

SUOMEN JA METROPOLIALUEEN  
KIINNOSTAVUUS MATKAILUKOHTEINA  
VENÄLÄISILLE MATKAILIJOILLE

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun ala  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma  
Majoitustoiminta  
Opinnäytetyö  
Kevät 2011  
Marina Gagarina

Lahden ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

GAGARINA, MARINA:

Suomen ja metropolialueen kiinnostavuus  
matkailukohteina venäläisille matkailijoille

Majoitustoiminnan suuntautumisvaihtoehdon opinnäytetyö, 53 sivua, 4 liitesivua

Kevät 2011

## TIIVISTELMÄ

---

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää kyselytutkimuksella saadusta aineistosta Suomen ja etenkin metropolialueen kiinnostavuutta matkailukohteena venäläisille matkailijoille. Tutkimuksessa selvitetään miten tyytyväisiä venäläisasiakkaat ovat metropolialueen palveluihin ja toivovatko venäläiset asiakkaat joitain erityisiä palveluja. Tutkimuksessa esitetään myös metropolialueen parannusehdotuksia kehittämiseksi. Tutkimuksessa selvitetään lisäksi sitä, miten kulttuurierot vaikuttavat palvelun kokemiseen ja palvelun laatuun sekä miten suomalaiset yritykset voivat parantaa venäläisille matkailijoille suunnattuja palveluja.

Työn teoriaosuudessa käsitellään matkailua Suomen ja etenkin metropolialueen näkökulmasta. Metropolialueeksi tässä työssä katsotaan Helsinki ja sen lähialueet. Tietoperustassa käsitellään matkailukohteena sekä venäläismatkailijoita ja venäläisten matkailua Suomessa ja etenkin Helsingissä ja sen lähialueilla. Tutkimuksessa Helsingin lähialueeseen luettiin Uudenmaan lisäksi Päijät-Häme.

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen tutkimus, ja se pohjautuu keväällä 2009 kerättyyn aineistoon. Aineisto kerättiin puolistrukturoidulla kyselyllä, johon tutkittavat vastasivat kirjallisesti. Tutkimukseen osallistuneet ovat 59 junamatkalla ollutta venäläistä matkailijaa, jotka valittiin satunnaisesti. Alueellisesti kyselyyn vastanneet matkailijat edustavat Pietaria ja sen lähiseutua.

Tutkimustulosten mukaan venäläiset pitävät Suomea ja etenkin metropolialueetta kiinnostavana matkailukohteena. Tärkeimmät Suomen vahvuudet venäläisten näkökulmasta ovat Suomen läheisyys Venäjälle, kaunis ja hoidettu luonto, puhtaus ja ekologisuus sekä korkeatasoiset palvelut. Metropolialueen vahvuuksiin venäläisten matkailijoiden mielestään kuuluvat puhtaus, kulttuuri, kauneus ja kompaktisuus sekä sijainti, hoidetut tiet ja hyvät palvelut. Suomen heikkoudet tutkimuksessa mukana olevien vastaajien näkökulmasta ovat sekä nähtävyyksien puute että se, ettei tietoa ja palveluita saa venäjäksi. Metropolialueen heikkoja puolia venäläiset löysivät vähän. Helsingin ja sen lähialueisen heikkouksiin kuuluvat muun muassa nähtävyyksien riittämättömyys, 24h-kauppojen puute sekä paikoitus.

Avainsanat: matkailu, venäläiset, venäläinen matkailija, kvalitatiivinen tutkimus

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Hotel and restaurant management

MARINA, GAGARINA:

Finland's and metropolis region of Helsinki  
attractiveness as a tourist destination for  
Russian travellers

Bachelor's Thesis in Hospitality management, 53 pages, 4 appendices

Spring 2011

ABSTRACT

---

The purpose of this thesis, therefore, is to analyse the investigative interviews and figure out the best places to visit in Finland especially in metropolis region of Helsinki attractive for Russian travellers in a touring trip. The study illustrates Russian tourist satisfaction with leisure travel/tourism services offered in metropolis region of Helsinki and also some special services needed by Russians. The thesis also provides some improvement proposals for travel services development in metropolis region of Helsinki. In addition, there are cultural differences defined in the thesis, how they affect the service experience and quality and how the services for Russian travellers could be improved by Finnish companies, as well.

The theory section is build around Finland, especially metropolis region of Helsinki as a tourist destination, Russian travellers and Russian tourism in Finland, in particular in Helsinki and Helsinki neighbourhood, as well. Besides the municipalities in Uusimaa region the study focuses on attractions in Päijät-Häme region.

The study is a qualitative research based on questionnaires addressed to 59 randomly chosen Russian tourists travelling by train in spring 2009. The respondents interviewed were predominantly from St. Petersburg and the St. Petersburg area.

According to the reseach results Russian travelers find Finland and especially metropolis region of Helsinki as an attractive tourist destination. Finland's closeness to Russia, beautiful and well-groomed nature, cleanliness, ecology and high level services belong to the most important advantages for Russians. Russian tourists name purity, culture, beauty and compact location as the strong points of metropolis region of Helsinki. Well-maintained network of roads, the traffic culture and good services are also at the vantage. In accordance to the reseach Finland's weak points are the poorness of sights and lack of Russian language service. There are a few disadvantages Russians travelles find in the metropolis region of Helsinki. They are disappointed with the lack of attractions and activities for the travelers, lack of shops open 24 hours and parking places.

Key words: tourism, Russians, Russian traveller, qualitative reseach

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet	2
1.2	Opinnäytetyön rakenne	2
1.3	Metropolialueen matkailullinen kuvaus	3
2	MATKAILU SUOMESSA JA METROPOLIALUEELLA	8
2.1	Matkailu käsitteenä	8
2.2	Suomi matkailumaana	9
2.2.1	Suomen vahvuuksia ja heikkouksia matkailun näkökulmasta	11
2.2.2	Metropolialueen vahvuuksia ja heikkouksia matkailukohteena	13
3	VENÄLÄISET MATKAILIJOINA	15
3.1	Venäjä lähtöalueena	15
3.2	Venäläinen kulttuuri	16
3.3	Venäläiset matkailijat	18
3.3.1	Kulttuurin vaikutus venäläisten matkailuun	19
3.3.2	Venäläisten matkailu Suomessa	21
3.3.3	Venäläisten matkailu metropolialueella	22
4	TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	24
4.1.	Kvalitatiivinen tutkimus ja sen ominaispiirteet	24
4.2	Tutkimuksen toteuttaminen	25
5	TULOKSET	27
5.1.	Haastateltavien taustatietoa	27
5.2.	Suomen kiinnostavuus matkailukohteena verrattuna muihin maihin	28
5.3.	Suomen vahvuudet vastaajien näkökulmasta	31
5.4.	Suomen heikkoudet vastaajien näkökulmasta	34
5.5.	Metropolialueen kiinnostavuus matkailukohteena vastaajien näkökulmasta	36
5.6.	Metropolialueen vahvuudet ja heikkoudet vastaajien näkökulmasta	39

6	JOHTOPÄÄTÖKSIÄ JA KEHITTÄMISEHDOTUKSIA	43
7	POHDINTAA OPINNÄYTETYÖSTÄ	46
	LÄHTEET	48
	LIITTEET	54
	Liite 1	Haastattelurunko

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Opinnäytetyön taustaa ja tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka kiinnostavana matkailukohteena Venäjän matkailijat pitävät Suomea ja metropolialuetta. Työssä pohditaan miten tyytyväisiä venäläisasiakkaat ovat metropolialueen palveluihin ja miten suomalaiset yritykset voivat parantaa venäläisille matkailijoille suunnattuja palveluja. Haluan selvittää, toivovatko venäläiset asiakkaat joitain erityisiä palveluja. Tämä työn tarkoitus myös on tuoda esille tietoa venäläisistä kulttuurista ja tapakulttuurista. Toivon, että siitä on hyötyä venäläisen asiakkaan palvelussa, hänen käyttäytymisensä ymmärtämisessä sekä vuorovaikutustilanteissa mahdollisesti syntyvien vaikeuksien voittamisessa.

Tämä opinnäytetyö on osa Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusterin vuoden 2009 aikana teettämää tulevien kehitysympäristöjen valintaan liittyvää selvitystyötä. Osaamisklusteri kokoaa yhteen eri alueilla sijaitsevien osaamiskeskusten toimijat. Metropolialueella osaamisklusteria hallinnoi Culminatum Ltd Oy, joka on Uudenmaan alueen kehitysyritys. Yhtiön omistajina ovat Uudenmaan liitto, Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupungit, alueen yliopistot ja korkeakoulut, tutkimuslaitokset ja elinkeinoelämä. Metropolialueella osaamisklusterin toiminnassa ovat ammattikorkeakouluista mukana Haaga-Helia, Lahden ammattikorkeakoulu ja Laurea. (OSKE osaamiskeskusohjelma 2009.)

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Lahden ammattikorkeakoulun matkailun ala. Opinnäytetyössä aineistona on käytetty aiemmin kerättyä tutkimusaineistoa. Lahden ammattikorkeakoulun matkailun alan opiskelijat keräsivät tutkimusaineiston Pietarista Helsinkiin ajavassa junassa 59:ltä venäläisiltä matkailijoilta. Kyselyn kysymykset koskivat Suomen kiinnostavuutta matkailukohteena verrattuna muihin maihin, Helsingin ja sen lähialueiden kiinnostavuutta matkailukohteena, Suomen

vahvuuksia ja heikkouksia sekä Helsingin ja sen lähialueiden vahvuuksia ja heikkouksia.

Opinnäytetyön aihe kiinnostaa minua, koska olen itsekin venäläinen. Haluan tulevaisuudessa työskennellä matkailualalla hyödyntäen Venäjän kulttuurin tuntemustani ja tietenkin venäjän kielen taitoani. Tämä teema on minulle läheinen ja selkeä, ja minulla on tavallista enemmän mahdollisuuksia kommunikoida venäläisten matkailijoiden kanssa ja ymmärtää heidän tarpeitaan.

Koska keskityn työssäni venäläisiin matkailijoihin, rajaan muut matkailijat pois opinnäytetyöstäni. Tutkimukseni empiirisessä osuudessa rajoitan selvittämään vain Suomeen keväällä 2009 junamatkan tehneiden matkailijoiden näkemyksiä. Alueellisesti kyselyyn vastanneet matkailijat edustavat Pietaria ja sen lähiseutua. En pyri tässä työssä pohtimaan koko Suomen matkailua, vaan tutkin tarkemmin Helsinkiä ja sen lähialueita.

## 1.2 Opinnäytetyön rakenne

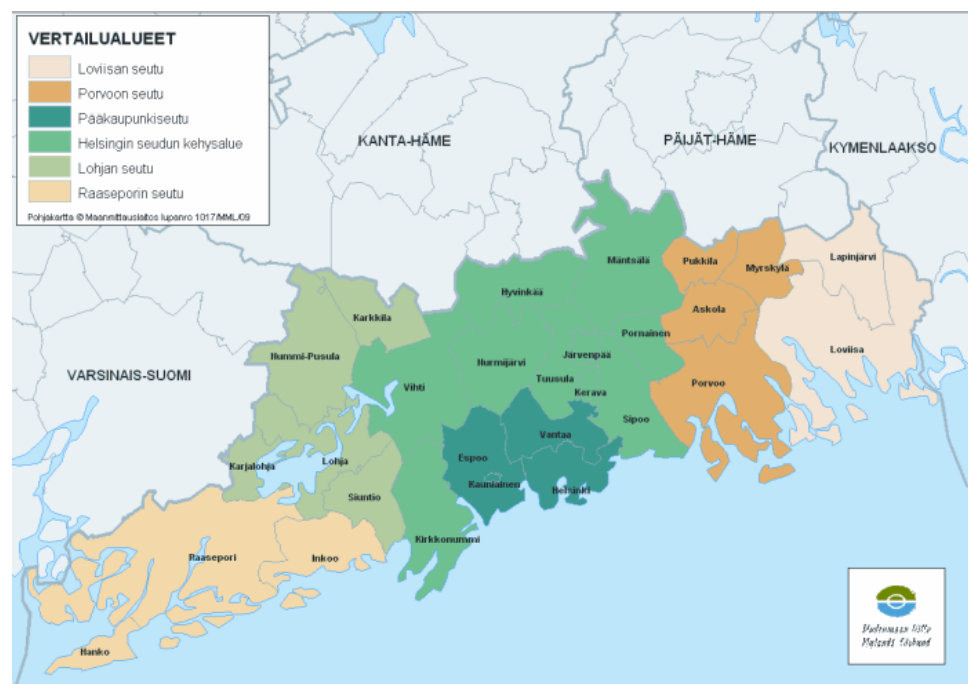
Tämä opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja empiirisestä osuudesta. Teoriaosuus perustuu alan kirjallisuuteen ja ajankohtaisiin artikkeleihin sekä tutkimuksiin, joiden aihealueina ovat matkailu, venäläiset matkailijat, venäläisten matkailun tilanne Suomessa ja etenkin metropolialueella. Opinnäytetyön empiirinen osa perustuu valmiiseen aineistoon. Aineisto kerättiin puolistrukturoidulla kyselylomakkeella.

Opinnäytetyöni koostuu seitsemästä eri luvusta, joista ensimmäinen on johdanto. Johdannon tarkoituksena on johdattaa lukija opinnäytetyöni aiheeseen, esitellä työn toimeksiantaja sekä kuvata metropolialuetta matkailukohteena. Luku kaksi käsittelee matkailun käsitettä yleensä, Suomea matkailumaana sekä Suomen ja metropolialueen vahvuuksia ja heikkouksia matkailukohteina. Kolmannessa luvussa tarkastelen Venäjää, venäläistä kulttuuria, venäläismatkailijoita, venäläisten matkailua Suomessa ja metropolialueella.

Neljännessä luvussa kerron lyhyesti tutkimuksessani käytetyistä menetelmistä ja tutkimukseni toteuttamisesta. Tutkimukseni tulokset on koottu yhteen luvussa viisi. Luvussa kuusi teen omia johtopäätöksiäni tutkimustuloksista sekä kehittämisehdotuksia suomalaisille yrityksille. Pohdintaosio on viimeinen luku eli luku seitsemän. Luvussa arvioin mitä olen itse hyötynyt tutkimuksen tekemisestä.

### 1.3 Metropolialueen matkailullinen kuvaus

Pyrin tutkimaan työssä tarkemmin metropolialuetta. Metropolialueeksi tässä työssä katsotaan Helsinki ja sen lähialueet. Tutkimuksessa Helsingin lähialueeseen luettiin Uudenmaan lisäksi Päijät-Häme. Tässä kappaleessa esittelen kaikki tutkimuksessa mukana olleet kaupungit ja kunnat. Kuviosta 1 ja 2 on nähtävissä tutkimukseen kuuluneiden kaupunkien ja kuntien sijainti kartalla.



KUVIO 1. Uusimaa. (Uudenmaan liitto 2011.)

Uudenmaan maakuntaan kuuluu 1.1.2011 lähtien 28 kuntaa: Askola, Espoo, Hanko, Helsinki, Hyvinkää, Inko, Järvenpää, Karjalohja, Karkkila, Kauniainen, Kerava, Kirkkonummi, Lapinjärvi, Lohja, Loviisa, Myrskylä, Mantsälä, Nummi-Pusula,



Nurmijärvi, Pornainen, Porvoo, Pukkila, Raasepori, Siuntio, Sipoo, Tuusula, Vantaa ja Vihti (Uudenmaan liitto 2011).

Koska työssä pyritään selvittämään venäläisten matkailijoiden näkemyksiä metropolialueesta, seuraavaksi esitellään tarkemmin pääkaupunkiseudun suurimpia kaupunkeja matkailukohteina.

Helsinki, Espoo, Vantaa

Pääkaupunkiseutu alue koostuu neljästä kunnasta, jotka ovat Helsinki, Vantaa, Espoo ja Kauniainen. Pääkaupunkiseutu sijaitsee Suomen eteläosassa Suomenlahden rannalla. Alueen väkiluku on noin 1 043 000, eli lähes joka viides suomalainen asuu pääkaupunkiseudulla. (Helsingin kaupunki 2011.) Helsingin metropolialue ulottuu Porvooseen, Lahteen, Hämeenlinnaan ja Lohjalle. Se on todettu talouden, koulutuksen ja työpaikkojen kannalta Euroopan kilpailukykyisemmäksi alueeksi. (Metropolialueen politiikkaohjelma 2007.) Matkailuala tarjoaa työpaikkoja: Koko Suomen matkailuyritysten liikevaihdosta 51 % tuli pääkaupunkiseudulta. Metropolialue on Suomen talouskasvun tärkein veturi, joten alueen infrastruktuuriin ja kehittämiseen mukaan lukien matkailun kehittämiseen panostetaan (Matkailu pääkaupunkiseudulla: Eurot, yritykset ja matkailijat 2008).

Helsinki on Suomen tasavallan pääkaupunki, joka sijaitsee Itämeren rannalla. Helsingissä asuu yli puoli miljoonaa asukasta. Vuonna 2000 Helsinki oli yksi Euroopan kulttuurikaupungeista. Yli 450 vuoden historia, useat arkkitehtoniset kerrokset ja tyyliuunnat ovat selvästi havaittavissa Helsingissä. Pohjoismaalainen muotoilu on tehnyt pääkaupungin maailmankuuluksi. Kaupungin suosituimpia nähtävyyksiä ovat Suomenlinnan merilinnoitus, Tuomiokirkko, Senaatintori, Kauppatori, Linnanmäen huvipuisto ja Korkeasaaren eläintarha. Satojen tapahtuman lisäksi Helsinki tarjoaa matkailijoille mahdollisuudet nauttia luonnosta rehevissä puistoissa, kaupunkia ympäröivässä saaristossa ja läheisissä metsissä. Kaupungissa on myös vilkas yö-elämä ja runsas ravintolatarjonta. (Helsinki 2011.)

Espoo on Suomen toiseksi suurin kaupunki monipuolisine palveluineen ja viihtyisine asuinympäristöineen, jossa on asukkaita 240 000. Espoossa on tarjolla paljon kulttuuria. Kansainvälisiin ja kotimaisiin taidenäyttelyihin voidaan tutustua modernin taiteen museossa EMMAssa. Arkkitehtuurisesti Espoo on kaunis kaupunki. Espoossa on paljon nähtävyyksiä, kuten Marketan puisto, Gallen-Kallelan museo, Nuuksion kansallispuisto. Viihde-elämyksiä tarjotaan pohjoismaiden suuressa Serena-vesihuvipuistossa. Espoo on myös kokous- ja kongressikaupunki. (Espoo 2011.)

Vantaa on lähellä Suomenlahden rannikkoa sijaitseva Suomen neljänneksi suurin kaupunki, jossa asuu lähes 200 000 asukasta. Vantaa tuo pääkaupunkiseudulle oman kansainvälisen tuulahduksensa, koska siellä sijaitsee Suomen kansainvälinen Helsinki-Vantaan lentokenttä. Tasokkaat hotellit ja kongressipalvelut ovat myös helposti tavoitettavissa lentokentän läheisyydessä. Palveluja on tarjolla niin kulttuurinystävälle kuin vapaa-ajan matkailijoille. Tärkeät kohteet Vantaalla ovat kaupakeskus Jumbo, elämyskeidas Flamingo ja tiedekeskus Heureka. (Vantaa 2011.)

Matkailun pääsesonki Helsingin seudulla on toukokuusta syyskuuhun. Seitsemän kuukauden mittainen talvikausi on matkailulle kompastuskivi. Matkailusesongin tasaantuminen ympärivuotiseksi on haaste. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston markkinointisuunnittelijan mukaan talvella matkailijoita on kuitenkin lähes yhtä paljon kuin kesällä. Talvella Helsingin seudulle matkustaa liikematkalaisia vapaa-ajan matkailijoiden sijaan. (Matkailu pääkaupunkiseudulla: eurot, yritykset ja matkailijat 2008.)

Helsinki-Vantaan lentoasemalla oli lähes 13 miljoonaa matkustajaa vuonna 2010. Kasvua edellisvuodesta oli 2,2 %. Kansainvälisen liikenteen matkustajia oli noin 11 miljoonaa, joka on 4,3 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Helsinki-Vantaan lentoasema oli viime vuonna Pohjois-Euroopan johtava kaukoliikennekenttä Euroopan ja Aasian välisessä liikenteessä. Helsinki-Vantaan kautta kulki Aasian yhteensä 1 417 000 matkustajaa, joka on 6,1 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. (Finavia 2011.)

Helsingin sataman laivamatkat olivat kesällä suosittuja. Elokuun 2010 matkustajamäärä oli yli 1 miljoonaa matkustajaa, joka on runsaat 8 prosenttia enemmän kuin viime vuoden elokuussa. Tammi-elokuun 2010 matkustajamäärä kohosi 6,7 miljoonaan matkustajaan, kasvua edellisvuoteen oli 6 prosenttia. Kasvua oli erityisesti Viron ja Saksan liikenteessä. Kansainväliset risteilyalukset ovat vierailleet Helsingissä vuonna 2010 tapaan vilkkaana. Niissä oli matkustajia kesäkaudella 320 000, saman verran kuin vuosi sitten. (Port of Helsinki 2011.)

Helsingin aseman kaukojunien liikennemäärät ovat vaihdelleet suuresti 2000-luvulla. Suomesta Pietariin ja takaisin olevien matkojen kokonaismäärä on ollut voimakkaassa kasvussa vuoden 2005 jälkeen. Vuonna 2007 matkoja tehtiin jo lähes 230 000. (Matkailu pääkaupunkiseudulla: eurot, yritykset ja matkailijat 2008, 41-42.) Vuonna 2009 rajan ylitti Vainikkalassa 350 000 matkustajaa, joista yli 70 % on Helsingin ja Pietarin välillä matkustavia. Merkittävänä muutoksena on 12.12.2010 alkanut Pietarin ja Helsingin välinen nopea ratayhteys nimiksi Allegro. Uusien junien myötä aikaisemmin liikennöineet Sibelius- ja Repin-junat poistuvat liikenteestä. Helsingin ja Moskovan välillä jatkaa liikennöintiään Tolstoi-yöjuna. (Pietarin ja Helsingin välinen nopea ratayhteys 2011, 30.)



KUVIO 2. Päijät-Häme (Turvetieto 2011.)

Päijät-Hämeen maakuntaan kuuluu 11 kuntaa: Asikkala, Hartola, Heinola, Hollola, Hämeenkoski, Kärkölä, Lahti, Nastola, Orimattila, Padasjoki, Sysmä. Päijät-Hämeen pääkaupunki on Lahti. (Päijät-Hämeen liitto 2011.)

#### Lahden seutu

Vain tunnin ajomatkan päässä pääkaupunkiseudulta sijaitseva historiallisesti arvokas Lahden seutu tarjoaa monipuolisen valikoiman kulttuuria, urheilua ja hyvinvointia. Talviurheilun maailmancup-tapahtumat, Lahden Sibelius-festivaali, Puuarkkitehtuuripuisto sekä hyvinvoinnin keskuksset Suomen Urheiluopisto, Liikuntakeskus Pajulahti ja Lumikeskus Messillä muodostavat oivan kokonaisuuden ympärivuotiselle matkailulle. (Visit Finland 2011.)

Salpausselän kupeessa sijaitseva 100 000 asukkaan Lahti on Suomen kahdeksanneksi suurin kaupunki. Lahti tarjoaa matkailijoille lukuisia tapahtumia ympäri vuoden. Muun muassa konserttitalona tunnettu Sibelius talo, messu- ja tapahtuma-areena Lahti Halli mahdollistavat laajan valikoiman erilaisia kulttuuritapahtumia. Lahden sinfoniaorkesteri, Sinfonia Lahti, tarjoaa kansainvälisestikin tunnetun orkesterin taidonnäytteitä. Matkailun näkökulmasta tuttuja ovat Vesijärven satama-alue ja Kariniemen puiston Pohjoismaiden suurin musikaalinen suihkulähde. (Visit Finland 2011.)

## 2 MATKAILU SUOMESSA JA METROPOLIALUEELLA

### 2.1 Matkailu käsitteenä

Matkailu käsitteenä on ihmisten liikkumista ja toimimista vakinaisen asuin- ja työympäristönsä ulkopuolella. Se on myös samalla lähtö- ja kohdealueiden välistä vuorovaikutusta, jonka toisena osapuolena ovat matkailijoita palvelevat yritykset ja organisaatiot. Teknisillä määritelmillä matkailu ja matkailijat rajataan tilastollisesti, mikä on tarpeellista muun muassa alueellisten vertailujen, kehityksen seurannan, suunnittelun ja aluepolitiikan kannalta. Taloudelliset määritelmät katsovat matkailua sekä liiketoimintana että elinkeinona. (Vuoristo 2003, 15.)

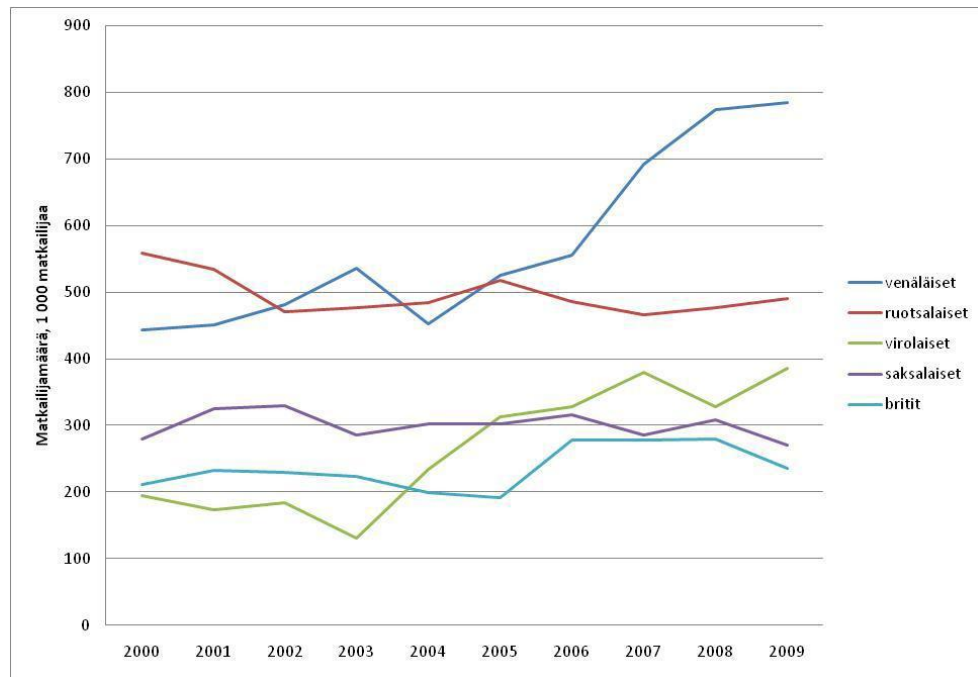
Vuoriston K-V. (2003) mukaan matkailu luokitellaan kolmeen pääryhmään, jotka ovat loma- ja vapaa-ajan matkat, työmatkat sekä matkat muista syistä. Loma- ja vapaa-ajan matkoja ovat esimerkiksi virkistysmatkat, matkat kulttuuritapahtumiin ja urheilumatkat. Myös ystävien ja sukulaisten tapaamisella on tärkeä asema loma- ja vapaa-ajan matkailussa. Työmatkailu sisältää kokous ja kannustematkailun. Matkat muista syistä voivat olla esimerkiksi opiskeluun liittyviä, uskonnon harjoittamiseen kuuluvia kuten pyhiinvaellusmatkat, tai ne voivat liittyä terveydenhoitoon tai kauttakulkuun. Varsinaisten matkailijoiden ohella omaksi ryhmäksi on luettu myös päiväkävijät. Matkailijoiksi ei lueta pakolaisia, diplomaatteja, rajatyöläisiä, maahanmuuttajia tai armeijan joukkoja. Kansainvälinen matkailu on valtionrajat ylittävää matkailua, josta usein puhutaan incoming- (ulkomaalaisten matkailu Suomeen) ja outcoming (suomalaisten matkailu ulkomaille) - matkailuna. (Vuoristo 2003, 16-17.) Tässä tutkimuksessa ei tullut esille, mihin matkailijoiden ryhmään tutkittavat kuuluvat. Kyselylomakkeessa ei kysytty, vastaajien matkan syytä tai motiivia.

## 2.2 Suomi matkailumaana

Suomen matkailustrategian 2020 mukaan matkailualan kehittäminen on tarpeellista koko Suomen taloutta ajatellen. Matkailu on ainoa vientiala, jonka kulutus tapahtuu kotimaassa ja joka maksaa arvonlisäveroa. Kotimaiset matkailijat ovat tärkeitä mutta Suomen matkailustrategian tavoitteena on lisätä nimenomaan ulkomaista matkailukysyntää. Tähän olisi valtion tuki tärkeää etenkin kun Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa valtio panostaa matkailun edistämiseen voimakkaammin kuin Suomessa. Suomen matkailustrategian 2020 mukaan matkailualan yritykset työllistävät 171 000 henkilöä vuonna 2020, kun ne vuonna 2007 työllistivät 130 500 henkilöä osa- tai kokoaikaisesti. (Suomen matkailustrategia 2020, 4-7, 17.)

Ulkomainen matkailu Suomeen on kasvussa. Vuonna 2009 suomessa vieraili 50 prosenttia enemmän ulkomaalaisia matkailijoita kuin vuonna 2000. Eniten on kasvanut venäläisten ja virolaisten määrä. Venäjältä (23 %), Ruotsista (14 %), Virosta (11 %), Saksasta (8 %) ja Isosta-Britanniasta (7 %) saapuu tällä hetkellä yhteensä 63 prosenttia kaikista Suomessa yöpyvistä ulkomaalaisista matkailijoista. Talvella liikematkustus ylittää ulkomaisten vapaa-ajan matkustajien määrän. (Matkailu pääkaupunkiseudulla: Eurot, yritykset ja matkailijat 2008; Suomen matkailustrategia 2020, 11.) Koska venäläiset niin tärkeä ulkomaalainen ryhmä Suomelle, on kiinnostavaa tietää heidän mielipiteensä Suomesta.

Kuvio 3 osoittaa ulkomaisien matkailijoiden yöpymiset Suomessa vuosina 2000 – 2009. Ajanjaksolla 2000 – 2009 yöpyvien venäläisten määrä on kasvanut eniten, noin 450 tuhannesta vajaaseen 800 tuhanteen. Yöpyvien ruotsalaisten määrä on sitä vastoin vähentynyt 550 tuhannesta noin puoleen miljoonaan. Yöpyvien virolaisten määrä on lähes kaksinkertaistunut 200 tuhannesta 400 tuhanteen. Saksasta saapuneiden ja Suomessa yöpyneiden saksalaisten määrässä ei ole tapahtunut muutoksia. Yöpyneiden brittien määrä kasvoi vuosina 2006 – 2008 melkein 300 tuhanteen. (Suomen matkailustrategia 2020, 11.)



KUVIO 3. Suomeen saapuneet ulkomaiset matkailijat, joilla oli vähintään yksi yöpyminen Suomessa, tärkeimmistä lähtömaista vuosina 2000 - 2009 (Suomen matkailustrategia 2020, 11).

Suomen matkailunedistämiskeskuksen (MEK) ja Tilastokeskuksen (2010) yhteistyössä tehdyn rajahaastattelututkimuksen mukaan talvella 2009 - 2010 Suomessa vieraili 2,4 miljoonaa ulkomaista matkustajaa, joka on yhden prosentin enemmän kuin edellisellä vuonna. Ulkomaiset matkustajat toivat Suomeen talven aikana noin 720 miljoonaa euroa, joissa myös oli noin prosentin lisäys vuotta aiempaan verrattuna. Venäjältä saapui 1,1 miljoonaa matkustajaa eli lähes 45 prosenttia kokonaismatkustajamäärästä. Ruotsista vieraili Suomessa 277 000 matkustajaa. Kolmanneksi eniten matkustajia tuli Viirosta, 245 000 matkustajaa. (Tilastokeskus 2010.)

Kesällä 2010, rajahaastattelututkimuksen mukaan, Suomessa vieraili 3,6 miljoonaa ulkomaista matkustajaa, mikä on viisi prosenttia enemmän kuin edellisellä kesäkaudella. Ulkomaiset matkustajat toivat Suomeen kesän 2010 aikana 1200 miljoonaa euroa, missä oli peräti neljänneksen lisäys vuotta aiempaan verrattuna. Vapaa-ajanmatka oli yleisin (52 % kaikista matkustajista) Suomeen matkustuksen syy, toiseksi yleisin oli työmatka, noin viidesosa matkustajista, kolmanneksi yleisin oli tuttava- tai sukulaisvierailu (13 % matkustajista), ja lähes joka kymmenes ulkomai-

nen matkustaja oli Suomessa kauttakulkumatkalla. Eniten matkustajia saapui Venäjältä, lähes 1,4 miljoonaa matkustajaa eli vajaat 40 prosenttia kokonaismatkustajamäärästä. Ruotsista vieraili Suomessa toiseksi suurin lukumäärä matkustajia, 422 000 matkustajaa. Kolmanneksi eniten matkustajia tuli Viirosta, 316 000 matkustajaa. (Tilastokeskus 2010.)

Rajahaastattelututkimuksen mukaan ulkomaisten matkustajien keskimääräinen rahankulutus vuorokaudessa Suomessa vuodesta 2004 vuoteen 2009 jakautui seuraavasti: venäläiset kuluttivat noin 93 euroa, ruotsalaiset 40 euroa, virolaiset 23 euroa, saksalaiset 38 euroa, englantilaiset 71 euroa, norjalaiset 65 euroa ja japanilaiset 83 euroa vuorokaudessa. Keskimäärin matkailijat käyttivät 57 euroa vuorokaudessa. Kaikki matkustajat käyttivät yhteensä keskimäärin ostoksiin 21 euroa. Venäjältä tulleet käyttivät ostoksiin keskimäärin kolminkertaisen summan muihin matkailijoihin verrattuna. (Rajahaastattelututkimus 2009, 50.)

Suomeen suuntautuvan matkailun kehitystä tarkastellaan yleensä osana kansainvälisen matkailun kehitystä. MINTEL, UNWTO, SMERAL - ennusteiden mukaan kansainvälisen matkailun vuosittainen kasvu vuosina 2010 - 2020 vaihtelee 2 ja 3 prosentin välillä. Kasvua tukevia trendejä ovat vaurauden kasvu ja se, että vapaa-aikaan käytetyn rahan osuus kulutuksesta kasvaa. Näihin positiivisiin näkymiin vastaaminen vaatii kuitenkin uudenlaista innovatiivista ja asiakaslähtöistä palveluiden kehittämistä, markkinointia ja myyntiä. Ulkomaalaisien kiinnostavuus Suomesta on ensimmäinen pääasia Suomen menestymisessä matkailumaana, toinen pääasia, että matkan tulisi olla kokonaisuudessaan helposti ostettavissa. Kansainvälistyäkseen suomalainen matkailuelinkeino tarvitsee ennen kaikkea lisää myyntiä. Palvelukonseptit, jakelutieratkaisujen hallinta, mukaan lukien sekä perinteinen matkatoimistoille myynti että elektroniset jakelutiet, ja hintakuri ovat osa menestyksen edellyttämää kehitystyötä. (Suomen matkailustrategia 2020, 11-12.)

### 2.3 Suomen vahvuuksia ja heikkouksia matkailun näkökulmasta



Maabrändiraportin (2010) mukaan Suomi tunnetaan ennen kaikkea puhtaasta luonnostaan. Suomessa on maailman parasta luontoon liittyvää tieteellistä osaamista. (Maabrändi raportti. 2010, 31.) Suomi on kuuluisa tuhansista järvistään, metsistään ja saaristoistaan. Suomessa on yhteensä 35 kansallispuistoa, joissa patikoidessaan turistit voivat nauttia Suomen luonnosta ja hiljaisuudesta. (Visit Finland 2011.) Luonto on kansainvälisen Suomi-kuvan selkein ja vahvin erottava tekijä. Muita vahvuuksia ovat toimivuus ja koulutus. (Maabrändi raportti. 2010, 31)

Suomen matkailustrategian 2020 mukaan Suomen vahvuutena matkailun näkökulmasta on saavutettavuus Venäjältä. Suomen sijainti Pietarin ja sen lähialueiden vieressä on ainutlaatuinen. Venäjältä ei ole mihinkään muuhun maahan niin hyvät ja nopeat yhteydet kuin Suomeen. (Suomen matkailustrategia 2020, 14-15.)

Suomen matkailun vahvuudet ovat myös vetovoimaiset matkailualueet. Tällaisia ovat esimerkiksi Helsinki, Turun saaristo, Järvi-suomi ja Lappi, mukaan lukien Kuusamo. (Suomen matkailustrategia 2020, 15.) Lisäksi eräs Suomen merkittävimmistä vetovoimatekijöistä on joulupukki. Rovaniemellä sijaitsevassa Santa Parkissa eli joulupukin maassa vierailee ympäri vuoden tuhansia ulkomaalaisia turisteja, erityisesti joulun aikoihin. (Visit Finland 2011.) Suomessa järjestetään myös paljon erilaisia kulttuuritapahtumia, joista esimerkiksi Savonlinnan oopperajuhlat on kansainvälistikin tunnettu tapahtuma. (Visit Finland 2011). Tutkimuksessa mukana oleva Lahti kuuluu Järvi-Suomeen, mikä tekee Lahden kaupunkia ja sen seutua vetovoimaisina matkailualueina.

Matkailun vahvuutena Suomessa on matkailukeskittymien palvelujen monipuolisuus. Suomessa olevat matkailukeskukset ovat palvelutarjonnaltaan monipuolisia ja niiden tarjoamat palvelut korkealaatuisia. Erilaisten majoitus- ja ravitsemispalvelujen lisäksi niissä on tarjolla laskettelua, hiihtoa ja monenlaisia ohjelma-, hyvinvointi- ja kylpyläpalveluja. Lentokentät ovat lähellä matkailukeskuksia ja siirtymät ovat siten lyhyitä. (Suomen matkailustrategia 2020, 15.) Suomen etuna muihin Pohjoismaihin verrattuna ovat Finnairin suorat lentoyhteydet Aasian ja Helsingin välillä (Rantapallo 2011). Täten Suomi on kiinalaisten matkailijoiden kannalta helposti saavutettavissa.

Suomen heikkoudet matkailun näkökulmasta ovat saavutettavuus yleensä ja korkea hintataso. Suomi on muualta kuin Venäjältä katsottuna saari. Matkat ovat muualta kuin Venäjältä pidempiä kuin kilpailijamaihin ja kalliimpiakin. Myös Suomalaisten matkailupalvelujen hinnat ovat eurooppalaisittain korkeat. Kun ulkomaalainen asiakas valitsee matkakohteensa samantyyppisten maiden joukosta, hinnalla on erittäin suuri merkitys. Suomi ei tule koskaan olemaan halpakohte eikä massaturismimaa. Silti hintatasolla on tulevaisuudessa keskeinen merkitys Suomen menestymisessä matkailumaana. (Suomen matkailustrategia 2020, 15-16.)

Mielikuvat Suomesta vaihtelevat paljon myös maan rajojen ulkopuolella. Naapurimaissa, kuten Venäjällä, Ruotsissa, Norjassa ja Virossa, Suomea ja suomalaista tunnetaan paremmin, sillä naapureista moni on käynyt Suomessa ja tavannut suomalaisia. Mielikuvat Suomesta ovat maailmalla pääosin myönteisiä, mutta kuitenkin heikkoja, koska suurimmalla osalla maailman ihmisistä ei kuitenkaan ole omakohtaisia kokemuksia Suomesta. Suomea ei tunneta kovin hyvin ulkopuolella, maailmanlaajuisesti tunnettuja suomalaisia on vähän. Markkinointi- ja viestintätaidot eivät vieläkään kuulu suurimpiin Suomen vahvuuksiin. (Maabrändi raportti. 2010, 25,32.) Kaikki venäläiset eivät tunne suomea hyvin. Pietarin alueella asuvia ihmisiä kuitenkin tietävät Suomesta paljon. Monet pietarilaiset käyvät Suomessa.

#### 2.4 Metropolialueen vahvuuksia ja heikkouksia matkailukohteena

Koska opinnäytetyössä metropolialueeksi katsotaan Helsinki ja sen lähialueet, tässä osiossa esitetään Helsingin ja sen lähialueiden vahvuuksia ja heikkouksia matkailukohteina. Helsingin kaupungin matkailustrategian mukaan tavoitteena on Helsingin seudun brändäys vetovoimaisena matkailukohteena. Helsingin seutua markkinoidaan yhtenäisesti merellisenä, idän ja lännen kohtauspaikkana, painotetaan kulttuuria ja designia sekä Helsingin seudun inhimillisyyttä, ystävällisyyttä ja kompaktiutta. (Helsingin kaupungin matkailustrategia 2009 - 2012.) Matkailu- ja kongressitoimiston visiossa Helsinki on yksi kilpailukykyisimmistä kaupunkikohteista maailman matkailumarkkinoilla. Helsingillä on vahva ja omaperäinen brändi. Helsinki

nähdään ympärivuotisena ja vetovoimaisena vapaa-ajan matkakohteena sekä kotimaan että ulkomaan markkinoilla. Vision mukaan Helsinki on Pohjoismaiden johtava ja Euroopan laadukkain kokouskaupunki sekä Itämeren ohittamaton risteilykaupunki.(Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston toimintakertomus 2006.)

Eräs Helsingin ja sen lähialueiden merkittävimmistä vahvuuksista matkailukohteena on Pietari ja Helsingin välinen uusi nopea junayhteys nimeksi Allegro. VR arvioi matkustajamäärien Helsinki - Pietari - reitillä kolminkertaistuvan viidessä vuodessa nopean liikenteen aloittamisesta (Seppälä 2008). Matka-aika Allegro-junilla Helsingistä Pietariin on noin kolme ja puoli tuntia. Aikaisemmin liikennöineet Sibelius- ja Repin-junojen matka-aika Helsingistä Pietariin oli noin viisi ja puoli tuntia. Junat pysähtyvät Suomen puolella Pasilassa, Tikkurilassa, Lahdessa, Kouvolassa ja Vainikkalassa. Maakuntakeskuksista uudesta nopeasta junayhteydestä hyötyvät eniten Kouvola, Lahti ja Helsinki, joihin on suora vaihdoton junayhteys Pietarista. Venäjän alueella junat pysähtyvät lisäksi Viipurissa. Junatarjonta Pietariin on alussa kaksi vuoroa suuntaansa vuorokaudessa. Vuoden 2011 kesään mennessä on tarkoitus lisätä kaksi lisävuoroa suuntaansa vuorokaudessa. Junissa on hyvät palvelut. Palvelua on saatavilla junassa suomen, venäjän ja englannin kielillä. (Pietarin ja Helsingin välinen nopea ratayhteys 2011, 30.) Jos Allegro-junalipun hinta ei olisi niin korkea, juna olisi suosituimpi metropolialueeseen matkustaville venäläisille.

Hurrin M. (2010) tutkimuksen perusteella Päijät-Hämeen vahvoina puolina voidaan pitää vesistöjä, kaunista luontoa ja maisemia. Mahdollisuudet veneilyyn, hiihtoon, vaellukseen ja retkeilyyn koettiin hyväksi Päijät-Hämeessä. Myös maakunnan kulttuuritarjonta monipuolisineen tapahtumineen ja teattereineen koettiin mielenkiintoiseksi. Hurrin M. (2010) tutkimuksen osallistuvien mielikuva Päijät-Hämeestä oli melko myönteinen. Salpausselän kisat, Finlandia-hiihto ja Sibeliustalo olivat parhaiten tunnettuja tapahtumia/paikkoja koko maakunnassa. Lahti oli parhaiten tunnettu kaupunki, mutta pienemmät kunnat tarvitsivat lisää markkinointia, sillä niiden tunnettuus on huono. (Hurri 2010, 44.)

### 3 VENÄLÄISET MATKAILIJOINA

#### 3.1 Venäjä lähtöalueena

Venäjän federaatio on kooltaan maantieteellisesti maailman suurin valtio (17075,4 tuhatta km<sup>2</sup>). Se käsittää laajimmillaan noin kahdeksannen osan maapallon pinta-alasta. Venäjän federaatio on demokraattinen liittovaltio ja sillä on tasavaltainen hallitusmuoto. Venäjä sijaitsee Itä-Euroopassa ja Pohjois-Aasiassa. Venäjän rajanaapureita ovat luoteessa Norja ja Suomi, lännessä Puola, Viro, Latvia, Liettua sekä Valko-Venäjä, lounaisraja on Ukrainan kanssa, etelässä sillä on rajoja Georgian, Azerbaidžanin, Kazakstanin, Kiinan, Mongolian ja Korean demokraattisen kansantasavallan kanssa. (Venäjän federaatio Российская Федерация © 2008–2009.)

Venäjällä asuu 141 927 297 asukasta, joista kaupungeissa asuu 73 % ja maaseudulla 27 %. (Rocstat 2010. Rocstat 2010). Venäjä on monikansallinen valtio, jossa on yli 160 kansaa. Venäläisten osuus väestöstä on noin 80 prosenttia. Suurimmat vähemmistöt ovat tataarit (3,8 %), ukrainalaiset (2 %), baškiirit (1,2 %) ja tšuvassit (1,1 %). (Vihavainen 2006, 10–13, 70.) Venäjä kuuluu kymmenen suurimman kielen joukkoon maailmassa. Jos äidinkielisten puhujien lisäksi mukaan lasketaan ne, jotka hallitsevat venäjän toisena kielenä, tämän kielen osaajien määrä nousee noin 280 miljoonaan. Venäjä ei ole kielenä kuitenkaan erityisen outo ja kaukainen. Se kuuluu samaan indoeurooppalaiseen kieliperheeseen, johon kuuluvat melkein kaikki Euroopan kielet. (CRMK 2001–2010. ЦРМК 2001–2010). Vaikka venäläiset ovat suomalaisten naapureita, venäjän kieli on vielä suomalaisille kaukainen ja vaikea. Kyrillinen kirjaimisto on torjunut kiinnostusta venäjän kieltä kohtaan. (Vihavainen 2006, 19.) Suomen matkailualan henkilökunta ei osaa vielä venäjää, mikä näkyy tiedon saamisen vaikeutena sekä Suomessa matkustaville että sähköisiä tietoja Suomesta etsiville venäläisille.

Venäjän maaperän luonnonrikkaudet ovat suuret. Arvioiden mukaan sen alueella on noin 17 % maapallon öljystä, noin 30 % maakaasusta, 17 % rautamalmista ja noin 20 % värillisiä ja jalometalleista. (Vihavainen 2006, 13).

Venäjän ja Suomen kaupalliset suhteet ovat 2000-luvulla kehittyneet myönteisesti. Venäjästä ehti jo tulla Suomen suurin kauppakumppani ennen talouden taantumaa ja Suomen Venäjän-viennin heikkenemistä. (Pekkarinen 2009.) Perinteisesti Suomi on tuonut Venäjältä raaka-aineita, erityisesti öljyä, ja vienyt teollisuustuotteita. Venäjän kaupan kauttakuljetuksista Suomen satamien kautta on muodostunut merkittävää liiketoimintaa. (Vihavainen 2006, 19.) Talouskriisistä ja viennin laskusta huolimatta Venäjä on edelleen tärkeä Suomen kauppakumppani ja naapurimaan taloudellinen merkitys on Suomelle suuri (Pekkarinen 2009).

### 3.2 Venäläinen kulttuuri

Venäjän valtio ja sen ympäristö on monikansallinen. Venäjän kulttuuri on Lännen ja Idän kymmenien kansojen kulttuurien yhdistelmä. Eri kansojen ja eri seutujen edustajat voivat käyttäytyä eri tavalla. Monet käyttäytymiseen liittyvät asiat ovat paljolti kiinni subjektiivisesta käsityksestä ja sen hetken tilanteesta. Kun puhutaan eri kansoille ominaisista piirteistä, ei kannata tehdä koko kansaa koskevia johtopäätöksiä yhden henkilön perusteella, koska ei ole olemassa kahta samanlaista ihmistä. (Eija 2004, 5.)

Venäläinen yhteiskunta on kollektiivinen. Venäläinen ihminen nauttii muiden seurasta sekä ei pidä yksinolosta. Hän tarvitsee muita ihmistä lähelleen, joiden kansaan voi puhua, itkeä ja juhlia yhdessä. Lähipiiri eli perheyhtiö on venäläisille kaikki kaikessa. Siihen kuuluvat sekä vanhemmat että appivanhemmat, lapset, lastenlapset, mummut, vaarit, serkut, tädit ja sedät sekä lähimmät ystävät. Yhteen kokoonnutaan aina kun jollain on merkkipäivä. Jokainen perheyhteisöön kuuluva tietää toisensa asiat. Yhdessä iloitaan ja surraan sekä etsitään ratkaisuja ongelmiin. Venäläiset ovat myös erittäin vieraanvaraisia. Vieraille järjestetään aina tarjottavaa, vaikka kyseessä olisivat viimeiset ruuat. (Suomi-Venäjä-Seura 2002, 4-8.)

Venäläiset ovat tunneihmisiä, usein sentimentaalisia ja tunteensa ilmaisevia. Suuttuessaan venäläinen näyttää tunteensa. Surullisena hän itkee, iloisena nauraa, laulaa

ja tanssii. Venäläinen kulttuuri omaksuu mainiosti muut kulttuurit, mutta nämä omaksuvat vuorostaan sen huonosti ja vastahakoisesti. (Suomi-Venäjä-Seura 2002, 5.)

Venäläisiä kuvaa määritelmä suurpiirteisyys. Aikakäsitys on venyvämpi kuin suomalaisilla. Esimerkiksi linja-auto lähtee noin kello viisi, ehkä viisi minuuttia aiemmin tai kymmenen minuuttia myöhemmin. Pääasia on, että lähtee. Moni muukin asia saattaa olla rempallaan, mutta elämä jatkuu kuitenkin normaalisti. Korjataan vain välttämätön ja niillä aineilla, joita sattuu olemaan. Tähän on johtanut ainainen puute ja köyhyys sekä sosialismin aikainen mentaliteetti, jolloin mikään ei ollut kenkään omaisuutta, eikä kenelläkään ollut henkilökohtaista vastuuta valtion omaisuudesta. Venäläinen ei pidä säännöistä, määritellystä elämänjärjestyksestä, pysyvyydestä tai vakiintuneisuudesta. Hän halua olla riippumaton ja tuntea itsensä vapaaksi, asuipa sitten missä hyvänsä. (Suomi-Venäjä-Seura 2002, 5-6, 20.)

Venäläiseen kulttuurin kuuluu iäkkään ihmisen ja naisen kunnioittaminen. Tämä ilmenee sanattomana viestintänä; mies tervehtii ensin naista ja nuori vanhempaa. Perinteiset etikettisäännöt ovat säilyneet Venäjällä. Kädelle suuteleminen ei ole harvinaista. Kättely kuuluu virallisiin tilanteisiin. Nainen ei kätele kovin herkästi edes virallisessa tilanteessa, hän voi kumartaa kohteliaasti. Venäläiset teitittelivät yleensä toisiaan. Yleisin ja kohteliain puhuttelumuoto on etunimi – isännimi - yhdistelmä. Sinuttelu ilmaisee yhteenkuuluvuutta, se on merkki läheisistä ihmissuhteista. (Suomi-Venäjä-Seura 2002, 8-9, 22-25.) Venäläiset katsovat mielellään silmiin ja pitkään. Slaavilaisena kansana venäläisiä luonnehditaan vilkkaammiksi ja herkemmiksi, tunteiden näyttäminen on heille luonnollista. Asia, johon he eivät halua puututtavan, ovat toisen maailmansodan aikaiset tapahtumat. Venäläisten tapa kertoa vitsejä ja viljellä huumoria on hieman erilainen kuin Suomessa. Huumori on erittäin tärkeä osa venäläisessä kulttuurissa. (Buuri & Ratschinsky 2000, 38 - 41.)

Venäläiset lukevat paljon sekä klassikoita että nykykirjallisuutta. Metrossa voidaan nähdä usein lukemiseen syventyneitä matkustajia. Venäläiset pitävät teatterista ja viikonlopun ohjelmaan kuuluu usein teatterissa käynti. Suurissa kaupungeissa ku-

ten Pietarissa on vilkas teatterielämä. Erilaisia teattereita on paljon ja ohjelmistoista löytyy jokaiselle jotakin. Venäläinen elokuva ei ole kovin tunnettua Suomessa. Nykyisin venäläiset katsovat paljon samoja länsimaisia elokuvia kuin Suomessa, mutta Venäjällä elokuvat on dubattu. Suomalainen näyttelijä Ville Haapasalo on näytellyt useissa venäläisissä elokuvissa pääasiassa suomalaisen hahmona ja hän on Venäjällä hyvin suosittu. (Venäläinen kulttuuri 2011.) Venäläisille kulttuuri on tärkeää myös matkailussa. Yhteisen kielen puute saattaa estää venäläisiä matkailijoita tutustumasta suomalaisiin kulttuurikohteisiin, kuten museot.

### 3.3 Venäläiset matkailijat

Venäjän liittovaltion maahanmuutto-Service (FMS) apulaisjohtajan Sergei Kalyuzhnyin mukaan vain 22 miljoonalla venäläisellä on voimassaoleva ulkomaan passi, joka on noin 18 prosenttia kaikista venäläisistä. (Turizm 2011. Туризм 2011.) Matkailun edistämiskeskuksen tutkimuksen (2011) mukana vuonna 2010 venäläiset tekivät yhteensä 39,3 miljoonaa ulkomaanmatkaa. Venäläisten suosituin ulkomaan matkakohde vuonna 2010 oli Suomi (3,38 milj.), ja seuraavina tulivat Turkki (3,01 milj.), Egypti (2,54 milj.), Kiina (2,28 milj.) ja Viro (1,49 milj.). (Mek 2011.)

Metropolialueen venäläismatkailijoista -selvityksen mukaan venäläisiä matkailijoita voidaan jaotella seuraaviin ryhmiin: 1) varakkaat matkailijat, 2) perheet, 3) kaverialueet, 4) retkeilevät koululaisryhmät, 5) incentive-ryhmät, 6) yksilömatkailijat (Jakosuo 2008, 4). Tärkeitä ryhmiä ovat myös ylempään keskiluokkaan kuuluvat perheet, pariskunnat ja ystäväporukat. Nuoret aikuiset ja eläkeläiset ovat potentiaalisia asiakkaita. (Mek 2011.) Tässäkin tutkimuksessa suurin osa vastaajista oli ammatilliselta asemaltaan johtavassa asemassa olevia ja toimihenkilöitä. Venäläisten ulkomaanmatkailuun vaikuttaa muun muassa koululaisten loma-ajat. Kesäloma on kesä-heinä-elokuussa, syysloma on marraskuun alussa, talviloma on tammikuun alussa ja kevätloma maaliskuun lopussa, ja ne ovat yleisimmin 1-2 viikon mittaisia

lomia paitsi kesälomaa. Vuoden alussa venäläisillä on kymmenen päivän loma, jonka onkin yksi suosituimmista ajankohdista matkustaa ulkomaille. (Mek 2011.)

Matkailun ja elämystuotannon osaamisklusterin selvityksen mukaan venäläiset arvostavat laatua, monipuolisuutta ja venäjänkielisiä palveluita (Jakosuo 2008, 4). Hyvät liikenneyhteydet ovat myös tärkeitä, jotta he voivat helposti päästä erilaisten aktiviteettien pariin. Tärkeitä ovat myös ryhmille tarkoitettut palvelut, koska he matkustavat paljon ryhmissä. Venäläisillä on myös usein mukana oma opas. Venäläiset ovat kokeneita matkailijoita, jotka ovat valmiita kuluttamaan rahaa. (Jakosuo 2008, 4.) Matkailu edistämiskeskuksen tutkimuksen mukaan venäläisten matkanjärjestäjän mielestä ryhmämatkat ovat suosittu matkavaihtoehto Suomeen (Loginskaja & Degtjareva 2002). Venäläinen etsii lomaltansa ennenkokemattomia elämyksiä, joista hän voi kotona kertoa tuttavilleen. Päätuotteet, joista venäläiset ovat kiinnostuneita, ovat joulua ja uusi vuosi, mökkilomat, kalastus ja talviaktiviteetit, kuten laskettelu. Myös lyhytlomat ovat tärkeä tuote venäläisille matkailijoille. (Mek 2011.) Tällä hetkellä tietoja ja palveluja ei saa venäjäksi riittävästi.

### 3.3.1 Kulttuurin vaikutus venäläisten matkailuun

Metropolialueen venäläismatkailijoista -selvityksen mukaan venäläiset ja suomalaiset matkailijat arvostavat rauhaa, luontoa, järviä ja saunaa. Venäläisten matkailua kuvaavat kuitenkin erilaiset kulttuurilliset piirteet kuin suomalaisten matkailua:

- Elämänrytmi: esimerkiksi suomalaisten ravintoloiden aukioloajat ovat venäläisille ihmeelliset.
- Venäläiset haluavat vieraila eri kohteissa. Mökkilomalla oleville venäläisille ei riitä pelkkä rauha, vaan he haluavat kuluttaa aikaansa erilaisten aktiviteettien parissa.
- Venäläiset arvostavat ostosmahdollisuuksia ja haluavat kuluttaa rahaansa. (Jakosuo 2009, 4.) Noin 7 % tutkimuksessani mukana olevista vastaajista



piti sekä Suomen kaupoista että monipuolisesta kulutustavaroiden valikoimasta ja tavaroiden laadusta.

- Erilainen juhlakulttuuri: juhlakulttuuriin kuuluvat muun muassa erilaiset esitykset (Jakosuo 2009, 4).

Venäläiset matkailijat tulevat Suomeen tutustumaan paikallisen kulttuuriin, tapoihin ja perinteisiin, mutta odottavatkin hyvää palvelua ja ohjattua toimintaa oman kulttuurinsa ehdoilla. Mahdolliset väärinymmärrykset ja kulttuurien yhteentörmäykset voidaan välttää joustavalla, huomioivalla ja asiakasystävällisellä palvelulla. (Eija 2004, 5.) Tämän työn tutkimustuloksen mukaan venäläiset arvostavat Suomen korkeatasoisia palveluja. Noin 19 % tutkimuksessa mukana olevista vastaajista korosti korkeatasoiset palvelut Suomen vahvuutena.

Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) tutkimuksen mukaan venäläiset sisällyttävät matkoihinsa huomattavasti enemmän kulttuurimatkailullisia piirteitä kuin muut tutkitut ryhmät. Varsinkin heidän käyntinsä teatteri- tai musikaaliesityksissä, valokuvanäyttelyissä, kulttuurihistoriallisissa museoissa, urheilutapahtumissa, sirkuksessa sekä filmi- ja myös muilla festivaaleilla erottavat heidät muista ulkomaalaisista matkailijoista. (MEK 2010, 5.) On mielenkiintoista, että kolme tutkimuksessani mukana olevista venäläisistä piti kulttuuri Suomen vahvuutena, ja kolme muista vastaajista totesi, että Suomessa on heikko kulttuurinen elämä sekä huono valikoimaa teattereita, museoita ja näyttelyjä.

Venäläiset turistit verrattuna eurooppalaisiin on erittäin mukavuudenhaluiset, joten luontoa pystyy myymään, jos siihen yhdistää runsaasti palveluja. Lumi ja metsä eivät sinänsä ole eksoottisia. Venäläiset asiakkaat lumoavat keskellä pohjoista erämaata sijaitsevat laskettelukeskukset, kylpylät, ravintolat, korkeatasoiset hotellit ja runsaat palvelut, joissa luonto ja sivilisaatio muodostavat elämyksellisen yhdistelmän. (Eija 2004, 6.) Tutkimukseni osallistuvien venäläisten mukaan Suomen vahvuutena ovat mukavuus, mukavat ja kodikkaat hotellit, mukava perheloma sekä rentoutuva loma luonnossa. Venäläiset arvostavat myös urheilu- ja laskettelumahdollisuuksia sekä vapaa-ajan hyvää organisoitumista. Venäläiset kaipaavat toisten ihmisten keskuuteen (Eija 2004, 6). Opinnäytetyöni tutkimustuloksen mukaan ve-

näläiset pitävät suomalaisista. Viisi vastaajista totesi, että suomalaisen kanssakäymisen kulttuuri, ystävälliset, kohteliaat ja mukavat ihmiset kuuluvat Suomen vahvuuksiin. Yksi vastaajista totesi, että Suomessa on paljon venäläisiä, joiden kanssa voisi pitää yhteyttä.

### 3.3.2 Venäläisten matkailu Suomessa

Suurin osa ulkomaisista matkailijoista Suomessa ovat venäläiset. Kesällä 2009 Suomessa kävi 3,4 miljoonaa ulkomaista matkustajaa, joka oli kaksi prosenttia vähemmän kuin vuotta aiemmin. Eniten ulkomaisia kävijöitä Suomeen tuli kuitenkin Venäjältä (yli 1,1 miljoonaa eli 34 prosenttia kaikista kävijöistä). (Mek 2010.) Elinkeinoministeri Mauri Pekkarinen mukaan Suomi on venäläisten suosituimpia loma- ja ostosmatkailukohteita, jonka suhteellinen suosio on säilynyt taloudellisen kriisin aikanakin. Suomen matkailutuloista yli neljännes tulee Venäjältä (Pekkarinen 2009). Venäläismatkailijat tulevat Suomeen pääosin Pietarin ja Moskovan alueelta sekä rajan läheisyydestä. Pelkästään Pietarin asukasluku on 4,6 miljoonaa eli lähes yhtä paljon kuin koko Suomen väkiluku. (Mek 2010.)

Venäläiset turistit ovat todella löytäneet Suomen:

*”Kuluvana vuonna Suomi tulee myöntämään lähes miljoona viisumia venäläisille liikemiehille ja turisteille. Luku on suurempi kuin millään muulla EU-maalla ja lisäksi yli 80 prosenttia viisumeista on monikertaviisumeita”. (Suomen tasavallan presidentti 2010.)*

Venäläisten matkailijoiden määrän kasvattamisen mahdollisuudet Suomessa ovat erittäin suuret. Suomen sijainti Pietarin ja sen lähialueiden vieressä on ainutlaatuinen tilanne Venäläisille matkailijoille. Venäjältä ei ole mihinkään muuhun valtioon niin hyvät ja nopeat yhteydet kuin Suomeen. Uusi Helsinki – Pietari rautatieyhteys parantaa entisestään Suomen kilpailukykyä venäläisten matkailijoiden houkuttelemiseksi. (Suomen matkailustrategia 2020, 14-15.)

Venäläiset arvostavat erityisesti Suomen läheisyyttä Venäjään sekä sitä, että Suomi on heille tuttu maa ja että Suomessa on kaunis ja hyvin hoidettu luonto. Suosituin vuodenaika vierailulla Suomessa on talvi, ja eniten matkailijoita keräävät Järvisuomen ja Kainuun alue sekä pääkaupunkiseutu. Suomalaiset matkailuyrittäjät ovat osanneet hyötyä venäläisestä matkailuvirrasta, ja Suomeen onkin syntynyt erityisesti venäläisiä matkailijoita palvelemaan erikoistuneita yrityksiä (Foote Cone & Belding 2005). Pietarissa ja Leningradin alueella asuvia ihmisiä arvostavat Suomen läheisyyttä Pietariin. Monet Pietarilaiset käyvät Suomessa omalla autollaan.

### 3.3.3 Venäläisten matkailu metropolialueella

Suomen pääkaupunkiseudulle saapuu eniten matkailijoita EU-maista, vaikka matkailijoiden määrät EU:n ulkopuolisista maista ovat selkeässä kasvussa. Saksasta ja naapurimaasta Venäjältä tulee Suomeen yhä enemmän matkailijoita ja määrät ovat lisääntyneet selvästi vuoden 2005 jälkeen. Nämä kaksi suurinta matkailijaryhmää tekivät Helsingissä yhteensä vuonna 2007 noin 470 000 yöpymistä. (Matkailu pääkaupunkiseudulla: eurot, yritykset, matkailijat 2008, 19.)

Helsingin seudulla on runsaasti venäläisiä matkailijoita uudenvuoden ja loppiaisena eli venäläisen joulujuhlan viettoon. Vuonna 2009 joulutammikuussa Helsingin majoitusliikkeissä kirjattiin noin 70 000 yöpymistä Venäjältä. Venäläismatkailijoiden määrä vuonna 2010 oli kasvussa, kuten vuoden 2010 tammi-lokakuun aikana venäläiset ovat yöpyneet Helsingissä miltei yhdeksän prosenttia enemmän kuin vuonna 2009 vastaavana ajanjaksona. (Helsinki 2011.)

Helsinkiin saapuu pelkästään rautateitse noin 30 000 vierailijaa, joista osa jatkaa matkaansa Kuopioon, Kajaaniin ja Rovaniemelle. Moskova-Helsinki ja Pietari-Helsinki -välillä liikennöivät useita lisäjunia ja Helsinkiin saapuu Moskovasta useita matkatoimistojen yksityisiä tilausjunia. Liikennöintinsä juuri aloittaneet nopeat Allegro-junat jouduttavat matkustajavirtaa. (Helsinki 2011.)

Keväänä 2010 liikennöinnin aloittanut St. Peter Line tuo kaupunkiin runsaasti venäläisiä risteilyvieraita. Joulun ja uuden vuoden aikaan Pietarista saapuu laivalla vajaa 10 000 matkustajaa. Vakioliikenne on korvattu tilausristeilyillä uudenvuoden aatosta 9. tammikuuta asti. Tuolloin alus liikennöi poikkeusreitillä: Pietari - Helsinki - Tukholma - Tallinna - Pietari. (Helsinki 2011.)

## 4 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 4.1 Kvalitatiivinen tutkimus ja sen ominaispiirteet

Tutkimusmenetelmät luokitellaan kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin. Hirsjärven, Remeksen & Sajavaaran mukaan kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus ovat lähestymistapoja, joita on käytännössä vaikea erottaa toisistaan. Ne nähdään tutkimuksen toisiaan täydentäviksi lähestymistavoiksi ja kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia menetelmiä käytetään usein tutkimuksessa rinnakkain. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 132 – 133.) Grönforsin mukaan (1982, 14) tutkimuksissa turvaututaan usein erilaisiin kvalitatiivisten ja kvantitatiivisten menetelmien yhdistelmiin. Vaikka kvalitatiiviset ja tilastolliset menetelmät ovat joskus vaihtoehtoisia ja kilpailevia tutkimussuuntia, ne ovat usein myös komplementaarisia. Ne painottavat usein eri asioita ja jonkin kysymyksen selvitykseen saatetaan tarvita kumpaakin. Tässä tutkimuksessa on käytetty pääasiassa kvalitatiivisia menetelmiä.

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan saada tuloksesi vain ehdollisia selityksiä johonkin aikaan ja paikkaan rajoittuen. Tutkimuksissa on otettava huomioon se, että tapahtumat muovaavat samanaikaisesti toisiaan, ja siinä on mahdollista löytää monensuuntaisia suhteita eri asioihin. Yleisesti kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tarkoitus löytää tai paljastaa enemmän tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 160 - 161.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ymmärretään aineiston ja analyysin kuvaukseksi, siis ei-numeraaliseksi muodon kuvaukseksi. Pelkistetyimmillään laadullinen aineisto on ilmiänsultaan tekstiä. Teksti voisi syntyä tutkijasta riippuen, siitä ovat esimerkkeinä erimuotoiset haastattelut ja havainnot. Parhaimmillaan kvalitatiivisilla menetelmillä savutetaan ilmiöiden prosessiluonne, ja tutkimussuunnitelma elää tutkimushankeen mukana. (Eskola ja Suoranta 2001, 15-16.) Tutkija on enemmän tai vähemmän läheisissä kosketuksissa tutkittavien kanssa tehdessään kenttätöitä.

Tärkeintä on pyrkiä tavoittamaan tutkittavien oma näkökulma sellaisena kuin se on manipuloimatta tutkimustilannetta. Tutkijan kannattaa pyrkiä objektiivisuuteen karsimalla pois omat esioletuksensa, asenteensa ja arvostuksensa. Objektiivisyys syntyy kaiken subjektiivisen tiedostamisesta, joka on ideaalinen, mutta tärkeä tavoite. (Eskola ja Suoranta 2000, 16-18.)

Laadullisessa tutkimuksessa tietoa voidaan kerätä tarkkailemalla, havainnoimalla tai haastatteleamalla. Haastattelua voidaan toteuttaa erilaisilla kysely- ja haastattelumenetelmillä, joita ovat esimerkiksi ryhmä-, lomake- tai teemahaastattelut. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 178; Vilkka 2005, 101-102.) Haastattelun tehtävänä yleensä on käsitellä tutkittavan kokemuksia, ajatuksia sekä tunteita. Haastattelija saa siis käsityksen haastateltavien aikaisemmista kokemuksista, joita hän hyödyntää tutkimuksessaan. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 41.)

#### 4.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Aineisto kerättiin puolistrukturoidulla kyselyllä, johon tutkittavat vastasivat kirjallisesti. Puolistrukturoidussa kyselyssä kysymykset ovat kaikille samat, joihin vastaajat saavat vastata omin sanoin (Eskola ja Suoranta 2000, 86). Kyselylomake koostui taustatietoja selvittävien kysymysten lisäksi kuudesta avoimesta kysymyksestä, joihin vastaajat saivat kirjoittaa vastauksensa omin sanoin. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset muodostuivat kuuden avoimen kysymyksen perusteella. Lomakekysely on toimiva aineistonkeruumenetelmä, jos kyselylomakkeen kysymykset ovat purettavissa 3-6 tutkimuskysymykseen (Vilkka 2005, 101).

Aineisto kerättiin keväällä 2009. Lahden ammattikorkeakoulun Matkailun alan opiskelijat keräsivät aineistoa 59:ltä venäläisiltä matkailijoilta Pietarista Helsinkiin ajavassa junassa. Tutkimuksessa mukana olevat venäläiset matkailijat oli valittu satunnaisesti. Sain valmiin tutkimusaineiston talvella 2010, aloin analysoida aineistoa maaliskuussa 2011. Aineiston sain venäjänkielellä, vastauksien suomentaminen vei oman aikansa.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset on muotoiltu haastattelulomakkeen (liite 1) kysymyksien perusteella. Tässä opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään 1) Suomen kiinnostavuutta matkailukohteena venäläisille matkailijoille, 2) mitkä ovat Suomen vahvuudet sekä 3) mitkä ovat Suomen heikkoudet tutkimuksessa mukana olevien vastaajien näkökulmasta. Opinnäytetyössä tutkittiin 4) kuinka kiinnostavana matkailukohteena venäläismatkailijat pitävät Helsinkiä ja sen lähellä olevia alueita sekä 5) mitkä ovat Helsingin ja sen lähialueiden vahvuudet ja 6) mitkä ovat Helsingin ja sen lähialueiden heikkoudet vastaajien näkökulmasta. Tutkimusaineistolle olen tehnyt taulukointeja. Seuraavaksi avointen kysymysten vastaukset ryhmittelin laajemmiksi kokonaisuuksiksi aihepiireittäin. Olen analyysissä käyttänyt paljon kyselylomakkeista saamia suoria lainauksia haastateltavien venäläisten mielipiteistään. Kyselylomakkeet oli numeroitu 1-59. Olen eritellyt vastaajat siten, että N tarkoittaa naista ja M miestä.

## 5 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa tutkimusaineisto esitetään suorina jakaumina tutkimuksessa käytetyn kyselylomakkeen mukaisesti (liite 1). Suljettujen kysymysten kohdalla on esitetty vastausten jakautuminen valmiiden vastausvaihtoehtojen välillä. Avointen kysymysten kohdalla jakaumat on esitetty yksittäisen vastausten ryhmittelyn jälkeen.

### 5.1 Haastateltavien taustatietoa

Sen takia, että aineisto matkailijoista kerättiin Pietarista Helsinkiin ajavassa junassa, kyselykysymykset käsittelivät se, ovatko vastaajat itse vierailleet Suomessa ja ovatko he vierailleet Helsingissä tai sen lähialueilla. Valtaosa vastaajista eli 56 henkilöä oli vierailut aikaisemmin Helsingissä tai sen lähialueilla. Vain kolme heistä ei matkustanut Suomeen aikaisemmin ja yksi heistä ei ollut käynyt Helsingissä. Noin kaksi kertaa enemmän vastaajista oli naisia, eli 38 naista ja 21 miestä oli vastannut kyselyn kysymyksiin.

Kysymykset käsittelivät vastaajan ikää ja ammattia. Ikäryhmän mukaisesti vastaajat jakautuivat seuraavasti (taulukko 1):

**TAULUKKO 1. Vastaajien ikäryhmät**

ikäryhmä	n=59	%
alle 18-vuotias	1	1,7
18-24-vuotias	15	25,4
25-34-vuotias	9	15,3
35-44-vuotias	12	20,3
45-54-vuotias	15	25,4
55-64-vuotias	6	10,2
yli 65-vuotias	1	1,7



Kaksi suurta ikäryhmää olivat 18-24- ja 45-54-vuotiaat (51 % vastaajista). 35-44-vuotiaita olivat kolmanneksi suurin ikäryhmä (20 % vastaajista). 15 % vastaajista olivat 25-34-vuotiaat ja 10 % vastaajista olivat 55-64-vuotiaat. Alle 18-vuotias löytyi vain yksi henkilö, ja yksi oli yli 65-vuotias.

Ammattiaseman mukaisesti vastaajat jakautuivat seuraavasti (taulukko 2).

**TAULUKKO 2. Vastaajien ammattiasema**

ammattiryhmä	n=59	%
johtava asema	20	33,9
toimihenkilö	20	33,9
työntekijä	1	1,7
yrittäjä	1	1,7
opiskelija	9	15,3
eläkeläinen	2	3,4
muu	5	8,5
ei vastattu	1	1,7

Ammatilliselta asemaltaan kaksi kolmasosaa jakautui tasaisesti johtavassa asemassa oleviin ja toimihenkilöihin. On huomattava, että matkustajat näyttävät näin olevan olleen keskimääräistä paremmin toimeentulevia. Opiskelijoita oli vastaajista 15,3 %. Tämä johtuu siitä, että tutkimus aineisto oli kerätty keväällä, jolloin on haku aika erilaisiin kouluihin. Yksi vastaajista oli työntekijä ja yksi oli yrittäjä. Kaksi vastaajista oli eläkeläisiä.

## 5.2 Suomen kiinnostavuus matkailukohteena verrattuna muihin maihin

Tässä osiossa pyrittiin selvittämään Suomen kiinnostavuutta matkailukohteena verrattuna muihin maihin vastaajien näkökulmasta. Vastaukset ryhmiteltiin neljäksi osaksi, jossa ensimmäinen oli "varsin kiinnostava", toinen oli "verrattain kiinnostava tai kiinnostava yksittäisiin kohtiin", kolmas oli "keskikiinnostava" ja neljäs "vähän kiinnostava tai ei kiinnostava".

Suurin osa vastaajista 36 henkilöä, eli 61 % vastaajista totesi, että Suomi matkailukohteena on varsin mielenkiintoinen maa. Suuri osa niistä vastasi lakonisesti yhdellä tai kaksilla sanoilla: ”varsin”, ”tarpeeksi”, ”kiinnostava”, ”tarpeeksi kiinnostava”, ”varsin kiinnostava”. Vastaajista yhdeksän perusteli vastauksiaan. Neljä vastaajaa totesi muun muassa Suomen läheisyyttä Venäjälle kiinnostavana matkailukohteena. Vastaajista kaksi huomasi Suomen läheisyyden Pietarille ja mahdollisuuden matkustaa omalla autolla.

*”Eniten kiinnostava Suomessa verrattuna muihin Euroopan maihin on se, että Suomi on meidän lähin naapurimme. Astuit autoon, ja 2,5 tuntia päästä voisit juoda kahvia tai syödä pizaa jossakin suomen ravintolassa. Toinen pääasia - erittäin (meidän mielestämme) hyvänsuopia ihmisiä. Mukava ja turvallinen tunne. Rentoudut ja lepäät keholla ja mielellä.” (N 3)*

*”Minun mielestäni Suomi on tarpeeksi mielenkiintoinen maa, koska se sijaitsee Venäjän lähellä, matkailu on kehittynyt riittävästi, paljon viihdettä jne.” (N 1)*

*”Pietarin lähellä. Mukava matkustaa omalla autolla.” (N 8)*

Venäläiset matkustavat ulkomaille pääasiassa vain lentäen, mutta maantieteellisesti Pietari ja Suomi ovat niin lähekkäin, että he tulevat Suomeen autolla. Matka autolla Pietarista Suomeen tullaan on noin 170 km ja sen kesto on 2,5-3 tuntia, mikä on ainutlaatuinen tilanne venäläisille.

Neljä vastaajaa arvosti sekä Suomen luontoa ja rauhallisuutta että ystävällisiä ja hyvänsuopia ihmisiä.

*”Rauhallinen elämänrytmi, hyvänsuopuus ja vieraanvaraisuus. Puhtaus ja järkevä tarkoituksenmukaisuus. Kaunis luonto, rannikot ja kaupunkien näkymät.” (M 5)*

Venäläiset tulevat Suomeen kauniin luonnon, rauhan, puhtaiden kaupunkien ja miellyttävän ympäristön vuoksi. Vastaaja M 34 totesi Suomen kiinnostavuuden matkailukohteena monilla mittareilla ja etenkin arvostavansa Suomen luontoa. Vas-

taaja N 32 eritteli muun muassa mielenkiintoisia nähtävyyksiä. Suuressa kaupungissa asuvat pietarilaiset arvostavat Suomen pieniä siistejä kaupunkeja. Yksi vastaaja huomasi, että Suomen maakuntien kaupungit ovat mielenkiintoisia.

*”Suomi on mielenkiintoinen maa monessa mielessä ja erityisesti sen luonnosta johtuen.” (M 34)*

*”Kaunis luonto, rauhallista, hyvänsuopia ihmisiä, mielenkiintoisia nähtävyyksiä.” (N 32)*

*”Tosi kiinnostava matkailukohde ja etenkin maakuntien kaupungit.” (M 4)*

Venäläiset arvostavat myös Suomen hyvää palvelua ja kodikkaita hotelleja. Vastaa-ajan N 6 mielestä Suomi on varsin kiinnostava korkeatasoisen palvelun ja hotellien alan takia.

*”Suomi on varsin kiinnostava maa, koska siellä on hyvätasoinen palvelu ja hyvätasoinen hotellien ala.” (N 6)*

Kuusi henkilöä, eli 10 % vastaajista, arvioi Suomen kiinnostavuutta matkailukohteena verrattuna muihin maihin. Tässäkin ryhmässä olleiden vastaajien mielestään Suomea pidetään kiinnostavana matkailukohteena hyvän ostosmahdollisuuksien takia (M 44), perheloman (N 2) ja maantieteellinen sijainnin (M 40) takia.

Vastaajista yhdeksän (15 %) piti Suomea vain kohtalaisen kiinnostavana matkailukohteena. Neljä heistä vastasi yhdellä sanalla: ”kohtalainen”. Muut vastasivat esimerkiksi näin:

*”Arvosana on kolme viidestä, jossa viisi - tosi kiinnostava, yksi - ei kiinnostava.” (N 30)*

*”kiinnostava yhdellä tai kahdella kerralla.” (M 59)*

Kahdeksan, eli 13,5 % vastaajista, kirjoitti, että Suomi ei ollut kiinnostavana matkailukohteena verrattuna muihin maihin. Suurin osa niistä vastasi: "ei kiinnostava" tai "ei todella kiinnostava". Vain yksi niistä argumentoi vastauksensa:

*”verrattuna muihin Euroopan maihin Suomi on vähemmän kiinnostava, koska se on kauttakulkumaa” (N 33)*

Monet venäläistransit-matkailijat pitävät Suomea pelkästään kauttakulkumaana. Suurin osa heistä seisahtui Suomessa vain koneenvaihdon verran. Määränpäinä ovat Euroopan, Pohjois-Amerikan tai Aasian kohteet. (Kosonen, Paajanen, Reittu 2005, 8.)

### 5.3 Suomen vahvuudet vastaajien näkökulmasta

Tässä kappaleessa tutkittiin Suomen vahvuudet vastaajien näkökulmasta. Jakaumat on esitetty yksittäisen vastausten ryhmittelyn jälkeen (taulukko 3).

TAULUKKO 3. Suomen vahvuudet vastaajien näkökulmasta

Suomen vahvuudet	n=59	%
Suomen läheisyys Venäjälle	18	30,5
kaunis luonto, luonnonsuojelu	17	28,8
puhtaus	14	23,7
ekologisuus	13	22,0
korkeatasoinen palvelu	11	18,6
mukavuus	2	3,4
mukavat ja kodikkaat hotellit	2	3,4
kulttuuri	3	5,1
monipuolinen valikoima kulutustavaroita, tavaroiden laatu	2	3,4
järjestys, harkinta	4	6,8
matkailu, matkailupalveluiden saatavuus	2	3,4
turvallisuus, vakavuus, poliittinen turvallisuus	4	6,8
saatavuus	2	3,4
kanssakäymisen kulttuuri, ystävälliset, kohteliaat, mukavat ihmiset	5	8,5
vieraanvaraisuus	3	5,1
järvet	5	8,5
hiljaisuus, turvallinen ja rauhallinen elämä	4	6,8
kaupunkien näkymät	1	1,7
matkustaminen	1	1,7
ei ollut jonoja	1	1,7
viisumin saannin helppous	2	3,4
ympäristöystävälliset tuotteet	1	1,7
englannin kielen taito	1	1,7
kaunista	1	1,7
ruoka	1	1,7
mukava perheloma	2	3,4
jännite on 220 voltia	1	1,7
paljon venäläistä, joiden kanssa voisi puhua	1	1,7
lasketteluloma	1	1,7
urheilu	1	1,7
vapaa-ajan hyvä organisoituminen	1	1,7
edullista	1	1,7
omaperäisyys	1	1,7
liikenne	1	1,7
elintaso	2	3,4
tiet	3	5,1
lainkuuliaisuus	1	1,7
sosiaaliturva	2	3,4
ei ole rikollisuutta	1	1,7
hyvin kehittynyt infrastruktuuri	1	1,7
edullinen siirto	1	1,7
paljon teollisuusalojen keskuksia	1	1,7
kauppakumppani	1	1,7

<b>autotuotteet</b>	<b>1</b>	<b>1,7</b>
<b>kaupat</b>	<b>2</b>	<b>3,4</b>
<b>loma luonnossa</b>	<b>2</b>	<b>3,4</b>
<b>ei ole pakko antaa tippiä</b>	<b>1</b>	<b>1,7</b>
<b>yleensä kaikki hyvin</b>	<b>1</b>	<b>1,7</b>

Suomen läheisyys Venäjälle, kaunis luonto ja luonnonsuojelu ovat tärkeimmät tekijät, jotka tuovat venäläiset matkailijat Suomeen. Noin kolmasosan mielestä Suomen vahvuuksia olivat Suomen hyvä sijainti (30,5 % vastaajista) ja kaunis luonto (28,8 % vastaajista).

Venäläiset tulevat Suomeen puhtauksen, ekologisuuden ja korkeatasoisen palvelun vuoksi. Vastaajista 14 eli 23,7 % korosti puhtautta Suomen vahvuutena. 13 vastaajan (22 % vastaajista) näkökulmasta Suomen vahvuus oli korkea ekologisuus. 11 vastaajista, eli 18,6 %, arvosti Suomen korkeatasoista palvelua.

Venäläiset pitävät myös suomalaisista. Viisi vastaajista (8,5 % vastaajista) totesi, että suomalaisen kanssakäymisen kulttuuri, ystävälliset, kohteliaat ja mukavat ihmiset kuuluvat Suomen vahvuuksiin. Vastaajista kolme (5 % vastaajista) korosti vieraanvaraisuutta Suomen vahvuutena. Itsekin venäläisenä voisin sanoa, että totta kai suomalaiset ovat ystävällisiä, kohteliaita ja osaavat hymyillä.

Viiden vastaajan (8,5 % vastaajista) mielestä järvetkin olivat Suomen vahvuuksia. Neljä vastaajista (6,8 % vastaajista) piti järjestystä ja harkintaa Suomen vahvuutena. Muut neljä vastaajaa korosti sekä turvallisuutta ja vakavuutta että poliittistakin turvallisuutta. Seuraavat neljä piti hiljaisuutta, turvallista ja rauhallista elämää Suomen vahvuutena.

Kyselylomakkeessa Suomen vahvuutena on mainittu kaksi kertaa matkailu, matkailupalveluiden saatavuus, kodikkaat hotellit, mukava perheloma sekä loma luonnossa. Kahden vastaajan mielestään Suomen vahvuuksia oli kulutustavaroiden monipuolinen valikoima, tavaroiden laatu ja kaupat sekä elintaso ja sosiaaliturva. Kaksi kertaa on mainittu myös viisumin saannin helppous.

#### 5.4 Suomen heikkoudet vastaajien näkökulmasta

Tässä kappaleessa pyrittiin selvittämään Suomen heikkoudet vastaajien näkökulmasta. Yksittäiset vastaukset ryhmiteltiin taulukkoon (taulukko 4).

**TAULUKKO 4. Suomen heikkoudet vastaajien näkökulmasta**

Suomen heikkoudet	n=59	%
ei ole heikkouksia	21	35,6
nähtävyydet	8	13,6
kieli	7	11,9
ilmasto	4	6,8
tylsä (ikävä)	4	6,8
pieni maa	3	5,1
viisumi	3	5,1
kulttuurinen elämä, teatterit, museot..	3	5,1
aggressiivinen nuoriso	2	3,4
tulli	2	3,4
kallis ruoka	2	3,4
huonot suhteet venäläisiin	2	3,4
byrokratia	1	1,7
saavuttamattomat terveyspalvelut	1	1,7
kallis maa	1	1,7
alkoholismi	1	1,7
alhainen nopeus moottoritiellä	1	1,7

Enemmän kuin kolmasosa vastaajista, 21 henkilöä eli 35,6 % vastaajista, totesi, että Suomessa ei ollut heikkouksia ja vastasi lakonisesti: ”ei ole”, ”en tiedä”, ”tunteuttomia”, ”emme huomanneet”, ”ei ole heikkouksia”.

Muut kaksi kolmasosaa vastaajista löysi kuitenkin heikkoja puolia Suomesta. Vastaajista kahdeksan (13,6 % vastaajista) oli sitä mieltä, että nähtävyydet ovat Suomen heikkouksia. Monet niistä sanoivat: ”arkkitehtuurisen nähtävyyksien puute”, ”vähän nähtävyyksiä”, ”vähän kiinnostavia paikkoja” tai ”vähän historiallisia nähtävyyksiä” ja ”vähän kulttuurillisia nähtävyyksiä”. Tässä on huomattava, että venäläiset sisällyttävät matkoihinsa huomattavasti enemmän kulttuurimatkailullisia piirteitä kuin muut ulkomaalaiset matkailijat (Mek 2010, 5). Venäläiset etsivät lomaltansa ennenkokemattomia elämyksiä, joista ne voivat kotona kertoa tuttavilleen

(Mek 2010). Siis nähtävyyksien puute Suomessa voi olla venäläisten matkailijoiden mielestä yksi syy matkustaa muihin maihin.

*”arkkitehtuurisen nähtävyyksien puute” (M 41)*

*”vähän historiallisia nähtävyyksiä” (M 40)*

Venäläiset arvostavat venäjänkielisiä palveluita. Tässäkin on huomioitava, että venäläisillä on huono englannin kielen taito, joten ne tarvitsevat palvelua omalla äidinkielellään. Seitsemän vastaajan (11,9 % vastaajista) mielestä kieli oli ongelma Suomen matkustamisessa.

*”Ei ole (tai tosi vähän) tietoa venäjäksi. Mutta hyvin paljon venäläisiä matkailijoita tule Suomeen.” (N 2)*

*”Venäjän kielellä opasteiden/tienviittojen puute. Myös hotellien henkilökunta ei puhu Venäjää. Vähän maailmankuuluja nähtävyyksiä ja kulttuurin monumentteja.” (N 6)*

Neljän vastaajan (6,8 % vastaajista) näkökulmasta kylmä ilmasto on Suomen heikko puoli. Kolme haastateltavista (5,1 % haastateltavista) totesi, että pieni koko on Suomen heikkous. Vastaajista neljä (6,8 % vastaajista) oli sitä mieltä, että Suomessa on tylsä.

*”Pieni maa, jolla on komeuden (tyylin) puute. Pidän enemmän lämpimistä maista, missä voisin ottaa aurinkoa ja uida.” (M 10)*

*”illalla on tylsää” (M 18)*

*”vähän viihteellisiä paikkoja nuorille” (N 33)*



Kolmen vastaajan (5,1 % vastaajista) mielestä viisumin saaminen Suomeen on haasteellista. Vastaajista kolme (5,1 % vastaajista) totesi, että kulttuurielämä, teatterit ja museot ovat heikkoja puolia Suomessa. Kun oli jo sanottu, venäläismatkailussa sisällyttävät huomattavasti enemmän kulttuurillisia piirteitä kuin muulla ulkomaalaismatkailussa. Varsinkin venäläisten käynnit teatteri- tai musikaaliesityksissä, valokuvanäyttelyissä, kulttuurihistoriallisissa museoissa, urheilutapahtumissa, sirkuksessa sekä filmi- ja myös muilla festivaaleilla erottavat heidät muusta matkailijoista. (MEK 2010, 5.) Ei ole yllättävää, että venäläisten mielestä Suomen kulttuurielämä on heikkoa, koska pelkästään Pietarissa - Venäjän teatteripääkaupungissa - on yli 180 draamaa, huvinäytelmiä, nukketeattereita, musiikin, lasten ja nuorten teattereita (Городовой.спб.ру © 2004-2011).

Kyselylomakkeessa sanottiin kaksi kertaa Suomen heikkoudeksi sekä aggressiivinen nuoriso ja huonot suhteet venäläisiin että kallis ruoka ja tullin jonot.

*”pelottaa nuorten aggressiivisuus venäläisten suuntaan” (N 31)*

*”joskus Suomen kansalaisten huono asenne Venäjän kansalaisiin kohtaan” (N 4)*

## 5.5 Metropolialueen kiinnostavuus matkailukohteena vastaajien näkökulmasta

Tässä osiossa tutkittiin Helsingin ja sen lähialueiden kiinnostavuutta matkailukohteena vastaajien näkökulmasta. Vastaukset ryhmiteltiin viidenneksi osaksi, jossa ensimmäinen oli "varsin kiinnostava", toinen oli "kiinnostava", kolmas oli "riittävästi kiinnostava", neljäs oli "keskikiinnostava" ja viides oli "ei kiinnostava tai vähemmän kiinnostava".

**TAULUKKO 5. Metropolialueen kiinnostavuus matkailukohteena vastaajien näkökulmasta**

Helsingin ja sen lähialueiden kiinnostavuus matkailukohteena	n=59	%
eivät vastanneet	3	5,1
varsin kiinnostava	18	30,5
kiinnostava	20	33,9
riittävästi kiinnostava	5	8,5
keskikiinnostava	3	5,1
kiinnostava yhdellä tai kahdella kerralla	1	1,7
ei kiinnostava, vähemmän kiinnostava	9	15,3

Kolme vastaajista ei vastannut mitään tähän kysymykseen. Yksi heistä ei ollut Helsingissä ollenkaan. Lähes kolmasosa vastaajista eli 18 henkilöä (30,5 % vastaajista) totesi, että Helsinki ja sen lähellä olevat alueet ovat matkailukohteena varsin kiinnostavia. Suuri osa niistä vastasi lakonisesti: ”varsin”, ”varsin kiinnostava” tai ”varsin kiinnostava kaupunki”. Vastaajista neljä perusteli vastauksiaan. Alla olevissa esimerkkeinä esitettiin sellaisia lainauksia.

*”Tosi mukava söpö kaupunki. Hyvä tunnelma. Kodikkaat kadut. Kaunis satama (rantakatu). Just on kiva olla Helsingissä.” (N 3)*

*”Helsingissä on paljon kiinnostavia paikkoja: senaatintori, tuomiokirkko jne. On olemassa monia monumentteja ja rakennuksia, joilla on kansallisen merkitys.” (N 1)*

Kolmasosa vastaajista, eli 20 henkilöä (33,9 % vastaajista), piti metropolialuetta kiinnostavana matkailukohteena. Suuri osa heistä vastasi yhdellä sanalla: ”kiinnostava”, ”kyllä”, ”melko” tai ”normaali”. Kaksi niistä totesi Helsingin kiinnostavuutta pääkaupunkina.

*”Helsinki on kiinnostava Venäjän kansalaisille, jotka eivät oleet Suomessa, ensiksi sen vuoksi, että Helsinki on pääkaupunki.” (M 7)*

*”Helsinki on ainoa kiinnostava kaupunki matkailukohteena Suomessa.” (N 33)*

Tästä 20 henkilön ryhmästä kolme vastaaja piti Helsinkiä kiinnostavana matkailukohteena verrattuna muihin Skandinavian sekä Euroopan ja Venäjän kaupunkeihin.

*”Verrattuna muihin Skandinavian maihin Helsinki ei ole pahempaa, mutta pienet kaupungit ja Helsingin lähialueet ovat enemmän kiinnostavia.” (M 4)*

*”Ei tarpeeksi kiinnostavaa verrattuna Roomaan, Madridiin. Vaikka melko kiinnostava. Tämä riippuu siitä, mihin vertaillaan. Jos vertaillaan Venäjän kaupunkeihin, jopa tosi kiinnostava.” (M 10)*

*”Kaunis, samannäköinen, kuin Pietari. Historialliset arvot.” (N 36)*

Tässäkin ryhmässä olleiden vastaajien mielestään metropolialuetta pidetään kiinnostavana matkailukohteena luonnon (N 2), shoppailun (N 45), perheloman (N 2) ja maantieteellinen sijainnin (N 2) vuoksi.

Viisi henkilöä (8,5 % vastaajista) piti Helsinkiä tarpeeksi kiinnostavana kaupunkina ja vastaajista kolme (5,1 % vastaajista) piti Helsinkiä keskikiinnostavana matkailukohteena.

Yhdeksän vastaajan (15,3 % vastaajista) mielestä metropolialue esittäytyy ei kiinnostavana matkailukohteena. Suurin osa heistä vastasi: "ei kiinnostava", "ei todella kiinnostava" tai " vähemmän kiinnostava". Yksi heistä argumentoi vastauksensa:

*”Ei todella kiinnostava, vähän nähtävyyksiä.” (N 29)*

## 5.6 Metropolialueen vahvuudet ja heikkoudet vastaajien näkökulmasta

Tässä kappaleessa pyrittiin selvittämään metropolialueen vahvuudet ja heikkoudet vastaajien näkökulmasta. Yksittäiset vastaukset ryhmiteltiin taulukkoihin (taulukko 6,7).

**TAULUKKO 6. Metropolialueen vahvuudet vastaajien näkökulmasta**

Helsingin vahvuudet	n=59	%
puhtaus	16	27,1
kauneus	11	18,6
läheisyys, sijainti	8	13,6
tiiviyys, mukavuus	7	11,9
rauhallisuus, rauhallinen elämä	6	10,2
shoppailu	7	11,9
historiallinen, kulttuurinen, arkkitehtuuri, nähtävyydet, museot, festivaalit	12	20,3
liikenne, tiet, paikoitus	8	13,6
hyvä palvelu	8	13,6
hyvät hotellit, mökit, hiihtokeskukset	6	10,2
ystävälliset, kohteliaat, mukavat ihmiset, hyvä asenne turistien kohtaan	4	6,8
kaunis luonto	3	5,1
hyvä infrastruktuuri	3	5,1
hyvä ruoka	2	3,4
turvallisuus, mukavuus	2	3,4
saatavuus, avoimuus	2	3,4
kaunis satama	2	3,4
ei ole rikollisuutta	1	1,7
hyvät ravintolat	1	1,7
laatutuotteet	1	1,7
kauniit kadut	1	1,7
Euroopan kaupunki	1	1,7
halvat lennot Eurooppaan	1	1,7
risteilyt	1	1,7
puhdas ilmasto	1	1,7
rentoutumisen mahdollisuus	1	1,7
meren läheisyys	1	1,7
Mannerheim	1	1,7
omaperäisyys	1	1,7
hyvä kävellä	1	1,7
suuri kaupunki	1	1,7
ei ole juoppoja	1	1,7
en osaa sanoa	1	1,7
eivät vastanneet	3	5,1

Puhtaus, kauneus, kulttuurielämä, arkkitehtuuri ja nähtävyydet ovat tärkeimmät tekijät, jotka tuovat venäläiset matkailijat metropolialueisiin. Noin kolmasosan (27 % vastaajista) mielestä metropolialueen vahvuus on puhtaus. 20 % vastaajista oli sitä mieltä, että kulttuurielämä mukaan lukien historia, arkkitehtuuri, nähtävyydet, museot ja festivaalit ovat Helsingin ja sen lähialueiden vahvuuksia. 11 henkilöä, eli 18,6 % vastaajista, totesi kauneus Helsingin ja sen lähialueiden vahvuutena.

*”Kaunis kaupunki, hyvät palvelut, puhtaus ja järjestys”(N 31)*

*”museot, kulttuurinähtävyydet, shoppailu, risteilyt, konsertit, halvat lennot Eurooppaan”(N 12)*

Helsingin ja sen lähialueiden läheisyys Venäjälle, hyvät liikenneyhteydet sekä korkeatasoiset palvelut ovat myös tärkeät tekijät jotka tuovat venäläiset matkailijat Helsinkiin ja sen lähialueisiin (8 vastaajista, eli 13,6 % vastaajista).

*”Hyvät liikenneyhteydet, läheisyys, hyvät edullisimmat hotellit”(N 11)*

Venäläiset tulevat metropolialueen hyvän ostosmahdollisuuden vuoksi. Vastaajista 7 eli 12 % korosti Helsingin vahvuutena kompaktisuutta ja mukavuutta. 6 vastaajan (10 % vastaajista) näkökulmasta Helsingin ja sen lähialueiden vahvuudet ovat hyvät hotellit, mökit ja hiihtokeskukset. Myös 6 vastaaja (10 % vastaajista) piti rauhallisuus metropolialueen vahvuutena. Neljä vastaajista (7 %), arvosti metropolialueen ystävällisiä, kohteliaita ja mukavia ihmisiä, sekä heidän hyvä asenne turistien kohtaan.

*”Verrattuna Venäjän megalopoliksien Helsinki ei ole suuri kaupunki, mikä tekee siitä matkailun kätevän. Helppo liikkua (navigoida).”(M 7)*

*”Pietarin lähellä. Ei ole rikollisuutta. Rauhallinen elämä. Hyvä asenne turistien kohtaan. Tosi mukavia ihmisiä. Hyvät kauppakeskukset. Hyvät ravintolat. Hyvät palvelut. Korkealaatuiset tuotteet. Maukas kala. Kauniit tiet. Kaunis satama ”(N 3)*

Tässä osiossa esitetään metropolialueen heikkoudet vastaajien näkökulmasta. Vastaukset ryhmiteltiin taulukkoon (taulukko 7).

**TAULUKKO 7. Metropolialueen heikkoudet vastaajien näkökulmasta**

Helsingin heikkoudet	n=59	%
ei ole/ en tiedä/ ei vastannut	33	55,9
nähtävyyden puute tai vähän	4	6,8
ei ole 24h-kauppoja, lyhyempi työaika	3	5,1
tylsä	3	5,1
paljon autoja, paikoitus	3	5,1
kieli	2	3,4
kallista	2	3,4
nuorison paha kanssakäymisen kulttuuri	1	1,7
juopottelevat lauantaina	1	1,7
pieni koko	2	3,4
syrjäinen	1	1,7
suuri kaupunki	1	1,7
paljon rakennuksia	1	1,7
epäselvät osoittimet	1	1,7
vain keskusta on kiinnostava	1	1,7
pieni ravintoloiden valikoima	1	1,7
on ongelma syödä sunnuntaina	1	1,7
paljon venäjän kiro sanoja	1	1,7

Yli puolet vastaajista, eli 33 henkilöä (56 % vastaajista), totesi, että ei ollut heikkouksia. Monet heistä ei vastannut tähän kysymykseen ja muut kirjoittavat, että he eivät tiedä heikkoja puolia metropolialueella.

Muut puolet vastaajista löysi kuitenkin heikkoja puolia metropolialueella. Vastaajista neljä totesivat, että metropolialueen heikkouksiin kuuluu nähtävyyden riittämättömyys. Kolmen vastaajaan mielestä 24h-kauppojen puute, paikoitus ja se, että Helsingissä ja sen lähialueilla on tylsä, ovat metropolialueen heikkouksia.

*”Verrattuna Lontooseen ja Pariisiin Helsingissä ei ole niin hyvä valikoima museoita, mutta tässä on oma viehätyksensä ja viehätyks, jotka ei löydy muista maista. Ainoastaan Skandinaviassa kaupungeissa on hyvä maku, kodikkuus, mukavuus, ei turhaa kiirettä.” (N 3)*

*”24h-kauppojen puute ja ympäri vuorokauden viihdeklubin puute”(M 46)*

*”Kaikki on kunnossa, mutta liian tylsä, jopa juhlapäivissä ja kun on hyvä ilma”(N 6)*

Kahden vastaajan mielestä metropolialueen heikkouden oli kieli eli se, ettei tietoja ja palveluja saa venäjäksi.

*”Tiedon venäjän kielellä puute (tai liian vähän), vaikka venäläisiä matkailijoita on paljon. ”(N 2)*

Kaksi kertaa on mainittu myös Helsingin pieni koko ja se, että Helsinki on kallis kaupunki.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSIJÄ JA KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää Suomen ja etenkin metropolialueen kiinnostavuutta matkailukohteena venäläisille matkailijoille. Tarkoituksena oli saada selville Suomen ja etenkin metropolialueen vahvuudet ja heikkoudet venäläisten näkökulmasta. Tarkoituksena oli myös saada tietää, miten tyytyväiset venäläisasiakkaat ovat metropolialueen palveluihin ja toivovatko venäläiset asiakkaat joitain erityisiä palveluja.

Teoriaperustassa käsitelin matkailua Suomessa ja etenkin metropolialueella sekä venäläisiä matkailijoita ja venäläisten matkailua Suomessa. Luvussa - Matkailu Suomessa ja metropolialueella - käsitelen matkailun käsitettä yleensä, Suomea matkailumaana sekä Suomen ja metropolialueen vahvuuksia ja heikkouksia matkailukohteina. Luvussa - Venäläisten matkailua Suomessa - tarkastelen Venäjää, venäläistä kulttuuria, venäläismatkailijoita, venäläisten matkailua Suomessa ja metropolialueella.

Kysyttäessä Suomen kiinnostavuutta matkailukohteena, vastaajista erittäin ja tarpeeksi kiinnostuneita on 61 prosenttia, mikä on mielestäni erittäin positiivinen tulos. Runsas neljännes on arvioinut Suomea matkailukohteena verrattuna muihin maihin (10 %) sekä pitää Suomea keskikiinnostavana matkailukohteena (15 %). Positiivista on myös se, että vain 13,5 prosenttia pitää Suomea täysin kiinnostamattomana matkailukohteena. Metropolialueen kiinnostavuudesta on melkein samanlainen kuva. 64,4 prosenttia on arvioinut metropolialuetta varsin kiinnostavana tai kiinnostavana matkailukohteena. Varsin kiinnostuneita on 30,5 prosenttia ja kiinnostuneita on 33,9 prosenttia. Vain 15,3 prosenttia pitää Helsinkiä ja sen lähialueita täysin kiinnostamattomana matkailukohteena.

Tärkeimmät Suomen vahvuudet tutkimuksessa mukana olevien venäläisten näkökulmasta ovat Suomen läheisyys Venäjälle, kaunis ja hoidettu luonto, puhtaus ja ekologisuus sekä korkeatasoiset palvelut. Suomen heikkouksiin venäläisten mie-



lestään kuuluvat nähtävyyden puute ja tietojen sekä venäjänkielisen palveluiden riittämättömyys. Metropolialueen vahvuuksiin venäläisten matkailijoiden mielestä kuuluvat muun muassa puhtaus, kulttuuri, kauneus, kompaktisuus ja sijainti sekä hoidetut tiet ja hyvät palvelut. Enemmän kuin puolet tutkimukseen osallistuneista vastaajista ei löytänyt heikkoja puolia metropolialueelta. Kuitenkin Helsingin ja sen lähialueisen heikkouksiin venäläisten mielestä kuuluu muun muassa nähtävyyden riittämättömyys, 24h-kauppojen puute sekä paikoitus.

Tutkimuksen vastaajien mukaan yksi ongelmista ovat kielelliset vaikeudet. Tässä on huomioitava, että venäläisillä on huono englannin kielen taito, joten he tarvitsevat palvelua omalla äidinkielellään. 11,9 prosenttia vastaajista totesi, että Suomessa matkustamisessa heillä oli kielellisiä vaikeuksia, kuten tiedon ja palvelun venäjänkielellä puute tai riittämättömyys. Myös kielen vaikeudet oli mainittu metropolialueen heikkoutena. Mielestäni kannattaa panostaa entistä enemmän venäjän kielen osaamista metropolialueella ja erityisesti matkailualalla: hotellien, matkakeskusten, ravintolojen sekä matkatoimistojen henkilökunnan olisi hyvä osa venäjää. Valtioneuvoston periaatepäätöksen Suomen matkailupolitiikasta mukaan panostetaan nykyistä enemmän venäjän kielen ja kulttuurin opiskeluun. Matkailuala tarvitsee myös työperäisiä maahanmuuttajia. Suomi tarvitsee strategian, miten houkutella maahan entistä enemmän matkailuelinkeinon työtehtäviin työperäisiä maahanmuuttajia. Myös aikuiskoulutukseen panostetaan entistä enemmän. (MEK 2011).

Venäläiset matkailijat pitävät Suomea kiinnostavana matkailukohteena ja arvostavat suomalaista monipuolista palveluntarjontaa. Kun lisätään tähän vielä mahdollisuus selvittää matkaan ja palveluihin liittyviä asioita omalla äidinkielellä niin ollaan jo pitkällä. Venäjänkielisen mainosmateriaalin tuottaminen esitteiden, ruokalistojen ja opasteiden muodossa kertoo asiakkaan huomioimisesta. Yrityksen www-sivujen kielivaihtoehdot on syytä päivittää oman asiakaskunnan tarpeiden mukaiseksi. Edellä mainituilla toimenpiteillä voidaan estää, että mikään palvelu tai tuote ei jää käyttämättä ainakaan epäselvän tiedon vuoksi.

Jatkotutkimuksille ja matkailupalveluiden tuottajille tämän opinnäytetyön anti on venäläisistä matkailijoista muodostunut profiili teoriaosan pohjalta sekä venäläisien

Suomesta ja metropolialueelta saamia mielipiteitä kyselytutkimuksen tulosten valossa. Jatkotutkimusehdotuksena voisi olla tutkimus, jossa selvitettäisiin mistä venäläiset asiakkaat saavat tietoa Suomesta, kuinka helppo venäläiset voivat saavuttaa nämä tiedot sekä kuinka selkeä informaatiota Suomesta on venäläisille matkailijoille. Tällaisen tutkimuksen avulla Suomen matkailuyritykset voisivat kohdentaa markkinointinsa entistä tehokkaammin. Tutkimus antaisi tietoa siitä, miten yritysten näkyvyyttä venäläisten näkökulmasta olisi mahdollistaa parantaa.

## 7 POHDINTAA OPINNÄYTETYÖSTÄ

Tämän opinnäytetyön aiheen valinta oli lähtöisin toimeksiantajaltani. Pidin myös itse työn aihetta kiinnostavana ja mielekkäänä. Omakohtainen kokemukseni venäläisistä matkailijoista perustuu siihen, miten heitä olen tavannut harjoittelupaikassa Lahden keskustassa sijaitsevalla hotellissa Musta Kisassa sekä päivittäisessä elämässäni. Oma kokemukseni haastattelijana aiemmin antoi selkeän kuvan siitä, minkälaiset ovat venäläismatkailijat ja minkälaisia toivetta heillä on. Oma näkemykseni venäläisyydestä ja venäläismatkailijoiden liikkuvuudesta auttoivat suhtautumaan avoimesti tähän aiheeseen ja työn tekemiseen.

Työn tekeminen alkoi teoriapohjaisen tiedon keräämisellä. Teoriapohjaisen tiedon osaksi pyrin hakemaan erilaisia matkailualan tilastoja ja tutkimuksia. Opinnäytetyön teoriaperusta on rakennettu näiden pohjalta. Työn rajaamisessa sain ohjausta ohjaajaltani. Tutkimustyön tekeminen oli itselleni erittäin opettavainen kokemus. Koin itse saavani tältä työskentelytekniikalta paljon. Aineiston analysointi ja tiedonhaku, tiedonkäsittely sekä tietotekniset taidot ovat kehittyneet tämän työn aikana huomasti. Koska sain valmiin tutkimusaineiston venäjän kielellä, sain kokemusta myös siitä, minkälaista oli tulkata venäläiskielistä tekstiä. Vastauksien suomentaminen kuitenkin vei oman aikansa ja tarvitsin joskus sanakirjaa, mikä hidasti tehtävää.

Tämän tutkimuksen aikana olen päässyt tutustumaan metropolialueen matkailutarjontaan laajasti ja aivan uudella tavalla. Kaiken kaikkiaan työn tekeminen avarsi omia näkemyksiäni matkailusta sekä nimenomaan venäläisen matkailun ja venäläismatkailijoiden tilanteesta metropolialueella.

Tämän tutkimuksen luotettavuus perustuu kyselyllä saatuihin tietoihin sekä tieto- ja teoriaperustan analysointiin. Tutkimusaineiston määrä on 59, joten mielestäni sain tutkimusta varten hyvin riittävän aineiston. Laadullisessa tutkimuksessa kyselyn sisältö onkin tärkeämpi kuin niiden määrä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 59.) En pysty kertomaan kuinka paljon kyselylomakkeesta jäivät vastaamattomana, koska sain vain täytetyt lomakkeet.

Tutkimukseni analyysissä olen käyttänyt paljon kyselylomakkeista saamia suoria lainauksia vastaajien venäläisten mielipiteistään. Tämä lisää mielestäni tutkimukseni luotettavuutta, seurattavuutta, uskottavuutta ja pätevyyttä. Saamani tutkimustulokset kuvaavat mielestäni parhaiten venäläismatkailijoiden Suomen sekä metropoli-alueen kiinnostavuutta matkailukohteena. Toivottavasti opinnäytetyöstäni on hyötyä suomalaisille yrityksille venäläisten turistien palvelujen parantamiseksi.

Tutkimuksen tarpeellisuutta lisää sen ajankohtaisuus. Talouskriisi on vähentänyt venäläisten matkailua ulkomaille, mutta Suomeen suuntautuneet matkat ovat pysyneet lähes ennallaan. (Mek 2009.) Tällä hetkellä venäläiset liikkuvat Suomessa ja etenkin Helsingissä ja sen lähialueilla paljon.

## LÄHTEET

Tutkimuskirjallisuus:

Buuri, H. & Ratschinsky, L. 2000. Suomen ja Venäjän väliset kulttuurierot ja niiden vaikutus like-elämään. Sarja B: Oppimateriaaleja 3. Imatra-Lapenranta: Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu.

Eskola, J & Suoranta, J. 2000. Johdatus ladulliseen tutkimukseen. 5. painos. Tampere: Vastapaino.

Foote, Cone & Belding 2005. Suomen kesän 2005 markkinapotentiaalista Venäjällä, huhtikuu 2005.

Grönfors, M. 1982. Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät. Juva: WSOY.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Jakosuo, K. 2008. Selvitys metropolialueen venäläismatkailijoista. Lahden ammattikorkeakoulu 2008.

Jakosuo, K. 2009. Venäläiset matkailijat Metropolialueella. Lahden ammattikorkeakoulu 2009.

Suomi-Venäjä-Seura 2002. Venäläinen tapakulttuuri. Perinteitä ja nykypäivää. Venäjä-info. Helsinki.

Vihavainen, T. & kirjoittajat. 2006. Opas venäläisyyteen. Keuruu.

Vilkkä, H. 2005. Tutki ja Kehitä. 1.-2. painos. Helsinki: Tammi.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma: kansainvälisen matkailun maantiede. Helsinki: WSOY.

Internet-aineisto:

CRMK 2001-2010. ЦРМК 2001-2010. Откуда родом русский язык. [viitattu 4.2010] Saatavissa: <http://www.ruscenter.ru/33.html>

Eija, J-S. 2004. Venäläisen matkailijan asiakaspalveluopas. Zakuska-proekti. Rovaniemi. [viitattu 20.12.2004] Saatavissa:

<http://annejalari.net/hevosmatkailu/files/venalaisenasiakkaanpalveluopas.pdf>

Finavia 2011. [viitattu 17.1.2011] Saatavissa: <http://www.finavia.fi>

Espoo 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa: <http://www.visitespoo.fi>

Gorodovoy.spb.ru Городовой.спб.ру © 2004-2011. [viitattu 19.5.2011] Saatavissa: [www.teatr.gorodovoy.spb.ru](http://www.teatr.gorodovoy.spb.ru)

Helsinki 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa: <http://www.visithelsinki.fi>

Helsingin kaupunki 2011. [viitattu 25.5.2011] Saatavissa:

[http://www.hel.fi/hki/helsinki/fi/Helsinki-tietoa+ja+linkkej\\_/P\\_\\_kaupunkiseutu](http://www.hel.fi/hki/helsinki/fi/Helsinki-tietoa+ja+linkkej_/P__kaupunkiseutu)

Helsingin kaupungin matkailu ja kongressitoimiston toimintakertomus 2006. [viitattu 22.7.2007] Saatavissa: [www.visithelsinki.fi](http://www.visithelsinki.fi)

Helsingin kaupungin matkailustrategia 2009-2012 seurantaraportti. [viitattu 27.10.2009] Saatavissa:

<http://www.visithelsinki.fi/loader.aspx?id=2ccb7c10-278d-427d-b59f-8e00f46e3e2a>

Hurri, M. 2010. Päijät-Hämeen ja Lahden alueen matkailullinen imago entisessä Länsi-Suomen läänissä. [viitattu 23.5.2011] Saatavissa: [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/13046/Hurri\\_Mari.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/13046/Hurri_Mari.pdf?sequence=1)

Loginskaja, E. & Degtjareva, E. 2002. Suomi kesälomakohteena- Venäläisten matkanjärjestäjien näkemyksiä. Matkailun edistämiskeskus. [viitattu 17.11.2009] Saatavissa: <http://www.mek.fi>

Maabrändiraportti. 2010. Tehtävä Suomelle. Helsinki. [viitattu 25.11.2010] Saatavissa: <http://nicehearts-com-bin.directo.fi>

Matkailun edistämiskeskus, Finnish Tourist Board/TNS Gallup OY 2010. Kiinnostako Suomi kulttuurimatkailukohteena? Helsinki. [viitattu 22.5.2010] Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/694c023ce8d184d9c22576f00046e0ac/\\$FILE/A167%20Kiinnostaako%20Suomi%20kulttuuri%20matkailukohteena.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/694c023ce8d184d9c22576f00046e0ac/$FILE/A167%20Kiinnostaako%20Suomi%20kulttuuri%20matkailukohteena.pdf)

Matkailun edistämiskeskus. 2010. Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät prosentin helmikuussa. [viitattu 14.4.2011] Saatavissa: <http://www.mek.fi>

Matkailun edistämiskeskus. 2011. Markkinatieto: Venäjä – Russia. [viitattu 25.5.2011] Saatavissa: <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>

Matkailun edistämiskeskus. 2011. Ulkomaanmatkailu: Venäjä – Russia. [viitattu 25.5.2011] 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>

Matkailun edistämiskeskus. 2011. Valtioneuvoston periaatepäätös Suomen matkailupolitiikasta. [viitattu 24.3.2011] Saatavissa:

[http://www.tem.fi/files/17088/Valtioneuvoston\\_periaatepaatos\\_Suomen\\_matkailupolitiikasta\\_.pdf](http://www.tem.fi/files/17088/Valtioneuvoston_periaatepaatos_Suomen_matkailupolitiikasta_.pdf)

Matkailu pääkaupunkiseudulla: eurot, yritykset ja matkailijat. 2008. Toimialaraportti 2002-2007. Helsinki. [viitattu 3.12.2008] Saatavissa: <http://www.visithelsinki.fi>

Metropolialueen politiikkaohjelma 2007. Uudenmaan liitto. [viitattu 7.2.2007] Saatavissa:

<http://www.uudenmaanliitto.fi/files/1113/Metropoliohjelma.pdf>

Pekkarinen, M. 2009. Venäjä nyt: yritysseminaari. Savonlinna. [viitattu 14.7.2009] Saatavissa: <http://www.tem.fi>

Pietarin ja Helsingin välinen nopea ratayhteys. Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. 2011. Joensuu. [viitattu 24.5.2011] Saatavissa:

<http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=bs01011101818041&cmd=download>

Portn of Helsinki 2011. [viitattu 23.5.2011] Saatavissa:

<http://www.portofhelsinki.fi>

Päijät-Hämeen liitto 2011. [viitattu 23.5.2011] Saatavissa:

<http://www.paijat-hame.fi>

Rajahaastattelututkimus 2009. Ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2009. [viitattu 24.5.2011] Saatavissa:

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571cccf1cc225678b004e73ed/d7cb88bc4c5827cdc225773d0025373b/\\$FILE/A168%20Rajahaastattelututkimus%202009.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571cccf1cc225678b004e73ed/d7cb88bc4c5827cdc225773d0025373b/$FILE/A168%20Rajahaastattelututkimus%202009.pdf)

Rantapallo 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa: <http://www.rantapallo.fi>



Rocctat 2010. Pocerar 2010. [viitattu 16.4.2010] Saatavissa: <http://www.gks.ru>

Seppälä, J. 2008. [viitattu 29.12.2008] Saatavissa:

<http://www.tekniikkatalous.fi/rakennus/article201080.ece>

Suomen matkailustrategia 2020. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa:

[http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia\\_020610.pdf](http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf)

Suomen tasavallan presidentti 2010. Presidentti Halonen valtiovierailulla Venäjällä.

Helsinki. [viitattu 11.11.2010] Saatavissa: <http://www.tpk.fi>

Tilastokeskus 2010. Rajahaastattelututkimus talvi 2009-2010. [viitattu 22.9.2010]

Saatavissa:

[http://www.stat.fi/til/rajat/2010/01/rajat\\_2010\\_01\\_2010-09-22\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/rajat/2010/01/rajat_2010_01_2010-09-22_tie_001_fi.html)

Tilastokeskus 2010. Rajahaastattelututkimus kesä 2010. [viitattu 23.3.2011] Saa-

tavissa:

[http://www.stat.fi/til/rajat/2010/02/rajat\\_2010\\_02\\_2011-03-23\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/rajat/2010/02/rajat_2010_02_2011-03-23_tie_001_fi.html)

Turizm 2011. Туризм 2011. [viitattu 19.4.2010] Saatavissa:

<http://t2t.ru/content/lish-18-rossiiskikh-grazhdan-imeyut-zagranpasporta>

Turvetieto 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa:

[http://www.gsf.fi/aineistot/Turvekartta/turveroot/maakunta\\_paijathame.htm](http://www.gsf.fi/aineistot/Turvekartta/turveroot/maakunta_paijathame.htm)

Uudenmaan liito 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa:

<http://tietopalvelu.uudenmaanliitto.fi>

Vantaa 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa: <http://www.vantaa.fi>

Venäjän federaatio Российская Федерация © 2008-2009. [viitattu 16.4.2010]

Saatavissa: <http://www.russiafederation.ru>

Venäläinen kulttuuri. 2011. [viitattu 24.5.2011] Saatavissa:  
<http://www.tkukoulu.fi/~most/kulttuuri/kulttuurista.htm>

Visit Finland 2011. [viitattu 22.5.2011] Saatavissa: <http://www.visitfinland.com/fi>

## LIITTEET

Liite 1 Haastattelurunko

### **Suomen kiinnostavuus matkakohteena**

Tämän kyselyn tavoitteena on kerätä tietoa siitä, kuinka kiinnostavana kohteena Suomea pidetään ja etenkin Helsinkiä ja sen lähialueita. Kyselyn tavoitteena on koota tietoa, jonka avulla suomalaiset yritykset voivat parantaa ulkomaalaisille matkailijoille suunnattuja palveluja. Kyselyn toteuttamisesta vastaa Lahden ammattikorkeakoulun Matkailun laitos.

#### *Suomi*

**1. Kuinka kiinnostavana matkailukohteena pidätte Suomea verrattuna muihin maihin?**

**2. Mitkä ovat mielestänne Suomen vahvuudet?**

**3. Mitkä ovat mielestänne Suomen heikkoudet?**

**4. Oletteko itse vierailleet Suomessa?**

kyllä

en

#### *Helsinki ja sen lähialueet*

**5. Kuinka kiinnostavana matkailukohteena pidätte Helsinkiä ja sen lähellä olevia alueita?**

**6. Mitkä ovat mielestänne Helsingin ja sen lähialueiden vahvuudet?**

**7. Mitkä ovat mielestänne Helsingin ja sen lähialueiden heikkoudet?**

**8. Oletteko itse vierailleet Helsingissä tai sen lähialueilla?** kyllä en***Taustatietonne***

Olkaa hyvä ja rastittakaa Teitä parhaiten kuvaava vaihtoehto.

**9. Sukupuoli** mies nainen**10. Ikä** alle 18-vuotias 45–54-vuotias 18–24-vuotias 55–64-vuotias 25–34-vuotias yli 65-vuotias 35–44-vuotias**11. Ammatti** johtava asema opiskelija toimihenkilö eläkeläinen työntekijä muu yrittäjä

**Kiitos vastauksestanne!**

## **Привлекательность Финляндии как туристического объекта**

Целью этого опроса является сбор сведений о том, насколько Финляндия привлекательна как туристический объект, в особенности город Хельсинки и его окрестности. С помощью результатов этого опроса финские фирмы смогут улучшить предоставляемые ими услуги для туристов. Опрос проводит Высшее профессиональное учебное заведение города Лаhti (Lahti University of Applied Sciences), факультет туризма.

### *Финляндия*

**1. Насколько интересным туристическим объектом Вы считаете Финляндию в сравнении с другими странами?**

**2. Каковы, по Вашему мнению, сильные стороны Финляндии?**

**3. А каковы, по Вашему мнению, слабые стороны Финляндии?**

**4. Бывали ли Вы сами в Финляндии?**

Да

Нет

### *Хельсинки и его окрестности*

**5. Насколько привлекательным Вы считаете город Хельсинки и его окрестности?**

**6. Каковы, по Вашему мнению, сильные стороны города Хельсинки и его окрестностей?**

**7. А каковы, по Вашему мнению, слабые стороны города Хельсинки и его окрестностей?**

**8. Бывали ли Вы сами в Хельсинки или в его окрестностях?**

Да

Нет

### ***Немного о Вас***

**9. Пол**

мужской

женский

**10. Возраст**

моложе 18 лет

45–54 лет

18–24 лет

55–64 лет

25–34 лет

старше 65 лет

35–44 лет

**11. Профессия**

руководящая должность

студент

служащий

пенсионер

рабочий

другая

предприниматель

**Благодарим Вас за Ваше внимание и участие в данном опросе!**