

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Kansainvälinen kauppa / Venäjän kauppa

Niina Villanen

PIETARILAISTEN MATKATOIMISTOJEN SUOMEEN SUUNTAUTUVIEN
RYHMÄMATKOJEN KARTOITUS

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Kansainvälinen kauppa

NIINA VILLANEN

Pietarilaisten matkatoimistojen Suomeen suuntautuvien ryhmämatkojen kartoitus

Opinnäytetyö

37 sivua + 12 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Soili Lehto-Kylmänen

Toimeksiantaja

Kymenmatkat Oy

Maaliskuu 2010

Avainsanat

Venäjä, matkailu, ryhmämatkat, matkailija, turismi

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, minkälaisia ryhmämatkoja Pietarista tehdään Suomeen, mitkä ovat suosituimpia ryhmämatkatyyppejä, mikä suosituin matkustusajankohta, mitkä suosituimpia kohteita ja minkälaiset ihmiset matkoja pääasiassa ostavat.

Tutkimus toteutettiin kirjoituspöytä- ja kyselytutkimuksena. Pietarilaisista matkatoimistoista tehtiin 300 matkatoimiston otanta ja näihin matkatoimistoihin lähetettiin sähköisesti kyselylomake. Asiaan perehdyttiin myös Internetiä hyväksi käyttäen. Vastauksia tutkimukseen tuli 24, minkä seurauksena vastausprosentiksi jäi 8 %.

Kyselytutkimuksen tuloksista selvisi, että tyypillinen ryhmämatkoja ostava asiakas on Pietarista tai muualta Venäjältä kotoisin oleva 31–50-vuotias, perheellinen, työssäkäyvä nainen. Ryhmämatkat ovat keskimäärin kahdesta neljään päivään kestäviä ja ne suuntautuvat pääasiassa Etelä-Suomeen. Suosituimpia matkakohteita olivat muun muassa Lappeenranta, Helsinki, Imatra ja Kotka. Suosituimmiksi ryhmämatkatyypeiksi vastaajat nimesivät relaxing-matkat, laskettelumatkat, kulttuurimatkat ja ostosmatkat.

Tuloksien perusteella olisi suositeltavaa tehdä ryhmämatkoja esimerkiksi suomalaisille kesäfestivaaleille (kuten Helsingin juhaviikot, Savonlinnan oopperajuhlat ja Pori Jazz) ja hyödyntää Helsingin messukeskuksen monipuolista messutarjontaa osana ryhmämatkoja. Edelleen kannattaa myös panostaa luontomatkailuun, sillä luonto on yhä yksi Suomen vetovoimaisimmista tekijöistä. Valtaosa Suomeen lomamatkalle tulevista ihmisistä tulee tänne rentoutumaan ja nauttimaan luonnosta.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Kansainvälinen kauppa (International business)

VILLANEN, NIINA

A Study on St. Petersburg's travel agencies group tours to Finland

Bachelor's Thesis

37 pages + 12 pages of appendices

Supervisor

Soili Lehto-Kylmänen, lecture

Commissioned by

Kymenmatkat Oy

March 2010

Keywords

Russia, tourism, group tours, tourist

Kymenmatkat Inc. is small travel agency company situated in Kotka in Finland. The director of Kymenmatkat will use this study as a basis for the marketing plan that will be made for Kymi Travel, an affiliate of Kymenmatkat.

The study has been made as a questionnaire and desk research. The questionnaire was sent through e-mail to the 300 St. Petersburg's travel agencies. The subject was also researched from the Internet.

Results told that a typical client that buys group tours to Finland is 31-50 years old working woman who has a family. The most popular times to travel to Finland are summer and winter and places for example Helsinki, Lappeenranta, Imatra and Kotka. Most popular types of group tours are relaxing-tours, downhill skiing tours, culture tours and shopping tours. Average duration of group tours is two to four days.

Based on the results of the study it would be recommended to do cultural tours to the Finnish summer festivals (for example Pori Jazz, Savonlinna Opera festival and Helsinki festival) and make use of Helsinki's exhibition centre's good exhibition supply. Tour sellers also shouldn't forget nature tours, because they are still very popular among Russians.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	SUOMI MATKAKOHTEENA	7
	2.1 Suomen vahvuudet ja heikkoudet matkailumaana	7
	2.2 Suomen matkailualueet	8
	2.3 Matkailun taloudellinen merkitys	10
	2.4 Ulkomaalaiset matkailijat	11
3	VENÄLÄISET MATKAILIJAT SUOMESSA	12
	3.1 Historia lyhyesti	12
	3.2 Nykytilanne	13
	3.3 Suomimatkailijan profiili	14
	3.4 Suomeen matkustamisen syy ja trendit	15
	3.5 Merkitys taloudellisesti	16
4	KYMENMATKAT OY	17
5	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT, TOTEUTUS JA TAVOITTEET	18
6	VENÄLÄINEN ASIAKAS	19
	6.1 Venäläisten arvot	19
	6.2 Venäläisten kiinnostuksen kohteet	19
	6.3 Venäläinen asiakkaana	20
7	RYHMÄMATKAT	21
8	TUTKIMUSTULOKSET	22
9	TOIMINTAEHDOTUKSIA	25
10	YHTEENVETO	28
	LÄHTEET	30
	LIITTEET	

Liite 1. Kyselylomake suomeksi

Liite 2. Kyselylomake venäjäksi

Liite 3. Saate suomeksi

Liite 4. Saate Venäjäksi

Liite 5. Kyselyyn vastanneiden yhteystietoja

Liite 6. Venäläisten juhlapäivät

1 JOHDANTO

WTO:n (World Tourism Organization) mukaan Venäjä on tällä hetkellä maailman yhdeksänneksi suurin rajojen ulkopuolelle matkoja tekevä maa maailmassa ja heidän mukaansa suunta on edelleen nouseva (30). Suomi on jo useamman vuoden ajan ollut Länsi-Venäjällä asuvien venäläisten keskuudessa suosittu lähimatkakohde. Siinä missä suomalaiset matkustavat Viroon, venäläiset matkustavat usein Suomeen. Suomen valttikortteja venäläisten silmissä ovat ehdottomasti maiden läheisyys ja tänne tulon helppous. Monilla venäläisillä onkin Suomessa sukulaisia ja ystäviä, ja kenties jonkin järven rannalla seisoo datša, kesämökki. Vuosi vuodelta rajan ylittävät tuhannet venäläiset tullakseen lomalle Suomeen.

Venäläiset matkustavat Suomeen autolla, junalla, laivalla ja lentokoneella. Loman vieton lisäksi moni venäläinen virkamies tulee Suomeen työmatkalle. Viime vuosina venäläisiä ryhmiä on saapunut Suomeen milloin minkäkinlaisille reissuille. Suosittuja tuntuisivat olevan erityisesti ostosmatkat Suomeen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena onkin kartoittaa pietarilaisten matkatoimistojen tekemiä ryhmämatkoja Suomeen ja sitä minkälaiset ihmiset näitä ryhmämatkoja ostavat.

Opinnäytetyön toimeksi antaja on Kotkassa toimiva, vuonna 1994 perustettu, Kymenmatkat Oy matkatoimisto. Sen tarkoituksena on hyödyntää opinnäytetyön tuloksia ja tehdä sen pohjalta markkinointisuunnitelma Venäjälle.

Opinnäytetyö toteutetaan kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä hyödyntäen survey eli kyselytutkimuksena ja kirjoituspöytätyönä. Kyselylomake lähetetään pietarilaisista matkatoimista tehtyyn otantaan päässeisiin yrityksiin. Tulokset tilastoidaan ja niitä analysoidaan opinnäytetyön lopussa.

Muuna aineistona opinnäytetyöhön käytetään pääasiassa kotimaisia matkailualan julkaisuja, rajahaastattelututkimuksia, Internetiä ja muuta kirjallisuutta.

2 SUOMI MATKAKOHTEENA

2.1 Suomen vahvuudet ja heikkoudet matkailumaana

On kiistaton tosiasia, että Suomi on yleisesti maailmalla vielä melko tuntematon maa. Tästä onkin uutisoitu runsaasti viime aikoina televisiossa ja sen takia on perustettu jopa työryhmä lisäämään Suomen tunnettuutta maailmalla. Lähinnä Suomea olevien maiden kansalaiset osaavat kyllä sijoittaa sen kartalle, mutta monella kauempana asu- valla ei ole asiasta välttämättä mitään käsitystä. Monia suomalaisia saattaakin häm- mästyttää tieto siitä, että mitä idemmäs Venäjällä mennään, sitä harvempi venäläinen- kään tuntee Suomea. Opetusministeriön verkkolehden mukaan (31,1.) vuonna 2006 Suomi tunnettiin maailmalla parhaiten koululaitoksestaan, huippu-urheilijoista (eten- kin auto-urheilusta), klassisen musiikin ammattilaisista (Esa-Pekka Salonen, Raimo Sirkkiä, Karita Mattila jne.), korkeasta teknologiasta ja luonnosta. Tilanne tuskin on merkittävästi muuttunut. Ainut huomioimisen arvoinen lisäys edellä mainittuun jouk- koon ovat klassisen musiikin ammattilaisten lisäksi menestyneet suomalaiset rock/pop yhtyeet, kuten Him, Nightwish ja Apocalyptica. Samaisen julkaisun mukaan vuonna 2005 maailmalla uutisoitiin etenkin huonoista sääolosuhteista kärsineistä yleisurheilun maailmanmestaruuskisoista. Kuitenkin edelleen ihmiset, jotka osaisivat sijoittaa Suomen oikein kartalle, ovat harvassa jopa Euroopassa.

Se, että Suomi tunnetaan huonosti maailmalla, ei kuitenkaan välttämättä ole huono asia. Matkailun kannalta sillä on jopa positiivista merkitystä, sillä huonon tuntemuk- sen myötä Suomessa nähdään matkailumaana myös vähän negatiivisia piirteitä. Tällä hetkellä, jos maailmalla kysytään negatiivisia asioita Suomesta, vastauksena on to- dennäköisesti kurja sää ja hintataso, mitkä ovat melko laimeita argumentteja verratta- essa luonnonkatastrofeihin, rikollisuuteen ja muihin vastaavanlaisiin piirteisiin.

Matkailun näkökulmasta heikkoutena on pidettävä hintatason ja ajoittain huonon sään lisäksi myös Suomen melko lyhyttä ja ei-niin-mielenkiintoista historiaa. Historiallisia nähtävyyksiä on Suomessa vähän verrattaessa esimerkiksi Italiaan, ja ikävä kyllä Lan- gisen ja Hutterin tutkimuksesta käy ilmi, että nämä nähtävyydet tuntuvat kiinnostavan enemmän suomalaisia kotimaanmatkailijoita kuin ulkomaalaisia Suomi-matkailijoita. (1,8.)

Mitä Suomen vahvuuksiin matkailumaana tulee, on olemassa yksi piirre, jonka voi luokitella sekä vahvuudeksi että heikkoudeksi: kaamos. Kaamoksen aikana aurinko ei nouse juurikaan horisontin yläpuolelle, ja mitä pohjoisemmas mennään, sitä pidempi on kaamosaika. Tämä piirre toisaalta varmasti kiehtoo ulkomaanmatkailijoita mielenkiintoisena ilmiönä, mutta tuskin saa ketään matkustamaan tänne vuosi toisensa perään juuri kyseisenä ajankohtana, varsinkaan kun ilmat eivät kaamoksen aikana, etenkin Etelä-Suomessa, ole kovin houkuttelevat. Pohjoisessa kaamosaikaa helpottaa loppusyksystä satava lumipeite.

Suomen vahvuudet matkailumaana kohdistuvatkin nimenomaan luontoon ja luonnonilmiöihin. Suurin osa ulkomaalaisista matkailijoista saapuu Suomeen Matkailun edistämiskeskuksen ylijohtajan Jaakko Lehtosen mukaan suurista kaupungeista, jossa on melua, ruuhkia ja ilman saasteita. He hakevat usein Suomesta juuri rauhaa, tilaa, puhtautta ja luonnonläheisyyttä. Näihin toiveisiin Suomi pystyykin vastaamaan hyvin. Matkailun edistämiskeskuksen ylijohtaja Jaakko Lehtonen toteaa diaesityksessään, että Suomen luonto on ykkösvetovoimatekijä matkailun kannalta (20,12). Kaamoksen lisäksi muita vetovoimaisia luontoon liittyviä tekijöitä ovat neljä vuodenaikaa ja yötömät yöt. Suomi nähdäänkin maailmalla eksoottisena ja luonnonläheisenä maana. (20.)

Muita ulkomaalaisten matkailijoiden arvostamia piirteitä Suomessa ovat rauha, puhtaus, turvallisuus, toimivuus, hyvä infrastruktuuri ja Pohjois-Karjalan maakuntaliiton mukaan myös ortodoksiperinteet (32). Luterilaisuus ei ole niinkään vetovoimainen tekijä ehkä juuri uskonnon kaikin puoleisen vaatimattomuuden takia. Toisin kuin ortodoksisessa uskonnossa luterilaisuudessa ei esiinny koristeellisuutta vaan kaikki on hyvin pelkistettyjä. Toki vanhat luterilaiset kirkkorakennukset vetävät turisteja siinä missä ortodoksisetkin. Ortodoksiperinteet myös yhdistävät esimerkiksi Suomea ja Venäjää. Yhdistävänä tekijänä se saa varmasti houkutelua tänne jokusen matkustajan.

2.2 Suomen matkailualueet

On olemassa erilaisia matkailualueiden jaottelu- ja luokitteluperiaatteita. K. Vuoristo on teoksessaan Matkailun muodot jakanut Suomen kulttuurialueeseen, järviolueeseen, vaara-alueeseen, Pohjanmaahan ja Lappiin. Irina Langinen ja Oksana Hutter (2002) ovat opinnäytetyössään 2000-luvun venäläinen matkailija Suomessa: markkinatutkimus Pietarilaiselle Itus-tour-matkatoimistolle käyttäneet tätä samaista jaottelua. Itse

hyödynnän heidän tietojaan, mutta jaan Suomen matkailu-alueet selkeyden vuoksi vain karkeasti Itä-Suomeen, Etelä-Suomeen, Länsi-Suomeen, Keski-Suomeen ja Pohjois-Suomeen.

Etelä-Suomi on Pohjois-Suomen ohella Suomen vetovoimaisinta matkailualueetta, sillä siellä sijaitsee pääosa Suomen kansainvälisen turismin maahantulo- ja lähtöpisteistä (Helsinki ja Virolahti). Turku on ainoa poikkeus sijaitessaan Länsi-Suomessa. Etelä-Suomessa vetovoimaisia matkailukohteita ovat suuret kaupungit, erityisesti Helsinki Suomen pääkaupunkina. Helsingissä on paljon nähtävää ja koettavaa muun muassa runsaan kulttuuritarjonnan ja erilaisten puistojen ansiosta. Oma lukunsa Helsingissä on tietysti Suomenlinna, joka on todella upea matkailukohde erityisesti kesällä. Myös Hämeenlinna vetää matkailijoita muun muassa Aulangon luonnonsuojelualueen ja Vanajalinnan ansiosta. Porvoon vetovoimaisia matkailutekijöitä on sen viehättävä vanha kaupunki. Oma lukunsa on tietysti vielä Etelä-Suomen saaristo, mikä tosin kalpenee Länsi-Suomen saariston rinnalla. (1; 9; 33.)

Länsi-Suomen ehdottomasti vetovoimaisimpia kaupunkeja ovat alueen suuret kaupungit Turku ja Tampere. Turku on Suomen vanhimpia kaupunkeja, ja sen pitkä historia näkyy myös kaupungin katukuvassa. Turun tuomiokirkko ja linna ovat kaupungin tunnetuimpia nähtävyyksiä. Sekä Turku että Tampere ovat molemmat vireitä kulttuurikaupunkeja, jotka tarjoavat matkailijoille monen moisia tapahtumia. Turussa järjestetään muun muassa Down by the laiturin -festivaali. Muita festivaaleja alueella ovat muun muassa Raumanmeren juhannus ja Pori Jazz. Länsi-Suomi on kuitenkin erittäin tunnettu saaristostaan ja meren rannan pienistä kalastajakylistä. Muuta näkemisen arvoista Länsi-Suomessa ovat muun muassa Liesjärven kansallispuisto, Ähtärin eläinpuisto, Tampereen Särkänniemi, Porin Yyteri ja Naantalin muumimaailma. (1,9; 34.)

Oma lukunsa Länsi-Suomesta puhuttaessa on tietysti Ahvenanmaa. Ahvenanmaan saarikompleksi on visitaland.com-sivuston mukaan yksi maailman suurimmista saaristoalueista. Saaristo on oivaa retkeilymaastoa, ja siihen voi tutustua mainiosti pyöräillen, patikoiden, meloen ja sukeltaen. Kiertoajelulla saarimaakunnassa voi tutustua muun muassa Kastholman linnaan ja Maarianhaminan merenkulkukaupunkiin. Ahvenanmaalla järjestetään myös ympäri vuoden kaikenlaisia tapahtumia, joihin matkailija voi osallistua. (27.)

Keski-Suomi on tunnetusti kauneinta järvi-Suomea. Maasto on kumpuilevaa ja alueella on paljon rikkaita kalavesiä ja -koskia. Viehättävät maalaistalot ja rantamökkit reunstavat kauniita ajoteitä. Alueella on mahdollista risteillä Päijänteellä, Keiteleellä ja Keurusselällä. Luonnosta matkailijat pääsevät nauttimaan mahdollisimman hyvin Pyhä-Häkin, Leivonmäen, Isojärven ja Salamajärven kansallispuistoissa. Tapahtumista voi nauttia viettämällä mukavan päivän vaikkapa Summer Jazzeissa, Jyväskylän keissä ja Neste Oil Rallissa. Himos on kuuluisa hiihtokeskus, jossa voi nauttia talviurheilusta monipuolisesti. Kulttuurinnälkäiset voivat tutustua muun muassa Alvar Aalto museoon ja Pietjärven kirkkoon, joka on Unescon maailmanperintökohde. (1;10; 26)

Itä-Suomi on Keski-Suomen ohella kauneinta Suomea. Se on erityisen otollista aluetta luontomatkailijoille. Kolin rinteiltä on huikaiseva näkymä Itä-Suomen ylle ja Punkaharjulla ajaessa sielu lepää stressaantuneellakin kauniita maisemia ihaillessa. Alueella sijaitsee myös monia kuuluisia koskia, kuten esimerkiksi Enonkoski, Imatrankoski ja Korkeakoski. Mielenkiintoisia nähtävyyksiä alueella tarjoaa muun muassa Orinorotko, Astuvansalmen kalliomaalaukset Ristiinassa, Retretti Punkaharjulla ja Olavinlinna Savonlinnassa. Alueen tunnettuja tapahtumia ovat muun muassa Ilosaari Rock, kansainvälisestikin noteeratut Savonlinnan Oopperajuhlat ja Sulkavan soutu. Itä-Suomen ja Pohjois-Suomen rajamailla sijaitsee Vuokatti, jossa voi harrastaa talviurheilua. (1, 10–11; 35.)

Pohjois-Suomi vetää joka vuosi tuhansia turisteja tutustumaan niin sanottuun talven ihmemaahan ja ruskaan. Suomen 35 kansallispuistosta 7 sijaitsee Pohjois-Suomessa, ja niissä on takuulla ikimuistoista vaeltaa ja nauttia luonnosta. Ulkomaalaisia turisteja Pohjois-Suomeen houkuttelee erityisesti luontomatkailu, joulupukki ja saamelaiskulttuuri. Lappi onkin luontomatkailijan unelmakohde. Syksyllä ja talvella voi ihastella revontulia pimeällä taivaalla ja kesällä yötöntä yötä. Sanotaan myös, että ruska on kauneimmillaan juuri Pohjois-Suomessa. Lappiin on perustettu Joulumaailma, Santa Park, joka on suunnattu erityisesti pikkuväelle. Siellä voi tavata joulupukin ja pääsee muun muassa tonttukouluun. Pohjois-Suomessa sijaitsevat myös Suomen tunnetuimmat talviurheilukeskukset (esimerkiksi Ruka) ja kalajoet (esim. Ounasjoki). (1, 11–12)

2.3 Matkailun taloudellinen merkitys

Matkailulla ei ole tällä hetkellä keskeistä asemaa kansantaloudessamme, mutta sillä on kylläkin huomattavaa alueellista merkitystä. Matkailu on keskittynyt perinteisesti

ydinalueille sekä suurimpiin kaupunkeihin ja matkailukeskuksiin. Näin ollen esimerkiksi Uudenmaan, Ahvenanmaan ja Lapin alueilla matkailun merkitys taloudelle onkin paljon suurempi kuin vähemmän suosituilla matkailualueilla.

Tilastokeskuksen mukaan matkailun taloudellinen merkitys on lisääntynyt viime vuosikymmenten aikana. Sitä pidetäänkin nykyään merkittävänä talouspoliittisena tekijänä, jolla voidaan vaikuttaa aluekehitykseen. Tilastokeskuksen mukaan kokonaismatkailukysyntä (mikä sisältää kotimaan matkailun, ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun ja suomalaisten ulkomaanmatkojen Suomeen jäävän osuuden) oli vuonna 2007 noin 11 miljardia euroa. Matkailun aikaansaama arvonlisäys oli 3,6 miljardia euroa, eli noin 2,3 prosenttia bruttokansantuotteesta (36, 1). Tulevaisuudessa Suomen talous tulee rakentumaan yhä enemmän palvelualojen varaan ja matkailuala onkin yksi nopeasti kasvavista palvelualoista. Tilastokeskuksen mukaan ulkomaisen matkailun lisääminen on kansantaloudellisesti kannattavinta. Matkailun edistämiskeskuksen ylijohtajan Jaakko Lehtosen mukaan kansainvälinen kilpailu tulee kuitenkin kovenemaan jatkuvasti, kun yhä useammat maat lisäävät markkinointiaan ja tuotekehitystään. (20; 15; 1,12.)

2.4 Ulkomaalaiset matkailijat

Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2008 Suomessa kävi 6,1 miljoonaa matkustajaa, mikä on kuusi prosenttia enemmän kuin vuonna 2007. Eniten matkustajia (2,3 miljoonaa) tuli totutusti Venäjältä. Toiseksi eniten matkustajia tuli Saksasta ja kolmanneksi eniten Ruotsista. Ruotsista ja Saksasta saapuneiden matkailijoiden määrät olivat kuitenkin laskeneet viisi ja 11 prosenttia edellisvuoteen nähden. Vuonna 2005 Suomeen tehtiin 3,14 miljoonaa matkaa, mikä oli 0,39 prosenttia kansainvälisestä matkailusta. Nykyistä laskua selittänee ainakin osittain vuonna 2008 alkanut, maailmalla tällä hetkellä vallitseva, talouden taantuma.

Suomeen vuonna 2008 matkustaneet turistit kuluttivat 1,7 miljardia euroa. Eniten rahaa käytettiin ostoksiin. Kulutus on keskittynyt laiva- ja lentoliikenteen solmukohtiin sekä muihin vahvoihin matkailumaakuntiin, kuten Pirkanmaalle.

Vuosi 2009 on ollut taloudellisesti vaikeata aikaa monelle yritykselle ja sen myötä myös yksityishenkilöille. Etenkin länsimaissa vellova talousahdinko on vähentänyt tuntuvasti myös matkailua. Maaliskuussa 2009 matkailijoiden yöpymiset olivat vähentyneet kahdeksan prosenttia ja elokuussa jo yhdeksän prosenttia. Yhteensä ulkomaiden matkailijoiden yöpymiset vähenivät alkuvuoden aikana 15 prosenttia. Näkyvin

vaikutus Suomen suuntautuvalla matkailulla on ollut virolaisten, norjalaisten ja espanjalaisten yöpymisten väheneminen viidesosalla. Ainoastaan ranskalaisia yöpyi edellisvuotta enemmän. Kasvua heidän osaltaan tapahtui noin kaksi prosenttia. (36,1; 29,1)

3 VENÄLÄISET MATKAILIJAT SUOMESSA

3.1 Historia lyhyesti

Riitta Kososen, Malla Paajasen ja Noora Reitun tutkimuksen Etelä-Suomi venäläisten turistien länsimatkailussa (2005) mukaan Suomella on ollut perinteinen rooli Pietarin ja Leningradin kauttakulkualueena, ensin pysähdyspaikkana matkalla Neuvostoliittoon tai sieltä pois, ja sittemmin reittinä rautaesiripun romahduksen jälkeisessä normalisoituneessa ja kasvavassa idän ja lännen matkailussa. Tämä asema on ollut hyvin kiihtollinen Suomelle, mutta vuodesta 1990 lähtien sen asemaa ovat alkaneet murentamaan sekä vaihtoehtoisten eteläisten reittien avautuminen Puolan ja Baltian kautta että Venäjän oma kehittyvä matkailuinfrastruktura. (2,iii) Suomen asemaa Venäjältä suuntautuvassa matkailussa ovat muokanneet sekä Neuvostoliiton ja Venäjän matkailutoimialan kehitys että Euroopan geopoliittiset muutokset. Matkailun kehitys Neuvostoliitossa ja sitä ennen Venäjällä seuraili edellä mainitun tutkimuksen mukaan pitkälti maan yleistä poliittista ja taloudellista tilannetta. (2,6.)

Tsaarin Venäjän aikaan ennen lokakuun 1917 vallankumousta matkailu oli hyvin pienimuotoista. 1700-luvulla Suomen alue toimi lähinnä läpikulkumaana venäläisille, jotka olivat matkalla Ruotsiin, Tukholmaan. Vuonna 1809 Suomi pakkosiirrettiin osaksi Venäjän tsaarin imperiumia. Tämä oli matkailun kannalta varsin hyvä muutos, sillä rajamuodollisuuksien yksinkertaistuttua myös matkustus Suomeen kasvoi. Suomi oli pietarilaisille ”ulkomaa” aikana, jolloin venäläisten matkustusmahdollisuudet Keski- ja Etelä-Eurooppaan olivat poliittisista syistä rajoitettuja. (2,6.)

Sosialismin aikaisessa Neuvostoliitossa matkailu oli tuntematon toiminto, jonka tarkoituksena oli lähinnä työvoiman kuntouttaminen. Tänä ajanjaksona perustettiin valtiolliset matkailuorganisaatiot. Neuvostoliitossa pelättiin ja suhtauduttiin epäilevästi ulkomaalaisiin vaikutteisiin, mikä johti siihen, että kylmän sodan asenteet molemmin puolin saivat monet luopumaan haaveistaan vierailta Neuvostoliitossa tai Neuvostoliittolaiset haaveistaan matkustaa ulkomaille (minkä Neuvostoliiton viranomaiset kielsivät). Jos Neuvostoliittolainen sattui olemaan onnekas ja pääsemään matkalle, oli mat-

kalaisen pysyttävä tiukasti määrättyllä matkareitillä ja yövyttävä vain virallisesti nimeytyissä majoituskohteissa. (2,8.)

1950-luvun puolivälissä valtion suhtautuminen matkailuun muuttui. Muutoksen taustalla oli politiikassa siirtyminen kylmän sodan aikakaudesta vaiheeseen, jota on luonnehdittu itä-länsi-tasapainon järjestelmäksi. Kun Stalin vuonna 1953 kuoli, asenteet ulkomaisia matkailijoita kohtaan muuttuivat suopeammiksi. (2,7.) Kehityksen viimeisenä vaiheena voidaankin Kososen, Paajasen ja Reitun tutkimuksen (2005) mukaan pitää perestroikan jälkeistä aikaa, jolloin matkailutoiminnot järjestettiin uudelleen ja alasta on nyt tullut kaupallinen. (2,8.)

3.2 Nykytilanne

Rautaesiripun romahtamisen jälkeen Venäjän ja niin sanottujen länsimaiden välinen matkailu on alkanut normalisoitua. Venäläiset ovat hyödyntäneet etenkin Suomen matkailuinfrastruktuuria monipuolisesti. Täältä on muun muassa ostettu matkapaketteja kohdemaihin, matkailijat ovat hyödyntäneet Suomen lento- juna- ja laivayhteyksiä, länsi-itä-suuntaista maantieverkkoa, ja lentoliikenteessä Suomea on käytetty välietappina (2,10). Matkapakettien osto on tosin viimeaikoina Kososen, Paajasen ja Reitun tutkimuksen (2005) Etelä-Suomi Venäläisten turistien länsimatkailussa mukaan vähentynyt ja nykyään matkapaketit ostetaankin kotimaasta koko matkareitille. (2, 86.)

Kun Neuvostoliitto hajosi, Suomi oli usein ensimmäinen matkakohde, koska maat ovat lähekkäin ja tänne oli helppo lähteä kohtuullisen nopeasti. Tästä seurasi se, että Suomi olikin pian nähty. Matkailu Suomeen kasvoi tasaisesti 1990-luvun alkupuolelta vuoden 1998 elokuuhun saakka 20–30 % vuosivauhtia. Vauhti hiljeni hetkeksi, kun vuonna 1998 Venäjällä alkoi ruplan voimakas devalvointi. Tämän seurauksena venäläisen keskiluokan ostovoima heikkeni ja tämä näkyi myös Suomeen suuntautuvissa matkoissa. (2,10.)

Devalvoinnin jälkeen Suomeen suuntautuvat matkat vähenivät väliaikaisesti, mutta jo vuonna 2000 venäläisten matkustaminen Suomeen kasvoi kriisiä edeltänyttä tasoa korkeammalle. (2, 11). Vuonna 2008 Suomessa kävi Rajahaastattelu tutkimuksen (2008) mukaan yhteensä 2,3 miljoonaa venäläistä matkustajaa (22,1). Venäläisen tilaston mukaan määrä olisi hieman enemmän, 2,8 miljoonaa (28). Yhteensä matkustajamäärät lisääntyivät kuudella prosentilla vuoteen 2007 saakka. Samaisen venäläisen tilaston mukaan matkustusmäärät Suomeen olisivat vuonna 2008 kasvaneet 14 %:lla. Valitettavasti laman vaikutuksesta myös venäläisturistien määrä on vähentynyt vuo-

teen 2007 nähden. Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan syyskuussa 2009, vaikka venäläisiä matkustikin Suomeen eniten, heidän yöpymisensä Suomessa vähenivät 10 prosentilla (29). Venäläisen Russiatourism.ru sivuston mukaan venäläisten matkat Suomeen olisivat kaiken kaikkiaan vähentyneet yhdeksän ensimmäisen kuukauden aikana matkailun osalta jopa 17 prosentilla. (28.)

3.3 Suomimatkailijan profiili

Venäjää pidetään edelleen yhtenä potentiaalisimpana kasvavana matkailijoiden lähtöalueena (2,13). Matkailun edistämiskeskuksen mukaan venäläisten suosimista matkakohteista Turkki ja Egypti ovat suosituimpia. Tähän on mitä luultavimmin syynä se, että maat ovat etelässä, venäläisten ei tarvitse niihin matkustaessaan hankkia viisumeita, hintataso on edullinen ja hotelleissa on venäjää puhuvaa henkilökuntaa (2,14). Samaisen sivuston mukaan Suomi sijoittuu suosituimmuus listalla neljänneksi, tosin pietarilaisille Suomi oli ainakin vuonna 2003 suosituin matkakohde. (2,14; 9)

Venäläisten ulkomaanmatkailu tarkoittaa lähinnä suurissa kasvukeskuksissa asuvien matkailua, sillä haja-asutus alueella asuvien ostovoima ei yleensä mahdollista kansainvälistä matkailua. Matkailunedistämiskeskuksen mukaan suurin osa (jopa 80 %) venäläisistä matkailijoista on kotoisin Pietarin ja Leningradin alueelta. Pietarin alueella Suomen tunnettuus on aivan eri tasolla, kuin muualla Venäjällä. Pietarilaiset eivät tunne Suomea ainoastaan talvilomakohteena, vaan maamme on suosittu myös kesäkohteena. Muualla venäjällä Suomi tunnetaan lähinnä kylmänä ja pohjoisena maana ja sitä pidetään ainoastaan potentiaalisena talvikohteena. (9) Pietarin edullinen maantieteellinen sijainti on pysyvä kilpailuetu.

Matkailunedistämiskeskuksen mukaan ulkomaanmatkoihin Venäjällä on varaa ainoastaan noin 10–15 % väestöstä (joidenkin tietojen mukaan 25 %). Tämä Venäjän niin sanottu keskiluokka, jonka tulotaso on noin 500–1500 dollaria/kk, asuu pääasiassa maan miljoonakaupungeissa, jotka ovat myös kasvukeskuksia (9). Matkustavaisen keskiluokan osuus väestöstä on Kososen, Paajasen ja Reitun tutkimuksen (2005) Etelä-Suomi venäläisten turistien länsimatkailussa mukaan kuitenkin kasvanut hitaasti. (2,15.)

Matkailunedistämiskeskuksen mukaan venäläiset matkustavat mielellään pienissä ryhmissä oman ja tuttavaperheen kanssa. Nuoret aikuiset ovat uusi aktiivinen matkustajaryhmä kuten myös hyvin toimeentulevat isovanhemmat, jotka ottavat lapsenlapsensa mukaan. Pietarin ja Leningradin alueen matkustajille auto on luonnollinen valin-

ta kulkuvälineeksi. Vuodenvaihteen charterlennot ja charterjunat tuovat turisteja Moskovasta ja muista Venäjän miljoonakaupungeista. (9.)

3.4 Suomeen matkustamisen syy ja trendit

Kososen Paajasen ja Reitun tutkimuksen (2005) Etelä-Suomi venäläisten turistien länsimatkailussa mukaan matkalle ei lähdetä enää pelkästään statuksen vuoksi, vaan vapaa-ajalta halutaan irtautumista arjesta, yhdessäoloa, rentoutumista ja uusia elämyksiä. (2,15.)

Lähtö Suomeen lomalle ei kuitenkaan ole mikään itsestäänselvyys, varsinkin kun kaukomatkojen lomamatkojen hintataso voi olla huomattavasti halvempi kuin Suomipaketin. Matkailunedistämiskeskuksen mukaan Suomen matkojen hintataso vaihtelee suuresti riippuen matkatyypistä. Viikon matka Suomeen esimerkiksi uuden vuoden sesonkina maksaa 1200 eurosta ylöspäin. (9.)

On huomioitavaa, että viikon matkan ulkomaille odotetaan maksavan keskimäärin 600 dollaria. Tähän verrattaessa Suomen matkat ovat kalliita, varsinkin kun keskiluokan tulotaso on juuri tuo edellä mainittu 500–1500 dollaria/kk. Tämän hetkiseen peruspakettiin odotetaan Matkailun edistämiskeskuksen mukaan kuuluvan matkat, majoitus, viisumikustannukset ja perusohjelma. Tätä kalliimpien pakettien odotetaan sisältävän jo ohjelmalveluja. (9.)

Edellä mainituista odotuksista johtuu, että Suomalainen laatu- ja palvelutaso eivät aina tahdo riittää, kun tarjolla on laadukkaampia ja halvempia kohteita muualla Euroopassa tai etelän auringossa. Venäläiset ovat yhä kiinnostuneempia uusista kohteista ja tutuistakin kohteista on mieluummin löydyttävä uusia näkökulmia. (2,16.)

Kuten suomalaiset ovat jo vuosien saatossa huomanneet ja edellä mainitsinkin, venäläiset suosivat perheiden kanssa matkustamista. Matkakohteina suosittuja ovat kohteet, joissa on tekemistä koko perheelle, kuten kylpylät, huvi- ja teemapuistot. Näiden lisäksi venäläiset hakevat kohteeltaan luonnonelementtiä esimerkiksi mökiltä ja mahdollisuutta tutustua kulttuuriin ja tehdä ostoksia. (9.)

Matkailun edistämiskeskuksen mukaan lyhytlomat pääkaupunkiseudulla ja Kaakkois-Suomen lomakohteissa ovat suosittuja varsinkin pietarilaisten keskuudessa. Kalastusmatkojen suosion loppua ei edelleenkään onneksi näy ja risteilymatkat, jonka aikana käydään Suomessa, Virossa ja esimerkiksi Ruotsissa ovat olleet kestopuosikkeja. (9.)

Suomen suosio talvilomakohteena on kasvattanut viime vuosina suosiotaan. Erityisesti uuden vuoden tienoo on suosittu Suomi-matkailun ajankohta, koska venäläisillä on silloin pitkät lomat. Kysyntä myös muuna aikana talvella on kasvanut. Tähän tilanteeseen ei kuitenkaan ole syytä tuudittautua.

Tilanteiden nopeista muutoksista hyvänä esimerkkinä on Yle radio 1 uutinen siitä, että valtio aikoo vähentää Matkailunedistämiskeskuksen ja Finnpron budjetista pois seitsemän miljoonaa euroa, mikä on suoraan pois niin Lapin kuin muun Suomenkin markkinoinnista. Lapissa onkin Rovaniemen markkinointi Oy:n Sanna Kortelaisen mukaan seurattu huolestuneina Ruotsin ja Norjan kehitystä, mikä on täysin erilainen kuin Suomen. Hänen mukaansa länsinaapurissa panostetaan nyt voimakkaasti kansainväliseen markkinointiin. Kortelaisen mukaan Norja ja Ruotsi täyttävätkin nyt kovaa vauhtia Suomen jättämää rakoa markkinoinnissa (37). Tämä panostus todennäköisesti tulee näkymään maihin suuntautuvien matkojen määrissä.

Uusia mahdollisuuksia Suomi-matkailulle on Matkailunedistämiskeskuksen mukaan tarjolla, kun venäläisten stereotyyppinen ajattelu, siitä, että kesällä on matkustettava rantalomalle etelään, on muuttumassa. Heidän mukaansa tässä muutostilassa, Suomen on mahdollista profiloitua varteenotettavaksi kesälomakohteeksi. (9.)

3.5 Merkitys taloudellisesti

Venäläisten matkailijoiden merkitys Suomen taloudelle on kiistaton. Matkailunedistämiskeskuksen mukaan tulotason parantumisen myötä venäläiset käyvät nyt ulkomailla useamman kerran vuodessa. Lyhytlomien suosio on maassa lisääntynyt ja tässä suhteessa Suomen asema onkin erinomainen. Venäläisten on helppo tulla tänne lyhytlomalle, koska maat ovat vierekkäin. (9)

On yleisesti tunnettu tosiasia, että venäläiset tulevat mielellään ostoksille Suomeen. Vuosittain he kantavat tässä muodossa suomeen miljoonia euroja. Rajahaastattelututkimuksen osan 20 (1.1–31.12.2007) mukaan venäläisturistit jättivät Suomeen vuonna 2007 yhteensä 470 miljoonaa euroa, mikä on lähes kolmasosa kaikkien ulkomaalaisten yhteensä jättämästä rahamäärästä (9). Samaisen tutkimuksen mukaan vuonna 2007 venäläiset kuluttivat keskimäärin 90 euroa vuorokaudessa vieraillessaan Suomessa. Nämä tiedot ovat kaksi vuotta vanhoja ja niitä lukiessa on otettava huomioon, että vuosi 2007 oli matkailun kannalta todella menestyksenkäs.

Tällä hetkellä tilanne on toinen ja matkailijoiden määrä Suomeen on kutistunut. Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan venäläisten matkailijoiden määrä väheni vuonna 2009 noin 10 %:lla (29) ja tämä näkyy heti myös hotellien ja majoitusliikkeiden liikevaihdossa. Matkailumäärien kutistumisesta huolimatta venäläisturistien merkitys Suomen taloudelle on edelleen merkittävä.

4 KYMENMATKAT OY

Kymenmatkat Oy on täyden palvelun matkatoimisto. Se perustettiin vuonna 1994 ja sen toimitusjohtajana toimii Satu Mäntyvaara. Yrityksen henkilökunnalla on kokemusta matkailupalveluista 29 vuoden ajalta. Nykyään Kymenmatkoilla on Suomessa Kotkassa sijaitsevan emoyhtiö Kymenmatkojen lisäksi Venäjällä, Pietarissa sijaitseva, tytäryhtiö Kymi Travel. Tällä hetkellä yrityksessä toimii kaiken kaikkiaan yhdeksän työntekijää, joista viisi työskentelee Suomessa ja neljä Venäjällä.

Kymenmatkat Oy on erikoistunut Venäjän ja Suomen matkoihin. Valtaosa myynnistä koostuu viisumimyyneistä. Yritys tuottaa seuraavanlaisia palveluita: Pietari bussilla ja junalla (Taide, teema, opinto, seminaari), Viipuri bussilla ja laivalla (Kotiseutu ja ostosmatkat), Karjala bussilla (Teemamatkat), Tallinnan kiertomatkoja, kylpylälomia, kotimaan lomiam, Kaupunkilomat lentäen, Pohjoismaat, Eurooppa, kaukokohteet, häämatkat, juhlamatkat ja Kotkan matkailu.

Kymenmatkat välittää eri matkanjärjestäjien matkoja, ja se edustaakin yli 20 matkanjärjestäjää Suomessa. Omatuotantoa sillä on Outgoing Venäjä, Baltia, Eurooppa, kaukokohteet, Incoming Venäjä, Baltia ja Kotka. Kymi Travel Ltd:llä on oma toimisto Pietarissa, jossa se tuottaa Venäjän outgoing ja incoming-matkoja.

Yrityksen seuraavan kauden tavoitteena on kasvattaa edelleen markkinaosuutta Suomessa, laajentaa toimintaansa Venäjällä, parantaa palvelua ja laatua, kasvattaa tarjontaa, luoda uusia yhteistyökuvioita Kymenlaaksolaisten yrittäjien kesken ja kehittää uusia matkailutuotteita kotimaassa ja ulkomailla. Tulevaisuudessa se tulee panostamaan tutkimukseen ja kehitykseen, markkinointiin, gateway-matkailuun, yleisimagoon ja hallintoon, asiakashankintaan, markkinaosuuden kasvattamiseen, varaus- ja palvelutuoteverkkoon, matkojen laatuun, tarjonnan kattavuuteen, tarjonnan vaihtuvuuteen, ohikulkevien asiakasvirtojen pysäyttämiseen ja tunnettuuden lisäämiseen Pietarin alueella.

5 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT, TOTEUTUS JA TAVOITTEET

Tutkimus tehdään toimeksiantona Kotkassa sijaitsevalle Kymenmatkat Oy matkatoimistolle ja sen Pietarissa sijaitsevalle tytäryhtiölle Kymi Travelille. Kymenmatkojen tarkoituksena on kartoituksen jälkeen tehdä markkinointisuunnitelma Pietariin tutkimuksen tuloksia hyödyntäen. Vastaavanlaista tutkimusta ei ole aiemmin Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa tehty. Lähin aiheeseen liittyvä tutkimus Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa tehtiin vuonna 2002. Tällöin Irina Langinen ja Oksana Hutter tekivät opinnäytetyönään markkinatutkimuksen Pietarilaiselle Itus-Tour-matkatoimistolle ja selvittivät, minkälainen on 2000-luvun venäläinen matkailija Suomessa.

Kuten jo aiemmin johdannossa mainitsinkin, tutkimus tehdään kysely- ja kirjoituspöytä-tutkimuksena. Laadin itse 18 kysymyksen mittaisen kyselylomakkeen, joka lähetettiin sähköisesti pietarilaisille matkatoimistoille. Koska Pietarissa matkatoimistoja on todella paljon, matkatoimistoista tehtiin 300 matkatoimiston otanta arpomalla.

Kyselylomake lähetettiin 14.1.2010, kun venäläisten joululomat päättyvät. Tavoitteena olisi kuitenkin saada selvitettyä, minkälaiset asiakkaat ostavat matkoja Suomeen ja minkälaiset matkat ovat suosituimpia. Erityisesti tavoitteena on selvittää, minkälaiset ryhmämatkat ovat kaikkein suosituimpia, ja minkälaiset vähiten kiinnostusta herättäviä. Siinä sivussa pyritään selvittämään, onko Pietarilaisilla matkatoimistoilla jo valmiita ryhmiä, joille he tarjoavat matkoja ja käyttävätkö he jonkin tietyn incoming-matkatoimiston palveluita niitä räätälöidessään.

Incoming-toimistot tarjoavat palveluitaan pääasiassa joko suoraan asiakkaille tai vaihtoehtoisesti toimivat yhteistyössä ulkomaisten matkanjärjestäjien kanssa. Usein molempia toimintatapoja käytetään rinnakkain. Incomin-toimistot ovat suurelta osin pieniä yksityisyrittäjiä, jotka tavallisesti ovat erikoistuneet johonkin tiettyyn ulkomaiseen markkina-alueeseen tai erityistuotteeseen. (38.)

6 VENÄLÄINEN ASIAKAS

6.1 Venäläisten arvot

Kun mietitään matkojen myymistä venäläisille, on hyvä ensi alkuun pohtia, mikä venäläisiä kiinnostaa ja mitä he arvostavat. Ennen matkojen myymistä on hyvä miettiä, minkälaisia asiakkaita venäläiset tyypillisesti ovat.

Venäläiset ovat perinteisesti hyvin perhe- ja ystäväkeskeisiä ja siksi myös arvostavat tätä piirrettä. Heille luottamus ja henkilösuhteet ja uskollisuus ovat niin yksityis- kuin liike-elämässäkin kaiken a ja o. Tämän lisäksi venäläiset arvostavat isänmaallisuutta ja suurvalta-ajattelua ja naisten kunnioittamista. (45.) Näistäkin asioista on jo helppo lähteä miettimään, minkälaisilla matkoilla voisi olla kysyntää. Koska venäläiset ovat hyvin perhe- ja ystäväkeskeisiä, heille kannattaa tarjota majoitustilanteissa suuria mökkejä ja hotellihuoneita, jolloin kaikki matkakumppanit voivat majoittua samaan tilaan. Tämä onkin ollut Kymenmatkoilla työskentelevän Soili Valtosen mukaan ongelmana venäläiset varatessa etelänmatkoja. Etelänmatkakohteissa kun tyypillisesti on tarjolla ainoastaan kahden tai kolmen hengen hotellihuoneita, joihin hyvällä tuurilla voi saada yhden lisävuoteen.

6.2 Venäläisten kiinnostuksen kohteet

Tyypillisesti venäläiset miehet ovat kiinnostuneita autoista, metsästyksestä, kalastuksesta ja pilkkimisestä. Näitä kaikkia kiinnostuksen kohteita on jo melko hyvin hyödynnetty Suomen matkailutarjonnassa autoja lukuun ottamatta. Suomen onkin helppo tarjota kalastusta ja pilkkimistä matkailijoille profiloituessaan luonnonläheiseksi matkailukohteeksi. (45.)

Naiset ovat tyypillisesti kiinnostuneet terveyden- ja kauneuden hoidosta, aerobicista, kylpylöistä ja ostoksilla käymisestä. Näitä kiinnostuksen kohteita onkin jo useamman vuoden ajan hyödynnetty melkoisen onnistuneesti matkailumarkkinoilla, esimerkiksi vuonna 2007 venäläiset asiakkaat jättivät tilastokeskuksen mukaan Suomeen 470 miljoonaa euroa.

Venäläisnuoriso on uusi nouseva ja potentiaalinen matkailijaryhmä. Naisten ja miesten tavoin heitä kiinnostavat edellä mainitut asiat, mutta Primapartner Russialla työskentelevän Maarit Hämäläisen mukaan heitä kiinnostavat niiden lisäksi myös oma taidet- tai muu harrastus ja siihen liittyvät asiat.

Vapaa-aikanaan venäläiset harrastavat paljon kaikenlaista kulttuuria. Teatterin, konserttien, baletin, oopperan, kuvataiteen ja kirjallisuuden suosio on maassa hyvin laajalle levinnyttä. Venäläisethän ovat tunnettuja taitavista balettitantsseistaan.

Baletin ohella maassa harrastetaan myös suomalaisittain katsottuna perinteisempiä urheilumuotoja, kuten jalkapalloa, jääkiekkoa ja uintia. Miesten kiinnostus autoihin on nostanut myös moottoriurheilun suosiota. Myös erilaiset seikkailulajit ja äärimmäisyyselämykset ovat suosittuja.

Muuten venäläiset viettävät vapaa-aikaansa varsin samanlaisin tavoin kuin suomalaisetkin, eli mökkeilemällä ja matkustelemalla. Mökkeillessään venäläiset käyvät mielellään sienestämässä, hoitavat kasvimaata ja grillailevat herkkuja. Kasvavan keski-
luokan myötä venäläiset matkailevat niin kotimaassa kuin ulkomaillakin.

6.3 Venäläinen asiakkaana

Venäläisten asiakassuhdekäsitys on huomattavasti laajempi kuin Suomessa. Luottamuksen ja ystävyyden synnyttyä liiketuttavan puoleen käännetään mielellään myös muissakin asioissa. Venäläisten kohdalla kannattaakin siis panostaa pysyviin asiakassuhteisiin ja panostaa siksi etenkin myynnin jälkeiseen työhön. (45.)

Businessmaailmassa ylemmän johdon sitoutuminen ja tapaamiset ovat tärkeitä, eikä niitä kannata missään tapauksessa sivuuttaa. Maarit Hämäläisen mukaan venäläinen yritys arvostaa suomalaisissa tuotesaatavuutta, toimitusten jälkihoitoa, toimitusehtoja, toimitusaikoja ja suomalaista laatua. (45.)

Suomalais-Venäläisen kauppakamarin luennoitsijan Erja Laakson Kasvua Venäjältä -kansainvälistymisseminaarin muistiinpanojen mukaan venäläinen asiakas on usein hyvin vaativa. Tyypillistä on, että asiakas haluaa korkean tason palvelua ja kauppaa tehdään mielellään ”tuttujen” kanssa. Kuten aiemmin mainitsinkin jo, venäläisten kanssa työskenneltäessä henkilökohtainen taso on yleensä aina läsnä hyvissä suhteissa.

Erja Laaksonen kertoo muistiinpanoissaan, että venäläiset eivät ole hyviä myyjiä, mutta ovat rautaisia ostajia. Asiakas on hänen mukaansa usein meluisa, muuttaa usein mieltään ja vetkuttelee päätöksissään. Samaa peliä hän saattaa käydä useamman eri yrityksen kanssa hakiessaan kilpailevia tarjouksia. On myös huomioitavaa, että pitkäjänteisyys, suunnitelmallisuus ja etukäteissuunnittelu ovat yleisesti ottaen venäläisten

kohdalla Laakson mukaan olematonta. Tästä johtuen heidän kanssaan työskenneltäessä tilanteet voivatkin muuttua äkkiä. (46.)

Yrittäessään myydä venäläisille suomalaiset ovat usein tehneet sen virheen, että eivät ole pyrkineet esittämään asiaansa yrityksen hierarkiassa tarpeeksi korkealle. Suomalais-venäläisen kauppakamarin edustajan Erja Laakson mukaan myyjä luo mielellään suhteet asiakkaan alemman tason henkilöihin, koska se on mukavampaa ja helpompaa. Näin tehtäessä tulokset kuitenkin jäävät usein kovin laihoiksi ja siksi olisikin suotavaa pyrkiä aina mahdollisimman korkealle tasolle. (46.)

Venäläisten kanssa kommunikoitaessa, olisi syytä reagoida aina nopeasti. Kuten aiemmin jo esitinkin, venäläiset luovat mielellään pysyviä asiakassuhteita ja siksi olisi ensiarvoisen tärkeää olla aktiivisessa yhteydenpidossa. Asiakkaan tarjouspyyntöihin ja kyselyihin tulisi vastata nopeasti. Henkilökohtainen suhde on Erja Laakson mukaan usein paras keino sitouttaa asiakas. Hän sanoo, että hyvä asiaosaaminen yhdistettynä henkilösuhteisiin on ehdoton edellytys vakuuttaa asiakas ja luoda pitkä ja tuottava asiakassuhde. Venäläiset eivät pidä niin sanotusta selkällä seinällä vasten taktiikasta. On hyvä muistaa, että henkilösuhteet siirtyvät avainhenkilöiden vaihtaessa työpaikkaa niin Suomessa kuin Venäjälläkin. Siksi venäjän markkinoilla työskenneltäessä suosituksiksi käykin hyvin Erja Laakson lausahdus: ”Myy ensin itsesi ja sitten tuotteesi!” (46.)

7 RYHMÄMATKAT

Ryhmämatkoille ei ole olemassa mitään tiettyä standardia. Ne voivat olla kestoltaan yhden tai useamman päivän mittaisia ja niitä voidaan tehdä Suomen sisällä tai erimaiden välillä.

Laki ravitsemus- ja majoitustoiminnasta määrittelee ryhmämatkan seuraavasti 1 §:n 2 momentin 9 kohdassa: ryhmämatkalla tarkoitetaan etukäteen järjestettyä matkaa, jolle osallistuu matkustajien muodostama ryhmä. (39.)

Ryhmämatkan johtajalla puolestaan tarkoitetaan 1 §:n 2 momentin 10 kohdan mukaisesti matkustajaa, joka toimii ryhmämatkalle osallistuvien matkustajien johtajana. Ryhmämatkan johtajalla tarkoitetaan ehdotuksen mukaan myös henkilöä, joka toimii

matkanjärjestäjän edustajana. Ryhmämatkan johtajana voi olla esimerkiksi majoitusliikkeen sijaintipaikkakunnalla asuva henkilö, joka ei yövy majoitusliikkeessä.(39.)

Laissa ei ole määritelty ryhmän minimikokoa, eli ryhmämatkalla voidaan tarkoittaa esimerkiksi kolmen henkilön muodostamaa ryhmää. Näistä kolmesta henkilöstä yksi toimii niin sanottuna ryhmämatkanjohtajan. (39.)

Matkatoimistot räätälöivät erilaisia ryhmämatkoja aina pyynnöstä. Toiset matkatoimistot, esimerkiksi Kymenmatkat, räätälöivät tarjolle asiakkailleen erilaisia ryhmämatkoja, joille odotetaan ilmoittautuvan jokin minimi määrä henkilöitä. Näille valmiiksi räätälöidyille matkoille on yleensä ilmoitettu etukäteen jokin tietty osallistumishinta, mikä saattaa kasvaa jos matkailijoita ei ilmoittaudukaan niin paljon kun alussa on arvioitu. Pahimmassa tapauksessa jos matkailijoita ei ilmoittaudu ryhmämatkalle tarpeeksi, se saatetaan perua. Toisaalta, jos matkailijoita ilmoittautuu matkalle enemmän, kuin mitä on ennakkoon varattu paikkoja (ja heitä pystytään matkalle vielä ottamaan), matkan hinta saattaa laskea.

Ryhmämatkojen etuna on se, että kun matkalla on useampi ihminen, matkakohteet tarjoavat usein jonkinlaisia ryhmälennuksia ja näin kulut yhtä matkustajaa kohden vähenevät. Hyvänä esimerkkinä tästä on nähtävyydellä paikallisoppaan palkkaaminen esittelemään jotakin kaupunkia, esimerkiksi kolmen tunnin opastettu kierros Kotkassa maksaa 111 euroa Kymenmatkojen nettisivujen tietojen mukaan (40). Se on aika paljon, jos ajattelee vain yhtä ihmistä, mutta jos on kymmenen hengen ryhmä, opastukselle tulee hintaa enää 10–11 euroa henkilöltä.

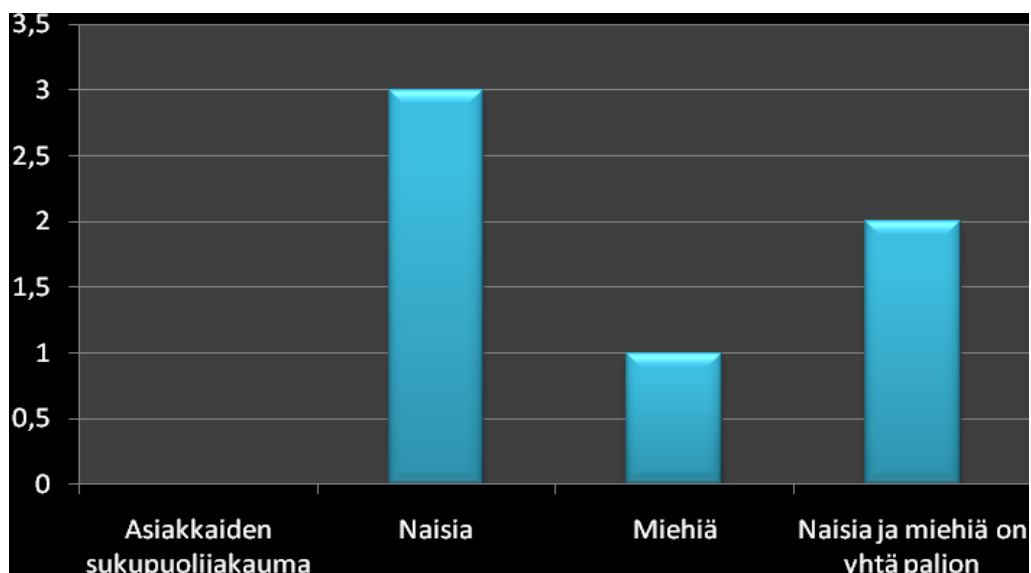
8 TUTKIMUSTULOKSET

Kuten jo aiemmin kappaleessa viisi kerroinkin, tutkimus toteutettiin lähettämällä 300 Pietarilaiselle matkatoimistolle sähköisesti kysely ryhmämatkoista Suomeen. Kyse-lyyn tuli toivottua vähemmän vastauksia, mikä osaltaan vaikeutti tulosten analysointia ja jätti pohtimaan kuinka valideja seuraavat tiedot ovat. Osittain vähäiseen vastausmäärään vaikuttanee se, että ihan kaikki sähköpostiosoitteet eivät toimineet, mutta muuten syynä lienevät matkatoimistojen työkiireet. Loppujen lopuksi vastausprosentiksi jäi 8 % ja vastauksia tuli 24..

Kyselyn alussa vastaajilta tiedusteltiin, tekevätkö he matkoja Suomeen, ja jos eivät tee, olisivatko he kiinnostuneita tekemään niitä tulevaisuudessa. Vastaajista, jotka vastasivat, etteivät tee ryhmämatkoja Suomeen ainoastaan yksi oli kiinnostunut tulevaisuudessa tekemään niitä. Viimeisessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin jättämään yhteystietonsa, ja osa on niin tehnytkin. Mikäli vastaaja, joka vastasi olevansa kiinnostunut tekemään matkoja tulevaisuudessa Suomeen, jätti tähän kohtaan yhteystietonsa, kannattanee hänen kanssaan tehdä tulevaisuudessa yhteistyötä. Valtaosalla vastaajista, jotka vastasivat, etteivät tee ryhmämatkoja Suomeen, syynä oli matkatoimiston erikoistuminen muualle suuntautuviin matkoihin.

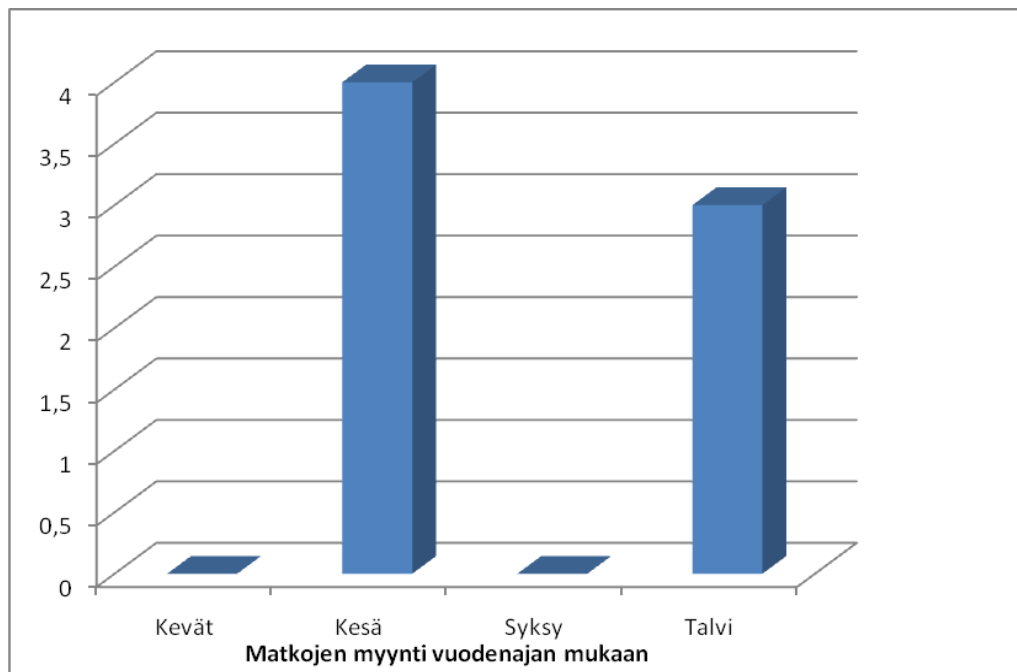
70 %:lla vastaajista oli valmiiksi räätälöityjä ryhmämatkaehdotuksia ja n. 78 %:lla oli valmiita ryhmiä (kuten koulut, yhdistykset ja yritykset), joille he niitä tarjosivat. Ryhmiä ei kuitenkaan eritelty vastauksissa tarkemmin, vaikka siihen olisi ollut mahdollisuus. Ainoastaan n. 28,6 % vastaajista hyödynsi matkoja räätälöidessään incoming-matkatoimistojen palveluita.

Matkatoimistojen tyypillinen asiakas on perheellinen työssäkäyvä 31–50-vuotias nainen tai mies (kuva 1). Myös Mekin (Matkailun edistämiskeskuksen) tekemä maakat-saus tukee näitä tuloksia. Vastaajista suurin osa myi matkoja sekä Pietarilaisille, että Pietarin ulkopuolella asuville asiakkaille.



(Asiakkaiden sukupuolijakauma)

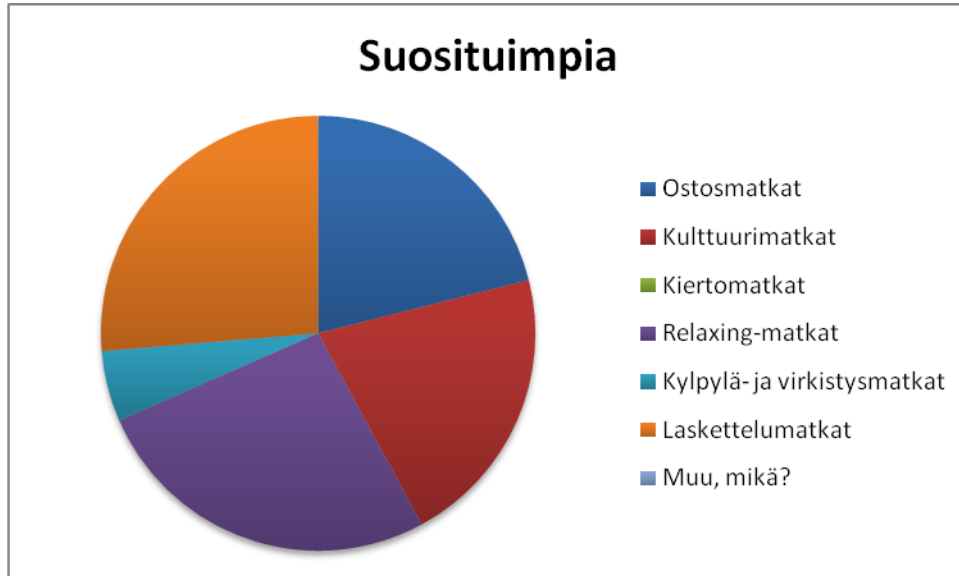
Suomeen suuntautuvien ryhmämatkojen määrä vaihteli suuresti vastaajittain. Osa vastaajista teki Suomeen satoja matkoja vuodessa, kun taas toiset tekevät alle kymmenen matkaa. Tähän vaikuttanee jonkin verran matkatoimiston koko ja tunnettuus. Kun kysyin, mikä on Suomeen suuntautuvien ryhmämatkojen määrä prosentuaalisesti suhteessa kaikkiin vastaajamatkatoimiston myymiin matkoihin, suurimmalla osalla vastaajista se oli 20–30 %. Yksi vastaaja vastasi Suomeen suuntautuvien ryhmämatkojen osuuden myynnistä olevan 70 %, mikä antaisi ymmärtää matkatoimiston erikoistuneen Suomen matkoihin. Matkojen kesto on tyypillisesti 1-8 päivää. Kun kysyin, minkä mittaisia ryhmämatkoja vastaajat Suomeen tekivät, suurin osa vastaajista vastasi matkojen pituuden olevan keskimäärin 2-4 päivää. Eniten matkoja myytiin Suomeen keuhällä ja talvella, mikä oli ihan odotettavissakin kevään ja syksyn ollessa usein kiireistä aikaa kaikkialla (kuva 2).



(Matkojen myynti vuodenajan mukaan)

Kysyin vastaajilta, minkätyyppisiä ryhmämatkoja he tekevät Suomeen. Annetuista vaihtoehtoista (relaxing-matkat, ostosmatkat, kulttuurimatkat, kiertomatkat, kylpylä- ja virkistysmatkat, laskettelumatkat ja muu) eniten tehtiin kulttuurimatkoja (n.46,2%), relaxing- matkoja (n.38,5 %) ja laskettelumatkoja (n.30,8 %). Suosituimmiksi näistä ryhmämatkatyypeistä nimettiin laskettelu-, relaxing-, kulttuuri- ja ostosmatkat (kuva 3). Matkakohteina suosituimpia taasen olivat Helsinki, Lappeenranta, Imatra ja Kotka. Kohteiden suosiota vastaajat perustelivat sillä, että kaupungit ovat lähellä Pietaria, ja että Saimaan alueelta vuokrattavat mökit ovat suosittuja. Ylipäätään eniten ryhmämat-

koja tehtiin Etelä-Suomeen. Hyvänä kakkosena tuli Itä-Suomi, minne myös tehtiin paljon matkoja. Yllättävää tuloksissa oli kylpylä- ja virkistysmatkojen vähäinen suosio. Tämä antaisikin ymmärtää, että mikäli matkoja tehdään kylpylään, ne tehdään omatoimisesti.



(Suosituimmat ryhmämatkatyytit)

Kuten aiemminkin työssä jo mainitsin matkailijat matkustavat Suomeen pääasiassa rentoutuakseen ja nauttiakseen Suomen luonnosta. Myös tämän kyselyn tulokset mielestäni tukevat tätä teoriaa. Suomeen tullaan nauttimaan kulttuurista ja ulkoilusta kauniissa ympäristössä. Myös mökkien vuokrauksen suosio tukee tätä teoriaa.

9 TOIMINTAEHDOTUKSIA

Kyselyn vastausten ja tutkimusteni perusteella olen havainnut, että ryhmämatkoja Suomeen myydään eniten kesällä ja talvella. Talven runsaaseen myyntiin vaikuttanee venäläisten useat lomapäivät alkuvuodesta (uusi vuosi 1-5.1., joulukuusi 7.1., vanha uusi vuosi 14.1.). Venäläisillä on lomapäiviä melko tasaisesti ympäri vuoden (katso liite 6), minkä lisäksi Suomi-Venäjä-seuran nettisivujen tietojen mukaan maassa vietetään lähes joka lauantai ja sunnuntai jonkin tietyn ammattialan tai aselajin juhlapäiviä. Nämä päivät koskevat ainoastaan tietyn alan työntekijöitä. Juhlapäivinä työntekijöille järjestetään konsertteja ja juhlia, heille jaetaan ansiomerkkejä, ja he kokoontuvat syömään ja juomaan yhdessä työtoveriansa ja omaistensa kanssa. Heillehän voisi tarjota mah-

dollisuuden juhlistaa alansa juhlapäivää Suomen puolella, mikä olisi todennäköisesti hieman erilaista työntekijöiden näkökulmasta.

Kansainvälisestä Naistenpäivästä lukiessa tuli myös mieleeni, että niin naistenpäivänä (8.3.) kuin myös äitienpäivänä (marraskuun viimeinen sunnuntai) voisi venäläisille miehille markkinoida mahdollisuutta hemmotella elämänsä naista tuomalla hänet hemmottelumatkalle Suomeen. Relaxing-matkojen lisäksi kyseiseen ajankohtaan voisi tarjota myös suosittuja kulttuuri- ja laskettelumatkoja.

Matka-ideoita ja venäläisten mieltymyksiä pohdiskellessani tulivat mieleeni messut perinteisten tapahtumien lisäksi. Helsingin messukeskuksessa järjestetään vuosittain useita eri alojen kansainvälisiä messuja, joista myös venäläiset asiakkaat saattaisivat olla kiinnostuneita. Naisille voisi tarjota mahdollisuutta vieraila lomansa yhteydessä esimerkiksi kauneusmessuilla, häät ja rakkausmessuilla, muotimessuilla tai matkamessuilla. Helsingin messukeskuksen omilta sivuilta löytyy koko messuaikataulu.

Aiemmin luvussa 6 kerroin venäläisten kiinnostuksen kohteista. Luvussa mainitsin miesten kiinnostuksen kohteiksi muun muassa moottoriurheilun. Suomessa järjestetään esimerkiksi yksi vuoden 2010 tärkeimmistä RC-autoilutapahtumista Jyväskylässä 29.–31.7. Neste Oil Ralli-tapahtuman yhteydessä. Koska ainakin Neste Oil Ralli on osa rallin MM kilpailuja, sinne saattaisivat olla myös venäläiset kiinnostuneita lähtemään. Siihen yhteyteenhän voisi siten rakentaa ryhmämatkan, mikä pitäisi Neste Oil Rallin katsomisen lisäksi RC autoilutapahtuman. Rallin aikataulu on saatavilla esimerkiksi www.ralli.net-sivustolta. Moottoriurheilun ystäviä saattavat kiinnostaa myös kiihdytysajot ja erilaiset moottoriajoneuvoja koskevat messut. Helsingin messukeskuksessa järjestetään esimerkiksi Petrol Circus prätjänäyttely, American Car Show, X-treme Car Show ja Electric Motor Show. Muita mielenkiintoisia messuja, jotka saattaisivat myös itänaapurin kansalaisia kiinnostaa, ovat esimerkiksi Model-Expo pienoismalli- ja harrastemessut, Forma-sisustus,- lahja- ja -taloustavaramessut, sekä SeaTec Hki 10-messu, mikä on uusi meriteknologian kansainvälinen tapahtuma. Myös venemessut herättävät varmasti kiinnostusta myös venäläisten keskuudessa.

Urheilun ystäville voisi muutenkin tarjota mahdollisuuksia ryhmämatkoihin Suomeen peleihin, jossa venäläiset ottelevat esimerkiksi suomalaisia vastaan. Extreme urheilun ystäville voisi tarjota mahdollisuuksia myös esimerkiksi koskenlaskuun, kalliokiipeilyyn ja koskiuintiin, joita voi harrastaa Kymenlaaksossakin. Suomessa on myös monia

hienoja golfkenttiä, minne voisi järjestää golfauksesta kiinnostuneille ryhmämatkoja. Mikäli ryhmämatka sattuisi samaan ajankohtaan Helsingin messukeskuksessa järjestettävien Golfmessujen kanssa, messut voisi hyvin liittää matkaohjelmaan.

Suomeahan on maailmalle markkinoitu paljon luonnonläheisenä matkustuskohteena ja monet venäläiset tulevatkin Suomeen juuri nimenomaan nauttimaan Suomen luonnon kauneudesta. Kalastusmatkat ovat viime aikoina olleet venäläisten keskuudessa erittäin suosittuja ja niitä kannattaa tulevaisuudessakin heille tarjota ehkä myös ryhmämatkoina. Talvella voisi järjestää pilkkimatkoja ja ympärivuoden vaellusmatkoja. Suomessa on monia upeita vaellusreittejä, josta luonnossa liikkumisesta nauttivat asiakkaat voisivat olla erittäin kiinnostuneita. Keväällä ja syksyllä lintujen arktinen muutto näkyy erittäin upeana Suomessa ja sitä tulevatkin monet lintuharrastajat myös ulkomailta Suomeen ihailemaan. Venäjältäkin varmasti on omat lintuharrastajapiirit, joille voisi markkinoida mahdollisuutta lähteä ryhmämatkalle Suomeen ihailemaan lintujen arktista muuttoa Suomen hyvin hoidetuista lintutorneista.

Lapsiperheille kannattaa tietenkin markkinoida matkoja huvipuistoihin kuten Linnanmäelle ja Särkänniemeen ja Muumimaailmaan, joista varmasti myös venäläiset lapset osaisivat nauttia. Lapsiperheitä saattaisi kiinnostaa myös karting autoilu. Esimerkiksi Kotkassa on oma karting rata, jonne voi varata aikoja. Nuorille eri urheilulajien harrastajille voisi tarjota mahdollisuuksia lähteä harrastusmatkalle Suomeen.

Kyselytutkimuksesta selvisi, että kulttuurimatkat ovat yksi suosituimmista ryhmämatkojen muodoista Suomeen. Antti Eronen ja Sampo Ruoppila tekivät vuonna 2008 tutkimuksen Ulkomaalaiset matkailijat suomalaisissa kulttuurikohteissa ja tapahtumissa, josta selvisi, että kulttuurimatkailu Suomeen suuntautuu etupäässä Etelä-Suomeen, varsinkin Helsinkiin eikä juurikaan varsinaisiin kulttuuritapahtumiin. Koska venäläiset tunnetusti ovat suuria kulttuurinystäviä, heille voisi tarjota ryhmämatkoja esimerkiksi Helsingin juhaviikoille, joilla on mahdollisuus nauttia kulttuurista tanssin, teatterin, musiikin ja kuvataiteen merkeissä. Kesäfestivaaleista Helsingin juhaviikkojen lisäksi Savonlinnan Oopperajuhlille kannattaa ehdottomasti yrittää myydä ryhmämatkoja. Juhlat ovat kansainvälisesti noteeratut ja siellä esiintyy joka vuosi monia kansainvälisesti tunnettuja oopperalaulajia, sekä muutamia nousevia suomalaisia laulajalupauksia. Kulttuurimatkoja voisi järjestää myös muille kesäfestivaaleille, joita Suomessa järjestetään. Esimerkiksi Imatra Big Band festivaali ja Pori Jazz saattaisivat kiinnostaa

myös venäläisiä suomimatkailijoita. Näin myös suomalaiset kesäfestivaalit saivat nauttia tulevaisuudessa kenties kansainvälisenkin yleisön kiinnostuksesta.

Jäin pohtimaan myös sitä, kiinnostaisiko venäläisiä asiakkaita etenkin kotkalaisten keskuudessa kovin suositut lauluristeilytyyppiset tapahtumat. Heillähän voitaisiin laulattaa venäläisiä kansanlauluja samalla, kun he risteilisivät esimerkiksi Kotkan edustalla tai Saimaalla. Toinen, jota jäin pohtimaan mahdollisena matkakohteena on suomalaiset luostarit. Nettisivuille suosittelisin laittamaan ilmoituksen, jonka sisältö olisi jotakuinkin seuraava: ”Kerää sukusi ja ystäväsi kokoon ja lähtekää yhdessä rentoutumaan itse räätälöimällemme ryhmämatkalle Suomeen.”

Se mitä ei pidä missään tapauksessa unohtaa, on tyytyväisyyskyselyn teettäminen asiakkailla. Tällä tavalla voidaan saada ensiarvoisen tärkeää tietoa siitä, mitä mieltä asiakkaat ovat matkasta olleet ja mitä parannuksia he mahdollisesti matkoihin tulevaisuudessa toivoisivat. Heiltä voi saada myös ideoita uusia matkatyyppejä varten. Tyytyväisyyskysely on kohtuullisen helppo ja halpa tapa saada tietää, mitä asiakkaat haluavat.

10 YHTEENVETO

Matkailu Suomeen alkoi käytännössä katsoen 1990-luvun alussa ja siitä lähtien on ulkomaalaisten matkailijoiden määrä Suomessa tasaiseen tahtiin lisääntynyt. Vuonna 1999 lähes puolet Suomeen saapuvista ulkomaalaisista matkailijoista oli Venäjältä ja Ruotsista. Nyt viimeisen parin vuoden aikana taloudellisen tilanteen ollessa ongelmallinen ympäri maailmaa matkailijoiden määrät ovat Suomessa hieman vähentyneet. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2008 Suomessa kävi 6,1 miljoonaa matkustajaa, mikä on kuusi prosenttia enemmän kuin vuonna 2007. Kuten edellä kappaleessa 2.4, Ulkomaalaiset matkailijat, mainitsinkin eniten matkustajia (2,3 miljoonaa) tuli totutusti Venäjältä. Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan matkailijoiden määrä Suomessa on kuitenkin vuonna 2009 tästä hieman laskenut.

Tilastokeskuksen ja Matkailun edistämiskeskuksen tutkimusten mukaan valtaosa venäläisistä matkailijoista on kotoisin Pietarin ja Moskovan alueilta. Tavallisesti he ovat maan keskiluokkaa ja matkustavat perheen ja ystävien kanssa. Pääasiassa puolet Suomeen matkaavista venäläisistä matkustaa omatoimisesti ja puolet ryhmän kanssa. Suomeen heitä vetää mm. maiden läheisyys ja sen myötä matkustamisen helppous,

kaunis luonto, sukulaiset ja se, että moni kokee Suomen jo tutuksi. Kuten aiemmin jo mainitsinkin, Suomesta on muodostunut Pietarin ja Moskovan alueilla eläville venäläisille samankaltainen lähimatkailukohde kuin esimerkiksi Tallinna on suomalaisille.

Suomen vahvuuksia matkailumaana ovat muun muassa hyvä infrastruktuuri, siisteys, toimivuus, luonto kaikkine sen tarjoamine elämyksineen, Lappi ja Helsinki. Heikkouksia puolestaan ovat lyhyt ja ei-niin-mielenkiintoinen historia, kova hintataso ja sää.

Asiakkaana venäläiset ovat rautaisia ostajia. He haluavat korkean tason palvelua, ja onkin tyypillistä, että he hakevat aktiivisesti kilpailevia tarjouksia ja muuttavat usein mieltään. Tärkeää onkin, että myyjä myy venäläiselle ostajalle ensin itsensä ja sen jälkeen vasta tuotteensa, sillä Venäjällä asiakassuhdekäsitys on laajempi kuin Suomessa. Venäjällä henkilökohtainen taso on yleensä aina läsnä ja ylemmän johdon sitoutuminen on tärkeää. Kun luottamus ja ystävyys syntyvät osapuolten välille, myyjän puoleen käännytään usein myös muissa asioissa. Venäläisten kanssa työskenneltäessä kannattaakin panostaa pysyviin asiakassuhteisiin.

Tekemäni tutkimuksen mukaan Suomeen tehtävien ryhmämatkojen pituus on keskimäärin kahdesta neljään päivää. Suosituimpia ajankohtia ovat kesä ja talvi ja kohteita muun muassa Lappeenranta, Helsinki, Imatra ja Kotka. Suosituimmiksi ryhmämatkatyypeiksi nousivat tutkimuksessani ostos-, kulttuuri-, laskettelu- ja relaxing-matkat. Tuloksien perusteella suosittelisinkin hyödyntämään Suomen monipuolista kesäfestivaali- ja messutarjontaa luontoon liittyvien matkojen ohella.

LÄHTEET

1. Langinen I. & Hutter, O. 2002. 2000-luvun venäläinen matkailija Suomessa: markkinatutkimus Pietarilaiselle Itus-tour-matkatoimistolle. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
2. Kosonen,R., Paajanen, M. & Reittu,N, 2005. Etelä-Suomi venäläisten turistien länsimatkailussa. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-59. HeSe pint.
3. Suomen Kesä, seuranta Venäjän markkinoilla. 2005. Matkailun edistämiskeskus. Saatavis-
sa:[http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/0/4835ff72e7de4d89c225705700429674/\\$FILE/KES%C3%84%20MEK%20_1-seurantaVen%C3%A4j%C3%A406072005.pdf](http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/0/4835ff72e7de4d89c225705700429674/$FILE/KES%C3%84%20MEK%20_1-seurantaVen%C3%A4j%C3%A406072005.pdf) [Viitattu 22.6.09]
4. Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä, saaristo- ja vesistömatkailun esiselvityshankkeen loppuraportti. Sisäasiainministeriön julkaisuja 6/2005. Saatavis-
sa:[http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/C9B9EAECBF77BE0CC2256FA8001E57B7/\\$file/062005.pdf](http://www.intermin.fi/intermin/biblio.nsf/C9B9EAECBF77BE0CC2256FA8001E57B7/$file/062005.pdf) [Viitattu 22.6.09]
5. Leinonen,R., Kauppila P. & Saarinen,J, 2007. Suomen matkailun aluerakenne 2005: tutkimusraportti. Saatavis-
sa:[http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/0/3657f22371a4ea31c22572f80034540f/\\$FILE/A155%20Suomen%20matkailun%20aluerakenne%202005_Raportti.pdf](http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/0/3657f22371a4ea31c22572f80034540f/$FILE/A155%20Suomen%20matkailun%20aluerakenne%202005_Raportti.pdf) [Viitattu 22.6.09]
6. Eronen, A & Ruoppila, S. 2008. Ulkomaalaiset matkailijat Suomalaisissa kulttuurikohteissa ja tapahtumissa. Saatavis-
sa:[http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/0/e1245316223f0d5bc2257513002481e7/\\$FILE/A162%20Ulkomaalaiset%20matkailijat%20suomalaisissa%20kulttuurikohteis sa.pdf](http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/0/e1245316223f0d5bc2257513002481e7/$FILE/A162%20Ulkomaalaiset%20matkailijat%20suomalaisissa%20kulttuurikohteissa.pdf) [Viitattu 22.6.09]
7. Ulkomaiset matkailijat Suomessa talvi 2006-2007, rajahaastattelututkimuksen maa-kohtaiset tulokset, 2008. Matkailun edistämiskeskus. Saatavis-

sa:[http://www.mek.fi/relis/REL_LIB.NSF/0/4fc7ccf8e201d7e0c2257114003bc03e/\\$FILE/A160%20Rajahaastattelututkimus_talvi2006-2007.pdf](http://www.mek.fi/relis/REL_LIB.NSF/0/4fc7ccf8e201d7e0c2257114003bc03e/$FILE/A160%20Rajahaastattelututkimus_talvi2006-2007.pdf) [Viitattu 22.6.09]

8. Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2009–2013 , 2009. Matkailun edistämiskeskus. Saatavis-

sa:[http://www.mek.fi/relis/REL_LIB.NSF/0/07c00c2bc7813273c22575ba001cf754/\\$FILE/Kulttuurimatkailun%20kehitt%C3%A4msstrategia_2009.pdf](http://www.mek.fi/relis/REL_LIB.NSF/0/07c00c2bc7813273c22575ba001cf754/$FILE/Kulttuurimatkailun%20kehitt%C3%A4msstrategia_2009.pdf) [Viitattu 22.6.09]

9. Ulkomaanmatkailu, Venäjä-Russia, Matkailun edistämiskeskus. Saatavis-

sa:<http://www.mek.fi/mis2/mismarke.nsf/pages/VEN%C3%84J%C3%84%20%20RUSSIAOTRAVEL?opendocument&np=C-20.30&ind=W5/mekfi/index.nsf> [Viitattu 22.6.2009]

10. Markkinatieto, Venäjä-Russia. Matkailun edistämiskeskus. Saatavis-

sa:<http://www.mek.fi/mis2/mismarke.nsf/pages/VEN%C3%84J%C3%84%20%20RUSSIAMARKET?opendocument&np=C-20.30&ind=W5/mekfi/index.nsf> [Viitattu 22.6.09]

11. Eskola S-M, 2007. Incoming-matkatoimiston yksilövarausten myyntiprosessi, case Tours International America. Saatavis-

sa:https://oa.doria.fi/bitstream/handle/10024/29247/jamk_1195723740_4.pdf?sequence=1 [Viitattu 25.6.09]

12. Finnair, vuosikatsaus 2007. Saatavis-

sa:http://www.finnairgroup.com/linked/fi/konserni/Finnair_vuosikatsaus_2007.pdf [Viitattu 25.6.09]

13. T.Nurmianinen, 2007. Matkapakettien tuotteistaminen, kiertomatkoja Lounais-Saksaan. Saatavis-

sa:<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/1190/Nurmiainen%20Tiina.pdf?sequence=1> [Viitattu 25.6.09]

14. Pietarilaisia matkatoimistoja-luettelo. Tourfirms.spb.ru-internet-sivut. Saatavis-

sa:<http://tourfirms.spb.ru/index.php> [Viitattu 30.10.09]

15. Pietarilaisia matkatoimistoja-luettelo. Turizm.inspb.ru-internet-sivut. Saatavissa:<http://turizm.inspb.ru/Katalog/index.html> [Viitattu 30.10.09]
16. Pietarilaisia matkatoimistoja-luettelo. Tourshow.ru-internet-sivusto. Saatavissa:<http://www.tourshow.ru/firms/spb-finland.html> [Viitattu 30.10.09]
17. Pietarilaisia matkatoimistoja-luettelo. Tourshow.ru-internet-sivusto. Saatavissa:<http://www.tourshow.ru/firms/> [Viitattu 30.10.09]
18. Kysymyksiä ja vastauksia majoitus- ja ravitsemustoiminnan laista. Maa- ja metsätaloustuottajien keskusliitto, Saatavissa:http://www.mtk.fi/maaseutu/yritykselle/neuvonta/fi_FI/laki_maj_rav_toim/ [Viitattu 3.11.09]
19. J-P.Konttinen, 2005. Tilastokeskus, Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino. Saatavissa:http://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_4_2005_matkailu.html [Viitattu 6.11.09]
20. J.Lehtonen, Matkailun kansainväliset trendit ja näkymät. Saatavissa:http://209.85.135.132/search?q=cache:IQv68yCHAZIJ:www.kittila.fi/web/files/jaakko_lehtonen_14.6..ppt+matkailun+taloudellinen+merkitys&cd=2&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-a [Viitattu 6.11.09]
21. Talousvaikutukset. Matkailun edistämiskeskus, Saatavissa:[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/\(Pages\)/Tilastokeskus_tiedote_3?opendocument&np=F-40](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/(Pages)/Tilastokeskus_tiedote_3?opendocument&np=F-40) [Viitattu 6.11.09]
22. Matkailunedistämiskeskus. Ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2008 raja-haastattelututkimuksen tulokset julkaistu. Saatavissa:[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/\(Pages\)/Rajahaastattelututkimus_2008_tulokset?opendocument&np=F](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/(Pages)/Rajahaastattelututkimus_2008_tulokset?opendocument&np=F) [Viitattu 6.11.09]
23. Matkailijat yöpyvät Suomessa entistä harvemmin. Keski-Suomalainen 15.10.2009. Saatavissa:<http://www.ksml.fi/uutiset/kotimaa/matkailijat-y%C3%B6pyv%C3%A4t-suomessa-entist%C3%A4-harvemmin/492484> [Viitattu 6.11.09]

24. Kallioniemi, P. 2009. Ajavatko kaikki suomalaiset rallia? Saatavissa:<http://www.finland.org.za/Public/default.aspx?contentid=179037&nodeid=36354&culture=fi-FI> [Viitattu 6.11.09]
25. Suomi tunnetaan maailmalla heikosti. MTV3-STT, 3.3.2009. Saatavissa:<http://www.mtv3.fi/matkailu/arkisto.shtml?829700> [Viitattu 6.11.09]
26. Keski-Suomi, Loma-Suomi. Saatavissa:<http://www.keskisuomi.net/> [Viitattu 6.11.09]
27. Ahvenanmaa turistinähtävyyksiä. Saatavissa:<http://www.visitaland.com/fi/naekoe> [Viitattu 9.11.09]
28. Venäjän liittovaltion turismin edistämisyhdistys. Saatavissa:http://www.russiatourism.ru/section_23/section_485/ [Viitattu 9.11.2009]
29. Ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset vähenivät 11 prosenttia syyskuussa 2009. Tilastokeskus, Saatavissa:http://tilastokeskus.fi/til/matk/2009/09/matk_2009_09_2009-11-12_tie_001.html [Viitattu 18.12.2009]
30. World tourism organization, info-shop. The Russian outbound travel market with Special Insight into the image of Europe as a destination. Saatavissa:<http://pub.unwto.org/epages/Store.sf/?ObjectPath=/Shops/Infoshop/Products/1482/SubProducts/1482-1> [Viitattu 3.3.2010]
31. J.L, 2006. Pärjäämisestään Suomi tunnetaan. Saatavissa:<http://www.minedu.fi/etusivu/arkisto/2006/0106/suomimailmalla.html> [Viitattu 3.3.2010]
32. Menestysalat,2009. Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. Saatavissa:<http://www.pohjois-karjala.fi/Resource.phx/maakuntaliitto/kehityskaytava/menestysalat/index.htx> [Viitattu 3.3.2010]

33. Matkailu, Suomen matkailuvinkit, Etelä-Suomen lääni. Saatavissa: <http://www.nicehouse.fi/matkailu/matkakohteita/suomimat/etelasuo.htm> [Viitattu 3.3.2010]
34. Matkailu, Suomen matkailuvinkit, Länsi-Suomen lääni. Saatavissa: <http://www.nicehouse.fi/matkailu/matkakohteita/suomimat/lansisuo.htm> [Viitattu 3.3.2010]
35. Matkailu, Suomen matkailuvinkit, Itä-Suomen lääni. Saatavissa: <http://www.nicehouse.fi/matkailu/matkakohteita/suomimat/itasuomi.htm> [Viitattu 3.3.2010]
36. Perustietoja matkailusta Suomeen, 2009. Tilastokeskus. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/meken/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/26ed2072ba6ed332c22573fc002ed68c/\\$FILE/Facts%20and%20Figures%202009.pdf](http://www.mek.fi/w5/meken/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/26ed2072ba6ed332c22573fc002ed68c/$FILE/Facts%20and%20Figures%202009.pdf) [Viitattu 3.3.2010]
37. Torvinen, M., 2009. Britit unohtivat taantumassa Suomen joulupukin. Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2009/11/britit_unohtivat_taanumassa_suomen_joulupukin_1178187.html [Viitattu 3.3.2010]
38. Auer, S. 2007. Keski-Suomen incoming-matkatoimistot ja niiden asiakaskunta. Saatavissa: <https://oa.doria.fi/bitstream/handle/10024/6194/TMP.objres.519.pdf?sequence=1> [Viitattu 3.3.2010]
39. Laki majoitus- ja ravitsemustoiminnasta. HE 138/2004.
40. Opastettu kierros Kotkassa, hinnasto. 2010. Saatavissa: <http://www.kymenmatkat.net/pindex.php?l=1&path=39,544,620> [Viitattu 3.3.2010]
41. Rallin aikataulu. Saatavissa: www.ralli.net [Viitattu 8.3.2010]
42. Helsingin messukeskuksen ohjelma. Saatavissa: <http://www.finnexpo.fi/> [Viitattu 8.3.2010]

43. Ulkomaan matkailu Venäjä-Russia, markkinoiden koko ja matkustustavat. Matkailun edistämiskeskus. Saatavissa:
<http://www.mek.fi/Mis2/MISMARKE.nsf/pages/VEN%C3%84J%C3%84%20%20RUSSIAOTRAVEL?opendocument&np=C-20.30&ind=w5/mekfi/index.nsf> [Viitattu 23.3.2010]

44. Nykyiset Venäjän juhlapäivät. Suomi-Venäjä seura. Saatavissa:
<http://www.venajaseura.com/?sc=4903&sc2=4918&sc3=4920> [Viitattu 23.3.2010]

45. Hämäläinen, M. 2009. Luentomuistiinpanot 5.11.-3.12.09. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

46. Laaksonen, E. Miten ymmärrät venäjää. SVVK,2009.Saatavissa:
http://www.ek.fi/www/fi/yritysten_kansainvalistyminen/liitteet/KiVi_dokumentit/2009/Hameenlinna/Miten_ymmaerraet_Venaejaeae_SVKK_Erja_Laakso_24.3.09.pdf
[viitattu 18.12.2009]

Vastatkaa kysymyksiin valitsemalla oikea vaihtoehto

1. Teettekö ryhmämatkoja Suomeen?

Kyllä (siirtykää kysymykseen 3)

Ei, miksi? _____

2. Jos ette tee ryhmämatkoja Suomeen, oletteko ajatelleet tekevänne niitä tulevaisuudessa?

Kyllä

Ei, miksi

ette? _____

_____ (siirtykää kysymykseen numero 18)

3. Onko teillä valmiiksi räätälöityjä ryhmämatkaehdotuksia?

Kyllä, minkälaisia?

Ei

4. Minkä mittaisia ryhmämatkoja teette?

5. Onko teillä olemassa valmiita ryhmiä, kenelle tarjoatte erilaisia ryhmämatkaehdotuksia (esim. koulut, yhdistykset, yritykset jne.)?

Kyllä,

minkälaisia? _____

Ei

6. Minkä tyyllisiä ryhmämatkoja teette Suomeen (ympyröikää oikea sopivat vaihtoehdot)?

a) Ostosmatkat

b) Kulttuurimatkat

c) Kiertomatkat

d) Relaxing matkat

e) Kylpylä- ja virkistysmatkat

f) Laskettelumatkat

g) Muu,

mikä? _____

7. Kuinka paljon teette vuosittain ryhmämatkoja Suomeen?

8. Mikä on Suomeen suuntautuvien ryhmämatkojen osuus prosentuaalisesti kaikista tekemistänne ryhmämatkoista?

9. Minne päin Suomeen teette ryhmämatkoja (ympyröikää sopivat vaihtoehdot)?

- a) Pohjois-Suomi
- b) Itä-Suomi
- c) Etelä-Suomi
- d) Länsi-Suomi
- e) Saaristo

10. Mikä on suosituin ryhmämatkakohteenne Suomessa?

11. Mikä on suosituin ryhmämatkatyyppi (ympyröikää sopiva vaihtoehto)?

- a) Ostosmatkat
- b) Kulttuurimatkat
- c) Kiertomatkat
- d) Relaxing matkat
- e) Kylpylä- ja virkistysmatkat
- f) Laskettelumatkat
- g) Muu,
mikä? _____

12. Mikäli teette ryhmämatkoja Suomeen, käytättekö jonkin tietyn incoming-matkatoimiston palveluita sitä räätälöidessänne?

Kyllä,

minkä? _____

Ei

13. Ovatko Suomeen ryhmämatkoja ostavat asiakkaanne kotoisin Pietarista vai myös muualta Venäjältä (ympyröikää sopiva vaihtoehto)?

- a) Kyllä, ovat Pietarilaisia
 - b) Kyllä asiakkaamme ovat kotoisin Pietarista, mutta meillä on asiakkaita myös muualta Venäjältä
 - c) Ei, asiakkaamme ovat kotoisin muualta Venäjältä, mistä?
-

14. Valtaosa Suomeen ryhmämatkoja ostavista asiakkaistamme ovat:

- a) perheellisiä
 - a. työssäkäyviä
 - b. työttömiä
- b) opiskelijoita
- c) eläkeläisiä

15. Valtaosa Suomeen ryhmämatkoja ostavista asiakkaistamme ovat iältään:

- a) alle 30-vuotiaita
- b) 31–50-vuotiaita
- c) yli 50-vuotiaita

16. Valtaosa Suomeen ryhmämatkoja ostavista asiakkaistamme ovat:

- a) naisia
- b) miehiä
- c) naisia ja miehiä on yhtä paljon

17. Myymme eniten ryhmämatkoja Suomeen:

- a) Keväällä
- b) Kesällä
- c) Syksyllä
- d) Talvella

18. Olkaa ystävälliset ja jättäkää tähän yhteystietonne (Nimi, osoite, puhelinnumero ja e-mail)

Пожалуйста, обведите соответствующий вариант ответа.

1. Организуете ли Вы групповые туры в Финляндию?

Да (Перейти к вопросу 3.)

Нет, почему? _____

2. Если вы раньше не организовывали групповых туров в Финляндию, не задумывались ли Вы организовывать их в будущем?

Да

Нет, почему? _____
_____ (Перейти к вопросу 18.)

3. Есть ли у Вас готовые предложения для организации групповых туров?

Да, какие? _____

Нет

4. Какие по продолжительности групповые туры вы делаете?

5. Есть ли у Вас готовые группы/клиенты кому вы предлагаете различные групповые туры (например школы, общества, фирмы и т.д.)?

Да, что? _____

Нет

6. Какие групповые туры в Финляндию вы организуете? (обведите нужный вариант))

а) шоп-туры

б) культурная программа

в) турне

г) Relaxing-туры

д) санаторный отдых и развлекательная программа

е) горнолыжные курорты

ж) другие, какие?

7. Сколько групповых туров вы делаете ежегодно в Финляндию?

8. Какой процент составляют групповые туры в Финляндию от всех групповых туров?

9. Куда вы организуете групповые туры в Финляндии? (обведите нужный вариант))

а) Северная Финляндия

б) Восточная Финляндия

в) Южная Финляндия

г) Западная Финляндия

д) Архипелаг

10. Что является для групп наиболее популярным объектом в Финляндии?

11. Какие туры наиболее популярны? (обведите нужный вариант)

а) шоп-туры

б) культурная программа

в) турне

г) Relaxing-туры

д) санаторный отдых и развлекательная программа

е) горнолыжные курорты

ж) другие, какие?

12. Если вы организуете групповые туры в Финляндию, то пользуетесь ли услугами каких-либо известных incoming-бюро путешествий при составлении программы тура?

Да, какими? _____

Нет

13. Являются ли клиентами Ваших групповых туров жители Санкт-Петербурга или также жители других регионов России? (обведите нужный вариант)

а) Да, жители Санкт-Петербурга

б) Да, жители Санкт-Петербурга, но также и других регионов России.

в) Нет, наши клиенты из других регионов России.

Откуда? _____

14. Большинство наших клиентов, приобретающих групповые туры в Финляндию, это:

а) семейные пары

А. имеющие работу

Б. безработные

б) студенты

в) пенсионеры

15. Возраст большинства наших клиентов, приобретающих групповые туры в Финляндию

а) до 30 лет

б) от 31 до 50 лет

в) старше 50 лет

16. Большинство наших клиентов, приобретающих групповые туры в Финляндию

а) женщины

б) мужчины

в) мужчины и женщины в равном количестве

17. Групповые туры в Финляндию пользуются спросом:

а) весной

б) летом

в) осенью

г) зимой

18. Пожалуйста, оставьте свои контактные данные:

Фамилия, имя _____

Адрес _____

Номер телефона _____

e-mail _____

Hyvä vastaanottaja!

Minun nimeni on Niina Villanen. Opiskelen Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa, mikä sijaitsee Kouvolassa Suomessa. Teen päättötyöksi tutkimusta Pietarilaisten matkatoimistojen ryhmämatkoista Suomeen ja siksi tarvitsisin hieman apuanne. Ohessa on muutamia kysymyksiä, joihin toivon teidän vastaavan. Jos, ette katso olevanne oikea henkilö vastaamaan ryhmämatkoja koskeviin kysymyksiin, voisitteko ystävällisesti välittää ne henkilölle, joka osaa vastata niihin. Kysymyksiin vastaaminen ei vie kaukaa ja vastauksianne käsitellään luottamuksellisesti. Yksittäisten vastaajien tiedot eivät näy vastauksissa. Odotan pikaista vastaustanne. Etukäteen kiittäen.

Kunnioittaen

Niina Villanen

Уважаемые господа!

Меня зовут Ниина Вилланен.

Я студентка профессионального вуза из города Коуволы региона Кюменлааксо, который находится в Финляндии. Я делаю исследование для дипломной работы об организации групповых туров в Финляндию российскими бюро путешествий. Поэтому мне нужна Ваша помощь. Если Вы считаете, что Вы лично не сможете ответить на вопросы о групповых турах, не могли бы Вы передать анкету тому, кто в вашей организации мог бы это сделать.

Ответьте, пожалуйста, на некоторые вопросы! (см. ссылку ниже) Это не займет много времени! Ваш ответ будет конфиденциальным, ваши данные не будут раскрыты.

Заранее благодарю. Буду ждать вашего скорого ответа.

С уважением

Ниина Вилланен

Kyumenlaakson ammattikorkeakoulu, University of Applied Sciences

niina.villanen@student.kyamk.fi

Что бы открыть ссылку, вы должны ввести ваш персональный код: (Sample field: Id)

(Не волнуйтесь, если ссылка открывается на английском языке - сама анкета на русском языке)

Ссылка на анкету {Project property: mrlInterview/InterviewStartURL}

Ohessa muutamien vastaajien yhteystietoja mahdollista tulevaa kanssakäymistä varten:

БАЖЕНОВА НАТАЛЬЯ +7(812)-315.74.27. ametist21@rambler.ru

Гузанова ольга 8-911-171-45-01 guzanova_olga@mail.ru

Nikolai Urzhumtsev Lora Travel Group phone +7 (812) 449-2652 fax +7 (812) 274-5304

Манкевич Елена Санкт-Петербург +79213138575 helen@adventuretime.ru

Grigorieva Elizaveta Ecotour OY elizabeth@ecotour-spb.ru +7-812-310-7835

Маврычев Виталий Александрович 8911-840-8935 nuctoh@list.ru

Татьяна Баженова "АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ "КЛУБ ЕГЕРЬ МАСТЕР" г. Санкт-Петербург, ул.
Марата 28

Venäläisten juhlapäivät:

Uusi vuosi 1-5. tammikuuta

Joulu 7. tammikuuta

Vanha uusi vuosi 14. tammikuuta

Isänmaan puolustajien päivä 23. helmikuuta

Kansainvälinen naisten päivä 8. maaliskuuta

Aprillipäivä 1. huhtikuuta (ei ole vapaapäivä)

Pääsiäinen on 4. huhtikuuta vuonna 2010 (ei ylimääräisiä vapaapäiviä)

Kevään ja työn juhla 1. toukokuuta

Voiton päivä 9. toukokuuta

Venäjän päivä 12. kesäkuuta

Muiston ja surun päivä 22. kesäkuuta (ei ole vapaapäivä)

Venäjän lipun päivä 22. elokuuta (ei ole vapaapäivä)

Tiedon päivä 1. syyskuuta (ei ole vapaapäivä)

Kansan yhtenäisyyden päivä 4. marraskuuta

Äitienpäivä marraskuun viimeinen sunnuntai

Venäjän perustuslain päivä 12. joulukuuta

Venäjän laissa on säädetty, että mikäli vapaapäiväksi julistettu juhlapäivä sattuu lauantaille tai sunnuntaille, se siirtyy automaattisesti seuraavalle arkipäivälle.

Venäjällä lauantai ja sunnuntai ovat yleisiä vapaapäiviä. Tämä järjestelmä edesauttaa pitkien lomajaksojen muodostumista.(44)