



# **MIELIPIDETUTKIMUS SAARIJÄRVEN KOLKANLAHTEEN SUUNNITELLUSTA LOMAKYLÄHANKKEESTA**

**Jenni Minkkinen  
Miia Paananen**

**Opinnäytetyö  
Helmikuu 2009**



**JYVÄSKYLÄN  
AMMATTIKORKEAKOULU**  
*Matkailu-, ravitsemis- ja talousala*

Tekijä(t) MINKKINEN, Jenni PAANANEN, Miia	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 59	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi  MIELIPIDETUTKIMUS SAARIJÄRVEN KOLKANLAHTEEN SUUNNITELLUSTA LOMAKYLÄHANKKEESTA		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) TÖRN, Anne		
Toimeksiantaja(t) Kyläyhdistys Kolkanlahti ry		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Saarijärven kaupungin asukkaiden suhtautumista Kolkanlahteen suunnitteilla olevaa venäläisomisteista lomakylää kohtaan. Ajatuksena oli tarkastella, kuinka opiskelijat, työikäiset, yrittäjät sekä eläkeläiset suhtautuivat hankkeeseen ja erosivatko vastaukset vertailtavien ryhmien välillä.</p> <p>Kysely toteutettiin jättämällä kyselylomakkeita lukioon, ST1-Rantakiveen sekä Cafe Picassoon. Tämän lisäksi opinnäytetyöntekijät tekivät kyselyn K-Market Mintun eteisaulassa. Ihmisiä informoitiin kyselystä paikallislehdessä, jossa kerrottiin kyselylomakkeiden ja palautuslaatikoiden sijainnit. Vastauksia kerättiin vuoden 2008 joulukuusta tammikuun 2009 alkupuolelle, minkä jälkeen tulokset analysoitiin SPSS 16.0 -ohjelmalla.</p> <p>Vastausten perusteella Saarijärven asukkaat olisivat toivoneet, että heitä olisi kuultu lomakylähankkeesta enemmän, ja asiasta olisi pitänyt informoida yleisesti valmisteluvaiheessa enemmän. Vastaaajaryhmien välillä eroja näkyi muun muassa siinä, että eläkeläiset suhtautuivat hankkeeseen jyrkän kielteisesti, opiskelijat melko suopeasti.</p> <p>Opinnäytetyö on ajankohtainen, sillä lopullisia päätöksiä hankkeesta ei ole vielä tehty. Opinnäytetyön avulla kaupungin asukkaat ovat voineet ilmaista mieltään asiasta. Työtä voidaan hyödyntää päätöksen teossa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) mielipidetutkimus, lomakylä, venäläinen, asenne		
Muut tiedot		

9.3.2009

Author(s)  MINKKINEN, Jenni PAANANEN, Miia	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 59	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title AN OPINION POLL ON HOLIDAY VILLAGE PLAN IN KOLKANLAHTI		
Degree Programme Degree Programme in Tourism		
Tutor(s) TÖRN, Anne		
Assigned by Kyläyhdistys Kolkanlahti ry		
Abstract The aim of the thesis was to research the attitudes of the local people in Saarijärvi regarding the Russian-owned holiday village plan in Kolkanlahti. The concept was to review the students', working people's, entrepreneurs' and pensioners' thought about the project and if and how the answers differentiated between these segments.  The survey was executed by leaving questionnaire forms in the high school, ST1-Rantakivi petrol station and Cafe Picasso. Customers attending K-Market Minttu were asked to fill in the questionnaire in the lobby of the supermarket by the authors. People were informed about the questionnaires in the local newspaper, in which the locations of the questionnaire forms and the returning boxes were told. The survey took place from early December 2008 till early January in 2009. After that all information was analysed by SPSS 16.0 –program.  Based on the replies, people of Saarijärvi wished that the decision-makers would have taken their opinions in the account. They also wished to have been better informed about the project. The replies showed that there were differences between the segments. Pensioners were against the project; on the other hand, students were quite open-minded in this respect.  The thesis is current, because the final decisions about selling the area of Kolkanlahti have not yet been made. With the means of the thesis the inhabitants of Saarijärvi were able to express their opinions on the holiday village plan. The thesis can be used in making the final decision.		
Keywords opinion poll, holiday village, Russian, attitude		
Miscellaneous		

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>2</b>
<b>2 SAARIJÄRVEN KAUPUNKI</b> .....	<b>3</b>
<b>3 SAARIJÄRVELLE SUUNNITELTU LOMAKYLÄHANKE</b> .....	<b>4</b>
<b>4 MATKAILU SUOMESSA JA SAARIJÄRVELLÄ</b> .....	<b>7</b>
<b>5 MATKAILUN MERKITYS KUNNALLISESSA TOIMINNASSA</b> .....	<b>10</b>
5.1 Matkailuorganisaatiot kuntien tukena .....	10
5.2 Matkailu kunnallisella tasolla .....	11
5.3 Matkailu osana kunnallista aluekehitystä .....	12
5.4 Matkailun muodot kunnissa .....	13
<b>6 VENÄLÄISKULTTUURI JA VENÄLÄISTEN MATKAILU SUOMESSA</b> ...	<b>14</b>
<b>7 MATKAILUN VAIKUTUKSET YMPÄRISTÖÖN</b> .....	<b>17</b>
<b>8 TUTKIMUSMENETELMÄT</b> .....	<b>19</b>
8.1 Asenteiden tutkiminen .....	19
8.2 Määrällisen tutkimuksen kyselomake .....	21
8.3 Tiedonkeruu .....	23
<b>9 TUTKIMUKSEN TULOKSET</b> .....	<b>25</b>
9.1 Vastaajien taustatiedot .....	25
9.2 Kaikkien vastaajien tulokset .....	27
9.3 Yhteenveto kaikkien vastaajien tuloksista .....	30
9.4 Vastaajaryhmien väliset erot prosentteina .....	30
9.5 Tutkimustulokseen mahdollisesti vaikuttavat tekijät .....	34
<b>10 SWOT-ANALYYSI AVOINTEN VASTAUSTEN PERUSTEELLA</b> .....	<b>36</b>
<b>11 POHDINTA</b> .....	<b>38</b>
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>41</b>
<b>LIITTEET</b> .....	<b>44</b>
LIITE 1. Mielialuekirjoituksia sekä artikkeleita paikallisista lehdistä .....	44
LIITE 2. Vastauslomake.....	52
LIITE 3. Vastaajaryhmien väliset erot prosentteina .....	56
LIITE 4. SWOT-analyysi avoimien vastausten perusteella .....	59

# 1 JOHDANTO

*”Toivottavasti myyntipäätöstä tehtäessä päättäjillä on riittävästi tietoa ja visioita kaupan vaikutuksista kaupungin tulevaisuuteen ja kaupunkilaisten tuki päätökselle” (Ote yleisöosaston kirjoituksesta ”Ahvenlammen alueen myynti” 2.10.2008).*

Yllä oleva kirjoitus ohjaa osuvasti opinnäytetyömme sisältöön. Kyselytutkimuksen lisäksi seurasimme myös yleisöosaston kirjoittelua ja kuuntelimme kuulopuheita. Huomasimme kaupunkilaisten valittelevan, että heitä ei kuunnella päätöksen teossa lomakylähankeesta. Tämän työn tarkoituksena on selvittää, miten saarijärveläiset kokevat Kolkanlahteen suunnitteilla olevan venäläisomisteisen lomakylähankkeen. Halusimme myös tarkastella, kuinka ihmiset suhtautuvat venäläisiin, joita hanke toisi tullessaan. Tarkastelemme työn tuloksia kokonaisjoukkona sekä eri vastaajaryhmien näkökulmasta. Päädyimme pitkän harkinnan tuloksena tekemään opinnäytetyön tästä aiheesta, sillä meille kummallekin oli alusta alkaen selvää, että haluamme toteuttaa jonkinlaisen tutkimuksen. Aihe oli selkeästi hyvin ajankohtainen ja polttava. Paikalliset lehdet olivat täynnä kirjoituksia aiheesta, ja aihe oli myös pariin otteeseen esillä televisiossa. Liitteessä 1 on mielipidekirjoituksia paikallisesta Sampo-lehdestä sekä muutamien lehtien artikkeleja hankkeesta.

Työmme lähti liikkeelle hankkeen taustan selvittämisestä ja tutkimuslomakkeen hahmottelusta. Pyysimme Kyläyhdistys Kolkanlahti ry:tä toimeksiantajaksemme, koska Kolkanlahti on yksi Saarijärven sivukylistä ja lomakylää suunnitellaan juuri kyseiselle alueelle. Yhdistys lähti mielellään mukaan ja oli innokas kuulemaan myös tutkimuksen tuloksia.

Työssä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää.

Otantamenetelmänä oli satunnaisotanta, ja vastauksia tuli 226 kappaletta.

Kyselylomakkeita jaettiin useaan eri paikkaan, joissa ihmiset saivat omatoimisesti täyttää lomakkeita ja palauttaa niitä palautuslaatikkoon. Palautuslaatikot olivat kohteissa noin viikon ajan. Itse olimme keräämässä tuloksia vain yhtenä päivänä

paikallisessa kaupassa. Tällöinkin vastaaminen tapahtui oma-aloitteisesti, mutta autoimme tarvittaessa ymmärtämään kysymykset ja vastausvaihtoehdot. Työn aluksi kerromme tietoa Saarijärven kaupungista ja hankkeesta, minkä jälkeen pohdimme matkailun tilannetta Saarijärvellä sekä Suomessa. Koska hanke on suunnattu venäläisille, kerromme heidän kulttuuristaan ja tavoistaan sekä matkailutottumuksista.

## 2 SAARIJÄRVEN KAUPUNKI

Saarijärven kaupunki sijaitsee Keski-Suomessa, Länsi-Suomen läänissä, noin 65 kilometriä Jyväskylästä pohjoiseen. Sen naapurikuntia ovat Karstula, Kannonkoski, Äänekoski, Multia, Pylkönmäki ja Uurainen. Saarijärvi on asukaslukuunsa nähden pinta-alaltaan melko suuri; kokonaispinta-alaa on 1 422 km<sup>2</sup>, josta 1 255 km<sup>2</sup> on maapinta-alaa ja loput vesistöjä. Saarijärven asukasluku on pitkään ollut yli 10 000, mutta viimeisimmän tilastoinnin mukaan, vuoden vaihteessa 2007–2008 kaupungin asukasluku oli enää 9 845. Saarijärveen yhdistyi vuoden 2009 kuntaliitoksessa Pylkönmäen kunta, jolloin asukasmäärä lisääntyi 915 asukkaalla. Saarijärven koko asukasmäärästä 56 asukasta on ulkomaiden kansalaisia. Kaupungin väestöstä 0 - 14-vuotiaita oli 15,9 %, 15 - 64-vuotiaita 62,2 % ja yli 64-vuotiaita 21,9 %. (Virallinen asukasluku vuodenvaihteessa 2007–2008.)

Saarijärven merkittävimmät työnantajat ovat metalli- ja elektroniikkateollisuudessa. Saarijärvellä on lukion lisäksi mahdollisuus kouluttautua myös toisen asteen oppilaitoksissa sekä ammattikorkeakoulun luonnonvarainstituutissa. Saarijärven elinkeinorakenne koostuu suurimmaksi osaksi maa- ja metsätaloudesta, teollisuudesta, jalostuksesta sekä yhteiskunnallisista palveluista. Rakennetaulukko on vuosilta 1990–2000, mutta suurta muutosta ei kunnan elinkeinorakenteessa ole tapahtunut tähänkään päivään mennessä. (Elinkeिनorakenne 1990–2000.)

Venäläisille suunnattua lomakylää suunnitellaan Kolkanlahden kylään, joka sijaitsee Saarijärven luoteisosassa, 13-tien varrella. Kylässä on ala-aste ja vanhainkoti, mutta ei juuri muita palveluja. Kolkanlahdessa on kuitenkin kauniin ympäristönsä vuoksi osa Saarijärven näkyvimmistä matkailukohteista. Siellä sijaitsevat muun muassa Puuhapuisto Veijari, Ahvenlampi Camping, Kalastajakylä, Johan Ludwig Runebergin

asuintalo -museo, Keski-Suomen ratsastuskeskus ja Julmat Lammit. Saarijärvi ja etenkin Kolkanlahti on tunnettu Johan Ludwig Runebergistä, koska hän asui muutaman vuoden Kolkanlahdessa ja toimi siellä kotiopettajana. Saarijärvi tunnetaan hyvin hänen luomasta hahmosta, Saarijärven Paavosta, jonka mukaan on nimetty niin aukio kuin yrityksiä. Saarijärven Paavo kuvastaa perinteistä kuvaa rehdistä, suomalaisesta työmiehestä ja on myös Saarijärven kaupungin niin sanottu ikoni. Saarijärven Paavon myötä kaupungin kulttuurielämä on rikastunut monella tapaa.

### **3 SAARIJÄRVELLE SUUNNITELTU LOMAKYLÄHANKE**

Venäläinen suursijoittaja Dennis Fokin teki vuonna 2008 Saarijärven kaupunginvaltuustolle alustavan ostotarjouksen Kolkanlahden kylässä sijaitsevasta 54,6 hehtaarin maa-alasta. Maa-ala sijoittuu Ahvenlampi-nimisen alueen ympäristöön, jossa nykyisin toimii muun muassa Ahvenlampi Camping. Heinäkuussa 2008 Saarijärven kaupunginvaltuusto näytti vihreää valoa tälle tarjoukselle, mutta lopullista päätöstä myynnistä ei tehty. Kaupunki on vuokrannut kyseisen alueen Kurun Lomasaari Oy:lle vuoteen 2032 asti, joten alueen ostajan on neuvoteltava alueen ostosta myös Kurun Lomasaari Oy:n kanssa. Kurun Lomasaari Oy ylläpitää Ahvenlampi Campingin toimintaa. (Strengell 2007.)

Erilaisia kiinteistöjä omistava paikallinen yhtiö Salusharju Oy on myös käynyt myyntineuvotteluja Fokinin kanssa omistamastaan 15,6 hehtaarin maa-alasta. Alueella sijaitsee muun muassa entinen hotelli Menninkäinen, nykyinen Saluskeskus. Myynnistä on ollut liikkeellä erinäisiä kuulopuheita, mutta tällä hetkellä Fokin on maksanut tästä 15,6 hehtaarin alueesta vasta käsirahan. Fokinin alkuperäisenä aikomuksena oli rakentaa kyseisille alueille ulkomaalaisille suunnattu matkailukeskus, johon tulisi noin 300 luksusasuntoa, hotelli sekä golfkenttä. Fokinilla oli tavoitteena toteuttaa luonnonläheinen, korkeatasoinen sekä laaja ympärivuotisia hyvinvointi-, ajanviete-, liikunta-, kuntoutus- ja asumispalveluja tarjoava matkailukeskus. (Mts.)

Fokinin kaavailemassa matkailukokonaisuudessa tulisi toimimaan valtatie 13:n varteen sijoittuva, tasokas gasthaus-tyyppinen hotelli- ja ravintolapalveluja tarjoava liikennepalvelukeskus. Tämä olisikin matkailukeskuksen ydin ja toimisi ikään kuin houkuttelevana sisääntuloporttina valtatiellä liikkuville turisteille. Keskus tulisi olemaan suunnattu niin kotimaisille kuin ulkomaalaisillekin turisteille, mutta koska keskuksen sijoittaja on venäläinen, suurin osa turisteista todennäköisesti tulee olemaan venäläisiä. (Saarijärven kaupunginhallituksen kokouspöytäkirja 2008.)

Lehdissä on kirjoitettu hankkeen toteuttajan toimineen yhteistyössä Silta Solutions Oy Ltd:n kanssa, joka on erikoistunut kiinteistösjoiittamiseen, kehittämiseen ja konsultointiin. Fokin ja Silta Solutions ovat toimineet samantyyllisen projektin parissa jo vuosia ennen Saarijärven lomakylähanketta. Tämä samantapainen laaja lomakylä on ollut suunnitteilla Vammalan Ellivuoreen. Sinne nousemassa oleva lomakylä on kolmasosan kokoinen Saarijärvelle kaavaillusta. Asiakkaat Vammalan lomakylään tulisivat pääasiassa Venäjältä, Saksasta, Englannista sekä Suomesta. (Strengell 2007.) Tähän mennessä Ellivuoren lomakylähankkeessa rakennustöitä ei ole vielä kukaan aloitettu ja nähtäväksi jää, kuinka pitkä aikainen prosessi hankkeesta tulee. (Malin 2008.)

Saarijärvelle suunnitteilla oleva hanke on aiheuttanut paljon keskusteltua sekä puolesta että vastaan. Kolkanlahden kyläyhdistyksen yleisessä keskustelu- ja kyselytilaisuudessa asukkaiden suurimpia huolenaiheita olivat muun muassa, menevätkö tulevat työpaikat kokonaan ulkomaalaisille, etenevätkö suunnitelmat niin kuin on luvattu ja onko Suomella vara myydä pala kauneinta luontoa venäläisille. Tilaisuudessa paikalla oli kaupungin tekninen johtaja Hannu Seppälä rauhoittelemassa asukkaita sanomalla, ettei mitään lopullista ole tehty ja vielä mahdollisuus perääntyä, mikäli kaupunki sitä haluaa. (Rautiainen 2008.)

Lokakuussa 2008 Denis Fokinin hanke on jo edistynyt hieman konkreettisemmaksi, sillä hänen alustavasti ostamallaan 15,6 hehtaarin alueella on jo suunnitteilla laajat korjaus- ja rakennustyöt. Alueelle kaavaillaan noin 60 luksusmökkiä, ja entistä hotelli Menninkäistä suunnitellaan kunnostettavaksi uudelleenlaiseen hotellikäyttöön. Jos suunnitelmat menevät Fokinin mukaan ja lopulliset kaupat maa-alueesta syntyvät, konkreettiseen rakennusvaiheeseen päästään jo kesällä 2009. Syksyn aikana



Ahvenlammen alueeseen on kuitenkin käynyt tutustumassa joukko venäläisturisteja, jotka voisivat olla potentiaalisia lomakylän asiakkaita. (Koivisto 2008)

26. helmikuuta 2009 Saarijärven kaupunginhallitukselle jätettiin yli tuhannen nimen adressi, jonka tarkoituksena oli ilmaista vastustusta Ahvenlammen alueen lomakylähanketta kohtaan. Samaan aikaan hankkeen suhteen ei ollut tapahtunut suuria muutoksia aikaisempaan. Omistusoikeus maa-alueista ei ole kuitenkaan vielä siirtynyt Fokinin omistamalle Lempilampi Oy:lle ja vasta käsiraha alueesta on maksettu. Tällä hetkellä hankkeen jatkumiseksi yhtiö odottaa 15,6 hehtaarin maa-alueen kaavan valmistumista, jotta työt pääsevät siellä etenemään. Ensimmäisen kerran Salusharju Oy:n teettämä kaavasuunnitelma siirtyy Saarijärven ympäristölautakunnan nähtäväksi vielä helmikuun 2009 puolella, ja mahdollisesti se jatkaa kaupunginvaltuustoon päätettäväksi. Kaupungin johto haluaa korostaa, ettei tämän kaavasuunnitelman päätös ole millään tavalla kytköksissä kaupungin omiin maakauppasuunnitelmiin Fokinin kanssa ja että nämä kaksi asiaa käsitellään täysin erillisinä asioina. (Vaaherkumpu 2009.)

Vaikka Saarijärven kunnanvaltuusto onkin suhtautunut myötämielisesti myymiseen, on osa tarvittavista ostomaista Saarijärven seurakunnan, Suomen valtion sekä tavallisten kuntalaisten maita. Suunnitellun golf-kentän ja muiden luksusmökkien toteutuminen riippuu näiden maiden saamisesta. Näin ollen esimerkiksi monien kuntalaisten suuren vastustuksen vuoksi voi olla vaikea saada ostetuksi kaikkia maa-alueita, joita lomakylään tarvittaisiin. Vasta näiden alueiden jälkeen kaupungin maiden ostaminen on ajankohtaista. (Mts.)

Muun muassa MTV3:n ohjelma 45 minuuttia käsitteli 19.11.2008 Saarijärven lomakylähanketta. Ohjelmassa nostettiin esiin Fokinin sekä aikaisemmin mainitun Silta Solutionin yhteydet Venäjän poliittiseen johtoon sekä venäläiseen IPOC-rahastoon, jota on epäilty rahanpesusta. Ohjelman jälkeen aiheesta syntyi kohu, ja nyt helmikuussa Fokin oli lähettänyt tiedotteen, jossa hän haluaa oikaista aiheutunutta kohua. Fokin painottaa tiedotteessaan, ettei Silta Solution ole millään tavalla mukana Saarijärvi-projektissa. Sen lisäksi kyseisen yrityksen omistajat ovat vaihtuneet vuonna 2006 ja nykyisellä yhtiöllä ei ole minkäänlaisia kytköksiä rahanpesuun, IPOC-rahastoon tai Venäjän poliittiseen johtoon. (Mts.)

## 4 MATKAILU SUOMESSA JA SAARIJÄRVELLÄ

Kai-Veikko Vuoriston 2002 mukaan matkailun käsite määritellään ihmisten liikkumiseksi tavanomaisen asuin- ja työympäristön ulkopuolelle. Se on myös lähtö- ja kohdealueen vuorovaikutusta keskenään. Matkailu voi olla myös elinkeino ja liiketoimintaa riippuen näkökulmasta. Matkailu voi olla kestoaltaan eri mittaista. Työntövoimaksi matkailussa kutsutaan kysyntää ja siihen liittyviä tekijöitä, eli miksi ihminen haluaa lähteä tiettyyn kohteeseen lomalle. Vetovoima tarkoittaa tarjontaa eli sitä mikä kohdemaassa vetää puoleensa. Vetovoima muodostuu vetovoimatekijöistä ja niiden varaan rakennetuista palveluista. Lew (1987) on määritellyt vetovoiman ilmenemismuodot maisemiksi, aktiviteeteiksi sekä kokemuksiksi. (Mts. 15–17.)

Matkailu on kautta maailman kasvava ja muuttuva elinkeino. Matkailusta löytyy yhä uudenlaisia muotoja, ja liikehdintä on jatkuvaa. Matkailu on kuitenkin häilyvä ala, koska se on jatkuvassa vaikutuksessa maailmantalouden ja muiden maailmassa vallitsevien tilanteiden kanssa. Nykyinen häilyvä maailmantalous näkyy varmasti myös matkustusinnostuksessa sekä kysynnässä, ja talouden kehitys näyttää suunnan, mihin matkailunkin kehitys on menossa. Tämä näkyy varmasti myös Suomen alueellisessa matkailussa, niin kotimaisten kuin ulkomaalaistenkin turistien osalta.

Vuosi 2007 oli Suomen matkailulle noususuhdanteinen. Verrattuna vuoteen 2006 ulkomaalaisten yöpymiset lisääntyivät jopa 7 %. Suurin kasvu näkyi saksalaisten, englantilaisten, venäläisten sekä Baltian maiden turistien yöpymisissä.

Kokonaisuudessaan kaikki ulkomaalaiset turistit toivat Suomeen vuoden 2007 aikana noin 5,3 miljoonaa euroa, joista suurin osa, jopa 4,5 miljoonaa oli nimenomaan hotelliyöpymisten tulosta. EU-maiden turistien matkailu kasvoi myös noin 3 %. (Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2007, 2008.)

Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan verrattuna edellisvuoteen vuoden 2008 matkailu taas väheni hieman Suomessa. Vertailu oli tehty molempien vuosien elokuussa. Muutos oli vain noin 2 %, joten tulokset eivät vielä olleet kovin hälyttäviä. Syitä muutokseen voi silti etsiä erinäisistä asioista. Huomattavaa on, että kotimaisten turistien matkailu väheni enemmän kuin ulkomaalaisten, mutta myös ulkomaalaisten

turistien määrässä oli havaittavissa laskua. Ulkomaalaisia turisteja eritellessä muiden määrät vähenivät, mutta japanilaisten sekä venäläisten turistien määrä kasvoi, ja virolaisten, englantilaisten sekä ranskalaisten määrä pysyi suurin piirtein edellisvuotisella tasolla. Vuonna 2008 kokonaisyöpymismäärä oli 2,1 miljoona vuorokautta, ja yöpyjistä eniten tuli Venäjältä (108 000 vrk), toiseksi eniten Saksasta (87 000 vrk) ja vasta kolmanneksi eniten Ruotsista (83 000 vrk). (Mts.)

Suhteessa koko matkailun kasvuun ulkomaalaisten osuus kokonaisuudessaan hieman kasvoi. Ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymiset suomalaisissa majoitusyrityksissä kasvoivat noin 7 % enemmän verrattuna edellisvuoteen. Yöpyjistä venäläisten osuus kasvoi jopa 26 prosentilla. Muutoinkin venäläisten turismi maahamme on kasvanut jatkuvasti, mutta viimeiset kaksi vuotta (2006 -2008) ovat olleet selkeästi voimakkaimpia kasvultaan. Venäläisturismi lisääntyi jopa 35,7 prosenttia vuosina 2006–2007. (Yli neljäsosa Suomen matkailutuloista tulee venäläisiltä, 2008.)

Venäläisturismin kasvaessa kiinalaisten turistien osuus pienenee. Kiinalaisten ohella myös eteläkorealaisten ja taiwanilaisten matkustajien mielenkiinto on hiipunut viime vuosina. Aasiasta tulevien turistien osuutta kasvattavatkin tällä hetkellä japanilaiset ja intialaiset. Syytä kiinalaisten matkailijoiden vähenemiseen ei osata sanoa, sillä tutkimuksen teettäjänä toimiva tilastokeskus kysyy tutkimuksissaan vain jo varatun ja suunnitellun matkan tarkoituksiperiä, ei syitä varaamatta jättämiseen. Ulkomaalaisten matkat sijoittuvat selkeästi kolmelle eri alueelle, ensimmäisenä Uusimaa, johon noin neljännes koko Suomeen kohdistuvasta matkailusta sijoittuu. Toisena tulee Etelä-Karjala, luonnollisesti sijaintinsa vuoksi, koska se on lähellä Venäjän rajaa sekä kolmantena Lappi. (Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2007, 2008)

Suomalaisten ulkomaille kohdistuva matkailukin on ollut kasvussa viime vuosina. Tämän vuoden kesäkuussa tehdyssä mittauksessa suomalaiset tekivät 440 000 ulkomaille suuntautunutta matkaa, jotka sisälsivät myös yöpymisen. Nämä kaikki olivat pelkkiä vapaa-ajan matkoja. Ulkomaan matkat, jotka sisältävät yöpymisen, ovat lisääntyneet noin 9 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. (Mts.)

Suomalaiset matkailevat ahkerasti myös maamme rajojen sisäpuolella, vaikka verrattuna viime vuoteen tämän tyylinen matkailu väheni noin prosentin verran.

Yhteensä vapaa-ajan matkoja maan rajojen sisäpuolella tehtiin tänä vuonna 2,6 miljoonaa. Huomioon on kuitenkin otettava, että nämä tilastot sisältävät myös vapaa-ajanmatkat mökille tai tuttavien luo. Näin ollen suuri osa matkoista on niin sanotusti ilmaismajoitusta, eikä kerro koko totuutta matkailuyritysten näkökulmasta. (Mts.)

Vuoden 2009 matkailu on hyvin sidonnainen synkältä näyttävään taloudelliseen tilanteeseen. Varsinkin businessmatkailun voidaan odottaa vähenevän yritysten säästäessä ylimääräisistä kuluista, ja osa matkailua vaativista työtehtävistä lakkautetaan. Vaikka merkkejä suurista turistimäärien muutoksista ei ole ehkä vielä havaittavissa, voidaan olettaa, että kotimaisten turistien maan rajojen sisällä tapahtuva matkailu lisääntyy. Enää ei välttämättä ole varaa lähteä kalliille ulkomaan matkoille. Talouden hektisten käännteiden vuoksi matkailun muutoksia on vaikea ennustaa lähivuosille, mutta mikäli talouskriisi on pidempäänkin jatkuva ilmiö, matkailun muodot varmasti muuttuvat ja osa matkoista jää tekemättä. Toisaalta ulkomaan matkojen laskeneet hinnat voivat innoittaa ainakin vielä lähtemään ulkomaille suuntautuville matkoille.

Saarijärven vahvuus matkailussa tällä hetkellä on luonnon läheisyys ja sen tarjoamat aktiviteetit. Majoitusmatkailu painottuu mökkitarjontaan sekä maaseutumatkailuun. Saarijärvi on tunnettu kesämökkikaupunkina, joten varmasti suurin osa vieraspaikkakuntalaisista saapuu kaupunkiin kesäisin. Matkailun kannalta oleellista on kaupungin sijainti vilkkaan valtatie 13:n varrella, ja muutaman kymmenen kilometrin päässä Tikkakosken lentokentästä sekä Jyväskylästä. Saarijärveä markkinoidaankin kaupungin omilla internetsivuilla vilkkaana kulttuurin, liikunnan ja matkailun tarjoajana. Tarkastellessa kaupungin aktiviteettitarjontaa voi huomata, että pieni ja aktiivinen kaupunki ei kuitenkaan nykyhetkellä ole vielä kovin näkyvä verrattuna suuriin lomakeskuksiin ja kaupunkeihin. Kaupunki tarjoaa aktiviteetteja kaupunkiin tulleelle, mutta ei nykyisellään vielä houkuttele vierailemaan kaupungissa niiden vuoksi.

Saarijärvi pitää tiukasti kiinni tapahtumistaan ja perinteistään, jotka lisäävät sen näkyvyyttä. Perinteisiä tapahtumia ovat kesäisin Kiimasen Savulenkki, Saarijärven Juhannuskisat, Kirmot- musiikkitapahtuma, Kukonhiekan lavatanssit, Lumperon

kesäteatteri sekä Ahvenlammen rompepäivät. Talvisia aktiviteetteja ovat Paavonrinteiden laskettelutarjonta hiihtolatuineen sekä uimahalli-kuntokeskus Aarresaari. Näkyvimpiä matkailukohteita kaupungissa ovat Kylpylä Summassaari, Puuhapuisto Veijari, Kalastaja Kylä, Ahvenlampi Camping, Kivikauden kylä, elämyspalveluyritys Saarijärven eräpalvelut, Pyhä-Häkin kansallispuisto, Vallihaudat sekä Julmat Lammit. Pääpaino näissä onkin siis kesäaktiviteeteissä, vain Summassaari, Saarijärven eräpalvelut sekä Pyhä-Häkin kansallispuisto toimivat talvisaikaan. Näiden lisäksi seudulla toimii lukuisia matkailualan pienyrittäjiä. (Luonnonvoimaa, Saarijärvi- Hyvän elämän ympäristö). Vuonna 2006 Saarijärven näkyvimmat matkailukohteet, Kylpylähotelli Summassaari, Saarijärven museo ja Puuhapuisto Veijari näkyivät myös MEK:n kävijämäärä listalla. Muita saarijärveläisiä matkailukohteita ei listalta löytynyt. Keski-Suomen omalla matkailukohdelistalla olivat nämä samat kolme kohdetta; Summassaari (4.sija), Puuhapuisto Veijari (7.sija) ja Saarijärven museo (11.sija). (Santasalo 2007.)

## **5 MATKAILUN MERKITYS KUNNALLISESSA TOIMINNASSA**

### **5.1 Matkailuorganisaatiot kuntien tukena**

Maassamme Lappi on ainoa alue, jonka yksi tärkeimmistä elinkeinoista on matkailu. Alueen suurimmat tulot tulevat matkailutoiminnasta ja siellä matkailupalvelut ovat kehittyneet monipuolisiksi. Muualla Suomessa matkailu on osana kuntien toimintaa, mutta se ei ole vaikuttavimmista elinkeinoista ja näin ollen matkailupalvelut ovat vielä paikoitellen näennäisiä. Maailman matkailujärjestön WTO:n mukaan tilastollisesti matkailu on eniten kasvava elinkeino, joten varmasti myös Suomessa matkailu ajan myötä kehittyi muuallakin kuin Lapin alueella. Tämä näkyy jatkossa myös kunnallisella tasolla. (Taskula 1997, 7.)

Suomen eri matkailuorganisaatioiden heikkoutena on ollut niiden jatkuva muutos. Tämän vuoksi pitkäkantoinen alueellisen matkailun kehittäminen kärsii. Muutokset haittaavat muun muassa markkinoinnin ja uusien matkailutuotteiden kehittämistä. Alueellisesti matkailun kehittämisessä mukana ovat MEK eli Matkailun

Edistämiskeskus, matkailuorganisaatioiden kattojärjestö Suoma Ry, erilaiset maakuntien liitot sekä kunnat itse. Kuntien matkailunedistämisen edellytyksenä on yhteistyö muiden lähikuntien kanssa, jotta koko aluetta saadaan näkyvämmäksi turistien keskuudessa ja tästä hyötyvät kaikki alueen matkailuyritykset. (Mts. 11–13.)

## **5.2 Matkailu kunnallisella tasolla**

Yleensä yksittäinen pieni kunta ei pysty tekemään itseään näkyväksi, joten helpompaa on turvautua maakuntien liitoon. Se on yhteenliittymä seutukuntien sekä maakuntien kesken, riippuen alueen rakenteesta ja toiminnan järkevyydestä. Maakuntien liitot järjestävät erilaisia kampanjoita, joilla näkyvyyttä saadaan erilaisilla messuilla, mainoksilla sekä esitteillä. Pääasiassa näillä kampanjoilla keskitytään kotimaan asiakkaisiin, mutta osin myös ulkomaille markkinointia on lisätty. Myös kuntien sijainti määrää hyvin pitkälle, onko ulkomaan markkinointia heidän kohdallaan järkevää lisätä. Esimerkiksi itäiset kunnat lähellä Venäjän rajaa ovat tietenkin etulyöntiasemassa Venäjälle suuntautuvassa markkinoinnissa, johon heidän kannattaakin panostaa. (Taskula. 1997, 14–16.)

Kunnallisella tasolla matkailunedistäminen yleensä on melko niukkaa, sillä valtiolta tulevaa matkailutukea harvoin suoraan myönnetään kunnalle, vaan tuet kulkevat yleensä maakuntien kautta. Pääasiassa tuella pystytään hankkimaan yleispätevät yhteisesitteet alueen matkailu-, virkistys- ja ravitsemuspalveluista. Näin ollen ne kunnat, joilla on mahdollisuus panostaa omalta osaltaan enemmän markkinointiin, pystyvät tarjoamaan alueeltaan laajempaa mainontaa ja informaatiota alueestaan. Kaiken kaikkiaan maakunnan yhteinen matkailutieto on järkevin ratkaisu, sillä se on edullisinta sekä myös matkailijalle helpoin tapa löytää mahdollisimman paljon nähtävää maakunnassa. Kunta toimii yleensä alueen yritysten kanssa yhteistyössä. Yhteistyöstä sekä turismin lisääntymisestä hyötyvät molemmat tahot, yritykset taloudellisesti ja kunnat imagonsa kehityksellisesti sekä verotulojen lisääntymisen kannalta. (Mts. 14–16.)

### 5.3 Matkailu osana kunnallista aluekehitystä

Kunnallisella tasolla matkailun tehtävänä on muun muassa toimia alueen elinkeinorakenteen muokkaajana ja taloudellisen kehityksen lisääjänä. Se tasaa myös kuntien välisiä kehityseroja, sillä jokaisella kunnalla on omat resurssinsa, joiden avulla voidaan tarjota erilaisia matkailupalveluja. Rakennemuutokseen matkailu vaikuttaa siten, että se paikkaa osin maaseutualueella ne työpaikat, jotka entisaikaan syntyivät alkutuotannosta. Kaupungeissa matkailu taas korvaa nykyisin osin entistä teollisuuden jättämää aukkoa työpaikkojen suhteen. Teollisuus toimii yhä enemmän koneiden varassa, joten matkailu on oiva keino työllistää ihmisiä tehtaiden sijaan sen alaisuuteen. (Kauppila 2004, 81.)

Kuten todettua, matkailu on jokaisessa kunnassa sidonnainen sen ympäristöön ja tämän tarjoamiin resursseihin. Näiden pohjalta voidaan luoda melko pieninkin investoinnein matkailukohteita ja työpaikkoja. Maaseudulla matkailu onkin primaarinen, eli ensisijainen keino alueellisessa kehityksessä. Matkailua ikään kuin luodaan alueelle, koska sitä tarvitaan tuottamaan työpaikkoja, taloudellista hyötyä, sekä muita seurannaisvaikutuksia. Maaseudun sijaan kaupungeissa matkailu on ikään kuin oheistuote, joka syntyy kun monet eri alat, kuten teollisuus, kauppa, liikenne sekä muut kaupungeissa toimivat elinkeinot kasaantuvat samalle, pienelle alueelle. Matkailua voidaankin kutsua näin ollen kaupungissa muiden toimijoiden seurannaisilmiöksi. Kaupungeissa matkailu on sekundaarinen, eli toissijainen tapa edistää aluekehitystä. (Mts. 81–82.)

Vaikka matkailu nähdään osana alueellista kehitystä, se myös vaatii omat investointinsa, ennen kuin siitä voidaan saada hyötyä. Matkailuun tarvitaan sekä aineellisia että aineettomia hankintoja. Tärkeintä onkin selvittää, millaisia investointeja aluekehitykseen tähtäävä matkailuyritys vaatii. Selkeää täytyy olla se, ovatko matkailuyrityksen suurimmat menoerät työvoimakustannuksia (esim. luonto- ja ohjelmapalvelumatkailu) vai esimerkiksi rakennuksiin, laitteisiin ja tekniikkaan liittyviä kustannuksia. Tämän lisäksi alueen resurssien hyödyntämisessä on tärkeää huomioda se, ettei niitä käytetä liikaa tai vahingoiteta. Esimerkkinä tästä ovat vesistöt, metsät, tunturit tai vaikkapa luontopolut. Pitkän tähtäimen alueellisessa kehityksessä huomiodaan myös toiminnan pitkäkestoisuus. (Mts. 82–83.)

Matkailun alueelle tuoma kehitys voi olla hyvinkin merkittävää, mikäli matkailualueen luomisessa on onnistuttu hyvin. Kohde voi parhaimmillaan luoda alueelle matkailukeskuksen, joka tukee myös alueen muita toimijoita. Matkailun taloudellinen kehitys tuo tuloja ja työpaikkoja myös muihin alueen yrityksiin ja lisää näin ollen myös alueen muita palveluja. Tämä on luonnollisesti myös eduksi alueen asukkaille. Liikennejärjestelyt paranevat ja parhaimmillaan alueen väestörakenne muuttuu tasaisemmaksi. Matkailu on yksi parhaista tavoista tuoda aluetta tunnetuksi. Suusta suuhun kulkeva tieto palveluista on arvokkaampaa kuin mikään muu mainonta. Tämän lisäksi matkailun tuomat kunnallis- yhteisö- ja kiinteistöverotulot lisäävät kunnan taloudellista kehittymistä. Nämä kaikki seikat yhteensä synnyttävät myönteistä, tavoiteltavaa aluekehitystä. (Mts. 84–85.)

#### **5.4 Matkailun muodot kunnissa**

Kunnan matkailu voi koostua erilaisista osa-alueista, sen mukaan, mitkä ovat ympäristön ja alueen historian tarjoamat mahdollisuudet. Osa-alueita voivat olla muun muassa maaseutumatkailu, mökkivuokraus, luontomatkailu, kulttuurimatkailu tai liikuntamatkailu. Suomessa on tuhansia kauniita kuntia, joissa luonnon vetovoima antaa mahtavat puitteet järjestää niin mökkivuokrausta, luontoa tai liikuntamatkailua. Suomen luonnon rauha, metsät ja vesistöt, maaseudun historiallinen ja kulttuurillinen arvo ovat asioita, jotka toimivat vetovoimatekijöinä maatilamatkailuun.

Maaseutumatkailun avulla voidaan pidentää matkailukautta. Useimmista maamme matkailukohteiden toiminnasta painottuu kesäkauteen. Maaseudun ympäristöä voidaan hyödyntää myös muina vuoden aikoina, sillä sen tarjoamat puitteet antavat mahdollisuuden tarjota elämyksiä turisteille. Maaseutumatkailua voidaan harjoittaa melkein missä kunnassa tahansa, kunhan vain ympäristö on rauhallinen. Matkailu lisää myös pienemmissä kunnissa yrittäjyyttä, työllisyyttä, tunnettavuutta sekä aktiviteetteja. Suomen maaseutumatkailustrategian mukaan tärkeimmät maaseutumatkailun tavoitteet ovat muun muassa edistää maaseutumatkailuyritysten kilpailukykyä matkailualalla. Samalla tarkoitus on myös lisätä yhteistyötä muiden alueen matkailuyritysten kanssa. Tämän lisäksi tavoite on parantaa



maaseutumatkailun laatua sekä alan yrittäjien ammattitaitoa ja osaamista ja muuttaa markkinointia tehokkaammaksi. (Taskula 1997, 18–19.)

Mökkivuokraus on yksi tärkeimmistä matkailuelinkeinoista maassamme. Vielä muutama vuosi sitten vuokrattavien lomamökkien määrää haluttiin lisätä jopa nelinkertaiseksi. Lomamökkien kysyntää pystyttäisiin lisäämään entisestään kehittämällä alueelle myös lisää vapaa-ajanohjelmaa kuten ohjelmalveluita sekä suuntaamalla markkinointia ulkomaille, jossa suomalainen mökkiloma ympäröivine luontoineen on varma myyntikeino. Mökkivuokrausta voivat harjoittaa pienetkin yritykset, joten näiden yritysten osaamista, kielitaitoa, tietoutta sekä koulutusta tulisi lisätä entisestään, jotta nämä yritykset voisivat paremmin vastata esimerkiksi ulkomaalaisten tarpeisiin ja kysyntään. (Mts. 19–20.)

Luontomatkailu on kasvanut hurjasti viime vuosien aikana. Se on matkailun muoto, joka ei välttämättä tarvitse suuria investointeja, lukuun ottamatta oppaiden työtulosta ja varusteiden investointia. Luontomatkailua voidaan harjoittaa melkein missä vain, sillä esimerkiksi patikointi kuuluu jokamiehen- oikeuksiin. Nykyään turistien vaatimukset luontomatkailua kohtaan on kuitenkin kasvanut, ja nykyisin kaivataan lisää sisältöä ohjelmaan, jonka vuoksi perinteiseen patikointiin on jo lisättävä elämyksellisen matkailun mausteita. Suomessa upeaa luontoa onkin alettu käyttää melko hyvin hyväksi matkailussa, mutta esimerkiksi pyöräilymatkailutuotteita tulisi kehittää entisestään. Luontomatkailuun voidaan useasti myös yhdistää historiallisiin tai muuten merkittäviin matkailukohteisiin tutustumista tai toisaalta myös erilaisten perinneruokien nauttimista luonnossa. (Mts. 20–21.)

## **6 VENÄLÄISKULTTUURI JA VENÄLÄISTEN MATKAILU SUOMESSA**

Venäläinen tapakulttuuri eroaa monelta osin suomalaisista tavoista johtuen hyvin pitkälti yhteiskunnan rakenteesta. Kulttuurien kohdatessa on tärkeää tuntea ja kunnioittaa vieraita tapoja. Ortodoksisuus tuo arkipäivää ja juhlapyyhiin erilaisia käytänteitä Venäjällä. Pääsiäinen on ortodoksien tärkein juhla, ennen pääsiäistä vietetään paastoa, jolloin luovutaan eläinkunnan tuotteiden syönnistä. Laskiaisviikko

edeltää suurta paastoa, joka alkaa seitsemän viikkoa ennen pääsiäistä. Tsasounat ovat pieniä rukoushuoneita, ja niissä olevissa tilaisuuksissa seisotaan, ellei ole terveydellistä syytä istua. Temppeleissä olevissa jumalanpalveluksissa on syytä käyttäytyä ja huolehtia omista asioista. Temppeleissä ei ole kuulumisten vaihtamista varten. (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 32–37.)

Teitittely kuuluu hyviin tapoihin Venäjällä, tosin länsimaalaistuminen alkaa näkyä varsinkin nuorison keskuudessa. Ensi kertaa tavatessa on tärkeää kätellä ja esittäytyä. Miehet saattavatkin kätellä kavereitaan useita kertoa päivässä, mutta naisten ei tarvitse, he saavat kätellä jos haluavat. Naisten on kuitenkin tehtävä aloite kättelyyn. Venäjällä pukeudutaan konservatiivisesti ja muodollisesti, vaatteisiin kulutetaan paljon rahaa. Panostamalla pukeutumiseen välitetään kunnioitusta muita kohtaan. Turkishattu kertoo paljon kantajastaan, esimerkiksi hänen varallisuus ja sosiaalinen asema selviää turkiksesta, josta hattu on valmistettu. Vieraanvaraisuus on itsestäänselvyys Venäjällä. Kylään mennessä voi olla varma, että pöytä notkuu herkkuja alkuruoasta aina jälkiruokaan saakka. Vieraiden viihtyvyys on isännälle ja emännälle kunnia-asia. Alkoholi kuuluu venäläiseen ruokapöytään, mutta sitä ei saa nauttia voimakkaasti humaltuakseen. Naiset saavat nauttia mieluiten vain mietoja alkoholijuomia ja miehet juovat vodkaa. (Peussa, M & Rissanen, K & Söderholm, A & Nilkku, H & Terjajeva, J 2005, 52–55.)

Venäläisten yöpymismäärät Suomessa on lisääntynyt 21 % viimeisen vuoden aikana, heinäkuussa 2008 tehdyn vertailun mukaan. Uusimaa ja Etelä-Karjala olivat alueita, jonne venäläiset matkustivat eniten Suomessa vuonna 2006. Uudellamaalla Helsinki oli vetovoimaisin matkakohde. Matkojen pääasiallinen tarkoitus oli vapaa-aika, mutta myös työ ja sukulaiset toivat venäläisiä Suomeen. Venäläiset käyttivät rahaa keskimäärin vierailunsa aikana 222 euroa. Vuonna 2006 venäläisturistit käyttivät Suomessa rahaa yhteensä 385 500 000 euroa (Matkailufaktat 2007). Talvikaudella 2007 Venäläisten matkailijoiden määrä oli 443 273 henkilöä, kun taas vuonna 2008 määrä oli jo 532 553 henkeä. Muutos venäläisten turistien matkailussa kokonaisuudessaan oli siis noin 20 %. (Ulkomaan matkailu: Venäjä-Russia 2008.)

Venäläisturistien aiemmin suosima sesonkimatkailu on muuttumassa nykypäivänä ympärivuotiseksi matkailuksi. Tämä on suuri edistysaskel suomalaisille

matkailupalveluiden tarjoajille. Suomalaisten tulisi alkaa hyödyntämään matkailupalveluissaan entistä enemmän vaihtelevia vuoden aikoja sekä muita resursseja. Kilpailun koventuessa ei voida enää nojautua perinteisiin Lapin talvilomapaketteihin, vaan näiden rinnalle on keksittävä uutta. Näin itäisen naapurimme turistien mielenkiinto Suomen matkailua kohtaan säilyy jatkossakin. Tällä hetkellä ympärivuotisen matkailun lisääntyminen johtunee siitä, että suomalaisten tarjoamat matkailupalvelut ovat nyt jo monipuolistuneet, venäläisturistien varallisuus on kasvanut ja matkoja rajan takaa voidaan tehdä entistä useammin vuodessa. (Mts.)

MEK eli Suomen Matkailun Edistämiskeskus on ollut tärkeässä osassa venäläisturismin lisääntymisessä. Se on tehnyt näkyviä kampanjoita Venäjällä suomalaisen matkailun tarjonnasta. MEK:iä voidaankin pitää yhtenä suomalaisen matkailun kulmakivenä. Suomalaisten matkailupalveluiden mainontaa on ollut venäläisissä, laajasti levitettävissä ja näkyvissä lehdissä sekä maan yleisessä matkailulehdessä. Tämän lisäksi mainontaa on näkynyt Venäjän suurimpien kaupunkien ulkomainoksissa sekä metroissa. MEK on myös lisännyt viime aikoina venäläisten matkanjärjestäjien tutustumismatkoja Suomeen. Tämän lisäksi Suomen saavutettavuutta on kehitetty myös lisäämällä Venäjältä suoria Charter-lentoja maahan. Tällaisia Charter-lentoja tehdään tällä hetkellä Kajaaniin, Kuusamoon sekä Kittilään. Näitä lentoja tekevät venäläiset matkanjärjestäjät itse, mutta uutta hanketta on ollut tukemassa myös MEK. Lentoja on toteutettu vasta noin vuoden ajan, eikä se ole vielä saavuttanut suurta suosiota, mutta ideasta ei aiota luopua. (Mts.)

Suurimpana ongelmana venäläisten Suomeen suuntautuvassa matkailussa on nykyään viisumien saamisen hitaus. Matkoja Suomeen ei voi tehdä kovin lyhyellä varoitusaajalla, mikäli viisumi on hankkimatta. Viisumiosastolla resurssit lupa-asioiden käsittelemiseen ovat aivan liian pienet ja odotusajat venyvät luvattoman pitkiksi. Ymmärrettävästi tästä asiasta kärsivät erityisesti sekä matkanjärjestäjät että suomalaiset matkailupalvelujen tarjoajat, jotka menettävät asiakkaitaan viisumien viivästymisten takia. Tämän vuoden helmikuussa viisumiosastolla on alettu tehdä muutoksia viisumien saamisen nopeuttamiseksi resursseja lisäämällä. (Mts.)

Venäläisten keskuudessa Suomi on hyvin suosittu lomakohde ja yleisimpiä kesäkauden lomailumuotoja heidän keskuudessaan ovat mökkimatkailu (omistus- ja lomaosakemökit), erilaiset kiertoajelut ympäri Suomea, joissa matkaan kuuluu useiden matkailukohteiden käynti ryhmässä sekä lyhyemmät, muutaman päivän kestävät kaupunkilomat, joissa tutustutaan kaupungin nähtävyyksiin sekä tehdään ostoksia. Yksi suosituimpia kausia talvisaikaan lomailla on uudenvuoden aika. Suomalaiset matkailupalvelujen tarjoajat räätälöivät erilaisia paketteja yhdessä venäläisten matkanjärjestäjien kanssa. Tämän lisäksi suoria lentoja Suomeen lisätään seuraavina talvena lisää. (Mts.)

Venäläisten matkustusvalmiudet ovat ajan kanssa kasvaneet ja yhä useampi venäläinen pystyy matkustamaan ulkomaille korkealuokkaisiin kohteisiin. Venäläisten vauras väestönosa on kasvanut pikkuhiljaa laajemmaksi. Suomi pystyy tarjoamaan venäläisille sellaisia palveluja, joista he haluavat maksaa korkeaakin hintaa. Näitä elementtejä ovat muun muassa turvallisuus sekä rauhallisuus. Suomen matkailuyritykset pystyvät tuottamaan hyvin korkealuokkaista ja tasokasta palvelua majoitus-, virkistys- ja ravitsemusyrytyksissä. Vaikka suomalaisten asenteet venäläisiä kohtaan voivat olla joskus varauksellisia, ovat venäläiset silti yksi tärkeimmistä matkailijaryhmistä, johon kannattaa myös panostaa. Tämän takia Venäjälle suuntautuvaa markkinointia sekä matkailupaketteja tulisi koko ajan kehittää, jotta yksi potentiaalinen matkailijaryhmämme pysyisi yhtä uskollisena kuin se on nyt ollut. (Venäläisten matkailu Suomeen jatkoi kasvuaan, 2007.)

## **7 MATKAILUN VAIKUTUKSET YMPÄRISTÖÖN**

Matkailun suhde luontoon on monimutkainen. Luontoa tarvitaan erilaisiin aktiviteetteihin ja kauniita maisemia matkailukohteiksi, mutta matkailulla on monenlaisia hättävaiikutuksia luontoon. Haasteena matkailussa onkin nykyisin kestävän kehityksen näkökulmien huomioiminen. Luontoa muokataan koko ajan esimerkiksi rakentamalla matkailijoille golf-kenttiä tai suuria lomakylä. Tarkoituksena on saada alueelle paljon turisteja ihailemaan luonnon kauneutta, mutta samalla suuret ihmismäärät kuormittavat huomaamattaan sitä. Kansallispuistot ovat yksi esimerkki luonnonsuojelun ja matkailun yhteenliittymisestä. Kansallispuistoissa saa retkeillä

tietyin rajoituksin, kestävyuden näkökulma huomioiden, kaikkialla ei saa kulkea vaan reitit on merkittyjä. (Vuoristo 2002, 205–210.)

Kestävän matkailun tehtävä on tunnistaa matkailun aiheuttamat ongelmakohdat, jotta näiden vaikutusta voidaan rajoittaa tai vähentää. Matkailu aiheuttaa muun muassa eroosiota ja kasvillisuuden vähentymistä, mikä puolestaan vaikuttaa eläimistöön, koska niiden ruoan saanti vaikeutuu. Muut matkailun aiheuttamat haitat näkyvät esimerkiksi metsissä, järvissä ja kulttuurihistoriallisissa kohteissa. Turistien valinnoilla voidaan vähentää ympäristön haittojen syntyä; esimerkiksi ekologisten hotellien sekä vähäpäästöisten kulkuneuvojen tai joukkoliikenteen suosiminen. (Hemmi 2005, 41.)

Ilmaston muutosta on seurausta muun muassa liikenteen vaikutuksista. Liikenteen päästöt, jotka vaikuttavat ilmastoon, ovat hiilidioksidi, typpioksiduuli ja metaani. Otsonikatoon vaikuttavien aineiden käyttöä on pyritty vähentämään. Saasteet aiheuttavat ilmanlaadun heikkenemistä, mikä aiheuttaa hengitysteiden oireita, joista kärsii ajoittain jopa kaksi miljoonaa suomalaista. Melu on myös yksi liikenteen tuomista ongelmista. Se aiheuttaa stressiä, haittaa keskittymistä sekä viihtyvyyttä. Henkilöautoliikenteestä 60 % on matkailuliikennettä eli se on merkittävä osa ympäristön kuormitusta. (Mts. 60–63.)

Matkailu on kestävä, jos seuraavat viisi kohtaa toteutuvat tasaisesti ja yhtä aikaa: matkailulla on myönteinen vaikutus kansantalouteen, matkailijat ovat tyytyväisiä, luonnon monimuotoisuus säilyy, kulttuurien erilaisuutta arvostetaan sekä matkailun kohdealueen alkuperäisväestö voi hyvin. Matkanjärjestäjät voivat edistää ympäristön hyvinvointia vaikuttamalla asiakasryhmien kokoon sekä määränpään. He voivat myös jakaa tietoa asiakkailleen siitä kuinka heidän teot pystyvät vaikuttamaan luontoon. (Mts. 90, 98.)

## 8 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 8.1 Asenteiden tutkiminen

Asenteet ovat läsnä joka päivä, jokaisella ihmisellä. Niiden avulla muodostetaan kuvaa ihmisistä sekä eri tilanteista. Yksi varhaisista asenteen määritelmistä oli (Thomas & Znaniecki 1918) ”yksilön mielentila tiettyyn kohteeseen nähden”. Asenteet kohdistuvat aina johonkin kohteeseen, esimerkiksi ihmiseen tai avustustyöhön. Kohde on yleensä henkilölle merkityksellinen. Thurston määritteli asenteen 1931 ”psykologiseen kohteeseen muodostuvaksi myönteiseksi tai kielteiseksi tunteeksi”. Kuuluisan määritelmän asenteesta teki Gordon Allport 1954: ”Opittu taipumus ajatella, tuntea ja käyttäytyä erityisellä tavalla tiettyä kohdetta kohtaan.” (Erwin 2005, 9-11.)

Asiat, joihin asenteet kohdistuvat, ovat sosiaalisessa ympäristössä esiintyviä ilmiöitä. Tämän takia hyvin monessa tapauksessa asenteet ovatkin opittuja. Useasti niihin asioihin, jotka ovat entuudestaan hyvin tuttuja, suhtaudutaan automaattisesti positiivisesti. Tämä näkyy siinä, että aikaisemmin negatiivisia asenteita herättänyt asia muuttuukin positiiviseksi sen jälkeen, kun sitä on nähnyt tarpeeksi monta kertaa tai siihen on tottunut pidemmän ajan kuluessa. Toisin sanoen sen jälkeen, kun asiasta on tullut tuttu ja tavallinen. (Helkama & Myllyniemi & Liebkind 1998, 188–189.)

Asenteita on haluttu selvittää ja mitata, joten tähän tarkoitukseen on keksitty erilaisia keinoja. On olemassa useita asteikkoja sekä havainnointikeinoja, joilla voidaan selvittää, miksi jokin televisio-ohjelma on suosittu tai asennoidutaan tiettyä kansanryhmää kohtaan. Havainnointia saatetaan pitää yksinkertaisena menetelmänä, mutta havainnoitava kohde ei aina käyttäydy tietyn kaavan tai asenteensa mukaisesti. Käyttäytymiseen vaikuttavat monet asiat, esimerkiksi sosiaalinen paine, jonka vuoksi syrjäytymisen pelossa ei uskalleta tuoda esiin todellista mielipidettä. Asenteita paljastavaa käytöstä ei esiinny koko ajan, vain silloin tällöin ja on vaikeaa olla paikalla aina asennetta esiintyvinä hetkinä. Hieman tarkempi keino havainnointiin on käyttää useampaa havainnoitsijaa, jotka vertailevat havaintojaan keskenään ja saavat tarkemman tuloksen. Havainnoimalla pystytään selvittämään, milloin, missä ja miten

tiettyjä asenteita ilmaistaan, mutta muutoin tämä menetelmä on hidaskäyttöinen eikä niin tehokas keino. (Erwin 2005, 55–60.)

Asenneasteikolla mittaaminen on yksinkertaista. Vastaajan tarvitsee vain merkitä ne väitteet, joiden kanssa on samaa mieltä tai arvioida väitteet esimerkiksi viisi- tai seitsenportaisella asteikolla. Asteikoilla pystytään testaamaan suurta joukkoa ihmisiä nopeasti, halvalla ja vähällä asiantuntijan valvonnalla. Vastaaja saa kyselyn päätteeksi pistemäärän, joka sijoittaa hänet asenteen suunnan mukaan joko negatiiviselle tai positiiviselle puolelle. Janasta voidaan katsoa, kuinka paljon vastaaja on esimerkiksi negatiivisen puolella. Tähän menetelmään liittyy myös kritiikkiä. Vastauksia voi vääristää huonosti laadittu asteikko tai vastaajan halu miellyttää tutkijaa. Luotettavalla asteikolla saadaan aina sama tulos. (Mts. 60- 62.)

Yleisempiä mittausmenetelmiä ovat Thurstone- ja Likert- asteikot. Thurstone-asteikko koostuu sarjasta asenneväittämiä ja vastaaja ilmoittaa, onko hän samaa vai eri mieltä osion kunkin väittämän kanssa. Vastaaja ei voi ilmaista, kuinka paljon hän on väitteen kanssa samaa tai eri mieltä. Hän pystyy vain kertomaan, kummalla kannalla on. Likert-asteikko on suositumpi kuin Thurstone-asteikko, koska se on nopeampi ja yhtä luotettava. Likert-asteikolla esitetään sarja väittämiä, joita arvioidaan moniportaisella asteikolla. Vastausvaihtoehdot ovat yleensä *Täysin samaa mieltä*, *Samaa mieltä*, *Ei osaa sanoa*, *Eri mieltä*, *Täysin eri mieltä*. Vastaaja voi valita vaihtoehdon *Ei osaa sanoa*, jos hän on epävarma, kumpaan kallistuu tai hänellä ei ole väittämästä mielipidettä. Aina ei kuitenkaan käytetä *Ei osaa sanoa*-vaihtoehtoa, jos tutkija haluaa vastaajan ottavan kantaa puolesta tai vastaan. (Mts. 62–67.)

Sosiaalisen etäisyyden asteikon kehitti Bogardus 1925. Asteikkoon kuuluu myönteisyydeltään vaihtelevia vastausvaihtoehtoja. Vastaajan tehtävä on osoittaa, minkä vaihtoehdon kanssa hän on samaa mieltä. Esimerkiksi vastaajaa voidaan pyytää ilmaisemaan kuinka pitkälle hän suostuisi solmimaan eri tavoin läheisiä suhteita tietyn henkilön kanssa. Vaihtoehdot voivat vaihdella henkilön kanssa koulun käymisestä avioliittoon saakka. Menetelmä on saanut ankaraa kritiikkiä, mikä voi rajoittaa sen käyttöä. Jokaisella menetelmällä on hyvät ja huonot puolensa, jotka johtuvat niiden laatimisesta, käytöstä tai tulkinnasta. Asenteiden mittaamisessa on osattava pohtia

käytettyjen menetelmien luotettavuutta ja sitä, antavatko ne vastaukset juuri siihen mitä haetaan. (Mts. 70–78.)

Asenteita voidaan tutkia monella tavalla. Edellä mainittujen suoran havainnoinnin ja asenne-asteikkojen lisäksi voidaan käyttää vapaamuotoisia menetelmiä tai projektiivista tekniikkaa. Vapaamuotoisiin menettelytapoihin kuuluvat surveyyt, päiväkirjat sekä sosiometria. Nämä menetelmät pohjaavat vastaajan omiin kertomuksiin, ja niihin ei liity muodollisia asteikkoja. Projektiiviset tekniikat ovat hyviä mitattaessa arkaluontoisia asioita. Vastaajaa pyydetään luokittelemaan esineitä, kuvittelemaan, assosioimaan vapaasti tai reagoimaan ärsykkeisiin. Vastaaja voidaan laittaa kertomaan tarina annetusta kuvasta tai tulkitsemaan sitä. (Mts. 73–78.)

## 8.2 Määrällisen tutkimuksen kyselomake

Määrällinen tutkimus on objektiivinen eli tutkija ei vaikuta tulokseen. Tällä tutkimustavalla tietoa tarkastellaan numeroin, esimerkiksi prosentteina. Kyselyä voidaan käyttää tutkimusaineiston keräämiseen määrällisessä tutkimuksessa, mutta itse kysely ei ole sama asia kuin määrällinen tutkimus. Määrällisessä tutkimuksessa vastaajien määrän on oltava suuri, jotta saadaan kattavin otos. Määrällisen tutkimuksen tarkoitus on aina joko selittää, kuvata, vertailla tai ennustaa. (Vilka 2007. 13–15.)

Kyselylomakkeen tulisi mitata niitä asioita, joita tutkimussuunnitelmassa on kirjoitettu. Kysymysmuodon valinta on tärkeää, eli esitetäänkö kysymykset tai väitteet monivalintoina, avoimina vai sekamuotoisina. Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat valmiina ja niistä valitaan sopivin. Avointen kysymysten tarkoitus on taas saada vastaajilta spontaaneja mielipiteitä, siksi vastausta ei rajata. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vaihtoehdoista on annettu ja viimeisenä vaihtoehtona on avoin kohta. (Mts. 63–64, 67-71.)

Aloitimme oman työmme vastauslomakkeen suunnittelun jo aikaisin syksyllä ja parantelimme sitä muutamaan otteeseen. Lomaketta hahmotellessamme päädyimme käyttämään niin sanottua Likertin asteikkoa. Tämän avulla ajattelimme saavamme



parhaiten tietoa asenteista ja mielipiteistä sekä vastausten olevan helpompia analysoida ja käsitellä. Lomakkeessa päädyimme kolmeen teemaan, joiden perusteella väittämät rakensimme. Teemoja olivat ihmisten suhtautuminen venäläisiä kohtaan, mielipiteet koskien suunniteltua lomakylää sekä lomakylän ympäristönäkökulma. Viimeiseksi halusimme antaa ihmisille mahdollisuuden vapaaseen sanaan, jossa ihmiset saivat lisätä tai tarkentaa aiheeseen liittyviä asioita mielensä mukaan.

Mietimme väittämiä laatiessamme tarkkaan, millaisia asioita haluamme tutkimuksella selvittää. Valitut teemat antoivat jo hieman suuntaa, millaisia väittämiä meidän tulee ottaa mukaan kyselyyn. Teemoittain mietimme, kuinka paljon väittämiä on järkevä tehdä ja miten niiden sanamuodot muotoillaan. Päädyimme esittämään väittämiä sekä puolesta että vastaan ja näin pystyimme pitämään tutkimuslomakkeen objektiivisena. Mietimme, vaikeuttaako tämä mahdollisesti väittämien ymmärtämistä ja niihin vastaamista, mutta tulimme siihen tulokseen, että väittämät olivat kuitenkin niin selkeitä, että niihin on helppo ilmaista kantansa. Osaksi väittämiemme syntyyn vaikutti myös lukemamme aiheita käsittelevät artikkelit. Esimerkkinä tästä oli artikkeli, jossa uutisoitiin Kolkanlahdessa pidetystä kyselytilaisuudesta. Siellä ihmiset olivat saaneet kysyä hankkeesta ja esittää mielipiteitään. Artikkelissa esiin tuli muun muassa, onko Saarijärvi myymässä palan kauneinta luontoaan, koska tämä asia oli askarruttanut monia tilaisuuteen osallistuneita. Väittämien täytyi olla napakoita, jotta jokaisen vastaajan oli helppo valita niihin kantansa. Näin ollen väittämäteknikka oli myös jokseenkin provosoiva, koska siinä oli sekä puolesta että vastaan väitteitä.

Ensimmäisenä lomakkeessa kysyttiin taustatiedot, joita olivat sukupuoli, ikä, koulutustausta, ammattiryhmä sekä asuinpaikka. Tämän lisäksi varmistimme, kuinka moni on kuullut kyseisestä hankkeesta ja minkä väylän kautta. Jos vastaaja ei ollut kuullut hankkeesta, hänen tuli vastata vain ensimmäisen teeman kysymyksiin, jossa oli väittämiä suhtautumisesta venäläisiä kohtaan. Muutoin vastaaja pystyi vastaamaan kaikkiin väittämiin. Vastausvaihtoehdoiksi väittämiin asetimme neljäportaisen asteikon, jossa 1 oli Täysin eri mieltä, 2 Jokseenkin eri mieltä, 3 Jokseenkin samaa mieltä ja 4 Täysin samaa mieltä. Emme laittaneet vaihtoehtoa En osaa sanoa, sillä ajattelimme näin saavamme paremmin ihmisiä perehtymään väittämiin ja pohtimaan omaa kantaansa. Näin myös vastausprosentti jokaiseen väittämään saatiin korkeammaksi.

Väittämiä oli suhteellisen paljon, joten jouduimme pohtimaan myös fyysisen kyselylomakkeen kokoa. Tulimme siihen tulokseen, että lomake oliärkevintä tulostaa muotoon, jossa jokainen vastaussivu oli A5- sivun kokoinen, ja kyselylomakkeesta tuli ikään kuin pieni lehtinen. Näin ollen teemat ja taustatietokysymykset jäsentyivät selkeämmin. Ainoaksi ongelmaksi osoittautui kuitenkin tekstin pienuus, joka tuotti vaikeuksia etenkin ikääntyneemmille vastaajille. Lomake on liitteessä 2.

### 8.3 Tiedonkeruu

Määrällisessä tutkimuksessa vaiheita ovat tutkimusaineiston kerääminen, tutkimusaineiston käsittely sekä analysointi ja tulkinta. Aineisto tarkistetaan, syötetään tietokoneelle ja tallennetaan, jotta sitä voidaan tutkia numeraalisesti eri ohjelmia apuna käyttäen. Käsittelyvaihe on helppoa, kun kysymykset on vakioitu ennen aineiston keräämistä. Alussa tutkijan kannattaa poistaa vastausjoukosta sellaiset lomakkeet, jotka ovat virheellisiä. Vastauksia voidaan ristiintaulukoida, kun halutaan selvittää useamman muuttujan välistä riippuvuutta. Ristiintaulukointia varten havaintojen määrät kannattaa muuttaa prosenttiluvuiksi. (Vilka 2007, 111–115.)

Otimme yhteyttä puhelimitse eri liikkeisiin ja kysyimme lupaa toteuttaa tutkimusta heidän liikkeissään. Yllätykseksemme vastaanotto useissa yrityksissä oli hyvin nihkeä, ja kyselypaikan löytäminen koituikin yllättävän haastavaksi. Tämän lisäksi pyysimme Saarijärven kaupungin matkailusta, matkailupäällikön apua tutkimukseemme, jossa kerroimme työmme tarkoituksesta sekä tavoitteista, ja tähän vastaus oli hyvin jyrkkä; kaupunki ei halunnut siihen ottaa mitenkään kantaa ja vastauksessa suositeltiin jopa harkitsemaan tutkimuksen keskeyttämistä.

Lopulta pääsimme kuitenkin K-Market Mintun tuulikaappiin toteuttamaan kyselyä. Kauppiat olivat avoimia ja ystävällisiä eivätkä osoittaneet ennakkoluuloja tutkimustamme kohtaan, vaikka aiheemme olikin arka. Kyselyn ajankohta oli eräs maanantai joulukuun alussa. Mintussa teimme kyselyä noin klo 10–15 välisenä aikana. Samana päivänä kävimme viemässä myös kyselylomakkeita Saarijärven lukioon sekä Cafe Picassoon. Jälkimmäiseen jätimme palautuslaatikon, johon kahvilan

asiakkaat saivat jättää vastauksiaan noin viikon ajan. Cafe Picassossa oli ollut aiemmin lomakylää vastustava nimiadressi, johon asukkaat saivat laittaa nimensä. Painotimme vastaajille, ettei kyselymme ole sama asia kuin adressi, vaan neutraali tutkimuskysely, johon kaikki vastaukset ovat tervetulleita. Molemmat paikat, joihin palautuslaatikoita jätimme, olivat kahviloita, ja näin ollen ihmisillä oli hyvin aikaa kahvikupin ääressä vastata tutkimukseen.

K-marketissa toteutetun tiedonkeruun jälkeisenä päivänä paikallislehti Sampo halusi tehdä meistä jutun aiheen tiimoilta. Juttu ilmestyi saman viikon torstaina. Tämä lehtijuttu sai varmasti ihmisiä liikkeelle vastaamaan tutkimukseen paremmin, sillä artikkelissa kerrottiin, että palautuslaatikoita löytyy Cafe Picassosta sekä huoltoasema ST1 Rantakivestä. ST1:lle veimme palautuslaatikon heti haastattelun jälkeen. Jäimme odottelemaan lehtiartikkelin ja palautuslaatikoiden tulosta.

Seuraavalla viikolla suuntasimme uudestaan Saarijärvelle, jolloin haimme palautuslaatikot vastauksineen sekä lukiolla täytetyt lomakkeet. Lukiossa lomakkeita täytätimme vain 3.luokkalaisille, yli 18 vuotta täyttäneillä oppilailla. Kyselyn toteuttivat luokkien ryhmänohjaajat yhteisellä kokoontumisella ja vastaaminen oli kaikille vapaaehtoista. Kaikkiaan palautettujen lomakkeiden määrä yllätti meidät positiivisesti. Yhteensä jätimme lomakkeita edellä mainittuihin paikkoihin 220. Saimme lomakkeita takaisin yhteensä 191 kappaletta, joista 38 vastausta tuli K-Market Mintusta, 37 ST1:ltä, 66 Cafe Picassosta sekä tasan 50 lukiolta. Yhteensä lomakkeita saimme 226, sillä lisäksi lomakkeita jaettiin myös kolkanlahtelaisiin koteihin sekä paikallisen koulun joulujuhlissa.

Palautuslaatikoita hakiessamme tapasimme myös ensimmäistä kertaa kasvotusten toimeksiantajamme, Kolkanlahden kylätoimikunnan jäsenen Tarja Salmisen, jonka kanssa olemme pitäneet puhelimitse ja sähköpostitse yhteyttä asian tiimoilta. Hänen kanssaan kävimme läpi siihen mennessä olleet tapahtumat ja sovimme myös, että hän jakaa vielä tekemiämme kyselylomakkeita kolkanlahtelaisille asukkaille paikallisessa koulun joulujuhlissa sekä asukkaiden postilaatikoihin. Näin ajattelimme saavuttaa parhaiten kolkanlahtelaisia vastaajia. He pystyivät palauttamaan lomakkeen kahvila Picassoon suljetussa kirjekuoressa joko postitse tai paikanpäälle viemällä.

## 9 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 9.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyyn vastanneita oli yhteensä 226 henkilöä, joista naisia oli 125 kappaletta ja miehiä 95. Sukupuolensa jätti kertomatta kuusi henkilöä. Naisten prosentuaalinen osuus vastaajista on 55,4 % ja miesten 42,0 %.

TAULUKKO 1. Ikäluokat

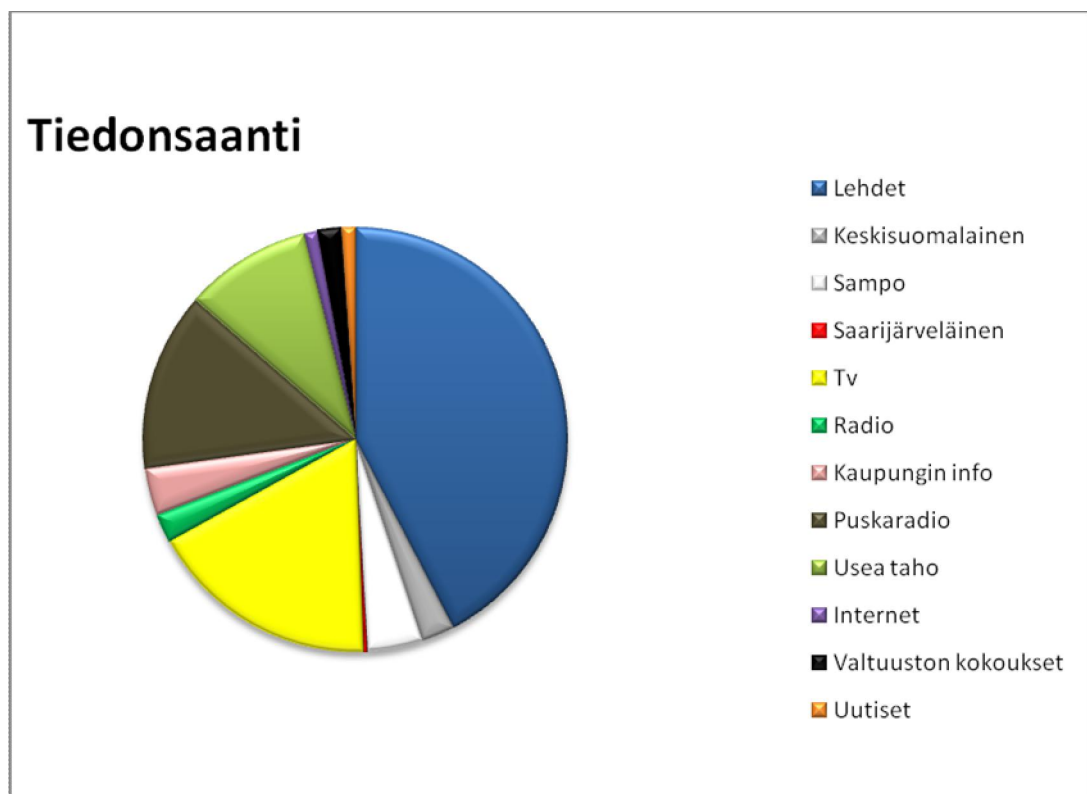
26 -35 - vuotiaat	6,5 %
36 – 45 - vuotiaat	6,5 %
46 – 55 - vuotiaat	21,2 %
13 – 25 - vuotiaat	30,9 %
56 – 65 - vuotiaat	17,1 %
Yli 66 - vuotiaat	17,9 %

Kyselyn nuorin vastaaja on 13-vuotias ja vanhin 84. Suurin vastaajajoukko on ikäluokassa 13–25-vuotiaat. Tämä johtunee siitä, että veimme kyselyitä lukion kolmosluokkalaisten täytettäväksi heidän ryhmänohjaajiensa tunneille. Uskomme, että noin 18-vuotiaat nuoret olisivat muuten vastanneet vähemmän. Suuntasimme kyselyn lähinnä vähintään 18 vuotta täyttäneille, mutta pari vastausta tuli nuoremmilta. Otimme ne kuitenkin mukaan tutkimukseen.

Vastaajista reilusti yli puolet asui Saarijärven taajamassa. Tämä johtunee varmaankin siitä, että he ovat liikkuneet eniten kaupungin keskustassa ja ovat päässeet helpoimmin vastaamaan. Vastauksista 10 % tuli Kolkanlahden sivukyliltä. Hanke kosketti ehkä eniten kolkanlahtelaisia, koska suunniteltu lomakylä rakentuisi heidän asuinalueelleen. Tämä seikka oli luultavimmin innostanut vastaamaan. Kaikista muista Saarijärven sivukylistä vastauksia tuli yhteensä 20 %. Vastauksia saatiin myös muilta paikkakunnilta kuin Saarijärveltä, muun muassa Helsingistä, Joensuusta, Espoosta, Äänekoskelta, Laukaasta ja Pylkönmäeltä. Vastauksia eritellessä

Pylkönmäki otettiin mukaan omana kuntana, koska kysely tehtiin ennen kuin se liittyi osaksi Saarijärven kaupunkia.

Tutkimuksessa selvitettiin myös tiedostuskanavia, joista ihmiset olivat saaneet tietoa hankkeesta ja sen kulusta. Yli puolet vastaajista ilmoitti saaneensa tietoa eniten lehtien kautta. Toiseksi eniten ihmiset olivat saaneet tietoa hankkeesta television välityksellä. Puskaradio, joka sisälsi kuulopuheet, tuttavat ja sukulaiset, oli kolmanneksi merkittävin tiedonsaantikeino. Tietoa oli saatu myös muun muassa paikallisista ja maakunnallisista lehdistä, kaupungin infotilaisuudesta, kaupunginvaltuuston kokouksista sekä radiosta. Oheisesta taulukosta näkee useimmin käytetyt tavat hankkia tietoa hankkeesta. Vastaamatta tähän kysymykseen jätti 39 vastaajaa eli 17,3 %.



KUVIO 1. Mistä vastaajat ovat saaneet tietoa hankkeesta

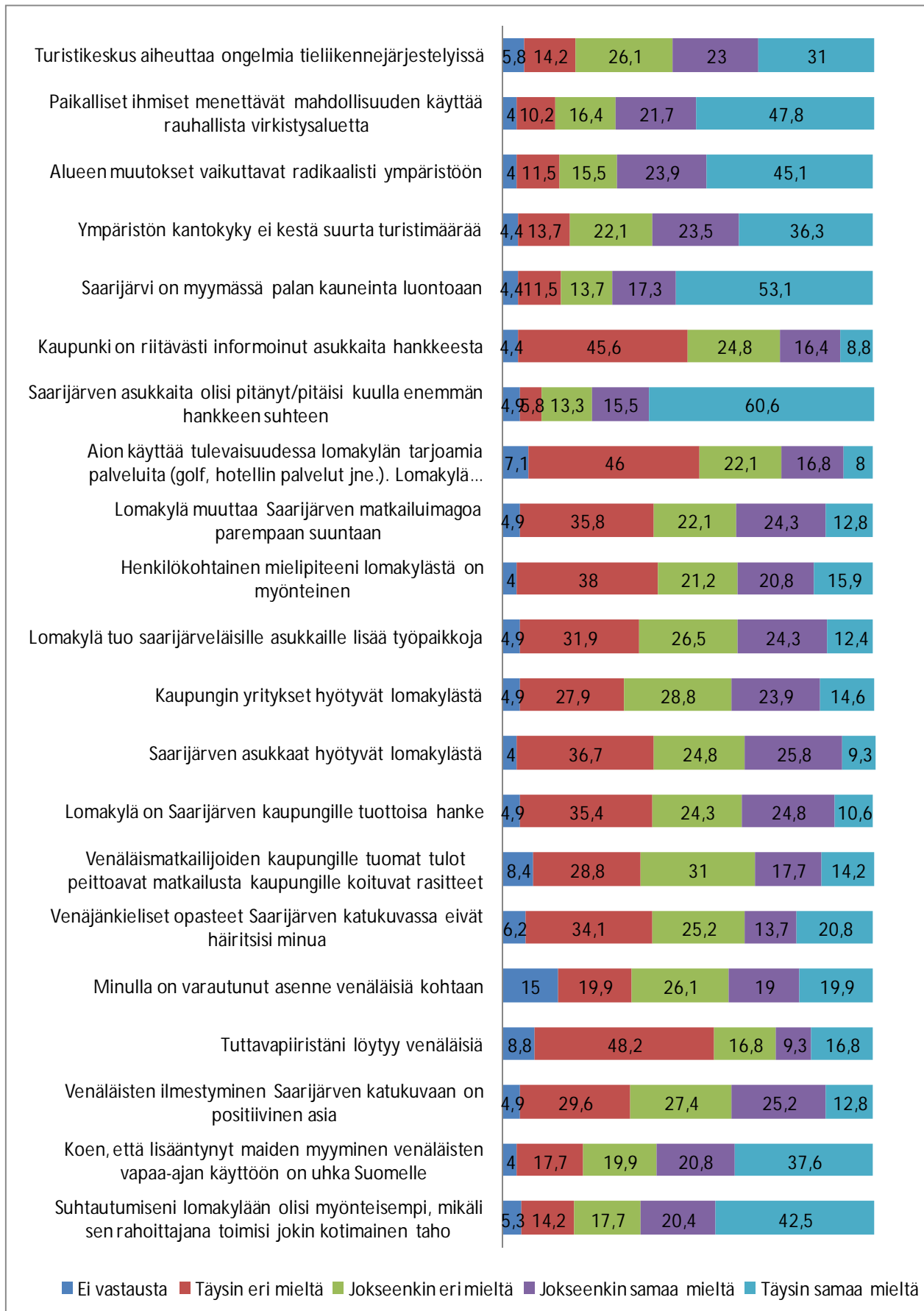
## 9.2 Kaikkien vastaajien tulokset

Ensimmäisissä väittämässä kysyttiin ihmisten suhtautumista venäläisiä kohtaan. Vastausten perusteella huomattiin, että suhtautuminen oli hieman varautunutta ja kielteistä. Vastaajista yli puolet (63 %) oli sitä mieltä, että he suhtautuisivat lomakylähankkeeseen myönteisemmin, mikäli rahoittajana toimisi jokin kotimainen taho. Vastaajat katsoivat kotimaisen rahoittajan olevan luotettavampi. Kolmasosa vastaajista ei halunnut hanketta toteutettavan, oli sen rahoittaja minkä maalainen tahansa. Tämä ryhmä pelkäsi hankkeen vaurioittavan ympäristöä. Lisääntynyt maiden myyminen venäläisten vapaa-ajan käyttöön koettiin uhkana Suomelle. Alle puolet (38 %) ei uskonut maiden myymisen vaikuttavan Suomen itsenäisyyteen. Venäläisten ilmestymistä Saarijärven katukuvaan ei pidetty hyvänä asiana. Vastaajista 17 % ilmoitti, että heillä on venäläistuttavia. Vastauksen jakoutuivat tasaisesti sekä puolesta että vastaan väittämässä ”Minulla on varautunut asenne venäläisiä kohtaan”. Vastausten tasaisuus edellä mainittuun väittämään oli yllättävä, sillä muiden tutkimuksessa ilmenneiden tulosten perusteella asenteellisuus näkyi paljon voimakkaammin. Vastaajat eivät haluaisi Saarijärvelle venäjänkielisiä opasteita, ja ne häiritseivät heitä. Reilusti yli puolet (60 %) uskoi, että venäläisten matkailu rasittaa kaupunkia niin paljon, että heidän matkailullaan tuomat tulot eivät voi korjata siitä koituvia haittoja.

Toiset väittämät koskivat mahdollisesti rakentuvaa lomakylää. Sen ei katsottu olevan tuottoisa hanke Saarijärvelle. Vastaajat olivat skeptisiä myös sen suhteen, että kaupungin asukkaat hyötyisivät hankkeesta. Noin 40 % katsoi, että kaupungin yritykset saattavat hyötyä hankkeesta, 57 % epäili sitä. Lomakylän ei uskottu luovan lisää työpaikkoja ainakaan saarijärveläisille. Vastaajien henkilökohtainen mielipide lomakylästä oli suurimmaksi osaksi negatiivinen, sillä 59 % piti hanketta kielteisenä. Vastaajat eivät uskoneet lomakylän parantavan Saarijärven matkailuimagoa. Vastaajat kokivat, ettei heitä oltu kuunneltu hankkeen suhteen tai kaupunki ei ollut informoinut tarpeeksi suunnitelmistaan hankkeen suhteen.

Kolmantena teemana olivat ympäristöä koskevat kysymykset. Vastaajista 70 % katsoi, että Saarijärvi oli myymässä palan kauneinta luontoaan. Suurin osa oli huolissaan myös ympäristön kantokyvystä, jos alueelle tulisi suuri joukko turisteja. Vastaajat

pelkäsivät, kuinka radikaalit muutokset alueella vaikuttavat ympäristöön ja että he voisivat menettää mahdollisuuden käyttää rauhallista virkistysaluetta. Mielenpitoet jakautuivat liikennejärjestelyiden sujuvuuden kannalta sekä puolesta että vastaan.



KUVIO 2. Kaikkien vastanneiden kokonaistulos (N= 226)



### 9.3 Yhteenveto kaikkien vastaajien tuloksista

Vastausten perusteella tärkein tulos oli, että kaupunkilaiset kokivat, että heidät oli jätetty asian ulkopuolelle. Päättäjät olivat tehneet päätöksiä heitä kuulematta tai jakamatta tietoa päätöksistä. Informaatio ei ollut kulkenut kunnolla kaikkien korviin, ja huhuja sekä kuulopuheita oli lähtenyt liikkeelle saaden aikaan lisää hämmennystä ja ehkä jopa vastustusta hanketta kohtaan. Vastaajat arvostelivat kunnan päättäjiä ja sanoivat heidän olevan ”sinisilmäisiä” sekä tekevän päätöksiä taustoja tarkistamatta.

Suuri joukko vastaajista jättäisi käyttämättä lomakylän palveluita. Tämä johtunee varmasti hankkeen vastustuksesta sekä siitä, että se on venäläisten omistama ja mahdollisesti myös asuttama. Vastaajat asennoituvat siksi negatiivisesti mahdollisia palveluita kohtaan. He eivät välttämättä halunneet myöntää, että voisivat käydä esimerkiksi pelaamassa golfia, jos mahdollisuus tulee, koska ilmapiiri on hankkeen vastainen eikä uskalleta erottua massasta.

Vastaajat olivat sitä mieltä, että hanke ei toisi mukanaan tuloja kaupungille eikä yrittäjille. He suhtautuivat myös erittäin epäilevästi uusien työpaikkojen syntyyn, ainakaan he eivät uskoneet niitä syntyvän saarijärveläisille. Avoimista vastauksista käy ilmi, että vastaajat suhtautuivat epäilevästi, koska samankaltaisia hankkeita on aiemmin ollut ja ne eivät ole toteutuneet, kuten on luvattu. Venäläiset ovat tuoneet mukanaan omia työntekijöitä ja sotkeneet ympäristöä. Turistit ovat tuoneet mukanaan omia eväitä, ja yritykset eivät ole saaneet tämän vuoksi yhtään lisää myyntiä.

Vastaajat olivat huolissaan, koska kokivat menettävänsä osan kaunista luonto-alueetta, jolla on mahdollisuus käydä virkistäytymässä. Alueen kulttuurihistoriallinen arvo on monen mielestä vaarassa, jos alueelle tulee lauma turisteja tai sinne rakennetaan paljon mökkejä.

### 9.4 Vastaajaryhmien väliset erot prosentteina

Vertailimme tutkimuksessamme eri ryhmien vastauksia keskenään: oliko eri ikäisten ja eri elämäntilanteissa olevien ihmisten vastauksissa tilastollisesti tiettyjä

yhtäläisyyksiä tai eroavaisuuksia. Tutkittavat vastaajaryhmät olivat yrittäjät, opiskelijat/koululaiset, eläkeläiset sekä työkäiset. Yhteensä vastauksia ryhmien vertailussa oli 224, sillä kaksi vastaajaa ei ilmoittanut ammattiryhmäänsä. Näitä kahta vastausta emme luonnollisesti voineet ottaa mukaan ryhmittelyyn.

Yrittäjien vastauksia tutkimukseen kertyi 46 kappaletta eli 20,5 % kaikista vastaajista, kun taas opiskeluikäisiltä vastauksia saatiin 62 kappaletta eli 27,7 %. Eläkeikäisiä vastaajia tutkimukseen osallistui puolestaan 53 eli 23,7 % koko vastaajajoukosta, ja työkäisten osuus oli 63 vastaajaa eli 28,1 %. Vertailtavat ryhmät olivat vastaajamääriltään melko tasaisia. Koska vastauksia on liki yhtä paljon joka ryhmässä, tuloksia voidaan pitää vain suuntaa antavina eri vastaajaryhmien näkemyksistä. Joka ryhmästä oli vastauksia ja mielipiteitä laidasta laitaan. Liitteessä 3 on nähtävissä kaikkien vertailtavien vastaajaryhmien prosentuaaliset tulokset.

Ensimmäinen teema käsitteli väittämiä suhtautumisesta venäläisiä kohtaan. Tulosten perusteella voitiin suuntaa antavasti päätellä, että vastaajien mielestä lomakylä voisi olla hyväkin asia Saarijärven kaupungille, kunhan sen rahoittajana toimisi jokin suomalainen taho. Opiskelijoista valtaosa oli kyseisestä asiasta jokseenkin samaa mieltä, kun taas muiden ryhmien vastaajista suurin osa ilmoitti olevansa täysin samaa mieltä asian kanssa. Suurin osa vastaajista myös koki lisääntyneiden maiden myymisten venäläisten vapaa-ajan käyttöön olevan uhka Suomelle. Erityisesti tästä olivat huolissaan eläkeläiset, mutta myös valtaosa työkäisistä vastaajista sekä yrittäjistä koki maiden myymisen olevan negatiivinen asia. Opiskelijat suhtautuivat asiaan hieman lievemmin, vaikka heistäkin valtaosa oli samoilla linjoilla muiden vastaajaryhmien kanssa.

Venäläisten ilmestyminen Saarijärven katukuvaan jakoi mielipiteitä melko paljon. Suurin osa opiskelijoista koki, että tämän tyylinen suuntaus on ainakin jossain mielessä positiivista, kun taas valtaosa työkäisistä ei toivonut venäläisten turistien tuloa kaupunkiin. Samoilla linjoilla työkäisten kanssa olivat myös eläkeläiset, jotka vastustivat selkeästi eniten tämän suuntaista kehitystä. Yrittäjien vastaukset puolestaan jakautuivat hyvin tasaisesti. Kaikki vastaajaryhmät myös hieman vierastivat venäjänkielisten opasteiden ilmestymistä Saarijärvelle. Työkäiset,

eläkeläiset sekä yrittäjät olivat vahvasti sitä mieltä, että opasteet häiritsisivät heitä. Opiskelijat puolestaan kokivat häiriön hieman lievempänä.

Eläkeläisillä oli selkeästi muita vertailtavia ryhmiä varautuneempi asenne venäläisiä kohtaan. Muiden ryhmien vastaukset jakautuivat tasaisemmin vastausvaihtoehtojen kesken, mutta pääosa heistä ilmoitti, ettei koe juurikaan varautunutta asennetta venäläisväestöä kohtaan. Suurin osa jokaisesta vastaajaryhmästä ilmoitti, ettei heidän tuttavapiirissään ole venäläisiä.

Siitä, peittoaisivatko lomakylän tuomat tulot siitä kaupungille aiheutuvat rasitteet, oli monenlaisia mielipiteitä. Opiskelijoiden sekä työikäisten vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti, mutta heistä pääosa oli kuitenkin sitä mieltä, etteivät tulot kuitenkaan peittoaisi kaikkia aiheutuvia haittoja. Opiskelijoista kuitenkin moni uskoi lomakylän kattavan siitä aiheutuvat haitat ja näin ollen heidän vastaajaryhmänsä oli suopein tässä suhteessa lomakylälle. Eläkeläisten selkeä enemmistö koki rasitteiden käyvän ehdottomasti tuloja suuremmaksi. Yrittäjistä vajaa puolet (40 %) koki, etteivät lomakylän rasitteet peittyisi saatavilla tuloilla, kun taas viidennes heistä koki päinvastoin.

Toinen kyselymme teemoista oli suhtautuminen lomakylää kohtaan. Selkeän eron vastaajaryhmien välillä pystyi näkemään väittämässä ”Lomakylä on Saarijärven kaupungille tuottoisa hanke”. Opiskelijoista yli puolet koki hankkeen olevan jokseenkin tuottava kaupungille. Työikäisistä ja eläkeläisistä vajaa puolet taas piti hanketta kannattamattomana. Yrittäjien vastaukset jakautuivat tasaisemmin, vaikka prosentuaalisesti enemmistö heistä ajattelikin, ettei hanke pidemmän päälle ole kannattava kaupungille. Hankkeen hyödyistä Saarijärven asukkaille eri vastaajaryhmien välillä oli jonkun verran näkemyseroja. Opiskelijoista ehdoton enemmistö näki mahdollisen hankkeen tuovan myös Saarijärven asukkaille hyötyä. Työikäisistä ja eläkeläisistä selkeästi yli puolet koki, etteivät asukkaat hyödy hankkeesta mitenkään. Yrittäjien kanta tässäkin väittämässä jakautui tasaisimmin. Heistä yli puolet (63 %) oli jokseenkin tai täysin eri mieltä hankkeen hyödystä asukkaille ja noin kolmannes (32 %) taas koki asukkaiden hyötyvän lomakylästä.

Yksi mielenkiintoisimmista väittämistä vastaajaryhmien kannalta oli yrittäjien hyötyminen mahdollisesta lomakylästä. Enemmistö opiskelijoista uskoi yrityksen hyötävän hankkeesta, kun taas pääosa työikäisistä oli jokseenkin eri mieltä hankkeen hyödystä yrityksille. Eläkeläisistä enemmistö ei kokenut yritysten hyötävän lomakylästä mitenkään. Väittäjä jakoi yrittäjien omia mielipiteitä hyvin paljon. Reilu neljännes heistä uskoi, ettei hanke juurikaan hyödytä yrityksiä, mutta melkein pä yhtiä paljon ryhmän vastaajista uskoi sen edesauttavan yritystoimintaa kaupungissa. Lomakylän osaa saarijärveläisten työllistäjänä arvioitiin vastaajaryhmien välillä hieman eri tavoilla. Enemmistö opiskelijavastaajista oli varovaisen optimistisia työpaikkojen suhteen. Työikäiset katsoivat asiaa opiskelijoita pessimistisemmin, eivätkä he uskoneet saarijärveläisten työllistyvän lomakylästä. Yrittäjät ja eläkeläiset olivat työikäisten kanssa pääosin samoilla linjoilla asiasta.

Opiskelijoiden henkilökohtainen mielipide lomakylästä oli pääosin myönteinen ja he näkivät hankkeessa myös positiivisia puolia. Ehdottomasti selkeä enemmistö työikäisistä ja eläkeläisistä ilmoittivat mielipiteensä lomakylästä olevan hyvin negatiivinen. Yrittäjistä noin kolmanneksen henkilökohtainen mielikuva oli myönteinen ja vajaan puolen kielteinen. Mielipiteet jakoutuivat jonkin verran ryhmien välillä väittämässä, jonka mukaan lomakylä muuttaa Saarijärven matkailuimagoa parempaan suuntaan. Opiskelijoiden keskuudessa noin puolet oli sitä mieltä, että lomakylä parantaisi jokseenkin Saarijärven imagoa matkailukaupunkina. Valtaosa muista segmenteistä oli täysin eri mieltä väittämän kanssa ja näin ollen ei usko kaupungin imagon paranevan lainkaan matkailupalveluiden suhteen lomakylän myötä.

Selkeä enemmistö kaikkien segmenttien keskuudessa oli sitä mieltä, ettei tule käyttämään mahdollisen lomakylän palveluita itse. Noin puolet eläkeläisistä, työikäisistä sekä yrittäjistä ei aio käyttää palveluita eikä usko niiden monipuolistavan kaupungin aktiviteettitarjontaa. Opiskelijoista valtaosa arvioi, ettei tule mahdollisesti tule käyttämään palveluita, mutta heidän suhtautumisensa oli kuitenkin muita vastaajaryhmiä suopeampi.

Kyselyn selkeimmin erottuvat tulokset olivat väittämässä ”Saarijärven asukkaita olisi pitänyt / pitäisi kuulla enemmän hankkeen suhteen” sekä ”Kaupunki on riittävästi informoinut asukkaita hankkeesta”. Kaikkien segmenttien valtaosa oli selkeästi sitä

mieltä, että asukkaiden mielipiteitä olisi pitänyt kuunnella enemmän ja avoimienkin kohtien perusteella yleistä ja avointa keskustelua aiheesta olisi pitänyt käydä lisää. Eläkeläisistä jopa 75 % koki, ettei heidän mielipidettään ole kuultu tarpeeksi. Tämän lisäksi tuloksista pystyi näkemään, ettei hankkeesta ole ihmisten mielestä informoitu läheskään tarpeeksi. Eniten eläkeläisten, työikäisten ja yrittäjien segmenttien vastauksista painottuivat siihen, että he olivat täysin eri mieltä informaation riittävydestä. Opiskelijoista valtaosa koki olevansa asiasta jokseenkin eri mieltä.

Kaikki neljä vastaajaryhmää olivat selkeästi huolissaan hankkeen vaikutuksista ympäristöön. Eläkeläiset olivat ehdottomasti sitä mieltä, että Saarijärvi on myymässä palan kauneinta luontoaan, opiskelijat olivat tästä samaa mieltä. Työikäiset ja yrittäjät olivat eläkeläisien ja opiskelijoiden kanssa samoilla linjoilla. Ympäristön kantokyvyn ei uskottu kestävän suurta turistimäärää. Yrittäjistä, eläkeläisistä ja työikäisistä enemmistöt olivat täysin samaa mieltä väittämän kanssa, kun taas opiskelijat katsoivat ympäristön kestävän suurempaa räsitusta. Alueella tehtävien muutosten epäiltiin vaikuttavan radikaalisti ympäristöön. Vahvimmin tätä mieltä oli suurin osa eläkeläisistä. Opiskelijat uskoivat muutosten vaikuttavan ympäristöön, mutta olivat mielipiteissään lievempiä kuin eläkeläiset. Työikäiset ja yrittäjät olivat vastanneet melko tasaisesti, vastaukset painottuivat kuitenkin sille kannalle, että ympäristö tulee muuttumaan radikaalisti.

Kaikki ryhmät olivat samoilla linjoilla siitä, että Saarijärven asukkaat menettävät hankkeen toteutuessa mahdollisuuden rauhallisen virkistysalueen käyttöön. Eläkeläiset olivat jyrkimmin tätä mieltä. Opiskelijoilla vastaukset vaihtelivat aika tasaisesti, kallistuen samoille linjoille muiden kanssa. Työikäiset olivat lähes samaa mieltä asiasta eläkeläisten kanssa. Eläkeläiset ja työikäiset katsoivat tieliikennejärjestelyiden häiriintyvän lomakylän myötä. Opiskelijat ja yrittäjät uskoivat, että hankkeessa on otettu huomioon sujuvat liikennejärjestelyt.

## **9.5 Tutkimustulokseen mahdollisesti vaikuttavat tekijät**

Syitä, jotka olisivat voineet vaikuttaa tutkimustuloksiin, oli useita. Yksi niistä saattoi olla kysymyslomakkeen väittämien asettelu, sillä ne muotoiltiin sekä puolesta että

vastaan tasapuolisuuden vuoksi. Tämän arveltiin ehkä aiheuttavan ongelmia väittämiin vastaamisessa. Varsinkin iäkkäämmillä ihmisillä tuotti osin vaikeutta ymmärtää väittämiä ja sitä, kuinka niihin tuli vastata. Muutoinkin pieni tekstin koko vastauslomakkeessa saattoi aiheuttaa vaikeuksia nähdä väittämiä. Tämän lisäksi myös vastausvaihtoehdot saattoivat olla jonkun mielestä epäselviä, koska vaihtoehtoja oli niin monta. Emme laittaneet lomakkeeseen ollenkaan vaihtoehtoa ”En osaa sanoa”. Mikäli vastaaja ei olisi ollut varma kannastaan ja olisi halunnut valita kyseisen kohdan, saattoi tuloksiin tulla virheellisyyttä vastaajan ympyröidessä mikä tahansa vastausvaihtoehto turhautuessaan. Tutkimuslomakkeesta tehtiin muutama versio ja sitä paranneltiin, mutta käytännössä lomaketta ei testattu etukäteen.

Koska kysymyksiin vastattiin yksin ja rauhassa, ympäristön paine ei ehkä vaikuttanut vastauksiin kovinkaan paljon. Kuitenkin tietynlainen sosiaalinen paine tai asema ikään kuin saattoi pakottaa vastaajaa vastaamaan toisin kuin hän saattoi oikeasti ajatella ja tämä olisi voinut vääristää tuloksia. Luonnollisesti myös epähuomiossa luetut kysymykset tai vastaajan kiire olisivat voineet tehdä virhemarginaalia. Yksi syy vastausten virheellisyyteen saattoi olla kyselylomakkeen pituus. Kyselyä tehdessämme huomasimme, että osa vastaajista täytti taustatiedot ensimmäiseltä sivulta, jonka jälkeen turhautuivat huomattavasti väittämien määrään. Näin ollen he eivät ehkä jaksaneet paneutua väittämien miettimiseen kunnolla ja osa jätti jopa vastaamisensa kesken sen takia.

Kritiikkiä saimme myös vastauspaikkojen valinnastamme. Cafe Picassossa, johon veimme yhden lomakkeiden palautuslaatikon, oli ollut hankkeen vastainen adressi muutamia viikkoja aiemmin. Tämän takia täällä vastaukset kokonaisuudessaan saattoivat olla hankkeen vastaisempia kuin muualla. Toisaalta kuitenkin Picasso oli loistava paikka saada tutkimukseen vastauksia niiltä ihmisiltä, jotka halusivat saada äänensä kuuluviin ja tämän lisäksi varmasti kahvilassa kävi myös niitä ihmisiä, jotka olivat hankkeen kannallakin. Kahvila yleisesti on mitä loistavin paikka kerätä aineistoa, sillä siellä ihmisillä on aikaa vastata ja paneutua kysymyksiin kahvikupin ääressä. Tämän lisäksi veimme vastauslaatikon myös toiseen kahvilaan, ST1 Rantakiveen, jossa vastausmenetelmä oli samanlainen. Vastauksia keräsimme myös itse K-supermarket Mintussa, joka oli myös hyvin neutraali ympäristö, samoin kuin Saarijärven lukiossa, jossa tutkimuksen keruun toteuttivat luokkien ryhmänohjaajat.

Tämän vuoksi mielestämme vastaukset eivät vinoutuneet, sillä vastauspaikkoja oli niin useita ja tietoa kerättiin erilaisilta ja eri-ikäisiltä ihmisiltä. Vinoutumaa olisi voinut ajatella siinä tapauksessa, jos olisimme toteuttaneet kyselyn pelkästään Cafe Picassossa.

## **10 SWOT-ANALYYSI AVOINTEN VASTAUSTEN PERUSTEELLA**

SWOT-analyysia voidaan käyttää moneen eri tarkoitukseen, kun halutaan selvittää organisaation vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia tai uhkia. Jotta tulokset olisivat vertailukelpoisia, on tärkeää rajata arvioinnin kohde. Analyysin voi tehdä yksin tai ryhmässä. Yksin tehty SWOT käydään läpi joko parin kanssa tai ryhmässä, jolloin vertaillaan saatuja ajatuksia ja muodostetaan yhteinen näkemys asiasta. Usein käy niin, että sama asia laitetaan sekä uhkiin että mahdollisuuksiin. Tämä riippuu täysin ihmisestä, kuinka hän kokee eri asioiden vaikuttavan organisaation tilaan. Tämä voi johtua myös siitä, että samassa taulukossa käsitellään sekä nykytilaa että tulevaisuutta. Hyvä tapa ratkaista tämä ongelma on tehdä kaksi taulukkoa. Toisessa käsitellään nykytilaa ja toisessa tulevaisuutta. Näin pystytään saamaan selkeä kuva siitä, mikä on toiminnan kannalta keskeistä ja missä vaiheessa. Analyysin pohjalta nähdään, mitkä ovat organisaation vahvuudet ja mahdollisuudet sekä mitä heikkouksia tulee muuntaa vahvuuksiksi tai mitä uhkia tulee välttää. Tuloksena saadaan toimintasuunnitelma siitä, mitä kullekin asialle tulee tehdä. (Lindroos & Lohivesi 2004, 217–218.)

Teimme SWOT-analyysin Vapaa sana -osion perusteella. SWOT-analyysi avointen vastausten perusteella on liitteessä 4. Kokosimme muutamia tärkeimpiä ja eniten toistuneita huolen aiheita tai myönteisiä palautteita hankkeesta. Vahvuuksina koettiin turismin lisääntyminen ja sitä kautta saatavat tulot kaupungin taloudelle sekä sen yrityksille. Saarijärvi tulisi tunnetummaksi lomakohteena. Infrastruktuuri kehittyisi hankkeen myötä, jolloin kiinnitettäisiin enemmän huomiota teiden kuntoon ja kunnossapitoon. Aktiviteetit lisääntyisivät kaupungissa, ja aiemmin heikosti kannattanut Ahvenlammen alue alkaisi tuottaa edes jotain, mitä se tällä hetkellä ei tee.

Alue on kaunis, ja se houkuttaa varmasti turisteja ihaillemaan sen kauneutta ja rauhaa. Siellä on hyvät mahdollisuudet hiljentyä perheen parissa luonnon keskellä.

Heikkoudeksi uskottiin luonnon kantokyvyn ylittäminen. Turistit roskaisivat ympäristön, ja pelkästään alueelle rakentaminen muuttaisi luonnon rauhaa. Paikalliset pelkäsivät menettävänsä hienon alueen virkistäytyä ja lenkkeillä sekä uskoivat vedenottamon ja hautausmaan toiminnan järkkyyvän. Ihmiset pelkäsivät joutuvansa venäläisten huijaamaksi, ja luottamus vierasmaalaisia kohtaan ei muutenkaan ollut hyvä etenkin iäkkäämpien henkilöiden kohdalla. Venäläisomisteisen lomakylän pelättiin horjuttavan Suomi-kuvaa sekä loukkaavan maamme sotaveteraaneja, jotka olivat taistelleet maidemme ja itsenäisyytemme puolesta.

Mahdollisuuksiksi katsottiin alueen ja kaupungin muuttuminen virkeämmäksi turistien myötä. Pieni kaupunki saisi aktiviteetteja ja tapahtumia lisää sekä mahdollisuuden tutustua vieraisiin kulttuureihin. Hanke saattaisi muuttaa ihmisten suhtautumista venäläisiin myötämielisemmäksi ja suvaitsevaisemmaksi. Saarijärveläiset saattaisivat saada lomakylän mukana työpaikkoja, ja turistit maksaisivat osan palvelumaksuista. Turistit olisivat rikkaita ja valmiita kuluttamaan huvituksiin ja muuhun oheistoimintaan.

Suurena uhkana koettiin isänmaan myynti, mitä hankkeesta saattaisi seurata. Vastaajat pelkäsivät venäläisten tuovan mukanaan rikollisuutta, prostituutiota sekä rasismia. Turvattomuuden tunteen uskottiin lisääntyvän, koska venäläisiä pidettiin öykkäreinä. Venäläisten tuomien tulojen katsottiin jäävän heidän omiin taskuihinsa, koska heidän uskottiin tuovan mukanaan omat työntekijänsä. Tämä tarkoittaisi, ettei työpaikkojakaan synny lisää. Hankkeen huonon suunnittelun pelättiin pilaavan sen toteutuksen, ja jätteistä uskotaan syntyvän ongelmia. Turistien tuomien tulojen ei uskottu peittoavan turismista aiheutuvia kuluja. Osa vastaajista uhkaili poismuuton lisääntyvän Saarijärveltä, mikäli venäläiset tulevat alueelle. Tämän kaltainen liikehdintä ei olisi kaupungille edullista.



## 11 POHDINTA

Olimme seuranneet alueen lehdistä mielipidekirjoittelua, joissa selkeästi ihmisillä oli paljon sanottavaa hankkeesta. Aihe oli erittäin ajankohtainen ja hyvin tulenarka. Ajattelimme, että tällainen aihe olisi mielenkiintoinen ja siitä saisi hyvin kerättyä tietoa. Ihmisillä oli selkeästi paljon sanottavaa, ja tutkimuksen tekemisestä saimme sekä negatiivista että positiivista palautetta. Ihmiset vastasivat yllättävän aktiivisesti ja myös avoimiin kohtiin tuli paljon vastauksia. Suoranaisesti lomakylän tulemista Saarijärvelle ei vastustettu, vaan ennemminkin oltiin huolestuneita rahoittajan taustoista. Samalla myös pelättiin, ettei venäläinen ostaja toteuttaisi suunnitelmiaan vaan tarkoituksena olisi vain ostaa maa-alueita ja kustannukset jäisivät Saarijärven kaupungille.

Tärkein tulos oli, että enemmistö kaikista vastaajista koki, ettei heitä oltu kuunneltu hankkeesta ja että heitä tulisi kuunnella ja informoida enemmän. Tuloksista huomasimme pientä venäläisvastaisuutta erityisesti vanhemmassa väestössä. Hankkeen vaikutuksista luontoon oltiin erittäin huolissaan. Lomakylän ei uskottu parantavan Saarijärven matkailuimagoa, vaan päinvastoin. Yleisenä huolenaiheena pidettiin isänmaan myymistä venäläisille. Vuokraamista pidettiin osin parempana ja vartenotettavampana vaihtoehtona. Osin myös rikollisuuden lisääntymistä Saarijärvellä pelättiin. Hankkeen puolestapuhujat näkivät mahdollisen lomakylän tuovan elämää sekä positiivista kehitystä kaupungille. Alueelle toivottiin piristystä ja sitä toivottiin kehitettävän monipuolisempaan suuntaan, ympäristön ja luonnon ehdoilla.

Vastaajaryhmien väliset erot näkyivät selkeästi vastauksissa. Opiskelijat oli ehkä suopeimpia hankkeen suhteen ja he näkivät lomakylässä sekä hyviä että huonoja puolia. Tämän vuoksi ehkäpä pääosa opiskelijoiden vastauksista ei sijoittunut kumpiinkaan ääripäihin, vaan he olivat jokseenkin jompaakumpaa mieltä. Toinen vaihtoehto tälle saattoi olla se, ettei heillä ollut aivan selkeää kantaa tai tarpeeksi tietoa hankkeesta. Opiskelijoiden vastaukset jakoutuivat tasaisesti vaihtoehtojen kesken. Pääosa opiskelijoista koki Saarijärven kaupungin ja asukkaiden hyötyvän lomakylästä. Yli puolet heistä uskoi Saarijärven matkailuimagon kohentuvan mahdollisen lomakylän tulon myötä.

Eläkeläiset erottuivat jyrkillä mielipiteillään. Valtaosa vastauksista sijoittui ääripäihin ja eläkeläiset olivat keskenään melko yksimielisiä. Havaittavissa oli, että eläkeläiset vastasivat hyvin pitkälti tunnepohjalta. Tämä johtui varmasti paljolti heidän sodanaikaisista kokemuksistaan ja muistoistaan, jonka seurauksena tällä ryhmällä oli myös melko varautunut asenne venäläisiä kohtaan. Avoimissa kohdissa eläkeläisten vastauksissa oli paljon yhteneväisyyksiä. Vastauksissa vastustettiin hanketta nimenomaan siksi, koska ostajana olisi venäläinen taho. Tämän lisäksi he myös pelkäsivät menettävänsä palan isänmaata ja eivät ehkä halunneet venäläisten ilmestyvän heidän kotiseudulleen. Eläkeikäiset tunsivat vahvimmin, ettei heidän mielipiteitään ollut kuultu hankkeen suhteen tarpeeksi, sillä jopa 75 % vastasi olevansa tätä mieltä.

Työikäisten vastaukset olivat saman suuntaisia kuin eläkeläisten, mutta eivät niin jyrkkiä. Avoimissa kohdissa oli havaittavissa, etteivät he vastustaneet lomakylää ostajan kansalaisuuden vuoksi, vaan pikemminkin hankkeen rahoittajan taustojen epämääräisyyden ja vähäisen informaation vuoksi. He ei uskoneet käyttävänsä mahdollisen lomakylän palveluita ja eläkeläisten tapaan olivat sitä mieltä, että asukkaita ei ollut kuultu tarpeeksi hankkeen edetessä. Merkittävä valtaosa työikäisistä koki myös, että Saarijärvi on myymässä palan kaunista luontoaan. Yrittäjät puolestaan olivat avoimempia lomakylähankkeelle, kunhan sen rahoittajan taustat ovat kunnossa. Heidän vastauksensa jakautuivat melko tasaisesti väittämien kesken. Avoimissa kohdissa yrittäjät toivoivat venäläisten tuovan alueelle rahaa, mutta pääosa yrittäjistä ei väittämän mukaan uskonut paikallisten yritysten hyötyvän hankkeesta. Tärkeänä pidettiin, että hankkeen rahoitus on puhdasta. Monet yrittäjistä kokivat kuitenkin, että venäläisturismi on tervetullutta kaupunkiin. Joukossa oli myös niitä, jotka yrittäjyydestään huolimatta vastustivat hanketta kokonaisuutena.

Tuloksista emme juurikaan yllättyneet, sillä olimme etukäteen jo varautuneet suureen vastustukseen hanketta kohtaan. Olimme iloisia, että saimme vastauksia laidasta laitaan eri ammattiryhmiltä ja ikähaarukkin oli laaja. Positiivisesti olimme yllättyneitä myös siitä, että monet ihmiset jaksoivat vastata myös avoimeen kohtaan, osa hyvinkin perusteellisesti. Välillä tuntui, että osalla vastaajista väittämät olivat jopa toissijaisia kyselyssä ja he keskittyivät tuomaan mielipiteensä julki avoimessa vastauskohdassa. Erityisen tyytyväisiä olimme siihen, että opiskelijat olivat selkeästi

pohtineet väittämiä ja osasivat katsoa asiaa monesta näkökulmasta. Koko tutkimuksessa vaikeuksia tuotti toisinaan käsialoista selvän saaminen.

Nyt kun lähes koko urakka alkaa olla takana huomaa, että joitakin asioita olisi kannattanut tehdä eri tavalla tai eri tahdissa. Viimeisellä viikolla ennen palautusta kiireisenä meitä pitivät työn ulkoasuun ja lähteisiin liittyvät seikat. Jälkiviisaana olisi kannattanut varata aikaa enemmän työn tarkastamiseen ajatuksen kanssa sekä virheiden korjailuun. Tämän lisäksi meidän olisi jo alusta asti pitänyt olla järjestelmällisempiä lähteiden merkitsemisen kanssa, sillä loppupuolella lähteiden uudelleen etsiminen ja sivujen löytäminen aiheuttivat muutaman harmaan hiuksen. Kaiken kaikkiaan olemme todella tyytyväisiä lopputulokseen ja yllättyneitä, kuinka nopeasti työ lopulta valmistui. Vastoinkäymisiä oli jonkin verran, sillä välillä tiedostoja katosi ja saimme myös osaksemme ikävää palautetta työmme aiheesta. Tämä ei kuitenkaan lannistanut, vaan halusimme tehdä aloitetun työn loppuun.

## LÄHTEET

Ahvenlammen alueen myynti. Sampo-lehti. Mieli-pidekirjoitus nimimerkki Akka kylän raitilta. Julkaistu 2.10.2008.

Elkington, J. & Hailes, J. 2000. Pallo hallussa. Vihreän elämän opas. WSOY.

Erwin, P. 2005. Asenteet ja niihin vaikuttaminen. WSOY.

Helkama, K. Myllyniemi, R. Liebkind, K. 1998. Johdatus sosiaalipsykologiaan. Edita Publishing Oy.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto, Osa 1. Gummerus Kirjapaino Oy.

Iso-Ahola, S. 2007. Saarijärven matkailun Master Plan linjaa mahdollisuudet alueen matkailun kehittämiseksi. Toim. Iso-Ahola, S. Viitattu 16.10.2008. [www.viisaankivi.fi](http://www.viisaankivi.fi), uutisarkisto, 2007, toukokuu.

Kauppila, 2004. Matkailukeskusten kehitysprosessi ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla.

Koivisto, I. 2008. Venäläiset kävivät Ahvenlammella. Sampo. 9.10.2008.

Kulttuurit kasvokkain, kesseli-hanke, Suomussalmenkunta 2005

Lindroos, J-E & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. WSOY

Maakunnalliset matkailustrategiat. 2007. Matkailun edistämiskeskus. Viitattu 7.10.2008. [www.mek.fi](http://www.mek.fi), haku -> strategia, matkailun alueelliset ja paikalliset toimijat.

Malin, T. 2008. Suomeenkin sijoittanut venäläinen kytköksissä rahanpesuun. Viitattu 6.3.2009. [www.mtv3.fi](http://www.mtv3.fi), uutiset, arkisto, kotimaa, 2008, joulukuu.

Matkailufaktat 2007. Matkailun edistämiskeskus. Tilastot päivitetty 11.1.2008. Viitattu 3.11.2008. [www.mek.fi](http://www.mek.fi), tutkimukset ja tilastot, maakatsaukset, Venäjä.

Matkailu hiljeni edelleen elokuussa. Artikkelijulkaistu 16.10.2008. Keski-suomalainen. Viitattu 7.11.2008. [www.ksml.fi](http://www.ksml.fi), arkisto, lokakuu 2008.

Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2007, 2008. Tilastokeskus. [www.tilastokeskus.fi](http://www.tilastokeskus.fi), tilastot, liikenne ja matkailu, matkailutilastot, 2007.

Pesonen, P. 2007. Venäjän kulttuurihistoria. Palmenia.

Rautiainen, R. 2008. Ahvenlammen maakauppasuunnitelmat puhuttavat. Saarijärveläinen. Artikkelijulkaistu 10.9.2008. Viitattu 30.7.2008.

Saarijärven kaupunginhallituksen kokospöytäkirja. 2007. [www.saarijarvi.fi](http://www.saarijarvi.fi), ajankohtaista, kaupunginhallitus, 5.11.2007, Saarijärven matkailun kehittäminen

Saarijärven kaupunginhallituksen kokospöytäkirja. 2008. Julkaistu 21.7.2008. Viitattu 30.10.2008. [www.saarijarvi.fi](http://www.saarijarvi.fi), ajankohtaista, kaupunginhallitus, 21.7.2008, Aloite Ahvenlammen Ranta-asemakaavan laatimiseksi.

Saarijärven työpaikat vuosina 1990–2000. Viitattu 28.10.2008. [www.saarijarvi.fi](http://www.saarijarvi.fi), yleistä, Saarijärvi lyhyesti, elinkeinorakenne.

Saarijärvi – Hyvän elämän ympäristö. Viitattu 6.11.2008. [www.luonnonvoimaa.net](http://www.luonnonvoimaa.net), kunnat, Saarijärvi.

Santasalo, T. 2007. Matkailukohteiden kävijämäärä 2006. Matkailunedistämiskeskus. Viitattu 6.11.2009. [www.mek.fi](http://www.mek.fi), tutkimukset ja tilastot, tutkimukset, Matkailukohteiden kävijämäärä 2006.

Strengell, H. 2007. Tavoitteena viidessä vuodessa yli 300 luksusloma-asunnon rakentaminen. Saarijärveläinen. Viitattu 30.10.2008. [www.saarijarvelainen.fi](http://www.saarijarvelainen.fi), arkisto, näköislehti 30.7.2008.

Taskula, K. Matkailu kunnan menestystekijänä. 1997. Suomen kuntaliitto.

Ulkomaan matkailu: Venäjä-Russia. 2008. Matkailun edistämiskeskus. Viitattu 15.11.2008. [www.mek.fi](http://www.mek.fi), markkinointi, lähimarkkinat, Venäjä, markkinatieto.

Vaaherkumpu, M. 2009. Pitkä matka mahdolliseen myyntiin. Keski-suomalainen, Kotimaa. Artikkelijulkaistu 29.1.2009. Viitattu 10.2.2009.

Venäläinen tapakulttuuri. 2005. Toim. Suomi-Venäjä-Seura.

Venäläisten matkailu Suomeen jatkoi kasvuaan. 2007. MTV3 arkisto. Artikkelijulkaistu 10.5.2007. Viitattu 17.11.2008. [www.mtv3.fi](http://www.mtv3.fi), matkailu, arkisto, 2007.

Venäläisten matkailu Suomeen lisääntynyt

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa, määrällisen tutkimuksen perusteet. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Virallinen asukasluku vuodenvaihteessa 2007–2008. Väestörekisterikeskus. Viitattu 22.11.2008. [www.vaestorekisterikeskus.fi](http://www.vaestorekisterikeskus.fi), tilastot, Suomen asukasluvut vuosittain.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. WSOY

Yleistä Saarijärvestä. Viitattu 28.10.2008. [www.saarijarvi.fi](http://www.saarijarvi.fi), yleistä, Saarijärvi lyhyesti, yleistä.

Yli neljäsosa Suomen matkailutuloista tulee venäläisiltä. 2008. MTV3 arkisto. Artikkelijulkaistu 1.8.2008. Viitattu 17.11.2008. [www.mtv3.fi](http://www.mtv3.fi), uutiset, arkisto, 2008, elokuu.

## LIITTEET

### LIITE1. Mieliopikirjoituksia sekä artikkeleita paikallisista lehdistä

#### Tervetuloa!

Nyt kun kaupunkia ollaan viemässä matkailualalla oikeasti eteenpäin isoin askelein, Summassaaren aluetta kehitetään ja Ahvenlammen alueelle halutaan lomakylä. Jo oli korkea aikakin. Ihmettelen, miksi kaikkea uutta pitää aina vastustaa ja heittää hiekkaa rattaisiin.

Se varmaan johtuu uuden pelosta, ei uskalleta ottaa uutta vastaan, halutaan elää vanhassa kapeassa ajattelussa. Halutaan etsiä kielteisiä asioita esille, joilla myös juorulehdet myyvät.

Ok. Ymmärrän että Ahvenlammen kehittämistä vastustetaan, koska maksava ja ostava osapuoli on venäläinen. Kävisikö amerikkalainen tai intialainen paremmin?

Suomalaisia kauppaliikkeitä on jo paljon Venäjällä ja Baltian maissa ollut jo pitkään. Venäjä on Suomen

suurin kauppakumppani tällä hetkellä.

Kun nyt pari venäläistä liikemiestä haluaisi rakentaa kansainvälisen tason matkailukylän Ahvenlammelle, jonka palveluita saisivat käyttää myös paikalliset, niin eihän siitä voi olla muuta kuin hyötyä. Nythän Ahvenlammen leirintäalueelle ei pääse uimaan kuin ostamalla lipun.

Kyllä saarijärvellä maisemia riittää vaikka muille jakaa, on koskireittiä, kalastusjokia, vaikka mitä. Eihän Ahvenlammen maisemat kovin monia tällä hetkellä elätä. Nyt voidaan laittaa elättämään, samoin Summassaaren kohdalla. Ja saahan niitä lomamökkejä sitten varmaan paikallisetkin ostaa.

HUOMISEEN MYÖNTEISIN MIELIN

4. 9. 2008

#### Herätkää

Hyvät kaupunkimme asioista päättäjät, herätkää jo ja lopetaka Ahvenlammen myyntihaaveet. Ei raha saa määrätä, ja tuleeko sitä näistä kaupoista ensinkään? Annetaan palan kauneinta Saarijärveä olla saarijärveläisten.

RIITTA (KUUSELA) PARANTAINEN

#### Kolkanlahden puolesta

Saarijärveläiset päättäjät eivät tunnu ymmärtävän Kolkanlahden alueen merkitystä kaupungille.

Alue on ainoa lähialueella oleva maareservi lähellä keskustaa ja sopiva omakotialueeksi. Pienillä aluekaavoituksilla edistämällä eikä osittaisilla rakennuskieltoilla ja koulun lopetuksen uhkailuilla jarruteta alueen kehitystä.

Ahvenlammen alueen myyminen ulkolaisille liikemiehille on anteeksiantamaton teko meidän päättäjiltä.

Keskustapuolueella on valta Saarijärvellä ja ihmetelenkin, mihin on hävinnyt isänmaallisuus. Kyllä talous

pitää ratkaista muilla keinoilla kuin myymällä paras keidas ja vielä pohjavesialue.

Onneksi vaalitkin on tulossa. Ahvenlammen alue, Kolkanniemi, Parkatinniemi, Majalahden seutu, Runebergin ihailemat alueet, pidetään ne saarijärveläisillä. Siinä on haastetta myös juhlivalle Saarijärvi-Seuralle.

SEPPO KUUSELA

28. 8. 2008



## Ahvenlammen alueen myynti

2.10.2008

Ahvenlammen myynti tuntuu olevan niin iso asia, että pohdimista uusia kysymyksiä riittää. Miten Saarijärvi kehittyi/ muuttuu, jos hanke toteutuu? Useat kannanotot ovat olleet sen suuntaisia, että Ahvenlammen myynti ei maksa kaupungille mitään, vaan saatamme saada joskus tuottoja esim. kiinteistöveroina. Annamme maan käytännössä ilmaiseksi, myyntihinta riittää kunnallistekniikkaan? Saarijärven kehittäminen on tärkeää, mutta meillä ei taida nyt olla omia taloudellisia resursseja investointeihin. Ulkopuolinen raha investoi siihen, mitä sen oma liiketoiminta tarvitsee. Voiko käydä niin, että kaupan myötä kaupungille tulee myös sellaisia investointeja, toimintaa tai vaikutuksia nykyisiin toimintoihin, joita emme halua?

Jos Ahvenlammen alueelle rakennetaan 300 omistukseen perustuvaa luksuslomataloa, investointi on onnistuessaan iso (esim.  $300 * 250\,000,00 = 75$  milj.). Matkat Venäjälle ovat kuitenkin pitkät, jos asukkaat ovat lomataloissaan vain ker-

ran-pari vuodessa. Suomessa on paljon tällaisia muurien ympäröimiä venäläisten lomataloja, joita lämmitetään, vartioidaan, kadut aurataan ja katuvalot palavat ympäri vuoden, ei liene ympäristöteko? Sellaiset lomatalot, joita vuokrattaisiin jatkuvasti ja asukkaat vaihtuisivat, tuottaisivat kaupungille enemmän.

Ahvenlampi on tunnettu leirintäalueena kautta koko Suomen. Sitä on markkinoitu jatkuvasti. Mitä tapahtuu, jos se nyt myydään? Meillä on kasvavia, valtakunnallisesti markkinoituja tapahtumia kuten Kirmot. Missä voivat yöpyä esim. matkailuautoilla ja asuntovaunuilla liikkuvat vieraat? Päästämmekö heidät naapurikuntiin? On esitetty myös uuden leirintäalueen rakentamista. Jos kaupunki sen tekisi, se olisi suuri kustannus, joka syntyisi Ahvenlammen myynnin takia. Uudelle leirintäalueelle pitäisi löytää paikka, se pitäisi rakentaa ja ennen kaikkea markkinoida turisteille.

Liikenteen lisääntyessä kustannuksia tulisi varmaan

myös Kolkanlahden tiejärjestelyistä. Kylätie on kapea, mutkainen, pinnoite huono ja nykyinen talvikunnossapidon taso tekee siitä turvattoman liikkuu. Kevyenliikenteen väylät puuttuvat. Tuleeko kustannuksia myös uuden Ahvenlammen alueen kaduista ja valaistuksesta, vesija viemäriverkostosta ja mahdollisesti kaukolämmöstä?

Entä mikä on esim. nykyisen uimahallin kapasiteetti vastaanottaa uusia käyttäjiä niin, ettei likainen vesi aiheuta terveysriskejä? Joutuisimmeko laajentamaan uimahallia uusien turistien takia. Jos maksut ovat nyt kuntoaan ja terveystään hoitaville kaupunkilaisille 4-5 e, nostaisiko mahdollinen uusi kylpylä hinnat niin korkeiksi, ettei tavallinen kaupunkilainen enää voisi kuntoaan hoitaa? Lomakeskuksissa kylpylän päiväkäyntihinta on noin kolminkertainen.

Saarijärvi ei ole mikään varakkaan ihmisen ostosparatiisi, tämän hetken tarjonta kattaa vain tavallisen suomalaisen ihmisen arkiset tarpeet.

Isot kauppaketjut investoivat Palokkaan. Yleisesti on tiedossa, että venäläiset varakkaat turistit ostavat Suomesta luksustuotteita. Kun matkaillee Levillä tai Nilsiä Tahkovoorella on pakko todeta, että turismin myötä paikallisten asukkaiden tavallinen elämä maksaa enemmän kuin esim. Saarijärvellä. Toisaalta tulee uusia harrastusmahdollisuuksia; moottorikelkkasafareita, golfia jne. Lomakeskuspaikkakunnilla maksetaan kaikesta turistien hintoja.

Toivottavasti myyntipäätöstä tehtäessä päättäjillä on riittävästi tietoa ja visioita kaupan vaikutuksista kaupungin tulevaisuuteen ja kaupunkilaisten tuki päätökselle. Positiivisia vaikutuksia on helppo löytää, yleensä ostaja jo esittää niitä. Täytyisi kuitenkin löytää realistinen näkemys ja osata kartoittaa ja varautua mahdollisiin kaupan mukanaan tuomiin muutoksiin ja riskeihin.

AKKA KYLÄN RAITILTA

## Koivikosta männikköön

Pitkä ja sateinen kevät vaihtui syksyyn. Päälimmäisänä puheenaiheina kuntalaisilla tuntuu olevan maakaupat ja hirvikärpäset. Ainakin toistaiseksi koivut kaupungintalon vieressä saavat huojua rauhassa. Mutta kuinka käy Ahvenlammen seudun? Siinäpä olevilla ja tulevilla valtuutetuilla riittää kiemurtelemista. Kun vaalikkin painaa päälle on tarkkaan katsottava mihin suuntaan kumartaa, kun se ahteri voi viedä äänen toisaalta. Sampo-lehtikin on julkaissut kiitettävästi mielipiteitä sivuillaan, joissa etupäässä vastustetaan Ahvenlammen alueen myyntiä.

Kommentoin paria juttua. Hämäläisen Eero toi selvästi kantansa julki, että aluetta ei missään tapauksessa saa myydä ulkomaisten pelurien pelikentäksi. Lehtosen Kaukolle Pylkönmäellä etiäiset kiihki, että liity äkkiä maanpuolustusjärjestöön, ryssät tuloo. Tietysti tätä kielteistä kantaa täytyi hivenen loiventaa seuraavissa lauseissa, kuten työpaikat, verotulot ja niin edelleen. Kauko hallitsee kynän käytön, ja on arvostettu henkilö yli kuntarajojen. Nimimerkkien suojassa isketään roimin sanoin, mutta se heille suotakoon, niistä ei sen enempää. Yksi

asia on kuitenkin varmaa.

Meneekö seuraava loppukevennyksen piikkiin, vai liekö totta. Eräs metsuri sanoi kuulleensa, että nyt on löydetty Siperiasta iso hyönteinen joka hävittää hirvikärpäsiä. Kertoman mukaan niitä on tieteellisesti testattu useamman vuoden ajan. Tuonti Suomeen pitäisi alkaa lähiaikoina. Niitä myydään 200 sadan kappaleen laatikoissa, ja tämä määrä riittää putsamaan kahden hehtaarin alueen. Mietipä sitä kun kuljet syksyisessä metsässä.

REINO LINNA

18.9.2008



# Kolkanlahden kyläkokous veti tuvan täyteen

## Ahvenlammen maakauppasuunnitelmat puhuttavat



**Kolkanlahden koulun liikuntasali pulistelti kuntalaisista, kun kyläyhdistys kutsui kuntalaiset ja kaupungin teknisen johtajan Hannu Seppälän keskustelemaan Ahvenlammen alueta mahdollisesta maakaupasta. Keskustelua johti Sami Tuominen (sinisessä paidassa).**

Kysymykset sinkoilivat, kun Kolkanlahden koululle pakkautunut ihmistölkko sai sananvuoron kyläyhdistyksen järjestämässä kokouksessa torstaina 28.8. Tilaisuudessa keskusteltiin Ahvenlammen myyntineuvottelujen alla olevasta maa-alueesta, jonka venäläisen suursijoittaja **Denis Fokinin** yhtiö haluaisi ostaa. Yhtiö olisi kiinnos-

tunut rakentamaan alueelle noin 300 luksusioma-asuntoa, hotellin ja golf-kentän.

Tilaisuuteen kutsuttu kaupungin tekninen johtaja **Hannu Seppälä** kertoi, että Salusharju Oy:n omistama noin 15,6 hehtaarin kokoinen maa-alue on myyty venäläisille sijoittajille ja nyt on menettämässä rantaa asemakaavan luonnostyön

noin 100:lla viiden vuoden aika-haarakassa. Kaupungille tulisi hankkeesta kuluja ainostaan vierähten putkikoon suurenemisesta. Saarijärven kaupungin kiinteistöverojen tuotto kasvaisi sen sijaan nykyisellä veroasteella noin 360 000 euroa vuodessa, kun hanke on kokonaan suudessaan toteutunut.

**"Venäläiset ostavat Suomen"**

"Voideanko olla varmoja, että suunnitelmatt tulevat toteutumaan käytännössä?"

"Mihin leirintäalue siirtyy, jos nykyisen tilalle tulee pienkerosiilajia ja rivi-taloja?"

"Ei, voitaisi ensin seurata, miten Salusharjun alue etenee ja vasta sitten myydä lisää? Tai etkö maa-alueita voi vuokrata myynnisen sijaan?"

"Onko takuita siitä, että paikrakuntalaiset hyötyvät saamalla työpaikkoja?"

"Onko meillä ylipäänsä rahkeita myydä venäläisille pala kaunoina Saarijärveä?"

Näihin kysymyksiin yleisö halusi kiihkeästi vastauksia. Paikalle tulleet olivat selvästi puolustusasemissa, eikä puhaisin mahdollisen maakaupan positiivisista vaikutuksista haluttu uskoa.

Seppälä rauhoitteli kuulijoita toistamalla, että prosessi on vasta alkutahdissaan ja monia vaiheita on vielä edessä.

- Kaupunki voi heittää jarrut päälle heti, jos yhtiön alkaa epäilyttää, Seppälä vakuutti ja muistutti



**Mervi Mujusen** puheenvuoro oli jyrkkä "ei" kaavasuunnitelmiille. - **Katsotaan ensin, miten Salusharjun alue etenee ja myydään vasta sitten lisää, oli viesti päätäjille.**

lisäksi, että maakaupassa ollaan tekemisissä ihmisten kanssa, eikä kansallisuuden pitäisi siinä vaikuttaa.

Silti yleisöstä huokui huoli siitä, että kyseessä on nimenomaan venäläiset sijoittajat.

- Olemme Paavon pitäjistä, ja Paavosta kirjoitetaan että "Jummalta kasvun toivoi". Nyt me olemme toivomassa kasvua venäläisiltä Käypian niin kuin Georgiassa. **Tuomo Tittanen** varoittelee.

- Viktor Klimentovkin on joeklus sanonut, että ei venäläiset hyökkää Suomeen, ne ostaa Suomen. **Mervi Mujunen** totesi.

Huoli oli myös siitä, lunastavatko venäläiset lupauksensa. Huuonosta esimerkeistä oli kuultu, ja

olipa paikalla aktiivisia, jotka olivat soittelleet kunnin, joissa on tehty samankaltaisia suunnitelmia.

- Paikkakunnille on luvattu 50 työpaikkaa, mutta kaikki ovatkin menneet venäläisille, ja vuodessa homma on yssännyt kokonaan. **Anna-Maija Stolt** sanoi.

Seppälä vakuutti, että kuntalaisten mielipiteitä kuullaan ja että tiedotus tullaan hoitamaan heti, kun on jotain uutta kerrottavaa. Lokakuuseen tiedotustilaisuuteen tulevat näillä näkymin mukaan hankkeen sijoittajat. Tilaisuus on yleiselle avoin.

**Riina Rautainen**



# Venäläiset kävivät Ahvenlammella

Ensimmäiset venäläiset turistit saapuvat ensi viikonloppuna. Venäläisen sijoittajan Denis Fokin nimiin syyskuussa perustettu Lempilampi Oy on remontoinut hotellin tiloja. Myös Saarijärven kaupungin päättäjä on kutsuttu lauantaina tutustumaan juuri perustetun yrityksen toimintaan.

Lempilammen hallituksen jäsenet Kimmo Ojanen ja Konsertin Sukhin kävivät esittelyssä rakennussuunnitelmaan Saarijärven luottamushenkilöille maanantaina. Sukhin on Fokin omistaman Silita Solutions Oy:n toimitusjohtaja ja Ojanen

helsinkiläisen Huoneistopisteen myyntijohtaja. Lempilammen omistamalle 15 hehtaarin alueelle on tarkoitus kaavoittaa noin 60 loma-asuntoa. Normaali kaavan vahvistus vie noin puoli vuotta, joten rakentaminen voisi alkaa jo ensi kesänä.

Kaupungin edustajien ja yrityksen edustajien tapaaminen järjestettiin matalalla profiililla, eikä asiasta järjestetty tiedotustilaisuutta. Tiedotusvälineillä ei koussaliin ollut asiaa, vaikka osavaltuutetuista oli näin toivonutkin. Yleisölle avoin tiedotustilaisuus on luvassa vasta marraskuussa.

– Kunnallisvaaleilla ei ole mi-

tään tekemistä aikataulun kanssa. Meillä on linjaus, että kun yritysmaailman kanssa käydään neuvotteleja, emme voi paljastaa yritysrajoituksia. Yritykset tiedottavat omasta toiminnastaan, painottaa kaupungin valtuuston puheenjohtaja Jorma Viitanen.

Yrittäjiä ei tiedotusvälineiden paikalla olo olisi häirinnyt. Viitanen ei halta nostaa Ahvenlammepa vaalkysymyksiä:

– Voi olla, että ehdimme pitää toiset vaalit välissä, ennen kuin kaupungin omistamien maiden myyminen tulee ajankohtaisiksi. Lempilampi Oy ei ole vielä jättänyt ostotarjousta kaupungin

omistamista alueista. Keskiuomalaisen mukaan Salusharjun tontin rakentamisen jälkeen Sukhin ja Ojaseen tähtäimessä onkin golfkentän tekeminen. Sitä varten yhtiön on ostettava maata seurakunnalta, valtiolta ja yksityisiltä. Vasta tämän jälkeen on vuorossa rakentamisen mahdollinen laajentaminen kaupungin omistamille alueille. Täysimittaisen Lempilammen luksuslomakylän on tavoite valmistua vuoteen 2014 mennessä.

ILJA KOIVISTO



# Kolkanlahti vastustaa

## Kaupunki aikoo katsoa kortit loppuun saakka

Epäily ja ennakkoluulot olivat pinnassa Kolkanlahden koululla, kun kyläläiset kokoontuivat keskustelemaan Ahvenlammen tulevaisuudesta.

Kaupungin maiden myymistä venäläisille vastustavat puheenvuorot saivat taputukset täpötäydessä luokassa. Muutamia myönnettyjäkin kannanottoja kuultiin, mutta muuten hankkeen kannattajat tyytyivät supisemaan nurkissa.

### Rakentamaan jo ensi keväänä

Myyntiä kaupungin puolesta valmisteleva tekninen johtaja Hannu Seppälä joutui kysymysten ristituoleen.

Hannu Luotola: – Ovatko Saluskeskuksen alueen ja kaupungin omistamien alueiden rantakaavat naimisissa keskenään?

Hannu Seppälä: – Ostaja on kiinnostunut koko alueen ostamisesta. Myös vuokraus on mahdollista.

Luotola: – Mikä on aikataulu?

HS: – Salusharjun tontin osal-

ta se voisi käynnistyä jo huhtikuussa 2009. Sitten vuorossa olisi gasthaus-hotelli valtatieen varteen ja leirintäalueen ympäristön 32 hehtaarin rakentaminen. Viimeisenä vaiheena 21,5 hehtaarin alueen pohjoispuolella. Lisäksi rakennettaisiin golfkenttä, johon tarvitaan noin 90 hehtaaria. Kaupungilla ei ole maita, joten ostajan on neuvoteltava maanomistajien kanssa.

### Leirintäalue Summassareen?

Tuulikki Minkkinen: – Minne leirintäalue siirretään?

HS: – Yksi vaihtoehto on Summassaari.

Kirsi Mäkelä: – Onko kaupungilla tieto-taitoa toteuttaa tällainen kauppa?

HS: – Kysymys ei ole vaikeasta kaupasta. Kauppakirjoihin merkitään selkeästi ehdot. Tarvittaessa käytämme Kuntaliiton lakimiehiä. Emme neuvotele suoraan venäläisten kanssa vaan kauppaä hoitaa suomalainen kiinteistönvälittäjä Huoneistopiste.

Mäkelä: – Mikä on vesieäinpuiston kohtalo?

HS: – Vesieäinpuisto jatkaa toimintaansa normaalisti.

Eino Lintunen: – Onko valtuusto jo niin organisoitu, että kauppa syntyy?

HS: – Hallitus päättää maanalueiden myynnistä. Valtuusto puolestaan päättää ranta-asemakaavan hyväksymisestä. Päätöksen tekee seuraava valtuusto. Kaavan suunnittelu ei vielä ole niin pitkällä, että sen läpimenoa voisi arvioida.

### Ei takuuta työllistymisestä

Maikki Kuusela: – Henkilökuntaa on helppo tuoda idästä. Minkä takuun ostaja antaa, että uuden hotellin työntekijät ovat Saarijärveltä?

HS: – Kiinteistön hoito on luvattu paikalliselle yrittäjälle. Myös paikallisen rakennusliikkeen kanssa on neuvoteltu. Mitään takuuta näistä ei tietenkään voi kirjata.

Heikki Laitinen: – Jääkö kylä-

läisille uimapaikkaa?

HS: – Se huomioidaan ranta-asemakaavassa, johon voi jättää kirjallisen huomautuksen.

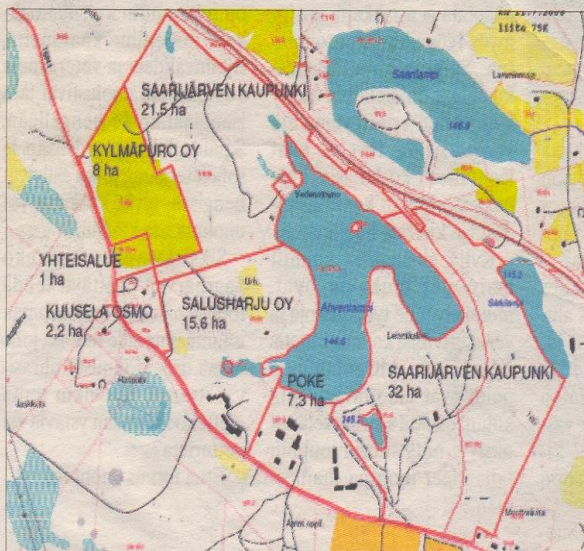
Mervi Mujunen: – Tuntuu siltä, että olet puolesi valinnut, etkä esitä puolueetonta arviota hankkeesta.

HS: – Ei tällaista asiaa voi viedä eteenpäin, jos sitä vastustaa. Hankkeen näyttää realistiselta. Seuraamme toki, miten saman sijoittajan jo käynnissä oleva rakentaminen Vammalan Ellivuoressa etenee, ja olemme valmiit lyömään jarrut päälle, jos vaikeuksia ilmenee.

Välillä keskustelu karkasi puheenjohtaja Sami Tuomisen hallinnasta. Välihuudoin Seppälältä tivattiin myös hintaa, jonka kaupunki aikoo maakaupalla ansaita.

– Olemme pyytäneet vastapuolelta ostotarjousta. Meillä on tavoitehintaa, mutta olisi tyhmää ilmoittaa se julkisuudessa, koska silloin ostaja tuskin antaisi sitä suurempaa tarjousta.

ILJA KOIVISTO



Salusharjun myymä tila länsirannalla. Kartta: Saarijärven kaupunki.

## Fokin osti Saluskeskuksen

Salusharju Oy on myynyt 15,6 hehtaarin Leiriharju-nimisen tilan Denis Fokinin Silta Solutions Oy:lle. Kauppaan kuuluvat myös entisen Hotelli Menninkäisen rakennukset.

Kauppahinta on osapuolien välinen salaisuus. Kaupungin teknisen johtajan Hannu Seppälän mukaan kauppakirjaan liittyy ehto, joka pienentää Salusharjun saamaa kauppahintaa asteittain, mikäli alueelle valmistuva rantakaava ei mahdollista Fokinin tavoittelemat 50 000 kerrosneliömetrin rakentamista.

Fokin on kiinnostunut ostamaan myös kaupungin omistamat alu-

et Ahvenlammen ympäristöstä. Kaikkiaan rakentaminen on noin 80 miljoonan euron investointi. Lisäksi mahdollisen golfkentän tekemiseen kuluu arviolta kuusi miljoonaa.

Hankkeen arvioidaan lisäävän Saarijärven asukasluokkaa noin sadalla hengellä. Viiden ensimmäisen vuoden aikana syntyisi myös sata työpaikkaa. Vuotuinen verotettava ansiotulo nousisi 2,2 miljoonaa euroa ja kiinteistövero kertyisi nykyisellä veroasteella noin 360 000 euroa tämän hetkistä enemmän.

ILJA KOIVISTO



# Fokin tarkentaa tietoja yhtiöidensä taustoista

29.1.2009

## SAARJÄRVI

Maari Vaaherikumpu

Saarjärven Ahvenlammen alueelle lomakylää suunnittele- va venäläinen liikemies **Denis Fokin** tarkentaa tiedotteessaan edustamiensa yhtiöiden taustoja. Fokinin lisäksi tiedotteen ovat allekirjoittaneet **Konstantin Sukhin** ja oikeudellisena neuvonantajana **Ville Salonen**. Salosen mukaan tiedote on

vastaus lähinnä MTV3:n 45 minuuttia -ohjelmaan. Siinä esitettiin marraskuussa väähteitä Fokinin yhteyksistä Venäjän poliittiseen johtoon ja IPOC-rahastoon, jota on epäilty rahanpesusta.

Tiedotteen mukaan Saarijärvi- tai Tiedotteen mukaan Saarijärvi- tai väi koskee ainoastaan Fokinin omistama yritys Hotelli Lempi- lampi Oy, jonka kotipaikka on Helsinki. Yhtiö on perustettu viime syyskuussa.

Fokin on Hotelli Lempilampi Oy:n hallituksen puheenjohtaja. Kaupparekisterin merkityt hallituksen muut jäsenet ovat Saarijärven kaupunginvaltuus- tollekin viime kesänä esittäyty- neet Sukhin ja **Kimmo Ojanen**, joka on helsinkiläisen Huoneis- topiستن myyntipäällikkö.

Hotelli Lempilammen toimi- tusohjaja on **Olga Sukhina**. Yhtiön postiosoite on sama kuin Silta Solutions Oy Ltd:llä, jota Konstantin Sukhin johtaa ja jonka hallituksen puheenjohtajana Fokin toimii.

### Ei yhteyksiä omistajaan

Tiedotteen mukaan Silta Solutionsilla ei ole osuutta Saarijärvi-projektiin. Silta Solutions on ostanut maata Yammalan Ellivuoressa. MTV3:n ohjelma käsittelee nimenomaan Silta Solutions-yhtiön taustoja.

Fokinin ja kumppaneiden tiedotteen mukaan Silta Solutionsin nykyiset omistajat, venäläissijoittajat **Ekaterina Mironova** ja **Yury Krivosov**, ostivat yhtiön vuonna 2006. Silta Solution perustettiin vuonna 2001 Tricorne Communicationsin nimellä, ja sen omisti tällöin Luxemburgin rekisteröity telealan sijoitusyhtiö Complus Holding. 45 minuuttia -ohjelman mukaan Complus Holdingin omistaa Bermudalle rekisteröity IPOC-rahasto, jonka puolestaan omistaa Venäjän presidentin neuvonantajia **Leonid Reiman**. Silta Solutionin hallitukseen kuuluivat nykyisin Fokin, Krivosov ja Sukhin. Tiedotteessa korostetaan, ettei yhtiön nykyisillä omistajilla, hallituksella ja johdolla ole yhteyksiä Complus Holdingiin tai Venäjän poliittiseen johtoon.

Keskisuomalainen 29.1.2009



## KESKISUOMALAINEN 29.1.2009

### PITKÄ MATKA MAHDOLLISEEN MYYNTIIN

**Saarijärvi: Kaupunki ei ole saanut tarjousta Ahvenlammen maista venäläissijoittajan yhtiöltä. Ympäristölautakunta käsittelee Salusharjun kaavaluonnosta helmikuussa.**

#### SAARIJÄRVI

Maarit Vaaherkumpu

Maanantaina Saarijärven päättäjiille luovutettiin reilun tuhannen henkilön allekirjoittama vetoamus, jossa vastustetaan Ahvenlammen alueen myyntiä. Saarijärven kaupunginjohtajan **Janne Kinnusen** mukaan vastustajat ilmaisivat mielipiteensä ”erittäin hyvissä ajoin”.

Saarijärven kaupunki ei ole saanut venäläisen liikemiehen **Denis Fokinin** omistamalta Hotelli Lempilampi Oy:ltä ostotarjousta Ahvenlammen alueesta, eikä ilmeisesti lähiaikoina saakaan. Kaupunki omistaa Ahvenlammelta noin 55 hehtaaria maata.

Viime kesänä Saarijärven kaupunginhallitukselle esiteltiin Fokinin ja kumppaneiden suunnitelmia rakentaa Ahvenlammelle liki sata miljoonaa euroa maksava lomakylä, joka sijoittuisi osaksi kaupungin maille. Tällöin hallitus näytti hankkeelle vihreää valoa.

– Olen ymmärtänyt, että he tahtovat kehittää Salusharjun aluetta ja seuraavaksi he ovat

kiinnostuneita alueesta, jonne he haluaisivat golfkentän. Vasta jos nämä hankkeet onnistuvat, he olisivat ostamassa kaupungin maata lomakylän laajennukseen, Kinnunen kertoo.

Golfkenttää on kaavailtu alueelle, jossa maata omistavat yksityiset, Saarijärven seurakunta ja valtio.

#### **Kaavaluonnos ehkä helmikuussa nähtäville**

Hotelli Lempilampi Oy on jo tehnyt kaupat Ahvenlammella Salusharju Oy:n kanssa Salusharjun vajaan 16 hehtaarin alueesta ja hotelli kiinteistöstä, mutta omistusoikeus ei ole vielä siir-



tynt ostajalle. Nyt odotetaan alueen kaavan valmistumista.

Salusharju Oy on teettänyt alueesta kaavaluonnoksen, joka tulee Saarijärven ympäristölautakunnan käsitteilyyn ensimmäisen kerran helmikuussa. Jos lautakunta hyväksyy kaavaluonnoksen, se asetetaan normaaliin tapaan nähtäville ja siitä voi esittää mielipiteitä.

Kaavan hyväksymisestä päätetään aikanaan Saarijärven kaupunginvaltuusto. Kaupunginjohtaja korostaa, ettei Salusharjua koskevalla kaavapäätöksellä ole mitään kytköstä tuleviin päätöksiin, joita muusta Ahvenlammen alueesta mahdollisesti myöhem-

min tehdään.

– Jos kaupungin maista tulee meille ostotarjous, se käsitellään aivan erillisenä asiana, Kinnunen sanoo.

MTV3:n 45-minuuttia -ohjelmassa Fokinilla sanottiin olevan yhteyksiä rahanpesusta epäiltyyn IPOC-rahastoon ja sitä kautta Venäjän politiikan huipulle. Kinnunen on keskustellut asiasta Hotelli Lempilammen edustajien kanssa.

– Olemme avoimesti ilmoittaneet, ettei taustoissa saa olla mitään epäselvää siinä vaiheessa, jos kaupungin maan myynti tulee ajankohtaiseksi. Heidän täytyy selvittää heihin kohdistettuja väitteitä, Kinnunen sanoo.





Ei vai kyllä Ahvenlammen lomakylähankkeelle? Saarijärveläisten mielipiteitä selvittävät Jenni Minkkinen (vas.) ja Miia Paananen.

## Ahvenlampi-mielipiteistä valmistuu tutkimus

Pitäisikö Ahvenlampi myydä venäläisille lomakylän perustamiseksi? Aiheesta lehtien palstoilla käyty kiiwas keskustelu antoi aiheen Jyväskylän ammattikorkeakoulussa opiskelevien Miia Paananen ja Jenni Minkkinen lopputyöhön.

– Selvitämme tutkimuksessa, mitä mieltä ihmiset lomakylähankkeesta ovat, ja millaiset asenteet venäläisiä kohtaan ovat, matkailualan restonomeiksi valmistuvat Paananen ja Minkkinen kertovat.

Tavoitteena on saada vastaukset kyselylomakkeeseen noin 200:lta henkilöltä. Paananen ja Minkkinen ovat haastatelleet ihmisiä paikallisessa ruokakaupassa. Lomakkeeseen voi vastata myös omatoimisesti Cafe Pica:ssossa sekä St1 Rantakivi

-huoltoasemalla ensi tiistaihin saakka.

– Teemme kyselyä puolueettomalla mielellä. Selvitämme ihmisten mielipiteen asiasta, sillä selkeästi heillä on lomakylähankkeesta saannottavaa.

### Muuttuuko imago paremmaksi?

Paananen ja Minkkinen toivovat, että heidän kevättalvella valmistuvaa tutkimustaan voidaan hyödyntää jollain tavoin.

– On tärkeää, että tällaisesta asiasta keskustellaan, sillä se koskettaa varmasti kaikkia kuntalaisia.

Kyselylomakkeessa tiedustellaan muun muassa sitä, arveleeko vastaaja hyötyvänsä mahdollisesta lomakylästä, muuttuisiko Saarijärven ima-

go lomakylän myötä parempan suuntaan ja onko kaupunki tiedottanut hankkeesta asukkaille tarpeeksi.

– Ihmiset ovat suhtautuneet kyselyyn myönteisesti. Mielipiteitä tuntuu olevan laidasta laitaan.

Paananen ja Minkkinen ovat suunnitelleet, että tutkimustulosten analysoinnissa omiksi ryhmikseen erotellaan kolkanlahtelaiset, nuoret, ikäihmiset ja työssä käyvät. Henkilöllisyydet eivät tuloksissa näy.

– Tutkimuksen tavoitteena on mielipiteen analysointi, saarijärveläislähtöinen Miia Paananen tiivistää.

### Kommentti

Ehdottikohan joku jo kesällä, että Ahvenlammen mahdollisesta myymisestä pitäisi järjestää kansanäänestys? Nyt aiheesta on tekeillä tutkimus. Tekijöitä kiinnostaa ihmisten mielipide lomakylähankkeesta sekä asenteet ostajakandidaattien kansallisuutta kohtaan.

Mielipidekysely on paitsi mielenkiintoinen, myös tärkeä. Satunnainen otanta ei kuitenkaan kyselyssä täysin toimi, kun mielipiteensä voi kirjoittaa paikassa, jossa viereisellä pöydällä kerätään adressia Ahvenlammen myymistä vastaan. Toisaalta nämä vastaukset voivat antaa tutkimukseen hyvän verrokkiryhmän.

MARJA TARVAINEN

MARJA TARVAINEN

**LIITE 2.** Vastauslomake**MIELIPIDETUTKIMUS SAARIJÄRVEN KOLKANLAHTEN SUUNNITELLUSTA  
MATKAILU- JA LOMAKYLÄSTÄ**

Olemme kaksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailun opiskelijaa. Teemme mielipide- ja asennetutkimusta opinnäytetyönämme. Tarkoituksenamme on selvittää tilastollisin menetelmin kaupungin asukkaiden mielipiteitä Kolkanlahteen suunnitellusta, venäläisomisteisesta lomakylähankkeesta. Vastaukset on luottamuksellisia ja yksittäistä vastausta ei voida tuloksista erottaa, vaan tuloksia käsitellään kokonaisuutena.

Ympyröi vastauksesi

**TAUSTATIEDOT**

- 1.Sukupuoli**                      1 Nainen                      2 Mies
- 2.Ikä** \_\_\_\_\_ vuotta
- 3.Koulutustausta**                      1 Kansakoulu / keskikoulu / peruskoulu  
2 Ylioppilas  
3 Ammatillinen perusaste / kauppakoulu  
4 Opistoaste  
5 AMK-tutkinto  
6 Korkeakoulututkinto (yliopisto)
- 4. Ammattiryhmä**                      1 Opiskelija  
2 Työntekijä  
3 Alempi toimihenkilö  
4 Ylempi toimihenkilö  
5 Yrittäjä / johtoasemassa  
6 Työtön  
7 Kotiäiti / koti-isä  
8 Eläkeläinen  
9 Muu, mikä? \_\_\_\_\_
- 5. Asuinpaikka**                      1 Saarijärven taajama  
2 Kolkanlahti  
3 Muu Saarijärven sivukylistä,  
mikä? \_\_\_\_\_  
4 Muu kuin Saarijärvi,  
mikä? \_\_\_\_\_
- 6. Oletko kuullut uudesta Kolkanlahteen valmistuvasta, ulkomaalaisille suunnatusta lomakylä hankkeesta?**
- 1Kyllä, mistä olet saanut tiedon? \_\_\_\_\_  
2En

Mikäli vastasit tähän kohtaan ”En”, vastaa vain kohtaan 7 ”Väittämiä suhtautumisesta venäläisiin”.

Ympyröikää mieleisenne vastaus

#### 7 VÄITTÄMIÄ SUHTAUTUMISESTA VENÄLÄISIIN

	Täysin eri mieltä		Täysin samaa mieltä	
	1	2	3	4
Suhtautumiseni lomakylään olisi myönteisempi, mikäli sen rahoittajana toimisi jokin kotimainen taho	1	2	3	4
Koen, että lisääntynyt maiden myyminen venäläisten vapaa-ajankäyttöön on uhka Suomelle	1	2	3	4
Venäläisten ilmestyminen Saarijärven katukuvaan on positiivinen asia	1	2	3	4
Tuttavapiiristäni löytyy venäläisiä	1	2	3	4
Minulla on varautunut asenne venäläisiä kohtaan	1	2	3	4
Venäjänsuomalaiset opasteet Saarijärven katukuvassa eivät häiritsisi minua	1	2	3	4
Venäläismatkailijoiden kaupungille tuomat tulot peittoavat matkailusta kaupungille koituvat rasitteet	1	2	3	4

#### 8 VÄITTÄMIÄ LOMAKYLÄSTÄ

	Täysin eri mieltä		Täysin samaa mieltä	
	1	2	3	4
Lomakylä on Saarijärven kaupungille tuottoisa hanke	1	2	3	4
Saarijärven asukkaat hyötyvät lomakylästä	1	2	3	4



<b>Kaupungin yritykset hyötyvät lomakylästä</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Lomakylä tuo saarijärveläisille asukkaille lisää työpaikkoja</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Henkilökohtainen mielipiteeni lomakylästä on myönteinen</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Lomakylä muuttaa Saarijärven matkailuimagoa parempaan suuntaan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Aion käyttää myös itse tulevaisuudessa lomakylän tarjoamia palveluja (golf, hotellin palvelut jne.) Koen lomakylässä tarjottavien palvelujen monipuolistavan Saarijärven palveluja ja aktiviteetteja</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Saarijärven asukkaita olisi pitänyt/pitäisi kuulla enemmän hankkeen suhteen</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Kaupunki on riittävästi informoinut asukkaita hankkeesta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

## 9 VÄITTÄMIÄ LOMAKYLÄN VAIKUTUKSISTA YMPÄRISTÖÖN

	<b>Täysin eri mieltä</b>	<b>Täysin samaa mieltä</b>		
<b>Saarijärvi on myymässä palan kauneinta luontoaan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Ympäristön kantokyky ei kestä suurta turistimäärää</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Alueen muutokset vaikuttavat radikaalisti ympäristöön</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Paikalliset ihmiset menettävät mahdollisuuden käyttää rauhallista virkistysaluetta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Turistikeskus aiheuttaa ongelmia tieliikennejärjestelyissä</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

**SANA VAPAA (mahdollisuus ilmaista mielipiteitä hankkeen hyvistä ja/tai huonoista puolista sekä suhtautumisesta venäläisiin turisteina)**

---

---

---

---

---

**Kiitos ajastasi ja vastauksistasi!**

**LIITE 3. Vastaajaryhmien väliset erot prosentteina**

		Ei vastausta	Täysin eri mieltä	Jokseenki n eri mieltä	Jokseenki n samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	Kokonai s- määrä
<b>Suhtautumiseni lomakylään olisi myönteisempi, mikäli sen rahoittajana toimisi jokin kotimainen taho</b>							
	Opiskelijat	1,6 %	8,1 %	30,6 %	35,5 %	24,2 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	20,6 %	12,7 %	19,0 %	41,3 %	100 %
	Yrittäjä	6,5 %	19,6 %	17,4 %	13,0 %	43,5 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	7,5 %	9,4 %	11,3 %	64,2 %	100 %
<b>Koen, että lisääntynyt maiden myyminen venäläisten vapaa-ajankäyttöön on uhka Suomelle</b>							
	Opiskelijat	1,6 %	21,0 %	29,0 %	38,7 %	9,7 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	15,9 %	17,5 %	19,0 %	41,3 %	100 %
	Yrittäjä	4,3 %	21,7 %	21,7 %	10,9 %	41,3 %	100 %
	Eläkeläiset	3,8 %	11,3 %	11,3 %	11,3 %	62,3 %	100 %
<b>Venäläisten ilmestyminen Saarijärven katukuvaan on positiivinen asia</b>							
	Opiskelijat	1,6 %	19,4 %	33,9 %	35,5 %	9,7 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	33,3 %	27,0 %	20,6 %	12,7 %	100 %
	Yrittäjä	6,5 %	21,7 %	21,7 %	28,3 %	21,7 %	100 %
	Eläkeläiset	5,7 %	43,4 %	26,4 %	17,0 %	7,5 %	100 %
<b>Tuttavapiiristäni löytyy venäläisiä</b>							
	Opiskelijat	1,6 %	62,6 %	14,5 %	9,7 %	11,3 %	100 %
	Työikäiset	11,1 %	41,3 %	19,0 %	9,5 %	19,0 %	100 %
	Yrittäjä	8,7 %	39,1 %	19,6 %	13,0 %	19,6 %	100 %
	Eläkeläiset	15,1 %	47,2 %	15,1 %	5,7 %	17,0 %	100 %
<b>Minulla on varautunut asenne venäläisiä kohtaan</b>							
	Opiskelijat	1,6 %	25,8 %	41,9 %	21,0 %	9,7 %	100 %
	Työikäiset	11,1 %	22,2 %	25,4 %	20,6 %	20,6 %	100 %
	Yrittäjä	47,8 %	10,9 %	17,4 %	8,7 %	15,2 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	17,0 %	17,0 %	24,5 %	34,0 %	100 %
<b>Venäjänkieliset opasteet Saarijärven katukuvassa eivät häiritse minua</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	25,8 %	38,7 %	6,5 %	25,8 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	42,9 %	11,1 %	17,5 %	22,2 %	100 %
	Yrittäjä	6,5 %	34,8 %	15,2 %	26,1 %	17,4 %	100 %
	Eläkeläiset	9,4 %	34,0 %	34,0 %	7,5 %	15,1 %	100 %
<b>Venäläismatkailijoiden kaupungille tuomat tulot peittoavat matkailusta kaupungille koituvat rasitteet</b>							

	Opiskelijat	9,7 %	6,5 %	45,2 %	30,6 %	8,1 %	100 %
	Työikäiset	9,5 %	30,2 %	23,8 %	17,5 %	19,0 %	100 %
	Yrittäjä	4,3 %	41,3 %	19,6 %	13,0 %	21,7 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	41,5 %	34,0 %	7,5 %	9,4 %	100 %
<b>Lomakylä on Saarijärven kaupungille tuottoisa hanke</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	11,3 %	29,0 %	50,0 %	6,5 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	47,6 %	15,9 %	17,5 %	12,7 %	100 %
	Yrittäjä	4,3 %	37,0 %	26,1 %	17,4 %	15,2 %	100 %
	Eläkeläiset	5,7 %	47,2 %	28,3 %	11,3 %	7,5 %	100 %
<b>Saarijärven asukkaat hyötyvät lomakylästä</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	21,0 %	24,2 %	45,2 %	6,5 %	100 %
	Työikäiset	4,8 %	46,0 %	25,4 %	14,3 %	9,5 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	39,1 %	23,9 %	21,7 %	15,2 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	41,5 %	26,4 %	18,9 %	5,7 %	100 %
<b>Kaupungin yritykset hyötyvät lomakylästä</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	17,7 %	25,8 %	41,9 %	11,3 %	100 %
	Työikäiset	4,8 %	31,7 %	34,9 %	14,3 %	14,3 %	100 %
	Yrittäjä	4,3 %	28,3 %	28,3 %	15,2 %	23,9 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	35,8 %	24,5 %	22,6 %	9,4 %	100 %
<b>Lomakylä tuo saarijärveläisille asukkaille lisää työpaikkoja</b>							
	Opiskelijat	4,8 %	14,5 %	30,6 %	40,3 %	9,7 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	46,0 %	19,0 %	19,0 %	9,5 %	100 %
	Yrittäjä	2,2 %	30,4 %	28,3 %	17,4 %	21,7 %	100 %
	Eläkeläiset	5,7 %	35,8 %	30,2 %	18,9 %	9,4 %	100 %
<b>Henkilökohtainen mielipiteeni lomakylästä on myönteinen</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	21,0 %	27,4 %	38,7 %	9,7 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	46,0 %	15,9 %	17,5 %	14,3 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	39,1 %	15,2 %	17,4 %	28,3 %	100 %
	Eläkeläiset	5,7 %	47,2 %	26,4 %	7,5 %	13,2 %	100 %
<b>Lomakylä muuttaa Saarijärven matkailuimagoa parempaan suuntaan</b>							
	Opiskelijat	4,8 %	12,9 %	21,0 %	51,6 %	9,7 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	46,0 %	17,5 %	19,0 %	11,1 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	39,1 %	23,9 %	15,2 %	21,7 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	49,1 %	26,4 %	7,5 %	9,4 %	100 %
<b>Aion käyttää itse tulevaisuudessa lomakylän tarjoamia palveluja. Koen lomakylässä tarjottavien palveluiden monipuolistavan Saarijärven palveluja ja aktiviteetteja.</b>							
	Opiskelijat	6,5 %	30,6 %	37,1 %	22,6 %	3,2 %	100 %
	Työikäiset	9,5 %	49,2 %	17, %	12,7 %	11,1 %	100 %

	Yrittäjä	0 %	52,2 %	10,9 %	23,9 %	13,0 %	100 %
	Eläkeläiset	11,3 %	54,7 %	20,8 %	9,4 %	3,8 %	100 %
<b>Saarijärven asukkaita olisi pitänyt / pitäisi kuulla enemmän hankkeen suhteen</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	4,8 %	17,7 %	35,5 %	38,7 %	100 %
	Työikäiset	7,9 %	4,8 %	9,5 %	9,5 %	68,3 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	8,7 %	17,4 %	10,9 %	63,0 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	3,8 %	9,4 %	3,8 %	75,5 %	100 %
<b>Kaupunki on riittävästi informoinut asukkaita hankkeesta</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	29,0 %	32,2 %	29,0 %	6,5 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	55,6 %	19,0 %	11,1 %	7,9 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	52,5 %	19,6 %	13,0 %	15,2 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	47,2 %	28,3 %	11,3 %	5,7 %	100 %
<b>Saarijärvi on myymässä palan kauneinta luontoaan</b>							
	Opiskelijat	4,8 %	12,9 %	22,6 %	24,2 %	35,5 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	11,1 %	7,9 %	17,5 %	57,1 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	15,2 %	19,6 %	15,2 %	50,0 %	100 %
	Eläkeläiset	5,7 %	5,7 %	5,7 %	11,3 %	71,7 %	100 %
<b>Ympäristön kantokyky ei kestä suurta turistimäärää</b>							
	Opiskelijat	3,2 %	16,1 %	35,5 %	32,3 %	12,9 %	100 %
	Työikäiset	7,9 %	12,7 %	17,5 %	23,8 %	38,1 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	19,6 %	23,9 %	19,6 %	37,0 %	100 %
	Eläkeläiset	5,7 %	5,7 %	11,3 %	17,0 %	60,4 %	100 %
<b>Alueen muutokset vaikuttavat radikaalisti ympäristöön</b>							
	Opiskelijat	4,8 %	11,3 %	24,2 %	30,6 %	29,0 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	14,3 %	9,5 %	20,6 %	49,2 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	13,0 %	26,1 %	26,1 %	34,8 %	100 %
	Eläkeläiset	3,8 %	7,5 %	3,8 %	18,9 %	66,0 %	100 %
<b>Paikalliset ihmiset menettävät mahdollisuuden käyttää rauhallista virkistysaluetta</b>							
	Opiskelijat	4,8 %	9,7 %	22,6 %	30,6 %	32,3 %	100 %
	Työikäiset	6,3 %	7,9 %	15,9 %	14,3 %	55,6 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	19,6 %	17,4 %	23,9 %	39,1 %	100 %
	Eläkeläiset	3,8 %	5,7 %	9,4 %	18,9 %	62,3 %	100 %
<b>Turistikeskus aiheuttaa ongelmia liikennejärjestelyissä</b>							
	Opiskelijat	4,8 %	16,1 %	40,3 %	27,4 %	11,3 %	100 %
	Työikäiset	9,5 %	15,9 %	19,0 %	19,0 %	36,5 %	100 %
	Yrittäjä	0 %	17,4 %	34,8 %	28,3 %	19,6 %	100 %
	Eläkeläiset	7,5 %	7,5 %	11,3 %	17,0 %	56,6 %	100 %

## LIITE 4. SWOT-analyysi avoimien vastausten perusteella

<p><b><u>VAHVUUDET</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Turismin lisääntyminen ja taloudellinen kehitys</li> <li>•Infrastruktuurin kehittyminen</li> <li>•Kaunis alue matkailukeskukselle</li> <li>•Kaupungin pirstyminen</li> <li>•Lisää uutta aktiviteettia kaupunkiin</li> <li>•Venäläisten tuomat verotulot ja tulot yrityksille/kaupungille</li> <li>•Alueen käyttö taloudellisesti järkevästi</li> </ul>	<p><b><u>HEIKKOUEDET</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Massaturismin jättämät haitat alueelle ja ympäristölle</li> <li>•Paikallisten asukkaiden luottamus venäläisiä kohtaan osin heikko</li> <li>•Pelko huijatuksi tulemisesta</li> <li>•Yleiset virkistysalueet häviävät paikallisten asukkaiden käytöstä</li> <li>•Maan myynti lopullista, vuokraaminen eri asia</li> <li>•Sotaveteraanien taistelu itsenäisen maan puolesta, ei nytkään "vapaaehtoista" maanmyyntiä</li> <li>•Hautausmaan ja vedenottamon toiminta häiriintyy lomakylästä</li> <li>•Suomikuvan ja identiteetin menetys</li> </ul>
<p><b><u>MAHDOLLISUUDET</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Alue tulee muuttumaan virkeämmäksi</li> <li>•Aina kun jotain saa, on jostain luovuttava</li> <li>•Avarakatseisuus venäläisiä kohtaan</li> <li>•Mahdollisuus työpaikkoihin ja positiiviseen kehitykseen</li> <li>•Alueelle tulisi edes jotain, sillä se ei nykyisellään tuota juuri mitään</li> <li>•Golfkenttä ja muut aktiviteetit</li> <li>•Turistit, jotka venäjältä tulevat, ovat rikkaita ja kuluttavat paljon</li> <li>•Venäläisturistit maksaisivat osan paikallisten asukkaiden palvelukuluista</li> </ul>	<p><b><u>UHAT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Isänmaan myynti uhka</li> <li>•Rikollisuus lisääntyy, varastetun tavaran vieminen lisääntyy</li> <li>•Turvallisuuden menettäminen</li> <li>•Luonnon ja rauhan vahingoittaminen</li> <li>•Alue tulee muuttumaan</li> <li>•Hankkeen huono suunnittelu</li> <li>•Rasismi</li> <li>•Jos raha ei tulekaan kunnalle vaan venäläisille</li> <li>•Työpaikat venäläisille saarijärveläisten sijaan</li> <li>•Saarijärveläisten asukkaiden poismuutto tulisi lisääntymään, mikäli hanke toteutuisi?</li> <li>•Rahoittajan tausta epämääräisiä -&gt; rahanpesu?</li> <li>•Imagon menetys</li> <li>•Riittävätkö hankkeesta koituvat tulot hankkeesta johtuviin kuluihin: tiet, vesi/viemäri, kaavoitus sekä valvonta?</li> <li>•Kulttuuri ja historia häiriintyvät</li> <li>•Mahdollinen prostituution ilmestyminen seudulle</li> <li>•Venäläisturistien käyttäytyminen mahdollisesti öykkärimäistä</li> <li>•Jäteongelmat</li> </ul>