



SAVONIA

Talviloma Suomessa houkuttelee venäläisiä

Venäläismatkailijatutkimus Kuopion ja Tahkon alueilla

**Maaria Rönkä
Riikka Tikkanen**

Opinnäytetyö

Ammattikorkeakoulututkinto

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Rönkä, Maaria & Tikkanen, Riikka	
Työn nimi Talviloma Suomessa houkuttelee venäläisiä: venäläismatkailijatutkimus Kuopion ja Tahkon alueilla	
Päiväys 23.5.2012	Sivumäärä/Liitteet 59/2
Ohjaaja(t) Korhonen, Jorma	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Kuopion Matkailupalvelu Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Kuopion ja Tahkon alueilla vierailneiden venäläisten matkailijoiden motiiveja matkustaa näille alueille sekä mistä he ovat saaneet tietoa kyseisistä alueista sekä niiden tarjoamista palveluista. Tutkimuksessa selvitettiin myös seikkoja, jotka olivat vaikuttaneet venäläismatkailijoiden majoituspaikkojen valintaan, ja mitä varauskanavia he olivat käyttäneet. Olennaisena osana tutkimusta oli selvittää myös missä vierailukohteissa venäläiset kävivät matkansa aikana sekä mihin aktiviteetteihin he osallistuivat.</p> <p>Tutkimus tehtiin toimeksiantona Kuopion Matkailupalvelu Oy:lle, ja se toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena alkaen joulun 2011 jälkeen, jatkuen maaliskuun puoliväliin 2012 saakka. Teoreettisessa viitekehityksessä käsiteltiin matkustusmotiiveja, ostokäyttäytymistä ja venäläisten ulkomaanmatkailua. Vastauksia kyselyyn saatiin 191 kappaletta, ja ne analysoitiin Excel-taulukkolaskentaohjelmalla.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella suurimmalla osalla venäläisistä tärkeimpänä motiivina matkustaa Kuopion ja Tahkon alueille oli talviurheilu, ja eniten tietoa alueista ja niiden tarjoamista palveluista oli saatu Internetistä. Yhtenä tärkeimpänä tekijänä majoituspaikan valinnassa oli sen sijainti. Majoituspaikan varaamiseen oli eniten käytetty kansainvälisiä varaussivustoja, kuten Tahkon omaa varaussivustoa. Tutkimustuloksista selvisi myös, että venäläismatkailijat vierailivat eniten Puijon Tornissa ja Pikku-Pietarin torikujalla. Suosituimmat aktiviteetit venäläisten keskuudessa olivat laskettelu ja kylpylöissä käyminen.</p>	
Avainsanat venäläiset, matkailijat, motiivit, ostokäyttäytyminen, ohjelmalvelut	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism			
Author(s) Rönkä, Maaria & Tikkanen, Riikka			
Title of Thesis Winter holiday in Finland attracts Russians: Russian traveller research in Kuopio and Tahko areas			
Date	23.5.2012	Pages/Appendices	59/2
Supervisor(s) Korhonen, Jorma			
Client Organisation /Partners Kuopion Matkailupalvelu Oy			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to find out motives why Russians travel to Kuopio and Tahko areas and where they found information about these areas and services that are offered there. The factors that influenced the choice of accommodation of Russian travelers and which booking sources they had used were as well studied in the research. Essential parts of the research were also which attractions Russian travelers visited during their holiday and which activities they took part in.</p> <p>This research was commissioned by Kuopion Matkailupalvelu Oy and it was carried out as a quantitative questionnaire survey starting after Christmas 2011, continuing until the middle of March 2012. The theoretical context of this thesis includes travel motives, buying behavior and Russian outbound travelling. The number of responses to the questionnaire was 191 and the responses were analyzed with Excel spreadsheet application.</p> <p>Based on the research results most Russian travelers considered winter sports as the most important motive to travel to Kuopio and Tahko areas. The Internet was the most used source of searching information about the areas and the services offered. One of the most important factors in choosing the accommodation was its location. When booking the accommodation, the most used booking sources were international booking sites, for example Tahko's own booking site. The research results also indicated that the most visited attractions by Russian travelers were Puijo Tower and the market alley of Pikku-Pietari. The most popular activities among Russians were downhill skiing and going to spas.</p>			
<p>Keywords</p> <p>Russians, travellers, motives, buying behaviour, leisure activity services</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	6
2	VENÄLÄISTEN ULKOMAANMATKAILU.....	7
2.1	Venäläiset matkailijat Suomessa	9
2.2	Venäläiset matkailijat Pohjois-Savossa	11
2.3	Pohjois-Savon matkailutarjonnasta tiedottaminen.....	13
3	MATKUSTUSMOTIIVIT JA OSTOKÄYTTÄYTYMINEN.....	14
3.1	Ostokäyttäytyminen	15
3.2	Ostosmatkailu	16
3.3	Palvelutarjonta	17
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	20
4.1	Kuopion Matkailupalvelu Oy.....	20
4.2	Tutkimusmenetelmä	22
4.3	Kyselytutkimus	23
4.4	Kyselylomakkeen toteutus käytännössä	25
5	TUTKIMUSTULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	27
5.1	Tutkimustulokset	27
5.2	Johtopäätökset.....	40
6	POHDINTA	55
	LÄHTEET	57

LIITTEET

Liite 1 Kyselylomake suomeksi

Liite 2 Kyselylomake venäjäksi

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tutkimme muun muassa Kuopion ja Tahkon alueilla vierailien venäläisten matkailijoiden motiiveja matkustaa juuri kyseisille alueille sekä sitä, mistä he ovat saaneet tietoa näistä alueista ja niiden tarjoamista palveluista. Tutkimuksessa selvitämme myös, mitä varauskanavia he ovat käyttäneet, mitkä seikat ovat vaikuttaneet majoituspaikan valintaan sekä missä kohteissa he ovat vierailleet ja mihin aktiviteetteihin he ovat osallistuneet matkansa aikana.

Valitsimme tämän aiheen, koska se on ajankohtainen, ja venäläiset ovat tärkeä matkailijaryhmä Suomessa, etenkin Pohjois-Savossa. Koimme aiheen tärkeäksi, koska tavoitteenamme on saada ajankohtaista tietoa venäläisistä matkailijoista, ja sille on tarvetta, koska aiheesta ei ole tehty vastaavaa tutkimusta noin kymmeneen vuoteen.

Opinnäytetyömme toimeksiantaja on Kuopion Matkailupalvelu Oy, joka on Kuopion kaupungin omistama alueellisesti toimiva matkailun markkinointi- ja tuotekehitysyhtiö. Kuopion Matkailupalvelu Oy:n markkinoinnille ja toiminnalle Venäjällä on tärkeä rooli, joten tutkimuksestamme saatavat ajankohtaiset tulokset ovat arvokkaita myös toimeksiantajallemme ja sen toiminnalle.

Tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Tutkimus aloitettiin joulun 2011 jälkeen, ja sitä jatkettiin maaliskuun 2012 puoliväliin asti. Kyselylomakkeita jaettiin Kuopion hotelleihin sekä Tahkalle. Saimme vastauksia yhteensä 191 kappaletta.

Opinnäytetyömme teoreettisessa viitekehyksessä käsittelemme ensimmäisenä venäläisten ulkomaanmatkailua yleisesti, sekä heidän Suomeen ja Pohjois-Savoon suuntautuvaa matkailua. Loput työn teoreettisesta viitekehyksestä koostuu matkustusmotiiveista ja ostokäyttäytymisestä. Ennen tutkimustuloksia ja johtopäätöksiä, kerromme tarkemmin tutkimuksestamme ja sen toteuttamisesta. Lopuksi pohdimme tutkimustuloksien pätevyyttä sekä niiden merkitystä toimeksiantajalle.

2 VENÄLÄISTEN ULKOMAA-NMATKAILU

Venäjän kansalaisista voimassa oleva ulkomaanpassi on noin 17 prosentilla väestöstä. Venäläiset tekivät vuonna 2011 ulkomaille yhteensä 43,73 miljoonaa matkaa, mikä oli lisäystä edellisvuoteen verrattuna 11 prosenttia. Lomamatkoja vuonna 2011 tehtiin 14,5 miljoonaa ja kasvua verrattuna vuoteen 2010 oli noin 15 prosenttia. Kasvussa oli huomattavissa selkeää hidastumista, sillä vuonna 2010 lomamatkoissa tapahtunut kasvu oli jopa 32 prosenttia. Vuonna 2010 kotimaan lomamatkoja venäläiset tekivät yli 32 miljoonaa. (MEK 2012a.)

Venäläisistä vain noin 15 prosenttia on käynyt ulkomailla, mutta ulkomaan matkailulle on jatkuvaa kysyntää ja se kasvaa nopeaa vauhtia (The World Tourism Organization and the European Travel Commission 2009, XIII). Suurimmat matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät ovat maisemanvaihdos, positiivinen ilmapiiri ja vaikutelma, tasokas majoitus sekä mahdollisuus oppia uusia asioita ja nauttia vapaudentunteesta. Euroopan matkakohteiden hyvinä puolina nähdään muun muassa sen rikas kulttuuri ja mielenkiintoinen historia. Eurooppaa pidetään myös turvallisena kohteena, jossa on hyvät mahdollisuudet korkeatasoiseen palveluun. Huonoina puolina Euroopassa vastaavasti pidetään korkeita hintoja ja viisumin saamisen vaikeutta. Suosituimmat matkustusajankohdat Eurooppaan ovat kevät ja syksy, koska silloin sää ei ole vielä liian kuuma tai kylmä. (The World Tourism Organization and the European Travel Commission 2009, XVII.)

Venäläisten keskuudessa suurin kysyntä on rantalomille, ja niitä suosivat kaikki matkailijat, etenkin nuoret sekä lapsiperheet. Rantalomille on kahdentyyppisiä matkakohteita, sekä korkealuokkaisia että pienen budjetin kohteita. Toiseksi suosituin vapaa-ajan matkailun muoto on laskettelumatat, jotka kiinnostavat lähinnä nuoria ja keski-ikäisiä matkailijoita. Lapsiperheiden ja vanhusten suosiossa ovat lomamatkat, joita tehdään bussilla kierrellen. Wellness-matkailu Euroopassa on kallista eikä se ole vielä täysin kehittyntä Venäjän markkinoilla. (The World Tourism Organization and the European Travel Commission 2009, XVI.)

Venäläismatkailijat haluavat lomaltaan paljon erilaista tekemistä sekä kokemuksia, joista he voivat kertoa jälkikäteen tuttavilleen. Matkaa varatessa venäläiset yleensä etsivät mahdollisimman edullisen vaihtoehdon, sillä rahaa halutaan säästää suuriakin summia käytettäväksi vasta lomakohteessa. Jotta venäläismatkailijat saisivat lomaltaan elämyksiä, löytäisivät mieleisen kohteen matkabudjetille ja tuntisivat saaneensa

vastinetta rahoilleen, tulisi aktiviteettien ja ostosmahdollisuuksien olla monipuolisia. (MEK 2012a.)

Venäläiset matkailijat ovat todennäköisesti tyytyväisempiä saamaansa palveluun, jos heitä palvellaan heidän omalla äidinkielellään, sillä vain 29 prosenttia koko väestöstä osaa puhua englantia edes välttävästi. Venäläiset asiakkaat haluavat usein lisätietoa tuotteista ja palveluista, ja tästä syystä ostopäätöksen tekeminen on helpompaa, jos heidän kanssaan pystyy kommunikoimaan venäjäksi. (MEK 2012a.)

Venäjältä ulkomaille viikon matkapaketin saa kohteesta riippuen noin 300–500 eurola. Yleensä tällaiseen pakettiin sisältyy matkat, majoitus, viisumikustannukset sekä perusohjelma. Sen sijaan kalliimpiin matkoihin oletetaan sisältyvän myös ohjelmalveluja tällaisen peruspaketin lisäksi. (MEK 2012b.)

Venäjällä suurin lomakausi on kesällä, jolloin heinä- ja elokuu ovat suosituimpia lomaviettokuukausia. Suosituin ajankohta matkustaa ulkomaille on kuitenkin uuden vuoden paikkeilla, jolloin venäläisillä on kahden viikon loma. Myös koululaisten lomajat vaikuttavat venäläisten ulkomaanmatkailuun. Kesäloman ja uuden vuoden aikoihin olevan loman lisäksi, on venäläiskoululaisilla viikon mittaiset lomat myös syksyllä ja keväällä. (MEK 2012b.)

Kysyttäessä venäläisiltä heidän matkakohteensa valintaan vaikuttavista tekijöistä, ystävien suositukset ovat aina olleet korkeimmalla sijalla. Nykyään sosiaalinen media tarjoaa uuden tavan jakaa matkakokemuksia muille henkilöille. Yhä paras mainostuskeino Venäjällä onnistuneesta matkasta on tyytyväinen asiakas. Edelleenkään venäläisten matkailijoiden loman loppuhuipeutus ei tapahdu matkan aikana vaan vasta sen jälkeen, sillä tällöin he voivat kertoa omista matkakokemuksistaan esimerkiksi ystäville ja sukulaisille ja täten nousta arvostetumpaan asemaan. (MEK 2011a.)

Suurimmat vaikuttajat venäläisten tekemiin matkapäätöksiin ovat heidän ystäviensä sosiaaliseen mediaan, kuten Facebookiin, lisäämät valokuvat sekä matkakokemukset ja suositukset. Halpoja lentoja myyvä Skyscanner-sivusto on tehnyt tutkimuksen, josta käy ilmi, että jopa yli puolet venäläisistä vieraillee ensin sukulaistensa tai ystäviensä Facebook-sivuilla sekä lukevat heidän lomakokemuksistaan ennen kuin tekevät matkapäätöksen. Näillä lomakokemuksilla ja valokuvilla on matkatoimistojen esitteisiin verrattuna paljon suurempi vaikutus matkapäätöksiin. Kyselyyn vastanneista 45 prosenttia kertoo matkustavansa enemmän tutustuttuaan muiden matkakokemuksiin sosiaalisessa mediassa. (MEK 2011a.)

2.1 Venäläiset matkailijat Suomessa

Venäläisten matkailu Suomeen on ollut jatkuvassa kasvussa vuodesta 1995 lähtien. Vuonna 1995 Suomessa yöpyi noin 400 000 venäläistä, kun taas vuonna 2008 yöpyneiden määrä oli kasvanut jo yli miljoonaan. Tämä tarkoittaa sitä, että kasvu on ollut yli kymmenen prosenttia joka vuosi. Varsinkin vuonna 2006 matkailijoiden määrä lähti selkeään nousuun. Venäläisten matkailijoiden määrän kasvu Suomessa johtuu ainakin osittain siitä, että Pietarin ja sen lähialueiden keskiluokka on vaurastunut ja tämä tulee ilmi Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) raporteissa. (Seppänen 2010, 506.)

Vuonna 2010 venäläiset tekivät Suomeen 2,6 miljoonaa matkaa ja näistä suurin osa oli Pietarin alueelta tehtyjä päivämatkoja (Savon Sanomat 2011a). Vapaa-ajanmatkoja tehtiin 73 prosenttia ja työmatkoja seitsemän prosenttia kaikista matkoista. Venäläiset matkailijat viipyivät Suomessa vuonna 2010 yhteensä 3,6 miljoonaa yötä ja keskimäärin Suomessa majoituttiin 1,4 yötä. Suurin osa venäläisistä, 44 prosenttia, majoittui hotellissa tai motellissa. Sen sijaan tuttavien tai sukulaisten luona yöpyi 28 prosenttia venäläisistä matkailijoista. (MEK 2011b.) Venäläiset ovatkin Suomen suurin ulkomailta tuleva matkailijaryhmä, joten heillä on suuri merkitys Suomen matkailulle (Savon Sanomat 2011a).

Raja-asemilla tehdään säännöllisesti Suomeen saapuvien matkailijoiden haastatteluja, joiden avulla voidaan seurata ulkomaalaisten matkailua Suomessa. MEK:n aluejohtaja Arto Asikaisen mukaan näistä rajatutkimushaastatteluista on saatu selville, että 80 prosenttia Suomeen tulevista venäläisistä matkailijoista on Pietarista ja Leningradin alueelta, kun taas vain reilut kymmenen prosenttia tulee Moskovasta. Loput matkailijoista tulevat Karjalasta sekä muilta Venäjän alueilta. (Seppänen 2010, 505.)

Suomessa venäläiset matkustavat eniten Järvi-Suomen ja Kainuun alueille, pääkaupunkiseudulle sekä Uudellemaalle ja Kymenlaaksoon. Erityisesti uuden vuoden sesonkiaikana venäläiset matkustavat Lappiin. Tämän mukaan venäläiset matkustavat Suomessa laajemmalla alueella kuin mitä suomalaiset Venäjällä. (Seppänen 2010, 506.)

Nykyään Helsingin seudulle ei enää tehdä niin paljon ostosmatkoja kuin ennen, vaan tämän tyyppinen matkailu on keskittynyt enemmän Kaakkois-Suomeen. Pääkaupunkiseudulle suuntautuvat matkat ovat suurimmaksi osaksi tutustumismatkoja. Mökkimatkailun suosio on kasvanut koko maassa, mutta erityisesti kasvua on ollut Keski-Suomen ja Järvi-Suomen alueilla. Länsi-Suomessa kiinnostavin kohde on Turun seu-

tu, kun taas Pohjanmaalla venäläisten matkailu ei ole lisääntynyt investoinneista huolimatta. Arto Asikainen kertoo, että venäläisten mielestä Pohjanmaan sijainti on kaukainen eikä alueella ole varsinaista vetovoimaista kohdetta. (Seppänen 2010, 506.)

Vuonna 2010 kaikista venäläisten tekemistä matkoista pakettimatkoja oli kuusi prosenttia. Samana vuonna Venäjältä Suomeen matkustettiin eniten marraskuussa ja vastaavasti vähiten helmikuussa. (MEK 2011b.) Vuoden 2010 ensimmäiseen vuosipuoliskoon verrattuna venäläiset tekivät Suomeen vuonna 2011 samana ajankohtana 36 prosenttia enemmän matkoja. Yhteensä Suomeen tehtiin 2 027 000 matkaa, joista turistimatkoja oli 416 000. Suomi oli venäläisten matkailijoiden keskuudessa suosituin matkakohde verrattaessa muihin Itsenäisten valtioiden yhteisön (IVY) ulkopuolisiin maihin. Venäjällä myönnettiin Suomeen 643 000 viisumia heinäkuun 2011 loppuun mennessä. (MEK 2011c.)

Venäläisistä matkailijoista 76 prosenttia teki lomamatkavarauksensa koti- tai ulkomaille omatoimisesti kesän 2011 aikana, kun taas 22 prosenttia heistä varasi matkansa matkatoimiston kautta. Korkeampituloiset venäläiset käyttivät matalatuloisempia enemmän matkatoimistopalveluja. Pietarilaisille myönnettyistä viisumeista yli 90 prosenttia on monikertaviisumeja ja suurin osa näistä matkailijoista tekee matkavarauksensa omatoimisesti. Suomi on helposti markkinoitavissa eri kohderyhmille Venäjällä, sillä matkoja Suomeen löytyy useista eri hintaluokista. Halvimmillaan parin päivän hotelliloman Suomeen saa noin 50–60 eurolla. (MEK 2012b.)

Yhteensä noin 90 matkatoimistoa Pietarissa ja Moskovassa järjestävät ympäri vuoden Suomen-matkoja. Suurin näistä on Neva, jolla on useita toimistoja Venäjällä. Pietarilaisista matkatoimistoista suurimpia ovat myös West Travel, Aerotravel, Intermedius, Finnorvica, Conti-Plus, Versa, Gamajun sekä ADM. Moskovalaisista matkatoimistoista Nevan lisäksi eniten matkoja Suomeen tekevät Labirint, Pac Group, Ascent Travel ja DSBW. (MEK 2012a.)

Venäläisten matkailijoiden määrän kasvaessa ja asiakkaiden tullessa eri tuloluokista, asiakasryhmät ovat entistä monipuolisempia. Osa matkailijoista on esimerkiksi paljon matkustaneita henkilöitä, jotka odottavat lomakohteeltaan aitoutta ja osa puolestaan matkustaa harrastusten, kuten kalastuksen, perässä. Venäläisen matkailutoimittaja Larissa Pellen mukaan useat venäläiset perheet pitävät Suomea otollisena maana lapsien kesäleirikohteeksi. Venäläiset näkevät Suomen turvallisena maana, missä on puhdasta ilmaa, hana- ja järvivesiä on juomakelpoista eikä täällä ole betonimuureja. Suomen puhtaissa luonnonvesissä uiminen on elämys venäläislapsille. (Kauppinen 2011, 16.)

MEK:n markkinointisuunnittelija Sergei Shkurovin mukaan Suomi houkuttelee venäläisiä matkailijoita sijainnillaan (Arvo 2011, 27). Suurin osa pietarilaisista matkailijoista tulee Suomeen junalla tai autolla (The World Tourism Organization and the European Travel Commission 2009, 58). Helsingin ja Pietarin välillä liikennöivällä Allegro-junalla on ollut vaikutusta matkustusmukavuuteen ja nopeuteen. Tämä on saanut arvostusta varsinkin varakkaampien venäläisten matkailijoiden keskuudessa. Suomeen on helppoa ja edullista matkustaa, sillä Helsinkiin pääsee Pietarista bussilla edullisimmillaan noin kahdellakymmenellä eurolla. Matkailijat, jotka tulevat Suomeen pääasiassa tekemään ostoksia, suosivat sen sijaan bussilla matkustamista. (Arvo 2011, 27.)

Shkurov sanoo, että venäläisten on yhä helpompaa matkustaa Suomeen, sillä viisumin saaminen tänne on helpompaa kuin muihin EU-maihin. Palvelutason suhteen venäläiset ovat yleensä vaativia ja suomalaiset yritykset ovatkin osanneet kehittää omaa palvelutasoaan vastaamaan venäläisten matkailijoiden vaatimuksia. Venäläiset asiakkaat ovat erittäin hintatietoisia, mutta jos palvelu on hyvää, he ovat valmiita maksamaan siitä. Verrattaessa venäläisiin suurkaupunkeihin, Suomen hintataso on alhaisempi. Esimerkiksi merkkivaatteet ovat Suomessa halvempia kuin Venäjällä. Suomen huonona puolena koetaan se, että se on kalliimpi kuin monet muut Euroopan maat ja se, ettei Suomeen voi tehdä rantalomia, kuten esimerkiksi Espanjaan. Venäläiset kuitenkin matkustavat Suomeen muun muassa puhtaan luonnon takia, koska heitä kiinnostavat esimerkiksi mökkeily, järvet sekä kalastus. Venäläisten elintason noustessa matkustaminen ja ekoajattelu nostattavat suosiotaan, jolloin Suomen läheinen sijainti on suuri etu. (Arvo 2011, 27.)

Muuhun Venäjään verrattuna Suomi tunnetaan parhaiten Pietarin alueella, ja pietarilaiset ovat tietoisempia Suomen ilmastosta sekä erilaisista mahdollisuuksista lomaviettoon kuin muut venäläiset. Muilla Venäjän alueilla Suomi mielletään lähinnä talvi-kohteeksi ja Suomea pidetään pohjoisena ja kylmänä maana. Pietarin aluetta lukuun ottamatta Suomella ei muualla Venäjällä ole varsinaista kesäkohdeimagoa. (MEK 2011d.)

2.2 Venäläiset matkailijat Pohjois-Savossa

Pohjois-Savon ainoa suurempi matkailukeskittymä on Tahko, ja alueen tärkein kaupunki matkailullisesti on Kuopio. Alueella on myös paljon muita matkailukeskuksia ja -kohteita, kuten Rauhalampi, Vesileppis, Kuntoranta, Kunnonpaikka, Fontanella, Lohimaa, Metsäkartano sekä kaupungit Nilsä, Varkaus ja Iisalmi. Alueen matkailu kes-

kitty myös mökkimajoitukseen sekä luonnon ja vesistön äärelle järjestettyihin ohjelma- ja majoituspalveluihin sekä maatilamatkailuun. Näiden lisäksi Pohjois-Savolla on tarjota paljon erilaisia tapahtumia, joissa käy paljon ihmisiä. Tämä ei vaikuta vain majoitus- ja ravitsemispalveluiden suureen kysyntään, vaan myös muihin toimialoihin, kuten palveluihin ja kauppaan. (Pohjois-Savon liitto 2011.)

Joulun ja uuden vuoden 2011–2012 sesongin aikaan Moskovasta Kuopioon saapui neljä charter- eli tilausjunaa. Ensimmäisessä junassa saapui noin 700 venäläismatkailijaa. Matkailijoita jäi Kuopioon paljon myös muista pohjoiseen menevistä charterjunista. Venäläiset matkustivat alueelle myös omilla autoilla, tilausbusseilla sekä tavallisilla VR:n reittivuoroilla. Myös yksi charterlento saapui Moskovasta. (Visit Lakeland 2011.)

Talviaikaan suurin venäläissesonki Pohjois-Savossa vuonna 2012 oli tammikuussa, jolloin venäläisten yöpymisvuorokausia alueella kertyi lähes 20 000. Kuopiossa yöpymisvuorokausia oli lähes 8 000 ja Nilsissä reilut 6 000. Verrattaessa joulukuuta 2011 ja helmikuuta 2012 tammikuuhun 2012, yöpymisvuorokausia oli kaikilla alueilla huomattavasti vähemmän. Tammikuussa 2012 venäläisten yöpymisvuorokausien osuus Pohjois-Savossa koko Suomeen verrattuna oli reilut 6 prosenttia. (MEK 2012c.) Venäläismatkailijoiden yöpymisvuorokaudet ovat virallisesti rekisteröityjä vuorokausia, ja niiden ulkopuolelle jää vähintään saman verran yöpymisvuorokausia lomamökeissä (Syrjänen 2012).

TAULUKKO 1. Venäläisten matkailijoiden yöpymisvuorokaudet Suomessa ja Pohjois-Savossa. (MEK 2012c)

Alue	Joulukuu 2011	Tammikuu 2012	Helmikuu 2012
Koko Suomi	140 526	317 462	78 817
Pohjois-Savo	5 515	19 965	3 271
Kuopion alue	5 316	19 172	3 065
Kuopio	2 714	7 820	807
Nilsinä	1 065	6 325	2 015

Venäläisten matkailijoiden suurimmassa suosiossa Pohjois-Savossa perinteiseen tapaan ovat edelleen niin kylpylä- ja laskettelupaikat kuin hyvätasoiset lomamökit.

Esimerkiksi Nilsiässä sijaitseva Tahko on venäläisten suosima kohde varsinkin uuden vuoden sesonkiaikana. Myös ohjelmatarjonnassa venäläisturistit arvostavat perinteisyyttä, ja kiinnostavana ohjelmana pidetään muun muassa kalastusta, hiihtoa, luis-telua, sekä koiravaljakko- ja hevosrekiäjeluita. (Korhonen & Koskinen 2010.)

2.3 Pohjois-Savon matkailutarjonnasta tiedottaminen

Pohjois-Savon matkailutarjontaa käsittelevä Holiday Info –lehti on suunnattu ulko-maalaisille turisteille, jota julkaistaan sekä venäjän että englannin kielillä. Lehdessä on tietoa kulttuuri- ja viihdetarjonnan lisäksi muun muassa alueen tarjoamista palve-luista. (Holiday Info 2012a.)

Venäjän kielellä ilmestyvää Holiday Infoa tehdään yhdessä syntyperäisten venäläis-ten kanssa, ja sitä julkaistaan sekä toukokuussa että vuoden vaihteessa. Alueen tal-vitapahtumien ja vierailukohteiden lisäksi lehdessä kerrotaan palveluista, jotka kiin-nostavat venäläismatkailijoita. Matkailijat saavat lehtiä muun muassa hotelleista ja niitä on jaossa myös Kuopion rautatieasemalla. Holiday Infoa on saatavana Kuopion alueen lisäksi Leppävirralla, Varkaudessa ja Tahkolla. Lehdellä tavoitetaan myös ne venäläiset, jotka ovat vasta suunnittelemassa matkaa Suomeen, sillä Holiday Infoa lähetetään venäläisille matkanjärjestäjille. (Holiday Info 2012b.)

Tärkeä Pohjois-Savon alueen matkailusta kertova venäjänkielinen sivusto Internetis-sä on visitlakeland.ru, josta löytyy tietoa muun muassa aktiviteeteista, nähtävyyksistä, tapahtumista, majoituksista ja niin edelleen. Sama sivusto löytyy myös suomeksi, englanniksi ja saksaksi. (Visit Lakeland 2012).

3 MATKUSTUSMOTIIVIT JA OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

Motivaatiotekijät matkailussa voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: motiiveihin, jotka saavat henkilön lähtemään lomalle sekä motiiveihin, jotka saavat henkilön lähtemään tietylle lomalle, tiettyyn kohteeseen, tietynä aikana. Matkustusmotiivina voi olla joko toinen näistä tai niiden yhdistelmä. (Horner & Swarbrooke 2007, 53.)

Jokaista matkailijaa motivoivat eri tekijät. Yksi päätekijöistä, joka määrittelee yksittäisen matkailijan motiiveja, on hänen persoonallisuutensa, esimerkiksi onko hän seikkailunhaluinen vai varovainen. Henkilön elämäntyyli vaikuttaa matkan ostopäätökseen. Matkustusmotiivit ovat erilaisia henkilöillä, jotka esimerkiksi kulkevat muodin mukana sekä henkilöillä, jotka ovat kiinnostuneita omasta terveydestään. Matkailijan motiiveihin vaikuttavat myös hänen aiemmat sekä positiiviset että negatiiviset kokemukset tiettyntyyppisistä lomamatkoista. Jokin merkittävä tapahtuma elämässä voi osaltaan vaikuttaa matkustusmotiiveihin, esimerkiksi joku saattaa haluta matkustaa uudelleen samaan kohteeseen, jossa on ollut häämatkalla. Matkailijan käsityksillä hänen omista heikkouksistaan ja vahvuuksistaan on vaikutusta motiiveihin, liittyivätpä ne sitten hänen varallisuuteensa tai taitoihinsa. Motiiveja määrittelee myös se, millaisena matkailija haluaa muiden ihmisten näkevän hänet. (Horner & Swarbrooke 2007, 55.)

Motivaatiolla viitataan tilaan, joka saa henkilön tekemään tiettyntyyppisiä ratkaisuja saavuttaakseen mielihyvää. Sosiaaliset tekijät vaikuttavat paljon lomamatkailijan motiiveihin, ja ihmisillä on tarve sekä pysyvyyteen että uutuudenviehätykseen. Matkustettaessa motiiveja on yleensä useita, ja ne perustuvat odotuksiin, joita palvelun ostamisesta saadaan. Yleensä matkailijat etsivätkin matkallansa tasapainoa johdonmukaisuuden ja monimutkaisuuden välillä, joka voi tarkoittaa esimerkiksi niin vierailemista tunnetuissa kohteissa, kuin tuntemattomien ja uusien paikkojen etsimistä. (Moutinho 2011, 93.)

Matkustusmotiiveissa on myös otettava huomioon se, että motiivit ajoittain muuttuvat henkilön elämäntilanteiden mukaan. Motiiveja muuttavia elämäntilanteita ovat esimerkiksi lapsen saaminen tai uuden puolison löytäminen, muutos henkilön tuloissa, huonontunut terveydentila tai muuttuneet odotukset matkan suhteen. (Horner & Swarbrooke 2007, 55.)

Yleisimpiin matkustusmotiveihin voidaan luokitella viisi eri pääryhmää. Opetukselliseen ja kulttuurilliseen motiiviin matkustaa kuuluu esimerkiksi halu tutustua tiettyihin nähtävyyksiin tai tapahtumiin sekä nähdä, miten paikalliset ihmiset muissa maissa asuvat ja elävät. Rentoutumisen, seikkailun ja mielihyvän hakemisen matkustusmotiveihin kuuluu esimerkiksi uusien kokemusten saaminen, hauskanpito sekä pois pääsy normaalielämän rutiineista. Terveys- ja virkistymismatkojen motiiveihin kuuluvat lepääminen, töistä toipuminen ja liikunta. Etniset ja perheeseen liittyvät matkustusmotiivit liittyvät usein perheen kanssa yhdessä lomailemiseen, sukulaisten tai ystävien luona vierailemiseen tai matkustamiseen omille sukujuurille. Sosiaalisia ja kilpailullisia matkustusmotiveja ovat esimerkiksi muodikkaus sekä muille oman varallisuuden näyttäminen. (Moutinho 2011, 94.)

3.1 Ostokäyttäytyminen

Kuluttajakäyttäytymisellä tutkitaan ostokäyttäytymistä ja sitä, miksi tuotteita ostetaan sekä miten kuluttamisella on vaikutusta sosiaaliseen maailmaan. Tuotteen tai palvelun ostamisen ohella myös oleminen ja omistaminen ovat osa kuluttajakäyttäytymistä. Esimerkiksi miten kuluttajan elämään ja olemukseen vaikuttaa jonkin omistaminen. (Joensuun yliopisto 2012.)

Ostohalu sekä ostokyky ovat ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä. Ostohalun herättämisen syinä ovat yksilön tarpeet ja motiivit, joita ostajan ominaisuudet ja myyjien toiminta muokkaavat. Ostokyvulla tarkoitetaan sitä, miten kuluttajalla on taloudellisesti mahdollisuuksia ostaa jokin tuote. Tähän vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa käytettävissä oleva aika sekä varat, maksuehdot, hintakehitys ja luotonsaanti. (Joensuun yliopisto 2012.)

Ostopäätösprosessi etenee vaiheittain, ja se vaihtelee yksilöiden, tilanteiden ja tuotteiden mukaan. Ostopäätösprosessi alkaa ongelman tunnistamisesta, jolloin kuluttaja havaitsee tietyn tarpeen ja huomaa eron nykytilanteen ja ihannetilanteen välillä. Seuraavassa vaiheessa kuluttaja etsii tietoa, joka saattaa liittyä vasta havaittuun ongelmaan, mutta se voi olla myös jatkuvaa, jos kuluttaja haluaa olla koko ajan tietoinen siitä, mitä markkinoilla tapahtuu. Tiedon etsiminen voi tapahtua joko sisäisesti tai ulkoisesti. Sisäisessä etsimisessä kuluttaja muistelee aiempia kokemuksiaan tai tietojaan, mitä hänellä on kyseisestä asiasta. Kerättyä tietoa ulkoisesti, sitä etsitään ympäristöstä. Tietoa voidaan saada myös joko suoran oppimisen avulla, esimerkiksi jos kuluttajalla on aiempia hyviä kokemuksia tietystä tuotteesta, ja hän haluaa saada

samanlaisen, tai passiivisesti, jolloin kuluttajalla on tietoa jostakin tuotteesta, josta hän ei kuitenkaan ole kiinnostunut. Ostopäätöstä ei aina välttämättä tehdä rationaalisesti, vaikka kuluttaja olisikin hankkinut tietoa tuotteesta. Kuluttaja vertailee tiedonkeruun jälkeen muutamia eri vaihtoehtoja ennen lopullisen ostopäätöksen tekemistä. Vaihtoehtoja vertaillaan tilanteesta riippuvien tai kuluttajan asettamien kriteerien mukaan, jonka jälkeen vaihtoehdot listataan paremmuusjärjestykseen tai vaihtoehtoisesti tullaan siihen tulokseen, että ratkaisua ei löytynyt. Mikäli sopiva vaihtoehto löytyy, ostaa kuluttaja tuotteen, jos se on saatavilla. Ostopaikan päättämisen lisäksi ostotahtumaan kuuluu myös maksu- ja toimitusehdoista sopiminen. Hankinnan jälkeen kuluttaja arvioi tyytyväisyytään tai tyytymättömyyttään tuotteeseen, mikä vaikuttaa tulevaan ostokäyttäytymiseen. Jos kuluttaja on tuotteeseen tyytyväinen, on mahdollista, että hän tekee uusintaostoja ja kertoo myönteisistä kokemuksistaan myös muille kuluttajille. Kuluttajan ollessa tyytymätön tuotteeseensa, voi hän palauttaa sen, tehdä valituksen sekä kertoa negatiivisista kokemuksistaan muille. Tällöin kuluttaja korvaa tuotteen etsimällä tilalle uuden vaihtoehdon. (Joensuun yliopisto 2012.)

Venäläisten ostokäyttäytymisessä Suomessa on alueellisia eroja, esimerkiksi Itä-Suomessa venäläiset matkailijat ostavat enemmän elintarvikkeita kuin muualla Suomessa matkailevat venäläisturistit. Urheilu- ja vapaa-ajantuotteiden menekki on suurin Lapissa, kun taas Tampereen alueella matkustavat venäläiset ostavat keskimäärin kaikkia tuotteita enemmän kuin muualla Suomessa matkustavat venäläiset. Lapsien kanssa matkustavat venäläiset ostavat enemmän leluja, lastenvaatteita, kenkiä ja kosmetiikkaa kuin muut ja elintarvikkeita ostavat eniten puolison kanssa matkustavat venäläiset. Myös vuodenajoilla on merkitystä venäläisten ostokäyttäytymiseen. Talvisin ja kesäisin ostetaan lähestulkoon kaikkia tuotteita enemmän kuin muulloin, kun taas syksyisin lastentarvikkeita ja alkoholia sekä kesäisin sisustustarvikkeita ja tekstiilejä hankitaan vähemmän. Elintarvikkeita, makeisia ja alkoholia Suomesta ostetaan venäläisten matkailijoiden keskuudessa yleensä enemmän kuin on aiottu. Ostosmatkailun suosion yhtenä syynä voi olla arvonlisäveron palautus. (Kurjenoja 2011, 10.)

3.2 Ostosmatkailu

Kaupan liiton vuonna 2011 pietarilaisille tekemän kuluttajakyselyn mukaan venäläiset matkailijat pitivät tärkeimpänä syynä Suomeen saapumiselle ostosmatkailua. Jopa 97 prosenttia pietarilaisista on käyttänyt Suomen-matkansa aikana kauppapalveluja ja 83 prosenttia ravintola- ja kahvilapalveluja. 56 prosenttia heistä on käyttänyt hotel-

lipalveluja ja 28 prosenttia kylpyläpalveluja. Alle viidesosa pietarilaisista on käyttänyt erilaisia virkistyspalveluja matkansa aikana. (Kaupan liitto 2011.)

Suomesta pietarilaiset ostavat enimmäkseen vaatteita ja kenkiä, elintarvikkeita, käyttö- ja sisustustavaroita sekä kosmetiikkaa. Suomalaisten kauppojen tarjonta vastaa suurimmaksi osaksi matkailijoiden tarpeita, mutta huonona puolena nähdään kenkävalikoimat, koska ne eivät vastaa venäläisten makua. Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja pitää yllättävänä sitä, että venäläiset matkailijat ostavat Suomesta alkoholia. Pietarilaisia luultavasti houkuttelee alkoholivalikoimien monipuolisuus ja laatu. (Kaupan liitto 2011.) Eniten he ostavat laadukkaita oluita, konjakkia, punaviiniä ja ranskalaista samppanjaa. Kurjenoja kertoo, että venäläisten matkailijoiden Suomesta ostamat tuotteet ovat halvempia kuin Pietarin luksusostoskeskuksissa ja venäläismarketteihin verrattuna tarjonta on laajempaa ja laadukkaampaa. (Palokangas 2011.)

Vuonna 2009 venäläiset matkailijat kuluttivat Suomessa yhteensä 535,4 miljoonaa euroa (MEK 2010, 39). Keskimäärin kulutettiin 244 euroa matkaa kohden. (MEK 2010, 31). Vuonna 2010 venäläiset kuluttivat yhteensä 653,1 miljoonaa euroa ja matkaa kohden kulutettiin keskimäärin 255 euroa (MEK 2011e, 54).

3.3 Palvelutarjonta

Venäläiset matkailijat pitävät Suomea hedonistisena matkakohteena, sillä he tulevat tänne nauttimaan luonnosta, hyvästä ruoasta sekä kylpemisestä, mutta suurin houkutin on kuitenkin ostoksien tekeminen (Palokangas 2011).

Venäläiset matkailijat tekevät spontaaneja ostopäätöksiä, jos palveluita on helposti saatavilla. Erityisesti esimerkiksi aukioloajat ja hinta vaikuttavat ostopäätöksiin. Eri kohderyhmien tavoittamiseen ja heille sopivien palvelujen kehittämiseen tarvitaan yhä enemmän tietoa. Palvelumuotoilutoimisto Palmu Inc:n palvelumuotoilija Reima Rönholmin mielestä tarjottaessa eri vaihtoehtoja venäläisille, tulee ottaa huomioon se, että ne ovat helposti vertailtavissa keskenään ja kiinnostavaa tekemistä löytyy vaivattomasti. Tästä syystä esimerkiksi matkailupalveluiden paketoinnissa on kehittämisen varaa. Venäläisiä matkailijoita kiinnostavat all inclusive –paketit, jotka on suunniteltu valmiiksi ja ovat helposti ostettavissa. (Kauppinen 2011, 16–17.)

Kaupan liiton tekemän tutkimuksen mukaan venäläiset matkailijat käyttävät Suomessa vähemmän palveluja kuin mitä ovat suunnitelleet. Ainoastaan apteekkien palveluja käytetään enemmän kuin on suunniteltu. Eniten palvelutarjontaa miellyttää venäläisiä Lapin ja Tampereen alueilla, koska näillä alueilla käytetään keskimääräisesti enemmän eri palveluja kuin muualla Suomessa. Kyseisillä alueilla matkailevat venäläiset ovat myös varmimmin aikoneet vierailla uudestaan Suomessa. (Kaupan liitto 2011.)

Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja kertoo, että palvelutarjontaa venäläisille matkailijoille voisi kehittää, ja erityisesti urheilu-, viihde- ja mökkipalveluja haluttaisiin käyttää enemmän kuin mitä niitä on tarjolla. Eritoten tämä tulee esille lapsiperheiden matkailussa. (Kaupan liitto 2011.) MEK:n aluejohtaja Arto Asikaisen mukaan venäläismatkailijat kokevat, että Suomessa olisi tarvetta myös muille palveluille, joista he maksaisivat mielellään, kuten kantaja- ja lastenhoitopalvelut (Savon Sanomat 2011b).

Venäläiset matkailijat eivät koe, että suomalaisten venäjän kielen taidon puute olisi kovinkaan suuri ongelma (Kaupan liitto 2011). MEK:n aluejohtaja Arto Asikainen kertoo, etteivät venäläiset matkailijat Suomeen tullessaan odota saavansa palvelua omalla äidinkielellään, mutta sitä kuitenkin arvostetaan (Seppänen 2010, 508).

Vastaavasti hinta-laatusuhdetta pidetään suurempana ongelmana. Kuitenkin turvallisuudesta ja luonnonläheisyydestä Suomi saa venäläisiltä enemmän kiitosta kuin on odotettu. Suomeen tulevista venäläisistä matkailijoista keskimääräistä tyytyväisempiä ovat lapsiperheet. (Kaupan liitto 2011.)

Venäläiset pitävät turvallisuutta tärkeimpänä syynä Suomeen matkustamiselle. Erityisesti johtaja- ja esimiestasolla työskentelevät matkailijat kokevat Suomen varsin turvalliseksi maaksi. Hinta-laatusuhteeseen tyytymättömimmät matkailijat ovat useimmiten vierailleet joko Turun seudulla tai Itä-Suomessa sekä käyttäneet matkansa aikana hotellipalveluja. Useimmiten naiset, jotka ovat matkustaneet myös Etelä- ja Keski-Euroopassa Suomen lisäksi, ovat tyytymättöimpiä palveluhenkilökunnan ystävällisyyteen. (Kaupan liitto 2011.)

Pietarista tulevat matkailijat vierailevat Suomen lisäksi keskimääräisesti enemmän myös muissa Pohjoismaissa. Matkakohde on helposti vaihdettavissa esimerkiksi Ruotsiin, ellei Suomessa ole tarjolla tarpeeksi kysytyjä palveluita. Kurjenoja pohtii, että eri maiden välinen kilpailu venäläismatkailijoista on kovenemassa, sillä esimerkiksi Tukholma on aloittanut ostosmatkailun markkinoinnin Pietarin alueella. Tämä voi

tulevaisuudessa tuoda mukanaan Suomen palvelusektorille haasteita eikä matkailijoiden tyytyväisyyttä Suomeen voida pitää itsestäänselvyytenä. (Kaupan liitto 2011.)

Talvella suosituimpia vetovoimatekijöitä ovat erilaiset talviaktiviteetit, laskettelukohteet sekä kylpylät. Kesällä mökkilomat ja monipuoliset perhekohteet ovat suosituimpia. (MEK 2011d.) Venäläiset eivät miellä Suomea perinteiseksi laskettelumaaksi eikä Suomen hiihtokeskukset ole kovin tunnettuja Venäjällä. Tarkasteltaessa venäläisten tekemiä laskettelukohdehakuja sekä Googlessa että Yandexissa, sijoittuu Suomi kuitenkin toiseksi. Suomen laskettelukeskuksien hintoja pidetään suhteellisen edullisina, mutta venäläisillä Internetin keskustelupalstoilla tuodaan esille suomalaisten negatiivinen suhtautuminen venäläisasiakkaisiin. Keskusteluissa kuitenkin todetaan, että syy tähän on lähinnä venäläisten oma käytös laskettelukeskuksissa. (MEK 2012d.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Toteutimme tutkimuksemme venäläisistä matkailijoista toimeksiantona Kuopion Matkailupalvelu Oy:lle kvantitatiivisena kyselytutkimuksena jakamalla kyselylomakkeita Kuopion alueen hotelleihin sekä Tahkolle. Aloitimme tutkimuksen joulun 2011 jälkeen, ja se jatkui maaliskuun 2012 puoliväliin saakka. Tutkimuksemme tavoitteena oli saada venäläisistä matkailijoista Kuopion Matkailupalvelu Oy:lle ajankohtaista tietoa, sillä edellisestä vastaavanlaisen tutkimuksen tekemisestä on kulunut jo noin kymmenen vuotta. Nykyään matkailijat etsivät tietoa ja tekevät matkapäätöksiä eri tavoin kuin ennen. Täten Kuopion Matkailupalvelu Oy:lle on tärkeää saada Kuopion alueesta kiinnostuneista venäläisistä matkailijoista ajankohtaista tietoa, jotta yritys voisi palvella heitä paremmin sekä osaisi suunnata markkinointinsa heille oikealla tavalla.

Tutkimuksemme tavoitteena oli selvittää syitä, miksi venäläiset matkailijat ovat valinneet lomakohteekseen Kuopion tai Tahkon alueen. Tutkimuksessa selvitettiin myös muun muassa, mistä he ovat saaneet tietoa kyseisistä alueista ja niiden tarjoamista palveluista, mitä kautta he ovat tehneet matkavarauksensa sekä millä perusteilla he ovat valinneet majoituspaikkansa. Yhtenä olennaisena osana tutkimuksessa selvitettiin myös mihin aktiviteetteihin venäläiset matkailijat ovat matkansa aikana osallistuneet sekä missä kohteissa he ovat vierailleet.

Valitsimme tämän opinnäytetyömme aiheeksi, koska se vaikutti mielenkiintoiselta ja pääsimme itse suunnittelemaan ja toteuttamaan kyselytutkimusta alusta loppuun. Aihe on hyödyllinen, koska venäläiset ovat suuri matkailijaryhmä Suomessa ja tutkimuksestamme on varmasti hyötyä tulevaisuudessa myös itsellemme, varsinkin jos tulemme joskus työskentelemään venäläisten parissa.

4.1 Kuopion Matkailupalvelu Oy

Kuopion Matkailupalvelu Oy on perustettu vuonna 1974, ja se on alueellisesti toimiva matkailun markkinointi- ja tuotekehitysyhtiö, jonka omistaa Kuopion kaupunki. Kuopion Matkailupalvelu Oy:n missiona on auttaa markkinoinnin, tuotekehityksen, tutkimuksen, neuvonnan sekä koulutuksen keinoin alueen matkailuelinkeinoa menestymään. Yhtiössä työskentelee 11 päätoimista työntekijää markkinoinnin, matkailijaneuvonnan, tuotekehityksen, sähköisen liiketoiminnan sekä kokoushankkeen parissa. Kuopion Matkailupalvelu Oy on halukas vahvaan yhteistyöhön kaikkien maakunnan

matkailutoimijoiden kanssa, ja luottamus eri toimijoiden välillä on tärkeää. (Halme 2012.)

Kuopion Matkailupalvelu Oy toteuttaa Pohjois-Savon laajuista yhteismarkkinointia, jossa pääpaino on kuluttajamarkkinoinnissa. Kuluttajamarkkinointi tehdään yhteistyössä Visit Finlandin kanssa, sillä laajemmalla kokonaisuudella saadaan paras mahdollinen näkyvyys. Kuopion Matkailupalvelu Oy käyttää markkinoinnissa mahdollisimman paljon sähköisen median antamia mahdollisuuksia, ja visitlakeland.ru-sivustolta löytyvätkin sekä tuotteet että tarjoukset. Sähköisen median käyttämisen ohella jatketaan edelleen myös matkanjärjestäjä- ja mediatyötä. (Venäjä yhteismarkkinointi 2011–2013.)

Kuopion Matkailupalvelu Oy:n markkinoinnin pääkohteita ovat kotimaan lisäksi Venäjä ja Saksa. Venäjä-markkinoinnissa keskitytään Pietarin alueen ohella myös muihin alueisiin sekä matkanjärjestäjäyhteistyöhön. (Halme 2012.) Kuopion Matkailupalvelu Oy:n vuonna 2011 toteuttamia Venäjä-markkinointiin liittyviä toimenpiteitä olivat muun muassa Pohjois-Savon kesäkampanja Pietarissa, Visit Finland Pietari –kampanja, workshopit, mediavierailut, joulukausi 2011–2012 sekä Visit Finland –talvikampanja ja lisämainonta 2011–2012. Pohjois-Savon kesäkampanjaan Pietarissa kuului muun muassa radiomainontaa kuudella kanavalla, ilmoituksia Metro-lehdessä, bussi-mainontaa sekä kampanjan banneri vfokuse-sivustolla. Visit Finland Pietari –kampanjaan sisältyi esimerkiksi julistekampanja Pietarin metrossa, radiokampanja neljällä kanavalla ja visitlakeland-banneri visitfinland.com –sivustolla. Visit Finland –workshoppeja järjestettiin Jyväskylässä, Moskovassa ja Kiovassa, workshopkierros kasvavilla Venäjän alueilla sekä Meet Finland –workshop Helsingissä. Mediavierailulla Kuopiossa ja Tahkolla kävi Ren-TV:n kuvausryhmä ja Visit Finland –lehdistömatkalla Pohjois-Savossa vieraili seitsemän toimittajaa. Joulukauden 2011–2012 toimenpiteisiin kuuluivat retkimyyntijärjestelyt, matkanjärjestäjien mainoskampanja, Partners' Meeting, johon osallistui seitsemän moskovalaista matkanjärjestäjää sekä kolmen sivun juttu Holiday Info –lehdessä. Muihin vuonna 2011 toteutettuihin toimenpiteisiin kuuluivat myös yhden sivun ilmoitus Vedomosti-lehden Suomalaisessa liitteessä sekä osallistuminen Suomi-päiville/Kuopio-Pihkova ystävyyskaupunkitoiminnan 45-vuotis juhlallisuuksiin Pihkovassa. (Venäjä yhteismarkkinointi 2011–2013.)

Pohjois-Savon kesäkampanjointiin 2012 kuuluu muun muassa Visit Finland –kesäkampanja, joka toteutetaan kuluttajille suunnattuna laajana yhtenäisenä Suomalaisena kampanjana, jonka teemoina ovat sekä mökkiloma että kaupunkiloma. Muina mahdollisina toimenpiteinä kesäkampanjointiin sisältyvät oma markkinointi sähköisessä

mediassa, alueellinen lisämainonta Visit Finland –kampanjan yhteydessä sekä messut ja yleisötapahtumiin osallistuminen. Vuoden 2012 tavoitteena on luoda kesästä uusi vahva venäläissesonki, ja matkoille onkin suunniteltu viikko-ohjelma, mihin kuuluvat venäjäksi opastetut aktiviteetit ja retket. Kesäsesongin lomatarjoukset sijoittuvat erityisesti kesä-, elo- ja syyskuulle. Lomien ohjelmat on suunniteltu helmikuussa 2012 (Visit Finland workshop 13.–15.2.2012). Kesän 2012 lomien markkinointi ja myynti tapahtuu sekä suoraan kuluttajille, muun muassa verkkokaupassa ja retkimyyjien kautta, että matkanjärjestäjien kautta. (Venäjä yhteismarkkinointi 2011–2013.)

4.2 Tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa tarkoituksena on sellaisen tiedon saanti, joka on yleistä ja yleistettävissä. Tällainen vaatimus on lähtöisin empiirisen tietoteorian lähtökohdista. Kvantitatiivisen yleisen sekä yleistettävissä olevan tiedon tulee olla kriteereiltään tilastollismatemaattista. Tietoa käsitellään tilastollisina yksiköinä, joista erilaisia menetelmiä käyttäen poistetaan kaikki seikat, jotka viittaavat subjektiiviseen tulkintaan. Tärkeitä määrällisen tutkimuksen käsitteitä ovat tilastoyksikkö, otos ja näyte. (VirtuaaliAMK 2012a.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisiin asioihin kuuluu muun muassa aiemmista tutkimuksista tehdyt johtopäätökset ja aiemmat teoriat, hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely, suunnitelmat aineiston keruuseen, jossa havaintoaineisto on soveltuva määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen, sekä tutkittavien henkilöiden valinta, perusjoukon määrittely, josta otetaan otos. Seuraavaksi kvantitatiivisessa tutkimuksessa muuttujat ilmaistaan taulukkomuodossa, jotta aineisto on mahdollista muuttaa tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Lopuksi tehdään päätelmät havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen. Tuloksia voidaan kuvailla esimerkiksi prosenttilukoiden avulla. Tärkeää on myös tulosten merkitsevyyden tilastollinen testaus. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 140.)

Osana kvantitatiivista tutkimusta tarkastellaan tutkimuksen tiettyjä ominaisuuksia, muuttujia, joiden avulla pyritään osoittamaan se, miten tutkimuksen tulokset jakautuvat perusjoukossa. Tutkimuksen luonne määrittelee ne muuttujat, joita ollaan kiinnostuneita tutkimaan. Muuttujista kerätään tietoa tekemällä esimerkiksi kyselytutkimus tai mittaamalla muuttujia havainnoimalla tai testaamalla. Kvantitatiivista analyysiä käytetään mittaamaan näitä muuttujia. Kerätyistä tiedoista voidaan selvittää esimerkiksi riippuvuussuhteita, prosenttiosuuksia, keskiarvoja, hajontaa, jakaumia ja niin edel-

leen. Muuttujat voidaan esittää graafisesti erilaisissa taulukoissa, pylväsdiagrammeissa tai piirakkakuvioiden avulla. Testaamalla tuloksia voidaan selvittää, riippuvatko tulokset jostain tietystä asiasta tai toisesta muuttujasta, vai onko tulos sattumaa. (Hohmann 2005.)

Tutkimuksen tekemisessä pyritään siihen, ettei syntyisi virheitä, mutta kuitenkin tulosten luotettavuus ja pätevyys ovat vaihtelevia. Siksi tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan kaikissa tutkimuksissa. Luotettavuuden arviointiin on olemassa monia eri mittaus- ja tutkimustapoja. Reliaabeliuksella tutkimuksessa tarkoitetaan sitä, miten mittaus tulokset ovat toistettavissa. Tutkimuksen tai mittauksen reliaabeliuuden tarkoitus on antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi, ym. 2009, 231.) Reliabiliteetti on mittauksessa suuri, jos samasta tai samankaltaisesta aineistosta saadaan eri mittauskerroilla samanlaisia tuloksia (Holopainen & Pulkkinen 2008, 17). Reliaabelius pystytään toteamaan monin eri tavoin. Esimerkiksi useamman tutkijan päätyessä samanlaiseen tulokseen, sen voidaan katsoa olevan reliaabeli. Kvantitatiivissa tutkimuksissa voidaan arvioida mittareiden luotettavuutta erilaisilla tilastollisilla menettelytavoilla. (Hirsjärvi, ym. 2009, 231.)

Validiuksella eli pätevyydellä tarkoitetaan sitä, onko mittarilla tai tutkimusmenetelmällä kyetty mittaamaan juuri sitä, mitä oli tarkoitus mitata. Aina mittarit ja menetelmät eivät kuitenkaan vastaa sitä todellisuutta, mitä tutkimuksen tekijä ajattelee tutkivansa. Esimerkiksi kyselylomakkeisiin vastanneet ovat voineet ymmärtää kysymykset eri tavoin kuin tutkija on tarkoittanut. Tutkimuksesta saadut tulokset eivät välttämättä aina ole tosia ja päteviä, jos tutkija käsittelee vastauksia oman ajatusmallinsa mukaan. (Hirsjärvi, ym. 2009, 231–232.)

4.3 Kyselytutkimus

Kyselytutkimuksessa eli survey-tutkimuksessa on tarkoituksena kerätä vastauksia samoihin tiettyihin kysymyksiin tarkoin valitulta joukolta. Yleensä tutkimuksen kohderyhmäksi valitaan otos jostakin tietystä perusjoukosta. Tavallisin survey-tutkimuksen muoto on kyselylomake, jolloin tutkijat joutuvat tarkasti miettimään kyselyyn sisältyvien muuttujien määrää sekä sisältöä. Kyselylomakkeesta on tärkeää tehdä selkeä, jotta kohderyhmän olisi helppoa vastata kaikkiin kysymyksiin yksiselitteisesti ja epäroimättä. (VirtuaaliAMK 2012b.)

Kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa yhteistyön tekeminen kohderyhmän edustajien kanssa olisi suositeltavaa, jotta lopputulos vastaisi heidän ajatusmaailmaansa ja olisi tarkoituksenmukainen. Ennen kyselyn varsinaista toteuttamista kyselylomakkeet testataan vastaajilla, mutta tämä tehdään myös aineiston jälkikäsitteilyn kannalta. Näin turhat kysymykset on helppo karsia pois ja epäselvät kysymykset voidaan vielä korjata, jotta myöhemmin aineiston koodaus ja taulukointi sujuisi ilman ongelmia. Kysymyksiä ei myöskään kannata laatia liikaa, sillä jos niiden määrä on yli 30, vastaajien motivaatio saattaa hiipua kesken kyselyyn vastaamisen. Lopullinen kyselylomake on parhaimmillaan, mitä lyhyempi, yksinkertaisempi ja suoraviivaisempi se on. Kyselyyn vastaajilla ei useinkaan ole aikaa ja halua vastata sekä paneutua monimutkaisiin, raskaisiin ja vaikeaselkoiisiin lomakkeisiin. (VirtuaaliAMK 2012b.)

Kyselylomake sisältää vastaajien henkilöllisyyteen liittyviä tietoja eli demografisia muuttujia. Niitä on syytä liittää lomakkeeseen vain sen verran, paljonko niitä todella tarvitaan vastausten analysointivaiheessa. Henkilötietojen selvittämisen täytyy perustua teoriataustaan tai muilla tavoin ilmenneisiin tiedontarpeisiin. Esimerkiksi aikaisempia tutkimustuloksia tarkastelemalla voi selvittää, mitkä henkilötiedot ovat osoittautuneet olennaisiksi. Tavallisia asioita kysyä on vastaajan ikä, sukupuoli, paikkakunta, ammatti ja koulutus. Kysyä voi myös perheenjäsenten lukumäärää, tulotasoa ja muita asioita, mutta näitä tietoja kannattaa kysyä mahdollisimman vähän, sillä monet vastaajat voivat kokea ne turhana uteluna ja yksityisyyttä loukkaavina. Monesti nämä kysymykset voivat myös olla täysin turhia ja pidentävät kyselylomaketta. (VirtuaaliAMK 2012b.)

Kyselytutkimuksissa käytetään erilaisia asteikkoja, joita ovat esimerkiksi nominaaliasteikko, järjestysasteikko ja likert-asteikko. Nominaaliasteikossa vastaaja valitsee sopivan vaihtoehdon monista eri mahdollisuuksista. Vastausvaihtoehdot ovat samanarvoisia, eikä jotain vastausta voida pitää toista parempana. Usein pohditaan, paljonko vastaajille annetaan vaihtoehtoja. Jos käytetään vain kahta eri vastausvaihtoehtoa, johtaa se usein dikotomiaan, jolloin vastausvaihtoehdot ovat toisensa pois sulkevia. Tämä vastausvaihtoehtomuoto on kuitenkin jopa itsestäänselvyys esimerkiksi vastaajien sukupuolta koskevissa kysymyksissä. Järjestysasteikollisissa kysymyksissä vastaajat asettavat vastausvaihtoehdot tiettyyn järjestykseen jonkin annetun kriteerin mukaan. Likert-asteikko on etenkin semanttisen differentiaalisen asteikko. Se sisältää osioita, joissa tutkitaan vastaajien suhtautumista johonkin ilmiöön. Tätä asteikkoa käytetään, kun vastaajien halutaan vastaavan eri kysymyksiin asteikolla ”täysin samaa mieltä täysin eri mieltä”. (VirtuaaliAMK 2012b.)

Aineiston kokoamisen jälkeen on vuorossa sen muokkaaminen sellaiseksi, että sen analysoiva käsittely voidaan aloittaa. Aluksi aineisto on tarkistettava, jonka jälkeen aloitetaan koodaaminen. Ensimmäisenä tarkistetaan mahdolliset virheelliset vastaukset ja puutteelliset lomakkeet. Huomiota on kiinnitettävä kyselylomakkeiden täydellisyyteen, täsmällisyyteen ja yhtenäisyyteen. Jos lomakkeissa on paljon puuttuvia tietoja, se vaikeuttaa tulosten tulkintaa. Myös väärinymmärretyt tai huolimattomasti vastatut kysymykset voivat vääristää tuloksia ja vaikuttaa niiden luotettavuuteen. Kun tutkimusaineisto on valmis, tarkistettu ja koodattu, jatketaan analyysiä tilastollisten menetelmien avulla. Pelkät vastaukset eivät riitä johtopäätösten tekemiseen, vaan ne täytyy myös tulkita ja analysoida. Yleensä määrällinen aineisto käsitellään tietokoneilla, jolloin on hyvä tulokset vielä myös testata esimerkiksi t-testillä tai keskiarvotestillä. (VirtuaaliAMK 2012b.)

Muuttujien jakautumista sekä niiden riippuvuutta toisistaan tutkitaan ristiintaulukoinnilla. Tarkasteltaessa riippuvuutta tai riippumattomuutta tutkitaan sitä, onko tarkastelussa olevan selitettävän muuttujan jakauma erilainen selittävän muuttujan eri luokissa. Selittävässä ja selitettävässä muuttujassa voi olla joko vain kaksi eri luokkaa tai useampia luokkia. Jos käytetään välimatka- tai suhdeasteikolla mitattuja muuttujia, ne tulee ensin uudelleenkodeata luokitelluiksi muuttujiksi ennen ristiintaulukointia. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2004.)

4.4 Kyselylomakkeen toteutus käytännössä

Mielestämme paras tapa toteuttaa kyseinen tutkimus, oli tehdä kyselylomake, johon venäläiset matkailijat saivat itse vastata. Tutkimusmenetelmän valintaan vaikutti muun muassa se, että lomakkeita oli mahdollista jakaa moneen eri hotelliin Kuopion alueella sekä Tahkolla ja siten tavoittaa mahdollisimman paljon venäläisiä matkailijoita. Haastattelututkimuksen vaikeutena olisi ollut myös oma venäjän kielen taidon puute, eikä sitä olisi ollut mahdollista toteuttaa myöskään englannin kielellä, sillä kovin monet venäläiset eivät puhu englantia.

Aloitimme tutkimuksen tekemisen kyselylomakkeen suunnittelulla. Toimeksiantajamme Kuopion Matkailupalvelu Oy oli sähköpostitse yhteydessä Kuopion ja Tahkon alueiden eri yrityksiin ja tiedusteli heiltä, mitä asioita he haluaisivat tutkimuksessa selvitettävän ja mistä asioista he haluaisivat saada lisätietoa koskien venäläisiä matkailijoita. Myös Kuopion Matkailupalvelu Oy listasi asioita, joita he haluavat tutkimuksessa käsiteltävän. Yrityksiltä saamiemme vastausten ja Kuopion Matkailupalvelu

Oy:n listaamien asioiden perusteella laadimme kysymykset kyselylomakkeeseemme. Aluksi luonnostelimme suomenkielisen lomakkeen, jonka jälkeen kävimme sen läpi Kuopion Matkailupalvelu Oy:n kanssa ja he antoivat parannusehdotuksia, jotka muokkasimme lopulliseen lomakkeeseen. Kyselylomakkeessa suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä. Näiden kysymyksien vastausvaihtoehdoista osa oli toisensa poissulkevia, kun taas osaan pystyi valitsemaan useamman eri vaihtoehdon. Lomakkeessa oli myös muutama avoin kysymys. Saadaksemme enemmän vastauksia, ja jotta vastaajilla olisi motivaatiota täyttää kyselylomake, laitoimme lomakkeen loppuun arvonnin, jossa palkintona oli viikon loma neljälle hengelle Matkailukeskus Rauhalahden lomahuvilassa, sisältäen myös kylpyläliput.

Kun kyselylomake oli täysin valmis, Kuopion Matkailupalvelu Oy:n työntekijä käänsi lomakkeen venäjän kielelle. Tämän jälkeen Kuopion Matkailupalvelu Oy jakoi osan lomakkeista ja veimme niitä myös itse eri hotelleihin. Kyselylomakkeita jaettiin Kuopion alueella Kylpylähotelli Kunnonpaikkaan, Best Western Hotel Savoniaan, hotelli Cumulukseen, Sokos Hotel Puijonsarveen, Hotel Jahtihoviin, hotelli Scandiciin sekä Kylpylähotelli Rauhalahteen. Lomakkeita oli jaettu myös Tahkolle, muun muassa lomamökkeihin. Kyselylomakkeita oli jätetty myös Kuopion Matkailupalvelu Oy:n infon tiskille, mikä sijaitsee tavaratalo Carlsonin alakerrassa Kuopion keskustassa.

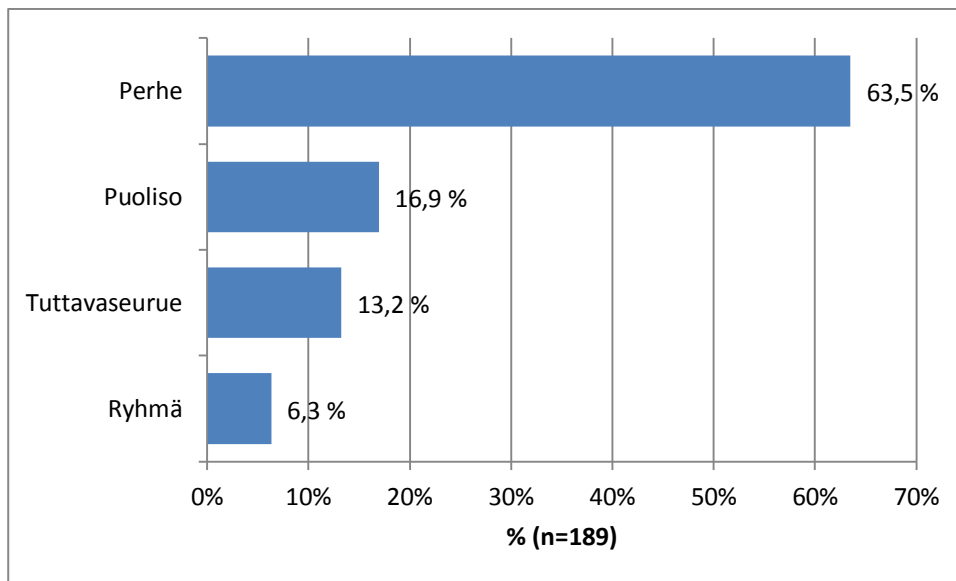
Kyselylomakkeet jaettiin joulun 2011 jälkeen ennen uutta vuotta, ja tasaisin väliajoin kävimme hakemassa täytettyjä lomakkeita hotelleista sekä viemässä tilalle lisää tyhjiä lomakkeita. Viimeiset lomakkeet hotelleista keräsimme maaliskuun puolivälissä. Avomien kysymysten osalta Kuopion Matkailupalvelu Oy:n työntekijä käänsi vastaukset suomeksi. Lomakkeiden kääntämisen jälkeen syötimme vastaukset Exceltaulukkolaskentaohjelmaan ja analysoimme tutkimuksesta saadut vastaukset.

5 TUTKIMUSTULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tutkimustulokset

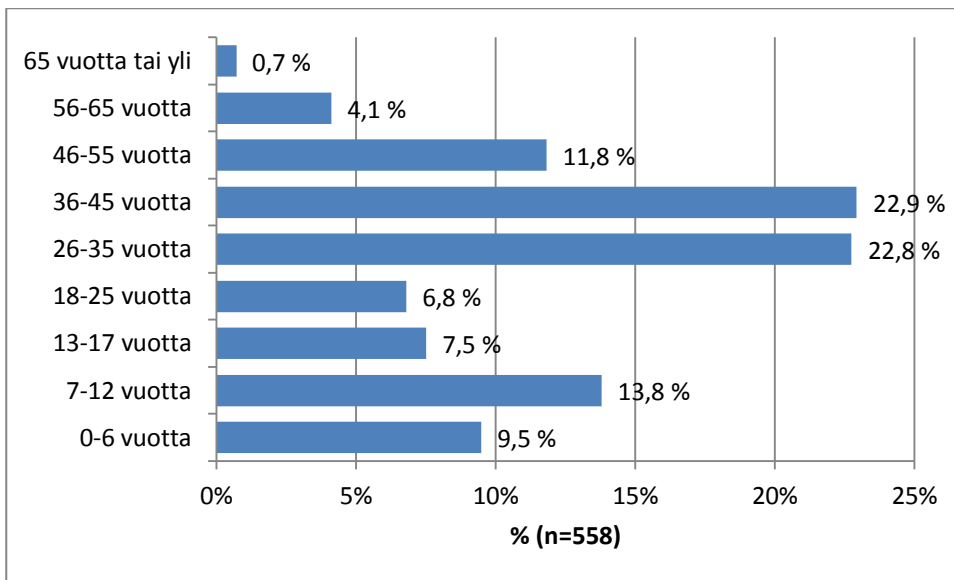
Kuopion ja Tahkon alueella venäläisille matkailijoille toteutetusta asiakaskyselystä vastauksia saatiin yhteensä 191 kappaletta. Eniten vastauksia tuli Tahkon alueella lomailleilta venäläismatkailijoilta. Suurin osa vastauksista saatiin uuden vuoden sesongin aikoihin, mutta esimerkiksi alkukevästä vastauksia tuli vain muutamia.

Lähes kaksi kolmasosaa venäläisistä matkailijoista saapui Kuopion alueelle tai Tahkolle perheen kanssa. Verrattaessa keskenään matkoja, jotka tehtiin joko puolison tai tuttavaseurueen kanssa, voidaan todeta, että niitä oli lähes saman verran. Ryhmän kanssa matkustaneita oli muihin verrattuna melko vähän. Kyselyyn vastanneista matkailijoista kukaan ei ollut matkalla yksin.



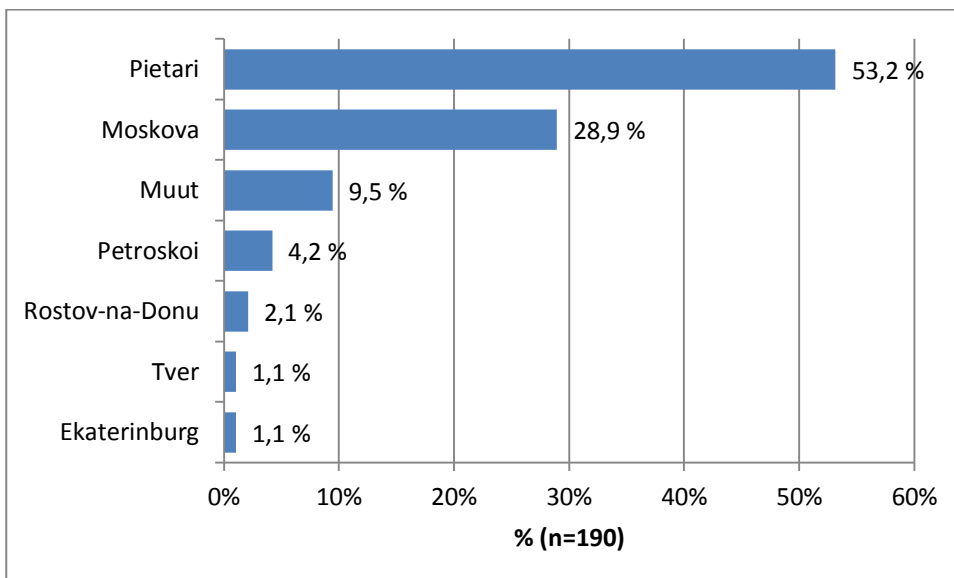
KUVIO 1. Venäläisten matkailijoiden matkaseura

Vastaajat luokiteltiin iän perusteella yhdeksään eri ryhmään. Suurin osa matkailijoista oli 26–45-vuotiaita, ja matkailijoiden mukana oli myös paljon lapsia, joista suurin osa oli ala-asteikäisiä. Voidaan päätellä, että suuri osa venäläisistä matkailijoista oli lapsiperheitä. Kyselyyn vastanneista matkailijoista vain alle prosentti oli yli 65-vuotiaita. Matkailijoiden ikä oli keskimäärin 29 vuotta.



KUVIO 2. Matkailijoiden ikäjakauma

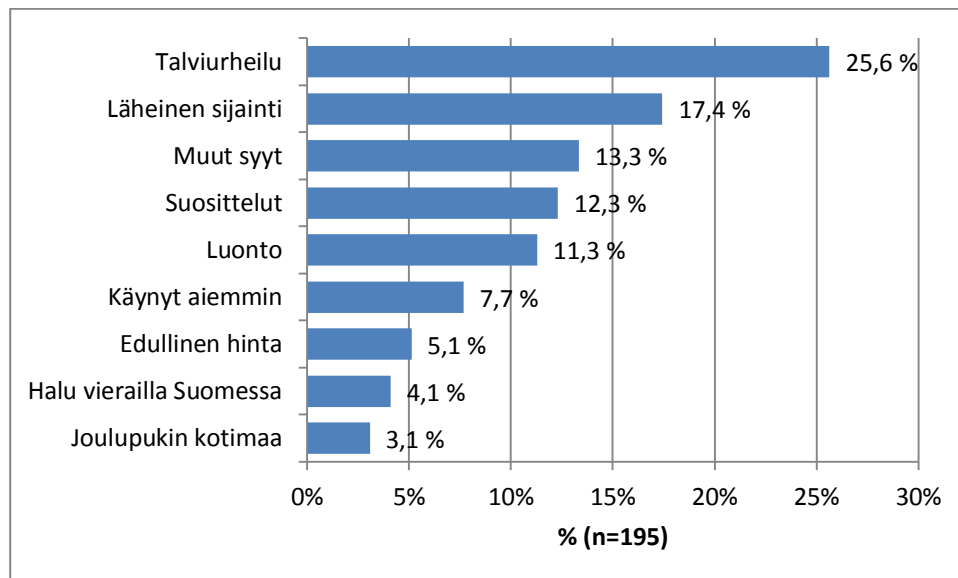
Yli puolet venäläisistä matkailijoista oli pietarilaisia. Moskovalaiset olivat toiseksi suurin matkailijaryhmä Kuopion ja Tahkon alueilla. Heitä oli vajaa kolmasosa kaikista alueiden venäläismatkailijoista. Muista Venäjän kaupungeista ei Kuopion ja Tahkon alueille tullut suuria määriä matkailijoita, joten muiden kaupunkien osuus tutkimuksessa ei ollut kovinkaan merkittävä.



KUVIO 3. Matkailijoiden asuinpaikkakunnat

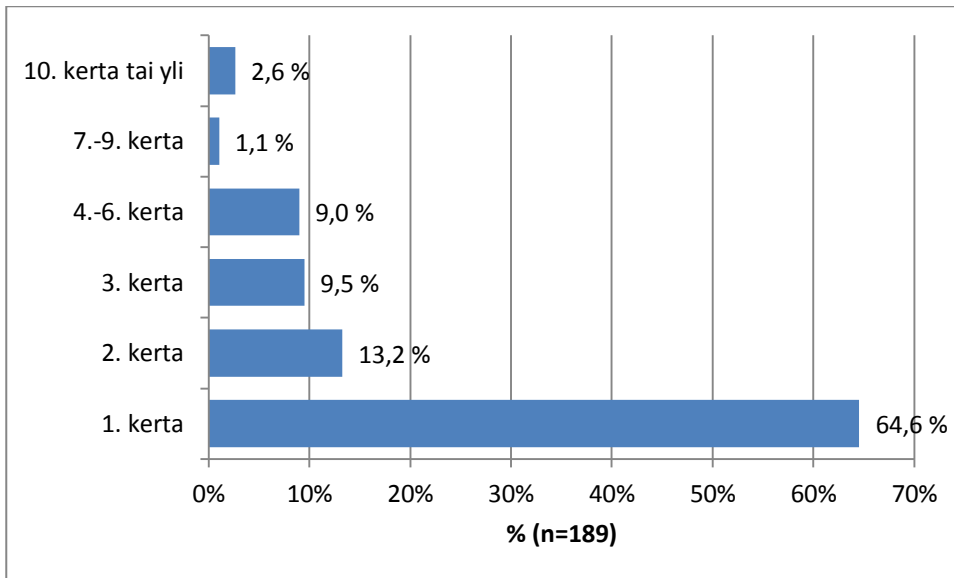
Kyselyyn vastanneista venäläisistä lähes kaikki olivat lomamatkalla, sillä vain kolme vastanneista ilmoitti olevansa työmatkalla. Näin ollen työmatkalaisten osuus oli todella pieni, vain alle kaksi prosenttia.

Kuopion ja Tahkon alueille matkustamisen suurimpana motiivina reilulla neljäsosalla vastaajista oli talviurheilulajien, kuten laskettelu ja hiihdon, harrastaminen. Toinen tärkeä syy valita nämä alueet lomakohteeksi, oli niiden sijainti lähellä Venäjää. Osalle kyselyyn vastanneista matkailijoista Kuopion ja Tahkon alueista on muodostunut vakituinen lomakohde, jolloin omat aiemmat hyvät kokemukset riittävät matkustusmotiiviksi. Useilla lapsiperheillä yhtenä matkustusmotiivina oli mainittu Joulupukin tapaaaminen. Muina syinä alueille matkustamiselle mainittiin muun muassa hyvä palvelutaso, kylpyläpalvelut sekä pysähdys jatkettaessa matkaa vielä muualle.



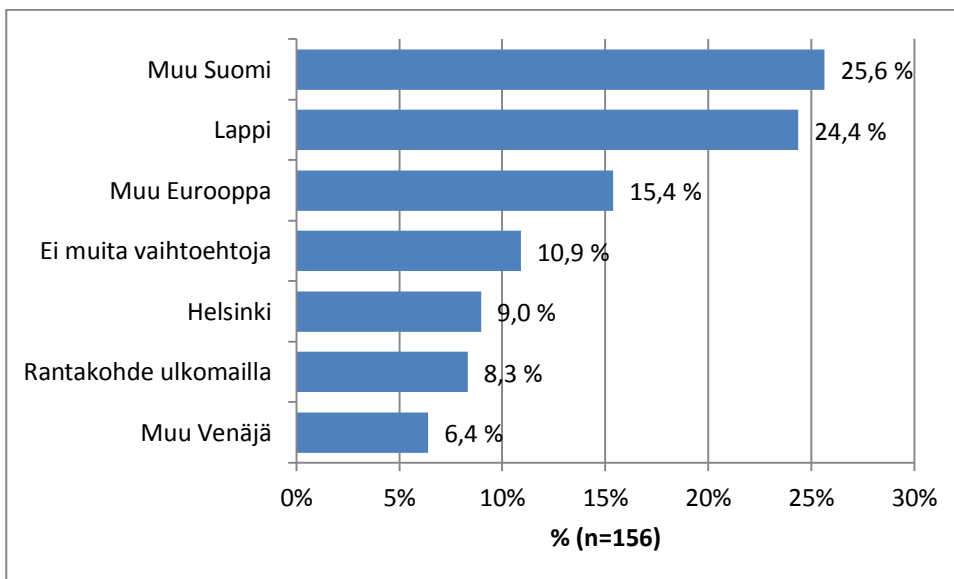
KUVIO 4. Matkustusmotiivit Kuopion ja Tahkon alueille

Venäläisten matkailijoiden matkustuskerrat jaoteltiin kuuteen eri ryhmään. Kyselyyn vastanneista lähes kaksi kolmasosaa oli käymässä Kuopion tai Tahkon alueella ensimmäistä kertaa. Kuitenkin reilu viidesosa oli käymässä alueilla jo vähintään kolmatta kertaa.



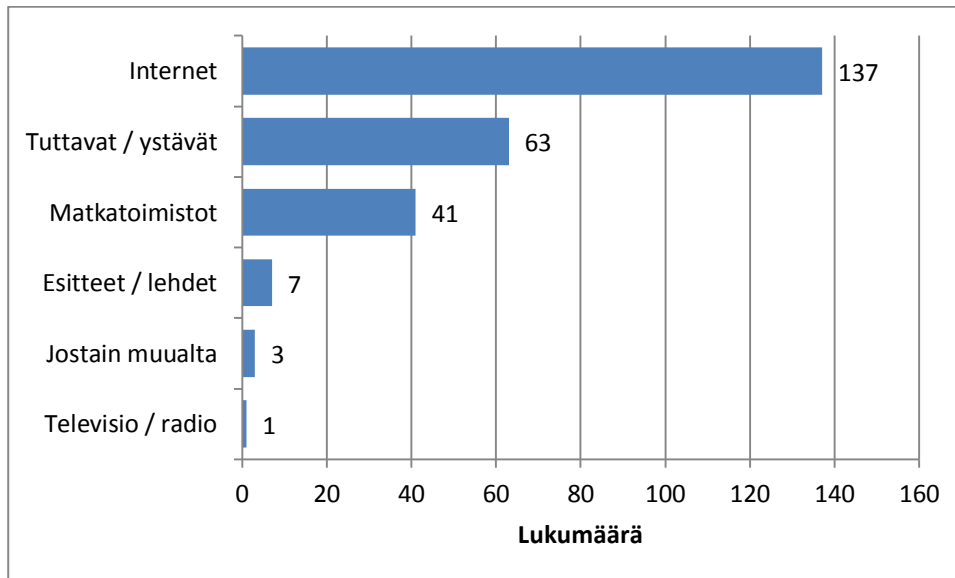
KUVIO 5. Matkustuskerrat Kuopion ja Tahkon alueille

Suurin osa, lähes 60 prosenttia, kyselyyn vastanneista ilmoitti harkinneensa muina kohdevaihtoehtoina muita Suomen lomakohteita, kuten Lappia, Helsinkiä tai muita kaupunkeja. Reilulla kymmenesosalla kyselyyn vastanneista ei ollut muita kohdevaihtoehtoja Kuopion ja Tahkon alueiden lisäksi. Pienehköllä osalla vastaajista muina lomakohte vaihtoehtoina olivat heidän kotimaansa matkakohteet. Muiksi rantalomakohteiksi sekä Euroopan lomakohteiksi mainittiin eniten esimerkiksi Egypti, Bulgaria, Italia, Ranska, Itävalta, Saksa ja Ruotsi.



KUVIO 6. Muut lomakohtevaihtoehdot

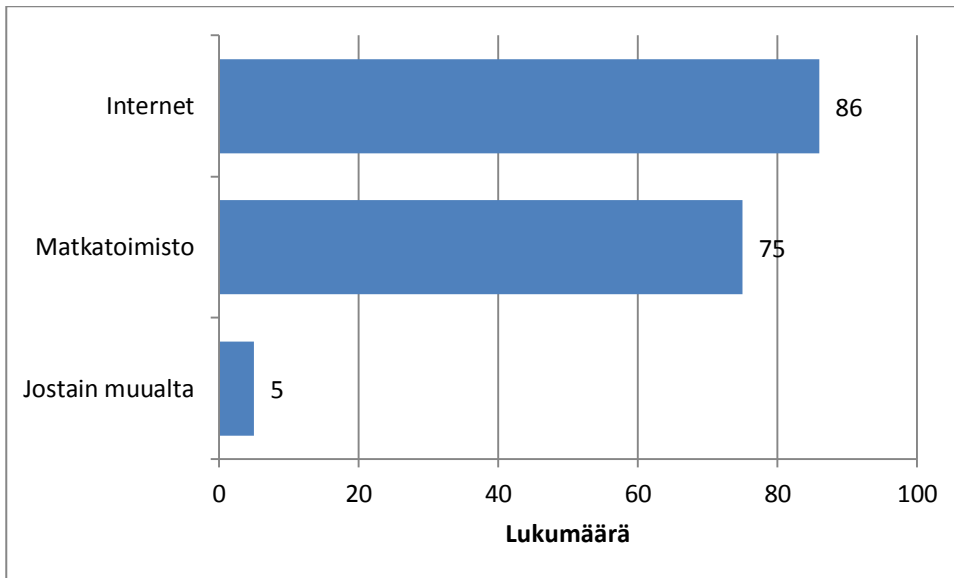
Ylivoimaisesti suurimpana tietolähteenä käytettiin Internetiä, mutta myös tuttavat ja ystävät sekä matkatoimistot olivat tiedonhankinnassa merkittävässä asemassa. Muista lähteistä ei ollut saatu paljon tietoa Kuopion ja Tahkon alueista tai palveluista.



KUVIO 7. Lähteet, joista matkailijat ovat saaneet tietoa Kuopion ja Tahkon alueista sekä niiden tarjoamista palveluista

Asiakastutkimuksessa kysyttiin, ovatko matkailijat vierailleet Internetissä visitlake-land.ru-sivustolla. Vain 22,3 prosenttia vastaajista oli käynyt sivustolla. Näin ollen yli kolmelle neljäsosalle sivusto oli tuntematon.

Eniten matkavarauksia venäläiset matkailijat tekivät Internetin kautta, mutta ero ei ollut suuri verrattuna matkatoimistojen kautta tehtyjen varausten määrään. Vain harva oli tehnyt varauksensa jotakin muuta kautta, kuten puhelimitse tai sähköpostitse suoraan majoituspaikasta, sukulaisten kautta tai walk in –asiakkaina.

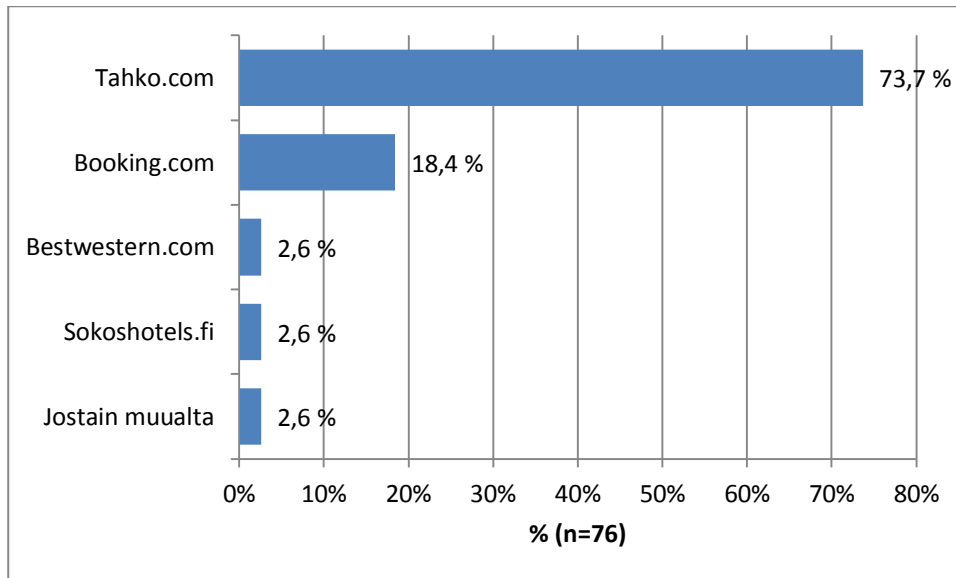


KUVIO 8. Varauskanavat

Lähes kaikki Internetin kautta matkavarauksensa tehneet olivat varanneet matkansa kansainvälisen varaussivuston kautta, ja vain muutamat olivat käyttäneet venäläistä varaussivustoa.

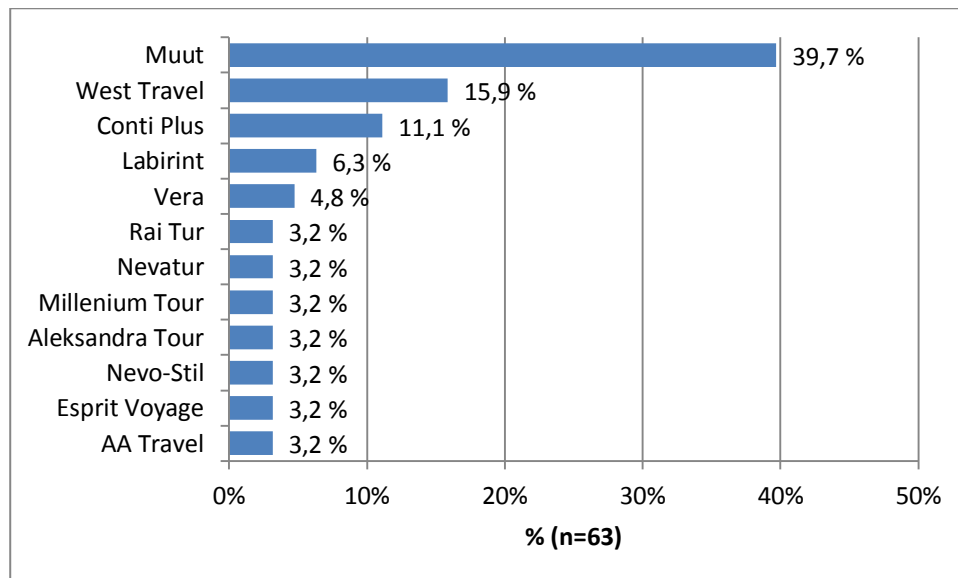
Venäläisistä varaussivustoista ei käynyt ilmi mitään tiettyä sivustoa, joka olisi noussut merkittävästi yli muiden. Puolet vastaajista oli jättänyt mainitsematta käyttämänsä venäläisen varaussivuston.

Melkein kolme neljäsosaa kansainvälisen varaussivuston kautta matkansa varanneista venäläisistä oli käyttänyt Tahkon omaa varaussivustoa. Toiseksi eniten matkoja varattiin Booking.com-sivuston kautta. Muita kansainvälisiä varaussivustoja ei ollut käytetty merkittävässä määrin.



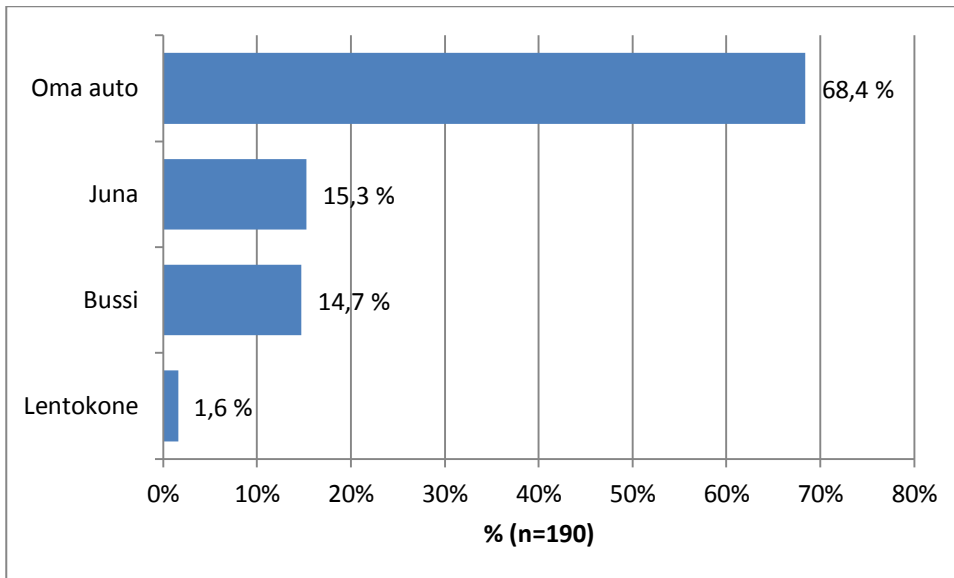
KUVIO 9. Kansainväliset varaussivustot

Venäläiset matkailijat käyttivät useita eri matkatoimistoja, joista matkoja eniten varattiin West Travelin ja Conti Plussan kautta. Kuitenkin kyselyyn vastanneista suurin osa (39,7 %) oli käyttänyt muita matkatoimistoja, mutta jokainen oli mainittu vain kerran. Tästä huolimatta muut matkatoimistot muodostivat suurimman prosentiosuuden.



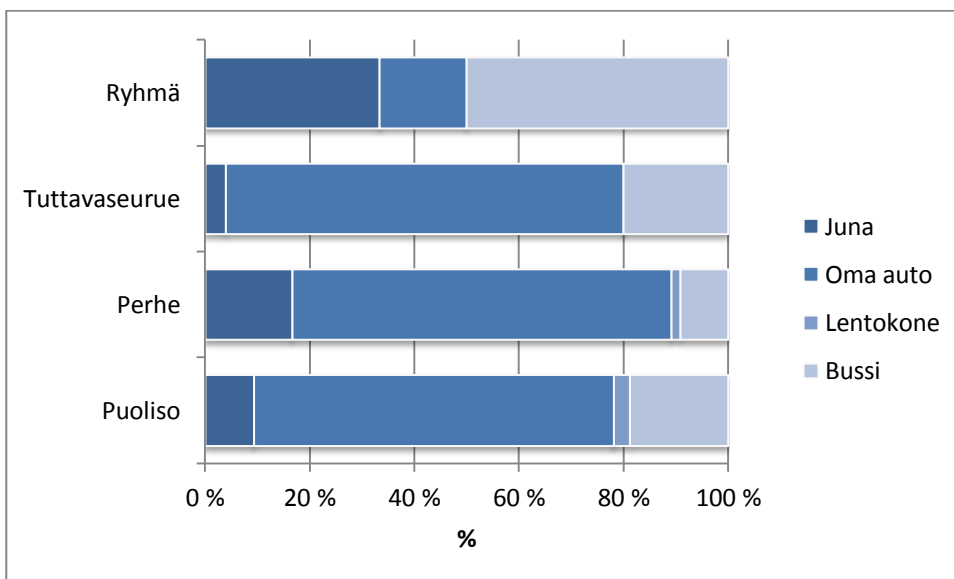
KUVIO 10. Matkatoimistot

Ylivoimaisesti suurin osa venäläisistä matkailijoista saapui Kuopion ja Tahkon alueelle omalla autolla. Muut kulkuvälineet yhteensä muodostivat vajaan kolmanneksen kaikista matkustusmuodoista.



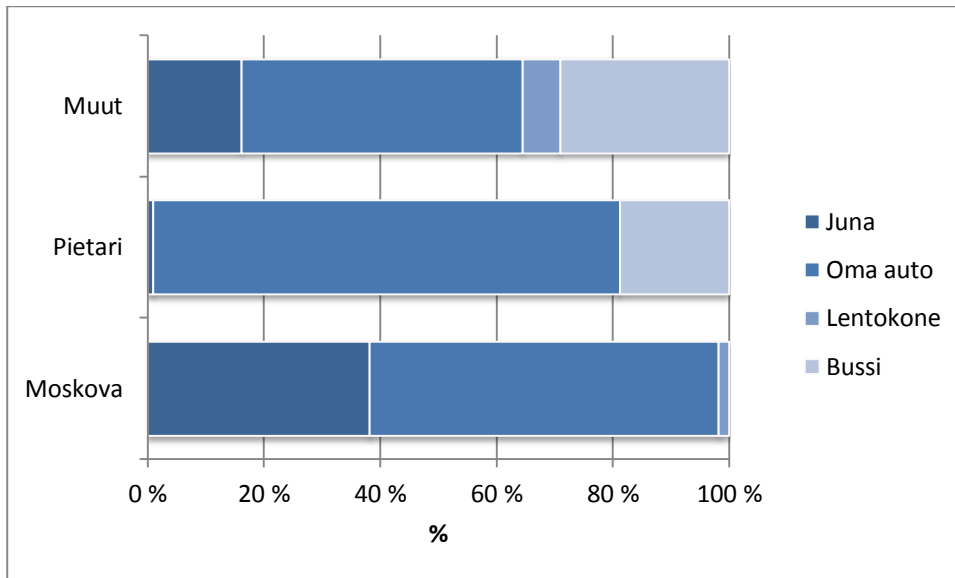
KUVIO 11. Matkustusmuodot

Puolisot, perheet ja tuttavaseurueet käyttivät matkustusmuotona eniten omaa autoa. Suurin osa ryhmän kanssa matkustaneista venäläisistä saapui Kuopion tai Tahkon alueelle bussilla. Kaikista vähiten käytetty matkustusmuoto oli lentäminen.



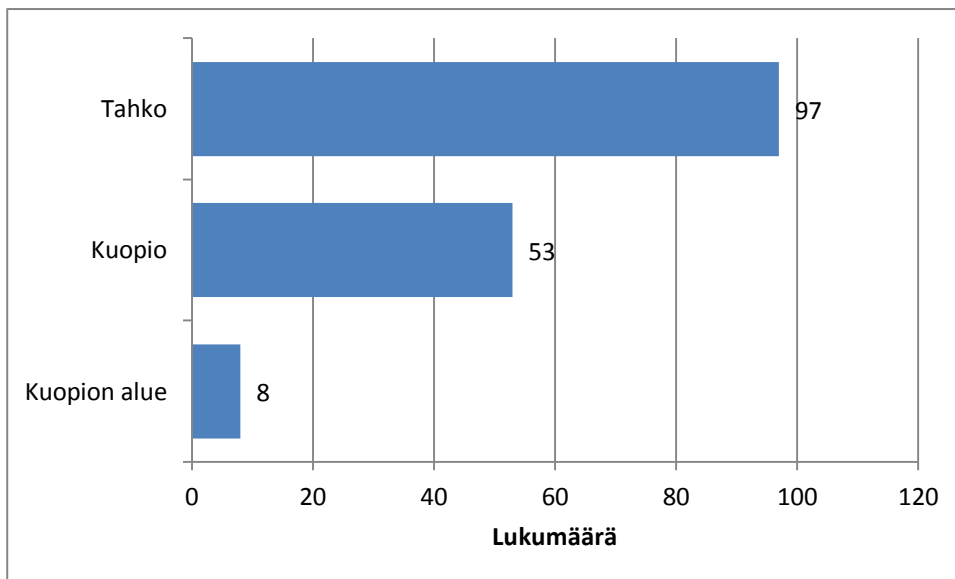
KUVIO 12. Matkustusmuodot matkaseuran mukaan

Kaikilta asuinpaikkakunnilta matkustettiin eniten omalla autolla, erityisesti Pietarista matkustettaessa se oli ylivoimaisesti käytetyin kulkuväline. Moskovasta tulleet venäläiset matkustivat paljon myös junalla, sillä lähes 40 prosenttia heistä käytti tätä matkustusmuotoa. Moskovalaisista kukaan ei käyttänyt matkustusmuotona bussia, eikä pietarilaisista kukaan lentokonetta, saapuessaan Kuopion tai Tahkon alueelle.



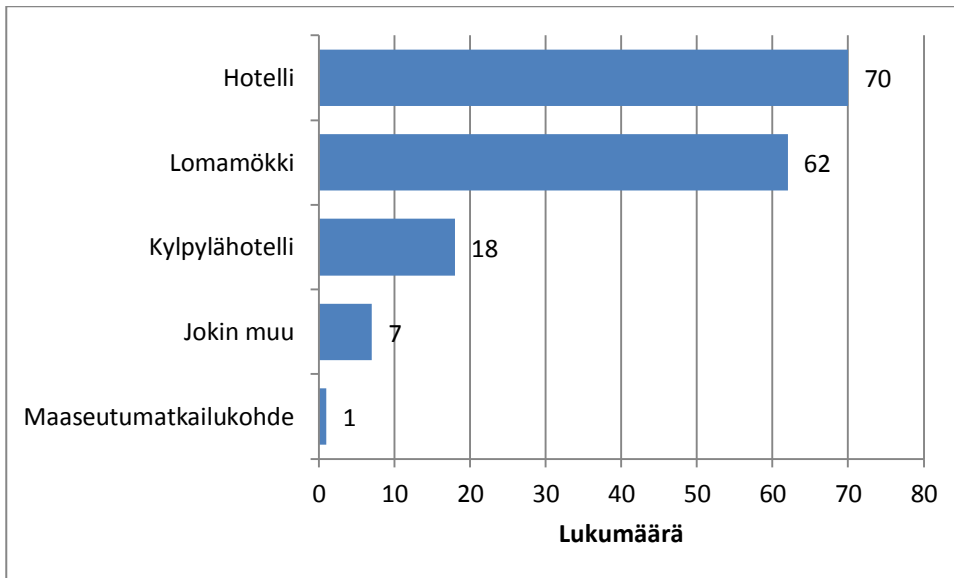
KUVIO 13. Matkustusmuodot asuinpaikkakunnittain

Suurin osa venäläisistä kyselyyn vastanneista matkailijoista yöpyi Tahkolla. Loput matkailijoista majoittuivat joko Kuopiossa tai muualla Kuopion alueella.



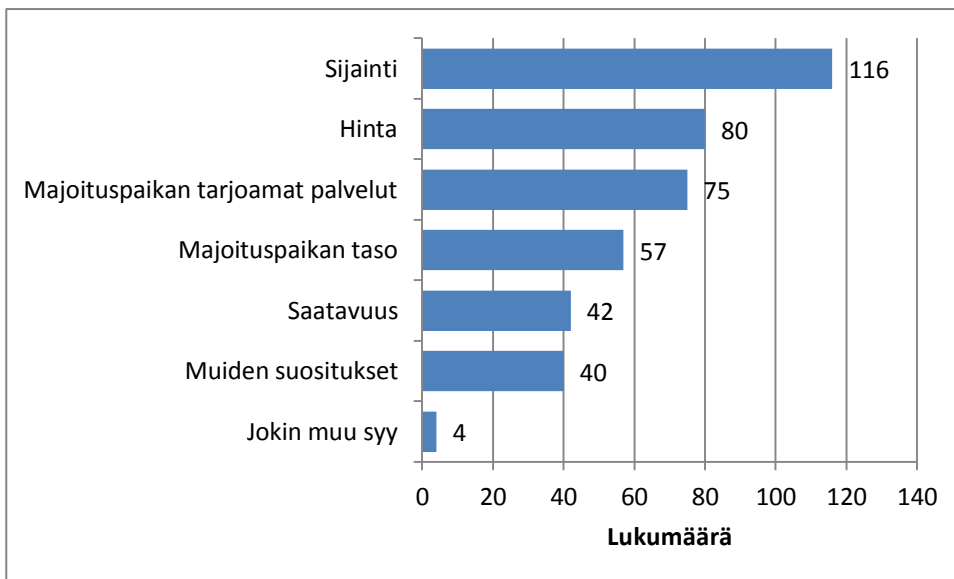
KUVIO 14. Majoituskohteet

Suurin osa Kuopion ja Tahkon alueilla lomalleista venäläismatkailijoista yöpyi joko hotellissa tai lomamökissä. Muina majoitusmuotoina vastauksissa mainittiin esimerkiksi huoneistohotelli. Vain yhdessä lomakkeessa yöpymispaikaksi oli kerrottu maa-seutumatkailukohde.



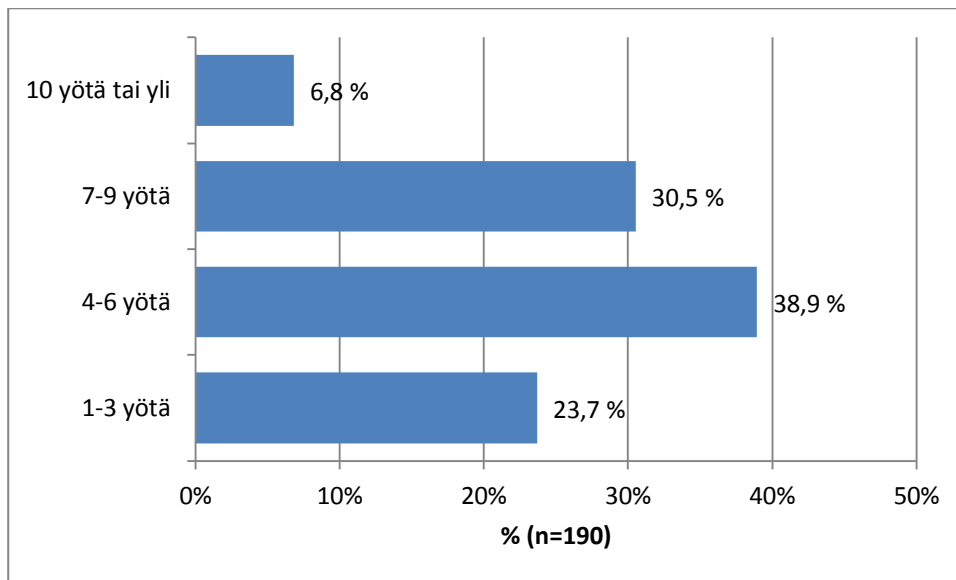
KUVIO 15. Majoitusmuodot

Sijainti oli venäläisille matkailijoille tärkein tekijä valittaessa majoituspaikkaa, mutta myös hinta ja majoituspaikan tarjoamat palvelut koettiin tärkeiksi.



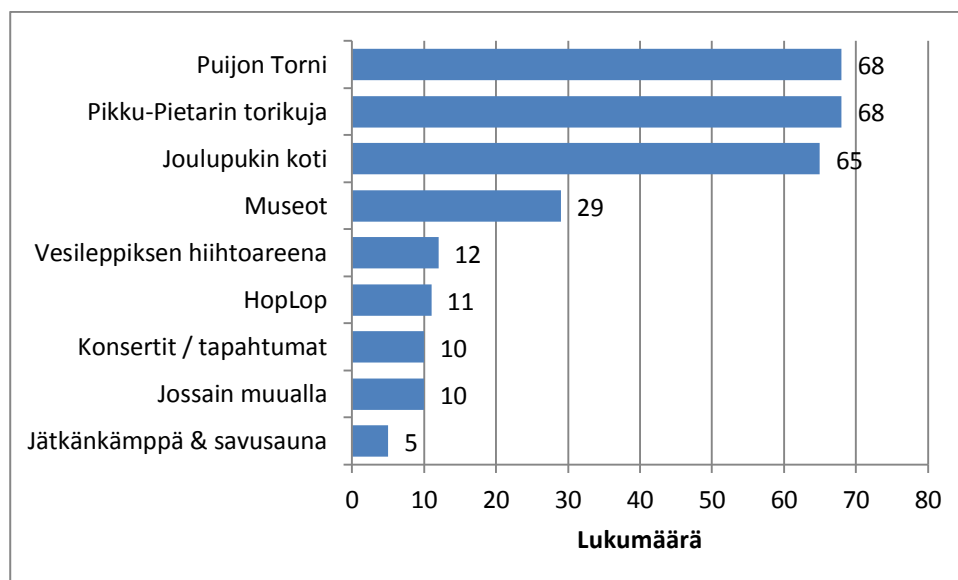
KUVIO 16. Syyt majoituspaikan valintaan

Venäläismatkailijoiden yöpymisvuorokaudet jaoteltiin neljään eri ryhmään. Suurin osa venäläisistä matkailijoista yöpyi Kuopion tai Tahkon alueella noin viikon. Vajaa neljännes matkailijoista viipyi alueella 1–3 yötä. Kuitenkin 6,8 prosenttia venäläisistä majoittui alueella jopa yli 10 yötä.



KUVIO 17. Yöpymisvuorokausien määrä

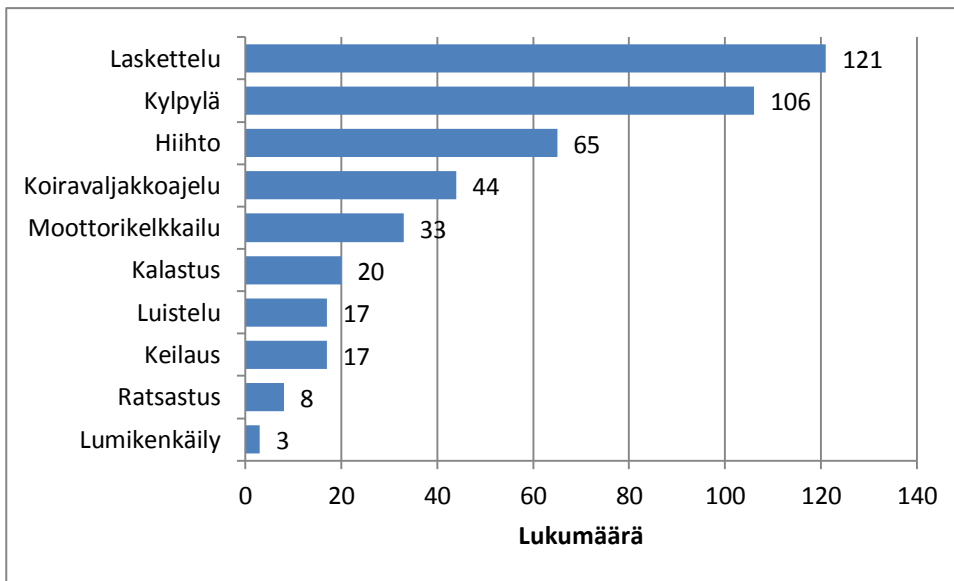
Kuopion suosituimmat vierailukohteet venäläismatkailijoiden keskuudessa olivat Puijon Torni, Pikku-Pietarin torikuja sekä Joulupukin koti, joissa kaikissa vierailtiin lähes yhtä paljon. Vain viidessä lomakkeessa oli vastattu yhdeksi vierailukohteeksi Jätkänkämpä ja savusauna. Muiksi vierailukohteiksi oli muutamissa lomakkeissa mainittu muun muassa Tervossa sijaitseva Lohimaa.



KUVIO 18. Vierailukohteet

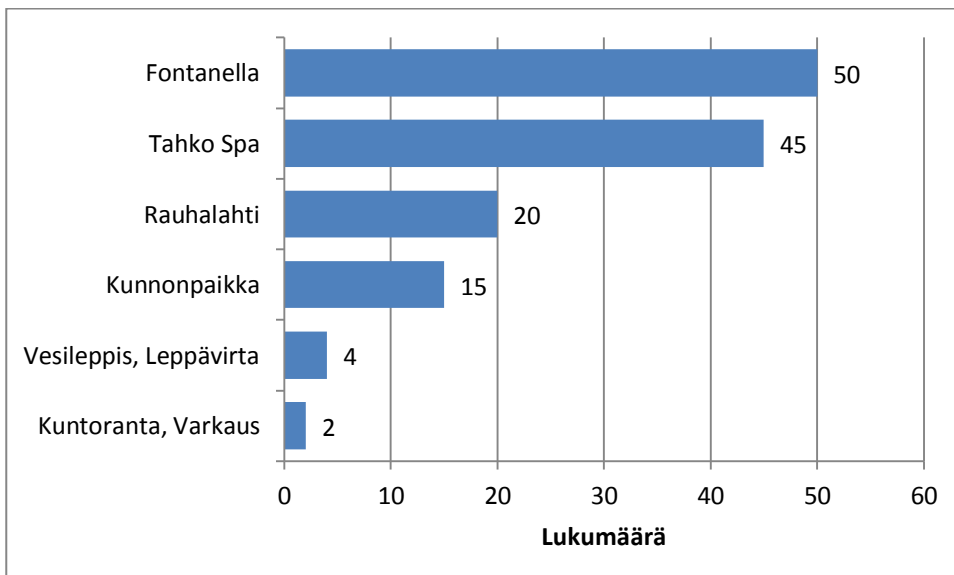
Kuopion ja Tahkon alueiden aktiviteeteista venäläismatkailijat suosivat eniten laskettelua sekä kylpylöissä käymistä. Lähes kaikki laskettelemassa käyneet venäläiset vierailivat Tahkolla, ja vain muutamit olivat vastanneet lasketelleensa Kasurilassa tai

Antikkalassa. Lumikenkäily ja ratsastus eivät puolestaan olleet kovinkaan suosittuja aktiviteetteja.



KUVIO 19. Aktiviteetit

Venäläiset matkailijat käyttivät kylpyläpalveluja Tahko Spassa lähes yhtä paljon kuin Fontanellassa. Vastaavasti Varkaudessa sijaitsevassa Kuntorannassa ja Leppävirran Vesileppiksessä venäläiset vierailivat vähiten.



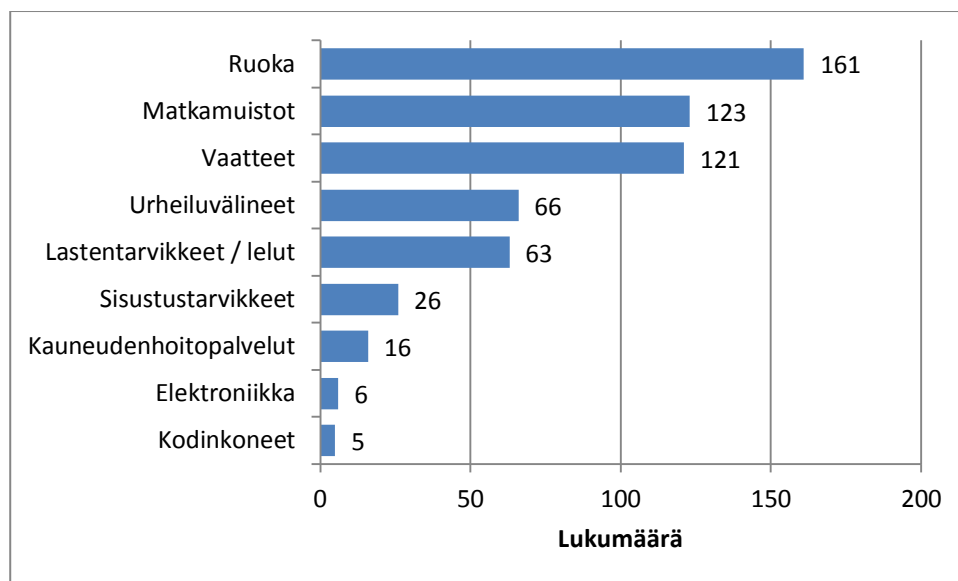
KUVIO 20. Kylpylät

Kyselyyn vastanneista venäläismatkailijoista valmiille retkille aikoi osallistua vain 37 prosenttia.

Jopa yli kaksi kolmasosaa venäläisistä oli sitä mieltä, että Kuopion ja Tahkon alueista sekä niiden tarjoamista palveluista on tarpeeksi tietoa tarjolla venäjän kielellä.

Venäläiset olivat varsin tyytyväisiä ohjelmapalveluiden riittävyteen sekä saavutettavuuteen, sillä kyselyyn vastanneista jopa kolme neljäsosaa oli tätä mieltä. Useista vastauksista kuitenkin kävi ilmi se, että ohjelmapalveluista ei ole tarpeeksi tietoa varsinkaan venäjän kielellä. Osa vastaajista toivoi myös enemmän viihdeohjelmaa.

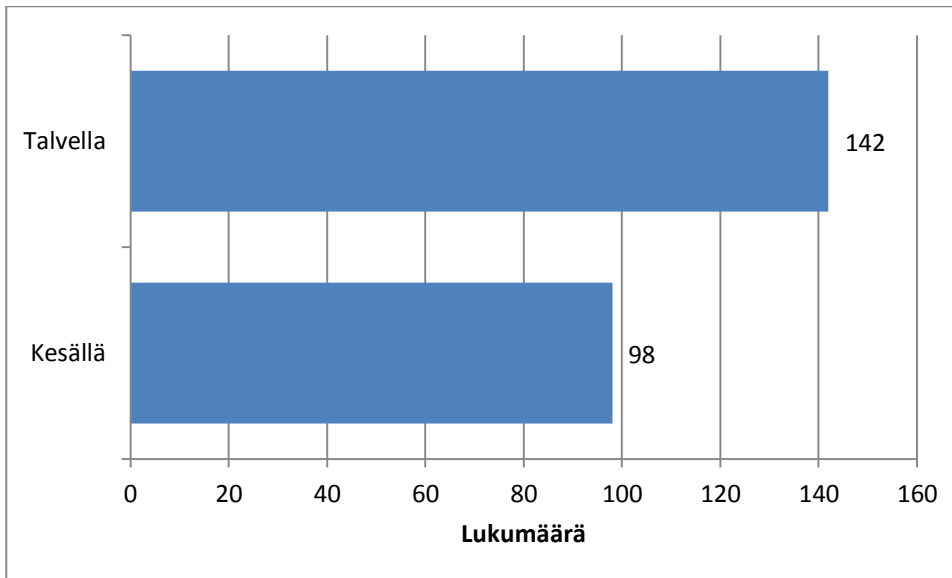
Useimmat venäläiset matkailijat ostivat matkansa aikana ruokaa, matkamuiistoja sekä vaatteita. Kovinkaan moni lomailija ei ostanut kodinkoneita tai elektroniikkaa.



KUVIO 21. Ostokset

Lähes kaikki Kuopion tai Tahkon alueilla vierailleet venäläismatkailijat olivat sitä mieltä, että voisivat vieraila alueilla uudestaan. Vain kuuteen lomakkeeseen oli vastattu, etteivät he aio tulla uudelleen.

Suurin osa venäläisistä haluaisi matkustaa uudelleen Kuopion tai Tahkon alueelle talvella, mutta moni olisi kiinnostunut vierailemaan alueilla myös kesällä.



KUVIO 22. Ajankohta mahdolliselle seuraavalle matkalle

Kyselylomakkeen viimeisenä kohtana oli mahdollista antaa vapaasti palautetta lomasta. 118 lomakkeessa oli mainittu useita positiivisia asioita lomasta Kuopion tai Tahkon alueelta. Suurimassa osassa lomakkeita oli käytetty ilmaisuja ”erinomaista”, ”kaikki oli hyvin” tai ”kiitos”. Erityisesti hyvää palautetta saivat palvelut, hotellit ja niiden henkilökunta, ruoka, luonto sekä Kuopion kaupunki. Monet kyselyyn vastanneet olivatkin kertoneet tulevansa uudestaan lomalle Kuopion tai Tahkon alueelle. Puolestaan 46 lomakkeessa oli mainittu joko negatiivisia puolia lomasta tai asioita, joita venäläiset olisivat kaivanneet lisää viettääkseen paremman loman. Lomakkeissa huonoiksi puoliksi mainittiin eniten se, että vain harvat Tahkon laskettelurinteistä olivat avoinna, ja Tahkolla oli huonosti toimiva wifi-yhteys. Myös venäjänkielistä tv-kanavaa toivottiin useissa palautteissa. Muutamat venäläiset mainitsivat matkaohjelmiansa sisältäneen liikaa muutoksia alkuperäiseen verrattuna. Osaksi negatiivista palautetta saivat myös joukkoliikennejärjestelyt. Joissakin lomakkeissa loman huonoksi puoleksi mainittiin esimerkiksi huono tai liian kylmä sää tai se, ettei ollut tarpeeksi lunta.

5.2 Johtopäätökset

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy on julkaissut 18.11.2010 TAK Rajatutkimuksen väliraportin, jossa on tutkittu venäläismatkailijoita Suomessa tammi-syyskuussa 2010 (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy, 2010a). Tutkimus on toteutettu haastatteleamalla Suomesta lähteviä venäläismatkustajia Kaakkois-Suomen raja-aseilla (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy, 2010b). TAK:n tekemässä tutkimuksessa

on tutkittu joitakin samoja aihealueita kuin meidän tutkimuksessamme, joten olemme vertailleet samankaltaisten kysymyksien tuloksia keskenään TAK:n tutkimustuloksien kanssa, jotta saisimme tuloksillemme hyvän vertailukohteen. Tuloksissa voi kuitenkin esiintyä alueellisia eroja, sillä meidän tutkimuksemme käsittelee Kuopion ja Tahkon alueiden venäläismatkailijoita, TAK:n tutkimus puolestaan kattaa eri puolilla Suomea vierailleita venäläisiä, ja tutkimusaika on pidempi kuin meidän tutkimuksessamme.

Tutkimustulosten perusteella venäläisten talvisesongin aikana joulukuun lopusta 2011 maaliskuun puoliväliin 2012 eniten matkustettiin perheen kanssa, sillä vastaajista 63,5 prosenttia ilmoitti matkaseurakseen oman perheensä. Voidaan päätellä, että ajankohta oli sopiva perheen kanssa matkustamiseen, sillä uuden vuoden tienoilla Venäjälläkin on loma-ajat, eikä matka Suomeen ole pitkä edes lasten kanssa matkustettaessa. Kuopion ja Tahkon alueilla on myös monipuoliset mahdollisuudet koko perheen aktiviteetteihin ja ohjelmapalveluihin.

Ikäjakaumaltaan suurin osa Kuopion tai Tahkon alueelle matkustaneista venäläisistä oli 26–45-vuotiaita. Tästä voidaan päätellä, että ainakin talvisesongin aikana alueilla vieraili eniten työikäisiä venäläisiä, joilla on varaa käyttää alueiden tarjoamia palveluja. Usein tämän ikäiset ovat perheellisiä, ja tuloksista käykin ilmi, että matkailijoista jopa 30,8 prosenttia oli alle 18-vuotiaita. Matkailijoista vain todella pieni osa oli vanhuksia, joten voidaan päätellä, että Kuopion ja Tahkon alueilla talvisesonkina luultavasti yhtenä suurimpana vetovoimatekijänä ovat olleet talviurheilulajit, kuten laskettelu.

Jaottelimme tutkimustuloksiimme Kuopion ja Tahkon alueilla matkailleiden venäläisten iät yhdeksään eri ryhmään. Matkailijoita oli lähes saman verran niin 26–35-vuotiaiden ryhmässä kuin 36–45-vuotiaiden ryhmässä. Suurin osa matkailijoista eli 45,7 prosenttia muodostui näistä kahdesta ryhmästä, eli 26–45-vuotiaista matkailijoista. TAK:n tutkimuksen mukaan suurin osa, 66 prosenttia, vuonna 2010 Suomessa käyneistä venäläisistä oli 25–44-vuotiaita. TAK oli kuitenkin jättänyt tutkimuksestaan pois alle 15-vuotiaat lapset, mutta me otimme tutkimuksessamme myös lapset huomioon, joten tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia keskenään. Voidaan kuitenkin päätellä, että jos mekään emme ottaisi alle 15-vuotiaita lapsia huomioon tutkimuksessamme, joiden osuus oli reilut 20 prosenttia, päästäisiin aikuisten osuudessa melko samankaltaisiin lukemiin. Voidaan todeta, että suurin osa Suomeen saapuvista venäläisistä matkailijoista on työikäistä väestöä. He matkailevat loma-aikoina ja heillä on varaa ostaa eri palveluja.

Matkailijoista jopa yli puolet oli pietarilaisia, ja tätä voidaan selittää hyvin todennäköisesti Pietarin läheisellä sijainnilla. Matkustaminen Pietarista Kuopion tai Tahkon alueelle ei vie paljon aikaa, riippumatta käytetystä kulkuvälineestä. Myös kulkuyhteydet Pietarista Suomeen ovat monipuoliset, sillä matkustusmuotona voi käyttää niin omaa autoa, junaa, lentokonetta kuin bussiakin. Vajaa kolmannes, eli 28,9 prosenttia, kyseeseen vastanneista venäläismatkailijoista oli moskovalaisia. Heitä oli siis melko suuri osa kaikista matkailijoista, mutta luultavasti heitä oli siksi pietarilaisia vähemmän, koska matkanteko Suomeen Moskovasta ei käy niin nopeasti kuin Pietarista. Vaikka suurin osa Tahkolla vierailleista venäläisistä oli pietarilaisia, muualle Kuopion alueelle saapui eniten matkailijoita Moskovasta (Syrjänen 2012).

Muiden venäläisten asuinpaikkakuntien osuus jäi todella pieneksi. Lähellä sijaitsevas- ta Petroskoistakin matkalla olijoista vain 4,2 prosenttia oli sieltä kotoisin. Muiden venäläisten kaupunkien vähäinen esiintyminen tutkimuksessa voidaan selittää sillä, että Pietari ja Moskova ovat suurimpia kaupunkeja niin asukasmäärältään kuin pinta- alaltaankin, ja niissä myös sijaitsevat suurimmat venäläiset matkatoimistot, mitkä tekevät matkoja Suomeen. Suurin syy moskovalaisten matkailijoiden suureen määrään Kuopion ja Tahkon alueille johtuu matkanjärjestäjien kanssa tehtävästä yhteistyöstä, johon sisältyvät muun muassa charter-junat (Syrjänen 2012). Voidaan myös olettaa, että suurkaupungeista useimmiten on myös paremmat kulkuyhteydet, mikäli halutaan matkustaa julkisilla kulkuvälineillä eikä omalla autolla.

Kuopion ja Tahkon alueilla vierailleista venäläisistä yli puolet, noin 53 prosenttia oli pietarilaisia. TAK:n tutkimuksen mukaan vuonna 2010 Suomessa käyneistä venäläisistä pietarilaisia oli jopa 78 prosenttia. Moskovalaisia oli Kuopion ja Tahkon alueilla lomailleista melkein 29 prosenttia, kun vuonna 2010 moskovalaisia Suomessa kävi vain seitsemän prosenttia TAK:n tutkimuksen mukaan. Suuret heitot lukujen välillä voivat johtua siitä, että tutkimuksien ajankohdat eroavat toisistaan. Tutkimus Kuopion ja Tahkon alueilla on toteutettu vajaan kolmen kuukauden aikana, kun taas TAK:n tutkimuksen toteutusaika oli ollut yhdeksän kuukautta. Pietarista, mistä on lyhyempi matka Suomeen, matkustetaan varmasti Suomeen useammin kuin Moskovasta. Pietarista on myös helpompi tehdä useita päivämatkoja. Päivämatkojen osuus ei tule esille tutkimuksessamme, sillä kyselylomakkeita oli jaossa lähinnä hotelleissa, jolloin ne eivät välttämättä ole tavoittaneet päiväkävijöitä.

Kyselylomakkeessa pyydettiin vastaamaan, ovatko matkailijat työ- vai lomamatkalla. Lähes kaikki kyselyyn vastanneet venäläismatkailijat olivat Kuopion tai Tahkon alueella lomalla. Vain kolmessa lomakkeessa oli ilmoitettu matkan tarkoituksiksi työ-

matka. Tätä voidaan selittää sillä, että venäläisten lomakausi ajoittuu juuri vuoden vaihteen tienoille, jolloin saimme suurimman osan vastauksista. Syynä työmatkalaisien vastauksien vähäiseen määrään voi myös olla se, että kyselylomakkeessa olleet kysymykset olivat suunnattu enemmän lomamatkalaisille.

Tärkein syy valita Kuopion tai Tahkon alue lomakohteeksi oli talviurheilu. Tästä voidaan päätellä, että alueilla on tarjota paljon monipuolisia liikuntamahdollisuuksia, jotka houkuttelevat venäläisiä matkailijoita. Suosituin talviaktiviteetti venäläisten keskuudessa oli laskettelu. Talviurheilun suosiota voidaan selittää myös sillä, että Suomessa on yleensä talvisin hyvät sääolosuhteet liikunnan harrastamiselle, ja siksi Suomea pidetään otollisena talvilomakohteena.

Toisena tärkeänä syynä matkustaa Kuopion tai Tahkon alueelle mainittiin läheinen sijainti. Tällöin matkustaminen ei vie liian paljon aikaa, ja lomalle on helppo tulla lyhyemmäksi aikaa. Todennäköisesti läheinen sijainti vaikuttaa myös siihen, että matkan voi saada edullisemmin kuin kauemmaksi matkustettaessa. Useissa lomakkeissa muina syinä kyseisille alueille matkustamiselle kerrottiin hyvä palvelutaso ja kylpyläpalvelut. Muutamassa lomakkeessa syynä oli vain pysähtyminen, kun matkaa jatkettiin muualle.

Monet venäläiset olivat matkustaneet Kuopion tai Tahkon alueelle myös suosittelujen perusteella. Esimerkiksi ystävien ja tuttavien antamat suosittelut ovat venäläisille tärkeitä valittaessa matkakohdetta. Todennäköisesti varsinkin suurkaupungeista tuleville venäläisille Suomen puhdas luonto on yksi tärkeä syy matkustamiselle. Luonto tarjoaa paljon mahdollisuuksia eri aktiviteetteihin, kuten hiihtämiseen, kalastamiseen ja lumikenkäilyyn. Noin kahdeksan prosenttia vastaajista ilmoitti käyneensä Kuopion tai Tahkon alueella aiemmin, ja tästä syystä haluavansa vierailla alueilla uudestaan. Muita syitä, jotka tulivat lomakkeissa selkeästi esille, olivat edullinen hinta ja halu vierailla Suomessa. Etenkin lapsiperheillä syyksi korostui myös se, että Suomi on Joulupukin kotimaa.

Suurin osa, lähes 65 prosenttia, venäläisistä matkailijoista oli käymässä Kuopion tai Tahkon alueella ensimmäistä kertaa. Parissa lomakkeessa mainittiin vierailun olevan jo yli kymmenes. Tästä voidaan päätellä, että Kuopion ja Tahkon alueet ovat houkuttelevia lomakohteita venäläisille, sillä niistä on muodostunut monille vakituinen matkakohde.

Kysyttäessä venäläismatkailijoilta mahdollisia muita kohdevaihtoehtoja Kuopion ja Tahkon alueiden lisäksi, muut Suomen matkakohteet sekä Lappi olivat suosituimpia. Useissa lomakkeissa muiksi Suomen matkakohteiksi mainittiin muun muassa Lappeenranta. Lappeenrannan suosiota voidaan todennäköisesti selittää sillä, että se sijaitsee aivan rajan läheisyydessä, joten sinne on helppo matkustaa. Helsingin suosio taas ei ollut niin suuri kuin mitä olisi voinut olettaa. Tuloksista käy jo aiemmin esille, että talviurheilun harrastaminen, kuten laskettelu, on venäläisten keskuudessa suosittua. Todennäköisesti tästä syystä Helsinkiä ei mainittu niin montaa kertaa verrattuna muihin Suomen matkakohteisiin ja Lappiin, sillä siellä ei ole yhtä monipuoliset talviurheilumahdollisuudet.

Myös muut Euroopan matkakohteet tulivat esille useissa lomakkeissa. Useimmin mainittiin muun muassa Ranska, Itävalta, Saksa ja Ruotsi. Tästä voidaan päätellä, että venäläismatkailijat olivat harkinneet myös muita matkakohteita, joissa voi harrastaa talviurheilulajeja. Noin 11 prosenttia vastaajista oli ilmoittanut, ettei heillä ollut muita kohdevaihtoehtoja Kuopion ja Tahkon alueiden lisäksi. Vain hieman yli kahdeksan prosenttia venäläismatkailijoista oli maininnut harkinneensa myös rantalomakohteita niin Euroopassa, Aasiassa kuin Afrikassakin. Rantalomakohteista suosituimpia olivat Egypti, Italia ja Bulgaria. Joulun ja uuden vuoden paikkeilla matkailleet venäläiset ovatkin tämän perusteella ennemmin halunneet lomaila jossakin talvilomakohteessa kuin rantalomakohteessa. Yhdeksässä vastauslomakkeessa oli kerrottu muiksi kohdevaihtoehtoiksi Venäjän matkakohteita.

Ylivoimaisesti eniten venäläiset matkailijat olivat saaneet tietoa Kuopion ja Tahkon alueista sekä niiden tarjoamista palveluista Internetistä. Tuttavilta ja ystäviltä oli saatu tietoa hieman matkatoimistoja enemmän. Voidaan päätellä, että Internetin käyttäminen tietolähteenä on yhä yleisempää, sillä sitä kautta tietoa on helposti saatavilla. Myös muiden matkakokemukset ja suositukset ovat venäläisille tärkeitä. Vain muutamamat olivat ilmoittaneet saaneensa tietoa esitteistä tai lehdistä, ja vain yhdessä vastauslomakkeessa tietolähteenä oli mainittu televisio tai radio.

Melkein 72 prosenttia Kuopion ja Tahkon alueella lomailleista venäläisistä oli löytänyt tietoa alueista sekä niiden tarjoamista palveluista Internetistä. TAK:n tekemässä tutkimuksessa vastaavassa kysymyksessä kysyttiin, mistä matkailijat olivat saaneet tietoa matkakohteesta, ja vuonna 2010 vain noin 37 prosenttia venäläisistä oli löytänyt tiedon Internetissä. Internetistä tiedon etsimisen suosio oli siis vajaassa parissa vuodessa lähes kaksinkertaistunut, mikä kertoo tietokoneiden ja Internet-yhteyksien

yleistymisestä myös Venäjällä, sekä sen, että nykyään sähköiset lähteet ovat todella tärkeässä asemassa tiedon saamisessa.

Noin 33 prosenttia Kuopion ja Tahkon alueella vierailleista venäläismatkailijoista ilmoitti saaneensa lomakohteesta ja niiden palveluista tietoa ystäviltään ja tuttaviltaan. Vuonna 2010 TAK:n tutkimukseen osallistuneista venäläisistä vajaat 50 prosenttia oli saanut tietoa ystäviltään ja tuttaviltaan. Vain alle 4 prosenttia Kuopion ja Tahkon alueen venäläismatkailijoista oli saanut tietoa lehdistä tai esitteistä, kun taas vuonna 2010 vastaava luku TAK:n tekemässä tutkimuksessa oli noin 15 prosenttia. Voidaan päätellä, että matkailijat, jotka ennen löysivät tarvitsemansa tiedot lehdistä, löytävät tarpeelliset tiedot nykyään helpommin Internetistä, sillä lehtien ja esitteiden käyttäminen tietolähteenä on vähentynyt lyhyehkössä ajassa jo noin 11 prosenttiyksikköä.

Kuopion ja Tahkon alueiden venäläisturisteista vain noin 0,5 prosenttia oli saanut tietoa alueesta ja sen tarjoamista palveluista televisiosta tai radiosta. TAK:n tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2010 Suomessa vierailleista venäläisistä jopa noin 17 prosenttia oli saanut tietoa joko Venäjän tai Suomen televisiosta tai radiosta. Voidaan siis päätellä, että televisiossa ja radiossa markkinoimista on vähennetty rajusti, tai muita Suomen lomakohteita mainostetaan paljon enemmän kuin Kuopion ja Tahkon alueita. Voi myös olla niin, etteivät kaikki muista nähneensä tai kuullessa mainoksia, vaikka olisikin ne joskus nähnyt tai kuullut. TAK:n tekemässä tutkimuksessa myös on nähtävissä vuoden 2010 kohdalla radiosta saadun informaation kohdalla selvä piikki, noin 14 prosenttia, kun taas aiempina vuosina 2008, 2006 ja 2002 radio tiedonsaanti-lähteenä oli vain parin prosentin luokkaa. Voidaan olettaa, että silloin on Suomen lomakohteilla voinut olla radiossa kenties laaja mainoskampanja.

Kuopion ja Tahkon alueilla matkailijoista venäläisistä vain reilut 22 prosenttia oli vierailut visitlakeland.ru-sivustolla, joka on Pohjois-Savon alueen matkailusivusto. Venäläismatkailijat eivät välttämättä ole joko löytäneet sivustoa tai eivät muista vieraillessaan sivustolla. Sivuston näkyvyyttä voitaisiin parantaa, esimerkiksi hakukoneissa haettaessa Pohjois-Savon aluetta, sivusto voisi olla tavallaan mainoksena hakutuloksien kärjessä. Toisaalta tämä voi olla myös kallista, mutta siten sivustolle saataisiin ainakin lisää näkyvyyttä ja enemmän vierailijoita. Myös esimerkiksi venäläisille suunnatuissa esitteissä voisi olla kyseisen sivuston mainoksia, jotta lukijoita kiinnostaisi etsiä sivustolta lisätietoa alueen matkailusta.

Matkavarausten tekemisessä venäläiset matkailijat käyttivät eniten Internetiä, mutta myös matkatoimistot ovat yhä suosittuja varauskanavia venäläisten keskuudessa,

sillä ero oli melko pieni verrattuna Internetin kautta tehtyihin matkavarauksiin. Matkatoimistojen suosiota voidaan todennäköisesti selittää siellä, että Venäjällä on useita suuria matkatoimistoja, jotka järjestävät matkoja Suomeen. Vain viidessä lomakkeessa oli mainittu, että matkavarauksia oli tehty jotakin muuta kautta, kuten suoraan majoituspaikasta puhelimitse tai sähköpostin kautta, Suomessa asuvien sukulaisten kautta ja walk in -asiakkaina.

Lähes kaikki Internetin kautta matkansa varanneet olivat käyttäneet kansainvälistä varaussivustoa, ja näistä ylivoimaisesti eniten oli mainittu Tahkon oma varaussivusto, jota oli käyttänyt lähes 74 prosenttia vastaajista. Todennäköisesti lähes kaikki Tahkolla lomailleet venäläismatkailijat olivat varanneet matkansa itse Tahkon omien Internet-sivujen kautta, mikä selittää sen, että Tahkon varaussivustoa oli käytetty kaikista kansainvälisistä varaussivustoista eniten. Toiseksi eniten oli käytetty booking.com-sivustoa. Vain muutama prosentti vastaajista oli käyttänyt hotellien omia varaussivustoja, ja näistä useimmin mainittiin sokoshotels.fi- ja bestwestern.com-sivustot. Yhdessä vastauslomakkeessa kerrottiin, että matka oli varattu suomalaisen lomarengas.fi-sivuston kautta. Vain seitsemässä vastauslomakkeessa kerrottiin, että matkan varaamiseen oli käytetty venäläistä varaussivustoa. Yli puolet oli kuitenkin jättänyt mainitsematta käytetyn varaussivuston nimen, joten yhtäkään venäläistä varaussivustoa ei vastauksissa noussut merkittävästi esille.

Matkavarausten tekemiseen käytettyjä matkatoimistoja vastauslomakkeissa oli useita. Näistä eniten oli käytetty suuria matkatoimistoja, West Travelia ja Conti Plussaa. Myös Labirint sekä Vera tulivat esille muutamissa lomakkeissa. Vastauksista ilmeni myös useita muita yksittäisiä matkatoimistoja, joista osa oli kuitenkin mainittu vain kerran, joten ne eivät nousseet kovin merkittävään asemaan. Tämän perusteella voidaan todeta, että Venäjällä on lukuisia eri matkatoimistoja, jotka markkinoivat ja myyvät matkoja Suomeen.

Kuopion ja Tahkon alueilla matkailleista venäläisistä suurin osa, hieman yli 68 prosenttia, oli saapunut omalla autolla. Tätä voidaan selittää muun muassa läheisellä sijainnilla Venäjään nähden, joten oma auto on helppo valinta kulkuvälineeksi. Junalla ja bussilla oli saapunut lähes yhtä paljon matkailijoita. Moskovasta saapuville matkailijoille charter-junat ovat helppo valinta matkustusvälineeksi, sillä he pääsevät matkustamaan niillä suoraan Kuopioon ja jatkamaan sieltä matkaansa esimerkiksi busseilla tai takseilla. Bussilla saapuvista venäläismatkailijoista todennäköisesti suurin osa on ryhmämatkalaisia. Lentokoneella oli saapunut vain vajaat kaksi prosenttia matkailijoista.

Ristiintaulukoitaessa matkustusmuodot sekä matkaseura, saatiin selville, että eniten omalla autolla Kuopion ja Tahkon alueille olivat matkustaneet perheet, tuttavaseurueet sekä venäläiset, jotka olivat matkalla puolison kanssa. Pienen matkaseuran kanssa matkustaville oma auto on hyvä kulkuväline, koska sillä on esimerkiksi helppo liikkua paikasta toiseen, eivätkä autolla matkustavat ole riippuvaisia muiden aikatauluista. Ryhmämatkalaiset olivat käyttäneet matkustusmuotona eniten bussia. Vain hyvin pieni osa perheen sekä puolison kanssa matkustaneista venäläisistä oli ilmoittanut käyttäneensä matkustusmuotona lentämistä. Kauempaa Venäjältä tuleville matkailijoille lentäminen kuitenkin saattaa olla yksi helpoimmista matkustustavoista, sillä matkustaminen ei vie liikaa aikaa verrattuna esimerkiksi bussilla tai omalla autolla matkustamiseen.

Tutkimustuloksista voidaan nähdä, että eniten omaa autoa matkustusmuotona käyttäneet venäläiset tulivat Pietarista. Tähän vaikuttaa hyvin vahvasti Pietarin läheinen sijainti Suomeen nähden, joten omalla autolla on kätevä matkustaa. Noin 20 prosenttia pietarilaisista oli saapunut bussilla, ja vain pari prosenttia oli käyttänyt junaa matkustusmuotona. Kukaan pietarilaisista ei ollut ilmoittanut käyttäneensä lentokonetta matkustamiseen. Myös Moskovasta sekä muista tutkimuksessa esille tulleista Venäjän kaupungeista Kuopion ja Tahkon alueille matkustettiin eniten omalla autolla. Toiseksi eniten moskovalaiset olivat käyttäneet matkustusmuotona junaa, mikä voidaan selittää Moskovasta saapuvilla charter-junilla. Lentokoneella Moskovasta oli saapunut vain muutama prosentti matkailijoista, ja he ovat todennäköisesti voineet tulla charterlennolla. Kukaan moskovalaisista ei ollut ilmoittanut saapuneensa bussilla. Muista Venäjän kaupungeista saapuneet matkailijat olivat käyttäneet toiseksi eniten bussia, joten näistä kaupungeista on todennäköisesti tehty paljon ryhmämatkoja Kuopion ja Tahkon alueille. Junalla heistä oli saapunut vajaat 20 prosenttia, ja vähiten matkustusmuotona oli käytetty lentokonetta.

Venäläisistä matkailijoista suurin osa oli majoittunut Tahkolla. Kuopiossa majoittuneiden venäläismatkailijoiden osuus oli lähes puolet vähemmän verrattuna Tahkolla majoittuneiden venäläisten määrään. Jo ylempänä olleiden kysymysten tuloksista käy ilmi, että suurin syy venäläisten matkustamiselle Kuopion ja Tahkon alueille oli talviurheilulajien harrastaminen, joten suuri majoittumismäärä Tahkolla tukee näitä tuloksia. Kuopiossa majoittuneet venäläiset voivat todennäköisesti olla kiinnostuneempia esimerkiksi kylpyläpalveluista, sillä myös ne olivat korkealla sijalla kysyttäessä venäläisiltä matkailijoilta mihin aktiviteetteihin he olivat lomansa aikana osallistuneet. Vain kahdeksan vastaajista oli maininnut majoittuneensa muualla Kuopion alueella. Venäläiset ovat saattaneet myös sekoittaa Kuopion ja Tahkon alueen keskenään, ja

vastata majoituskohteeksi Kuopion alueen vaikka olisivat majoittuneet Kuopiossa, tai toisinpäin. Kysymyslomakkeissa Kuopion alueeksi oli tarkoitettu muut lähialueet, kuten Leppävirta ja Varkaus.

Lähes yhtä monessa vastauslomakkeessa oli mainittu majoituspaikaksi joko hotelli tai lomamökki. Lomamökkien suuresta osuudesta voidaan päätellä, että todennäköisesti suurin osa niissä yöpyneistä olivat majoittuneet Tahkolla. Kylpylähotelli oli ilmoitettu majoituspaikaksi vain 18 vastauslomakkeessa. Voi olla todennäköistä, että osa kylpylähotelleissa majoittuneista venäläisistä on saattanut ilmoittaa vastauslomakkeessa majoittuneensa hotellissa, jolloin tulos ei välttämättä ole täysin paikkaansa pitävä. Viidessä lomakkeessa muiksi majoitusmuodoiksi oli mainittu huoneistohotelli, ja vain yhdessä lomakkeessa maaseutumatkailukohde.

Kysyttäessä venäläismatkailijoilta heidän majoituspaikkansa valintaan vaikuttaneista syistä, tärkeimmäksi tekijäksi nousi sijainti. Myös hinta ja majoituspaikan tarjoamat palvelut olivat tuloksissa korkealla sijalla. Tästä voidaan päätellä, että tulokset tukevat teoriaa, sillä venäläiset matkailijat haluavat saada rahoilleen vastinetta, ja ovat valmiita maksamaan hyvästä palvelusta. Sijainti tärkeimpänä tekijänä johtunee siitä, että kaiken tulisi olla riittävän lähellä majoituspaikkaa, kuten vierailukohteet sekä ohjelmapalvelut. Myös ostospaikkojen olisi hyvä sijaita lähellä, jotta matkustaminen paikasta toiseen ei veisi liikaa aikaa. Sijainti voi olla tärkeää myös niille, jotka haluavat viettää rauhallisen loman, ja valita majoituspaikan, joka sijaitsee hieman syrjemmässä.

Majoituspaikan taso oli mainittu useissa lomakkeissa tärkeäksi, mikä myös tukee osaltaan teoriaa siitä, että venäläiset ovat valmiita käyttämään rahaa laadukkaaseen tuotteeseen tai palveluun. Saatavuus sekä muiden suositukset oli vastattu lähes yhtä monta kertaa. Muiden suositukset oli mainittu 40 lomakkeessa, ja se oli tulosten perusteella yksi vähiten tärkeimmistä majoituspaikan valintaan vaikuttaneista syistä, mikä on melko vähän verrattuna siihen, miten tärkeitä esimerkiksi tuttavien tai ystävien suositukset venäläisille yleensä ovat. Vain neljässä vastauslomakkeessa oli mainittu jokin muu syy, mutta näistä ei noussut esille mitään merkittäviä tuloksia.

Venäläismatkailijoista suurin osa, lähes 39 prosenttia, yöpyi Kuopion tai Tahkon alueella noin viikon. Tämä saattaa johtua esimerkiksi siitä, että valmismatkalaiset ovat ostaneet paljon viikon lomapaketteja tai he ovat saapuneet charter-junilla tai -lennolla viikoksi. Hieman yli 30 prosenttia vastaajista yöpyi reilun viikon, 7–9 yötä. Lähes 24 prosenttia majoittui vain 1–3 yötä, jolloin syynä voi olla vain pysähdys Kuopion tai Tahkon alueella, jonka jälkeen he ovat jatkaneet matkaansa muualle. Muutamissa

lomakkeissa oli mainittu yöpymisvuorokausien määräksi joko kymmenen yötä tai yli. Kyselyssä ei otettu huomioon päiväkävijöitä, sillä kukaan ei ollut maininnut, ettei yöpysi alueilla vähintään yhtä yötä. Kyselylomakkeet eivät myöskään ole tavoittaneet päiväkävijöitä, koska niitä oli jaossa lähinnä vain hotelleissa.

Venäläismatkailijoiden suosituimmat vierailukohteet Kuopiossa lähes tasavertaisesti olivat Puijon Torni, Pikku-Pietarin torikuja sekä Joulupukin koti. Näistä vierailukohteista voidaan päätellä, millaiset nähtävyydet ja paikat venäläisturisteja kiinnostavat. Osaltaan varmasti vierailukohteiden valintaan vaikuttavat myös niiden markkinointi venäläisille. Puijon Tornia on helppo markkinoida Kuopion maamerkinä, ja monia matkailijoita varmasti houkutteleekin ajatus aterioida pyörivässä torniravintolassa maisemia katsellen. Vaikka matkailija ei olisikaan nähnyt mainoksia Puijon Tornista, ei hän voi olla Kuopiossa huomaamatta tornia, mikä ainakin herättää mielenkiinnon. Pikku-Pietarin torikuja on matkailijoille mielenkiintoinen ostospaikka esimerkiksi pienten matkamuistojen ostamiseen. Joulupukin kodin voidaan olettaa olevan talven sesonkiaikana venäläisten suosiossa, sillä etenkin loma-aikana monet matkustavat perheensä kanssa, joten Joulupukin tapaaminen on etenkin lapsille elämys.

Valmiiden retkien järjestäminen ja niiden markkinoiminen matkailijoille lisää vierailukohteiden tunnettavuutta, jos matkailijat eivät ole tienneet mahdollisista vierailukohteista aiemmin, ja niin ollen valmiille retkille osallistuminen helpottaa eri vierailukohteissa käymistä. Voidaan siis päätellä, että näiden järjestettyjen retkien ansiosta nämä kolme vierailukohdetta ovat olleet niin suosittuja venäläismatkailijoiden keskuudessa. Kyselyyn vastanneista 29 oli vastannut käyneensä museoissa. Tämä voi selittyä sillä, ettei kaikkia matkailijoita kiinnosta Kuopiossa sijaitsevat museot, tai he ovat vierailleet niissä jo aiemmilla Kuopion-vierailuillaan. Joissakin vastauksissa matkailijat painottivat myös sitä, että museoilla oli huonot aukioloajat, joten he eivät ehkä ole ehtineet käydä niissä matkansa aikana.

Muita vierailukohteita ja tapahtumia voisi markkinoida enemmän, jotta niissä kävisi enemmän matkailijoita. Esimerkiksi Vesileppiksen hiihtoareena voisi olla hyvä vaihtoehto luonnossa hiihtämiseksi, silloin jos sääolosuhteet eivät ole kelvolliset hiihtää luonnossa. Kuitenkin jos sääolosuhteet suosivat matkailijoita, kaikki matkailijat ovat tuskin valmiita Kuopion tai Tahkon alueilta matkustamaan Leppävirralle asti hiihtämään. HopLopissa vierailleet venäläiset ovat mitä ilmeisimmin olleet matkalla pienten lasten kanssa. 20 kyselyyn vastannutta ilmoitti käyneensä tapahtumissa tai konserteissa tai muissa vierailukohteissa. Useimmat muissa kohteissa vierailleet kertoivat käyneensä Tervossa sijaitsevassa Lohimaassa, minne ei ole pitkä matka mennä

Kuopion tai Tahkon alueilta. Vain viisi kyselyyn vastannutta venäläismatkailijaa ilmoitti käyneensä Matkailukeskus Rauhalahden alueella sijaitsevassa Jätkänkämpässä & savusaunassa. Tämä selittyy sillä, että Jätkänkämpää käytettiin joulukaudella Jou-lupukin kotina, jolloin savusaunailtoja ei järjestetty (Syrjänen 2012).

Venäläismatkailijoiden suosituin aktiviteetti Kuopion- tai Tahkon-loman aikana oli laskettelu, sillä jopa 121 lomakkeessa se oli mainittu loman aikana harrastetuksi aktiviteetiksi. Tämä johtunee siitä, että nämä alueet soveltuvat hyvin laskettelemiseen useiden hiihtokeskusten ansiosta, sekä tietenkin vuodenaikasta. Myös monilla matkailijoilla jo itse laskettelu on ollut motiivi matkustamiselle, jolloin laskettelu kuuluu kuin itsestäänselvytenä matkan sisältöön. Lähes kaikki laskettelemassa käyneet venäläismatkailijat laskettelivat Tahkolla, missä suuri osa venäläisistä on myös yöpynyt, joten se on paikkana ollut luonnollinen vaihtoehto harrastaa laskettelu. Vain muutamat venäläiset olivat käyneet laskettelemassa Kasurilassa tai Antikkalassa. Tahkon suosioon voi myös vaikuttaa se, että luultavasti Tahkon markkinointi on näkyvämpää kuin pienemmällä laskettelukeskuksilla. Venäläisille matkailijoille tärkeitä ovat myös ystävien ja tuttavien suositukset, joten monet Tahkolla matkailleet venäläiset ovat saattaneet kehua paikkaa myös hyvänä hiihtokeskuksena tuttavilleen, jolloin Tahko on mielletty vaihtoehtoista parhaimmaksi.

Lähes yhtä suosittuna aktiviteettina laskettelun rinnalla oli kylpylässä käynti. Yhtenä syynä niin suureen kylpylöissä käyntien suosioon voi olla niiden helppo saatavuus. Kylpylöitä löytyy paljon niin Kuopion alueella sijaitsevista matkailukeskuksista kuin myös lähikunnista sekä Tahkolta. Monilla venäläismatkailijoilla kylpyläpalvelut ovat siis löytyneet jo omasta majoituspaikasta, joten kauaksi ei ole tarvinnut lähteä. Alueen kylpylöistä eniten käytettiin Siilinjärvellä sijaitsevaa Fontanellaa ja TahkoSpa:ta. Kyselyyn vastanneet venäläiset olivat käyneet vähiten Leppävirralla sijaitsevan Vesileppiksen ja Varkaudessa sijaitsevan Kuntorannan kylpylöissä, mitä voidaan selittää niiden kaukaisemmalla sijainnilla verrattuna esimerkiksi Fontanellaan tai muihin kylpylöihin Kuopiossa.

Melko monet venäläiset olivat myös kokeilleet koiravaljakkoajeluja sekä moottorikelkkailua. Nämä aktiviteetit luultavasti siksi kiehtovat matkailijoita, että niitä ei kovinkaan monet pääse kokemaan arkielämässä, joten ne ovat elämyksellisiä aktiviteetteja. Tämän kaltaisissa aktiviteeteissa niitä kokeilleiden matkailijoiden määrä voisi olla suurempikin, mutta esteenä tälle saattaa olla näiden aktiviteettien hintataso, jolloin pienen budjetin matkailija ei pysty kokeilemaan kaikkea haluamaansa.

Kalastus, luistelu ja keilaus olivat keskenään lähes saman verran harrastettuja aktiviteetteja. Kalastus voi monille venäläisille olla kokemus Suomen puhtaassa luonnossa, ja lomalla sille myös löytynee enemmän aikaa kuin arkena. Suomen luonnon puhtaat vesistöt, joita löytyykin joka puolelta Kuopion ja Tahkon alueilta, miellyttävät kalastuksesta kiinnostuneita venäläismatkailijoita. Eri aktiviteeteista venäläiset matkailijat suosivat kaikkein vähiten lumikenkäilyä ja ratsastusta. Syynä tähän voi olla palveluiden heikko saatavuus tai huono tiedottaminen ja markkinointi. Mahdolliset kovat pakkaset tai erittäin sateiset kelit ovat myös voineet osaltaan vaikuttaa näiden ulkoaktiviteettien suosioon. Myös lumettomat kaudet haittaavat kaikkia lumikenkäilystä kiinnostuneita, koska silloin sen harrastaminen ei ole mahdollista.

Kyselyyn vastanneista lomailijoista 37 prosenttia aikoi osallistua valmiille retkille, eli 63 prosenttia vastaajista ei osallistunut venäläismatkailijoille järjestetyille retkille. Osan retkille osallistumattomista matkailijoista voi selittää se, että reilut 35 prosenttia Kuopion tai Tahkon alueille matkustaneista venäläisistä kertoi vierailleensa alueella aiemmin, joten monille nähtävyydet ja vierailukohteet saattoivat olla ennestään tuttuja, jolloin he halutessaan osaavat käydä heitä kiinnostavissa kohteissa myös itsenäisesti. Tahkolla ei tämän sesongin aikana ollut retkimyyjää, joten retkien vähäinen suosio voidaan selittää myös sillä (Syrjänen 2012). Monet kyselyyn vastaajista myös kertoivat lomakkeissaan, että kaipaivat enemmän retkiä sekä tietoa niistä, tai että tieto oli vaikeasti saatavilla. Tästä syystä retkien markkinointia voisi edelleen tehostaa, sekä järjestää uudenlaisia retkiä, jos mahdollista, ajatellen niitä matkailijoita, jotka tulevat Kuopion ja Tahkon alueille usein. Osa matkailijoista on viipynyt alueella esimerkiksi vain yhden yön tai ollut läpikulkumatkalla, jolloin kaikille kiinnostaville retkille ei ole välttämättä edes voinut osallistua, vaikka olisi halunnut.

Kyselyssä selvitimme myös, onko Kuopion ja Tahkon alueiden palveluista saatavilla tarpeeksi tietoa venäjän kielellä, ja vain vajaa kolmasosa venäläismatkailijoista oli sitä mieltä, että tietoa ei löydy tarpeeksi heidän omalla äidinkielellään. Yleisesti ottaen voidaan siis sanoa, että tietoa on suhteellisen hyvin tarjolla venäjäksi Kuopion ja Tahkon alueiden palveluista. Monet yritykset ovatkin panostaneet hyvin venäläisiin asiakkaisiin esimerkiksi laittamalla Internet-sivuilleen tietoja myös venäjän kielellä tai painattamalla esitteitä venäjäksi. Venäjänkielisen tiedon merkitys on suuri, sillä vain pienehkö osa Venäjän väestöstä puhuu hyvää englantia. Tiedon etsiminen ja palvelujen löytyminen helpottuu huomattavasti, kun tieto on esitetty venäjäksi, jolloin tiedon kääntäminen ei tuota vaivaa. Kyselyssä ollutta kysymystä voidaan kuitenkin hieman kyseenalaistaa, sillä jokainen kokee tiedon etsimisen omalla tavallaan; mikä jollekin on ollut helppoa, on voinut olla toiselle todella vaikeaa, tai tietoa olisi ollut tarjolla,

mutta sitä ei vain oltu osattu etsiä. Kaikille, esimerkiksi vanhemmille matkailijoille, tiedon etsiminen Internetistä ei välttämättä ole helppoa, jolloin huomioon tulisi ottaa se, että tärkeitä tietoja olisi koottu samalle sivustolle, tai että matkailusivustot voisivat sisältää linkkejä toisille sivuille, jotka sisältävät tietoa venäjäksi, jolloin itse etsiminen helpottuu. Myös hotelleissa voitaisiin venäläisille matkailijoille jakaa painettuja venäjänkielisiä esitteitä alueen palveluista, jolloin tieto tavoittaisi myös ne matkailijat, jotka eivät itsenäisesti ole löytäneet tarpeeksi tietoa.

Kyselyyn vastanneet venäläismatkailijat olivat pääosin varsin tyytyväisiä Kuopion ja Tahkon alueiden ohjelmapalvelujen riittävyteen ja saavutettavuuteen, sillä vain yksi neljäsosa vastaajista oli sitä mieltä, että ohjelmapalveluissa riittäisi parannettavaa. Ne matkailijat, jotka olivat sitä mieltä, ettei ohjelmapalveluja löydy tarpeeksi tai ne eivät ole helposti saavutettavissa, mainitsivat kaipaavansa palveluista venäjäksi tarkempia tietoja ja hintoja, sekä esimerkiksi lisää viihdettä, kuten diskoa ja karaokea, poroajeluita ja retkiä venäjänkielisen oppaan johdolla. Tässäkin kysymyksessä matkailijoiden tietämys ohjelmapalveluiden tarjonnasta riippuu myös siitä, ovatko matkailijat osanneet itse etsiä tietoa eri mahdollisuuksista, ja onko ohjelmapalvelujen markkinointi tavoittanut heidät. Jos esimerkiksi hotelleille ja matkailukeskuksille olisi mahdollista, voisivat he järjestää venäläismatkailijoille räätälöityjä viihdeohjelmia iltaisin. Myös eri ohjelmapalvelujen mahdollisuuksista enemmän mainostaminen lisäisi tyytyväisyyttä palveluihin, kun ne olisivat paremmin matkailijoiden tietoisuudessa.

Venäläiset matkailijat ostivat matkansa aikana eniten ruokaa, sillä kyselyyn vastanneista lähes 85 prosenttia ilmoitti ostaneensa ruokaa. Melkein 65 prosenttia matkailijoista ilmoitti ostaneensa myös matkamuittoja. Vaatteita ostettiin lähes yhtä paljon kuin matkamuittoja. Ostetuista tuotteista myös urheiluvälineet sekä lastentarvikkeet ja lelut nousivat selkeästi esille. Vähemmän ostettuja olivat sisustustarvikkeet, kauneudenhoitopalvelut, elektroniikka ja kodinkoneet. Voidaan päätellä, että monipuolinen, erilainen ja laadukas ruoka on ollut venäläisten matkailijoiden mieleen. Monien omalla autolla matkustavien venäläisten onkin helppo kuljettaa takaisin kotiin suuria määriä ruokaa, koska omalla autolla matkustettaessa ruoan kuljettaminen käykin paljon helpommin kuin junassa tai lentokoneessa.

Toiseksi ostetuimpia tuotteita olivat matkamuitot, jotka ovatkin yleisiä kotiin viemisiä matkoilta. Vaatteiden ostamisen suosion syynä voi olla Suomessa olevat alhaisemmat merkkituotteiden hinnat kuin Venäjällä, sekä joulun jälkeen alkavat alennusmyynnit, jolloin vaatteita löytyy hyvinkin edullisesti. Elektroniikan ja kodinkoneiden vähäistä menekkiä venäläismatkailijoiden keskuudessa voidaan selittää suurien tava-

roiden hankalalla kuljettamisella kotiin Venäjälle asti, ja kenties sillä, että matkailijat eivät ole olleet varautuneita niin suuriin menoihin ja ostoksiin. Voi myös olla, että venäläiset eivät ole löytäneet mieleisiään tuotteita.

Kuopion ja Tahkon alueilla matkailleista venäläisistä 85 prosenttia ilmoitti ostaneensa matkansa aikana ruokaa, kun taas TAK:n tutkimuksen mukaan vuonna 2010 Suomessa matkailleista venäläisistä elintarvikkeita oli ostanut reilut 75 prosenttia. Kasvua parissa vuodessa oli siis tapahtunut noin kymmenen prosenttiyksikköä. TAK:n tutkimuksesta selviää, että suurempi kasvu elintarvikkeiden ostamisessa on tapahtunut vuonna 2010 verrattuna vuoteen 2008, jolloin vain 40 prosenttia venäläismatkailijoista oli ostanut Suomesta elintarvikkeita. Vajaat 64 prosenttia kyselyymme vastanneista oli ostanut Kuopion tai Tahkon alueilta vaatteita, kun vastaava tulos TAK:n tutkimuksessa vuonna 2010 oli hyvin samankaltainen, noin 67 prosenttia. Suurta muutosta ei siis ole tapahtunut vaatteiden ostamisessa.

Noin 35 prosenttia Kuopion ja Tahkon alueiden matkailijoista oli ostanut urheiluvälineitä, kun taas TAK:n tutkimuksesta selviää, että urheilutekstiilien ja -tarvikkeiden vastaava tulos vuosina 2010 ja 2008 on ollut noin 11 prosenttia. Voidaan siis päätellä, että urheiluvaatteiden kysyntä on noussut kovasti tai Kuopion ja Tahkon alueiden hyvät aktiviteettimahdollisuudet ovat innostaneet venäläiset matkailijat ostamaan asianmukaisia urheiluvaatteita tai -välineitä. Tutkimuksestamme käy ilmi, että vain vajaat kuusi prosenttia Kuopion ja Tahkon alueiden matkailijoista on ostanut alueelta elektroniikkaa tai kodinkoneita. TAK:n tutkimuksesta selviää, että yhteensä noin kymmenen prosenttia vuonna 2010 Suomessa matkailleista venäläisistä oli ostanut kodinkoneita ja viihde-elektroniikkaa. Ero vuosien 2012 ja 2010 välillä oli siis noin neljä prosenttiyksikköä, eli muutosta ei ole tapahtunut kovinkaan paljoa.

Suurin osa Kuopion tai Tahkon alueilla matkailleista venäläisistä haluaisi vieraila alueella uudelleen, sillä vain kolmisen prosenttia oli vastannut, ettei aio tulla uudestaan. Voidaan siis olettaa, että matkaan pääsääntöisesti ollaan oltu tyytyväisiä, ja että palveluja ja vierailukohteita tulnaisiin mielellään kokemaan uudestaan. 142 lomakkeessa matkailijat ilmoittivat haluavansa matkustaa alueelle talviaikaan, mutta kiinnostusta matkailla alueelle myös kesäaikaan ilmeni 98 lomakkeessa. Tämän perusteella Kuopion ja Tahkon alueet yhä mielletään enemmän otollisena talvilomakohteena, minne kannattaa matkustaa harrastamaan esimerkiksi laskettelua. Venäläisille matkailijoille voisi alkaa markkinoida Kuopion ja Tahkon alueita entistä enemmän myös kesälomakohteina, jolloin Venäjällä on taas lomakausi. Venäläismatkailijoille voisi mainostaa monipuolisia kesäaktiviteetteja talvella tapahtuvan laskettelemisen

sijaan. Näin Pohjois-Savon alueestakin saataisiin pikkuhiljaa ympärivuotinen venäläisten lomakohde. Toisaalta kesäloma Suomessa ei välttämättä ole yhtä houkutteleva vaihtoehto kuin talviloma, sillä luultavasti Suomen ja Venäjän tarjonnassa ei ole kesäkausina niin suuria eroavaisuuksia kuin talvella, jolloin Suomella on tarjota monipuolisesti laskettelua, kylpyläpalveluita ja ohjelmapalveluita, joiden tarjonta Venäjällä ei todennäköisesti ole niin laaja.

6 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi oli mielestämme mielenkiintoinen ja haastava. Tutkimuksen tekeminen oli meille uutta, mutta myös opettavaista. Kyselytutkimuksen toteuttamisessa kiinnostavinta oli se, että pääsimme suunnittelemaan kyselylomaketta itse, ja myös toteuttamaan asiakaskyselyn alusta loppuun saakka itse. Toteutimme kyselylomakkeen kysymykset yhdessä toimeksiantajan Kuopion Matkailupalvelu Oy:n kanssa, ja ne perustuivat sekä heidän että alueen yritysten haluamiin tietoihin venäläismatkailijoista. Emme halunneet tehdä kyselylomakkeesta liian pitkää, ja kaikki tärkeimmät kysymykset mahtuivat kahdelle sivulle. Jos lomakkeesta olisi voinut tehdä pitemmän, olisimme luultavasti saaneet enemmän yksityiskohtaisempaa tietoa. Täten olisimme voineet käyttää kysymyksissä myös erilaisia asteikkoja monipuolisempien tulosten saamiseksi. Ennen kyselylomakkeen tekemistä olisimme myös voineet tutustua enemmän teoriaan siitä, miten kyselylomakkeiden sisältö toteutetaan. Aikataulu oli kuitenkin tiukka, ja kyselylomake oli saatava nopeasti valmiiksi, jotta se kerkeäisi joulun 2011 jälkeiseen venäläissesonkiin. Kuitenkin lomakkeeseen valitut kysymykset toimivat hyvin, ja ne oli osattu valita oikein, niin että saatiin selville juuri ne asiat, jotka haluttiinkin. Kyselytutkimusta jatkettiin maaliskuun 2012 puoliväliin saakka, mutta se olisi voitu lopettaa jo aiemmin, sillä emme saaneet tuolloin enää juuri ollenkaan vastauksia.

Teoreettisen viitekehyksen kokoamisessa meni melko pitkään, jotta saimme päätettyä, mitä eri kokonaisuuksia siihen valitsimme. Aiheemme on kuitenkin hyvin rajattu, joten viitekehyksen sisältö ei lähtenyt rönsyilemään. Kirjoittaessamme teoriaa, mieleen tuli jatkuvasti uusia aihealueita, mitä tekstiin pystyi lisäämään, mutta saimme valittua mukaan kuitenkin vain ne aihealueet, jotka liittyivät opinnäytetyöhömmö. Meistä oli erittäin hankalaa löytää tietoa venäläisistä matkailijoista Pohjois-Savon alueella, mikä vaikeutti teoreettisen viitekehyksen kirjoittamista. Löysimme muutamia tilastoja, mutta kirjoitettua tekstiä aiheesta oli todella vähän tarjolla.

Koimme hyväksi työskentelytavaksi lisätä vastauslomakkeista saatuja tietoja Exceliin sitä mukaa, kun saimme täytettyjä lomakkeita, joten niiden käsittelemisessä ei tullut kiire. Lopuksi vastausten analysointi oli nopeampaa, kun lomakkeista saatuja vastauksia ei tarvinnut syöttää Exceliin kerralla niin paljoa. Toisaalta olimme vastausten analysointivaiheessa hieman myöhässä, koska kyselytutkimusta jatkettiin niin pitkälle, ja tämän jälkeen oli odotettava, että saisimme suomeksi käännettyä lomakkeet itsel-

lemme. Vastausten analysoiminen oli kuitenkin mielenkiintoista, sillä saimme itse nähdä tulokset laatimiimme kysymyksiin.

Tutkimustulokset ovat luotettavia, kun niitä sovelletaan nimenomaan Kuopion ja Tahkon alueiden venäläisiin matkailijoihin joulukuun lopusta alkukevääseen. Jos tutkimus olisi tehty esimerkiksi kesällä tai se olisi jatkunut koko vuoden, poikkeaisivat tutkimustulokset paljon yllä olevista tuloksista. Tuloksia ei voi suoraan soveltaa muihin Suomen alueisiin, sillä tutkimustulokset saattaisivat poiketa paljonkin toisistaan, koska ne riippuvat esimerkiksi alueen tarjoamista palveluista, vierailukohteista, ohjelmapalveluista ja niin edelleen.

Toivomme, että tutkimustuloksista olisi hyötyä etenkin toimeksiantajallemme ja niille yrityksille, jotka olivat kiinnostuneita saamaan lisää tietoa Kuopion ja Tahkon alueen venäläisistä matkailijoista. Tutkimustulosten perusteella palveluja venäläisille voidaan parantaa, sekä kehittää lisää uusia venäläisiä kiinnostavia palveluja ja aktiviteetteja. Kyselyyn vastanneet matkailijat ovat myös saaneet antaa palautetta omin sanoin, ja niistä esille tulleisiin parannusehdotuksiin kannattaa kiinnittää huomiota.

LÄHTEET

- Arvo, S. 2011. Kasvotusten. *Matkailusilmä* [digilehti] 4/2011 [viitattu 21.2.2012]. Saatavissa: http://www.mek.fi/ima/matksilma/MS_4_11.pdf.
- Halme, M. 2012. Kuopion Matkailupalvelu Oy:n kuulumiset [Power Point –esitys] 16.5.2012.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hohmann, U. 2005. Research in education. Quantitative Methods. C. *Ingredients of quantitative research* [verkkajulkaisu] [viitattu 13.4.2012]. Saatavissa: <http://www.edu.plymouth.ac.uk/resined/resedhme.htm>.
- Holiday Info 2012a [verkkosivu] [viitattu 21.5.2012]. Saatavissa: <http://www.holidayinfo.fi/>.
- Holiday Info 2012b. Tärkeää tietoa venäjäksi [verkkosivu] [viitattu 21.5.2012]. Saatavissa: <http://www.holidayinfo.fi/>.
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2008. Tilastolliset menetelmät. 5. uudistettu painos. WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. 2007. Consumer behaviour in tourism. Second edition. Hungary: Elsevier Ltd.
- Joensuun yliopisto 2012. Taloustieteet. Markkinointi. Kuluttajamarkkinointi. *Kuluttajat ja organisaatiot ostajina* [verkkosivu] [viitattu 9.5.2012]. Saatavissa: <http://www.joensuu.fi/taloustieteet/markkinointi/kuluttajamarkkinointi/kul2.htm>.
- Kaupan liitto 2011. Tiedotteet. *Venäläisturistit haluaisivat kuluttaa enemmän* [viitattu 22.2.2012]. <http://www.kauppa.fi/>.
- Kauppinen, T. 2011. Suuri tuntematon. *Matkailusilmä* [digilehti] 2/2011 [viitattu 21.2.2012]. Saatavissa: http://www.mek.fi/ima/matksilma/MS_2_11.pdf.
- Korhonen, N. & Koskinen, J. 2010. Savon Sanomat. Uutiset. Kotimaa. Arkisto. Joulukuu 2010. *Suomeen yli satatuhatta lomailijaa Venäjältä* [verkkajulkaisu] 28.12.2010 [viitattu 21.5.2012]. Saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/>.
- Kurjenoja, J. 2011. Tiedotteet. Venäläisturistit haluaisivat kuluttaa enemmän. Venäläisturistit Suomessa 2011. *Venäläiset kuluttajat Suomessa – Pietarin alueen kuluttajakysely*. Kaupan liitto [viitattu 22.2.2012]. Saatavissa: <http://www.kauppa.fi/>.
- MEK 2010. Tutkimukset ja tilastot. Tutkimukset. Rajahaastattelu. Rajahaastattelututkimus: osa 23: ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2009: 1.1.-31.12.2009. Tutkimus PDF-tiedostona [verkkajulkaisu] [viitattu 22.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).
- MEK 2011a. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä. Matkailualan uutisia Venäjältä. *Sosiaalinen media vaikuttaa eniten venäläisten matkapäätökseen* [verkkajulkaisu] 20.3.2011 [viitattu 20.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).
- MEK 2011b. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä [verkkajulkaisu] 2.11.2011 [viitattu 20.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2011c. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä. Matkailualan uutisia Venäjältä. *Suomi venäläisten suosituin matkakohde* [verkkajulkaisu] 6.9.2011 [viitattu 20.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2011d. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä. Ulkomaan matkailu [verkkajulkaisu] 1.11.2011 [viitattu 29.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2011e. Tutkimukset ja tilastot. Tutkimukset. Rajahaastattelu. Rajahaastattelu-tutkimus: osa 24: ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2010: 1.1.-31.12.2010. Tutkimus PDF-tiedostona [verkkajulkaisu] [viitattu 22.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2012a. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä. Markkinatieto. *Markkinatieto: Venäjä – Russia* [verkkajulkaisu] 7.3.2012 [viitattu 21.5.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2012b. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä. Ulkomaan matkailu. *Ulkomaan matkailu: Venäjä – Russia* [verkkajulkaisu] 11.4.2012 [viitattu 22.4.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2012c. Tutkimukset ja tilastot. Majoitustilastot. Alueittain ja kunnittain. *Russia02.xls* [verkkajulkaisu] 19.4.2012 [viitattu 19.5.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

MEK 2012d. Markkinointi. Lähimarkkinat. Venäjä. Matkailualan uutisia Venäjältä. *Lasketteluloma Suomessa kiinnostaa yhä useampaa venäläistä* [verkkajulkaisu] 31.1.2012 [viitattu 29.2.2012]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/index).

Moutinho, L. 2011. Strategic Management in Tourism. Second edition. Cambridge: Cambridge University Press.

Palokangas, P. 2011. MTV3. Haku: venäläiset. *Odotettavissa 350 000 itäturistia: Rikkaat venäläiset hamstraavat Suomesta viinaa* [verkkajulkaisu] 13.12.2011 [viitattu 22.2.2012]. Saatavissa: <http://www.mtv3.fi/>.

Pohjois-Savon liitto 2011. Ajankohtaista. Tiedotteet. *Pohjois-Savon uusi matkailustrategia 2015 korostaa Tahkon ja Kuopion merkitystä* [verkkajulkaisu]. Pohjois-Savon matkailustrategia 2015 [viitattu 21.5.2012]. Saatavissa: http://www.pohjois-savo.fi/fi/psl/tietopalvelu/julkaisut/Pohjois-Savon_matkailustrategia2015.pdf.

Savon Sanomat 2011a. Haku: venäläiset. *Venäläiset eivät löydä Suomesta mieleisää kenkiä* [verkkajulkaisu] 11.10.2011 [viitattu 20.2.2012]. Saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/>.

Savon Sanomat 2011b. Haku: venäläiset. *Venäläisen loma on huono, jos rahaa jää yli* [verkkajulkaisu] 27.12.2011 [viitattu 29.2.2012]. Saatavissa: <http://www.savonsanomat.fi/>.

Seppänen, E. 2010. Venäjä – vanha tuttu, vaan niin vieras. Falun: Tammi.

Syrjänen, M. 2012. Sähköpostitiedonanto 24.5.2012. Vastaanottaja Riikka Tikkanen [viitattu 24.5.2012].

The World Tourism Organization and the European Travel Commission 2009. The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination. Madrid: The World Tourism Organization.

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2010a. Tiedotteet. TAK Oy julkaisi kaksi tutkimusraporttia [verkkosivu] 2.12.2010 [viitattu 22.5.2012]. Saatavissa: <http://www.tak.fi/>.

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2010b. Tiedotteet. *TAK Oy julkaisi kaksi tutkimusraporttia* [verkkosivu]. Venäläismatkailijat Suomessa -väliraportti [viitattu 22.5.2012]. Saatavissa: <http://www.tak.fi/sites/default/files/tiedosto/venalaismatkailijat-suomessa-valiraportti.pdf>.

Venäjä yhteismarkkinointi 2011–2013. Visitlakeland.fi [moniste].

VirtuaaliAMK 2012a. Ylemmän AMK- tutkinnon metodifoorumi. 3. Ammatillinen tiedonhankinta. Kvantitatiivisen analyysin perusteet [verkkosivu] [viitattu 12.4.2012]. Saatavissa: <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749.html>.

VirtuaaliAMK 2012b. Ylemmän AMK- tutkinnon metodifoorumi. 3. Ammatillinen tiedonhankinta. Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen [verkkosivu] [viitattu 16.4.2012]. Saatavissa: <http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749.html>.

Visit Lakeland 2011. Yrityksille. Viikottainen uutiskirje. Arkisto. Joulukuu 2011. *Venäläisseasonki vauhtiin* [verkkajulkaisu] 29.12.2011 [viitattu 22.5.2012]. Saatavissa: <http://visitlakeland.fi/>.

Visit Lakeland 2012 [verkkosivu] [viitattu 24.5.2012]. Saatavissa: <http://visitlakeland.fi/>.

Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2004. Menetelmäopetuksen tietovaranto (MOTV). KvantiMOTV. Perustavia analyysimenetelmiä. Ristiintaulukointi [verkkosivu] 5.6.2004 [viitattu 22.5.2012]. Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/>

ASIAKASTUTKIMUS VENÄLÄISISTÄ MATKAILIJOISTA

1. Kenen kanssa matkustatte?

- yksin puoliso perhe tuttavaseurue ryhmä

2. Matkaseurueenne iät (myös lapset)? _____

3. Asuinpaikkanne Venäjällä? _____

4. Matkanne tarkoitus?

- lomamatka työmatka

5. Miksi valitsitte juuri Kuopion /Kuopion alueen / Tahkon lomakohteeksenne?

6. Monennettako kertaa olette Kuopiossa / Kuopion alueella / Tahkolla? _____

7. Mitä muita lomakohdevaihtoehtoja teillä oli?

8. Mistä olette saaneet tietoa Kuopiosta / Kuopion alueesta / Tahkosta ja niiden tarjoamista palveluista?

- Internet esitteet / lehdet tuttavat / ystävät matkatoimistot
 televisio / radio jostain muualta, mistä? _____

9. Oletteko vierailleet sivustolla visitlakeland.ru?

- kyllä ei

10. Mitä kautta olette varanneet matkanne?

- Internet
 venäläinen varaussivusto, mikä? _____
 kansainvälinen varaussivusto, mikä? _____
 matkatoimisto, mikä? _____
 jollain muulla tavoin, miten? _____

11. Matkustusmuoto?

- juna oma auto lentokone bussi

12. Missä majoitutte?

- Kuopio Kuopion alue Tahko
 hotelli kylpylähotelli lomamökki maaseutumatkailukohde
 jossain muualla, missä? _____

13. Mikä vaikutti majoituspaikkanne valintaan?

- sijainti saatavuus majoituspaikan tarjoamat palvelut
 hinta muiden suositukset majoituspaikan taso
 jokin muu syy, mikä? _____

14. Kauanko majoitutte Kuopiossa / Kuopion alueella / Tahkolla? _____ yötä

15. Missä seuraavista kohteista olette vierailleet?

- Puijon Torni Pikku-Pietarin torikuja Jätkänkämppä & savusauna museot
 HopLop Joulupukin koti Vesileppiksen hiihtoareena
 tapahtumat / konsertit jossain muualla, missä? _____

16. Mihin seuraavista aktiviteeteista olette osallistuneet?

- laskettelu: Tahko Kasurila Antikkala muu: _____
 kylpylä: Tahko Spa Rauhalahdi Vesileppis
 Kunnanpaikka Fontanella Kuntoranta, Varkaus
 hiihto luistelu moottorikelkkailu koiravaljakkoajelu
 lumikenkäily kalastus ratsastus keilaus

17. Oletteko osallistuneet / aiotteko osallistua valmiille retkille?

- kyllä ei

18. Onko Kuopion alueen / Tahkon palveluista saatavilla tarpeeksi tietoa venäjäksi?

- kyllä ei

19. Onko ohjelmapalveluja mielestänne riittävästi ja ovatko ne helposti saavutettavissa?

- kyllä ei

jos ei, mitä toivoisitte lisää? _____

20. Mitä seuraavista tuotteista ostate lomanne aikana?

- vaatteet elektroniikka urheiluvälineet sisustustarvikkeet
 ruoka kodinkoneet lastentarvikkeet / lelut matkamuistot
 kauneushoitopalvelut

21. Tulisitteko uudestaan lomalle Kuopion / Tahkon alueelle?

- kyllä ei
 kesällä talvella

22. Tähän voitte vapaasti antaa palautetta lomastanne

Kaikkien vastanneiden ja yhteystietonsa jättäneiden kesken arvomme viikon loman neljälle hengelle lomahuvilassa Matkailukeskus Rauhalahdessa Kuopiossa sis. liput Kylpylähotelli Rauhalahden kylpylään.

nimi: _____

puhelin: _____ sähköposti: _____

- Tietojani saa käyttää jatkotutkimuksia varten

Kiitos vastauksistanne! Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

АНКЕТА-ИССЛЕДОВАНИЕ О РОССИЙСКИХ ТУРИСТАХ

1. С кем Вы путешествуете?

- один с супругом с семьёй со знакомыми с группой

2. Возраст: Ваш и Ваших спутников (включая детей)? _____

3. Место проживания в России? _____

4. Цель путешествия?

- отдых командировка

5. Почему Вы выбрали именно Куопио /регион Куопио / Тахко как место для отдыха?

6. Какой раз по счёту Вы приехали в Куопио/ регион Куопио/ Тахко? _____

7. Какие другие варианты мест отдыха у Вас были?

8. Откуда Вы получили информацию о Куопио /регионе Куопио / Тахко и предлагаемых услугах?

- Интернет брошюры/газеты знакомые тур.агентства
 ТВ/радио другой источник, какой? _____

9. Посещали ли Вы сайт visitlakeland.ru?

- да нет

10. Как Вы забронировали поездку?

- Через интернет
 росс.сайт бронирования, какой? _____
 междун.сайт бронирования, какой? _____
 тур.агентство, какое? _____
 иначе, как? _____

11. Каким видом транспорта Вы приехали?

- поезд автомобиль самолёт автобус

12. Где Вы разместились?

- Куопио Регион Куопио Тахко
 отель спа-отель коттедж ферма, усадба
 другой вариант, какой? _____

13. Что повлияло на выбор места размещения?

- расположение доступность набор услуг
 цена рекомендации уровень качества
 другое, что? _____

14. Как долго Вы пробудете в Куопио / регионе Куопио / Тахко? _____ ночей

15. В каких из этих мест Вы побывали?

- Башня Пуйо Торговый переулок База лесосплавщиков и баня по-чёрному
 Музеи НорЛор Дом Санта Клауса Лыжная арена Весилеппис
 События / концерты В других местах, где? _____

16. В каких видах активного отдыха Вы участвовали?

- Горные лыжи: Тахко Касурила Антиккала другое: _____
 Водные центры: Тахко Спа Раухалаhti Весилеппис
 Куннонпайкка Фонтанелла Кунторанта, Варкауc
 Лыжи Коньки Мотосани Собачьи упряжки
 Снегоступы Рыбалка Веховая езда Боулинг

17. Участвовали ли Вы или собираетесь участвовать в организованных программах/экскурсиях?

- да нет

18. Достаточно ли туристической инф-ции на русском языке о Куопио / регионе Куопио / Тахко?

- да нет

19. Достаточно ли по-Вашему программных услуг и легко ли их получить?

- да нет

если нет, что бы вы хотели ещё? _____

20. Что из этих товаров и услуг Вы приобрели во время отдыха?

- одежда электроника спорт.инвентарь товары дизайна
 еда быт.техника детские товары сувениры
 услуги косметологических и спа-салонов

21. Вы хотели бы снова приехать на отдых в регион Куопио или Тахко?

- да нет

летом зимой

22. Отзывы о Вашем отдыхе

Среди всех ответивших и оставивших свои координаты мы разыграем недельный отдых для 4 чел. в вилле Тур.Центра Раухалаhti, вкл.билеты в вод. центр спа-отеля Раухалаhti.

Ваше имя: _____

Тел.: _____ Эл.почта: _____

- Мои данные можно использовать для дальнейших исследований

Спасибо Вам за участие! Все анкеты будут рассмотрены анонимно.

