



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
VASA YRKESHÖGSKOLA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Ella-Miia Määttä

# VENÄLÄISMATKAILU VAASAN ALUEELLA

Liiketalous ja matkailu  
2014

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Ella-Miia Määttä
Opinnäytetyön nimi	Venäläismatkailu Vaasan alueella
Vuosi	2014
Kieli	suomi
Sivumäärä	58 + 1 liitettä
Ohjaaja	Peter Smeds

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia venäläismatkailua Vaasan alueella. Tavoitteena oli siis selvittää, onko Vaasassa venäläisiä matkailijoita, miten heitä saataisiin lisää ja millaiset valmiudet Vaasalla ja sen yrityksillä on venäläisturistien vastaanottamiseen. Lisäksi arvioitiin hieman venäläismatkailun tulevaisuutta Vaasassa. Tutkimustulosten avulla on mahdollisuus lähteä kehittämään Vaasan ja sen yritysten tarjontaa oikeaan suuntaan venäläismatkailijoita ajatellen.

Työssä on neljä eri osaa, joista ensimmäinen käsittelee yleisesti Suomen matkailua. Toisessa osassa kerrotaan venäläisten matkailusta Suomessa ja siihen liittyvistä tekijöistä. Kolmas osa käsittelee Vaasan matkailutarjontaa ja vetovoimatekijöitä ja viimeinen osa venäläismatkailun kehitystä Vaasassa. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja tutkimukseen tarvittavat tiedot kerättiin kahden viikon aikana haastattelemalla kuutta eri vaasalaista matkailualan toimijaa. Haastatteluista saatu aineisto litteroitiin eli kirjoitettiin puhtaaksi tekstimuotoon Word-asiakirjaksi, jotta tulosten analysointi olisi helpompaa.

Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella venäläismatkailijoiden määrä Vaasassa on erittäin pieni. Pienestä määrästä huolimatta kehitystä on silti havaittavissa ja asenne venäläismatkailua kohtaan matkailun toimijoilla on yleisesti positiivinen. Ainoastaan venäjän kielen taito on asia, joka mietityttää ja jota halutaan parantaa. Luonto ja siihen liittyvät aktiviteetit kiinnostavat venäläismatkailijoita, tämän vuoksi erilaisista venäläisturisteille sopivista matkailupaketeista kysyttäessä luonto ja maailmanperintöalue nousevat vahvasti esille.

## ABSTRACT

Author	Ella-Miia Määttä
Title	Russian tourism in region of Vaasa
Year	2014
Language	Finnish
Pages	58 + 1 Appendices
Name of Supervisor	Peter Smets

---

The purpose of this thesis was to research Russian tourism in the region of Vaasa. The aim was to find out the extent of Russian tourists in Vaasa, how to attract more Russian tourists to Vaasa and, additionally, to study the city's and the companies' capacity to receive Russian tourists. Also, the study resulted in an overview of the future of Russian tourism in Vaasa. With the help of the study results there is a possibility to develop the supply of Vaasa and its companies in the right direction in terms of incoming Russian tourists.

The study consists of four different sections. The first section discusses tourism in Finland in general. The second section describes Russian tourists in Finland. The third section consists of tourism offerings in Vaasa and the last section is about the development of Russian tourism in Vaasa. The research was carried out as a qualitative research and the information needed for the research was collected through interviews with six different actors in the tourism industry in Vaasa. The material that was collected from the interviews was transcribed or written into text format as a Word document in order to facilitate the analysis of the results.

Based on the study results the number of Russian tourists in Vaasa is very low. Despite the small number, development upward is observed and the attitude of actors in the tourism industry to receiving Russian tourists is generally positive. However, there is a clear need for better Russian language skills among those working in the tourism industry. Russians are interested in the nature and the activities related to it. Hence, the nature and the world heritage are at the top when asking about tourism packages that are suitable for Russian tourists.

---

Keywords	Russian tourism, tourism offerings of Vaasa, transcribe, Russian tourist
----------	--

## SISÄLLYS

### TIIVISTELMÄ

### ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	5
	1.1 Tavoitteet .....	5
	1.2 Rajaus.....	6
	1.3 Rakenne ja toteutus .....	6
2	SUOMEN MATKAILU .....	8
	2.1 Suomi matkailumaana.....	8
	2.1.1 Lappi .....	9
	2.1.2 Etelä- Suomi.....	10
	2.1.3 Järvi- Suomi .....	11
	2.1.4 Länsirannikko.....	12
	2.2 Matkailun edellytykset.....	13
3	VENÄLÄISTEN MATKAILU SUOMEEN.....	15
	3.1 Venäläismatkailijat Suomessa .....	15
	3.2 Tyypillinen venäläismatkailija.....	17
	3.3 Vetovoimatekijät.....	19
	3.4 Ostopäätösprosessi.....	21
	3.5 Kulttuurierot.....	23
	3.6 Liikenneyhteydet Venäjältä Suomeen .....	24
4	VAASAN MATKAILU .....	26
	4.1 Vaasan matkailutarjonta.....	26
	4.2 Vaasan alueen vetovoimatekijät .....	27
5	VENÄLÄISMATKAILUN KEHITYS VAASASSA.....	29
	5.1 Pohjanmaan kiinnostavuus matkailullisesti .....	29
	5.2 Venäläisten matkailutottumukset.....	30
	5.3 Venäläisten asiakaskäyttäytyminen .....	31
6	TUTKIMUSMENETELMÄT .....	33
	6.1 Kvalitatiivinen tutkimus.....	33
	6.2 Aineiston kerääminen .....	35

6.3	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti .....	36
7	TUTKIMUSTULOKSET .....	39
7.1	Taustatiedot.....	39
7.2	Tulokset.....	39
8	JOHTOPÄÄTÖS .....	49
9	YHTEENVETO .....	53

## LIITTEET

**KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO**

<b>Kuvio 1.</b>	Venäläismatkailijoiden yöpymiset Suomessa vuonna 2012	s. 16
<b>Kuvio 2.</b>	Venäläisten tärkeimmät syyt Suomeen matkustamiselle	s. 20
<b>Kuvio 3.</b>	Millä perusteella venäläinen valitsee matkakohteen Suomessa?	s. 22
<b>Kuvio 4.</b>	Sinisen tien kulkureitti läpi Suomen	s. 25
<b>Kuvio 5.</b>	SWOT- analyysi	s. 41

**LIITELUETTELO**

**LIITE 1.** Haastattelulomake

# 1 JOHDANTO

Suomessa vierailee vuosittain kymmeniä tuhansia venäläisiä matkailijoita. Venäläisten matkailu keskittyy pääasiassa Etelä- sekä Itä-Suomeen. He pitävät Suomea hyvänä matkailukohteena ennen kaikkea sijainnin vuoksi, venäläisten on suhteellisen helppo ja nopea matkustaa rajan yli Suomeen. Heitä kiinnostavat Suomessa muun muassa luonto, ostosmahdollisuudet sekä turvallisuus.

Lomalla ollessaan venäläiset eivät turhaan säästele rahojaan, vaan käyttävät sitä Suomessa mielellään esimerkiksi vaatteisiin ja lomailuun sekä siihen liittyviin aktiviteetteihin. Venäläiset matkustavat Suomeen yleensä omilla autoillaan ja valitsevat matkakohteensa ystävien ja sukulaisten suosittelujen perusteella.

Venäläiset matkailijat viettävät lomiaan mielellään juuri Suomessa, mutta Länsi-Suomea ja erityisesti Pohjanmaata he eivät ole vielä löytäneet matkakohteena. Venäläismatkailu Länsi-Suomessa on muuhun Suomeen verrattuna vielä hyvin vähäistä, mutta kehitystä on silti havaittavissa ja yrittäjät alueella ovat toiveikkaita asian suhteen.

Jotta venäläiset löytäisivät ja omaksuisivat Länsi-Suomen ja Vaasan lomakohteeseen tarvitaan paljon markkinointia ja halua onnistua. Työssäni tuon esille eri asioita aiheeseen liittyen, kuten mikä voisi houkutella venäläisiä matkailijoita Vaasaan vai onko välimatka Suomen itärajalta länsirannikolle vain liian pitkä.

## 1.1 Tavoitteet

Tavoitteena opinnäytetyössäni on selvittää, onko Vaasan alueella venäläismatkailijoita ja tutkia, mikä saisi heidät matkustamaan länsirannikolle Vaasaan. Onko Vaasassa riittävästi tarjontaa venäläisille turisteille ja ovatko he tervetulleita Vaasaan ja alueen majoitusliikkeisiin? Kysymyksiä herättää myös se, riittävätkö aktiviteetit alueella tai vaasalaisten majoitusliikkeiden resurssit vastaanottaa venäläisiä matkailijoita tai löytyykö esimerkiksi tarpeeksi kielitaitoa.

Haluaisin työssäni saada vastauksen myös siihen, onko realistista ajatella, että Vaasan alue saisi tulevina vuosina lisää venäläismatkailijoita vai onko länsiran-



nikko sijaintinsa puolesta mahdollisesti liian kaukana venäläisille. Onko venäläismatkailijoiden houkuttelemisen eteen tehtävä vielä paljon työtä vai ovatko Vaasa ja sen lähialueet jo nyt valmiita vastaanottamaan Venäjältä saapuvia turisteja. Näihin kysymyksiin pyrin saamaan vastaukset tutkimalla Vaasan alueen venäläismatkailua ja haastatteleamalla vaasalaisia matkailualan toimijoita.

## **1.2 Rajaus**

Rajasin tutkimukseni koskemaan pelkästään Vaasaan tulevia venäläisiä matkailijoita koko Länsi-Suomen tai Pohjanmaan sijaan, sillä näin sain tarkempaa ja ajankohtaisempaa tietoa aiheesta. Tarkoitukseni oli kerätä tietoa tutkimukseeni haastatteleamalla vaasalaisia majoitusalan yrityksiä sekä muita henkilöitä, joilla on aiheesta ajankohtaista tietoa ja tuntemusta. Halusin saada tietoa nimenomaan Vaasan alueelle mahdollisesti matkustavista venäläisistä, millaisia he olisivat ja mikä heitä kaupungissa mahdollisesti kiinnostaisi, mikä saisi heidän mielenkiintonsa heräämään ja matkustamaan Vaasaan.

## **1.3 Rakenne ja toteutus**

Opinnäytetyössäni on kaksi eri osaa; teoriaosuus sekä empiirinen osio. Opinnäytetyöni teoriaosuudessa käsittelen ensin yleisesti Suomen matkailua ja sen edellytyksiä sekä Suomen tärkeimpiä ja suosituimpia matkakohteita. Tämän jälkeen käyn läpi venäläisten Suomen matkailuun liittyviä asioita, kuten miksi venäläiset matkustavat juuri naapurimaahansa Suomeen, millainen on tyypillinen venäläinen matkailija sekä kerron myös hieman venäläisten ostopäätökseen liittyvistä motiiveista ja kulttuurieroista.

Ennen kuin kerron tarkemmin venäläismatkailusta Vaasassa, käsittelen yleisesti Vaasan matkailuun liittyviä tekijöitä, kuten mitkä ovat esimerkiksi kaupungin vetovoimatekijät ja tarjonta turisteille. Venäläismatkailijoiden kiinnostus Vaasaa kohtaan onkin eri asia. Käsittelen esimerkiksi sitä, miksi länsirannikko kiinnostaa matkailullisesti ja mitkä tekijät voisivat kiinnostaa myös venäläisiä turisteja. Teoriaosuuden lopuksi käyn läpi venäläisten matkailutottumuksia ja asiakaskäyttämistä.

Työni empiirisessä osassa keskityn tutkimusmenetelmiin, joita tutkimuksessani käytän sekä aineiston keräämiseen. Tutkimukseni on tehty kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää käyttäen ja tutkimus on suoritettu henkilökohtaisin haastatteluin. Lopuksi kerron yleisesti tutkimuksen tuloksista sekä johtopäätöksistä, joita tutkimuksen tekeminen ja sen tulokset herättivät.

## 2 SUOMEN MATKAILU

Suomi on erilainen ja ainutlaatuinen matkailumaa verrattuna moniin muihin Euroopan maihin. Sijainti on eksoottinen, mikä houkuttelee maahan matkailijoita. Suomessa riittää nähtävää ja koettavaa kaiken ikäisille. Suomen matkailu painottuu pääasiassa Lappiin, Etelä-Suomeen sekä Järvi-Suomeen.

Suomessa erityistä ovat muun muassa ainutlaatuinen luonto ja taianomaiset revontulet, jotka jo itsessään houkuttelevat turisteja eri puolilta maailmaa.

### 2.1 Suomi matkailumaana

Suomi kiinnostaa matkailumaana juuri kulttuuri- ja kaupunkilomakohteena. (Visit Finland 2011.) Eksoottiset kohteet Suomessa vetävät matkailijoita puoleensa, esimerkkejä tällaisista ovat Suomen korkein kohta Haltitunturi sekä kolmen valtakunnan rajapyykki Enontekiöllä, jossa on mahdollisuus käydä kolmessa eri maassa vain hetkessä. Siellä kohtaavat Suomen, Ruotsin ja Norjan rajat. (Vuoristo, Vesterinen 2009, 22–24.) Henkeäsalpaavat Lapin maisemat vetävät matkailijoita talvisin, kun taas kesäisin Etelä-Suomen kaupungit houkuttelevat turisteja. (Suomen ulkoasiainministeriö 2006.)

Matkailullisesti Suomi on ”hankalien yhteyksien takana”, jonne pääsy vaatii melkoisia matkakustannuksia ja Itämeren ylittämistä. Mutta koska Suomella on useita rajanaapureita, pääsevät matkailijat muualta Skandinaviasta, Baltian maista tai Pietarista helposti rajan yli tutustumaan myös Suomeen. (Vuoristo ym. 2009, 86–87)

Suomen neljä vuodenaikaa; kevät, kesä, syksy ja talvi tuovat erilaista matkailupotentiaalia, jota muissa maissa ei juuri ole. Aikoinaan Suomen matkailumarkkinoinnissa käytetty iskulause ”Four seasons - four reasons” eli ”neljä vuodenaikaa - neljä syytä” ei ole mikään ihan turha lausahdus, sillä eri vuodenajat todellakin lisäävät matkailullista vetovoimaa. (Vuoristo ym. 2009, 25–31.)

Yhä useammin luontoystävät ja ulkoilmaharrastajat valitsevat matkakohteekseen Suomen, eikä ihme kun maassamme on runsaasti koskematonta luontoa, 647 jo-

kea, 188 000 järveä ja 98 000 saarta. Suomi onkin siis luontomatkustelijoiden unelmakohde (Discovering Finland 2013).

### 2.1.1 Lappi

Taianomainen ja viehättävä Suomen Lappi houkuttelee turisteja eri puolilta maailmaa. Yksi tärkeimmistä vetovoimatekijöistä Lappiin matkustavalle on korvatunturilla asuva joulupukki. Joulupukki on iätön ja positiivinen hahmo, joka vierailee Suomen kodeissa jouluisin, hän on tavattavissa kotonaan Napapiirillä vuoden ympäri. Joulupukin kammarissa vieraileekin vuosittain noin 350 000 ihmistä. (Postin asiakaslehti 2013.)

*”Joulupukki edustaa suomalaisuutta, lämpöä, iloa ja joulun taikaa.”*

Lappi on maantieteellisesti hyvin laaja alue ja se sisältääkin 21 kuntaa. Alueen alkuperäiskansaa ovat saamelaiset. Lappi on tunnettu myös lumestaan, poroistaan sekä kansallispuistoistaan. Lapissa sanotaankin olevan niin sanottu *”lumivarmuus”*, joka jatkuu aina loka-marraskuusta jopa toukokuun puoleen väliin saakka. (Lapin liitto 2013).

Lapin ruskan kauneus vetää syyskuun puolen välin aikoihin ihailijoita Lapin maisemiin. Lappia ajatellessa melkein väistämättä mieleen tulee henkeäsalpaavat tunturimaisemat, porot, kullankaivuu ja niin edelleen (Lapin luonto 2013). Lapin kulta ja kultamaat ovat tunnettuja, sillä se on Euroopan ainoa alue, missä kultaa etsitään edelleen aktiivisesti. (MEK 2010).

Lapin seutu on jaettu kahteentoista eri matkailualueeseen; Enontekiö-Kilpisjärvi, Levi, Meri- Lappi, Muonio- Olos- Pallas, Posio, Pyhä- Luosto, Rovaniemi, Saariselkä- Inari, Salla, Suomu- Kemijärvi, Tornionlaakso ja Ylläs (Lapin verkkosivut 2013).

### 2.1.2 Etelä- Suomi

Etelä-Suomi on koko Suomen tiheimmin asuttu alue. Se ulottuu aina Imatralta Uuteenkaupunkiin asti. Etelä- Suomen rannikkokaupunkeja ovat Kotka, Porvoo, Turku, Naantali sekä Länsi- Turunmaa.

Kotka on kaunis merellinen kaupunki, jossa sijaitsee muun muassa Suomen Merimuseo. Kaupungilla on myös merkittävää satama- ja teollisuustoimintaa. Porvoo on idyllinen ja ihastuttava kaupunki, jossa suosittuja vierailukohteita ovat muun muassa Vanha Porvoo sekä J.L. Runebergin kotimuseo. Turku on yksi Etelä-Suomen suurimmista ja vanhimmista kaupungeista. Suosittuihin ja samalla historiallisiin vierailukohteisiin kuuluvat esimerkiksi tuomiokirkko, s/s Ukkopekka -matkustajahöyrylaiva sekä Turun linna. Naantali on tunnettu muun muassa Muumimaailmastaan sekä Naantalın kylpylästä. Yksi Etelä- Suomen uusimmista kaupungeista on Länsi-Turunmaa, joka koostuu viidestä eri kunnasta. Länsi-Turunmaa sisältää runsaasti erilaisia saaria ja luotoja ja onkin esimerkiksi kalastajille, pyöräilijöille, patikoijille sekä muille luontoa rakastaville matkailijoille hyvä lomakohde (Discovering Finland 2013).

Imatra on erityisesti venäläisten matkailijoiden suosima kaupunki. Matkailukaupunkina se onkin yksi vilkkaimmista. Imatralla sijaitsee muun muassa viisi suositua luontopolkua sekä Imatrankoskea ympäröivä luonnonsuojelualue Kruunupuisto. Kouvola on matkailijalle tuttu muun muassa huvipuisto Tykkimäestä sekä Repoveden kansallispuistosta. Kouvolaassa sijaitsee myös yksi Suomen tärkeimmistä risteysjuna-aseamista. Lahdessa riittää myös nähtävää ja koettavaa, vaikka kaupunki onkin tunnettu pääasiassa urheilustaan ja erityisesti Salpausselän kisoista (Discovering Finland 2013).

Pääkaupunkiseutuakaan ei sovi unohtaa, sillä se on yksi tärkeimmistä ja merkittävimmistä turistikohdeista koko Suomessa. Helsinki, Espoo ja Vantaa tarjoavat jokaiselle jotakin.

Suomenlinna on yksi suosituimmista nähtävyyksistä Helsingissä sekä modernin taiteen museo Kiasma houkuttelee runsaasti vierailijoita. Helsingistä on myös

mahdollisuus lähteä risteilemään esimerkiksi suosittuun Tallinnaan. Espoosta on muodostunut viime vuosina tärkeä kulttuurielämän keskus sekä suosittu asuinalue. Kaupungin yksi suosituimmista lomakohteista varsinkin perheille on Pohjoismaiden suurin vesihuvipuisto Serena. Vantaalla on runsaasti erilaista kulttuuri- ja tapahtumatarjontaa, muun muassa viihdekeskus Flamingo sekä Tikkurilassa sijaitseva tiedekeskus Heureka tarjoavat kaikenikäisille matkailijoille monenlaista nähtävää ja koettavaa (Discovering Finland 2013).

Etelä- Suomen kulttuurihistoriallisesti merkittävät kohteet ja nähtävyydet vetävät puoleensa matkailijoita niin kotimaasta kuin ulkomailtakin (Discovering Finland 2013).

### **2.1.3 Järvi- Suomi**

Yli neljännes koko Suomen väestöstä asuu Järvi-Suomessa. Siihen kuuluu suunnilleen kuusi maakuntaa; Pirkanmaa, Päijät-Häme, Keski-Suomi, Etelä- ja Pohjois- Savo sekä Etelä- Karjala. Järvialuetta pidetään Suomen toiseksi tärkeimpänä loma- asutusalueena.

Järvi- Suomen alue puhkeaa kukkaan kesäkautena, jolloin etenkin suomalaismatkailijat suunnistavat kesämokeilleen. Suomen sanotaankin olevan järvimatkailun luvattu maa. Alueen parhaina piirteinä pidetään muun muassa näköalavuoria, metsien ja järvien kirjoja sekä kesän ja talven vaihtelua. (Discovering Finland 2013; Vuoristo & Vesterinen 2009, 210–212.)

Järvi- Suomessa on yhdeksän kansallispuistoa sekä kolme Unescon maailman kulttuuriperintökohdetta. Useat näistä ovat suosittuja matkailunähtävyyksiä. Näiden lisäksi järvialueelle on tullut lukuisia hiihtokeskuksia, kylpylöitä ja huvipuistoja. Tärkeimmät matkailukeskukset (majoitustilaston perusteella) Järvi- Suomessa ovat Tampere, Kuopio, Jyväskylä, Jämsä, Lahti ja Lappeenranta. (Vuoristo ym. 2009, 211–212.)

Järvialueen tunnettuja sekä suosittuja kulttuuri- ja taidetapahtumia ovat muun muassa Savonlinnan Oopperajuhlat, Tampereen teatterikesä ja Kuopio tanssii ja soi. Matkailuerikoisuutena voidaan pitää alueen ortodoksisia luostareita. Järvi- Suo-

men ovat löytäneet viime vuosina myös venäläismatkailijat. Erityisesti Etelä- Karjalassa sekä Pohjois- Savossa venäläisten määrä on ulkomaalaisista asiakasryhmistä suurin. Venäläisten kiinnostus alueen lomatonnteja kohtaan on sekin lisännyt tietynlaista painetta. (Vuoristo ym. 2009, 211–212.)

Järvi- Suomessa läpikulkuliikenteellä on oma tärkeä asemansa, sillä nelos- ja viitostie ovat valtavyöliä muun muassa Pohjois- Suomeen suuntautuvassa matkailussa. Myös Etelä- Karjalassa sijaitsevalla Nuijamaalla on tärkeä rooli Venäjän- rajan ylityspaikkana. (Vuoristo ym. 2009, 212.)

#### **2.1.4 Länsirannikko**

Suomen länsirannikolla sijaitsee useita historiallisia paikkoja ja paikkakuntia. Länsirannikkoon kuuluvia kaupunkeja ovat; Rauma, Pori, Kaskinen, Kristiinankaupunki, Vaasa, Pietarsaari, Kokkola, Kalajoki, Raahel, Oulu sekä sisäkaupunkeihin kuuluvat Seinäjoki ja Kankaanpää. Länsirannikko on pituudeltaan lähes yhtä pitkä kuin koko Suomi (Discovering Finland 2013).

Länsirannikolla on mahdollisuus nähdä ja kokea upeita elämyksiä esimerkiksi Pohjanmaan lakeuksilla, kauniissa saaristoissa, upeilla hiekkarannoilla sekä historiallisissa puutalokaupungeissa. Länsirannikko on erityisesti kotimaanmatkajaajien mieleen (Discovering Finland 2013).

Rauma on tunnettu lukuisista kesätapahtumistaan, esimerkiksi Rauma Blues ja pitsiviikko ovat suosittuja tapahtumia, joita järjestetään joka kesä. Yyterin upeat hiekkarannat sekä Pori Jazz ovat esimerkkejä Porin ylpeydenaiheista. Vaikka Rauma ja Pori ovatkin yksiä Suomen historiallisimmista kaupungeista, ne ovat silti vilkkaita ja täynnä elämää.

Kaskinen ja Kristiinankaupunki ovat tunnettuja idyllisyydestään. Kaskinen on Suomen pienin kaupunki ja sijaitsee saarella. Sekä Kaskinen että Kristiinankaupunki ovat puutalokaupunkeja ja Kristiinankaupunki onkin yksi Suomen parhaiten säilyneistä puutalokaupungeista (Oksman 2010).

Vaasa tarjoaa matkailijalle monipuolisesti nähtävää ja koettavaa. Vaasassa on kaksikymmentä museota ja kaupungissa järjestetään erilaisia tapahtumia kuten alkusyksystä pidettävä Taiteiden yö. UNESCO: n luonnonperintökohteisiin kuuluva Merenkurkun saaristo sijaitsee Vaasan rannikolla. (Discovering Finland 2013.)

Pietarsaari on kaksikielinen kaupunki Pohjanmaan rannikolla, jossa yli puolet asukkaista puhuu ruotsia. Vetovoimatekijänä Pietarsaaren alueella on muun muassa Pietarsaari- Kokkola – välillä sijaitseva ”Seitsemän sillan saaristo”. Kokkola on viehättävä merenrantakaupunki, joka on myös Keski- Pohjanmaan maakuntakeskus. Kokkolassa järjestetään myös läpi vuoden erilaisia kulttuuritapahtumia. (Vuoristo ym. 2009, 291; Kokkolan matkailu 2013.)

Kalajoki on Länsi-Suomen ainoa matkailukeskittymä. Kalajoen Hiekkasärkät vetävät joka kesä tuhansia matkailijoita, erityisesti rantalomalaisia sekä karaanareita kaupunki kiinnostaa. Raahe on samankaltainen verrattuna muihin länsirannikon vanhoihin kaupunkeihin. Se on Kristiinankaupungin tavoin yksi parhaiten säilyneistä puutalokaupungeista ja tärkeä satamakaupunki. Matkailullisesti kaupunki ei ole aivan matkailun päävirtojen keskellä, vaikka valtatie 8: n varrella sijaitseekin. (Vuoristo ym. 2009, 292–294.)

Oulu on Suomen teknologiateollisuuden keskus sekä tärkeä kauttakulkumatkailun kohde. Oulun sijainti on matkailullisesti hyvä, sillä se tavallaan kokoaa valtatie 8: n ja nelostieltä saapuvat matkailijat. (Vuoristo ym. 2009, 294.)

Seinäjoki on tunnettu muun muassa Alvar Aallon suunnittelemissa rakennuksissa, Tangomarkkinoista ja Provinssirockista. Kankaanpää on suosittu kotimaan matkakohde ja taiteenkeskus. (Discovering Finland 2013.)

## **2.2 Matkailun edellytykset**

Matkailun edellytyksinä voidaan pitää lähtö- ja kohdealueen toimivaa kysyntä- ja tarjontasuhdetta. Näihin vaikuttavat lähtö- ja kohdealueen luonnonmaantieteelliset, väestölliset ja taloudelliset ominaisuudet. Perusedellytyksenä Suomen kalta-



selle pienelle maalle on, että se pystyy vastaamaan matkailukysyntään, jota voi syntyä kotimaassa sekä ulkomailla. (Vuoristo ym. 2009, 14–15.)

Perusedellytyksinä matkailumaan kehittymiselle voidaan pitää

- turvallisia terveysoloja
- korkeaa elintasoja ja hyvää taloutta
- luonnon sekä kulttuurin vetovoimaa
- luonnonkatastrofien määrän vähyyttä tai puuttumista
- poliittisesti vakiintuneita ja turvallisia oloja.

Jonkin matkailualueen tai -kohteen matkailulliseen vetovoimaan vaikuttavat luonnon ja kulttuurin vetovoima sekä palveluiden omaleimaisuus ja laatu. Kohdealueen vastaanottovalmius on myös tärkeää. Matkailukohteen vetovoimaa saattaa laskea yleistäminen eli jos maasta luodaan jokin ”yleispätevä” kuva vain tietyille kohderyhmälle. Matkailun vetovoima voidaan jakaa siis kahteen ryhmään; luonnonvetovoimaan ja kulttuurivetovoimaan. (Vuoristo ym. 2009, 14–16; Hemmi 1993, 23.)

Jotta matkailulliset edellytykset olisivat kunnossa, tulisi maalla olla tietenkin matkailullista vetovoimaa, positiivista ajattelua matkailun kannalta sekä esimerkiksi hyvät ja sujuvat liikenneyhteydet. (Hemmi 1993, 23.)

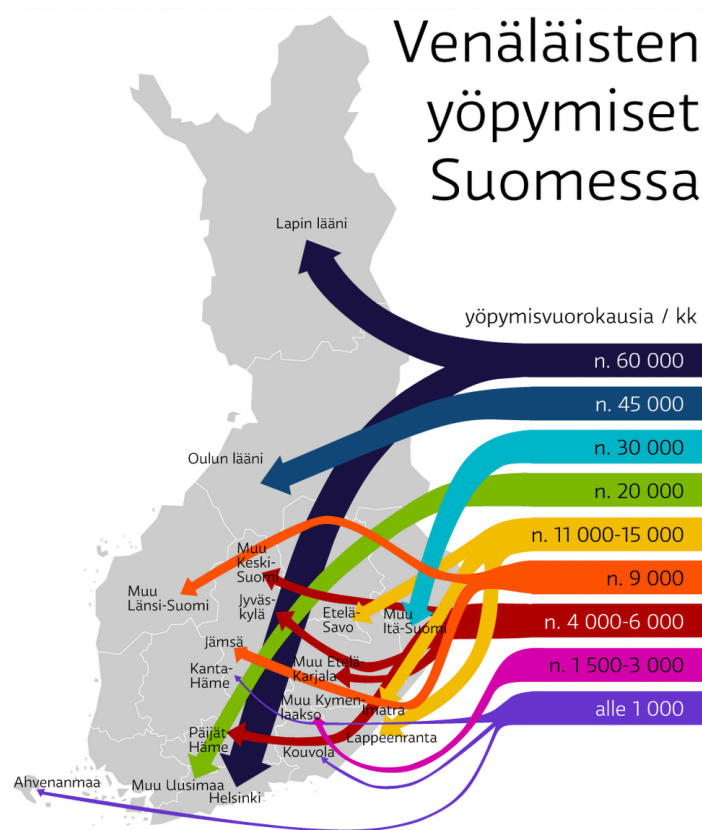
### **3 VENÄLÄISTEN MATKAILU SUOMEEN**

Venäläismatkailu kasvaa Suomessa koko ajan, vuosi vuodelta. Suurin syy tähän on rajanaapuruus, yhteistä rajaa Suomella ja Venäjällä on 1340 kilometriä. Suomalaiset kehittävät jatkuvasti lisää aktiviteetteja, majoituspaikkoja ja muuta mikä venäläisiä turisteja kiinnostaa, ovathan venäläiset turistit Suomen suurin matkailijaryhmä. Suomi haluaa selkeästi lisää venäläismatkailijoita, sillä he tuovat maamme rahaa enemmän kuin muut ulkomaalaiset turistit. Maamme matkailuteollisuus kehittyikin tällä hetkellä pääasiassa Venäjältä tulevan kysynnän mukaan. (Team Finland 2013.)

Suomeen matkustaessaan venäläismatkailijat vierailevat pääasiassa Itä-Suomessa, Helsingissä, Järvi-Suomessa ja Lapissa. Näin ollen Länsi-Suomi ja erityisesti Pohjanmaan alue ovat heille tuntemattomampia (Björk, Mononen 2013).

#### **3.1 Venäläismatkailijat Suomessa**

Sijaintinsa vuoksi venäläismatkailijoiden on helppo tulla Suomeen, erityisesti pietarilaiset ovat omaksuneet Suomen päämatkakohteekseen. Varsinkin lyhytloimilla kuten viikonloppulomilla Suomi on venäläisille ihannekohde. Venäläiset rakastavat lomailua kauniissa maisemissa ja puhtaassa luonnossa mökkeillen. Suomelle ei löydykään kovin montaa kilpailijaa mökkilomasegmentissä. (MEK 2013.)



**Kuvio 1.** Venäläismatkailijoiden yöpymisvuorokaudet Suomessa vuonna 2012 (TAK).

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK: n mukaan venäläisiä yöpyi tammikuun 2012 aikana pelkästään Helsingissä jopa 60 000. Koko Länsi-Suomessa sitä vastaan yöpyi noin 9000 venäläistä. TAK: n tekemään rajatutkimukseen saatiin tietoja Tilastokeskuksen keräämistä majoitustilastoista tammi-heinäkuussa 2012 yli kahdenkymmenen vuodepaikan majoitusliikkeistä. Näihin ei ole laskettu venäläisten yöpymisiä vuokramökeissä, vapaa-ajan asunnoissa tai tuttavien luona. (Yle 2013.)

Venäläisten Suomen matkailulle on olemassa myös uhkia. Venäläiset varaavat matkoja entistä enemmän myös rajanaapuriinsa Viroon. Venäläismatkailijoiden yöpymiset Virossa ovat lisääntyneet tänä vuonna jo 17 prosenttia ja kasvua on luvassa. Erityisesti rajanylityksen helppous sekä edullisemmat hinnat ajavat venäläisiä nyt Viroon lomailemaan ja tekemään ostoksia. (Ilta-Sanomat 2013.)

Suomen pahimmat kilpailijat Pohjoismaista venäläismatkailijoiden havittelussa ovat Ruotsi ja Norja. Ruotsilla on tarjottavanaan erilaisia risteily- ja kaupunkituotteita ja varsinkin Pietarissa Ruotsi tekee suoraa kuluttajamarkkinointia. Norja taas omistaa kaksi markkinointitoimistoa Pietarissa ja Moskovassa. Se mainostaa aktiivisesti maataan esimerkiksi kuluttaja- ja matkanjärjestäjäsegmentillä sekä pitää vahvuutenaan merikalastusta Suomen järvikalastuksen rinnalla. (MEK 2013.)

### **3.2 Tyypillinen venäläismatkailija**

Tärkeänä venäläismatkailija pitää ennen kaikkea hyvää palvelua ja laatua, mutta kaipaa lomamatkaltaan myös menoa ja meininkiä (Itävuori 2010). Tyypillinen Suomeen matkustava venäläismatkailija on Karelia Consultingin yrittäjän Valeri Zhukin mukaan koulutettu ja sivistynyt. Tämän vuoksi matkailija arvostaa muun muassa museoita ja nähtävyyksiä. (Tervareitti 2013.)

Suomessa vierailevat venäläismatkustajat edustavat yleensä keskiluokkaa ja ovat valmiita kuluttamaan rahaa. Suurimmalla osalla venäläisturisteista ei ole kovin hyvä kielitaito; vain noin 29 % venäläisistä puhuu englantia edes jonkin verran. Venäläiset osaavat puhua pääasiassa vain omaa äidinkieltään, mutta kielitaito on silti parantumassa. Venäjänkielinen palvelu onkin yksi tyytyväisyyttä lisäävä asia ja tällöin myös ostopäätös syntyy todennäköisesti helpommin. (Björk ym. 2013; MEK 2013.)

Venäläismatkailija on melko spontaani matkaa varatessaan, jos matkan hinta ja ajankohta vaikuttavat sopivilta, venäläinen turisti varaa matkan turhia miettimättä. Venäläismatkailijat luottavat usein tuttaviansa suositteluihin. He matkustavatkin mielellään isommalla porukalla, ystäviensä kanssa. Venäläisillä turisteilla on kuitenkin omat tapansa, jotka saattavat usein aiheuttaa ärsytystä ja turhautumista muiden matkailijoiden keskuudessa (Björk ym. 2013).

Venäläiset matkailijat vaativat enemmän, he haluavat rahallensa vastinetta, mikä on tietenkin ymmärrettävää. Suomalaiset yritykset ovatkin panostaneet venäläisten matkailijoiden palvelemiseen ja heidän viihtyvyyteensä hyvin ja näin tullaan tekemään myös tulevaisuudessa. Yritykset pyrkivät lisäämään pieniä palveluteko-

ja ja hyviä eleitä palvellessaan venäläismatkailijoita, jotta heille jäisi positiivinen kuva ja he voisivat välittää sitä eteenpäin tuttavilleen sekä yleisesti sosiaalisessa mediassa. Tyytyväinen asiakas onkin ehdottomasti paras markkinointikeino Venäjällä. (Check in Finland 2013; MEK 2013.)

Tyypillinen venäläismatkailija voidaan jakaa neljään eri matkailijatyypin Matkailun ja elämystuotannon OSKE-ohjelmassa toteutetun Rucola (Russian Consumers' Latent Needs) – hankkeen mukaan. Nämä neljä matkailijatyyppeä esitellään seuraavassa.

#### *Neljä matkailijatyyppeä*

Vain muutama vuosi sitten venäläismatkailijoista ei tiedetty juuri mitään, mutta nykyään esimerkiksi heidän kulutuskäyttäytymisestään tiedetään paljon enemmän ja venäläisistä matkailijoista tehdään koko ajan uusia tutkimuksia eri tahoilla. (Räikkönen 2013.)

Suomessa toteutetun Rucola- hankkeen sekä Pietarissa käytyjen haastattelututkimusten pohjalta on hahmottunut kuva neljästä erilaisesta venäläismatkailijasta. Neljä tyypillisintä venäläismatkailijaa tutkimusten mukaan on; viihdytettävä, kohdebongari, kesäasukas sekä löytöretkeilijä. Viihdytettävä matkailijatyyppe haluaa paljon aktiviteetteja ja kokemuksia, eikä kestä tylsyyttä tai tekemisen puutetta. Hän haluaa kokea seikkailut mielellään tuttavapiirinsä parissa ja ”parasta lepoa” tälle matkailijatyypille onkin seura ja toiminta. Viihdytettävän matkailijatyypin mielestä Suomessa on paljon sääntöjä ja kieltoja, mikä kummastuttaa.

Kohdebongarin lomailu on tehokasta ja ”luppoaikaa” ei juuri ole. Tämä matkailijatyyppe haluaa nähdä ja kokea paljon. Kohdebongari kiertää mielellään kaikki nähtävyydet ja paikat, jotka ”kuuluu” nähdä. Hänen mielestään Suomi ei ole kovin erityinen maa ja vertaakin usein kulttuuritarjontaa ja nähtävyyksiä muihin Euroopan maihin. Kohdebongari matkustaa Suomeen ostoksille ja laskettelemaan.

Kesäasukas on usein perheellinen ja vaatiikin lomaltaan helppoutta, turvallisuutta sekä rauhaa. Kesäasukas vuokraa yleensä perheelleen mökin pidemmäksi aikaa ja liikkuu paikasta toiseen omalla autollaan, sillä Suomessa on kokemusten mukaan

hyvä ja turvallinen ajaa. Kesäasukkaan loma kuluu muun muassa soutaen, saunoen sekä grillaten, näiden lomassa hän saattaa vieraila perheensä kanssa lähiympäristön matkakohteissa. Oman perheen rytmissä lomailu on tärkeää.

Löytöretkeilijää kiinnostaa erityisesti Suomen kulttuuri ja siihen liittyvät asiat. Kulttuurierot ovat tälle tyypille mielenkiintoinen asia ja löytöretkeilijä etsiikin mielellään jopa muilta ”piilossa” olevia asioita ja haluaa saada uusia ja ennen kaikkea aitoja asioita selville Suomesta ja suomalaisista. Tämä matkailijatyypin syö mielellään paikallista ruokaa ja vierailee mahdollisimman monessa kaupungissa. Löytöretkeilijä etsii aktiivisesti etukäteen tietoa lomakohteista, eri ajanvietteistä sekä nähtävyyksistä. (Wordpress 2013).

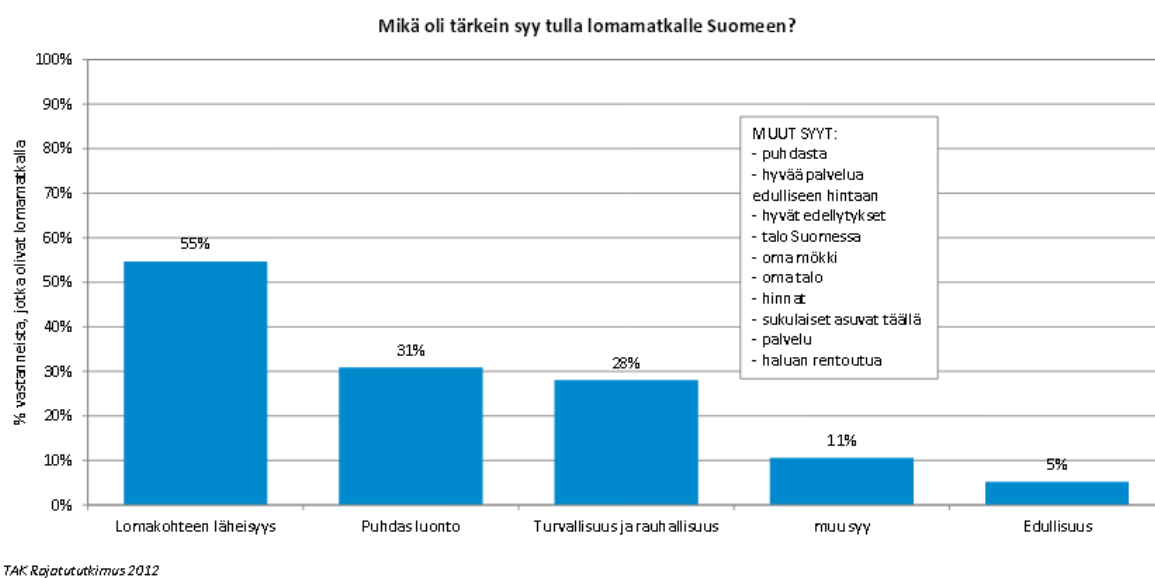
Näiden profiilikuvausten avulla matkailuyritysten on mahdollista kehittää toimintaansa venäläisturisteja varten.

### **3.3 Vetovoimatekijät**

Suomessa venäläisiä turisteja kiinnostavat erityisesti kaunis luonto, rauha ja turvallisuus. Muita syitä, jotka saavat venäläiset matkustamaan Suomeen ovat esimerkiksi hyvät ostosmahdollisuudet, erilaiset tapahtumat, opiskelu- ja liikeasiat, uskonnolliset matkat sekä tietenkin ystävien ja sukulaisten luona vierailu (Björk ym. 2013). Kestosuosikkeina pidetään esimerkiksi kylpylä- sekä laskettelulomia ja kalastus- ja metsästysmahdollisuuksia. Venäläismatkailijat arvostavat palvelua, jonka he saavat omalla äidinkielellään. (Obolgoviani 2012.)

Venäläiset matkustavat mielellään Kaakkois- Suomeen sen sijainnin vuoksi. Sinne onkin viime vuosina rakennettu entistä enemmän erilaisia kauppiaita ja muita palveluita erityisesti venäläisturisteja ajatellen, mutta myös alueen vetovoima ja asukkaiden viihtyvyys on parantunut huomattavasti (Good news! from Finland 2012). Eri alueilta tulevia venäläisiä kiinnostavat silti eri asiat ja kohteet Suomessa. Esimerkiksi pietarilaiset ovat kiinnostuneita kaupunkinähtävyyksistä, moskovalaiset vierailevat mielellään luontokohteissa ja kansallispuistoissa kun taas Leningradin alueelta tulevat mökkeilevät mielellään Suomen luonnossa. (TAK 2013.)

Ostos- ja lomamatkailu ovat yleisimpiä syitä Suomeen matkustamiselle. TAK Rajatutkimuksen (2013) mukaan työmatkojen osuus venäläisten tekemistä matkoista Suomeen on vähentynyt, kun taas ostos- ja lomamatkailu on lisääntynyt 2000-luvulla. Venäläisiä ostosmatkailijoita Suomessa vetää puoleensa tuotteiden parempi laatu kuin Venäjällä. Paremmat valikoimat ja edullinen hintataso vetävät myös matkailijoita. TAK Rajatutkimuksen mukaan venäläisten mielestä muita hyviä syitä Suomeen matkustamiselle on esimerkiksi se, että Suomi on lähellä Venäjää, täältä saa hyvää palvelua, tax- freeen sekä vanhojen tottumusten vuoksi, joku ”tykkää myös jonottaa tullissa”. (TAK 2013.)



**Kuvio 2.** Venäläisten tärkeimmät syyt Suomeen matkustamiselle vuonna 2012.

Miksi venäläiset matkustavat Suomeen lomailemaan? TAK Rajatutkimuksen tekemän tutkimuksen mukaan lomakohteen läheisyys on yksi tärkeimmistä tekijöistä valittaessa matkakohteeksi Suomi. Aikaisemminkin esiintyneet puhdas luonto, turvallisuus ja rauhallisuus ovat myös tärkeitä tekijöitä. Muita syitä Suomeen matkustamiseen ovat muun muassa oma mökki tai talo Suomessa, rentoutuminen sekä hyvän palvelun saaminen. (TAK 2012.)

### 3.4 Ostopäätösprosessi

Ostopäätöksen tekemiseen vaikuttavat useat eri asiat. Vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa ikä, sukupuoli, ammatti ja koulutus. Ostopäätös tehdään yleensä joko tunteen tai järjen mukaan; tunnetila, joka kuluttajalla ostopäätöksentekohetkellä on, voi vaikuttaa merkittävästikin lopulliseen ostopäätökseen. Esimerkiksi tuotteen hinta, laatu sekä muiden mielipiteet voivat vaikuttaa ostopäätöksen muodostumiseen.

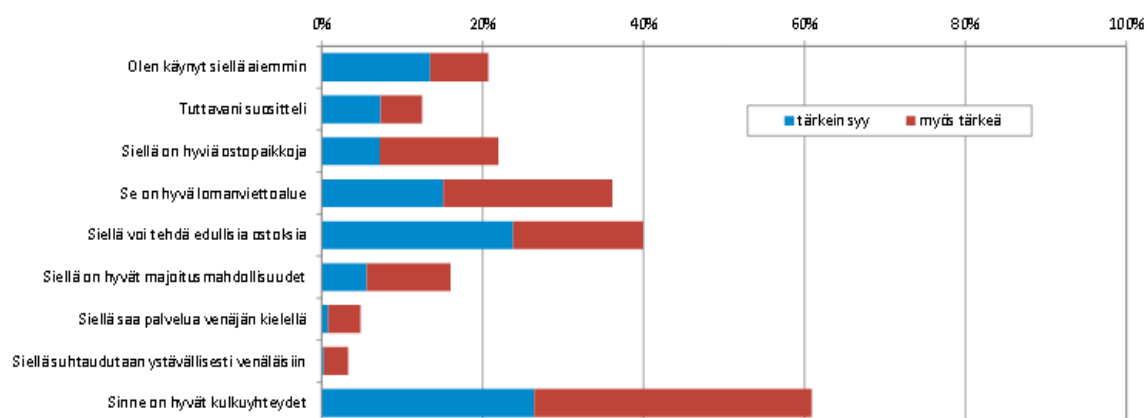
Kuluttajan ostoprosessi muodostuu vaiheittain. Ensimmäisenä tunnistetaan tarve, seuraava vaihe on tiedon etsiminen, siihen liittyy sekä sisäistä että ulkoista tiedonetsintää. Seuraavaksi arvioidaan eri vaihtoehtoja ja tätä seuraa yleensä ostopäätös. Kun tuote on ostettu ja sitä on todennäköisesti testattu, kuluttaja tuntee joko tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä. Prosessi saattaa kuitenkin keskeytyä missä vaiheessa tahansa. Osto- ja päätösprosessin pituuteen ja monimutkaisuuteen vaikuttaa se, kuinka tärkeä ostos on kyseessä. (Ylikoski 2000, 92–94.)

Ihmiset tekevät ostopäätöksiä usein arvostelujen perusteella. Muiden mielipiteillä on suuri merkitys minkä tahansa ostopäätöksen tekemisessä. Esimerkiksi matkakohtetta valittaessa päädytään hyvin usein siihen vaihtoehtoon, minne tututkin ovat matkustaneet tai mistä on kirjoitettu hyviä arvosteluja (Laja 2012).

Miksi venäläiset matkailijat sitten päättävät matkustaa Suomeen? Ostopäätöshän voi johtua sisäisistä tai ulkoisista tekijöistä, tiedostetuista tai tiedostamattomista. Venäläismatkailijoiden kohdalla ostopäätökseen vaikuttavat tekijät ovat pääasiassa ulkoisia ja tiedostettuja tekijöitä. Voidaan sanoa, että heidän ostopäätöstään ohjaa eniten tuttavien suosittelu, joka onkin hyvin tärkeä lomapaikan valintaan vaikuttava kriteeri. Venäläisille on tärkeää kuulla hyvistä kokemuksista ja paikoista mielellään heidän tuttaviltaan.



## MATKAKOHTTEEN VALINTA: MILLÄ PERUSTEELLA VALITSEE MATKAKOHTTEEN SUOMESSA?



**Kuvio 3.** Millä perusteella venäläinen valitsee matkakohteen Suomessa?

Kuvion 2 tulokset on saatu Tutkimus- ja analysointikeskuksen (TAK) vuonna 2010 teettämästä rajatutkimuksesta kysymällä venäläisturisteilta millä perusteella he valitsevat matkakohteensa Suomessa. Tärkeimpänä venäläisturistit pitivät sitä, että matkakohteeseen on hyvät kulkuyhteydet. Myös edulliset ostosmahdollisuudet vaikuttavat venäläisturistien matkakohteen valintaan. (TAK 2013.)

Uutena ostopäätökseen vaikuttavana tekijänä on tullut sosiaalinen media. Se jatkaa ”luotettavan tiedon lähteen” perinnettä. Venäläiset jakavat sosiaalisessa mediassa kokemuksiaan ja kannustavat muita toimimaan. Yhä useammin ostopäätös ja matkanvaraus tehdäänkin omatoimisesti netissä. Venäläiset ovat myös tunnettuja siitä, että ostopäätös tehdään usein myöhään ja esimerkiksi matka saatetaan varata vasta edellisenä iltana. (Raulo, Tarssanen 2013.)

Venäläiset arvostavat palvelun saamista venäjäksi, siksi esimerkiksi venäjänkieliset nettisivut ovat positiivinen asia päätöstä tehtäessä ja matkaa varatessa. Jos esimerkiksi matkailuyrityksen nettisivuilla ei ole edes venäjänkielistä esitettä, matka saattaa jäädä varaamatta informaation puutteen vuoksi. Tärkeimpänä tiedonhakukanavana venäläiset pitävät internetiä. (Reingolt 2012.)

Ostopäätökseen vaikuttava tekijä on myös hinta ja etenkin hinta -laatusuhde. Venäläiset haluavat matkustaa Suomeen hyvän palvelun perässä, he tietävät saavansa

rahoilleen vastinetta ja hyvää palvelua. Palveluiden monipuolisuus sekä saatavuus ja turvallisuus tekevät myös vaikutuksen venäläismatkailijoihin. Venäläiset arvostavat etenkin suomalaisia elintarvikkeita ja niiden laatua. He ovat valmiita ostamaan esimerkiksi astianpesuaineensa mieluummin Suomesta, sillä kokevat sen olevan parempilaatuista kuin Venäjällä, vaikka kyseessä olisikin täysin sama tuote. (Reingolt 2012; Malankin 2012.)

Markkinoinnilla katsotaan myös olevan erityisen suuri merkitys venäläisten matkailijoiden ostopäätöksiin. Hyvä ja oikea sisältö sekä oikeassa kanavassa esitetty markkinaviesti tai mainos herättää varmasti kiinnostuksen. (Toimelias 2012.)

### **3.5 Kulttuurierot**

Eri mailla on omat kulttuurinsa ja ihmisen kulttuurin määrittääkin yleensä historia.

Kulttuurierot suomalaisten ja venäläisten välillä ovat melko suuria. Suomalaiset suunnittelevat usein tulevaisuutta ja säästävät pahan päivän varalle. Venäläisillä taas on tapana elää hetkessä ja tehdä viime hetken päätöksiä.

Kun ajatellaan eroja suomalaisten ja venäläisten työnteossa ja työmoraalissa, eroavaisuuksia löytyy. Suomalaisen yleinen ajattelutapa on, että töitä tehdään rehellisesti ja mahdollisimman tehokkaasti. Venäläisten työmoraali taas ei ole niin positiivinen. Venäjällä työntekoa ei arvosteta niin paljon, työmotivaatio saattaa olla hyvinkin alhaista ja työpaikkaa vaihdetaan usein. (Kosonen 2010.)

Eroja sosiaalisissa tilanteissa ja sosiaalisuudessa yleensä, venäläisillä ja suomalaisilla on myös. Suomalaiset vaativat tunnetusti omaa tilaa ja yksityisyyttä erityisen paljon, kun taas venäläisillä on pieni henkilökohtainen tilan tarve. Suomessa ollaan hyvin yksilökeskeisiä, omat tarpeet menevät usein toisten edelle, mutta läheisimmistä ihmisistä kuitenkin huolehditaan. Venäläisille esimerkiksi koskettaminen on normaalia, suomalaisten sitä vierastaessa, sekä omat tarpeet ovat toissijaisia silloin, kun autetaan muita. (Kosonen 2010.)

Sukupuolisissa asioissa löytyy myös eroja; Suomessa naiset ja miehet käyvät töissä, naiset yleensä ”naisten töissä” ja miehet ”miesten töissä” sekä naisilla on pienempi palkka kuin miehillä. Venäjällä taas naiset ovat useammin miesten töissä kuin esimerkiksi Suomessa. Venäläiset miehet ovat usein päätöksentekijöitä ja naiset hoitavat kotityöt ja lasten hoidon, kun taas suomalaisissa perheissä ollaan tasa-arvoisempia, miehet osallistuvat myös kodinhoitoon ja päätökset tehdään usein yhdessä. (Kosonen 2010.)

### **3.6 Liikenneyhteydet Venäjältä Suomeen**

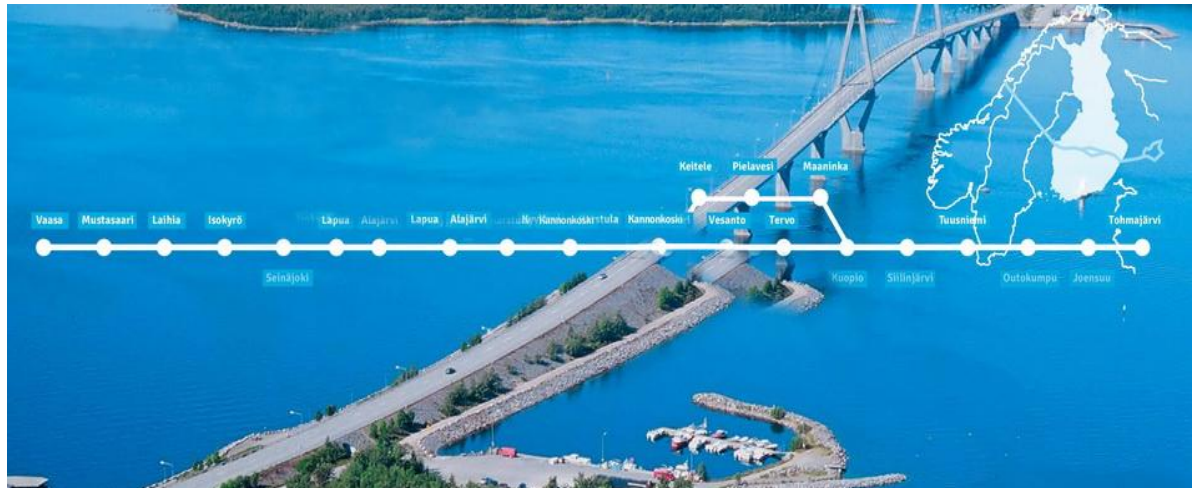
Venäjältä saapuu rajan yli Suomeen satoja, jopa tuhansia venäläisiä päivittäin. Yleensä venäläiset matkustavat omalla autollaan, mutta myös erilaiset pakettimatkat sisältävät edullisen kyydityksen Suomen puolelle. (Yle 2013.) Junaliikenne Venäjän ja Suomen välillä on vilkasta, Helsingistä Pietariin pääsee vain noin kolmessa ja puolessa tunnissa. Erilaisia liikenneyhteyksiä Venäjältä Suomeen on muun muassa maantie-, rautatie- ja lentoliikenne ja niitä pyritään parantamaan koko ajan. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2013.)

Vuonna 2012 venäläiset tekivät Suomeen noin 80 000 matkaa lentäen sekä noin 140 000 matkaa junalla. Samana vuonna laivalla Suomeen matkusti noin 140 000 venäläistä. (TAK 2013.)

Suomen liikenne- ja viestintäministeriön tavoitteena on liikenneverkon kehittäminen Venäjän ja Suomen välillä. Erityisesti rajanylityspaikkoja, kuten Vaalimaata, Nuijamaata ja Imatraa pyritään kehittämään rakentamalla erilaisia kaistaratkaisuja ja pysäköintialueita. Tällaiset muutokset ovat tärkeitä, sillä rajanylittävä tavara- sekä henkilöliikenne kasvavat koko ajan. (Liikenne- ja viestintäministeriö 2013.)

Myös yhtenä vetovoimatekijänä pidetään hyviä liikenneyhteyksiä Suomeen. Suosittu M10- tie on kovassa käytössä Pietarista Suomeen suuntautuvalla liikenteellä. Tie on hyvässä kunnossa ja osittain nelikaistainen, joka nopeuttaa liikennettä, henkilöautoilla Suomeen matkustavat venäläiset pitävätkin tärkeänä rajanylityksen nopeutta ja vaivattomuutta sekä teiden hyvää kuntoa. (TAK 2013.)

Yhtenä mahdollisuutena Venäjän ja Suomen väliselle matkailulle voidaan pitää yhtä Suomen vanhinta matkailutietä eli Sinistä Tietä. Tie on noin 600 kilometriä pitkä ja jatkuu aina Norjasta Ruotsiin sekä halkoo läpi koko keski-Suomen. (Sininen Tie 2013.)



**Kuvio 4.** Sinisen tien kulkureitti läpi Suomen.

Aina Vaasasta Tohmajärvelle, Karjalaan saakka kulkeva Sininen Tie olisi potentiaalinen matkailutie myös Venäjältä Suomeen ja ennen kaikkea läntiseen Suomeen matkaaville venäläisille. Venäläiset matkailijat pääsisivät suoraan Sinistä Tietä esimerkiksi Vaasaan. Toisaalta tien huono kunto ei hirveästi houkuttele matkaan lähtijöitä, vaikka tien korjaaminen on suunnitteilla, toteutuksessa saattaa kestää vuosiakin. (Sininen Tie 2013; Yle 2013.)

## 4 VAASAN MATKAILU

Vaasa tarjoaa matkailijalle monenlaista nähtävää ja koettavaa. Vaasassa luonto on tärkeässä roolissa, sijaitseehan kaupunki meren rannalla. Kulttuuria Vaasasta ei puutu, sillä kaupungissa on muun muassa useita eri museoita ja teattereita sekä erilaisia nähtävyyksiä. Ostosten tekemiselle Vaasasta löytyy myös hyvät puitteet, sillä useita eri kauppoja ja kaksi kauppakeskusta löytyy aivan torin tuntumasta. Majoitusta kaipaavalle Vaasasta löytyy useita hyvätasoisia hotelleja, joista suurin osa sijaitsee myös kaupungin keskustassa. Enemmän omaa rauhaa ja tilaa kaipaaville meren rannalla sijaitseva leirintäalue on oiva paikka. Vaasaan matkaavalla ei varmasti tule montaa tylsää hetkeä, sillä aktiviteetteja löytyy joka lähtöön; aina kalastuksesta golfaukseen ja keilauksesta huvipuistoelämyksiin. Erilaisia tapahtumia Vaasa tarjoaa matkailijoille ympäri vuoden. (Vaasa opas 2013.)

### 4.1 Vaasan matkailutarjonta

Vaasan kaupungilla olisi potentiaalia ja halua vastaanottaa venäläisiä matkailijoita, mutta miten heitä saataisiin lisää Vaasan alueelle ja sen majoitusliikkeisiin? Onko majoitusliikkeillä edes tarpeeksi resursseja venäläismatkailijoita ajatellen, kuten löytyykö tarpeeksi kielitaitoa. (Björk ym. 2013.)

Vaasan kaupungilla on paljon tarjottavaa matkailijalle kuin matkailijalle. Vaasassa on yllättävän paljon erilaista matkailutarjontaa, kuten risteilyjä Vaasan ja Uumajan välillä, kulttuurista kiinnostuneille erilaisia museoita ja tapahtumia sekä luonnosta kiinnostuneille puistoja ja viheralueita. Esimerkiksi luonnosta kiinnostuneelle aktiivilomailijalle Öjbergetin luontopolku voisi olla uusi ja mielenkiintoinen kokemus, sisältäen meteoriitin törmäyksestä muodostuneen peltoaukeaman näkemisen ja kokemisen. (Discovering Finland 2013).

Venäläinen matkailija arvostaa ja pitää tärkeänä erilaisia aktiviteetteja, kuten laskettelua, hiihtoa, kalastusta, poro- ja koirasafareita ja moottorikelkkailua. (Silmäri 2010.) Suurin osa näistä aktiviteeteista olisi toteutettavissa myös Vaasassa, kunhan niitä saataisiin mainostettua oikeille venäläisille kohderyhmille. (Vaasa opas 2013.) Venäläisiä turisteja ajatellen Vaasan kaupungin nettisivuja ei ole käännetty

venäjäksi, mutta kattava esite venäjän kielellä löytyy. (Vaasan verkkosivut 2013.) Matkailutarjontaa myös venäläisille turisteille Vaasasta varmasti löytyy, kunhan he vain löytäisivät tiensä Länsi-Suomeen ja Vaasaan.

## **4.2 Vaasan alueen vetovoimatekijät**

Alueen ehdottomasti parhaina vetovoimatekijöinä voidaan pitää kaunista saaristoa ja sen luontoa. Myös kaunis pieni torialue, jonka ympäriltä löytyvät lähes kaikki palvelut houkuttelee turisteja.

Kesäkaupunkina ja Suomen aurinkoisimpana kaupunkina Vaasa tarjoaa hyvät puitteet lomailuun. Tärkeimpiä vetovoimatekijöitä matkailun kannalta Vaasassa ovat edelleen UNESCO:n maailmanperintökohteeksikin valittu Merenkurkun saaristoalue sekä erityisesti lapsiperheitä vetää huvipuisto Wasalandia sekä kylpylä Tropiclandia. Vaasassa sijaitsee myös Suomen pisin silta, Raippaluodon silta, joka on suosittu nähtävyys ja käyntikohde kaupungissa. (Vaasa-opas 2013.)

Käymisen arvoinen paikka on myös Sjöderfjärdenin meteorihi, joka sijaitsee noin seitsemän kilometriä Vaasasta Maalahteen päin. Sjöderfjärdeniä pidetään Suomen kauneimpana meteoriittikraatterina. Se syntyi noin 520 miljoonaa vuotta sitten ja on nykyään maanviljely- sekä Natura 2000 -alue. Myös lintuja alue tuntuu kiinnostavan ja siellä onkin oma lintutorni, josta näkee koko Sjöderfjärdenin alueen. Aluetta voisi hyvin markkinoida nykyistä enemmänkin Vaasan matkailukohteena ja vetovoimatekijänä. (Meteoria 2013.)

Vaasa kiinnostaa myös monia shoppailijoita sekä hemmottelulomailijoita. Vaasasta löytyy hyvät mahdollisuudet ostosten tekemiseen sekä useita erilaisia ravintoloita. Viime vuosina Vaasaan on auennut useita eri keittiöiden ravintoloita ja tietoa näistä sekä ostosmahdollisuuksista löytyy monipuolisesti esimerkiksi Vaasan kaupungin sivuilta. (Vaasan verkkosivut 2013.)

Kesäaikaan Vaasassa on enemmän nähtävää ja koettavaa, muttei Vaasa jätä ketään kylmäksi talvikautenaan. Vaasassa on mahdollisuus esimerkiksi lasketteluun, hiihtoon, avantouintiin, moottorikelkkasafareihin ym. Öjbergetin talviurheilukeskuksessa on mahdollisuus esimerkiksi lasketteluun ja hiihtoon. Öjberget sijaitsee

Vaasan keskustasta noin kahdeksan kilometriä etelään päin. (Vaasan verkkosivut 2013.)

Matkailijaryhmille järjestetään talviaikaan Vaasassa tilauksesta erilaisia elämysmatkoja/ -paketteja. Esimerkiksi moottorikelkkasafari oppaan johdolla toteutettuna antaa varmasti paljon kokemuksia ja elämyksiä sekä suomalaisille että ulkomaalaisille ryhmille. Juuri venäläisiä matkailijoita voitaisiin houkutella esimerkiksi *Finnish culture/ activityday* :n avulla. Tähän pakettiin sisältyisi muun muassa suomalaisen kulttuurin ja tapojen esittelyä, lumikenkäilyä, pilkkikalastusta, saunomista ja avantouintia. Vaasassa tällaisia paketteja ja muita aktiviteetteja toteuttaa esimerkiksi Botnia Events. (Botnia Events 2013.)

Erilaisia vetovoimatekijöitä Vaasasta siis löytyy, niitä tulisi kuitenkin markkinoida ja mainostaa enemmän myös Venäjän markkinoille.

## 5 VENÄLÄISMATKAILUN KEHITYS VAASASSA

Tässä osiossa tarkastellaan venäläismatkailun kehitystä Vaasan alueella sekä hieman yleisesti venäläismatkailijoiden matkailutottumuksia sekä asiakaskäyttäytymistä. Venäläisten matkailu keskittyy pääasiassa Etelä- ja Itä- Suomeen sekä Lappiin. Länsirannikolle Vaasaan venäläismatkailijat olisivat myös tervetulleita, mutta miten he löytäisivät tiensä perinteisen matkakohteensa Itä-Suomen sijaan myös läntiseen Suomeen. (Björk ym. 2013)

Voidaan sanoa, että venäläisen matkailijan on ensin kiinnostuttava Suomesta matkakohteena ja sen jälkeen itse alueesta ja paikkakunnasta. (Obolgogiani 2012.) Vaasa ei siis ole juurikaan venäläisten turistien tietoisuudessa, mutta hyvän markkinoinnin avulla venäläiset löytäisivät varmasti tiensä myös Pohjanmaalle ja Vaasaan. Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) Venäjän edustajan Arto Asikaisen mielestä Venäläisiä matkailijoita riittäisi kyllä myös Länsi-Suomeen Itä-Suomen, Lapin ja isompien kaupunkien lisäksi, kun vain osattaisiin markkinoida oikein ja oikeille kohderyhmille. *”Eivät matkailijat lähde kulkemaan sokkona ympäri maata ja katsomaan, mitä missäkin tapahtuu.”* Asikainen sanoo. (Maaseudun tulevaisuus 2012.)

Vaasassa, kuten varmasti monissa muissakin Länsi-Suomen kaupungeissa tärkeintä on aluksi tuntea venäläisten matkailijoiden tarpeet. On pidettävä huolta siitä, että tuote tai palvelu on kunnossa, se on hinnoiteltu oikein, sillä on oikeat kohderyhmät sekä niille sopivat kanavat. (Obolgogiani 2012.) Tämä pätee varmasti kaikkiin vaasalaisiin yrityksiin.

### 5.1 Pohjanmaan kiinnostavuus matkailullisesti

Pohjanmaa ei ole kovin vahva matkailukohteena vaatimattomuutensa vuoksi. Riippumatta ennakkoluuloista ja hieman huonosta maineesta alue on silti mainetaan parempi matkailukohde. Se on myös tärkeä väylä Ruotsiin tai Norjaan matkustaville. (Vuoristo ym. 2009, 278–279.)



Pohjanmaalle tultaessa löytyy useita eri matkustusmahdollisuuksia, kuten junail- len, autoillen, linja-autoillen, lentokoneella lentäen sekä laivalla Ruotsista matkus- taen. Näistä matkustusmuodoista löytyisi varmasti myös venäläisille turisteille oma ja sopiva vaihtoehto. (Pohjanmaan matkailu 2013.)

Venäläismatkailijat matkustelevat epäilemättä enemmän Itä- kuin Länsi-Suomessa lyhyemmän välimatkan vuoksi. Venäläiset eivät ole vielä ottaneet tarpeeksi selvää Suomen länsirannikosta matkakohteena tai tieto etenkin Pohjanmaasta ja Vaasas- ta, ei ole kantautunut heidän korviinsa. Kiinnostus Pohjanmaata kohtaan ei siis ole vielä kovin suurta venäläisten keskuudessa. (Björk ym. 2013.)

## **5.2 Venäläisten matkailutottumukset**

Venäläisiä ajaa Suomeen joka päivä erilaiset ostokset. Jopa tavallisten päivittäis- tavaroiden ja elintarvikkeiden vuoksi matkustetaan rajan yli Suomeen. Tuotteiden hinta sekä laadukkuus saavat venäläiset tulemaan oman maansa sijaan Suomeen ostoksille, vaikka välimatka olisikin pitkä. (Lehtinen, Schönberg 2013.) Tässä ta- pauksessa myös Vaasa saattaisi kiinnostaa venäläisiä matkailijoita, jos oikeita tuotteita osattaisiin markkinoida, kuten saaristoristeilyjä sekä kalastusretkiä, mistä venäläiset erityisesti pitävät. Myös Vaasa-Uumaja -risteily toimisi erilaisuutensa puolesta vetävänä tekijänä myös venäläisille matkailijoille. (Maaseudun tulevai- suus 2012; Vaasa opas 2013.)

Venäläisiä kiinnostavat Suomeen tullessaan erilaiset majoitus-, ravintola-, liikun- ta- ja hyvinvointipalvelut. Yleensä venäläiset ostavat Suomen matkallaan palve- luita ja tuotteita, jotka ovat heille tuttuja, joilla on jonkinlaista statusarvoa ja en- nen kaikkea tuotteita, jotka ovat helposti saatavilla. (Silmäri 2010.)

Ennen kuin esimerkiksi Vaasa voi haaveilla suurista venäläisistä matkailijavirrois- ta, on mietittävä ovatko tuotteet ja palvelut venäläisturisteille kunnossa. Vaikka jokin palvelu sopisi jollekin muulle ulkomaiselle ryhmälle, se ei välttämättä sovi venäläisille. Vaikka venäjälläkin kielitaito kohenee koko ajan, venäläinen matkai- lija etsii silti tietoa enimmäkseen venäjäksi ja arvostaa äidinkielellään saamaansa palvelua. (Obolgoviani 2012.) Vaasan kaupungista ja sen tarjonnasta ei venäjäksi

tietoa juuri löydy. Vaasan kaupungin verkkosivujen mukaan kaupungilla on venäjänkieliset internetsivut, mutta ne eivät ole enää voimassa. Venäjänkielistä tietoa löytyy vain noin yhden esitteen verran. (Vaasan verkkosivut 2013.)

### 5.3 Venäläisten asiakaskäyttäytyminen

Venäläismatkailijoiden asiakaskäyttäytyminen on muuttunut paljon viime vuosien aikana. He eivät enää ajattele samalla tavalla kuin esimerkiksi 20 vuotta sitten. Venäläisten ajattelutapa on ”eurooppalaistunut” eli he seuraavat enemmän muotia, hakevat vaihtelua sekä viettävät ansaittua vapaa-aikaa. (Silmäri 2010.) Venäläiset matkailijat etsivät tietoa matkakohteista sekä tuotteista ja palveluista Yandex- hakukoneen avulla. Tällä Googleakin tärkeämmällä tietolähteellä on suurin markkinaosuus Venäjällä. (Obolgogiani 2012.) Esimerkiksi Vaasankin olisi hyvä mainostaa itseään Venäjällä Venäjän omassa hakukoneessa ja tietenkin venäjäksi, jotta haluttu näkyvyys olisi taattu.

Venäläisille matkailijoille on tärkeää, että he saavat lomallaan syödä ja juoda kunnolla. He myös nukkuvat mielellään pitkään, joten hotellien kannattaakin varata runsaat brunssit venäläisiä turisteja varten. Venäläiset pitävät ostamaansa tuotteeseen tai palveluun sisältyvistä kaupanpäällisistä ja ne voivatkin vaikuttaa merkittävästi esimerkiksi valittaessa kahden eri hotellin väliltä. (Malankin 2012, 27–28.)

Venäläiset matkailijat ovat usein tyytymättömiä Suomessa saatavaan tiedon saantiin. He kokevat, että tietoa esimerkiksi lomapaikan aktiviteeteista ei ole yleensä tarpeeksi saatavilla, tämän vuoksi olisikin hyvä, että tietoa olisi vaivatta saatavilla esimerkiksi hotellin auloissa. (Malankin 2012, 24.)

Venäläiset tekevät usein spontaaneja päätöksiä ja varaavat matkansa yleensä noin 1-2 viikkoa ennen matka-ajankohtaa. Jos lomaa ja rahaa sattuu olemaan tarpeeksi, venäläiset lähtevät matkalle heti turhia miettimättä. Venäläisille tärkeää on, että naisia ja lapsia arvostetaan ja heihin osoitetaan erityishuomiota, vaikka asiakaspalvelija ei osaisikaan venäjää, esimerkiksi pelkkä hymy ja katsekontakti riittävät saamaan aikaan hyvän mielen. Venäläisten loma huipentuu tunnetusti vasta sitten,

kun he pääsevät kotiin kertomaan lomakokemuksistaan ystäville ja tuttaville. (Malankin 2012, 25–27.)

Vaasassa venäläiset matkailijat ovat pääasiassa perheitä ja pariskuntia. He ovat usein vierailulla ystäviensä tai sukulaistensa luona, tämän vuoksi heitä ei näy esimerkiksi majoitustilastoissa. Vaasan alueella käyvien venäläisten mukana on yleensä hiukan suomea puhuva henkilö, joka kuuluu seurueeseen. Vaasalaisilla yrittäjillä on muodostunut tietty kuva venäläisturisteista, he ovat kiinnittäneet huomiota siihen, että venäläiset ostavat usein tuotteita myös ystävilleen ja sukulaisilleen. Venäläiset voivat ostaa esimerkiksi talvivaatteet yhdellä kertaa koko perheelle. Pääasiassa Vaasan seudun yrittäjillä on positiivinen kuva venäläismatkailijoista, he ovat niin sanotusti potentiaalinen asiakasryhmä. (Björk ym. 2013.)

## 6 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tietyn tutkimusmenetelmän eli -metodin valinta riippuu yleensä tutkimuksen ongelmasta tai tutkimustehtävästä. Valintaan vaikuttaa siis se, mistä ja keneltä tietoa etsitään ja minkälaista tietoa etsitään. Tutkimusmenetelmän voidaan sanoa koostuvan niistä käytännöistä ja tavoista, joilla havaintoja kerätään. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 123; 172–173.)

Tutkimuksen ongelma ja tutkimusmenetelmä ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa. Menetelmät ovatkin empiiristä tutkimusta tehtäessä keskeisessä asemassa. Tutkimusstrategiat voidaan jakaa kolmeen ryhmään; kokeellinen tutkimus, survey- tutkimus ja tapaustutkimus. Kokeellisessa tutkimuksessa testataan yleensä hypoteeseja ja mitataan eri muuttujien vaikutusta toisiinsa. Survey- tutkimus on kvantitatiivinen ja siinä kerätään tietoa esimerkiksi kyselylomakkeen avulla ja kerätyn tiedon perusteella kuvaillaan, vertaillaan ja selitetään eri ilmiöitä. Tapaustutkimuksessa taas tietoa kerätään useita eri menetelmiä käyttäen yksittäisestä tapauksesta, esimerkiksi kohteena voi olla jokin ryhmä tai yksilö. (Hirsjärvi ym. 2004, 125–126; 173.)

Koin luontevimmaksi keinoksi toteuttaa tutkimukseni laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmäni valintaan vaikutti paljon se, millaista tietoa halusin tutkimukseeni. Halusin saada venäläismatkailijoista lisää tietoa juuri Vaasan seudulta ja haastatteleamalla vaasalaisia matkailuyrityksiä koin saavani ajankohtaista sekä asiantuntevaa tietoa aiheesta. Tietoa tutkimukseeni keräsin siis haastattelujen ja havainnoinnin avulla. Halusin nimenomaan perehtyä yksittäisten henkilöiden ja heidän yrityksensä näkemykseen venäläisistä asiakkaista.

### 6.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Tutkimuksessani käytetyn kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena on tutkia kohteena olevaa asiaa mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena ei ole tukea jo olemassa olevia väitteitä, vaan paljastaa ja löytää tosiasioita. Tutkimusta tehtäessä, aineisto kootaan yleensä todellisissa tilanteissa kuten haastattelussa. Tässä tutkimusmuodossa voidaan va-

rautua siihen, että tutkimusongelma muuttuu tutkimuksen edetessä, usein puhtaankin tutkimusongelman sijaan tutkimustehtävästä. (Hirsjärvi ym. 2004, 117; 151–157.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija luottaa usein omiin havaintoihinsa ja haastateltavien kanssa käytyihin keskusteluihin enemmän kuin esimerkiksi kyselylomakkeilla saatavaan tietoon. Tutkimuksessa on tyypillistä, että haastateltavat valitaan tarkoituksenmukaisesti, eikä poimimalla tilastollisin otantamenetelmin kuten kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa. (Hirsjärvi ym. 2004, 151–157; Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2003, 69.)

Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin; miksi? ja miten? Kun taas kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä selvitetään vastaus mitä?, missä? ja koska? -kysymyksiin. Verrattaessa laadullista tutkimusta määrälliseen, on laadullinen lähestymistapa edullisempi, sillä tutkittavien kohteiden määrä on yleensä vähäisempi. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan nimetä viisi eri lähestymistapaa; teemahaastattelut, syvähaastattelut, fokusryhmät, havainnointi sekä erilaiset projektiiviset menetelmät. (Mäntyneva ym. 2003, 69–71.) Tässä opinnäytetyössä lähestymistapana on käytetty henkilökohtaisia teemahaastatteluja, sillä tällä tavoin aiheesta saadaan tarkempaa ja syvällisempää tutkimustietoa. Vastajakato on tässä lähestymistavassa myös suhteellisen pieni, eikä vastauksia tarvitse ”odottaa” kuten sähköisesti lähetettävän kyselylomakkeen vastauksia. (Mäntyneva ym. 2003, 71.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen haasteena on usein otoskoon pienuus eli muutamilta tutkittavilta kerätty tutkimusaineisto ei aina edusta koko tutkimuksen kohderyhmää, vaikka niin haluttaisiin. Toteutettaessa laadullista tutkimusta on tärkeää, että haastattelijalla on hyvät kommunikointitaidot sekä muutenkin riittävä osaaminen tiedon käsittelemiseen ja analysointiin. Kvalitatiivisen tutkimuksen toistettavuus on myös vaikeampaa kuin määrällisessä tutkimuksessa. (Mäntyneva ym. 2003, 70.)

## 6.2 Aineiston kerääminen

Aloitin tutkimukseni tekemällä avoimen haastattelulomakkeen (LIITE 1). Opin näytetyöohjaajani avustuksella muokkasin kysymykset sopiviksi ja tein haastattelulomakkeen valmiiksi. Tutkimukseen haastateltavien valinta tapahtui suhteellisen nopeasti. Valitsin vaasalaisten matkailualan toimijoiden, kuten hotellien ja ohjelmapalveluyritysten joukosta yksitoista potentiaalista haastateltavaa ja otin heihin yhteyttä sähköpostitse. Sähköposteihin liitin mukaan haastattelulomakkeen sekä saatekirjeen. Vaikka toteutinkin tutkimuksen henkilökohtaisena haastatteluna, kyselylomakkeen lähetin ennakkoon, jotta haastateltavat tietäisivät mistä on kyse ja osaisivat hieman valmistautua kysymyksiin. Sähköpostivastauksia sain takaisin vain noin kolme, mutta loput haastatteluajankohdat sain hoidettua puhelimitse.

Haastateltaviksi valitsin erilaisia matkailualan toimijoita, sillä halusin laajempaa kuvaa ja monipuolisempaa aineistoa tutkimukseeni. Jos olisin esimerkiksi haastatellut pelkästään hotelleja, eivät tutkimustulokset olisi niin kattavia.

Usein henkilökohtaisissa teemahaastatteluissa on uhkana, että haastattelujen kokonaistoteutusaika venyy esimerkiksi haastateltavien kiireellisten aikataulujen vuoksi. (Mäntyneva ym. 2003, 71.) Omassa tutkimuksessani sain kuitenkin sovittua ja tehtyä kuusi haastattelua noin kahdessa viikossa. Olin tyytyväinen haastatteluihin sekä haastateltaviini, sillä sain erilaisia ja monipuolisia näkemyksiä aiheesta. Kaikki haastateltavat olivat aidosti kiinnostuneita vastaamaan kysymyksiin sekä keskustelemaan tutkimusaiheestani.

### *Haastattelut*

Haastattelun voidaan sanoa olevan keskustelua. Tutkimustarkoituksessa haastattelun avulla pyritään saamaan luotettavia ja päteviä tietoja aikaan ja haastattelulla on selkeät tavoitteet. (Hirsjärvi ym. 2004, 196–197.) Omassa tutkimuksessani käytetyn henkilökohtaisen teemahaastattelun tunnuspiirteitä on esimerkiksi se, että haastattelu voi olla avoin tai strukturoitu eli haastattelun rakenne on tiukasti määrätty. Teemahaastattelu voi toimia kvalitatiivisen tutkimuksen lisäksi hyvin

myös kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä. (Hirsjärvi ym. 2004, 197; Mäntyneva ym. 2003, 71.)

Valitsin haastattelumuodoksi ryhmäkeskustelun sijaan yksilöhaastattelun. Tämä haastattelutapa on mielestäni selkeämpi ja joustavampi vaihtoehto. Haastattelutyyppini on puolijäsennelty haastattelu eli esimerkiksi haastateltavat ihmiset ja kysyttävät kysymykset ovat ennalta määrättyjä (Räisänen 2013.)

Haastattelua sekä tulosten analysointia helpottamaan päätin myös nauhoittaa haastattelussa käydyn keskustelun. Halusin havainnoida tuloksia luonnollisessa ympäristössä, sillä näin minulla oli mahdollisuus tulkita haastateltavan ilmeitä ja kehonkieltä paremmin kuin esimerkiksi tavallisessa kyselyssä olisin kyennyt tekemään.

Haastattelut kestivät noin 10- 20 minuuttia ja olivat erittäin hyödyllisiä sekä monipuolisia ajatellen tutkimusongelmaani. Haastateltavat olivat rentoja ja vastailivat kysymyksiin luontevasti. Haastatteluista jäi kaikin puolin hyvä vaikutelma.

### **6.3 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti**

Tutkimusta tehtäessä pyritään saamaan selville kuinka luotettava ja pätevä tutkimus on. Näiden arvioimiseen on olemassa erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja;

Reliabiliteetti mittaa kuinka tarkkoja ja pysyviä saadut tutkimustulokset ovat. Esimerkiksi jos jotakin asiaa tutkitaan usealla eri kerralla ja tulos on silti sama, voidaan sanoa että tulos on reliaabeli eli luotettava. Validiteetti taas tarkoittaa pätevyyttä ja sillä pyritään saamaan selville ovatko mitatut asiat sellaisia, joita haluttiinkin mitata. Esimerkiksi haastattelussa voi olla mahdollisuus, että vastaaja ymmärtää haastattelijan kysymykset väärin, jolloin validiteetti horjuu ja vastaukset eivät ole täysin sitä, mitä haettiin. (Hirsjärvi ym. 2004, 216–217.)

Sain tutkimukseeni haastatteluja kuudelta eri henkilöltä, jos olisin haastatellut esimerkiksi vain kahta henkilöä, ei tutkimus olisi niin luotettava kuin se on nyt. Haastattelemalla sain tarkkoja vastauksia kysymyksiin, joihin halusinkin saada vastaukset. Virhemarginaalia ei juuri ollut, sillä kaikki kuusi haastateltavaa vastasi

kaikkiin kysymiini kysymyksiin, vaikka joidenkin vastaukset olivatkin tietyissä kysymyksissä hieman niukempia. Tulokset ovat melko tarkkoja, sillä vastaajat ovat vastanneet kysymyksiin henkilökohtaisesti minulle ja olen itse esittänyt kysymykset heille.

Tutkimustulokset eivät ole välttämättä kovinkaan pysyviä, sillä jo tulevana helmi-kuuna Vaasaan matkustaa ryhmä venäläisiä turisteja, jotka tulevat asumaan vaasalaisiin majoitusliikkeisiin ja vierailemaan kaupungin eri kohteissa. Tämä siis tarkoittaa sitä, että jo muutaman kuukauden kuluttua haastatteluuni vastanneilla saattaa olla eri näkemys jostain kysymästäni asiasta, jolloin uudestaan tutkittuna tulos voisi olla erilainen eli tämän teorian mukaan tutkimus ei olisi niin luotettava kuin sen pitäisi olla.

Kaikkiin kysymyksiin ei tietenkään voida tietää täysin oikeaa vastausta ja tämän vuoksi tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus saattaa horjua. Esimerkiksi kysymykseen ”*Millaisista palveluista venäläiset ovat kiinnostuneita?*” voidaan saada mahdollisesti vain arvioita vastauksiksi. Kyselyni kysymykset olivat suhteellisen selkeitä ja suurimpaan osaan niistä vastaajien oli helppo vastata. Kaikki kysymykset olivat avoimia kysymyksiä, joten niihin on kuitenkin hieman haasteellisempi vastata kuin esimerkiksi strukturoituihin kysymyksiin, joissa on vaihtoehdot valmiina. Vaikka kysymyksiin saikin vastata melko laajasti, oli tulokset silti suhteellisen helppo analysoida.

Tutkimuksen validiteetti on hyvä, sillä haastattelun kysymykset olivat sellaisia, joihin vastausta haettiin. Pääasiassa vastaajat ymmärsivät kysymykset heti, mutta jos heillä oli vaikeuksia ymmärtää jokin kysymys, selvensin sitä tietenkin heille muun muassa apukysymyksiäni avulla. Tosin haastatteluja tehdessäni huomasin, että kysymyksiä olisi voinut muokata eri kohderyhmiä varten hieman eri tavalla. Esimerkiksi kysymyksissä oli yleensä ”*Onko teidän yrityksellenne...? tai Onko yrityksenne valmis...?*”, kun siinä olisi voinut lukea myös esimerkiksi ”*Onko Vaasalla...?*”. Jouduin siis haastattelutilanteessa hieman muokkaamaan kysymyksiäni eri muotoon, jotta sain oikeanlaisia vastauksia. Tämä ei kuitenkaan horjuttanut validiteettia, sillä sain kysymyksiin hyviä ja totuudenmukaisia vastauksia.



Kokonaisuudessaan tutkimuksen luotettavuus on kuitenkin hyvä, sillä sain vastauksia matkailun eri toimijoilta, enkä vain esimerkiksi pelkästään hotelleista, jolloin tulokset olisivat olleet mahdollisesti suppeampia ja näin ollen ei niin luotettavia.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Seuraavaksi käyn läpi ja analysoin tutkimuksen tulokset. Tutkimuksen tekemiseen tarvittavat haastattelut saatiin toteutettua noin kahdessa viikossa ja haastatteluja saatiin kerättyä kuusi kappaletta. Jokainen haastattelu nauhoitettiin ja niistä tehtiin muistiinpanoja, näin varmistettiin, että tietoja on mahdollisimman paljon ja että ne ovat tarkkoja.

### 7.1 Taustatiedot

Tutkimukseen haastatellut henkilöt olivat jollain tavalla sidoksissa matkailuun sekä heillä oli jonkinlaista tietoa tai tilastoja liittyen tutkimusongelmaani. Haastattelut suoritettiin haastateltavien työpaikoilla ja työhuoneissa, yleensä paikoissa, joissa oli mahdollisimman vähän taustahälinää. Muutaman haastattelun nauhoituksista puheesta oli kuitenkin hieman vaikea saada selvää, sillä taustahälyä oli jonkin verran, kuten radio tai asiakkaiden puheensorina. Näistä huolimatta sain kuitenkin kaikista haastatteluista selvää ja sain litteroitua ne auki. Litterointi tarkoittaa siis puhutun tekstin kuten haastattelun saattamista kirjoitettuun tekstimuotoon. (Hirsjärvi ym. 2004, 210) Tässä tapauksessa litteroin eli kirjoitin haastattelut puhtaaksi Word-asiakirjaksi helpottamaan haastatteluiden läpikäymistä ja analysointia sekä tulostin litteroidut haastattelut, jotta minun olisi helpompi käydä niitä läpi ja tehdä yhteenvetoja.

### 7.2 Tulokset

Tutkimukseeni vastauksia sain siis kuudelta vaasalaiselta matkailun toimihenkilöltä. Haastattelin neljää miestä ja kahta naista. Käyn vastaukset läpi kysymyskerälläan kyselylomakkeen mukaisessa järjestyksessä ja analysoin tuloksia sen mukaisesti.

*Millainen kehitys Vaasassa on viime vuosina ollut ajatellen venäläismatkailijoita?*

Tällä kysymyksellä halusin selvittää, onko Vaasassa venäläisturisteja ja millainen kehitys on ollut verrattuna edellisvuosiin. En kuitenkaan halunnut kysyä tätä suoraan, joten muotoilin kysymyksen hieman eri tavalla.

Kysymys ei ollut vastaajille kovinkaan vaikea. Suurin osa oli sitä mieltä, että pientä kehitystä on ollut havaittavissa, mutta venäläismatkailijoita on edelleen Vaasassa hyvin vähän. Tarkkoja lukuja Vaasan venäläisturisteista haastateltavilla ei ollut tiedossa, mutta sain kuitenkin selville, että vuonna 2013 (tammi-elokuu) venäläismatkailijoiden yöpymisten kokonaismäärä Pohjanmaalla oli 2560 yöpymistä eli viime vuoteen verrattuna +130 venäläistä yöpyjää. Vastaajat ajattelivat kehitystä myönteisenä Vaasan kannalta.

*Miten kuvailisit Suomeen matkustavia venäläismatkailijoita?*

Tähän kysymykseen käytin tarvittaessa apu-/ tukikysymyksiä; Millaisia venäläismatkailijoita on Vaasassa ja kyseisessä yrityksessä. Halusin tällä kysymyksellä saada hieman yleisempää kuvaa, mitä haastateltavat ajattelevat Suomeen matkustavista venäläisistä sekä apukysymyksiä käyttäen tietää, ovatko Vaasaan matkustavat venäläiset samantyyppisiä vai löytyykö suuriakin eroavaisuuksia.

Yleisesti Suomeen matkustavia venäläismatkailijoita vastaajat kuvailivat hyvinvoiviksi, taloudellisesti pärjääviksi, shoppailijoiksi, kylpylälomailijoiksi sekä huonon kielitaidon omaaviksi. Vaasaan ja haastateltavien yrityksiin matkustavat venäläiset olivat haastateltavien mukaan perheitä, pariskuntia sekä muutamia liikematkailijoitakin löytyi. Tarkemmin muutama haastateltava kertoi Vaasassa vieraillevien venäläisten olevan luonnosta kiinnostuneita. Mielenkiintoisena, mutta myös järkeenkäypänä ajatuksena kävi ilmi, että länteen asti etsiytyvät venäläiset ovat erityyppisiä kuin itäisessä ja eteläisessä Suomessa matkailevat, he ovat esimerkiksi nähneet ja tutustuneet jo muuhun Suomeen ja haluavat nyt kokea uutta.

*Millaiset valmiudet juuri teidän yrityksellänne on vastaanottaa venäläismatkailijoita? Millaiset mahdollisuudet, uhat, vahvuudet ja heikkoudet koette yrityksellänne olevan (ajatellen venäläismatkailijoita)?*

Näillä kysymyksillä halusin saada selville, että riittävätkö yrityksen tai ylipäättään Vaasan valmiudet/ resurssit esimerkiksi kielitaito vastaanottamaan venäläisturisteja. Halusin haastatellessani tuoda myös esille SWOT- mallin, eli millaiset mahdol-

lisuudet, uhat, vahvuudet sekä heikkoudet haastateltavan mielestä yrityksellä/ Vaasalla on, kun ajatellaan venäläisiä matkailijoita.

Haastateltavat olivat yleisesti sitä mieltä, että Vaasa on valmis vastaanottamaan venäläisturisteja, mutta kehittämisen varaa on, sillä venäjän kielen taito ei riitä suurimmassa osassa vaasalaisia yrityksiä ja sitä tulisi näin ollen parantaa. Muutamilla yrityksillä venäjänkielistä infoa kyllä löytyy, mutta sitä tulisi silti vielä lisätä ja kehittää.



**Kuvio 5.** Vaasan alueen SWOT- malli ajatellen venäläismatkailijoita.

SWOT- mallin mukaisesti *mahdollisuudet* Vaasalla sekä yrityksillä vastaajien mukaan ovat hyvät ajatellen venäläisiä; paikat soveltuvat hyvin venäläisasiakkail-

le, Vaasa on monikulttuurinen kaupunki eli täällä on jo totuttu ulkomaalaisiin ihmisiin. Vaasasta Ruotsin Uumajaan kulkeva merireitti on haastateltavien mukaan hyvä mahdollisuus venäläisten houkuttelemiseen. Muutama vastaaja piti Vaasan mahdollisuutena mahdollista viisumivapautta, sillä venäläismatkailijoiden määrä voisi jopa nelinkertaistua ja ennen kaikkea se voisi tuoda mukanaan uusia työpaikkoja. Myös Sininen tie voisi olla hyvä mahdollisuus Vaasalle.

Vaasan sekä yritysten *vahvuuksista* löytyi monia erilaisia, mutta hyviä ajatuksia. Esimerkiksi valmiit tuotepaketit auttavat, niitä markkinoidaan Suomen sekä Ruotsin markkinoille, miksei siis myös Venäjälle. Erilainen tuotekonsepti sekä tulkkauspalvelu kilpailijoihin verrattuna nähdään vahvuutena. Vaasan saaristoa, ravintolatarjontaa sekä yllättäen sijaintia pidettiin vahvuutena, sillä jotkut venäläiset haluavat uutta ja erilaista. Mainittiinpa vahvuutena myös Vaasan ainoa kylpylähoitelli, sillä venäläiset etsivät tunnetusti kylpylöistä vastapainoa esimerkiksi shop-pailulle.

*Heikkouksia* ajatellen vastaajat olivat erittäin yksimielisiä siitä, että venäjän kielen taito on Vaasan ja sen yritysten tärkein heikkous. Venäjänkielistä henkilökuntaa sekä materiaalia on minimaalisesti koko Vaasassa, markkinointia venäjäksi tarvittaisiin ehdottomasti lisää.

*Uhkana* moni haastateltava piti Vaasan sijaintia. Tarjontaa venäläisille löytyy monipuolisesti Vaasaa lähempääkin. Venäjän rajalta Länsi-Suomeen, matkan varrella on paljon kohteita, joihin mennään ennen Vaasaa. Vaasa on siis yksinkertaisesti kaukana venäläisille, sillä heidän täytyy ensin ajaa ”Suomen läpi” päästäkseen kohteeseen. Uhkana voitiin myös pitää mahdollista matkustamisen ”hankaloittamista” eli esimerkiksi juna- ja lentoliikenteen vähenemistä tai loppumista kokonaan.

*Millaisia erityisvalmisteluita venäläisturisteja varten tehdään? Oletteko valmiit lisäämään jotain palveluihinne, jos venäläismatkailijat niin haluavat?*

Tämän kysymyksen halusin kysyä, sillä minua kiinnosti ja halusin saada työhöni tietoa siitä, vaativatko venäläiset matkailijat yleensä erityiskohtelua ja ovatko

matkailualan yritykset todella valmiita tekemään mahdollisia ”erityisvalmisteluita” juuri heitä varten.

Haastateltavat olivat pääasiassa valmiita lisäämään jotain uutta palveluihinsa tai tekemään hieman valmisteluja venäläisturisteja varten. Esimerkiksi erilaisia tulkkauspalveluita ehdotettiin asiakastilanteiden tueksi helpottamaan keskustelua, kuten opaspankki, joka olisi helposti saatavissa esimerkiksi hotellin aulassa tai vastaanotossa ja jonka voisi tarvittaessa soittaa esimerkiksi tunniksi apuun. Myös erilaista venäjänkielistä neuvontaa ja opastusta oltaisiin valmiita lisäämään.

Muutamassa yrityksessä päivitettiin parhaillaan tai oltiin valmiita muokkaamaan kotisivuja myös venäjäksi, mikä auttaisi huomattavasti venäläistä asiakasta esimerkiksi matkaa varatessa. Eräässä yrityksessä oli laajennettu jopa matkamuistovalikoimaa venäläisturisteja varten. Tämän kysymyksen tulosten mukaan yrityksillä siis on valmiuksia ja halua tehdä jonkinlaisia valmisteluja mahdollisia venäläismatkailijoita varten, mutta mitään kovin suurta ei olla valmiita tekemään ainoastaan venäläisten turistien vuoksi.

*Miten suhtaudutte venäläismatkailijoihin yrityksessänne?*

Tämän kysymyksen tarkoitus oli olla suora ja selkeä. Halusin saada selville, onko suhtautuminen venäläisiin positiivista vai negatiivista, onko yrityksillä tai Vaasalla edes halua vastaanottaa venäläisiä matkailijoita?

Vastaukset olivat yleisesti ottaen myönteisiä; haastateltavilla oli positiivinen suhtautuminen venäläismatkailijoihin ja he olivat sitä mieltä, että venäläiset ovat asiakkaita siinä missä muutkin eli heitä kohdellaan samalla tavalla kuin muitakin asiakkaita. Vastajat pitivät venäläisiä tärkeänä asiakasryhmänä, mutta eivät kokeneet heidän erottuvan muusta asiakasmassasta merkittävästi. Muutamat olivat sitä mieltä, että heidän kulttuuriaan ei vielä kovin hyvin tunneta täällä länsirannikolla, joten kulttuuriymmärtämistä on parannettava ja henkilökuntaa koulutettava.

*Miten Vaasaan ja sen lähialueille saataisiin lisää venäläisiä matkailijoita?*

Tällä kysymyksellä halusin selvittää haastateltavieni mielipiteitä, mikä heidän mielestään saisi venäläismatkailijat liikkumaan myös läntiseen Suomeen. Ja mitä Vaasan ja sen yritysten tulisi tehdä vakuuttaakseen venäläisen matkailijan valitsemaan matkakohdeekseen Vaasan.

Eriäviä mielipiteitä löytyi tästäkin aiheesta, mutta myös jonkin verran samaa. Muutama vastaaja oli sitä mieltä, että markkinointia Venäjän puolelle tulisi rohkeasti lisätä, esimerkiksi internetissä ja sosiaalisessa mediassa. Yhteistyötä kannatettiin, esimerkiksi matkanjärjestäjien sekä hotelleiden kanssa, sillä yrityksen ei ole kovin helppo lähteä yksin ulkomaanmarkkinoille, vaan juuri yhteistyöllä pääsee usein pitkälle. Pääasiassa vastaajien kesken nousi Vaasan hyvinä puolina ja mahdollisina markkinointikeinoina ja -kohteina; maailmanperintökohde, luontomatkailu sekä kalastusmahdollisuudet.

*Kehitysehdotuksia venäläisturisteja varten:*

- Aktiivisemmin markkinointia Venäjän puolelle
- Lisää venäjänkielistä palvelua
- Yhteistyötä hotellien ja ohjelmapalveluyritysten välillä
- Rohkeasti mallia muista paikoista, joissa venäläisturistit vierailevat
- Luontomatkailun merkitys
- Vaasa- Uumaja – risteilyn mahdollisuus
- Mainostetaan ja kehitetään jotain, mitä muilla ei vielä ole

Helmikuussa 2014 Vaasaan on tulossa ryhmä venäläisiä, jotka asustelevat viikon ajan Vaasassa, kiertelevät eri paikkoja, shoppailevat ja niin edelleen. Heille on määrätty tietty ohjelma, jonka mukaan he tulevat toimimaan viikon ajan, mutta ohjelmaan sisältyy tietenkin myös vapaa-aikaa. Tämän jälkeen venäläiset kirjoittavat näkemästään ja kokemastaan pääasiassa blogeihin. Tämän katsotaan olevan hyvä tapa markkinoida Vaasaa ja sen lähialueita ja mahdollisesti luoda tällä tavoin hyvä kuva Vaasasta.

*Nykyään puhutaan paljon blogeista ja bloggaamisesta, niitä yhdistetään yhä enemmän matkailuun ja sen edistämiseen. Mitä mieltä itse olette blogeista? Voisiko se edistää matkailua juuri teidän yrityksessänne (Vaasassa)?*

Tämän kysymyksen avulla halusin selvittää, mitä vastaajat yleensäkin ajattelevat blogeista, ovatko blogit positiivinen vai negatiivinen asia. Halusin myös tietää, ovatko haastateltavat ja heidän yrityksensä valmiita vastaanottamaan venäläisiä bloggaajia, jos olisi mahdollisuus.

Vastaajat ajattelivat yleisesti erittäin positiivisesti bloggaamisesta ja blogeista matkailun edistämistarkoituksessa. Heidän mielestään bloggaaminen on hyvä ja kiinnostava tapa markkinoida, sillä tieto blogien kautta leviää nopeasti. Tosin tämä voi olla myös huono asia, jos esimerkiksi jossakin blogissa on kirjoitettu jostakin yrityksestä tai paikasta negatiiviseen sävyyn. Tämä herätti muutaman ajatuksen siitä, onko bloggaaminen sittenkään niin hyvä tapa markkinoida, sillä se ei ole vielä kovin kehittynyttä.

Kiinnostavaa keskustelua mahdollisten venäläisten bloggaajien vierailusta kuitenkin syntyi, ehdotettiin esimerkiksi, että venäläiselle asiakkaalle voitaisiin antaa heti hotelliin tultaessa esite käteen, jossa olisi tietoa, missä paikoissa Vaasassa kannattaisi vierailla ja mistä asioista blogata. Haastateltavat olivat miltei yksimielisiä siitä, että bloggaaminen edistäisi matkailua Vaasassa ja yritykset hyötyisivät siitä. Haastatteluista kävi ilmi myös aiemmin mainittu venäläisten matkailijoiden vierailu Vaasaan tulevana helmikuuna, mikä tulee varmasti olemaan mielenkiintoinen ja toivottavasti myös positiivinen tilaisuus Vaasalle sekä sen yrityksille.



*Jos ajatellaan erilaisia matkailupaketteja, millainen paketti olisi mielestänne hyvä ja toimiva venäläismatkailijoille ja ehkä muillekin ulkomaalaisille turisteille? Millaisista palveluista venäläiset ovat kiinnostuneita?*

Halusin tällä kysymyksellä lähteä selvittämään, millaisia paketteja haastateltavat tarjoaisivat venäläisille matkailijoille ja mikä venäläisiä oikeasti voisi kiinnostaa Vaasan alueella.

Vastauksia tähän kysymykseen tuli monipuolisesti, mutta nimenomaan luontoon liittyvää matkailua painotettiin. Yleisesti oltiin sitä mieltä, että paketteja, joissa luonto on pääosassa ja erityisesti Unescon maailmanperintökohde Merenkurkun saaristossa kiinnostaisivat varmasti venäläisiä. Matkailupaketit, jotka ovat ”helppoja” eli ne on helppo varata ja käyttää olisivat toimivia venäläismatkailijoille. Kysyin myös haastateltaviltani voisiko Vaasa- Uumaja – risteilyn sisältävä paketti houkutella venäläisiä Vaasaan ja pääasiassa ajateltiin, että kyllä voisi houkutella.

Vastaajien mielestä hinta ei ole tärkein tekijä venäläisturisteille paketteja mietittäessä, vaan laatu ratkaisee. Mallia Vaasa ja sen matkailuyritykset voisivat ottaa esimerkiksi Lapista, missä majoitus ja ohjelmalvelut ovat samassa konseptissa eli majoitus- ja ohjelmalvelut tekevät yhteistyötä. Esimerkiksi matkailupaketit, joissa majoituksen lisäksi kesäisin olisi saaristoristeilyjä ja talvisin moottorikelkkasafareja, herättäisivät erityisesti venäläisten mielenkiinnon. Kommenttia tuli myös siitä, että ennen kaikkea tulisi miettiä ja ottaa selvää, mikä asiakasta kiinnostaa ja kysyä tämän mielipidettä, sillä usein luodaan vain tuote tai palvelu eikä ehkä mietitä tarpeeksi mitä asiakas todella haluaa.

*Mikä saa mielestänne venäläismatkailijan valitsemaan matkakohteekseen Suomen ja juuri Vaasan?*

Tämä kysymys on tavallaan jatkoa edelliseen kysymykseen ja täydentää sitä hieman. Kysymyksen avulla halusin tietää, mikä haastateltavan oman tiedon ja kokemuksen perusteella kiinnostaa venäläistä matkailijaa koko Suomessa ja mikä puolestaan Vaasassa. Tiesin, että en saisi niin totuudenmukaisia vastauksia, kuin

ehkä oikealta venäläisturistilta olisin saanut, mutta halusin silti tietää haastateltavieni näkemyksen asiaan.

Vastaajien mielestä venäläinen valitsee Suomen matkakohteekseen hyvien yhteyksien ja läheisyyden vuoksi sekä hyvien palveluiden, laadukkuuden, siisteyden ja turvallisuuden takia. Vaasa matkakohteena kiinnostaisi venäläisiä edellä mainittujen luonnon ja maailmanperinnön vuoksi, mutta myös sukulaisten ja tuttavien luona vierailun sekä uuden kokemuksen pohjalta. Tämä kysymys osoittautui ehkä hankalimmaksi ja vastauksiakin tuli niukasti.

*Millaisena näet tulevaisuuden venäläismatkailussa Vaasan seudulla?*

Kysymyksen avulla halusin selvittää, mitä mieltä haastateltavat ovat rehellisesti ottaen Vaasan alueen tulevaisuudesta ajatellen venäläismatkailijoita ja -matkailua. Halusin tietää, onko realistista ajatella, että Vaasa ja sen lähialueet saisivat lähivuosina lisää venäläisiä matkailijoita.

Yleisesti ajateltiin, että Vaasalla on potentiaalia vastaanottaa venäläisiä asiakkaita. Suurin osa vastaajista uskoi, että venäläismatkailu kasvaa ja kehittyy tulevina vuosina myös Vaasassa. Uskottiin, että laivaliikenne Ruotsiin on omalla tavallaan avainasemassa venäläismatkailun kehittymisessä. Muutama toivoi, että Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevan Ähtärin venäläisistä asiakkaista saataisiin jatkumo mahdollisesti myös Vaasaan asti, mutta se vaatisi tietenkin erilaisia toimenpiteitä kuten markkinointia.

*Viisumivapaus on ollut viime aikoina yleinen puheenaihe. Miten luulet mahdollisen viisumivapauden vaikuttavan matkailuun Suomessa?*

Halusin ajankohtaisen keskusteluaiheen eli viisumivapauden mukaan haastateltuihini. Halusin selvittää, ovatko haastateltavat ylipäättään tietoisia muutaman vuoden kuluttua mahdollisesti toteutuvasta viisumivapaudesta. Saadakseni tarkemman vastauksen tähän kysymykseen, kysyin haastateltavilta myös mitä mieltä he ovat Vaasan tilanteesta eli vaikuttaisiko viisumivapaus venäläismatkailijoiden määrään myös Vaasassa.

Vastaajat olivat pääasiassa sitä mieltä, että mahdollinen viisumivapaus tulee vaikuttamaan venäläismatkailijoiden määrään Suomessa, mutta myös Vaasassa. Vastaajien mielestä viisumivapaus vaikuttaisi myönteisesti ja kasvattaisi venäläismatkailijoiden määrää Etelä- ja Itä- Suomen lisäksi myös lännessä ja Vaasassa, sillä idän ”venäläistungos” siirtyisi kohti länttä, koska liikkuminen maasta toiseen ei olisi enää niin hidasta. Toki tämä vaatisi Vaasalta omaa aktiivisuutta. Myös eriävää mielipidettä asiaan löytyi, sillä jotkut olivat sitä mieltä, että mahdollinen viisumivapaus ei tulisi vaikuttamaan Vaasassa asti, vaan se lisäisi entisestään rajamatkailua.

## 8 JOHTOPÄÄTÖS

Tekemäni tutkimus antaa melko selkeän kuvan siitä, onko Vaasan alueella venäläismatkailijoita ja esimerkiksi siitä, ovatko Vaasa ja sen yritykset valmiita vastaanottamaan venäläisiä matkailijoita. Tutkimus siis vastaa sitä, mitä lähdin hakemaan eli lisää tietoa venäläismatkailusta Vaasan alueella.

Vaasassa venäläismatkailu ei siis ole vielä kovin kehittynyttä, se on itse asiassa erittäin vähäistä, mutta sen kuitenkin uskotaan olevan kasvussa. Venäläisten määrä Vaasan alueella on erittäin pieni ja heistä ja heidän kulttuuristaan tiedetään tällä alueella paljon vähemmän kuin esimerkiksi eteläisessä Suomessa. Tämä on hyvä tietää, jotta osattaisiin ottaa enemmän selvää venäläisistä matkailijoista ja heidän kulttuuristaan ja tällä tavoin markkinoida Vaasaa oikeille kohderyhmille.

Etelä-Suomeen ja Vaasaan matkustavat venäläiset ovat melko samanlaisia, mutta eroavaisuuksia kuitenkin löytyy. Vaasan alueelle matkustavat venäläiset ovat yleensä perheitä ja pariskuntia, jotka viipyvät muutaman yön kaupungissa lomailen, kun taas etelään ja itään matkustetaan usein pelkästään yhden päivän ostoreissuille. Suomeen matkustavat venäläiset ovat siis hyvin pärjääviä, heillä on talous kunnossa, mutta kielitaidossa vielä parannettavaa. Vaasaan asti etsittyviä kiinnostaa todennäköisesti uuden näkeminen ja kokeminen sekä he ovat kiinnostuneita luonnosta.

Vaasalaisilla yrityksillä ja Vaasalla itsellään katsotaan olevan hyvät resurssit venäläisturistien vastaanottamiseen, ainoastaan venäjän kielen taito nähdään erittäin huonona ja sitä tulisi näin ollen ehdottomasti parantaa, jos halutaan saada lisää venäläisiä asiakkaita. Vaasan mahdollisuuksina nähtiin muun muassa monikulttuurisuus sekä merireitti Ruotsiin. Vahvuuksia Vaasalla on ainutlaatuinen saaristo ja maailmanperintö sekä yrityksillä hyvät ja valmiit tuotepaketit sekä muutamalla tarpeen mukaan avuksi otettava tulkkauspalvelu. Heikkouksina nähtiin yksimielisesti kielitaito, eli koko Vaasan ja sen yritysten olisi ehdottomasti parannettava venäjän kielentaitoaan saadakseen itänaapurista lisää asiakkaita. Uhkana todettiin olevan Vaasan ja Venäjän pitkä välimatka. Pääasiassa oltiin sitä mieltä, että venä-

läinen asiakas valitsee ennemmin lähempää löytyvän tarjonnan, kuin matkustaa kaukana sijaitsevaan Vaasaan.

Venäläisiä matkailijoita varten ei tehdä sen suurempia valmisteluita. Jos tarve niin vaatii, ollaan silti valmiita lisäämään jotain palveluihin. Joissakin yrityksissä on jo tehty muutamia muutoksia, kuten käännetty kotisivuja venäjäksi ja lisätty matkamuistotarjontaa. Vaikka venäläiset eivät vaatisikaan erityisiä palveluita tai muuta vastaavaa, tuovat silti pienet ”erityisvalmistelut” ja lisäykset tuotteeseen tai palveluun heti lisäarvoa venäläiselle asiakkaalle, mikä saattaa vaikuttaa positiivisesti ostopäätökseen ja esimerkiksi majoitusliikkeen valintaan.

Venäläismatkailijoihin suhtaudutaan Vaasan alueella aivan kuten muihinkin asiakkaisiin, heitä ei kohdella eri tavalla, vaikka ovatkin tärkeä ja merkittävä asiakasryhmä. Tosin muut asiakkaat saattavat suhtautua venäläisiin joskus hieman epäilevin mielin, mutta yleiskuva venäläisistä on tällä alueella hyvä. On positiivinen asia, että venäläisiä kohdellaan kuten muitakin asiakkaita, sillä venäläiset eivät kummempin piittaa tuotteista tai palveluista, jotka on räätälöity juuri heitä varten, vaan he haluavat useimmiten samanlaista kohtelua kuin muutkin asiakkaat saavat.

Markkinoinnilla katsotaan olevan iso rooli siinä, kuinka Vaasan alueelle saataisiin enemmän venäläisiä matkailijoita. Vaasa ja sen yritykset eivät voi olettaa saavansa uusia asiakkaita Venäjältä, jos markkinointiin ei panosteta nykyhetkeä paremmin. Yhteistyöllä saataisiin mahdollisesti enemmän ja parempia tuloksia aikaan. Luonto on vastaajien mukaan tärkeä houkutin, sen avulla ja sitä markkinoimalla saataisiin Vaasaan lisää venäläisturisteja. On tärkeää tietää ja tiedostaa ne asiat, millä tavoin Vaasa tosiaan saisi enemmän venäläisiä asiakkaiksi. Kun nämä asiat ovat tiedossa, on helpompi lähteä toteuttamaan hanketta ja houkutella venäläiset myös Vaasaan.

Blogeista oltiin yleisesti positiivista mieltä ja niiden uskottiin edistävän matkailua. Mahdollisista bloggaajista Vaasassa ja sen majoitusliikkeissä koettiin hyvänä asiana ja oltiin erittäin innostuneita siitä, että bloggaajat voisivat asustella muutama päivän vaasalaisissa majoitusliikkeissä ja kirjoitella sitten kokemuksistaan omiin blogeihinsa. Ainoastaan hieman epäilystä herätti blogien uutuus ja niiden

kehittyneisyys, ovatko ne välttämättä sittenkään hyvä tapa markkinoida aluetta ja sen palveluita. Blogit ovat kuitenkin tämän päivän yleinen puheenaihe ja etenkin nuoret lukevat niitä. Niillä on matkailua edistävä vaikutus, joten mikseivät Vaasa ja sen majoitusliikkeet ja muut yritykset voisi hyödyntää tätä yhtenä markkinointikeinona.

Matkailupaketeista kysyttäessä oltiin miltei yksimielisiä siitä, että jollain tavalla luontoon liittyvä paketti olisi hyvä ja toimiva venäläisille matkailijoille. Pidettiin myös tärkeänä sitä, että paketti on helposti varattavissa ja saatavilla, mutta hinnalla ei katsottu olevan suurta merkitystä. Mahdollinen Vaasa-Uumaja – risteilyn sisältämä matkailupaketti sai myös kannatusta ja voisi toimia venäläisille turisteille kuin muillekin ulkomaalaisille. Erittäin tärkeä ja merkittävä huomio kuitenkin oli, että asiakkaan mielipidettä tulee kysyä ja kuunnella paketteja suunniteltaessa esimerkiksi kyselyjen avulla. Vaikka Vaasassa venäläismatkailijoita ei kauheasti olekaan, on hyvä, että tiedetään millaisista paketeista he voisivat olla kiinnostuneita ja halutaan luoda tai muokata juuri heille sopiva paketti, jos sellaista ei vielä ole. Matkailupaketteja tehtäessä olisi tietenkin aina hyvä tietää kohderyhmän toiveet ja tarpeet, jotta mielikuvat ja kokemukset tuotteesta tai palvelusta ovat asiakkaalle halutunlaisia.

Vastaajien oli selkeästi helpompi vastata, minkä vuoksi venäläinen valitsee matkakohteeseen Suomen kuin miksi hän valitsisi matkakohteeksi Vaasan. Suomi siis muun muassa lyhyen välimatkan, turvallisuuden ja palveluiden vuoksi, mutta tietoa siitä, miksi venäläinen turisti valitsisi juuri Vaasan matkakohteeseen, ei juuri ollut. Suurin osa vastauksista on siis vain olettamuksia, että venäläinen valitsee Vaasan matkakohteeksi muun muassa maailmanperintökohteen ja yleisesti kauniin luonnon vuoksi sekä silloin, kun haluaa kokea jotain uutta jo nähtyjen paikkojen lisäksi. Kuten jo aiemmin mainitsin, on hyvä tietää ja selvittää mikä Vaasassa venäläisiä voisi kiehtoa. Tähän tietenkin voitaisiin saada tarkempaa tietoa haastatteleamalla itse venäläisiä. On myös tärkeää, että vaasalaiset matkailualan toimijat tietävät, mikä Vaasassa ulkomaalaisia kiinnostaa, jotta osaavat lähteä tekemään esimerkiksi oikeanlaista matkailupakettia.

Tulevaisuus Vaasan venäläismatkailussa nähtiin hyvinkin valoisana. Oli hienoa huomata, että vastaajilla oli luottoa oman kaupunkinsa viehättävyyteen ja vetovoimaan. Venäläismatkailun siis nähdään vuosi vuodelta kasvavan ja kehittyvän Vaasan alueella, eikä uskota, että se olisi laskemassa. Tällaisessa tilanteessa, kun venäläisiä asiakkaita ei juuri ole, mutta niitä halutaan lisää, on tärkeää, että asenne on kohdallaan ja osataan ajatella positiivisesti. Vaikka Vaasa on kaukana Venäjän rajasta, on hyvä että alueen yrittäjät ovat silti vastaanottavaisia ja haluavat uskoa, että venäläisiä matkailijoita riittää myös länteen saakka.

Mahdollisen viisumivapauden uskottiin ehdottomasti vaikuttavan matkailuun Suomessa. Sen uskottiin jopa nelinkertaistavan matkustajamääriä Vaasassa. Mahdollisella viisumivapaudella ajatellaan siis olevan positiivinen vaikutus myös Vaasaan, sillä itärajan tungos voi hyvin valua länsirannikolle asti. Jos viisumivapaus toteutuu ja rajan ylittäminen Venäjältä Suomeen käy yhä helpommaksi, se nostattaa matkustajamääriä varmasti myös Vaasassa. Tässä tapauksessa olisi hyvä nostaa katse tulevaan ja pohtia esimerkiksi sitä, mitä Vaasan alueella kannattaisi kehittää ja mihin panostaa mahdollisen venäläisturistien massan vyöryessä kohti läntistä Suomea.

Jatkotutkimuksia ajatellen tutkimuksen kohteena voisi hyvin olla venäläiset matkailijat Vaasassa eli tutkittaisiin heidän mielipiteitään Vaasaan ja sen matkailuun liittyen. Hyvä mahdollisuus voisi olla tehdä haastattelu tai kysely Vaasassa aikaisemmin tai parhaillaan vieraileville venäläisille. Näin tutkimuksesta saisi tarkemman, toki sen luonnekin hieman muuttuisi. Nyt tutkimuksessa saatiin selville vaasalaisten matkailun toimijoiden mielipiteitä ja tietoa aiheesta, mutta olisi tietenkin mielenkiintoista saada itse Vaasassa vierailevilta venäläisiltä mielipide siitä, millainen matkakohde Vaasa heidän mielestään oikeasti on.

Jatkotutkimuksen voisi hyvin tehdä myös 2014 helmikuun jälkeen, jolloin ryhmä venäläisiä vierailee Vaasassa. Olisi mielenkiintoista tietää, muuttuvatko haastatteluvien mielipiteet sen jälkeen, kun asiakkaana on ollut hieman enemmän ja pidemmän aikaa venäläisiä kuin yleensä. Tulokset voivat edelleen pysyä lähes sa-

mana, mutta uusia näkökulmia tutkittavaan aiheeseen varmasti löytyisi myös pidemmän ajan kuluttua.

## 9 YHTEENVETO

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen ja erilainen, mutta myös haastava. Työni aiheen koin kiinnostavana, sillä olen itse opiskellut aikoinaan venäjää ja mahdollisesti tulen joskus työskentelemään venäläisten asiakkaiden parissa. Tutkimukseni avulla halusin tietoa juuri Vaasan alueen venäläismatkailusta, sillä tietoa siitä ei oikeastaan ole eikä sitä ole aikaisemmin juuri tutkittu. Koin tiedon etsimisen välillä hieman haastavaksi tämän vuoksi.

Mielestäni olen onnistunut opinnäytetyössäni melko hyvin ja saanut vastaukset kysymyksiini, joihin halusinkin. Haastattelut tutkimustani varten onnistuivat mielestäni erittäin hyvin ja sain toteutettua ne hyvässä aikataulussa. Monipuolisen haastattelulomakkeen avulla saatiin mahdollisimman laajoja sekä tarkkoja vastauksia. Henkilökohtaiset haastattelut olivat mielestäni juuri oikea tapa lähteä aihetta tutkimaan, sillä ne mahdollistivat muun muassa nopean vastausten saannin.

Tutkimuksessa siis selvisi, että Vaasa vastaanottaa mielellään venäläisturisteja sekä suhtautuminen heihin on positiivista. Ainoa mikä vastaajien mielestä puuttuu, on aktiivinen markkinointi Venäjän suuntaan sekä venäjänkielinen informaatio, mikä on Vaasassa erittäin niukkaa ja sitä tulisi ehdottomasti lisätä ja parantaa.

Opinnäytetyöni eteni ilman kummempia vastoinkäymisiä, vaikka tiedonsaanti tuottikin joskus hieman ongelmia. Työstäni voi olla mielestäni hyötyä Vaasan alueen matkailualan toimijoille, sillä siinä käy melko selkeästi ilmi missä Vaasalla on vielä kehittämisen varaa sekä mitkä asiat ovat hyvin ja mihin kannattaa panostaa jatkossakin mahdollisia venäläisiä matkailijoita ajatellen. Loppujen lopuksi voin sanoa olevani tyytyväinen lopputulokseen ja koen, että koko prosessista on hyötyä itselleni varmasti myös tulevaisuuden kannalta.



## LÄHDELUETTELO

Asukas, Riku, toimialajohtaja (hotellit ja ravintolat). Osuuskauppa KPO. Amarillo Vaasa 19.11.2013.

Backman, Maria, kongressipäällikkö. Vaasan kaupunki. Vaasan kaupungin hallintotalo 21.11.2013.

Björk, P; Mononen, J. 2013. One service fits all, are we ready for Russian tourists? Vaasa. HANKEN School of economics.

Botnia Events. 2013. Aktiviteetit. Viitattu 4.10.2013.  
<http://www.botniaevents.fi/?l=fi&p=aktiviteetit>

Check in Finland. 2013. Avaa oma Ru- palvelusi venäläisille matkailijoille. Viitattu 21.11.2013. <http://www.checkinfinland.ru/fi/mainostajalle>

Good news! from Finland. 2012. Suomi vetää venäläisturisteja. Viitattu 16.9.2013. <http://www.goodnewsfinland.fi/arkisto/teemat/venajan-kauppa/suomi-vetaa-venalaisturisteja/>

Hemmi, J. 1993. Oppikirja kotimaan matkailusta. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino.

Hirsjärvi, S; Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. 10.painos. Helsinki. Tammi.

Iltä-Sanomat. 2013. Pääkirjoitus: Alkavatko venäläiset kitsastella Suomessa? Viitattu 21.11.2013. <http://www.iltasanomat.fi/paakirjoitus/art-1288609938537.html>

Itävuori, M. 2010. Venäläismatkailija kaipaa luonnonrauhan lisäksi vauhtia. Viitattu 16.9.2013. <http://www.loviisansanomat.net/lue.php?id=4486>

Kokkola. 2013. Kokkolan Matkailu Oy. Viitattu 15.11.2013.  
[https://www.kokkola.fi/matkailu\\_2/fi\\_FI/loyda\\_kokkola/](https://www.kokkola.fi/matkailu_2/fi_FI/loyda_kokkola/)

Komi, Mikko, lentoaseman päällikkö. Vaasan lentoasema, Finavia. Vaasan lentoasema 18.11.2013.

Kosonen, R. 2010. Kulttuurierot asiakaspalvelussa. Viitattu 4.10.2013. [http://www.kehy.fi/filebank/454-venainen\\_kulttuuri\\_ja\\_kulttuurierot\\_020211.pdf](http://www.kehy.fi/filebank/454-venainen_kulttuuri_ja_kulttuurierot_020211.pdf)

Laakso, Erkki, toiminnanjohtaja. Pohjanmaan matkailu ry. Matkailutoimisto 18.11.2013.

Laja, P. 2012. 9 things to know about influencing purchasing decisions. Viitattu 3.10.2013. <http://conversionxl.com/9-things-to-know-about-influencing-purchasing-decisions/#>.

Lapin verkkosivut. 2013. Ruska. Viitattu 5.11.2013 <http://www.lappi.fi/syksy/ruska>

Lehtinen, S.; Schönberg, K. 2013. Venäläiset hakevat Presidenttiä Suomesta. Viitattu 4.12.2013. [http://yle.fi/uutiset/venalaiset\\_hakevat\\_presidenttia\\_suomesta/6608235](http://yle.fi/uutiset/venalaiset_hakevat_presidenttia_suomesta/6608235)

Levin matkailu. 2013. Lapinliitto. Viitattu 4.11.2013. <http://www.lappi.fi/matkailu/levi>

Liikenne- ja viestintäministeriö. 2013. LVM: n ja Venäjän yhteistyö. Viitattu 4.12.2013. <http://www.lvm.fi/venaja-asiat>

Lipasti, R. 2013. Myytin mukana. Postia sinulle - Postin asiakaslehti 1-13.

Luontoelämykset. 2013. Discovering Finland. Viitattu 8.10.2013. <http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/tietoa-suomesta/luontoelamykset/>

Luukkonen, Tuomas, toimitusjohtaja. Wasalandia Oy. Tropiclandia Vaasa 11.11.2013.

Maaseudun tulevaisuus. 2012. Kuka houkuttelisi venäläisturistit Länsi-Suomeen? Viitattu 10.12.2013. <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja->

[talous/kuka-houkuttelisi-ven%C3%A4l%C3%A4isturistit-l%C3%A4nsi-suomeen-1.30670](#)

Malankin, M. 2012. Venäläiset matkailun asiakkaina. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Viitattu 11.12.2013.

<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/53492/URNISBN9789515883469.pdf?sequence=1>

Meteorita. 2013. Söderfjärden. Viitattu 16.9.2013. <http://www.meteorita.fi/?lang=2>

Mäntyneva, M; Heinonen, J. & Wrangé, K. 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki. WSOY.

Obolgoviani, V. 2012. Mä mistä löytäisin sen venäläisen asiakkaan. Venäjän aika 4/2012.

Oksman, A. 2010. Kolme kiehtovaa kaupunkia länsirannikolla. Viitattu 15.11.2013.[http://www.kotimaassa.fi/index.php?article\\_id=1070&\\_from\\_id\\_=88](http://www.kotimaassa.fi/index.php?article_id=1070&_from_id_=88)

Pohjanmaan matkailu. 2013. Monipuolinen maakunta Pohjanmaa! Viitattu 11.12.2013. <http://www.pohjanmaanmatkailu.fi/fi/etusivu>

Raulo, M.; Tarssanen, S. 2013. Venäläismatkailijoiden virta levenee. Viitattu 4.10.2013.<http://www.experiencebusiness.fi/uutiset-ja-julkaisut/blogi/venalaismatkailijoiden-virta-levenee.html>

Reingolt, M. 2012. Markkinointi venäläisille voi pienemmälläkin panoksella tuottaa huomattavia tuloksia. Viitattu 20.11.2013. <http://www.editori.fi/myynti-markkinointi/markkinointi-venalaisille-voi-pienemmälläkin-panostuksella-tuottaa-huomattavia-tuloksia/#.UoyhWCdN24Y>

Räikkönen, J. 2013. Onko Varsinais-Suomi valmis venäläisten matkailijoiden virtaan? Viitattu 16.9.2013. <http://www.turunmatkailuakatemia.fi/?x103997=133057>

Räisänen, H. 2013. Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät. HAMK. Viitattu 30.10.2013. [http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/koulutus/Ylempi\\_AM\\_K\\_tutkinto/kudos/menetelmat/4\\_Kvalitatiiviset\\_tutkimusmenetelmaet.pdf](http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMK/koulutus/Ylempi_AM_K_tutkinto/kudos/menetelmat/4_Kvalitatiiviset_tutkimusmenetelmaet.pdf)

Silmäri, A. 2010. Luonnon rauha ja laadukkaat palvelut houkuttelevat itäturistia. Viitattu 10.12.2013. <http://www.loviisansanommat.net/paauutiset.php?id=4511>

Sininen Tie. 2013. Seikkailu halki Suomen. Viitattu 4.12.2013. <http://www.sinientie.fi/etusivu>

Suomen ulkoasiainministeriö. 2006. Suomi houkuttelee kokous- ja matkailumaa-  
na. Viitattu 22.11.2013. <http://www.finland.se/public/default.aspx?contentid=112602&nodeid=36125&contentlan=1&culture=fi-FI>

Suuralueprofilointi- työpaja. 2010. Mitä on Lappi? Rovaniemi. MEK. Viitattu 5.11.2013 [http://mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/f87a1dd0ff0c0964c22577a000340de9/\\$FILE/Rovaniemi\\_Ty%C3%B6pajan%20muistio.pdf](http://mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/f87a1dd0ff0c0964c22577a000340de9/$FILE/Rovaniemi_Ty%C3%B6pajan%20muistio.pdf)

TAK. 2013. Suomen vetovoimatekijät. Viitattu 2.1.2014. [http://www.tak.fi/wp-content/uploads/2013/11/02\\_liite\\_suomen\\_vetovoimatekijat.pdf](http://www.tak.fi/wp-content/uploads/2013/11/02_liite_suomen_vetovoimatekijat.pdf)

TAK. 2013. Venäläisten matkailu- Yhteenvedo matkailututkimuksista. Viitattu 10.12.2013. <http://www.kinno.fi/sites/default/files/Ven%C3%A4l%C3%A4isten%20matkailu%20Kaakkois-Suomeen%20%202025%20-%20luonnos.pdf>

Toimelias. 2012. Tax-Free myynti takoo ennätyksiä. Viitattu 4.10.2013. <http://www.toimelias.fi/fi/blogi/103-taxfreemyyntitakooennatyksia>

Vaasan kaupunki. 2013. Matkailu. Viitattu 4.10.2013. <http://matkailu.vaasa.fi/WebRoot/291396/Page.aspx?id=319148&parentaktiiviteetti=244>

Vaasan kaupunki. 2013. Vaasa opas 2013- 2014. Viitattu 4.12.2013.  
<http://www.netikka.net/svenna.martens/VaasaOpas2013-2014/#/1/>

Vaismaa, Jaana, vastaanottopäällikkö. Hotel Kantarellis. Hotel Kantarellis  
12.11.2013.

Visit Finland. 2011. Suomen tunnettuus ja mielikuva. Viitattu 8.10.2013.  
<http://www.mek.fi/studies/suomen-tunnettuus-ja-mielikuva/>

Wordpress. 2013. Neljä tyypillistä venäläismatkailijaa. Viitattu 20.11.2013.  
<http://akilivinglab.files.wordpress.com/2011/04/nelj3a4-tyypilliste3a4-venc3a4lc3a4ismatkailijaa.pdf>

Vuoristo, K-V. & Vesterinen N. 2009. Lumen ja suven maa- Suomen matkailu-  
maantiede. 3. painos. Helsinki. WSOY.

Yle Uutiset. 2013. Näin venäläiset yöpyvät ja tekevät Tax Free –ostoksia. Viitattu  
21.11.2013. [http://yle.fi/uutiset/nain\\_venalaiset\\_yopyvat\\_ja\\_tekevat\\_tax\\_free\\_ostoksia/6576944](http://yle.fi/uutiset/nain_venalaiset_yopyvat_ja_tekevat_tax_free_ostoksia/6576944)

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? 2. painos. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy.

**HAASTATTELULOMAKE**

1. Millainen kehitys Vaasassa on viime vuosina ollut ajatellen venäläismatkailijoita?
2. Miten kuvailisit Suomeen matkustavia venäläismatkailijoita?
3. Millaiset valmiudet juuri teidän yrityksellänne on vastaanottaa venäläismatkailijoita? Millaiset mahdollisuudet, uhat, vahvuudet ja heikkoudet koette yrityksellänne olevan?
4. Millaisia erityisvalmisteluita venäläisturisteja varten tehdään? Oletteko valmiit lisäämään jotain palveluihinne, jos venäläismatkailijat niin haluavat?
5. Miten suhtaudutte venäläismatkailijoihin yrityksessänne?
6. Miten Vaasaan ja sen lähialueille saataisiin lisää venäläisiä matkailijoita?
7. Nykyään puhutaan paljon blogeista ja bloggaamisesta, niitä yhdistetään yhä enemmän matkailuun ja sen edistämiseen. Mitä mieltä itse olette blogeista? Voisiko se edistää matkailua juuri teidän yrityksessänne?
8. Jos ajatellaan erilaisia matkailupaketteja, millainen paketti olisi mielestänne hyvä ja toimiva venäläismatkailijoille ja ehkä muillekin ulkomaalaisille turisteille? Millaisista palveluista venäläiset ovat kiinnostuneita?
9. Mikä saa mielestänne venäläismatkailijan valitsemaan matkakohteekseen Suomen ja juuri Vaasan?
10. Millaisena näet tulevaisuuden venäläismatkailussa Vaasan seudulla?
11. Viisumivapaus on ollut viime aikoina yleinen puheenaihe. Miten luulet mahdollisen viisumivapauden vaikuttavan venäläisten matkailuun Suomessa?