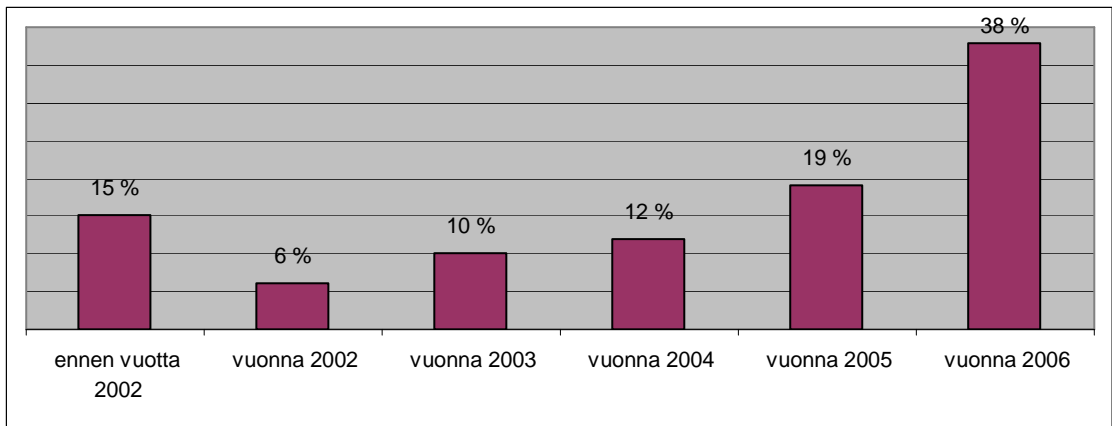
Kyselyyn vastanneista henkilöistä suurin osa (80 %) oli tehnyt yhden interrailmatkan. Miehistä olivat interrailmatkan tehneet 38 % ja naisista olivat tehneet 42 %. Kaksi interrailmatkaa oli tehnyt miehistä 14 % ja naisista neljä %. Kolme matkaa oli tehnyt miehistä kaksi %. (Kuvio 9)



Kuvio 9. Kyselyyn vastanneiden tekemät interrailmatkat

6.2.2 Interrailmatkan ajankohta

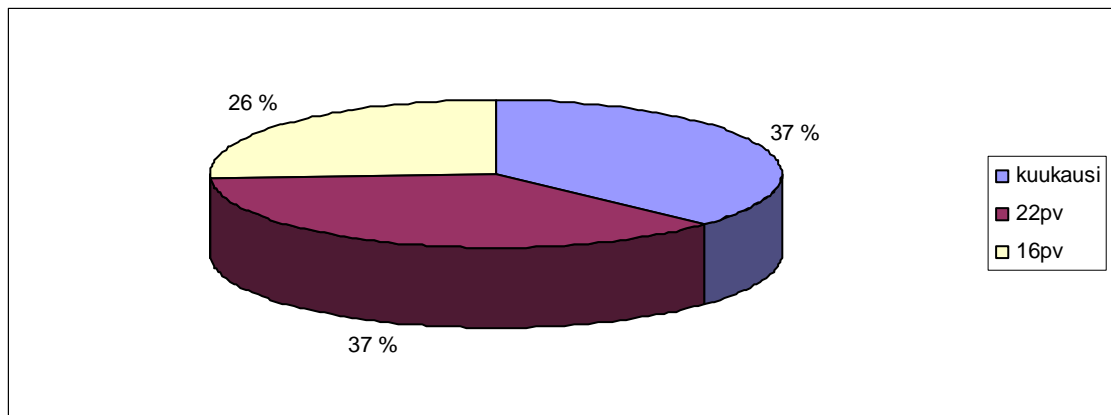
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä oli tehnyt interrailmatkan vuonna 2006 (38 %) ja toiseksi eniten oli tehty matkoja vuonna 2005 (19 %). Kolmanneksi eniten interrailmatkoja oli tehty ennen vuotta 2002 (15 %). Eniten interrailmatkoja tehtiin kesäkuukausina kesä-, -heinä- ja elokuussa. Toukokuussa tehtiin muutamia matkoja ja maaliskuussa yksi matka. Kaksi miestä ja yksi nainen ei osannut sanoa koska olivat olleet interrailmatkalla. (Kuvio 10)



Kuvio 10. Milloin oltiin interrailmatkalla

6.2.3 Interrailmatkan kesto

Kyselyyn vastanneista, eniten tehtiin kuukauden ja 22 päivän interrailmatkoja (37 %). 16 päivän interrailmatkoja tehtiin toiseksi eniten (26 %). Oli tehty myös esim. 11, - 20, - 26, - 29 – ja 37 päivän matkoja. Näitä ei laitettu taulukkoon näkyviin, koska matkoja oli tehty jokaista vain yksi. (Kuvio 11)

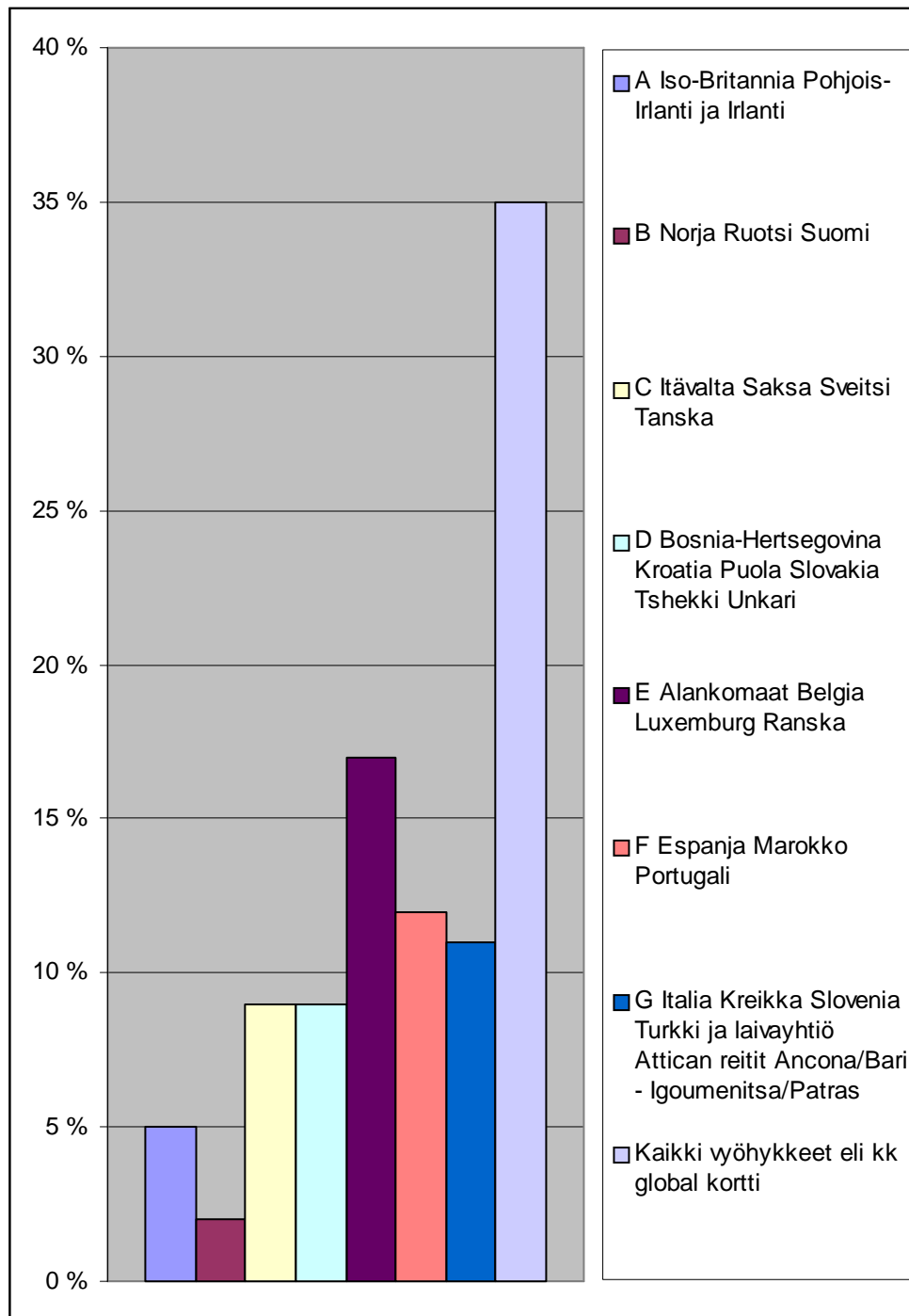


Kuvio 11. Interrail matkan kesto

6.2.4 Interrailvyöhykkeet

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli valinnut kaikki vyöhykkeet eli kuukauden voimassa olevan Global- kortin (35 %). Toiseksi eniten (17 %) oli valittu vyöhyke E. Vyöhykkeeseen E kuuluvat Alankomaat, Belgia, Luxemburg ja Ranska. Kolmanneksi suosituin (12 %) vyöhyke oli F. Vyöhykkeeseen F kuuluvat Espanja, Marokko ja Portugali. Vyöhyke G oli neljänneksi suosituin (11 %). Vyöhykkeeseen G kuuluvat Italia, Kreikka, Slovenia, Turkki ja laivayhtiön Attican reitit Ancona/Bari – Igoumenitsa/Patras.

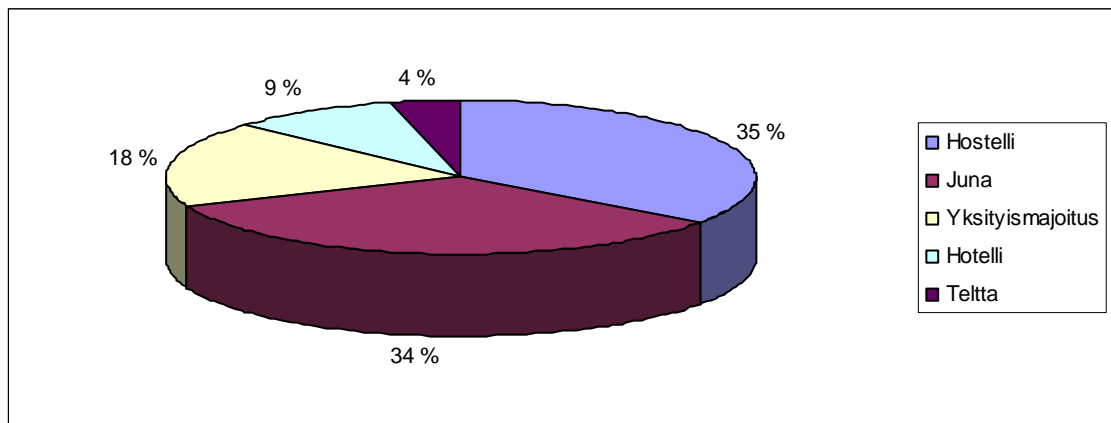
Tasoissa olevat vyöhykkeet olivat C (yhdeksän %) ja D (yhdeksän %). Vyöhykkeeseen C kuuluvat Itävalta, Saksa, Sveitsi ja Tanska. Vyöhykkeeseen D kuuluvat Bosnia-Hertsegovina, Kroatia, Puola, Slovakkia, Tšekki ja Unkari. Vyöhykkeeseen A kuuluvat Iso-Britannia, Pohjois-Irlanti ja Irlanti (viisi %). Vyöhykkeeseen B kuuluvat Norja, Ruotsi ja Suomi (kaksi %). Vyöhykettä H ei valittu kertaakaan. Vyöhykkeeseen H kuuluvat Bulgaria, Makedonia, Romania, Serbia ja Montenegro. (Kuvio 12)



Kuvio 12. Kyselyyn vastanneiden valitsemat interrailvyöhykkeet

6.2.5 Majoitusmuodot

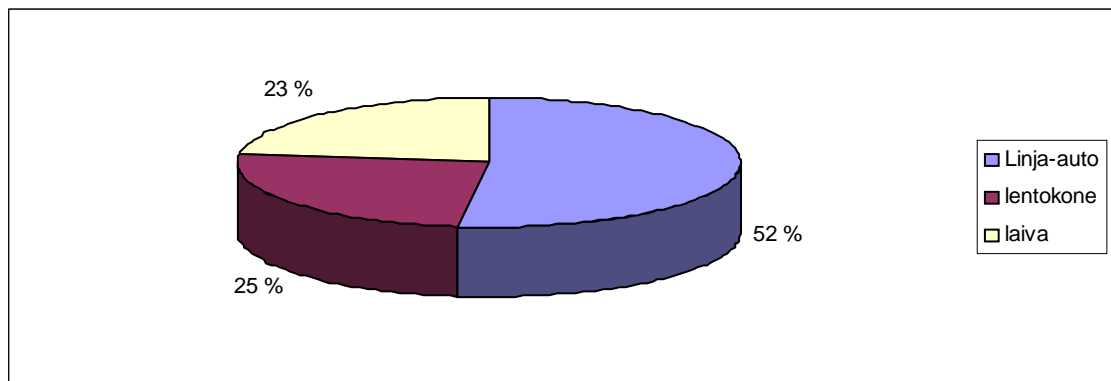
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (35 %) oli valinnut majoitusmuodokseen hostellin. Miehiä näistä oli 20 % ja naisia 15 %. Toiseksi eniten valittu majoitusmuoto oli juna (34 %), miehiä oli 20 % ja naisia 14 %. Kolmanneksi suosituin oli yksityismajoitus (18 %), miehiä näistä oli 11 % ja naisia seitsemän %. Neljänneksi valittiin hotelli (yhdeksän %), miehiä oli viisi % ja naisia neljä %. Vähiten oli teltassa majoittuneita (neljä %), miehiä oli kolme % ja naisia yksi %. (Kuvio 13)



Kuvio 13. Kyselyyn vastanneiden käyttämät majoitusmuodot

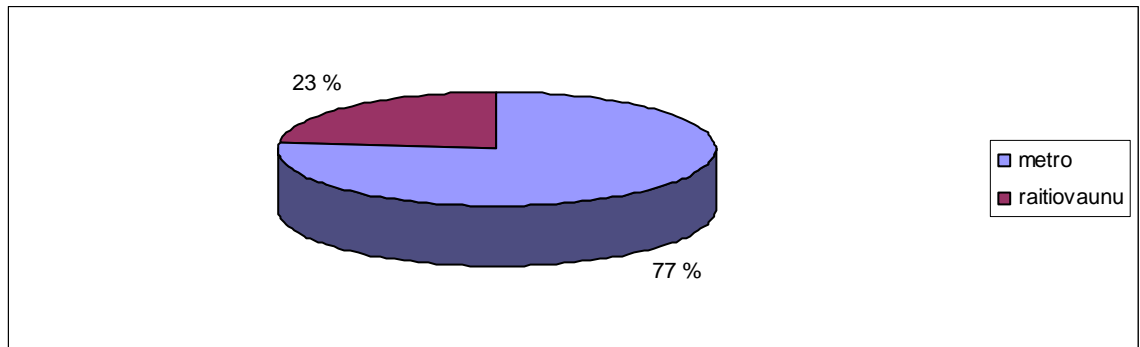
6.2.6 Julkiset kulkuneuvot junan lisäksi (kaukoliikenne ja lähiliikenne)

Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (52 %) oli käyttänyt linja-autoa. Miehiä näistä oli 30 % ja naisia 22 %. Toiseksi käytetyin muoto oli lentokone (25 %). Miehiä näistä oli 13 % ja naisia 12 %. Kolmanneksi käytetyin muoto oli laiva (23 %). Miehiä näistä oli 14 % ja naisia kahdeksan %. (Kuvio 14)



Kuvio 14. Kyselyyn vastanneiden käyttämät julkiset kulkuneuvot junan lisäksi (kaukoliikenne)

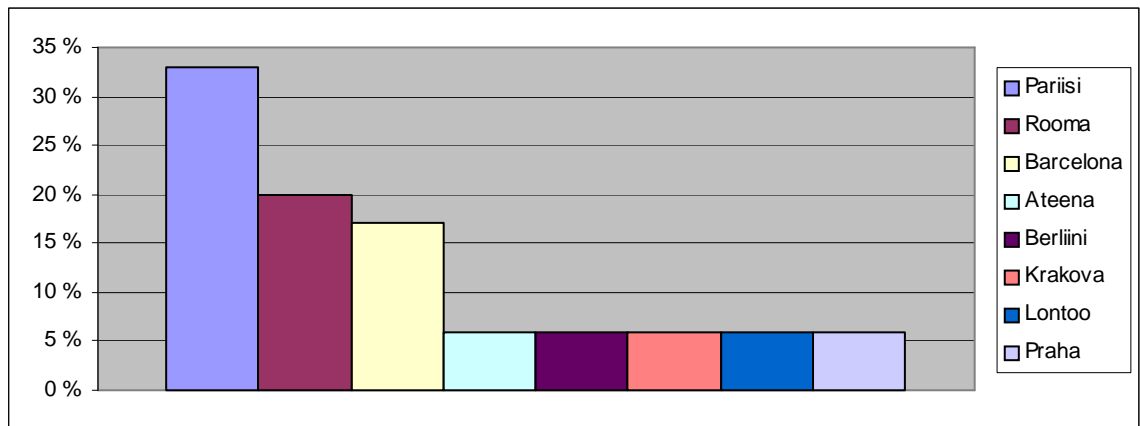
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (77 %) oli käyttänyt metroa. Miehiä näistä oli 43 % ja naisia oli 34 %. Toiseksi käytetyin muoto oli raitiovaunu (23 %). Miehiä näistä oli 13 % ja naisia oli 10 %. (Kuvio 15)



Kuvio 15. Kyselyyn vastanneiden käyttämät julkiset kulkuneuvot junan lisäksi (lähiliikenne)

6.2.7 Viihtyisimmät kaupungit

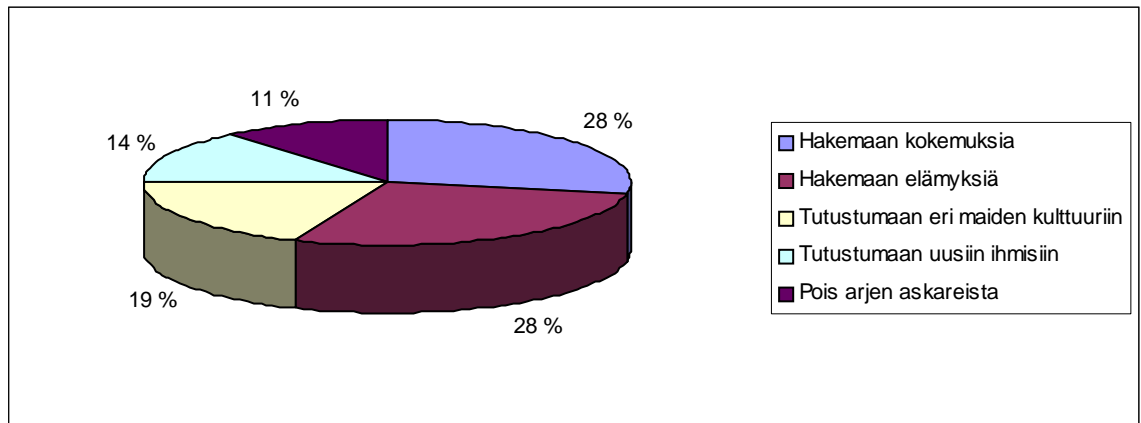
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (33 %) oli viihtynyt Pariisissa. Miehiä näistä oli 13 % ja naisia 20 %. Rooma oli toiseksi viihtyisin kaupunki (20 %), miehiä oli 13 % ja naisia oli seitsemän %. Kolmanneksi suosituin paikka oli Barcelona (17 %), miehiä oli seitsemän % ja naisia oli 10 %. Kaikki muut kaupungit, Ateena, Berliini, Krakova, Lontoo ja Praha, näissä viihdyttiin tasavertaisesti (kuusi %). (Kuvio 16)



Kuvio 16. Kyselyyn vastanneiden viihtyisimmät kaupungit

6.2.8 Interrailmatkan syyt

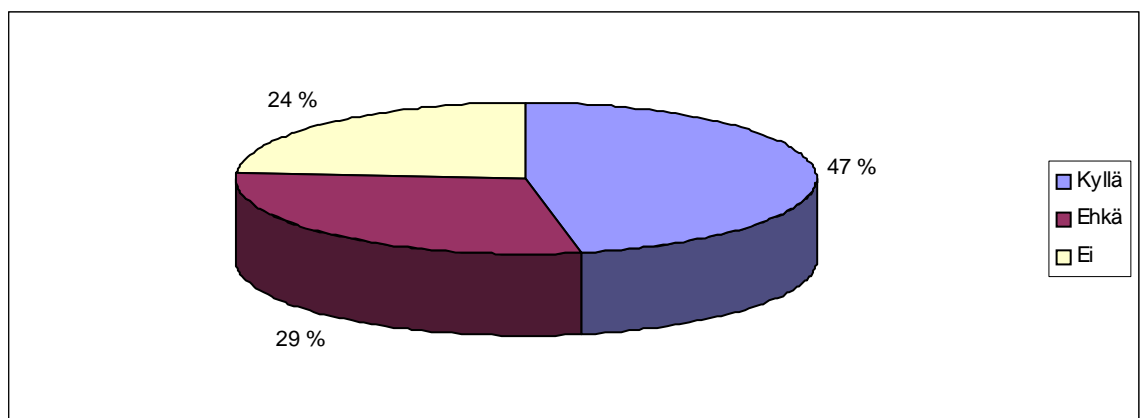
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (28 %) olivat vastanneet syyksi lähteä interrailmatkalle hakemaan kokemuksia ja elämyksiä. Toiseksi eniten (19 %) valittiin syyksi lähteä tutustumaan eri maiden kulttuuriin. Kolmanneksi eniten (14 %) valittiin syyksi lähteä tutustumaan uusiin ihmisiin. Viimeiseksi valittiin (11 %) syyksi lähteä pois arjen askareista. (Kuvio 17)



Kuvio 17. Kyselyyn vastanneiden syyt lähteä interrailmatkalle

6.2.9 Aiotaanko tulevaisuudessa lähteä interrailmatkalle?

Suurin osa kyselyyn vastanneista miehistä (25 %) ja naisista (22 %) olivat lähdössä uudelleen interrailmatkalle. Naisista (15 %) ja miehistä (14 %) olivat ehkä lähdössä tulevaisuudessa uudelleen matkalle. Miehistä (16 %) ja naisista (kahdeksan %) eivät olleet lähdössä uudelleen interrailmatkalle. (Kuvio 18)



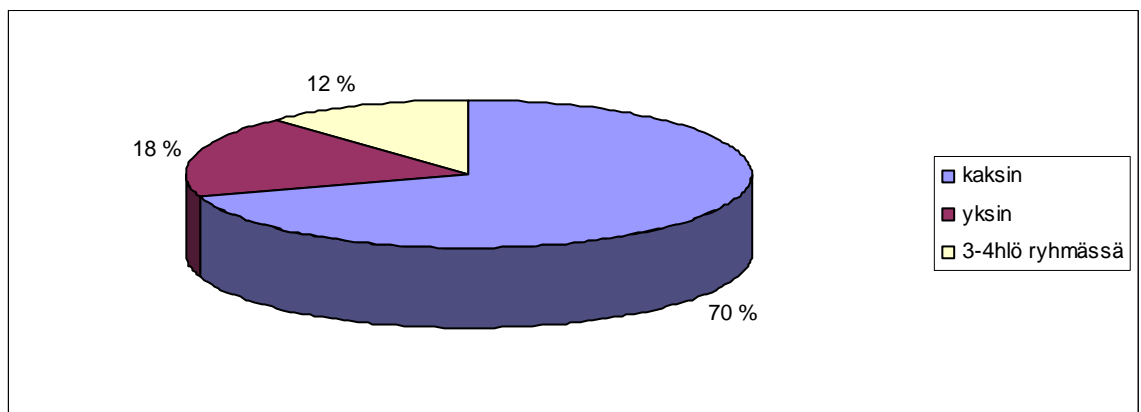
Kuvio 18. Aiotaanko tulevaisuudessa lähteä interrailmatkalle uudelleen vai ei

6.3 Sosiaaliset tekijät

Sosiaalisilla tekijöillä selvitettiin interreilaajan matkustustapaa. Kahta asiaa selvitettiin, monenko hengen seurassa matkustettiin ja kenen seurassa matkustettiin. Jotkut tutkimukseen vastanneista henkilöistä olivat vastanneet, että olivat olleet interrailmatkalla yksin. Yksinmatkustavat henkilöt olivat jättäneet vastaamatta kysymykseen, kenen seurassa olivat matkustaneet.

6.3.1 Matkustusseuran määrä

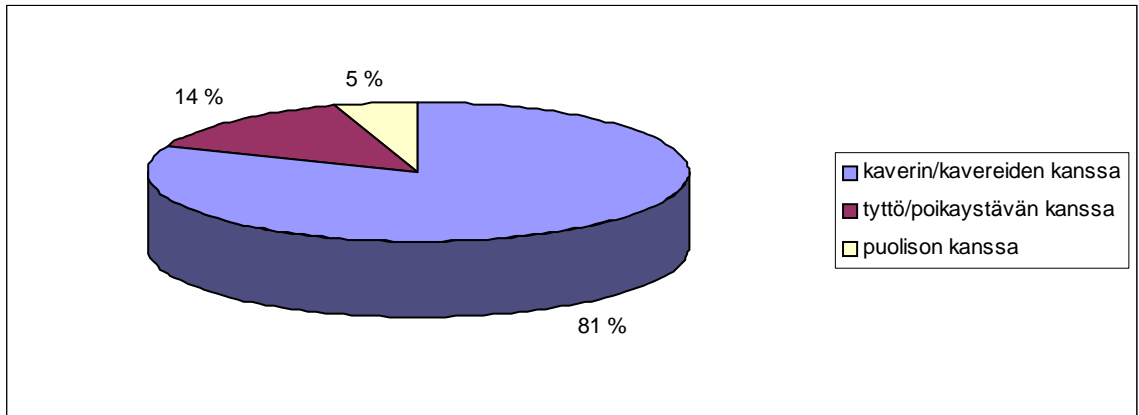
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä olivat olleet interrailmatkalla kahden hengen porukassa (70 %). Näistä miehiä oli 32 % ja naisia oli 38 %. Toiseksi eniten oltiin matkalla yksin (18 %). Miehiä näistä oli 12 % ja naisia oli kuusi %. Vähiten matkustettiin 3-4 henkilön ryhmissä (12 %). Miehiä näistä oli suurin osa (10 %) ja naisia (kaksi %). (Kuvio 19)



Kuvio 19. Matkustusseuran määrä

6.3.2 Matkustusseura

Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä matkusti kaverin kanssa (81 %). Kaverin kanssa matkustavista henkilöistä miehiä oli 43 % ja naisia oli 38 %. Tyttö- tai poikaystävän kanssa matkustavista henkilöistä (14 %) miehiä oli yhdeksän % ja naisia oli viisi %. Vähiten matkustettiin puolison kanssa (viisi %). (Kuvio 20)



Kuvio 20. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden matkustusseura

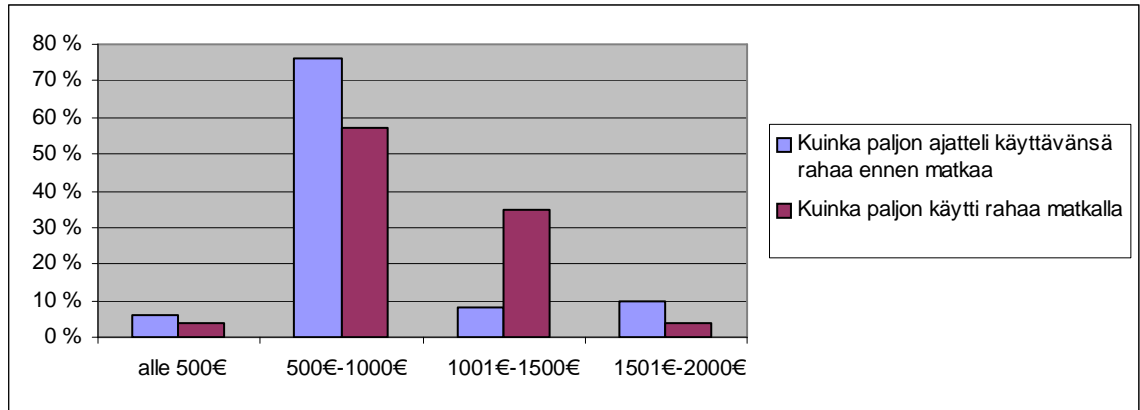
6.4 Ostokäyttäytyminen interrailmatkan aikana

Ostokäyttäytymisen avulla selvitettiin, kuinka paljon ja mihin interreilaajat käyttivät rahojaan. Yhdeksän kysymyksen avulla tutkimuksessa selvitettiin seuraavia asioita, kuinka paljon ennen matkaa ajateltiin tarvitsevan rahaa matkan aikana sekä, kuinka paljon rahaa käytettiin matkan aikana mm. varusteisiin, majoitukseen, ruokaan, julkiseen liikenteeseen, junien lisämaksuihin, nähtävyyksiin, aktiviteetteihin ja ostoksiin. Näissä kysymyksissä kysyttiin yleisesti, kuinka paljon käytettiin rahaa edellä mainittuihin asioihin. Kysymyksissä ei eritelty esim. mihin majoitukseen, nähtävyyksiin tai aktiviteetteihin oli laitettu rahaa. Ostokäyttäytymistä selvitettiin miten miesten ja naisten ostokäyttäytyminen eroaa toisistaan. Ostokäyttäytymisessä koskevissa kysymyksissä kerrotaan, jos ei käytetty ollenkaan rahaa tai sitten, jos ei osattu sanoa kuinka paljon rahaa käytettiin.

6.4.1 Rahan käyttö

Suurin osa (76 %) kyselyyn vastanneista henkilöistä ajatteli tarvitsevansa ennen matkaa rahaa matkan aikana 500€-1000€. Toiseksi eniten (10%) ajateltiin tarvitsevan rahaa 1501€-2000€. Kolmanneksi eniten (kahdeksan %) ajattiin tarvitsevan rahaa 1001€-1500€. Alle 500€ rahaa ajatteli tarvitsevansa kuusi% vastaajista. Kaksi vastaajista ei osannut sanoa, kuinka paljon ennen matkaa tarvitsisi rahaa.

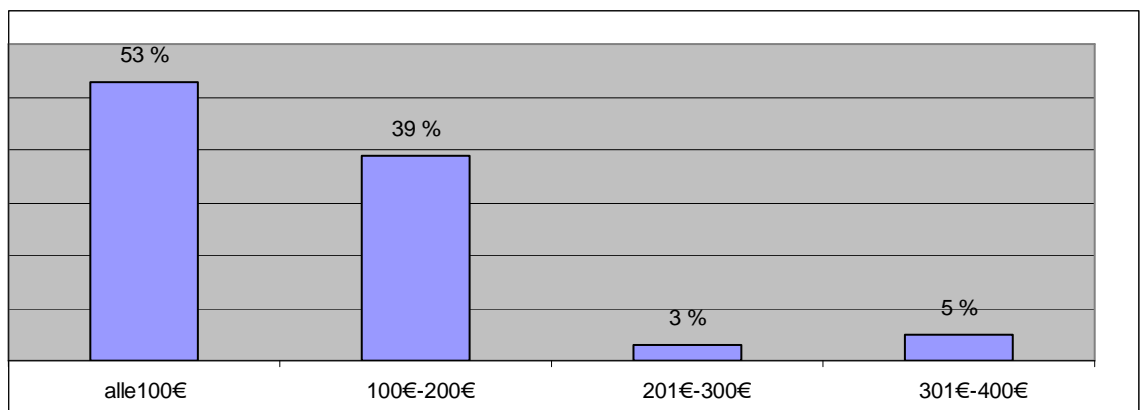
Suurin osa 57 % oli käyttänyt rahaa matkan aikana 500€-1000€. Toiseksi eniten (35 %) rahaa käytettiin matkan aikana 1001€-1500€. Kolmanneksi eniten (neljä %) rahaa käytettiin matkan aikana alle 500€ ja 1501€-2000€. Kaksi vastaajista ei osannut sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa matkan aikana. (Kuvio 21)



Kuvio 21. Kyselyyn vastanneiden käyttämät rahamäärät

6.4.2 Varusteet

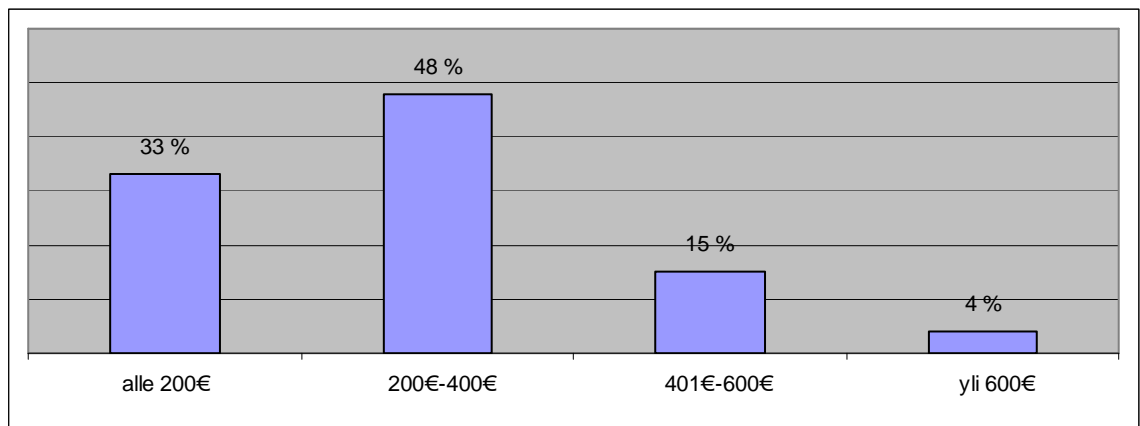
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (53 %) oli käyttänyt rahaa varusteisiin ennen matkaa alle 100€. Miehiä näistä oli 25 % ja naisia 28 %. Toiseksi eniten (39 %) käytettiin rahaa 100€-200€. Miehiä näistä oli 28 % ja naisia oli 11 %. Kolmanneksi eniten (viisi %) käytettiin rahaa varusteisiin 301€-400€. Viimeisenä käytettiin (kolme %) rahaa varusteisiin 201€-300€. Kuusi miestä ja kuusinaista ei käyttänyt rahaa ollenkaan varusteisiin. Yksi mies ja kaksi naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa varusteisiin ennen matkaa. (Kuvio 22)



Kuvio 22. Varusteisiin käytetyt rahamäärät

6.4.3 Majoitus

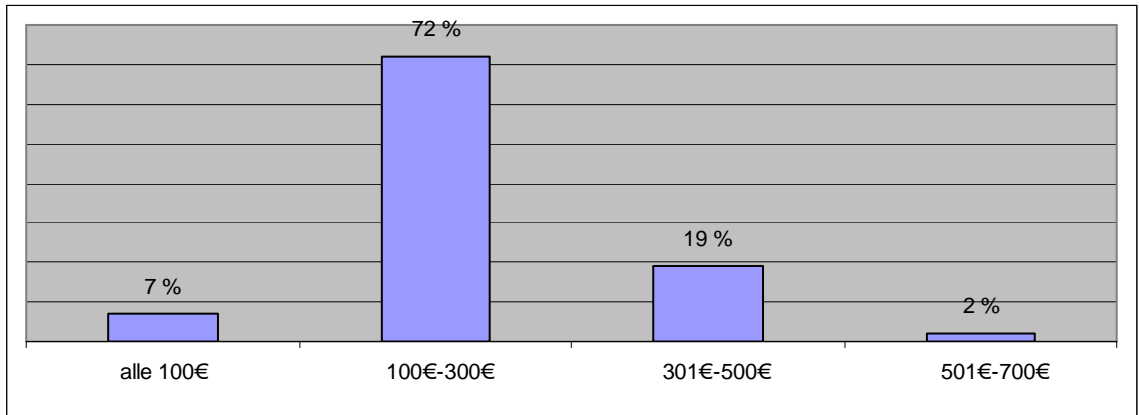
Suurin osa kyselyyn vastanneista (48 %) oli käyttänyt rahaa majoitukseen 200€-400€. Miehiä näistä oli 24 % ja naisia oli 24 %. Toiseksi eniten (33 %) oli majoitukseen käytetty rahaa alle 200€. Miehiä näistä oli 18 % ja naisia 15 %. Kolmanneksi eniten (15 %) oli käytetty rahaa 401€-600€. Näistä kaikki olivat miehiä. Suurin käytetty summa oli 700€ (neljä %). Kaikki olivat naisia. Kaksi miestä ja kolme naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa majoitukseen. (Kuvio 23)



Kuvio 23. Majoitukseen käytetyt rahamäärät

6.4.4 Ruoka

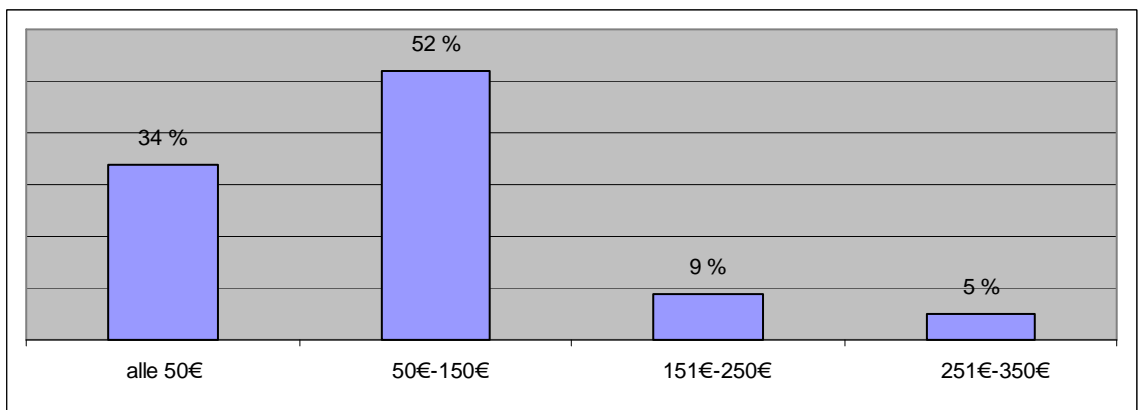
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (72 %) oli käyttänyt rahaa ruokaan 100€-300€. Miehiä näistä oli 34 % ja naisia oli 38 %. Toiseksi eniten (19 %) rahaa ruokaan käytettiin 301€-500€. Miehiä näistä oli 17 % ja naisia oli kaksi %. Kolmanneksi eniten (seitsemän %) rahaa käytettiin alle 100€. Miehiä näistä oli viisi % ja naisia oli kaksi %. Vähiten (kaksi %) rahaa käytettiin 501€-700€. Kaksimiestä ja kaksi naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa ruokaan. (Kuvio 24)



Kuvio 24. Ruokaan käytetyt rahamäärät

6.4.5 Julkinen liikenne

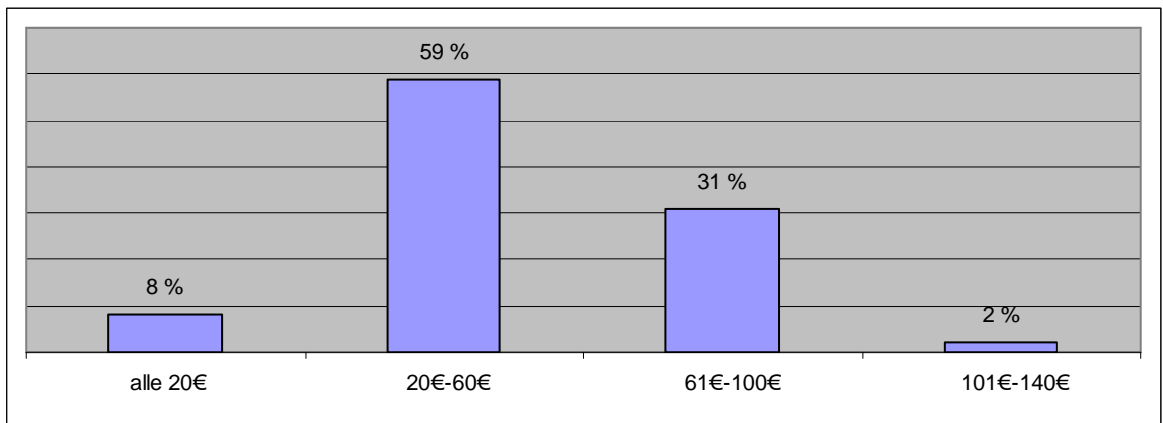
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (52 %) oli käyttänyt rahaa julkiseen liikenteeseen 50€-150€. Miehiä näistä oli 32 % ja naisia 20 %. Toiseksi eniten (34 %) julkiseen liikenteeseen käytettiin rahaa alle 50€. Miehiä näistä oli 16 % ja naisia oli 18 %. Kolmanneksi eniten (yhdeksän %) käytettiin rahaa 151€-250€. Miehiä näistä oli seitsemän % ja naisia oli kaksi %. Vähiten (viisi %) käytettiin rahaa 251€-350€. Nämä olivat naisia. Neljä miestä ja kolme naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa julkiseen liikenteeseen. (Kuvio 24)



Kuvio 25. Julkiseen liikenteeseen käytetyt rahamäärät

6.4.6 Junien lisämaksut

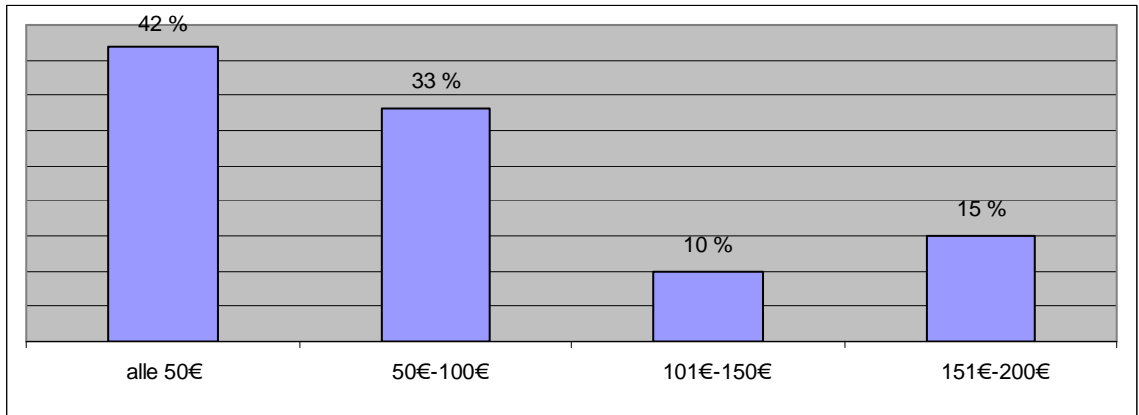
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (59 %) oli käyttänyt rahaa junien lisämaksuihin 20€-60€. Miehiä näistä oli 36 % ja naisia 23 %. Toiseksi eniten (31 %) rahaa käytettiin 61€-100€. Miehiä näistä oli 18 % ja naisia 13 %. Kolmanneksi eniten (kahdeksan %) käytettiin rahaa alle 20€. Kaikki näistä olivat miehiä. Vähiten (kaksi %) käytettiin rahaa 101€-140€. Kaksi naista ei käyttänyt rahaa ollenkaan junien lisämaksuihin. Neljä miestä ja kuusi naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa junien lisämaksuihin. (Kuvio 26)



Kuvio 26. Junien lisämaksuihin käytetyt rahamäärät

6.4.7 Nähtävyydet

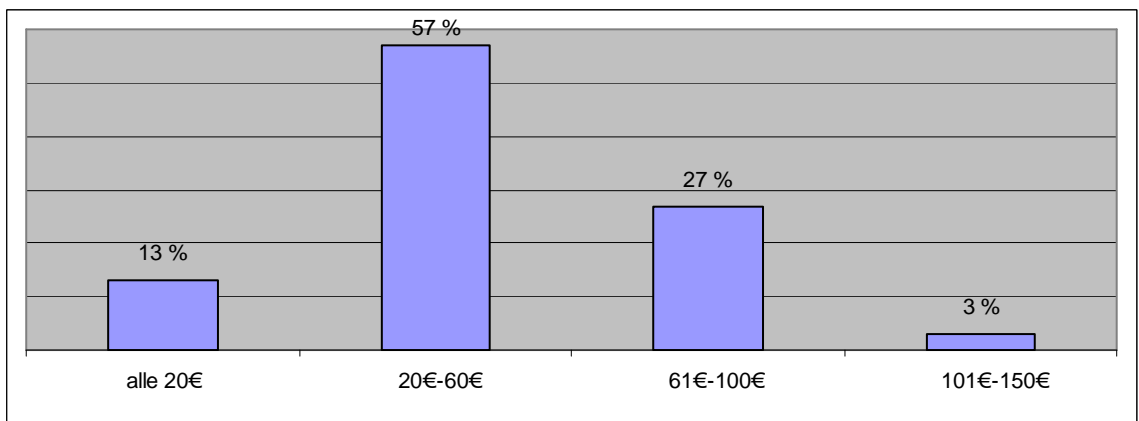
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (42 %) oli käyttänyt rahaa nähtävyyksiin alle 50€. Miehiä näistä oli 25 % ja naisia oli 17 %. Toiseksi eniten (33 %) rahaa käytettiin 50€-100€. Miehiä näistä oli 20 % ja naisia oli 13 %. Kolmanneksi (15 %) käytettiin rahaa nähtävyyksiin 151€-200€. Miehiä näistä oli seitsemän % ja naisia oli kahdeksan %. Vähiten käytettiin rahaa 101€-150€ (10 %). Miehiä näistä oli seitsemän % ja naisia oli kolme %. Kaksi naista ei käyttänyt rahaa ollenkaan nähtävyyksiin. Neljä miestä ja viisi naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa nähtävyyksiin. (Kuvio 27)



Kuvio 27. Nähtävyyksiin käytetyt rahamäärät

6.4.8 Aktiviteetit

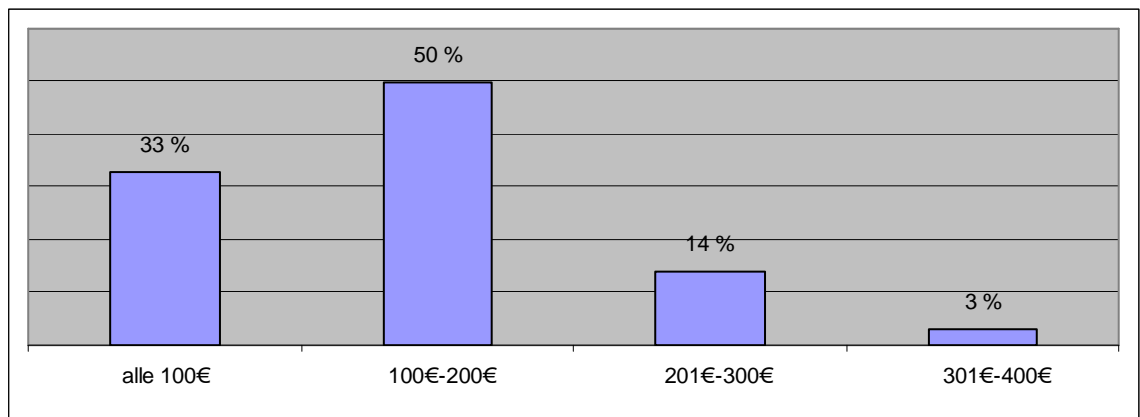
Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (57 %) oli käyttänyt rahaa aktiviteetteihin 20€-60€. Miehiä näistä oli 30 % ja naisia oli 27 %. Toiseksi eniten (27 %) rahaa käytettiin 61€-100€. Miehiä näistä oli 20 % ja naisia olisitsevän %. Kolmanneksi (13 %) käytettiin rahaa aktiviteetteihin alle 20€. Miehiänäistä oli kuusi % ja naisia oli 7%. Vähiten käytettiin rahaa 101€-150€ (kolme %). Seitserän miestä ja kahdeksan naista eivät olleet käyttäneet rahaa ollenkaan aktiviteetteihin. Kolme miestä ja kolme naista eivät osanneet sanoa, kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa aktiviteetteihin. (Kuvio 28)



Kuvio 28. Aktiviteetteihin käytetyt rahamäärät

6.4.9 Ostokset

Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (50 %) oli käyttänyt rahaa ostoksiin 100€-200€. Miehiä näistä oli 29 % ja naisia oli 21 %. Toinen eniten (33 %) rahaa käytettiin alle 100€. Miehiä näistä oli 21 % ja naisia oli 12%. Kolmanneksi (14 %) käytettiin rahaa ostoksiin 201€-300€. Miehiä näistä oli kaksi % ja naisia oli 12%. Vähiten käytettiin rahaa 301€-400€ (kolme %). Viisi miestä ja neljä naita eivät osanneet sanoa kuinka paljon olivat käyttäneet rahaa ostoksiin. (Kuvio 29)



Kuvio 29. Ostoksiin käytetyt rahamäärät

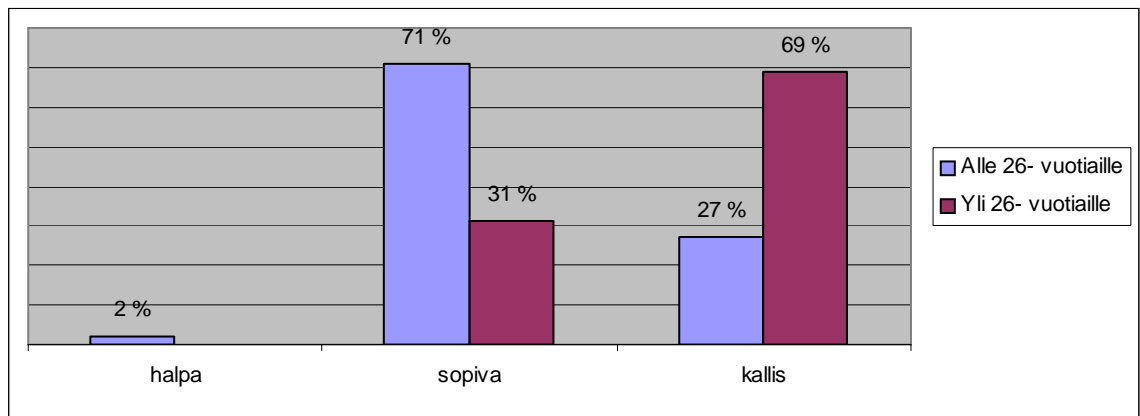
6.5 Muut kysymykset tutkimuksesta

Kaksi kysymystä, mitä mieltä ollaan interrailkortin hinnasta ja tiedetäänkö interrailkortin uudistuksesta. Näitä kahta asiaa haluttiin selvittää, koska haluttiin tietää onko interrailaajien mielestä interrailkortti liian kallis, sopivan hintainen vai halpa. Toisena asiana haluttiin selvittää, että tiedetäänkö interrailkortin uudistuksesta.

6.5.1 Interrailkortin hinta

Suurin osa kyselyyn vastanneista miehistä (41 %) ja naisista (30 %) on sitä mieltä, että alle 26-vuotiaiden Interrailkortti on sopivan hintainen. Interrailkortti on miesten (13 %) mielestä kallis ja naisten mielestä myös kallis (14 %). Kaksi % oli ainoastaan sitä mieltä, että kortti on halpa alle 26-vuotiaille.

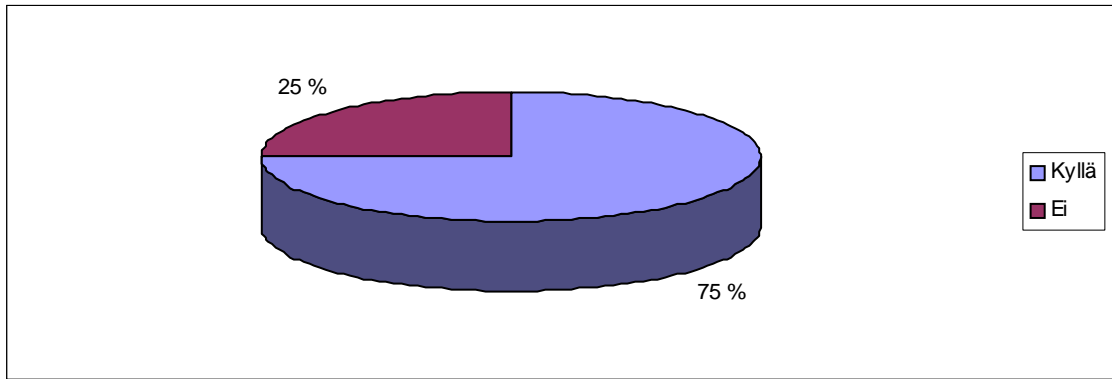
Suurin osa kyselyyn vastanneista miehistä (37 %) ja naisista (32 %) on sitä mieltä, että Interrailkortti on yli 26-vuotiaille kallis. 17 % miehistä ja 14 % naisista on sitä mieltä, että kortti on yli 26-vuotiaille sopivan hintainen. Kukaan vastaajista ei ollut sitä mieltä, että Interrailkortti olisi halpa yli 26-vuotiaille. (Kuvio 30)



Kuvio 30. Kyselyyn vastanneiden mielipide Interrailkortin hinnasta

6.5.2 Interrailkortin uudistus

Suurin osa kyselyyn vastanneista miehistä (41 %) ja naisista (34 %) on tietoisia Interrailkortin uudistuksesta. Interrailkortin uudistuksesta eivät ole tietoisia 14 % miehistä ja 11 % naisista. Interrailkortin uudistuksesta on lähinnä tiedotettu VR:n (Valtion Rautatiet) internetsivuilla ja VR:n omassa esitteessä. (Kuvio 31)



Kuvio 31. Tiedetäänkö interrailkortin uudistuksesta

6.6 Avoin palaute kyselyyn vastanneilta

Avoin palaute oli viimeisenä kysymyksenä tutkimuksessa. Avoimeen vastaukseen oli vastannut 33 % henkilöistä. Miehiä näistä oli 20 % ja naisia oli 13 %. Henkilöt saivat antaa avointa palautetta interreilaamisesta. Kaikki oli positiivista palautetta. Tässä muutamia esimerkkejä:

” Junamatkustamisessa on vielä sitä oikeaa matkailun tunnelmaa, jota nopeasti paikasta toiseen kiitävästä lentokoneesta ei löydy. Reilaamisessa on todellista vapauden tunnetta, kun voi asemalla seistessään lähteä aivan mihin suuntaan haluaa, eikä tarvitse huolehtia muusta kuin selässä olevasta rinkasta. ”

” Interrail on ihan hauska matkustusmuoto, mutta nykyisin lisämaksut yms. pilaavat hiukan iloa, eli budjetti venyy helposti. Hyvää on liikkumisen vapaus, huonoa se, että tuntuu että on pakko liikkua kokoajan että tulee kannattavaksi. Tai no, nuorempana haluaakin nähdä mahd. paljon eikä jatkuva liikkuminen haittaa. Rentoutuminen pääsee välillä täten unohtumaan kun on "kiire" paikasta toiseen. Enemmän matkustaessa oppii tämän, eli viettää aina vähintään 3 päivää yhdessä paikassa ja näin oppii "tuntemaan" paikan ja myös rentoutumaan samalla. ”

” Reilaaminen on huippua! Mutta Euroopassa reissaaminen on vahan turhan kallista verrattuna Aasian maihin. ”

” Itselleni interrail ainakin osoitti sen, että junalla pääsee ympäri Eurooppaa kätevästi. Jatkossa Euroopassa matkustaessa vähintäänkin harkitsen vakavasti junan käyttöä lentokoneen sijaan. ”

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää interreilaajan asiakasprofiilia ja ostokäyttäytymistä. Tiedot kerättiin internetkyselyllä, ajalla 10.3 - 29.3.2007. Tutkimus oli sivulla www.pallontallaajat.fi. Vastauksia saatiin 51 kpl.

Tutkimukseen vastaajista miehiä oli 54 % ja naisia oli 46 %. Suurin vastaajaryhmä oli 20 -25-vuotiaat ja keskiarvoikä oli 24- vuotta. Vastaajista suurin osa (47 %) asui Länsi-Suomen läänissä. Vastaajista suurin osa oli opiskelijoita (56 %). Miehiä näistä oli 30 % ja naisia oli 26 %. Vastaajilla lukio oli korkein suoritettu tutkinto (40 %). Miehiä näistä oli 18 % ja naisia oli 22 %. Vastaajista naimattomia oli 41 %. Miehiä näistä oli 42 % ja naisia oli 38 %. Yksin asuvia oli eniten (54 %). Talouksista 18 % oli alle 18-vuotiaita lapsia. Tämä on ymmärrettävää, koska suurin vastaajaryhmä oli 20 -25-vuotiaat. Vastaajista 41 % kuului tuloluokkaan 10 000€-30 000€.

Suurin osa (80 %) tutkimukseen vastanneista henkilöistä oli tehnyt yhden interrailmatkan. Miehiä näistä oli 38 % ja naisia oli 42 %. Eniten interrailmatkoja tehtiin vuonna 2006 (38 %). Interrailmatkat keskittyivät kesäkuukausiin (kesä, -heinä- ja elokuu). Kuukauden ja 22 päivän interrailmatkoja tehtiin eniten (37 %). Suurin osa (35 %) kyselyyn vastanneista henkilöistä oli valinnut kaikki vyöhykkeet eli kuukauden voimassa olevan Global kortin. Kaikista vastanneista (35 %) oli valinnut majoitusmuodokseen hostellin.

Linja-auto (kaukoliikenteestä) ja metro (lähiliikenteestä) olivat useimmiten käytetyt julkiseen liikenteen väylät junan lisäksi. Suosituin kaupunki (33 %) oli Pariisi. Interrailmatkalle lähdettiin eniten hakemaan kokemuksia ja elämyksiä (28 %). Ihmiset ovat olleet sitä mieltä (47 %), että tulevaisuudessa aiotaan lähteä uudelleen interrailmatkalle. Eniten (70 %) interrailmatkoja tehtiin kahden hengen seurassa. Kaverin kanssa tehtiin eniten interrailmatkoja (81 %)

Suurin osa (76 %) kyselyyn vastanneista henkilöistä ajatteli tarvitsevänsä rahaa ennen interrailmatkaa 500€-1000€. Interrailmatkan aikanasuurin osa vastaajista (57 %) käytti rahaa matkan aikana 500€-1000€.

Vastaajista (53 %) käytti rahaa varusteisiin alle 100€. Miehiä näistä oli 25 % ja naisia 28 %. Majoitukseen käytettiin eniten rahaa 200€-400€ (22 %). Miehiä näistä oli 24 % ja naisia oli 24 %. Ruokaan käytettiin eniten rahaa 100€-300€ (34 %). Miehiä näistä oli 34 % ja naisia oli 38 %. Julkiseen liikenteeseen käytettiin rahaa eniten 50€-150€ (52 %). Miehiä näistä oli 32 % ja naisia 20 %. Junien lisämaksuihin käytettiin eniten rahaa 20€-60€ (23 %). Miehiä näistä oli 36 % ja naisia oli 23 %. Nähtävyyksiin käytettiin rahaa alle 50€ (42 %). Miehiä näistä oli 25 % ja naisia di 17 %. Aktiviteetteihin käytettiin eniten rahaa 20€-60€ (57 %). Miehiä näistä oli 30 % ja naisia oli 27 %. Ostoksiin käytettiin eniten rahaa 100€-200€ (50 %). Miehiä näistä oli 29 % ja naisia oli 21 %.

Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (71 %) oli sitä mieltä, että alle 26-vuotiaiden interrailkortti on sopivan hintainen. Suurin osa kyselyyn vastanneista henkilöistä (69 %) oli sitä mieltä, että interrailkortti on yli 26-vuotiaille kallis. Suurin osa kyselyyn vastanneista (75 %) oli tietoisia interrailkortin uudistuksesta.

8 POHDINTA

Opinnäytetyötä lähdettiin suunnittelemaan joulukuussa 2006. Toteuttamaan sitä alettiin vuoden 2007 alussa. Opinnäytetyöllä ei ollut toimeksiantajaa. Aiheena on interrailajan asiakasprofiili ja ostokäyttäytyminen. Interrail on yksinkertaisesti sitä, että matkustetaan junalla ympäri Eurooppaa. Opinnäytetyön idea lähti siitä, kun suunnittelin serkun kanssa interrailmatkaa 2006 vuoden alussa. Interrailmatka toteutui kesällä 2007. Matkan pituus oli 19 päivää. Kävimme mm. Innsbrukissa, Venetsiassa, Roomassa, Nizzassa ja Barcelonassa. Matka oli hauska ja rankka. Matkabudjetti piti hyvin, mitä olimme suunnitelleet. Yövyimme lähinnä hostelleissa. Kokonaisuutena interrailmatka onnistui erittäin hyvin.

Eniten aikaa koko työstä vei tutkimustulosten analysointi ja niiden esille saanti kuvioiden avulla. Mielenkiintoisinta oli se, mitä kaikkea tietoa interreilauksesta löytyi ja mitä

interreilaajat olivat vastanneet kyselyyn. Yksi huono puoli löytyi. Tutkimus olisi pitänyt laittaa nettisivuille vähän aikaisemmin. Tällöin vastauksia olisi saattanut tulla vähän enemmän, mutta kaikki huomioon ottaen, niin tutkimus onnistui hyvin. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö onnistui mielestäni erittäin hyvin suunnittelusta aina valmiiksi saantiin asti.

LÄHTEET

Bergström, S. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki. Edita Prima Oy

Oy UNIpress Ab. 2004. Interrail.

Heikkilä, T. 2002. Tilastollinen tutkimus. Helsinki. Edita Prima Oy.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Juva. WS Bookwell Oy.

Valtion Rautatiet (VR:n) sivut [verkkodokumentti]. [viitattu 10.1.2007].
Saatavissa: <http://www.vr.fi/heo/lansi/finterail.htm>

Eurail Group sivut [verkkodokumentti]. [viitattu 1.10.2007].
Saatavissa: http://www.interrailnet.com/history_interrail

Freisberg, P. interrailsivut. [verkkodokumentti]. [viitattu 10.1.2007].
Saatavissa: <http://www.interrail.net/index2.php?language=fi>

LIITE I

Interrail Global Passin hinnat ja voimassaoloajat

	Aikuinen (26+ v) 1.luokka	Aikuinen (26+ v) 2.luokka	Nuori (12 -25 v) 2.luokka
5 pv/10 pv	329	249	159
10 pv/22 pv	489	359	239
22 pv	629	469	309
1 kk	809	599	399

- 5 pv/10 päivän kortilla voi matkustaa 5 vapaavalintaisena päivänä 10 päivän sisällä.
- 10 pv/22 päivän kortilla voi matkustaa 10 vapaavalintaisena päivänä 22 päivän sisällä.
- 22 päivän kortilla voi matkustaa vapaasti 22 päivän ajan.
- 1 kuukauden kortilla voi matkustaa vapaasti 1 kuukauden ajan.

Interrail One Country Pass

Interrail One Country Pass -kortin voi ostaa yhteen tai useampaan maahan. Valittavana on mikä tahansa alla olevista maista. Korttia ei kuitenkaan voi ostaa omaan asuinmaahansa.

Hintaryhmä 1	Aikuinen (26+) 1.luokka	Aikuinen (26+) 2.luokka	Nuori (12–25 v) 2.luokka	Hinnat ovat voimassa seuraaville maille:
3 pv/1 kk	255	189	125	Ranska, Saksa, Iso-Britannia, Norja, Ruotsi
4 pv/1 kk	285	209	139	
6 pv/1 kk	363	269	175	
8 pv/1 kk	404	299	194	

LIITE I

Hintaryhmä 2	Aikuinen (26+) 1.luokka	Aikuinen (26+) 2.luokka	Nuori (12–25 v) 2.luokka	Hinnat ovat voimassa seuraaville maille:
--------------	-------------------------	-------------------------	--------------------------	--

3 pv/1 kk	147	109	71	
4 pv/1 kk	188	139	90	Itävalta, Beneluxmaat (Alankomaat, Belgia, Luxemburg), "Kreikka Plus" (sisältää myös laivan Kreikka - Italia), Irlannin tasavalta, Italia, Espanja, Sveitsi, Suomi
6 pv/1 kk	255	189	123	
8 pv/1 kk	309	229	149	

Hintaryhmä 3	Aikuinen (26+) 1.luokka	Aikuinen (26+) 2.luokka	Nuori (12–25 v) 2.luokka	Hinnat ovat voimassa seuraaville maille:
--------------	-------------------------	-------------------------	--------------------------	--

3 pv/1 kk	93	69	45	
4 pv/1 kk	120	89	58	Kroatia, Tanska, Kreikka, Unkari, Puola, Portugali, Romania
6 pv/1 kk	161	119	77	
8 pv/1 kk	188	139	90	

Hintaryhmä 4	Aikuinen (26+) 1.luokka	Aikuinen (26+) 2.luokka	Nuori (12–25 v) 2.luokka	Hinnat ovat voimassa seuraaville maille:
--------------	-------------------------	-------------------------	--------------------------	--

3 pv/1 kk	66	49	32	
4 pv/1 kk	93	69	45	Bulgaria, Tshekki, Makedonia, Serbia, Slovakia, Slovenia, Turkki
6 pv/1 kk	134	99	64	
8 pv/1 kk	161	119	77	

- 3 pv/1 kk: kuukauden sisällä voi matkustaa 3 vapaavalintaisena päivänä
- 4 pv/1 kk: kuukauden sisällä voi matkustaa 4 vapaavalintaisena päivänä
- 6 pv/1 kk: kuukauden sisällä voi matkustaa 6 vapaavalintaisena päivänä
- 8 pv/1 kk: kuukauden sisällä voi matkustaa 8 vapaavalintaisena päivänä

LIITE II

Hei interreilaajat!

Olen Satu Kartastenpää Satakunnan Ammattikorkeakoulusta, matkailulinjalta Porista. Teen opinnäytetyötä interreilauksesta. Tarkoitukseni on selvittää interreilaajien asiakasprofiilia ja ostokäyttäytymistä. Olisi hienoa, jos Teiltä löytyisi hetki aikaa vastata kysymyksiin. Vastaukset ovat täysin luottamuksellisia ja taustakysymykset ovat ainoastaan tilastollista käsittelyä varten. Vastaa omien kokemusten perusteella koskien viimeisintä tekemääsi interrailmatkaa.

Kiitos vastauksista etukäteen:)

1. sukupuoli nainen mies
2. ikä _____
3. asuinpaikka _____
4. ammatti johtava asema, yksityisyrittäjä, toimihenkilö, asiantuntija, työntekijä, työtön, opiskelija, eläkkeellä, äitiyslomalla, kotiäiti, armeijassa.
5. koulutus kansakoulu, peruskoulu, keskikoulu, opistotaso, ammattikoulu, lukio, ammattikoulu ja lukio, ammattikorkeakoulu, yliopisto, ammattikorkeakoulu ja yliopisto, korkeakoulu.
6. siviilisääty naimisissa, naimaton. eronnut, leski, yksinhuoltaja.
7. Talouden koko? _____
8. Montako heistä on alle 18-vuotiaita lapsia ja minkä ikäisiä?

9. Talouden yhteenlasketut bruttotulot vuodessa? alle 10 000€ 10 000€-30 000€ 30 001€-60 000€ tai yli 60 000€.
10. Montako interrailmatkaa olet tehnyt kaiken kaikkiaan? _____
11. Milloin olit viimeksi reilaamassa? kirjoita aloituspäivä muodossa (pp.kk.vvvv)

12. Viimeisimmän matkan pituus? 16pv, 22pv, kk. Joku muu, mikä? _____

13. Minkä tai mitkä vyöhykkeet valitsit?

- A Iso-Britannia ja Pohjois-Irlanti, Irlanti
 - B Norja, Ruotsi, Suomi
 - C Itävalta, Saksa, Sveitsi, Tanska
 - D Bosnia-Hertsegovina, Kroatia, Puola, Slovakia, Tshekki, Unkari
 - E Alankomaat, Belgia, Luxemburg, Ranska
 - F Espanja, Marokko, Portugali
 - G Italia, Kreikka, Slovenia, Turkki, laivayhtiö Attican reitit Ancona/Bari - Igoumenitsa/Patras
 - H Bulgaria, Makedonia, Romania, Serbia ja Montenegro
- Kaikki vyöhykkeet eli kk Global- kortti

14. Matkustitko? yksin
kaksin
3-4 hlö ryhmässä
5 tai enemmän

Jos vastasit edelliseen kysymykseen yksin, hyppää kysymykseen 16.

15. Matkustitko? kaverin/kavereiden kanssa
puolison kanssa
poika/tyttöystävän kanssa
sukulaisen/sukulaisien kanssa
perheen kanssa (lapset mukana)

16. Kuinka paljon ennen matkaa ajattelit tarvitsevasi rahaa noin? (€) (reilikorttia ei lasketa mukaan) _____

17. Kuinka paljon käytit rahaa koko matkalla? (reilikorttia ei lasketa mukaan)

18. Kuinka paljon käytit seuraaviin asioihin rahaa?

Varusteet? _____

Majoitus? _____

Ruoka? _____

Julkinen liikenne? (bussi, lentokone, laiva, metro) ei junaa _____

Junien lisämaksut? _____

Nähtävyydet? _____

Aktiviteetit? (mm. vesipuistot, huvipuistot, rantatuolien vuokraus, harrastukset)

Ostokset? _____

19. Mitä majoitusmuotoja käytit?

Hotelli
Hostelli
Telttä
Juna
Yksityismajoitus

20. Mitä julkisia kulkuneuvoja käytit junan lisäksi? kuten linja-auto, metro, lentokone, laiva jne.

21. Missä kaupungissa viihdyit eniten? _____

22. Onko mielestäsi interrailkortti alle 26-vuotiaille?

kallis/sopiva/halpa

23. Onko mielestäsi interrailkortti 26 -vuotiaille ja sitä vanhemmille?

kallis/sopiva/halpa

24. Mikä sai sinut lähtemään reilaamaan?

Hakemaan kokemuksia
Hakemaan elämyksiä
Pois arjen askareista
Tutustumaan eri maiden kulttuuriin
Tutustumaan uusiin ihmisiin
Ei mikään näistä

25. Jos mikään edellä mainituista ei sopinut, kirjoita vapaasti mikä sai sinut lähtemään reilaamaan?

26. Aiotko tulevaisuudessa lähteä interreilaamaan?

Kyllä
Ei
Ehkä

LIITE II

27. Tiedätkö uudesta voimaan astuvasta interrailkortin uudistuksesta, jossa vyöhyke-rajat poistuvat ja myyntiin tulee vain kaksi korttia? Uudistus tulee voimaan 1.4.2007 alkaen.

Kyllä

Ei

Vielä lopuksi avoimet kommentit

Kiitän oikein paljon vastauksista ja mukavaa kevään odotusta.
