

# VENÄLÄISET MATKAILUN ASIAKKAINA



| Minna Malankin |

Mikkelin ammattikorkeakoulu

**A** Tutkimuksia ja raportteja | Research Reports

| 71 |



**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

Mikkeli University of Applied Sciences

Minna Malankin

# VENÄLÄISET MATKAILUN ASIAKKAINA

Mikkelin ammattikorkeakoulu

A: Tutkimuksia ja raportteja - Research Reports

71

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2007-2013

  
Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto

 Etelä-Savo  
SAIMAAN  
MAAKUNTA


MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU  
Mikkeli 2012

MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU  
A: Tutkimuksia ja raportteja - Research Reports  
PL 181, 50101 Mikkeli  
Puhelin 0153 5561


© Tekijä ja Mikkelin ammattikorkeakoulu  
Kannen kuvat: Minna Malankin  
Sisällön kuvituskuva: Minna Malankin  
ISBN 978-951-588-345-2 (nid.)  
ISBN 978-951-588-346-9 (PDF)  
ISSN 1795-9438  
Kansi: Maria Miettinen

Ulkoasu: Mainostoimisto ILME Ky  
Kannen ja sisällön painatus: Juvenes Print - Tampereen yliopistopaino Oy

# KUVAILULEHTI

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<p><b>Päivämäärä</b></p> <p>9.11.2012</p>	<p><b>Julkaisusarja ja nro</b> A:Tutkimuksia ja raportteja</p> <p>71</p>
<p><b>Tekijät</b> Minna Malankin</p>		
<p><b>Nimeke</b> Venäläiset matkailun asiakkaina</p>		
<p><b>Tiivistelmä</b></p> <p>Kirja keskittyy tarkastelemaan venäläisiä matkailijoita, heidän käyttäytymistään matkailijoina ja matkailuyrittäjien asiakkaina, heidän tapojaan, toiveitaan ja odotuksiaan. Teos pohjautuu uusimpaan venäläisiä koskevaan tutkimustietoon, Venäjä-asiantuntijoiden kirjoituksiin, lehtiartikkeleihin sekä venäläisten matkailijoiden kertomuksiin lomavietostaan.</p> <p>Teos antaa sekä taustatietoa venäläisyydestä että käytännön vinkkejä siitä, miten venäläisiä voidaan palvella mahdollisimman hyvin, millaisia matkailutuotteita he haluavat ja mitä kannattaa ottaa huomioon, kun markkinoidaan venäläisille.</p> <p>Teos on laadittu siten, että lukija helposti löytää siitä juuri häntä kiinnostavat aiheet. Jos esim. mökki-isäntä haluaa tietää, mitä hän voi tehdä pitääkseen venäläiset asiakkaansa tyytyväisinä, hän löytää tiedon helposti mökki-aiheisten otsikoiden alta. Tekijä suosittelee kuitenkin kaikkia, jotka ovat tekemisissä venäläisten matkailijoiden kanssa, lukemaan myös yleisemmät luvut venäläisasiakkaiden palvelusta.</p> <p>Teos sopii erinomaisesti myös oppimateriaaliksi, sillä se käsittelee aihetta laajasti ja johdattaa lukijaa ymmärtämään venäläisiä matkailijoita. Teos ei kuitenkaan luo teorioita vaan käsittelee asiaa täysin käytännön pohjalta.</p>		
<p><b>Avainsanat (asiasanat)</b> Venäjä, venäläiset, asiakkaat, matkailu, asiakastyytyväisyys, matkailupalvelut, kulttuuri</p>		<p><b>ISBN</b> 978-951-588-345-2 (nid.) 978-951-588-346-9 (PDF) <b>ISSN</b> 1795-9438</p>
<p><b>Sivumäärä</b></p> <p>114 s. + liitt. 7 s.</p>	<p><b>Kieli</b></p> <p>Suomi</p>	<p><b>Luokitukset</b> YKL 40.7; 69.34; 49.1 UDK 338.48; 658.8; 39</p>
<p><b>Muita tietoja</b></p>		

## DESCRIPTION

 <p><b>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU</b> Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<p><b>Date</b></p> <p>9.11.2012</p>	<p><b>Publication series and NO</b> A: Research Reports</p> <p>71</p>
<p><b>Authors</b> Minna Malankin</p>		
<p><b>Name of the work</b> Russians as Clients of Tourist Industry</p>		
<p><b>Abstract</b></p> <p>The book tells about Russians as tourists. What are they like, what kind of tourist products they find tempting enough to buy it, even to travel to a destination to get it? How can we serve Russians better and create better products for them in the field of tourism?</p> <p>The work is the result of studying over 200 researches, literature, Russian newspaper articles and Russians' feedback in different tourist forums in the Russian Internet. It does not only summarize the results but offers an overall picture of Russians travelling abroad, their cultural habits, expectations and client behavior.</p> <p>The book is an excellent reader for students of tourist industry striving for better understanding of the Russian clients as it does not only state facts but also explains the causes leading to them. The book can also be used as a selective source of information for tourism entrepreneurs as the opinions, complaints and suggestions described by Russians are given in detail under the corresponding title and are easily found in the table of contents.</p> <p>The author has an experience of living in Russia for over seven years, working inter alia in tourism, and an experience of working with Russians for over 25 years.</p>		
<p><b>Keywords</b> Russia, Russians, customers, tourism, customer satisfaction, culture</p>		<p><b>ISBN</b> 978-951-588-345-2 (nid.) 978-951-588-346-9 (PDF) <b>ISSN</b> 1795-9438</p>
<p><b>Pages</b> 114 p.+ app. 7 p</p>	<p><b>Language</b> Finnish</p>	<p><b>Classifications</b> YKL 40.7; 69.34; 49.1 UDK 338.48; 658.8; 39</p>
<p><b>Remarks</b></p>		

## **LUKIJALLE**

Vuonna 2011 Suomessa kävi 3,3 miljoonaa venäläismatkailijaa ja he jättivät Suomeen yli 850 miljoonaa euroa. Venäläiset ovat siis erittäin tärkeä matkailullinen kohderyhmämme. Silti Suomi ei ole venäläisten matkatoivelistalla ensimmäisenä – ei edes 20 suosituimman maan joukossa. Venäläismatkailu moniin muihin Euroopan maihin kasvaa paljon nopeammin kuin Suomeen. Emme saa ajatella, että venäläisten matkailu Suomeen tulee aina olemaan yhtä laajaa ja kannattavaa vain siksi, että me olemme rajan takana ensimmäisinä. Jos haluamme säilyttää hyvän asemamme, meidän on pystyttävä tarjoamaan venäläisille uusia ja erilaisia elämyksiä sekä entistä parempaa palvelua.

Odotamme Suomessa kiihkeästi viisumivapautta. On arvioitu, että nykyinen 10 miljoonaa vuotuista rajanylitystä kaksinkertaistuu ja venäläisten täällä käyttämä rahasumma nousisi 1,2 – 1,3 miljardiin euroon. Tällä hetkellä Suomeen matkustavat venäläiset ovat keskiluokkaa. Heillä on sivistystä, kulttuuriharrastuksia ja ostovoimaa. He tulevat Suomeen ostoksille ja lomalle, mutta myös olosuhteiden pakosta: Suomen myöntämällä Schengen-viisumilla heillä on oikeus matkustaa lähes koko Euroopan alueella, mutta turvatakseen seuraavan viisumin saannin heidän on oleskeltava merkittävässä määrin myös Suomessa. Useat venäläiset nimittäin hakevat Suomen myöntämää Schengen-viisumia siksi, että sen hakeminen on moniin muihin maihin verrattuna yksinkertaista ja nopeaa. Viisumivapauden myötä menetämme ne, jotka oleskellisivat mieluummin vain Espanjassa, ja toisaalta saamme ne, joilla ei ole varaa hankkia viisumia eikä siis myöskään erityistä ostovoimaa. Toki meille tulee ostovoimaisia matkailijoita kauempaa Venäjältä, hyvin toimeentulevilta alueilta, joilla asuvilla viisuminhankinta on etäisyyksien takia ollut hankalampaa. Pietari on venäläisten suosituin kotimaan matkakohde. Jos Suomeen pääsee ilman viisumia tai pikaviisumilla, nämä Pietarin-matkailijat piipahtavat meilläkin. Viisumivapaassa Suomessa paineet venäläisten mieleisiin matkailutuotteisiin ja parempaan palveluun kasvavat entisestään, sillä toki haluamme pitää kiinni nykyisistä hyvistä asiakkaistamme. Uhkakuvana näen, että parhaat asiakkaamme pakenevat Suomesta väljemmille matkailumaille, jotka

tarjoavat uusia elämyksiä, parempaa palvelua ja joissa ennen kaikkea ei ole liikaa venäläisiä.

**Käytän kirjassa sanaa 'venäläinen' tarkoittaessani Suomen ja Venäjän rajan yli tullutta, venäjää puhuvaa matkailijaa.** Oikea sana olisi 'venäjänmaalainen', joka suomen kielessä kuulostaa kuitenkin keinotekoiselta. Venäjällä sanoilla 'ruski' ja 'rossijanin' on tärkeä ero: ruski – venäläinen – on kansallisuus, rossijanin – venäjänmaalainen – on Venäjällä asuva ja yleensä venäjää osaava henkilö. Hänen kansallisuutensa voi olla mikä vain. Venäjällä on 130 eri kansallisuutta, 50 eri kieltä ja 20 uskontoa. Maasta löytyy satoja eri kulttuureja. Ihmiset, jopa samaa kansallisuutta olevat, ovat eri alueilla hyvin erilaisia. Myös eri kaupungeista olevat eroavat toisistaan suuresti, samoin kaupunkilaiset ja maalaiset; vanhat ovat erilaisia kuin nuoret, koulutetut erilaisia kuin työläiset. Erot näkyvät arvoissa ja elämäntavoissa.

Tämän kirjan tarkoituksena on tarkastella venäläisiä asiakkaita matkailun näkökulmasta. Kaikella, minkä olen kirjaan sisällyttänyt, katson olevan olennaista merkitystä sille, että me Suomessa onnistuisimme tekemään sellaisia matkailutuotteita, joista venäläiset pitävät, sekä palvelemaan heitä entistä paremmin. Monet sellaiset asiat taas, joilla on merkitystä kun toimimme Venäjällä, olen jättänyt kirjasta pois: se ei siis ole täydellinen kuvaus venäläisyydestä; vain siltä osin kuin venäläisyyttä on tarpeen osata Suomen matkailussa. Olen lukenut kirjaa varten mahdollisimman kattavasti venäläisiä koskevia tutkimuksia, kirjallisuutta, lehtiartikkeleita sekä venäläisiä matkailusivustoja, joilla matkailijat ovat jakaneet kokemuksiaan. Lukemani olen suodattanut 25-vuotisen Venäjä-kokemukseni läpi ja tuloksena on tämä kirja.

Tutkimuksen mahdollistivat Etelä-Savon maakuntaliitto, EAKR, Mikkelin ja Savonlinnan kaupungit sekä Mikkelin ammattikorkeakoulu hankerahoituksen muodossa. Heille kaikille suuri kiitos.

Savonlinnassa syyskuussa 2012

Minna Malankin

# SISÄLTÖ

## LUKIJALLE

1	MATKAILUSSA KULTTUURIT KOHTAAVAT .....	1
1.1	Venäläisen arkipäivä .....	1
1.2	Tapoja ja käsityksiä .....	3
1.2.1	Kohteliaisuus .....	4
1.2.2	Naiset .....	4
1.2.3	Kasvojen menetys.....	6
1.2.4	Aika ja järjestelmällisyys .....	8
1.2.5	Tunteet .....	9
1.2.6	Taikausko ja mystiikka .....	10
1.2.7	Lahjat.....	12
1.2.8	Vieraanvaraisuus.....	13
1.2.9	Juominen.....	15
1.2.10	Sauna .....	16
1.2.11	Pieniä kulttuurieroja .....	19
1.3	Stereotyyppioista .....	20
1.3.1	Venäläisten stereotyyppioita suomalaisista.....	21
1.3.2	Me ja he - lyhyesti .....	23
2	ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN VENÄLÄISITTÄIN.....	24
2.1	Venäläiset asiakkaina .....	24
2.2	Asiakassegmentit .....	30
2.2.1	Segmentointi kiinnostuksen kohteen mukaan.....	32
2.2.2	Segmentointi tulojen mukaan.....	33
2.2.3	Venäläiset tyypit.....	33
2.2.4	Segmentointi matkan tarkoituksen mukaan .....	34
2.3	Venäjän kielen merkitys asiakaspalvelutilanteessa .....	46
2.4	Venäläinen asiakaspalvelijana .....	49
3	JUHLAT .....	52
3.1	Uusi vuosi .....	54



3.2 Muut juhlat.....	62
4 TIEDON TÄRKEÄ MERKITYS .....	64
4.1 Puuttuvaa yleistä tietoa.....	65
4.2 Hotellien ja mökkien tiedontarve .....	67
4.3 Ravintolan tiedontarve.....	68
4.4 Ohjelmapalvelun tiedontarve .....	69
5 MATKAILUTUOTTEET JA ELÄMYKSET VENÄLÄISILLE .....	70
5.1 Hotellit .....	70
5.2 Mökit .....	71
5.3 Ravintolat .....	72
5.3.1 Venäjänkielinen ruokalista .....	75
5.4 Ohjelmapalvelut ja muut matkailutuotteet.....	77
6 MATKAILUTUOTTEIDEN MARKKINOINTI.....	81
6.1 Venäläiset ja matkailumarkkinointi .....	81
6.2 Millainen on hyvä, venäläisille suunnattu nettisivu?.....	86
6.2.1 Kieli .....	86
6.2.2 Nimi.....	87
6.2.3 Sivujen ulkonäkö.....	88
6.2.4 Kuvat.....	88
6.2.5 Värit.....	89
6.2.6 Sisältö .....	89
6.2.7 Edut .....	90
6.2.8 Chat .....	91
6.2.9 Foorumit .....	91
6.2.10 Hintavertailu.....	91
6.2.11 Linkit .....	92
6.2.12 Yhteystiedot .....	92
6.2.13 Printattavuus ja tekninen toimivuus .....	92
6.3 Jälkimarkkinoinnista .....	93
7 MATKAILUN TURVALLISUUS .....	93

LÄHTEET .....	97
KIRJALLISUUS.....	98
LIITTEET .....	115
1 Palautelomakkeet	
2 Varoitusteksti	
3 Perinneruokasanasto	
4 Runoja Saimaasta	

## **1 MATKAILUSSA KULTTUURIT KOHTAAVAT**

### **1.1 Venäläisen arkipäivä**

Elämä Venäjällä on hyvin stressaavaa monellakin tapaa. Kaikkeen tekemiseen menee paljon aikaa: kodin ja työpaikan välisiin matkoihin, kaupassa käyntiin; tehtävien suorittamiseen, sillä hyvin usein niiden tekeminen riippuu monista eri tahoista. Tekemiseen liittyy paljon kilpailua: aina täytyy todistaa kyvykkyyttään, älykkyyttään, taitojaan, kauneuttaan. Jopa liikenteessä kilpaillaan. Kilpailutilanteeseen liittyy aina petetyksi ja väärin kohdelluksi tulemisen riski, minkä vuoksi keneenkään ei täydellisesti luoteta. Venäläisten viljelemä mielilause onkin ”Luota mutta tarkista!” Venäläiset joutuvat elämään jatkuvassa epävarmuudessa, joskus jopa pelossa. Kukaan ei voi varmasti ennustaa maan politiikkaa, ja mikä pahinta, kukaan ei voi varmasti ennustaa omaa tulevaisuuttaan: maksetaanko palkka, säilyykö työ, onnistuuko remontti.

Lomamatkan ostaminen on samanlainen stressaava tilanne. Voiko olla varma, että rahalla todella saa, mitä luvataan? Voiko olla varma, että matkanjärjestäjä ei vain katoa lähtöä edellisenä päivänä ja vie rahoja mukanaan? Voiko olla varma, että lomakohteesta pääsee takaisin kotiin, että lentoliput todellakin on varattu? Ei, varma ei voi olla. Monet venäläiset ovat pettyneet Suomen matkoihinsa, sillä matkanjärjestäjä on luvannut yhtä, antanut toista. Eräs pettynyt kirjoittaa otzyv.ru -sivustoilla: ”Ostimme uudenvuoden matkan Suomeen 100 dollarilla. Niin, olisi pitänyt tietää, ettei sillä summalla mitään saa. Meille luvattiin kolmen tähden hotelli, uudenvuoden illallinen, joulupukki ja lahjoja lapsille. Hotelli oli surkea. Illallinen oli se sama seisova pöytä, joka oli aamiaisella. Joulupukki oli päissään ja lahjat lapsille jaettiin vasta, kun olimme jo linja-autossa takaisin kotiin.” Keväällä 2012 erään moskovalaisen matkatoimiston johtaja varoitti ihmisiä ostamasta liian halpoja matkatarjouksia, joita myydään kaduilla ja toreilla. Niitä tarjoavat muka-matkatoimistot ottavat varausrahat ja katoavat. Vuonna 2011 yksi Venäjän suurimmista matkanjärjestäjistä jätti asiakkaansa pulaan: se toimitti heidät kohdemaan lentokentälle, jonne he myös jäivät – hotellihuoneita eikä paluulippuja ei ollut. Jokai-

sen piti selvittää itse miten parhaiten pystyi. On siis hyvin ymmärrettävää, että venäläinen ei luota matkanjärjestäjiin ja luottaessaankin pelkää pahinta.

Olemme kaikki kuulleet sanottavan, että paras markkinointikeino Venäjällä on puskaradio – se, että matkalla käyneet kertovat kokemuksistaan ystävilleen ja tuttavilleen. Edellä kerrotun valossa tämä on täysin ymmärrettävää: vain silloin uskaltaa luottaa, että matka onnistuu, kun sen jo kokeneet todistavat sen puolesta. Myös Venäjän valtio on täysin tietoinen matkailualan kaupanteon riskeistä asiakkaille. Valtion viralliselle matkailusivustolle [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) on koottu kaikki matkanjärjestäjät, jotka on lisensoitu, sekä ne, jotka ovat sen menettäneet (sellaisiakin markkinoilla tapaa). Asiakas pystyy täältä tarkistamaan matkanjärjestäjänsä tiedot. Valitettavasti lisensointiin ei voi täysin luottaa: asiakkaansa lentokentille jättänyt matkatoimisto oli täysin laillinen. Sivusto antaa asiakkaille myös ohjeita siitä, miten ko. tilanteissa voi hakea korvauksia oikeusistuimien kautta.

Onneksemme venäläiset luottavat suomalaisiin huomattavasti enemmän kuin maanmiehiinsä. Siksi matkojen, majoituksen ja aktiviteettien suora myynti Internetin välityksellä on lisääntynyt ja lisääntyy. Mutta myös nettiostoksilleen venäläiset etsivät vahvistusta esimerkiksi internetin palautepalstoilta ja sosiaalisesta mediasta. Joskus Suomeen luotetaan liiankin paljon. Suomenmatkan odotetaan onnistuvan, palvelun odotetaan olevan korkeatasoista – varsinkin kun on tiedossa, että Suomi ei ole halpa maa. Siksi hyvä mutta ei paras mahdollinen palvelu voi aiheuttaa pettymyksiä, sillä se ei vastaa asiakkaan korkeita odotuksia. Eräs venäläinen perhe kertoo huonoista kokemuksistaan itäsuomalaisessa joulupukkikohteessa, joka palveli heitä, yksittäisiä matkailijoita, monta kertaa huonommin kuin paikalla samaan aikaan olleen tilausbussin asiakkaita. Tuloksena oli pienen lapsen huono kokemus, itku, suru ja pettymys siitä, että joulupukki ei millään tavalla huomioinut häntä, vaikka muut saivat lahjoja ja huomiota osakseen. Vanhemmat olivat raivoissaan kohteen työntekijöille, jotka olivat työntäneet heidät bussiryhmän mukaan kertomatta, että ryhmän lapsille oli etukäteen maksettu joululahjat. Perhe kehottaa nettikirjoituksissaan suoraan: "Älkää ikinä käykö täällä!"

Otzyv.ru -sivustolla pariskunta kertoo, miten he olivat saaneet ruokamyrkytyksen italialaisessa ravintolassa Helsingissä. ”Miten on mahdollista, että Suomessa saa ruokamyrkytyksen?” he kysyvät ja vastaavat itse: ”No, ravintolan työntekijäthän olivat italialaisia, eivät suomalaisia, siitä asia varmasti johtui.” Mutta olisiko ruokamyrkytys suomalaisessa pizzeriassa todellakin mahdollisuus, kuten venäläiset tuntuvat ajattelevan? Pitäisikö Suomen pyrkiä laskemaan venäläisten odotuksia meistä vai pyrkiä nousemaan niiden tasalle? Kysymys lienee hypoteettinen. Matkustaessaan Suomeen venäläiset odottavat, että heitä ei petetä, että heitä palvellaan hyvin, että heitä arvostetaan ihmisinä ja yksilöinä. Venäläiset odottavat, että tuotteet ovat Suomessa korkeatasoisia. Usein he ovat kuitenkin joutuneet toteamaan, että vaikka tuote olikin korkeatasoinen, se ei ollut niin hyvä kuin siitä maksettu raha olisi antanut aiheita odottaa.

## **1.2 Tapoja ja käsityksiä**

Venäjällä on vallalla käsitys, että suomalaiset ja venäläiset ovat kulttuuriltaan samankaltaisia, että me ymmärrämme toisiamme. Tämä on yksi syy siihen, että moni ensimmäistä kertaa ulkomaille matkustava venäläinen suuntaa nimenomaan Suomeen: Suomea pidetään helppona harjoittelumaana, jossa ei joudu kulttuurillisesti noloon tilanteeseen; Suomi on turvallinen kohde, jossa voi kuitenkin oppia ymmärtämään länsimaalaisuutta ja josta on aikanaan helppo siirtyä eteenpäin, Eurooppaan. Suomihan on ollut kauan osa Venäjää. Neuvostoliitonkin aikana Suomi tarjoiltiin venäläisille pohjoisena veljeskansana. Ja täytyy muistaa, että venäläiset ovat päässeet matkustamaan vapaasti vasta vuodesta 1992 eikä 90 % venäläisistä ole käynyt ulkomailla vielä kertaakaan. Matkustuskulttuuri on siis venäläisille uutta ja hyvin kiinnostavaa.

Näistä käsityksistä ja tosiasioistakin huolimatta Suomi ja Venäjä eroavat huomattavasti toisistaan. Kokoan seuraavaan joitakin kulttuurillisia piirteitä, jotka asiakaspalvelijan kannattaa ottaa huomioon matkailussa.

### 1.2.1 Kohteliaisuus

Venäläiset ovat kaikin tavoin kohteliaampia kuin suomalaiset. Puhuessaan he käyttävät ehdottomasti sanoja 'kiitos', 'olkaa hyvä' ja 'anteeksi'; tavatessa tervehditään ja erotessa hyvästellään esimerkiksi toivottamalla hyvää matkaa. Keskustelussa teititellään. Miehiä tervehditään kädestä, naisille hymyillään ja nyökätään. Läsnä olevaan henkilöön ei viitata sanalla 'hän', vaan käytetään nimeä. Suomessahan henkilöön voi viitata vaikka kädellä ja sanoa 'hän', esim. "Hän halusi sanoa jotakin". Venäjässä tämä on hyvin epäkohteliasta. Ko. tilanteessa täytyy joko puhua suoraan hänelle ("Te halusitte sanoa jotakin") tai ryhmälle ("Rouva Kasparov/neiti/Anna Ivanovna haluaa sanoa jotakin"). Jos asiakaspalvelija ei tiedä tai ei muista henkilön nimeä, voi käyttää sanoja herra (gospodin), rouva (gospozha) tai neiti (baryshnja).

Venäläiset miehet auttavat takin naisen päälle ja aukaisevat hänelle oven. He myös ojentavat kätensä auttaakseen naista laskeutumaan hankalissa paikoissa, esim. korkeasta autosta. Matkailun miespuolisten asiakaspalvelijoiden kannattaa kehittää tilannetajuaan ja miettiä, milloin heidän olisi hyvä osoittaa vastaavaa kohteliaisuutta ja milloin ei, sillä asia ei ole yksiselitteinen. Mikäli venäläisseurueessa on omia miehiä, tällainen kohteliaisuus kannattaa jättää heille oven aukaisua lukuun ottamatta.

### 1.2.2 Naiset

Venäläiset ottavat naiset aina huomioon – tosin usein vain nimellisesti, muodollisen kohteliaisuuden ja heikomman sukupuolen kunnioituksen nimessä. Myös suomalaisen asiakaspalvelijan tulee huomata naiset. Tutkimusten mukaan nimenomaan naiset pitävät suomalaista palvelua huonona. Uskon tämän johtuvan siitä, että Suomessa naisia ja miehiä palvellaan ja huomioidaan yhtäläillä, naisia ei palvella miehiä paremmin. Nainen kuitenkin odottaa saavansa positiivista huomiota, jotkut jopa odottavat saavansa sitä runsaasti. Monet venäläiset naiset laittavat epäröimättä sekä aikaa että rahaa kauneu-

teen; huomio on siitä saatava palkkio. Jos palkkiota ei tule, on hän luonnollisesti pettynyt.

Suhtautuminen naisiin on yksi tärkeä erottava tekijä maittemme välillä. Venäjällä niin naiset kuin miehetkin ovat vahvasti sitä mieltä, että naisten ja miesten välillä on muutakin eroa kuin se pieni ero, ja että naisilla on omat tehtävänsä, miehillä omansa. Naisen maailma ja elämä koostuvat yksistä asioista, miehen toisista. Suurin osa venäläisistä hyväksyy asian luonnonlakien mukaisena eikä heille juolahda mieleen kyseenalaistaa sitä. Suomessa taas miehillä ja naisilla on vain se pieni ero; kaiken muun pystyy tekemään nainen ja pystyy tekemään mies. Suomessa korostuu ihmisyyys, olemme ihmisiä kaikki. Venäjällä me olemme miehiä ja naisia.

Naisellisen kauneuden vaatimus on yleisesti hyväksytty normi, joka juontaa juurensa 1500-luvulla julkaistusta teoksesta "Domostroi". Näissä perheille tarkoitetuissa ohjeissa säädettiin, että naisen tulee aina esiintyä omaa taloaan, miestänsä ja perhettään edustaen, parhaimpiinsa pukeutuneena eikä hänen tule koskaan aiheuttaa miehelleen häpeää toisten edessä. Venäläiset pukeutuvat edelleen edustavasti niin töihin kuin vapaa-aikaankin. Naisen kauneus maksaa paljon vaivaa, aikaa, rahaa ja jopa tuskaa, mutta miehellekään asetetut vaatimukset eivät ole heppoisia: hänen täytyy ansaita rahaa ja asema; hänen täytyy olla "todellinen mies". Venäläinen nainen haluaa todellisen miehen ja vain ja ainoastaan hänet.

Suomalaisissa naisissa venäläiset kanssasiset saavat aikaan ristiriitaisia tunteita. Asiakaspalvelijaa neuvoisin kuitenkin unohtamaan ne ja ottamaan avuksi sisäisen hymyn: myös naispuolinen asiakaspalvelija pystyy halutesaan osoittamaan huomiota venäläiselle naisasiakkaalle. Ensimmäinen tapa on rehellinen, iloinen hymy, jonka asiakas tulkitsee hyväksymisenä, toinen on ujuttaa miehelle suunnattuun puheeseen epäsuora kehu, esim. "ja kaunis rouvanne saattaisi pitää tästä". Myös venäläinen mies on hyvin tyytyväinen, jos hänen vaimoaan kehuaan.

### 1.2.3 Kasvojen menetys

Venäläiselle on tärkeää olla menettämättä kasvojaan. Usein tämä ilmenee siinä, että esimerkiksi englantia tai suomea puhunut venäläinen, joka ei ymmärtänyt vastausta tai saamiaan ohjeita, ei pyydä toistamaan niitä eikä muutenkaan paljasta ymmärtämättömyyttään. Joskus tästä voi aiheutua ongelmia ja jopa vaaratilanteita. Asiakaspalvelijan tulee siis tarkkailla asiakkaan sananton-ta viestintää ja päätellä, ymmärsikö hän, mitä puhuttiin. Jos asiasta on pienintäkään epäilystä, kannattaa ohjeet toistaa eri sanoin. Ei kuitenkaan pidä kysyä suoraan, ymmärsikö asiakas, sillä yleensä siihen on vain yksi vastaus: kyllä.

Myös huumorin ja naurun suhteen on syytä olla varovainen, ettei venäläinen tunne menettävänsä kasvojaan. Mikäli asiakas ei ymmärrä huumoritulannetta, hän saattaa tuntea, että hänelle tai venäläisille yleensä nauretaan. Luonnollisesti asiakaspalvelijan ei pidä myöskään sanattomalla viestinnällään näyttää, että pitää asiakasta epätoivottuna (koska on venäläinen) tai idioottina (koska tämä ei ymmärrä englantia).

Venäjältä saapuneita matkailijoita on parempi olla kutsumatta venäläisiksi, mikäli asiakaspalvelija ei ole täysin varma siitä, että he ovat venäläisiä. Monet muut Venäjällä asuvat kansallisuudet loukkaantuvat siitä, että heitä kuvitellaan venäläisiksi. Asiakaspalvelijan kannattaa käyttää puheessaan kiertomuu-toja, esim. "teillä Venäjällä" eikä "te venäläiset". Kesällä 2012 eräässä suomalaisessa lehdessä oli suuri juttu Enonkoskella mökkilomaa viettävistä (rikkais-ta) moskovalaisista. Heti otsikossa puhuttiin venäläisperheen paratiisista. Haastateltujen nimistä kävi kuitenkin selkeästi ilmi, että kyseessä ei ollut venäläis- vaan armenialaisperhe. Armenialaiset ovat ylpeitä kansallisuudestaan. Toivon, ettei kukaan kääntänyt heille artikkelia.

Huomattavaa on myös kieltojen käyttö. Suomessa pyritään olemaan kieltämättä suoraan ja vahvasti, mutta venäjässä kiellon on oltava suora, tosin koh-telias 'olkaa hyvä älkääkä' -muoto. Suomalaisen epämääräinen "ei tarvitse" tai "ei se nyt niin" -muoto jää helposti ymmärtämättä. Venäläinen ei tulkitse



sitä ehdottomaksi kielloksi, vaikka se sellainen onkin, ja jatkaa kiellettyä tekemistä. Venäläiset valittavat, että jos Suomessa näkee venäjänkielisen kyltin, se on aina kielto: älkää tehkö tätä tai tuota. Jos kylttejä tarvitaan, ne kannattaisi kirjoittaa saman tien suomeksi, englanniksi ja venäjäksi, jolloin kielto koskettaisi kaikkia matkailijoita, ei vain venäläisiä. Siten niistä aiheutuisi vähemmän mielipahaa. Ensimmäinen tällainen venäläisiä mollaava kyltti on Vainikkalan raja-aseman wc:ssä, jossa kielletään venäläisiä seisomasta pöytäreunalla. Tekstin suora assosiaatio on, että vain idiotit toimivat niin. Venäjällä yleisissä vessoissa ei hygieniasyistä pidä istua. Vain idiootti tekee niin. Jos ko. kyltti raja-asemalla on todella tarpeen, sen voisi kirjoittaa myös suomeksi ja englanniksi. Me nauraisimme ja ihmettelisimme, mutta säästäisimme venäläiset matkustajat häpeältä.

Toisen hämmästyttävän kyltin näin Joulupukin kammarin portaissa Napapiirillä kesällä 2012. Suomeksi, ruotsiksi, englanniksi, saksaksi ja vielä kuvalla tiedotetaan, että valokuvaaminen on kiellettyä. Venäjänkielisessä kyltissä samassa rivissä tiedotetaan, että vierailijakortti tulee noutaa käytävän alkupäästä. Mitä tiedotteella halutaan sanoa, jää epäselväksi. Mukanani olleet venäläiset reagoivat siihen kuitenkin vihaisesti: kaikki muut pääsevät Joulupukin kammariin ilmaiseksi, mutta heidän, venäläisten, täytyy esittää vierailijakortti! Ja palata takaisin hakemaan se käytävän alkupäästä vaikka on jonotettu tähän asti! Ja varmaan se maksaakin! Ja vain koska olemme venäläisiä!

Suurta ihmetystä herättää myös kylpylähotellin vain venäjänkielinen kyltti, jossa asiakkaita kehoitetaan ehdottomasti peseytymään oman huoneensa kylpyhuoneessa ennen altaille menoa. Asiaa ei mitenkään selitetä. Yleisin venäläisten tekemä johtopäätös on, että suomalaiset pitävät venäläisiä likaisina eikä heitä siksi päästetä edes allasosastolle ilman, että he ovat ensin peseytyneet. Toivon, että tämä ei kuitenkaan ollut kylpylähotellin viestinnän tarkoitus, ja toivon, että peseytymispyyntö perusteltaisiin kyltissä ja kirjoitettaisiin myös suomeksi ja englanniksi.

#### 1.2.4 Aika ja järjestelmällisyys

Venäläinen ei suunnittele elämäänsä etukäteen. Hän ei tee aikatauluja eikä lopullisia päätöksiä. Miksi tekisi? Venäläisessä arjessa tänään tehdyt suunnitelmat romuttuvat huomenna olosuhteiden muuttuessa. Venäjällä elämisen taitoon kuuluu joustavuus, spontaanius ja kyky tarttua hetkeen. Lomalle lähtiessä varmistetaan varauksin yösjä ja matkaliput. Kaikesta muusta päätehtään paikanpäällä. Siksi on myynnin kannalta ensisijaisen tärkeää, että tuotteista on saatavilla tietoa itse matkakohteessa.

Aika ei ole katoava luonnonvara kuten Suomessa. Aikaa on. Venäläisille tarkoitetut tuotteet kannattaa aikatauluttaa mahdollisimman väljästi. Tapahtuman alkaessa osa osanottajista myöhästyy, väliajalta kukaan ei palaa ajoissa, sillä osanottajat ovat juuri päässeet jutustelun makuun. Venäläiset eivät pistä väljyyttä pahakseen, mikäli se on suunniteltu tuotteeseen. Sen sijaan ryhmän lähdön viivästyminen yhden tai kahden osanottajan takia harmittaa kaikkia ja saa ryhmän huonolle tuulelle, mikä ei helpota ohjelmapalvelun tuottajan työtä. Safarin ym. aktiviteetin alkuun olisikin hyvä kirjoittaa vaikka tervetuliaismaljat (alkoholiton vaihtoehto?) ja opas voisi kysellä odotuksia ja kokemuksia. Ennen kuin huomataankaan, asiakkaat muistelevat innolla edellisiä safareitaan, viihtyvät ja ryhmäytyvät, mikä ennustaa onnistunutta elämystä. Kun myöhästyneetkin ovat saapuneet paikalle, oppaan täytyy vain ottaa tilanne hallintaan ja johdattaa asiakkaat varsinaiseen asiaan.

Venäläisiä palvelevan asiakaspalvelijan pitää omaksua sama aika-asette: mikäpä kiire meillä? Yritys, joka haluaa venäläisiä asiakkaita, huolehtii siitä, että asiakaspalvelijoita on tarpeeksi niin, että heidän työtään ei tarvitse aikatauluttaa liian kireälle. Venäläiset valittavat, että Suomessa ravintoloissa palvellaan liian nopeasti. Tyhjentyneet tai tyhjenevät lautaset kerätään liian nopeasti pois ja täydet tuodaan tilalle. "Aivan kuin tarjoilijat olisivat halunneet päästä meistä eroon mahdollisimman nopeasti", kertoo eräs naisasiakas.

### 1.2.5 Tunteet

Venäläiset sanovat itse, että he ovat järjetöntä ja tunteellista kansaa. He luottavat enemmän tunteeseen kuin järkeen. Tutkimusten mukaan yli 90 % venäläisistä katsoo olevansa ortodokseja ja uskovansa Jumalaan. Mutta Hänen lisäksi he uskovat myös Buddhaan, pakanallisiin jumaliin, ennustajiin, selvänäkijöihin ja noitiin. Sadat tuhannet venäläiset asettavat vesikupin television ääreen ja kuuluisa selvänäkijä TV-showssaan käsittelee sen mielensä voimalla siten, että veden juoja paranee vaivoistaan. Uusin villitys on koppakuoriaiskuuri, johon kuuluu 200 parantavaa kuoriaista. Ne niellään elävinä runsaan veden kanssa. Edes villityksestä julkisuudessa varoittavat lääkärit eivät ole saaneet sitä loppumaan. Hyvin usein ja hyvin monessa asiassa venäläiset todellakin kuuntelevat vain tunteitaan, eivät järkeään. Kuitenkin venäläiset ovat tunnetusti myös älykästä ja taitavaa kansaa: älykästä, taitavaa, tunteellista ja järjetöntä.

Eri kansallisuuksien välisissä matkailututkimuksissa on todettu, että venäläiset käyttävät lomasta ja matkailusta puhuessaan eniten tunnepitoisia ja arviota osoittavia sanoja. Myös kulttuuriset stereotypiat ovat tavallisia venäläisten matkapuheissa. Matkat hankitaan sen mukaan, miltä tuntuu. Päätökset pohjautuvat tunteisiin. Siksi venäläisille pitää tarjota ohjelmapalveluja ja elämyksiä, jotka antavat mahdollisuuden tunteisiin jo ostopäätöstä tehtäessä: tuotekuvauksen, mainonnan, kuvien, värien ja tekstien tulee ennen kaikkea herättää positiivisia tunteita. Tuotteet saavat mieluusti sisältää myös järjettömiä mutta hauskoja elementtejä ja mystiikkaa, sillä venäläiselle järjettömyys on sallittua ja mystiikka uskottavaa.

Venäläiset ymmärtävät tunteitaan näyttävää paremmin kuin me suomalaiset. Me hämmennymme: miksi ihminen itkee tai tanssii ilosta julkisesti. Nämä asiat tehdään Suomessa yksinäisyydessä tai vain lähimpien läsnä ollessa. Palvelutilanteessa, jossa ei ole yhteistä kieltä, suomalainen asiakaspalvelija pääsee tunteitaan liioittelevasti näyttämällä parempaan lopputulokseen, iloisempaan tunnelmaan ja saa asiakkaan toimimaan oikein tilanteessa, jossa hän

haluaa tehdä väärin. Väärintekijä ei nimittäin välttämättä ymmärrä tekevänsä väärin, ja jos ei ole yhteistä kieltä, asiaa on vaikea selittää. Suuttua voi, mutta se aiheuttaa suuttumusta myös asiakkaassa eikä ole varmaa, että hän lakkaa tekemästä väärin. Suutuksissaan ja ymmärtämättä miksi asiasta ollaan vihaisia, hän voi päinvastoin jatkaa tekemistään entistä päättäväisemmin. Mutta jos asiakaspalvelija esittää surua, itkua, epätoivoa asiakkaan tekemän asian johdosta, tämä heltyy ja lopettaa. Hän ymmärtää, että hänelle ei olla vihaisia, vaan tehdyn asian takia ollaan surullisia, eikä venäläinen halua aiheuttaa tahallista surua toiselle.

### **1.2.6 Taikausko ja mystiikka**

Kun Neuvostoliitto hajosi vuonna 1992, maailman eri uskonnot, uskomukset ja kultit valtasivat maan hetkessä. Tai ehkä ne purskahtivat pinnan alta, jossa olivat odotelleet vuoroaan koko Neuvostoliiton valtakauden. Tuntui, että ihmiset, jotka olivat ikänsä uskoneet kommunismiin, eivät pystyneet jatkamaan elämäänsä ilman uskoa johonkin. Vuoden 1992 jälkeen alkoivat torimummot myydä Jeesuksen *valokuvia* Moskovassa; selvänäkijät ja tietäjät loivat uraa; kirjakauppojen hyllyt alkoivat notkua noituuden oppikirjoista. Tunnen Puna-armeijan upseerin, josta tuli Pelastusarmeijan upseeri ja tiedän KGB:n johtohenkilöitä, joista tuli kirkonpalvelijoita. Ihmisille aiheutettiin onnettomuutta katsomalla pahalla silmällä, kokonaisten sukujen yllä lepäsi kirouksia. Kirkkokin heräsi ja jatkoi toimiaan siitä, mihin oli 80 vuotta sitten jäänyt. Venäjän ortodoksikirkko on kristityistä kirkoista ainoa, jossa ei ole koskaan tapahtunut uskonpuhdistusta – asia, josta Venäjän kirkko on ylpeä: se väittää olevansa ainoa, alkuperäinen ja aito. Olen osallistunut venäläiseen kirkolliseen kasteremoniaan, jossa mm. käännyttiin kirkon ovea kohti, poljettiin kolmesti jalkaa, sylkäistiin kolmesti ja käskettiin kolmesti pirua menemään pois.

Monille venäläisille taikausko on osa elämää. He kauhistuvat enteitä. Niinpä matkailussa heille ei pitäisi niitä antaa. Hyvä asiakaspalvelija ei tervehdi kynnyksen yli vaan antaa asiakkaiden tulla rauhassa sisälle. Hän ei myöskään tervehdi pöydän takaa, vaan tulee sen eteen. Lahjaksi ei koskaan pidä

antaa neuloja eikä saksia, sillä ne leikkaavat hyvän onnen poikki. Käsilaukkua tai olkalaukkua ei pidä koskaan laskea lattialle, sillä silloin perhe menettää rikkautensa. Lompakkoa ei pidä antaa lahjaksi tyhjänä. Syntymättömälle lapselle ei saa hankkia vaatteita eikä tarvikkeita. Pöytää ei missään nimessä pidä pyyhkiä paperilla. Suolaa ei saa ojentaa tarvitsijalle vaan sirotin tulee laskea hänen viereensä pöydälle. Tyhjää viinapulloa ei saa pitää pöydällä, vaan se lasketaan lattialle pöydän jalan viereen. Sisällä viheltäminen saa aikaan köyhtymisen. Matkalle lähtiessä asuntoa ei pidä siivota, vaan se siivotaan vasta palattua. Ennen lähtöä pitää istua hetki hiljaa paikoillaan. Kotiin jäävä heittää lähtijöiden perään kupillisen vettä, jotta matka sujuisi hyvin ja epäonnetta. Jos jokin unohtuu, sitä ei saa palata hakemaan, sillä se tietää huonoa onnea. Jos on kuitenkin pakko palata, tulee ennen uutta lähtöä katsoa peiliin. Sade matkalle lähtiessä tuo onnea. Onnea ei pidä toivottaa, vaan tilanteessa käytetään venäläistä sanontaa 'ne puha, ne pera', johon vastataan 'k tshjortu'. Sanonta on vanhoilta ajoilta vakiintunut, ajoilta jolloin metsästyksen onnistuminen piti perheen ruuassa. Se toivottaa onnenkokelaalle nollatulosta – ei höyhentä eikä sulkaa – johon kokelas vastaa 'painukoon pirun luo!'

Me suomalaiset matkailuihmiset emme siis tervehdi venäläisiä kynnyksen emmekä pöydän yli vaan vääntäydymme tervehtimään heitä oven eteen huoneen sisäpuolella. Jos haluamme antaa lahjaksi puukon, sakset tai neuloja, pyydämme niistä leikkimielisen kopeekan maksuksi (tämä poistaa taian). Lahjaksi annettavaan lompakkoon tai käsilaukkuun pitää sujauttaa seteli tai kolikoita. Tervetullut lahja venäläiselle naiselle on pöytäkoukku, joka sujahattaa helposti pieneenkin laukkuun ja johon laukun voi pöydän ääreen istahtaessaan ripustaa. Raskaana olevan naisen masua on turvallisinta olla huomioida muuten kuin tarjoamalla tulevalle äidille tuolia. Mökeissä pitää ehdottomasti olla pöytärittejä talouspaperin lisäksi, eikä liina ole pahitteeksi hotellihuoneessakaan. Hetken istahtaminen ennen esim. safarille lähtöä takaa hyvän reissun; jos sataa, opas kääntää sen myönteiseksi tokaisemalla, että sade tuo onnea. Ryhmän lähtiessä kokemaan mystistä elämystä, kupillinen vettä perään heitettynä virittää tunnelmaan. Ja tärkeässä tilanteessa, jossa voitto ja menestys olisi toivottavaa, voi suomalainenkin muistella muutaman

sanan venäjää: ne puha, ne pera, mikä lausuttuna kuulostaa 'nie puuha, nie peraa'.

Suomalaisen asiakaspalvelijan näin osoittaessa venäläisyyden tuntemustaan venäläinen luultavasti hymyilee, mutta on tyytyväinen, ottaa asian kohteliaisuutena ja ajattelee: "Eihän sitä koskaan tiedä - eikä siitä varmasti haittaakaan ole..."

### **1.2.7 Lahjat**

Venäläisten mielestä suomalaisten antamat lahjat ovat usein kummallisia. Suomessa voidaan antaa lahjaksi rahaa tai lahjakortti, matka, ilmapallolento, laskuvarjohyppy tai kosmetologilla, kampaajalla tai hierojalla käynti. Venäläisen mielestä tällainen lahja menee liiaksi henkilökohtaisuuksiin. Se tuntuu vihjaavan, että hänellä ei itsellään ole varaa ostaa haluamaansa tai että hänellä on huono kampaaja. (Mustajoki & Protasova, 2002.)

Venäläiset ottavat mielellään vastaan lahjoja ja antavat niitä mielellään. Lahjoilla rakennetaan lämpimämpää suhdetta, mutta ehdottomia ne eivät ole enää liike-elämässäkään, sillä nyky-Venäjällä kaikkea on ja kaikkea saa muutenkin. Hyvä neuvottelu, jossa molemmat osapuolet saavuttavat tavoitteensa, on tarpeeksi palkitseva ilman lahjojakin. Matkailussa lahjoja kannattaisi kuitenkin käyttää entistä enemmän. Pienillä lahjoilla saadaan asiakas hyvälle mielelle ja annetaan hänelle tärkeä muisto. Jo lahjan tai muiston saaminen voi kääntää vaa'an kielen ja asiakas valitsee lahjanantajan tuotteen toistekin.

Koetuista elämyksistä ja ostetuista palveluista olisi hyvä jäädä käteen jotakin konkreettista kuten diplomi (osallistujalle ilmainen) tai valokuva (ostettavissa; vrt. poseeraus Joulupukin kanssa). Tuotteen hintaan kannattaa laskea mukaan pieni matkamuuisto. Yllätysmuisto pitää myös mainita tuotekuvauksessa, sillä se on niitä viimeisiä silauksia, jotka vaikuttavat asiakkaan päätöksentekoon. Retkillä ja safareilla ennen matkaan lähtöä jaettavat lippikset, rintamerkit tai käsivarsinauhat yhdistävät ryhmää henkisesti ja edistävät iloista

tunnelmaa, saavat aikaan me-henkeä, mikä puolestaan edesauttaa matkan onnistumista ja asiakkaiden tyytyväisyyttä.

Venäläisille lahjoiksi sopivat kaikki pienet matkamuistot. Lisäksi sopivat suklaakonvehdit, mutta ei minttutäyte eikä -kuori eikä salmiakki tai lakritsi. Kukat ovat aina hyviä lahjoja naisille, mutta ne täytyy purkaa kääreestä ennen ojentamista. Mökkeihin tervetuliaislahjaksi sopii esimerkiksi kahvipaketti tai emännän leipoma pulla tai rieska. Venäläinen pyrkii mahdollisuuksien mukaan antamaan vastalahjan, joten jos asiakaspalvelija sellaisen saa, hänen täytyy ottaa se vastaan hymyillen ja kiitellen. Jos lahja on paketissa, se pitää avata antajan ollessa läsnä ja ihastus sisältöön tulee näyttää ilmein ja sanoin.

### **1.2.8 Vieraanvaraisuus**

Kun venäläinen tulee Suomeen, hän ei ajattele olevansa turisti, hän ajattelee olevansa suomalaisten vieraana.

Eräs venäläinen nainen kertoi, miten hän oli pienen suomalaisen paikkakunnan linja-autoasemalla tutustunut suomalaiseen naiseen ja tämä oli kutsunut hänet vierailulle kotiinsa. Suomalainen oli laittanut kahvia, pullaa ja marjapiirakkaa sekä avannut suklaakonvehtirasian pöytään. "Kuinka surkeat antiimet!" venäläinen huudahti kuvatessaan kahvipöytää myöhemmin ystävilleen ja pyöritti silmiään suomalaisnaisen epävieraanvaraisuudelle.

Luokseni saapui venäläisiä tuttaviani. He tulivat illalla ja heidän oli määrä jäädä yöksi. Olin valmistanut kaksi suurta pellillistä muhevaa pizzaa ja ison kullhollisen hedelmäsalaattia. Syötyämme huomasin erään tuttavani itkevän. Ihmettelin, mikä hätänä. "Minulla on nälkä", nainen nyyhkytti. Katsoin ihmeissäni muihin venäläisiin ja kysyin, oliko heilläkin nälkä. He vastasivat myöntävästi. Menin pakastimelleni ja kaivoin esiin kaikkea sieltä löytyvää syötäväksi kelpaavaa, lämmitin ne ja keitin lisäksi perunoita. Vieraani söivät myöhään yöhön.

Kun venäläiset kestitsevät vieraita, he tekevät sen perinpohjaisesti. Pöytää jatketaan, mikäli mahdollista, ja se peitetään puhtaalla liinalla, täytetään sa-laateilla, eri ruokalajeilla, hedelmillä, leivällä ja juomilla. Vieraiden eteen lai-tetaan kaikkea, mitä talosta löytyy, eikä missään pihistellä. Ruokaa on paljon. Kestitystä varten ostetaan parhaat ruoka-aineet ja juomat, vaikkei isäntävällä edes olisi niihin varaa. Emäntä täyttää ruokailijoiden lautaset ja tuo lisää ruo-kalajeja keittiöstä sitä mukaa kun pöydässä olevat hupenevat. Isäntä puoles-taan pitää huolen siitä, että lasit eivät pääse tyhjenemään. Vierasta kunnioite-taan ja arvostetaan, ja isäntäväki tekee kaikkensa hänen viihdyttämisekseen. Vierailun aikana kerrotaan juttuja, muistellaan menneitä, keskustellaan hen-keviä ja mahdollisesti myös lauletaan ja tanssitaan. Vieraat tuovat usein mu-kanaan juomaa tai kukkia, hedelmiä ja suklaata. Kukkia tulee ehdottomasti olla pariton määrä, sillä parillinen tarkoittaa hautajaisia. Kukat ojennetaan emännälle ilman käärepaperia ja pullo annetaan huomiota herättämättä isän-nälle pöytään pantavaksi. Vaikka vieraat tulisivat ilmoittamatta ja keskellä yötä, heidät otetaan vastaan eikä heidän aiheuttamansa vaivan tai harmistuk-sen saa antaa näkyä. Kiireisen elämänmenon vuoksi venäläisetkin arvostavat sitä, että vierailuista sovitaan etukäteen. Vain todelliset ystävät ovat tervetul-leita aina ja missä tahansa tilanteessa.

Viedessään seurueensa ravintolaan isäntä haluaa kaiken olevan herkullista ja kaikkea olevan runsaasti. Ruokaa pitää jäädä yli. Jos kaikki tarjottava tulee syödyksi, juhla on ollut epäonnistunut. Tarjoomusten pitäisi myös näyttää komealta ja pöydän upealta. Orkesterille maksetaan tiettyjen kappaleiden soittamisesta ja niiden omistamisesta milloin päivänsankarille itselleen, mil-loin erityisen tärkeälle tai kauniille vieraalle. Maljoja nostetaan ja maljapuheita pidetään. Naisille tilataan ruusuja ja ruokalajien välissä käydään pyörähte-lemässä tanssilattialla. Illan isäntä maksaa kaiken. On hänen etuoikeutensa päästä näyttämään vaurautta ja vieraanvaraisuutta. Kenenkään ei pidä laskea kuluja, kieltäytyä tarjoamisista tai kauhistella illan hintaa saati miettiä suoma-laiseen tapaan sitä, miten paljon ruokaa menee hukkaan.



Kun venäläisiä pyydetään arvioimaan, mikä vaikuttaa matkailutuotteen laatuun, ensimmäisenä listalla ovat ihmiset: heidän iloisuutensa, hyväntuulisuutensa ja vieraanvaraisuutensa.

### **1.2.9 Juominen**

Venäläinen keskiluokka, johon suurin osa matkailijoista kuuluu, ei juo päihdykseen. Votkaan ja maljoihin liittyy todella paljon perinteitä, symboliikkaa ja arvostusta. Juominen on rituaali. Kaikissa juhlissa ja ystävien kokoontumisissa juodaan. Kaikki uusi, oli se pesukone, televisio tai työpaikka, toivotaan tervetulleeksi votkaryypillä, jonka pieninkään tarkoitus ei ole johtaa humalaan eikä edes ryyppäämiseen. Haudoilla nostetaan hiljainen malja edesmenneiden muistolle. Lauren (2009) kutsuu tapaa osuvasti sakraaliksi. Venäläiset itse eivät ole tätä pyhyttä tiedostaneet, vaan hämmästyvät väitteestä mutta eivät pidä sitä vääränä.

Juomiseen kuuluu maljojen nostaminen. Ensimmäinen malja kuuluu isännän nostaa ja se juodaan vieraille. Seuraavan maljan saa pitää kuka tahansa vierasta, tosin se, joka pitää itseään tärkeimpänä, pyrkii vastaamaan isännän maljaan ensimmäisenä. Yleensä aina juodaan maljat mm. emännälle, naisille yleensä sekä niille, "joita ei ole" tai "jotka ovat merellä". Jälkimmäisellä maljalla muistetaan siis edesmenneitä mutta myös niitä, jotka ovat kaukana eivätkä siksi voi olla mukana juhlassa. Naisten maljan miehet juovat seisten. Muuten maljojen aiheet ovat vapaat. Maljapuheet ovat usein huumorilla höystettyjä, mutta tarpeen vaatiessa niissä voidaan myös antaa tunnustusta ja kiittää toista osapuolta. Maljapuheiden pitäminen on taitolaji, jota pidetään Venäjällä suuressa arvossa. Vieraiden ollessa lähdössä juodaan vielä viimeinen malja, 'na pososhok', hyvälle kotimatkalle.

Kaikkia maljoja ei ole tarpeen juoda pohjaan asti, vain ensimmäinen sekä naisten malja (miehet juovat). Muita maljoja voi vain käyttää huulilla. Isännän pitää kuitenkin joka maljan jälkeen "uudistaa" juomat kaatamalla tyhjä lasi täyteen tai lisäämällä pari tippaa täyteen lasiin. Toisin sanoen, mitä

enemmän juot, sitä enemmän joudut juomaan, sillä lasisi on aina täysi. Jos vain käytät huulilla, votkamääräsi kasvaa vain muutaman tipan per maljojen kohotus. Lasia ei ole tarpeen tyhjentää myöskään ennen pöydästä lähtemistä.

Venäläinen keskiluokka ei koskaan juo ilman runsasta määrää ruokaa. Suomalainen tapa on mennä ravintolaan, syödä ensin nopeasti ruoka ja nälkä pois ja sen jälkeen alkaa juoda paukkuja. Ennen pitkää suomalainen on kunnon humalassa. Venäläinen syö runsaasti aterian aluksi, mutta venyttää pääruokaa koko illan ajalle, sillä jokaisen maljan jälkeen syödään pala tai kaksi. Näin venäläinen tulee nousuhumalaan ja hyvälle tuulelle, mutta ei niin humalaan, että menettäisi kontrollin. Venäläisten kanssa juhliminen on hauskaa, sillä kaikki osaavat käyttäytyä.

Tärkeissä tilaisuuksissa kuten häissä on tapana käyttää seremoniamestaria, joka puhuu itse mutta myös jakaa puheenvuorot vieraille. Seremoniamestari on usein juhlakalujen hyvä ystävä ja hänen paikkansa juhlapöydässä on heidän lähellään. Hän johtaa juhlan kulkua. Mikäli paikalla on seremoniamestari, on syytä odottaa, että hän kutsuu pitämään onnittelupuhetta ja ojentamaan lahjan.

Venäjän työväenluokan juomatavat ovat hurjemmat ja perjantaipullo tavantomainen asia. Työväenluokkaan kuuluvat eivät kuitenkaan matkustele paljon ulkomailla. Asia voi toki muuttua, jos viisumivapaus koittaa, sillä mm. Suomeen on mahdollista saapua hyvinkin pienellä budjetilla.

### **1.2.10 Sauna**

Kysyttäessä venäläisiltä, mitä he odottavat Suomen-lomaltaan, yksi vastauksista on ehdottomasti sauna. Venäläisten käsitys suomalaisesta saunasta on usein väärä. Yleisin käsitys on, että suomalainen sauna on kuiva ja hyvin kuuma. Saunamittari kipuaa yli sataan asteeseen eikä löylyä heitetä. Joidenkin mielestä suomalaiseen saunaan kuuluu seinästä tuleva sakea höyry, jonka läpi hädin tuskin näkee. Usein olen kuullut väitettävän myös, että suomalai-

nessa saunassa lauteilla makoilun jälkeen ei käydä suihkussa. Toisin sanoen venäläiset, jotka eivät ole käyneet suomalaisessa saunassa, eivät välttämättä tiedä, millainen se on.

Periaatteessa venäläinen 'banja' on hyvin samanlainen kuin sauna. Venäläiset kuitenkin nauttivat saunasta aivan eri tavalla kuin suomalaiset. Venäläisillä ei yleensä ole omaa saunaa, vaan he käyvät yleisissä saunoissa tai yksityisten, esim. hotellien saunoissa. Monilla työpaikoilla kuten kaupungeilla, pankeilla ja suuryrityksillä on omat edustussaunansa, jonne ulkopuoliset eivät pääse. Hotelleista ja yleisistä saunoista voi varata erillisen saunahuoneiston, jonka taso ja hinta vaihtelevat vaatimattomasta ylelliseen. Saunahuoneisto varataan vähintään kolmeksi tunniksi ja sinne menoa varten kerätään kaveriporukka.

Saunahuoneisto koostuu tilavasta pukuhuoneesta, jossa on useita lavereita tai muita makuusijoja; teehuoneesta, jossa on pöydät, tuolit tai penkit, vedenkeitin ja astioita; löylyhuoneesta, joka on yleensä todella kuuma ja pesuhuoneesta, jossa on suihkut, vadit ja uima-allas. Lisäksi huoneistossa on oma vessa.

Saunaan mennään joko nais- tai miesporukassa, harvemmin perheenä. Jos porukassa on sekä miehiä että naisia, tarkoitus on harrastaa saunomisen lisäksi seksiä. Tätä varten on luksussaunoissa pari erillistä laverihuonetta, joiden oven saa kiinni tai ainakin verhon eteen. Saunassa kierretään huoneesta toiseen: käydään löylyssä, levätään lavereilla, keitetään teetä, syödään salaattia, hedelmiä, voileipiä, hilloa tms. "kevyttä", jutellaan, levätään lavereilla, käydään löylyssä. Naisporukat kokeilevat kaurapuuronaamioita, juovat teetä ja syövät piirakoita, lepäävät lavereilla, hoitavat kynsiä, käyvät löylyssä jne. Näin vietetään useita tunteja ja kaikilla on mukavaa. Saunassa levätään ja unohtetaan arki. Miehet juovat saunassa usein votkaa, naiset yleensä eivät. Miehillä sauna on myös sosiaalisten suhteiden lujittamispaikka, sillä saunan voi ystäväpiirilleen tarjota vaikkapa kaupungin virkamies, joka saa käyttää kaupungin luksussaunaa ilmaiseksi. Seurustelu on hauskaa, mutta huonokuntoiselle myös rasittava velvollisuus, sillä viina ja kuumuus ei ole terveell-

linen yhdistelmä. Sen tietävät myös venäläiset, mutta seurapiiriin pääsyt pitää asemastaan kiinni terveytensäkin uhalla.

Venäläiset ovat ylpeitä saunastaan. Osa käy saunassa säännöllisesti, esim. joka lauantai. Usein sauna viekin sitten koko päivän, joten muuta ohjelmaa samalle päivälle ei voi suunnitella. Osa tilaa saunan ex tempore silloin kuin mieli tekee. Suuri osa venäläisistä ja muista Venäjän kansallisuuksista käy saunassa, myös lämpimillä alueilla.

Saunan löylystä ollaan kahta mieltä: toisista se on barbaarista, toisista se kuuluu asiaan. On olemassa venäläisiä saunoja, joissa kielletään löylyn heitto. Lauteilla ollaan vanha villamyssy päässä tukkaa ja päätä suojaamassa, fiksuimmat käyttävät varta vasten valmistettua saunahuopahattua. Omalla porukalla ollessa muuta vaatetta ei tarvita, mutta yleisessä saunassa kietoudutaan lakanaan. Laudeliinaa käytetään, ja se on ehdottomasti iso paksu lakana, ei pefletti. Venäläisissä on edelleen taitavia löylyttäjiä. Yleensä vain löylyttäjät käyttävät vastoja. Löylytettävä makoilee sata-asteisen saunan ylälauteella ja löylyttäjä ripsottelee, sivelee ja hakkaa vastallaan tarkassa järjestyksessä ja vuorotellen löylyn kanssa. Monien mielestä paras sauna on lehmuspuusta rakennettu. Se on myös terveellisin. Saunalla katsotaan olevan terveyttä edistäviä ja jopa parantavia vaikutuksia. Saunan ei kuitenkaan katsota sopivan raskaana oleville naisille eikä pienille lapsille.

Esimerkki siitä, millainen voisi olla venäläisille suunnattu saunatuote

- Suomalaisessa luontoympäristössä hyvä, tilava sauna, jossa on sekä köllöttelymahdollisuus että teenkeitin, astioita ja vaikkapa pirttikalusto.
- Venäläiset saisivat valita itse sisällön saunakansiosta: saunalla perushinta (vastat kuuluvat hintaan); valittavissa erilaisia ruokia ja juomia teestä samppanjaan; menussa myös valittavana paikallisia hilloja, hunajaa ja kalasäilykkeitä; saunan perushintaan kuuluvat paperipefletit ja pyyhkeet, mutta ostettavissa kauniit (venäläisin silmin kauniit) käsintehdyt huopahatut ja laudeliinat, jopa ylelliset kylpytakit ja -tossut; valittavissa erilaisia turve- ja muita naamioita, hoitoja ja hierontaa;
- kalliimmassa perussaunassa voisi olla turve- ym. ilmaisnäytteitä kokeiltavaksi;
- löylyttäjä tilattavissa – löylytyksestä täytyy kehittää seremonia loitsuineen ja tarinoineen.

- ei unohdeta kukkia. Niitäkin pitää olla porukan naisille tilattavissa;
- saunan vuokra-ajan on oltava tarpeeksi pitkä, useita tunteja (tunti – kuten Suomessa on tapana – ei riitä).

Asiakaskohderyhmä: kaveriporukat, usean ystäväperheen muodostamat ryhmät, incentive-ryhmät

Ideana on, että venäläinen voi etukäteen valita ja tilata kukkarolleen sopivan saunatuotteen. Rikkaat laittavat mielellään rahaa hemmotteluun ja venäläiset isännät ovat hyvin anteliaita vierailleen ja naisilleen, sillä se kuuluu kulttuuriin. Tilattu tuote toimitetaan ajoissa saunalle ja venäläiset jätetään nauttimaan elämästään rauhassa. Eli ei saunan omistajaa nurkan taakse kurkkimaan.

### **1.2.11 Pieniä kulttuurieroja**

Venäläinen jonotussysteemi aiheuttaa usein harmaita hiuksia muunmaalaisille matkailijoille. Jono Joulupukille ei näytä kovin pitkältä ja englantilaisturistit asettuvat siihen. Kun Kammarin ovi alkaa hämmöttää, jostakin tulvahtaa paikalle viisikymmentä venäläistä, ja kaikki asettuvat englantilaisten eteen. Englantilaiset ovat raivoissaan. Venäläiset puolestaan ovat jonottaneet aivan totutun käytäntönsä mukaan: jonoon jätetään yksi seurueen jäsen, joka odottaa ja varaa paikkaa kaikille muille, jotka puolestaan käyttävät aikaa hyödyllisesti muihin asioihin. Venäjällä näin jonotetaan aina. Välttämätöntä ei ole edes jättää yhtä ihmistä jonoon, kunhan varaa paikan jonossa edellisen taakse. Tästä johtuen venäläinen kysyy jonoon liittyessään, kuka on viimeinen, ja saatuaan tiedon voi ilmoittaa olevansa seuraava tämän takana ja lähteä pois. Kun jonoon liittyvä seuraava henkilö kysyy, kuka on viimeinen, hänelle kerrotaan, että 'tuo ja hänen jälkeensä vielä yksi'. Sama jonotussysteemi tuntuu olevan venäläisten käytössä myös mm. Savonlinnan Prismassa, eivätkä suomalaiset kassalle jonottajat yleensä asiasta ilahdu.

Venäläisetkään eivät pidä jonottamisesta, eivät varsinkaan lomalla. Usein lomalaistenkin täytyy silti jonottaa: rajalla, lentokentän terminaalissa, odotus hotellin aulassa kunnes huoneisiin pääsee. Odotus saa matkailijat pahalle tuulelle. Tutkimusten mukaan ne, joilla on huonoja kokemuksia matkan alussa, ovat tyytymättöimpiä myöhemminkin, ja kiinnittävät tavallista enemmän huomiota puutteisiin järjestelyissä sekä muuhun näkemäänsä kieltei-

seen. Siksi matkanjärjestäjän tulisi huomioida odotuskohdat ja järjestää niiden ajaksi jotakin tekemistä. Vähintäänkin lapsille tulisi jakaa puuhakirjoja tai muuta, mikä saa heidät viihtymään myös odottaessaan.

Puhuessaan venäläinen tulee lähemmäksi kuin suomalainen, ja koskettaminen on hänelle normaalia. Asiakaspalvelijan ei pidä astua kauemmaksi venäläisen lähestyessä, sillä se tulkitaan alitajuisesti vastenmielisyyden osoitukseksi. Venäläinen käyttää viestinnässään enemmän ilmeitä ja eleitä kuin suomalainen, ja häntä hämmentää suomalaisen liikkumattomat kasvot. Hän kokee vaikeuksia ymmärtää, mitä suomalainen asiasta ajattelee tai tuntee. Siksi asiakaspalvelijan kannattaa pyrkiä tavallista painokkaampiin ilmeisiin. Yleensäkin venäläinen arvostaa ryhdikkyyttä; tuolissa ei puolimakailta, jalkoja ei nosteta toisen päälle eikä venytetä suoraksi. Jalkoja eikä varsinkaan kenkiä saa missään tapauksessa nostaa pöydälle.

Venäläiset eivät miellä Suomea eurooppalaiseksi maaksi vaan Pohjolaan tai Skandinaviaan kuuluvaksi. Heidän mielestään Pohjoista ovat Liettua, Latvia, Viro, Tanska, Suomi, Ruotsi ja Norja. Venäläiset eivät aina tiedä myöskään sitä, että Suomen luterilainen kirkko on kristitty kirkko.

### **1.3 Stereotyyppiöistä**

Stereotyyppiät ovat luonnollinen mutta usein toimintaa hankaloittava asia, joka on yhteinen kaikille kansoille: meillä suomalaisilla on stereotyyppiöitä venäläisistä ja venäläisillä on stereotyyppiöitä suomalaisista. Jos tarkoituksemme on toimia ja menestyä toistemme parissa, esim. matkailun alalla, on tärkeää tunnistaa omat ja tietää toisten stereotyyppiät. Kun omat stereotyyppiämme ovat tiedossa, voimme käsitellä niitä järjellä ja toimia muutenkin kuin tunteeeseen perustuen. Kun taas tiedämme venäläisen asiakkaamme mahdolliset stereotyyppiät meistä, voimme valita haluammeko vahvistaa niitä vai pyrkiä niitä muuttamaan.

Stereotypia on laajalle kansanryhmälle yhteinen käsitys jostakin toisesta laajasta kansanryhmästä. Usein stereotypiat perustuvat ennakkoluuloille ja huhupuheille. Stereotypian avulla kansa pyrkii suojelemaan itseään tuntemattomalta, jota ei ymmärretä ja siksi pelätään. Valitettavasti tällainen asenne estää todellista tietoa ja ymmärrystä ja voi johtaa jopa sotiin. Stereotypia on tyypillisesti kielteinen, mutta voi olla myös myönteinen.

Ns. henkilökohtainen stereotypia on kansallista stereotypiaa luotettavampi, jopa hyödyllinen työkalu kulttuurien välisessä kanssakäymisessä. Henkilökohtainen stereotypia syntyy tiedon, kokemuksen ja ajan myötä: ihminen, joka on pitkään toiminut jotain toista kansallisuutta edustavien henkilöiden keskuudessa, muodostaa oman käsityksensä siitä, millaisia he ovat ja miten heidän kanssaan tulee toimia. Tämän prosessin aikana hän tavallisesti hylkää yleiset stereotypiat ja rakentaa tilalle omiaan, tarkempia, mutta ymmärtää samalla, että yhtään kansaa ei voi tyhjentävästi stereotypioilla luokitella. Henkilökohtainenkaan stereotypia ei siis koskaan ole ainoa oikea toisen kansan luonnehdinta, vaan vain yksi monista. Se kuitenkin auttaa tekemään oikeita päätöksiä ja toimimaan oikein toisen kansan keskuudessa.

### **1.3.1 Venäläisten stereotypioita suomalaisista**

Kun suomalaista pyytää kertomaan, millaisina Suomessa venäläisiä yleensä pidetään, kertyy pitkä lista stereotypioita. Mutta harvemmin tiedämme, mitä venäläiset sanovat, kun heitä pyydetään kertomaan, millaisina Venäjällä pidetään suomalaisia. Ilahduttavaa kyllä, venäläisillä on suomalaisista myös myönteisiä stereotypioita, ei pelkästään kielteisiä.

Venäläiset kunnioittavat suomalaisten rehellisyyttä, joskin pitävät sitä usein myös naiiviutena. Suomalaisia pidetään luotettavina, ainakin luotettavampina kuin venäläisiä tai useimpia muita kansoja. Venäläiset arvostavat suomalaisten tapaa pitää huolta maastaan: talot, tiet ja ympäristö ovat heidän mielestään hyväkuntoisia ja siistejä. Kunnioituksesta tätä asiaa kohtaan myös venäläinen usein Suomessa ollessaan pitää yllä siisteyttä ja järjestystä aivan

eri tavalla kuin kotonaan Venäjällä. Venäläiset ovat tottuneet ajattelemaan suomalaisia nuorempana veljeskansana, ystävinä. He ajattelevat usein, että Suomi on kulttuuriltaan samankaltainen maa kuin Venäjä eli täällä on ensikertalaisenkin länteen matkustavan helppo pärjätä. He uskovat, että Suomen ja Venäjän juomakulttuuri on samanlainen, samoin suomalainen ja venäläinen musiikkimaku ja huumorintaju.

Venäläiset uskovat, että Suomessa on hyvä palvelu jo lähtökohtaisesti, onhan hintataso korkea. (Toisaalta Venäjän mediassa väitetään usein, että länsimaisissa venäläisiltä pyydetään korkeampaa hintaa kuin muilta.) Suomessa ravintolaruokailu ei yksinkertaisesti voi aiheuttaa ruokamyrkytystä. Suomessa työ tehdään taiten ja rehellisesti, joten suomalainen tuote on parempi kuin vastaava venäläinen. Suomessa tehty astianpesuaine kestää kaksi kertaa kauemmin kuin Venäjällä tehty samanmerkkinen. Suomalaisessa suklaassa kakaota ei ole korvattu soijalla. Maito happanee vanhaksi kunnan piimäksi eikä vain muutu pahanmakuiseksi massaksi. Suomalaisten tuotteiden raaka-aineiden laatuun voi luottaa.

Venäläiset uskovat, että Suomi on oikeudenmukainen maa: täällä rikas maksaa enemmän veroja kuin köyhä, rikas saa isommat liikennesakot. Venäjällä kerrotaan tapauksesta, jossa ison suomalaisen yrityksen johtaja maksoi 170 000 euron ylinopeussakon. Jos poliisi pysäyttää venäläisen autoilijan tiellä, tämä voi luottaa siihen, että asia hoituu oikeudenmukaisesti ja nopeasti ja matkailija pääsee hetimiten jatkamaan matkaansa. Kuulemma Suomen poliisi aikoinaan sakotti Aleksanteri III:kin luvattomasta kalastuksesta. Suomessa on helpompi ansaita työtä tekemällä kuin varastamalla. Suomalainen ei orjaile.

Suomalainen on juro, hiljainen, itsepäinen ja hidas. Venäläisen vitsin mukaan siinä, missä muut ihmiset koostuvat 95-prosenttisesti nesteestä, suomalainen koostuu jarrunesteestä. Suomalainen on tyhmä, älyllisesti rajallinen – siitä todistaa myös hitaus. Suomalainen on taipuvainen juopotteluun ja väkivaltaan. Suomalainen on myös pitkävihainen, kostonhaluinen ja julma. Suomen kieli on primitiivinen ja köyhä.



### 1.3.2 Me ja he - lyhyesti

Arto Mustajoki ja Jekaterina Protasova (2002) ovat ansiokkaasti tutkineet suomalaisten ja venäläisten käsityksiä itsestään ja toisistaan. Seuraavassa muutamia näissä tutkimuksissa esille tulleita eroja suomalaisten ja venäläisten välillä:

- Työtehtävän tekeminen
  - Venäläisille on tärkeää, että tavoite ja tehtävänanto ovat selkeät. He eivät kiinnitä huomiota niinkään konkreettiin tekemisjärjestykseen tai tekotapaan eivätkä ohjeisiin, sillä kaikki tietävät, että kukaan ei niitä lue. Kun tehtävä on annettu, ei mietitä, miten se tehdään vaan jokainen tekee oman osuutensa.
  - Suomalaiset jakavat tehtävän teon roolit, suunnittelevat tehtävän tekoon käytettävän ajan, välietapit ja -tavoitteet. Suomalaisia häiritsee ajatus, että joku voi jättää osuutensa tekemättä, jolloin koko tehtävä epäonnistuu.
- Työskentely
  - Venäläisille on tärkeää tehdä työtä yhdessä, jakaa ajatuksiaan, tietojaan ja tuntojaan työn tiimoilta sekä juhlia yhdessä työn tulosta. Tuloksen saavuttamisessa yksin ei ole mitään mieltä. Ryhmätyössä vastuu siitä, että työ tulee tehdyksi, säilytetään yhdelle.
  - Suomalaisten mielestä työtä voi hyvin tehdä myös yksin. Ryhmätyössä heille on tärkeää, että kaikilla on sananvapaus ja oikeus saada äänensä kuuluviin.
- Juhliminen
  - Venäläisille juhlat ovat työn huipennus. Juhlat ovat iloinen ja hauska tapahtuma ja juhlan tunne on tärkeämpi kuin juhlakoristeet.
  - Suomalaisilta juhlat vaativat valmistelua ja koristelua. Itse juhlaa vieteään rauhallisesti ja ilman stressiä, jotta töiden jatkaminen myöhemmin ei olisi hankalaa.

Mielenkiintoista on myös se, että kun asiat menevät huonosti, suomalaiset syyttävät itseään, venäläiset muita. Suomalaiset pitävät itseään realisteina, venäläiset pitävät heitä pessimisteinä. Vieraanvaraisuudesta venäläiset kertovat, että venäläiset ovat ystävällisiä ja tutustuvat helposti. Heistä on mukava kestitä vieraita ja käydä itse kylässä. Venäläiset rakastavat vieraita. He ottavat heidät hyvin iloisesti vastaan, pöytä notkuen, sielu avoimena. He syöttävät vieraat ähkyksi. Vieraille tarjotaan kaikkea, mitä jääkaapissa on. Isäntä laittaa kaiken huomionsa vieraiden viihtymiseen. Vierasta kunnioitetaan ja arvostetaan ja vieraisille saa tulla ilmoittamatta mihin vuorokauden aikaan hyvänsä. Kaikki vieraat eivät tästä ylenpalttisesta hyvänä pidosta huolimatta ole ystäviä. Venäläisellä on vähän oikeita, todellisia ystäviä mutta enemmän laskelmoituja ystävyysuhteita, joista hän odottaa saavansa jotakin – molemminpuolista – hyötyä. (Mustakoki & Protasova 2002.)

Matkailussa on huomattavaa, että tullessaan Suomeen turistinakin venäläinen ajattelee olevansa suomalaisten vieraana, mikä saa aikaan tiettyjä ennako-odotuksia siitä, miten suomalaisten tulee käyttäytyä mutta myös siitä, miten venäläisen – vieraan – tulee käyttäytyä.

## **2 ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN VENÄLÄISITTÄIN**

### **2.1 Venäläiset asiakkaina**

Venäläiset ovat avoimia ja uteliaita. He tulevat lomalle tarkoituksenaan unohtaa arki ja nauttia elämästä. Lomalla tehdään asioita spontaanisti ja mitä kulloinkin mieli tekee. Venäläiset eivät suunnittele lomiaan etukäteen vaan he katselevat ympärilleen lomakohteessa, tulkitsevat näkevänsä, mitä palveluita on tarjolla ja päättävät palveluiden ostamisesta siinä ja silloin. Tärkein tyytymättömyyden lähde Suomessa on tiedon saamisen vaikeus. Siksi olisikin ensisijaisen tärkeää, että tieto kaikesta, mitä venäläisille matkailijoille paikkakunnalla halutaan tarjota, olisi nähtävillä ja saatavilla lähellä majoituspaikkaa. Sesonkiaikoina ohjelmapalveluyrittäjät voisivat rakentaa yhteisen info-

pisteen esimerkiksi hotellin aulaan ja palkata osaavan venäjänkielentaitoisen palveluhenkilön.

Suurin osa venäläisistä varaa etukäteen majoituksen ja mahdolliset lentoliput, mutta tämäkin varaus tehdään hyvin lyhyellä aikavälillä ennen matkaa. Noin puolet venäläisistä matkailijoista tekee varauksen 1 – 2 viikkoa ennen matkaa, eivätkä täysin spontaanitkaan matkapäätökset ole harvinaisia. Esimerkiksi Pietarissa juhlitut syntymäpäivät ovat voineet jatkua seuraavana päivänä Suomessa kun on todettu, että kaikilla juhlijoilla on voimassa oleva viisumi. Venäläiset suunnittelevat harvoin sen enempää elämäänsä, työtään kuin lomaansaakaan etukäteen. Miksi tänään pitäisi päättää huomista, huomenna voi olla vaikka kuollut? Sen sijaan venäläiset ovat joustavia ja taitavia tarrautumaan tilaisuuteen. Toki venäläisetkin tietäessään lähtevänsä lomalle etsivät vaihtoehtoja netistä. Usein elämä on kuitenkin niin hektistä, ettei venäläisellä itselläänkään ole tarkkaa tietoa siitä, milloin on lomaa, onko yleensä lomaa tai onko rahaa lähteä lomalle. Jos lopulta osoittautuu, että lomaa on ja rahaakin on, silloin lähdetään. Kolmannes Suomeen lomalle tulevista venäläisistä ei ole etsinyt kohteestaan mitään tarkempia tietoja etukäteen.

Venäläiset tekevät päätökset kollektiivisesti, joten siihen menee aikaa. Päätös syntyy usein kovaäänisesti ja argumentoidenkin. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että seurue riitelisi. Kun päätös vihdoinkin on saatu aikaan, ryhmä jatkaa lomaansa yhtä aurinkoisena kuin ennenkin. Venäläisillä on erinomainen huumorintaju ja he ovat taitavia nauramaan itselleen ja omalle maalleen. Huumori on siis myös hyvin tärkeä väline venäläisen palvelemisessa: huumorilla voi huolelta höystää niin kanssakäymistä kuin ohjelmaakin, mikäli kielitaitoa riittää. Tilanteessa, jossa palvelu epäonnistuu, on tilannehumori korvaamaton apu. Kaikista aiheista ei kuitenkaan pidä vitsailla – venäläiset itse eivät kerro esimerkiksi seksivitsejä kuin kaveriporukassa.

Usein kuulee sanottavan, että venäläiset eivät tingi. Tämä ei ole totta. Itse asiassa tinkiminen on venäläisille täysin luonnollista. Tinkiminen on kuitenkin tilannesidonnaista; venäläinen ei ehkä tunne oloaan varmaksi, koska käyttää

vierasta kieltä. Tinkiminen riippuu myös seurasta: jos hän on vieraan tai vieraiden isäntä ja kestitsijä, hän haluaa tehdä vieraanvaraisen ja avokätisen vaikutuksen eikä silloin katso hintaa saati tingi siitä. Venäläinen on kuitenkin hyvin tarkka tuotteen ja palvelun hinta-laatu -suhteesta, eikä hän osta, jos hän pitää tuotetta liian kalliina. Usein venäläinen myös arkailee kysyä palvelun hintaa, sillä hän ei tunne oloaan mukavaksi tilanteessa, jossa hänen täytyy ilmoittaa, ettei osta tuotetta. Siksi on ensiarvoisen tärkeää laittaa tuotteiden hinnat hyvin näkyville. Hinta ei välttämättä ole liian korkea, mutta tuote jää myymättä siksi, että hintaa ei kehdeta kysyä. Tavaraa ostaessaan venäläinen tutkii sen tarkkaan mahdollisten valmistusvikojen varalta. Palvelusta hän puolestaan kiittelee mielellään ja monisanaisesti, mikäli oli siihen tyytyväinen. Venäläinen myös suuttuu helposti ja näyttää sen, mutta tilanne on täysin korjattavissa alennuksin tai tarjoamalla asiakkaalle ruokaa tai juomaa.

Venäläinen asiakas on huomioitava, eikä vain asiakasryhmän päätoimijaa, vaan kaikki ryhmän jäsenet. Tämän asiakaspalvelija voi tehdä jo pelkällä katsekontaktilla ja hymyllä. Naiset pitää huomioida erityisellä kunnioituksella, esim. kohteliaalla nyökkäyksellä ja hymyllä. Yleensä sekä naiset että seurueen miehet ovat imarreltuja naisen saamasta huomiosta. Tuotetta tai palvelua myydessä pitää puhua jokaiselle ryhmän jäsenelle, ei keskittyä maksajaan. Palvelun, esimerkiksi retken tai safarin, toteutuksessa oppaan täytyy pitää huomaamattomasti huolta seurueen naisista, auttaa heidät laitteisiin tai autoihin ja niistä pois, tarkistaa, että he ovat sijoittuneet mukavasti, tarjota ylimääräistä lampaannahkaa pyllyn alle jne. Myös lapsille kannattaa antaa ylimääräistä huomiota, kuunnella heitä, kysellä, hymyillä ja antaa pieniä lahjoja. Eräs venäläisiä palvellut opas kertoi tilanteesta, jossa hän joutui auttamaan venäläismiehelle saappaat jalkaan. Sellainenkin on siis mahdollista, mutta yleensä miehet tarvitsevat vähemmän erityishuomiota kuin muut.

Venäläisille tarjottavaan tuotteeseen kannattaa aina lisätä jotakin kaupanpäällistä ja siitä pitää kertoa jo ostopäätösvaiheessa. Venäläisten matkatoimistojen kokemusten mukaan kahta samantasoista ja -kaltaista tuotetta vertaillessa ostopäätös tehdään sen perusteella, kumman hintaan sisältyy enemmän. Jos

hotelli lupaa ilmaisen viinipullon asiakkaiden saapuessa, se riittää kääntämään vaa'an kielen hotellin hyväksi ja asiakkaan valitsemaan juuri sen. Venäläiset myös pitävät kaikenlaisista pienistä lahjoista ja muistoista, joita kannattakin sisällyttää jokaiseen ohjelmapalveluun ja muihin sopiviin tuotteisiin.

Venäläiset pyrkivät varaamaan lomamatkaa varten reilusti rahaa. Lomalla ei haluta venyttää penniä eikä ajatella arjen ongelmia, vaan mielihaluja toteutetaan spontaanisti ja kuluihin liikaa tuijottamatta. On tärkeää kokea mahdollisimman paljon uutta, erilaista ja kiinnostavaa, on tärkeää saada kotiin viemiseksi uusia vaatteita, matkamuittoja ja tultaisiä ystäville ja sukulaisille. On tärkeää pystyä unohtamaan arkinen elämä. Venäläisen matkabudjetti on yleensä isompi ja hän on suunnitellut käyttävänsä enemmän rahaa matkallaan, kuin mitä hän Suomessa todella käyttää. Suomalaisten matkailutoimijoiden ei kuitenkaan pidä ryhtyä tämän takia nostamaan hintojaan vaan lisäämään tarjontaa: venäläiset haluavat uutta ja erilaista, sellaista, jota kukaan muu ei ole vielä kokenut. Venäläisen loma huipentuu siihen, kun hän saa kotona kertoa kokemuksistaan ystävilleen ja kollegoilleen.

Venäläinen asiakas ei halua ostaa tuotteita, joita markkinoidaan heitä varten tehdyiksi. Joten vaikka me Suomessa lisäksiimmekin tuotteisiimme tiettyjä elementtejä erityisesti venäläisiä silmällä pitäen, sitä ei pidä kertoa. Venäläinen haluaa nimittäin samaa kuin muutkin. Venäläinen on vakuuttunut siitä, että häntä varten erityisesti tehty tuote on huonompi kuin muita varten tehty. 1990-luvun kokemus opetti heille, että länsimainen tuote Venäjän markkinoilla on huonompi kuin sama tuote länsimarkkinoilla. Venäläiset ovat vakuuttuneita, että Venäjällä myytävä Fairy on huonompaa kuin Suomesta ostettu. Sama koskee monia muita konkreettisia tuotteita. Venäläiset selittävät asian siten, että venäläisille ulkomailla tuotettu on tehty huonommista raaka-aineista, koska tuotteen hinta pyritään saamaan mahdollisimman alhaiseksi ja jos länsimainen tuote on tehty Venäjällä, se on yksinkertaisesti tehty huonommin kuin muualla. Matkailutuotteen kohdalla tämän sinänsä oikean logiikan voi haastaa ja kumota, mutta kannattaako taistella vakiintuneita käsityksiä vastaan? Ehkä on parempi vain olla kertomatta, että tuote on kehitetty

venäläisille. Tähän liittyy myös ajattelutapa, että jos palvelu Suomessa on huonoa, se on huonoa siksi, että asiakas on venäläinen. He siis tulkitsevat saavansa huonompaa palvelua kuin muut. He nimittäin "tietävät", että Suomessa palvelun taso on hyvin korkea, joten kun he kohtaavat huonoa palvelua, sen syynä pidetään heidän venäläisyyttään. Me suomalaiset tiedämme, että asia ei useinkaan ole näin, mutta sitä on hankala venäläiselle todistaa. Tämä on käsitykseni mukaan seurausta venäläisten omasta kompleksista, joka pääsi syntymään Neuvostoliiton hajotessa ja uuden Venäjän syntyessä täyteen kaaokseen.

Venäläisille tarjottavan tuotteen täytyy sisältää edes jotakin purtavaa ja juotavaa. Venäläisille loma on syömistä ja juomista. Hotelleissa venäläisille kannattaa varata runsaat brunssit, sillä lomallaan venäläinen nukkuu mieluusti myöhään ja valvoo mieluusti myöhään. Suomalainen yökulttuuri on liian kilttiä venäläisille. He hämmästyvät sitä, että öisin ei Suomessa ole juuri mitään tarjolla. He itse lähtisivät syömäaikeissa ravintolaankin vasta kymmeneltä illalla – jolloin suurin osa Suomen ravintoloista jo sulkee ovensa. Heitä ihmetyttää, miksi yökerhoissa on menoa vain viikonloppuisin. Venäjällä monet ravintolat, klubit ja yökerhot ovat auki aamuun asti, samoin useat kaupat ja fitness-klubit. Aktiivinen elämä yöllä on venäläiselle normaalia. Elämästä pitää nauttia niin kauan kuin siihen on mahdollisuus, ei haittaa, vaikka aamulla töissä väsyttäisi. Elämä on tarkoitettu eletäväksi.

Venäläisille rakennetun matkailutuotteen tulee olla tapahtumarikas, sen tulee sisältää paljon aktiviteettivaihtoehtoja. Ohjelmaa pitäisi tarjota myös iltaisinkin, sillä iltojen tylsyydestä Suomessa valitetaan usein. Iltaohjelmistoon toivotaan jotakin erikoista ja epätavallista, vaikkapa tähtitaivaan ihailua tähtitornista tai yösoutelua. Tavallisen oloiset konsertit ja muut musiikkiesitykset kuuluvat monen venäläisen arkeen, joten ne eivät välttämättä kiinnosta lomalla. Illan viihdykkeeksi ei siis tarvitse aina tarjota ravintolaa ja yökerhoa, vaan myös iltayön tunneilla tapahtuva ohjelmapalvelu on kiinnostava.

Venäläiset arvostavat hyvää palvelua silloin, kun he tarvitsevat sitä, mutta he myös arvostavat suomalaisten asiakaspalvelijoiden kykyä pysyä näkymättömissä silloin, kun apua ei tarvita. Suomalaiset ovat heidän mielestään hienotunteisia ja tunkeilemattomia asiakaspalvelijoita. Hyvin suuri merkitys venäläisten viihtymisessä Suomessa on sillä, että he saavat tuntea olevansa ihmisiä, ihmisarvoisia ja arvostettuja. Heitä ei jaotella kasteihin kansallisuuden, kielen eikä ulkonäöstä päätellyn varallisuuden perusteella. Kertoessaan Suomen-matkoistaan nettifoorumeilla venäläiset kertovat usein, miten suomalaiset luottavat heihin: maksaa voi vasta palvelun jälkeen; hotellin vastaanottohenkilö hymyili, kiitti vierailusta ja toivotti tervetulleeksi uudestaan vaikka ei ollut käynyt laskemassa huoneen liinavaatteita ja tarvikkeita; mökin avain odottaa myöhäistä tulijaa avaimenreiässä ja lähtiessä avaimen voi jättää mökkiin.

Venäläiset sanovat itse, että heille kunnan loma on juotavaa ja syötävää. He ”rentoutuvat” lomaillessaan kauan, äänekkäästi ja mielellään, minkä jälkeen he haluavat tehdä urotekoja kuten hypätä parvekkeelta uima-altaaseen kello 4 aamulla, laittaa shashlik-nuotion takapihalle tai mennä uimahousuihin ravintolaan. Käsite ’yksityisyys’ eli se, että ei lomallaan häiritse muita, on venäläiselle tuntematon. Venäläinen käyttää kuitenkin kahdeksan kertaa enemmän rahaa lomallaan kuin eurooppalainen. (Prime-Tass 2008.)

Venäläinen saattaa antaa ylimielisen ja epäystävällisen vaikutelman, sillä venäläiseen kulttuuriin ei esimerkiksi kuulu hymyileminen vieraille eikä hymyileminen työtä tehdessä – siis ei myöskään palveltaessa. Venäläinen matkailija kuitenkin reagoi ystävälliseen hymyyn ja iloiseen palveluun ja hymyilee pian itsekin. Venäläinen pitää henkilökohtaisesta palvelusta. Jos venäläinen on tyytymätön, hän tuo sen tavalla tai toisella ilmi. Hän myös ymmärtää vahinkoja ja unohduksia ja antaa ne anteeksi, jos asiaa pahoitellaan. Ongelmatilanteissa pystytään aina sopimaan asioista ja hyvitykseksi kommelluksista käyvät vaikkapa ilmainen ruoka ja juoma.

Venäläisen matkailun trendeissä on havaittavissa kulurakenteen muutos: majoitus varataan yhä useammin 3 tähden kuin 5 tähden hotelliin ja enemmän varoja käytetään ohjelmalveluiden hankintaan, aktiviteetteihin ja nähtävyyksiin. Vuoden 2009 taluskriisin aikana venäläisten matkustaminen vähentyi paljon odotettua vähemmän. Sen sijaan alettiin viettää ulkomailla yhtä pitkää lomaa kahden tai kolmen lyhyen asemesta ja matkapaketin hintaan alettiin sisällyttää vain aamiainen, ei täysihoidtoa kuten aikaisemmin. Aurinkorantamatkojen ylivoimainen suosio on alkanut antaa tilaa nähtävyysskiertomatkoille. Kaikkein suosituin matkatuote venäläisten keskuudessa on matka, jossa tutustutaan maan kulttuuriin ja nähtävyyksiin ja pysähdytään lopuksi viikoksi rannalle latautumaan. Näitä matkoja ei tehdä Suomeen, sillä venäläiset eivät pidä Suomea lämpimänä, aurinkoisena eivätkä rantalomaana. Silti esimerkiksi Pietarissa kannattaisi markkinoida Saimaan rannoille suuntautuvaa viikonlopun aurinkomatkaa, sillä etelän auringossa ei kahdessa päivässä ehdi lomailla.

## 2.2 Asiakassegmentit

### Enimmäkseen keskiluokkaa

Suomeen lomalle matkustavat ovat yleensä Venäjän keskiluokkaan kuuluvia. Käsite ”keskiluokka” on Venäjällä varsin uusi ja myös laajempi, kuin mihin länsimaissa on totuttu. Keskiluokkaan kuuluvien palkka voi olla 1500 – 100 000 ruplaa kuukaudessa (2009), rahallisesti keskiluokkainen sijoittuu siis suhteellisen vähävaraisesta lähes rikkaaseen. Yhteistä keskiluokkaan kuululle on hyvä *koulutus, sivistys ja henkinen työ* virkamiehenä tai toimihenkilönä. Hän voi myös olla yksityisrittäjä. Keskiluokkaiset harrastavat paljon niin urheilua kuin kulttuuriakin ja he pitävät huolta itsestään. Heidän kotitalouteensa kuuluu oma auto, tavallisimmat kodinkoneet ja ilmastointi. Luonnollisesti heillä on myös oma asunto, mutta Venäjän alkuvuosina jokaisella oli oikeus yksityistää asuntonsa omakseen, joten oma asunto ei ole keskiluokkaan kuulumisen merkki. Yli 40 % venäläisistä katsoo kuuluvansa keskiluokkaan. Venäläisiä on noin 140 miljoonaa, joten 40 % tekee 56 miljoonaa



ihmistä. Tutkimusten mukaan noin 40 % matkailun asiakkaista etsii rauhaa ja hiljaisuutta arjen oravanpyörän jälkeen, 30 % haluaa matkallaan tavata kiinnostavia ihmisiä ja seurustella. Nuorista yli puolet haluaa tutustua uusiin ihmisiin ja kokea uutta ja erilaista.

### **Jonkin verran rikkaita**

Venäläiset laskevat rikkaittensa määrän olevan noin 1 % väestöstä eli 1,4 miljoonaa (2009). Rikkaiden tulot vaihtelevat yli 100 000 ruplasta kuukaudessa miljoonien omaisuustuottoihin. Rikkailla on yleensä jo kaikkea, mukaan lukien lomakodit eri puolilla maailmaa. Rikkaille Suomi voi olla miellyttävä viikonlopunviettopaikka, mutta varsinaisella lomallaan he matkustavat kauemmaksi. Suomi ei tarjoa rikkaille tarpeeksi erikoisia ja omaleimaisia elämyksiä, jotta he käyttäisivät suuria rahasummia Suomessa. Sen sijaan lepo, rauha ja yksinäisyys ovat usein hyvin tervetulleita rikkaalle venäläiselle, puhumatkaakaan siitä, että he voivat jättää henkivartijat kotiin. Joidenkin suomalaisten yrittäjien kannattaisikin erikoistua luksustuotteiden ja erilaisten elämysten tuottamiseen venäläisille rikkaille. 1,4 miljoonaa potentiaalia asiakasta päivämatkan päässä on paljon. Näitä asiakkaita löytyisi ainakin vuosittain järjestettäviltä Miljonäärimessuilta Moskovasta.

Saksalaiset tarjoavat venäläisille miljonääreille mm. seuraavanlaista luksusmatkaa: Majoitus 5 tähden hotellissa tai esim. keskiaikaisessa linnassa Alpeilla. Kuljetukset helikopterilla tai panssaroidulla limusiinilla, jossa on tilaa kahdeksalle, ilmastointi, DVD, TV ja baari. Oppaana toimiva shoppailuavustaja ohjaa asiakkaat kaupungin parhaisiin liikkeisiin ja kantaa ostokset. Ympäri vuorokautinen henkivartijapalvelu sisältyy tuotteen hintaan. Laajat mahdollisuudet erilaisiin oheistuotteisiin aina kauneuskirurgiaan asti. Myyntiargumenttina toimii matkanjärjestäjän lupaus täyttää kaikki asiakkaan toiveet.

## Ja jonkin verran muita

Jossain määrin Suomeen matkustavat myös muut kuin keskiluokkaan tai rikkaisiin kuuluvat. Useimmiten he käyvät Suomessa hankkimassa tavaraa jälleenmyyntiin tai matkan ensisijainen tarkoitus on tehdä edullisia ostoksia omaa perhettä varten. He käyvät Suomessa joko päivämatkalla tai yöpyvät mahdollisimman edullisesti, esimerkiksi leirintäalueen mökissä, eivät ruokaille ravintoloissa ja tekevät raskaan päivätyön kauppoja kierrellessään. He ostavat paljon halpoja tai edullisia tuotteita. Näiden matkailijoiden määrä tulee lisääntymään huomattavasti, mikäli viisumivapaus toteutuu.

### 2.2.1 Segmentointi kiinnostuksen kohteen mukaan

Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus on vuonna 2012 laatinut venäläisasiakkaiden segmentoinnin sen mukaan, mikä heitä kiinnostaa (Iltalehti 2012):

- **Kohdebongari** on tehokas lomailija, jolla on korkeat odotukset. Hän vertaa Suomea muihin Euroopan maihin, joista hänellä on paljonkin kokemusta. Suomi ei tässä vertailussa voita: Suomessa ei ole mitään erityistä, ja lähes koko maa menee kiinni jo kuudelta illalla.
- **Viihdytettävä** saapuu Suomeen kavereiden kanssa. Hän haluaa toimintaa ja monipuolisia aktiviteetteja. Hänen mielestään Suomessa on kuitenkin vähän autiota, sekä ihan liikaa sääntöjä ja kieltoja.
- **Kesäasukas** viettää rauhaista mökkielämää, käy saunassa, grillaa ja tutkii lähiympäristön matkakohteita. Hän arvostaa Suomen ennakoitavuutta ja turvallisuutta. Hän kulkee omalla autolla ja kokee Suomen matkailun turvalliseksi ja helpoksi.
- **Löytöretkeilijä** on kiinnostunut kulttuureista, kulttuurieroista ja suomalaisesta arjesta. Hän kiertää kaupungeissa, kokeilee paikallisia herkkuja ja aktiviteettejakin ja jos hän löytää jotakin erityisen kiinnostavaa, hän on valmis muuttamaan suunnitelmiaan. Löytöretkeilijää kiinnostavat aidot asiat ja sellaiset asiat, joita muut eivät tee eivätkä huomaa.

### 2.2.2 Segmentointi tulojen mukaan

World Tourism Organization (2009) on myös tutkinut venäläisiä matkailijoita ja jaottelee heitä seuraavasti:

- **Ultrarikkaat:** noin 100 000 henkilöä, 30 – 50-vuotiaita. Omat lentokoneet, jahdit ja loma-asunnot; kiinnostuneempia vallasta kuin rahasta.
- **Keskiluokkaiset:** WTO:n arvion mukaan keskiluokkaisia oli Venäjällä v. 2009 noin 8 miljoonaa, joista suuri osa asuu Moskovassa, Pietarissa, Jekaterinburgissa, Irkutskissa ja Kazanissa.
- **Menevät nuoret asiantuntijat:** 20 – 30 -vuotiaita, suuryrityksissä työskenteleviä; kosmopoliitteja, puhuvat hyvää englantia, matkustelevat paljon, käyttävät eniten Internetiä. Palkka 1200 – 3500 dollaria.
- **Ylempi tulotaso:** yhteensä noin 1,5 miljoonaa, Moskovasta ja Pietarista, pankkialalta, öljy- ja kaasualalta; keskitulot noin 4000 dollaria. Matkustavat pareittain tai pienryhmissä, mökkeilevät ja harrastavat kuntoilua. Nämä ovat myös hyvinvointimatkailun asiakkaita.
- **Kultainen nuoriso:** noin 0,5 – 1 miljoonaa rikkaan perheen nuorta. Käy koulua ulkomailla, mutta on hyvin isänmaallinen. Runsaasti lyhyitä matkoja, esim. viikonloppupistäytymiset Lontooseen ja Pariisiin ystäviä tapaamaan.

### 2.2.3 Venäläiset tyypit

Venäläinen matkailun asiantuntija Sharuhin (2007) jaottelee matkailijat seuraavasti:

- T-tyyppi: tyypillinen lomaviettäjä, joka valitsee passiivisen loman meren rannalla. Rauha ja mukavuus ovat tärkeitä. Hän välttää hässäkkää, mutta solmii mielellään suhteita uusiin, mukaviin ihmisiin.
- A-tyyppi: lomaviettäjä, joka valitsee aktiivisen loman. Tyyppi jakautuu kahteen alaryhmään, niihin, jotka harrastavat liikuntaa raittiissa ilmassa säästä riippumatta (ei kuitenkaan urheilua) ja joiden tavoite on pitää yllä fyysisistä kuntoa, sekä niihin, jotka tavoittelevat urheilullisia, äärimmäisiä rasituksia ja elämyksiä.

- U-tyyppi: pitkän matkan turisti, joka haluaa kokea vaikutteiden, miellyttävien kokemuksen ja flirtin koko kaleidoskoopin. Hänelle loma voi olla vain siellä, missä tapahtuu jotakin. Tärkeää ovat nautinto, seura ja elämykset.
- P-tyyppi: matkailija, joka ottaa riskin. Hän haluaa kokea uusia tuulia, uusia tuntemuksia, koetella voimiaan, nauttii odottamattomista tilanteista ja jopa vaaroista.
- I-tyyppi: turisti, jolle matkailu on henkisen kehityksen väline. Alatyypeistä Ekspertit keräilevät käytyjä ja koettuja nähtävyyksiä ja kohteita; Tavalliset haluavat kokea luontoa ja kulttuuria; Spesialistit syventävät tietojään historian, kulttuurin, taiteiden ym. alalla.

#### **2.2.4 Segmentointi matkan tarkoituksen mukaan**

Perinteisesti matkailun asiakkaita on segmentoitu matkustusmotiivin mukaan: mikä on heidän Suomen-matkansa syy ja millaiset ovat heidän odotuksensa. Matkailijan tulotasolla ei ole ratkaisevaa merkitystä, sillä lomalle aikovat venäläiset säästävät lomaa varten ja haluavat käyttää rahaa lomallaan. Lomalla venäläinen haluaa sallia itselleen kaikkea ja lomabudjetti on tarkoitettu käytettäväksi, ei säästettäväksi. Toki myös venäläiset silti harkitsevat sitä, mihin he rahansa käyttävät ja tuotteen hinta-laatu-suhde on hyvin tärkeä. Venäläiset ovat hintatietoisia. Mitä enemmän he matkustelevat, sitä paremmin he osaavat arvioida hinta-laatu-suhdetta.

#### **Ostoksille tulevat**

Ostoksia Suomessa tekevät kaikki matkailijat, mutta noin 60 % tulee maahan nimenomaan ostoksille. Ostosmatkailijoita ovat Suomen lähiseudun eli Leningradin, Karjalan tasavallan ja Murmanskin alueiden hyvin toimeentulevat asukkaat sekä työkseen jälleenmyyntiin ostavat. Jopa Moskovasta saapuu matkailijoita viikonlopun mittaisille ostosmatkoille. Syy on yksinkertainen: Kouvolasta 40 eurolla ostetut farkut maksavat 240 euroa Moskovassa (2009).

Venäläiset sanovat, että Suomessa myytävät tuotteet ovat sekä parempilaa-tuisia että halvempia kuin Venäjällä myytävät tuotteet.

Hyvin usein ostosmatkailijat haluaisivat kokea myös muuta kuin kauppojen koluamista. Se ei kuitenkaan saa tapahtua kauppojen aukioloaikaan eikä muutenkaan häiritä matkan ensimmäistä tarkoitusta. Ostosmatkailijoille kannattaisikin kehittää "sunnuntaituotteita", retkiä, kiertoajeluja, tapahtumia, joita voi nauttia sunnuntaisin, kun kaupat ovat kiinni, ja jotka päättyvät sopi-vasti ennen iltajunan lähtöä. Tuote ei myöskään saa olla liian kallis, sillä suu-rin osa budjetista on tarkoitettu ostoksiin.

Ostosmatkailijoita voi houkutella kaupunkiin myös tarjoamalla valmiita os-toskierrossabluunoita niille, joita kiinnostaa jokin tietty tuoteryhmä: merkki-vaatekierros, kodinkonekierros, autoliikekierros, lähiruokakierros, kirppari-kierros jne. Kierrokseen merkitään myymälöiden sijainnit, etäisyydet, liikenehyteydet eikä unohdeta suositella ruoka- ja kahvittelupaikkoja lepohetkiin.

### **Itseään hoitavat ja hemmottelevat**

Hyvinvointimatkailu on Venäjällä nousussa ja siitä povataan tulevaisuuden alaa. Hyvinvointimatkailun asiakkaita ovat keski-ikäiset, hyvin toimeentule-vat miehet ja naiset sekä yli 40-vuotiaat työssäkäyvät naiset, joilla on mahdol-lisuus antaa aikaa itselleen ja kauneudelle. Miehet etsivät hoitoa ja parempaa kuntoa. Valitessaan tuotetta heille on tärkeää, että sen vaikutus näkyy ja tun-tuu. Naiset puolestaan haluavat hemmottelua ja rentoutumista, vaivojen en-naltaehkäiseminen on tärkeämpää kuin hoito.

Hyvin toimeentulevista jo noin neljännes matkustaa ulkomaille hoitamaan terveyttään. Suosituimpia kohteita ovat Saksa, Israel ja Espanja ja eniten hoi-dettuja vaivoja ovat sydän- ja verisuonitaudit, eturauhasvaivat ja lapsetto-muus. Eturauhasleikkaus Saksassa matkoineen ja majoituksineen tulee hal-vemaksi kuin vastaava leikkaus moskovalaisessa sairaalassa. Lisäksi venä-läiset luottavat enemmän sen laatuun. Terveys on usein matkan päätarkoitus

eli matkustetaan esim. leikkausta varten, mutta venäläinen yhdistää terveyden mielellään myös tavalliseen lomamatkaan, hän esimerkiksi käy lomallaan hammaslääkärissä. Suomi ei ole vielä saanut mainetta terveysturkailumaana Venäjällä, joskin maine kasvanee koko ajan: monet Suomessa vakituisesti asuvat venäläiset järjestävät sukulaistensa ja ystäviensä hoidon Suomessa. Koska suusta suuhun -menetelmä on myös tehokkain markkinointikeino Venäjällä, tieto varmasti kulkee, varsinkin jos asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä.

Perinteisesti venäläiset ymmärtävät Wellness-matkailulla terveyskylpylöissä ja parantoloissa lomailua, jonka aikana he parantavat vaivojaan tai ennaltaehkäisevät niitä. Tällaisilla lomilla asiakas ja hänen hoitotoimenpiteensä ovat ehdottomasti lääkärin valvonnassa. Perinteinen venäläinen terveysturkailu on siis eri asia kuin suomalainen hyvinvointimatkailu: venäläiset ottavat hoitollisen puolen tosissaan, suomalaiset puolestaan haluavat virkistyä ja hemmotella itseään. Suomalaisista kylpylöistä, hierontapalveluista ja muista kylpylöissä tarjottavista kauneudenhoidon ja hemmottelun palveluista venäläiset ovat usein todenneet: kalliita, silti ei mitään näkyvää vaikutusta. Venäläiset eivät ole kokeneet saaneensa rahalle vastinetta. Tuotteita myytäessä kannattaa siis selostaa hoidon vaikutus tarkkaan ja korostaa sen ennaltaehkäisevää luonnetta ja sitä, että vaikutus ei välttämättä näy tässä ja nyt. Hoidon antajan venäjänkielentaidon tai kirjallisen materiaalin sisällön osuus siis korostuu. Eri asia on vesipuistotyyppinen kylpylälomailu, jolloin matkan tarkoituksena on vain uida ja nauttia vedestä. Nykyään Venäjälläkin on alettu rakentaa vesipuistoja ja kylpylähoteleja, jotka tarjoavat laajasti vesielämyksiä. Yksi tällainen on lähelle Pietaria avattu Peterland. Suomalaisille kylpylöille on siis tulossa uutta kilpailua niin Karjalan kannakselle kuin Viroonkin, josta venäläiset toteavat, että laatu ja palvelu eivät jää jälkeen suomalaisesta mutta hinta on paljon halvempi.

Venäläiset hoitavat terveyttään lukuisissa sanatorioissa eli parantoloissa Venäjällä, Baltiassa ja esim. Karlovy Varyssa Tšekissä. Matkailijalla on saapessaan mukanaan henkilökohtainen potilaskortti, jonka perusteella sanatorion lääkäri määrää hänelle hoidot. Niitä ovat tyypillisimmillään erilaiset kyl-

vyt, hieronnat, suolakammiot, happikoktailit, dieetit ja liikunta. Myös homeopaattiset ja akupunktiohoidot ovat suosittuja. Nykymarkkinat tarjoavat perinteisten lisäksi eksoottisia erikoisuuksia kuten intialaisia ja aasialaisia hierontaa, joogaa, ayurvedaa, painonhallintaa, laserlaihtumista, botox-hoitoja, kehon kuona-aineiden tehopoistoa, ihon nuorennushoitoja, mieskunnan ja naistentautien parannushoitoja sekä erilaisia odottaville äideille ja lapsille suunnattuja terveyttä vahvistavia hoitoja.

Erilaisia Suomessa venäläisille tarjottavia hyvinvointimatkailun muotoja voivat olla esimerkiksi

- Yksilöllinen hoito. Suomalainen matkanjärjestäjä ostaa terveyspalvelut yksityiseltä klinikalta, kehittää pakettiin majoitusvaihtoehtoja potilaalle ja hänen perheelleen sekä tarjoaa järjestettyä oheisohjelmaa.
- Parantumismatkat. Ryhmä esim. huumeriippuvaisia, joille luvataan korkea vieroittumisaste tietyillä ehdoilla. Ryhmiä johtavat pätevät yksityiset lääkärit ja hoitajat.
- Tavallinen Wellness-matka. Majoittuminen kylpylässä, fysikaalista ja kauneudenhoitoa, liikuntaa. Kulttuuripainotteinen oheisohjelma.
- Muinaiseen kansanviisauteen, Lapin shamanismiin, tiibetiläiseen hengellisyteen pohjautuvat hyvinvointipalvelut. Venäläiset ystäväni ovat vuosikausia osallistuneet jokakesäisille kursseille, joita vetää eri maiden kansanviisautta opiskellut guru. Kurssille pääsee vain jonkun jo osallistuneen suosituksesta. Kursseja järjestetään jatkuvasti eri puolilla Venäjää, ne ovat huippusuosittuja ja kalliita. Kurssilla käytetään hyväksi yksilön ja ryhmän henkisiä voimia mielikuvituksen ja erilaisten harjoitteiden kautta. Osallistujat esimerkiksi rentoutuvat ja kuvittelevat olevansa jokin tietty lintu ja tuntevat sen, vaikkapa kotkan, voiman itsessään. He kuvittelevat, että muurahaisarmeija ryömii heidän sisuskaluissaan ja siivoaa pois kaiken kuonan. He kylpevät rituaalisesti ja kokevat puhdistumiselämyksiä. He kävelevät lasinsirujen päällä ilman haavoja ja verenvuotoa. Kurssin käynyt on kuin uudestisyntynyt, puhdas ja vahva.

Tästä liikeideasta voisimme me suomalaisetkin ottaa mallia. Sopivasta sekoituksesta mystiikkaa, perinteitä, psykologiaa ja lääketiedettä tulisi ehdottomasti sellainen tuote, jonka monet venäläiset kokisivat omakseen.

### **Kesälomaa viettävät**

Kesälomalaisille tärkeää on lepo ja aktiviteetit sopivassa suhteessa. Kaikkein suosituin lomaviettotapa venäläisten keskuudessa on merenrantaloma – siis vettä, aurinkoa ja rantoja. Rantalomaan yhdistetään nykyään mielellään matkoja kulttuurikohteisiin ja -tapahtumiin. Nuorempi väki odottaa lomaltaan aktiivista ilta- ja yöelämää. Etelän rantaloma ei ole kallis, mutta se vaatii aikaa. Suomi ja Saimaa voisivat kilpailla rantalomailijoista viikonloppumatkoina silloin, kun lomailijalla ei ole työn puolesta mahdollisuutta viipyä lomallaan viikonloppua kauemmin: Saimaa Beach -viikonloppu meneville pietarilaisille. Uintia, aurinkoa, iltaelämää. Tuote löytäisi kohderyhmänsä pietarilaisten keskuudesta.

### *Mökkeily*

Suomeen kesälomanviettoon saavutaan mökkeilemään ja nauttimaan luonnosta, mutta myös kesäkaupunkien tapahtumista. Mökkeilijä haluaa kalastaa, marjastaa ja sienestää, mutta myös tutustua lähiympäristön kulttuurikohteisiin ja osallistua tapahtumiin. Hän haluaa myös ostaa luontoon liittyviä elämyksiä kuten koskenlaskua, vesihiihtoa ja veneilyä. Vesiskootteriajelu ja risteilyt kiinnostavat myös. Venäläisille tyypillinen ajattelutapa on, että kaikkea pitää kokeilla – ja lomalla myös saa kokeilla. Kesäinen luonto on se seikka, mikä saa mökkeilijän saapumaan Suomeen ja sellainen pikkuasia, ihme, kuin linnunlaulu, herättää venäläisen korvissa vain myönteisiä assosiaatioita. Sitä voisikin käyttää hyväksi mökkimatkailun edistämisessä.

Venäläistä varten mökin täytyy olla hyvin varusteltu ja suhteellisen uusi. Se ei saa olla liian kaukana kauppakeskuksista ja sen pitäisi sijaita järven tai me-



ren rannalla – vain neljännes venäläisistä olisi valmis vuokraamaan mökin, joka sijaitsee metsässä ilman rantaa.

### *Maatilamatkailu*

Maatilamatkailu ei ole vielä saanut venäläisiä innostumaan, mikä on hämmästyttävää, kun otetaan huomioon venäläisten myötäsnyntyiseltä tuntuva tarve päästä maalle. Todennäköinen syy tähän on väärä mielikuva maaseutumatkailutuotteesta. Venäläiset nimittäin haluavat lomallaan omaa rauhaa – kuten mökissä – eikä heitä miellytä ajatus, että he joutuvat oleskelemaan samoissa tiloissa isäntäväen kanssa. Tämä juontanee juurensa kollektiiviasumisesta, mikä edelleen on monelle venäläiselle elämän tosiasia. Maatilamatkailussa vieraat eivät kuitenkaan jaa ahtaita tiloja isäntäväen kanssa, vaan heillä on erillinen mökki tai vinttihuoneet, he voivat hoitaa tilan eläimiä, ratsastaa, käydä kalassa ja muutenkin viihtyä leppoisassa ”mummolassa”, jossa herkullinen maalaisruoka tarjoillaan pirtinpöydästä. Maatilamatkailu antaisi maalaisloman lisäksi myös venäläisten kaipaaman mahdollisuuden tutustua suomalaisiin ja jutella ihmisten kanssa. Kesäperheet venäläisille lapsille olisivat todennäköisesti hyvin suosittuja. Venäläiset ovat tottuneet siihen, että lapset lähetetään kesälomalle yksin tai ryhmissä, ja monet vanhemmat potevat huonoa omatuntoa, mikäli eivät pysty tarjoamaan kesälomamatkaa lapselleen. Maatilamatkailukohde voisi siis ottaa vastaan 1 – 3 lasta, sisarusta tai ystäväystä, ja tarjota heille todellista maalaislomaa. Venäläiset arvostavat tällaista vaihtoehtoa myös siksi, että lapset saavat raittiin ilman lisäksi myös kuulla ja oppia suomenkieltä.

### *Luontomatkailu*

Luontomatkailu puolestaan assosioituu venäläisten mielestä vaelluksiin kansallispuistoissa telttayöpymisineen ja nuotioruokailuineen. Luontomatkailuun liittyy usein tiedonsaannillinen elementti ja sitä pidetään yleisenä koulu- ja opintoretkimuotona. Vanhemmat venäläiset vaativat luontomatkailultaankin mukavuutta. Venäjän metsissä on satoja turbaza -nimellä kutsuttuja korkeatasoisia mökkejä ja huviloita, joita käytetään ahkerasti aikuisten luontomatkailussa. Tärkeä tällaisen matkan tarkoitus on tuoda kotiin luonnonan-

timia. Venäjällä on monia retkeilyklubeja, joiden jäsenet järjestävät vuosittain vaelluksia eri puolilla maailmaa mm. vuoristoissa. Heille tervetulleita olisivat Lapin vaellus -tyyppiset matkat.

Varsinkin moskovalaiset ovat osoittaneet kiinnostustaan Suomen maaseutu- ja luontolomia kohtaan - jopa 60 % niistä, joita maaseutumatkailu kiinnostaa, on Moskovasta. Venäjän rautatiet on vastikään lanseerannut autojunapalvelun eli nyt Moskovasta pääsee Suomeen yhdessä yössä ja auto seuraa mukana, mikä tulee varmasti lisäämään moskovalaisten maaseutumatkailua Suomessa. Niin heille kuin pietarilaisillekin sopisivat kesäiset 1 – 3 tai 5 – 7 päivän mittaiset, valmiiksi suunnitellut maaseutukohteiden kiertomatkat omalla autolla.

### **Talvilomaa viettävät**

Talvilomalla matkustetaan talviaktiviteettien perässä: laskettelu, moottori- kelkkailu, pilkkiminen jne. Venäläiset ihastelevat Suomen puhdasta lunta. Lapsiperheille yksi tärkeimmistä lomanelämyksistä ovat lumileikit, joihin Venäjän suurissa kaupungeissa on harvoin mahdollisuus, sillä lumi loskaantuu ja likaantuu hyvin nopeasti. Lumileikkejä kuten lumipallosotia, lumiukon ja lumilintojen rakentamista ja lumiliukumäkiä tarjotaan venäläisille lapsiperheille aivan liian harvoin. Talvisesta suomalaisesta luonnosta jää mieleen valkoinen lumi, puhtaus, hiljaisuus ja rauhallisuus, pimeys, revontulet ja taivaan valot, myös talvipäivän lyhyys. Lumi ja metsä itsessään eivät kuitenkaan ole tarpeeksi venäläiselle, vaan kokemus tulee luonnon ja sivilisaation yhteisvaikutuksesta: luonnon ja ihmisen välinen harmonia on venäläiselle elämys.

Kun venäläinen perhe tai kaveriporukka päättää viettää lomaansa Suomessa, se varaa mökin tai muun majoituksen. Kaikesta muusta päätetään vasta matkakohteessa. Poikkeuksena ovat laskettelijat, jotka valitsevat kohteen läheltä rinteitä. Suomi on varsinkin pietarilaisille hyvä viikonlopun laskettelumaa, sillä tänne ehtii perjantaina töiden jälkeen ja maanantai-aamuksi taas takaisin

töihin; toisaalta monet moskovalaisetkin matkustavat yöjunalla viikonlopuksi Suomeen hiihtämään. Suomi-imago Pietarissa ja Moskovassa painottuikin vahvasti lumilomaan ja nimenomaan lasketteluun. Silti venäläiset toivoisivat laajempaa talvituotetarjoomaa ja uusia tuotteita kuten jääpurjehdusta ja jääautoradalla ajoa. Venäläisten mielestä Suomessa vietetyn talviloman tärkeimmät tekijät ovat laskettelu, hiihto, Joulupukki, koira- ja poroajelut, moottorikelkkasafarit, porotilavierailu ja oikea suomalainen sauna.

### **Metsästämään tulevat**

Metsästysmatkailulla on Venäjällä suuri joukko asiakkaita, joilla on myös varaa maksaa matkasta. Metsästysmatkailijoita on kuitenkin toistaiseksi suhteellisen vähän, sillä Suomen lainsäädäntö hankaloittaa matkojen toteuttamista. Yleensä metsästäjä haluaa tuoda mukanaan oman aseensa, jolloin rajamuodollisuudet niin Venäjällä kuin Suomessakin ovat tavallista mutkikkaammat. Matkailija myös tarvitsee suomalaisen metsästyskortin ja aseenkantoluvan. Lisäksi hänen on suoritettava ampumakoe. Matkailuliiketoimintaa hankaloittavat myös yleiset turvallisuustekijät metsästyksen aikana sekä se, että saalista ei aina saa.

### **Kalastamaan tulevat**

Kalastus on Venäjällä hyvin suosittua: sen harrastajia on noin 56 miljoonaa. Pietarissa aktiivisia kalastajia on 50 000 henkeä. Noin 25 % kalastuksen harrastajista on valmiita maksamaan siitä, että he saavat kalastaa mukavissa oloissa ja sellaisessa vesistöissä, josta myös saa kalaa. Pietarin ja Moskovan kalastajista jopa 47 % on valmiita maksamaan siitä.

Venäläisen unelmakalastusmatka Suomeen koostuu vuokramökistä, jonka rannassa on vene ja perämoottori. Hän kalastaa virvelillä, ongella ja yhä useammin myös perholla ja hänen mielestään parhaita järvikaloja ovat hauki, kuha, lohi, särki ja lahna. Yli 2 kg:n haukea pidetään suurena ja hyvänä saaliina. Saaliin saaminen on tärkeää ja saalis halutaan grillata tai savustaa sekä

pakata vakuumiin vuokramökillä. Kalastaja saapuu kaveriporukassa tai perheen kanssa, jolloin mökillä täytyy olla muutakin tekemistä kuin kalastus. Hänellä on usein omat kalastustarvikkeet mukanaan, mutta hän toivoo löytävänsä niihin täydennystä Suomesta. Kalastusporukka on valmis myös vuokraamaan veneen käyttöönsä, mutta sen moottorin pitäisi olla tehokkuudeltaan vähintään 15 hv ja siinä tulisi olla kaikuluotain. (Keinänen 2012.)

Verkkokalastus on ollut Venäjällä perinteisesti kiellettyä, siksi se on suhteellisen tuntematonta – tosin rohkeimmat ovat ostaneet Suomessa käydessään kalaverkkoja jo viime vuosituhanella ja uittolautaa pidetään huippukeksintönä. Verkkokalastus on kuitenkin useimmille venäläisille uusi ja kiinnostava kalastustapa kuten myös muut perinteiset suomalaiset tavat.

### **Tapahtumiin osallistujat**

Venäläiset kokevat erilaiset tapahtumat kiinnostavina ja niihin halutaan matkustaa, ainakin, mikäli ne ovat tarpeeksi tunnettuja. Heitä kiinnostavat esimerkiksi Englannin kuningattaren syntymäpäivät, Hollannin kukkivat tulpapaanit, Unkarin elokuvafestivaalit ja viininkorjuujuhlat sekä Rio de Janeiron Samba-karnevaalit. Merkittävät urheilutapahtumat ja suosittujen suomalaisten ja ulkomaalaisten artistien konsertit ovat luonnollisesti tärkeitä matkakohteita.

### **Teemaa seuraavat**

Teemamatkailu, jossa tuote suunnitellaan jonkin tietyn teeman ympärille, on nostamassa päätään Venäjällä ja tällaisista mm. Euroopassa tarjotuista tuotteista ollaan yhä kiinnostuneempia. Ranskan viinitilamatkat kiinnostavat, samoin juustomatkat. Kuuluisien elokuvien tapahtuma- ja kuvauspaikkoja esittelevät matkat ovat mielenkiintoisia, samoin huutokauppatematkat, historiallinen Puolan-Liettuan suurvallan kiertomatka, Napoleonin sodat tai II maailmansodan venäläiset paikat. Meillä Suomessa suosiota saisivat esimerkiksi kirpputorimatkat tai kiertomatka Suomen Suurruhtinaskuntaan. Venäläisiä

kiinnostavat myös kuuluisiin henkilöihin liittyvät teemamatkat, esim. Mannerheimin tai Kekkonen elämä ja paikat Suomessa.

### **Kokoukseen osallistuvat, liikematkalaiset**

Venäläisistä yrityksistä 20 % käyttää kokousmatkailuun 50 000 – 100 000 euroa vuosittain, 20 % 100 000 – 250 000 euroa ja 38 % 250 000 – 500 000 euroa. Yli 500 000 euroa käyttää 8 % yrityksistä (2007). Kokousmatkailun pääkohteita ovat Turkki, Keski-Euroopan maat ja Arabiemiraatit. Puolet yrityksistä järjestää 1 – 10 tapahtumaa vuodessa ja puolet vieläkin enemmän, tosin vuoden 2009 talouskriisin takia kokousmatkailu on vähentynyt. Tyypillisiä liikematkakohteita ovat kokousten lisäksi erilaiset seminaarit, messut ja muut työhön liittyvät tapahtumat. Venäjällä hyvän ja pätevän työvoiman saaminen on ongelmallista ja hyväkin työpaikka vaihdetaan usein parempaan. Kun yritys siis löytää hyvän työntekijän, se pyrkii pitämään tästä kiinni. Kokousmatkat ulkomaille ovat erinomaisia ja suosittuja palkkioita hyvästä työstä. Liikematkalaiset arvostavat yleensä kaikkea, mikä on aikasäästävää mukavuuksista tinkimättä. Heille Internet on tärkein tiedon lähde ja he järjestävät itse matkansa. Kun suuryritys päättää järjestää kokouksen tai team building -tapahtuman, se tilaa matkan järjestelyt ammattilaisjärjestäjältä.

### **Pakettimatkoille ja kiertojen osallistuvat**

Venäjältä tehdään aktiivisesti kiertomatkoja niin Suomeen ja Skandinaviaan kuin Keski-Eurooppaan. Yleisimmin matkat tehdään bussilla. Ne ovat suosittuja ennen kaikkea ensimmäistä kertaa ulkomaille lähtevien keskuudessa, sillä pakettimatkalainen saa ryhmän tuen hänelle uusissa tilanteissa rajalla ja vieraassa maassa, samalla hän oppii mm. reiteistä ja liikenteestä tulleita itsenäisiä matkoja varten. Pakettimatkojen plussaa ovat edullinen hinta ja se, että matkan aikana näkee monta eri maata ja kaupunkia. Toisaalta jatkuva bussissa istuminen väsyttää ja kohteita on niin paljon, että ne eivät loppumatkasta enää jaksaa kiinnostaa. Monien mielestä pakettimatka ei ole looppa: sen aikana ei ehdi rentoutua eikä latautua arkeen. Pakettimatkoja järjes-

tävän kannattaa miettiä eri kulkuvälineiden yhdistelmiä, jotka helpottaisivat ja monipuolistaisivat matkantekoa.

### **Pyhiinvaeltajat**

Pyhiinvaellusmatkojen suosio venäläisten keskuudessa lisääntyy vauhdilla ja esimerkiksi Pietarissa on pelkästään pyhiinvaellusmatkoihin erikoistuneita matkatoimistoja. Tällaisia matkoja ovat luostarikierrokset Heinäveden Valamo – Lintula – Uspenskin nunnaluostari Virossa – Petshorin munkkiluostari Venäjällä; Laatokan Valamon vierailut ja patriarkka Aleksei II:n jalanjäljillä -matkat. Matkojen aikana asiakas elää usein askeettisesti. Hän ruokailee yhdessä munkkien kanssa ja nukkuu munkille tarkoitettussa kammiossa. Matkan tärkeää antia ovat uskontotieto ja mahdollisuus keskusteluun papin kanssa. Suomessa ei liene venäläisturisteille varsinaisia pyhiinvaelluskohteita muita kuin Valamo ja Lintula, mutta heidän kiinnostuksensa hengellisyyteen kannattaa huomioida myös muussa matkailussa ja ohjelmalveluissa. Venäläisillä ei ole erityistä tietoa Suomen ortodoksisesta kirkosta kuten ei myöskään luterilaisuudesta tai muista kirkkokunnista, joita Suomesta löytyy. Tieto kuitenkin kiinnostaa heitä, samoin harras hiljentyminen hetkeksi. Heille kannattaa siis tarjota mahdollisuutta vierailla eri kirkoissa ja kirkollisissa tilaisuuksissa, mahdollisesti jopa järjestää teemamatkoja uskonnon tai uskontojen tiimoilta.

### **Opiskelemaan tulevat**

Hyvin monet vanhemmat pyrkivät kustantamaan lapsilleen pitempi- tai lyhyempiaikaista opiskelua ulkomailla, sillä työnantajat arvostavat kansainvälistä kokemusta, kielitaitoa ja myös ulkomaalaisia todistuksia. Englanti on suosituin maa, johon venäläiset matkustavat kesäkursseille. Suomessakin monet yliopistot tarjoavat eri alojen ja mm. suomenkielen kesäopetusta ulkomaalaisille. Venäläiset kyselevät paljon lasten ja nuorten kesäleirejä, joiden tarkoitus ei ole tietojen syventäminen vaan urheilu, yleistieto ja leirielämä. Usein tällaisten leirien hintaa pidetään kalliina, sillä venäläiset ovat tottuneet

ajattelemaan lapsille suunnattuja leirejä ns. sosiaalisena matkailuna, lapsia tukevana toimintana, josta vanhemmat maksavat vain symbolisen summan. Suomessa on tiettyjä yhteiskunnallisia ja uskonnollisia järjestöjä, jotka järjestävät venäläislapsille kesäleirejä. Tosin nyky-Venäjällä yhä useammat vanhemmat ovat valmiita maksamaan myös lasten leirilomista.

### **Sukuloimaan tai vieraisille tulevat**

Huomattava osa venäläisistä matkailijoista tulee Suomeen tapaamaan ystäviä ja sukulaisia. He asuvat yksityiskodeissa, joten he jäävät virallisten yöpymistilastojen ulkopuolelle. Vieraisille tulleet ovat kuitenkin tärkeitä kauppojen, tapahtumien ja nähtävyyshkohteiden asiakkaita.

### **Uuden vuoden ja muiden juhlien viettäjät**

Talvilomaa venäläiset pitävät vuodenvaihteessa, jolloin heillä on kahdeksan päivän loma. Valtaosa Suomeen lomalle aikovista venäläisistä haluaa saapua vasta vuoden vaihteen jälkeen, sillä Venäjällä on levinnyt laajalle käsitys, jonka mukaan Suomessa ei osata juhlia uutta vuotta. He siis juhlivat kotonaan ja matkustavat sen jälkeen lomalle Suomeen. Tilastot kuitenkin osoittavat, että uudenvuodenjuhljoitakin Suomeen tulee, mutta heitä voisi tulla vielä paljon enemmän. Muita syitä, miksi uutena vuotena matkustamista vältetään, ovat hintapolitiikka ja ruuhkat. Yleensä matkan hinta laskee huomattavasti heti uuden vuoden jälkeen; uutena vuotena oletetaan myös olevan ruuhkaa liikenteessä, mikä tarkoittaa myöhästyneitä lentoja ja odotuksia.

Venäläisillä on muitakin juhlapäiviä, jolloin heillä on lomaa. Esimerkiksi toukokuun alussa venäläisillä on lomaa kaksi päivää vappuna ja neljä päivää voitonpäivän 9.5. kunniaksi, mikäli presidentti Putinin v. 2012 antama lupaus toteutuu. Jos 2. ja 6.5. välille sattuu viikonloppu, lomaa pidetään peräti kymmenisen päivää. Toukokuun ensimmäinen ja Voitonpäivä ovat molemmat poliittisesti värittyneitä juhlia, joita läheskään kaikki venäläiset eivät juhlimal-la juhli, mutta vapaapäivät ovat toki tervetulleita kaikille. Monet viettävät

päivät kevättöissä mökillään, mutta monet olisivat valmis myös matkustamaan ulkomaanlomalle. Uuden vuoden ja muistakin juhlapäivistä kerrotaan enemmän luvussa 3.

### **2.3 Venäjän kielen merkitys asiakaspalvelutilanteessa**

Kaikissa tutkimuksissa julistetaan, että asiakaspalvelijan venäjän kielen taito on ehdottoman tärkeää. Hyvin usein sellaiset kohteet, joissa asiakas on saanut palvelua venäjäksi, saa myös paremman kokonaisarvosanan venäläisiltä eli aiheetta tyytymättömyyteen on selvästi vähemmän. Toisaalta tutkittavat korostivat, että vaikka venäjän kielen taidon puute oli miinusta, juuri he eivät siitä kärsineet. Monet venäläiset katsovat olevan kohtuutonta vaatia venäjänkielistä palvelua, vaikka se helpottaisikin heidän lomaansa huomattavasti.

Venäjänkielisen palvelun tärkeys riippuukin myytävästä tuotteesta tai palvelusta. Kun kyseessä on suhteellisen kallis tuote, jonka valinnassa esim. teknisillä ominaisuuksilla on tärkeä rooli, on myynnin kannalta erittäin tärkeää, että asiakas saa palvelua sujuvalla venäjän kielellä. Jos kysymyksessä on mökin vuokraukseen liittyvät tilanteet, niistä selviää venäjänkielisellä kirjallisella materiaalilla, mökki-isännän itsensä ei tarvitse osata venäjää. Myös hotellin vastaanotossa selvinnee ilman venäjän suullista taitoa, mutta jälleen kerran olisi tärkeää, että kaikista hotelliin liittyvistä asioista sekä myös paikkakunnan tapahtumista, aktiviteeteista ja kohteista olisi venäjänkielistä materiaalia asiakkaalle annettavaksi. Jos aktiviteetti on taitoa vaativa ja mahdollisesti vaarallinen, oppaan tulisi osata venäjää tai mukana tulisi olla tulkki. Venäjänkielinen ohjemateriaali auttaa asiaa, mutta ei takaa asiakkaan turvallisuutta, sillä venäläiset lukevat ohjeita vain harvoin.

Ongelmatilanteista ei selviä ilman sujuvaa venäjäntaitoa. Siksi jokaisella matkailuyrittäjällä kannattaa olla sopimus paikallisen tulkin kanssa siitä, että hän voi tarvittaessa soittaa ja saada tulkkaukspalvelua. Sopimuksessa kannattaa määritellä myös puhelintulkkauksesta maksettavat korvaukset.



Venäjän kielen taidon puutteen vuoksi jää monta palvelua ja tuotetta myymättä. Venäläiset kertovat tilanteista, joissa he ovat halunneet ostaa matkailupalvelun, mutta peräytyneet tilanteesta kielenkäyttökauhun takia. Lähestyessään matkailupalvelun tarjoajaa he ovat esimerkiksi joutuneet kuulemaan toisten venäläisten englanninkielisen palvelutilanteen ja pelästyneet ajatusta, että he joutuisivat samaan tilanteeseen eivätkä pystyisikään kommunikoidaan. Niinpä he olivat kääntyneet ja lähteneet pois. Vertailtaessa englantia puhuvia venäläisiä ja ummikoita venäläisiä Levin-lomalla, kävi ilmi, että englantia puhuneet saivat lomastaan irti monta kertaa enemmän, käyttivät huomattavasti enemmän rahaa ja olivat huomattavasti tyytyväisempiä ja aikoivat ehdottomasti palata takaisin. Ummikkovenäläisten loma ei sekään ollut mennyt pilalle, sillä he olivat kuulleet toisilta venäläisiltä, minne kannattaa mennä ja mitä tehdä, mutta he olivat käyttäneet paljon vähemmän rahaa kuin olivat suunnitelleet eivätkä he aikoneet palata Leville. (Puljujärvi 2010.)

Yksi tapa selvittää kunnialla venäläisen asiakkaan palvelemisesta ilman kieli-taitoa on kirjallinen materiaali: asiakkaille jaetaan suomeksi ja venäjäksi kirjoitettu lomake, jossa on lueteltu kaikki ostettavissa olevat matkailutuotteet ja jonka otsikko pyytää asiakasta rastittamaan kiinnostavat. Kaksikielisyytensä ansiosta lomakkeen ymmärtävät niin suomalaiset kuin venäläisetkin, ja kun tiedetään, mikä kiinnostaa, on helppo antaa oikeata lisämateriaalia ja ohjeita tuotteen ostoa varten. Lomakkeessa kannattaa ilmoittaa tuotteen hinta tai esimerkkihinta. Venäläiset valittavat usein, että matkailukohteissa hinnat eivät ole selkeästi nähtävillä vaan niitä täytyy kysyä. Tällöin ilmaantuu kieliongelman lisäksi nolousongelma: jos venäläinen kysyy hintaa ja se osoittautuu liian kalliiksi, häntä nolottaa olla ostamatta. Siksi hinta jää usein kysymättä. Jos hinta, varsinkin jos se ei ole erityisen korkea, olisi esillä kysymättä, venäläiset todennäköisesti ostaisivat tuotetta useammin.

Kun ummikko venäläinen löytää paikkakunnalta jonkun, joka osaa venäjää, olipa se vaikka apteekin työntekijä, häneltä kysytään kaikki mahdollinen: nähtävyydet, ravintolat, kaupat, tapahtumat, aukioloajat, sijainnit, aktiviteetit ym. Siksi jokaisen venäjää osaavan, ainakin matkailussa työskentelevän, pi-

täisi tietää kaikki paikkakunnan matkailuasiat eikä vain oman yrityksensä asioita. Myös kausityöläisten tulee aktiivisesti opiskella seudun kohteet. Tieto ja sen antaminen kuuluu hyvään asiakaspalveluun, joka ehdottomasti tuo rahaa myös oman yrityksen kassaan, sillä venäläinen on kiitollinen ja osoittaa sen palaamalla yrityksen asiakkaaksi. Seutukunnan matkailuyritysten kannattaisikin palkata sesongin ajaksi oma venäjänkielinen infohenkilö esim. siirrettävään infopisteeseen, joka pystytettäisiin hotellin aulaan. Venäjänkielisen kirjallisen materiaalin voi myös koota yhteen sähköisessä muodossa, jolloin sen voi tarjota asiakkaiden tutkittavaksi esimerkiksi hotellin aulaan sijoitetun yleisöpöydän kautta. Sähköisessä muodossa olevaa tietoa on helpompi pitää ajan tasalla ja käyttää hyväksi markkinoinnissa. Sitä voi tarvittaessa tulostaa ja sen voi tallentaa cd-levylle ja vaikka lahjoittaa levyn asiakkaalle. Venäläinen arvostaa sitä, että saa tarvitsemansa tiedon heti ja läheltä, tarvitsematta ensin selvittää vieraalla kielellä, missä sijaitsee kaupungin virallinen matkailuinfo ja tuhlaamatta aikaa sen fyysiseen etsimiseen.

Kun suomalainen asiakaspalvelija pystyy palvelemaan venäläistä venäjäksi, se koetaan arvonannon osoitukseksi: venäjä nousee silloin ”olemattomasta” halutuksi kieleksi, siis sen status nousee. Asiakasta mairittelee se, että ulkomaalainen haluaa osata hänen kieltään.

Luonnollisesti sellaisen matkailupalveluyrittäjän, joka haluaa erikoistua venäläisiin, kannattaa hankkia itselleen käytännön kielitaito tai löytää työntekijäkseen hyvä venäjää puhuva asiakaspalvelija. Venäläisille kieli on helpoin kommunikaation väline. Heille puhe on tärkein väline niin tiedon saamiseen, sen välittämiseen kuin sosiaaliseen seurusteluunkin. Venäjänkieli on avainasemassa, jos puhutaan pitkistä vakioasiakassuhteista. Jos matkailuyrittäjä haluaa sitoa venäläiset asiakkaikseen, hänen kannattaa laittaa likoon itsensä ja tarjota ns. henkilökohtaista suhdetta – eli tuttavuutta: hän palvelee venäläisiä hyvin, osoittaa arvostustaan heitä ja Venäjää kohtaan (ei siis heidän rahojaan kohtaan) ja osoittaa olevansa heistä kiinnostunut ihmisinä, samaten antaa itsestäänkin henkilökohtaisia tietoja. Pian tämä asiakaspalvelutilanne johtaa siihen, että osapuolet alkavat kutsua toisiaan etunimillä. Seuraavan ker-

ran asiakkaan tullessa asiakaspalvelijan on muistettava hänet ja tervehdittää häntä nimeltä: ”Terve, Sergei! Miten menee?” Suomalaisen yrityksen suomalainen, huonosti tai ei lainkaan venäjää puhuva asiakaspalvelija voi nimittäin huolelta kutsua venäläisiä vain etunimeltä. Se sallitaan, se koetaan suomalaisuudeksi ja se on monelle venäläiselle myös mukavaa vaihtelua, sillä Venäjällä puhuttelut ovat huomattavasti muodollisempia. Jos asiakaspalvelija on venäläinen tai osoittaa hyvää venäjänkielen taitoa, silloin myös kielen vaatimaa muodollista puhuttelua on käytettävä tai asiakas loukkaantuu.

Venäläisiltä voi pyytää palautetta palvelusta ja tuotteesta. Yksi tapa on pyytää satunnaisia asiakkaita merkitsemään kaikenlaisia lomaansa koskevia ajatuksia iltaisin pieneen vihkoon, jonka hän luovuttaa pois lähtiessään. Palkkioksi hänelle voi tarjota ilmaisen ohjelmopalvelun, aterian tai jonkin elämys-tuotteen. Venäläisiä voi myös pyytää antamaan palautetta sähköisesti tai vaikka kännykällä. Monille vanha paperinen versio on kuitenkin yksinkertaisin käyttää, mutta sekin saa mieluusti olla epätavallinen ja kiinnostava, jotta asiakkaalla heräisi halu kirjoittaa. Kaksi tällaista palautelomaketta on liitteenä 1. Palautelomake 1 on höystetty huumorilla, lomake 2 on neutraali. Lomakkeissa on pyydetty asiakasta vain kirjoittamaan tuotteen plussat ja miinukset, sillä pitkät, strukturoidut lomakkeet saavat vastaajan väsymään jo ennen vastaamisen aloittamista – ja toisaalta yrittäjälle on tärkeintä saada tietää niistä asioista, jotka saavat miinusta eli joita tulisi parantaa.

## **2.4 Venäläinen asiakaspalvelijana**

Suomessa asuu yhä enemmän syntyperäisiä venäläisiä, joita kannattaa palkata asiakaspalveluun. Ei ole kuitenkaan itsestään selvää, että venäläinen ymmärtää suomalaisen asiakaspalvelun ytimen. Venäjällä ei ole hyvän palvelun perinteitä. Kaikki Neuvostoliitossa käyneet muistavat, että siellä saattoi asiakas joutua odottelemaan, kunnes myyjä oli ensin saanut kyntensä lakattua. Karpovan (2011) mukaan tämä johtuu historiasta: Ennen vallankumousta Venäjällä oli herroja ja palvelijoita. Vallankumouksessa heistä tuli samanarvoisia, ei siis sopinut enää palvelijan palvella – palvelu oli jotakin huonoa ja

tuomittavaa. Paremman ymmärryksen puutteessa sen tilalle tuli työkeys. Nyt, kun asiakaspalvelu olisi jälleen arvossaan, venäläiset eivät enää tiedä, miten palvella asiakasta hyvin.

Palvelukulttuuri Venäjällä ja Suomessa on hyvin erilainen. Tästä hyvä esimerkki on erään suomalaisen konditorian suomalainen ja venäläinen asiakaspalvelija, joiden palvelua olen itse saanut kokea: Suomalainen katsoo silmiin, tervehtii aina ja hymyilee. Hän palvelee hyvin ja toimii ripeästi. Hän tuo asiakkaalle tämän toivoman tuotteen ja asettaa sen hänen eteensä tiskille. Asiakkaan lähtiessä hän kiittää ja toivottaa hyvää päivänjatkoa. Hän saa minut tuntemaan olevani tervetullut ja haluan palata liikkeeseen uudestaan. Venäläinen asiakaspalvelija ei hymyile eikä katso asiakasta silmiin. Hän palvelee viivyttelämättä, mutta jättää asiakkaan haluaman tuotteen sitä lähinnä olevalle tiskille, ei tuo sitä asiakkaan eteen. Tämä hämmästytti minua suuresti ja tunsin tarvetta huutaa: "Huhuu, minä olen täällä!" Olin hämmentynyt ja loukkaantunut, koin saaneeni välinpitämätöntä, jopa huonoa palvelua. Kun kuulin asiakaspalvelijan aksentista hänen olevan venäläinen, ymmärsin tilanteen paremmin. Venäjällä vastaava palvelu on normaalia arkipäivää: Konditorian työntekijä ei yleensä hymyile asiakkaalle ja tervehtiikin vain joskus. Yleensä vitriinistä nostettu ruoka-annos tai leivonnainen jätetään vitriinin päälle, josta asiakas ottaa sen itse kassatiskille. Olen satoja kertoja tullut palvelulluksi näin Venäjällä ja kokenut sen normaaliksi. Suomessa se kuitenkin loukkasi, sillä se ei kuulu Suomeen.

Edellä kertomassani tärkeintä on, että venäläinen asiakaspalvelija *ei itse ymmärtänyt palvelleensa huonosti*. Suomalaiseen yritykseen palkattavan venäläisen asiakaspalvelijan olisi hyvä olla käynyt suomalaista palvelualan oppilaitosta. Lisäksi työnantajan kannattaa hyvin yksityiskohtaisesti kertoa uudelle työntekijälle, mitä hyvä asiakaspalvelu pitää sisällään ko. yrityksessä. Ei pidä olettaa, että työnantaja ja työntekijä ymmärtävät hyvällä palvelulla samaa asiaa. Venäläinen työntekijä varmasti haluaa tehdä työnsä hyvin, mutta hänelle on annettava siihen tarpeellinen ohjeistus. Edellisessä esimerkissä venäläistä työntekijää olisi voitu pyytää havainnoimaan suomalaisen tapaa

palvella asiakkaita ja alkaa toimia samalla tavalla. Venäläisille asiakaspalvelijoille kannattaa myös korostaa niitä seikkoja, mitä venäläinen asiakas suomalaisessa palvelussa eniten arvostaa eli hillittyä huomaavaisuutta – palvelija on paikalla, jos häntä tarvitaan, mutta muuten häntä ei välttämättä edes näy – ja sitä, että Suomessa ei syytellä eikä etsitä syyllisiä saati huomautella asioista epämiellyttävään sävyyn.

Moskovan Arbatin Russkie suvenirijy -kaupassa pysähdyin ensimmäisen hyllyn luo ja otin käsiini korvakorut katsoakseni niitä tarkemmin. Samassa sain viereeni asiakaspalvelijan. Hän halusi ehdottomasti auttaa minua valitsemaan: ”Sopisiko valkea väri? Pidättekö vihreästä? Entä mustat?” Minusta tuntui, että minua kiirehdittiin valitsemaan mahdollisimman nopeasti, joten otin yhdet. Asiakaspalvelija marssitti minut suoraan kassalle, veloitti minulta sata ruplaa ja iloisesti hymyillen toivotti minulle hyvää päivänjatkoa ja tervetuloa uudelleen. Ennen kuin huomasinkaan, olin kadulla kädessäni 2,5 euron ostos, takanani kauppa, jonka monissa saleissa tiesin olevan ihania huiveja, koristemaalattuja rasioita ja upeita koruja – jotka nähdessäni olisin saattanut houkuttua ostamaan huomattavasti isommalla summalla. Nykyvenäläinen asiakaspalvelu on todella tehokasta, mutta ehkä ei aivan sitä, mitä yrittäjä toivoisi.

Tutkimusten mukaan ulkomaille matkustavat venäläiset turistit eivät haluaisi olla tekemisissä maahan muuttaneiden venäläisten kanssa (Kopnina 2007). He ovat saapuneet vieraaseen maahan lomailukseen siellä, tutustuakseen maan kulttuuriin ja ihmisiin. Venäläisten toiveissa alkuasukkaisuun tutustuminen kulkee korkealla sijalla, mutta toive jää usein haaveeksi. Suomalaisten suhteen venäläiset toteavat, että he eivät ole matkallaan saaneet kontaktia muihin suomalaisiin kuin asiakaspalvelijoihin ja heihinkin vain asiasta. Paras asiakaspalvelija venäläisiä lomailijoita ajatellen olisi siis tarpeeksi hyvin venäjää puhuva suomalainen. Tarpeeksi tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, että asiakaspalvelija tulee toimeen venäjän kielellä eivätkä hänen kielioppinsa tai ääntämyksensä kuulosta liian kamalalta venäläisten korvissa. Asiakaspalvelijan venäjän taidon ei siis tarvitse olla täydellistä.

Sesonkityöntekijät on ehdottomasti briiffattava sekä oman työpaikan matkailijoille tarjoamiin eri mahdollisuuksiin että paikkakunnan muihin tapahtumiin ja aktiviteetteihin, sillä venäläinen asiakas haluaa saada tietoa. Hän kokee tullessa palveluksi huonosti, jos asiakaspalvelija vastaa hänelle, ettei tiedä, koska on vain kesätöissä. Jos palvelija ei tiedä, hän voi hyvin tunnustaa sen, kunhan lupaa ottaa asioista selvää ja ilmoittaa asiakkaille vastaukset – ja todella tehdä niin.

Liikematkalaiset ja ostosmatkailijat arvostavat kuitenkin ennen kaikkea kommunikaation sujuvuutta, sitä, että he saavat ongelmitta tietoonsa tuotetta koskevat tärkeät faktat ja oikean palvelun. Autoja tai kodinkoneita myyvien liikkeiden ja esimerkiksi autonkorjausta tarjoavien huoltoasemien kannattaa palkata asiansa osaava venäläinen tekemään työtä venäläisten asiakkaiden kanssa. Näissä tilanteissa matkailija ei hae kosketusta ulkomaalaisiin vaan toimivaa ja luotettavaa palvelua.

Otzyv.ru -sivustolla Helsingin-matkansa kokemuksia jakanut pariskunta kertoi kiirehtineensä hotellilta satamaan ja pysäyttäneensä taksin kadulla. Heidän englantinsa oli virolainen kuljettaja huomauttanut osaavansa venäjää hänkin. Sitten hän oli kysynyt heiltä, tarvitsivatko he kuittia ja kielteisen vastauksen kuullessaan hän oli sulkenut taksamittarin ja ilmoittanut, että matka maksaa vain 7 euroa. ”Ja tämä Suomessa, jossa lakeja noudatetaan ja verot maksetaan niin omantunnontarkasti! Niin ne ex-meikäläiset vielä tämän Suomenkin muuttavat – ikävä kyllä!”, pariskunta kirjoitti.

### **3 JUHLAT**

Venäläiset sanovat usein, että he ovat kansaa, joka osaa tehdä työtä, mutta joka ymmärtää myös vapaa-ajan ja juhlimisen tärkeyden. Juhlia on paljon; osa niistä kansallisia vapaapäiviä. Näitä ovat uuden vuoden aika 1.-5., jouluku 7.1., Isänmaan puolustajien päivä eli miesten päivä 23.2., naisten päivä 8.3., vappu 1.5., voiton päivä 9.5., Venäjän päivä 12.6. sekä Kansallisen yhtenäisyyden

päivä 4.11. Jos vapaapäivät sattuvat viikonlopulle, seuraava maanantai ja tiistai annetaan vapaaksi. Jos vapaapäivä sattuu tiistaille tai torstaille, sen ja viikonlopun välinen päivä annetaan usein vapaaksi. Työpäivä korvataan seuraavana viikonloppuna. Ylimääräinen vapaa tarkoittaa kuitenkin sitä, että viikonloppu on tarpeeksi pitkä esimerkiksi lyhyeen lomaan Suomessa.

Lisäksi on muita juhlia kuten Tatjanan päivä 25.1., laskiainen, pääsiäisperjantai ja -maanantai (päivämäärät vaihtelevat vuosittain) sekä Johannes Kastajan päivä 7.7., jotka eivät ole vapaapäiviä. Jokaisella ammattiryhmällä on oma juhlapäivänsä, jota juhlitaan. Syntymäpäivä on ihmisen tärkein vuosijuhla, myös Enkelin päivää eli nimipäivää juhlitaan. Uutta autoa juhlitaan, valmistumista juhlitaan, työpaikkaa juhlitaan – yleensä kaikkia arkeen kuulumattomia tapahtumia ja hankintoja juhlitaan. Juhlaan kuuluvat lahjat, onnittelukortit, kukkakimput, suklaakonvehtirasiat ja runsaasti hyvää ruokaa ja juomaa. Suuremmissa juhlissa, kuten häissä, asiaan kuuluu myös juontaja ja ohjelmaa. Kun juhlitaan ravintoloissa, musiikki ja tanssi ovat oleellinen osa ilanviettoa.

Venäläiset viettävät kesälomaa heinä- ja elokuun, joskus koko pitkän kesän, mutta vähintään kuukauden. Koulut päättyvät toukokuun loppuun, pääsykokeet jatko-opintoihin ovat elokuun alussa, koulut alkavat jälleen syyskuun ensimmäinen päivä. Näiden tärkeiden tapahtumien väliin sijoittuvat lapsiperheiden lomat. Virkamiehet ja toimihenkilöt lomailevat mielellään heinäkuussa. Monille useita vuosia työskennelleille on kertynyt lomaa useita kuukausia. Yrittäjänä työskentelevät puolestaan ovat usein liian kiireisiä pitääkseen kunnan lomaa. Koululaisilla on syysloma lokakuun viimeinen tai marraskuun ensimmäinen viikko ja kevätloma maaliskuun viimeinen tai huhtikuun ensimmäinen viikko. Silloin perheet pyrkivät matkustamaan lomalle yhdessä. Kaikki venäläiset lomat ja juhlapäivät ja niiden tarkat ajankohdat löytyvät venäläisestä kalenterista.

### 3.1 Uusi vuosi

Euroopassa ja Yhdysvalloissa uusi vuosi on karnevaaliaikaa. Joulun tunnelmallinen juhla on ohi, on aika iloita vuoden vaihtumisesta uuteen. Venäjällä uusi vuosi ei ole ollut varsinaisesti karnevaalia. Uutena vuotena perheet ja sukulaiset kokoontuvat yhteen syömään ja juomaan. Annetaan lahjoja, toivotellaan onnea. Uuden vuoden vieton katsotaan ennustavan uuden vuoden tapahtumia: mitä runsaammat ovat pöydän antimet, mitä onnellisempia ihmiset ja iloisempi mieli, sitä parempi ja hedelmällisempi tulee olemaan alkava vuosi. Ennen uuden vuoden vastaanottoa jokainen on huolehtinut itsensä ja kotinsa kuntoon: käynyt saunassa, käynyt parturissa, ommellut pudonneet napit, kiillottanut kengät; siivonnut, pyykännyt, laittanut vuoden aikana kerittyneen roinan roskeen. Uusi vuosi pyritään aloittamaan ilman menneen vuoden ylimääräistä painolastia.

Uudeksi vuodeksi koti ja kadut koristellaan joulukoristein ja kynttilöin sekä nykyään yhä enemmän jouluvaloin. Isot oikeat kuuset ovat kodeissa harvinaisia, mutta pienet tekokuuset ovat suosittuja. Isoja kuusia käydään ihailemassa kaupungilla. Uuden vuoden aaton ja -yön tärkein juhlakumppani on televisio, joka lähettää musiikkipitoista showta koko yön. Vuoden vaihteessa kuunnellaan Kremlin kellot, nostetaan maljat ja kuunnellaan presidentin puhe. Sitä ennen estradilla ovat esiintyneet Venäjän suosituimmat iskelmälaulajat ja humoristit. Puheen jälkeen alkaa jokausvuotinen "must", perinteinen uuden vuoden elokuva "S ljogkim parom". Elokuvasa esitetään monia laulujia, jotka venäläiset osaavat ulkoa ja jotka assosioituvat heidän mieleensä uuden vuoden tunnelmaan. Näitä laulujia, kuten myös itse elokuvaa, voi käyttää tunnelman luojina myös Suomessa venäläisille tarjottavassa juhlassa yhdessä tunnettujen kansainvälisten joululaulujen kanssa. Eleonora Joffe on julkaissut kirjan "Joulun ilosanoma", johon hän on kerännyt venäjäksi kääntämiään suomalaisia joululauluja.

Uutta vuotta juhlistetaan usein koko ensimmäinen viikko ja kuusella käydään luistelemassa ja kävelemässä ystävien kanssa. Uuden vuoden viikolla järjeste-



tään konsertteja ja tapahtumia, joissa myös Pakkasukko vierailee. Häntä näkee harvemmin ihmisten kotona, vaikka hän lahjat tuokin – saattaa jättää ne kuusen alle tai lasten kiillotettuihin kenkiin eteisessä.

Uuden vuoden menu voi vaihdella, sillä venäläisillä ei ole tarkkoja säilyneitä perinteitä. Useimmilla uuden vuoden pöydästä löytyy kuitenkin mandariineja, Olivier-salaattia, silliä smetanassa, aladobia, kaviaaria, oliiveja sekä kala-hyytelöä. Juomana on samppanjaa, votkaa, viiniä ja alkoholittomia juomia. Nuoret kaupunkilaiset puolestaan suosivat Caesar-salaattia, kreikkalaista salaattia, taskurapuja, pizzaa, sushia ja juovat olutta sekä viskiä. Naiset juovat samppanjaa ja viiniä sekä alkoholittomia, miehet puolestaan votkaa, konjakkia ja olutta. Vanhemmat miehet suosivat votkaa, nuoremmat konjakkia ja nuoriso juo olutta, jota Venäjällä ei edes mielletä alkoholijuomaksi. Suomessa järjestetyssä uuden vuoden juhlassa voi hyvin tarjota perinteisiä suomalaisia jouluruokia, mutta niiden merkitys ja tärkeys suomalaisille täytyy venäläisille selittää. Venäläiset harmittelevat sitä, että he ovat kadottaneet monet omat perinteensä, ja arvostavat sitä, että toiset ovat pystyneet säilyttämään omansa. Uuden vuoden ohjelmaan voisikin sisällyttää pienen esityksen suomalaisista joulun ja uuden vuoden perinteistä ja huomauttaa, että näitä ruokia venäläisetkin pääsevät maistelemaan illan juhlassa.

Uuden vuoden lomalla venäläiset käyvät kylässä, retkeilevät luonnossa, luis-televat, hiihtävät, laskevat pulkalla, käyvät lasten kanssa eri tapahtumissa ja kuusella sekä elokuvissa. Noin joka viides venäläinen käy ravintolassa, klubissa, diskossa, teatterissa, elokuvissa tai menee mökille. Noin prosentti viettää lomaansa täysihoidolassa tai ulkomailla.

Matkailijoille järjestetyssä uuden vuoden juhlassa tärkeintä on oikea tunnelma. Siksi on tärkeää, että joulupukki on mahdollisimman aito. Venäläiset tuntevat joulupukin mainosten ja TV-ohjelmien kautta ja he odottavat pukin olevan kuin suoraan sadusta. Venäläislapset odottavat pukin kohtaamista ja he ovat usein valmistelleet pienen laulun tai runon pukille esitettäväksi, joten pukin tulisi varata aikaa myös kuunteluun. Muutenkin pukki on tärkeintä

nimenomaan lapsille, joten heille olisi varattava aikaa pukin kanssa. Toki pukki kiinnostaa aikuisiakin. Eräs aikuinen venäläinen mies kertoo kohtaamisestaan pukin kanssa näin: "Hän istui toimistossaan ja kirjoitti jotakin, kun menin sisään. Hän katsoi suoraan minuun silmälasiansa yli, tervehti minua venäjäksi ja kysyi nimeäni. Sitten hän kirjoitti jotakin ja ojensi sen minulle, katsoi minuun ja puristi kättäni. Hän oli antanut minulle joulukortin, johon oli kirjoitettu hyvän joulun toivotus ja minun nimeni. Sitä tapaamista en unohda. Kortti on edelleenkin suuri aarteeni." Venäläisten mielestä joulupukki pitäisi tavata kuitenkin viimeistään uuden vuoden aattona, sillä joulupukki sen jälkeen ei ole enää loogista. Sen sijaan neuvostoperinteiden mukaan pakkasukkoa voi tavata eri puolilla Venäjää kaupungin kuusen luona vielä tammikuun ensimmäisen viikon ajan. Toisaalta joulupukki on Suomessa venyttänyt sesonkia onnistuneesti koko vuoden ajalle, sillä joulupukkia voi tavata ja häntä halutaan tavata kaikkina vuodenaikoina. Siten kesäjoulupukki, jolle lapset voivat esimerkiksi toimittaa lahjatoiveensa henkilökohtaisesti, saattaisi tuoda mukavaa lisää myös venäläisten kesälomailuun. Ja vaikka on yleisesti tiedossa, että pukki on Rovaniemellä, ei liene mitään syytä, ettei hän voisi kesäisinkin matkustella muualla Suomessa.

Suurin uuden vuoden pettymys monille venäläisille on juhlaillallisen tapa ja kesto. He eivät pidä seisovasta pöydästä. Se koetaan liian arkiseksi ja liian sujumattomaksi. He valittavat sitä, että pitää jonottaa ja muut tönivät, ja että pitää nähdä vaivaa juhlaillallisen eteen. He haluaisivat valmiiksi katetut pöydät seurueittain ja lämpimien ruokien tarjoilun. Tärkeää on myös se, miltä tarjoilut näyttävät – niiden on oltava runsaan ja upean näköisiä. Uutta vuotta otetaan vastaan pitkälle uuden vuoden puolelle. Usein juhla alkaakin vasta puolilta öin. Sopiva alkamisaika juhlalle on noin kello 22, mutta juhlan on saatava jatkua pikkutunneille. Pöydistä noustaan välillä jaloittelemaan, tanssitaan, seurataan juhlaohjelmaa, käydään jopa ulkona, mutta pöytään ja syömään palataan takaisin. Eräs venäläinen sanoo, että he syövät itsensä uutena vuotena ähkyksi, ja sittenkin he vielä syövät, vaikka mitään ei enää mahaan mahtuisikaan. Suurin osa venäläisille tällä hetkellä tarjottavista uudenvuodenmatkoista sisältää juhlaillallisen seisovasta pöydästä, usein asiakkaat jopa

jaetaan useampaan vuoroon tilanpuutteen takia. Silloin syntyy ”ensimmäinen erä uuniin ja uunista ulos”-tunnelma, mikä ei tyydytä venäläisten uuden vuoden juhlimistarvetta.

Eräs Rovaniemellä uutta vuotta vastaanottanut kertoo Ounasvaaralla pakkasessa järjestetystä ulkoilmajuhlasta, joka oli suunnattu kaikille halukkaille. Juhla-alueella oli tanssiesityksiä, ulkoilmadisko, tinanvalantaa, shamaanin ennustusta jne. Luonnollisesti tarjolla oli myös nuotiotulia ja niiden äärellä pientä purtavaa. Ennen vuoden vaihtumista paikalle ilmestyi joulupukki ja vuoden vaihtuessa nostettiin maljat ja laulettiin yhdessä. Paikalla oli ollut muitakin kansallisuuksia kuin venäläisiä. Pakkanen oli ollut kova ja tilaisuuden hinta myös, mutta kaikki ryhmän venäläiset olivat olleet ihastuksissaan.

Venäläisille tarjottava uuden vuoden juhla voi siis olla joko iloinen karnevaali tai suomalaistyyppisen joulutunnelman juhla. Tuotteista voi siis tehdä erilaisia, ja niitä voi markkinoida erilaisina. Suurin osa venäläisistä kokeilee todennäköisesti molempia. Venäläisille tärkeitä uuden vuoden elementtejä ovat H.C.Andersenin satu Lumikuningatar, jonka eri animaatioversioita venäläiset lapset katselevat uutena vuotena. Lumikuningattaresta saisi siis toimivia elementtejä uuden vuoden juhlaan. Tärkeitä ovat myös venäläiseen perinteesseen kuuluva hevosajelu sekä suomalainen poro. Venäläiset ottavat mielellään osaa järjestettyihin yhteisleikkeihin, tansseihin ja hyväntahtoisiin hassutuksiin. Lapsille tarvitaan omaa ohjelmaa, esimerkiksi tonttukouluja, tansseja, joululaulujen opettelua, piparin paistamista, kuusen hakua metsästä ja kuusensoristeiden askartelua. Näitä Suomessa tarjotaan runsaasti ja ne ovat saaneet venäläisiltä hyvää palautetta. Mutta uuttakin voi keksiä. Lapsille sopivaa puuhaa on myös seimen rakentaminen sekä Tiernapoikien opettelu ja esittäminen, sillä Venäjällä on olemassa vanhoja vastaavanlaisia perinteitä. Aikuisille uutta voisi olla jäällä luistimilla pelattava golf tai hiihtokilpailu, johon osallistuvat avioparit tandemsuksilla. Venäläiset myös ilahtuvat tunnelmaa luovista tonttulakeista ja juhlivat mielellään ne päässään.

Perinteinen suomalainen joulupukin saapuminen ja lahjojen jako on kovin vaatimaton esitys eikä sellaisenaan vastaa venäläisten odotuksia. Joulupukista kannattaisikin rakentaa näyttävämpi show, jossa käytetään hyväksi hauskaa sanailua (venäjäksi), tonttuja, eläimiä, kynttilöitä ja valoja, kirkkaita värejä ja musiikkia. Joulupukkia varten voi rakentaa lavasteita ja hän voi esimerkiksi saapua perinteisellä tai jollakin aivan yllättävällä, uudella tavalla.

Jouluksi saapuu nykyään yhä enemmän ja suurempia ryhmiä tilauslennoilla, -junilla ja -busseilla. Usein matka on pitkä, tavallistakin pitempi, sillä esimerkiksi tilausjuna Moskovasta Rovaniemelle pysähtelee matkan aikana odottamaan vastaantulevia, aikataulutettuja junia. Joulutuotteen voisi siis suunnitella alkavaksi jo kulkuvälineessä, esimerkiksi Suomen rajalta asti. Junassa voisi olla soittajia, jotain vaunusta vaunuun kiertävää ohjelmaa, tietokilpailuja, tontut voisivat jakaa pipareita – ja ennen kaikkea lapsille voisi kehitellä touhua ja puuhaa.

#### JOULUNAJAN HISTORIAA JA PERINTEITÄ SUOMESTA

Joulun juhlinta aloitettiin Tuomaan päivänä 21.12., jolloin jouluvalmistelujen piti olla valmiina. Tuomaan päivänä herkuteltiin siansorkilla. Päiviä Tuomaasta jouluaattoon nimitettiin pesäpäiviksi, sillä silloin aurinko pysytteli kolme päivää horisontissa eli pesässä. Perinnetiedon mukaan pesäpäivien sää ennustaa kesää: jos aurinko näkyy, kesästä tulee lämmin ja vähäsateinen, jos aurinko taas pysyy pilvessä, kesästä tulee sateinen.

Tapanina 26.12. oli tapana pitää hevoskilpailuja, sillä Tapani oli hevosten suojelija. Miehillä oli oma juhla, Talli-Tapanus, jossa he ryyppäsivät tallissa, söivät tahvanaskakaraa ja jänispaistia. Naisia ei juhliin päästetty. Tapanin sauna oli erityinen puhdistautumisrituaali ja saunan jälkeen saivat niin ihmiset kuin eläimetkin syödä mahansa täyteen hyvää ruokaa. Tapanina ennustettiin ja tehtiin kepposia; järjestettiin kilpailuja, yhteislaulua ja leikkejä. Knutin päivänä 13.1. loppuu joulu ja joulurauha. Nuoriso pukeutui knuuteiksi ja kulkiivat talosta taloon pyytämässä kestitystä. Knuuteilla saattoi olla nahkanaamari ja parta naavasta, nahkasaappaat ja nahkatakki.

Suomalaiseen jouluun kuuluivat myös joulumuori ja joulutontut, joille vietiin puuroa aattona. Jouluyönä saattoi haastella eläinten kanssa, sillä silloin ne saivat puheen lahjan. (Tanskanen 2005.)

Esimerkki uuden vuoden juhlatuotteesta:

#### UUDEN VUODEN SATU

Venäläisten suurin toive uuden vuoden viettoon on päästä sisälle satuun. Satua he ovat valmiit ostamaan ja jopa säästämään sitä varten. Uusi vuosi on venäläisille vuoden tärkein juhla, kunnan juhla, jolloin ei kitsastella. Venäläiset haluavat juhlia koko yön. Ruokaa pitää olla niin paljon. Nyrkkisääntönä on, että siinä vaiheessa kun juhlan suomalaisesta järjestäjästä alkaa tuntua, että ruokapuoli on kunnossa, sen määrä pitää tuplata. Syöminen aloitetaan hyvissä ajoin illalla ja sitä jatketaan pikkutunneille asti. Ei seisovasta pöydästä! Uuden vuoden ateriat pitää tarjoilla. Perheet ja ryhmät voi sijoittaa omiin pöytäkuntiinsa ja kattaa niille valmiiksi salaattit, leivät ym. kylmät tarjoiltavat. Ohjelmaksi sopivat kuljailut: lyhyehköjä kävelyreittejä, joiden varrella on nähtävää ja koettavaa. Esimerkiksi lyhyin valaistu polku, joka kulkee tonttuasemien nuotiotulien kautta - asemia olisivat glögi- ja pipariasema, riisipuuroasema, tinanvalamisasema tinoja tulkitsevine ennustajaeukkoineen, makkaranpaistolasema sekä rahanuhrausasema. Viimeisin olisi kylmäasema, esim. Pietarin katulasten hyväksii, sillä perinteisesti Venäjällä rahan uhraaminen uuden vuoden aikaan antaa sitä yltäkylläisesti takaisin tulevana vuonna. Asemia palvelisivat iloiset ja venäjää puhuvat tontut. Kuljailut olisivat auki yleisölle koko uuden vuoden aaton ja yön. Venäläiseen uuteen vuoteen kuuluu hevoskyyti. Toinen siihen kuuluva asia on Lumikuningatar. Lumikuningattaren linna rakentuu taitavasti valaisten kauniiseen luontokohteeseen tai lumesta ja jäästä muotoillen. Vierailijoita linnaan toisi hevonen ja reki. Uuden vuoden maljat kohotetaan kello 24.00 Moskovan aikaan Kremlin kellojen kumistessa valkokankaalla (tarvitaan siis videotykki ja Venäjän TV1) ja toisen kerran kello 24.00 Suomen aikaa. Ilotulitus kuuluu asiaan. Sen jälkeen tapaavat Joulupukki ja Pakkasukko. Tapaaminen on pienimuotoinen, ennalta harjoiteltu show. Aamuyöstä ohjelmassa tarjotaan venäläiseen uuteen vuoteen kuuluvaa klassikkoelokuvaa, "Ironia sudby ili S ljogkim parom" eli "Kohtalon ironiaa", esimerkiksi elokuvateatterissa. Kuinka mukavalta tuntuukaan satumaisen uuden vuoden yön päätteeksi käpertyä kumppanin kainaloon katselemaan vanhaa rakasta leffaa – Suomessa!

Joulun tunnelmaa luodaan valoilla, musiikilla ja koristeilla. Hotelleissa voisi järjestää "huoltopisteitä", joissa matkailija voi ommella nappinsa itse tai ostaa palvelun. Parturi-kampaamo voisi koristella peilin jouluisesti ja kehottaa mainoslauseella ihmisiä vilkaisuun, pitäisikö hiukset leikata vielä ennen iltaa. Palvelut tuovat enemmän tunnelmaa kuin rahaa, mutta kun niiden olemassaolosta aletaan tietää, matkailijan ei enää tarvitse kiirehtiä parturiin kotonaan vaan hän ehtii lomakohteessakin. Oheispalveluna tarjotaan kaikkea mahdollista, mitä paikkakunnalla on. Mitä enemmän on tapahtumia, konsertteja, kuoroja, markkinoita, lumipallosotia, luistelua, saunaa ja avantoa, sitä parempi venäläisen mielestä. Ja samalla kun rakennamme satua venäläisille maksaville vieraillemme, rakennamme sitä myös itsellemme.

## JOULUNAJAN HISTORIAA JA PERINTEITÄ TSAARIN VENÄJÄLTÄ

Tsaarin ajan venäläiset viettivät juhlaa ennustaen, tehden taikoja, kelkkaillen, ajellen hevoskyydillä, syöden juhla-aterioita ja leikkien. Talven juhlakauden aloitti 12.12. Spiridonin päivä eli Auringon juhla, jonka sanottiin kääntävän auringon suunnan nousuun. Silloin poltettiin kokkoja, juotiin olutta, laulettiin ja vieritettiin aurinkoa symboloivia kuumia renkaita kukkulan rinteiltä. Spiridonin päivän ilmiöt ennustivat tulevaa, mm. millainen sato saataisiin. Eläinsuojien ovien yläpuolelle kiinnitettiin eläintenmuotoisia leivonnaisia, jotta karja voisi hyvin ja lisääntyä. Ihmisten juhlan symboli oli shangi, pyöreä, kahvilautasen kokoinen, ruskea ja rapeaksi paistunut leivonnainen. Jos shangeja leiponut neitonen otti ensimmäisen valmiin shangin käteensä, juoksi se kädessään ulos ja kysyi ensimmäisen vastaantulijan nimeä, olisi hänen sulhasensa sen niminen. Venäläiset ennustivat kaikesta: tähdistä, kuusta, vedestä, lumesta, sormuksista, jyvistä, oluesta, blineistä, lusikoista, kanoista, kukosta, peilistä, kynttilöistä.

Jouluaattona 24.12. venäläiset paastosivat koko päivän ja saivat syödä vasta kun ensimmäinen tähti oli ilmestynyt taivaalle. Pöydällä oli ehdottomasti uusi, puhdas liina. Isäntä laittoi pöydän viereen ruislyhteen, jonka takaisi hyvän sadon. Pöydässä oli monta ruokalajia: jos ruokailu olisi runsas, olisi talossa ruokaa riittämiin koko tulevan vuoden. Ateriaan kuului ehdottomasti pääruoka kutja, joka koostui kokonaisista keitetyistä vehnänjyvistä, hunajasta ja rusinoista. Tärkeä osa ateriaa olivat myös hedelmäkiisseli ja blinit.

Aaton jälkeiset 12 päivää olivat ns. Pyhiä päiviä. Oli nuorison vuoro juhlaa: leikittiin, laulettiin, tanssittiin, ennustettiin, kuljettiin joukolla talosta taloon onnea ja menestystä tuovia loitsuja laulaen. Nämä ns. shuligonit saattoivat pukeutua piruiksi, noidiksi tai eläimiksi. He lauloivat isäntäväestä ja toivottivat onnea taloon. Heidän tuloaan odotettiin ja heitä kestittiin hyvin, mistä talo sai palkakseen onnenlaulun. Jos kestitys ei ollut mieleen, laulettiin irvailulaulu. Pyhät päivät ja ns. Intohimon illat, jolloin neitokset pääsivät kylille ja nuorukaiset saivat katsella heitä sillä silmällä, jatkuivat Kristuksen kasteeseen (6.1.) asti, jolloin oli tapana laskea, kuinka monta paria Pyhät päivät olivat saaneet aikaan. Pyhien päivien aikana myös pestiin ja siivottiin talo, sillä vedellä oli silloin erityinen puhdistava voima. Kaikki tarpeeton ja rikkinäinen poltettiin ja tuhka ripoteltiin hedelmäpuiden ja marjapensaiden juurelle, sillä se toisi paremman sadon. Jotta tuleva vuosi olisi rikas, nuotioon siroteltiin jauhoja ja suolaa, viiniä, voita ja rahaa.

26.12. vietettiin akkainpäivää, jolloin kättilömmuille vietiin hedelmällisyyttä symboloivia puuroa ja piirakoita kiitokseksi synnytyksavusta. 30.12. oli Pyhän Anisjan päivä. Silloin keitettiin sian sisälmyksiä, joista myös ennustettiin talven kulkua. Tämän ns. Vasilin porsaan luita haudattiin kasvimaalle, jotta talossa säilyisi rikkautta. 31.12. vietettiin Vasilin aattoja, jota kutsuttiin myös Runsauden illaksi: mitä rikkaampi pöytä ja iloisempi seurue, sitä onnellisempi alkava vuosi. Paistettu uudenvuoden possu kuului asiaan – Pyhä Vasili oli sikojen suojelija. Vasilia vietettiin 1.1.: kylän lapset kulkivat ryhminä talosta taloon, ripottelivat hihoistaan viljanjyviä talon lattialle ja lausuiivat onnen loitsun.

2.1., Silvesterinä, siivottiin kanala. Se myös desinfioitiin katajasavulla. 3.1. eli Malakiaan päivänä manattiin piruja ja luettiin viimeisiä ennustuksia, sillä Kristuksen kasteen (6.1.) jälkeen ennustaminen olisi syntiä eikä sitä enää saisi harrastaa. 5.1. pirskoteltiin niin ihmiset kuin paikatkin pyhällä vedellä ja seiiniin piirrettiin hiiliristejä pirujen pois ajamiseksi; pirut nostattivat lumimyrskyn ja pyryn mennessään. Kristuksen ristiäisaattona eli Nälkäisenä iltana paastottiin jälleen siksi, kunnes ensimmäinen tähti ilmestyi taivaalle. (Tanskanen 2005.)

## Pakkasukko



Pakkasukko, Ded Moroz, ilmestyi Venäjälle 1800-1900-lukujen vaihteessa Saksan Pyhän Nikolauksen esikuvan pohjalta. Ded Moroz on yhtä aikaa lahjoja antava ja rankaiseva, hassutteleva ja kepposteleva, ilkkurinen ukko.

Pakkasukolla on harmaa tai valkoinen tukka ja parta, valkoinen, pellavainen paita ja housut, jotka on koristeltu valkealla geometrisellä koristekuviolla. Vyö on valkoinen, siinä on punainen koristekuvio ja se sidotaan vyötärölle paidan päälle. Takki on pitkä, joko punainen tai hyvin usein myös sininen, samettinen, ja se on koristeltu hopeaompelin. Kengät ovat hopeiset tai punaiset, niissä on kippurakärki ja hopeaompeleet koristeina. Kädessään Pakkasukolla on kris-

tallinen tai hopeinen sauva. Samettinen päähine on kirjailtu hopealla ja helmillä. Myös lapasissa on hopeaompeleita kirjailuna.

Pakkasukolla on mukanaan tyttärensä Snegurotshka, Lumityttö, joka symboloi jäätyneitä vesiä. Lumityttö on kokonaan valkeaan pukeutunut. Hän on hyvä ja hellä. Mukanaan hänellä on metsäneläimiä. Yhdessä Pakkasukon kanssa hän hauskuuttaa lapsia ja auttaa jakamaan lahjoja. Pakkasukon vaimo ja Lumitytön äiti on Snezhnaja tsaritsa, Lumitsaaritar, joka ei yleensä kulje miehensä matkassa. (Tanskanen 2005.)

### **3.2 Muut juhlat**

#### **Kansainvälinen naistenpäivä**

Naistenpäivä 8.3. on Venäjällä hyvin tärkeä yleinen vapaapäivä. Silloin kaikki miehet muistavat elämässään vaikuttavia naisia kukkasin, lahjoin ja suklaakonvehdein, ja myös naiset onnittelevat toisiaan. Kun vapaapäivä osuu viikonpäivistä tiistaille tai torstaille, vapaapäiviin lisätään juhlaa edeltävä maanantai tai sen jälkeinen perjantai ja venäläisillä on neljän päivän vapaa. Siksi Suomi on suosittu matkakohde naistenpäivänä: olemme tarpeeksi korkeatasoinen ja tarpeeksi lähellä.

Naistenpäivän aikoihin matkalle lähteneet haluavat ostaa kukkia ja lahjoja sekä viedä daaminsa ravintolaan. Eräs venäläinen Suomessa naistenpäivää viettänyt harmitteli, miten hänen seurueensa hurmaavien daamien juhlapäivä oli mennyt täysin mönkään: miehet etsivät ja etsivät pikkukaupungista kukkia, mutta eivät löytäneet; vievät daaminsa ravintolaan, mutta se olikin kiinni. "Emme osanneet aavistaakaan", toinen miehistä kertoi, "että kukkia saa liikkeestä, jonka ikkunassa on risti ja hautakivi; ja kun olimme illalla kymmenen aikaan ravintolan oven takana, se menikin juuri kiinni!"

Naistenpäivä on hotelleille ja ravintoloille kulta-aikaa: naistenpäivään voi järjestää ohjelmaa, esim. muotinäytöksen. johon juhlivia naisia itseään kutsu-



taan mannekiineiksi. Hyvin moni ottaa kutsun innoissaan vastaan. Samalla paikallinen vaateyritys, joka toimittaa näyttökseen asut, saa tuotteilleen mainosta ja uusia asiakkaita. Kukkakaupat ja koruliikkeet voisivat tuoda tuotteitaan myyntiin hotellin aulaan. Kukkat ja lahjat kuuluvat naistenpäivään eikä yksikään mies kieltäydy ostamasta rouvan ihailemaa kaulakäätyä. Ravintolat voivat tarjota juhlamenua ja tuoda jokaiselle naisvieraille ruusun tai muuta pientä mukavaa tilauksen yhteydessä tai vähintään koristella ravintolasali teemaan sopivaksi.

Myös ohjelmapalveluyritykset voivat laatia naistenpäivälle juhlaohjelmia. Sellaisia voivat olla normaalit tuotteet, jotka on juhlistettu ruusulla ja erikoisjuomalla tai -ruualla; sellaisia voivat olla myös raflaavan erilaiset, tempaisevat naist tuotteet, kuten naisten pilkki, hiihto tai moottorikelkkasafari; tai romanttiset tuotteet kuten esimerkiksi 'päivä prinsessana', jonka aikana naista hemmotellaan hieronnoilla ja kosmetologin palveluilla ja hänet meikataan ja kammataan kaunottareksi ja - mikä ettei - paikallisen muotiliikkeen asiakaspalvelija valitsee (myy) hänelle uuden puvun illan juhliin. Toisin sanoen naisille voisi tarjota TV:stä tuttua muuttumisleikkiä naistenpäivän kunniaksi – ja miesseuralainen maksaa, luonnollisesti.

### **Miestenpäivä 23.2.**

Miestenpäivä, eli isänmaan puolustajien päivä, entinen Puna-armeija päivä, on myös yleinen vapaapäivä. Silloin naiset onnittelevat ja lahjoivat miehiään. Päivä on lähes yhtä tärkeä kuin naistenpäivä. Miestenpäivän aikoihin venäläisiä silmälläpitäen kannattaa tarjota miehekkäitä tapahtumia ja esineitä, esim. erityistä miestenmenua ja miehille tarkoitettuja koruja, huiveja ym. asusteita. Palveluhenkilökunnan on myös kohteliasta muistaa miestenpäivä ja toivottaa venäläisille miesvieraille hyvää juhlaa.

Vapun (1.5.), voiton päivän (9.5.), Venäjän päivän (12.6.) sekä Kansallisen yhtenäisyyden päivän (4.11) vietossa ei ole vakiintuneita perinteitä Neuvostoliiton hajottua. Päivät ovat poliittisia ja luonnollisesti valtio järjestää edelleen

suuriakin juhlallisuuksia. Ne eivät kuitenkaan viehätä kaikkia eivätkä kaikki venäläiset halua juhlia poliittisesti. Juhlapäivien yhteydessä venäläisillä saattaa kuitenkin olla pitkiä viikonloppuvapaita, jolloin monet haluaisivat matkustaa ulkomaanlomalle. Näitä päiviä silmällä pitäen voi tarjota muunlaista, ei poliittista, mukavaa ohjelmaa Suomessa.

Mielenkiintoisen mahdollisuuden tarjoavat suomalainen juhannus sekä venäläinen Johannes Kastajan päivä 7.7. Silloin ei ole vapaapäivä, mutta moni venäläinen viettää silloin lomaa. Suomalaisesta perinnejuhannuksesta olisi helposti muotoiltavissa venäläisiä viehättävä, kesäyön auringon mystiikkaa leivittävä keskikesän juhla. Venäläinen joulukuun 7.1. on myös kansallinen vapaapäivä ja sijoittuu yleiseen talviloma-aikaan, joten Suomeen uudeksi vuodeksi saapuneet viettävät usein joulunkin täällä. Joulun vietossa ei ole vakiintuneita perinteitä, mutta yleensä sitä halutaan viettää uskonnollisävytteisesti ja rauhallisesti omassa perhepiirissä.

Jos juhla tai aktiviteetti on sellainen, että lapset eivät voi ottaa siihen osaa, venäläiset asiakkaat toivovat lapsille omaa ohjelmaa tai vähintäänkin venäjänkielistä, pätevää lastenhoitajaa.

#### **4 TIEDON TÄRKEÄ MERKITYS**

Kaikista venäläisiä koskevista tutkimuksista nousee tärkeimpänä esille venäläisten tunne siitä, että he eivät saa tarpeeksi tietoa. Samaan aikaan suomalaisista matkailuyrittäjistä tuntuu, että tietoa on: sitä on netissä ja sitä on paperilla ja jopa venäjäksi. Tietoa siis on mutta se ei löydä vastaanottajaa. Tiedottamisessa tärkeää on tarjota tietoa mahdollisimman paljon, mahdollisimman monesta aiheesta ja mahdollisimman monta eri kanavaa käyttäen. Loppujen lopuksi matkailueurojen saaminen riippuu usein ennen kaikkea tiedon välitymisestä. Venäläiselle täytyy siis kertoa asioista ja tarjota mahdollisuuksia aktiivisesti. Ei riitä, että heille vastaa kun he kysyvät. Oman vaikeutensa tiedottamiseen antaa yhteisen kielen puute. Venäläiset asiakkaat saa helposti

tyytyväisemmiksi varaamalla heidän käyttöönsä tietokoneelle kootun ja paperille tulostetun arkisanaston, josta he löytävät esim. elintarvikkeet ja matkailutuotesanoja suomeksi ja venäjäksi. Sanastoa voisi olla jaossa vaikkapa hotellin vastaanotossa tai ohjelmapalvelun myyntipisteessä.

#### **4.1 Puuttuvaa yleistä tietoa**

Venäläiset toivovat enemmän tietoa kaikesta mahdollisesta, mitä matkakohteessa on saatavilla: tuotteista, aktiviteettimahdollisuuksista, kiertoajeluista, nähtävyyksistä, tapahtumista jne; hinnat ovat erittäin tärkeää tietoa. He haluavat lähialueiden kaupunki- ja tiekarttoja, tietoa sijainneista ja välimatkoista sekä siitä, miten mihinkin tilaisuuteen pitää pukeutua. He toivovat tietoa kansallisista lomapäivistä, ostoskeskuksista, ravintoloista, huoltoasemista, maan hintatasosta ym. Kuinka paljon maksaa elokuvalippu? Entä paikallisbussimatka? Limppu ja maitopurkki? Onko paikkakunnalla disko? Entä keilahalli? Venäläiset toivovat Internetiin paikkakuntaakohtaisia luetteloita kaupoista, ravintoloista ja yökerhoista sekä printattavaa nähtävyysskarttaa.

Venäläiset vaatteiden kokonumerot ovat erilaiset kuin suomalaiset. Vaateostoksilla venäläiset kaipaavatkin kokonumeroiden vastaavuustietoja. Sellaiset voisi esimerkiksi koota taulukoksi ja kiinnittää nähtäville vaatekaupoissa.

Paikkojen nimet pitäisi mainita suomeksi kaikenkielisessä materiaalissa, sillä venäläiset eivät ymmärrä, että esimerkiksi Mikkeli ja St. Michel ovat saman kaupungin kaksi nimeä. Hankaluutta ummikoille venäläisille ovat aiheuttaneet myös aukioloaikojen oudot lyhenteet ma, ti, ke, to, pe, la ja su. "Aukioloajat ymmärsimme, nehän olivat numeroita, mutta ne vaihtelivat päivittäin emmekä ymmärtäneet, minä päivänä oli mitenkään."

Venäläiset tarvitsevat tietoa siitä, missä voi vaihtaa seteleitä pienemmiksi. Venäläiset nimittäin tuovat mukanaan usein isoja setelejä, sadasta eurosta jopa tuhanteen. Sellaisia ei voi vaihtaa kaikissa kaupoissa eikä myöskään pankeissa, joissa nykyään ei enää käsitellä käteistä.

Se tieto, mitä venäläiset Suomeen tulijat kokevat eniten tarvitsevansa, on oikeastaan pohjatietoa kuten tietoa

- Suomen liike-elämästä, kaupoista, ryhmittymistä, kauppatavoista, aukioloajoista ja miten laki niitä säätelee
- siitä, minne suomalaiset lähtevät viihteelle ja miten se tapahtuu (venäläisetkin oppisivat siten, minne ja milloin mennä, mikäli haluavat nähdä suomalaisia ja päästä vaikka puheisiin)
- Suomen pankkijärjestelmästä, pankeista, pankkiautomaateista, maksukorteista ja niiden käyttämisestä Suomessa esim. bensa-automaateilla, kaupoissa jne.
- suomalaisen matkailuyrityksen toimenkuvasta ja lakisääteisistä vastuista, matkailun kehityksestä Suomessa
- Internetin mobiilisovelluksista Suomessa; miten päästä sisään, miten käyttää, paljonko maksaa
- jokamiehenlaista; mikä se on, sen historia, toteutus ja mikä ei ole jokamiehen lain mukaista
- suomalaisten suhteesta luontoon, suomalaisten tavasta pitää luonnosta huolta, myös niin pienistä asioista kuin että roskat tuodaan repussa takaisin kotiin
- suomalaisesta terveydenhoitojärjestelmästä ja ulkomaalaisen oikeuksista tai mahdollisuuksista sen käyttämiseen
- avun kutsumisesta ja saamisesta onnettomuuden sattuessa
- kuluttajasuojalaista, asiakaspalvelusta
- syrjinnästä, rikoksista, rikoksista ilmoittamisesta, avun saamisesta, myös rikoksen tekemisen seurauksista (esim. viisumioikeuden mahdollinen menettäminen määräajaksi)
- liikenteestä, liikennesäännöistä, autokouluopetuksesta, rengasvaatimuksista, poliisin toiminnasta liikenteessä esim. peltipoliisit
- suomalaisesta mökkikulttuurista
- juhlapäivistä, mitä tehdään, milloin ja miten ja että näinä päivinä koko Suomi voi olla kiinni
- suomalaisesta työkulttuurista, palkkauksesta, elintasosta, vuokrasta, keskipalkoista, suomalaisten velkaantuneisuudesta ym.

- o ortodoksisesta ja luterilaisesta kirkosta Suomessa, muista Suomessa esiintyvistä uskonnoista

Tieto on avain onnistuneeseen matkaan erilaisessa kulttuurissa. Tieto on avain ymmärtämiseen. Se auttaa selviytymään ja ehkäisee ongelmia ennalta, sekä antaa rohkeutta lähteä matkaan.

## **4.2 Hotellien ja mökkien tiedontarve**

Tähän lukuun on koottu yksittäisiä asioita, joista venäläiset ovat antamansa palautteen mukaan kokeneet tiedon puutetta.

Majoitusliikkeiden nettisivuilla on useimmiten selkeät ohjeet siitä, miten majoitusta varataan, mutta ei yhtä usein selkeää ohjetta siitä, miten varaus peruetaan ja mitkä ovat perumisen ehdot. Hotelleissa ja mökeissä on tärkeää antaa kaikki mahdolliset ohjeet venäjäksi: sauna, aamiainen, minibaari, TV, takka, mökin lämmitys, puhelimen käyttö, videoiden, satelliitti-TV:n ja internet-yhteyden ohjeet. Lisäksi tarvitaan paikallislinja-autojen aikataulut, niiden lukuohjeet ja pysäkkien sijainti hotelliin tai mökkiin nähden. Tarpeen ovat myös tiedot lähimmästä kaupasta, ravintolasta ja huoltoasemasta, niiden sijainti ja aukioloajat. Myös niistä kaupoista toivotaan tietoa, jotka ovat auki pyhäpäivisin. Hotellien asiakkaat kaipaavat usein myös parkkisääntöjä, ei vain hotellin läheisyydessä vaan koko kaupunkia koskien.

Mökkiä vuokrattaessa tulee antaa selkeästi tieto liinavaatteista: onko niitä ja paljonko ne maksavat. Tietoa tarvitaan myös siivouksesta, jätteen lajittelusta ja saunan käytöstä. Eräs venäläinen kertoo, että heidän mökkinsä lämmitysjärjestelmään tuli vika ja he kutsuivat isännän korjaamaan asian. Isäntä huomasi saunan jälkilämmön kuumaksi ja väitti, että venäläiset olivat käyttäneet saunaa vaatteiden kuivaamiseen ja että korkea saunan lämpötila oli käyttänyt mökille varatun lämmityskapasiteetin eikä lämpöä enää saanut lisää. Venäläiset olivat todellakin lämmittäneet saunan sataan asteeseen ja kylpeneet koko päivän, mutta eivät olleet tehneet niin vaatteita kuivatukseen. Venäläisille saunan nimittäin pitääkin olla kuuma ja kylpeminen todella kes-

tää tunteja. Jos saunaa ei saisi venäläisittäin käyttää, siitäkin pitäisi olla tietoa saatavilla. Vain 70°C:n sallittu lämpötila saunassa voi olla monelle venäläiselle pettymys.

Mökin kaikkien ohjeiden pitäisi olla venäjäksi. Tällaisia ohjeita ovat mm. kiu-kaan ja takan käyttöohjeet, palovaroittimeen liittyvä ohjeistus ja kodinkoneiden käyttöohjeet, jätteiden käsittelyohjeet sekä ohjeet siitä, missä saa tupakoida ja varoitus siitä, miten toimitaan, jos väärissä tiloissa on tupakoitu (esim. hajunpoistosta aiheutuvat kulut). Lisäksi mökistä tulisi löytyä paljon ympäristöä koskevaa venäjänkielistä materiaalia kuten erilaisten aktiviteettien saatavuus paikkakunnalla, kaupat, pankki ja posti, lähin huoltoasema, ravintolat, baarit sekä muut matkailijaa kiinnostavat kohteet, niiden sijainnit, etäisyydet, aukioloajat ja hinnat. Taksin numero ja tilausohjeet ovat tarpeen. Mökin turvallisuusohjeiden on oltava venäjäksi ja hätänumeron selkeästi esillä. Mökillä olisi myös hyvä olla ensiapulaukku. Jokamiehen oikeudet voi printata venäjäksi netistä osoitteesta <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=83402&lan=fi> ja asettaa näkyville mökkiin tai huonekansioon.

### **4.3 Ravintolan tiedontarve**

Palautteissaan venäläiset ovat toivoneet ravintoloihin tai huonekansioihin esille ohjeita aamiaispöydän käytöstä sekä yleisesti ravintolakäyttäytymisestä. Venäjällä on ravintoloita, joihin saa tuoda omat juomat, ja tavallista on myös se, että ravintolasta saa ostaa mukaan alkoholia. Venäläinen ”lasi vodkaa” on enemmän kuin Suomessa mitattava 4 cl. Mikäli mahdollista, viinilistaan voisi venäjäksi sommitella huumoripitoisen tiedotteen Suomen kielto-lain loppumisesta - useat venäläiset nimittäin mieltävät edelleen, että Suomessa on voimassa kieltolaki - mutta ryyppyjen koon tiukasta valvonnasta, jolloin venäläiset ymmärtävät ravintolan toiminnan perustuvan lakiin. Ohjeita pyydetään myös maksutavoista sekä seisovien pöytien käytöstä sekä selkeää tietoa siitä, mihin annoksiin kuuluu salaatti seisovasta pöydästä.

Venäläiset tulevat myöhään niin aamiaiselle kuin päivällisellekin. Mikäli ravintola haluaa palvella venäläisiä asiakkaitaan mahdollisimman hyvin, se myöhästyttää aamiaisen loppumista tai tarjoaa aamupäivällä brunssin, ja myöhästyttää illallisajan päättymistä ja on valmis palvelemaan asiakkaita pikkutunneille asti. Siitä, miten laki säätelee ravintolan, baarin tms. aukiolo- ja anniskeluaikoja, kannattaa myös mainita esimerkiksi hotellin huonekansi-ossa. Mitä enemmän venäläiset saavat tietää tosiasioista Suomessa, sitä suvaitsevampia he ovat. He eivät syytä asioista ravintolaa vaan hyväksyvät asiat lakisääteisinä tosiseikkoina. Venäjällähän ollaan mm. aukioloajoissa hyvin vapaita ja monet kaupat, ravintolat ja baarit ovat auki 24 tuntia vuorokaudessa, eivätkä ne suinkaan pode asiakkaiden puutetta.

#### **4.4 Ohjelmapalvelun tiedontarve**

Myös ohjelmapalveluiden tarjoajan tulee antaa enemmän tietoa venäjäksi. Tällaisia ovat aktiviteettia, esim. moottorikelkkailua, laskettelua tai veneilyä, koskevat säännöt sekä tieto siitä, että ne perustuvat lakiin. Säännöt on aina perusteltava, sillä niitä ei noudateta, ellei niitä nähdä mielekkäiksi. Perustelu myös poistaa mahdollisen säännössä piilevän loukkauksen. Tästä esimerkkinä venäläiset kertovat hotellissa olleesta ohjeesta, joka vaatii asiakkaita ehdottomasti peseytymään suihkussa ennen uima-altaille menoa. Koska ohjetta ei sen paremmin perusteltu ja se oli vain venäjäksi, asiakkaat tulkitsivat sen niin, että suomalaiset pitävät heitä liian likaisina yhteiseen uima-altaaseen.

Eräässä laskettelukeskuksessa vierailleet venäläiset näkivät ratsastajan, mutta missään he eivät nähneet tietoa siitä, onko ratsastusta alueella tarjolla, eivätkä he myöskään osanneet tarpeeksi kieliä pystyäkseen kysymään asiaa hotellin vastaanotosta. Osuvasti he totesivat: "Olisiko pitänyt juosta hevonen ja ratsastaja kiinni ja kysyä heiltä, mistä sitä saa?" On siis tärkeää, että tarjolla olevista elämyksistä on saatavilla tietoa siellä, missä asiakkaat majoittuvat. Myös talleille – tässä tapauksessa – tarvitaan kunnon opasteet, sillä ko. venäläisryhmä löysi sittemmin tallit ihan omin nokkineen, mutta paikalla ei tuntunut

olevan ketään eikä missään näkynyt mitään opasteita, minne olisi pitänyt mennä ratsastusta ostamaan, joten he kääntyivät pettyneinä pois.

Ohjelmapalveluyrittäjien kannattaa yhdistää voimansa ja tiedottaa tuotteistaan yhdessä. Yksi vaihtoehto tiedottamiseen olisi paikkakunnan yhteinen venäjänkielinen puhelinpalvelu, josta asiakas saisi kaiken tiedon, toinen vaihtoehto on esimerkiksi sesonkiaikaan järjestettävä infotunti hotellissa joka aamu, jonka aikana asiakkaat saisivat kysellä heitä kiinnostavista asioista ja saisivat vastaukset venäjäksi.

## **5 MATKAILUTUOTTEET JA ELÄMYKSET VENÄLÄISILLE**

### **5.1 Hotellit**

Tutkimusten mukaan venäläiset ovat pääosin tyytyväisiä hotellimajoittumiseensa Suomessa. Tiettyjä toiveita heillä kuitenkin olisi. Huoneisiin toivotaan vedenkeitintä tai käytävälle kahvi- ja teeautomaattia, sillä venäläiset haluavat usein juoda teetä myöhään illalla ennen nukkumaanmenoa, aikaan, jolloin ravintolat ja baarit ovat jo sulkeneet ovensa. Hotelleihin toivotaan myös laajempaa vuokravälinevarastoa, esim. suksia, pulkkia, lasten lumilapioita ja lasten talvihaalareita, joita tarvittaisiin talvisissa lumileikeissä mutta joita ei kannata ostaa kotiin Moskovaan. Lasten vapaa leikki puhtaassa lumessa on nimittäin unohtumaton elämys. Talviharrastusvälineiden kuten suksien ja kelkkojen lisäksi on toivottu polkupyörävuokrausta.

Huoneita pidetään liian pieninä, sillä monet haluaisivat vuokrata perhehuoneen vanhemmille ja kahdelle lapselle. Huoneita pidetään myös liian hämärinä; valoa toivotaan siis lisää. Huoneisiin toivotaan myös kylpytakkaa ja -tossuja, venäjänkielistä TV:tä ja ulkolämpömittaria ikkunaan. Hotelliaamiaisena saa usein huonohkon arvosanan, sillä sitä pidetään tylsänä ja yksitoikkoisena. Aamiaiselle toivotaan erityisesti lisää kalaa, ja ravintoloihin toivotaan



musiikkia ja laajempaa ruokalistaa, mm. enemmän kalaruokia ja keittoja. Saunomisajat haluttaisiin pitemmiksi ja saunat lämpimämmiksi.

## 5.2 Mökit

Hyvin varusteltu tilava mökki järven rannalla lähellä kaupunkia on monen venäläisen kesäunelma. Mökillä saa olla rauhassa, unohtaa ongelmat; ei tarvitse kilpailla kenenkään kanssa eikä tarvitse pelätä mitään. Mökki on ennen kaikkea lapsiperheiden ja nelikymppisten kaveriporukoiden kohde. Usein mökillä majoittuu useampi perhe, jotka ovat ystäviä keskenään. Mökki on myös uudenvuoden ajan ja loman halutuim majoittumisvaihtoehto. Venäläiset arvostavat mökin suomaa rauhaa ja mahdollisuutta omaan aikatauluun. Parhaat mökkikuukaudet venäläisille ovat joulutammikuu, toukokuu ja kesäkuukaudet. Huomattavaa on, että mökin järven- tai merenrantasijainti on hyvin tärkeää venäläisille, vain 23 % sopeutuu mökkiin, joka sijaitsee metsässä. Jos mökki on vanha, mutta remontoitu, se pitää kertoa eikä myydä mökkiä uutena. Mökin markkinoinnissa on tärkeää kertoa myös sen rakennusmateriaali, tarkat yksityiskohdat sekä esittää pohjapiirustus.

Venäläiselle vuokrattavan mökin tulee olla hyväkuntoinen, lämmin, siinä tulee olla sisävesi, sauna, takka, suihku, pyykinpesukone ja keittiössä astiat, jääkaappi, hella, vedenkeitin ja mikro. Korkean varustetason katsotaan takaavan loman myös perheen tai porukan emännälle, joka hoitaa ruoanlaiton. Liinavaatekäytännöstä ja peruutusmaksuista tulee ilmoittaa ajoissa ja selkeästi. Ilmainen peruutus tiettyyn päivämäärään mennessä voi toimia myös myyntiargumenttina. Lisäpisteitä saa televisiosta, jossa on 1 – 2 Venäjän tv-kanavaa, DVD- ja CD-soittimesta ja mm. suomalaisista ja venäläisistä äänilevyistä, piirretyistä sekä internet-yhteydestä. Mökissä tulee olla erilliset makuuhuoneet ja niissä hyvät sängyt, ei kerrossänkyjä.

Unelmamökillä on vene, onkia, polkupyöriä, ulkopelejä kuten sulkapallomailoja ja -palloja, tikkataulu, leija, kiikku, lautapelejä, pelikortit, grilli, marjapöimuri, savustusuuni, sadeviittoja ym. Pihalle voi rakentaa lintulaudan ja

oravien syöttöpaikan, sillä kaikki metsän pikkueläimet ovat venäläisille elämyksiä – niin myös linnunlaulu! Talvimökillä arvostetaan pulkkaa, liukureita, potkukelkkaa, lasten ja aikuisten lumilapioita, kolaa ym. Joului- tai uuden vuoden vieraita ilahduttavat mökin ovella odottavat kuusi ja koristeet, joulukortti ja joulukukka pöydällä. Omin nokkinensa uuden vuoden mökkeilijä ei Suomesta enää kuusta pysty ostamaan. Jos mökillä on runsaasti leikki- ja muita varusteita, kannattaa vuokrasopimukseen laatia pykälä niiden käytöstä: välineiden käyttö on ilmaista, mutta käytöstä aiheutuvat mahdolliset vahingot tai loukkaantumiset ovat käyttäjän vastuulla.

Joskus on tapahtunut, että venäläiset asiakkaat ovat rikkoneet ja tuhonneet mökkiä järjettömästi. Tällaisen varalta kannattaa laittaa esille, esimerkiksi mökkikansion etusivulle tai keittiön tiskipöydälle *suomen, englannin ja venäjän kielinen* huomautus siitä, että mökki tarkistetaan asiakkaiden lähdettyä ja mahdolliset väärinkäytökset ilmoitetaan poliisille. Sellaisten asiakkaiden kohdalla, jotka tarvitsevat viisumia, ilmoitus voi johtaa uuden viisumin epäämiseen. Teksti on ehdottomasti kirjoitettava kaikilla kolmella kielellä, sillä vain venäjäksi kirjoitettuna se on venäläisiä kohtaan loukkaava. Venäläiset nimittäin valittavat usein siitä, että jos jossakin on venäjänkielisiä kylttejä ja ohjeita, ne ovat aina kielteisiä: ei saa tehdä tätä eikä tuota. Kolmikielisenä varoitus on kuitenkin neutraali ja koskee kaikkia mökin asiakkaita tulivatpa he mistä ilmansuunnasta tahansa. Varoitusteksti on kirjan liitteenä nro 2 ja se on kopioitavissa mökkiyrittäjien käyttöön.

### **5.3 Ravintolat**

Syöminen ja juominen kuuluvat tärkeänä osana venäläiseen kulttuuriin ja myös venäläiseen lomaan. Venäläiset myös haluavat kokeilla ja maistaa kaikkea uutta. Lomaa varten on voitu säästää rahaa koko vuosi, mutta lomalla rahaa saa ja pitää käyttää. Loma on sitä varten, että koetaan kaikkia elämyksiä, joita rahalla vain saa. Venäläiset ovat siis hyvin otollista asiakaskuntaa ravintoloille. Tutkimusten mukaan venäläiset ovat Suomessa tyytymättömmämpiä ravintoloihin kuin majoitukseen tai matkustamiseen.

Kun venäläisten matkailu Neuvostoliiton hajottua pääsi käyntiin ja lomailu ulkomailla alkoi yleistyä, matkat myytiin yleensä all inclusive -paketteina, joihin siis kuului täysihoito. Tämä aika alkaa olla takana ja yhä useammat venäläiset kieltäytyvät all inclusive -matkoista. He haluavat olla vapaita valitsemaan ruokapaikkansa itse, he eivät enää tarvitse ennalta maksetun ruokailun mukanaan tuomaa varmuutta. Sitä paitsi he haluavat kokeilla erityyppisiä ruokapaikkoja ja erilaisia ruokalajeja. Venäläiset eivät enää ruuassakaan etsi tuttua ja turvallista, mutta tiettyjä venäläisiä ruokailun piirteitä he ulkomailakin kaipaavat. Tärkein näistä lienee keitto. Se kuuluu hyvin tärkeänä osana venäläiseen ateriaan. Venäläinen ei tule kylläiseksi ilman keittoa. Jos venäläisten pitäisi valita keiton ja pääruuan välillä, suurin osa valitsee keiton. Se kun nyt sattuu olemaan se kylläisyyden salaisuus.

Kaikissa tätä kirjaa varten luetuissa tutkimuksissa venäläiset valittavat ravintolan keittojen puutetta tai keittovalikoiman huonoutta. Venäläiset suosivat kirkasliemisiä keittoja, tosin kermanen lohikeitto on monen mielestä suurta herkkua. Sosekeitot ovat venäläisille edelleen hieman outoja. Ruokalistassa pitäisikin ehdottomasti mainita, millainen keitto on kyseessä. Venäläiset toivovat ravintoloihin enemmän myös kalaruokia ja yleensä enemmän ruokalajeja. Suomalaisten ravintoloiden ruokalistoja pidetään köyhinä. Erityisesti toivotaan lisää suomalaisia ja etnisiä ruokalajeja, mutta ei välttämättä venäläistyyppejä. Salaatteja varten venäläiset tarvitsevat ehdottomasti hyvää ruokaöljyä, sillä he eivät pidä salaattinkastikkeista. Venäläiset ovat tottuneet voimakkaan makuisiin, kaloripitoisiin salaatteihin, joissa on kastikkeena runsaasti öljyä tai majoneesia, joten he usein haluavat lisätä öljyä, suolaa ja pipuria suomalaisen salaattipöydän aineksiin. Niitä olisi siis hyvä olla valmiina joka pöydällä. Venäläiselle leipä on tärkeä osa kaikkea ruokailua. Leipä syödään yleensä ilman päällystettä. Ruokajuomana venäläiset käyttävät usein teetä. Myös tuoreita hedelmiä toivottiin lisää. Venäläisten kahvimaku on erilainen kuin suomalaisten, joten kahvi on heistä usein pahaa. Venäläisessongin aikana asiakkaansa vakavasti ottava yritys voi selvittää venäläisen kahvinkeiton salat ja tarjota asiakkailleen hyvää kahvia.

Venäläiset haluavat ravintolaan, jossa on musiikkia, sillä venäläiset tanssivat mielellään eri ruokalajien välissä. Venäläiset ovat kokeneet suomalaiset ravintolat tylsiksi (ilman musiikkia tai tanssimahdollisuutta), likaisiksi (pöydät siivoamatta) ja liian nopeiksi (tarjoilijan liika tehokkuus tyhjien lautasten keräämisessä ja uusien ruokalajien tuomisessa saa venäläiset tuntemaan, etteivät he ole tervetulleita vaan heistä halutaan nopeasti eroon). Venäläiset myös ihmettelevät sitä, että heitä palvelee usea tarjoilija, jolloin sinänsä ystävällisiksi tarkoitettuja tiedusteluja viihtymisestä ja tarpeista tulee liian usein ja liian monelta taholta. Hotelliravintoloiden aamiaisia pidetään yksitoikkoisina ja niihin toivotaan vaihtelua. Aamiaisella venäläiset haluavat syödä kalaa, munnakkaita, manna- tai riisipuuroa sekä rahkaa hedelmien, marjojen tai hillojen kera.

Venäläiset ilahtuvat tavatessaan suomalaisen tarjoilijan, joka osaa kertoa heille annoksista venäjäksi, sillä yli 60 % heistä kokee hankaluutta ravintoloissa asioidessaan. Venäläiset haluavat tietää, mitä tilaavat, joten he esittävät jopa kaksi kertaa enemmän ruokaa koskevia kysymyksiä kuin suomalaiset. Usein he myös pyytävät tarjoilijaa suosittelemaan joitakin ruoka-annoksia. Venäläiset arvostavat iloista ja hymyilevää tarjoilijaa.

Kieliä puhumattomien venäläisten on usein vaikea löytää sopivia ravintoloita, sillä he eivät osaa päätellä mitään niiden nimistä. Heillä on myös vaikeuksia nimien muistamisessa ja lausumisessa, joten ravintolasta tiedusteleminenkin on vaikeaa. Venäläiset toivovatkin vaikkapa hotelliin kootusti tietoa paikkakunnan ravintoloista ja niiden tyyleistä, sijainneista ja hintatasosta. Ilman etukäteistietoa käy usein niin, että mukavaa ruokapaikkaa etsivä venäläisperhe päätyy etsintäkierroksen lopuksi pizzeriaan tai hampurilaiselle.

Venäläiset lähtevät ravintolaan usein vasta illalla noin kello kymmenen ja he haluaisivat syödä ja juoda pikkutunneille. He hämmästyvät suuresti kun ravintola on sulkemassa oviaan kun he vasta saapuvat. He kauhistuvat huomattessaan, että ravintolassa pitää kalliit turkit jättää vartioimattomaan naulakoon. Venäläisten mielestä kummallista on myös se, että ravintola ei myy

heille alkoholia mukaan ja on muutenkin alkoholin suhteen ”vainoharhainen”. Eräs nainen kertoo uuden vuoden illallisestaan Suomessa. Seurue oli tilannut viinipullon pöytään ja tarjoilija oli vaatinut, että se pitää maksaa heti, aivan kuin heillä olisi ollut aikomus tyhjentää se ja lähteä maksamatta. Kaikkien mieliala laski, uusi vuosi oli pilalla. Seurue päätti lähteä ravintolasta ja kokoontua yhden ryhmäläisen hotellihuoneeseen, jossa he sitten joivat omia viinojaan ja juhlivat omia aikojaan.

Venäläiseen ravintolakäyttäytymiseen kuuluu ruoka-annosten jakaminen ryhmän kesken. Tämä johtuu siitä, että venäläiset haluavat maistaa kaikkea ja valinta on usein vaikeaa. Kun jokainen ottaa eri annoksen ja jokainen saa maistaa jokaista annosta, kaikki saavat maistaa kaikkea. Ihastelua nettifoorumilla sai eräs lahtelainen ravintola, jonka tarjoilija toi kahden aikuisen annoksen yhteydessä pyytämättä ylimääräisen lastenhaarukan perheen pienokaista varten. Tämä ainoa poikkeava teko sai pariskunnan ylistämään ko. ravintolaa netissä niin, että ravintola on nyt varmasti kaikkien Lahteen matkustavien venäläisten listalla – ja kaikki yhden haarukan ansiosta.

Yleisesti ottaen venäläiset pitävät suomalaista ruokaa ja Suomesta ostettua ruokaa korkealaatuisena, luonnollisena ja hyvänmakuisena. Eräs netissä Suomesta kirjoittava nainen kertoo, että Suomessa liha, kana, kala ja kananmuna ovat ihan eri makuisia ja eri hajuisia kuin Venäjällä – ja parempia. Mutta hernekeitosta, salmiakista ja minttukaramelleista pitää vain harva venäläinen.

### **5.3.1 Venäjänkielinen ruokalista**

Ravintoloiden on syytä suunnitella ja toteuttaa venäjänkielinen ruokalista. Pelkkä suomenkielisen ruokalista kääntäminen ei riitä, ainakaan jos haluaa saada tyytyväisiä venäläisiä asiakkaita, jotka tulevat uudestaan ja suosittelevat ruokapaikkaa myös ystävilleen ja tuttavilleen. Jaana Konsti (2007) on tutkinut, miten venäjänkielinen ruokalista tulisi laatia, jotta se palvelisi venäläisiä asiakkaita mahdollisimman hyvin.

Hyvä ruokalista olisi pelkkää ruoka-annoshinnastoa laajempi, ravintolaa samalla markkinoiva esite. Venäläistä asiakasta kiinnostaa tietää esim. ravintolan historiaa ja siihen mahdollisesti liittyviä tarinoita. Listassa olisi hyvä kertoa myös, miten ravintolassa on tapana toimia, kuuluko salaattipöytä annoksen hintaan, missä saa tupakoida, aukioloajat, lounasajat, annetaanko tippiä jne. Lisäksi listan olisi hyvä toivottaa asiakkaat tervetulleiksi, toivoa heidän viihtyvän, kiittää käynnistä ja pyytää tulemaan uudelleen. Listan kannattaa myös kehottaa asiakasta antamaan palautetta sekä kertoa, mistä voi hakea palautelomakkeita sekä pöytävarauslomakkeita. Lomakkeet kannattaa laatia heti suunnitteluvaiheessa kolmikielisiksi, suomeksi, venäjäksi ja englanniksi.

Ruoka-annokset voisi mielellään esittää listassa valokuvina. Ruoista tulee kertoa, mitä ne sisältävät ja miten ne on valmistettu sekä annoksien koot grammoina tai kappaleina. Keitosta pitää kertoa, onko se sose- vai liemipohjainen, kalakeitosta onko se kirkas- vai maitolieminen. Ruoka-annoksesta on siis tehtävä tarkka kuvaus. Lisukkeet kannattaa listata erikseen siten, että asiakas saa itse valita haluamansa perunat ja kastikkeen.

Suomalaiset perinneruuat ovat yleensä outoja venäläisille, mutta niitä ollaan innokkaita kokeilemaan. Ruokalistaan ne kannattaa koota oman otsikon alle ja selostaa jokaista ruokaa normaalia enemmän: mistä ja miten tehty, mistä päin Suomea, millaisia perinteitä tai tarinoita ruokaan liittyy. Myös jotkin ruoka-aineet, kuten korvasieni, ovat outoja venäläisille ja ne kannattaa selostaa: ”perinteinen, suomalaisten erityisen herkullisena pitämä keväinen metsäsieni”. (Konsti 2007.) Liitteenä 3 on ammattikäntäjän suositukset suomalaisten perinneruokien nimien kääntämisestä venäjäksi (Korkalainen 2003.)

Huomautettakoon vielä luvun loppuksi, että ääntelyt ovat eri kulttuureissa erilaisia: esim. venäjässä ’hyi’ on ’fu’, ’hui’ on ehdottomasti ’oh’ (’hui’ on ruuma sana). Sika sanoo hrju hrju, kissa sanoo mur mur (kyseessä ei siis ole karhu). Krja krja on ankka, ei sammakko. Joskus näitäkin ääniä kuulee, varsinkin ruoka-annoksia tilattaessa kun yhteistä kieltä ei ole. (Venäläisen matkailijan asiakaspalveluopas 2004.)

## 5.4 Ohjelmapalvelut ja muut matkailutuotteet

Venäläiset haluavat kokea uutta ja erilaista ja he haluavat olla aktiivisia tekemisessään – he siis mieluummin ajavat itse kuin istuvat kyydissä, pelaavat itse kuin kannustavat, osallistuvat itse eivätkä vain seuraa sivusta. Lisäksi venäläisten matkabudjetin käyttö on viimeaikoina muuttunut siten, että vähemmän rahaa laitetaan asumiseen ja enemmän aktiviteetteihin matkakohdeissa. Toisaalta monet venäläiset vuokraavat mieluummin välineet ja hiihtävät päivän omin nokkinensa kuin ostavat opastetun retken. Venäläisille pitää siis kehittää sellaisia ohjelmapalveluita, joita he eivät pysty kokemaan ilman ohjelmapalvelun tarjoajaa tai sisällyttää esim. kalastusmatkaan jotakin sellaista, mikä on venäläisistä kiinnostavaa mutta mitä he eivät osaa, esim. talvista verkkokalastusta. Toisaalta heitä varten voi suunnitella reittejä ja tekemistä eri kohteissa ja myydä tällaisia valmiita päivän tai useamman ohjelmia esimerkiksi niin, että ohjelmapalvelun myyjä huolehtii muonasta ja lisävarusteista yöpymispaikkaan, mutta ei varsinaisesti tapaa asiakkaita muuten kuin heidän lähtiessään ja palatessaan reissulta.

Pitkälle jalostetun ohjelmapalvelun tulee toimia venäjän kielellä, sillä se sisältää paljon ohjeita, tietoa ja tarinoita siitä, mitä ollaan tekemässä ja mitä kiinnostavaa liittyy siihen paikkaan, missä kulloinkin ollaan. Kommunikointi on venäläisten tärkein tapa saada tietoa ja viihtyä. Jos esim. safarioppaan kerronta rajoittuu siihen, mitä yksi venäläisryhmän englanti osaava jäsen pystyy ja suostuu tulkkamaan, tuote jää hyvin pinnalliseksi: safari saatetaan kokea pelkkänä kelkan selässä istumisena ja ohjaamisena. Jos safariopas osaa itse venäjää tai jos oppaan lisäksi mukana on venäjänkielinen retkenjohtaja, asiakkaat saavat tuotteesta irti enemmän, ovat tyytyväisempiä ja suosittelevat retkeä muillekin. Venäläiset pitävät arvostuksen osoituksena, mikäli myös yrityksen johtaja käy heitä tervehtimässä, vaikka ei itse olisikaan mukana safarilla. Pienessä yrityksessä tämä onkin suhteellisen helppo tapa lisätä asiakastytyväisyyttä. Mielenkiintoinen yksityiskohta on, että ohjelmapalveluissa pitäisi mikäli mahdollista aina tarjota jotakin syötävää ja juotavaa. Venäläiset eivät myöskään kainostele ehdottaessaan ohjelmiin viimehetken muutoksia.

Ohjelmapalveluyrittäjältä vaaditaan siis joustavuutta. Venäläismyynnin kannalta olisi tarpeen miettiä ohjelmapalvelulle pikatoteutusvaihtoehtoa: venäläiset haluavat ostaa tuotteen paikan päällä matkakohteessa, varaamatta sitä etukäteen, mutta he eivät myöskään halua odotella sen toteutusta. Toisin sanoen, he haluavat ostaa esim. kelkkasafarin nyt ja lähteä heti. Ohjelmapalveluyrittäjän kannalta se voi aiheuttaa hankaluutta. Lisäksi venäläiset asiakkaat ovat vaativia, he haluavat ajaa uudella kalustolla ja käyttää uudenveroisia varusteita.

Ohjelmapalveluja tulisi kehittää myös lapsille, sillä lapsiperheet tulevat vain sellaisiin kohteisiin, joissa lapsille on tarjontaa. Eräässä hyvin pidetyssä, lapsille suunnatussa suomalaisessa elämystuotteessa mennään kylään peikkojen luokse. Peikot asuvat luolassa, joka huokuu mytologiaa ja satua. Luolassa lapset osallistuvat itse peikkoesitykseen ja ovat asiasta riemuissaan. Lasten ja vanhempien ohjelmien pitäisi osua samaan aikaan siten, että vanhemmat voivat harrastaa omaa aktiviteettiaan sillä aikaa, kun lapset nauttivat omastaan.

Venäläiset ovat kiinnostuneita mitä erilaisimmista asioista ja arvostavat myös tietoa. Siksi moneen ohjelmapalveluun ja elämystuotteeseen voi liittää tietoa: esimerkiksi maaseutumatkailuyritys voi kertoa maanviljelijän työstä ja koira-valjakkoajelua ennen opas voi kertoa huskyistä. Venäläiset kokevat uusina ja yllättävinä asioina, jopa elämyksinä, hyvin pieniltäkin vaikuttavia seikkoja kuten trampoliini tai sellaiset arpajaiset, joissa jokainen voittaa jotakin. Eräs moskovalainen muistelee netissä Suomen-matkaansa näin: "Ja siinä, vähän matkan päässä hotellista, seisoj trampoliini! Ihan oikea, suuri trampoliini! Vilkaisimme ympärillemme: ei sielun sielua. Vilkaisimme toisiimme ja saanaakaan sanomatta riisuimme kengät trampoliinin vieressä olevalle matolle. Ja sitten me hypittiin! Voi että me hypittiin! Ja naurettiin! Sellaista ei voisi kuvitellakaan tapahtuvaksi Moskovassa..."

Tutkimusten mukaan venäläiset matkailijat ovat kiinnostuneempia kulttuurista kuin muut ja valmiimpia ostamaan kulttuuripainotteisia ohjelmia. Esi-



merkiksi Pietarissa kulttuuripalvelumarkkinat ovat kasvaneet koko 2000-luvun ja asiakkaina ovat ennen kaikkea venäläiset itse. Heillä siis on laaja ja tasokas kulttuurielämysten kirjo käsiensä ulottuvilla joka päivä. Tästä johtuu, että tyypilliset kulttuuritapahtumat kuten konsertit, teatteri jne. eivät jaksakaan kiinnostaa venäläisiä matkailijoita Suomessa. Myös kulttuurissa etsitään uutta ja erilaista. Teatteri voisi esimerkiksi tehdä uuden näytelmän käyttäen hyväksi kulttuurien välisiä kimmelluksia ja viettää ensi-iltaa venäläisturistisesongin alussa. Venäläiset rakastavat huumoria ja hyvät stand-up-koomikot keräävät salin täyteen ilta toisensa jälkeen. Sujuva venäläis-suomalainen stand-up-komiikka vaikkapa venäläisturistin kimmelluksista Suomessa tai päinvastoin olisi haluttu ravintolaohjelmapalvelu venäläisten suosimissa hotelleissa. Kuoro tai pieni yhtye yleisön laulattajana olisi venäläisten mieleen, samoin venäjä- ja englantipainotteinen karaoke. Venäläiset laulavat mielellään ja yhteislaulu silloin tällöin muun ohjelman tai vaikkapa ruokailun lomassa kohottaa tunnelmaa. Ohjelmapalvelutuotteissa kannattaa tuoda esille myös sitä, minkä venäläiset yleensä tietävät Suomen kulttuurista, kuten Kalevalaa (Tolkien on saanut vahvoja vaikutteita Kalevalasta kirjoittaessaan "Sormusten herraa") ja Topeliuksen satua Sampo Lappalaisesta. Yllättävää kyllä, Venäjällä tunnetuin suomalainen kirjailija on Martti Larni. Tulevaisuuden matkailutuote ovat järjestetyt matkat, joiden sisällössä on varaa valita: kukin ryhmän jäsen voi valita mieleisensä aktiviteetit ja elämykset. Aktiviteeteissa tärkeää on, että sitä ei olisi tarjolla kaikkialla ja joka paikassa.

Venäläiset ovat eri yhteyksissä lausuneet seuraavanlaisia toiveita ohjelmapalveluiksi:

- Retriitti ortodoksiluostariin
- Suomalainen sauna ja puhdistumisriitti
- Lasten ohjattu mutta vapaa leikki lumessa
- Lumilinnan tai lumikaupungin teko koko perheen tai matkailijaryhmän voimin
- Suomalainen sauna ja avantouinti
- Avantouintikilpailu turisteille
- Polkupyöräreissu luontoon

- Yöretki tähtitorniin tai revontulia ihailemaan
- Lasten venäjänkielinen hiihto- ja laskettelukoulu
- Snow survival –kurssi (esim. opetellaan rakentamaan lumikieppi tai –maja, jossa säilyy hengissä pakkasella; tietoa lumen keskellä elämisestä)
- Suomalaisten lavatanssien kurssi ja lavatansseissa käynti
- Matkailijoiden jalkapallo-ottelu
- Kaupunkisuunnistus
- Alamäkiajo
- Seikkailutoiminta
- Jäärata-ajo
- Hylkysukellus
- Opastettu tutustuminen kaupungin yöelämään (käydään parhaissa tanssiravintoloissa, diskoissa ja yökerhoissa, jolloin asiakkaat osaavat seuraavina iltoina mennä haluamaansa paikkaan omatoimisesti)

#### ESIMERKKI

##### **Lavatanssituote venäläisille**

**Idea:** venäläisille tarjotaan intensiivinen lavatanssien kurssi, esim. neljä tuntia neljänä päivänä (ma-to). Muuna aikana järjestetään muuta ohjelmaa ja vapaa-aikaa. Perjantai-iltana ryhmä viedään suomalaisiin lavatansseihin, samoin lauantai-iltana. Sunnuntaina lähtö kotiin.

**Perustelu:** venäläiset rakastavat laulua ja tanssia, mutta heidän tanssikulttuurinsa on hyvin erilainen kuin suomalaisten. Venäläisten tanssi on lähes aina eräänlaista diskohumppaa, jota tanssitaan piirissä, jokainen vuorollaan piirin keskellä. Hitaita tanssitaan salsan perusaskelta toistaen keskivartaloa ja käsiä vetkuttaen.

Venäläisillä on myös tanssikerhoja, joissa opetetaan latinalaisia, intialaisia, amerikkalaisia ym. tansseja. Niitä voi kuitenkin pitää urheilutanssiseuroina, ei viihdetanssin kursseina. Tanssikerhot ovat kuitenkin suosittuja ja suhteellisen kalliita.

Suomalaisessa lavatanssipaikassa tai ravintolassa, jossa tanssitaan tangoa, jenkkaa, valssia, foksia ym. venäläiset katselevat uteliaana ja kadehtien: heidän mielestään suomalaiset liitelevät ympäri lavaa kuin perhoset. Se on erilaista ja heidän mielestään eksoottista.

Venäläisessä tanssissa on iloa, mutta siitä puuttuu se herkkyyys, hienovaraisuus ja erotiikka, jota kahden hyvin yhdessä liikkuvan ihmisen tanssissa Suomessa on.

**Asiakkaat:** kaksi tärkeää kohderyhmää ovat Suomessa matkailevat pariskunnat ja Suomessa toistaiseksi matkailemattomat yksinäiset naiset. Pariskunnat haluaisivat ottaa osaa tanssiin

oleskellessaan joka tapauksessa ravintolassa, mutta eivät oikein osaa. Heillä olisi halu oppia, jos olisi tilaisuus.

Sinkkunaiset haluavat tulla Suomeen ennen kaikkea tutustuakseen miehiin ja mikäpä olisi parempi tilaisuus kuin lavatanssit ja mikä olisi parempi tapa kuin tanssikurssi, sillä tanssitaito auttaa myös vaikutuksen tekemisessä. Sitä paitsi se on prestiisiä ja sivistynyttä.

Sinkkumiehiä ei myöskään suljeta kurssien ulkopuolelle. Lisäksi kurseille ei ole ikärajaa. Tanssia saavat tulla opettelemaan pikkutyöt ja -pojat, mummut ja vaarit, mutta tuotetta myydessä täytyy huomauttaa lavojen mahdollisista ikärajoista. Jos lapsia on paljon, heille voisi järjestää aikaisen tanssi-illan hotellin ravintolassa.

Tanssikurssin tärkeä osa on myös kulttuuritietous eli on kerrottava siitä, mikä lava on ja miten siellä pitää käyttäytyä. Lavalla on mukana matkanjärjestäjän edustaja, joka tarvittaessa auttaa ja joka huolehtii ryhmän takaisin hotelliin.

**Tarvitaan** venäjää puhuva tanssinopettaja. Jos sellaista ei löydy, sellaisen kouluttaminen ei ole iso eikä kallis juttu.

**Osallistujilta** kannattaa kerätä yhteystiedot ja lupa tarjota myöhemmässä vaiheessa lavatanssikiertomatkaa Suomen kesässä.

## **6 MATKAILUTUOTTEIDEN MARKKINOINTI**

### **6.1 Venäläiset ja matkailumarkkinointi**

Venäläiset ovat yhä enemmän siirtymässä matkailuhankinnoissaan Internetiin. He vierailevat keskimäärin viidellä eri sivulla etsiessään sopivaa matkaa. Netin kautta varataan majoitus ja matkat, muihin tuotteisiin tutustutaan nettisivujen kautta, mutta niiden ostopäätös tehdään yleensä vasta matkakohdeissa. Netin lisäksi venäläiset saavat tietoa matkakohteesta ystäviltään ja tuttaviltaan, mm. sosiaalisessa mediassa, matkatoimistoilta sekä esitteistä. Luonnollisesti he myös näkevät ja kuulevat matkailumainontaa eri medioissa. Matkatoimistoa käyttävät asiakkaat ovat yleensä kokemattomia matkailijoita ja he ostavat pakettimatkoja, joihin kuuluu kuljetus, majoitus, täysi- tai puolihoido sekä jonkinlainen päiväohjelma. Nämä asiakkaat etsivät tietoa matkakohteista matkatoimistosta ja reagoivat asiakaspalvelijan suosituksiin, tarjouksiin ja äkkilähtöihin. Mitä kokeneempi matkailija on kyseessä, sitä varmemmin hän etsii itsenäisesti tietoa häntä kiinnostavista kohteista Internetistä. Hän varaa ja yhä enenevässä määrin myös ostaa Internetin kautta. Tosin

pääsääntönä voi edelleen pitää, että venäläinen varaa lipun tai majoituksen netin kautta, mutta toivoo saavansa maksaa saapuessaan. Netin käyttö matkailupalveluiden hankinnassa on huimassa nousussa Venäjällä, jossa netin kautta tehtävät tavaraostokset ovat jo arkipäivää. Tutkimukset osoittavat, että ne, jotka etsivät tietoa netistä, kuluttavat matkallaan enemmän kuin ne, jotka eivät etsi. Vuonna 2011 ne venäläiset, jotka saivat tietonsa netistä, kuluttivat matkallaan keskimäärin USD 3153 ja ne, jotka saivat tietonsa muualta, USD 2530. Nettisivut ovat siis tärkeä tietokanava, joka saa asiakkaan käyttämään enemmän rahaa kuin muu tieto. (Rheen 2012.)

Venäjä katsotaan ns. nousevaksi markkinaksi, jolle tyypillistä on uutuuksien kahmiminen. Ns. kehittyneillä markkinoilla verkkokaupat ovat vakiinnuttaneet asemansa matkailun myyntikanavana. Venäjällä verkkokauppamarkkinat kasvavat yhä, mutta verkkokauppojen rinnalle kiirehtivät mobiilipalvelut, jotka kehittyneillä markkinoilla ovat edelleen lähes käyttämättömiä. Tästä kertoo Venäjällä myytävien älypuhelinien määrä sekä venäläisten valmius ja halukkuus käyttää mobiilipalveluja. Tutkimusten mukaan 60 % venäläisistä on valmiita tekemään check in -toiminnot puhelimen kautta, 45 % valmiita käyttämään puhelinta lippuna, 35 % ostamaan matkatuotteita, 70 % saamaan tarjousmatkatietoja, 60 % tarkistamaan lähtötietoja, 55 % saamaan tietoa paikallisista tapahtumista ja 35 % ostamaan tai varaamaan paikallisia tuotteita. Tutkimuksen mukaan 86 % venäläisistä on puhelin, jolla edellä mainitut toimenpiteet onnistuvat. (Rheen 2012.) Voi siis sanoa, että venäläisillä ei ole henkisiä estoja uuden teknologian käyttöönotossa. Eri asia on se, että venäläiset eivät välttämättä tiedä Suomeen saapuessaan, miten täällä pääsee verkkoon kännykällä tai miten suomalaisia mobiilipalveluja käytetään.

Nuoret venäläiset haluavat ennen ostopäätöstä nähdä paljon värikkäitä, erilaisia kuvia kohteesta. Heille kelpaa netti ainoaksi mediaksi. Vanhemmat haluavat kuvien lisäksi tekstiä ja tarkkaa asiatietoa ja arvostavat nettisivustojen lisäksi painettuja esitteitä, joita voi selaila koko matkan ajan. Molemmat kohderyhmät tarvitsevat lisäksi myyntipuhetta. Jutustelu onkin tärkein ostopäätöksen tekemiseen johtava myyntitoimenpide. Puhe on erinomainen

myyntikeino myös matkakohteessa, sillä venäläiset päättävät vasta siellä, mitä ohjelmapalveluja he haluavat ja missä ravintolassa syövät. Myyntitilanteessa toimii parhaiten asiastaan innostunut ja siihen uskova, sujuvasti venäjää puhuva suomalainen, sillä venäläinen luottaa enemmän suomalaiseen kuin venäläiseen. Se ei silti tarkoita, että myyntityötä ei pystyisi tekemään myös venäläinen, mutta todennäköisesti hänen on tehtävä sen eteen hieman enemmän töitä kuin suomalaisen.

Eniten venäläiset luottavat ystäviensä ja tuttaviansa suosituksiin. Toiseksi luotettavimpana lähteenä he pitävät netin eri matkailusivustoille kirjoitettuja kommentteja ja kertomuksia matkakokemuksista. Tässä korostuvat toisten venäläisten antamat kommentit, sillä kuten eräs venäläinen mies totesi, häntä ei kiinnosta, mitä mieltä saksalaiset ovat Suomesta, sillä he ovat kansana tyystin erilaisia. Venäläinen siis etsii toisen venäläisen kokemuksia. Kolmanneksi eniten venäläiset luottavat matkanjärjestäjän tai hotellin omiin sivuihin, sillä yleisesti ajatellaan, että niiden tieto on ajantasaisempaa ja rehellisempää kuin mainosten tai matkatoimiston antama tieto. Suomalaista ihmetyttää, miksi venäläinen painottaa tiedon alkuperän luotettavuutta: syynä on pitkäaikainen kokemus siitä, että luvataan yhtä, annetaan toista; pahimmassa tapauksessa ei anneta mitään vaan kadotaan rahat mukanaan. Luotettavuus on pakko tarkistaa. Kokeneet Suomen-matkailijat luottavat suomalaisiin varsin hyvin, mutta kokemattomat pelkäävät tulevansa huijatuiksi tai petetyiksi ja pyrkivät sen vuoksi toimimaan varman päälle. Suosituksina koetaan myös rakastettujen kirjailijoiden ja runoilijoiden teokset. 1800 – 1900-lukujen vaihteessa Suomen suurruhtinaskunnassa lomailivat monet venäläiset aatelliset ja yhteiskunnalliset vaikuttajat, kirjailijat ja runoilijat, jotka ilmaisevat ihastuksensa esimerkiksi Saimaaseen lukuisissa runoissaan (ks. Liite 4). Tällaisten kuuluisuuksien teoksia ja lausumia koskien eri paikkakuntia Suomessa löytyy netistä ja eri tutkimuksista runsaasti. Esimerkiksi runoilija Solovjov kirjoitti veljelleen Mihailille elokuussa 1893 seuraavasti Turusta: ”Suomi on paljon Italiaa kauniimpi. Erityisesti matka Åboon. Luulenkin, että nimitys on ranskankielinen ja kirjoitettiin alun perin Oh beau!” (Iljuhina ym. 2009)

Matkailuyrityksen mainosmateriaaliin ja nettisivuille pitäisi siis hankkia aktiivisesti asiakaskokemuksia, mutta myös antaa asiakkaille mahdollisuus oma-aloitteisesti kommentoida kokemuksiaan. Tutkimusten mukaan 60 % venäläisistä haluaa saada suosituksia, lukea matkakertomuksia ja saada matkailuneuvoja netin, esim. sosiaalisen median, kautta, 55 % haluaa jakaa ottamia kuvia ja videoita ja 35 % kertoa kokemuksistaan (Rheen 2012). Toisaalta 78 % turhautuu etsiessään netistä tietoa lomakohteista: tarpeellisen tiedon löytäminen koetaan vaikeaksi, turhaa tietoa on liikaa. Vaikeuksia on myös saada selville, onko sivut päivitetty eli ovatko niiden antamat tiedot edelleen voimassa. On arvioitu, että vuoteen 2013 mennessä 61,9 miljoonaa ihmistä käyttää nettiä Venäjällä.

Matkailu on yleensä lomaa ja lomaan kuuluvat värit ja elämykset. Loma yhdistetään uusiin ja erilaisiin elämyksiin, värikkääseen elämään vastapainona arjen värittömyydelle. Venäläiselle kansanluonteelle on tyypillistä värikkyyttä ja koristelujen paljous. Se näkyy niin perinnekesityksissä kuin nykyaikaisessa pukeutumisessa. Monen venäläisen mielestä suomalainen muotoilu ei ole kaunista. Venäläiset ovat taipuvaisia ajattelemaan, että suomalaiset ovat ihmisiä yhtä yksinkertaisia kuin muotoilunsa, perinnekesityksensä ja pukeutumisensa. Voinemme siis ajatella samoin, että venäläiset ovat yhtä värikkäitä, riemukkaita ja lämpimiä kuin heidän perinnekesityksensä ja muotoilunsa. Suomalainen muotoilu, esim. matkailuesitteiden ulkoasu, ei siis välttämättä saa venäläistä innostumaan vaikka suomalainen kokisi sen hyvinkin onnistuneeksi. Suomen Lapin moottorikelkkamainosten yksinäinen kelkkailija laskevaa aurinkoa vasten ei saa venäläistä romanttiseen "I'm a lonely cowboy" -tunnelmaan vaan ennemminkin hytisemään kylmästä ja yksinäisyydestä. Venäläinen on kollektiivinen ihminen. Hän haluaa kokea Lapin erämaankin ryhmässä, mieluiten keskelle erämaata rakennetussa matkailukeskuksessa kaikilla mukavuuksilla.

Venäläiseen vetoavat tunnepitoiset kuvat, joissa on mystiikkaa, arvoituksellisuutta ja kauneutta. Häneen vetoavat aktiiviset kuvat, joissa on ihmisiä. Perhematkaa suunnitteleviin vetoavat kuvat, joissa on lapsia. Venäläisiin vetoavat

vat tarinat, varsinkin jos niissä kerrotaan esimerkiksi tsaarinajan venäläisten tekemisistä Suomessa. Varsinaisen kohde-esittelyn pitää kuitenkin olla tietopuolista, asiallista ja hyvin yksityiskohtaista, sillä ostopäätökseen vaikuttavat kaikki pieniltä vaikuttavat sivuseikatkin.

Ennen matkapäätöksen tekemistä venäläinen netinkäyttäjä vierailee noin viidellä nettisivulla. Matkailupalveluita tarjoavan yrityksen olisi siis tärkeätä olla niiden viiden ensimmäisen sivun joukossa, jotka hakukone listaa asiakkaan näytölle tämän etsiessä tietoa hakusanalla. Löydettyään varteenotettavan lomakohteen venäläinen netinkäyttäjä etsii siitä vertaistietoa: toisten venäläisten kohteesta antamia arvioita ja kertomuksia. Sosiaalisten medioiden kuvia ja tarinoita todella seurataan ja varsinkin videot ovat suosittuja. Foorumeita onkin syntynyt paljon, esim. [www.travel.ru](http://www.travel.ru), [www.turinfo.ru](http://www.turinfo.ru), [www.megatis.ru](http://www.megatis.ru), [www.vseturisty.ru](http://www.vseturisty.ru), [www.mega-mir.com](http://www.mega-mir.com) (kommentointimahdollisuus) [www.turmir.com](http://www.turmir.com), [www.fishtour.ru](http://www.fishtour.ru), [www.finfisher.ru](http://www.finfisher.ru), [www.vokrugsveta.ru](http://www.vokrugsveta.ru), [www.otdohnuli.ru](http://www.otdohnuli.ru), [www.ayda.ru](http://www.ayda.ru), [www.rostravel.ru](http://www.rostravel.ru), [www.tours.ru](http://www.tours.ru), [www.otzyv.ru](http://www.otzyv.ru), [www.lonelyplanet.ru](http://www.lonelyplanet.ru), [www.turizm.ru](http://www.turizm.ru), [www.horeca.travel](http://www.horeca.travel), [www.tourout.ru](http://www.tourout.ru). Kaikilla näillä sivuilla tiedotetaan tapahtumista, markkinoidaan ja myydään matkoja, minkä lisäksi matkailijoilla on vapaa foorumi kertoa kokemuksistaan ja ladata kuviaan toisten katseltaviksi. Muita markkinointiin sopivia sivuja ovat mm. [www.info-finlandia.ru](http://www.info-finlandia.ru), [www.vse.fi](http://www.vse.fi), [www.tour-mag.ru](http://www.tour-mag.ru), [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru), [www.orientir.ae](http://www.orientir.ae) (matkalehti), [www.scantravel.ru](http://www.scantravel.ru), [www.krugosvet.ru](http://www.krugosvet.ru), [www.tur-atlas.ru](http://www.tur-atlas.ru), [www.redigo.ru](http://www.redigo.ru) sekä [www.worldfestivals.ru](http://www.worldfestivals.ru), joille voi laittaa mainoksia tai ilmoitella tapahtumista. Kaikki edellä mainitut sivut ovat venäjänkielisiä. Matkailuyrittäjien kannattaa mahdollisuuksien mukaan pyrkiä siihen, että asiakkaat kirjoittaisivat kokemuksistaan sosiaalisessa mediassa. Heitä voi pyytää tekemään niin ja luvata siitä hyvästä jotakin palkkiota kuten hinnan alennusta tai ilmaista ateriala.

Myös messut kiinnostavat venäläisiä. Venäjällä järjestetään matkailualan messuja monissa eri kaupungeissa. Tärkeimpiä ovat kuitenkin MITT ([www.mitt.ru](http://www.mitt.ru)) maaliskuussa ja OTDYH Leisure ([www.tourismexpo.ru](http://www.tourismexpo.ru)) syys-

kuussa Moskovassa sekä CIS Travel Market (<http://old.restec.ru/exhibitions/featured/travelexpo/inwetex.ru.html>) lokakuussa Pietarissa. Kokousmatkanjärjestäjille tärkeä foorumi on MICE Forum ([www.miceforum.ru](http://www.miceforum.ru)) Moskovassa. Usein ajatellaan, että messut ovat ammattilaistapahtuma, jonka tärkein tavoite on saavuttaa jälleenmyyjiä. Matkailualalla jälleenmyyjiä on kuitenkin helpompi löytää suoraan yhteyttä ottamalla. Yhteystiedot löytyvät mm. Venäjän virallisilta matkailusivustoilta osoitteesta [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru). Erityistä messuilla on ennen kaikkea se, että siellä matkailuyrittäjä tavoittaa 2 - 3 päivän aikana tuhansia potentiaaleja asiakkaita – niitä keskiluokkaan kuuluvia venäläisiä, jotka haluavat matkustaa ja jotka pystyvät siihen. Yhä useampi yritys tekee messuilla konkreettista matkamyyntiä siirrettävien maksupisteiden kautta, joissa maksu tapahtuu kortilla. Kiinnostava, erilainen messuosasto, jolla työskentelevät ovat ammattimaisia asiakaspalvelijoita, tekee myyntiä suoraan loppukuluttajille ja edulliset messutarjoukset houkuttavat asiakkaat ostamaan matkan saman tien. Vuonna 2012 Moskovan OTDYH Leisure -messujen osallistumismaksu yritykseltä oli 300 e ja 10 neliön kalustamaton osastotila maksoi 2300 e.

## **6.2 Millainen on hyvä, venäläisille suunnattu nettisivu?**

Lähes 80 % netistä matkailutietoa etsivistä venäläisistä turhautuu ennen kuin löytää sen, mitä on etsimässä. Sivuilla koetaan olevan liikaa ylimääräistä tietoa, joiden keskeltä on vaikea löytää olennainen.

### **6.2.1 Kieli**

Kun tarkoitus on saavuttaa venäläinen asiakas, sivujen on oltava venäjäksi. Suurin osa kävijöistä kääntyy pois sivulta heti kun huomaa sen olevan englanninkielinen. Suurena virheenä ja myyntiä vähentävänä tekijänä pidetään sitä, että venäjänkielisen sivuston ostosivu eli verkkokauppa ei ole venäjänkielinen. Suomessa venäjänkielisilläkin sivuilla itse kauppa on usein vain suomeksi ja englanniksi.



Verkkosivut kannattaa käännettää ammattikäntäjällä, sillä kielen huono taso harmittaa venäläistä lukijaa ja voi pahimmillaan toimia kilpailijan hyväksi, mikäli tämän sivut ovat parempaa venäjää. Sivuja ei myöskään pidä käntää suomesta eikä englannista, vaan tiedot tulee kirjoittaa suoraan venäjäksi, sillä esimerkiksi suomen kieleen sopiva kuvaileva mainoskieli saattaa kuulostaa venäjäksi typerältä. Tältä vältytään, kun mainosteksti kirjoitetaan suoraan kohdekielille.

### 6.2.2 Nimi

Ensimmäiseksi tulee kertoa mistä on kysymys: kerrotaanko sivuilla hotellista, ohjelmapalvelusta vai ravintolasta. Suomenkieliseen nimeen tulee siis liittää esittelevä määre: mökkivuokraus Kinnunen, hotelli Bomba (venäjänkielinen sana 'bomba' tarkoittaa pommia) jne. On tärkeää, että yrityksen nimi esitetään niin suomeksi kuin venäläisin aakkosin kirjoitettuna, sillä se helpottaa kohteen fyysistä löytämistä. Monet venäläiset valittavat sitä, että suomenkielistä ja kirjoitusasuista nimeä on vaikea pitää muistissa ja ehtiä lukea esim. autosta; toisaalta, jos nimi on vain venäjäksi, sen suomenkielisen vastineen löytyminen kaupungilta voi olla haastavaa. Hyvä esimerkki tästä on suomalainen yritys «Тервеюстало» jonka jokainen venäläinen lausuu 'tervejustaalala'.

Venäläiset asiakkaat tärkeiksi kokevan yrityksen kannattaa tarkistaa, merkitseekö sen nimi venäjäksi jotakin epämiellyttävää tai huvittavaa tai onko nimellä epämiellyttäviä assosiaatioita. 1980-lukulainen pankkinimi Unitas esimerkiksi ei olisi kelvannut Venäjällä käytettäväksi, sillä 'unitas' tarkoittaa wc-pönttöä. Suomalaisen osakeyhtiön lyhennettä 'oy' ei kannata käntää venäläistä aakkoslistaa noudattaen kirjainyhdistelmällä "оу", sillä venäläisten suussa se hyvin pian kääntyy sanaksi 'убы', 'ikävä kyllä'. 'Matka' on myös venäjää ja tarkoittaa kohtua ja esimerkiksi nimi Matka Karelia saisi venäläisen hekottamaan.

### 6.2.3 Sivujen ulkonäkö

Tärkeintä sivuissa on selkeys ja tiedon helppo löytäminen. Sivujen toiminnan tai grafiikan ei pidä olla monimutkainen. Kun vertaa suomalaisia ja venäläisiä nettisivuja, venäläiset vaikuttavat täyteen ahdetuilta ja niissä on lähes aina vilkkuvia ja vaihtuvia mainoksia. Suomalaisen silmään ne vaikuttavat levottomilta. Toisaalta venäläinen maku suosii perinteisesti enemmän kirjailuja, enemmän kuvioita ja enemmän värejä ja monimutkaisempaa muotoa kuin suomalainen muotoilu. Se, mikä on kaunista suomalaisen mielestä, ei läheskään aina ole kaunista venäläisen silmissä. Venäläisille markkinoidessa kannattaa etsiä kultaista keskitietä: käyttää enemmän värejä ja koristelua kuin suomalainen graafikko itse asiassa haluaisi. Ulkoasuun kannattaa miettiä mystisiä, tunnelmaa vahvasti luovia elementtejä, varsinkin jos sivulla myydään elämystuotteita.

Ostaminen on tehtävä helpoksi. Ostopainikkeet voi muotoilla uudelleen, värittää, käyttää niissä ostohalua herättävää kuvaa. Niistä voi tehdä haluttavia ovia, jotka lupaavat asiakkaalle tulevaa elämystä ja unelman täyttymystä. Ostaminen on yhtä helppoa kuin painikkeen klikkaaminen.

### 6.2.4 Kuvat

Tunteisiin vetoavat kuvat ovat tärkeitä. Kuvan tulee liittyä tuotteeseen ja sen pitäisi esittää asiaa, joka on tuotteen ostajalle tärkeä, esim. perhelomatuotetta markkinoitaessa lapset, talvilomaa myyvässä laskettelija ym. Mikäli mahdollista, kuvina kannattaa käyttää autenttisia valokuvia asiakkaista. Heiltä voi kysyä lupaa saada laittaa heidän kuvansa ja etunimensä yrityksen www-sivulle ehkäpä vielä suositteluvan kommentin kera. Yllättävän monet venäläiset ovat valmiita jakamaan kuviaan ja kokemuksiaan netissä (vuonna 2011 tehdyn tutkimuksen mukaan jopa 55 %). On tärkeää, että kuvat esittävät nimenomaan venäläisiä ja että suositukset tulevat nimenomaan venäläisiltä.

### 6.2.5 Värät

Lomalla lähdetään pois arjesta. Venäläisten matkatoimistojen työntekijät kertovat, että eniten kiinnostusta herättävät raikkaat, kirkkaat, lämpimät värät, jotka herättävät assosiaation uudesta, ennen kokemattomasta ja erilaisesta elämyksestä – siis mahdollisimman erilaisesta kuin asiakkaan jokapäiväinen elämä. Väriin tulee silti olla uskottava. Venäläinen ei usko, että tietotekniikkayritys, joka grafiikassaan pukeutuu pinkkiin, on vakavasti otettava.

### 6.2.6 Sisältö

Tuotetietojen lisäksi peruutus- ja korvaussäännöt tulee kertoa selkeästi, samoin hinta ja sen mahdolliset muutokset sesongeittain. Muutosten syy kannattaa selittää. Sivuilta tulisi käydä ilmi myös niiden päivitys, ts. asiakkaan on heti ymmärrettävä, että sivut ovat voimassa ja niillä oleva tieto pätevää. Tarpeellisia ovat yksityiskohtaiset ajo-ohjeet ja kartat sekä puhelinnumero, josta saa tarvittaessa apua. Sivuille kannattaa sisällyttää esim. videoita tuotteesta, sen käytöstä, matkailukohteesta jne. Lisäksi kannattaa antaa tietoa mahdollisista tuotteesta koskevista laeista, esim. moottorikelkkasafaria tarjoavan sivulla tulisi kertoa lakisääteisistä ikä- ja nopeusrajoituksista ym. vaatimuksista, sillä se vähentää pettymyksiä paikan päällä. Monet pikkupojat unelmoivat joulumatkallaan moottorikelkkailuista, mutta kun yksinhuoltaja-äidillä ei ole ajokorttia eikä pojalla tarpeeksi ikää, moottorikelkkailu saattaa jäädä kokematta.

Kaikki matkat, ajat ym. mittaavat määreet pitää esittää täsmällisesti. Ei siis kerrota, että mökki sijaitsee lähellä keskustaa, vaan 0,5 km päässä. Ohjelmapalvelu kestää noin 1,5 tuntia, ei reilua tuntia. Kohdetta ei kehaista ”itäsuomalaisittain isoksi” vaan väkiluku kerrotaan täsmällisesti: 38 000 asukkaan kaupunki. Tämä siksi, että venäläisillä on hyvin erilainen käsitys siitä, mikä on lähellä ja mikä on kaukana, mikä on isoa ja mikä on pientä. Erilaisista käsityksistä syntyy vääriä mielikuvia ja pettymyksen tunnetta kun totuus matkakohteessa selviää. Eräs perhe vuokrasi mökin talvisesta Suomesta ”läheltä

asutuskeskusta”. Oli tarkoitus, että mökkiin tulisivat talvilomaa viettämään kuusikymppinen isoäiti lastenlasten kanssa. Mökki osoittautui sijaitsevan 7 km:n päässä kylän keskustasta. Isoäiti tunsikin olevansa täydellisessä eristyksessä muusta maailmasta, täysin yksin, avuttomana, ajokortittomana ummikkona. Hän pelkäsi koko ajan, että lapsille tapahtuu jotakin, että metsästä tulee karhu, että ruokatarpeet loppuvat... Oikea lomaviettopaikka hänelle ja hänen lapsenlapsilleen olisi ollut mökkikylä, jossa palvelut ovat kävelymatkan päässä ja naapurit näköetäisyydellä. Myös ilmaisu ”kävelymatkan päässä” tulee täsmentää: onko kävelymatka sata metriä vai kolme kilometriä? Pääseekö piikkikoroilla vai tarvitaanko lenkkiosut?

Venäläiset toivovat saavansa nettisivuilta tietoa myös matkakohteen ympäristöstä: esim. kuinka kaukana sijaitsee lähin ruokatavarakauppa, entä suuri ostoskeskus? Missä sijaitsee lähin huoltoasema? Millaisia ruokapaikkoja paikkakunnalla on ja missä ne sijaitsevat? Mitä nähtävyyksiä lähistöllä on? Millaisia aktiviteetteja paikkakunnalla voi harrastaa? Jos paikkakunnan sivuja ei ole olemassa venäjäksi, yrityksen omilla sivuilla kannattaa selostaa ympäristöä lyhyesti. Linkkiä suomenkieliseen sivuun ei kannata laittaa, tai ainakin linkkipainikkeesta on käytävä ilmi, että sivu, jonne se vie, on vain suomeksi ja englanniksi.

### **6.2.7 Edut**

Ihmisistä on mukava saada jotakin ilmaiseksi, niin myös venäläisistä. Matkatoimistot Venäjällä ovat keskinäisessä kilpailussaan opettaneet venäläiset siihen, että aina saa jotakin kaupan päälle. Etuja odotetaan. Parhaat tinkijät saavat ”puolet valtakuntaa” kaupan päälle. Joillekin asiakkaille se on parasta koko ostotapahtumassa – tunne, että on tehnyt hyvät kaupat.

Suomalaisen yrittäjän kannattaa siis tuoda selkeästi esille muutama sellainen asia, jotka asiakas saa ilmaiseksi. Niitä voivat olla esimerkiksi ilmainen WiFi, ilmainen paikoitus, ilmainen sauna, ilmainen pääsy yökerhoon, ilmainen kassalastuslupa tai tervetuliaisviinipullo pirtinpöydällä. Suomessa on tapana ker-

toa, että sauna kuuluu huoneen hintaan. Soutuvene kuuluu mökkivuokran hintaan. Venäläisten suhteen parempi sanamuoto samalle asialle on "Ilmainen soutuveneen käyttöoikeus mökin vuokraajalle". Suomessa ei kannata kilpailla ilmaiseduilla, joten muutaman ilmaisen edun tai lahjan lisäksi kannattaa korostaa tuotteen korkeaa laatua.

### **6.2.8 Chat**

Puhe on tärkein myyntikeino, mutta se puuttuu perinteisestä verkkokaupasta. Venäläisille tulee kuitenkin antaa mahdollisuus keskustella asiakaspalvelijan kanssa välittömästi hänen vielä viipyessään yrityksen www-sivuilla joko chatin tai verkkoneuvottelun välityksellä. Venäläisissä verkkokaupoissa tämä on hyvin tyypillistä ja jo totuttua. Chat-palvelussa on yleensä myös asiakaspalvelijan kuva ja nimi, jotta asiakkaalle tulee mielikuva siitä, kenen kanssa hän keskustelee. Monilla venäläisillä sivuilla asiakaspalvelija vastaa ympäri vuorokauden. Suomalaiselle sivustolle voi merkitä kellonajat, milloin yhteyttä voi ottaa, sekä tiedon siitä, onko kyseessä Suomen vai Moskovan aika.

### **6.2.9 Foorumit**

Sivuilla tulisi olla tila kommenteille ja asiakaskokemuksille ja asiakkaita tulisi rohkaista sitä käyttämään, kirjoittamaan mielipiteitä ja lataamaan kuvia. Tyytyväiset asiakkaat tekevät niin mielellään ja se on parasta mahdollista markkinointia. Tyytymättömätkin asiakkaat voivat kommenttia kirjoittaa, jolloin yrittäjällä on heti mahdollisuus julkisesti pahoitella, selittää asiaa ja hyvittää asiakasta. Lisäksi yrittäjä voi koota sivuilta tärkeää asiakastietoa.

### **6.2.10 Hintavertailu**

Venäläinen potee huonoa omatuntoa, jos hän ei vertaile tuotteen hintoja. Vertailu on kuitenkin aikaa vievää ja rasittavaa ja saattaa pahimmillaan johtaa siihen, että jo lähes päätetty matkailutuotehankinta jää tekemättä vain siksi, että ostaja ei ole ehtinyt vakuuttua sen hinnan pätevyydestä. Suosittelen mat-

kailuyrittäjiä lisäämään sivuilleen kaavion, jossa hänen tuotteensa hinta asetuu oikeaan suhteeseen muiden vastaavien alueen tuotteiden kanssa. Luonnollisesti muut tuotteet voi ja pitääkin esittää nimettöminä. Kaavion voi päivittää esim. aina sesongin alkaessa tai talvituotteen alkutalvesta ja kesätuotteen keväällä, ja vertailupäivämäärän voi laittaa esiin kaavion alle. Venäläiset matkailijat eivät etsimällä etsi halvinta vaihtoehtoa, mutta heille on tärkeää tietää, että heiltä ei rahasteta ylihintaa.

### **6.2.11 Linkit**

Sivuilla hyviä linkkejä ovat esim. säätietopalvelu, lähialueen liikennekamerat, Ylen venäjänkielisen kanavan nettiuutiset, mahdollisesti VR:n ja Matkahuollon aikataulut, mikäli matkakohteeseen saavutaan muulla kuin omalla autolla, paikallisbussien aikataulut, jokamiehen oikeudet. Venäläiset toivovat sivuille myös linkkejä paikkakunnan tapahtumakalenteriin, nähtävyyksiin ja palveluihin. Luonnollisesti he toivovat myös paikkakunnan karttaa.

### **6.2.12 Yhteystiedot**

Yrityksen yhteystietojen ja sijainnin tulee olla selkeästi merkitty. Myös muut kuin edellä mainitut yhteydenottotavat, esim. sähköposti, sähköinen varaus, palautelomake ja puhelinnumerot ovat tärkeitä. On syytä tarkistaa, että sähköposti todella toimii, kun sitä klikataan venäjänkieliseltä sivulta. Jokin aika sitten halusin ottaa yhteyttä suomalaiseen tapahtumajärjestäjään sen venäjänkieliseltä sivulta kohdasta, jota klikkaamalla aukeaa sähköposti-ikkuna. Ikkunan vastaanottaja-kohdassa olivat kyrilliset ja latinaiset aakkoset koodatuneet siansaksaksi eikä viesti koskaan mennyt perille vastaanottajalle.

### **6.2.13 Printattavuus ja tekninen toimivuus**

Sivujen tulee olla helposti ladattavat hitaammallakin verkkoyhteydellä. Lisäksi kannattaa tarkistaa, että ne voi tulostaa, sillä monet haluavat tulostaa esim. yhteystieto- ja ajo-ohjesivut mukaan otettaviksi. Tabletit ovat yleisty-

neet Venäjällä ja monet käyttävät niitä myös matkailutiedon etsimiseen. Niissä ei ole hiirtä, joten alusvetovalikot eivät toimi. On siis syytä etsiä toinen vaihtoehto, esimerkiksi klikattava linkki. On syytä tarkistaa myös, että sivujen välitys onnistuu linkkinä niin sähköpostiin kuin kännykkäänkin.

### **6.3 Jälkimarkkinoinnista**

Venäläisten asiakkaiden yhteystiedot tulee luonnollisesti tallettaa. Myös nettisivulta saa hyvin paljon erilaista asiakastietoa, myös yhteystietoja. Jälkimarkkinointina heille kannattaa lähettää esimerkiksi sähköpostina kiitoskirjeitä käynnistä, tarjouksia uusista tuotteista ja muuta matkakohdetta koskevaa tietoa. Venäläisille on tärkeää, että heidän juhlapäivänsä muistetaan ja heitä onnitellaan niin syntymäpäivinä kuin kansallisina juhlapäivinä. Muistamisen voi hoitaa vaikkapa sähköpostikortilla. Sen voi helposti toteuttaa tietokoneohjelmien avulla niin, että yrittäjän ei tarvitse huolehtia niistä sen enempää.

Sähköpostimarkkinointi on Venäjällä jo tuskallisen tavallista ja sähköpostiosoitteet leviävät siellä nopeasti mainoskäyttöön. Venäläinen asiakas saa mainospostia muualtakin kuin suomalaiselta matkailuyritykseltä, jonka asiakkaana hän on ollut. Tarjoukset ja mainosposti kannattaa siis suunnitella kiinnostaviksi ja muista erottuviksi ja pyrkiä niiden avulla luomaan tuttavallisempaa asiakassuhdetta. Venäläinen asiakas arvostaa sitä, että saa olla tekemisissä konkreetin, ehkäpä sellaisen ihmisen kanssa, jonka muistaa matkaltaan, joten markkinointiviestit kannattaa suunnitella henkilökohtaisiksi huolimatta siitä, että niiden lähetys on automatisoitu. Luonnollisesti autenttinen ihminen lähettäjänä ja viestijänä olisi tässäkin tapauksessa paras.

## **7 MATKAILUN TURVALLISUUS**

Kyselyissä venäläiset usein merkitsevät turvallisuuden Suomen tärkeäksi ominaisuudeksi ja joissakin tutkimuksissa on turvallisuuden katsottu olevan

jopa venäläisten ostopäätökseen vaikuttava tekijä. Venäläiset todella arvostavat sitä, että Suomessa ennalta arvaamattomat, lomaa häiritsevät tekijät ovat harvinaisia, että poliisi tiellä pysäyttäessään on asiallinen eikä kadulle pysäköityä autoa varasteta. Turvallisuus ei kuitenkaan ole ostopäätöksen peruste, sillä venäläiset lakkasivat viimeisinä matkustamasta Egyptiin vuoden 2011 väkivaltaisuuksien aikaan, ja silloinkin vain siksi, että Venäjän valtio kielsi matkojen myynnin Egyptiin. Samoin venäläiset olivat ensimmäisiä matkailijoita tsunamin tuhoamassa Thaimaassa. Venäläiset ovat niin liike- kuin vapaa-ajan toimissaan valmiita ottamaan isojakin riskejä.

Venäläiselle Suomen turvallisuus tarkoittaa sitä, että kukaan ei kohtele heitä mielivaltaisesti. Mikäli onnettomuus tai rikos tapahtuu, asian byrokraattinen puoli hoituu nopeasti ja tehokkaasti ilman, että loma täytyy keskeyttää tai että se viivästyy huomattavasti. Venäläiset arvostavat suomalaisen yhteiskunnan järjestystä. He myös ihmettelevät sellaisia pikkuasioita, että omakotitaloja ei ympäröidä ylipääsemättömillä aidoilla, että pyörät ovat avoimessa tilassa pihalla ja että postilaatikkoja ei lukita. Lomallaan Suomessa venäläiset arvostavat turvallisuuden tunteen tuomaa helppoutta: suksia, pulkkia ja pyöriä ei ole tarpeen lukita sisätiloihin harrastamasta palattua. Eräs venäläinen pariskunta kertoo, miten he olivat nousseet kaupunkikiertomatkalle raitiovaunuun ja tyttären ilmapallo jäi kyydistä. Palatessaan lähtöpaikkaansa he löysivät pallon pysäkiltä odottamasta. Tyttären ilo ja vanhempien hämmästys oli suuri: sellainen ei olisi ollut mahdollista Venäjällä.

Matkailun turvallisuuteen kuuluu myös paljon muuta, kuin yhteiskunnallinen järjestys. Turvallisuuteen vaikuttaa monia kulttuurieroja: esimerkiksi moottorikelkkailijat ajavat Suomessa merkittyjä reittejä ja noudattavat liikennesääntöjä, nopeusrajoituksia jne. Suomessa kelkkailu on lailla säädetty. Venäjällä kelkkaillaan miten ja missä vain, nopeusrajoituksia ei ole. Suomessa turvallisuusohjeet annetaan safarin aluksi suullisesti, Venäjällä ne jaetaan kirjallisesti ja asiakas allekirjoittaa ne lukeneensa. On luonnollista, että venäläinen ei tiedä, miten kelkkailua Suomessa säännellään. Hän ei myöskään välttämättä usko oppaan ohjeita, jos hänestä itsestään tuntuu, että kovempi vauhu-



ti ei aiheuta vaaratilanteita. Suomalaisen oppaan tuleekin painottaa venäläisasiakkaille, että Suomessa laki säätelee mm. nopeutta eikä ”liian hidas” vauhti suinkaan ole oppaan omaa ylenpalttista varovaisuutta.

Jokaisen ohjelmapalvelun tuottajan tulee miettiä tuotteeseensa liittyvät turvallisuusriskit ja pyrkiä niistä eroon. Riskeistä on myös kerrottava asiakkaille etukäteen. Turvallisuutta lisäävät esimerkiksi kirjallinen, venäjänkielinen tieto tuotteesta tai matkakohteesta, tieto siitä, mitä voi syödä ja juoda (esim. luontomatkailussa myrkylliset marjat, juomakelvoton vesi), hanaveden laadusta; Suomen hätänumerot, turvallisuusohjeet, lääkäripäivystys- ja ambulanssitilausnumerot kannattaa sijoittaa näkyville vuokramökin seinälle tai huonekansioon. Suomen ja Venäjän ambulanssikäytäntö eroaa toisistaan huomattavasti: Suomessa ambulanssi tilataan tositilanteessa, ambulanssienkilökunta antaa ensiavun ja vie sairaalaan ja ambulanssikydistä maksetaan; Venäjällä ambulanssi eli ”skoraja pomosh” tilataan silloin, kun tarvitaan lääkärin apua esim. sairauden tai loukkaantumisen hoitoon. Ambulanssilääkäri hoitaa potilaan usein itse kotona, sairaalakuljetusta ei tarvita ja palvelu on ilmainen. Venäläisen kynnyks tilata ambulanssi on siis huomattavasti matalampi kuin suomalaisen ja kallis ambulanssimaksu tulee monelle todellisena yllätyksenä. Myös ensiapulaukun käytössä Suomessa ja Venäjällä on eroja. Suomessa laukku ei sisällä lääkkeitä eikä kenelläkään ole oikeutta määrätä lääkitystä ilman lääketieteellistä koulutusta. Venäjällä laukun sisältöön kuuluu tavallisimpien sairauksien kuten sydän- ja verisuonitautien lääkkeitä ja niitä voi potilaalle antaa kuka tahansa auttamaan tullut henkilö.

Matkailupalvelusta riippuen matkailuyrittäjän kannattaa harkita ensiapupuhelimen luovutusta asiakkaalle matkan ajaksi tai sen sijoittamista esimerkiksi mökkiin. Eri maiden SIM-kortit ovat erilaisia eikä ole itsestään selvää, että yhden maan puhelimella voi soittaa hätäpuheluita tai esimerkiksi tilata taksin toisessa maassa. Venäläisellä SIM-kortilla saa yhteyden numeroon 112, mutta suomalaiseen taksin lyhytnumeroon sillä ei voi soittaa. Mökkien huonekansioissa kannattaa kertoa myös lähimmän ensiapuaseman sijainti ja puhelinnu-

mero, samoin apteekin. Myös lähimmän huoltoaseman tiedot olisi hyvä löytä kansiosta.

Kuten Sting aikoinaan lauloi, "Russians love their children, too". Lapset ovat venäläisillekin rakkaita. Siksi lasten turvallisuudesta huolehtiminen on ensiarvoisen tärkeää. Lapsiperheille tarkoitettujen mökkien täytyy ottaa huomioon lasten turvallisuus, lasten leikkipaikkojen tulee olla turvallisia ja puhtaita - ei kissankakkaa hiekkalaatikossa eikä ruostuneita piikkiaidan pätkiä lähiympäristössä. Lapsille turvallisiksi tehtyjä mökkejä (turvallisuustekijöitä ovat mm. pistorasiat, sähköjohdot, terävät kulmat, kaatuvat hyllyt ym.) kannattaa luonnollisesti markkinoida lapsiystävällisyydellä: vanhempien ei tarvitse olla varpaillaan lasten turvallisuuden puolesta. Yksi venäläisen kaupunkilaislapsen suurimmista elämyksistä on juosta paljasjaloin ja heittää kupperkeikka auringon lämmittämällä nurmikolla, mutta se on mahdollista vain, jos ruohikossa ei ole lasinsirpaleita.

Asiakkaiden turvallisuuden tunnetta ja luottamusta siihen, että asiat ovat hoidossa, voi lisätä ripustamalla turvallisuussertifikaatit, ensiapukurssitodistukset ym. näkyville. Todistuksista voi myös sommitella kollaasitaulun ja otsikoida sen suomeksi, venäjäksi ja englanniksi tyyliin 'Olemme turvallinen yritys'.

## LÄHTEET

Iljuha, O., Tsamutali A. & Vihavainen, T. 2009. Monikasvoinen Suomi. Venäläisten mielikuvia Suomesta ja suomalaisista. Kleio. Edita, Helsinki.

Karpova, Jelena 2011. Keskustelu 10.10.2011.

Keinänen, Arto 2012. Keski-Savon kalastusmatkailun kehittämisen esiselvitys. Loppuraportti.

Konsti, Jaana 2007. Venäjänkielinen ruokalista – yrityksen markkinointiviestintä ja asiakkaan retket. Pro gradu. Joensuun yliopisto.

Kopnina, Helen 2007. Migration and Tourism: formation of New Social Classes. Cognizant communication corporation.

Korkalainen Anne 2003. Suomalaisen keittiön erikoisuudet käännettäessä suomalaisia gastronomisia termejä venäjän kieleen. Pro gradu. Joensuun yliopisto.

Laurén, Anna-Lena 2009. "Hulluja nuo venäläiset". Tuokiokuvia Venäjältä. Teos & Söderströms, Gummerus Jyväskylä.

Mustajoki A. & Protasova Je. 2002. "My" i "oni": ruskije o finnah i finny russkih. Russkoje i finskoje kommunikativnoje povedenije. Vypusk 3. Voronezh.

Puljujärvi, Outi 2010. Vozmozhnosti ispolzovanija raznyh jazykov v Laplandii. Rossiiskie turisty v Levi. Pro gradu. Kielitieteen laitos. Jyväskylän yliopisto.

Rest without Russians 2008. Inostrantsy ustali ot obilija rossijan na kurortah. Artikkele. Praim-Tass 28.7.2008. Saatavana [www.prime-tass.ru](http://www.prime-tass.ru) Luettu 26.4.2012.

Rheen, Carroll 2012. Empowering Inspiration: The Future of Travel Search. PhoCusWright.

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

Tanskanen, Eija Irene 2005. Rozhdestvenskie tradicii v finlandii i Rossii. Opyt sospostavitel'nogo analiza dvuh kul'tur v celjah razvitija turisticheskogo produkta. Pro gradu. Joensuun yliopisto.

Venäläisen matkailijan asiakaspalveluopas 2004. Zakuska-projekti. Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus.

Vlasova, T., Sharuhin A. & Danilova, M. 2007. Professionalnoje i delovoje obshhtsheniye v sfere turizma. Akademija, Moskva.

## KIRJALLISUUS

Aatsinki, Kaisa 2005. Virtuaalimatka ohjelmapalveluiden markkinointikanavana kohderyhmänä venäläiset. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Ala, Maarit 2004. Rovaniemellä vuoden vaihteessa 2001/2002 käyneiden venäläisten matkailijoiden odotukset ja kokemukset sekä heidän matkanjärjestäjiensä tietämys Rovaniemestä matkailukohteena. MBA Graduate Thesis. Preston University, USA.

Alaiso, Jana 2004. Venäläisturistien kokemukset elämysmatkailusta Rovaniemellä. Pro gradu –tutkielma. Taloustieteet/markkinointi. Lapin yliopisto.

Alava, Outi (toim.) 2008. Venäläinen tapakulttuuri, perinteitä ja nykyaikaa. Suomi-Venäjä -seura.

Butinova, Veronika 2003. Venäläisten matkailu suomessa ja heidän tyytyväisyytensä palvelun laatuun. Asiaskastutkimus Holiday Club Katinkullassa. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Countryside Holidays in Finland. Part 3. 2007. Market Study for Russia. MEK. Helsinki.

Daniliants, Artem 2011. Verkkokauppa Venäjällä. Luento. Venäjä verkossa -seminaari 3.-4.5.2012. Saatavana <http://www.youtube.com/watch?v=9wi6xRzotXI&feature=relmfu>. Kuunneltu 4.6.2012.

Eronen, Riitta 2001. Selvitys venäläismatkailua koskevasta tutkimustiedosta, Helsinki school of Economics, Mikkelin business campus publications N-3.

Eronen, Riitta 2004. Yhteistyötä yhteistyöhön. Matkailuhankkeista kestävään kumppanuuteen Suomi-Venäjä-yhteistyössä. Savonlinna, Joensuun yliopisto. Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskuksen julkaisuja n:o 10.

ETC Market Insights: Russia, June 2010. Fedorov, Valeriy 2010. Letnyi otdyh "otdyhaet". Artikkelin. Moskovskiy komsomolets 22.6.2010

Finljandija: kraski leta. Artikkelin 15.6.2011. Turistitsheski biznes.

Forstén, Nina 2003. Kohtaamisia itärajalla – kauppiaiden ja rajavartioiden näkemyksiä Lappeenrantaan saapuvista venäläisistä matkailijista sekä Venäjän ja Euroopan unionin rajasta. Pro gradu. Joensuun yliopisto.

Gde iskat pozitiv. Artikkelin 15.5.2011. Turistitsheski biznes.

Glybina, Katja 2005. Suomen ja Venäjän välisten EU-matkailu-hankkeiden arviointia. Pro gradu –tutkielma. Matkailututkimus/matkailu-markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto. Lapin yliopisto.

Grazhdane dorvalis do otdyha 2009. Izvestija. Artikkele 21.12.2009. Saatavana [www.izvestia.ru](http://www.izvestia.ru) Luettu 26.4.2012.

Hofstede, Geert 2001. *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviours, Institutions and Organizations Across Nations*. Sage Publications, USA.

Iljuhina, Olga, Tsamutali, Aleksei & Vihavainen Timo (toim.) 2009. Monikasvoinen Suomi. Venäläisten mielikuvia Suomesta ja suomalaisista. Edita, Helsinki.

Ipoteka portit rossijanam othyh. Artikkele 5.10.2006. Saatavilla [www.utro.ru](http://www.utro.ru). Luettu 10.3.2012.

Haapaniemi, Mira, Moijanen, Maisa & Muradjan, Kirsi 2003. Tak ili kak? Venäläistä tapakulttuuria suomalaisille. Multiprint Oy, Helsinki.

Heikkinen-Rummukainen, Marita 2001. Venäläismatkailu Etelä-Savossa. Helsinki School of Economics, Mikkeli business campus publications, Joensuun yliopiston Savonlinnan täydennyskoulutuskeskus, Pienyrityskeskus.

Heikkinen-Rummukainen, Marita & Peltonen, Arvo (ed.) 1998. Trends in Russian research on tourism, international forum for tourism research n:o 3 Savonlinna, Finland, 2-3 June 1997. The Finnish University Network for Tourism Studies, Savonlinna.

Helppi, Riina 2009. Lappeenrannan ja Pietarin toimiston toimintatapojen erot ja toiminnan tehostaminen. Case: Saimaan Matkaverkko Oy. Opinnäytetyö. Venäjän-kauppa. Liiketalous Lappeenranta. Saimaan ammattikorkeakoulu.

Hukkanen, Heli 2009. Venäläisen asiakaskunnan palvelutyytyväisyyden kehittäminen: case Sokos Hotel Lappee. E-opinnäyte. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Hurmalainen, Agneta 2011. Venäläiset matkailupalveluiden käyttäjinä metropolialueella – Case Metro-Oske. Opinnäytetyö. Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. Lahden ammattikorkeakoulu.

Iljina Je. 2007. Turopereiting:organizatsija dejatelnosti, Finansy i statistika, Moskva.

Jakosuo, Katri 2008. Selvitys metropolialueen venäläismatkailijoista. Matkailun laitos, Lahden ammattikorkeakoulu.

Jakosuo, Katri & Jaakkola, Helena (toim.) 2009. Kasviretkestä kokouspalveluihin. Artikkelikokoelma matkailualan kehittämishankkeista ja opinnäytetöistä. Lahden ammattikorkeakoulun julkaisusarjat. Tampere.

Jakosuo, Katri 2011. Russia and the Russian tourist in Finnish tourism strategies—the case of the Karelian region. Artikkel. Journal of Global Strategic Management 09/ 2011, s. 49.

Jokela, Seija & Tuuliainen, Riitta 2007. Venäläisten asiakkaiden hankinta – sallalaisten yrittäjien kehittämisehdotuksia. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Jokinen, Eeva-Marja 2003. Metsästysmatkailu – kiinnostaako jahti yritysasiakkaita? Liiketalous ja matkailu, Vaasan ammattikorkeakoulu.

Järvi, Anna 2008. Lapin markkinointi Venäjällä. Lapin matkailualueiden kansainväliset markkinointistrategiat venäläisissä kohderyhmissä. Pro gradu. Matkailun liiketoimintaosaaminen. Lapin yliopisto.

Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallinen toimenpideohjelma 2008 – 2013. Maa- ja metsätalousministeriö 2/2008

Kaupan liiton matkailututkimus: Venäläisturistit haluaisivat kuluttaa enemmän. Artikkele 11.10.2011. Saatavana <http://rusgate.fi/uutiset/kaupan-liiton-matkailututkimus-venalaiset-haluaisivat-kuluttaa-enemman.html> Luettu 21.10.2011.

Koltsova, Elena 2009. Communication Resources to Inform Russian Customers about Tourist Services in Mikkeli Region. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma, Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Kompanii i rynki. Artikkele 27.12.2010. Odnako.

Komppula, Raija & Boxberg, Matti 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita, Helsinki.

Konsti, Jaana 2012. Matkailualueen Venäjän verkkostrategia. Luento. Venäjä verkossa –seminaari 3.-4.5.2012. Oske. Saatavana <http://www.youtube.com/watch?v=roAd-Xn3QIY&feature=relmfu>. Kuunneltu 1.6.2012.

Kosolapov A.B. 2010. Geografija rossijskogo vnutrennego turizma. Moskva.

Kosonen, Riitta, Paajanen, Malla & Noora Reittu 2005. Etelä-Suomi venäläisten turistien länsimatkailussa. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-59. HeSe print.

Kuda ehat? Artikkele. The New Times 4.5.2011. Saatavilla [www.newtimes.ru](http://www.newtimes.ru). Luettu 18.7.2011.



Kulttuurimatkailu ja kestävä kehitys. Valtionhallinnon käynnistämän yhteistyön tuloksia Suomen ja Venäjän Karjalan raja-alueella 2003. Opetusministeriön julkaisuja 2003:26.

Kuzina, Oksana 2006. Semantitsheskie i assotsiativnye polja turizma kak otrazhenie fragmentov jazykovogo soznaniija i kartin mira russkih, nemtsev i amerikantsev. Kandidaatin väitöstyö. Barnaul. Saatavana [www.dissertat.com/content/semanticheskije-i-assotsiativnye-polya-turizma-kak-otrazhenie-fragmentov-jazykovogo-soznania.html](http://www.dissertat.com/content/semanticheskije-i-assotsiativnye-polya-turizma-kak-otrazhenie-fragmentov-jazykovogo-soznania.html). Luettu 16.6.2011.

Kuutti-Seleznyova, Katja 2001. Venäläiset matkailijat Savonlinnan seudulla. Haastattelututkimus. Itä-Suomen Matkailun Kehitys Oy.

Lapissa outokin on aitoa. Artikkelit Talouselämä 8.2.2008. Saatavana <http://lehtiarkisto.talentum.com/lehtiarkisto/search/show?eid=1306904>. Luettu 10.6.2011.

Latisheva, Inna 2010. Ryssänä Suomessa. Vieras väärästä maasta. Otava, Keuruu.

Leppänen, Päivi 2009. Venäläisten asiakkaiden odotukset ja toiveet Scandic Patrian ravintola Torillan palveluista. Opinnäytetyö. Matkailu- ja ravitsemispalvelut Imatra, hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. Saimaan ammattikorkeakoulu.

Leskinen, Virpi & Rinkinen, Nina 2008. Katsaus matkailutoimialaan Etelä-Savossa. Tutkimusraportti. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Letnii otdyh: kuda unosjat nas metshty 2006. Artikkelit. Rossijskaja Gazeta 7.7.2006. Saatavilla [www.rg.ru](http://www.rg.ru). Luettu 18.7.2011.

Levinson, Aleksei 2008. O srednem klasse v kontse prekrasnoi epohi. Vestnik obshtshestvennogo mnenija nro 6/2008.

Liuski, Anna & Tiitinen, Niina 2009. Elämyksellinen ruokapalvelun tuotekehitys Vuokatin venäläisille matkailijoille. Opinnäytetyö. Matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Matkailu. Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Lukey, Bernard 2012. Yandex search marketing and travel products. Luento. Venäjä verkossa. Osken seminaari 3.-4.5.2012. Saatavana <http://www.youtube.com/watch?v=NJMIHISwlMI>. Kuunneltu 1.6.2012.

Lumilomailijat 2003. Ulkomaisten lumilomailijoiden haastattelututkimus. MEK. Saatavana [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Lumilomailijat\\_2003\\_ulkomaalaisten\\_matkailijoiden\\_haastattelututkimus?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-30](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Lumilomailijat_2003_ulkomaalaisten_matkailijoiden_haastattelututkimus?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-30). Luettu 10.3.2012.

Lundberg, Christine 2010. Challenges in Delivering Services: The Front-Line Hospitality and Tourism Employee Perspective. Tohtorinväitös. Göteborgin yliopisto.

Matkustajavirta Venäjältä pitää maakuntaa pinnalla. Artikkelit 14.8.2011. Saatavana [http://www.rusgate.fi/uutiset/matkustajavirta-venajalta-pitaa-maakuntaa-pinnalla/3244?ip\\_login\\_no\\_cache=47b16304824f0314f9e1dc19a755f50a](http://www.rusgate.fi/uutiset/matkustajavirta-venajalta-pitaa-maakuntaa-pinnalla/3244?ip_login_no_cache=47b16304824f0314f9e1dc19a755f50a). Luettu 20.9.2011.

Mattila, Eija 2003. Lomamökkimatkailun kehittäminen Kaakkois-Suomessa – kohderyhmänä venäläiset matkailijat. Pro gradu –tutkielma. Taloustieteen laitos. Helsingin yliopisto.

Mustajoki A. & Protasova Je. 2004. Kommunikativnoje povedenije i mezhnatsionalnoye stereotypy. Kommunikativnoje povedenije. Vyp. 20. Russkoje i finskoje kommunikativnoje povedenije. Voronezh.

Mustajoki, A & Protasova, Je. 2007. Tolerantnost k tshuzhoi retshi i povedeniju: nekotorije aspekty. Artikkelit. Kommunikativnoje povedenije. Vyp. 26. Russkoje i finskoje kommunikativnoje povedenije. Istoki. Voronezh.

Mustajoki A. & Protasova Je. 2008. "Svoje" i "tshuzhoe" v stereotipah retshevogo povedenija. Artikkel. Russkoje i finskoje kommunikativnoje povedenije. Vyp.31. Voronezh.

Muuttuva matkailu. Tietoa Suomen ja Venäjän välisestä matkailusta ja matkailuyhteistyöstä. 4/2003.

Muuttuva matkailu. "Näin naapurissa". Matkailun Venäjän-foorumin ja matkailualan verkostoyliopiston kenttätutkimuksen tuloksia Karjalan tasavallassa – tietoa matkailusta ja matkailuelinkeinosta 2 – 4/2004

Narod pojehal 2009. Artikkel. Novye Izvestija 8.10.2009. Saatavana [www.newizv.ru](http://www.newizv.ru). Luettu 26.4.2012.

Novogodnye tury stali rossijanam ne po karmanu. 22.9.2002. Saatavana [www.turist.ru](http://www.turist.ru). Luettu 26.4.2012.

Obolgotiani, Virve 2011. Suomi ja Venäjä – tuntemattomat naapurit. Itä meissä. Artikkeleita ortodoksisesta kulttuurista ja suomalais-venäläisestä vuorovaikutuksesta. Toim. Katriina Kajannes. Juvenes Print. Tampere.

Ohota k peremene mest 2006. Artikkel. Novoje Vremja 28.6.2006. Saatavilla [www.newtimes.ru](http://www.newtimes.ru). Luettu 16.4.2012.

Ollikainen, Elena 2008. Issledovanie russkojazytshnogo turistitsheskogo bukleta v kontekste roli reklamy v turizme. Pro gradu. Joensuu yliopisto.

Odotettavissa 350 000 itäturistia: Rikkaat venäläiset hamstraavat Suomesta viinaa. Artikkel. 13.12.2011. Saatavana <http://www.studio55.fi/mennaanmatkalle/artikkeli.shtml/1457278/odotettavissa-----itaturistia.html>. Luettu 22.12.2011.

Otdyhat budem v zonah? 2011. Artikkele. Odnako 8.4.2011. Saatavilla [www.odnako.ru](http://www.odnako.ru). Luettu 25.7.2011.

Otpusk metshty. Artikkele 17.7.2007. Saatavana [www.vzglyad.ru](http://www.vzglyad.ru). Luettu 10.3.2012.

Ourvantsev, Alexandre 2002. Marketing Cooperation Between Russian and Finnish Travel Companies. Case companies: South Kola Ltd. and Taxari Service Oy. Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu.

Pavlova, Olga 2012. Russian consumer needs. Luento.Venäjä verkossa – seminaari, 3.-4.5.2012 Lappeenranta. Oske. Saatavana <http://www.youtube.com/watch?v=LSQ9sKYxmBM&feature=relmfu>. Kuunneltu 1.6.2012.

Peiponen, Kaisa & Rätty, Marjut 2011. Venäläiset kylpylähotelli Rantasipi Laajavuoren asiakkaina. Opinnäytetyö. Matkailun koulutusohjelma. Matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Persoonallisuus pelissä: huomioita itänaapurin luonteesta. [www.psycon.fi/blogi/mikael-nedestrom/fi\\_FI/henkiloarviointimenetelmien-luotettavuus](http://www.psycon.fi/blogi/mikael-nedestrom/fi_FI/henkiloarviointimenetelmien-luotettavuus). Luettu 22.3.2012

Petrov, Grigori 2004. Finljandija – strana belyh lilii. Evropeiski dom. St. Peterburg.

Pietarin tie 1998. Imatra – Mikkeli. Itä-Suomen Matkailun Kehitys Oy.

Plokhikh, Valentina & Rybachuk, Alena 2009. Building successful cross-border cooperation. Opinnäytetyö. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu.

Pozhiznennyi biznes. Artikkele 15.12.2010. Turistitsheski biznes.

Roivainen, Mika 2012. Kolme askelta Venäjän markkinoille. Luento. Venäjäverkossa -seminaari 3.-4.2012. Saatavana <http://www.youtube.com/watch?v=Fyv7T1ijW1k>. Kuunneltu 4.6.2012.

Rossijan derzhit doma nehvatka sredstv 2011. Artikkel. Nezavisimaja Gazeta 14.6.2011. Saatavilla [www.ng.ru](http://www.ng.ru). Luettu 26.4.2012.

Rossijanam nedosug. Artikkel. Trud 4.6.2008. Saatavilla [www.trud.ru](http://www.trud.ru). Luettu 18.7.2011.

Rossijane hotjat otdyhat za granitsej, no ne vsem eto po karmanu 2011. Artikkel. Ria Novosti 14.6.2011. Saatavilla [www.ria.ru](http://www.ria.ru). Luettu 26.4.2012.

Russia – New Media Trend Watch Europe. Saatavissa: [www.newmediatrendwatch.com/markets-by-country/10-europe/81-russia](http://www.newmediatrendwatch.com/markets-by-country/10-europe/81-russia). Luettu 14.3.2012.

Russkih za granitsej uzhe ne stshitajut dikimi. Artikkel 28.5.2007. Saatavilla [www.ria.ru](http://www.ria.ru). Luettu 10.3.2012.

Rutonen, Senja 2008. Добро пожаловать! Tervetuloa! Venäläiset matkailijat Jyväskylän seudulla. Opinnäytetyö. Matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Ruutu, Katja, Panfilo, Alexander & Karhunen, Päivi 2009. Cultural Industries in Russia. Northern Dimension Partnership on Culture. Helsinki School of Economics.

Saarela, Anna 2011. The Colourful Russian Middle Class. Case: The Winter Holidays Visitors in Lahti City. Master's thesis. Master's Degree Programme in International Business Management. Kymenlaakso University of Applied Sciences.

Salmenniemi, Suvi & Rotkirch, Anna (toim.) 2008. Suhteiden Venäjä. Gaudeamus, Helsinki.

Salomaa, Anne 2010. Elämyksiä hotellilomalta. Unelmien naistenpäivä venäläisasiakkaan näkökulmasta. Opinnäytetyö. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Seppänen, Esa 2010. Venäjä vanha tuttu, vaan niin vieras. Suomen naapurikuvan todet, luulot ja harhat. Helsinki.

Sergejeva, Alla 2007. Russkie. Stereotipy povedenija, traditsii i mentalnost. Flinta – Nauka. Moskova.

Shulgin, Aleksandr 2011. Keskustelu 10.10.2012.

Sirkiä, Tuija 2009. Venäläiset matkailijat Etelä-Karjalassa. Yrittäjien kokemuksia venäläisistä matkailijoista. Opinnäytetyö. Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma. YAMK restonomi. Lahden ammattikorkeakoulu.

Skolko stoit Zolotoje koltso. Artikkel. Komsomolskaja pravda 31.10.2011.

Soini, Jussi 2000. Kulttuurierot ja niiden merkitys venäläisten ja länsimaalaisten välisessä kanssakäymisessä. Sosiologian pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto.

Sosiaalinen media vaikuttaa eniten venäläisten matkapäätökseen. Artikkel. 14.3.2011. Saatavana [http://www.mek.fi/index.nsf/\(Pages\)/Venäjä\\_uutisia?open](http://www.mek.fi/index.nsf/(Pages)/Venäjä_uutisia?open). Luettu 11.4.2011.

Sovremennye vidy turizma. Artikkel. Saatavana [http://revolution.allbest.ru/sport//00005352\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/sport//00005352_0.html). Luettu 23.6.2011.

Strana nepuganyh turistov. Artikkele 24.7.2008. Saatavana [www.Liga.Novosti.ru](http://www.Liga.Novosti.ru). Luettu 10.3.2012.

Suomalainen uusivuosi on venäläisten mielestä tylsä. Artikkele. Itä-Savo 20.12.2011.

Suomi on suosittu matkailukohde pietarilaisten keskuudessa. Artikkele. Saatavana [www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje\\_1\\_2007/suomi\\_on\\_suosittu\\_matkailukohde\\_pietarilaisten\\_keskuudessa.html](http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje_1_2007/suomi_on_suosittu_matkailukohde_pietarilaisten_keskuudessa.html) Luettu 25.8.2011.

Suomi yhä venäläismatkailijoiden suosikkimaa – Thaimaa ja Kuuba nousussa. Artikkele 2.9.2011. Saatavilla [www.rusgate.fi](http://www.rusgate.fi). Luettu 16.9.2011.

Suomi ykkösenä Venäjällä. Artikkele 14.3.2011. Saatavana [http://www.mek.fi/index.nsf/\(Pages\)/Venäjä\\_uutisia?open](http://www.mek.fi/index.nsf/(Pages)/Venäjä_uutisia?open). Luettu 11.4.2011.

Susiluoto, Ilmari 2001. Lavea luonto. Venäjän-matkaajan elämänohjeita. Gummerus, Jyväskylä.

Suvilehto, Kristina & Borg, Pekka 2001. Russian Tourists Visiting Finland. Artikkele. *Annals of Tourism Reserch*, Vol. 28, No.2. pp. 500 – 503. Elsevier Science Ltd. Great Britain.

Thomas, Rhodri & Augustyn, Marcjanna (edit.) 2007. *Tourism in the New Europe. Perspectives on SME Policies and Practices*. Advances in Tourism Research Series. Elsevier 2007. The Netherlands.

”Tlejushtshtie” putjovki 2010. Artikkele. *Novye Izvestija* 14.1.2010. Saatavilla [www.newizv.ru](http://www.newizv.ru) . Luettu 26.4.2012.

Toom, Marje & Törmälehto, Ritva 2003. Venäläisturistien tyytyväisyys palvelun laatuun Tahkolla. Laadullinen haastattelututkimus. Opinnäytetyö. Savonia-ammattikorkeakoulu.

Torvinen, Katri & Väisänen, Marjo 2008. Matkailuyrittäjien kokemuksia yhteisestä tuotekehityksestä venäläisten kanssa. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Tuomi, Leena 2004. Suomalais-venäläinen opaskirja palvelualan yrityksille. Selvitys Savonlinnan seudun matkailu- ja palveluyrityksissä. Matkailun koulutusohjelma, Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Turizm i gostinitshnyi biznes. Strategii vzaimodeistvija obrazhovatelnih utshrezhdenii i rabotodatelei. International Forum Tourism Hotel Education. Materialy II mezhdunarodnogo foruma. Sankt Peterburg. 23.-26.11.2011.

Turizm i rekreatsija. Fundamentalnye i prikladnye issledovanija. Trudy V mezhdunarodnoi nautshno-praktitsheskoi konferentsii. Moskva 2010.

Turoperatory predlozhat Indoneziju i Tailand. Artikkelii 26.10.2011. Realnyi biznes.

Turvallisuusyhteistyö Lapin ja Murmanskin alueen välillä 2004 – 2006 – hanke. Loppuraportti 2007. Lapin lääninhallitus. Kansainvälisten asioiden yksikkö. Sevenprint, Rovaniemi.

Tällainen on venäläismatkailija. Artikkelii. Rantapallo 6.5.2011. Saatavana [www.rantapallo.fi/matkailu/tallinen-on-venalaismatkailija/](http://www.rantapallo.fi/matkailu/tallinen-on-venalaismatkailija/). Luettu 1.6.2011.

Venäläinen asiakas haluaa rupertella. Saatavana [www.yle.fi/etelakarjala](http://www.yle.fi/etelakarjala). Luettu 8.8.2011.

Venäläinen, Marina 2002. Kiellettyä vai sallittua. Licensiaattityö. Joensuun yliopisto.



Venäläinen tulee ostoksille turvalliseen Suomeen. Artikkel. Itä-Savo 17.10.2011.

Venäläisasiakas on vaativa mutta palkitseva. Artikkel. YLE Kymenlaakso. Saatavana [http://yle.fi/alueet/kymenlaakso/2011/10/venalaisiasiakas\\_on\\_vaativa\\_mutta\\_palkitseva](http://yle.fi/alueet/kymenlaakso/2011/10/venalaisiasiakas_on_vaativa_mutta_palkitseva). Luettu 1.11.2011.

Venäläiset kuluttajat Suomessa – Pietarin alueen kuluttajakysely 2011. Innolink Research Oy.

Venäläiset kuluttajat Suomessa – Pietarin alueen kuluttajakyselyn alueelliset tulokset 2011. Innolink Research Oy.

Venäläiset matkailijat ja palvelutarjonta Suomessa 2000. Itä-Suomen Matkailun Kehitys Oy.

Venäläiset palveluasiakkaina. Artikkel. [www.taktiikka.fi/node/21](http://www.taktiikka.fi/node/21). Luettu 27.3.2012.

Venäläiset piristävät Suomen matkailua syömällä ja yöpymällä. Artikkel. 13.12.2011. Saatavana [http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X\\_Uutistenhallinta-2-1-palsta\\_uusi.aspx](http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X_Uutistenhallinta-2-1-palsta_uusi.aspx). Luettu 22.12.2011.

Venäläisille tarjotaan all inclusive –matkailua Suomessa. Artikkel. 12.9.2011. Saatavana [http://www.verkkouutiset.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=62410](http://www.verkkouutiset.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=62410). Luettu 23.9.2011.

Venäläisillä turisteilla Suomessa yllättävä ongelma. Artikkel. 13.12.2011. Saatavana <http://www.studio55.fi/mennaanmatkalle/artikkeli.shtml/1457291/venalaivenal-turisteilla-Suomessa-yllattava-ongelma.html>. Luettu 22.12.2011

Venäläisten matkailu Suomeen kasvoi vuonna 2011 yli kolmanneksen edellisvuodesta. Tiedote 29.3.2012. Saimaan ammattikorkeakoulu, Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy. Sähköpostiviesti.

Venäläisten virtaa halutaan lisätä. Artikkelit 23.9.2011. Saatavana [http://www.koillissanomat.fi/etusivu/ven%C3%A4isten\\_virtaa\\_haluataan\\_lisata.html](http://www.koillissanomat.fi/etusivu/ven%C3%A4isten_virtaa_haluataan_lisata.html). Luettu 26.9.2011.

Venäläisturisteja houkutellaan pohjoiseen. Artikkelit 13.9.2011. Saatavana [http://yle.fi/alueet/oulu/2011/09/venalaisturisteja\\_houkutellaan\\_pohjoise\\_po\\_2863949.html](http://yle.fi/alueet/oulu/2011/09/venalaisturisteja_houkutellaan_pohjoise_po_2863949.html). Luettu 21.9.2011.

Venäläisturistien ulkomaanmatkailu kasvoi 11,8 %. Artikkelit 2.9.2011. Saatavana [www.rusgate.fi](http://www.rusgate.fi). Luettu 16.9.2011.

Venäläisturistit arvostelevat Suomea: Tylsä maa, missä palvelut? Artikkelit. WWW-dokumentti. [www.iltalehti.fi/matkajutut/2012022215237365\\_ma.shtml](http://www.iltalehti.fi/matkajutut/2012022215237365_ma.shtml). Luettu 22.2.2012

Vihavainen, Timo 2007. Velikoje knjazhestvo Finljandskoje: tshast gosudarstva, no ne tshast Rossii. Dva lika Rossii. St-Peterburg.

Vihavainen, Timo (toim.) 2007. Dva lika Rossii. Sbornik statei. Jevropeiski dom, Sankt-Peterburg.

Viktorova, Jelena 2012. Keskustelu 11.10.2012.

Winter Holidays in Finland 2002. Study of the Russian Market IPK International The World Travel Monitor Company Ltd.

Vältä tyhjiä ämpäreitä ja lompakoita – Huomioi nämä taikauskoiset tavat Venäjällä! Artikkelit 13.12.2011. Saatavana

<http://www.studio55.fi/mennaanmatkalle/artikkeli.shtml/1281639/valta-tyhjia-ampareita-ja-lompakoita.html>. Luettu 22.12.2011.

WCIOM 2011. Leto 2011: Kak, gde i za skolko otdohnut rossijane? Saatavissa <http://old.wciom.ru>. Luettu 7.6.2011.

WCIOM 2010. Kak my proveli eto leto. Pressvypusk nr 1588/23.9.2010. Saatavissa <http://old.wciom.ru>. Luettu 18.7.2011.

WCIOM 2010. Otdyhat – horosho, a otdyhat dolgo – eshtshe lutshe. 29.6.2010. Saatavissa <http://old.wciom.ru>. Luettu 18.7.2011.

WCIOM 2010. V Rossii vozrozhdaetsja tjaga k vnutrennomu turizmu. Saatavana [www.vesti.ru](http://www.vesti.ru). Luettu 19.7.2011.

WCIOM 2011. Kto gotov platit za rybalku? Press-vypusk nr 1750/13.5.2011. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 16.4.2012.

WCIOM 2009. Novogodneje menju-2009. Artikkel. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 8.11.2011.

WCIOM 2008. Kak my planiruem otpusk? Press-vypusk nr 1051/19.9.2008. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 8.11.2011.

WCIOM 2008. “Kak ja provel leto”, ili skolko stoit otdohnut v Rossii? Press-vypusk nr 1045/12.9.2008. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 8.11.2011.

WCIOM 2007. Zimnyje kanikuly: po odezhke protjagivaem nozhki! Press-vypusk nr 850. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 8.11.2011.

WCIOM 2007. Zhizn za granitsej: tshto i otkuda my o nei znajem. Press-vypusk nr 680/23.4.2007. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 8.11.2011.

WCIOM 2004. Bogatym rossijanam ne hvataet vremeni dlja otdyha. Press-vypusk nr 119/27.9.2004. Saatavilla [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru). Luettu 8.11.2011.

WCIOM opredelil samogo populjarnogo turoperatora Moskvyy. Artikkelii 29.5.2007. Saatavilla [www.samaratoday.ru](http://www.samaratoday.ru). Luettu 10.3.2012.

[www.travel.ru](http://www.travel.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.turinfo.ru](http://www.turinfo.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.vseturisty.ru](http://www.vseturisty.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.mega-mir.com](http://www.mega-mir.com) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.turmir.com](http://www.turmir.com) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.fishtour.ru](http://www.fishtour.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.finfisher.ru](http://www.finfisher.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

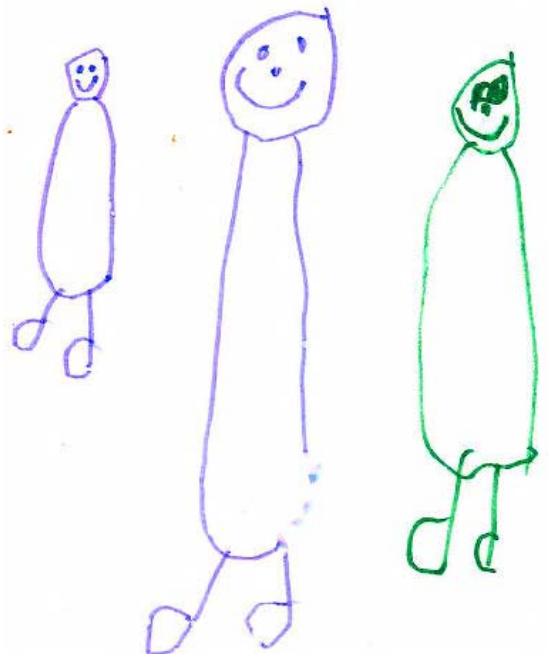
[www.otdohnuli.ru](http://www.otdohnuli.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

[www.otzyv.ru](http://www.otzyv.ru) seurattu säännöllisesti 1.6.2011 – 1.6.2012

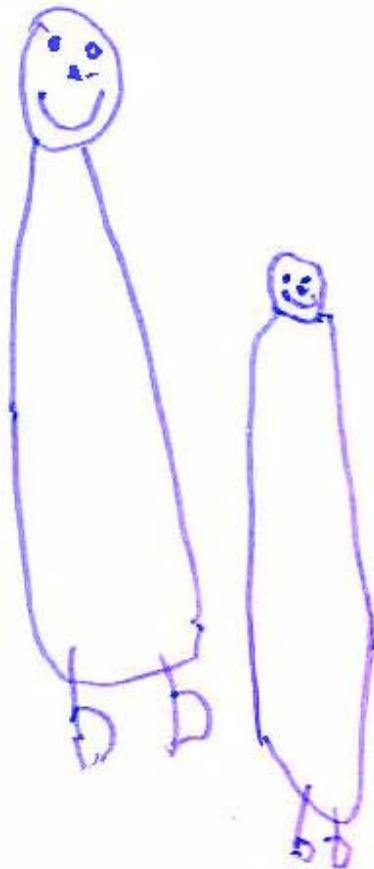
Zarubezhnyi otdyh ne po karmanu. Artikkelii. Trud 28.12.2009. Saatavilla [www.trud.ru](http://www.trud.ru). Luettu 26.4.2012.

Za tshto finny ne ljubjat rossijskih turistov? Artikkelii 28.11.2011. Saatavana [www.100dorog.ru](http://www.100dorog.ru). Luettu 12.1.2012.

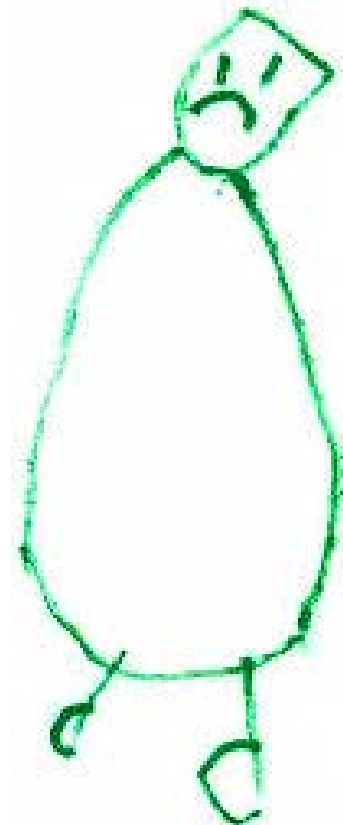
Дорогие наши гости! Нам очень важно узнать, что Вам больше всего понравилось у нас и что Вам понравилось меньше всего. Мы надеемся, что Вас обрадует труд очень юного художника и Вы напишете нам о Ваших впечатлениях. Спасибо!



ПЛЮСЫ:



МИНУСЫ:





Дорогие гости! Просим Вас рассказать свое мнение о нас: довольны ли Вы нашим турпродуктом, что было хорошо, что было плохо? Что нужно изменить? Спасибо за Вашу помощь!



Pyydämme ystävällisesti saada huomauttaa, että mökki tarkastetaan jokaisen asiakkaan lähdön jälkeen ja mahdollisista väärinkäytöksistä kuten tahalliseen rikkomiseen ilmoitetaan poliisille.

Please note that the cabin will be checked after clients' departure and possible broken items and other violation will be reported to police. In case the clients need visas to enter Finland, it may affect the granting of a new visa.

Просим учесть, что избушка будет проверяться по отъезду клиентов. О возможных злоупотреблениях и хулиганском поведении будет сообщаться в полицию. Это может повлечь отказ в получении следующей визы.

Korkalainen Anne 2003. Suomalaisen keittiön erikoisuudet käännettäessä suomalaisia gastronomisia termejä venäjän kieleen. Pro gradu. Joensuun yliopisto.

Aattolohko	мясо-рыбное блюдо «ааттолохко»; канунник
Graavilohi	свежепросоленный лосось; свежепросоленная лососина
Hernekeitto	гороховый суп
hiillostettu kala	рыба, запечённая на углях
janssoninkiusaus	«искушение Янсона» = картофельная запеканка с анчоусом
Kaalikääryleet	голубцы с мясом и рисом
kaalilaatikko	капустная запеканка
Kalakeitto (suomalainen)	рыбный молочный суп; рыбный суп на молоке
Kalakukko	рыбник «калакукко»
Karjalanpaisti	жаркое по-карельски
Karjalanpiirakka	карельский пирожок; калитка
Kesäkeitto	суп молочный с овощами
Kiisseli	ягодный кисель
Korvasienikeitto	грибной суп-пюре из строчков
Lanttulaatikko	запеканка из брюквы
Lapskoussi	мясо-картофельное пюре «лапскоусси»; картофельное пюре с мясом «по-флотски»
Laskiaispulla	масленичная булочка
Lihapiirakka	пирог с мясом
Lihapullat	тефтели
Lipeäkala	рыба, вымоченная в щелочи
Leipäjuusto	лепёшечный сыр; сырная лепёшка
Loimulohi	лосось, запечённый на доске у пламени; лосось, приготовленный у пламени
Lörtsy	пирог с мясом или яблоками
Korvapuustit	булочки с корицей; булочки «корвапуусти»
Makaronilaatikko	макаронник
Maksalaatikko	запеканка из печени с рисом и изюмом
Munajuusto	яичный сыр; домашний сыр
Muurinpohjalettu	блины по-деревенски



Mämmi	мямми; десерт из ржи и солода «мямми»
Mäti	икра + kala genetiivissä, esim. икра налима mateen mäti
Pannukakku	дрочёна
Poronkäristys	поджарка из оленины
Pulla	булочка; сдобные булочки
Rantakala	уха
Ravut	вареные раки
Rieska	лепёшка ячменная
Rosolli	винегрет с сельдью
Ruisleipä	ржаной хлеб
Runebergintorttu	бисквитное пирожное Рунеберга; кекс Рунеберга
Savukala	копчёная рыба
Särä	тушенная баранина «сяря»
Tippaleipä	хворост
verimakkara (mustamakkara)	кровяная колбаса

### **У КРУГЛОГО КАМНЯ**

Белея, ночь приникла к яхте,  
Легла на сосны пеленой...  
Отава, Пейва, Укко, Ахти,  
Не ваши ль тени предо мной?

Есть след ноги на камне старом,  
Что рядом спит над гладью вод.  
Туони! ты лихим ударом  
Его отбросил от ворот!

Бывало, в грозные хавтаймы,  
Неся гранитные шары,  
Сюда, на тихий берег Саймы,  
Вы все сходились для игры.

### **Финляндия**

Это ли? Нет ли?

Хвои шуют, — шуют  
Анна — Мария, Лиза, — нет?  
Это ли? — Озеро ли?

Лулла, лолла, лалла-лу,  
Лиза, лолла, лулла-ли.  
Хвои шуют, шуют,  
ти-и-и, ти-и-у-у.

Лес ли, — озеро ли?  
Это ли?

Эх, Анна, Мария, Лиза,  
Хей-гара!  
Тере-дере-дере... Ху!  
Холе-кулэ-нэээ.

Озеро ли? - Лес ли?  
Тио-и  
ви-и... у.

(Jelena Guro 1913)

Где ныне косо частоколом  
Вдали обведены поля,  
Под вашим божеским футболом  
Дрожала древняя земля.

И где теперь суровый шкипер  
Фарватер ищет между скал,  
Когда-то Юмала-голкипер  
Лицо от пота омывал.

Былые матчи позабыты,  
И вы - лишь тени в белой мгле,-  
Но тяжкие мячи - граниты  
Лежат в воде и на земле.

(Valeri Brjusov 29.5.1913 Vuoksenniskalla)

### **На Сайме зимой**

Вся ты закуталась шубой пушистой,  
В сне безмятежном, затихнув, лежишь.  
Веет не смертью здесь воздух лучистый,  
Эта прозрачная, белая тишь.

В невозмутимом покое глубоком,  
Нет, не напрасно тебя я искал.  
Образ твой тот же пред внутренним оком,  
Фей — владычица сосен и скал!

Ты непорочна, как снег за горами,  
Ты многодумна, как зимняя ночь,  
Вся ты в лучах, как полярное пламя,  
Темного хаоса светлая дочь!

(Vladimir Solovjov 1894)

Solovjov on kirjoittanut monta ylistävää  
runoa Saimaasta. Ne löytyvät sivulta  
<http://solovev.ouc.ru>

### Красавица Сайма

О, красавица Сайма, ты лодку мою колыхала,  
Колыхала мой челн, челн подвижный, игривый и острый,  
В водном плеске душа колыбельную негу слыхала,  
И поодаль стояли пустынные скалы, как сестры.

Отовсюду звучала старинная песнь — Калевала:  
Песнь железа и камня о скорбном порыве титана.  
И песчаная отмель — добыча вечернего вала,—  
Как невеста, белела на пурпуре водного стана.

Как от пьяного солнца бесшумные падали стрелы  
И на дно опускались и тихое дно зажигали,  
Как с небесного древа клонилось, как плод перезрелый,  
Слишком яркое солнце и первые звезды мигали,

Я причалил и вышел на берег седой и кудрявый;  
Я не знаю, как долго, не знаю, кому я молился...  
Неоглядная Сайма струилась потоками лавы,  
Белый пар над водою тихонько вставал и клубился.

(Osip Mandelstam 1908)

MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU  
MIKKELI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES. MIKKELI. FINLAND

PL 181, SF-50101 Mikkeli, Finland. Puh.vaihde (tel.vx.) 0153 5561

Julkaisujen myynti: Kirjasto- ja tietopalvelut, Kampuskirjasto, (Patteristonkatu 2), PL 181, 50101 Mikkeli, puh. 040 868 6450 tai email: ktp.keskus@mamk.fi sekä Tähtijulkaisut verkkokirjakauppa, www.tahtijulkaisut.net. Julkaisut toimitetaan yksityishenkilöille postiennakolla. Laitoksille ja yrityksille lähetämme laskun.

MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUSARJA

A: Tutkimuksia ja raportteja ISSN 1795-9438  
Mikkeli University of Applied Sciences, Publication series

A: Tutkimuksia ja raportteja – Research reports

- A:1 Kyllikki Klemm: Maalla on somaa. Sosiaalinen hyvinvointi maaseudulla. 2005. 41 s.
- A:2 Anneli Jaroma – Tuija Vanttinen – Inkeri Nousiainen (toim.)  
Ammattikorkeakoulujen hyvinvointiala alueellisen kehittämisen lähtökohtia Etelä-Savossa. 2005. 17 s. + liitt. 12 s.
- A:3 Pirjo Käyhkö: Oppimisen kokemuksia hoitotyön kädentaitojen harjoittelusta sairaanhoitaja- ja terveydenhoitajaopiskelijoiden kuvaamina. 2005. 103 s. + liitt. 6 s.
- A:4 Jaana Lähteenmaa: "AVARTTI" as Experienced by Youth. A Qualitative Case Study. 2006. 34 s.
- A:5 Heikki Malinen (toim.) Ammattikorkeakoulujen valtakunnalliset tutkimus- ja kehitystoiminnan päivät Mikkeliissä 8. – 9.2.2006. 2006. 72 s.
- A:6 Hanne Orava – Pirjo Kivijärvi – Riitta Lahtinen – Anne Matilainen – Anne Tillanen – Hannu Kuopanportti: Hajoavan katteen kehittäminen riviviljelykasveille. 2006. 52 s. + liitt. 2 s.
- A:7 Sari Järn – Susanna Kokkinen – Osmo Palonen (toim.): ElkaD – Puheenvuoroja sähköiseen arkistointiin. 2006. 77 s.
- A:8 Katja Komonen (toim.): Työpajatoimintaa kehittämässä - Työpajojen kehittäminen Etelä-Savossa -hankkeen kokemukset. 2006. 183 s. (nid.) 180 s. (pdf)
- A:9 Reetaleena Rissanen – Mikko Selenius – Hannu Kuopanportti – Reijo Lappalainen: Puutislepinoitusmenetelmän kehittäminen. 2006. 57 s. + liitt. 2 s.
- A:10 Paula Kärmeniemi – Kristiina Lehtola – Pirjo Vuoskoski: Arvioinnin kehittäminen PBL-opetussuunnitelmassa – kaksi tapausesimerkkiä fysioterapeuttikoulutuksesta. 2006. 146 s.
- A:11 Eero Jäppinen – Jussi Heinimö – Hanne Orava – Leena Mäkelä: Metsäpolttoaineen saatavuus, tuotanto ja laivakuljetusmahdollisuudet Saimaan alueella. 2006. 128 s. + liitt. 8 s.
- A:12 Pasi Pakkala – Jukka Mäntylä: "Kiva tulla aamulla..." - johtaminen ja työhyvinvointi metsänhoitoyhdistyksissä. 2006. 40 s. + liitt. 7 s.

- A:13 Marja Lehtonen – Pia Ahoranta – Sirkka Erämaa – Elise Kosonen – Jaakko Pitkänen (toim.): Hyvinvointia ja kuntoa kulttuurista. HAKKU-projektin loppuraportti. 2006. 101 s. + liitt. 5 s.
- A:14 Mervi Naakka – Pia Ahoranta: Palveluketjusta turvaverkoksi -projekti: Osaaminen ja joustavuus edellytyksenä toimivalle vanhus-palveluverkostolle. 2007. 34 s. + liitt. 6 s.
- A:15 Paula Anttila – Tuomo Linnanto – Iiro Kiukas – Hannu Kuopanportti: Lujitemuovijätteen poltto, esikäsittely ja uusiotuotteiden valmistaminen. 2007. 87 s.
- A:16 Mervi Louhivaara (toim.): Elintarvikeyrityksen opas Venäjän markkinoille. 2007. 23 s. + liitt. 7 s.
- A:17 Päivi Tikkanen: Fysioterapian kehittämishanke Mikkelin seudulla. 2007. 18 s. + liitt. 70 s.
- A:18 Aila Puttonen: International activities in Mikkelin University of Applied Sciences. Developing by benchmarking. 2007. 95 s. + liitt. 42 s.
- A:19 Iiro Kiukas – Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Martti Pouri: Puun lämpökäsittelyssä muodostuvien hajukaasujen puhdistaminen biosuotimella. 2007. 80 s. + liitt. 3 s.
- A:20 Johanna Heikkilä, Susanna Hytönen – Tero Janatuinen – Ulla Keto – Outi Kinttula – Jari Lahti – Heikki Malinen – Hanna Mylly – Marjo Eerikäinen: Itsearviointityökalun kehittäminen korkeakouluille. 2007. 48 s. + liitt. (94 s. CD-ROM)
- A:21 Katja Komonen: Puhuttu paikka. Nuorten työpajatoiminnan rakentuminen työpajakerronnassa. 2007. 207 s. + liitt. 3 s. (nid.) 207 s. + liitt. 3 s. (pdf)
- A:22 Teija Taskinen: Ammattikeittiöiden ruokatuotantoprosessit. 2007. 54 s.
- A:23 Teija Taskinen: Ammattikeittiöt Suomessa 2015 – vaihtoehtoisia tulevaisuudennäkymiä. 2007. 77 s. + liitt. 5 s. (nid.) 77 s. + liitt. 5 s. (pdf)
- A:24 Hanne Soininen, Iiro Kiukas, Leena Mäkelä: Biokaasusta bioenergiaa eteläsavolaisille maaseutuyrityksille. 2007. 78 s. + liitt. 2 s. (nid.)
- A:25 Marjaana Julkunen – Panu Väänänen (toim.): RAJALLA – aikuiskasvatus suuntaa verkkoon. 2007. 198 s.
- A:26 Samuli Heikkonen – Katri Luostarinen – Kimmo Piispa: Kiln drying of Siberian Larch (*Larix sibirica*) timber. 2007. 78 p. + app. 4 p.
- A:27 Rauni Väättä – Arja Tiippa – Sonja Pyykkönen – Riitta Pylvänäinen – Voitto Helander: Hyvän elämän keskus. ”Ikä-keskus”, hyvinvointia, terveyttä ja toimintakykyä ikääntyville –hankkeen loppuraportti. 2007. 162 s.
- A:28 Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Saana Oksa: Etelä-Savon maaseutuyritysten ympäristö- ja elintarviketurvallisuuden kehittäminen. 2007. 224 s. + liitt. 55 s.
- A:29 Katja Komonen (toim.): UUDISTUVAT OPPIMISYMPÄRISTÖT – puheenvuoroja ja esimerkkejä. 2007. 231 s. (nid.) 221 s. (pdf)
- A:30 Johanna Logrén: Venäjän elintarviketurvallisuus, elintarvikelainsäädäntö ja -valvonta. 2007. 163 s.

- A:31 Hanne Soininen – Iiro Kiukas – Leena Mäkelä – Timo Nordman – Hannu Kuopanportti: Jätepolttoaineiden lentotuhkat. 2007. 102 s.
- A:32 Hannele Luostarinen – Erja Ruotsalainen: Opiskelijoiden oppimisen ja osaamisen arviointikriteerit Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelija-arviointiin. 2007. 29 s. + liitt. 25 s.
- A:33 Leena Mäkelä – Hanne Soininen – Saana Oksa: Ympäristöriskien hallinta. 2008. 142 s.
- A:34 Rauni Väättäimäinen – Merja Tolvanen – Pekka Valkola: Laadun arviointia. Mikkelin ammattikorkeakoulun ja Savonia-ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön benchmarking. 2008. 46 s. + liitt. 22 s. (nid.) 46 s. +liitt. 22 s. (pdf)
- A:35 Jari Kortelainen – Yrjö Tolonen: Vuosiluston kierresyisyys sahatavaran pinnoilla. 2008. 23 s. (pdf)
- A:36 Anneli Jaroma (toim.): Virtaa verkostosta. Tutkimus- ja kehitystyö osana ammattikorkeakoulujen tehtävää, AMKtutka, kehittämisverkosto yhteisellä asialla. 2008. 180 s. (nid.) 189 s. (pdf)
- A:37 Johanna Logrén: Food safety legislation and control in the Russian federation. Practical experiences. 2008. 52 p. (pdf)
- A:38 Teija Taskinen: Sähköisten järjestelmien hyödyntäminen ammattikeittiöiden omavalvonnassa. 2008. 28 s. + liitt. 2 s. (nid.) 38 s. +liitt. 2 s. (pdf)
- A:39 Kimmo Kainulainen – Pia Puntanen – Heli Metsäpelto: Etelä-Savon luovien alojen tutkimus- ja kehittämissuunnitelma. 2008. 68 s. + liitt. 17 s. (nid.) 76 s. +liitt. 17 s. (pdf)
- A:40 Nicolai van der Woert – Salla Seppänen – Paul van Keeken (eds.): Neuroblend - Competence based blended learning framework for life-long vocational learning of neuroscience nurses. 2008. 166 p. + app. 5 p. (nid.)
- A:41 Nina Rinkinen – Virpi Leskinen – Päivikki Liukkonen: Selvitys matkailuyritysten kehittämistarpeista 2007–2013 Savonlinnan ja Mikkelin seuduilla sekä Heinävedellä. 2008. 41 s. (pdf)
- A:42 Virpi Leskinen – Nina Rinkinen: Katsaus matkailutoimialaan Etelä-Savossa. 2008. 28 s. (pdf)
- A:43 Kati Kontinen: Maaperän vahvistusratkaisut huonosti kantavien maiden puunkorjuussa. 2009. 34 s. + liitt. 2 s.
- A:44 Ulla Keto – Marjo Nykänen – Rauni Väättäimäinen: Laadun vuoksi. Mikkelin ammattikorkeakoulu laadunvarmistuksen kehittäjänä. 2009. 76 s. + liitt. 11 s.
- A:45 Laura Hokkanen (toim.): Vaikuttavaa! Nuoret kansalaisvaikuttamisen kentillä. 2009. 159 s. (nid.) 152 s. (pdf)
- A:46 Eliisa Kotro (ed.): Future challenges in professional kitchens II. 2009. 65 s. (pdf)
- A:47 Anneli Jaroma (toim.): Virtaa verkostosta II. AMKtutka, kehitysimpulsseja ammattikorkeakoulujen T&K&I –toimintaan. 2009. 207 s. (nid.) 204 s. (pdf)
- A:48 Tuula Okkonen (toim.): Oppimisvaikeuksien ja erilaisten opiskelijoiden tukeminen MAMKissa 2008–2009. 2009. 30 s. + liitt. 26 s. (nid.) 30 s. + liitt. 26 s. (pdf)

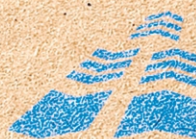
- A:49 Soile Laitinen (toim.): Uudistuva aikuiskoulutus. Eurooppalaisia kokemuksia ja suomalaisia mahdollisuuksia. 2010. 154 s. (nid.) 145 s. (pdf)
- A:50 Kati Kontinen: Kumimatot maaperän vahvistusratkaisuna puunkorjuussa. 2010. 37 s. + liitt. 2 s. (nid.)
- A:51 Laura Hokkanen – Veli Liikanen: Vaikutusvaltaa! Kohti kansalaisvaikuttamisen uusia areenoja. 2010. 159 s. + liitt. 17 s. (nid.) 159 s. + liitt. 17 s. (pdf)
- A:52 Salla Seppänen – Niina Kaukonen – Sirpa Luukkainen: Potilashotelli Etelä-Savoon. Selvityshankkeen 1.4.–31.8.2009 loppuraportti. 2010. 16 s. + liitt. 65 s. (pdf)
- A:53 Minna-Mari Mentula: Huomisen opetusravintola. Ravintola Tallin kehittäminen. 2010. 103 s. (nid.) 103 s. (pdf)
- A:54 Kirsi Pohjola. Nuorisotyö koulussa. Nuorisotyö osana monialaista oppilashuoltoa. 2010. 40 s (pdf).
- A:55 Sinikka Pöllänen – Leena Uosukainen. Oppimisverkosto voimaannuttajana ja hyvinvoinnin edistäjänä. Savonlinnan osaverkoston toiminnan esittely Tykes -hankkeessa vuosina 2006–2009. 2010. 60 s. + liitt. 2 s. (nid.) 61 s. liitt. 2 s. (pdf)
- A: 56 Anna Kapanen (toim.). Uusia avauksia tekemällä oppimiseen. Työpajojen ja ammattiopistojen välisen yhteistyön kehittyminen Etelä- ja Pohjois-Savossa. 2010. 144 s. (nid.) 136 s. (pdf)
- A:57 Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Veikko Äikäs – Anni Laitinen. Ympäristöasiat osana hevostallien kannattavuutta. 2010. 108 s. + liitt. 11 s. (nid.) 105 s. + liitt. 11 s. (pdf)
- A:58 Anu Haapala – Kalevi Niemi (toim.) Tulevaisuustietoinen kehittäminen. Hyvinvoinnin ja kulttuurin ammattikorkeakoulutuksen suuntaviivoja etsimässä. 2010. 155 s + liitt. 26 s. (nid.) 143 s. + liitt. 26 s. (pdf)
- A:59 Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Anni Kyyhkynen – Elina Muukkonen. Biopolttoaineita käyttävien energiantuotantolaitosten tuhkien hyötykäyttö- ja logistiikkavirrat Itä-Suomessa. 2010. 111 s. (nid.) 111 s. (pdf)
- A:60 Soile Eronen. Yhdessä paremmin. Aivohalvauskuntoutuksen tehostaminen moniammatillisuudella. 2011. 111 s + liitt. 10 s. (nid.)
- A:61 Pirjo Hartikainen (toim.). Hyviä käytänteitä sosiaali- ja terveysalan hyvinvointipalveluissa. Tuloksia HYVOPA-hankkeesta. 2011. 64 s. (pdf)
- A:62 Sirpa Luukkainen – Simo Ojala – Antti Kaipainen. Mobiilihoiva turvallisen kotihoidon tukena -hanke 1.5.2008–30.6.2010. EAKR toimintalinja 4, kokeiluosio. Loppuraportti. 2011. 78 s. + liitt. 19 s. (pdf)
- A:63 Sari Toijonen-Kunnari (toim.). Toiminnallinen kehittäjäkumppanuus. MAMKin liiketalouden koulutus Etelä-Savon innovaatioympäristössä. 2011. 164 s. (nid.) 150 s. (pdf)
- A:64 Tuula Siljanen – Ulla Keto. Mikkeli muutoksessa. Muutosohjelman arviointi. 2011. 42 s. (pdf)
- A:65 Päivi Lifflander – Pirjo Hartikainen. Savonlinnan seudun palveluseteliselvitys. 2011. 59 s. + liitt. 6 s. (pdf)

- A:66 Mari Pennanen – Eva-Maria Hakola. Selvitys matkailun luontoaktiviteettien, Kulttuurin ja luovien alojen Yhteistyön kehittämismahdollisuuksista ja -tarpeista Etelä-Savossa. Hankeraportti. 2011. 29 s. + liitt. 18 s. (pdf)
- A:67 Osmo Palonen (toim.). Muistilla on kolme ulottuvuutta. Kulttuuriperinnön digitaalinen tuottaminen ja tallentaminen. 2011. 136 s. (nid.) 128 s. (pdf)
- A:68 Tuija Vääntinen – Marjo Nykänen (toim.). Osaamisen palapeli. Mikkelin ammattikorkeakoulun opetussuunnitelmien kehittäminen. 2011. 137 s.+ liitt. 8 s. (nid.) 131 s. + liitt. 8 s. (pdf)
- A:69 Petri Pajunen – Pasi Pakkala. Prosessiorganisaatio metsänhoitoyhdistyksen organisaatiomallina. 2012. 48 s. + liitt. 6 s. (nid.)
- A:70 Tero Karttunen – Kari Dufva – Antti Ylhäinen – Martti Kemppinen. Väsyttävästi kuormitettujen liimaliitosten testimenetelmän kehitys. 2012. 45 s. (nid.)
- A:71 Minna Malankin. Venäläiset matkailun asiakkaina. 2012. 114 s. + liitt. 7 s. (nid.) 114 s. + liitt. 7 s. (pdf)



**Julkaisusarjat:**

- A** Tutkimuksia ja raportteja | *Research Reports*
- B** Artikkeleita, opinnäytetöitä, tiedotteita | *Articles, Bachelor's or Masters Thesis, Bulletins*
- C** Oppimateriaalia | *Study Material*
- D** Vapaamuotoisia julkaisuja | *Free-form Publications*



**MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU**

**Mikkeli University of Applied Sciences**

***Myynti:***

*Patteristonkatu 2, 50100 Mikkeli, PL 181, 50101 Mikkeli*

*Puh. 040 868 6450*

*julkaisut@mamk.fi*

*ISBN 978-951-588-345-2 (nid.)*

*ISBN 978-951-588-346-9 (PDF)*

*ISSN 1795-9438*