



IDEASTA OPINTOMATKATUOTTEEKSI

Kokemus- ja elämysoppimista Pietarissa

**Jenni Kinnunen
Maiju Mikkonen**

**Opinnäytetyö
Toukokuu 2009**

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Tekijä(t) KINNUNEN, Jenni MIKKONEN, Maiju	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 102	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____saakka	
Työn nimi IDEASTA OPINTOMATKATUOTTEEKSI Kokemus- ja elämysoppimista Pietarissa		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) TUNKKARI-ESKELINEN, Minna TÖRN, Anne		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Matkailu ja palvelut		
Tiivistelmä <p>Työn tarkoituksena oli suunnitella hyvä, kulttuuripainotteinen, Pietariin suuntautuva opintomatkatuote ja testata se käytännössä. Kohdistimme opintomatkan itänaapuriimme, sillä Venäjä-osaamista tarvitaan nykyisin työelämässä myös matkailu- ravitsemis- ja talousalalla. Jotta venäläisiä asiakkaita osataan palvella, tulee heidän kulttuuritaustansa, odotuksensa ja tarpeensa tuntea. Monelle naapurimaamme ja sen kulttuuri ovat kuitenkin varsin tuntemattomia, ja toisaalta monilla on ennakkoluuloja venäläisiä kohtaan.</p> <p>Tuote perustuu kokemukselliseen oppimiseen, elämyspedagogiikkaan, venäläiseen kulttuuriin ja opintomatkalle mukaan lähteneiden opiskelijoiden opintosuunnitelmiin. Opintomatkan suunnittelussa käytettiin lisäksi apuna asiantuntijahaastatteluita ja kohderyhmälle suunnattua Digium-kyselyä. Opintomatkatuotetta markkinoitiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailun, palvelun tuottamisen ja johtamisen sekä liiketalouden koulutusohjelmien opiskelijoille.</p> <p>Opintomatkalla Pietarissa olimme 1.–5.4.2009. Kokonaisuudessaan matka oli onnistunut, sillä keräämämme palautteen perusteella kaikki mukana olleet yhdeksän opiskelijaa olivat oppineet jotain, ja he olivat kokeneet matkalla myös elämyksiä. Jokaisen matkalla olleen mielestä Jyväskylän ammattikorkeakoulun tulisi järjestää enemmän opintomatkoja. Tätä perusteltiin muun muassa sillä, että opintomatkalla kulttuurin tuntemus kasvaa ja ennakkoluulot hälvenevät. Kokemalla ja tekemällä oppii myös parhaiten.</p> <p>Palautteen ja kokemustemme pohjalta suunnittelimme lopullisen opintomatkatuotteen, jota työn toimeksiantaja, Jyväskylän ammattikorkeakoulu, voi hyödyntää tulevaisuudessa opintoja täydentävänä oppimismuotona. Hieman muokkaamalla tuote soveltuu hyvin eri koulutusohjelmien käyttöön.</p>		
Avainsanat (asiasanat) tuotteistaminen, opintomatka, kokemuksellinen oppiminen, elämyspedagogiikka, Venäjä, Pietari, venäläinen kulttuuri		
Muut tiedot Opintomatkatuote CD		

Author(s) KINNUNEN, Jenni MIKKONEN, Maiju	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 102	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title FROM AN IDEA TO A STUDY TRIP PRODUCT Experiential learning in Saint Petersburg		
Degree Programme Degree Programme in Tourism		
Tutor(s) TUNKKARI-ESKELINEN, Minna TÖRN, Anne		
Assigned by Jyväskylä University of Applied Sciences, Tourism and Services Management		
Abstract <p>The purpose of the thesis was to create a cultural study trip product with the destination of Saint Petersburg, Russia,- and to test the product in practice. The reason why the authors chose this destination was the fact that knowledge about the Russians and their culture will be needed in the future work life in the field of tourism and services management.</p> <p>The aim of the study trip product was to give the students a chance to familiarize themselves with the Russian culture, learn to understand it and to reduce possible prejudice against the Russian culture. With this information the students will be able to serve Russian customers in Finland in the best way. The product is based on experiential learning, experience-pedagogy and Russian culture. Interviews of experts and a Digium Internet survey aimed at the target group were used in planning the study trip.</p> <p>The study trip was taken on April 1st to April 5th, 2009, and it was a success because all nine students in the trip learned something and they gained new experiences as well. Everyone participating the study trip thought that Jyväskylä University of Applied Sciences should arrange study trips more often because the students want to learn more about different cultures and the best way of learning about cultures is to visit different countries.</p> <p>Based on the feedback of the trip and the experiences of the study trip, the final study trip product was planned. Jyväskylä University of Applied Sciences can utilise the product in the future as a supplementary study form. By modifying some elements of the product it can be adapted to various degree programmes.</p>		
Keywords productization, study trip, experiential learning, experience-pedagogy, Russia, Saint Petersburg, Russian culture		
Miscellaneous Study trip product CD		

SISÄLTÖ

1	MATKAKUUMETTA JA KULTTUURIN NÄLKÄÄ	3
1.1	Suomessa tarvitaan Venäjä-osaamista	3
1.2	Työn tarkoitus ja rakenne	5
2	MATKAILUPALVELUSTA TUOTTEEKSI	8
2.1	Mikä on matkailutuote?	8
2.2	Asiakslähtöisyys työkaluna	10
2.3	Matkailualan tuotekehitysprosessi	12
2.4	Kulttuurimatkailu	16
3	OPINTOMATKAN IDEA	19
3.1	Opintomatka osana restonomikoulutusta	19
3.2	Asiakslähtöisyys opintomatkatuotteen kehittämisessä	22
3.3	Opintomatkkaan liittyvät matkustusmotiivit	27
3.4	Oppimista opintomatkalla	29
3.5	Kokemuksellinen oppiminen	30
3.6	Elämyspedagogiikka	34
3.7	Elämykset matkailussa	37
4	OPINTOMATKAN TOIMINTAYMPÄRISTÖ	38
4.1	Venäjä	39
4.2	Pietari	42
4.3	Venäläinen kulttuuri	44
5	OPINTOMATKAN PALVELUKETJU	58
5.1	Opintomatkan valmistelut	58
5.2	Opintomatkan markkinointi	61
5.3	Ennen matkaa	65
5.4	Matkaohjelma	66
5.5	Johtaminen ja opastus opintomatkalla	68
6	MATKAPÄIVÄKIRJA	71

	2
7 MIELIPITEISTÄ VALMIIKSI TUOTTEEKSI	78
7.1 Palaute opintomatkastasta.....	78
7.2 Opintomatkatuote.....	81
8 NÄLKÄ KASVAA SYÖDESSÄ	85
LÄHTEET.....	89
LIITTEET	93
Liite 1. Opintomatkan liittäminen opintosuunnitelmiin	93
Liite 2. Markkinointikirje opiskelijoille	96
Liite 2. Seinämainokset.....	97
Liite 4. Opintomatkan oppimistehtävät	98
Liite 5. Alustava matkaohjelma.....	100
Liite 6. Opintomatkan arviointilomake.....	101
Liite 7. Opintomatkatuote CD-levy.....	102

KUVIOT

KUVIO 1. Komppulan ja Boxbergin (2002) malli tuotekehitysprosessista	13
KUVIO 2. Kyselyyn vastaajien kiinnostus eri aktiviteettejä kohtaan.	24
KUVIO 3. Kyselyyn vastaajien kiinnostus eri nähtävyyksiä kohtaan.....	25
KUVIO 4. Kyselyyn vastaajien kiinnostus eri vierailukohteita kohtaan.....	26
KUVIO 5. Kolbin oppimisympyrä.....	32
KUVIO 6. Opintomatkatuotteen matkailupalvelupaketti.....	84

TAULUKOT

Taulukko 1. Pietarin opintomatkan markkinointiaikataulu.....	61
--	----

1 MATKAKUUMETTA JA KULTTUURIN NÄLKÄÄ

Venäjä on naapurimaamme, mutta monelle se on maana ja kulttuurina silti tuntematon, ehkä hieman pelottavakin. Palvelualalla työskennellessä ei voi olla törmäämättä venäläisiin ja heidän kulttuuriinsa, sillä monelle itänaapurille Suomi on matkakohteena erittäin kiinnostava. Miten voimme palvelualan ammattilaisina kohdata ja palvella venäläisiä, jos koemme heidän kulttuurinsa vieraaksi? Etsiessämme kysymykseen vastausta päädyimme tekemään opinnäytetyönämme kulttuuripainotteisen opintomatkan Venäjälle, Pietariin. Halusimme, että oman alamme asiantuntijuus kehittyisi tutustumalla naapurimaan kulttuuriin, sen tapoihin ja historiaan. On mahdollista, että tulemme tulevaisuudessa työskentelemään paikoissa, joissa suurena asiakasryhmänä ovat venäläiset. Tällaisia työpaikkoja voivat olla esimerkiksi majoitusalan yritykset tai ohjelmopalveluja tarjoavat yritykset. Päätökseen vaikutti lisäksi se, että matkailualan opiskelijoina haluamme itse matkustella paljon ja nähdä maailmaa. Molempia kiinnostavat vieraat kulttuurit, ja venäläinen kulttuuri oli molemmille ennestään varsin tuntematon. Uskoimme, että myös muut matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijat haluaisivat tutustua rajanaapurimme kulttuuriin, sillä se on myös ammatillisessa mielessä tärkeää, kuten tulemme myöhemmin työssämme kertomaan.

1.1 Suomessa tarvitaan Venäjä-osaamista

Suomen matkailu on venäläisten keskuudessa suosittua, ja se on jo vuosien ajan ollut kasvussa. Tämä käy ilmi myös Senja Rutasen (2008) opinnäytetyöstä. Suosituimmat ajankohdat Suomen matkalle ovat joulukuu, uusia vuosia ja kesä. Venäläiset tuovat maahan matkailun myötä useita satoja tuhansia euroja, joten he ovat merkittävä matkailijaryhmä koko Suomelle. Eniten venäläisiä maahan saapuu Pietarista. Jos venäläinen on matkaansa tyytyväinen, hän saapuu viettämään lomaansa saman paikkaan uudelleenkin. (Mts. 27-29.) Tällöin hyvien asiakassuhteiden luominen alusta asti on erittäin tärkeää ja toisaalta myös kannattavaa.

Venäläiset matkailijat ovat tärkeitä myös Jyväskylän seudulle. Esimerkiksi vuoden 2008 tammi-kesäkuussa Jyväskylän seudun ulkomaalaisyöpyjistä suurin osa, yhteensä 13 800 henkeä, tuli Venäjältä (Matkailu lisääntyi 2008). Syyskuuhun mennessä yöpymisiä oli jo 17 000 ja kasvu miltei 17 % edellisen vuoden vastaavaan aikaan verrattuna. Sesonkiaika vuodenvaihteessa on merkittävä Jyväskylän seudun elinkeinoelämälle. Vuodenvaihteessa 2007–2008 Jyväskylän seudulla lomaansa vietti 2 200 venäläistä turistia ja koko Keski-Suomessa 5 500. (Rantanen 2008.)

Virve Obolhogianin (2008) artikkelissa Venäjän Aika -lehdessä tuodaan esiin se, että monet tahot Suomessa ovat huolestuneita siitä, riittääkö maassamme tulevaisuudessa Venäjä-osaajia. Naapurimaamme liiketoimintaympäristön tunteminen ja venäjän kielen hallitseminen olisivat menestymisen kannalta oleellisia taitoja. Silti vuonna 2006 peruskoulun päättävistä vain reilu 4 000 osasi venäjää jollain tasolla. Kielen lisäksi työllistyminen tietyille aloille vaatii monesti ammatillisia erikoistumisopintoja Venäjän kauppaan ja kulttuuriin liittyen. Suomessa on tarjolla monipuolisesti mahdollisuuksia oppia itänaapurimme kieltä ja kulttuuria, mutta haasteena ovat nuorten kielteiset asenteet Venäjää ja sen kansaa kohtaan. Asenteet on opittu edellisiltä sukupolvilta, ja toisaalta myös media vaikuttaa mielipiteisiin. (Mts. 54-56.)

Myös Ylilehto (2007) kertoo, että monien suomalaisten ajattelua leimaa epäluulo. Esimerkiksi kesämökkejä ja yrityksiä ostavat venäläiset koetaan mahdollisuuden sijaan uhkana. Harvassa paikassa uskalletaan luottaa uudistuvan Venäjän mahdollisuuksiin ja kehittää Venäjä-osaamista. Totuus kuitenkin on, että maidemme välinen kauppa kehittyy ja kansainvälisiin yrityksiin etsitään Suomesta venäjän kielen ja kulttuurin hallitsevia ihmisiä. Artikkelissa suomalais-venäläisen kauppakamarin tutkimuspäällikkö Maisa Moijanen huomauttaa, että ennakkoluuloisuus ei tuota suomalaisista EU:n johtavia Venäjä-osaajia, mikä olisi kilpailussa mukana pysymisen kannalta tärkeää. Asenteiden olisi muututtava niin, että venäjän kielen ja kulttuurin tuntemisesta tulisi maassamme itsestänselvyys. (Mts. 16-17.) Mikkolan, Bloigun ja Karhusen (2009) tutkimuksessa nostetaan venäjän kielen taidon lisäksi esiin myös venäjän kulttuurin tuntemus. Naapurimaamme kulttuurin tuntemusta erittäin tai melko tärkeänä rekrytointikriteerinä piti 77 % tutkimukseen vastanneista Venäjällä toimivista suomalaisyrityksistä. (Mts. 45.) Kyseiset yritykset kommentoivat tutkimuksessa muun

muassa, että "viestinnän haasteina ovat kulttuurierot ja erot ajattelu- sekä toimintatavoissa" (Mts. 32).

Oulun Venäjä-foorumissa vuonna 2008 asiantuntijat pohtivat, että Suomessa elinkeinoelämän, kaupan ja matkailun alalla tarvitaan Venäjän tuntijoita. Esille tuli, että pelkkä kielitaito ei ole riittävä, vaan tarvitaan myös asennetta ja oikeanlaista ajattelutapaa. Vuokatinmaa Oy:n markkinointipäällikkö Larissa Tammiksen mukaan etenkin matkailualalla itänaapurimme kulttuurin ja tarpeiden tunteminen on kaiken perusta. Venäläiseen kulttuuriin kuuluu esimerkiksi se, että ruokaa ja juomaa on riittävästi tarjolla. Palvelun tarjoajan täytyy pystyä myös luomaan hyvä tunnelma ja kiireetön ilmapiiri. (Venäjä-osaajat kokoontuivat Oulun Venäjä-foorumissa N.d.)

Yllä mainittujen seikkojen myötä voidaan päätellä, että maassamme on todellista tarvetta venäläisen kulttuurin tuntemiselle. Tämä olisi hyvä ottaa huomioon myös ammatillisessa koulutuksessa. Kuitenkaan Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalalla (nykyinen matkailu ja palvelut -yksikkö) ei toistaiseksi ole tarjottu Venäjän kulttuuriin liittyviä opintoja. Halusimme antaa mahdollisuuden oppimiseen ja ammatilliseen kehittymiseen koulutusyksikkömme opiskelijoille. Aluksi kohderyhmänämme olivat matkailun sekä palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmien opiskelijat, jotka olivat aloittaneet vuosina 2005–2007. Myöhemmin kuitenkin päädyimme ottamaan mukaan myös 2008 aloittaneita, jotta saimme ryhmämme täyteen. Työssä käytämme myöhemmin lyhenteitä MTA (matkailun koulutusohjelma) ja MPA (palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma).

1.2 Työn tarkoitus ja rakenne

Opinnäytetyömme pyrkii vastaamaan kysymykseen, millainen on hyvä, kulttuuripainotteinen, Pietariin suuntautuva opintomatkatuote. Tietoperustana opinnäytetyösämme käytimme tuotekehitystä, koska tarkoituksena oli rakentaa opintomatkatuote, jota toimeksiantajamme, Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu ja palvelut -yksikkö, voisi käyttää myös tulevaisuudessa esimerkiksi opintoja täydentävänä oppimismuotona. Opintomatkatuotettamme voitaisiin hyödyntää muun muassa syk-

syllä 2009 alkavassa Venäjän kieli ja kulttuuri -opintojaksossa. Tuotteemme sopii myös muiden alojen tarpeisiin oppimistehtäviä ja matkaohjelmaa muokkaamalla. Olemme kehittäneet opintomatkatuotteen ottamalla huomioon tulosityksikkömme opiskelijoiden opintosuunnitelmat ja osaamistavoitteet. Tuotekehityksen apuna käytimme kohderyhmälle suunnattua Digium-kyselyä ja asiantuntijahaastatteluita. Tuotteemme perustuu kokemukselliseen ja elämykselliseen oppimiseen, joiden avulla opiskelija pystyy omaksumaan parhaalla mahdollisella tavalla tietoja vieraasta kulttuurista ja kykenee samalla pohtimaan omia asenteitaan ja käyttäytymistään. Lisäksi tutustuimme monipuolisesti Venäjään, Pietariin ja maan kulttuuriin.

Opintomatkan tarkoituksena on, että opiskelija saisi valmiuksia kohdata venäläisiä asiakkaita työssään sekä ymmärtää heidän kulttuuritaustaansa, tarpeitaan ja käyttäytymistään. Tätä kautta valmistunut restonomi pystyisi rakentamaan ja ylläpitämään kannattavia asiakassuhteita venäläisten kanssa. Tavoitteena on myös, että restonomi kykenisi luomaan asiakaslähtöisiä tuotteita ottamalla huomioon naapurikansan kulttuurin, perinteet, odotukset ja toiveet. Yhtenä tärkeimmistä tavoitteista opintomatkalla on ennakkoluulojen hälventäminen Venäjää ja venäläisiä kohtaan.

Jyväskylän ammattikorkeakoulussa on tehty useita opinnäytetöitä, joissa näkökulmana on ollut matkatuotteen kehittäminen. Aiheet ovat vaihdelleet viinimatkoista Kiinan vaellusmatkaan. Näistä opinnäytetöistä yksi on ollut kulttuuripainotteinen opintomatka. Tämä työ oli tehty vuonna 1999 OK-Matkoille ja suuntautui Prahaan. Kyseinen opinnäytetyö oli tuotteen jatkokehittelyä, ja matkan tarkoituksena oli tutustua matkailualaan ja kulttuurimatkailuun yleisesti. Tässä opinnäytetyössä kehitämme tuotteen alusta alkaen ja otamme huomioon opiskelijoiden opintosuunnitelmat. Työssämme oleellista oli valittu toimintaympäristö, sillä halusimme oppia nimenomaan venäläisestä kulttuurista.

Aloitimme opinnäytetyömme teon loppusyksystä 2008 tutustumalla tuotekehityksen ja oppimisen teorioihin sekä Venäjästä, Pietarista ja maan kulttuurista kertovaan kirjallisuuteen. Tapasimme monien alan asiantuntijoita, joilta saimme paljon neuvoja tuotteen kehittämiseen. Laadimme kohderyhmällemme suunnatun Digium-kyselyn saadaksemme selville opiskelijoiden kiinnostuksen ja toiveet Pietarin opintomatkaa

kohtaan. Matkalle pyysimme mukaan venäläissyntyisen, mutta nykyisin Jyväskylässä asuvan Lilia Fedorovan, joka oli suurena apuna matkaohjelmamme suunnittelussa. Tarjouspyyntöjä lähetimme usealle matkatoimistolle, joista lopulta valitsimme T:mi Leenan Matkat yhteistyökumppaniksemme. Sen kautta saimme matkallemme mukaan myös ammattitaitoisen kaupunkioppaan. Aloimme markkinoida Pietarin opintomatkaa MTA:n ja MPA:n opiskelijoille alkuvuodesta 2009, ja saimme mukaan yhdeksän opintomatkaista kiinnostunutta opiskelijaa. Opintomatalla olimme 1.–5.4.2009. Matkaohjelma koostui opastetusta kaupunkikierroksesta, Eremitaasin ja Katariinan palatsin vierailuista, tutustumisesta paikalliseen yrityskulttuuriin Sokos Hotel Palace Bridgessä ja matkatoimisto Kymi Travelissa, Romeo ja Julia -baletista sekä yhteisestä illallisesta. Jokaisella oli myös hieman omaa aikaa. Jyväskylän ammatikorkeakoulu myönsi opiskelijoille tukea opintomatkaa varten, ja matkamme opintokokonaisuudeksi valittiin Turismin Grand Tour, josta vastasi matkailun yliopettaja Anne Törn. Opintomatkaalle osallistujat tekivät ennen matkaa oppimistehtäviä ja palauttivat matkan jälkeen siihen liittyvän raportin. Kerromme opinnäytetyöprosessista yksityiskohtaisemmin luvussa 5.

Olemme kirjoittaneet opinnäytetyömme Komppulan ja Boxbergin (2002) tuotekehitysprosessin mukaisesti. Tällöin saimme loogisesti etenevän rungon työllemme. Liitimme prosessin vaiheisiin omaa näkökulmaa ja pohdintaa opintomatkastamme. Näin oma tekstimme kulkee rinnakkain työssämme teorian kanssa. Työn alussa käsittelemme tuotekehityksen teoriaa. Seuraavaksi käymme läpi opintomatkan idean, johon kuuluvat asiakaslähtöisyys ja oppiminen. Tämän jälkeen kerromme opintomatkan toimintaympäristöstä, eli Venäjästä, Pietarista ja paikallisesta kulttuurista. Käsittelemme myös opintomatkan palveluketjun valmisteluista ja markkinoinnista opintomatkan aikana tapahtuvaan toimintaan asti. Kappaleessa 6 kerromme, kuinka opintomatkamme käytännössä toteutui ja kappaleessa 7 hahmottelemme valmiin opintomatkatuotteen matkalta saamamme palautteen ja kokemusten pohjalta.

2 MATKAILUPALVELUSTA TUOTTEEKSI

2.1 Mikä on matkailutuote?

Jotta matkailutuotetta voidaan kehittää ja markkinoida, täytyy ensiksi ymmärtää matkailutuotteen olemus. Matkailutuote on paketti, joka koostuu eri palveluista (Verhelä 2000, 93). Tämä tarkoittaa, että tuote on aineeton ja sitä tuotetaan samalla kun kulutetaan. Näiden ominaisuuksien vuoksi epäonnistunut palvelukokemus on vaikeampi hyvittää kuin vaikkapa viallinen tavara. Huomioitavaa on myös se, että asiakkaat voivat kokea saman palvelun ja siihen liittyvät elementit hyvin eri tavoin ja toisaalta myös sama asiakas voi eri tilanteissa kokea tietyn palvelun eri tavalla esimerkiksi mielialastansa mukaan. Matkailutuotteesta saadut kokemukset ovat siis hyvinkin henkilökohtaisia, ja palvelun laadun kontrolloiminen muodostuu usein haasteelliseksi. (Komppula & Boxberg 2002, 10–11.) Kehittäessämme opintomatkatuotetta, pyrimme etenkin opintomatkan aikana tutustumaan asiakkaisiin ja luomaan hyvää ryhmähenkeä, jotta edistäisimme omalta osaltamme opiskelijoiden positiivisia kokemuksia matkasta. Ryhmähenki muodostuikin opintomatkan aikana todella nopeasti ja pysyi hyvänä koko matkan ajan.

Matkustaminen ilmiönä on hyvin monimuotoinen. Ihmiset matkustavat esimerkiksi työn ja vapaa-ajan vuoksi. Matka voidaan toteuttaa omatoimisesti tai valmismatkana, ja matka voi suuntautua tiettyyn kohteeseen tai olla kiertomatka. Kaikesta moninaisuudesta huolimatta voidaan ajatella, että matka on aina yksi kokemus eli kokonaismatkailutuote. Se alkaa jo matkan suunnittelusta ja päättyy vasta matkailijan palatessa kotiin. Kokonaistuotteeseen kuuluu sekä aineettomia että aineellisia osia, joiden yhteissummasta koko matkailukokemuksen laatu syntyy. Palveluntuottajan näkökulmasta haasteellista on se, että monet asiakkaan kokemuksiin vaikuttavat tekijät eivät ole tuottajan hallittavissa. Esimerkiksi ryöstön uhriksi joutuminen tai kurja sää kohteessa voivat pilata asiakkaan koko matkakokemuksen, eikä palveluntuottaja voi näihin asioihin vaikuttaa. (Komppula & Boxberg 2002, 11–12.) Lopputuote muodos-

tuu palvelun lisäksi asiakkaalle syntyneestä mielikuvasta, johon hänen ennako-
odotuksillaan on vaikutusta. Ennako-odotuksia syntyy esimerkiksi markkinointima-
teriaaleista, kuten esitteistä, aiemmista kokemuksista sekä muiden ihmisten matka-
kokemuksista ja -kertomuksista. Jos asiakkaan ennako-odotukset ovat korkealla, voi
hän pettyä hyvinkin sujuneeseen matkaan, ja toisaalta joku, joka ei ole odottanut
matkalta kovin paljoa, voi olla lopputuotteeseen erittäin tyytyväinen. (Verhelä 2000,
93-94.) Pyrimme luomaan realistisia mielikuvia matkasta markkinoinnin ja opiskeli-
joille annettavien ennakkotehtävien avulla. Kyseisten elementtien avulla meillä oli
mahdollisuus vaikuttaa matkalle lähtijöiden odotuksiin.

Smith (1994) on kehittänyt matkailutuotteesta tunnetun teoreettisen mallin (Borg,
Kivi & Partti 2002, 123). Tässä mallissa matkailutuotteen ytimessä on fyysinen paikka,
johon matka kohdistuu. Tähän liittyvät muun muassa maisema, ilmasto, rakennukset
ja saavutettavuus. Paikka ei yksin muodosta tuotetta, vaan tuote rakentuu lisäksi pal-
veluista, vieraanvaraisuudesta, vapaudesta tehdä valintoja kohteessa sekä matkaili-
jan osallistumisesta matkailutuotteen tuottamiseen. Palveluita ovat esimerkiksi ma-
joitus- ja ravitsemispalvelut. Vieraanvaraisuus on puolestaan kohteen asiakaspalveli-
joiden osoittamaa palveluhalua sekä paikallisten ihmisten suhtautumista matkailijoi-
hin. Valinnan vapaus tässä yhteydessä on sitä, että henkilö tarvitsee matkallaan jon-
kin verran eri mahdollisuuksia ohjelmansa rakentamiseksi riippuen esimerkiksi säästä
tai omasta mielialasta. Monesti matkailijat odottavat ja edellyttävät, että valinnan
varaa on, vaikeivät näitä mahdollisuuksia käyttäisikään. Matkailijan osallistuminen
matkailutuotteen tuottamiseen riippuu matkan luonteesta; omatoimimatkailija ei
tarvitse niin paljon opastusta ja muita palveluja kuin pakettimatalla oleva. (Komppu-
la & Boxberg 2002, 15–16.)

Meidän tuotteessamme asiakkaat saivat paljon opastusta, sillä suurimmalle osalle
Pietari ja Venäjä kohteena olivat täysin vieraita. Opastuksen avulla opimme myös pal-
jon enemmän kohteesta ja paikallisesta kulttuurista kuin ilman sitä. Alustavaan mat-
kaohjelmaan varasimme aluksi myös vapaata aikaa, jolloin jokainen pystyisi käyttä-
mään kyseisen ajan omien mieltymystensä mukaisesti esimerkiksi ostosten tekoon
tai nähtävyyksiin tutustumiseen. Käytännössä omaa aikaa ei opintomatallamme kui-
tenkaan ollut riittävästi. Usein päädyimme menemään ryhmässä esimerkiksi ostoksil-

le, eikä omakohtaiseen kaupunkikuvan tutkiskeluun jäänyt valitettavasti aikaa. Emme sisällyttäneet matkaohjelmaan yhteistä ruokailua päivittäin, sillä halusimme, että jokainen pystyisi valitsemaan ruokailupaikkansa oman maun ja itselle sopivan hintatason mukaan.

2.2 Asiakaslähtöisyys työkaluna

Nykyisin perusolettamuksena on, että yrityksen tulee toimia asiakaslähtöisesti. Näin on myös matkailualalla. Tarjottavasta tuotteesta tulee olla asiakkaalle hyötyä tai antaa arvoa, jotka kuitenkin aina koetaan henkilökohtaisesti. Arvon tulee olla tasapainossa verrattuna asiakkaan panostukseen kokemuksen saamiseksi. Asiakaslähtöisen matkailutuotteen välttämättömiä edellytyksiä ovat yrityksen palvelukonsepti, palveluprosessi ja palvelujärjestelmä. Palvelukonsepti on idea tuotteesta, joka ottaa huomioon asiakkaan tarpeet ja odotukset. Palveluprosessien toimintaketjujen avulla tuotetaan ne edellytykset, joilla asiakkaan odottama arvo syntyy. On tärkeää tuntea ja kuvata etenkin ne toiminnot, joita asiakas käy läpi eri vaiheissa palvelua kuluttaessaan. Palvelujärjestelmä puolestaan koostuu ulkoisista ja sisäisistä resursseista, joita yritykseltä vaaditaan onnistuneen palvelukokemuksen syntymiseksi. Resursseja ovat muun muassa toimintaympäristö, välineistö ja henkilöstö. (Komppula & Boxberg 2002, 21–24.)

Jotta asiakkaiden tarpeet osataan tyydyttää, täytyy tuntea asiakkaan tarpeet, motiivit ja ostoskäyttäytyminen (Komppula & Boxberg 2002, 66). Monesti ihmisten tarpeista puhuttaessa viitataan Maslow'n tarvehierarkiaan, joka muodostuu hierarkkisen järjestyksen mukaisesti ihmisten fysiologisista, turvallisuuden, rakkauden ja yhteenkuuluvuuden, arvostuksen sekä itsensä toteuttamisen tarpeista (Verhelä 2000, 96). Opinmatkamme perustuu opiskelijoiden itsensä toteuttamisen tarpeeseen, eli opiskelijoilla on tarve kasvaa, kehittyä ja oppia. Tällöin yhtenä matkustusmotiivina on tiedon hankinta.

Yrityksen on asiakkaan lisäksi tunnettava oma asemansa markkinoilla suhteessa kilpailijoihin ja yhteistyötahoihin. Asiakaskeskeinen toiminta näkyy vuorovaikutuslaatu-

na ja palveluhaluna. Asiakaskeskeisyys edellyttää myös segmentointia eli markkinoiden jakamista samankaltaisiin asiakasryhmiin. (Komppula & Boxberg 2002, 66-67.) Segmentointi on järkevää, sillä yrityksen on hankalaa ja kallista markkinoida tuotteitaan kaikille mahdollisille asiakkaille. Valikoitujen segmenttien lähestyminen on halvempaa ja tehokkaampaa. Jaottelun perustana ovat asiakkaiden tarpeet, eli on tarkoitus löytää sellaisia ryhmiä, joilla on tarve samanlaisille tuotteille. Näin jokaiselle segmentille voidaan kehittää juuri sen kaipaamia tuotteita ja valita markkinointikanavat sen mukaan, miten kyseinen segmentti parhaiten tavoitetaan. (Mts. 74-75.) Opintomatkamme segmentiksi valitsimme matkailun sekä palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelman opiskelijat. Mielestämme Pietarin opintomatka edistää kyseisten opiskelijoiden ammatillista kehittymistä ja heidän Venäjä tuntemuksensa kasvaksi. Sen lisäksi, että opiskelijat saavat matkasta koulutukseensa lisäarvoa, voivat he hyödyntää kokemaansa myös työelämässä. Rajasimme aluksi kohderyhmää vielä opintojen aloitusvuoden perusteella, sillä syksyllä 2008 aloittaneilla opiskelijoilla on erilainen opetussuunnitelma, joka ei ole niin joustava poissaolojen suhteen. Lisäksi 2008 aloittaneilla on mahdollisuus suorittaa tulevaisuudessa alkava Venäjän kieli ja kulttuuri -opintopaketti, mikä ei ole aiemmin opintonsa aloittaneille välttämättä enää mahdollista ammattiin valmistumisen lähestyessä.

Mitä asiakas sitten odottaa matkailutuotteelta? Yleensä odotukset liittyvät muun muassa hyvään hinta-laatusuhteeseen, tuotteen turvallisuuteen ja omaleimaisuuteen sekä ostamisen helppouteen. Palvelun täytyisi myös vastata asiakkaan odotuksia tai mieluiten ylittää ne. Tuotteen saavuttaminen ei saa vaatia asiakkaalta liikaa aikaa tai ponnistuksia, vaan asioiden tulisi sujua vaivattomasti. (Mts. 90.) Segmenttinämme ovat opiskelijat, joille hinta on monessa asiassa ratkaiseva tekijä. Asiakkaamme varmasti odottivat hyvää hinta-laatusuhdetta, koska sijoittivat vähäisiä varojaan matkamme. Tuotteen saavuttaminen on mielestämme ollut opiskelijoille helppoa, sillä rakensimme valmiin tuotteen. Matkalle lähteneiden opiskelijoiden täytyi ainoastaan ilmoittautua mukaan ja maksaa matka. Tämä onnistui kaikilta vaikkapa kotoa Internetin välityksellä, joten aikaa ja vaivaa ei osallistujilta tässä suhteessa vaadittu. Toisaalta opiskelijoiden tuli oppilaitoksen tuen saamiseksi tehdä oppimistehtäviä ennen matkaa ja laatia opintomatkasta raportti matkan jälkeen. Tämä on heille ollut suurin ponnistus ja eniten opiskelijoiden aikaa vievä asia. Lisäksi järjestimme ennen matkaa

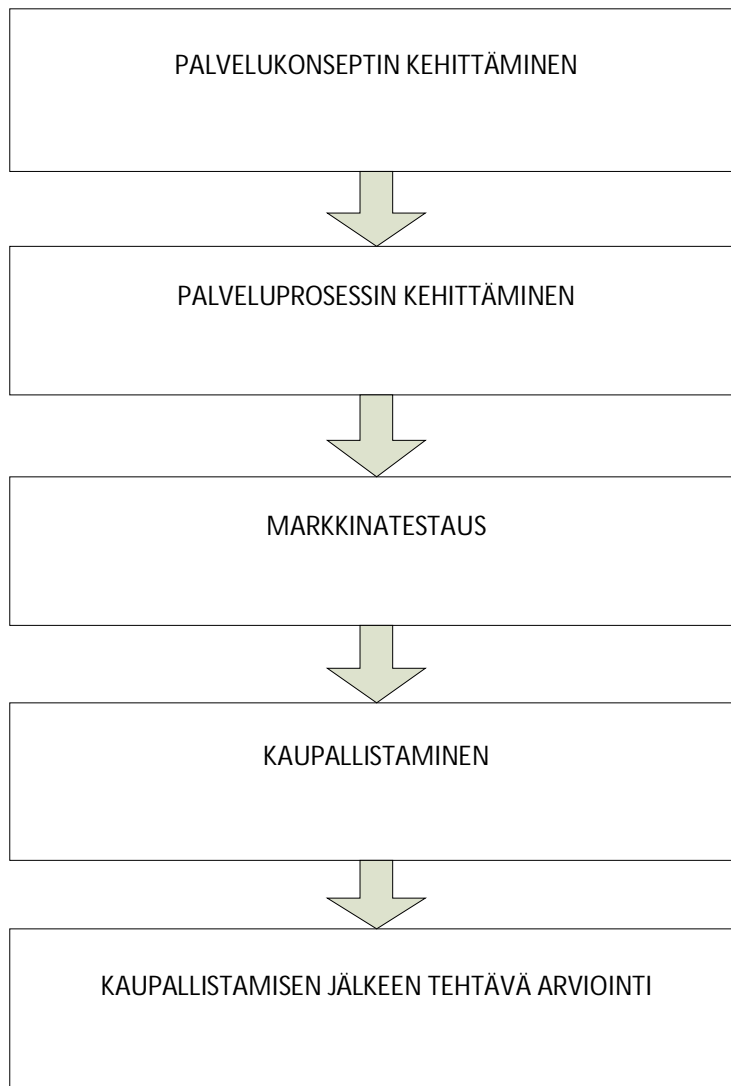
opiskelijoille kaksi tapaamista, jotka veivät myös heidän aikaansa. Ensimmäisessä tapaamisessa pohdimme yhdessä opiskelijoiden kanssa opintomatkan yritysvierailukohteita, sillä halusimme valita sellaiset kohteet, joita kohtaan opiskelijoilla oli mielenkiintoa. Toisessa tapaamisessa kävimme läpi matkaohjelman, jaoimme infomateriaalia ja täytimme maahantulokortit. Samalla opiskelijat tapasivat matkanjohtajamme ja oppaamme Lilia Fedorovan.

2.3 Matkailualan tuotekehitysprosessi

Tuotekehityksen tulisi perustua tutkittuun faktaan asiakkaiden tarpeista, eikä niinkään yrityksen tuntemuksiin. Kehitystyö on prosessi, joka koostuu suunnittelu- ja toteutusvaiheista. Tuotekehitysmallit on pääasiallisesti kehitelty tavaroiden kehittämistä varten. Palvelujen kehittäminen poikkeaa näistä prosessimalleista, ja toisaalta ajatellaan, että eri palvelut ovat keskenään niin erilaisia, ettei palvelutuotteen kehittämistä voida edes luoda yleispätevää mallia. Komppulan ja Boxbergin (2002) kirjassa esitetty matkailuyrityksen tuotekehitysprosessi perustuu osittain kirjallisuudessa esiintyneisiin tuotekehitysprosesseihin. Lisäksi mallissa on hyödynnetty kirjoittajien omakohtaisia kokemuksia tuotekehitystyöstä. (Mts. 97-98.)

PALVELUJÄRJESTELMÄN JATKUVA KEHITTÄMINEN

Henkilöstön jatkuva kehittäminen
 Investoinnit paikkaan, koneisiin ja laitteisiin
 Imagon kehittäminen, yhteistyöverkoston kehittäminen



KUVIO 1. Kompulan ja Boxbergin (2002) malli tuotekehitysprosessista

Ensimmäinen vaihe uuden matkailutuotteen kehittämisessä on tuotteen sisällön ideointi eli palvelukonseptin kehittäminen. Tämä tapahtuu asiakkaan odottaman arvon ja tarpeiden pohjalta. Tuote on aina kohdennettava tietylle segmentille. Lisäksi tulee miettiä asiakkaiden resursseja, kuten aikaa, rahaa ja fyysisiä ominaisuuksia. Yrityksen on pohdittava myös omia resurssejaan, joita ovat henkilökunnan tiedot ja taidot, välineet, laitteet ja paikka sekä yhteistyökumppanit ja heidän resurssinsa. Näiden vaiheiden jälkeen hahmotellaan erilaisia toimintoja, jotka tuottavat ydinideaan sen sisällön. Esimerkiksi jos ydinideana on huikea seikkailukokemus, voi tuotevaihtoehtoja

olla kymmenittäin. Tässä tapauksessa vaihtoehtoina voisi olla vaikkapa koskenlasku tai laskuvarjohyppy. Sisältö riippuisi asiakkaan resursseista, esimerkiksi siitä, kuinka paljon segmenttiin kuuluvilla asiakkailla on rahaa tai aikaa, ovatko asiakkaat nuoria vai iäkkäitä ja niin edelleen. (Komppula & Boxberg 2002, 99-102.) Ideoimme tuotetta ottaen huomioon asiakkaiden resurssit. Opiskelijoilla ei ole käytettävänä runsaasti rahaa, joten tuote ei saanut olla liian kallis. Mietimme myös matkan pituutta. Halusimme saada opintomatkasta irti kaiken mahdollisen hyödyn ilman liian pitkää poissaoloa opiskeluista. Lopulta päädyimme viiden päivän matkaan, joka sisälsi kuljetukset noin 10 tuntia suuntaansa. Vertailimme eri palveluntarjoajien matkapaketteja: kuinka paljon ne maksoivat ja kuinka kauan matkat kestivät. Keskivertopaketit olivat kolmen tai neljän päivän matkoja, jotka maksoivat noin 300 euroa. Oma tuotteemme oli viiden päivän matka ja hinnaksi muodostui 245 euroa ja lisäksi kustannuksia tuli ohjelmaan kuuluvista baletista, Eremitaasista ja Katariinan palatsista yhteensä 47,55 euroa. Tosin on otettava huomioon, että todellinen matkan hinta oli 492,55 euroa ilman oppilaitoksen tukea. Silti tuotteesta tuli mielestämme hyvin kilpailukykyinen.

Toisessa vaiheessa yrityksen tulee määritellä palveluprosessinsa ja kuvata prosessiin liittyvät palveluketjut. Palveluketjut muodostavat erilaisista toisiinsa linkittyvistä toimintoista, kuten kuljetuksesta, majoituksesta, ruokailusta ja ohjelmasta. Kaikkien toimintojen on osuttava luontevasti yhteen ja täyttävä asiakkaan odotukset laadusta. Asiakkaan odotukset tuotteen eri osista voivat tosin vaihdella riippuen hänen motiiveistaan ja matkan tarkoituksesta. Esimerkiksi, jos matkan tarkoituksena on hauskanpito, voi asiakas ajatella, ettei majoituksen tasolla ole niin väliä. (Mts. 103.)

Tärkeää on se, että asiakkaalle toiminta on helppoa. Valmismatkan kohdalla helppous tarkoittaa muun muassa näitä asioita:

- Asiakas voi muodostaa helposti kokonaiskuvan tuotteesta ja sen osista
- Liikkuminen aktiviteetistä ja paikasta toiseen on vaivatonta, ja siihen on varattu riittävästi aikaa
- Mahdollisiin muutoksiin säässä on varauduttava suunnittelemalla vaihtoehtoisia toimintoja
- Tuotteen riskit on kartoitettava ja riskien hallinta toteutettava (Mts. 103.)

Pietarin opintomatalla meillä oli käytettävissä pikkubussi, jolla liikuimme pidemmät matkat. Lyhyemmissä matkoissa metro oli kätevin kulkuväline. Siirtymisissä paikasta toiseen pyrimme ottamaan huomioon ruuhkaisen liikenteen, jonka vuoksi matkan teko voi olla hyvinkin aikaa vievää. Linja-autonkuljettajamme ja oppaamme avulla pystyimme suunnittelemaan aikataulun sekä parhaan mahdollisen reitin ja kulkuneuvon. Säähän emme pystyneet luonnollisestikaan vaikuttamaan, mutta ennen matkaa selvitimme Pietarin sääennusteen ja informoimme lähtijöitä, jotta he osasivat varautua säänmukaisin varustein matkalle. Opintomatkatuotteemme ohjelma on suunniteltu niin, ettei aikaa vietetä kovin paljon ulkona. Näin ollen ohjelmaa ei tarvitse muuttaa, vaikka sää vaihtelisi. Tuotteen riskeinä näemme ensisijaisesti sellaisia asioita, joihin emme itse voi paljonkaan vaikuttaa. Tällaisia ovat mahdolliset ryöstötilanteet, yritysvierailuiden peruuntuminen tai bussin rikkoontuminen. Omalla järkevällä käytöksellä jokainen voi kuitenkin vähentää esimerkiksi ryöstöriskiä. Yritysvierailun peruuntumisiin varauduimme ottamalla matkalle mukaan listan muista mahdollisista yritysvierailukohteista, joihin olisimme ottaneet yhteyttä, jos peruuntumisia olisi tullut.

Palveluprosessin kehittämiseen kuuluu myös tuotteen prototyypin testaaminen. Jokainen toiminta on testattava ennen kuin tuotetta aletaan tarjota asiakkaille. Testaamisen tarkoituksena on löytää mahdolliset ongelmat, turvallisuusriskit, aikatauluongelmat ja niin edelleen. Testaus voi tapahtua yrityksen oman henkilökunnan voimin, mutta tällöin on mahdollista, että asiakkaan kyvyistä tai kulttuuritaustasta johtuvia riskitekijöitä ei havaita. Testauksessa käytetäänkin työntekijöiden tuttavuuksia tai perheenjäseniä, jolloin päästään paremmin käsiksi asiakasnäkökulmaan. (Mts. 108.) Emme pystyneet testaamaan suunnittelemaamme opintomatkatuotetta käytännössä ennen Pietariin lähtöämme. Voisikin ajatella, että Pietarin opintomatkamme oli prototyypin testaamista, ja matkan kokemusten ja palautteen perusteella voimme rakentaa lopullisen, Jyväskylän ammattikorkeakoulun käyttöön soveltuvan opintomatkatuotteen.

Taloudellinen analyysi on tuotekehitysprosessin haastavimpia vaiheita. Kaikki kustannukset on otettava huomioon, myös tuotteen työstämiseen ja testaamiseen liittyvät kulut. Kannattavuuden arvioinnissa on huomioitava muun muassa ryhmän koko,

joka ei saa olla liian pieni, jotta toiminta on kannattavaa, muttei myöskään liian suuri, jotta tuotteen laadusta ja turvallisuudesta ei tarvitse tinkiä. On mietittävä, onko kohderyhmä, jolle tuote suunnitellaan, riittävän suuri ja ostovoimainen. Olennaista on myös se, kuinka mukautettavissa tuote on toiselle kohderyhmälle kohtuullisin kustannuksin. Taloudellisten laskelmien jälkeen voidaan laatia asiakkaalle näkyvä tuotteen kuvaus, joka yleensä tarkoittaa tuote-esitettä tai kirjallista tarjousta. Tuotekuvauksessa kerrotaan tuotteen toiminnoista ja pyritään luomaan mielikuvia tuotteen tuomista kokemuksista ja elämyksistä. (Mts. 110-112.)

Pietarin opintomatkan tarkoituksena ei ollut tuottaa voittoa sen järjestäjille. Tämän vuoksi emme laatineet kyseiselle matkalle taloudellista analyysiä. Jouduimme kuitenkin huomioimaan kaikessa sen, että matkan kustannukset eivät saisi nousta korkeiksi, koska asiakkainamme ovat opiskelijat, joilla ei ole ylimääräistä rahaa. Loimme opintomatkatuotteen, jota Jyväskylän ammattikorkeakoulu voisi käyttää tulevaisuudessa. Uskomme, että suunnittelemamme tuote on mukautettavissa erilaisille opiskelijakohderyhmille. Esimerkiksi kokiksi opiskelevien opintomatkan ohjelmaan voisi sisällyttää vierailuja paikallisissa ravintoloissa ja ammattikouluissa, jossa venäläiset opiskelijat opettaisivat suomalaisia valmistamaan venäläistä ruokaa. Myös opiskelijat kohderyhmänä on suuri, tosin ostovoima ei ole paras mahdollinen. Suunnittelemamme tuote sopisi myös matkatoimiston myyntiin, mutta ehkä nimenomaan heikon ostovoiman takia matkatoimistot eivät juuri tarjoa ohjelmaltaan monipuolisia ja opettavaisia opintomatkatuotteita opiskelijoille. Jyväskylän ammattikorkeakoulun käyttöön opintomatkatuotteemme toisaalta sopii erittäin hyvin.

2.4 Kulttuurimatkailu

Opintomatkamme tarkoituksena on tutustua venäläiseen kulttuuriin, tapoihin ja yrityselämään. Tämä tarkoittaa, että opintomatkamme on luokiteltavissa kulttuurimatkailuun. Matkailun edistämiskeskuksen sivuilla määritellään, että "kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisin perustein." Tarkoituksena on tuottaa elämyksiä ja mahdollistaa kulttuurisiin voima-

varoihin tutustuminen ja osallistuminen, sekä niistä oppiminen. Tällä tavoin asiakkaiden identiteetti rakentuu, ja oman sekä vieraan kulttuurin ymmärtämys ja arvostus lisääntyy. Resursseja kulttuurimatkailussa ovat ihmisen aikaansaamat ja muokkaamat asiat, kuten historia, rakennettu ympäristö, museot, esittävä ja visuaalinen taide, kieli, maut, perinteet, tavat, arvot, elämäntyyli, uskonto, luonteenpiirteet sekä tieteen ja taiteen saavutukset. (Kulttuurimatkailun määritelmä 2008.) Matkallamme kulttuurimatkailun elementtejä yritys-elämään tutustumisen lisäksi olivat muun muassa Eremitaasissa ja Katariinan palatsissa vierailut. Kaupunkikierroksen aikana näimme paljon rakennettua ympäristöä. Kohteissa opimme venäläisestä taiteesta ja elämäntyylistä. Korkeakulttuuriin tutustuimme käymällä balettiesityksessä.

Kulttuuri matkustusmotiivina on kasvamassa. Käsitteenä kulttuurimatkailu tarkoittaa lähinnä sitä, mitkä asiat houkuttelevat matkailijoita maahan tai kaupunkiin. Kulttuurimatkailu liittyy useiden matkailun eri osa-alueiden kanssa. Laajana käsitteenä kulttuurimatkailuun kuuluu kaikki, mikä on ihmisen luomaa. Tällöin kaikki matkailu, jonka syynä tai sisältönä on jotain ihmisen aikaansaamaa, on kulttuurimatkailua. (Verhelä & Lackman 2003, 161.)

Kun tarjotaan asiakkaalle vieraan maan kulttuuria, on huomioitava, kuinka paljon asiakas on kykenevä ja halukas vastaanottamaan tietoa vieraasta kulttuurista. Kulttuuriin perustuvassa matkailussa on usein vaarana kulttuurin ylitarjonta. Kun matkailija poistuu omasta ympäristöstään, on hänen sopeuduttava uuteen ympäristöön. (Mts. 166.) Tämän vuoksi kerroimme opiskelijoille ennen matkaa matkan tarkoituksen ja tavoitteet sekä matkaohjelman, jotta he osasivat varautua runsaaseen kulttuuritarjontaan ja siitä oppimiseen. Kevensimme ohjelmaa päivittäin esimerkiksi vapaalla ostosajalla.

Maan tai kansan kulttuurin mielenkiintoiseksi kokevat hakevat mahdollisimman aitoa kulttuuritarjontaa. Autenttisuus paikallisten elinolojen tai tapojen esittelyssä edellyttää luovuutta. Ongelmana näissä tuotteissa on se, että tuotteet pysyvät aitoina, eivätkä ota vaikutteita esimerkiksi matkailijoilta. Matkailuvirtojen kasvaessa kulttuurielementit voivat vahingoittua tai tuhoutua kokonaan, jollei matkailusta tulevia vaikutuksia pystytä poistamaan. Kuitenkin, jotta asiakkaat pääsisivät kokemaan paikall-

lista aitoa kulttuuria, on heidän päästävä olemaan osana paikallisuutta. (Mts. 166–167.) Pyrimme opintomatkallemme tarjoamaan opiskelijoille mahdollisimman aitoja kokemuksia. Toisaalta viiden päivän matkan aikana kokemukset jäävät väkisinkin pintaraapaisuiksi, sillä kulttuurin syvempi ymmärtäminen vaatii aikaa. Ehkä tärkeintä suunnittelemassamme opintomatkatuotteessa on se, että matkalle osallistuminen saattaa hälventää mahdollisia ennakkoluuloja sekä herättää halun ja kiinnostuksen oppia lisää Venäjästä, sen kielestä, kulttuurista ja ihmisistä.

Museot ovat perinteisiä ja historiaan liitoksissa olevia matkailukohteita, joissa esitellään paikalliseen historiaan liittyviä esineitä. Unescon maailmanperintökohteetkin ovat osa historiaa. (Mts. 168–169.) Pietarin historiallinen keskusta kuuluu myös Unescon maailmanperintökohteisiin. Kaupungin arkkitehtuurinen perintö yhdistää barokkia ja puhtaita neoklassisia tyylejä, joita voi nähdä Amiraliteetissa, Talvipalatsissa, Marmoripalatsissa ja Eremitaasissa. (Historic centre of Saint Petersburg and related groups of monuments 2009.)

Ruokailu liittyy myös alueen tai paikan historiaan. Ruokien valmistus, raaka-aineet ja valmistustavat kuuluvat ruokaperinteeseen. Perinneruuat ovat yleensä jonkin henkilöryhmän sukupolvelta toiselle siirtyneet ruuanvalmistustavat. (Verhelä & Lackman 2003, 170–171.) Matkan aikana oli tarkoitus tutustua myös venäläiseen keittiöön. Koska joka päivä on syötävä, on ruokakulttuuriin tutustuminen väistämätöntä. Suomi-Venäjä -seuran projektisihteeri Tuija Mäkinen (2008) suositteli ryhmäämme ruokailemaan Pietarin kansainvälisissä ravintoloissa, jotka ovat osa nykyaikaista kulttuuria ja elämäntapaa. Ruokailimme muun muassa italialaisessa ja amerikkalaisessa ravintolassa. Opintomatkamme viimeisenä iltana söimme kaikki yhdessä illallisen Nevski prospektilla sijaitsevassa gruusialaisessa ravintolassa, Sakartvelossa. Fedorovalta kuulimme, että gruusialainen ruoka on vaikuttanut vahvasti etelä-venäläiseen ruokakulttuuriin.

3 OPINTOMATKAN IDEA

Palvelukonseptin avulla suunnitellaan, mitä asiakkaiden tarpeita matkailutuote tyydyttää ja mitä hyötyä tuotteen kuluttamisesta asiakkaalle on (Borg ym. 2002, 130). Konsepti on tuotteen idea, joka perustuu asiakkaiden tarpeisiin, jotka puolestaan perustuvat erilaisiin matkustusmotiveihin (Komppula, Boxberg 2002, 21-22.) Koemme, että opiskelijoilla on halu oppia uutta ja kehittää ammatillista osaamistaan. Nämä ovat heidän motiivejaan lähteä opintomatkalle. Opintomatkan ideana on oppiminen. Eri oppimismuodoista parhaiten opintomatkalle mielestämme soveltuu kokemuksellinen oppiminen sekä elämyspedagogiikka. Opintomatkatuotteen tulee myös pohjautua matkalle lähtevien opiskelijoiden opetussuunnitelmiin. Opiskelijoiden tarpeita opintomatkatuotteen kuluttajina selvitimme Digium-kyselyn avulla.

3.1 Opintomatka osana restonomikoulutusta

Tutustuimme Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailun sekä palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmien opetussuunnitelmiin vuosilta 2005–2008. Halusimme, että suunnittelemamme opintomatka liittyy olennaisesti restonomien koulutukseen, oppimistavoitteisiin sekä työelämän osaamisvaatimuksiin. Oppimistavoitteita ja osaamisvaatimuksia on opetussuunnitelmissa laajasti, joten tähän työhön olemme nostaneet esiin ne tavoitteet ja vaatimukset, jotka meidän näkemyksemme mukaan huomioidaan Pietariin suuntautuvassa opintomatkassamme. Liitteessä 1 käy tarkemmin ilmi, miten esille nostamamme tavoitteet näkyvät opintomatkatuotteessa.

Matkailun koulutusohjelma (MTA)

Vuoden 2005 osaamistavoitteet on kuvattu lyhyesti ja ytimekkäästi. Valmistunut matkailualan restonomi osaa johtaa matkailuyrityksiä, jotka tuottavat eri kulttuureista tuleville matkailijoille laadukkaita, elämyksellisiä ja hyvinvointia tuottavia palveluita. Hän pystyy toimimaan niin paikallisissa, kansallisissa kuin kansainvälisissäkin ver-

kostoissa. (Matkailun koulutusohjelma > Koulutukselliset ja ammatilliset osaamista-voitteet 2005.)

Vuonna 2006 aloittaneiden matkailun koulutusohjelman opiskelijoiden osaamista-voitteisiin luetaan, että valmistunut matkailualan restonomi osaa kehittää ja johtaa asiakaslähtöisiä elämyspalveluja. Lisäksi valmistunut matkailualan restonomi osaa viestiä ja toimia monikulttuurisissa ja kansainvälisissä toimintaympäristöissä. Hän myös kykenee johtamaan kansainvälistä henkilöstöä. Restonomi pystyy rakentamaan itselleen myös tavoitteellisia verkostoja. (Partanen 2009.) Vuonna 2007 aloittaneiden matkailun koulutusohjelman opiskelijoiden osaamistavoitteita on hieman edellisistä laajennettu. Edellä mainittujen osaamistavoitteiden lisäksi vuoden 2007 tavoitteissa mainitaan, että valmistunut matkailualan restonomi ymmärtää erilaisten kulttuurien merkityksen palvelukulttuurille. (Kompetenssien selitteet N.d.a)

Nostamme esille myös syksyllä 2008 aloittaneiden restonomiopiskelijoiden opetus-suunnitelman, vaikka Pietarin opintomatkamme olikin alun perin suunnattu 2005–2007 opintonsa aloittaneille opiskelijoille. Mukaan lähti lopulta kaksi syksyllä 2008 matkailuopintonsa aloittanutta opiskelijaa. Uusimmassa opetussuunnitelmassa esitellään päivitettyjä osaamisvaatimuksia alojemme restonomeille. Matkailun koulutusohjelman opetussuunnitelmassa on huomioitu esimerkiksi Keski-Suomen matkailustrategia, jossa mainittujen tavoitteiden saavuttaminen edellyttää ”innovatiivisten elämystuotteiden kehittämistä, tehokasta kansainvälistä markkinointia ja kaupankäyntiä”. Lisäksi painotetaan asiakaslähtöisyyttä sekä asiakkaan ymmärtämistä matkailijana ja vapaa-ajan toimijana. Osaamistavoitteissa kerrotaan, että valmistuvan restonomin on tarkoitus omata viestintä- ja vuorovaikutustaitoja matkailualan monikulttuurisessa ja kansainvälisessä ympäristössä. Matkailualan restonomi osaa johtaa myös monikulttuurista henkilöstöä ja käyttää tätä monikulttuurisuutta hyödyksi matkailuyritysten kansainvälisessä kehittämisessä. Yrittäjyyden sekä asiakas- ja kuluttajaosaamisen lisäksi painotetaan kulttuurien tuntemusta. Restonomien työelämävalmiuksiin liittyy kansainvälisyysosaaminen, jossa korostuu esimerkiksi kulttuurierojen ymmärtäminen ja yhteistyökykyisyys kulttuuritaustoiltaan erilaisten ihmisten kanssa. (Matkailun koulutusohjelma 2008, 7-9, 11.)

Opetussuunnitelmassa mainitaan, että lähtökohdat oppimiselle ovat aidoissa työelämään liittyvissä ongelmissa. Oppimisen nähdään olevan ”yhteisöllistä innostamista, innostumista ja ponnistelua” alan olennaisten ja ajankohtaisten kysymysten käsittelemiseksi. Oppilaiden halutaan myös kehittää omaa osaamistaan ja asiantuntijuuttaan aktiivisesti, sekä ottavan vastuuta sekä omasta että muiden oppimisesta. (Matkailun koulutusohjelma 2008, 13-14.)

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma (MPA)

Vuonna 2005 opintonsa aloittaneiden MPA-puolen restonomien on valmistuttuaan osaavat tuottaa, johtaa ja kehittää asiakaslähtöisiä kuluttaja-, ruoka-, ravintola- ja toimitilapalveluja. Lisäksi he pystyvät toimimaan yhteistyöverkostoissa. (Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma > Koulutukselliset ja ammatilliset osaamistavoitteet 2005.) Vuoden 2006 opintosuunnitelmaa Internetissä ei enää ollut, joten siihen emme tarkemmin voineet tutustua.

MPA:n koulutusohjelman osaamistavoitteissa vuonna 2007 aloittaneille on hyvin samankaltaisia tavoitteita kuin matkailun restonomeillekin. MPA-puolen restonomit osaavat niin ikään valmistuttuaan suunnitella ja tuottaa erilaisia palveluja toimintaympäristön vaatimusten mukaisesti. He käsittävät kansainvälisyyden ja erilaisten kulttuurien merkityksen omalla alallaan ja palvelukulttuurissa. (Kompetenssien selitteet N.d.b)

Matkailun opetussuunnitelman tapaan myös palvelun tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelman opetussuunnitelmaa on laajennettu vuonna 2008. Sen mukaan valmistunut MPA-puolen restonomi osaa kehittää asiakaslähtöisiä ja innovatiivisia palveluja, palvelujärjestelmiä ja palveluketjuja. Hän kykenee rakentamaan tavoitteellisia yhteistyöverkostoja ja omaa viestintä- ja vuorovaikutustaitoja, joita tarvitaan palveluyritysten monikulttuurisissa toimintaympäristöissä. Restonomi osaa johtaa myös monikulttuurista henkilöstöä ja käyttää monikulttuurisuutta kehittämisen voimavarana. Hän ymmärtää kulttuurieroja ja kykenee yhteistyöhön kulttuuriltaan erilaisten henkilöiden kanssa. Restonomi ymmärtää kansainvälisyyskehityksen vaikutuksia ja mahdollisuuksia omalla ammattialallaan. (Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma 2008.)

Matkailun sekä palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmien oppimistavoitteiden mukaan valmistunut restonomi ymmärtää vieraita kulttuureja ja pystyy toimimaan eri kulttuuritaustaisten ihmisten kanssa työssään. Opintomatkamme Pietariin tutustuimme yhteen suomalaisille vieraaseenkin kulttuuriin. Työelämässä tulee varmasti vastaan venäläisen kulttuuritaustan omaavia asiakkaita ja työtovereita, joita täytyy osata palvella ja joiden kanssa on kyettävä tekemään yhteistyötä. Erilaiseen kulttuuriin tutustuminen voi edesauttaa myös muihin kulttuureihin suhtautumista, kun ymmärtää ja oppii arvostamaan ihmisten erilaisuutta. Oppimistavoitteissa mainitaan myös se, että valmistuneiden restonomien on kyettävä rakentamaan palveluita ja tuotteita asiakaslähtöisesti. Tällöin asiakkaat ja heidän kulttuuritaustansa on tunnettava, jotta heille osaa tarjota heidän toiveittensa ja vaatimustensa mukaisia palveluja. Venäläisten matkailu Suomeen tulee kasvamaan entisestään, joten kyseiselle kohderyhmälle on tarjottava heille sopivia palveluja ja tuotteita. Opintomatkamme edistää tulevien ammattilaisten asiakaspalvelutaitoja ja venäjätietämystä, jolloin mainitut asiat pystytään toteuttamaan paremmin. Opiskelijat voivat luoda matkan aikana heille hyödyllisiä verkostoja, joita he voivat hyödyntää tulevaisuudessa esimerkiksi etsiessään harjoittelu- tai työpaikkaa.

3.2 Asiakslähtöisyys opintomatkatuotteen kehittämisessä

Halusimme suunnitella ja toteuttaa opintomatkatuotteen, joka olisi mahdollisimman asiakaslähtöinen. Tämän vuoksi laadimme Digium-ohjelmalla (Internet-pohjainen palautteenhallinta- ja tiedonkeruuohjelmisto) kyselyn matkailun ja palvelujen tuottamisen koulutusohjelmien opiskelijoille, jotka ovat aloittaneet opintonsa vuonna 2005, 2006 ja 2007. Otoskooksi tuli näin 113. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, oliko Pietariin suuntautuvaa opintomatkaa kohtaan kiinnostusta, paljonko oppilaat olisivat matkasta valmiita maksamaan ja mitä he opintomatalla haluaisivat tehdä ja kokea. Lisäksi tiedusteltiin sitä, oliko opiskelijoilla kokemuksia venäläisistä asiakkaista ja jos oli, niin millaisia. Kyselyn vierailu- ja tutustumiskohteita koskevissa kysymyksissä käytimme arviointiasteikkoa 1-4, jossa yksi tarkoitti, että kohde ei kiinnosta lainkaan ja neljä tarkoitti, että kohde kiinnosti paljon. Kysely julkaistiin juuri ennen joulua

19.12.2008. Vastausaika annettiin vuoden loppuun mennessä, mutta koska vastauksia ei saatu määräaikaan mennessä riittävästi, lähetimme vielä muistutusviestin vastaamattomille henkilöille. Lopulta kyselyyn vastasi 44 oppilasta eli vastausprosentti oli 39 %.

Uskomme, että vastausprosenttiin vaikutti usea tekijä. Ajankohta kyselylle ei ehkä ollut otollisin mahdollinen, sillä se ajoittui opiskelijoiden joululomalle. Luultavaa on, että monet eivät jaksaneet lomalla tehdä opiskeluihin liittyviä asioita tai avata sähköpostia. Kyseiseen aikaan opiskelijoiden sähköposteihin saapui myös paljon roskapostia. Kuulimme, että monet olivat poistaneet kyselymme ensin roskapostina. Lähettäjänä oli hieman epämääräisen näköinen "maradigi@jamk.fi", joten opiskelijat eivät ole suoraan ymmärtäneet, että kyseessä on harmiton viesti. Jotkut kertoivat myös, etteivät olleet saaneet kyselyä tai muistutusviestejä lainkaan sähköpostiinsa. Hekin ovat voineet tietämättään poistaa kyselyn roskapostina tai sitten tekniikka petti joidenkin henkilöiden kohdalla. Luultavaa on lisäksi se, että henkilöt, joilla ei ollut mielenkiintoa opintomatkaa tai Pietaria kohtaan, eivät vastanneet kyselyyn, vaikka olisivat sen vastaanottaneetkin.

Vastauksissa kävi ilmi, että 61 % opiskelijoista oli jonkinlaisia kokemuksia venäläisistä asiakkaista. Monesti kokemus oli saatu ravintola-, ohjelmapalvelu- tai hotellityössä. Suurin osa koki venäläiset asiakkaat mukaviksi ja ystävällisiksi ihmisiksi. Avoimissa vastauksissa kuitenkin toistui vastaajien näkemys siitä, että venäläisten kanssa on hankala kommunikoida kielimuurin takia. Vastaajista 25 % oli käynyt Venäjällä. Suurin osa Venäjällä vierailleista oli käynyt Pietarissa. Muita kohteita olivat Moskova, Viipuri, Skuoritsa ja Kronstadt. Suurin osa matkailun ja palvelujen tuottamisen opiskelijoista ei siis ole käynyt ennen Venäjällä tai Pietarissa.

Vastaajista yhteensä 10 ilmaisi kiinnostuksensa lähteä opintomatalle Pietariin. Syitä kiinnostukseen olivat Venäjän erilainen kulttuuri, vastaajan venäjän kielen opinnot ja ennen kokematon kohde. Yksi vastaaja oli kiinnostunut matkasta Suomeen tulevien turistien vuoksi. Neljä henkilöä ei vielä tiennyt kantaansa, eli heillä oli sekä kiinnostusta matkaa kohtaan, että esteitä lähdölle. 29 opiskelijalla ei ollut kiinnostusta lähteä Pietariin. Yleisempiä syitä tälle oli rahan ja ajan puute sekä perheeseen liittyvät

asiat. Monella oli maaliskuuhun vaihteessa myös harjoittelu, joka esti matkalle lähdön. Muutama vastaaja ei myöskään ollut kiinnostunut Venäjästä matkakohteena.

Neljännessä kysymyksessä tiedusteltiin, mitä opiskelijat haluaisivat matkan aikana kokea. Valmiita vastausvaihtoehtoja olivat baletti, ooppera, Pietarin filharmonia, teatteri, jazz-klubi, yökerho, sirkus ja venäläinen ruoka. Eniten vastaajia kiinnostivat venäläinen ruoka, yökerho ja sirkus, joista jokainen sai keskiarvokseen yli kolme (katso kuvio 2). Vähiten opiskelijoita kiinnosti Pietarin filharmonia ja ooppera. Avoimia vastauksia tuli kuusi, ja näissä ilmeni vastaajien halukkuus kokea taidetta, hienoja rakennuksia sekä muita nähtävyyksiä. Yksi henkilö oli kiinnostunut myös kalastuksesta.

	1 Ei kiinnosta lainkaan (Arvo: 1)	2 Ei juuri kiinnosta (Arvo: 2)	3 Kiinnostaa hieman (Arvo: 3)	4 Kiinnostaa paljon (Arvo: 4)	Yhteensä
Baletti (ka: 2,71)					100 %
Ooppera (ka: 2,14)					100 %
Pietarin filharmonia (klassista musiikkia) (ka: 2,12)					100 %
Teatteri (ka: 2,67)					100 %
Jazz-klubi (ka: 2,56)					100 %
Yökerho (ka: 3,40)					100 %
Sirkus (ka: 3,33)					100 %
Venäläinen ruoka (ka: 3,69)					100 %
(ka: 3,11)					100 %
Yhteensä	13 %	25 %	28 %	34 %	

KUVIO 2. Kyselyyn vastaajien kiinnostus eri aktiviteettejä kohtaan.







Viides kysymys koski opiskelijoiden halua vieraillla erilaisissa nähtävyyksissä. Valmiina vaihtoehtoina oli kahdeksan kohtaa. Yhdeksäs kohta oli varattu avoimille vastauksille. Valmiit vaihtoehdot olivat Eremitaasi, Venäläisen taiteen museo, Eläintieteellinen

museo, Merimuseo, Pietarin etnografinen museo, Pietarhovi, Katariinan palatsi, kauppahalli ja lisäksi kirkko. Vastaajissa eniten mielenkiintoa herätti Katariinan palatsi (katso kuvio 3). Toisella sijalla oli kauppahalli ja kolmannella sijalla Pietarhovi. Avoimena vastauksena oli ehdotettu vierailukohteeksi Neuvostoliiton aikaista mu-seota. Muuten vastaukset olivat jakautuneet aika tasaisesti kolmosen molemmille puolille eli melkein kaikki kohteista kiinnosti hieman.

	1 Ei kiinnos- ta lainkaan (Arvo: 1)	2 Ei juuri kiinnosta (Arvo: 2)	3 Kiinnostaa hieman (Ar- vo: 3)	4 Kiinnostaa paljon (Arvo: 4)	Yhteensä
Eremitaasi (ka: 2,72)					100 %
Venäläisen taiteen museo (ka: 2,84)					100 %
Eläintieteellinen museo (ka: 2,93)					100 %
Merimuseo (ka: 2,77)					100 %
Pietarin etnografi- nen museo (ka: 2,49)					100 %
Pietarhovi (ka: 3,07)					100 %
Katariinan palatsi (ka: 3,29)					100 %
Kauppahalli (ka: 3,09)					100 %
Liisakin kirkko (ka: 2,98)					100 %
(ka: 1,50)					100 %
Yhteensä	11 %	21 %	35 %	33 %	

KUVIO 3. Kyselyyn vastaajien kiinnostus eri nähtävyyksiä kohtaan

Kuudes kysymys koski vastaajien kiinnostusta yritysvierailuihin. Valmiita vaihtoehtoja oli viisi ja kuudes vaihtoehto oli avoin omille ehdotuksille. Mielenkiintoisimpana vierailukohteena vastaajat pitivät outbound-matkatoimistoa (katso kuvio 4). Sokos hotellit olivat toisella sijalla ja kolmantena Stockmann Nevsky Boutique.

	1 Ei kiinnos- ta lainkaan (Arvo: 1)	2 Ei juuri kiinnosta (Arvo: 2)	3 Kiinnostaa hieman (Ar- vo: 3)	4 Kiinnostaa paljon (Ar- vo: 4)	Yhteensä
Holiday Club St.Petersburg (ka: 2,95)					100 %
Stockmann Nevsky Boutique (ka: 3,05)					100 %
Jykesin Pietarin toimis- to (ka: 2,72)					100 %
Sokos Hotel Olympic Garden tai Sokos Hotel Vasilievsky (ka: 3,07)					100 %
Outbound- matkatoimisto, joka vie venäläisiä suomeen (ka: 3,09)					100 %
(ka: 1,33)					100 %
Yhteensä	13 %	17 %	33 %	38 %	

KUVIO 4. Kyselyyn vastaajien kiinnostus eri vierailukohteita kohtaan.

Seitsemäs kysymys oli avoin kysymys. Siinä pyydettiin vastaajia kertomaan omia ehdotuksiaan matkan sisältöön. Kysymykseen oli vastannut 48 % kaikista vastaajista. Useat vastaajat toivoivat matkalta monipuolisuutta, mutta kuitenkin he samalla toivoivat, ettei matkaohjelma olisi täyteen ahdettu toimintaa, jotta omaakin aikaa jäisi kiertelyyn ja ostoksien tekemiseen. Vastaajat haluaisivat käydä yritysvierailulla ja parissa merkittävimmissä nähtävyydessä, pitää hauskaa ja saada kontaktia aitoon venäläiseen kulttuuriin.

Kahdeksas kysymys oli myös avoin kysymys. Kysymyksellä selvitettiin, kuinka paljon matkasta oltaisiin valmiita maksamaan. Kaikista kyselyyn vastanneista 80 % oli vastannut tähän kysymykseen. Pienin ehdotettu summa oli 75 euroa ja suurin 700 euroa. Ehdotusten keskiarvoksi tuli 302,14 euroa.

Harva opiskelija oli käynyt Venäjällä, mutta useaa vierailu kiinnosti. Suuri osa vastaajista ei kuitenkaan ollut opiskeluissaan tai elämäntilanteessaan sellaisessa vaiheessa, että olisi pystynyt matkalle lähtemään. Laskimme, että saisimme kuitenkin tarvitta-

van määrän opiskelijoita matkalle mukaan, sillä vaikka vastausprosentti oli alhainen, oli 10 henkilöä halukkaita lähtemään mukaan. Miettiessämme matkaohjelmaa, otimme huomioon Digium-kyselyn vastaukset. Kaikkein eniten mielenkiintoa herättäneet kohteet, yritykset ja aktiviteetit olemme sisällyttäneet matkaohjelmaan. Näitä ovat venäläinen ruoka, yökerho, Katariinan palatsi, kauppahalli, outbound-matkatoimisto ja Sokos Hotelli. Lisäksi nostimme matkaohjelmaan Eremitaasin ja baletin, koska asiantuntijat suosittelivat niitä ja ne ovat arvostetuimpia käyntikohteita Pietarissa. Matkaohjelmaan jätettiin myös vapaa-aikaa, jotta opiskelijoilla olisi halutessaan mahdollisuus tutustua omatoimisesti niihin kohteisiin, joita matkaohjelmaan ei sisällytetty.

Jotta matkaohjelma olisi ollut vielä enemmän asiakaslähtöinen, olisi meidän ollut hyvä ennen matkalle lähtöä kysellä matkalle ilmoittautuneilta tarkemmin heidän mielenkiinnon kohteistaan. Käytimme suureksi osaksi tuotekehityksessä Digium-kyselystä saamiamme tuloksia. Kysyimme matkalle lähtijöiltä ainoastaan yritysvierailukohteista, jotka toki olivat tärkeä osa matkaa. Olisimme silti voineet kysellä myös esimerkiksi Eremitaasin opastuksen tarpeellisuudesta ja muista vierailukohteista. Monet matkalle osallistuneista olisivat toivoneet ohjelmaan vierailua paikallisessa kirkossa, jota emme olleet sisällyttäneet matkaohjelmaan. Huomioimme tämän loppulista tuotetta suunnitellessamme. Opintomatkan jälkeen saamassamme palautteessa yksi opiskelija toivoi, että matkalle lähtijät olisivat päässeet vaikuttamaan enemmän matkan sisältöön. Suurimmaksi osaksi opiskelijat olivat kuitenkin palautteen mukaan tyytyväisiä valitsemiimme kohteisiin ja saivat niistä paljon elämyksiä ja kokemuksia.

3.3 Opintomatkaan liittyvät matkustusmotiivit

Syitä ihmisten matkustamiseen on monia. Yleisesti puhutaan ensisijaisista ja toissijaisista motiiveista. Ensisijaisiin motiiveihin kuuluvat Verhelän ja Lackmanin (2003, 25-26) mukaan:

- Työhön liittyvät syyt, kuten kokous- ja kongressimatkat

- Fyysiset syyt, kuten terveydestä ja kunnosta huolehtiminen
- Kulttuuriset ja psykologiset, sekä itsensä kehittämiseen tai uuden oppimiseen liittyvät syyt
- Sosiaaliset syyt, kuten sukujuhlat tai kotiseudulla vierailu
- Viihteeseen ja nautintoon liittyvät syyt, kuten huvipuistot tai yleisötahtumat
- Uskonnolliset syyt

Pietarin opintomatka kuuluu ihmisten kulttuuriin, psykologisiin, itsensä kehittämisen ja uuden oppimiseen liittyviin syihin. Matkasta kiinnostuneet opiskelijat luultavasti haluavat tutustua uuteen kulttuuriin ja oppia uusia asioita. He haluavat kehittää itseään myös ammatillisesti. Osaltaan matkasta kiinnostuneilla oli motiiveinaan viihteeseen ja nautintoon liittyvät syyt, kuten esimerkiksi baletissa käyminen. Myös työhön liittyvät syyt ovat saattaneet joillakin matkalle lähtijöillä olla motiivina, koska matkalle osallistumalla ja tekemällä siihen liittyvät tehtävät opiskelijat saivat opintopisteitä.

Toissijaiset matkustusmotiivit jakautuvat sisäisiin ja ulkoisiin syihin. Sisäisiä syitä, joihin matkailupalvelun tuottaja ei voi vaikuttaa ovat matkailijan henkilökohtaiset olosuhteet, asenteet ja käsitykset. Henkilökohtaiseen tilanteeseen vaikuttavat vapaaajan määrä, käytettävissä oleva varallisuus, terveydentila sekä perheeseen ja työhön liittyvät tilanteet. (Verhelä & Lackman 2003, 27.) Kuten Digium-kyselystämme kävi ilmi, monelle Pietarin opintomatkan ajankohta oli huono. Juuri perheeseen ja työhön liittyvät asiat estivät useita lähtemästä mukaan, vaikka joillakin kiinnostusta olisi saattanut olla. Esimerkiksi pienen vauvan äiti ei voi irrottautua viiden päivän ulkomaanmatkalle ja tähän me emme matkanjärjestäjinä voi omalla toiminnallamme vaikuttaa.

Matkailijan asenteisiin ja käsityksiin liittyy muun muassa henkilön käsitykset kohteesta, maasta ja maan kulttuurista, poliittiset mielipiteet sekä matkustusmuotoon liittyvät asenteet kuten lentopelko. (Mts. 27.) Digium-kyselyssämme tuli esiin myös se, että joillakin vastaajilla oli negatiivisia asenteita Venäjää kohtaan. Joillekin Pietari ja

Venäjä olivat kohteena epämieluisia, eivätkä he sen vuoksi halunneet osallistua opintomatkalta.

Matkailupalvelujen tuottaja voi sen sijaan vaikuttaa matkailijan tietämykseen, joka on myös yksi sisäisistä syistä. Palvelujen tuottaja voi jakaa tietoa matkakohteesta, tuotteesta ja hinnasta matkailijalle ja vaikuttaa näin henkilön kiinnostukseen ja motiiveihin. (Mts. 27.) Matkustuspäätöksiin vaikuttavat ulkoiset syyt liittyvät yhteiskunnan ja maailman tapahtumiin, kuten sotiin tai terrorismiin. Päätökseen vaikuttaa myös median ja matkailijan lähipiirin mielipiteet. (Mts. 28.) Vaikutimme asiakkaiden sisäisiin syihin lähteä matkalle markkinoimalla opintomatkatuotettamme. Jaoimme heille tietoa tuotteesta ja sen hinnasta. Pyrimme tällä tavoin herättämään potentiaalisten asiakkaiden mielenkiinnon ja onnistuimmekin siinä suhteellisen hyvin.

3.4 Oppimista opintomatalla

Suunnittelimme ja tuotteistimme opintomatkan. Nimensä mukaisesti opintomatkan tarkoituksena on oppiminen. Halusimme tarjota opiskelutovereillemme ja itsellemme tilaisuuden kokea venäläistä kulttuuria ja tätä kautta mahdollistaa oppimisen. Venäjän kulttuurin tuntemusta ja ymmärtämistä tarvitaan nykypäivänä monissa työelämän tilanteissa, eikä vähiten palvelualoilla. Kirjoista ja Internetistä voi toki lukea loputtomiin Venäjästä ja sen kulttuurista, mutta mielestämme on aivan eri asia päästä näkemään, kuulemaan, tuntemaan, haistamaan ja maistamaan venäläistä kulttuuria sen oikeassa elinympäristössä. Tässä luvussa käsitellään lyhyesti oppimisen käsitettä ja tämän jälkeen käsittelemme kahta oppimiskäsitystä, jotka tukevat ajatustamme siitä, että omakohtaisen kokemisen kautta voimme paremmin oppia venäläisestä kulttuurista.

Oppiminen määritellään yleisesti kokemuksista johtuvaksi toiminnan tai tietorakenteiden muutokseksi, jonka ytimenä on ihmisen sisäistämisen tiedon lisääntyminen (Peltola, Himberg, Laakso, Niemi & Näätänen 1999, 60). Rauste-von Wrightin ja von Wrightin (1994) mukaan havaitseminen, muistaminen ja ajattelu, jotka ovat ihmisen kognitiivisia toimintoja, liittyvät kiinteästi toisiinsa. Tiedon prosessointi eli

sen vastaanotto, muokkaus ja tulkinta, on ihmisille tyypillistä, jatkuvaa ja kokonaisvaltaista. Tämä aiheuttaa muutoksia ihmisen tiedoissa, taidoissa, käsityksissä ja tunteissa. Kun muutos ei ole vain hetkellinen, kutsutaan tapahtumaa oppimiseksi. (Mts. 19.) Ihminen on oppimisprosessissa aktiivinen tiedonkäsittelijä, sillä uusi tieto ymmärretään vanhemman tiedon kautta ja muokataan sekä yhdistetään siihen (Peltola ym. 1999, 64). Opintomatalle osallistujat omasivat jo aiempaa tietoa maasta ja sen kulttuurista omien kokemustensa ja koulussa opittujen asioiden pohjalta. He syvensivät tietojaan ennen matkaa oppimistehtävien kautta. Matkan aikana ja sen jälkeen opiskelijat prosessoivat tietoa, kokemuksiaan ja tuntemuksiaan, jonka myötä he oppivat enemmän muun muassa Venäjän kulttuurista, tavoista ja ihmisistä. Matkan jälkeen annetun palautteen mukaan ennakkotietoa venäläisestä kulttuurista olisi voinut olla yhden opiskelijan mielestä enemmän. Toisaalta juuri oppimistehtävien tarkoituksena oli tuoda matkalle lähteville opiskelijoille ennakkotietoa maasta ja sen tavoista, joten emme kokeneet laajaa ennakkotiedottamista kulttuurista tarpeelliseksi.

Lapsen ja aikuisen oppimisen lähtökohdat ovat erilaiset. Lapset eivät omaa kovin laajasti aiempaa tietopohjaa, joka pitäisi yhteen sovittaa uuden tiedon kanssa. Aikuisen oppimista sen sijaan leimaavat hänen käsityksensä maailmasta ja itsestään. Helpon ihmisen omaksuu aiemman käsityksen mukaiset tiedot ja hylkää ristiriitaisen tiedon. Esimerkiksi nuoren ja vanhuksen tai pörssimeklararin ja maanviljelijän tiedon omaksuminen on erilaista. (Mts. 64.) Koska kaikilla on jokin mielikuva Venäjästä ja venäläisistä, saattoi opintomatkan aikana nämä käsitykset vahvistua. Jos mielikuvat ja todellisuus olivat keskenään ristiriidassa, oli tiedon omaksuminen opiskelijoille haasteellisempaa.

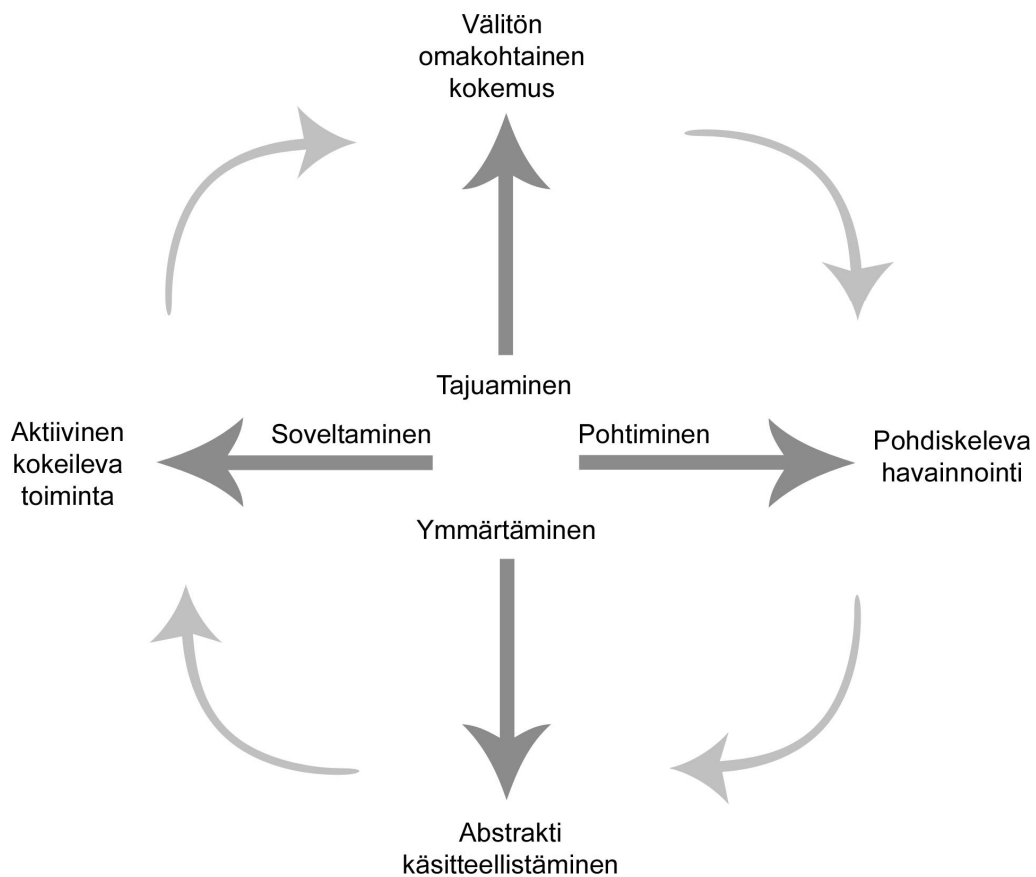
3.5 Kokemuksellinen oppiminen

Kokemuksellinen oppiminen pohjautuu humanistiseen psykologiaan, joka korostaa yksilön arvoa, ainutlaatuisuutta ja luovuutta (Rauste-von Wright & von Wright 1994, 135, 140). Kokemuksellisen oppimisenäkökulman perustana on mm. Lewinin toimintatutkimuksellinen lähestymistapa, Deweyn tekemällä oppiminen ja Paigetin kehitysteoria (Eteläpelto 1992, 38). David A. Kolbin (1984) teoriat liitetään kuitenkin nykyisin

eniten kokemukselliseen oppimiseen. Kolb esittää oppimisen syklisenä prosessina. Prosessi syntyy omakohtaisesta kokemuksesta, kokemuksen pohtimisesta eli reflektoinnista, käsitteellistämisestä tai yleistämisestä sekä aktiivisesta kokeilevasta toiminnasta. Sykli jatkuu, kun prosessi tuottaa uusia kokemuksia. (Kupias 2001, 16, 24.)

Kokemuksellista oppimista sovelletaan etenkin aikuiskoulutuksessa. Tavoitteena on kokonaisvaltainen oppiminen ja monesti muun muassa työtapojen päivittäminen, itsetuntemuksen nostaminen, erilaisten toimintatapojen kokeilu ja uusien asenteiden omaksuminen sekä persoonallinen ja sosiaalinen kasvu. (Rauste-von Wright & von Wright 1994, 140; Kupias 2001, 21.) Henkilön kokemuksilla ja elämyksillä on oppimisprosessissa suuri rooli (Rauste-von Wright & von Wright 1994, 140). Kokemusten kautta oppija voi muuttaa teoreettisia käsitteitä itselleen merkityksellisiksi (Kupias 2001, 16). Kokemuksellinen oppiminen on saanut myös kritiikkiä osakseen. Esimerkiksi Jarvis (1987) on todennut, että kaikki kokemukset eivät ole oppimisen kannalta hyviä, sillä joistakin kokemuksista ei edes opita, tai sitten opitaan epätarkoituksenmukaisesti. Joskus kokemusten tulkinta voi vahvistaa henkilön ennakoasenteita ja ennakkoluuloja. (Rauste-von Wright & von Wright 1994, 142.)

Kolbin oppimisympyrää (kuvio alla) voidaan käyttää hyvin erilaisten koulutusten pohjana. Opintomatkaamme liittyvät oppimistehtävät suunniteltiinkin Kolbin teoriaa soveltaen. Tehtävät laadimme yhdessä opintomatkan opintosuorituksista vastaavan opettajan kanssa. Oppimistehtävät löytyvät liitteestä 3.



KUVIO 5. Kolbin oppimispyörä. Kuvio on laadittu Kupiaksen (2001) ja Eteläpellon (1992) kuvioiden pohjalta.

Oppimispyörän mukaisesti koulutuksen alussa voidaan lähteä liikkeelle oppijoiden omista käsityksistä ja kokemuksista opiskeltavaan aihealueeseen liittyen (välitön omakohtainen kokemus). Tähän soveltuu hyvin muun muassa niin kutsutut po-rinaryhmät tai oppimispäiväkirjat. Tarkoituksena on sovittaa uudet asiat aikaisempiin kokemuksiin. Toisaalta, jos opiskeltava aihe on täysin uusi, voidaan opiskelu aloittaa teoriaan tutustumalla ja sen jälkeen kokeilla teoriaa, jolloin syntyvien kokemusten kautta päästään niiden pohdintaan. (Kupias 2001, 19.) Konkreettinen kokemus vaatii oppijalta avoimuutta sekä halukkuutta lähteä mukaan uusiin kokemuksiin ja sitoutua niihin (Ruohotie 2000, 139). Matkamme oppimistehtävissäkin lähdettiin liikkeelle opiskelijoiden omista käsityksistä ja kokemuksista. Heidän tuli pohtia omia käsityksiään venäläisistä ja heidän kulttuuristaan sekä käsitellä tilanteita, joissa he olivat olleet tekemisissä venäläisten kanssa. Nämä aikaisemmat kokemukset voitiin liittää uusiin asioihin.

Toisessa vaiheessa (pohtiminen) mietitään sitä, mitä omakohtaisista kokemuksista voidaan oppia. Tämä pohdiskeleva eli reflektiivinen vaihe on oppimisympyrän keskeisin vaihe. Tarkoitus on käsitellä omaa toimintaa, ajattelua ja uskomuksia. Näin mahdollistetaan uudenlaiset ajattelutavat ja oppiminen. Ihmisen kokemukset tulevat oppimisen kannalta merkityksellisiksi vasta reflektion kautta. Pohdinta onnistuu vaikkapa opetuskeskusteluna tai kirjoittamalla. (Kupias 2001, 18-19.) Pohdiskeleva havainnointi edellyttää taitoja havainnoimisen ja reflektiivisyyden suhteen, jolloin kokemusta pystytään tarkastelemaan useasta näkökulmasta (Ruohotie 2000, 139). Matkamme oppimistehtävissä opiskelijat pääsivät, mietittyään ensin omia käsityksiään ja kokemuksiaan, pohdiskelemaan omaa toimintaansa, ajatteluaan ja uskomuksiaan venäläiseen kulttuuriin liittyen.

Kokemusten aktivoinnin jälkeen tutustutaan teoreettisiin malleihin, joiden avulla voidaan ymmärtää kokemuksiin kuuluvia asioita paremmin (abstrakti käsitteellistäminen). Tämä vaihe voidaan toteuttaa muun muassa lukemisen tai ryhmätyöskentelyn keinoin. (Kupias 2001, 19.) Jotta opiskelija kykenee tuottamaan ideoita ja käsitteitä, vaatii se häneltä analyttisiä kykyjä (Ruohotie 2000, 139). Oppimistehtävien toisessa vaiheessa opiskelijoiden tuli tutustua venäläisyyteen lähteiden avulla. Näkökulmaksi he pystyivät valitsemaan tapakulttuurin, juhlat ja pyhät tai politiikan.

Neljänteen vaiheeseen kuuluu opitun teoreettisen tiedon kokeilu käytännössä (aktiivinen kokeileva toiminta). Tämä vaihe voidaan suorittaa esimerkiksi työssä oppimisenä tai case-tehtävänä. (Kupias 2001, 19.) Meillä käytännön kokeiluna toimi itse opintomatka. Sen aikana opiskelijoilla oli mahdollisuus havainnoida ihmisiä, tapoja ja muuta kulttuuria sekä verrata sitä aiempiin kokemuksiin ja opittuun teoriaan. Opiskelijoiden oli myös mahdollista toimia itse kulttuurin mukaisesti esimerkiksi kokeilemalla paikallisia ruokailutapoja. Uusien ideoiden ja käsitteiden soveltaminen käytäntöön edellyttää ongelmanratkaisuun ja päätöksentekoon liittyviä taitoja (Ruohotie 2000, 139).

Luonnollisesti käytännön kokeilu antaa opiskelijalle lisää kokemuksia, jotka tuodaan julki ja analysoidaan. Näin oppiminen on jatkuvaa. (Kupias 2001, 19.) Pietarin opintomatka antoi opiskelijoille paljon kokemuksia. Tehtäväraportissaan heidän tulikin

pohtia näkemäänsä, kokemaansa ja sitä, mitä he matkalla oppivat. Näin oppiminen jatkui oppimisympyrän mukaisesti omakohtaisen kokemisen kautta pohtimiseen. Jatkossa opiskelijat voivat oma-aloitteisesti opiskella Venäjältä ja sen kulttuurista lisää (abstrakti käsitteellistäminen) ja hyödyntää kokemaansa ja oppimaansa työelämän tilanteissa (aktiivinen kokeileva toiminta).

Tärkeää kokemukselliseen oppimiseen perustuvassa opetuksessa on luoda hyvä, oppimista tukeva ilmapiiri, asiaankuuluvan materiaalin käyttäminen sekä opetuksen linkittäminen opiskelijoiden menneisyyden ja tulevaisuuden kokemuksiin (Ruohotie 2000, 138). Pyrimme ottamaan nämä asiat huomioon opintomatkallemme tarjoamalla erilaisia kokemuksia ja hyvän ryhmäilmapiirin. Oppimistehtävien kautta opiskelijat pystyivät linkittämään asioita niin omaan menneisyyteensä kuin tulevaisuuteensa palvelualan ammattilaisina.

3.6 Elämyspedagogiikka

Elämyspedagogiikan kehittäjä on saksalainen Kurt Hahn (1886–1974). Hän sai vaikutteita muun muassa Platonin ja Goethen opetuksista, joiden pohjalta hän ideoi uudenlaista koulumallia, jossa oli tarkoituksena ajattelun ja toiminnan kohtaaminen. Hahn halusi lasten ja nuorten oppivan muuttamaan tunteensa teoiksi ja tätä kautta voittamaan itsensä. Tähän vaadittiin todellisia elämäntilanteita. Hahn uskoi myös, että fyysisen harjoittelun kautta - kuntoa, päättäväisyyttä ja rohkeutta kehittämällä - vahvistuisi samalla lasten ja nuorten itseluottamus. (Telemäki 1998, 13-14.) Nykyisin elämyspedagogiikkaa käytetään koulu- ja kasvatustyön lisäksi esimerkiksi nuoriso- ja sosiaalityössä sekä terapiassa ja kuntoutuksessa. Elämyksellisyys ja elämysten tuottaminen on tärkeää myös nykyajan matkailupalveluissa. (Esim. Seikkaillen elämyksiä 2007.)

Elämyspedagogiikka ja kokemuksellinen oppiminen ovat läheisiä käsitteitä ja joskus ne sekoitetaan synonyymeiksi. Molemmat suuntaukset näkevät oppimisen jatkuvana prosessina, joka perustuu kokemuksiin ja kokemusten analysointiin. (Karppinen 2007, 84.) Elämyspedagoginen ja kokemuksellinen oppiminen eroavat kuitenkin tunteiden

huomioimisen suhteen. Elämyspedagogiikassa korostetaan aistien kehittämistä ja monitasoisten, syvällisten tunteiden merkitystä yksilön toiminnassa. Kokemuksellisessa oppimisessä korostuu enemmän tekeminen syvyytensä psykologisen ajattelun sijaan. (Mts. 79.)

Karppinen tulkitsee Fischerin ja Ziegenspeckin (2000) määritelmää elämyspedagogiikasta niin, että elämyspedagogiikka ymmärretään ”koulun ulkopuoliseksi, vaihtoehdokseksi ja koulua tukevaksi, toiminnallisia menetelmiä käyttäväksi kasvatus- ja opetusmuutokseksi, jossa ryhmäyhteisön avulla, epätavallisissa olosuhteissa ja tilanteissa omaksutaan uusia tietoja, arvoja ja asenteita.” (Mts. 84.) Karppisen mukaan elämyspedagogista opetusmenetelmää voidaan kutsua koulun ulkopuolella tapahtuvaksi seikkailupainotteiseksi ulkoilmakasvatukseksi (Mts. 76). Lehtonen (1998, 97-98) näkee elämyspedagogiikan olevan tavoitteellinen, tietoinen ja kokonaisvaltainen kasvuprosessi. Hänestä luonto, joka voi olla niin kaupunkiympäristö kuin metsä, tarjoaa puitteet omakohtaisen kokemisen avulla oppimiseen samalla, kun ryhmä tarjoaa tukea ja turvallisuutta uusien, haasteellisten tilanteiden kohtaamiseen. Kouluttajan tehtävänä elämyspedagogisessa toiminnassa on prosessin mahdollistaminen, käynnistäminen, seuraaminen ja tukeminen. Kouluttaja on enemmänkin turvallinen kansakulkija kuin kaikkietävä guru.

Malmisalo-Lensu ja Mäkinen (2007) selittävät elämyspedagogiikan olevan toiminnallisuuden, yhteistoiminnan ja elämysten kautta tapahtuvaa oppimista, jonka pyrkimyksenä on asettaa oppija uuteen ja haastavaan tilanteeseen, jossa aiemmat toimintatavat ja roolit eivät toimi. Tällöin vanhat tavat ja roolit joudutaan kyseenalaistamaan ja ihminen oppii tietoisesti uutta. Tärkeää elämyspedagogiikassa on ilo ja virkistyminen, joka saadaan kokemuksista ja elämyksistä, sekä itsetuntemuksen ja tunte-elämän kehittäminen. (Mts. 314.) Opintomatkallemme opiskelijat saivat valtavasti uusia kokemuksia ja näkemyksiä naapurimaastamme. Matkalle lähtijät olivat opiskelijoita ja tiesivät, että matkan tarkoituksena oli nimenomaan oppiminen. Heidän oli mietittävä oppimistehtävissä ja matkalla muun muassa omia asenteitaan. He pääsivät kokemaan matkan aikana oppimista mukavalla tavalla, kun he saivat itse omalla toiminnallaan oppia uutta. Ryhmän tuoman turvan avulla opiskelijat pääsivät tutustumaan Pietariin ja paikalliseen kulttuuriin, mitä he eivät välttämättä olisi omatoimi-

matkailijana muuten tehneet. Roolimme matkanjärjestäjinä oli prosessin läpivieminen alusta loppuun sekä tukeminen matkan aikana.

Perttula (2007, 56) kertoo, että elämys, johon elämyspedagogiassakin viitataan, on kokemus, joka on kokijalleen omakohtaisesti tärkeä. Joku voi kokea toiselle täysin arkipäivän tilanteen elämyksellisenä ja tämä yksilöllisyys tekeekin haasteelliseksi elämysten tuottamisen toisille ihmisille. Perttulan (2007, 70) mukaan yksikin vähäiseltä vaikuttava uusi kokemus, joka kuitenkin koetaan selkeästi ja merkittävänä, voi saada aikaan koko elämän muuttavan kokemuksellisen vyöryn ja henkisen kehityksen.

Karppinen (2007) kertoo Gibbonsin ja Hopkinsin (1980) luomasta asteikosta, jossa elämyksellisyyden taso kohoaa ja tunteiden sekä ajatusten kehittämisen mahdollisuus kasvaa sitä mukaa, mitä enemmän oppilas osallistuu tapahtumien kulkuun. Esimerkiksi paloasemalla vierailu on elämyksellisempää kuin opettajan turvallisuusluento luokkahuoneessa. (Mts. 80.) Elämysten tuottaminen oli opintomatkan yhtenä ajatuksena, mutta koska elämysten kokeminen on niin yksilöllistä, emme sitä etukäteen voineet taata. Me kuitenkin annoimme opiskelijoille mahdollisuuden elämysten kokemiseen. Uskomme, että yritysvierailut ja muu tutustuminen venäläiseen kulttuuriin paikan päällä ovat olleet elämyksellisempiä, kuin luennon kuunteleminen luokassa. Opintomatkan jälkeen saamassamme palautteessa kiiteltiin erityisesti kahta opastamme, koska he kertoivat muun muassa venäläisestä kulttuurista, rakennuksista ja taiteesta monipuolisesti ja kattavasti. Oli eri asia kuulla kyseisistä asioista autenttissa toimintaympäristössä, kuin mitä se olisi ollut kontaktiopetuksessa.

On kuitenkin huomioitava, että elämystä ei pidetä kasvatustieteellisenä terminä, koska se on liian monitasoinen ja subjektiivinen. Elämys on mielensisäinen tapahtuma, jota ei voida kontrolloida. Elämyspedagoginen menetelmä voidaan hyväksyä opetuksiksi kuitenkin silloin, kun elämys reflektoidaan yksilön ja ryhmän aikaisempiin kokemuksiin ja tietoihin. Tähän liittyvät oppimisprosessin suunnitteleminen ennakoon sekä toiminnan jälkeinen tarkastelu ja pohdinta. Ymmärryksen kautta oppija voi hyödyntää oppimaansa arkielämässään. (Karppinen 2007, 86.) Lehtonen (1998) korostaa omakohtaista kokemusta ja niiden purkamista elämyspedagogisessa tapahtumassa. Osanottajille on tarjottava mahdollisuus henkilökohtaisiin ja voimakkaisiin kokemuksiin. Kokemusten syntyminen vaatii myös tilaa ja aikaa. Kokemuksia olisi

hyvä lisäksi purkaa ryhmässä ja kytkeä niitä arkielämään. Näin alkaa kasvuprosessi, joka jatkuu varsinaisen tapahtuman päätyttyäkin. (Mts. 106.)

Paluumatkalla pyysimme Lilia Fedorovaa kertomaan hänen omia näkemyksiään venäläisen ja suomalaisen kulttuurin erilaisuudesta. Oppilaat saivat myös esittää hänelle kysymyksiä itseään askarruttavista asioista. Tämän jälkeen keskustelimme matkan aikana opituista asioista ja siitä, mistä kukin piti matkalla. Oppimiskokemukset auttavat jokaista opiskelijaa jollain tavalla myös tulevaisuudessa. Esimerkiksi yritysvierailuillamme Sokos Hotel Palace Bridgessä ja matkatoimisto Kymi Travelissa saimme hyödyllistä tietoa tulevaisuuttamme varten. Uusien tietojen ja kokemusten pohjalta opiskelijoilla on paremmat valmiudet toimia asiakaspalvelutyössä. Yhteisen keskustelun myötä kytkimme uuden tiedon ja elämysten kokemisen jokaisen omaan elämään.

3.7 Elämykset matkailussa

Elämysten tuottaminen on tarpeellista opetus- ja kasvatusympäristöjen lisäksi myös liiketaloudessa. Elämme nykyään maailmassa, joka on elämyssuuntautunut. Tämä voidaan huomata esimerkiksi yritysten markkinoinnissa, kuluttajakäyttäytymisessä ja uusissa tuotteissa. Ihmiset hakevat tuotteista ja palveluista elämyksiä ja lisäarvoa. (Tarssanen & Kylänen 2007, 99, 101, 109.) Elämysten kokeminen on myös nykyajan matkailijan perimmäisenä toiveena. Matkailun sanotaankin olevan ”hedonistista, mielihyvää etsivää kulutusta”. Tämän näkemyksen mukaan matkailutuotteen ytimessä on matkailijan kokema elämys, ja ytimen ympärillä on välineet, kuten ympäristö ja henkilöstö, elämyksen saamiseksi. (Borg ym. 2002, 123.)

Elämystuote eroaa muista tuotteista, kokemuksista ja hyvin onnistuneista palvelutilanteista siinä, että elämys mahdollistaa sen kokeneessa ihmisessä muutoksen. Esimerkiksi uusi, ihana makuelämys ulkomaanmatkalla voi tuottaa matkailijalle elämyksen ja henkilö alkaa kotioloissakin valmistaa matkalla maistamaansa ruokaa. Muutos voi tapahtua myös vaikkapa liikuntaelämyksen jälkeen ja ihminen aloittaa sauvakävelyharrastuksen matkailukeskuksessa koetun kävelylenkin myötä. Elämysten tuottaminen asiakkaille ei välttämättä vaadi suuria taloudellisia investointeja, mutta elä-

mysten tuottamisesta voi pyytää suurempaa katetta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 103, 106.) Toivomme, että opintomatkamme Pietariin muutti matkalle osallistuneiden käsityksiä Venäjästä, venäläisistä ja heidän kulttuuristaan positiiviseen suuntaan. Ehkäpä joku opiskelija innostui tutustumaan Venäjän historiaan perusteellisemmin tai opettelemaan naapurimaamme kieltä. Ainakin oma asennoitumisemme muuttui opintomatkan myötä ja osaamme jatkossa suhtautua luontevammin venäläisiin. Sovimme mukana olleiden opiskelijoiden ja oppaamme Lilia Fedorovan kanssa järjestävämmme lähitulevaisuudessa yhteisen illan, jossa katsomme matkakuvia ja valmistamme herkullisia ruokia, joita maistelimme matkan aikana. Voimmekin päätellä, että ainakin paikallista ruokakulttuuria kohtaan syntyi matkan aikana kiinnostusta.

Elämys on aina henkilökohtainen asia, jonka kokemiseen liittyy ihmisen tausta ja historia. Elämys on prosessi, joka käy läpi kolme tasoa. Ensimmäinen taso on havaitseminen aistien avulla. Matkailukontekstissa ihmisten aistit monesti terästäytyvät ja huomio kiinnittyy esimerkiksi ruoan makuun enemmän kuin arkena. Toinen taso on merkityksen antaminen aistihavainnolle. Esimerkiksi ruoan tuoksu tuo mielikuvia kyläisyydestä. Tämän jälkeen havainto liitetään vielä omaan elämäntilanteeseen ja historiaan ja tulkitaan näiden kautta yksilöllisenä elämyksenä. Matkailupalvelun tuottajan tehtävänä on luoda sellaiset olosuhteet, jossa elämyksiä voi syntyä. Matkailun voidaan ajatella olevan elämysten tavoittelua, sillä jo matkan suunnitteluvaiheessa ihminen luo mielikuvia ja toiveita matkan suhteen. Odotuksiin vaikuttavat henkilön kokemat aiemmat elämykset ja muu elämänhistoria. Matkailijan mielessä syntyy ideaali elämyksestä, ja matkan jälkeen hän arvioi, kuinka hyvin toteutunut elämys vastasi tätä ideaalia. (Borg ym. 2002, 26-27.)

4 OPINTOMATKAN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Palvelujärjestelmä on kokonaisuus, joka tuottaa palvelun. Siihen sisältyvät matkailutuotteen toteuttamisen vaatimat tekijät, joita ovat esimerkiksi tilat, asiakaspalvelijat ja muut asiakkaat. (Borg ym. 2002, 130.) Palvelujärjestelmään kuuluu ulkoiset ja sisäiset resurssit. Ulkoiset resurssit käsittävät toimintaympäristön, välineet ja yhteis-

työkumppanit. Sisäisiin resursseihin kuuluu yrityksessä työskentelevien ihmisten henkiset voimavarat ja osaaminen. (Komppula & Boxberg 2002, 115.) Ulkoisina resursseina opintomatkatuotteessamme ovat Venäjä ja Pietari kohteena sekä paikallinen kulttuuri, jotka ovat opintomatkamme toimintaympäristö. Ulkoisia resursseja ovat myös yhteistyökumppanit, joita tässä tapauksessa ovat opintomatkamme matkanjohtaja ja opas Lilia Fedorova, matkanmyyjä T:mi Leenan Matkat, kaupunkiopas ja linja-autokuljettaja A&A Travelsilta. Sisäisiä resursseja ovat tämän työn tekijät, heidän tietotaitonsa ja osaamisensa. Emme käsittele yhteistyökumppaneita sen enempää, vaan keskitymme toimintaympäristön analysoimiseen. Hyödynsimme viimeisessä informaatiotilaisuudessa ennen opintomatkaa luvun 4 teoriapohjaa jakamalla mukaan lähteville opiskelijoille tietoa Venäjästä, Pietarista ja maan kulttuurista.

4.1 Venäjä

Venäjän virallinen nimi on Venäjän Federaatio. Vuonna 1990 Venäjä itsenäistyi Neuvostoliitosta, joka hajosi virallisesti joulukuun 26. päivä vuonna 1991. Kansallispäivää Venäjällä vietetään kesäkuun 12. Pinta-alaltaan maa on 17 075 400 km². Venäjän federaation tilastopalvelun mukaan tammikuussa 2008 Venäjän väkiluku on ollut 142 008 838. Maan pääkaupunki on Moskova. (Tietoa Venäjästä 2009.)

Venäjän poliittinen järjestelmä on presidenttijohtoinen liittovaltio ja valtiomuoto on presidenttijohtoinen demokratia. Maassa on 83 aluetta, joita nimitetään federaatiosubjekteiksi. Alueet on jaettu hallinnollisiin piireihin ja edelleen kuntiin, joita on 24 000. Venäjän presidentti on Dmitri Anatoljevits Medvedev. Presidentillä on lain mukaan laajat oikeudet käyttää valtaa. Hallituksen kanssa presidentti ohjaa politiikan suunnan, joka toteutetaan silloin kun kansanedustuslaitos sitä tukee. Presidentti hyväksyy ministerivalinnat sekä nimittää pääministerin. (Poliittinen järjestelmä 2009.)

Elinajanodote on Venäjän federaation tilastopalvelun mukaan vuoden 2007 tilastojen perusteella naisilla 73,9 vuotta ja venäläisillä miehillä 61,4 vuotta. Väestöstä suurin osa on venäläisiä (79,8 %), ja toiseksi suurin määrä on tataareja (3,83 %). Lisäksi Venäjällä asuu ukrainalaisia, baškiireja, tšuvasseja, tšetšenejä, armeeneja, mordvalai-

sia ja valkovenäläisiä. Näiden lisäksi muita väestöryhmiä venäjällä on 9,17 %. Suurin kaupunki väestömäärältään on pääkaupunki Moskova, jossa on 10,3 miljoonaa asukasta. Toiseksi suurin kaupunki väestömäärältään on Pietari, jossa on 4,6 miljoonaa asukasta. Kaiken kaikkiaan 13 kaupunkia on väestömäärältään miljoonan, tai sen yli. (Yhteiskunta, kulttuuri ja media 2006.)

Suurin osa venäläisistä on ortodokseja, vaikka maalla ei ole valtionkirkkoa. Ortodoksisella kirkolla onkin nykyään jopa poliittista painoarvoa. Kaiken kaikkiaan ortodokseja on noin 75–80 %. Muita uskontoja Venäjällä ovat islam (lähes 15 %), protestanttisuus, buddhalaisuus ja juutalaisuus. Venäjällä toimii näiden lisäksi myös uskonnollisia yhteisöjä. Virallinen kieli maassa on venäjä, jonka lisäksi virallinen asema on noin 30 kielellä. Maassa puhutaan useita kymmeniä eri kieliä, muun muassa suomalais-ugrilaista kieltä. Muualla kuin suurkaupungeissa vieraita kieliä puhutaan vähän. Englantia puhutaan kaupungeissa, ja etenkin nuorten kielitaito on lisääntynyt. (Yhteiskunta, kulttuuri ja media 2006.)

Venäjällä elää usean erilaisen kulttuuriperinnön omaavia asukkaita. Venäjällä on 160 erilaista kansaa. Vuoden 2002 väestölaskennan mukaan Venäjällä asuu 116 etnistä venäläistä kansaa ja kuusi kansaa, joiden asukasmäärä on yli miljoona. Kansan kielet on jaettu neljään ryhmään: indoeurooppalaiseen, altailaiseen, kaukasialaiseen ja uraalilaiseen. (Vituhnovskaja 2006a, 70.)

Alkuperäisenä Venäjänä pidetään niin sanottua Kiovan Venäjää, joka sai alkunsa 800-luvulla. Myöhemmin johtavan roolin sai Moskova, jonka hallitsijaa alettiin 1400-luvulla kutsua tsaariksi. Vanha jaottelu käsittää neljä osaa: Iso-Venäjä, Vähä-Venäjä, Valko-Venäjä ja Punainen venäjä. Venäjää alettiin kutsua keisarikunnaksi vuonna 1721, jolloin tsaari Pietari Suuri nimitettiin Venäjän ensimmäiseksi keisariksi. Laajimmillaan Venäjä on käsittänyt 1/6 osaa maapallon pinta-alasta, jolloin sen väkiluku oli noin 820 miljoonaa henkeä. Kun Venäjän federaatio syntyi Neuvostoliiton hajojamisen jälkeen vuonna 1991, tuli Venäjän pinta-alaksi 1/8 osaa maapallon pinta-alasta. Väkiluku väheni noin puoleen aiemmasta. Nykyään Venäjän pinta-ala on maapallon laajin. (Vihavainen 2006, 10-11.)

Ajatellessa Venäjän taloutta monelle tulee mieleen öljy ja kaasu. Energian tuotanto onkin maan talouden tukipilari. Vientituloja Venäjä saa öljystä ja maakaasusta noin 40 %, mutta vain 1,6 % työpaikoista on energian parissa. Energia-alan nopeat kasvuvuodet ovat kuitenkin jo menneisyyttä. Tulevaisuudessa on Venäjän tuotantorakenteen muututtava, jotta talousasiat pysyisivät kunnossa. Kilpailukykyä ja kansainvälistymistä on havaittavissa auto- ja lentokoneiteollisuuden parissa. Tehtaissa ja kaivoksissa on ollut tuotannon kasvua, joten taloustieteilijät uskovat Venäjän talouden kasvuun tulevaisuudessakin, tosin hieman hidastuen vuoteen 2010 mennessä. (Parikka 2007, 377-379.)

Mittaamalla luonnonrikkauksia on Venäjä hyvin rikas maa. Taludellinen tila on kuitenkin erilainen, sillä kuilu köyhien ja rikkaiden välillä on suuri. Kuilun leveyden ja syvyyden selvittäminen ei ole kovin yksinkertaista. Harmaa talous, vääristymät tilastoissa ja vaurauden maantieteelliset jakautumiset tekevät selvityksestä hankalaa. Venäjän vallanpitäjillä on myös väärä käsitys kansan köyhyydestä. Heidän mukaansa eläkeläiset ja julkisen sektorin työntekijät olisivat köyhimpiä. Kuitenkin eläkeläisillä on mahdollisuus tukeutua perheeseen ja julkisen sektorin työntekijöillä on usein mahdollisuus hankkia lisätuloja pimeinä tuloina tai lahjonnalla. Esimerkiksi opettajat voivat antaa tukiovetusta. (Mts. 379.) Ääriköyhyyttä ei Venäjällä juuri ole, mutta suuri osa venäläisistä elää kuitenkin aivan köyhyyden rajoilla. Köyhyys on vähentynyt silti nopeasti 1990-luvulta. (Mts. 380.)

Huomioitavaa on, että Venäjällä on hyvin paljon erilaisia alueita, jotka kehittyvät eri aikaan: kun toisaalla kehitys on nousussa, on toisaalla kehitys täysin pysähtynyt. Pietarinkin kehitys oli täysin pysähtynyt, kunnes pietarilainen Vladimir Putin nousi presidentiksi. Suurin osa Venäjän luonnonrikkauksista sijaitsee Siperiassa. Jollei Siperiasta hankittu pääoma mene ulkomaille, se menee Moskovaan ja Pietariin, jotka ovat Euroopan puoleisen Venäjän vauraimpia alueita. Köyhimmät alueet ovat Mongolian rajalla, koska siellä ei ole luonnonrikkauksia. Heikosti kehittyneitä alueita löytyy etenkin myös Siperiasta. (Mts. 380-381.)

4.2 Pietari

Pietarin perustiedot

Pietari sijaitsee Itä-Euroopassa, Suomenlahden kupeessa. Aikavyöhyke Pietarissa on GMT+3. Pietari on perustettu 16.5.1703. Tosin kaupungin syntymäpäivää juhlitaan vuosittain toukokuun 27. päivä. Pietari on maailman pohjoisin kaupunki, jonka väkiluku ylittää miljoonan. Kaiken kaikkiaan Pietarin kaupungin alue on 1 400 neliökilometriä laaja. (St. Petersburg in Facts and Figures 2009.) Pietari on ollut vuosina 1712-1918 Venäjän pääkaupunki (Perustiedot alueista 2008).

Pietari sijaitsee Neva-joen äärellä useilla eri saarilla. Kaupunkia onkin kutsuttu ”Sadan ja yhden saaren kaupungiksi”. Luonnonilmiönä Pietarissa on yleistä tulviminen sekä valkeat yöt. Kaupungin nimi ei ole lähtöisin kaupungin perustajalta Pietari Suurelta, vaan Pyhäältä Pietarilta. Nimi on kuitenkin vaihdellut useita kertoja. Toukokuusta 1703 elokuuhun 1914 kaupunki oli St.Petersburg. Elokuussa 1914 nimi vaihtui Petrogradiksi ja pysyi tässä nimessä kunnes helmikuussa 1924 kaupungista tuli Leningrad. Leningrad nimi pysyi heinäkuuhun 1991 asti, jonka jälkeen kaupungista tuli jälleen St.Petersburg. (St. Petersburg in Facts and Figures 2009.) Käännös Petrogradista on ”Pietarin kaupunki”. Nimeen laitettiin -grad -pääte, koska ensimmäisen maailmansodan aikana haluttiin, ettei kaupungin nimessä olisi saksalaisuuteen viittaavaa -burg -päätetä. Leningradin käännös on siis ”Leninin kaupunki”, joka oli kaupungin nimi Neuvostoliiton aikana, Venäjän vallankumouksen jälkeen. (Pietari 2008.)

Pietari on hyvin erikoinen venäläinen kaupunki. Se on rakennettu kauniiksi maisemaksi. Pietari on avannut jo hyvin aikaisin ovensa muulle maailmalle. Yleisesti Venäjällä perustettiin ensin koulu, sitten yliopisto, ja kun oppineita oli tarpeeksi, perustettiin tiedeakatemia. Pietari Suuren aikana perustettiin tiedeakatemia ennen kuin kaupungissa oli edes yliopistoa. Pietarin Tiedeakatemiaan kutsuttiin ulkomaisia, erityisesti saksalaisia tiedemiehiä, joilla oli valtion tukemana mahdollisuus erilaisiin tutkimuksiin. Ehtona oli, että tiedemiehet perehdyttivät venäläisiä nuoria tieteisiin. Maaan kutsuttiin paljon myös taiteilijoita, arkkitehtejä, kuvanveistäjiä ja kaivertajia, joilta myös Pietari sai vaikutteita. (Popova 2005, 6-8.)

Pietarissa asui useita eri kansalaisuuksia, jotka venäläistyivät ajan saatossa. He ja venäläiset muodostivat yhteisön, pietarilaiset. Kun he osallistuvat kaupunkien rakennusten suunnitteluun ja rakentamiseen, saivat rakennukset vaikutteita niin Euroopasta kuin Venäjältäkin. Myös taide sai vaikutteita usealta eri taholta. Nämä kaikki ovat luoneet pietarilaisen kulttuurin. (Mts. 8.) Maailmankartalla Pietari on ollut vasta noin 300 vuotta. Silti se on saanut mainetta, joka vetää vertoja Pariisille ja Lontoolle. Nyky-Pietari kasvaa edelleen ja sen vanhaa keskustaa restauroidaan. Kaupunkiin rakennetaan myös uusia asuinkortteleita. (Mts. 9.)

Kaupungilla on ollut myös useita kutsumanimiä. Sen on sanottu olevan ”Pohjoisen Venetsia”, koska siellä on paljon kanavia ja jokia. Sitä on kutsuttu myös ”Venäjän pohjoiseksi pääkaupungiksi”, koska sillä on hyvin pitkä kilpailuhistoria Moskovan kanssa. Kaupungin symboleja ovat enkeli ja risti Pietarin ja Paavalin katedraalin huipulla olevan enkelin ja ristin mukaan. Kulttuuriset päänähtävyydet Pietarissa ovat Eremitaasin museo, Mariinski ooppera- ja balettiteatteri sekä Keisarillinen palatsi ja puisto Pietarin hovin edessä. (St. Petersburg in Facts and Figures 2009.)

Pietarissa on kaiken kaikkiaan yli 500 siltaa ja näistä keskustan alueella on 300. Kaikkilla silloilla on nimi, muun muassa Sininen, Punainen ja Vihreä silta, Suutelujen silta, Laulajattaren silta ja Leijonansilta. Keväästä alkaen Nevan sillat nousevat öisin laivojen tieltä. Kaupungin pisin silta on Aleksanteri Nevskin silta, joka on 905,7 metriä pitkä. (Häkkinen & Kauppinen 2007, 46–47.)

Pietarilaiset ihmiset

Pietarilaiset elävät äänekkäästi, ja heille perhe merkitsee paljon. He kehuvat mielellään ja ottavat kehuja vastaan. He saattavat sanoa asioita välillä liiankin suoraan, mutta siitä ei kannata loukkaantua. He pitävät keskusteluista ja mielipiteiden esiintuomisesta. Keskustelut historiasta, taiteesta, elämästä ja kohtalosta kiehtovat pietarilaisia. Heille uskomuksiin perustuva historia on yhtä todellinen kuin toteutunut historia. On syytä pitää mieli avoimena jutellessa pietarilaisen kanssa. Venäläiset ovat hyvin isänmaallisia, vaikka saattavatkin arvostella maataan. Muiden ei kuitenkaan sitä kannata tehdä. (Häkkinen & Kauppinen 2007, 75-76.)

Seksologi Galina Judinan mukaan pietarilaiset naiset pukeutuvat usein räikeästi. Tämä liittyy aikoihin, jolloin posket punattiin punajuurella ja kulmat väritettiin hiilellä. Kun nykyään on varaa, hyödynnetään kaikki mahdolliset kauneudenhoitopalvelut. Yleistä on myös naisten ja tyttöjen nyrpeä ilme, joskin ilme sulaa hymyyn suhteellisen helposti. Pietarilaiset miehet ja pojat ovat kohteliaita eivätkä päällekkäviä. Vaikka Venäjällä saatetaan olla rasistisia, suomalaisia arvostetaan Venäjällä historiamme vuoksi. (Mts. 77-78.)

Venäläiset ovat hyvin kiinnostuneita mystiikasta ja uskomuksista. Suomalaisella saatetaan olla vaikeuksia ymmärtää tätä puolta parin päivän matkallaan Pietarissa. Tunteettomat saattavat esimerkiksi kieltää viheltämästä tai vetää pois tikapuiden alta. (Mts. 80.) Kaupunkioppaamme kertoi oppaiden olevan siinä mielessä taikauskaisia, että he eivät lupaa tiettyjä aikatauluja asiakkailleen. Hän kertoikin meille ainoastaan arvioituja saapumisaikoja kohteisiin.

Mielenkiintoista on, että Pietarissa asuu vanhuksia suhteutettuna väkilukuun enemmän kuin missään muualla. Tämä johtuu siitä, että suuri osa miehistä kuoli toisessa maailmansodassa ja Leningradin piirityksessä. Ne miehet, jotka näistä selvisivät, hukuttivat murheensa vodkaan. (Mts. 80-82.)

4.3 Venäläinen kulttuuri

Kulttuuri käsitteenä

Kulttuuria voidaan ajatella eri tavoin. Lehdissä on kulttuuripalstoja, joissa kerrotaan esimerkiksi kulttuuritapahtumista, teattereista, musiikkitapahtumista ja näyttelyistä sekä kirjallisuudesta. Laajempaan käsitteeseen kulttuuri on ihmisryhmien tapa elää ja käyttäytyä. Silloin tarkastellaan ihmisryhmän yhteisiä piirteitä ja tapoja, jotka tekevät siitä erityisen. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi rock-kulttuuri, yrityskulttuuri ja venäläinen kulttuuri. Kulttuuritaustamme vaikuttaa siihen, miten näemme ja koemme asioita. Kulttuuritaustamme vaikuttaa myös viestinnän valintoihimme. (Salo-Lee, Malmberg & Halinoja 1998, 6-7.)

Kulttuuria voidaan kuvata jäävuori-mallilla, jolloin osa kulttuurista on näkyvää, eli jäävuoren huippu ja osa on näkymättömissä, eli jäävuoren alaosa. Näkyviä osia ovat muun muassa ruoka, kieli, vaatetus ja käytöstavat. Nämä osat opitaan. Jäävuoren alaosaan kuuluvat normit, arvot, uskomukset, asenteet ja viestintätyyli. Näkymätön kulttuurin osa saattaa olla kulttuurin jäsentenkin tiedostamattomissa ja saattaa aiheuttaa ongelmia erilaisten kulttuuritaustan omaavien jäsenten välillä. (Mts. 7-8.)

Kulttuuri ei ole pelkästään tietyn maan kulttuuri, vaan se on myös alueellista. Ikä on eräs kulttuurimuuttuja, kuten myös sukupuoli. Esimerkiksi isovanhemmillamme on erilainen maailmankuva kuin meillä, ja eroamme siten toisistamme. Miehet ja naiset viestivät asioista eri tavoin. Voikin ajatella, että jokaisella ryhmän jäsenellä on yksilöllinen kulttuuritausta. (Mts. 7.) Kuulimme matkan aikana hyvin paljon näkymättömästä kulttuurista etenkin Fedorovalta. Hän kertoi muun muassa isovanhempien tärkeydestä lasten kasvatuksessa sekä miesten ja naisten eroista maidemme kulttuureissa. Opimme kyseisiä asioita ja ymmärrämme, miksi venäläiset käyttäytyvät tietyllä tavalla.

Hofsteden ulottuvuudet venäläisessä kulttuurissa

Otimme Geert Hofsteden kulttuurillisia eroavaisuuksia käsittelevät ulottuvuudet tarkasteluun matkan järjestämisessä, koska ne kertovat hyvin venäläisistä ihmisistä. Hofsteden kulttuuriulottuvuuksia oli alun pitäen neljä: valtaetäisyys, yksilöllisyys-yhteisöllisyys, maskuliinisuus-feminiinisyys ja epävarmuuden välttäminen. Myöhemmin lisättiin viides ulottuvuus, aikajänne. (Parikka 2007, 17-18.) Ulottuvuuksien sisältöä analysoimme tässä luvussa venäläisten ja hiukan myös suomalaisen kulttuurillisten piirteiden pohjalta. Ulottuvuuksiin tutustumalla osasimme odottaa ja asennoitua matkaamme siten, että tutustuimme nimenomaan erilaiseen kulttuuriin kuin missä itse elämme. Opintomatkamme aikana pystyimme myös miettimään, miten ulottuvuudet näkyivät venäläisessä kulttuurissa ja pitivätkö ne paikkansa. Ulottuvuuksien avulla ymmärsimme venäläisiä hieman paremmin.

Hofsteden ulottuvuuksissa valtaetäisyydeksi (Power Distance Index) Venäjällä arvioitiin 93, kun Suomessa vastaava luku on 33 (Geert Hofstede TM Cultural Dimensions 2009). Tämä tarkoittaa sitä, että Venäjällä on suuri valtaetäisyys. Outi Parikka pohtii

Äiti-Venäjän aapisessa (2007, 21–23), miksi venäläiset alistuvat nöyrästi valtion kaikkiin päätöksiin, vaikka valtion päätökset etenkin ulkomaalaisten silmin ovat selvästi epäoikeudenmukaisia kansaa kohtaan. Samalla kuitenkin venäläiset ovat kärsimättömiä arkisissa asioissa. Parikka pohtii tätä käyttäytymistä myös Hofsteden ulottuvuuksien pohjalta, jolloin syyksi tähän käyttäytymiseen paljastuu nimenomaan suuri valtaetäisyys. Venäjällä vallan mahti on tärkeämpää kuin laillisuus. Parikan mukaan venäläiset eivät arvosta vallanpitäjiä ja heihin saatetaan suhtautua jopa vihamielisesti. Silti kansalaiset ovat aktiivisia äänestäjiä. Vaalien alla saatetaan pelotella äänestäjiä, ja kansalaiset sitten äänestävät, vaikeivätkään olisikaan tyytyväisiä ehdokkaaseen.

Parikka (Mts. 25) kertoo myös siitä, miten venäläisillä esimiehillä on tapana sanella alaisilleen tarkat ohjeet. Alaiset eivät siis tee itsenäisesti ja spontaanisti päätöksiä vaan heille annettujen ohjeiden mukaan. Samalla tyylillä annetaan kouluissa opetusta: opettaja on auktoriteetti, ja oppilaat opettelevat ulkoa hyvin paljon asioita sen sijaan, että oppisivat oman pohdinnan ja ajattelun kautta. (Mts. 26–27.) Opetustyylinä Venäjällä on enemmän pakottamista ja käskemistä, kun taas suomalaisessa koulussa käytetään neuvottelua ja suostuttelua. Venäläisissä kouluissa on pääpaino tieteen perusteiden tuntemuksella ja kouluissa kehitetään teoreettista ajattelutapaa. (Mts. 359.) Myös oppaamme Lilia Feodrova kertoi meille, että kouluissa opettajilla on venäläisessä kulttuurissa suurempi auktoriteetti verrattuna suomalaiseen opetuskäytäntöön. Yritysvierailuilla kuulumme, että venäläisessä yrityskulttuurissa valtaetäisyys näkyy esimerkiksi siinä, että esimies on esimies sanan varsinaisessa merkityksessä eivätkä työntekijät ole kovinkaan oma-aloitteisia.

Yksilöllisyyttä mittaava indeksi (Individualism) Venäjällä on 39, kun se puolestaan Suomessa on 63 (Geert Hofstede TM Cultural Dimensions 2009). Tämä tarkoittaa sitä, että venäläiset eivät ole yhtä itsenäisiä kuin suomalaiset. Parikan mukaan yhteisöllisyys näkyy Venäjällä muun muassa siinä, että ryhmä antaa turvallisuuden tunteen mahdollista rangaistusta vastaan. Ryhmä voi olla esimerkiksi poliittinen puolue, armeija, hallintoyksikkö tai työyksikkö. Ryhmässä jaetaan vastuu tekemisistä ja myös mahdollisista palkitsemisista. Ryhmän toiminta ei ole välttämättä laillista tai palvele yksilön etua. Ryhmän kirjoittamattomat säännöt sanelevat pitkälti ryhmän toiminnan. (Parikka 2007, 28–29.) Yritysvierailuilla kuulumme henkilösuhteiden merkityksen

näkyvän myös yrityskulttuurissa siten, että ihmiset ovat enemmän uskollisia tietyille henkilölle kuin itse yritykselle. Jos siis kyseinen henkilö vaihtaisi työpaikkaa, seuraisivat asiakkaat häntä, vaikka he eivät saisi samoja etuja kuin edellisessä yrityksessä.

Venäjällä on paljon korruptiota, ja se selittyy suurella valtaetäisyydellä ja yhteisöllisyydellä. Virkamiehet ajattelevat, että heille kuuluu osuus jonkun toisen menestyksestä ja ottavat sen. Kollektiivisuus tarkoittaa myös sitä, että venäläiset ovat hyvin perhekeskeisiä. (Mts. 32–33.) Venäjällä valehtelua ei paheksuta samalla tavoin kuin Suomessa. Valehteleva on venäläisille enemmänkin kyky nähdä tosiasiat. Venäjällä suora puhe ei tehoa, koska kun he puhuvat, he puhuvat koko ryhmän suulla, eivät vain kerro omaa mielipidettään. Ongelmia ja konflikteja vältellään viimeiseen asti. (Mts. 34–35.)

Kollektiivisuus juontaa juurensa Venäjän historiasta. Jopa vuodelta 1000 on löydetty viittauksia kollektiiviseen rangaistusjärjestelmään. Koko kylä oli vastuussa yhden henkilön tekemästä rikoksesta. Sama suunta oli vielä 1900-luvulla, jolloin valtiopetoksissa syytettynä olleen koko perhe joutui panttivangiksi tai jopa ammuttavaksi. (Mts. 36.)

Maskuliinisuutta mittaava indeksi (Masculinity) arvioitiin Venäjällä olevan 36, kun Suomessa luku on 26 (Geert Hofstede TM Cultural Dimensions 2009). Tämä tarkoittaa sitä, että Venäjä on maskuliinisempi maa kuin Suomi. Suomessa siis arvostetaan enemmän elämän laatua ja toisista huolehtimista kuin Venäjällä. Korkean maskuliinisuusluvun saavan maan asukkaat arvostavat enemmän niin sanottuja kovia arvoja, joita on muun muassa aineellinen menestys. Parikan (2007, 40) mukaan Venäjällä näkyy vahva maskuliinisuus naisen ja miehen roolijaossa, jossa oletetaan miehen olevan kova ja aineellista menestystä tavoitteleva ja naisen olevan kiinnostunut elämän laadusta. Sukupuoliroolien korostaminen ei aina ole huono asia, sillä naisille on hyödyllistä käyttäytyä avuttomasti virkavallan edessä. Tällöin häntä saatetaan armahtaa. Tämä pätee myös ulkomaalaisiin naisiin. (Mts. 41.) Matkallamme otimme huomioon, että naisen voi olla helpompi selviytyä mahdollisesta tukalasta tilanteesta käyttäytymällä avuttomasti. Ryhmämme koostui pelkästään naisista, joten avuttomuuden esit-

täminen helpotti, kun jouduimme tekemisiin virkavallan kanssa. Tästä kerromme enemmän luvussa 6.

Kuitenkin Venäjällä on feminiinisiäkin piirteitä, joita ovat ystäväverkkojen arvostus, tunteiden näyttäminen ja suhtautuminen työntekoon. Työ ei ole Venäläisille kuitenkaan yhtä kuin elämä. Maskuliinisuus taas näkyy esimiesten ja opettajien kovuutena sekä kompromissin tekemisen häpeällisyydestä. (Mts. 42.) Opintomatkamme huomioimme, että venäläisten miesten ja naisten välinen suhde näkyi katukuvassa esimerkiksi siinä, että miehet ritarillisesti kantoivat naisten laukkuja ja availivat ovia. Metrossa yllätyimme, kun ikäisemme miehet nousivat seisomaan antaakseen meidän naisten istuutua. Oppaamme Lilia Fedorovakin kertoi useaan otteeseen tästä suuresta kulttuurisesta erosta maidemme välillä.

Hofsteden ulottuvuuksien neljäs indeksi mittaa epävarmuuden välttämistä (Uncertainty Avoidance Index), joka on Venäjällä 95 ja Suomessa 59 (Geert Hofstede TM Cultural Dimensions 2009). Venäläiset suhtautuvat yllättäviin tilanteisiin suomalaisia huomattavasti huonommin. Kulttuureissa, joissa vältellään epävarmuutta, kaivataan järjestäytyneisyyttä ja selkeästi ennustettavia tapahtumia. Moniselitteisyyden vähentämiseksi käyttäytyään riskialttiisti. Vanhat ja tutut riskit ovat hyväksyttäviä, mutta uusien riskien ottamista vältellään. Venäläisten viehtymys uhkapeleihin selittyy tällä. (Parikka 2007, 45.) Tämän vuoksi myös venäläiset ovat katukuvassa usein vakavia ja jopa epäkohteliaita ulkomaalaisille. He kokevat vihamielisyyttä erilaisia kulttuureita kohtaan. Vaikka Venäjän laki ei määrää pitämään mukanaan henkilöllisyystodistusta, saattaa miliisi silti pysäyttää kadulla kävelijän ja pyytää todistamaan henkilöllisyytensä. Suomalaisia tarkastetaan kuitenkin harvoin. Syynä tähän on suomalaisten slaavilainen ulkonäkö, joka ei herätä epäluuloja. Epäluuloja herättää vieras ulkonäkö, ei vieras kieli tai vieras tapakulttuuri. Äärimmäisestä muukalaisvihasta, rasismista näkee uutisia Venäjän tiedotusvälineissä hyvin usein. (Mts. 171, 175–176.) Meidän oli varauduttava siihen, etteivät venäläiset ole välttämättä kovin kohteliaita ulkomaalaisille. Onneksi ulkonäkömme ei herättänyt katukuvassa liikaa huomiota. Matkan aikana osa opiskelijoista koki tylyä kohtelua, joka saattoi johtua siitä, että puhuimme asiakaspalvelijoille englanniksi.

Myös byrokraatia juontaa juurensa epävarmuuden välttämällä. Venäjällä on paljon sääntöjä ja ohjeita, jolloin tulee mielikuva siitä, että on varauduttu kaikkeen. Kuitenkaan säännöt eivät välttämättä toimi. (Mts. 46.) Asiaan kuuluu myös sananvapauden ongelmat. Venäjällä ei suvaita erilaisia ajatuksia. Parikka kertoo, että Hofsteden mukaan kulttuurit, joissa on suuri epävarmuuden välttämisyrittäminen, tuottavat suuria ajattelijointa ja filosofeja. Venäjältä onkin tullut paljon filosofeja sekä kirjailijoita. On tyyppillistä, että ajattelu ja pohdiskelu keskittyvät usein pieniin ja mitättömältä tuntuviin asioihin eikä kokonaisuutta nähdä. (Mts. 47.) Opintomatkamme Venäjän kulttuuriin kuuluva epävarmuuden välttäminen näkyi muun muassa tullimuodollisuuksissa. Matkustaessa Suomesta Venäjälle viisumin lisäksi tarvitsee täyttää maahantulokortti. Kortin toinen osa on pidettävä mukana koko matkan ajan ja se on leimattava majapaikassa. Maasta poistuessa maahantulokortti on annettava tullivirkailijalle. Jos kortti häviää, syntyy ongelmia. Tällaisilla byrokraattisilla keinoilla venäläiset pyrkivät välttämään ongelmia, vaikkakin monimutkaiset paperisodat saattavat etenkin ulkomaalaisista tuntua juuri päinvastaisilta. Vieraillessamme Pietarissa Sokos Hotel Palace Bridgessä kuulimme markkinointijohtaja Satu Oksaselta (2009) hyvinkin paikkaansa pitävän lauseen ”Venäjällä mikään ei toimi, mutta kaikki on järjestettävissä”. Havaitsimme lauseen olevan täyttä totta opintomatkamme aikana.

Hofsteden viidettä kulttuuriulottuvuutta, aikajännettä, ei Venäjän kohdalla ole arvioitu. Parikka pohtii aikakäsitystä kuitenkin kirjassaan. Venäläisten kyvyttömyys ennakoita tulevaisuutta näkyy muun muassa siinä, että Venäjällä ei olla huolissaan ilmastomuutoksesta. Osasyynä voi tosin olla se, että maa voittaa ilmastomuutoksessa. (Mts. 54–55.) Näkemykselle lyhyestä aikajänteestä perustuu myös venäläisten tuhlaavaisuus. Parikka korostaa, että hänen pohdintansa ovat yleisiä huomioita venäläisen kulttuurin piirteistä. Yksittäiset kansalaiset voivat olla myös tästä kuvauksesta eroavaisia. (Mts. 55–56.) Tulevaisuuden ennakoimattomuus näkyi muun muassa siinä, ettemme saaneet tarkkoja aikoja alustavaan matkaohjelmaamme. Kaupunkioppaamme mukaan aikatauluttaminen olisi ollut mahdotonta. Markkinointijohtaja Satu Oksanen (2009) kertoi meille myös siitä, että venäläiset ottavat hyvin paljon riskejä. Tästä esimerkkinä on se, että Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen maa pääsi hyvinkin nopeasti jaloilleen. Venäläiset perustavat Oksasen mukaan yrityksiä hetken mielijoh- teesta, kun taas suomalaiset teettävät laajoja markkinointitutkimuksia siitä, kannat-

taako yritystä perustaa. Oksasen mukaan venäläiselle yritykselle 10 vuotta on jo pitkä aika. Lyhyt aikajänne näkyy siis myös erilaisten ja mielenkiintoisten yritysten määrässä. Matkallamme tällainen oli esimerkiksi ”Raskaana olevan naisagentin kapsäkki”-kahvila.

Yhteenvetona voisi sanoa, että Venäjä on maa, jossa vallitsee suuri valtaetäisyys. Se on maa, joka on myös yhteisöllinen sekä suhteellisen maskuliininen. Venäläiset suhtautuvat yllättäviin tilanteisiin todella huonosti ja heillä on paljon ennakkoluuloja ulkomaalaisia kohtaan. Venäläiset eivät välttämättä ajattele asioita kovin pitkälle tulevaisuuteen, vaan elävät tässä hetkessä.

Mistä venäläisyys on tehty?

Etsittäessä vastausta kysymykseen, mistä venäläisyys on tehty, on tutkittava tarinoita ja ilmiöitä, joita venäläiset itse ovat kirjoittaneet, mitä he ovat halunneet ja tuottaneet. Kuvataide, kirjallisuus, musiikki, runot, laulut ja elokuvat antavat meille vastauksen. (Huttunen 2006, 270.) Opintomatkamme tarjoaa loistavan mahdollisuuden tutkimiseen. Balettiesitys, ruoka ja ruokatavat, museot ja kaikki mitä näemme ja koemme matkan aikana, sitä ennen ja sen jälkeen, auttavat meitä ymmärtämään venäläistä kulttuuria.

Venäläiset ovat hyvin ylpeitä kulttuuristaan. Klassinen musiikki, teatteri ja kirjallisuus ovat erittäin arvostettuja ja korkeatasoisia. Konsertti- ja teatterilippujen hinnat ovat Suomen hintoja edullisempia. Venäläiset itse eivät tosin enää käy teatterissa ja konserteissa yhtä paljon kuin ennen. Yllättävää on, että ulkomaalaisilta saatetaan rahastaa museokäynneistä enemmän kuin paikallisilta. (Yhteiskunta, kulttuuri ja media 2006.) Esimerkiksi opintomatkallemme Eremitaasiin pääsi venäläisellä passilla ilmaiseksi, kun taas ulkomaalaisilta sisäänpääsy maksoi kuusi euroa.

Vaikka Venäjällä onkin useita eri kansoja, joilla on erilaisia kulttuuriperintöjä, on heillä kuitenkin kaikilla yksi yhdistävä tekijä: isovenäläinen kulttuuriperinne, johon kuuluvat venäjän kieli sekä isolta osaltaan myös kansanperinne ja kulttuuri. Venäjän kaksi suurinta etnistä ryhmää ovat pohjois- ja etelävenäläiset. Näiden välissä on keski-venäläiset, joiden kulttuuri muotoutui yhdistäväksi tekijäksi etelän ja pohjoisen välis-

sä. Venäjän kieli on saanut alkunsa keskivenäläisestä eli moskovalaisesta murteesta. (Vituhnovskaja 2006a, 70–71.)

Venäläinen kansanperinne ei ole säilynyt kovin hyvin. Pietari Suuren aikana oli käynnissä länsieurooppalaistumisprosessi, jonka vuoksi perinteitä on kadonnut. Myös Stalinin aikana kansanperinteitä katosi paljon, kun maanviljelijöitä karkotettiin. Kaupunkien kasvu ja kehitys on osaltaan vaikuttanut perinteiden häviämiseen. Siltikään kansanperinne ei ole kuollut. Venäjällä on kansantaiteen keskuksia, joissa tehdään perinteisiä venäläisiä käsitöitä. Ortodoksinen kirkko pitää myös yllä vanhoja perinteitä omalta osaltaan. Vanhojen perinteiden rinnalle on kehittynyt paljon myös uusia perinteitä, kuten esimerkiksi uudet hää- ja synnytysmenot. (Vituhnovskaja 2006a, 71–72.)

Jo Pietari Suuren ajoista lähtien ovat venäläiset yhteiskuntaluokat olleet hyvin jakautuneita. Oli alaluokka ja yläluokka. Alaluokkaan kuului talonpoikaisto, joka eli kansankulttuurin maailmassa. Yläluokkaan kuului niin sanottu sivistyneistö, joita olivat aateliset. Yläluokka eurooppalaistui nopeasti ja kehittyi ”korkeakulttuuri”. Myöhemmin sivistyneistöön kuuluivat myös papit ja muut kansalaiset, joilla oli mahdollisuus hankkia sivistys. Syntyi myös älymystö, johon kuuluivat eräänlaiset venäläistä yhteiskunnallista omaatuntoa edustavat henkilöt, kuten esimerkiksi Anton Tšehov. (Vituhnovskaja 2006b, 125.)

Rossija eli Venäjän valtio eroaa etnisestä Venäjästä (Rus). Rus nimeä käytetään Isosta-Venäjästä, joka on Kiovan, nykyään Moskovan aluetta. Nykyään Venäjä nähdään imperiumina tai kansallisvaltiona. Symboleilla, niin virallisilla kuin etnisillä, on vaikutusta perimmäiseen venäläisyyteen. (Hellberg-Hirn 2006, 137–138.) Virallinen symboli Venäjällä on kaksipäinen kotka, joka korvasi Neuvostoliiton sirpin ja vasaran. Kotka on alueellinen symboli ja merkitsee virallista valtaa. Venäjän lippu vaihtui Neuvostoliiton punaisesta lipusta nykyään käytössä olevaan sinivalkopunaraitaiseen lippuun. Alun perin kyseinen lippu oli käytössä jo Pietari Suuren aikana, jolloin se oli kauppalaivaston lippu. Armeijan lippu oli kuitenkin punainen, joten Neuvostoliiton väriksi tuli punainen. (Mts. 138–140.)

Muita symboleja Venäjällä on muun muassa karhu, jolla on merkittävä asema kansantarinnoissa. Sauna, eli venäläisittäin banja, on venäläisille tärkeä paikka. He pitävät banjaa kansallisena keksintönä samoin kuin suomalaiset. Saunaperinteissä onkin paljon yhteisiä piirteitä. Koivu on myös tärkeä symboli venäläisille. Kuten pohjoismaissa, myös Venäjällä se on kotimaan symboli. Koivu on mukana myös erilaisissa venäläisissä rituaaleissa ja liitetään usein nuoreen tyttöön. Laulu ja tanssi liittyvän olennaisesti yhteen, ja on merkki jo lapsiin juurrutetusta kollektiivisuudesta. Laulu on myös säästännyt työn tekoa sekä juomista. Laulu on hyvä keino ilmaista tunteita. Tansseja on alkuaan säästetty balalaikalla, ja ne ovat olleet piiritansseja nuorten keskuudessa. Paritanssi tuli kuvaan mukaan myöhemmin. Laulu- ja tanssikulttuuri on Venäjällä saanut paljon vaikutteita mustalaiskuoroilta. (Hellberg-Hirn 2006, 149–151.) Pääsimme tutustumaan gruusialaiseen tanssiperinteeseen lauantai-iltana illastaessamme gruusialaisessa ravintolassa.

Viestintä ja kulttuuri

Kohtaaminen toisesta kulttuuritaustasta tulevan kanssa saattaa aiheuttaa epävarmuutta ja ahdistusta. Emme tiedä, miten toinen käyttäytyy ja reagoi asioihin. Epävarmuutta voidaan välttää hankkimalla tietoa toisesta osapuolesta. Jos henkilöt löytävät jonkin yhdistävän tekijän, epävarmuus vähenee. Toinen tapa epävarmuuden vähentämiseksi on viestintätilanteiden sääntöjen tuntemus. (Salo-Lee ym. 1998, 16.) Opintomatkamme yhtenä tarkoituksena onkin juuri kommunikoinnin ja viestinnän kehittyminen suomalaisten ja venäläisten välisessä kohtaamisessa. Jotta osaisimme välttää epävarmuutta esimerkiksi asiakaspalvelutilanteissa venäläisten kanssa, on meidän tiedettävä asioita ja tapoja heidän kulttuuristaan. Tällöin saamme yhdistävän tekijän välillemme ja tilanteessa ei synny ahdistusta ja epävarmuutta. Saimmekin hyviä vinkkejä etenkin vieraillessamme Kymi Travelissa Pietarissa. Heidän mukaansa venäläisille aikataulut eivät ole yhtä tärkeitä kuin suomalaisille ja venäläiset sopeutuivat esimerkiksi muuttuvaan matkaohjelmaan hyvin. Venäläisten asiakkaiden kanssa on oltava kärsivällinen ja jaksettava jutella niitä näitä, vaikka kauppoja ei heti syntyisikään. Vierailullamme Kymi Travelin toimistossa huomasimmekin, että toimiston työntekijät olivat kanssamme kärsivällisiä ja vastailivat kysymyksiimme mielellään. Suomalaisessa yrityksessä olisi saatettu olla hätäisempiä, etenkin kun toimistossa kävi samaan aikaan myös muita asiakkaita.

Stereotyyppit ovat johonkin tiettyyn ihmisryhmään suuntautuva ennakkokäsitys. Ne kuvaavat tiettyä ryhmää, eivät yksilöä. Stereotyyppien avulla hahmotamme maailmaamme ja ne ovat välttämättömiä, koska stereotyyppit ovat osa ihmisten kognitiivista järjestelmää. Stereotyyppit kuvaavat sitä, millaisia tiettyyn ryhmään kuuluvat ihmiset tulevat olemaan ja niiden avulla pystymme ennakoimaan toisten ihmisten käyttäytymistä. Kun stereotyyppit eivät laita ihmisiä arvojärjestykseen ja ne muuttuvat kokemusten karttuessa, stereotyyppit ovat positiivisia. Stereotyyppit muuttuvat ennakkoluuloiksi silloin, kun stereotyyppit kohdistetaan yksilöön, niistä ei olla tietoisia, niitä ei muuteta ja niille annetaan liioiteltu negatiivinen tai positiivinen arvo. Stereotyyppit ja ennakkoluulot vaikuttavat kanssakäymiseen yksilöiden ja ryhmien välillä. Kielteiset odotukset aiheuttavat epävarmuutta, kun taas myönteiset odotukset vähentävät sitä. (Mts. 17–18.) Viestintää helpottaa kulttuurien päällekkäisyys. Akateemisesti koulutautuneet ymmärtävät paremmin toisiaan, samoin kuin teollistuneiden maiden kansalaiset. Suoraa ja epäsuoraa viestintää käytetään kaikissa kulttuureissa. Ihmisten viestinnässä vaikuttaa myös suhteet ja tilanteet. (Mts. 7-9.)

Venäjän kieli on suurelle osalle suomalaisista täysin tuntematon, vaikka rajanaapureita olemmekin. Mielikuvissa venäjän kieltä pidetään vaikeana ja jopa pelottavana. Pelottavalta kieli tuntuu siksi, että Venäjä on ollut monessa vaiheessa Suomen vihollinen. Kouluissa venäjää ei opiskella kovinkaan paljoa, vaikka käyttöä kielelle olisikin. Kyrilliset aakkoset vaikeuttavat kielen opiskelua, ainakin mielikuvissa. Käytännössä kyrillisten kirjaimien opetteluun ei kulu paljoakaan aikaa. (Mustajoki 2006, 22.)

Venäläinen tapakulttuuri

Venäläiseen kulttuuriin kuuluu kättely niin tavatessa kuin erotessakin. Samat henkilöt saattavat saman päivän sisällä kätellä toisiaan useampaankin otteeseen. Jos kättelyn kohteena on lähempi tuttava, voi hänen kätensä ottaa kaksin käsin puristettavaksi. Kaikkein läheisimmille tervehdystapana on suuteleminen. Ulkomaalaiselta ei odoteta suutelemista, mutta jos häntä suudellaan, on venäläinen aloitteen tekijänä. Kuten tervehdyksissä, eivät venäläiset yleensä karta koskettaa toista. Venäläiset kulkevat kadulla usein käsikynkkää. Eri sukupuolta olevat voivat kulkevat käsi kädessä,

vaikka olisivat vain ystäviä. Mies voi tarjota kätensä naiselle, jos esimerkiksi kadulla on liukasta. (Venäjäkirja 1998, 73.)

Yleensä venäläiset eivät puhuttele toisiaan pelkällä etunimellä. Jos näin kuitenkin tapahtuu, kyseessä ovat hyvät ja pitkäaikaiset ystävykset. Tällöinkään nimi ei ole perusmuodossa, vaan käytetään niin sanottua hellittelynimeä. Yleisesti venäläiset puhuttelevat toisiaan yhdistelmällä etunimi - isännimi. Tämä yhdistelmä vaatii teitittelyä, joten teitittely on Venäjällä hyvin yleistä. Sinuttelua on hyvien ystävien lisäksi ainoastaan lasten välillä tai aikuisen ja lapsen välillä. Tuttavallisesti puhuteltaessa nimi ja isännimi saattavat helposti sulautua yhteen. (Venäjäkirja 1998, 73–74.)

On kohteliasta korostaa naisen asemaa ja roolia yhteiskunnassa. Naiselle avataan ovia, lausutaan kohteliaisuuksia ja naisten kauneutta ylistetään. Naiset myös korostavat omaa naiseuttaan pukeutumisellaan ja tavoillaan. Venäläiselle naiselle on tärkeää olla naisellinen ja viehättävä, jonka vuoksi he pukeutuvat hyvin huolellisesti. Suomalaiselle naiselle pukemiensa vaatteiden kauneus ei merkitse yhtä paljon. Suurin osa venäläisistä naisista on työssä käyviä äitejä hoitaen lapsia ja isovanhempia. Venäjällä perhe käsittää myös isovanhemmat, jotka auttavat lastanlasten hoidossa. Lapset huolehtivat taas isovanhemmista, kun he eivät enää kykene itsestään huolehtimaan. Asuntojen korkeiden hintojen vuoksi isovanhemmat usein myös asuvat lastensa kanssa samassa taloudessa. (Vithunovskaja 2006b, 128–130.)

Kuten muualla maailmassa, myös Venäjällä ruokasymboliikka liittyy naisten maailmaan. Nykyään kiinnostus vanhoihin ruokaperinteisiin on uudelleen herännyt, vaikka perinteet katosivatkin lähes kokonaan Neuvostoliiton aikana. Ruokaperinteet näkyivät etenkin ennen hyvin pääsiäisenä, uutena vuotena, häissä ja hautajaisissa. Rituaaliruokia ovat muun muassa letut eli blinit, joita perinteisesti on tarjottu kuolleita muistellessa. Pasha oli kirkon siunaamaa ruokaa, jota tarjottiin 40 päivän paaston jälkeen pääsiäisenä. Paastoa ennen syötiin perinteisesti blinejä, voisulaa, mätiä ja sipulia. Ruokaperinteistä on erilaisia variaatioita asuinpaikasta ja sosiaaliluokasta riippuen. Mielikuva venäläisestä vieraanvaraisuudesta korostuu runsain määrin tarjottavasta kotiruuasta. (Hellberg-Hirn 2006, 144-146.)

Venäläisten ajotapa on omalaatuinen ja saattaa aiheuttaa harmaita hiuksia. Venäjällä on mahdollista saada ajokortti rahaa vastaan, vaikka ei läpäisisi ajokoetta. Tämän vuoksi kaikki autoilijat eivät tunne edes liikennesääntöjä, vaikka autoa ajavatkin. Moskovan ja Pietarin tieverkostoja kehitetään jatkuvasti, mutta silti niitä ei ole riittävästi. Venäjän liikennekulttuuriin tuo oman lisänsä venäläisten kiivas luonne, macho-kulttuuri ja uskon kohtaloon. (Parikka 2007, 107–108.) Ennen matkalle lähtöä kuumimme usealta ihmiseltä, että liikenne Pietarissa saattaa olla todella hurjaa. Esimerkiksi projektisihteeri Tuija Mäkinen (2008) Suomi-Venäjä -seurasta mainitsi, että Pietarissa autoilija on kuningas, joka ei väistä jalankulkijaa. Hän varoitteli meitä myös ruuhkista, joiden vuoksi meidän oli varattava runsaasti aikaa siirtymisiin paikasta toiseen. Koska osasimme varautua ruuhkiin, emme kokeneet matkan aikana niitä kovin haitallisiksi. Olisi ollut eri asia, jos emme olisi tienneet ruuhkista, jolloin ne olisivat olleet meille epämieluisa yllätys.

Uskonto ja juhlat

Median välittämän kuvan mukaan Venäjällä uskonnolla on yhteiskunnallisesti hyvin merkittävä asema. Silti todellisuus ei vastaa tätä kuvaa. Käytännössä venäläisten uskonnollisuus näkyy hyvin vähän, mutta kuitenkin julkisesti keskustellaan hyvinkin paljon uskonnosta. Uskontokulttuuria käytetään kansallisen identiteetin vahvistamisessa. Uskonto on Venäjällä huippumuotia. On yleistä, että venäläiset kutsuvat itseään mieluummin ortodokseiksi kuin uskovaisiksi. Jopa ateistit saattavat kutsua itseään ortodokseiksi. (Parikka 2007, 246–247.)

Venäjällä on hyvin paljon erilaisia juhlapäiviä, ja niiden juhlinta on hyvin seremoniallista. Edustavimpia juhlia ovat voitonpäivän juhla ja hallitsijoiden virkaanastujaiset. Vapaapäivän oikeuttavia juhlia ovat muun muassa vappu ja naistenpäivä. Niin lapset kuin aikuisetkin pitävät vuoden kohokohtana uutta vuotta. Muita merkittäviä juhlan aiheita ovat syntymäpäivät, häät, kaste ja hautajaiset. (Mts. 334–336, 339, 343.) Kun suunnittelimme opintomatkan ajankohtaa, saimme kuulla, että pääsiäisen jälkeen matkat kallistuvat, koska kesäkausi alkaa. Tosin emme huomanneet suunnitellessamme, että venäläinen pääsiäinen ei ole samaan aikaan kuin suomalainen pääsiäinen. Kuitenkin olemme tyytyväisiä valitsemaamme ajankohtaan, koska viikkoa myö-

hempi ajankohta olisi saattanut rajoittaa lähtijöiden lukumäärää suomalaisen pääsiäisen vieton vuoksi.

Venäläinen juomakulttuuri

Parikka kertoo kirjassa Äiti-Venäjän aapinen venäläisten alkoholinkäytöstä. Vaikka viini ja olut ovat muutamina viime vuosina tulleet suosituimmiksi, on vodka silti ehdottomasti suosituin. (Parikka 2007, 59.) Venäjällä juodaan paljon myös teetä. Vodka ja tee ovatkin kuuluneet venäläiseen juomaperinteeseen yli 300 vuotta. (Hellberg-Hirn 2006, 147.) Kuohuviini on myös hyvin suosittu juoma Venäjällä. Se kuuluu jokaiseen juhlaan, jopa hautajaisiin. (Parikka 2007, 69.)

Länsi-Euroopassa odotettavissa oleva elinikä on 12 vuotta pidempi kuin Venäjällä ja syynä on juuri alkoholi. Kuitenkaan kaikki venäläiset eivät ole alkoholin suurkuluttajia, esimerkiksi islamilaisilla alueilla kulutus on erittäin vähäistä. Suurkaupungeissa liikkueensa matkailijat eivät välttämättä näe alkoholin vaikutusten epämukavaa puolta, mikä on esillä maaseudulla. (Mts. 61–63.) Vaikka alkoholismi on ongelma, ei silti ole hävettävää olla juovuksissa, ja yhteiskunta suhtautuu alkoholin käyttöön hyvinkin sallivasti. Alkoholia nautitaan yleensä porukoissa, käydään ulkona ja seurustellaan. (Vituhnovskaja 2006c, 109.) Vaikka runsasta alkoholinkäyttöä ei Venäjällä paheksutakaan, oli meidän kuitenkin ulkomaalaisina, nuorina naisina oltava varovaisia alkoholin käytössämme opintomatkan aikana. Liiallinen alkoholin nauttiminen olisi saattanut johtaa epämieluisiin ja vaarallisiin tilanteisiin, kuten väkivallan uhriksi joutumiseen.

Suomalaisten suhtautuminen venäläisiin

Suomalaisten suhtautuminen venäläisiin sisältää kaunaa ja epäluuloa. Toisaalta on myös väitetty, että suomalaiset ymmärtävät venäläisiä paremmin kuin muut kansat. Emme ole ainoa maa, jolla on nihkeät välit rajanaapuriinsa. On kuitenkin syytä unohtaa ongelmamme naapurimaata kohtaan ja ajatella, että meillä on rajanaapurina maailmaan suurin maa, jonka rikas kulttuuri näkyy myös meidän elämässämme. (Mustajoki 1998, 151.)

Asenteemme venäläisiä kohtaan ei johdu niinkään paljon sodista, vaikka niilläkin on ollut vaikutusta. Arastelumme naapurikansaa kohtaan johtuu pitkälti siitä, että protestanttisuus ja ortodoksisuus kohtaavat kansakunnan luonteen ilmentäjinä. Protestanttisessa maailmankuvassa korostuu työnteon kunnioitus, järjestys ja täsmällisyys, rationaalisuus ja jossain määrin elämän askeettisuus, jotka ovat suomalaisille tapaa ajatella. Meidän näkökulmastamme venäläiset ovat siis laiskoja, epäluotettavia ja epärationalisia. Epärationalisuudella tarkoitetaan naapurikansan uskoa ihmeisiin, joka pelastaa heidät pulasta. Työhön suhtaudutaan Venäjällä huolettomammin kuin meillä. (Mts. 151–152.)

Toisaalta, vaikka saatamme ajatella venäläisistä negatiivisesti, myös hiukan kadehdimme heitä. He osaavat juhlia pientäkin onnistumista, heillä on usko huomiseen ja he ovat erittäin vieraanvaraisia. Vaikka Venäjältä tulisikin karu ja pelottava kuva, venäläisten ystäväverkot luovat heille turvallisuutta niin henkisesti kuin sosiaalisesti. Koemme vetovoimaa myös venäläiseen musiikkiin. Yhteisiä piirteitä löydämme naapurikansamme ainakin saunasta ja vodkasta. (Mts. 152.)

Venäläisten mielikuva suomalaisista

Venäläisillä on oletus, että suomalaiset ja venäläiset ovat läheisiä kansoja ja että olemme paljon kanssakäymisessä. Suomi ja suomalaiset eivät kuitenkaan ole oleellinen osa venäläistä kulttuuria. Moni venäläinen ei edes tiedä, että maamme ovat soittineet keskenään. Tämä johtuu Neuvostoliiton luomasta kuvasta, että Suomi on oikea mallinaapuri. (Parikka 2007, 310.) Fedorova mainitsi meille paluumatkalla Pietarista Jyväskylään, miten talvi- ja jatkosota oli hänen kouluaikaansa kerrottu oppikirjoissa. Sodat olivat Neuvostoliitossa selitetty välikohtauksena Suomen ja Venäjän välisellä rajalla.

Usean venäläisen mielikuva suomalaisista on, että olemme kylmiä ja kummallisia. Käsitelmän on muokannut suurilta osin venäläinen media, koska harvalla venäläisellä on kokemuksia suomalaisista. Kuitenkin venäläisten käsitys meitä kohtaan on parempi kuin muita naapurimaita kohtaan. (Mts. 317.)

Venäläiset pitävät suomalaisten kommunikointitapaa vastakohtana venäläisten kommunikoinnille, ainakin tutkijoiden mukaan. Pääpiirteinä suomalaisessa kommunikoinnissa heidän mukaansa on kohteliaisuus ja seurallisuus. Venäläisten käsitystä suomalaisista on muokannut hyvin paljon myös Ville Haapasalon tähdittämä elokuva "Metsästyksen kansalliset erityispiirteet". Haapasaloa pidetäänkin suomalaisuuden perikuvana. Haapasalon roolihahmo edusti elokuvassa järjen ääntä ja rauhallisuutta. (Mts. 317–319.)

5 OPINTOMATKAN PALVELUKETJU

Palveluprosessissa matkailutuote varsinaisesti syntyy matkailijan käyttäessä palvelujärjestelmää, joka on suunniteltu palvelukonseptin mukaisesti. Tuote muotoutuu yhteistyössä matkailijan, henkilökunnan ja muiden matkailijoiden välillä. (Borg ym. 2002, 130.) Koska Komppulan ja Boxbergin (2002, 12.) mukaan kokonaismatkailutuote saa alkunsa silloin, kun henkilö alkaa suunnitella sitä, päätimme sisällyttää matkan markkinoinnin osaksi palveluprosessia. Aloitimme kuitenkin aluksi kertomalla opinnäytetyön alkuvaiheista ja varsinaista palveluprosessia edeltäneistä tapahtumista.

5.1 Opintomatkan valmistelut

Saimme idean opintomatkan järjestämisestä Pietariin keväällä 2008, ja kypsyttelimme aiheita kesän yli. Syksyllä palattuamme kouluun päätimme tehdä opinnäytetyön kyseisestä aiheesta. Opinnäytetyön aihe-esittelyn jälkeen saimme työllemme ohjaajat. Aloitimme työn ideoimalla opintomatkaa ja tutustumalla kohdekaupunki Pietariin. Kartoitimme potentiaalisia matkustusmuotoja, joista parhaimmaksi koimme linja-autokuljetuksen. Lähetimme tarjouspyyntöjä bussikuljetuksesta Jyväskylästä Viipurin kautta Pietariin ja takaisin Jyväskylään. Kohdistimme tarjouspyynnöt Keski-Suomen alueelle. Kaiken kaikkiaan lähetimme tarjouspyyntöjä kahdeksalle yritykselle. Opinnäytetyömme ohjaajat kuitenkin pitivät parempana, että ennen käytännön

toteutusta kirjoitamme ensin teoriaa siitä, mitä oikeastaan aiomme tehdä. Tämä oli erittäin hyvä ohje, sillä näin opinnäytetyöllemme tuli pohja ja kaikki käytännönvalinnat ovat perusteltuja.

Halusimme saada rahallista tukea opintomatkallemme, jotta opiskelijoiden matkustuskustannukset olisivat alentuneet hieman ja mahdollisuus osallistua matkalle olisi lisääntynyt. Kävimme tapaamassa Keski-Suomen liiton suunnittelujohtajaa. Hän kuitenkin kertoi, ettei meillä olisi mahdollisuutta saada hankerahoitusta opintomatkallemme, ellei se jotenkin konkreettisesti liittyisi Keski-Suomen matkailun kehitykseen. Suunnittelujohtaja ideoi, että olisimme voineet matkallamme käydä messuilla markkinoimassa maakuntaa matkailukohteena. Tämä ei kuitenkaan ollut työmme idea, joten jouduimme luopumaan ulkopuolisen tuen saamisesta.

Koska emme itse olleet käyneet Venäjällä tai Pietarissa, halusimme saada asiantuntijan näkökulmaa ja neuvoja matkaamme varten. Loppusyksystä 2008 vierailimme Tampereella Suomi-Venäjä -seuran Länsi-Suomen piirijärjestön toimistossa, jossa haastattelimme projektisihteeri Tuija Mäkistä. Kysyimme häneltä muun muassa, mitä hänen mielestään suomalaisten olisi hyvä oppia Venäjän matkallaan, mitkä olisivat tärkeimpiä nähtävyyksiä ja mitä meidän tulisi ottaa huomioon matkallamme. Mäki-seltä saimme paljon tietoa kohteiden ja aktiviteettien lisäksi muun muassa turvallisuudesta ja ruokailumahdollisuuksista. Kävimme keskustelemassa myös Jyväskylän ammattikorkeakoulun Liiketoiminta ja palvelut -yksikön kansainvälisten asioiden koordinaattorin Risto Korkia-Ahon kanssa mahdollisesta yhteistyöstä opintomatkan järjestämiseen liittyen, koska hän oli jo useana vuonna järjestänyt opintomatkoja Pietariin. Matkoillamme oli kuitenkin hieman erilaiset tavoitteet, joten päädyimme järjestämään erilliset opintomatkat.

Ennen joululomaa laadimme Digium-kyselyn, joka lähetettiin koulumme MTA:n ja MPA:n opiskelijoille, jotka ovat aloittaneet opintonsa vuosina 2005–2007. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, miten tehdä opintomatkatuotteesta asiakaslähtöinen, eli kartoittaa potentiaalisten matkalle lähtijöiden mielipiteitä ja ehdotuksia matkan sisällön suhteen. Tuija Mäkisen haastattelusta saimme kyselyymme nähtävyyks- ja käynti-kohdevaihtoehtoja. Kyselystä kerrottiin tarkemmin luvussa 3.2.

Tapasimme alkuvuodesta Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes Oy:n Venäjän-koordinaattorin. Hän antoi meille vinkkejä siitä, mihin mahdollisesti voisimme mennä yritysvierailulle Pietarissa. Koordinaattori ehdotti meille tutustumista Suomen Tien ja Finpron toimistoihin, jotka markkinoivat Suomen matkailua Venäjällä. Saimme häneltä myös karttoja ja muita esitteitä Pietarista. Olimme yhteydessä Suomen Tiehen ja Finprohon, mutta valitettavasti emme päässeet kumpaankaan paikkaan yritysvierailulle matkallamme. Tästä kerromme hieman lisää luvussa 5.3.

Tahdoimme opintomatkallemme mukaan venäjän kieltä osaavan ja paikallisen kulttuurin tuntevan ihmisen, sillä itsellämme näitä taitoja ei ollut. Tapasimmekin alkuvuodesta Lilia Fedorovan, jonka kanssa neuvottelimme hänen mukaan lähtemistään ja matkaohjelmasta. Fedorova oli innokkaasti lähdössä matkalle mukaan, ja hänellä oli paljon ideoita ohjelman suhteen. Hän otti yhteyttä tuttavaansa, jolla on vuosien kokemus Venäjän matkojen järjestämisestä. Alkuvuodesta olimme tehneet tarjouspyyntöjä myös Matka-Töysälle, Neva Toursille ja Aikamatkoille. Varasimme matkan loppujen lopuksi Fedorovan tuttavalta T:mi Leenan Matkoilta. Leenan Matkojen tarjous oli edullisin, ja lisäksi siihen sisältyivät kolmen tunnin kaupunkikierron ja opas. Työtämme helpotti myös Leenan Matkojen joustavuus, sillä viimeinen peruutusajankohta tarjoukselle oli kuukautta ennen matkaa, 1.3.2009. Matka-Töysän tarjous, joka oli toiseksi edullisin, olisi täytynyt hyväksyä jo 50 päivää ennen matkaa. Jos olisimme valinneet Matka-Töysän tarjouksen, emme olisi päässeet opintomatkalle lainkaan, sillä ilmoittautuneita ei heidän antamansa aikataulun puitteissa olisi ollut vielä riittävästi.

Halusimme varata matkan nimenomaan matkatoimiston kautta, koska mielestämme oli turvallisinta ja helpointa ostaa matka pakettina yhdestä paikasta kuin koota se eri yritysten palveluista. Jos matkalle ilmoittautunut opiskelija olisikin perunut matkansa, olisimme tällöin itse joutuneet korvaamaan hänen poisjäännistään aiheutuneet kulut. Kun otimme matkan toimistolta, korvausvastuu peruutustapauksessa siirtyi matkalle osallistuvalla itselleen. Huomioitavaa on myös se, että matkan hinta tuli näin huokeammaksi kuin jos olisimme itse rätälöineet matkan. Matkatoimistoilla on etunaan kiintiöt ja sopimushinnat hotelleissa. Myös Verhelä (2000, 75) on sitä mieltä,

että kun palveluita ostetaan liikenneyrityksiltä, hotelleilta ja muilta yrityksiltä enemmän kerralla, kuten toimistot tekevät, ne saadaan halvemmalla ryhmälennuksin ja erikoishinnoin. Alemman hinnan lisäksi ryhmämatkan etuina ovat turvallisuus ja helppous.

5.2 Opintomatkan markkinointi

Tässä luvussa kerromme Pietarin opintomatkan markkinointiprosessista. Apuna markkinoinnissa käytimme muun muassa sähköisiä viestimiä, seinäilmoittelua, myynninedistämistä henkilökohtaisella tiedonjaolla ja suusta suuhun -markkinointia. Alla olevasta taulukosta (taulukko 1) löytyvät markkinointitapahtumien tarkat päivämäärät.

Taulukko 1. Pietarin opintomatkan markkinointiaikataulu

Markkinointitapahtuma	Ajankohta
Digium-kysely	19.12.2008
Mainoskirje sähköpostitse	27.1.2009
Seinämainokset	27.1.2009
Facebookiin tapahtumaprofiili	27.1.2009
Infotilaisuus	2.2.2009
Alkuperäinen viimeinen ilmoittautumispvm.	9.2.2009
Mainoskirje sähköpostitse 08-aloittaneille	9.2.2009
Info Vientitoiminta Venäjälle-kurssilaisille	11.2.2009
Mainoskirje sähköpostitse Lita:n opiskelijoille	13.2.2009
Lopullinen ilmoittautumispvm.	16.2.2009
Matkan markkinointi Mankolan aulassa	16.2.2009

Borg, Kivi ja Partti (2002) kertovat, että markkinointiin liittyy monia vaiheita. Ensin selvitetään asiakkaan tarpeita markkinatutkimuksen avulla. (Mts. 160.) Me teimme tutkimuksen aiemmin kuvatun Digium-kyselyn avulla opintomatkan asiakassegmentille eli vuonna 2005–2007 opintonsa aloittaneille MTA:n sekä MPA:n opiskelijoille.

Kyselyn avulla saimme arvokasta tietoa kohderyhmämme toiveista, kiinnostuksesta ja maksukyvyistä.

Markkinatutkimuksen pohjalta kehitetään tuote ja hinnoitellaan se (Mts. 160). Opintosuunnitelmien, Digium-kyselyn, Tuija Mäkisen haastattelun, matkaesitteiden ja Lilia Fedorovan suositusten pohjalta suunnittelimme opintomatkatuotteen. Hinta on ollut koko tuotesuunnittelun aikana hyvin tärkeä elementti, joka meidän oli selvitettävä ennen markkinoinnin aloittamista. Digium-kyselyn avulla tiesimme, että opiskelijat olivat valmiita maksamaan matkasta noin 300 euroa. Tähän siis pyrimme. Ensimmäisissä markkinointiviesteissämme, kuten mainoskirjeessämme, opintomatkan hinta oli 250 euroa. Hinta kuitenkin lopulta nousi, koska emme saaneet linja-autoa täyteen. Päätökset matkaohjelmassa olemme tehneet hyvin pitkälti sen mukaan, kuinka paljon mikäkin tulee maksamaan. Alun perin ajatuksenamme oli, että syömme matkan aikana joka päivä yhdessä kerran, jotta pääsemme mahdollisimman monipuolisesti tutustumaan myös venäläisiin ruokaperinteisiin. Jos olisimme sisällyttäneet yhden ruokailun päivässä matkan hintaan, olisivat kokonaiskustannukset nousseet liian korkeiksi opiskelijoille. Nyt kun kaikki saivat suurimmaksi osaksi itse päättää, mitä ja missä syövät, jokainen pystyi hallitsemaan matkan kokonaiskustannuksia. Ruokailun maksut olisivat muutenkin olleet arviointikuluja, joten emme olisi saaneet tarkkaa hintaa selville kuin vasta matkan aikana.

Tuotteen kehittämisen ja hinnoittelun jälkeen tuote tulee asettaa asiakkaalle helposti lähestyttäväksi hyvällä saavutettavuudella. Asiakkaille myös tiedotetaan tuotteesta markkinointiviestinnän eri muodoilla, kuten mainonnalla ja myyntityöllä. Tarkoituksena on synnyttää markkinaimua, aktiivista kysyntää. (Mts. 160.) Paperiesitteiden lisäksi nykyään asiakkaat käyttävät sähköisiä viestimiä, joten esimerkiksi Internet-sivut ovat hyvä markkinointikanava. Sähköisesti tapahtuva markkinointi on edullista, koska painatuskuluja ei tule. (Verhelä & Lackman 2003, 84.) Ensisijaiseksi viestintäkanavaksi valitsimme sähköpostin. Suurin osa opiskelijoista lukee postiaan säännöllisesti, ja sähköposti tiedottaa opintomatkasta jokaiselle kohderyhmän jäsenelle riippumatta siitä, käyvätkö he kontaktiopetuksessa vai ovatko he esimerkiksi harjoittelussa. Viikolla viisi, kun alkuvalmistelut oli tehty ja matkatarjous oli valittu, lähetimme sähköpostitse mainoskirjeen opintomatkasta opiskelijoille. Ensimmäinen mainoskirjeemme

on liitteessä 1. Kirjeessä kerroimme, että matkustaisimme Pietariin Matka-Töysän bussilla, koska aluksi valitsimme heidän tarjouksensa. Heti mainoskirjeen lähettämisen jälkeen saimme kuitenkin T:mi Leenan Matkoilta paremman tarjouksen, jonka lopulta valitsimme. Uskomme, ettei matkalle lähteneille opiskelijoille ollut väliä sillä, minkä matkatoimiston kautta matka otettiin, kunhan hinta oli mahdollisimman edullinen.

Sähköpostitiedottamista tukemaan teimme opintomatka- ja tapahtumaprofiilista myös kaksi seinämainosta, jotka kiinnitimme koulumme ilmoitustauluille. Kuvat seinämainoksista ovat liitteessä 2. Lisäksi perustimme Internetiin, Facebook-sivustolle Pietarin opintomatka – tapahtumaprofiilin. Sinne kutsuimme yhteisössä olevat koulukaverimme, jotka kuuluivat kohderyhmään. Nykypäivänä Internet on tärkeä markkinointikanava ja varsinkin nuoret tavoittaa hyvin Internetin kautta. Facebook-markkinoinnin etuna oli myös se, että tapahtuman sivuilla ihmiset pystyivät esittämään kysymyksiä ja keskustelemaan tulevasta opintomatka- ja tapahtumaprofiilista.

Tärkeäksi näimme myös infotilaisuuden järjestämisen, jotta matkasta kiinnostuneilla olisi mahdollisuus kysymysten esittämiseen. Mainostimme tilaisuutta markkinointikirjeessämme, seinämainoksissa ja Facebookin tapahtumaprofiilissa. Pidimme infotilaisuuden koulullamme, johon osallistui seitsemän opiskelijaa ja opettaja. Kerroimme aluksi mistä matkassa on kyse ja miksi olemme päätyneet kyseiseen aiheeseen. Tämän jälkeen esittelimme alustavan matkaohjelman, kerroimme matkaan liittyvistä opinnoista ja muuta hyödyllistä tietoa koskien matkustamista Venäjälle.

Aluksi maanantai 9.2.2009 oli viimeinen ilmoittautumispäivä matkalle. Tuohon mennessä ilmoittautuneita oli kohderyhmästä kahdeksan opiskelijaa, kun tavoitteenamme oli saada mukaan 12 opiskelijaa, jotta olisimme saaneet minibussin täyteen ja olisimme päässeet matkalle mainostamallamme hinnalla. Koska lähtijöitä ei ollut vielä tarpeeksi, pääsi varasijalla ollut vuonna 2008 opintonsa aloittanut matkailun opiskelija matkalle mukaan. Päätimme lähettää markkinointikirjeen matkasta kaikille 2008 aloittaneille MTA:n ja MPA:n opiskelijoille, jotta saisimme bussimme täyteen. Tuolloin päätimme myös pidentää ilmoittautumisaikaa 16.2.2009 asti.

Halusimme lähettää markkinointikirjeen myös liiketalouden opiskelijoille, jotka olivat aloittaneet opintonsa 2005–2007, jotta saisimme matkalle riittävästi osallistujia. Yhdessä opinnäytetyömme ohjaajien kanssa neuvottelimme koulutuspäällikön kanssa liiketalouden opiskelijoiden mahdollisuudesta lähteä opintomatalle mukaan. Päästyämme yhteisymmärrykseen oppimistehtäväsasioista lähetimme markkinointisähköpostin myös liiketalouden opiskelijoille. Lisäksi kävimme kertomassa Pietarin opintomatka Vientitoiminta Venäjälle -kurssilla. Kurssin opettaja lisäsi kurssin sähköiseen oppimisympäristöön matkastamme kertovan Microsoft Office Power Point -esityksen, jolloin myös ne opiskelijat, jotka eivät olleet paikalla kyseisellä kontaktitunnilla, pääsivät tutustumaan matkaamme. Liiketalouden puolelta ei kuitenkaan lopulta tullut ilmoittautumisia.

Markkinoimme opintomatkaa yhden päivän ajan myös koulutusyksikkömme aulassa. Ilmoittautumisia emme kuitenkaan tällä tempauksella saaneet, vaikka kiinnostusta asiaa kohtaan oli. Koko markkinointirupeaman ajan saimme molemmat sähköpostitimme kyselyitä matkasta. Kaikki kiinnostuneet eivät kuitenkaan lopulta pystyneet lähtemään matkalle mukaan. Kaikkiaan matkalle ilmoittautui mukaan seitsemän matkailun opiskelijaa ja kaksi palvelujen tuottamisen ja johtamisen opiskelijaa. T:mi Leenan Matkojen kanssa saimme neuvoteltua matkan hinnaksi 445 euroa/henkilö, mikä oli hieman enemmän kuin mitä olisimme maksaneet, jos olisimme saaneet bussin täyteen. Oppilaitokseltamme saimme tukea opintomatalle 200 euroa opiskelijaa kohti, koska matka liittyi opiskelijoiden opintoihin ja he tekivät oppimistehtäviä tavoitteiden mukaisesti. Oppimistehtävät löytyvät liitteestä 3. Näin itse matkan (matkat, viisumi, majoitus ja aamupala) hinnaksi opiskelijoille tuli 245 euroa. Lisäksi ohjelmaan liittyvät kustannukset olivat yhteensä 47,55 euroa. Matkalle ilmoittautuneille lopullinen hinta oli ehdoton maksimi, jonka he olivat valmiita maksamaan.

Hyvään markkinointiin kuuluu myös sidosryhmien informointi ja suhteiden ylläpito suhdetoiminnan avulla (Verhelä & Lackman 2003, 160). Opintomatkan sidosryhminä olivat Jyväskylän ammattikorkeakoulu ja tietyt opettajat. Eniten olimme yhteydessä koulutusyksikkömme koulutuspäällikön ja kansainvälisten asioiden koordinaattorin kanssa. Heitä informoimme opintomatkaista sähköpostitse sekä sovituissa tapaa-

misissamme. Sidosryhmänä olivat luonnollisesti myös koulumme opiskelijat, joihin olimme yhteydessä yllä mainituin keinoin.

5.3 Ennen matkaa

Kun saimme kokoon Pietariin lähtevän ryhmän, olimme heihin välittömästi yhteydessä sähköpostitse. Tiedotimme lähtijöille, että matka todella toteutuu ja kerroimme heille matkan maksamiseen liittyvän aikataulun. Keräsimme lähtijöiltä kopiot heidän passiansa kuvasivusta, jotka toimitimme T:mi Leenan Matkoille ryhmäviisumihakemusta varten.

Halusimme huomioida matkalle lähtijöiden kiinnostuksen ja mielipiteet yritysvierailupaikkoja valitessamme. Niinpä järjestimme tapaamisen, jossa oppimistehtävien jaksamisen lisäksi kyselimme ryhmältä mielipiteitä yritysvierailuiden suhteen. Koska kaikki eivät päässeet tapaamiseen, tiedustelimme kiinnostuksen kohteita myös sähköpostitse. Eniten mielenkiintoa opintomatkalaisilla oli outbound-matkatoimistoa, Suomen Tien toimistoa ja Sokos Hotelleja kohtaan. Olimme yhteydessä kyseisiin kohteisiin ja saimme sovituksi yritysvierailut Sokos Hotel Palace Bridgeen ja matkatoimisto Kymi Traveeliin, joka on kotkalaisen matkatoimisto Kymen Matkojen edustusto Pietarissa. Suomen Tie olisi mielellään vastaanottanut ryhmämme, mutta heillä ei ollut kyseisenä ajankohtana henkilöstöresursseja vierailuamme varten. Monet matkatoimistot ja Finpron toimisto olisivat myös ottaneet meidät vastaan, mutta heidän toimistotilansa olivat sen verran pieniä, ettei koko ryhmämme olisi mahtunut vierailulle.

Olimme yhteydessä linja-autokuljettajaamme, jonka kanssa sovimme kuljetuksiin liittyvistä asioista. Tapasimme pari viikkoa ennen lähtöä Lilia Fedorovan ja vaihdoimme tietoja puolin ja toisin matkaan liittyen. Lähetimme ryhmällemme sähköpostiviestin viimeisestä yhteisestä tapaamisesta ennen matkaa, jonne myös Fedorova osallistui. Tiedotimme heille myös yritysvierailuista, balettiesityksestä ja muutamista muista opintomatkaan liittyvistä käytännön asioista. Kaupunkioppaamme oli ollut yhteydessä Fedorovaan ja suositteli ryhmällemme, että siirtäisimme torstain ja lauantain oh-

jelmat päikseen, sillä kaupunkikierrros olisi viikolla olevien ruuhkien vuoksi sujuvampi pitää lauantaina. Aikataulun sopi ryhmällemme hyvin.

Pyrimme ennen matkaa saamaan selkeät ja tarkat aikataulut ohjelmaamme. Lähetimme alustavan suunnitelman matkaohjelmasta linja-autonkuljettajallemme ja kaupunkioppaallokalllemme. Kuljettajan mielestä arvioimamme ajat olivat hyvät, mutta oppaamme ei pystynyt antamaan mitään tarkkoja aikoja. Hänen mukaansa oli parempi mennä tilanteen mukaan ja sopia asiat paikan päällä Pietarissa. Tästä syntyi matkan aikana ongelmia, kun me emme matkajärjestäjinä itsekään tienneet mitä minäkin päivänä tarkalleen ottaen tapahtuisi. Jaoimme informaatiota opiskelijoille parhaamme mukaan, mutta välillä tieto matkaohjelmaan liittyvistä asioista tuli heille liian myöhään.

5.4 Matkaohjelma

Pietarin opintomatkan matkaohjelman laadimme tutustumalla itse Pietarin kaupungin tarjontaan matkaesitteistä, kirjoista ja Internet-lähteistä. Paljon tärkeää tietoa saimme haastattelemalla projektisihteeri Tuija Mäkistä Suomi-Venäjä –seurasta. Hän kertoi meille yleisesti matkustamisesta Pietariin, liikenteestä ja kohteista. Mäkinen (2008) huomautti, että keskustellessa venäläisen kanssa suomalainen voi herättää luottamusta kertomalla, että on vierailut Venäjällä ja Pietarissa ja nähnyt nähtävyyksiä, joita venäläiset arvostavat itsekin suuresti. Esimerkiksi asiakaspalvelutilanteessa tai liikeneuvottelussa suomalaiselle voi hyvinkin olla eduksi, että hän pystyy osoittamaan olevansa kiinnostunut Venäjästä ja sen kulttuurista. Yhteinen keskustelunaihe voi rikkoa jään ja antaa sysäyksen onnistuneelle kanssakäymiselle. Mäkinen (2008) kehotti ryhmäämme tutustumaan Pietarin etnisiin ravintoloihin, koska ne edustavat tämän päivän kulttuuria. Hänen mukaansa etenkin nuorten on hyvä tutustua myös paikalliseen yöelämään. Näin saamme käsityksen siitä, miten nuoret viettävät aikansa ja saatamme päästä keskustelemaan paikallisten ihmisten kanssa.

Lisäksi keskustelimme Lilia Fedorovan kanssa Pietarin tärkeimmistä nähtävyyksistä, joihin ryhmämme kannatti tutustua. Jykesin Venäjän-koordinaattorilta saimme tietoa

mahdollisista yritysvierailupaikoista. Kaikki matkaohjelman osat edistivät opinnäytetyömme tarkoitusta, eli oppimista, omakohtaista kokemista ja elämyksellisyyttä. Matkaohjelman tekemisessä huomioimme kustannukset hyvin tarkasti, jotta matkan hinta ei noussut liian korkeaksi. Opiskelijoille jaettu alustava matkaohjelma löytyy liitteestä 5.

Suunniteltu matkan kulku

Ensimmäinen opintomatkapäivämme, keskiviikko, menee enimmäkseen matkustukseen. Lähdemme matkaan Jyväskylästä kello 6 ja matkan aikana pidämme pari kahvitaukoa jaloittelua ja virkistäytymistä varten. Tarkoituksenamme on saapua Pietariin noin klo 18 ja majoittua hotelli Moskovaan. Koska kaupunki on lähes kaikille vieras, järjestämme yhteistä iltaohjelmaa. Fedorova ehdotti mielenkiintoiseksi kohteeksi ”Raskaana olevan naisagentin kapsäkki” –kahvilaa, jossa pääsisimme tunnelmoimaan ensimmäistä iltaa Pietarissa.

Toinen päivämme, torstai, alkaisi aamiaisella hotellilla. Aamupäivällä teemme opastetun kaupunkikierroksen. Kaupunkikierroksen myötä tutustumme Pietarin historiaan ja nykypäivään. Vierailemme mahdollisesti Kirkossa veren päällä ja näemme muitakin kuuluisia Pietarin maamerkkejä. Iltapäivällä tutustumme Fedorovan johdolla Eremitaasiin, joka on yksi Pietarin kuuluisimmista kohteista. Ilta on vapaata aikaa esimerkiksi ostoksia ja omia tutustumiskäyntejä varten.

Perjantaina lähdemme liikkeelle aamupalan jälkeen ja vierailemme Sokos Hotel Palace Bridgessä aamulla noin kello 10–12. Tämän jälkeen siirrymme matkatoimisto Kymi Traveliin vierailulle, joka kestää noin kello 14:ään asti. Yritysvierailujen jälkeen jokainen lounastaa haluamassaan paikassa. Illalla menemme yhdessä ryhmän kanssa Mikhailovski-teatteriin katsomaan balettiesitystä Romeosta ja Juliasta.

Lauantaina teemme retken Tsarskoje Seloon, jossa tutustumme Katariinan palatsiin. Retken jälkeen vietämme yhteistä iltaa nauttimalla päivällisen venäläiseen tyyliin, pitkän kaavan mukaan. Näin pääsemme tutustumaan myös perinteikkääseen venäläiseen keittiöön ja paikallisiin ruokailutapoihin. Illan päätteeksi halukkaat voivat suunnata Metro-yökerhoon.

Viimeisenä matkapäivänäimme, sunnuntaina, lähdemme Pietarista aamulla noin klo 7. Matkan varrella pysähdymme mahdollisesti Viipurissa muutaman tunnin ajan. Käymme bussimatalla yhdessä läpi matkalla kokemiamme ja oppimiamme asioita. Tällä tavalla jokainen pääsee prosessoimaan matkaa ja sen synnyttämiä ajatuksia. Matkan aikana jaamme opiskelijoille arviointilomakkeen matkasta. Perillä Jyväskylässä olemme noin kello 22.

5.5 Johtaminen ja opastus opintomatalla

Ryhmä muodostuu joukosta asiakkaita, jotka osallistuvat ohjelmapalveluun. Lähtökohtana oppaalla, ryhmän ohjaajalla ja ryhmän johtajalla on asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen. Ryhmän ohjaajalla on päämääränä saada toimimaan ryhmä yhdessä siten, että ennalta sovittu aikataulu pitää ja asiakkaat kokevat ennalta sovitut asiat. Jos asiakkaiden on määrä osallistua aktiivisesti palveluun, korostuu ohjaajan rooli entisestään. Ohjaajan on hyvä osata käyttää palvelussa tarvittavia laitteita, varusteita ja kalustoa. Hänen on myös osattava huoltaa niitä. (Verhelä & Lackman 2003, 197, 202.) Matkanjärjestäjinä olimme vastuussa kuljetuksen toimivuudesta, majoituksesta ja aikataulussa pysymisestä. Vaikka olimme ostaneet periaatteessa pakettimatkaan verrattavan palvelun ja meillä oli matkalla mukana opas, joka tuntee maan tavat ja kaupungin sekä kielen, me matkanjärjestäjinä vastasimme asioiden sujuvuudesta. T:mi Leenan Matkat vastasi siitä, että hotellivarauksemme olivat kunnossa ja että linja-auto toimi ja kuljettaja oli ammattitaitoinen. Matkanjärjestäjinä oli kuitenkin meidän vastuullamme selvittää asiat, jos jokin olisi mennyt pieleen.

Ryhmän ohjaajan on tunnettava tarjottavan ydinpalvelun sisältö hyvin. Asiakkaat odottavat ryhmän ohjaajan olevan ammattitaitoinen. Ohjaajan on osattava käytännössä suorittaa palvelu ja tuntea kohde. Henkilön, joka toimii oppaana, on tunnettava matkailuelinkeinon rakenne, osa-alueet, merkitys kansantaloudelle ja työllistyminen. Hänen on ymmärrettävä toimintaympäristöä, jossa hän toimii. Oppaana toimivan on myös tunnettava asiakkaiden matkustusmotiivit ja tarpeet. Oppaan on syytä tuntea myös kohdemaansa tai -paikkansa viranomaisten toimintatapoja, paikalliset

lait ja säädökset sekä turvallisuusvaatimukset. Kyseisten asioiden hallitseminen auttaa opasta tekemään työtään. (Mts. 203.) Oppaanamme oli maan tavat, kielen ja Pietarin kaupungin hyvin tunteva Lilia Fedorova. Fedorova pystyi neuvomaan ja opastamaan meitä jokapäiväisiin asioihin liittyen, kuten paikallisen metron käytössä. Hän toimi myös ryhmämme tulkkina. Kaupunkikierroksen ja Katariinan palatsiin suuntautuneen retken oppaana meillä toimi paikallinen opas. Hän tunsu kaupungin tämän päivän tilanteen parhaiten, koska asuu itse Pietarissa. Kaupunkioppaaltamme saimme asiantuntevimman opastuksen niin historiaan kuin nykypäiväänkin liittyvissä asioissa. Selvitimme molemmille oppaillemme ryhmämme motiivit ja tarpeet, jotta he osasivat kertoa olennaisimmista ja ryhmäämme kiinnostavista asioista.

Matkanjohtaja edustaa matkan aikana toimeksiantajaa. Matkanjohtajan vastuulla on toimeksiantajan etukäteen varaaminen palveluiden paikkansa pitävyydestä. Hän on vastuussa myös asiakkaiden hyvinvoinnista. Koska matkanjohtaja työskentelee usein ulkomailla, on hänen osattava reagoida nopeasti muuttuviin tilanteisiin, kuten muutoksiin tai peruuntumisiin matkaohjelmassa. (Mts. 223.) Varauduimme yritysvierailujen peruuntumiseen siten, että otimme matkalle mukaan listan niistä matkatoimistoista, joihin mahdollisesti olisimme voineet mennä vierailulle pienemmän ryhmän kanssa. Peruutuksen sattuessa olisimme ottaneet yhteyttä niihin ja tiedustelleet yritysvierailumahdollisuutta esimerkiksi jakamalla ryhmämme puoliksi, jolloin olisimme mahtuneet heidän tiloihinsa.

Matkanjohtajan rooli voi olla matkan aikana myös opas. Toisaalta matkanjohtaja voi olla niin sanotusti tekninen matkanjohtaja, jolloin opas on erikseen. Teknisen matkanjohtajan toimenkuvaan kuuluu tällöin matkan järjestely ja sujuvuus. Matkanjohtajan tehtäviin kuuluu:

- Matkalipuista huolehtiminen
- Maahantulomuodollisuuksista huolehtiminen
- Majoituksen järjestäminen ja huoneiden jakaminen
- Ruokailu
- Aikataulussa pysyminen
- Yhteistyö oppaan, kuljettajan ja palvelun tuottajien kanssa

- Asiakkaiden hyvinvoinnista huolehtiminen
- Matkan aikana edustaa matkanjärjestäjää
- Budjetissa pysyminen

Matkanjohtaja on töissä koko vuorokauden ajan. Matkanjohtajan rooli riippuu asiakkaiden tarpeista, ohjelmasta, palveluista ja muista matkalla olevista henkilöistä. (Mts. 224.) Tarkoituksenamme opintomatalla oli ainakin osittain olla teknisen matkajohtajan roolissa ja vastata yllä mainituista asioista niin pitkälle kuin olisimme kyenneet. Käytännössä matkan johtaminen siirtyi voimakkaasti Fedorovalle ja kaupunkioppaallamme. Yritimme ennen matkaa tehdä selväksi, että me matkanjärjestäjinä ottaisimme päätösvastuun asioista, mutta lopulta roolijaot olivat hyvin epäselvät. Koska emme alusta alkaen selvittäneet omia roolejamme oppaillamme ja opiskelijoille, oli niitä hankala enää matkan aikana muuttaa. Se olisi saattanut vain hämmentää oppaitamme ja opiskelijoita enemmän. Meidän olisi täytynyt olla kuitenkin jämäkämpiä matkan aikana, kuten kaupunkikierroksen ajankohdan päättämisessä. Ollisimme itse voineet päättää tietyn ajan ja pysyä päätöksessämme, jolloin opiskelijoille ei olisi tullut niin sekavaa kuvaa toiminnastamme. Illallispaikan lauantaille olisimme voineet myös selvittää ja sopia jo hyvissä ajoin ennen matkaa ja pysyä suunnitelmasa.

Matkanjohtajan on tunnettava paikan erityispiirteet ja vaaratekijät yhtä lailla kuin kauppojen aukioloajat, nähtävyydet ja yleisten kulkuvälineiden hinnat. Hänen on tutustuttava kohdemaan ja paikan maantieteeseen, kulttuuriin, historiaan, yhteiskuntajärjestelmään ja palveluihin. Matkanjohtajan on pystyttävä opastamaan ja neuvomaan asiakkaita matkan aikana asiantuntevasti. (Mts. 225). Mukanamme oli onneksi pätevä opas, Fedorova, joka pystyi kertomaan esimerkiksi Pietarissa sijaitsevien nähtävyyksien sijainnista, kauppojen aukioloajoista ja kulkuvälineiden hinnoista ryhmällemme. Myös kaupunkioppaamme pystyi auttamaan meitä erityisesti ravintoloiden suhteen. Pyrimme matkanjärjestäjinä kuitenkin ottamaan etukäteen mahdollisimman paljon selvää Pietarista, jotta osasimme myös itse neuvoa asiakkaitamme.

Matkanjohtajan on osattava kommunikoida niin asiakkaidensa kanssa kuin kohdemaan palvelujen tuottajien kanssa. Englanti on matkailualan yleiskieli, joten sen hal-

litseminen yleensä riittää. Joskus matkanjohtajan on kuitenkin pystyttävä tulkkamaan esimerkiksi paikallisen oppaan selostusta asiakkaille, jolloin tarvitaan myös muuta kielitaitoa. (Mts. 225). Koska matkalle lähti mukaan hyvin venäjää puhuva ja Pietarin tunteva henkilö, ei meidän matkanjärjestäjien ollut välttämätöntä osata sujuvasti venäjää. On kuitenkin hyvä, että olemme opiskelleet venäjää hiukan, jotta ymmärsimme esimerkiksi tervehdykset ja kyrilliset aakkoset.

6 MATKAPÄIVÄKIRJA

Keskiviikko 1.4.2009

Lähdimme Jyväskylästä kohti Pietaria keskiviikkoaamuna noin puoli seitsemältä. Lähtö viivästyi hieman, kun haimme yhden opiskelijan matkan varrelta kyytiin. Linja-autossa kuulumme Lilia Fedorovalta, että aikaisemmin sovitut aikataulumuutokset eivät toteudukaan. Ennen matkaa pidetyssä infotilaisuudessa olimme saaneet kaupunkioppaaltamme pyynnön vaihtaa torstain ja lauantain ohjelmat päikseen, jotta kaupunkikierroksen pystyisi tekemään ilman ruuhkia. Palasimme siis alkuperäiseen matkaohjelmaan. Kahvitauot pidimme Mikkelissä ja Lappeenrannassa, josta oli myös mahdollista nostaa rahaa mukaan. Matkan aikana katsoimme "Anna Karenina"- elokuvaa virittäytyäksemme tunnelmaan. Olimme valmistelleet myös tietovisoja matkakohteeseemme liittyen, joita emme lopulta nähneet tarpeellisiksi pitää, koska ryhmähenki pääsi syntymään luontevasti muutenkin. Linja-automatkalla, kuten koko opintomatkan ajan, Lilia Fedorova kertoi meille Venäjästä, venäläisestä kulttuurista ja venäläisistä ihmisistä.

Ennen rajanylitystä kuljettajamme kertoi meille, ettei Venäjän raja-asemalla saa valokuvata. Jos joku seurueestamme olisi ottanut kuvia, olisimme saattaneet joutua vaikeuksiin. Olimme varautuneet jopa muutaman tunnin kestävään rajanylitykseen Nuijamaalla, mutta se sujui todella nopeasti ja ongelmitta, mistä olimme positiivisesti yllättyneitä. Meillä oli ryhmäviisumi, jossa oli nimet aakkosjärjestyksessä kirjoitettuna kyrillisin aakkosin. Näytimme passimme virkailijalle kyseisessä järjestyksessä ensimmäisen antaessa viisumin virkailijalle. Ehkä tämä osaltaan vaikutti rajanylitysmuodol-

lisuuksien sujumiseen. Tämän jälkeen siirsimme kellot tunnilla eteenpäin Venäjän aikaan. Venäjän puolella pysähdyimme muutamaan otteeseen, jolloin rajavartiosto tarkasti bussin ovelta, että olimme saaneet leimat passeihimme. Pysähdyimme vaihtamaan valuuttaa rajan tuntumassa olevassa vaihtopisteessä, jossa oli hyvä kurssi.

Rajanylityksen jälkeen saavuimme aika pian Viipuriin, jossa lounastimme hotelli Druzhbassa. Emme olleet varanneet lounasta etukäteen, mutta ruoka valmistettiin meille yllättävän nopeasti. Saimme lounaan todella edulliseen 200 ruplan eli noin neljän euron hintaan per henkilö. Lounaaksi nautimme alkusalaattia, borssikeittoa, stroganoffia sekä ruokajuomana marjamehua. Olimme hieman hämmästyneitä, kun pöytiimme alettiin tarjoilla borssikeiton jälkeen stroganoffia, koska moni meistä oli olettanut keiton ja salaatin olevan lounaamme. Tämä oli positiivinen yllätys jälleen kerran.

Lounaan jälkeen seuraamme liittyi kaupunkioppaamme. Kuulimme kuljettajaltamme, että aikataulujen kanssa oli käynyt sekaannus, koska olimme aiemmin lähettäneet oppaalle matkaohjelman, jossa muutoksia torstain ja lauantain ohjelmissa ei ollut. Lopulta teimme niin, että kysyimme opiskelijoilta, kumpana päivänä he haluavat kaupunkikierroksen olevan. Koska suurin osa halusi sen torstaille, alkuperäinen matkasuunnitelma jäi voimaan.

Matkalla Viipurista Pietariin oppaamme kertoi meille matkan varrella olevista nähtävyyksistä sekä Suomen ja Venäjän historiaan liittyvistä kohteista. Matkan aikana saimme myös kuulla lauantaille suunnitelluista ravintoloista. Vaihtoehtoja oli kaksi, joista toinen oli hyvin hintava ja toisessa oli enemmän ohjelma- kuin ruokatarjontaa. Tarkoituksenamme oli kuitenkin nimenomaan ruokakulttuuriin tutustuminen kohtuulliseen hintaan. Opiskelijat myös olivat sitä mieltä, ettei ohjelmalla ole niin väliä, kunhan pääsee maistamaan paikallisia herkkuja opiskelijaystävällisin hinnoin. Fedorova ja kaupunkioppaamme eivät kuitenkaan osanneet suositella tässä vaiheessa meille muita ravintoloita lauantaille. Aikaisemmin olimme myös suunnitelleet lauantai-illan päätteeksi menevämmä Metro-yökerhoon, mutta saimme kuulla siellä ilmenneen huumeongelmia. Päätimme ottaa selvää muista vaihtoehdoista matkan aikana. Jätimme päätökset ruoka- ja illanviettopaikoista siis myöhemmälle.

Alkuperäinen suunnitelmamme oli, että olisimme menneet opiskelijakorteilla Eremitaasiin ilmaiseksi ja jokainen olisi saanut tutustua paikkaan itse ja rauhassa monistamamme kartat ja infot apunaan. Näin sen vuoksi, että halusimme pitää kustannukset alhaisina. Linja-autossa kaupunkioppaamme ehdotti kuitenkin opastettua kierrosta, jolloin myös sisäänpääsystä tuli maksaa. Äänestyksen myötä opiskelijat valitsivat opastuksen sisäänpääsymaksuineen.

Saavuimme Pietariin noin kello viisi paikallista aikaa. Majoituimme hotelli Moskovaan ja maksoimme linja-automatkalla opiskelijoilta keräämämme rahat baletista, Eremitaasin sisäänpääsystä ja opastuksesta sekä Katariinan palatsin vierailusta kaupunkioppaallamme. Majoittumisen jälkeen lähdimme Fedorovan johdolla metrolla Pietarin ydinkeskustaan. Metroasemalla oli liukuportaat, jotka johtivat todella syvälle maan uumeniin, jossa metrot kulkivat. Muutama opiskelija ehti ottaa liukuportaissa valokuvia, ennen kuin Fedorovan sana kantautui kaikille, ettei metroasemalla saa kuvata. Millisit olivatkin heti paikalla ja sakottivat meitä valokuvaamisesta. Fedorova sai kuitenkin neuvoteltua hyvin pienen, ainoastaan 100 ruplan eli reilun kahden euron sakot. Vaikka välikohtaus oli lopulta harmiton, oli se silti jännittävä. Pääsimme heti matkan aluksi kokemaan miten venäläinen virkavalta kohtelee ihmisiä sekä toisaalta miten säännöt joustavat tarvittaessa ja kaikki asiat ovat neuvoteltavissa. Keskustaan päästyämme kävimme syömässä ”Raskaana olevan naisagentin kapsäkki”- kahvilassa, jota Fedorova meille suositteli. Kahvila oli erittäin mielenkiintoisesti sisustettu ja täynnä pieniä hauskoja yksityiskohtia. Ruokailun jälkeen loppuilta kului Nevskin valtakadulla ihmetellen hienoa arkkitehtuuria sekä ympäri vuorokauden auki olevassa kirjakaupassa.

Torstai 2.4.2009

Torstai-aamun aloitimme nauttimalla runsaan aamiaisen hotellilla. Noin kello yhdeksältä lähdimme kaupunkikierrokselle pikkubussillamme kaupunkioppaamme johdolla. Hän kertoi meille kaupungista, sen historiasta ja rakennuksista. Kuulimme myös kaupungin ja maan nykypäivään liittyvistä asioista. Muutamaan otteeseen pysähdyimme valokuvaamaan hienoja rakennuksia ja maisemia, kuten lisäksi kirkolla ja nunnaluostari Smolnalla. Kaupunkikierroksen lopussa kävimme lahjatavarakaupassa,

joista sai edullisesti ostaa tuliaisia. Usealle mukaan tarttuikin tunnettu matrojškannukke. Kierroksen aikana pääsimme todistamaan myös Pietarin ruuhkaisuuden, jonka vuoksi myöhästyimme hiukan meille varatulta lounaalta. Myöhästyminen ei kuitenkaan tuntunut opiskelijoita erityisesti haittaavan.

Lounas oli jälleen edullinen, 260 ruplaa, ja ruoka samanlaista kuin edellisenä päivänä Viipurissa, eli alkusalaatti, borssikeitto ja stroganoffia. Jälkiruuaksi saimme vielä teetä ja suklaakeksejä. Lounaan jälkeen oli vuorossa Eremitaasi. Rakennus oli todella kaunis ja valtava. Oli harmillista, ettei sielläkään saanut valokuvata. Myöskään vesipulloja emme saaneet kuljettaa mukamme, vaan ne jätettiin takkien kanssa ilmaiseen vaatesäilytykseen. Eremitaasissa meitä johti kaupunkioppaamme, mutta myös Fedorova oli mukana kertomassa taiteesta, joka on taiteilijana ja taideopettajana hänen erikoisalaansa. Fedorova ei yksin voinut kierrosta meille pitää, koska Eremitaasissa on tiukat säännöt opastuksesta. Vain viralliset, luvan ostaneet oppaat saavat toimia museossa oppaana.

Eremitaasin jälkeen lähdimme koko ryhmä metrolla kauppakeskuksille Fedorovan opastuksella. Perillä huomasimme, että meillä suomalaisilla on vaatemaussa venäläisten kanssa hieman eroja. Kyseisessä kauppakeskuksessa oli myynnissä venäläisten naisten makuun sopivia naisellisia ja koristeellisia vaatteita sekä piikkikorkokenkiä, jotka eivät omaan tyyliimme sopineet. Siirryimmekin viereiseen kauppakeskukseen, josta löytyi hieman paremmin valikoimaa suomalaisille nuorille. Pitkän päivän päätteeksi matkustimme metrolla hotellille ja söimme hotellirakennuksessa sijaitsevassa McDonald'sissa. Vaikka McDonald's on kansainvälinen ketju, oli siellä asiakkaana olemisen kuitenkin kokemus sinänsä. Aterian tilaaminen oli haastavaa, koska yhteistä kieltä ei asiakaspalvelijoiden kanssa ollut.

Perjantai 3.4.2009

Aamun aloitimme jälleen erinomaisella aamupalalla hotellissa, josta lähdimme yhdeksän maissa Sokos Hotel Palace Bridgeen yritysvierailulle. Saavuimme hotelliin ajallaan, eli kello kymmeneksi. Hotellin markkinointijohtaja Satu Oksanen otti meidät ystävällisesti vastaan ja tarjosi kahvia, teetä ja pientä purtavaa samalla, kun esitteli hotellin toimintaa ja huomaamiaan piirteitä venäläisessä kulttuurissa. Kuulimme

muun muassa siitä, miten hotelliketju oli päättänyt laajentaa toimintaansa Pietariin, miten prosessi eteni ja mitä tulevaisuuden suunnitelmia heillä oli. Hän kertoi myös omasta päätöksestään lähteä työskentelemään Venäjälle ja kokemuksistaan 13 vuoden ajalta. Lisäksi kuulimme suomalaisen ja venäläisen työskulttuurin eroista. Oksanen vastaili myös esittämiimme kysymyksiimme kattavasti. Lopuksi pääsimme vierailemaan myös parissa hotellihuoneessa ja hotellin ravintoloissa. Kaiken kaikkiaan vierailu oli hyvin onnistunut ja saimme paljon tietoa. Hotelli oli yllättäviä näkemiämme Sokos Hotelleja, mikä sinänsä jo kertoo siitä, että venäläiset arvostavat laatua ja vaativat rahalleen vastinetta.

Hotellivierailumme loppui jo puoli kahdeltatoista, ja seuraavan vierailun olimme sopineet alkavaksi kello yhdeltä. Emme kuitenkaan heti ilmoittaneet Kymi Traveliin, jossa seuraava vierailu oli, että olemme aikataulusta etuajassa. Linja-autokuljettajamme ei ollut täysin varma toimiston sijainnista, ja otimme huomioon Pietarin ruuhkat, joten ajattelimme, että olemme perillä suurin piirtein oikeaan aikaan. Löysimme kuitenkin Kymi Travelille nopeasti, eivätkä ruuhkatkaan haitanneet. Soitimme toimistoon sopiaksemme aikaisemman vierailuajan, ja samalla varmistimme toimiston sijainnin. Uusi ajankohta sopi, vaikka henkilö, jonka kanssa olimme olleet yhteydessä vierailusta, ei ollut paikalla koko päivänä. Paikalla olevat kaksi venäläistä toimiston työntekijää, Elina Meyer ja Evgenia Kuznetsova, kertoivat meille kuitenkin kattavasti Kymi Travelin toiminnasta ja sen asiakkaista. Kuulimme muun muassa venäläisten matkustamisesta Suomeen, siitä mitä he haluavat matkallaan kokea ja kuinka venäläisten turistien kanssa tulee toimia. Ainoastaan Meyer puhui suomea, mutta koska oppaamme Lilia Fedorova oli mukana, hän pystyi tulkkamaan meille Kuznetsovan puhetta. Saimme toimistolta myös hyviä vinkkejä lauantaan ruokapaikaksi ja illanviettopaikaksi. Meyer ja Kuznetsova suosittelivat meille tutustumista Mod-nimiseen baariin, joka kuulosti meille sopivalta vaihtoehdolta. Mukana olleessa opaskirjassa oli maininta Modista, josta saatoimme lukea tarkemman kuvauksen paikasta. Yritysvierailujen jälkeen kuljettaja jätti osan opiskelijoista ydinkeskustaan tekemään ostoksia ja osa meni hotellille ja syömään.

Illalla lähdimme hotellilta noin kuuden maissa metrolla keskustaan, jossa menimme katsomaan Mikhailovsky-teatteriin Romeo & Juliet-balettia. Baletti oli usealle opis-

kelijalle ensimmäinen kerta ja kokemuksena mahtava. Kaikki olivat pukeutuneet normaalia hienommin, mikä omalta osaltaan nosti tunnelmaa. Baletin jälkeen jäimme vielä syömään keskustaan. Ravintolaksi valikoitui Il Patio, jossa osa meistä oli syönyt aiemmin samana päivänä. Kokemus illalla oli kuitenkin tyystin erilainen kuin päivällä, jolloin palvelu oli ollut nopeaa ja ruoka hyvää. Illalla ruokailuun meni noin kaksi tuntia, koska ruuat ja juomat tulivat miten sattui. Illallisen jälkeen kello oli jo niin paljon, että hieman huolestuimme siitä, ehdimmekö metroon ennen asemien sulkeutumista. Kaikki meni kuitenkin hyvin, ja hotellille päästyämme uni maistui.

Lauantai 4.4.2009

Lauantaina tukevan aamiaisen jälkeen lähdimme noin kello 9 kohti Tsaarin kylää, eli Tsarskoje Selo kaupunkioppaamme johdolla. Noin tunnin kestävän linja-automatkan aikana hän kertoi meille neuvostoajasta sekä Venäjän ja Pietarin nykytilanteesta. Vierailimme kauniissa Katariinan palatsissa, jossa saimme myös valokuvata, tosin ilman salamaa. Vierailun jälkeen meillä oli tilaisuus ostaa kauniita venäläisiä huiveja sekä muita matkamuistoja ulkona olevista kojuista. Kaupunkiopas ehdotti meille ostospaikaksi Mega-kauppakeskusta, joka sijaitsi hieman syrjässä, mutta linja-autolla pääsimme sinne kätevästi. Kauppakeskus olikin todella suuri ja täynnä kansainvälisiä vaatekauppoja. Lisäksi kauppakeskuksessa oli erittäin edullinen ruokakauppa.

Ostosten jälkeen suuntasimme hotellille, jossa oli muutama tunti vapaata aikaa hengähtää. Fedorova oli varannut meille aikaisemmin päivällä kabinetin kello kahdeksaksi gruusialaisesta (nykyisin Georgian valtio) ravintolasta nimeltään Sakartvelo, jossa tarjottiin etelä-venäläisiä herkkuja. Illallinen olikin todella maukas ja ravintolan tarjoilijat innostuivat esittämään asiakkailleen perinteistä gruusialaista tanssia, jota myös ryhmämme pääsi seuraamaan.

Loppuillan ohjelma oli jokaisen itsensä päätettävissä. Illallisen jälkeen osa opiskelijoista suuntasi ostoksille, koska muutamat kaupat olivat auki 22 asti tai vuorokauden ympäri. Muut opiskelijat jatkoivat iltaa paikalliseen, aivan keskustassa sijaitsevaan Mod-baariin, johon Fedorova meidät opasti. Sisäänpääsy oli 250 ruplaa, eli noin viisikuusi euroa. Oli mielenkiintoista nähdä, miten ja minkälaisessa paikassa venäläiset nuoret viettävät lauantai-iltaansa. Tunsimme olomme hyvinkin kotoisaksi, mikä oli

pienoinen yllätys, koska katukuvassa näkemämme nuoriso oli ainakin pukeutumisltaan hyvin erilaisia kuin me. Modissa esiintyi kyseisenä iltana kaksi paikallista bändiä, joista ensimmäistä ehdimme kuunnella. Kokemus oli kaiken kaikkiaan hieno. Palsimme hotellille noin puolenyön aikaan, jotta ehdimme matkustaa metrolla, eikä meidän tarvinnut tilata taksia. Taksin tilaus olisi ollut hankalaa, koska seurueessamme ei ollut yhtään venäjää puhuvaa henkilöä.

Sunnuntai 5.4.2009

Lähdimme kohti Suomea ja Jyväskylää hieman yhdeksän jälkeen aamulla. Alustavan matkaohjelman mukaan olimme suunnitelleet lähtevämme kello seitsemän, mutta siirsimme lähtöämme. Syy tähän oli se, että olimme laskeneet matka-ajaksi noin 12 tuntia, kun tullessa matka-aika olikin ollut ainoastaan 10 tuntia. Emme olleet matkaohjelmaa suunniteltaessa ottaneet myöskään huomioon aikaeroa, joten voitimme paluumatkalla tunnin. Olimme laskeneet myös, että pysähtyisimme Viipurissa kolmiolen tuntia, mutta neuvoteltuamme linja-autokuljettajan kanssa sovimme tunnin pysähdyksestä Viipurissa. Viipurissa kävimme kauppahallissa kuluttamassa viimeisiä rupliamme tuliaisiin. Samalla näimme, kuinka paikalliset ihmiset yrittävät hyötyä turistien pysähtymisestä ostoksille tyrkyttämällä välillä aggressiivisestikin omia tuotteitaan. Tällaista emme kokeneet Pietarissa, joten Viipurissa tämä oli yllätys ja hieman ahdistavakin kokemus. Näimme myös enemmän kerjäläisiä Viipurin torilla kuin Pietarissa.

Linja-automatka sujui nopeasti. Pysähdyimme Venäjän tullin jälkeen muutamaksi minuutiksi vielä verovapaassa kaupassa, jonka jälkeen jatkoimme Suomen tulliin. Kaikki meni jälleen erittäin sujuvasti. Pian olimmekin jälleen Lappeenrannassa, jossa pidimme lounastauon. Loppumatkan aikana Fedorova kertoi meille omista kokemuksistaan suomalaisten ja venäläisten kulttuurieroista. Kuulimme miten hän oli päätenyt asumaan Suomeen ja millaisia kulttuurishokkeja hän oli kokenut. Erityisesti Fedorova painotti lasten kasvatukseen liittyviä eroja sekä naisten ja miesten välisten suhteiden erilaisuutta maittemme välillä. Keskustelimme myös siitä, mitä oppilaat olivat oppineet matkalla. Tämän jälkeen annoimme opiskelijoille täytettäväksi matkan arviointilomakkeen, joka on liitteenä 6. Lopuksi jaoinme kaikille Pietarin maisemia esittävät postikortit, johon jokainen kirjoitti nimensä ja laittoi kortin kiertämään muiden

opiskelijoiden kirjoittamia muistoja varten. Tämä usealle rippileiriltäkin tuttu tapa päätti matkan positiivisiin tunnelmiin. Jokainen sai lopulta oman kortin takaisin, josta sai lukea mukavia muistoja matkan varrelta. Jyväskylässä olimme perillä jo viiden jälkeen väsyneinä, mutta tyytyväisinä matkaan.

7 MIELIPITEISTÄ VALMIIKSI TUOTTEEKSI

7.1 Palaute opintomatasta

Jaoimme opintomatkalaisille arviointilomakkeen paluumatkallamme. Lomakkeen avulla halusimme selvittää, miten opintomatka oli onnistunut ja miten suunnittelemaamme tuotetta voisi kehittää eteenpäin. Halusimme lopullista opintomatkatuotetta kehittäessä huomioida testausvaiheessa mukana olleiden opiskelijoiden näkemykset ja ideat. Kaikki kysymykset olivat avoimia eli jokainen vastasi kysymyksiin omin sanoin. Opintomatkan arviointilomake löytyy liitteestä 6.

Lähes kaikilla opintomatkalle osallistuneilla opiskelijoilla oli ollut ennako-odotuksia matkan suhteen. Kolme opiskelijaa mainitsi, että heillä oli ollut ennakkoluuloja venäläisistä. Neljä opiskelijaa oli odottanut innokkaasti venäläiseen kulttuuriin tutustumista. Jotkut odottivat myös nähtävyyksiä, uusien asioiden oppimista ja ostoskierrosta. Kaikkien opintomatkalle osallistuneiden mielestä matka kuitenkin vastasi heidän odotuksiaan ja joidenkin kohdalla odotukset olivat jopa ylittyneet. Kolme opiskelijaa mainitsi, että heidän negatiiviset ennakkoluulonsa hälvenivät ja kääntyivät positiiviseksi.

Onnistuneita asioita opintomatassa opiskelijoiden mielestä olivat etenkin mielenkiintoiset kohteet ja retket. Neljässä paperissa mainittiin myös onnistunut opasvalinta eli kaupunkioppaamme ja Fedorovan opastukset ja kertomukset miellyttivät opiskelijoita. Lisäksi jotkut kokivat onnistuneina asioina hyvän hotellin, tiiviin matkapörukan ja vapaa-ajan määrän. Joitakin asioita olisi voinut tehdä toisinkin. Yleinen linja

vastauksissa oli, että tiedottaminen matkan aikana olisi voitu hoitaa paremmin ja ryhmää olisi pitänyt ohjata jäməkämmin. Jotkut mainitsivat myös ajankäyttöön liittyvät asiat eli omaa aikaa ei kaikkien mielestä ollut riittävästi. Yksi opiskelija huomautti, että yrityksiin olisi voinut viedä lahjat. Tätä olimme itse asiassa ajatelleet, mutta ennen matkaa meillä oli niin paljon muuta mietittävää, että lahjojen hankkiminen unohdettiin.

Kaikki yhdeksän Pietarin opintomatalla ollutta opiskelijaa olivat sitä mieltä, että koulumme tulisi järjestää enemmän opintomatkoja. Opintomatkat nähtiin hyvinä tapoina tutustua vieraaseen kulttuuriin, oppia ja murtaa ennakkoluuloja. Vastauksista ilmeni, että kokemalla ja tekemällä oppii parhaiten, eikä esimerkiksi kulttuurieroja voi muuten kunnolla sisäistää. Omatoimimatkoilla ei välttämättä osaa kiinnittää huomioita oikeisiin asioihin. Opintomatkat voisivat vastaajien mielestä suuntautua Venäjälle, muihin naapurimaihin, Eurooppaan, kulttuurikaupunkeihin, Espanjaan, Ranskaan ja Iso-Britanniaan. Myös kotimaahan suuntautuvia opintomatkoja toivottiin matkailubisnekseen tutustumisen vuoksi.

Kuudella opiskelijalla oli ideoita tuleville Pietarin opintomatkaille, jos Jyväskylän ammattikorkeakoulu niitä järjestää. Matkalle olisi määrättävä selkeä matkanjohtaja. Osallistujien toiveita voisi tiedustella ennen matkaohjelman suunnittelua, jolloin matkalla ei jouduttaisi keskustelemaan eri vaihtoehtoista niin paljon. Matka olisi hyvä liittää selkeästi johonkin kurssiin, jolloin kohteeseen orientoituminen helpottuisi. Yksi opiskelija koki, että myös mahdollisilla tulevilla Pietarin opintomatkalla olisi hyvä olla ainakin yksi venäjää sujuvasti puhuva ja kulttuuria tunteva henkilö, kuten matkallamme nyt oli. Yksi huomautti, että Venäjälle matkustaminen poistaa ennakkoluuloja. Kulttuurista ja ihmisistä etukäteen kertomistakin toivottiin, tosin mielestämme kulttuuriin tutustuminen ennen matkaa kuului opiskelijoille itselleen opinto-
tehtävien muodossa.

Kaikki matkalla olleet opiskelijat olivat arviointilomakkeiden mukaan oppineet matkalla jotain. Opintomatalla opittiin venäläisen kulttuurin lisäksi venäläisistä ihmisistä, elämäntilanteista, politiikasta, asiakaspalvelusta, nuorisosta, tavoista ja historiasta. Venäjän tuntemus kasvoi muun muassa tarinoiden ja uskomusten kautta. Pietarin

koettiin olevan kaunis kaupunki, jolla on turisteille paljon tarjottavaa, eikä Pietari osoittautunut niin pelottavaksi paikaksi kuin oli kuviteltu. Myös venäläisten kulttuurin, kuten taiteiden, arvostus huomioitiin. Pari opiskelijaa paransi venäjän kielen taitoaan matkan aikana ja yksi opiskelija koki, että ymmärtää jatkossa paremmin venäläisiä esimerkiksi asiakaspalvelutilanteissa.

Kaikki opiskelijat olivat kokeneet matkan aikana myös elämyksiä. Vierailukohteista elämyksiä olivat tarjonneet Eremitaasi ja Katariinaan palatsi. Moni koki myös baletin elämyksellisenä. Elämyksiä syntyi lisäksi metrolla matkustamisesta, venäläisten lämminsydämyydestä, ravintoloista ja ruoasta. Olipa Viipurissa pysähtyessä käytetty vessakin tuonut parille opiskelijalle elämyksellisen kokemuksen. Venäläisten miesten kunnioitus naisia kohtaan oli yhden opiskelijan mielestä ihailtavaa ja toinen huomioi Pietarin keskustan ulkopuolen ränsistyneisyyden ja toisaalta keskustan kauneuden luoman kovan kontrastin. Yksi opiskelija oli sitä mieltä, "että koko matka oli elämys".

Pyysimme opiskelijoita antamaan Pietarin opintomatalle myös kokonaisarvosanan kouluarvosana-asteikolla 4–10. Kahdeksan opiskelijaa oli antanut arvosanan, joista alin annettu oli 8 ja ylin 9,5. Keskiarvoksi tuli 8,44. Saimme palautetta myös omasta toiminnastamme. Palautteessa kävi ilmi, että vaikka tiedottaminen ennen matkaa oli hyvää, matkan aikana siinä oli ongelmia. Pari opiskelijaa koki, että matkan johtaminen siirtyi meiltä liikaa Fedorovalle ja kaupunkioppaалlemme ja päätöksentekomme olisi voinut olla jämäkämpää. Positiivista palautetta saimme kärsivällisyydestämme ja siitä, että kuuntelimme hyvin kaikkien mielipiteitä.

Kerätyn palautteen perusteella voisi todeta, että Pietarin opintomatka oli kokonaisuudessaan onnistunut. Opintomatkan aikana opiskelijat oppivat venäläisestä kulttuurista ja kokivat myös elämyksiä. Suurella osalla opiskelijoista ennakkoluulot Venäjää ja Pietaria kohtaan hälvenivät, mikä olikin yksi tärkeimmistä tavoitteistamme matkalle. Opiskelijoiden kanssa keskustellessamme ilmeni, että moni olisi valmis matkustamaan Venäjälle uudestaan. Keskustellessa tuli esiin myös se, että tulli ja viisumiasiat oli aiemmin koettu hankalina, mutta opintomatkan hyvin sujuneiden tullimuodollisuuksien myötä kynnyks lähteä omatoimimatalle Venäjälle aleni.

Roolijaot opintomatalla olivat epäselviä kaikille matkalla olleille, mikä hankaloitti informaation kulkua ja päätösten tekoa. Tiedostimme tämän itsekin matkan aikana, ja asia vahvistui myös saamassamme palautteessa. Tulevien opintomatkojen järjestäjien olisikin syytä selvittää ja määrätä hyvissä ajoin ennen matkaa selkeä matkajohtaja, joka vastaa kaikista päätöksistä. Olisimme voineet ennen matkaa myös selvittää nimenomaan matkalle lähtijöiden toiveita vierailukohteista ja esimerkiksi opastuksen tarpeellisuudesta Eremitaasissa. Nyt pohjasimme matkaohjelmaa hyvin pitkälti Digium-kyselyyn ja toisaalta ajattelimme, että pyrimme pitämään kulut mahdollisimman pieninä, jolloin sivuutimme opastusmahdollisuuden.

7.2 Opintomatkatuote

Testattuamme tuotteen käytännössä Pietarissa ja saatuamme palautetta matkasta voimme rakentaa tuotteestamme valmiin kokonaisuuden, jota Jyväskylän ammattikorkeakoulu voi halutessaan käyttää opintoja täydentävänä oppimismuotona. Suorittamamme tuotteen koekäyttö ja henkilökohtaiset, autenttiset kokemukset antoivat meille luotettavamman pohjan lopullisen tuotteen suunnittelulle kuin pelkästään kirjoista ja Internetistä kerätty tieto (Verhelä, 2000, 98). Olemme tehneet lopullisesta opintomatkatuotteesta Microsoft Power Point –esityksen CD-levylle (liite 7). Power Point –esityksessä havainnollistamme tuotetta opintomatkallemme ottamillamme kuvilla. Lisäksi esityksestä löytyy suosittelemiemme paikkojen yhteystiedot ja hyödyllisiä kirjallisuuslähteitä.

Ryhmäkoko

Mielestämme paras ryhmäkoko on maksimissaan 16 henkeä, eli pieneen turistibussiin mahtuva määrä. Tähän päädyimme oman matkakokemuksemme perusteella. Kun ryhmän koko on rajattu 16:een, on ryhmän helpompi liikkua esimerkiksi metrossa ja kaduilla. Pienemmällä linja-autolla pääsee myös ketterämmin kulkemaan kaapeammistakin paikoista kaupungissa. Lisäksi pienempää ryhmää on huomattavasti helpompi hallita esimerkiksi vierailukohteissa ja museoissa. Ison ryhmän kanssa ei ole myöskään mahdollista vierailla pienissä yrityksissä. Jo nyt meillä oli pieniä hankaluuksia löytää tarpeeksi isoja tiloja yritysvierailuille, vaikka ryhmämme koko oli vain 12

henkeä. Etuna näemme myös sen, että ryhmähenki on tiivis ja jokainen voi tuoda esille omia ajatuksiaan ehkä rohkeammin kuin isossa joukossa.

Roolijako

Opintomatikalle tulee sopia selkeästi yksi tai useampia matkanjohtajia, jotka ovat selvillä matkan tarkoituksesta ja tavoitteista, ja jotka vastaavat kaikista päätöksistä matkan ohjelmaan liittyen. Matkanjohtajien on hyvä käydä seuraavan päivän ohjelma läpi koko ryhmän kanssa jo edellisenä iltana päivän virallisen ohjelman päätyttyä. Tällöin jokainen osaa varata esimerkiksi riittävästi rahaa mukaan ja oikeanlaiset kengät jalkaan.

Ajankohta

Olemme suunnitelleet tuotteen niin, että matkalla ollaan keskiviikosta sunnuntaihin. Tällöin opiskelijoiden ei tarvitse olla pois koulun kontaktitunneilta kuin kolmena päivänä. Jos matka toteutetaan muina päivinä, on silti hyvä sisällyttää viikonloppu matkalla oloon mainitsemastamme syystä. Näin tehtäessä on kuitenkin siirrettävä matkapäivien ohjelmia, koska esimerkiksi maanantaisin monet museot ovat kiinni. Vaihtoehtoisesti maanantaina voisi tällöin olla yritysvierailuja.

Matkustaminen

Olemme varanneet matkustukseen aikaa 12 tuntia, sillä tullimuodollisuuksissa voi kestää useampi tunti. Omalla opintomatikallamme selvisimme tullista nopeasti, mikä vähensi matka-aikaa kymmeneen tuntiin. Olemme suunnitelleet opintomatkatuotteen siltä pohjalta, että ryhmä majoittuu hotelli Moskovassa, jonka alakerrassa on Ploshchad Aleksandra Nevskogo –metroasema. Hotelli voi olla myös jokin muu, mutta silloin tulee huomioida esimerkiksi metrolla liikkumiseen liittyvät asiat. Ryhmälle on hyvä selvittää heti ensimmäisenä iltana metron käyttö. Kun jokainen osaa käyttää metroa ja lukea metrokarttaa, liikkuminen omalla ajalla helpottuu. Metrolla voi helposti ja turvallisesti kulkea myös pienemmissä ryhmissä itsenäisesti, eikä kompromisseja tarvitse tehdä. Kaikessa suunnittelussa tulee huomioida Pietarin liikenteen ruuhkaisuus etenkin viikolla. Lyhyissäkin matkoissa voi kestää todella kauan.

Ruokailut

Yhteiset ruokailut kannattaa varata ehdottomasti etukäteen. Tällöin ryhmälle on valmiiksi katetut pöydät ja ruuan saaminen on nopeata. On myös helpompaa, kun ravintolaa ei tarvitse alkaa etsiä nälissään kesken päivän.

Matkaohjelman muutokset

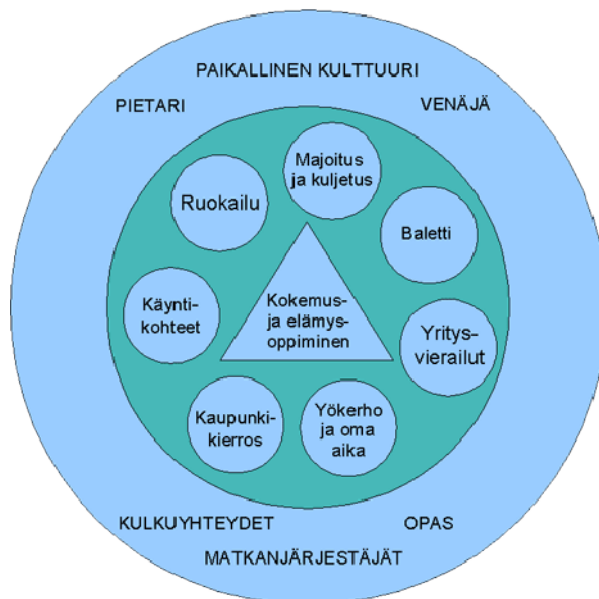
Alkuperäinen matkaohjelmamme osoittautui pääosin toimivaksi, mutta matkalla havaitsimme kuitenkin pienten muutosten olevan paikallaan. Siirsimme valmiin tuotteen matkaohjelmassa kaupunkikierroksen ja Eremitaasissa vierailun torstailta lauantaille sekä Katariinan palatsissa ja Mega-ostoskeskuksessa käynnit lauantailta torstaille. Päädyimme tähän ratkaisuun siksi, että viikolla Pietarin kadut ovat ruuhkaisempia kuin viikonloppuisin, jolloin useat Pietarilaiset matkustavat mökeilleen eli datshoilleen. Myös kaupunkioppaamme suositteli meille kyseistä ohjelman muutosta. Jos ohjelmasta haluaa saada väljemmän ja antaa asiakkaille mahdollisuuden tutustua kaupunkiin itsekseen, ehdotamme, että retki Katariinan palatsiin jätetään matkaohjelmasta pois. Katariinan palatsi ja Eremitaasi ovat molemmat upeita tutustumiskohteita, mutta hyvin pitkälti samantyyliisiä. Lisäksi Katariinan palatsissa vierailu vie huomattavasti enemmän aikaa kuin Eremitaasissa vierailu matka-aikojen takia, joten matkaohjelman muuttaminen tältä osin toisi opiskelijoille enemmän aikaa paikallisen kulttuurin omakohtaiseen tutustumiseen.

Valmis opintomatkatuote: Kokemus- ja elämysoppimista Pietarissa

Valmista opintomatkatuotetta voi kuvata useista moduuleista koostuvana palvelupaketina (Komppula & Boxberg 2002, 24). Pietarin opintomatkan palvelupaketti on esitetty kuviossa 6. Opintomatkatuotteen ytimessä on asiakkaan tarpeiden pohjalta luotu palvelukonsepti eli kokemuksellinen ja elämyksellinen oppiminen. Kokemusoppiminen on huomioitu tuotteessa etenkin opiskelijoiden ennakkotehtävissä, joissa he keräävät tietoa Venäjästä ja sen kulttuurista, sekä käsittelevät omia kokemuksiaan ja asenteitaan. Matkan aikana opiskelijoiden tulee pohtia ja soveltaa aiempia kokemuksiaan uusiin kokemuksiin, joita he saavat matkan aikana. Matkan jälkeen pohtiminen ryhmän kanssa vahvistaa uuden oppimista yhdessä opintotehtävien raportoinnin kanssa. Elämyspedagogiikka näkyy opintomatkan aikana siinä, että ryhmä matkustaa

uuteen ympäristöön, Pietariin, ja yhdessä ryhmän turvin jokainen opiskelija pystyy kokemaan uutta. Uusi ympäristö antaa virikkeitä elämyksille ja opiskelijat pystyvät omat toimintansa kautta oppimaan Venäjästä ja Pietarista sekä venäläisestä kulttuurista.

Idea toteutetaan eri yritysten tuottaminen toimintojen avulla, joista tuotteen palveluprosessi syntyy (Mts. 24). Opintomatkatuotteessamme toimintoja ovat muun muassa majoitus ja kuljetus, baletti, yritysvierailut ja käyntikohteet. Majoituspaikkana voi olla edullinen turistihotelli, kuten hotelli Moskova, tai opiskelijoille sopiva hostelli kaupungin keskustassa. Yritysvierailukohteet on valittava siten, että ne tukevat opintomatikalle lähtevien opiskelijoiden oppimista. Palveluympäristö sekä yrityksen resurssit tarjoavat ne puitteet, jossa asiakas tuotteen kokee (Mts. 24-25). Venäjä, Pietari ja paikallinen kulttuuri ovat opintomatkatuotteemme palveluympäristö. Resursseina ovat kulkuyhteydet, oppaat ja matkanjärjestäjät.



KUVIO 6. Opintomatkatuotteen matkailupalvelupaketti. Kuvio on laadittu Kompulan ja Boxbergin (2002) mallin pohjalta.

8 NÄLKÄ KASVAA SYÖDESSÄ

Venäjä-osaamisen tarve Suomessa on ilmeinen. Maahamme saapuu paljon venäläisiä turisteja, joita on osattava palvella huomioiden heidän kulttuuritaustansa. Monet yritykset tarvitsevat työntekijöikseen Venäjän kielen ja kulttuurin tuntevia ihmisiä. Myös matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijoiden olisi hyvä tutustua venäläiseen kulttuuriin opintojensa aikana, jotta he osaisivat työelämässä kohdata ja palvella venäläisiä asiakkaita. Monille naapurimaamme kulttuuri on vieras ja myös ennakkoluuloja esiintyy. Halusimme tarjota opiskelijoille mahdollisuuden tutustua venäläiseen kulttuuriin ja tämän vuoksi kehitimme Pietariin suuntautuvan opintomatkatuotteen opinnäytetyönämme.

Pietarin opintomatkan tarkoituksena oli naapurimaamme, Venäjän kulttuurista oppiminen kokemusten ja elämysten kautta. Oppimisen myötä opiskelijat saivat valmiuksia muun muassa venäläisen kulttuuritaustan omaavien ihmisten kanssa toimimiseen, asiakaslähtöisten palvelujen tuottamiseen ja kannattavien suhteiden rakentamiseen ottamalla huomioon venäläisen kulttuurin, perinteet, odotukset ja toiveet. Yksi tärkeimmistä tavoitteista oli ennakkoluulojen hälventäminen.

Opintomatkamme onnistui hyvin niin omasta mielestämme kuin opiskelijoilta saadun palautteen perusteella. Verhelän (2000) mukaan lopputuote syntyy palvelun, mielikuvien ja ennako-odotuksien pohjalta. Palautteen mukaan lähes kaikilla opiskelijoilla oli opintomatkastamme ennako-odotuksia, mutta kaikkien ennako-odotukset täyttyivät tai ylittyivät. Voi siis todeta, että olimme osanneet pitää osallistujien ennako-odotukset kohdillaan, jolloin pettymyksiä ei liian suurten odotusten vuoksi tullut ja lopputuotteeseen voi olla tyytyväinen. Matkalla mukana olleet opiskelijat näkivät ja kokivat omakohtaisesti venäläistä kulttuuria. Kaikki matkalle osallistuneet kertoivat oppineensa jotain ja he olivat kokeneet opintomatalla myös elämyksiä. Nimenomaan toimintaympäristön tarjoamat aistiärsykkeet tuottivat opiskelijoille elämyksellisen matkan. Palautteessa viitattiin Pietarin kauniisiin ja henkeä salpaaviin palatseihin ja historiallisiin rakennuksiin. Toisaalta kontrasti tämän ja ränsistyneen esikauptunkialueen välillä herätti joissain elämyksiä. Venäläinen ruoka ja baletti olivat useis-

ta mieleenpainuvia kokemuksia. Opintosuunnitelmissa mainitut osaamistavoitteet toteutuivat palautteen mukaan ainakin siinä, että opiskelijat kertoivat oppineensa venäläisistä ihmisistä ja siitä, miten heitä tulisi palvella asiakaspalvelutyössä. Ehkä tärkeimpänä saavutuksena opiskelijoiden negatiiviset ennakkoluulot muuttuivat positiiviseen suuntaan, eikä venäläinen kulttuuri tunnu heistä enää niin vieraalta. Moni sanoi matkan jälkeen olevansa valmis matkustamaan Venäjälle uudestaan.

Toteuttamamme opintomatkan myötä saamiemme kokemusten ja annetun palautteen perusteella loimme lopullisen opintomatkatuotteen, jota opinnäytetyömme toimeksiantaja, Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailu ja palvelut -yksikkö, voi käyttää opiskelijoiden kansainvälisiä taitoja kartuttavana oppimismuotona. Mielestämme opintomatkasoveltuisi parhaiten jonkin kurssin yhteydessä toteutettavaksi. Tällöin opiskelijaryhmä olisi helpompi saada kasaan ja he pystyisivät paneutumaan opintotehtäviin tehokkaammin, kun kurssilla olisi käyty läpi venäläistä kulttuuria jo ennen matkaa. Opintomatkatuotteemme on mahdollista toteuttaa myös ilman kontaktiopetusta, mutta silloin matkalle lähtijöillä on oltava motivaatiota opintotehtävien tekoon itsenäisesti ja kiinnostusta Venäjää kohtaan matkalle orientoitumista varten.

Komppula ja Boxberg (2002) tuovat esille, että asiakkaan tarpeet ja motiivit tulee tuntea. Jos kehittämäämme opintomatkatuotetta käytetään koulussamme myös jatkossa, olisi opiskelijoilta hyvä tiedustella heidän kiinnostuksen kohteitaan esimerkiksi juuri Digium-kyselyn avulla. Myös opiskelijoiden motiivit tulee tiedostaa ja opintomatkaa markkinoida niiden avulla. Omassa opinnäytetyössämme huomioimme opiskelijoiden motiivina uuden oppimisen, mutta markkinoinnissa olisi voinut painottaa enemmän opintopisteiden saantia. Tämä olisi saattanut motivoida joitakin oppilaita mukaan opintomatkalle. Jatkossa tulisi huomioida myös se, että oppimistehtäviä sekä matkan aikana koettuja ja opittuja asioita kannattaa käydä läpi matkan loppuvaiheissa, jotta Kolbin kuvaama pohdiskelu toteutuisi ja se mahdollistaisi uuden oppimisen oppimisympyrän mukaisesti. Myös elämyspedagogisessa mielessä kokemuksia on hyvä käydä läpi ryhmässä ja liittää niitä arkielämään. Omalla opintomatkallamme pyrimme käsittelemään kyseisiä asioita paluumatkan aikana, mutta keskustelu oli suhteellisen vähäistä, sillä olimme matkan aikana jo niitä pohtineet. Jos matka kyt-

keytyy johonkin kurssiin, voi yhteisen pohdiskelun jättää myös matkan jälkeen kurssin kontaktitunnilla läpi käytäväksi.

Opiskelijoilta saadussa palautteessa toivottiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun järjestävän opintomatkoja tulevaisuudessa enemmän. Opiskelijat kertoivat palautteessaan, että opintomatoilla oppii paremmin kuin omatoimimatkoilla, koska silloin osaa kiinnittää huomiota olennaisiin asioihin. Opintomatkat ovat hyvä tapa tutustua vieraaseen kulttuuriin ja murtaa ennakkoluuloja. Kun ohjelma on tarkasti suunniteltu ja perusteltu oppilaiden opintosuunnitelmista löytyvillä osaamistavoitteilla, on opintomatuote tehokas lisä restonomikoulutuksessa. Etenkin Venäjälle kannattaa tulevaisuudessa tehdä opintomatoja, jotta opiskelijoiden ennakkoluulot hälvenevät ja ammatillinen osaaminen kehittyy. Vaikka maillamme on yhteistä historiaa, emme kuitenkaan tiedä kovinkaan paljoa Venäjästä ja sen rikkaasta kulttuuriperinnöstä, joka on aivan meidän vieressämme.

Opinnäytetyömme pyrkii vastaamaan kysymykseen, millainen on hyvä, kulttuuripainotteinen, Pietariin suuntautuva opintomatuote. Mielestämme tällainen tuote on liitetty opiskelijoiden opintosuunnitelmiin ja mielellään myös johonkin tiettyyn kurssiin. Opintomatoon liittyy ennakkotehtäviä, joiden myötä opiskelijat pystyvät orientoitumaan matkaa varten ja jotka luovat pohjan kokemukselliselle oppimiselle. Matkaohjelman tulee olla monipuolinen ja elämysten kokemiselle on annettava tilaisuuksia. Ohjelmassa ja yritysvierailuissa on otettava huomioon opiskelijoiden toiveet ja mielenkiinnon kohteet. Omaakin aikaa on hyvä olla, jotta kulttuurin yllätyksiä ei tulisi ja jokainen pääsisi omakohtaisesti kokemaan paikallista elämää. Opintomatoilla tulee olla mukana Venäjän kielen ja kulttuurin hyvin tunteva henkilö, joka pystyy kertomaan mahdollisimman laajasti kulttuuriin liittyvistä asioista ja toisaalta opastamaan ryhmää kaupungissa. Mahdollisten oppaiden, matkajohtajien ja matkanjärjestäjien tehtävät ja vastuut on ennen matkaa tehtävä selväksi kaikille osapuolille. Opintomaton jälkeinen kokemusten pohdinta niin ryhmässä kuin opintotehtävissä edistää oppimista.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut haastavaa, mutta erittäin mielenkiintoista ja palkitsevaa. Prosessin aikana olemme oppineet tuotteistamisesta, matkan järjestämisestä

tä, kokemuksellisesta ja elämyksellisestä oppimisesta sekä ennen kaikkea venäläisestä kulttuurista. Opinnäytetyöprosessin aikana molemmilla kasvoi kiinnostus Venäjää ja sen kulttuuria kohtaan. Aloittaessamme opinnäytetyötä emme tienneet Venäjästä tai Pietarista juuri mitään. Kirjoittaessamme teoriapohjaa pääsimme tutustumaan maahan ja kulttuuriin, jolloin kiinnostuimme siitä entisestään. Opintomatkan aikana näimme ja koimme, ettei Pietari ole muita Euroopan suurkaupunkeja vaarallisempi matkakohde. Pietari on todella kaunis, historiallinen kaupunki, jolla on paljon tarjottavaa matkailijalle. Venäläinen kulttuuri tuli matkan aikana tutummaksi, ja haluamme oppia siitä lisää. Voisikin todeta, että ainakin omalla kohdallamme nälkä kasvoi syödessä.

Olemme luoneet aikaa vievän ja vaativan prosessin lopputuloksena loistavan opintomatkatuotteen. Tuote ei olisi tullut näin hyväksi ilman käytännön testausta ja saamamme rakentavaa palautetta mukana olleilta opiskelijoilta. Osasimme hyödyntää palautteen ja omat havaintomme parantamalla tuotetta entisestään. Mielestämme opintomatkatuotteemme ansaitsee tulla toimeksiantajamme huomioiduksi tulevaisuudessa erinomaisena työkaluna tulevia opintomatkoja suunnitellussa.

LÄHTEET

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Helsinki: WSOY.

Eteläpelto, A. 1992. Tulevaisuuden asiantuntijuuden kehittäminen. Teoksessa Johdattua Ammattikorkeakoulupedagogiikkaan. Toim. J. Ekola. Porvoo: WSOY, 38.

Geert Hofstede TM Cultural Dimensions. 2009. Viitattu 19.3.2009. [Http://www.geert-hofstede.com](http://www.geert-hofstede.com).

Hellberg-Hirn, E. 2006. Venäjän symbolit. Teoksessa Opas venäläisyyteen. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 137-140, 144-147, 149-151.

Historic centre of Saint Petersburg and related groups of monuments. 2009. Unescon sivut. Viitattu 18.3.2009. [Http://whc.unesco.org](http://whc.unesco.org), The list, Russian Federation, Historic centre of Saint Petersburg and related groups of monuments.

Huttunen, T. 2006. Venäjän toinen kulttuuri. Teoksessa Opas venäläisyyteen. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 270.

Häkkinen, A. & Kauppinen, A. 2007. Sankarimatkaillijan Pietari. Helsinki: Like.

Karppinen, S.J.A. 2007. Elämyksestä kokemukseen ja oppimiseen. Teoksessa Seikkailun elämyksiä – Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Toim. S.J.A Karppinen & T.Latoomaa. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 79-86.

Kompetenssien selitteet. N.d.a Jyväskylän ammattikorkeakoulun sivut. Viitattu 12.2.2009. [Http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat](http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat), Vuonna 2007 alkaneet koulutusohjelmat, Matkailu, Kompetenssit.

Kompetenssien selitteet. N.d.b Jyväskylän ammattikorkeakoulun sivut. Viitattu 12.2.2009. [Http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat](http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat), Vuonna 2007 alkaneet koulutusohjelmat, Palvelujen tuottaminen ja johtaminen, Kompetenssit.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Kulttuurimatkaillun määritelmä. 2008. Matkailun edistämiskeskuksen sivut. Viitattu 25.11.2008. [Http://www.mek.fi](http://www.mek.fi), Tuoteteemat, Kulttuurimatkaillu, Kulttuurimatkaillun määritelmä.

Kupias, P. 2001. Oppia opetusmenetelmistä. Helsinki: Educa-instituutti oy.

Lehtonen, T. 1998. Kunnioittava kohtaaminen elämyspedagogisessa työssä. Teoksessa Elämän seikkailu. Toim. T.Lehtonen. Jyväskylä: Atena, 97-98, 106.

Malmisalo-Lensu, A-M. & Mäkinen, M. 2007. Museo oppimisen paikkana. Teoksessa *Museologia tänään*. Toim. P. Kinanen. Helsinki: Suomen museoliitto, 314.

Matkailu lisääntyi. 2008. *Suur-Jyväskylän lehti* 27.8.2008, 8.

Matkailun koulutusohjelma > Koulutukselliset ja ammatilliset osaamistavoitteet. 2005. Jyväskylän ammattikorkeakoulun sivut. Viitattu 12.2.2009.

[Http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat](http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat), Vuonna 2005 alkaneet koulutusohjelmat, Matkailu, Koulutukselliset ja ammatilliset osaamistavoitteet.

Matkailun koulutusohjelma. 2008. Jyväskylän ammattikorkeakoulun laatima opetussuunnitelma. Viitattu 25.11.2008. [Http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat](http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat), Matkailun koulutusohjelma.

Mikkola, O-M., Bloigu, K. & Karhunen, P. 2009. Venäjäosaamisen luonne ja merkitys kansainvälisissä suomalaisyrityksissä. Elektroninen työpaperi, Helsingin kauppakorkeakoulu, W 460. 1/2009. Viitattu 23.3.2009. [Http://hsepubl.lib.hse.fi/pdf/wp/w460.pdf](http://hsepubl.lib.hse.fi/pdf/wp/w460.pdf).

Mustajoki, A. 1998. Venäläisten mysteeri. Teoksessa *Me ja muut - Kulttuurien välinen viestintä*. Toim. L. Salo-Lee. Helsinki: YLE, 151–152.

Mustajoki, A. 2006. Kiehtova ja pelottava venäjän kieli. Teoksessa *Opas venäläisyyteen*. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 22.

Mäkinen, T. 2008. Projektisihteeri, Suomi-Venäjä –seuran Länsi-Suomen piirijärjestö ry. Haastattelu 26.11.2008.

Obolgoviani, V. 2008. Tulevaisuuden Venäjä-osaajat. *Venäjän Aika* 2, 54-56.

Oksanen, S. 2009. Markkinointijohtaja, Sokos Hotels St. Petersburg. Yritysvierailu 3.4.2009.

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. 2008. Jyväskylän ammattikorkeakoulun laatima opetussuunnitelma. Viitattu 12.2.2009.

[Http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat](http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat), Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma.

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma > Koulutukselliset ja ammatilliset osaamistavoitteet. 2005. Jyväskylän ammattikorkeakoulun sivut. Viitattu 12.2.2009. [Http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat](http://www.jamk.fi/opiskelijoille/opinto-opas/koulutusohjelmat/opetussuunnitelmat), Vuonna 2005 alkaneet koulutusohjelmat, Palvelujen tuottaminen ja johtaminen, Koulutukselliset ja ammatilliset osaamistavoitteet.

Parikka, O. 2007. Äiti-Venäjän aapinen. Jyväskylä: Atena.

- Partanen, H. 2009. Koulutusohjelmarakenteen suunnittelu. Tuloste 26.1.2009. Vastaanottajat J. Kinnunen ja M. Mikkonen. Koulutuspäällikön antama tuloste matkailun koulutusohjelman osaamistavoitteista vuonna 2006.
- Peltola R., Himeber L., Laakso J., Niemi P. & Näätänen R. 1999. Psykologia 1 – Toimiva ihminen. Helsinki: WSOY.
- Perttula, J. 2007. Elämysten merkitys ihmiselämässä. Teoksessa Seikkaillen elämyksiä – Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Toim. S.J.A Karppinen & T. Lomaa. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 56, 70.
- Perustiedot alueista. 2008. Helsingin kauppakorkeakoulun sivusto. Viitattu 18.3.2009. [Http://www.hse.fi/FI/cemat/projects/economicmonitoring/regional/saintpetersburg](http://www.hse.fi/FI/cemat/projects/economicmonitoring/regional/saintpetersburg)
- Pietari. 2008. Venäjän ja Itä-Euroopan instituutin sivusto. Viitattu 18.3.2009. [Http://www.rusin.fi](http://www.rusin.fi), Venäjän federaatio, Matkailu, Matkakohteita.
- Poliittinen järjestelmä. 2009. Suomen suurlähetystön ja ulkoasiainministeriön tuottama sivusto. Viitattu 17.3.2009. [Http://www.finland.org.ru](http://www.finland.org.ru), Poliittinen järjestelmä.
- Popova, N. 2005. Pietari ja sen esikaupungit. Pietari: Kustantamo Ivan Fjodorov.
- Rantanen, A. 2008. Tiukka viisumikuri uhkaa joulusesonkia. Keski-suomalainen 24.11.2008, 3.
- Rauste-von Wright, M. & von Wright, J. 1994. Oppiminen ja koulutus. Porvoo: WSOY.
- Ruohotie, P. 2000. Oppiminen ja ammatillinen kasvu. Porvoo: WSOY.
- Rutanen, S. 2008. Tervetuloa! Venäläiset matkailijat Jyväskylän seudulla. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, matkailu-, ravitsemis- ja talousala, matkailun koulutusohjelma.
- Salo-Lee, L., Malmberg, R. & Halinoja, R. 1998. Me ja muut - Kulttuurien välinen viestintä. Helsinki: YLE.
- Seikkaillen elämyksiä. 2007. Toim. S.J.A. Karppinen & T. Lomaa. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- St. Petersburg in Facts and Figures. 2009. Viitattu 19.3.2009. [Http://www.saint-petersburg.com](http://www.saint-petersburg.com), Quick Facts.
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan? – elämiskolmio-malli elämyksellisyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa Seikkaillen elämyksiä – Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Toim. S.J.A Karppinen & T. Lomaa. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 99, 101, 103, 106, 109.

Telemäki, M. 1998. Kurt Hahn ja elämyspedagogiikka. Teoksessa Elämän seikkailu. Toim. T. Lehtonen. Jyväskylä: Atena, 13-14.

Tietoa Venäjästä. 2009. Suomen suurlähetystön ja ulkoasiainministeriön tuottama sivusto. Viitattu 17.3.2009. [Http://www.finland.org.ru](http://www.finland.org.ru), Tietoa Venäjästä.

Venäjä-osaajat kokoontuivat Oulun Venäjä-foorumissa. N.d. Uutinen Suomi-Venäjä – seuran sivuilla. Viitattu 24.3.2009. [Http://www.venajaseura.com](http://www.venajaseura.com), aluetoiminta, Pohjois-Suomi, aiemmin tapahtunutta, Venäjä-foorumi kiinnosti pohjoissuomalaisia.

Venäjäkirja. 1998. Toim. M. Sadeniemi. Helsinki: Ajatus Kustannus.

Verhelä, P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Helsinki: Edita.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WSOY.

Vihavainen, T. 2006. Venäjän maa. Teoksessa Opas Venäläisyyteen. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 10-11.

Vituhnovskaja, M. 2006a. Kansanperinne. Teoksessa Opas venäläisyyteen. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 70-72.

Vituhnovskaja, M. 2006b. Kansanluonne ja elämäntapa. Teoksessa Opas venäläisyyteen. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 125, 128-130.

Vituhnovskaja, M. 2006c. Käytöstavat, juhlat ja vapaa-aika. Teoksessa Opas venäläisyyteen. Toim. T. Vihavainen. Helsinki: Otava, 109.

Yhteiskunta, kulttuuri ja media. 2006. Ulkoasiainministeriön sivut. Viitattu 17.3.2009. [Http://formin.finland.fi](http://formin.finland.fi) – maat ja alueet, maat A-Z, Venäjä, Yhteiskunta, kulttuuri ja media.

Ylilehto, H. 2007. Venäjä on yhä mahdollisuus. Spektri 1/2007. Viitattu 23.3.2009. [Http://www.oph.fi/julkaisut/spektri/spektri2007_1.pdf](http://www.oph.fi/julkaisut/spektri/spektri2007_1.pdf)

LIITTEET

Liite 1. Opintomatkan liittäminen opintosuunnitelmiin

Opintomatka Pietariin – Miten matka liittyy opintosuunnitelmiin?

Halusimme suunnitella opintomatkatuotteen, joka on yhteydessä opiskelijoiden opintosuunnitelmiin. Halusimme, että opintomatka vastaa opiskelijoiden osaamistavoitteita ja he oppivat matkalla asioita, jotka hyödyttävät heitä ammatillisesti.

Matkailun koulutusohjelma

Matkailun OPS, 2005:

- Valmistunut restonomi kykenee johtamaan matkailualan yrityksiä, jotka tuottavat eri kulttuureista tuleville asiakkaille laadukkaita, elämyksellisiä ja hyvinvointia tuottavia palveluja niin paikallisissa, kansallisissa kuin kansainvälisissäkin verkostoissa ← Millaisia palveluja venäläiset asiakkaat kaipaavat Suomessa matkaillessaan? Mitä he arvostavat ja odottavat? ← Yritysvierailut, oma havainnointi

Matkailun OPS, 2006:

- Valmistunut matkailualan restonomi osaa kehittää ja johtaa asiakaslähtöisiä elämyspalveluja ← Millaisia elämyspalveluja venäläiset asiakkaat kaipaavat Suomessa matkaillessaan? Mitä he arvostavat ja odottavat? ← Yritysvierailut, oma havainnointi
- Osaa viestiä ja toimia monikulttuurisissa ja kansainvälisissä toimintaympäristöissä ← Ennakkoluulojen madaltuminen, venäläisen kulttuurin ymmärtäminen ← Kokemukset, havainnointi, tehtävät
- Kykenee johtamaan kansainvälistä henkilöstöä ← venäläisten ja heidän kulttuurinsa ymmärtäminen ← Ennakkotehtävät, oma havainnointi
- Pystyy rakentamaan tavoitteellisia verkostoja ← Yritysvierailut, mahdolliset itse sovitut tapaamiset

Matkailun OPS, 2007:

- Edellisten lisäksi restonomi ymmärtää erilaisten kulttuurien merkityksen palvelukulttuurille ← Kuinka venäläisiä asiakkaita tulee palvella? ← Yritysvierailut, oma havainnointi

Matkailun OPS, 2008:

- Huomioitu Keski-Suomen matkailustrategia: Strategian toteutuminen edellyttää " innovatiivisten elämystuotteiden kehittämistä, tehokasta kansainvälistä markkinointia ja kaupankäyntiä" ← Millaisia tuotteita venäläisille voidaan kehittää? Mitä tulee huomioida markkinoissa ja tehtäessä kauppaa Venäjän suuntaan? ← Yritysvierailut, oma havainnointi
- Työelämävalmiuksiin kuuluu kansainvälisyysosaaminen, jossa esimerkiksi kulttuurierojen ymmärtäminen ja yhteistyökykyisyys kulttuuritaustoiltaan erilaisen ihmisten kanssa korostuu ← Ennakkoluulojen madaltuminen, venäläisen kulttuurin ymmärtäminen ← Kokemukset, havainnointi, tehtävät
- Oppiminen on "yhteisöllistä innostamista, innostumista ja ponnistelua" alan olennaisten ja ajankohtaisten kysymysten käsittämiseksi. Oppilaiden halutaan kehittävän omaa osaamistaan ja asiantuntijuuttaan aktiivisesti, sekä ottavan vastuuta sekä omasta että muiden oppimisesta ← Olemme havainneet tarvetta venäjän kulttuuriin tutustumiselle ammattitaidon kartuttamiseksi. Haluamme tarjota opiskelijoille mahdollisuuden itsensä kehittämiseen.

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

MPA:n OPS, 2005:

- MPA-puolen restonomit osaavat tuottaa, johtaa ja kehittää asiakaslähtöisiä kuluttaja-, ruoka-, ravintola- ja toimitilapalveluja. He pystyvät toimimaan yhteistyöverkostoissa ← Millaisia palveluja venäläiset asiakkaat kaipaavat? Mitä he arvostavat ja odottavat? ← Yritysvierailut, oma havainnointi

MPA:n OPS, 2006: Ei löytynytMPA:n OPS, 2007:

- Osaavat suunnitella ja tuottaa erilaisia palveluja toimintaympäristön vaatimusten mukaisesti ← Millaisia palveluja venäläiset asiakkaat kaipaavat Suomessa matkaillessaan? Mitä he arvostavat ja odottavat? ← Yritysvierailut, oma havainnointi

- Käsittävät kansainvälisyyden ja erilaisten kulttuurien merkityksen omalla alallaan ja palvelukulttuurissa ← Yritysvierailut, oma havainnointi

MPA:n OPS, 2008:

- Valmistunut MPA-puolen restonomi osaa rakentaa asiakaslähtöisiä ja innovatiivisia palveluja, palvelujärjestelmiä ja palveluketjuja ← Millaisia palveluja venäläiset asiakkaat kaipaavat Suomessa matkaillessaan? Mitä he arvostavat ja odottavat? ← Yritysvierailut, oma havainnointi
- Kykenee rakentamaan tavoitteellisia yhteistyöverkostoja ← Yritysvierailut, mahdolliset itse sovitut tapaamiset
- Omaa viestintä- ja vuorovaikutustaitoja, joita tarvitaan palveluyritysten monikulttuurisissa toimintaympäristöissä ← venäläisen kulttuurin ymmärtäminen ← Kokemukset, havainnointi, tehtävät
- Osa johtaa monikulttuurista henkilöstöä ja käyttää monikulttuurisuutta kehittämisen voimavarana ← Ennakkoluulojen madaltuminen, venäläisen kulttuurin ymmärtäminen ← Kokemukset, havainnointi, tehtävät
- Ymmärtää kulttuurieroja ja kykenee yhteistyöhön kulttuuriltaan erilaisten henkilöiden kanssa ← Ennakkoluulojen madaltuminen, venäläisen kulttuurin ymmärtäminen ← Kokemukset, havainnointi, tehtävät
- Ymmärtää kansainvälisyyskehityksen vaikutuksia ja mahdollisuuksia omalla ammattialallaan ← Yritysvierailut, oma havainnointi

Liite 2. Markkinointikirje opiskelijoille

Zdraastuite!!

Kiinnostaako sinua itänaapurimme Venäjä ja upea kulttuurikaupunki Pietari? Nyt sinulla on mahdollisuus lähteä mielienkiintoiselle matkalle kanssamme tutustumaan Venäjän kulttuuriin viiden päivän ajaksi huhtikuun alussa.

Olemme suunnitelleet ja toteuttamassa kulttuuripainotteista opintomatkaa Pietariin 1.-5.4.2009. Matkalla tutustumme kuuluisimpiin nähtävyyksiin, venäläiseen ruokakulttuuriin ja vieraillemme paikallisissa yrityksissä. Matkaohjelman kuuluu niin korkeakulttuuria kuin nykypäivän kulttuuria.

Yövymme hotellit Moskovaan kahden hengen huoneissa ja matkustamme Pietariin Töysän Linjan bussilla. Paluumatka ja koukkaamme Viipurin kautta, jotta myös kyseiseen paikkaan on mahdollista tutustua ja ostella mahdollisesti viimeiset tullaiset. Matkan hinnaksi tulee noin 270€, johon sisältyy majoitukset, bussikulut, viisumi, vierailu Eremitaasissa ja Katariinan palatsissa sekä ballettiesitys Marinski-teatterissa. Jos sinulla on vuosiviisumi venäjälle, ilmoitathan siitä varausvaiheessa. Sinun on mahdollista saada Study Tour-opintopisteitä matkalla ja täydentää siten omaa opintokokonaisuuttasi.

Maanantaina 2.2.2009 klo: 9.30 pidämme infotilaisuuden luokassa 284, koskien matkaa. Silloin sinulla on mahdollisuus esittää kysymyksiä ja kerromme tarkemmin matkaohjelman sisällöstä. Infoon osallistuminen ei sido sinua vielä mihinkään.

Ilmoittautuaksesi matkalle mukaan, läitä postia jommalle kummalle meistä: maju.mikkonen.mta@jamk.fi tai jenni.kinnunen.mta@jamk.fi. Sitova ilmoittautuminen on viimeistään maanantaina 9.2.2009. Huomioithan, että tarvitset kopion passista, joka on voimassa 6kk matkan jälkeen sekä kopion matkavakuutuksesta. Jos sinulla ei ole matkavakuutusta, niin saat sen matkatoimiston kautta. Matkanjohtajana toimii Lilja Fedorova, joka tutustuttaa meidät monipuolisesti venäläiseen kulttuuriin koko matkan ajan.

Terveisin matkanjärjestäjät:
Maiju Mikkonen ja Jenni Kinnunen

Liite 2. Seinämainokset

Pietari KULTTUURIA

Zdraastuite!!

Kiinnostako sinua itänaapurimme Venäjä ja upea kulttuurikaupunki Pietari? Nyt sinulla on mahdollisuus lähteä matkailu- ja kulttuurimatkalle kansainvälinen tutustumaan Venäjän kulttuuriin viiden päivän ajaksi huhtikuun alkuun.

Järjestämme kulttuuripainotteisen opintomatkan Pietariin 1.-5.4.2009. Matkalla tutustumme kaudensisäisiin nähtävyyksiin, venäläiseen ruokakulttuuriin ja vieraillemme paikallisissa yrityksissä. Matkaohjelmaan kuuluu niin korkeakulttuuria kuin nykypäivän kulttuuria.

Viihdyimme hotellin Moskovassa kahden hengen huoneissa ja matkustamme Pietariin Tšovin Linjan bussilla. Päivämatkalla kookkaamme Vitpurin kautta. Matkan hinnaksi on noin 270€ sisältäen majoitukset, bussikuljetuksen, viisumin, vierailut Eremitaasissa ja Katarinan palatsissa sekä balettitiettyksen Marinin-teatterissa. Jos sinulla on vuosiviisumi venäjälle, ilmoitathan siitä varausvaiheessa.

Sinun on mahdollista saada Study Tour -opintopisteitä matkalta ja täydentää siten omaa opintokokonaisuuttasi.

Maanantaina 2.2.2009 klo: 9-30 pidämme infotilaisuuden luokassa 284. Silloin sinulla on mahdollisuus esittää kysymyksiä ja kerromme tarkemmin matkaohjelman sisällöstä. Infon osallistuminen ei sido sinua vielä mihinkään.

Ilmoittautuaksesi matkalle mukaan, laita postia jommalle kummalle meistä: marju.mikkonen.mta@jamk.fi tai jenni.kinnunen.mta@jamk.fi. Sitova ilmoittautuminen on viimeistään maanantaina 9.2.2009. Huomioithan, että tarvitset kopion passista, joka on voimassa 6kk matkan jälkeen sekä kopion matkavakuutuksesta. Jos sinulla ei ole matkavakuutusta, niin saat sen matkoistojen kautta.

Matkanjohtajana toimii Liisa Fedorova, joka tutustuttaa meidät monipuolisesti venäläiseen kulttuuriin koko matkan ajan.

Terveisin matkanjärjestäjät:
Marju Mikkonen ja Jenni Kinnunen

Venäläinen hotelli on muutenkin erittäin hyvä!

Pietariin

Zdraastuite!!

Kiinnostako sinua itänaapurimme Venäjä ja upea kulttuurikaupunki Pietari? Nyt sinulla on mahdollisuus lähteä matkailu- ja kulttuurimatkalle kansainvälinen tutustumaan Venäjän kulttuuriin viiden päivän ajaksi huhtikuun alkuun.

Järjestämme kulttuuripainotteisen opintomatkan Pietariin 1.-5.4.2009. Matkalla tutustumme kaudensisäisiin nähtävyyksiin, venäläiseen ruokakulttuuriin ja vieraillemme paikallisissa yrityksissä. Matkaohjelmaan kuuluu niin korkeakulttuuria kuin nykypäivän kulttuuria.

Viihdyimme hotellin Moskovassa kahden hengen huoneissa ja matkustamme Pietariin Tšovin Linjan bussilla. Päivämatkalla kookkaamme Vitpurin kautta. Matkan hinnaksi on noin 270€ sisältäen majoitukset, bussikuljetuksen, viisumin, vierailut Eremitaasissa ja Katarinan palatsissa sekä balettitiettyksen Marinin-teatterissa. Jos sinulla on vuosiviisumi venäjälle, ilmoitathan siitä varausvaiheessa.

Sinun on mahdollista saada Study Tour -opintopisteitä matkalta ja täydentää siten omaa opintokokonaisuuttasi.

Maanantaina 2.2.2009 klo: 9-30 pidämme infotilaisuuden luokassa 284. Silloin sinulla on mahdollisuus esittää kysymyksiä ja kerromme tarkemmin matkaohjelman sisällöstä. Infon osallistuminen ei sido sinua vielä mihinkään.

Ilmoittautuaksesi matkalle mukaan, laita postia jommalle kummalle meistä: marju.mikkonen.mta@jamk.fi tai jenni.kinnunen.mta@jamk.fi. Sitova ilmoittautuminen on viimeistään maanantaina 9.2.2009. Huomioithan, että tarvitset kopion passista, joka on voimassa 6kk matkan jälkeen sekä kopion matkavakuutuksesta. Jos sinulla ei ole matkavakuutusta, niin saat sen matkoistojen kautta.

Matkanjohtajana toimii Liisa Fedorova, joka tutustuttaa meidät monipuolisesti venäläiseen kulttuuriin koko matkan ajan.

Terveisin matkanjärjestäjät:
Marju Mikkonen ja Jenni Kinnunen

Venäläinen hotelli on muutenkin erittäin hyvä!

Pietariin
matkailu
tutustumista
venäläiseen
kulttuuriin

Pietariin
matkailu
tutustumista
venäläiseen
kulttuuriin

Pietariin
matkailu
tutustumista
venäläiseen
kulttuuriin

Pietariin
matkailu
tutustumista
venäläiseen
kulttuuriin

Liite 4. Opintomatkan oppimistehtävät

Opintomatka Pietariin 1.-5.4.2009

Tehtävät

Omat kokemukset ja käsitykset:

Kerro aluksi millainen käsitys sinulla on venäläisistä ihmisistä ja heidän kulttuuristaan? Mitkä asiat ovat vaikuttaneet käsityksiisi? Pohdi myös tilanteita, joissa olet ollut tekemisissä venäläisten ihmisten kanssa. Tilanteet voivat liittyä esimerkiksi asiakaspalveluun tai venäläisten tuttujen kanssa vietettyyn aikaan. Kerro, mitä tilanteissa tapahtui. Havaitsetko kulttuurieroja? Pohdiskele omaa toimintaasi, ajatteluasi ja uskomuksiasi.

Tutustu venäläisyyteen, maan kulttuuriin ja tapoihin lähteiden avulla:

Jos haluat suorittaa 5 opintopistettä, tee tehtävät 1, 2 ja 3. Jos suoritat 3 opintopistettä, valitse tehtävistä 1-3 oman oppimisesi kannalta hyödyllisin (yksi) tehtävä.

Tutustu venäläiseen tapakulttuuriin (tervehtiminen, puhuttelu, ruokailutavat ja niin edelleen) ja kirjoita siitä. Kannattaa pohtia asioita oman koulutusohjelman mukaisesti, esimerkiksi ruokapuolenopiskelijana voit selvittää erityisesti ruokailutapoja jne. Havainnoi matkan aikana kuinka asiat näkyvät todellisessa elämässä. Miten ihmiset tervehtivät toisiaan kadulla tavatessaan? Miten he käyttäytyvät kahviloissa ja ravintoloissa? Onko kaikki niin kuin lähteissä on kerrottu vai huomaatko aivan erilaisia tapoja toimia? Kirjoita havainnoistasi.

Selvitä, millainen on venäläinen "kalenteri". Millaisia pyhiä ja juhlia venäjällä vietetään ja milloin? Mistä eri juhlat juontavat juurensa? Millaisia tapoja ja uskomuksia juhliin ja pyhiin liittyy? Havainnoi matkan aikana, näkyykö lähestyvä pääsiäinen esimerkiksi katukuvassa ja kaupoissa.

Ota selvää Venäjän poliittisesta tilanteesta. Seuraa tämän jälkeen venäläistä sanomalehteä viikon ajan. Esimerkiksi St. Petersburg Times (<http://www.sptimes.ru>) tai The Moscow Times (<http://www.themoscowtimes.com>), (lisää löytyy esimerkiksi:

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_newspapers_in_Russia). Millaisista asioista seuraamasi lehti uutisoi? Millainen kuva Venäjästä välittyy uutisten kautta?

Yritysvierailut:

Valmistaudu yritysvierailuita varten ottamalla etukäteen selvää yrityksistä ja niiden toiminnasta. Mieti valmiiksi pari asiaa, joita haluat vierailukohteiden isänniltä/emänniltä kysyä.

Päiväkohtainen matkapäiväkirja:

Kirjoita ennen opintomatkaa odotuksistasi ja toiveistasi. Mitä haluat oppia ja kokea? Kirjoita matkan aikana ylös huomioitasi ja mietteitäsi. Kuvaile opintomatkaan jälkeen mitä koit ja havaitsit opintomatkan aikana. Mitä uutta opit? Miten voit hyödyntää oppimiasi ja työelämässä kokemiasi asioita? Pohdi muuttuiko käsityksesi venäläisyydestä ja miten.

Ennakkotehtävistä, yritysvierailuihin valmistautumisesta ja matkapäiväkirjasta kootaan raportti, joka palautetaan matkan jälkeen matkailun yliopettaja Anne Törnille 17.4.2009 mennessä.

Liite 5. Alustava matkaohjelma

Opintomatka Pietariin 1.-5.4.2009

Matkaohjelma

Päivä 1: Keskiviikko

Lähtö Jyväskylästä bussilla kohti Pietaria n. klo 6

Saapuminen Pietariin n. klo 18 ja majoittuminen

Yhteistä iltaohjelmaa, "Raskaana olevan naisagentin laukku" -kahvila

Päivä 2: Torstai

Aloitamme päivän nauttimalla aamiaisen hotellilla

Aamupäivällä teemme kaupunkikierroksen ja tutustumme Eremitaasiin

Ilta vapaata (tai baletti)

Päivä 3: Perjantai

Aloitamme päivän nauttimalla aamiaisen hotellilla

Vierailemme yrityksissä (Matkatoimisto, Sokos Hotel, Finnpron-toimisto, Suomentien-toimisto..)

Ilta vapaana (tai baletti)

Päivä 4: Lauantai

Aloitamme päivän nauttimalla aamiaisen hotellilla

Retki Tsarskoje Seloon, tutustuminen Katariinan palatsiin

Yhteinen päivällinen venäläiseen tyyliin

Yökerho

Päivä 5: Sunnuntai

Matkustuspäivä

Lähtö Pietarista aamulla n. klo 7

Pysähdymme Viipurissa n.3 h

Perillä Jyväskylässä n. klo 22

Liite 6. Opintomatkan arviointilomake

Pietarin opintomatkan arviointilomake

Mitkä olivat ennakko-odotuksesi Pietarin opintomatkan suhteen?

Vastasiko opintomatka näitä odotuksiasi?

Mitkä asiat olivat onnistuneita opintomatassa?

Mitä asioita olisi voinut tehdä toisin?

Tulisiko koulumme järjestää enemmän opintomatkoja opiskelijoille? Miksi?
Minne?

Mitä asioita tulisi kehittää, jos koulustamme järjestetään tulevaisuudessakin opintomatkoja Pietariin?

Opitko opintomatalla jotain uutta? Jos opit, mitä?

Koitko opintomatkan aikana elämyksiä? Jos koit, millaisia?

Minkä kokonaisarvosanan antaisit Pietarin opintomatalle
kouluarvosanalla 4-10? _____

Anna palautetta matkanjärjestäjien, Jennin ja Maijun, toiminnasta (tiedottaminen, matkanjohtaminen jne. Voit jatkaa kääntöpuolelle):



Liite 7. Opintomatkatuote CD-levy.