

Minna Hakkarainen – Jari Järviluoma – Petri Muje

VENÄLÄINEN MATKAILIJA ITÄ-SUOMESSA

Katsaus matkailun kehitykseen ja poimintoja nousevista trendeistä

Saimaa University of Applied Sciences Publications



Saimaan ammattikorkeakoulun julkaisuja

Sarja A: Raportteja ja tutkimuksia 48

ISBN 978-952-7055-08-3 (PDF)

ISSN 1797-7266

LYHENTEET

ENPI CBC	The European Neighbourhood and Partnership Instrument Cross- Border Cooperation
ESR	Euroopan sosiaalirahasto
INKA	Innovatiiviset kaupungit (-ohjelma)
LUT	Lappeenrannan teknillinen yliopisto (Lappeenranta University of Technology)
TEM	Työ- ja elinkeinoministeriö
TKI	Tutkimus-, kehitys- ja innovaatio(toiminta)
UM	Ulkoasiainministeriö

ESIPUHE

Tämä tutkimus on tuotettu osana Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamaa From Borders to Shared Space-hanketta (BOSS, 2014-2015). Hankkeen keskeisenä tavoitteena on pysyvän ja kehittyvän TKI-kumppanuusverkoston rakentaminen Suomen raja-alueille. Tutkimusraportti keskittyy Suomen ja Venäjän väliseen raja-alueeseen erityisesti Etelä-Karjalan maakunnan, mutta myös Pohjois-Karjalan ja Kainuun maakunnissa tapahtuvan kehittämistoiminnan näkökulmasta.

Hankkeen konkreettiset tavoitteet, jotka ovat antaneet suuntaa tälle tutkimukselle, voidaan kiteyttää seuraavasti: Hanke pyrkii luomaan/tuottamaan (1) uusia innovaatioita ja kehittämishankkeita; (2) yhteisjulkaisuja (yritysten, ammattikorkeakoulujen ja kumppanikorkeakoulujen kesken) sekä (3) tarvelähtöistä kehittämistietoa. Tässä tutkimuksessa näitä tavoitteita kohti edetään matkailusektorin kehittämishaasteiden, mutta myös kehittämispotentiaalin näkökulmista.

Tutkimus on laadittu Helsingin yliopiston Aleksanteri-instituutin, Saimaan ammattikorkeakoulun sekä Kainuun ammattikorkeakoulun tutkijoiden yhteistyönä. Haluan lämpimästi kiittää erityisesti Jari Järviluomaa tähän tutkimukseen koostusta tilastotiedosta ja niiden graafisesta esityksestä, Kainuuta koskevien osuuksien kirjoittamisesta sekä alkuperäistä käsikirjoitustani koskevista rakentavista kommentteista, joiden pohjalta jatkoimme tiiviissä yhteistyössä tekstin muokkaamista lopulliseen asuunsa. Petri Mujeelle suurkiitos Wildlife- ja kalastusmatkailua koskevan osion kirjoittamisesta. Lopuksi-kappaleen kirjoittamiseen ovat osallistuneet kaikki tutkimuksen tekijät. Toivonkin, että olemme voineet yhdessä avata lukijoille uusia näkökulmia matkailun moniin mahdollisuuksiin toimintaympäristön tämänhetkisistä erityishaasteista huolimatta.

Helsingissä 8. joulukuuta

Minna Hakkarainen

vastuullinen tutkija, Aleksanteri-instituutti / Saimaan ammattikorkeakoulu

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Tutkimuksen lähtökohdista	6
1.2	Tutkimusaineistosta ja sen rajoitteista	7
2	ITÄ-SUOMEN MAAKUNNAT TOIMINTAYMPÄRISTÖINÄ	8
2.1	Etelä-Karjala	10
2.2	Pohjois-Karjala ja Kainuu.....	13
2.3	Venäläismatkailun edistämistoimet.....	17
3	VENÄLÄISET MATKAILIJAT SUOMESSA	20
3.1	Venäläismatkailun kehitys.....	21
3.2	Venäläiset matkailijoina	28
4	NOUSEVIA MATKAILUTRENDEJÄ	32
4.1	Terveysmatkailu.....	33
4.2	Hyvinvointimatkailu	43
4.3	Ruokamatkailu	46
4.4	Koulutusmatkailu.....	53
4.5	Wildlife- ja kalastusmatkailu.....	55
5	LOPUKSI.....	57

1 JOHDANTO

Suomen matkailukysyntä on kasvussa, vaikka eurooppalaisesta näkökulmasta Suomi onkin melko marginaalinen matkailun kohdema. Alkaneella vuosituhanella ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset tilastoiduissa majoitusliikkeissä ovat nousseet 42 prosentilla. Kasvuluvuissa näkyy erityisesti venäläisten matkailijoiden lisääntynyt määrä, sillä heidän tuottamat yöpymisvuorokaudet lisääntyivät aikavälillä 2000 – 2013 lähes 252 prosentilla. Maakunnista esimerkiksi Etelä-Karjalassa venäläisyöpymiset kasvoivat 1 206 prosenttia, Pohjois-Karjalassa 261 prosenttia ja Kainuussa 113 prosenttia (Tilastokeskus 2014). Yöpymisen sisältävien matkojen ohella huomattavaa nousua tapahtui myös venäläisten lyhyen viipymän ostosmatkailussa, joka ei kirjaudu majoitustilastoihin.

Vaikka geopoliittinen tilanne ja ruplan devalvoituminen suhteessa euroon ovat viime aikoina vähentäneet venäläisten Suomi-matkailua, ovat venäläiset edelleen Suomeen suuntautuvan matkailun selkeästi merkittävin ulkomaalaisryhmä. Taantumasta huolimatta – tai ehkä juuri sen takia – ei siis ole samantekevää, millaisen matkailukokemuksen kera venäläinen vierailija palaa kotimaahansa.

1.1 Tutkimuksen lähtökohdista

Tutkimus pyrkii tuottamaan tarvelähtöistä kehittämistietoa matkailualan kehittäjille, yrittäjille ja muille toimijoille. Tutkimusta ohjaa oletus, että sen lukijakunta edustaa erityyppisiä toimijoita kuten yritysten johtoa ja henkilöstöä, ammattikorkeakoulujen opettajia ja kehittämistyötä tekevää henkilöstöä sekä muita alueellisia toimijoita. Tästä syystä teksti pyrkii selkeyteen ja yleistajuisuuteen.

Tutkimus pyrkii vastaamaan seuraaviin keskeisiin kysymyksiin:

- Kuinka Suomen ja Venäjän raja-alueyhteistyön toimintaympäristö on muuttunut tai sen ennustetaan muuttuvan ja kuinka nämä muutokset heijastuvat matkailutoimialaan?

- Merkittävät yhteiskunnalliset ja taloudelliset muutokset?
- Merkittävät kulttuuriset muutokset?
- Globaalit, alueelliset ja/tai alakohtaiset trendit?
- Millaisia kehittämistarpeita aineistosta nousee esiin?
 - Haasteet alueelliseen tutkimus- ja kehittämistyöhön?

Tämä tutkimus on ns. systemaattinen kirjallisuuskatsaus (systematic review), joka hyödyntää aiempia tutkimuksia ja selvityksiä, joiden voidaan katsoa olevan relevantteja tutkimuksen tavoitteiden näkökulmasta. Kysymyksessä on laadullinen tutkimus, joka nostaa esille sellaista olennaista tietoa, joka auttaa hanke-toimijoita identifioimaan ituja uusien kehittämistoimenpiteiden ideoimiselle ja toteuttamiselle. Kuten missä tahansa kehittämistoiminnassa, myös Suomen ja Venäjän välisen yhteistyön kehittäminen tapahtuu aina jossakin konkreettisesti kontekstissa, joka suoraan tai epäsuorasti voi tukea tai haitata yhteistyön tavoitteiden saavuttamista. Tutkimus pyrkiikin luomaan katsauksen suomalais-venäläisen yhteistyön kontekstiin sekä yleisellä tasolla että tutkimukseen valittujen itäsuomalaisten maakuntien (Etelä-Karjala, Pohjois-Karjala ja Kainuu) näkökulmista.

1.2 Tutkimusaineistosta ja sen rajoitteista

Tutkimus pohjautuu aineistoon, joka on pääosin julkaistu vuonna 2010 tai sitä myöhemmin. Näin on pyritty varmistamaan aineiston ajantasaisuus. Joissakin tapauksissa myös tätä vanhempaa aineistoa on otettu valikoiden mukaan, erityisesti silloin, jos tuoreemman aineiston määrä on vähäinen tai aineistolla on muutoin lisäarvoa tutkimuksen näkökulmasta.

Analyysiä varten kerätty matkailututkimus on melko heterogeenista. Tiedonhakuvaiheessa kävi ilmeiseksi, että suurin osa olemassa olevasta kotimaisesta aineistosta on tehty ammattikorkeakoulujen opinnäytteinä. Parhaimmillaan opinnäytetöiden vahvuutena on niiden konkreettisuus ja selkeä rajaus sekä tiedon suhteellisen helppo sovellettavuus matkailutoimialan kehittämiseksi. Esimerkiksi Nurvala (2014) käsittelee kiinnostavalla tavalla ruokamatkailua nouse-

vana ilmiönä, johon myös suomalaiset matkailutoimijat voisivat tarttua omassa tuotekehityksessään.

Opinnäytteiden käyttäminen tutkimusaineistona ei kuitenkaan ole ongelmaton. Kriittisesti tarkastellen ongelmia esiintyy käytetyn aineiston määrässä, tutkimusmenetelmissä sekä aineiston käsittelyssä ja sitä kautta tutkimusten johtopäätöksissä ja luotettavuudessa. On syytä todeta, että aineistoon liittyvät haasteet eivät rajoitu ammattikorkeakouluissa tuotettuihin opinnäytteisiin. Esimerkiksi Hakkarainen (2014) on kiinnostavalla tavalla pohtinut arvonluonnin erityispiirteitä Venäjälle suuntautuvan kulttuuriviennin suunnittelua käsittelevässä pro gradussaan. Tutkimuksen aineisto koostuu kuitenkin vain viiden asiantuntijan teemahaastatteluista, joista yksi on matkailuun ja elämystuotantoon erikoistunut asiantuntija. On selvää, että laajempi haastatteluaineisto olisi mahdollistanut aiheen moniulotteisuuden voimakkaamman esille nostamisen sekä vahvistanut tutkimuksen käytettävyyttä, vaikka tämänkaltaisen kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena ei olekaan sen tuottaman tiedon yleistettävyys, vaan pikemminkin tarkastelun kohteena olevan ilmiön syvällinen ymmärtäminen.

Tutkimusraportti rakentuu seuraavasti. Luku kaksi keskittyy toimintaympäristön kuvaukseen. Luku kolme tarkastelee matkailutilastojen sekä muun tutkimusaineiston valossa Venäjältä Suomeen suuntautuvaa matkailua sekä venäläismatkailijoiden odotuksia Suomen matkoja koskien. Luku kolme nostaa valikoiden esille nousevia matkailutrendejä, kuten terveys- ja hyvinvointi- sekä ruokamatkailua. Lisäksi luku neljä käsittelee tutkimuksesta kokonaisuudessaan esille nousevia seikkoja, joilla nähdään olevan yleistä merkitystä matkailutoimialan kehittämiseksi.

2 ITÄ-SUOMEN MAAKUNNAT TOIMINTAYMPÄRISTÖINÄ

Matkailutoimijat työskentelevät ympäristössä, jonka toimintaa ohjaavat ja määrittävät monenlaiset ulkoiset tekijät. Tässä kappaleessa toimintaympäristöä lähestytään kahdesta eri tulokulmasta: Ensin tarkastellaan ns. laajaa toimintaympäristöä, johon lasketaan kuuluvaksi suomalais-venäläistä yhteistyötä välillisesti

määrittävä poliittinen ja taloudellinen toimintaympäristö. Tämän jälkeen huomio siirtyy paikallisen toimintaympäristön tarkasteluun kolmen valitun maakunnan näkökulmasta. Toisin sanoen, tarkastelun kohteeksi otetaan Etelä-Karjalan, Pohjois-Karjalan ja Kainuun maakuntaohjelmat ja niiden kautta piirtyvä tahtotila venäläismatkailun kehittämistä.

Suomen ja Venäjän välisellä vuorovaikutuksella ja yhteistyöllä on pitkät perinteet. Suomen EU-jäsenyyden myötä maiden välinen yhteistyö on saanut uudet institutionaaliset raamit sekä konkreettisia instrumentteja Suomen ja Venäjän raja-alueet ylittäviin hankkeisiin muun muassa ENPI CBC -ohjelman puitteissa. Vuosina 2007 - 2013 raja-alueilla toteutettiin kolmea ohjelmaa: Kolartic, Karelia ja Kaakkois-Suomi. EU:n tuki hankkeille oli 87,6 milj. euroa. (UM 2011; ks. myös UM 2010; EC 2013). Ohjelmien vaatimaa kansallista rahoitusta hallinnoivat maakuntien liitot. EU:n ja Venäjän suhteet ovatkin laajat, joskaan eivät ongelmattomat. EU on Venäjän suurin kauppakumppani ja EU maat kattavat 75 % Venäjälle tehdyistä ulkomaisista investoinneista. Syvin riippuvuussuhde EU:lla ja Venäjällä on energiasektorilla. Runsaat 80 prosenttia Venäjän raakaöljystä menee Eurooppaan ja noin kolmasosa EU:hun tuotavasta kaasusta, raakaöljystä ja hiilestä on peräisin Venäjältä. (UM 2011). Suomen tuonti Venäjältä heijastelee tätä yleiseurooppalaista linjaa Venäjän kaupan osalta. Vuonna 2013 Venäjän tuonnistamme 84 % koostui öljystä, öljytuotteista, kaasusta, sähköstä sekä kivihiiilestä (Seppälä 2014: 20). Energiaan perustuvan EU:n ja Venäjän välisen kaupan on pitkään ajateltu tuottavan ns. positiivista keskinäisriippuvuutta, jonka ansiosta Venäjän intresseissä on uskottu olevan hyvin EU-suhteiden ylläpito. Ukrainan kriisin seurauksena EU:n piiristä on noussut julkisuuteen yhä enemmän näkemyksiä, joissa riippuvuus Venäjältä tuotavasta energiasta on ongelma, josta on pyrittävä aktiivisesti eroon.

Vuoden 2014 alkupuolella alkanut Ukrainan kriisi ja siihen liittyvä Krimin niemimaan liittäminen Venäjään onkin olennaisesti heikentänyt EU:n ja Venäjän välisiä suhteita. Vaikka kriisin kesto tai etenemistä on mahdotonta ennustaa, on selvää, että sen vaikutukset Suomen ja Venäjän väliseen raja-alueyhteistyöhön ovat jo näkyvissä poliittisen asenneilmaston muuttumisena yhteistyölle epäedul-

liseen suuntaan että suomalaisyritysten investointihalukkuuden vähenemisenä Venäjä-toimintoihin liiketaloudellisten riskien kasvaessa.

Esimerkiksi matkailun toimintaympäristön muutosten vaikutuksista käy EU:n Venäjä-pakotteiden ja Venäjän vastapakotteiden matkailulliset seuraamukset. Venäjän asettamilla elintarvikkeiden tuontikielloilla on arvioitu olevan piristävää vaikutusta muutoin lamassa olevaan venäläisten ostosmatkailuun (Valtiovainministeriö 2014). Toisaalta julkisuudessa esitetyt tiedot Venäjän valtion virkamiesten matkustusrajoitusten kiristymisestä sekä ruplan heikentynyt vaihtokurssi vaikuttavat päinvastaisesti Suomeen suuntautuvaan matkailuun. Nämä ja muut odottamattomat muutokset toimintaympäristössä tekevät matkailullisten kokonaisvaikutusten ennakkoinnista varsin haasteellisen tehtävän.

Voidaankin spekuloida, palaako venäläismatkailun kehitys talouden ja geopolittisen tilanteen normalisoiduttua aiemmalle kasvu-uralle vai onko Suomen kilpailuasemassa suhteessa muihin maihin – esimerkiksi Viroon – tapahtumassa pitkäkestoisempia muutoksia. Virossa rajajonot ovat lyhyempiä, hintataso Suomea edullisempi ja venäjänkielistä palveluhenkilökuntaa on helposti saatavilla. Kun tähän lisätään Viron palvelu- ja ostostarjonnan sekä liikenneyhteyksien parantuminen, voi Viro vastaisuudessa olla venäläisille ja etenkin pietarilaisille huomattavan vetovoimainen ostosmatkailukohde Suomen rinnalla (Dobrowolski 2014).

2.1 Etelä-Karjala

Globaali rakennemuutos, joka heijastuu voimakkaasti yritystoiminnan edellytyksiin, on merkinnyt tuotannollisen toiminnan siirtymistä vauraista länsimaista halvemmän tuotantotason maihin, erityisesti Aasiaan. Tämä muutos on vaikuttanut ja vaikuttaa myös jatkossa sekä Suomen että Etelä-Karjalan maakunnan kehitykseen. Etelä-Karjalasta on rakennemuutoksen seurauksena kadonnut tuhansia työpaikkoja. Vuoden 2013 työnvälistystilaston mukaan työttömänä oli 12,8 % maakunnan työvoimasta. Huomion arvoista on se, että sekä pitkäaikaistyöttömyys että nuorten työttömyys ovat kasvaneet viimeisten vuosien aikana. (E-K

liitto 2014a: 9-10). Maakunnan näkökulmasta yksi keskeisiä alueellisia haasteita onkin luoda edellytykset uudentalaiselle osaamis pohjaiselle yritystoiminnalle ja siten uusille työpaikoille. Elinkeinorakenteen uudistuminen onkin yksi keskeisistä tavoitteista maakunnan merkittävimmän aluekeskuksen, Lappeenrannan kaupungin elinkeino-ohjelmassa 2013-2016. Ohjelmassaan Lappeenrannan kaupunki on ilmaissut vahvan tahtotilansa Venäjän naapuruuden hyödyntämiseen. Nousevana alana mainitaan terveys- ja hyvinvointipalveluiden kehittäminen mukaan lukien kuntoutus- ja vaativan sairaanhoidon palveluiden vientitoiminta sekä innovatiiviset terveys- ja hyvinvointipalvelut perinteisemmän matkailuelinkeinon tukemisen rinnalla. (LPR 2013).

Etelä-Karjalan maakunta lukeutuu maamme muuttotappiosta kärsiviin alueisiin: vuosina 1990–2012 Etelä-Karjala menetti keskimäärin 351 asukasta/vuosi. Väestökehityksen trendi onkin vähenevä ja ikääntyvä. Vuoden 2013 lopussa Etelä-Karjalassa asui 132 252 henkeä. (E-K liitto 2014a: 7). Lappeenranta on maakunnan vetovoimaisin kaupunki. Ennusteen mukaan Lappeenrannan väestömäärä alkaa kasvaa maahanmuuton ansiosta, mutta maakunnan muiden alueiden ennakoitaan edelleen kärsivän väestömäärän vähenemisestä. Lappeenrannan ansiosta vähenemisvauhdin koko maakunnan tasolla ennakoitaan kuitenkin hidastuvan. Osa Lappeenrannan vetovoimasta säteilee myös sen kehyskuntiin. Kilpailukyvyltään Lappeenranta sijoittuu maamme kahdentoista suurimman kaupunkiseudun vertailussa sijalle kahdeksan (E-K liitto 2014a: 6).

Epäsuotuisa väestökehitys heijastelee paitsi yleistä väestörakenteen muutosta maassamme (vanhusten osuuden kasvu suhteessa muuhun väestöön), myös sitä tosiasiaa, että maakunta ei ole kyennyt pitämään kiinni maakunnassa korkeakoulutetuista nuorista. Lappeenrannan teknillisestä yliopistosta valmistuneista vain noin 20 % jää alueelle, Saimian opiskelijoista noin puolet (E-K liitto 2014a: 24). Positiivista on se, että Saimian Imatran yksikössä toteutettavan hotelli- ja ravintola-alaan keskittyvän restonomikoulutuksen suorittaneet opiskelijat työllistyvät entistä paremmin maakunnan yrityksiin (Saimia 2013). Muualta alueelle opiskelemaan tulleet kuitenkin muuttavat usein alueelta pois valmistumisen jälkeen. Tämä johtuu osaltaan siitä, että alueella on vain vähän keskisuuria kasvuyrityksiä, jotka voisivat työllistää korkeasti koulutettua työvoimaa. Ete-

lä-Karjalan kyky houkutella osaamisintensiivistä työvoimaa onkin nähtävä keskeisenä tulevaisuuden haasteena. Alueen asukkaiden koulutustaso on alhaisempi kuin maassa keskimäärin. (E-K liitto 2014a: 11).

Haasteista huolimatta Etelä-Karjalan maakunnalla on myös selkeitä vahvuuksia. Bruttokansantuotteella mitattuna BKT:n kasvu/asukas on ollut vuosina 2010-2011 maakunnassa yli kolme kertaa suurempaa kuin Suomessa keskimäärin (Etelä-Karjala 16,4 %, maan keskiarvo 5,1 %) ja on siten ollut ylivoimaisesti suurinta maassamme. Kuntataloudet ovat kunnossa, joskin Lappeenrannan taloutta rasittaa merkittävä lainakanta. Väestön ikääntyminen, korkea työttömyys, sosiaali- ja terveyspalvelujen tarpeen lisääntyminen ja yleinen taloustilanne ja elinkeinorakenteen murros luovat lisääntyviä paineita kuntataloudelle. (E-K liitto 2014a).

Etelä-Karjalan maakuntaohjelmassa on luonnosteltu avaimia maakunnan suotuisalle kehitykselle. Maakunta tavoittelee uusia innovaatioita erityisesti vihreän teknologian, energian ja hyvinvointipalveluiden saralla. Maakuntaohjelmaa laadittaessa on huomioitu kehittämistoiminnan rahoitushaasteet, erityisesti se, että Euroopan Unioni on asettanut älykkään erikoistumisen strategiat ennakkoehdoksi EU-ohjelmavarojen täysimääräiselle hyödyntämiselle kaudella 2014–2020. Jo nyt on näköpiirissä, että maakunnan ulkopuoliset kehittämisvarat ovat pienenemässä (E-K liitto 2014a), mikä haastaa alueen toimijat entistä strategisempaan varojen käyttöön. Maakunnan osuus EU-rahoitetuista rakennerahas-tovaroista vähenee lähes 35 prosenttia (E-K liitto 2014a: 49). Tämä tulee luonnollisesti heijastumaan myös matkailusektorin käytettävissä oleviin kehittämis-rahoihin. Toisaalta on huomion arvoista todeta, että esimerkiksi Kaakkois-Suomen ESR-hankkeiden arvioinneissa on todettu, että hankkeilla on saavutettu vain vaatimattomia tuloksia. Lisäksi EAKR-ohjelmien arvoinnit kertovat, että Kaakkois-Suomessa rahoitusinstrumentilla on tuettu poikkeuksellisen runsaasti muita kuin maakuntaohjelmassa määriteltyjä kärkialoja. (E-K liitto 2014b: 10). Tätä taustaa vasten on mahdollista jopa olettaa, että vähenevä ulkopuolinen rahoitus antaa positiivisen sykäyksen kehittämistoimien priorisointiin ja pakottaa luomaan interventiomalleja, joissa tavoiteltavien tulosten hinta/yksikkö (esim. luotujen työpaikkojen määrä) pysyy aiempaa kohtuullisempana. Ennakkotieto-

jen mukaan maaseutuohjelmien rahoitustasoon ei ole tiedossa merkittäviä muutoksia, mikä tukee Kaakkois-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelman toteutusta (ks. ELY-keskus 2014). Voidaan siis arvioida, että tulevina vuosina uusien kehittämishankkeiden rahoitus on kokonaisuudessaan pienempää kuin edeltävinä vuosina. Tässä muuttuneessa tilanteessa on entistä tärkeämpää kyetä identifioimaan joukosta parhaat kehittämisideat sekä oikeat tahot hankkeita vetämään.

Alueellinen kehittämistoiminta on yksi keskeisistä ammattikorkeakouluille annetuista yhteiskunnallisista tehtävistä. Etelä-Karjalassa Saimialla on keskeinen rooli TKI-toiminnassa Lappeenrannan teknillisen yliopiston (LUT) rinnalla. Saimian kehittämishanketoiminta on kuitenkin ollut määrällisesti pienempää kuin muiden vastaavien alueiden ammattikorkeakouluissa. Lisäksi TKI-toimintaa on toteutettu melko irrallaan oppilaitoksen opetustoiminnasta. Koska Saimian oppilasmäärä on pienempi kuin Valtioneuvoston linjaama korkeakoulujen minimikoko, on Saimian lähitulevaisuudessa olennaisesti vahvistettava TKI-toimintaansa lunastaakseen paikkansa korkeakoulusektorilla. Saimia onkin linjannut, että sen TKI-toiminta keskittyy pienten ja keskisuurten yritysten kasvun ja kansainvälistymisen tukemiseen. Tavoitteeseen pyritään tiivistämällä yhteistyötä strategisten kumppaneiden kuten Lappeenrannan teknillisen yliopiston kanssa sekä vahvistamalla edelleen tutkimuksen tukipalvelujen ja henkilöstön osaamistason (Saimia 2013; Saimia 2009).

2.2 Pohjois-Karjala ja Kainuu

Pohjois-Karjalassa asui vuoden 2013 lopussa 165 455 henkeä. Maakunnan väkiluku on laskeva, mutta viime vuosina laskuvauhti on hidastunut merkittävästi. Vuosi 2013 oli maakunnan viides peräkkäinen muuttovoittovuosi: tässä Venäjältä tuleva maahanmuutto (412 hlöä vuonna 2013) on yksi merkittävä tekijä. Vuonna 2010 venäjää äidinkielenään puhuvien määrä Pohjois-Karjalassa oli noin 2 300 henkilöä (Saukkonen 2011). Alhainen syntyvyys sekä ikääntyvän väestön luonnollinen poistuma kuitenkin pitivät maakunnan kokonaisväestökehi-

tyksen edelleen miinuksella. Ikääntyvä väestö onkin maakunnan keskeisimpiä haasteita. (P-K liitto 2014: 15).

Joensuulla on Pohjois-Karjalassa samankaltainen asema kuin Lappeenrannalla Etelä-Karjalassa. Väestön keskittyminen Joensuun ydinkaupunkialueelle on selkeä trendi, vaikkakin runsaat puolet pohjoiskarjalaisista asuu edelleen maaseudulla. Itä-Suomen yliopisto sekä Karelia ammattikorkeakoulu tarjoavat korkea-asteen koulutusta paitsi maakunnan omille nuorille, myös useille muualta muuttaneille opiskelijoille. Venäläiset opiskelijat ovat pääsääntöisesti tutkinto-opiskelijoita ja muodostavat ylivoimaisesti suurimman ryhmän sekä yliopistossa että ammattikorkeakoulussa opiskelevista ulkomaalaisista (Saukkonen 2011: 14). Opiskelijoiden väestöosuus onkin alueella keskimääräistä suurempi, mutta kuten Etelä-Karjalassa, myös Pohjois-Karjalassa opiskelijat usein jättävät maakunnan valmistuttuaan.

Pohjois-Karjalan työttömyysaste on ollut yksi maamme korkeimmista: työttömien osuus työvoimasta vuoden 2013 lopussa oli 16,7 %, eikä muutosta parempaan ole lähitulevaisuudessa näkyvissä. Erityisinä haasteina ovat vaikea rakenteellinen työttömyys sekä nuorisotyöttömyys. Lisäksi ulkomaalaisten työttömyysaste maakunnassa on Suomen korkein. (P-K liitto 2014). Vuonna 2011 ulkomaalaisten työttömyysaste Pohjois-Karjalassa oli peräti 42,5 %. Maahanmuuttajien työllistymistä vaikeuttavat tutkimusten mukaan sekä suomen kielen heikko osaaminen että asenteet. Korkean alueellisen työttömyyden vallitessa työnantajat suosivat kantasuomalaisia työnhakijoita. Lisäksi osa yrityksistä on ilmaissut pelkäävänsä asiakaskunnan reaktioita, mikäli he palkkaisivat ulkomaalaistaustaisia työntekijöitä. (Mattsson & Kivilä 2012: 13-15). Tilastot viestivätkin maakunnan melko heikkoa kykyä hyödyntää ulkomaalaistaustaista väestöään. Venäjänkieliset työllistyvät erityisesti teollisuuteen sekä terveys- ja sosiaalipalveluihin. Maakunnan Venäjä-viennistä metalliteollisuuden osuus on noin 70 prosenttia. Suoran Venäjä-viennin työllisyysvaikutuksiksi vuonna 2010 on arvioitu 200 henkilötyövuotta, minkä lisäksi vientiä tukevat logistiset palvelut työllistivät noin 80 henkilötyövuoden verran. (Saukkonen 2011).

Pohjois-Karjalan strategia 2030 nimeää neljä keskeistä maakunnallista kehittämisteemaa, joista yksi teema on 'Valttikorttina Venäjä'. Tavoitteena on rakentaa Pohjois-Karjalasta Suomen johtava Venäjä-osaamisen keskittymä. (P-K liitto 2010: 5). Tavoiteasetanta on kunnianhimoinen ja kenties epämääräisyydessään saavuttamaton. Pohjois-Karjalassa on panostettu Luoteis-Venäjän ja Euroopan raja- ja reuna-alueiden tutkimukseen. Tavoitteena on luoda Itä-Suomen yliopistosta raja- ja Venäjätutkimuksen ja tohtorikoulutuksen huippuyksikkö. Yliopisto onkin valmistellut Venäjä-osaamisen toimenpideohjelman, joka koostuu neljästä Venäjä-professorista, Venäjälle suuntautuvan tutkimusyhteistyön vahvistamisesta sekä Venäjä-keskittymän muodostamisesta (P-K liitto 2011: 20). Maakunnan erityisvahvuutena on metsäalan Venäjä-yhteistyö. METLAN Joensuun yksikkö sekä Euroopan metsäinstituutti (EFI) luovat vahvan pohjan maakunnassa tuotettavalle korkeatasoiselle metsätutkimukselle. Maakunnalla on vakiintuneet yhteistyösuhteet Venäjän suuntaan erityisesti Karjalan tasavallan kanssa. Tutkimusyhteisön lisäksi yhteistyö on vireää muun muassa kulttuurin saralla osana erilaisten järjestöjen toimintaa. Maakunta on myös Barentsin euroarktisen alueen tarkkailijajäsen, mistä toivotaan jatkossa uusia mahdollisuuksia myös alueen elinkeinoelämälle. (P-K liitto 2010).

Rajan ylittävän yhteistyön keskeisenä haasteena on vireydestään huolimatta toiminnan hajanaisuus, jolloin sen näkyvyys jää helposti kokoaan pienemmäksi. Työttömyyden vaivaamassa maakunnassa yritysten uudet aloitteet Venäjän maantieteellisen läheisyyden hyödyntämiseksi ovat kovasti kaivattuja, mutta tarvittavaa rohkeutta ei näytä ylen määrin löytyvän. Teollisuuden viennistä noin 6,5 % tuli Venäjälle suuntautuneesta viennistä v. 2010, joten kasvulle olisi runsaasti sijaa. Maakunta pyrkiikin luomaan pysyviä rakenteita yritysten Venäjä-toimintojen tukemiseksi. Toisena tavoitteena on houkuttaa venäläisiä investoijia maakuntaan sekä käynnistää rajan ylittävää teknologiayhteistyötä. Yhteistyön vahvistamiseksi tavoitellaan myös henkilöjunaliikenteen avaamista Petroskoihin sekä Joensuun ja Pietarin välisen matka-ajan lyhentämistä alle neljään tuntiin. (P-K liitto 2010).

Maakunnan Venäjä-osaamisen vahvistamisessa keskeisessä roolissa on myös venäjän kielen aseman parantaminen perusopetuksessa. Tavoitteena on edis-

tää ns. Tohmajärven mallia, jossa oppilailla on mahdollisuus valita B-kieleksi ruotsin sijaan myös venäjän kielen opinnot. Tämänkaltaista mallia laajennettuna kaikkiin ns. naapurikieliin on julkisesti ajanut mm. Helsingin yliopiston venäjän kielen professori Arto Mustajoki. Motivaatiota venäjän kielen opiskeluun voivat lisätä alueella asuvat venäjänkieliset asukkaat sekä kielen myöhemmät hyödyn-tämismahdollisuudet työelämässä, erityisesti matkailu- ja palvelusektorilla.

Kainuu on väestömäärältään (79 975) Manner-Suomen toiseksi pienin ja maa-pinta-alaltaan (21 500 km²) kolmanneksi suurin maakunta. Kun ihmisiltä kysyy, mitä heille tulee päällimmäisenä mieleen Kainuusta, yleisiä vastauksia ovat esimerkiksi luonto, metsät, vaarat, korvet, erämaa, rauhallisuus, Vuokatti, Ka-tinkulta, Kajaani, kaukana, harvaanasuttu, Ilmari Kianto, Talvivaara, työttömyys ja Nälkämaan laulu (Järviluoma 2013).

Kainuun subjektiivinen maakuntakuva on suhteellisen hyvin linjassa erilaisten tilastollisten tunnuslukujen kanssa. Valtakunnallisiin keskiarvoihin verrattuna Kainuu sijoittuu korkealle kun kriteereinä käytetään metsien pinta-alaa, majoit-usliikkeissä yöpymisiä, kesämökkien määrää, alkutuotantoa sekä eläkeläisten ja työttömien määrää. Sen sijaan esimerkiksi teollisen tuotannon brutto- ja jalos-tusarvossa, yritysten määrässä, väestön koulutustasossa, asuntotuotannossa ja T&K -menoissa Kainuu profiloituu tilastollisesti koko maata heikommin. (Kai-nuun liitto 2014).

Viimeisen kolmenkymmenen vuoden aikana Kainuun väestö on vähentynyt 19 prosenttia ja trendiennusteiden mukaan lasku jatkuu myös vastaisuudessa. Maakunta on menettänyt väestöään erityisesti 15-30 -vuotiaiden nuorten pois-muuton vuoksi. Alkaneella vuosituhanella työikäisen väestön ja lasten määrä on pienentynyt ja vanhimpien ikäluokkien määrä kasvanut, mikä näkyy kärjisty-neesti Kainuun maaseutumaisimmissa kunnissa. Maakunnan työllisyyden selvä heikentyminen vuoden 2013 lopulla on johtanut siihen, että Kainuussa vallitsee maan pahin työttömyys ja varsin heikko työllisyys. Vuonna 2013 työllisyysaste painui 61 prosenttiin, jolloin ero koko maahan kasvoi lähes kahdeksaan pro-senttiyksikköön. (Kainuun liitto 2014).

Ongelmista huolimatta Kainuun talouskehityksestä on löydettävissä myönteisiäkin merkkejä. Varsinkin kaivostoiminta ja louhinta -alan työpaikat ovat lisääntyneet tuntuvasti 2000-luvulla. Eniten työllistävä yksittäinen toimiala on terveys- ja sosiaalipalvelut, jossa on tapahtunut kaivostoiminnan jälkeen merkittävin työpaikkojen lisääntyminen. Myös matkailun kehitys on ollut pääosin suotuisaa. Muita Kainuun nousevia toimialoja ovat esimerkiksi mittaustekniikka, peliala ja datacenter-toiminta. (Kainuun liitto 2014).

Tätä kirjoitettaessa vielä luonnosvaiheessa olevassa Kainuu-ohjelmassa on linjattu kehittämisen painopisteitä, joihin satsaamalla maakunnan taantuva kehitys pyritään kääntämään kasvu-uralle. Kainuun vahvuuksiin pohjautuvia elinkeinoelämän kärkitoimialoja ovat ohjelman mukaan matkailu ja palvelut, teknologiateollisuus, biotalous ja kestävä kaivannaisala. Elinkeinojen edistämisen lisäksi ja sitä tukien Kainuu-ohjelmassa tarkastellaan erikseen maakunnan säävutettavuuden, väestön hyvinvoinnin ja Kainuu-kuvan kehittämisen tavoitteita ja keinoja. (Kainuun liitto 2014).

2.3 Venäläismatkailun edistämistoimet

Venäläismatkailun merkitys on suuri itärajan maakunnissa, jotka kärsivät talouden rakennemuutoksista ja sen myötä työpaikkojen ja väestön vähenemisestä. Siksi ei ole yllättävää, että näissä maakunnissa venäläismatkailun kehitystä pyritään tukemaan kaikin mahdollisin keinoin erilaisilla hankkeilla ja toimintasuunnitelmilla. Seuraavassa tarkastellaan lähemmin, mitä toimenpiteitä Etelä- ja Pohjois-Karjalan sekä Kainuun maakunnallisissa suunnitelmissa on esitetty venäläismatkailun edistämiseksi.

Etelä-Karjalan maakuntaohjelma 2014 – 2017 sisältää useita mainintoja matkailua ja sen kehittämistä koskien. Lähtökohtana on Venäjän läheisyys sekä yhteensä viisi Kaakkois-Suomessa sijaitsevaa rajanylityspaikkaa, joiden kautta kulkee noin 80 prosenttia Suomen ja Venäjän välisestä liikenteestä. Vuonna 2013 raja ylitettiin Etelä-Karjalassa noin seitsemän miljoonaa kertaa. Raja-asemien kapasiteetin lisääminen onkin yksi keskeisistä maakunnan kehittämis-

toimista, joskin matkailun kehittämisessä painopiste on siirtymässä infrastruktuurin rakentamisesta matkailun palvelutuotantoon kehittämällä erityisesti liikunta-, hyvinvointi-, terveys- ja kulttuurimatkailun palveluita ja liiketoimintaa venäläisiä asiakkaita silmällä pitäen. Yhteistyömahdollisuuksia myös venäläisten sijoittajien ja toimijoiden kanssa on tarkoitus kartoittaa edelleen. (E-K liitto 2014).

Matkailun kehittämistavoitteiden saavuttamisen ennakoidaan lisäävän palvelusektorin työllistymismahdollisuuksia. Tämä kuitenkin edellyttää lisääntyvää venäjän kielen opiskelua niin kaikilla kouluasteilla kuin työn ohessa tapahtuvana lisäkouluttautumisena. Kuten aiemmin todettiin, Pohjois-Karjalassa venäjän kielen opetusta on pyritty vahvistamaan ns. Tohmajärvi-mallin kautta, mutta myös muutoin luomalla edellytyksiä lasten kielen opiskelulle. Kuinka tähän tavoitteeseen käytännössä pyritään Etelä-Karjalassa ja Kainuussa jää maakuntaohjelmien yleisluontoisuuden vuoksi määrittelemättä.

Pohjois-Karjalassa on laadittu vuoteen 2015 yltävä maakunnan elinkeinopoliittinen Venäjä-strategia, jonka tavoitteena on edistää maakunnan yritysten liiketoimintamahdollisuuksia ja yhteistyötä venäläisten kanssa (Pohjois-Karjalan kauppakamari ym. 2009). Venäjä on yksi strategisista suunnista. Matkailun osalta strategiassa tavoitteeksi asetettiin 50 prosentin kasvu Pohjois-Karjalan venäläisyöpymisissä aikavälillä 2009-2015. Vuosia 2000-2010 koskevien tilastojen mukaan tavoite ylitettiin jo vuoteen 2009 mennessä (Saukkonen 2011: 9). Venäläiset ovatkin selvästi suurin ulkomaalaisryhmä Pohjois-Karjalassa ja heidän osuutensa kaikista ulkomaalaisten yöpymisistä maakunnassa nousi 43 prosenttiin vuonna 2009 (Saukkonen 2011: 8). Venäläismatkailun kasvua tavoitellaan Pohjois-Karjalassa esimerkiksi charter-junayhteydellä Petroskoin ja Joensuu välille vuodenvaihteen matkailijoita palvelemaan, ns. kokonaispalvelukonseptien käyttöönotolla, Pietariin tai sen lähialueelle perustettavan pysyvän myyntipisteen/matkailuosaston perustamisella sekä kolmansista maista tuleville matkailijoille suunnitelluilla matkapaketeilla, joihin sisältyy vierailu Venäjällä.

Kainuun alueen venäläismatkailun kehittämislinjauksista saa parhaan käsityksen Kainuun uudesta Venäjä-strategiasta (Kainuun liitto 2014). Matkailun toi-

mialalla strategian tavoitteena on kaksinkertaistaa Kainuun venäläismatkailijoiden määrä vuoteen 2020 mennessä. Venäläisten ostosmatkailussa rima on asetettu vieläkin korkeammalle, sillä ostosmatkailun tulisi strategian mukaan kolminkertaistua nykytasosta. Venäjä-strategiassa Kainuun venäläismatkailun edistämiskeinot liittyvät muun muassa liikenteen, markkinoinnin, tuotetarjonnan ja rajakaupan kehittämiseen. Toimenpidesuosituksia ovat esimerkiksi Oulusta Kajaanin ja Kostamuksen kautta Petroskoihin suuntautuvan henkilöjunaliikenteen käynnistäminen, ylimaakunnallinen matkailumarkkinointiyhteistyö mm. Pohjois-Karjalan kanssa sekä rajan ylittävän luonnon ja kulttuuriperinnön hyödyntäminen matkailussa.

Tarkastelun kohteena olevissa maakunnissa venäläismatkailun edistämisyrittökset ovat painopisteiltään verraten samankaltaisia. Toimenpideohjelmilla pyritään luomaan edellytyksiä venäläismatkailun kehitykselle. Työnjako on sama kuin elinkeinopolitiikassa yleensä: julkisen sektorin tuella kehitetään puitteita ja varsinaista toimintaa pyörittävät yritykset.

Puitteiden luonnissa on keskeistä saavutettavuuden parantaminen, mikä voi koskea tiestöä, bussi-, juna- ja lentoyhteyksiä kuten myös raja-asemien läpäisykykyä. Tärkeänä pidetään niin ikään matkailuyritysten tuotekehityksen tukemista ja etenkin yhteismarkkinointia Venäjän suuntaan sähköisiä markkinointikanavia ja sosiaalista mediaa hyödyntäen. Markkinointia tekevien tulisi olla hyvin perillä Venäjän matkailumarkkinoiden käytännöistä ja eduksi olisi, jos Venäjälle perustettaisiin myyntipisteitä paikallisia matkanjärjestäjiä varten. Venäläismatkailun kehittämisessä maakuntien keskeistä yhteistyötä on tarpeen tiivistää. Myös viisumivapautta EU:n ja Venäjän välillä pyritään edistämään, sikäli kun se on maakunnista käsin mahdollista.

Toimenpidelinjauksissa on nostettu esille eittämättä tärkeimpiä venäläismatkailun pullonkaloja ja kehittämiskohteita. Strategioille luonteenomaisesti huomiota kiinnitetään venäläismatkailun edistämisen suuriin linjoihin. Kovin paljon uusia avauksia toimenpidesuosituksia eivät sisällä ehkä juuri sen takia, että resurssit halutaan keskittää perinteisempiin kehittämiskohteisiin, joissa niissäkin on työsarkaa vielä kosolti maakunnasta riippumatta.

Myös tutkimustiedon tuotantoa voidaan pitää keskeisenä osana puitteiden luomiseksi kehittyvälle venäläismatkailulle. Tutkimustiedon merkitystä ei kuitenkaan noteerata maakuntien toimenpidesuosituksissa. Tiedontuotannon puuttuminen on mahdollista tulkita siten, että venäläismatkailusta tarjolla olevan tiedon tasoa pidetään nykyisellään riittävänä ja sen suhteen ei nähdä olevan erityisiä kehittämistarpeita. Toisaalta kyse voi osin olla siitä, että venäläismatkailua tarkastelevan tilasto- ja tutkimustiedon tuottamisen katsotaan kuuluvan muille kuin maakunnallisille toimijoille.

Eräs keskeinen toimenpidesuosituksissakin huomioitu näkökulma on ”kolmansista maista” tuleva kysyntä. Rajamaakunnissa pääpaino on luonnollisesti venäläismatkailun edistämisessä, mutta sille rinnakkaisena tavoitteena on itärajan ylittävien tuotepakettien kehittäminen kolmansista maista tuleville matkailijoille. Esimerkiksi Kainuuseen saapuville keskieurooppalaisille vierailumahdollisuus Venäjän puolen vienalaiskylissä tarjoaisi eksoottisen lisän matkaohjelmaan. Tällaiset rajan ylittävät matkailutuotteet hyödyttävät sekä suomalaisia että venäläisiä matkailutoimijoita, minkä johdosta tematiikka soveltuisi hyvin esimerkiksi uuden CBC-ohjelman hankeyhteistyöhön. Haasteena rajan ylittävien tuotepakettien kehittämisessä on viisumikäytäntöjen hankaluus, jota helpottaisi oleellisesti Viipurin risteilyjen kaltaisten viisumivapaiden matkojen mahdollistuminen muillakin alueilla.

3 VENÄLÄISET MATKAILIJAT SUOMESSA

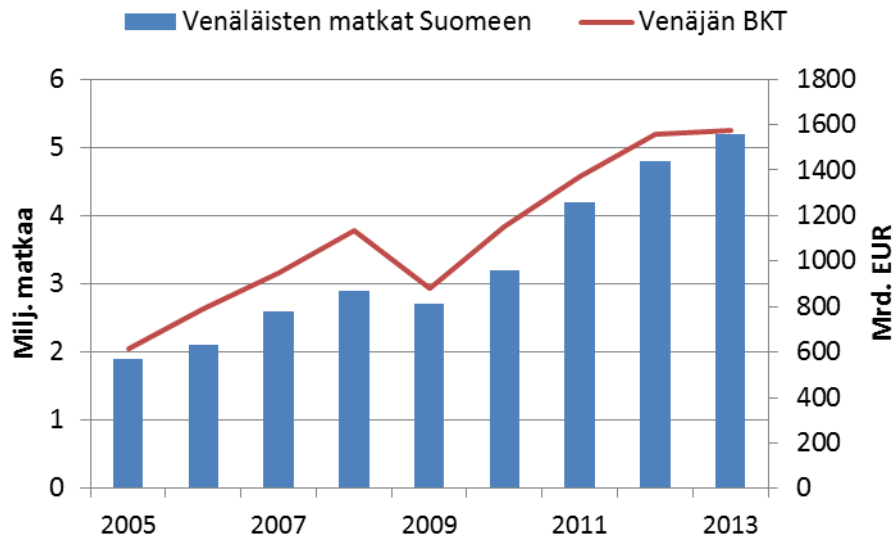
Tässä kappaleessa tarkastellaan ensin Venäjältä Suomeen suuntautuvaa matkailua erilaisista matkailutilastoista käsin. Tavoitteena on piirtää kokonaiskuvaa matkailijamäärien kehityksestä ja venäläisten matkailijoiden suhteellisesta osuudesta Suomen matkailupalveluiden käyttäjinä. Tämän jälkeen siirrytään selvittämään sitä, millainen on venäläinen matkailija: Miksi hän valitsee matkakohteekseen Suomen ja mitä hän matkaltaan odottaa sekä kuinka nämä odotukset näyttäisivät tutkimusten valossa toteutuvan.

3.1 Venäläismatkailun kehitys

Suomi on monien venäläisten katsannosta maantieteellisesti lähellä. Suomalaisia tuotteita ja palveluja pidetään korkealaatuisina ja ympäristöä turvallisenä ja siistinä. Viisumin Suomeen saa verraten sujuvasti. Tiestö ja muu infrastruktuuri ovat pääosin kunnossa. Nämä lienevät tärkeimpiä selittäjiä sille, miksi Suomen kilpailuasema venäläismatkailussa suhteessa muihin maihin on kokonaisuutena varsin vahva.

Jos IVY-maat jätetään laskuista, ulkomaanmatkojen kokonaismäärässä mitattuna Suomi oli vuonna 2013 venäläisten suosituin matkakohde. Vaikka venäläiset matkustivat Suomeen enemmän kuin mihinkään muuhun maahan, lomailukohteena ('turizm') Suomen sijaluku oli vasta seitsemäs. Suomea useammin venäläiset lomailijat valitsivat matkakohteekseen Turkin, Egyptin, Kreikan, Kiinan, Thaimaan ja Espanjan (Federal State Statistics Service 2014; ks. myös http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-14.htm). Luvut heijastelevat toisaalta Suomen johtoasemaa venäläisten ostosmatkailukohteena ja toisaalta Suomen heikompaan vetovoimaa pidemmän (useamman päivän mittaisen) loman viettopaikkana.

Rajavartiolaitoksen tekemien rajatarkastusten perusteella vuonna 2013 Suomessa vieraili ennätyselliset 5,2 miljoonaa venäläismatkailijaa (kuvio 1). Venäläismatkailu oli kasvussa koko vuosituhannen alun ainoana poikkeuksena vuosi 2009, jolloin venäläisten matkailijoiden määrä notkahti silloisesta taloustaantumasta johtuen. Sen jälkeen Suomeen suuntautunut venäläismatkailu lisääntyi vuoteen 2013 saakka samanlaisessa nousukiidossa kuin Venäjän kansantuote. Aikavälillä 2009 – 2013 Venäjän bruttokansantuote kasvoi 79 prosenttia ja venäläisten matkailu Suomeen 93 prosenttia. Yleisen vaurastumisen lisäksi venäläismatkailun nousuun vaikutti kesällä 2010 voimaantullut Venäjän tullisäännös, joka poisti aiemman kuukauden aikakiintiön ja nosti tulli- ja verovapaasti tuotavien tavaroiden painorajaa. Kesän 2010 jälkeen Venäjälle on saanut turistituontina tuoda tavaraa, jonka arvo on enintään 1 500 euroa ja paino korkeintaan 50 kiloa. Aiemmin tavaraa sai tuoda vain 35 kiloa enintään kerran kuukaudessa (Edilex 2010).

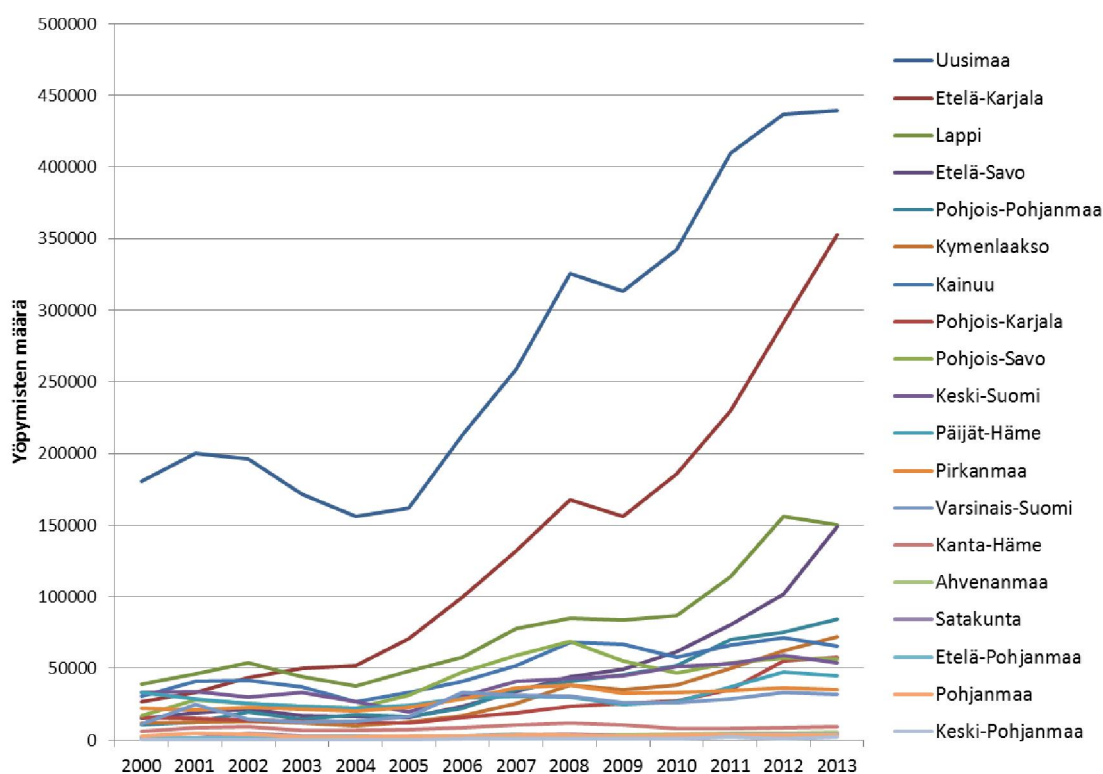


Kuvio 1. Suomeen saapuneiden venäläismatkailijoiden määrän ja Venäjän BKT:n kehitys 2005-2013 (TAK 2014a; BOFIT 2014).

Venäläismatkailijoiden valtavirratt tulevat Suomeen Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta. Vilkkaimpia raja-asemia olivat vuonna 2013 Nuijamaa (1,8 milj. saapunutta venäläistä), Vaalimaa (1,5 milj.) ja Imatra (0,9 milj.). Näiden kolmen raja-aseman kautta maahan saapui lähes 80 prosenttia kaikista Suomeen tulleista venäläismatkailijoista (TAK 2014b). Edelliset luvut antavat selvän viitteen siitä, että koko maassa ja etenkin Kaakkois-Suomessa vierailevista venäläismatkailijoista suuri enemmistö tulee Pietarista ja muualta Leningradin alueelta. Itärajaa pohjoiseen päin mentäessä pietarilaisten osuus vähenee ja tärkeimmiksi lähtöalueiksi nousevat rajan takaisten lähiseutujen kaupungit. Esimerkiksi Pohjois-Karjalassa suurin osa venäläismatkailijoista tulee Petroskoista, Sortavalasta, Pitkärannasta ja muualta Karjalan tasavallasta (Moisala & Gröhn 2012), Kainuussa Kostamuksesta (Järviluoma, Keränen & Rakutina 2014) ja Lapissa Murmanskin alueelta (Aspholm-Heimonen 2012).

Venäläismatkailun alueellisesta jakautumisesta Suomen eri maakuntiin saa yleiskuvan Tilastokeskuksen majoitustilastoista (Tilastokeskus 2014). Majoitustilaston lukuja tarkasteltaessa on kuitenkin huomattava, että majoitustilastot eivät nimensä mukaisesti huomioi päiväkävijöitä, joita Suomessa vierailevat venä-

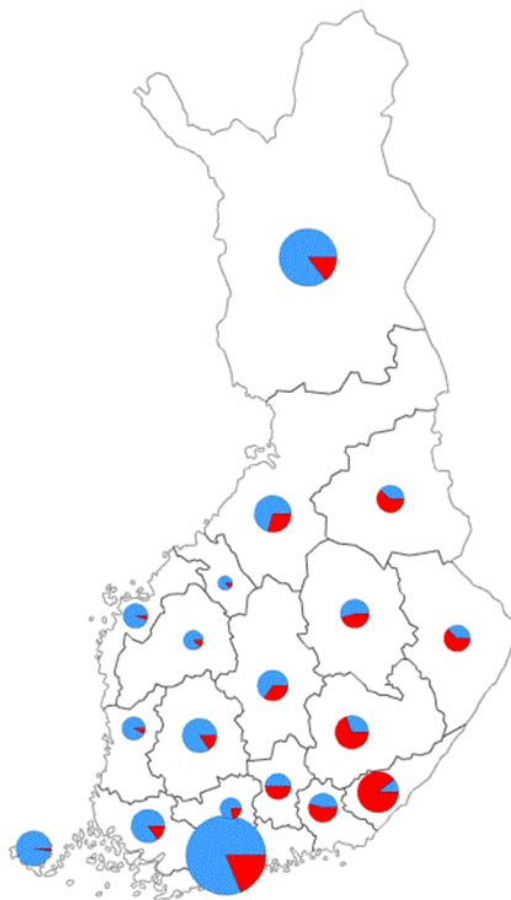
läismatkailijat noin 70 prosenttisesti ovat (TAK 2014a). Majoitustilastot eivät myöskään kata kaikkia matkailijoiden yöpymisiä kuten sukulaisten tai tuttavien luona majoittumista tai majoittumista alle 20 vuodepaikan majoitusliikkeessä. Nämä reunaehdot mielessä pitäen majoitustilastot osoittavat kuitenkin selkeästi, kuinka voimakkaasti venäläisyöpymiset ovat alkaneella vuosituhanella keskittyneet kahteen maakuntaan: Uudellemaalle ja Etelä-Karjalaan. Vuonna 2013 kyseisissä maakunnissa kirjattiin likimain puolet Suomessa rekisteröityjen venäläisyöpymisten kokonaismäärästä, joka oli noin 1,6 miljoonaa. Uudenmaan ja Etelä-Karjalan lisäksi myös Lapissa ja Etelä-Savossa venäläiset yöpyivät huomattavasti enemmän kuin muissa maakunnissa, vaikkakin Lapissa venäläisten lomamatkailun kasvu taittui (jo) vuoden 2013 aikana (kuvio 2).



Kuvio 2. Venäläismatkailijoiden yöpymiset maakunnittain 2000-2013 (Tilastokeskus 2014).

Vuonna 2013 venäläiset tuottivat 28 prosenttia Suomessa vierailijoiden ulkomaisten matkailijoiden yöpymisvuorokausista. Ulkomaalaisyöpymisissä venäläisenemmistöisiä maakuntia olivat Etelä-Karjala (89 % ulkomaalaisyöpymisistä), Etelä-Savo (70 %), Pohjois-Karjala (62 %), Kainuu (61 %), Kymenlaakso

(55 %) ja Päijät-Häme (50 %). Kuten kuvion 3 kartasta ilmenee, venäläisyöpymisten osuus laskee länttä kohti ja Pietarista poispäin mentäessä. Pienimmillään venäläisyöpymisten osuus oli Ahvenanmaalla (2 %), Pohjanmaalla (5 %) ja Satakunnassa (7 %). Maakunnista Uusimaa ja Lappi ovat kansainvälisen matkailun kohteina oma lukunsa. Vaikka kyseiset maakunnat ovat venäläisyöpymisten määrissä sijoilla yksi ja kolme, maakunnat vetävät puoleensa samanaikaisesti hyvin laajalti muidenkin kansallisuuksien matkailijoita, jolloin venäläisyöpymisten osuus jää alla koko maan keskiarvon.



Kuvio 3. Venäläisyöpymisten osuus maakuntien ulkomaalaisyöpymisistä vuonna 2013. Ympyrän koko kuvaa ulkomaisten yöpymisten määrää, punainen väri venäläisyöpymisten osuutta ja sininen väri muiden ulkomaisten matkailijoiden yöpymisten osuutta (Tilastokeskus 2014).

Venäläismatkailun kasvun myötä venäläisistä on tullut paitsi määrällisesti myös taloudellisessa mielessä Suomeen suuntautuvan matkailun merkittävin ulko-

maalaisryhmä. Vuonna 2013 venäläismatkailijat käyttivät palveluihin ja tuoteostoihin Suomessa 1 210 milj. euroa. Tästä summasta 75 prosenttia päätyi kauppoihin: venäläisten tekemien ostosten kokonaismäärä oli 908 milj. euroa. Rahassa mitattuna venäläiset ostivat Suomesta eniten elintarvikkeita (293 milj. €), vaatteita (196 milj. €), taloustavaroita (52 milj. €) sekä kodinkoneita ja -elektroniikkaa (50 milj. €). Palvelujen osalta venäläisiltä kului majoittumiseen 118 milj. euroa ja ateriointiin 91 milj. euroa (TAK 2014a).

Venäjän talouskasvun hiipuminen vuodesta 2013 alkaen on muuttanut matkailun toimintaympäristöä epäedulliseen suuntaan. Maailmanpankin mukaan Venäjä kärsii luottamuskriisistä, mikä heijastuu Venäjän talouskasvussa. Vuonna 2012 Venäjän BKT:n reaalin kasvu oli 3,4 %, mutta vuonna 2013 enää 1,3 %. Vuodelle 2014 Maailmanpankki arvioi talouskasvuksi 0,5 %, mutta on varoittanut myös mahdollisuudesta synkempiin lukuihin, mikäli geopoliittinen tilanne olennaisesti heikkenee (World Bank 2014a; 2014b). Ukrainan kriisin syveneminen vuoden 2014 aikana edustajaa juuri tällaista geopoliittista uhkaa, jolla on Venäjän talousnäkyviä heikentäviä vaikutuksia.

Venäjän talouskasvun hidastuminen tai käytännössä lähes pysähtyminen ja siihen liittyvä ruplan kurssin heikkeneminen ovat vuoden 2014 aikana vaikuttaneet selvästi venäläisten Suomeen suuntautuvaan matkailuun. Taulukkoon 1 on koottu eräitä tunnuslukuja vuoden 2014 matkailukehityksestä.

Kuten taulukosta voidaan havaita, venäläisten Suomi-matkailua kuvaavat mittarit olivat vuoden 2014 alkupuoliskolla laskusuunnassa. Venäläisten rajanylitysten määrä laski kaikilla raja-asemilla Imatraa sekä eräitä lentoasemia lukuun ottamatta. Rekisteröidyt yöpymiset vähenivät muissa maakunnissa paitsi Pohjois-Pohjanmaalla, Keski-Pohjanmaalla, Pohjois-Karjalassa ja Päijät-Hämeessä. Esimerkiksi Etelä-Karjalassa ja Lapissa venäläisyöpymisten määrä putosi tammi-elokuussa 2014 noin 17 prosenttia verrattuna vuoden 2013 vastaavaan ajanjaksoon.

Taulukko 1. Venäläismatkailun kehitys Suomessa vuonna 2014 (TAK 2014b).

Mittari	Muutos
Raja-asemien kautta saapuneiden venäläisten määrä¹ (tammi-elokuu 2014)	-8 %
Venäläisten rekisteröidyt yöpymiset majoitusliikkeissä² (tammi-elokuu 2014)	-11 %
Venäläisten viisumihakemusten määrä³ (tammi-heinäkuu 2014)	-12 %
Venäläisten tekemien tax free -ostosten arvo⁴ (tammi-syyskuu 2014)	-29 %

¹ Rajavartiolaitoksen tilastoista

² Tilastokeskuksen majoitustilastoista

³ Ulkoministeriön viisumitilastoista

⁴ Global Bluen tax free -tilastoista, ei sisällä ns. invoice-kauppaa

Vuonna 2014 ruplan vaihtokurssi suhteessa euroon on heilahdellut enimmäkseen laskusuuntaisesti. Kun vuoden 2014 alussa eurosta maksettiin Euroopan keskuspankin viitekurssien perusteella 45,3 ruplaa, sai 10.11.2014 yhdellä eurolla 56,8 ruplaa eli venäläisvaluutta devalvoitui vajaassa vuodessa noin 25 % euroon nähden. Edellisen kaltainen ruplan devalvoituminen koettiin viimeksi vuoden 2009 taloustaantumana aikana (Suomen Pankki 2014).

Matkailijamääriäkin enemmän Venäjän taloustilanteen heikkeneminen on näkynyt venäläisten ostoskäyttäytymisessä. Global Bluen tax free -myynnin arvoa kuvaavien tilastojen mukaan venäläiset tekivät vuoden 2014 tammi-syyskuussa verovapaita ostoksia Suomessa yli neljänneksen vähemmän kuin edellisen vuoden tammi-syyskuussa. Venäläismatkailusta huomattavan osan tuloistaan saaville kauppoille tämä on merkinnyt liikevaihdon supistumista ja toiminnan sopeuttamista pienenevään kysyntään.

Maailmanpankki ennakoii Venäjän talouskasvun jäävän myös vuonna 2015 varsin vaisuksi, noin 0,3 prosenttiin. Ukrainan tilanteen kärjistymisen entisestään ja lisäpakotteet voivat kuitenkin kääntää kasvun jopa miinusmerkkiseksi. Vuonna 2016 Venäjän talous kasvaisi ennusteen mukaan 0,6 prosenttia (World Bank 2014b).

Venäjän alavireisen talouskehityksen ja geopoliittisten jännitteiden johdosta tämänhetkinen matkailun toimintaympäristö on siis jossain määrin arvaamaton ja sisältää riskejä, jotka ovat matkailutoimialan omista toimenpiteistä riippumattomia. Haasteista huolimatta lähtökohtana voidaan pitää sitä, että Itä-Suomen ja erityisesti Etelä-Karjalan alueiden kannalta venäläisten matkailijoiden lukumäärän kasvu on ollut merkittävää. Kasvun voidaan katsoa heijastavan toisaalta itäisen Suomen fyysistä läheisyyttä ja siten helppoa saavutettavuutta Venäjältä käsin ja toisaalta alueilla tehtyjä panostuksia vastata venäläisasiakkaiden matkailua koskeviin odotuksiin uusien investoinnein sekä palveluin. (Harju-Autti 2013: 22).

Dobrowolski (2014) pohtii venäläismatkailun tulevaisuutta luotaavassa puheenvuorossaan laajemminkin Suomi-matkailun taantuman taustalla mahdollisesti piileviä syitä. Hän kysyy, ovatko Suomen matkailuelinkeinon tarjoamat palvelut kyenneet vastaamaan matkailijoiden muuttuviin odotuksiin? Kokevatko venäläiset, että Suomessa on jo liikaakin maanmiehiä, minkä myötä matkailemisesta häviää ripaus erikoisuutta, yksilöllisyyttä ja prestiisiarvoa? Onko Suomessa tapahtunut jotain muutoksia suhtautumisessa venäläismatkailijoihin? Onko Suomi matkakohteena lähestymässä venäläismatkailun näkökulmasta kyllästymispistettä?

Dobrowolskin (2014) pohdinnoissa on samoja elementtejä kuin matkailututkimuksessa viljalti siteeratussa matkailualueen elinkaarimallissa (Butler 1980), jonka mukaan alueen matkailijamäärä kehittyy S-käyrää myötäillen löytämisvaiheesta stagnaatiovaiheeseen, josta kehitys voi puolestaan jatkua taantumaa tai uuteen nousuun. Oleellista elinkaarimallissa on malliin sisäänrakennettu ajatus matkailualueen kantokyvystä. Kun matkailijamäärät kasvavat tiettyyn pisteeseen, ympäristön matkailullinen vetovoima voi alkaa heiketä ja/tai vastaan tulevat sosiaalisen sietokyvyn rajat, jotka koskevat yhtäältä paikallista väestöä ja toisaalta myös matkailijoita itseään.

Toistaiseksi on mahdotonta arvioida, onko Suomeen suuntautuvan venäläismatkailun aleneminen pelkästään ohimenevä ilmiö, vai vaikuttaako taantumaa samanaikaisesti jotkin pysyvämmät muutokset venäläisten matkustusmielty-

myksissä ja -käyttäytymisessä. Yhtä kaikki, kilpailu venäläismatkailijoista on kiristymässä, minkä takia Suomessa ei kannata tuudittautua siihen, että Venäjän talouden elpyminen ja Ukrainan kriisin laukeaminen palauttaisivat venäläismatkailun automaattisesti ”normaalille” kasvu-uralle.

3.2 Venäläiset matkailijoina

Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy:n vuoden 2013 rajatutkimuksessa venäläismatkailijoilta kysyttiin Suomen vierailun parhaita ja ikävimpiä puolia. Suomen parhaina puolina mainittiin siisteys, rauhallisuus, suomalainen luonto järvineen, tiestö ja yleensäkin rakennettu ympäristö, korkeatasoinen palvelutarjonta sekä hyvät ostosmahdollisuudet. Kritiikkiä saivat osakseen muun muassa rajajonot, liikkeiden aukioloajat, korkeat hinnat, venäjänkielisten palvelujen ja opasteiden puuttuminen, epäystävällinen tai muuten huono palvelu ja palvelutarjonnan vähäisyys (TAK 2014a; ks. myös Malankin 2012).

Matkailutoimiala on kasvava, mutta vahvasti kilpailtu toimiala. Siten on olennaista ymmärtää millä perusteella venäläinen asiakas valitsee matkakohteensa. Matkakohteen valintaprosessissa kohteen imagolla näyttäisi olevan keskeinen rooli. Tässä prosessissa tuttavien suositukset ja kokemukset näyttelevät keskeistä roolia (ns. word-of-mouth), sillä virallinen matkailumarkkinointi ei välttämättä tavoita haluttua kohderyhmää tai siihen ei luoteta (ks. Choi et al. 2011; Toimialaraportti 9/2012: 65; Malankin 2012). Myös sosiaalista mediaa hyödynnetään yhä useammin matkakohteen valinnassa, sillä se tarjoaa mahdollisuuden tutustua muiden venäläismatkailijoiden matkustuskokemuksiin ulkomailla (Toimialaraportti 9/2012: 65; Malankin 2012). Myös matkakohteen läheisyydellä on merkitystä: lyhyt fyysinen välimatka vaikuttaa matkakustannuksiin, mutta mahdollistaa myös lyhyet, parin päivän lomat. Suomen keskeinen matkailuvaltti onkin sen sijainti ja suhteellisen joustavat rajamuodollisuudet. Noin 2/3 Suomeen saapuneista venäläisistä matkailijoista viipyikin Suomessa enintään päivän vuonna 2013. Suhdeluku oli samankaltainen myös vuonna 2012, jolloin maahamme tehtiin runsaat 5 milj. matkaa Venäjältä. Näistä valtaosa (3975000) oli ns. yksityismatkoja ja ainoastaan 513000 ’turismiksi’ luokiteltua matkaa. Mat-

kailualalla vallitsevan käsityksen mukaan vapaa-ajanmatkailu ei reagoi talouden taantumisiin yhtä voimakkaasti kuin työmatkailu (Harju-Autti 2012: 14). Tämä on näkynyt myös venäläisten matkailijoiden Suomeen suuntautuvien matkojen määrän kasvussa.

Vuonna 2013 julkistetun majoitustoimintaa koskevan selvityksen mukaan lähes 82 % venäläisten yöpymisistä kohdistui hotelleihin ja erityisesti hyvätasoisiin business- ja kokoushotelleihin (32 %). Muihin ulkomaalaismatkailijoihin verrattuna venäläiset suosivat suomalaisia kylpylöitä. Esim. Holiday Club Saimaa on omalta osaltaan vastannut tähän kysyntään Etelä-Karjalassa. Vuonna 2012 jo 20 % venäläisten hotelliöypymisistä kohdistui kylpylöihin. Myös asunto- ja huoneistohotellit ovat suosittuimpia venäläisten matkailijoiden kuin muiden ulkomaalaisryhmien keskuudessa. (Toimialaraportti 8/2013). Venäläiset matkailijat edustavat maansa keskiluokkaa (Malankin 2012). Venäläinen keskiluokka on kasvanut voimakkaasti 2000-luvulla, joskin ryhmä on jokseenkin heterogeeninen. Keskiluokkaan kuulumiselle ei ole yksiselitteistä määritelmää, vaan se huomioi useamman muuttujan: ammattiryhmän, tulotason, kulutuskyvyn sekä henkilön oman näkemyksen kuulumisesta keskiluokkaan. Kulutuskyvyssä keskeisenä kriteerinä pidetään kotitalouden kestokulutushyödykkeiden hankintakykyä. Näin ollen arviot keskiluokan koosta vaihtelevat merkittävästi, mutta luku liikkuu 20 - 30 % välillä. Putinin tavoitteena on, että keskiluokan osuus vuoteen 2020 mennessä olisi jo 60 - 70 % väestöstä. (Unifin 2008). Matkailun näkökulmasta keskiluokan koolla on suuri merkitys, sillä juuri keskiluokkaan kuuluva venäläinen matkailija on potentiaalisin Suomen vierailija. Varakkaimmat venäläiset suosivat matkustamista kohteisiin, jotka tarjoavat luksusta. Suomessa luksusmatkailuun on hyvin pienet mahdollisuudet eikä se siksi juuri kiinnosta upporikkaita venäläisiä. Matkustus ulkomaille oli Neuvostoliitossa vain harvoille mahdollista ja vielä nykyäänkin vain pieni osa venäläisistä on käynyt ulkomailla: 90 % venäläisistä ei ole matkaillut oman maansa ulkopuolella (Malankin 2012: 3).

Myös mökkimatkailu on venäläisten matkailijoiden suosiossa, mikä on näkynyt myös siinä, että keskeisimpien Suomen matkoja myyvien matkanjärjestäjien yleisin tuote Suomen matkailussa on kesällä mökkiloma järven rannalla ja talvella mökkiloma hiihtokeskuksissa tai niiden tuntumassa. (Toimialaraportti

8/2013: 25). Mökkilomailijoita Suomeen saapuu sekä Moskovasta että Pietarista. Venäläisen mökkilomailijan toiveena on usein rauha ja puhdas luonto, mutta mökin sijainnin tulee antaa mahdollisuuksia myös erilaisten aktiviteettien kokeilemiseen. Ylen uutisten (3.6.2014) mukaan venäläiset ovat kuitenkin alkaneet myydä pois mökkejään Suomesta taloudellisen tilanteen heikkenemisen vuoksi. Samalla myös venäläisten kiinnostus mökin ostoon Suomesta on vähenemässä. Syynä on sekä Venäjän talouden alamäki, mutta myös lomakiinteistöjen halpeneminen Espanjassa ja Italiassa sekä paremmat mahdollisuudet saada lainaa kiinteistön ostoa varten sikäläisistä pankeista.

Aiempien tutkimusten ja selvitysten pohjalta venäläisistä matkailuasiakkaista muodostuu kuva matkailutoimialan kannalta kiinnostavasta ja potentiaalisesti yhä kasvavasta asiakasjoukosta, mutta samalla kohderyhmästä, jonka hyvä palveleminen edellyttää kohderyhmälle räätälöityjä palveluja. Tutkimusten mukaan suomalainen palvelutaso ei usein täytä venäläisen matkailijan odotuksia – naiset ovat miehiä kriittisempiä asiakkaita. Keskeistä matkailutoimialan kehittämisen kannalta olisi sisäistää venäläisen asiakkaan näkökulma palveluiden käyttäjänä. Tällöin korostuvat toisaalta matkailutoimialan venäläisen kulttuurin tuntemus ja toisaalta venäjänkielisten palveluiden saatavuus. Jälkimmäinen tarkoittaa mm. sitä, että kaikki matkailijan tarvitsema perusinformaatio kuten hotellien opasteet, esitemateriaalit että esim. yhteistyökumppaneiden ja ohjelmapalveluiden esitteet ovat saatavilla venäjäksi. Samoin vuokramökkien käyttöohjeistukset tulisi olla saatavilla venäjäksi. (Toimialaraportti 8/2013: 25) Malankin (2012: 7) on todennut, että venäläisten kokevat loukkaavaksi sen, että silloin kun matkailijoille suunnattuja venäjänkielisiä kylttejä tms. on näkyvissä, ne ovat lähes poikkeuksetta kieltoja. Jotta vaikutus ei olisi venäläisiä loukkaavaa, kaikki kiellot tulisi olla esillä myös suomeksi ja englanniksi, jolloin ne koettaisiin kaikkia matkailijoita koskeviksi eikä yhtä kieliryhmää leimaaviksi, toteaa Malankin (Ibid.).

Venäjänkielisen informaation saatavuudella matkakohteessa on keskeinen rooli, sillä venäläinen matkailija tekee usein ostopäätöksensä paikan päällä. Tämä vaatii erityisesti ohjelmapalveluyrittäjiltä joustavuutta ja kykyä tuottaa palvelu hyvinkin nopealla aikataululla. Olennaista olisi luoda toimivia matkailu- ja ohjel-

mapalveluklustereita/yhteistyöverkostoja, jotta matkailijalle olisi aina tarjolla vaihtoehtoisia palveluita. Ohjelmapalveluilla tarkoitetaan tässä yhteydessä matkailutuotteeseen liittyviä ohjattuja aktiviteetteja kuten moottorikelkkasafarit, kanoottiretket ja muut vastaavat, luonnossa toteutettavat toiminnot. Lisäksi ohjelmapalveluiksi voidaan laskea harrastus- ja virkistyspalvelut, erilaiset kilpailutahtumat sekä kulttuuri- ja taidetapahtumat. (Harju-Autti 2012). Vaikka ohjelmapalveluiden osuus matkailutoimintojen liikevaihdosta vuonna 2010 oli ainoastaan 8,3 %, on sen merkitys keskeinen. Ohjelmapalvelut ovat vapaa-ajan matkailun keskeinen vetovoimatekijä. (Harju-Autti 2012: 9).

Matkailun edistämiskeskus on linjannut, että Suomen matkailumarkkinointiponistelut tulisi keskittää ns. moderneihin humanisteihin (MEK 2012). Ryhmän jäsenet edustavat eräänlaisia vapaa-ajan antropologeja: heitä yhdistää kiinnostus vieraita kulttuureita ja uusia kokemuksia kohtaan. Moderni humanisti on avoin ja utelias ja haluaa ymmärtää ja kokea paikallista kulttuuria myös arjen tapojen, arvojen ja normien näkökulmasta. (MEK 2012: 1). Modernille humanistille on luonteenomaista, että hän haluaa pääsääntöisesti räätälöidä itse oman matkansa sisällön. Pakettimatkoja suositaan lähinnä silloin, kun matkakohde on ennalta täysin tuntematon tai matkustajaa kohtaa kielimuuri, jonka vuoksi kohteessa on vaikeaa kommunikoida (MEK 2012: 8).

On huomionarvoista todeta, että MEK:in moderneja humanisteja käsittelevä tutkimusaineisto on kerätty Isossa-Britanniassa, Ranskassa ja Saksassa (kvalitatiivinen aineisto). Tutkimuksen kvantitatiivinen osuus sisältää lisäksi Hollannin, Espanjan ja Italian. Näin ollen tutkimus ei suoranaisesti matkailuyrityksiä, jotka ovat motivoituneita kehittämään erityisesti venäläisille asiakkaille suunnattuja palveluja, vaikka jotkin esille tulevat modernin humanistin piirteet ja kiinnostuksen kohteet voivatkin olla yhteneväisiä venäläisten matkailijoiden (tai osan heistä) toiveiden ja odotusten kanssa (tällaisia ovat esim. toive paikallisten ihmisten kohtaamisesta matkan aikana sekä mahdollisuus tutustua paikalliseen ruokakulttuuriin, ks. Malankin 2012: 51, 76). Venäläisten jättäminen MEK:in tutkimusaineiston ulkopuolelle on kysymyksiä herättävä valinta siitä näkökulmasta, että venäläiset ovat suurin ulkomainen matkailijaryhmä maassamme ja käyttävät joidenkin lähteiden mukaan jopa kahdeksan kertaa enemmän rahaa lomallaan

kuin eurooppalaiset matkailijat (ks. Malankin 2012: 29). Esim. vuonna 2013 venäläinen matkailija kulutti tuoteostoihin keskimäärin 200 €/matkustaja ja lisäksi palveluihin 66 €. Yksin Etelä-Karjalassa venäläismatkailijoiden kulutus vuonna 2013 oli 361 milj. euroa (TAK 2014a), minkä ansiosta Etelä-Karjala ainoana maamme alueena välttyi kaupan alan liikevaihdon vähenemiseltä. Alla keskitynkään tutkimuksiin/selvityksiin, jotka käsittelevät venäläisiä matkailijoita ja heidän erityispiirteitään. Erityisesti Itä-Suomen maakunnissa venäläiset matkailijat nähdäänkin keskeisenä asiakasryhmänä, mikä heijastuu myös maakuntien strategisissa linjauksissa (Pohjois-Karjalan kauppakamari et. al 2009; P-K liitto 2014; E-K liitto 2014; Kainuun liitto 2014)

4 NOUSEVIA MATKAILUTRENDEJÄ

Alla käsitellään seuraavia matkailutrendiä: terveys- ja hyvinvointimatkailu, ruokamatkailu, koulutusmatkailua sekä ns. Wildlife- ja kalastusmatkailua. Kaikkia näitä yhdistää se, että niille ennakoitaan tulevaisuudessa merkittävää kasvua tai ne ovat jo nyt kasvualoja. Näistä erityisesti terveys- ja hyvinvointimatkailuun liittyy merkittäviä kasvuodotuksia ja ne ovatkin löytäneet tiensä sekä Kainuun että Etelä-Karjalan maakuntaohjelmiin (ks. Kainuun liitto 2014; E-K liitto 2014). Terveyspalvelujen vienti on valittu myös esimerkiksi Saimian ja Lappeenrannan teknillisen yliopiston tulevaisuuden tutkimuskohteeksi (Saimia 2013). Myös ruokamatkailun kehittämiseen liittyy merkittäviä odotuksia, mutta aineiston valossa näyttää siltä, että kiinnostus kohdistuu ensisijaisesti luomu- ja lähiruuan merkityksen kasvattamiseen osana matkailupalveluja eikä niinkään ruokamatkailuun sanan varsinaisessa merkityksessä. Koulutusmatkailu on puolestaan nostettu esimerkiksi globaalisti kasvavasta matkailusektorista, jota on meillä hyödynnetty varsin vähän. Tältä osin tavoitteena on lähinnä nostaa esille ajatus koulutusmatkailun potentiaalista eikä niinkään analysoida aiheesta tehtyjä tutkimuksia, sillä erillistä kotimaista tutkimusta aiheesta ei juurikaan ole saatavilla.

On syytä todeta, että käsitteinä terveys- ja hyvinvointimatkailu ovat osittain päällekkäisiä, vaikkakin niiden käytössä on havaittavissa myös pientä eriytymistä. Karkeasti ottaen voidaan kuitenkin sanoa, että terveysmatkailussa päähuomio

on sairauksien hoidossa, kun puolestaan hyvinvointimatkailuun voidaan lukea kuuluvaksi kaikki ihmisen fyysistä terveyttä ja hyvinvointia edistävä matkailu. Tässä selvityksessä terveystatkailua ja hyvinvointimatkailua käsitellään erillisissä alaluvuissa, vaikkakaan ei ole ollut täysin mahdollista sulkea pois käsitteiden päällekkäisyyksiä.

4.1 Terveystatkailu

Globaalisti tarkastellen terveystatkailusta on tullut merkittävä ja kasvava toimiala (Keinänen & Vohlonen 2012a: 104; Suopanki-Ervasti 2014: 8). Tästä trendistä myös Suomi haluaa jatkossa oman osansa. Terveystatkailukäsitettä käytetään tutkimuksissa ja selvityksissä kahdella tavalla: Kapeammin tulkittuna terveystatkailulla viitataan matkailuun, jonka keskeisenä sisältönä on lääketieteellinen tutkimus ja hoito potilaan kotimaan ulkopuolella (Keinänen & Vohlonen 2012a: 104; FinlandCare). Tällaisia matkailijoita ovat esimerkiksi Tampereen Sydänkeskukseen saapuvat ulkomaalaiset potilaat tai Turun yliopistolliseen sairaalaan synnyttämään saapuneet venäläiset asiakkaat (TEM 2011B: 59). Terveystatkailua käytetään myös yläkäsitteenä, joka sisältää toisaalta terveydenhoitomatkailun ja toisaalta hyvinvointimatkailun (esim. Suopanki-Ervasti 2014; Iivonen & Koivisto 2014). Jälkimmäisen käyttö pohjaa laajempaan terveystatkailuteeseen, jossa terveys ei ole vain sairauden puutetta, vaan myös fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen toimintakyvyn ylläpitoa sekä näihin liittyvien ongelmien ennaltaehkäisyä.

Terveystatkailun edistäminen on noussut vahvasti valtiovallan agendalle. Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) sekä ulkoasianministeriö (UM) ovatkin viime vuosina aktiivisesti tukeneet terveystatkailun edistämistä. TEM on linjannut vuoteen 2015 yltävissä hyvinvointialan työ- ja elinkeinopoliittista kehittämistä koskevassa tavoite- ja toimenpideohjelmassaan, että terveystatkailusta – tarkemmin sanottuna hoito- ja hoivapalveluista - voidaan kehittää kilpailukykyisiä vientituotteita. Ohjelman toimeenpanosta ovat vastanneet mm. Finpro ja Tekes. (Keinänen & Vohlonen 2012a: 104).

Suomalaisten terveystalvvelujen päämarkkina-alueeksi on valikoitunut Venäjä, jonne myös suurimmat markkinointiponnistelut on kohdistettu. Venäjän merkittävyttä Suomen terveystalvvelumatkailun kehittämisen näkökulmasta lisää se, että Venäjä on maantieteellisesti lähellä, minkä lisäksi Venäjältä ulkomaille hoitoon hakeutuneiden asiakkaiden määrät ovat merkittäviä. Vuonna 2011 ulkomaille lääketieteelliseen hoitoon hakeutui arviolta noin 70 000 venäläistä. Kasvua edeltävään vuoteen oli 47 %. Arvioon eivät sisälly potilaat, jotka ovat omatoimisesti hakeutuneet ulkomaisille klinikoille. (Batenjova 2012). Koska virallista rekisteriä venäläisistä terveystalvvelumatkailijoista ei ole olemassa, kaikki esitetyt luvut ovat suuntaa antavia. Venäläisten terveystalvvelusturistien määrän onkin arvioitu olevan vuositasolla myös 120000 ja 200000 välillä (<http://www.finlandcare.fi/content/ven%C3%A4l%C3%A4iset-terveystalvvelusturistit-mahdollisuus-suomalaisille-yrityksille>). Lukujen ero selittyy sillä, että jälkimmäiseen arvioon on sisällytetty myös omatoimisesti ulkomaille hoitoon hakeutuneet potilaat.

Venäläisten terveystalvvelumatkailijoiden suosituimpia kohdemaita ovat Israel (28 % ulkomaisista terveystalvveluista) ja Saksa (27 %), mutta myös Itävalta, Sveitsi, Ranska ja Espanja ovat kasvattaneet suosiotaan. Luvut ovat arvioita, sillä tarkkaa tilastointia ei ole saatavilla. Saksa on kuitenkin panostanut venäläisiin asiakkaisiin ja vuodesta 2004 venäläisten terveystalvvelumatkailu Saksaan on kasvanut peräti 400 %. Lisäksi Venäjän Kaukoidästä terveystalvvelumatkailu suuntautuu yhä enenevässä määrin Etelä-Koreaan, Thaimaahan sekä Kiinaan. (Batenjova 2012; ks. myös Zarubalova 2014: 19).

Suomen työ- ja elinkeinoministeriön ns. HYVÄ-ohjelmalle laaditun Venäjän terveydenhuoltojärjestelmää käsitelleen raportin mukaan ulkomaille hoitoon hakeutumista vauhdittavat Venäjän terveydenhoitojärjestelmän ongelmat. Joulukuussa 2011 Levada-keskuksen tekemän kyselyn mukaan 54 % venäläisistä luotti vain vähän tai ei lainkaan venäläiseen terveydenhoitojärjestelmään (Levada 2012; Batenjova 2012) . 71 % tutkimukseen osallistuneista oli sitä mieltä, että terveydenhoitojärjestelmä vaatii suuria muutoksia tai täydellistä muutosta (Levada 2012). Ongelmana ovat erityisesti terveydenhuoltopalveluiden alueelliset erot sekä riittämättömät varat palveluiden tuottamiseen. Lisäksi lainsäädän-

töä tulkitaan Venäjän eri alueilla eri tavalla. Myös erot julkisen ja yksityisen puolen palveluissa ovat merkittävät. Pietarin ja Moskovan yksityissairaalat ovat korkeatasoisia, mutta kuten julkisella puolella, ongelmana on resurssipula. Julkiset terveydenhoitopalvelut ovat pitkälti maksuttomia, mutta vuonna 2012 tehdyn tutkimuksen mukaan käytännössä jopa 52 % venäläisistä maksoi itse terveyspalvelunsa. Esimerkiksi jonon ohi tehtävä nopeutetun aikataulun leikkaus tai magneettikuvaukset ovat maksullisia. (Zarubalova 2013: 13-17; myös Suopanki-Ervasti 2014: 25-26;).

Venäjällä terveydenhoitoon kohdistuvat investoinnit ovat Suomeen verrattuna pieniä, jos summia tarkastellaan väkilukuun suhteutettuna. Suomen valtion terveydenhuoltomenot henkilöä kohden ovat yli kymmenkertaiset Venäjään verrattuna (Suomi 2350 USD vrt. Venäjä 233 USD) (Makeeva 2011: 3; myös Suopanki-Ervasti 2014: 26). Venäläisten eliniänodote on miehillä 58,8 vuotta ja naisilla 72,1 vuotta (Makeeva 2011: 2), kun Suomessa vastaavat luvut (v. 2012) oli miehillä noin 77,5 vuotta ja naisilla runsaat 83 vuotta (Findikaattori 2014). Venäjällä kuolla suhteellisen nuorena sydän- ja verisuonitauteihin sekä syöpään. Näistä ensimmäinen selittynee ruokavalion raskaudella (vrt. ruokavalion rooli Pohjois-Karjala projektissa vuosina 1972 – 1997 sydän- ja verisuonitautien vähentämiseksi). Syöpähoidoissa Suomella puolestaan on korkeatasoista osaamista. Joiltakin osin venäläistä terveydenhuoltoa vaivaa heikko tuloksellisuus. Esim. sydänlähän leikkauspotilaista menehtyy jopa puolet, kun vastaava luku Israelissa on 1-2 % potilaista (Makeeva 2011: 4). Huonot hoitotulokset ovat osin seurausta liian massiivisten sydänleikkausten käyttämisestä sen sijaan, että suosittaisiin vähäriskisempiä, moderneja hoitokeinoja (Batenjova 2012). Myös kehoon hygienia- ja hoitovirheet ja väärät diagnoosit sekä väärä tai turha lääkitys ovat Venäjällä yleisiä (Makeeva 2011: 4).

Venäjän terveydenhoidon ongelmien vuoksi rikkaat ja keskiluokkaiset venäläiset hakeutuvat hoitoon ulkomaille erityisesti henkeä uhkaavien tautien, kuten sydäntautien ja syöpien hoidattamiseksi. Venäjällä diagnosoidaan vuosittain 480 000 syöpäpotilasta ja syöpään kuolee vuosittain 300 000 venäläistä (Makeeva 2014: 12). Koska esim. sydänlähän leikkaus Venäjällä maksaa 6000 - 8000 USD, vastaava hoito saattaa olla ulkomailta jopa edullisempi. Toisaalta

ulkomaille hakeudutaan myös sellaisissa tapauksissa, joissa sairautta ei voida Venäjällä parantaa. Ulkomailta terveystalvaeluja ostavat asiakkaat voidaan karkeasti jakaa kahteen ryhmään: Yhden ryhmän muodostavat oman maan terveydenhoitopalveluiden ulkomaille hoitoon lähettämät asiakkaat. Tällöin ulkomaille hakeudutaan useimmiten oman maan sairaanhoidon kapasiteettipulan tai saavutettavien kustannussäästöjen vuoksi. (Suopanki-Ervasti 2014: 8-9). Toiseksi asiakkaita hakeutuu ulkomaille hoitoon myös oma-aloitteisesti mm. rajaseuduilta. Matka terveystalvaeluihin rajan taakse voi olla lyhyempi kuin matka lähimmän kotimaisen palveluntarjoajan luo. Oma-aloitteisesti ulkomaille hoitoon hakeutumisen syitä ovat lisäksi hoidon kotimaata matalampi hintataso kohdemaassa, hoidon korkeampi laatu tai hoitojen saatavuus. Omatoimisesti ulkomaille hoitoon hakeutuvat lähinnä koulutetut venäläiset, jotka kykenevät etsimään tietoa hoitopalveluista internetin kautta. Noin 80 % venäläisistä ostaa terveystalvaeluita ulkomailta ilman välittäjiä. (Suopanki-Ervasti 2014: 27). Näin ollen riittävän informaation saanti internetin kautta suoraan palveluntarjoajalta sekä mahdollisuus olla suoraan yhteydessä palveluntarjoajaan venäjän kielellä on merkittävä itse hoitoon hakeutuvien venäläisten potilaiden saavuttamiseksi.

Yleisimpiä terveystalvaelongelmia, joihin apua haetaan ulkomailta, ovat syöpä, leikkausta vaativat sydänsairaudet sekä tekoniivelleikkaukset. Niivelleikkausten laatu on Venäjällä alhainen. Laadukkaita tekoniiveliä on huonosti saatavilla. Leikkaus maksaa tästä huolimatta potilaalle 5000 - 10 000 euroa. Oma-aloitteisesti hoitoon ulkomaille hakeudutaan myös silloin, kun hoitoon pääsy on kotimaassa estetty lainsäädännön vuoksi. Tästä tyypillisiä esimerkkejä ovat hedelmäoitishoidot, raskauden keskeytys ja kuolinapu (TEM 2011; ks. Suopanki-Ervasti 2014: 9).

Myös Suomeen tulevien venäläispotilaiden määrä on kasvussa (Keinänen & Vohlonen 2012a: 104). Odotukset terveystalvaeluiden viennin suhteen ovatkin melko korkealla tasolla, vaikka yksittäisten palveluntuottajien kohdalla kyse on toistaiseksi kymmenistä pikemmin kuin sadoista venäläispotilaista vuosittain (Suopanki-Ervasti 2014: 22). Tärkeimpiä terveystalvaelumatkoiteen valintakriteereitä ovat hinta-laatusuhde, lääkäriin ja sairaalan referenssit, palvelutaso sekä laitteisto, teknologia ja venäjänkielinen palvelu. Vuonna 2011 venäläiset käytti-

vät eurooppalaisia hoitopalveluita yhteensä noin miljardin dollarin arvosta. Venäläinen asiakas on tyypillisesti korkealaatuista palvelua hakeva ja maksaa hoitonsa itse. (Suopanki-Ervasti 2014: 27-28).

Vuonna 2011 työ- ja elinkeinoministeriö käynnisti FinlandCare-ohjelman hoito- ja hoivapalvelualan yritysten kansainvälistymisen ja viennin vauhdittamiseksi (ks. <http://www.finlandcare.fi/>). Ohjelma on osa ministeriön hyvinvointialan työ- ja elinkeinopoliittisen ns. HYVÄ-ohjelman (2011 – 2015) kansainvälistymisen ja viennin edistämisen toimenpiteitä (Suopanki-Ervasti 2014: 18; FinlandCare) ja sen käytännön toteutuksesta vastaa Finpro. Hoito- ja hoivapalveluiden vienti on tässä yhteydessä määritelty siten, että ”suomalaiset tuottavat palveluita ulkomaalaisille asiakkaille, jolloin rahavirta suuntautuu Suomeen” (TEM 2/2011).

Terveys- ja hyvinvointipalveluiden vientiä voidaan lähestyä osana matkailusektorin kehittämistä. Tällöin tarkastelun kohteena ovat ulkomailta Suomeen hoitoon tulevat asiakkaat. Positiivisista odotuksista huolimatta on syytä todeta, että tavoitellun viennin toteutumisen tiellä on useita esteitä. Ensinnäkin Suomi on toistaiseksi tuntematon terveysturismalle sekä globaalisti että mahdollisten venäläisten asiakkaiden keskuudessa. Juuri tähän seikkaan FinlandCare pyrkiikin toimillaan vaikuttamaan.

Tutkimuksen kuitenkin osoittavat, että terveysturismalle kehittämisen tiellä on merkittäviä rakenteellisia haasteita. Suomessa kunnat ja kuntayhtymät vastaavat noin 77 %:sta terveyspalveluista. TEM:in teettämien selvitysten mukaan julkisen sektorin terveyspalvelujen tuottajat eivät kuitenkaan juuri osoita kiinnostusta palveluvientiä kohtaan, mikä olennaisesti vaikeuttaa ministeriön terveysturismalle asettamien tavoitteiden toteutumista. Julkista sektoria täydentävät terveysalan yritykset, jotka tuottivat 19 % ja järjestöt noin 4 % terveyspalveluiden kokonaismäärästä. On myös huomattava, että toimialan yrityksistä runsaat 80 prosenttia työllistää alle kaksi henkilöä, mikä on merkittävä haaste niiden mahdollisille pyrkimyksille palvella ulkomailta tulevia asiakkaita. Lisäksi useiden alan suurten yksityisten yritysten kuten Mehiläisen ja Terveystalon lääkärikunta tuottaa terveyspalveluja ammatinharjoittajina, mikä omalta osaltaan vaikeuttaa palveluvientiä. Koska terveyspalveluiden kotimainen kysyntä on pysytellyt riit-

tävällä tasolla ja väestön vanhenemisen johdosta kysynnän ennakoidaan kasvavan voimakkaasti, eivät toimijat välttämättä näe tarvetta ulkomaisten asiakkaiden houkuttelemiseksi palveluiden pariin. On kuitenkin esitetty arvio, jonka mukaan julkisen terveydenhuollon kapasiteetista myyntiin olisi vapautettavissa 6 – 18 % - erityisesti yliopistollisista sairaaloista (Keinänen & Vohlonen 2012a: 106; 2012b: 101). On syytä todeta, että esitetty luku edellyttää olemassa olevan toiminnan tehostamista eikä sinänsä vielä kerro paljoakaan esim. toiminnan taloudellisesta kannattavuudesta. Silloinkin, kun itse hoitotoimenpiteet on todettu kansainvälisesti vertaillen hinnoiltaan kilpailukykyiseksi, laskelmat eivät huomioi ulkomaisten potilaiden tarvitsemia lisäpalveluita ja niiden kustannuksia.

Terveysmatkailun kehittämistä määrittää omalta osaltaan myös Euroopan unionin vuonna 2013 voimaan astunut potilasdirektiivi, joka antaa EU-kansalaisille oikeuden hakeutua minkä tahansa jäsenmaan terveyspalveluiden käyttäjäksi. Direktiivin pohjalta muotoiltu laki rajat ylittävästä terveydenhuollosta astui Suomessa voimaan 1.1.2014 (STM 2013; Kunnat 2014). Direktiivi sitoo palveluntuottajien kädet palveluiden hinnoittelun suhteen sillä se määrää, ettei hinnoittelussa saa syrjiä muista EU:n jäsenvaltioista tulevia potilaita. (STM 2013; Kunnat 2014; TEM 2/2011). Koska EU:n sisäiset sopimukset eivät rajoita hinnoittelua EU:n ulkopuolisilla markkinoilla, Venäjä ja erityisesti Pietarin alue nähdäänkin potentiaalisimpana terveyspalvelujen viennin kohdealueena.

Toive venäläisten hakeutumisesta rajan yli Suomeen terveydenhoitopalveluiden asiakkaksi on ristiriidassa sen käytännöstä saadun kokemuksen kanssa, jonka mukaan merkittävä osa Euroopan sisällä tapahtuvasta rajat ylittävästä terveyden- ja sairaanhoidosta tapahtuu sellaisilla valtioiden välisillä raja-alueilla, joita yhdistää sama kieli ja kulttuuri. Palveluiden saaminen omalla kielellä onkin identifioitu erityisen tärkeäksi tekijäksi hoitopalveluissa. (TEM 2/2011). Nämä kielelliset vaatimukset koskevat myös venäläisiä asiakkaita. Esimerkiksi venäläisiä asiakkaita ulkomaisiin sairaaloihin välittävän Eurodoctorin johtaja on todennut, että yritys työskentelee ainoastaan sellaisten ulkomaisten sairaaloiden kanssa, joilla on kansainvälinen yksikkö ja venäjätaitoista henkilökuntaa. Hän nostaa myös esille venäläisen mentaliteetin ymmärtämisen tärkeyden yhtenä yhteistyökumppaneiden valintakriteerinä. (Batenjova 2012). Näin ollen laajamittainen

venäläisten asiakkaiden houkuttelemisen terveystalvveluiden käyttäjiksi Suomeen edellyttää joko joustavasti saatavissa olevia korkeatasoisia tulkkipalveluita tai venäjän kielen taitoista ammattihenkilökuntaa.

Muita identifioituja haasteita Suomen terveystalvveluviennin kehittämisessä ovat mm. hoitopalveluiden ketjuttaminen, vastuukysymykset, potilastietojen saaminen, jatkohoidon saatavuus kotimaassa, itsemaksavien asiakkaiden vähäisyys sekä matkustamiseen liittyvät vaikeudet (TEM 2/2011; ks. myös Suopanki-Ervasti 2014: 11). Tunnistetuista haasteista huolimatta terveystalvveluiden viennin edistäminen on kansallisella agendalla ja löytyy myös aluetason ohjelmadokumenteista. Asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi onkin ehdotettu Venäjä valmennusohjelman käynnistämistä hyvinvointialan yrityksille. (TEM 2011: 25, 29). Missä määrin valmennusohjelmalla on mahdollista poistaa viennin esteitä, on keskeinen kysymys, johon ei ole vielä mahdollista saada kokemusperäisiä vastauksia. Kiinnostusta Venäjälle suuntautuvaan palveluviennin kuitenkin on olemassa, sillä venäläiset asiakkaat ovat merkittävässä määrin korvanneet veteraaneilta vapautuvia paikkoja mm. Lappeenrannan kylpylässä, jossa Venäjältä saapuneiden lomalaisten osuus on jo 14 % yöpymisistä (TEM 2011b: 62).

Terveystalvvelu- ja hyvinvointimatkailu onkin löytänyt tiensä sekä Pohjois-Karjalan maakuntaohjelmaan 2014-2017 osana hyvinvointituotannon ja matkailun kehittämistä, mutta myös Lappeenrannan kaupungin elinkeino-ohjelmaan 2013 – 2016. Finnpron koordinoimassa FinlandCare-ohjelmassa mukana ovat Lappeenrannan kuntoutus Oy, Fysio-Eskola sekä TreeniX – kaikki kuntoutuspalveluita tarjoavia yrityksiä Etelä-Karjalasta. (<http://www.finlandcare.fi/content/j%C3%A4senyritykset>). On arvioitu, että Venäjällä on runsaasti tyydyttämätöntä kysyntää erityisesti vammaisten aikuisten ja lasten kuntoutus- ja fysioterapiapalveluille sekä leikkauksen jälkeisiin kuntoutuspalveluihin (Zarubalova 2014: 20). Tästä näkökulmasta tarkastellen Etelä-Karjalan kuntoutusta tarjoavien yritysten palveluprofiili näyttäisi istuvan hyvin venäläisasiakkaiden tarpeisiin. On kuitenkin syytä todeta, että yritysten venäjänkielinen palveluvalmius on vielä lapsenkengissä: ainoastaan Fysio-Eskolan internetsivustolla venäläisasiakkaille on tarjolla tietoa heidän omalla kielellään.

Edellä mainittujen palveluiden lisäksi myös geriatrinen kuntoutus, aikuisten ja lasten fysioterapia sekä urheilufysioterapia edustavat aloja, joille on arvioitu olevan runsaasti kysyntää itse maksavien venäläisten asiakkaiden keskuudessa. On kuitenkin huomattava, että Venäjällä fysioterapia on käsitteenä laajempi kuin Suomessa. Esimerkiksi vitamiinipistokset, kuivakuppaus sekä savihoidot sisältyvät Venäjällä poliklinikoiden fysioterapiapalveluihin. (Zarubalova 2014: 13, 19). Fysioterapia ja kuntoutuspalveluiden lisäksi potentiaalisiksi tuotteiksi Etelä-Karjalassa EKSOTEn sisällä on nimetty tekonivelleikkaukset. Alueella on arvioitu olevan 24 %:n ylikapasiteetti tekonivelleikkauksissa, mikä vastaa yli sataa vuosittaista leikkausta toiminnan ollessa optimaalisesti organisoitua (Keinänen & Vohlonen 2012a: 106-107; Keinänen & Vohlonen 2012b: 99). Toisaalta on syytä huomioida, että vaikka taloudellisesta näkökulmasta tarkastellen tekonivelleikkauksilla vaikuttaisi olevan hyvä potentiaali terveysturvan tuotteeksi, olemassa oleva ylikapasiteetti on väliaikainen ilmiö. Tekonivelleikkausten kotimaisen kysynnän on arvioitu kasvavan noin 30 % seuraavien 10 vuoden aikana väestön ikääntymisestä johtuen. Näin ollen leikkausten myyntiä ulkomaille jarruttanee ennen muuta alan työvoimatilanne: Vuonna 2020 alan lääkäreiden lukumäärä on ”juuri ja juuri tasapainossa kotimaisen kysynnän kasvun kanssa” (Keinänen & Vohlonen 2012a: 116).

Suomeen suuntautuvan terveysturvan osalta potentiaalisimpana hoitokokonaisuutena on nähty syöpäleikkaukset, erityisesti rintarauhasen osittainen poisto syöpäkasvaimen vuoksi, sillä näissä leikkauksissa on 13 % ylikapasiteettia, eikä potilaiden määrään ennakoida merkittävää muutosta toisin kuin esim. tekonivelleikkausten kohdalla (Keinänen & Vohlonen 2012a: 116; Keinänen & Vohlonen 2012b: 95). Terveysturvan onnistuminen edellyttää kuitenkin sitä, että kaikki hoitopalvelun osat on organisoitu hyvin. Hoitopalveluketju sisältää varsinaisen hoidon lisäksi tiedonsaannin hoidon saatavuudesta, asiakkaan hoidon tarpeesta tehtävän tilannearvion ja diagnostiikan, matkustusjärjestelyt sekä mahdolliset kieli ja asumispalvelut. Kannattava terveysturva edellyttää sitä, että nämä hoitoketjun osat kyetään tuottamaan kustannustehokkaasti. Luukun ottamatta fysioterapiaa Etelä-Karjalan keskussairaala on arvioitu parhaiten soveltuvaksi terveysturvan palveluntarjoajaksi Etelä-Karjalassa. On kuitenkin

syytä pohtia, onko panostus esim. ulkomaisten syöpäpotilaiden hoitamiseksi kannattavaa, kun hyödynnettävissä olevaa ylikapasiteettia on arvioitu olevan EKSOTEssa vain parinkymmenen hoitajakson verran (Keinänen & Vohlonen 2012a: 107).

Näyttäisikin siltä, että Etelä-Karjalaa paremmat edellytykset ulkomaisten syöpäpotilaiden hoitoon löytyvät Tampereelta, missä on aloitettu tavoitteellinen toiminta Venäjän suuntaan. Keskeinen rooli on FinnMedi Oy:llä, joka tukee Life Science -alan yritysten pääsyä Venäjän markkinoille huhtikuussa 2014 käynnistyneessä hankkeessa, joka kestää vuoden 2014 loppuun. Projekti kokoaa yhteen pirkanmaalaisia terveys- ja biolääketieteen yrityksiä, joilla on kykyä ja halua laajentaa ja kansainvälistää toimintaansa Pietarin markkinoiden avulla. Projektissa selvitetään lisäksi yritysten tarpeisiin sopivia osaamisverkostoja Pietarissa sekä etsitään uusia potentiaalisia verkostoja, jotka voisivat toimia yritysten tukena käytännön liiketoiminnan aloittamisessa. Tavoitteena on myös selvittää suomalaisten yritysten mahdollisuuksia tarjota tuotteitaan ja palveluitaan myös Pietarin kaupungin julkiselle terveydenhuollolle. Projektin rahoittajina toimivat Euroopan aluekehitysrahasto (EAKR), Pirkanmaan liitto, Tampereen kaupunki, Tampereen yliopisto ja FinnMedi Oy (Finnmedi 2014a). Finnmedi valmistelee Tampereelle myös operoivaa potilastoimistoa, joka myy valmiiksi paketoituja ja helposti ostettavia terveysmatkoja (Suopanki-Ervasti 2014: 17).

Tampere on mukana myös Tekesin hallinnoimassa INKA-ohjelmassa (2014-20), jossa pyritään aikaansaamaan toimija-, teknologia- ja maantieteelliset rajat ylittävää kehittämistä ja kansainvälistä kaupallistamista kansanterveydellisesti tärkeillä osa-alueilla yhdistämällä uusia hoitoja ja teknologista osaamista älykkäällä ja vaikuttavalla tavalla. Ohjelman sisällä Tampereen kaupunkiseutu hallinnoi Älykäs kaupunkiseutu ja uudistuva teollisuus -teemaa, jossa Tampereen seudulle rakennetaan terveysvaikutuksia lisäävä liiketoiminnan ja palveluiden kehitysympäristö. INKAn tavoitteena on kaupallistaa alueella kehitettyjä ratkaisuja kansainvälisesti sekä kehittää terveysmatkailua erityisesti Venäjän ja Itämeren alueelle sekä houkutella alueelle kansainvälisiä asiakkaita ja yrityksiä. (Finnmedi 2014b). Odotukset terveyspalveluiden viennin suhteen ovat melko korkealla tasolla, mutta toistaiseksi toteutuneiden asiakkaiden määrät ovat vaa-

timattomia. Esim. TAYSin Sydänkeskuksessa oli ulkomaalaisia potilaita noin 50 vuonna 2012, joista osa oli venäläisiä asiakkaita. Vastaavasti Tekonivelsairaala Coxassa (Pohjoismaiden suurin tekoniveloperaatioihin erikoistunut sairaala) hoidetaan noin 20 ulkomaalaista potilasta vuosittain. (Suopanki-Ervasti 2014: 22).

TEMin teettämistä hoitopalveluita koskevista selvityksistä käy ilmi, että ministeriön tahtotila ja yritysten kiinnostukset eroavat toisistaan merkittävästi. Tämä koskee erityisesti julkisen sektorin toimijoita. Lääketieteellistä hoitoa tarjoavia yksiköitä enemmän ulkomaisista asiakkaista kiinnostuneita löytyy hyvinvointipalveluiden tuottajilta kuten kylpylöiltä. Erityisesti kuntoutukseen keskittyvissä kylpylöissä on vajaakäytössä olevaa kapasiteettia, jota olisi mahdollista hyödyntää enenevässä määrin myös ulkomaisten matkailijoiden hyväksi, joskin on odotettavissa, että ikääntyvän väestön mukana myös kotimainen kuntoutuspalveluiden kysyntä kasvaa lähitulevaisuudessa. Yllättävää kyllä, TEMin terveys- ja hyvinvointipalveluiden vientiä koskettelevat raportit eivät tunnista urheiluopistoja potentiaalisiksi terveys- ja hyvinvointimatkailun toimijoiksi, vaikka esimerkiksi erilaiset kuntotestaukset ovat olennainen osa urheiluopistojen palveluita ja niitä tarjotaan myös ulkomaisille vierailijoille (ks. esimerkiksi Vierumäen urheiluopiston venäjänkielisten sivujen osio: мониторинг физического состояния). Sen sijaan urheiluopistoja käsitellään Harju-Autin (2012) TEM:ille kokoamassa Matkailun ohjelmapalvelut toimialaraportissa, jossa mainitaan Vierumäki ja Santasport eli Lapin urheiluopisto esimerkkeinä hyvästä liiketoiminnan kehittämisestä matkailun suuntaan.

Markkinapotentiaalia näyttäisi olevan myös yhden päivän aikana toteutetuille perusteellisille terveystarkastuksille (ven. полное профилактическое обследование), sillä yhä suurempi joukko venäläisiä hakeutuu tämänkaltaisiin palveluihin ulkomaille (Batenjova 2012). Terveystarkastuksia tarjotaankin aktiivisesti venäläisille asiakkaille mm. saksalaisilla ja israelilaisilla klinikoilla (ks. esim. <http://www.medicalisrael.ru/polnoe-profilakticheskoe-obsledovanie-i-diagnostika2>; <http://www.med-navigator.com/cure/CheckU/>). Syystä tai toisesta tässä tutkimuksessa käytetty suomalainen aineisto ei nosta esille laajoja terveystarkastuksia potentiaalisena terveysturva- ja matkailutuotteena, vaikka tämänkalta-

nen palvelu olisi toteutettavissa helpommin kuin esimerkiksi vaativat syöpähoi-dot. Ottaen huomioon, että erityisesti Etelä-Karjalaan ja Suomen itärajalle laa-jemminkin suuntautuu runsaasti 1-2 päivän kestoisia ostosmatkoja Pietarin alu-eelta ja rajan tuntumasta, olisi syytä pohtia keinoja tarkastella näitä matkailijavir-toja myös laajojen terveystarkastusten potentiaalisina asiakkaina. Tarkastusten tuloksista riippuen asiakkaille olisi mahdollista suositella myös muita sopivia palveluita kuten fysioterapiaa tai kuntolomia. Toimiakseen malli luonnollisesti edellyttäisi toimivia yritysten ja julkisen sektorin toimijoiden yhteistyöverkostoja, mutta onnistuessaan voisi tuoda alueen toimijoille merkittävän piristysruiskeen.

4.2 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailulla viitataan matkailuun, jossa ulkomaiset asiakkaat ostavat Suomessa hyvinvointipalveluita, kuten ohjattuja liikuntapalveluja, kylpyläosaston allaspalveluja, hierontapalveluja ja erilaisia mieltä virkistäviä palveluja tai elä-mäntapoihin liittyvää ohjausta (Suopanki-Ervasti 2014: 5). Keskeisenä tausta-ajatuksena hyvinvointimatkailussa on yksilön oma vastuunotto omasta hyvin-voinnistaan (Ilvonen & Koivisto 2014: 9). Kylpyläpalvelut ovat Suomessa erityi-sen vahvasti edustettu hyvinvointipalvelujen muoto. Maamme kylpylät voidaan jakaa kahteen ryhmään sen perusteella keskittyvätkö ne toiminnassaan viihde-palveluihin vai kuntoutukseen (mm. Ilvonen & Koivisto 2014: 11). Venäläisten asiakkaiden suosiossa ovat erityisesti viihdekylpylät, mutta sitä mukaa kun so-taveteraanien kuntoutukseen keskittyneistä kylpylöistä vapautuu asiakaskapasi-teettia, on niitä alettu aktiivisemmin kehittää myös matkailupalvelujen suuntaan. (TEM 2011B: 61-62).

Matkailun menestystuotteet ovat usein yksinkertaisia, ympäristöystävällisiä ja mahdollistavat matkailijan osallistumisen ja kokemuksellisuuden (Harju-Autti: 45). Yhdistettynä liikuntaan, näistä aineksista on mahdollista koota terveyttä ja hyvinvointia edistäviä matkailutuotteita. Liikunnallisia elämyksiä koko perheelle tarjoaa Etelä-Karjalassa esimerkiksi Atreenalin seikkailupuisto Saimaalla. Vaik-ka venäläiset ovat puiston yksi avainasiakasryhmistä, ei puiston nettisivustoilla ole tietoa saatavilla kuin suomeksi ja englanniksi. Erilaisia liikunta-aktiviteetteja

ja niiden tuotteistamista matkailijoille voitaisiinkin laajemmin tarkastella osana terveys- ja hyvinvointimatkailun kehittämistä.

Kohderyhmästä riippuen myös ratsastusta ja laajemmin ottaen hevostoimintaa olisi mahdollista markkinoida myös terveyttä ja hyvinvointia koskevilla argumenteilla tai vaihtoehtoisesti vaikkapa osana lasten ja aikuisten aktiivilomaa tai kuntoutusta. On syytä huomioida, että hevostalous on mainittu yhtenä kehittämis-kohteena Pohjois-Karjalan, Etelä-Savon ja Pohjois-Savon ELY-keskusten maaseudun kehittämisohjelmassa vuosille 2014-2020 (P-K liitto 2014: 9; ProAgria Pohjois-Karjala 2014). Joensuun seudun maaseutuohjelmassa 2014-2020 hevostalouden kehittämistoimet sisältävät talliyrittäjien yrittäjäosaamisen tukemisen, ratsastuspalveluiden kehittämisen ja yritysten välisessä verkostoitumisessa avustamisen (ProAgria Pohjois-Karjala 2014: 23). Seuraavissa kappaleissa nostetaan esille sosiaalipedagogisen hevostoiminnan potentiaalia itäisen Suomen hyvinvointipalveluiden ja -matkailun kehittämisen näkökulmista.

Sosiaalipedagoginen hevostoiminta on Suomessa vielä melko uusi toimintamuoto, jolle ei ole yhtä sisällöllisesti vakiintunutta määritelmää. Pikemminkin sosiaalipedagoginen hevostoiminta voidaan määritellä sen ominaispiirteiden kautta. Se on yksi eläinavusteisen intervention muoto, jolle on ominaista hevosen kanssa tapahtuva elämyksellinen (ja yhteisöllinen) toiminta ja jonka tavoitteena on yksilön sosiaalisen kasvun ja hyvinvoinnin tukeminen (Orava 2010; Kjaldman 2010; Windell 2013; ks. myös MacLean 2011).

Sosiaalipedagoginen hevostoiminta jalkautui Suomeen 2000-luvun alussa, jolloin Suomen Ratsastajainliitto aloitti Opetusministeriön tuella kehittämishankkeen ”Ratsastuspedagogia ehkäisemään lasten ja nuorten syrjäytymistä”. Maamme ensimmäinen kasvatus-, sosiaali- ja terveysalan ammattilaisille suunnattu sosiaalipedagoginen hevostoiminta -täydennyskoulutuskokonaisuus järjestettiin vuonna 2002 Kuopion yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskuksen toimesta (Kjaldman 2010; Orava 2010). Alan koulutuskysyntä ja -tarjonta jatkuu: Mm. Itä-Suomen yliopisto tarjoaa täydennyskoulutuksena 25 op:n paketteja sosiaalipedagogisesta hevostoiminnasta (ks. Aducate 2014). Onkin syytä pohtia voisiko sosiaalipedagogisesta hevostoiminnasta luoda moniammatillisena yh-

teistyönä Itä-Suomen rajamaakuntiin uusia innovatiivisia, terveyttä edistäviä ja hyvinvointia lisääviä matkailutuotteita, joiden yhtenä kohderyhmänä voisivat olla venäläiset lapset ja nuoret.

Suomalainen alan tutkimus on toistaiseksi melko vähäistä, mutta tuoretta: Tutkimus on kartoittanut lähinnä sosiaalipedagogisen hevostoiminnan tavoitteita ja toteutusmuotoja (Orava 2010; Windell 2013). Tekeillä on myös laajempi sosiaalipedagogisen hevostoiminnan vaikuttavuutta tarkasteleva väitöstutkimus Helsingin yliopiston käyttäytymistieteellisessä tiedekunnassa (ks. Kjälman 2010). Ojala (2010) toteaa, että sosiaalipedagogisessa hevostoiminnassa on kyse toisaalta ongelmien ennaltaehkäisystä kasvatuksen keinoin (erityisesti syrjäytymisen ehkäisy) ja toisaalta sosiaalisesta kuntoutuksesta (tapahtuneiden vaurioiden korjaaminen) – ei niinkään terapiasta. Näin toiminnan kirjo on melko laaja. Lähestymistavasta ja asiakkaasta riippuen kyse voi olla hevosharrastustoiminnan ja kuntouttavan toiminnan välimaastoon sijoittuvaa toiminnasta, jonka tavoitteena on tukea asiakkaan sosiaalista kasvua ja hyvinvointia. Sosiaalipedagoginen hevostoiminta voi tähdätä myös asiakkaan kuntouttamiseen, jolloin sillä on yhtymäkohtia ratsastusterapian kanssa (ven. 'ippoterapija'). Ja laajimmillaan se voi olla koko tallin toimintaa ohjaava kehys, jossa tavoitteena on harrastustoiminnan kautta tukea asiakkaan hyvinvointia, jolloin toiminta on luonteeltaan ennaltaehkäisevää. (Orava 2010: 81-82). Suomessa sosiaalipedagogisen hevostoiminnan ensisijaisena kohderyhmänä ovat lapset ja nuoret (Ojala 2010: 6; Hevosopisto 2014) ja menetelmää on hyödynnetty mm. koulupudokkaiden ja erityisoppilaiden kanssa työskentelyyn (Kjälman 2005; Kjälman 2010). Sosiaalipedagogista hevostoimintaa voidaan kuitenkin kohdentaa myös aikuisille. Esimerkiksi Yhdysvalloissa sosiaalipedagogisen hevostoiminnan avulla on kuntoutettu traumaperäisestä stressihäiriöstä (PTSD) kärsiviä veteraaneja (MacLean 2011).

Itä-Suomen maakunnilla olisi perusedellytykset sosiaalipedagogisen hevostoiminnan pohjalle kehitettyjen terveys- ja hyvinvointimatkailutuotteiden kehittämiseen. Alueella on tarjolla alan koulutusta ja hevostoiminnan kustannukset ovat huomattavasti esimerkiksi pääkaupunkiseutua edullisemmat. Sosiaalipedagoginen hevostoiminta ei myöskään sinällään vaadi erityisiä investointeja, vaan

sitä voidaan toteuttaa missä tahansa talliympäristössä, jolloin se voi olla tallin yksi toimintamuoto tavanomaisen ratsastustoiminnan rinnalla, kunhan asiakkaiden majoitustarve on jollain tavalla ratkaistu. Venäjän puolella on runsaasti lapsia ja nuoria, joiden hyvinvointia toiminnalla voitaisiin tukea. Koska sosiaalipedagoginen hevostoiminta voi käytännössä saada monenlaisia ilmenemismuotoja ja kohdentua monenlaisiin asiakkaisiin, sen ympärille olisi mahdollista luoda toimintamuotoja yhteistyössä matkailutoimijoiden, hevosityttäjien sekä terveysalan asiantuntijoiden kanssa. Silloin kun toiminnan tavoitteena on asiakkaan sosiaalinen kuntoutus, yhteistyö lähettävän tahon ja asiakkaan (tässä: venäläinen osapuoli) kanssa on onnistuneen toiminnan edellytys.

Olisikin kiinnostavaa selvittää tarkemmin voisiko sosiaalipedagogisesta hevostoiminnasta luoda Itä-Suomeen uusia, innovatiivisia terveys- ja hyvinvointimatkailun tuotteita venäläisille lapsille ja nuorille yhteistyössä sosiaali- ja terveysalan ammattilaisten, hevosityttäjien ja venäläisten toimijoiden kanssa, sillä toiminnasta on saatu lupaavia tuloksia erityistä tukea tarvitsevien lasten ja nuorten kuntoutuksessa ja sosiaalistamisprosesseissa (esim. Mustonen 2008; Okulov & Koukkari 2005; Trotter 2006). Tämä olisi linjassa mm. Lappeenrannan kaupungin elinkeino-ohjelman 2013-2016 linjausten kanssa, jossa tavoitteeksi on asetettu maakunnan matkailun kehittäminen mm. tukemalla terveys- ja hyvinvointipalveluyritysten palvelupakettien konseptointia. Lisäksi ohjelma tavoittelee maaseutuyritysten määrän kasvua yrittäjyyttä tukemalla. (LPR 2013).

4.3 Ruokamatkailu

Ruoka on tärkeä osa matkailua. Matkan aikana syödyn ruuan laadulla onkin merkittävä rooli matkailukokemuksessa (esim. Dallen & Amos 2013: 99; Metro-Roland 2013). Nimetessään hyvinvointimatkailutrendejä vuodelle 2014, Wellness Tourism Worldwide nosti ruokamatkailun (food tourism) trendilistansa neljännelle sijalle (WTW 2014). Ruokamatkailu voi sisältää esim. ruuanlaittokursseja, ruokaretkiä tai maatilavierailuja. Keskeistä ruokamatkailussa on se, että ruoka on matkan ensisijainen tarkoitus. Näin mikä tahansa matkan aikana ta-

pahtuva ruokailu ei vielä tee matkasta ruokamatkaa. Trendinä ruokamatkailu liittyy paikallisuutta ja aitoutta korostavien arvojen nousuun.

Kansainvälisesti tarkastellen ruokamatkailun tutkimus on kasvua ja siitä onkin muodostunut oma tutkimushaaransa matkailututkimuksen sisälle (Prezenza & Del Chiappa 2013: 182). Tutkijoiden kiinnostuksen kohteena ovat olleet erityisesti ruoka matkakohteen imagon rakentajana ja kohentajana (Dallen & Amos 2013: 100). Tällöin tutkimuksen fokuksessa on usein ollut matkailijan näkökulma eli se, millaista lisäarvoa ruoka tuo matkailukokemukseen ja kuinka ruuan avulla on mahdollista tehdä matkailukohteesta entistä houkuttelevampi matkustuskohde. Huomiota on kuitenkin alettu yhä enenevässä määrin kiinnittää myös ruuan tuottajien ja ravintoloitsijoiden näkökulmiin (esim. Prezenza & Del Chiappa 2013), mikä avulla on voitu lisätä ymmärrystä ruokamatkailun kehittämisen haasteista. Monella tapaa kiinnostavia näkökulmia ruokamatkailuun ovat nostaneet erityisesti etnografiset ruokautkimukset, joiden kantavana teemana on turisteille tarjotun ruuan ja paikallisten ruokailutapojen välinen vuorovaikutus (ks. Valadares Teixeira & Ribeiro 2013; Avieli 2013).

Akateeminen ruokamatkailututkimus tekee käsitteellisen eron ruuan (food) ja laajemman 'foodways'- käsitteen välille. Ruualla (food) viitataan fyysiseen/aineelliseen ruokaan. Sen sijaan 'foodways'-käsite on tätä huomattavasti laajempi sisältäen varsinaisen ruuan lisäksi ruuan tuoksut, nähtävyydet ('sights'), äänet ja alueen tai paikallisten ihmisten syömisen tavat, paikalliseen keittiöön liittyvät paikat ja reitit sekä maisemat, ruuanvalmistustavat, reseptit, viljelytraditiot, juhlat, ruokailutavat, sosiaaliset vivahteet jne. (Dallen & Amos 2013: 99). Näin 'foodways' on käsitteenä laajempi kuin mitä yleisesti ymmärretään suomalaisella ruokakulttuuri-käsitteellä. On merkillepantavaa, ettei 'foodways'-käsitteelle ole vakiintunutta suomenkielistä käännöstä, mikä osaltaan heijastaa koko ruokamatkailun ja alan tutkimuksen uutuutta Suomessa. Ruokamatkailuun liittyy myös kulinaarimatkailun käsite (culinary tourism), jolla viitataan mihin tahansa matkailukokemukseen, jossa matkailija oppii uutta ja lisää ymmärrystään tai nauttii paikallisia kulinaarisia merkituotteita (Smith & Xiao 2008: 289).

Suomessa alan pioneerityötä on tehnyt Haaga-Helia ammattikorkeakoulu vuonna 2012 käynnistyneellä Ruoka&Matkailu-hankkeellaan. Hanke sai osan rahoituksestaan Maa- ja metsätalousministeriöstä. Hankkeen ensimmäinen vaihe tuotti mm. opinnäytetöitä, joiden kautta on haettu malleja ruokamatkailun kehittämiseksi mm. Tanskasta ja Norjasta (esim. Nurvala 2014) sekä analyysit 15 suomalaisen maaseudun matkailuyrityksen ruokaan liittyvistä tuotteista ja prosesseista. Hankkeen toisen vaiheen tavoitteena on luoda maahamme Ruoka&Matkailu-strategia vuoden 2014 loppuun mennessä. Haaga-Helia on yhteistyökumppanina myös vuonna 2012 lanseeratussa ruokakulttuurin monitieteisessä sivuaineopintokokonaisuudessa, jota koordinoi Helsingin yliopiston ruokakulttuurin professori Johanna Mäkelä osana opettajankoulutuslaitoksen kotitaloustieteen koulutusohjelmaa. Ruokakulttuuri oppiaineena keskittyy ruokaan ja syömiseen kulttuurisena tuotteena ja näin oppiaineella voisi tulevaisuudessa olla näkyvämpi rooli myös ruokamatkailuun liittyvissä tutkimushankkeissa.

Ruokamatkailun kehittäminen on tavoitteena myös Mikkelin ammattikorkeakoulun kaksivuotisessa (2013 - 2014) hankkeessa Ruoka matkailun keskiöön. Hankkeen tavoitteena on ruokamatkailuun liittyvän tiedon levittäminen Etelä-Savon maaseutumatkailuyrittäjien ja muiden relevanttien toimijoiden keskuudessa. Hanke on saanut tukea mm. Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta. Haaga-Helian ja Mikkelin ammattikorkeakoulujen hankkeet osoittavat, että ruokamatkailu on ottamassa Suomessa ensiaskeliaan. Ruokamatkailun kehittäminen on myös yksi Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy:n koordinoiman Eteläkarjalaisen lähiruuan markkinointi- ja myyntihankkeen (1.8.2013 – 31.7.2014) tavoitteista (<http://www.kehy.fi/fi/?id=343>).

Toisin kuin esim. Italiaa, Suomea ei juurikaan mielletä ruokamatkailun kohde- maaksi eikä ruuan merkitystä matkailuelämyksen osana ole vielä riittävästi hahmotettu suomalaisten matkailuyrittäjien keskuudessa, vaikka ruokailu kuuluu erottamattomana osana matkailukokemukseen. Esimerkiksi moderneille humanisteille ruuan aitous ja paikallisuus ovat asioita, jotka nousevat keskeiseksi osaksi matkustuselämystä (esim. Harju-Autti 2013: 27). Vaikkei ruoka olisikaan keskeinen syy matkustaa Suomeen, tutkimusten valossa näyttää siltä, että ruokaan osana matkustuskokemusta tulisi panostaa nykyistä enemmän. Aiemmat

tutkimukset antavat osviittaa siitä, mihin asioihin matkailuyritysten tulisi kiinnittää huomiota, kun he suunnittelevat ruokaan liittyviä palveluja ja tuotteita venäläisille turisteille. On olennaista ymmärtää, että ruoka ja yhdessä syöminen ovat olennainen osa ihmisten kulttuurista identiteettiä (esim. Timothy & Ron 2013).

Venäjällä ruokailu on suomalaisia korostetummin osa sosiaalista kanssakäymistä. Niinpä ei olekaan ihme, että myös matkoilla ollessaan venäläiset odottavat paljon niin ruualta kuin ruokailutilanteelta. Suomeen tullessaan he haluavat päästä maistamaan paikallista, suomalaista ruokaa (Hakkarainen 2014: 70). Malankin (2012: 28) jopa toteaa, että ”venäläisille loma on syömistä ja juomista”. Tutkimusten mukaan maiden väliset ravintolakulttuurin erot kuitenkin hämmentävät venäläisiä vieraita. Venäläinen asiakas saattaa suunnata ravintolaan illalliselle vasta kymmenen jälkeen illalla, kun Suomessa ravintolat jo sulkevat oviaan. Erityisesti suurkaupungeissa asuvat venäläiset ovat tottuneet ympäri vuorokauden auki oleviin ravintoloihin ja kauppoihin. Koska venäläiset matkailijat käyvät nukkumaan vasta myöhään yöllä, hotellien aamiaiset päättyvät heidän näkökulmastaan usein liian aikaisin. Venäläisiä asiakkaita palvelisikin paremmin mahdollisuus aamiaisen vaihtamiseen runsaiksi brunseiksi. (Malankin 2012: 28). Mikäli tämä ei esimerkiksi kattauksellisista syistä ole mahdollista, ravintolat voisivat markkinoida asiakkailleen vaikkapa edellisenä iltana helposti tilattavia ’take away’ –brunsseja, jotka olisivat asiakkaiden noudettavissa ravintolasta esim. klo 10-12 välisenä aikana.

Koska ruokailu on venäläiselle paitsi syömistä myös seurustelua ystävien ja perheen kanssa, siihen on tapana varata runsaasti aikaa. Suomalaisravintoloiden nopea palvelu ei aina miellytäkään venäläistä asiakasta. Esim. lautasten kerääminen ruokailun kuluessa saatetaan mieltää ravintolan viestiksi päästä mahdollisimman nopeasti eroon asiakkaistaan (Malankin 2012: 8). Mitä juhlavammasta tilaisuudesta on kyse, sitä enemmän ruokailun keston tulisi varata aikaa. Ruokailukulttuurien erityispiirteet näkyvät myös mm. suhtautumisessa illalliseen seisovasta pöydästä. Suomalaiset pitävät seisovan pöydän suomista mahdollisuuksista valita itse ne ruuat, jotka kutakin ruokailijaa eniten miellyttävät. Tässä korostuu yksilökeskeinen, valinnanvapautta korostava näkökulma syömiseen. Seisova pöytä soveltuukin suomalaisten mielestä lähes tilaisuuteen

kuin tilaisuuteen joulu ja häät mukaan lukien. Venäläisille asiakkaille suunnatuissa palveluissa tulisi kuitenkin huomioida se, että palvelun käyttäjänä on yhteisö, pikemminkin kuin joukko yksilöitä (ks. Hakkarainen 2014: 72). Venäläisestä näkökulmasta seisova pöytä on arkinen ruokailumuoto ja he ovatkin pettyneet Suomessa kokemiinsa juhlaillallisiin, jotka on tarjottu seisovasta pöydästä. Pöytiin kauniisti katettu illallinen, jossa lämpimät ruuat tarjoillaan ruokailijoille vastaa paremmin venäläistä käsitystä juhlaillallisesta. (Malankin 2012: 56). Tätä voi ymmärtää myös venäläiseen ruokailukulttuuriin liittyvistä perinteistä käsin. Pöytiin kattaminen ja pöytiin tarjoilu mahdollistavat mm. maljojen nostamisen illallisen kuluessa. Mikäli juhlaillallinen tarjoillaan seisovasta pöydästä, ei ruokailijoilla ole samanlaista mahdollisuutta yhteisölliseen illalliseen itse kunkin joutuessa toistuvasti poistumaan pöydästä ruokaa noutaakseen. Venäläiset ovatkin Suomessa tyytymättömämpiä ravintoloihin kuin esimerkiksi majoitukseen (Malankin 2012: 72).

Matkailu- ja ravintolayrittäjien olisikin tärkeää ymmärtää ruokailuelämyksen keskeinen rooli matkailuelämyksen tuottamisessa sekä ruokailuun liittyvät kulttuuriset odotukset oli kyse sitten konferenssimatkailusta tai yksityishenkilöiden oma-toimisesta matkailusta. Ei liene sattumaa, että monet hienoimmista ruokailukokemuksista saattavat olla peräisin juuri Venäjältä. Eräällä työmatkalla Länsi-Siperiassa venäläiset isännät järjestivät ulkomaisille vierailleen unohtumattoman illallisen Ob-joen varrella. Ilta alkoi rauhallisella jokiristeilyllä, jonka aikana oli mahdollisuus katsella joenvarren luontoa. Kun jokilaiva lopulta alkoi rantautua, vierailijoiden eteen avautui sadunomainen, epätodelliselta vaikuttava näky. Muutoin autiolla, luonnon keskellä olevalla rannalla oli joukko valkein pöytäliinoin peitettyjä pöytiä tuoleineen. Vieraiden siirtyessä aluksesta rannalle he näkivät kuinka pöydät notkuivat kauniisti esille pantuja alkupaloja. Samalla veneen kaiuttimista alkoi soida romanttista venäläismusiikkia, joka jatkui läpi tuntikausia kestäneen illallisen, jonka aikana kohotettiin maljoja niin isännille kuin vieraille. Näin keskellä 'ei mitään' vieraat pääsivät osallisiksi tšehovilaisesta illallisesta, jonka kruunasivat herkullisesti valmistetut paikalliset, joesta pyydetyt kalat. Vieraiden ihastus kaloihin ei myöskään jäänyt venäläisiltä isänniltä huomaamatta. Vierailun viimeisenä aamuna he yllättivät suomalaiset vieraansa tuomalla jokaiselle läksiäislahjaksi jäihin, sanomalehtiin ja muovipusseihin käärittyjä, juuri

pyydettyjä kaloja, joita he olivat illallisella vuolaasti ja syystä kehuneet. On selvää, että tämänkaltaiset kokemukset luovat unohtumattomia muistoja, joiden varjossa jopa matkan aikana koetut vastoinkäymiset hälvenevät.

Parhaimmillaan paikallisesta ruuasta muodostuu olennaista lisäarvoa matkailukokemukseen, vaikkei ruoka olisikaan matkan varsinainen pääasia (de la Barre & Brouder 2013: 215). Tämä edellyttää kuitenkin sitä, että matkailija on tietoinen ruuan alkuperästä ja että matkan järjestäjät osaavat hyödyntää paikallisruuan luomaa potentiaalia lisätä matkan elämyksellisyyttä. Esimerkiksi eräässä Italiassa järjestetyssä viisipäiväisessä tieteellisessä konferenssissa järjestävä yliopisto oli sisällyttänyt konferenssiohjelmaan puolen päivän vierailun paikalliselle viinitilalle. Tilan näkeminen, sen historiasta ja tuotteista kuuleminen sekä tietysti tuotteiden maistelu kevyen iltapalan kera toi aivan oman lisänsä konferenssiohjelmaan. Ja kun konferenssin lopuksi jokainen osallistuja sai kotiin viemiseksi kuivattuja italialaisia luomuyrttisekoituksia, olivat unohtumattoman matkan mausteet jälleen kasassa.

Kuvatuissa aidoissa esimerkeissä olennaista on huomata, että ne tekee unohtumattomiksi toisaalta kokonaisvaltainen, kaikkia aisteja koskettava ruokailuelämys ja toisaalta hinnaltaan kenties vaatimattomakin, mutta loppuun saakka ajatellut ruokalahjat. Esimerkiksi kaukaa saapuneille lentomatkustajille lahjan keveys ja koko voivat olla olennainen seikka. Matkailusektorin yhdeksi tulevaisuuden haasteeksi onkin esitetty siirtyminen tuotteiden ja palveluiden tarjoamisesta kokemusten tuotteistamiseen (ks. Kainulainen 2012: 43; Hakkarainen 2014: 71-72). Paikallinen ruokakulttuuri ja ruokaperinne tulisivatkin nähdä tärkeänä osana matkailuelämystä (Harju-Autti 2012: 11). Ruoka yksin ei kuitenkaan välttämättä riitä tuottamaan sellaisia positiivisia kokemuksia, joilla on potentiaalia päätyä jaettavaksi sosiaalisessa mediassa, joka on keskeinen media venäläisten matkailijoiden matkakohteen valinnassa. Lisäksi tarvitaan muita elementtejä, kuten tarkoituksenmukainen miljöo sekä ruokaan ja/tai paikkaan liittyviä tarinoita (ks. de la Barre ja Brouder 2013).

Paikallisen ruokaperinteen ympärille on mahdollista rakentaa myös elämyksellisiä ja toiminnallisia tuotteita. Suomi on vielä kaukana johtavista ruokamatkailu-

maista, vaikka paikalliset toimijat, kuten pohjoiskarjalainen Karelia Expert, tarjoavatkin jo erilaisia paketteja paikallisruokaan tutustumiseksi (ks. <http://www.kareliaalacarte.fi/ru/karelian-culinary-tours>). Paikallista ruokakulttuuria olisi syytä tarjota turisteille enenevässä määrin myös pieninä, edullisina ja helposti saavutettavina kokonaisuuksina. Esimerkiksi Joensuun torilla Marttojen kesäisin pitämät lasten piirakkakoulut voisivat toimia hyvänä mallina ruokakulttuurin ympärille rakennetusta matalan kynnyksen joustavasta ja makoisasta matkailutuotteesta. Tulkin avulla piirakkakouluja voitaisiin tarjota venäläisille lapsille ja heidän perheilleen esim. tiettyinä viikonpäivinä ja tiettyinä kellonaikoina. Tämänkaltainen perinneruokaan nojaava elämystuote voisi sisältää tutustumista tarinoiden kautta karjalanpiirakan historiaan ja rooliin karjalaisessa ruokakulttuurissa, osallistumista piirakan kuorien ajeluun, täyttöön ja rypyttämiseen sekä tietysti uunituoreista piirakoista nauttimista munavoin kera. Malli vastaisi ruokamatkailun kehittäjän tarkistuslistan keskeisiin kohtiin: Se tuotteistaa paikallista ruokakulttuuria, hyödyntää tarinankerrontaa, osallistaa asiakkaan ja tuottaa hänelle mahdollisuuden oppimiseen ja kokemuksiin (ks. <http://www.haaga-helia.fi/fi/tk/hankkeiden-tuloksia/evasta-matkailuun?userLang=fi>). Tuotteen profiilia olisi mahdollista nostaa esim. antamalla osallistujille piirakkakoulun päätteeksi kaksikielinen (su-ve) piirakanpaistajan diplomi, mikä osoittaisi asiakasymmärrystä. Lisäksi myynnissä voisi olla lapsille ja aikuisille suunnattuja piirakkaessuja ja -kukkaroita, joiden sisältä löytyisi piirakkaresepti suomeksi, englanniksi ja venäjäksi. Koska essuja ja kukkaroita jo nykyisellään myydään Joensuun Taito-korttelissa, antaisi tämänkaltainen karjalanpiirakan jatkotuotteistus lisäruiskeen myös tuotteita valmistavalle yritykselle. Pääasiassa pienten paikallisten eri alojen toimijoiden yhteistyö onkin edellytys paikallisesta kulttuurista ammentavien matkailuelämysten kehittämiseksi ja toteuttamiseksi. Tämänkaltainen mahdollisuus tutustua paikalliseen ruokakulttuuriin vastaisi myös ajankohtaisiin sosiaalisen ruuanlaiton ja lähiruuan trendeihin. Paikalliseen ruokaperinteeseen nojaava ruokamatkailu onkin nähty yhtenä keinona edistää kestävästä matkailusta sillä paikallisten aineiden käyttö lisää maaseudun sosiaalista ja taloudellista elinvoimaisuutta sekä vähentää ruuan kuljetuksista johtuvaa ympäristökuormitusta.

4.4 Koulutusmatkailu

Koulutusturismi (educational tourism) on yksi matkailun ja matkustamisen nopeimmin kasvavia aloja huolimatta siitä, ettei se juuri ole saanut matkailutoimijoiden huomiota (<http://www.tourismandmore.com/tidbits/educational-tourism/>). Koulutusturismilla viitataan organisoituun koulutusprosessiin, joka toteutetaan järjestävän oppilaitoksen tilojen ulkopuolella. Kyseessä on siis toiminta, jossa yhdistyy matkailu ja koulutus, oppiminen ja rentoutuminen. Koulutusmatkailu koskettaa sekä lapsia että aikuisia. Koulun järjestämät matkat, vaihto-opiskelijat ja heille järjestetyt erityiset matkat, kesäkurssit, joiden tavoitteena on jonkin erityisen taidon vahvistaminen jne. ovat esimerkkejä koulutusmatkailun laajasta kirjosta. Venäjällä akateeminen liikkuvuus on vahvasti osa nykyaikaa – esimerkiksi Yhdysvalloissa oli jopa 26 000 venäläistä korkeakouluopiskelijaa vuonna 2008 (Ryzhkova 2013). Myös Itä-Suomessa venäläisten opiskelijoiden määrä on merkittävä.

Koulutusmatkailun kehittämisessä olisi mahdollista hyödyntää neuvostoajoilta periytynyttä tapaa lähettää lapsia kesälomillaan erilaisille kesäleireille. Koska Suomella on venäläisten keskuudessa maine turvallisena ja puhtaana ympäristönä, olisivat perusedellytykset venäläislasten kesäleiritöiminnan kehittämiseksi jo olemassa. Leirien sisältöä voitaisiin suunnitella yhteistyössä oppilaitosten ja matkailuyritysten kanssa siten, että ne tarjoaisivat myös pedagogisia sisältöjä, kuten kielten opiskelua. Kokeilun arvoisia olisivat myös suomalaisten ja venäläisten lasten yhteisleirit. Myös korkeakoulut voisivat panostaa kansainvälisen kurssitoimintansa kehittämiseen yhteistyössä matkailuyritysten kanssa. Näin esim. GoSaimaa voisi jatkossa tarkoittaa myös kansainvälisesti houkuttelevia seminaareja ja kursseja alueellisesti tärkeillä aloilla (esim. vihreä energia) elinvoimaisessa luontoympäristössä. On myös huomattava, että koulutusmatkailutoiminnan koulutussisältönä voisi olla Venäjä siten, että se olisi suunnattu vaikkapa muiden EU-maiden toimijoille. Tällöin Venäjän läheisyys olisi ehdoton etu myös siitä näkökulmasta, että koulutuksen yksittäisiä osia vetämään voitaisiin melko pienin kustannuksin kutsua venäläisiä asiantuntijoita. Koulutusmatkailu tulisikin nähdä osana Suomen koulutusvientinä samalla tavoin kuin terveystur-

kailu nähdään osana maamme vientitoimintaa silloin, kun asiakas saapuu palvelun ääreen rajojemme ulkopuolelta.

Laveammin ymmärrettynä koulutusmatkailijalla (educational tourist) voidaan viitata henkilöihin, joille koulutus ja uuden oppiminen on tärkein tai ainakin varsin merkittävä matkaa motivoiva tekijä. Tällöin koulutusmatkailusta on erotettavissa edellä esitelty 'koulutus ensin' -segmentti, johon kuuluvat leirikoulut, kansainväliset kielikurssit, korkeakoulujen vaihto-ohjelmat ja muut vastaavat opin-
tosuorituksia tuottavat koulutukset. 'Koulutus ensin' -segmentissä koulutus sinällään on tärkein matkalle lähtemisen syy, mutta matka voi sisältää usein myös puhtaasti turistisia piirteitä. Vaikka esimerkiksi vaihto-opiskelijoita ei aina edes mielletä matkailijoiksi, on segmentillä vastaavankaltaisia aluetaloudellisia ynnä muita vaikutuksia kuin matkailulla yleensä. (Ritchie 2003).

Koulutusmatkailun 'turismi ensin' -segmentissä koulutukseen liittyvät elementit ovat tärkeitä mutta usein toissijaisia matkustusmotiveja, eikä segmentillä ole välttämättä mitään yhteyttä formaaliseen koulutusjärjestelmään. Tämänkaltaisen koulutusmatkailun taustalla ovat väestön koulutustason nousu, pyrkimys elinikäiseen oppimiseen ja massaturismille vaihtoehdoisen matkustuskäyttäytymisen yleistyminen. 'Turismi ensin' -tyyppinen koulutusmatkailu liittyy luonto- ja ekomatkailuun, kulttuurimatkailuun ja periaatteessa kaikkiin erikoistuneisiin Special Interest -luonteisiin matkailumuotoihin, joita ruokkii matkailijoiden halu tai tarve oppia (Ritchie 2013; Pitman ym. 2010).

'Turismi ensin' -tyyppisten koulutusmatkailijoiden kiinnostuksen kohteita voivat olla esimerkiksi botaniikka, ornitologia, geologia, arkeologia, kulttuuriantropologia tai arkkitehtuuri. He voivat matkailla omatoimisesti tai osallistua ohjattuun koulutukselliseen ohjelmaan, joka voi kestää muutamista tunneista useisiin päiviin. Turistien harrastuneisuuden aste voi sekin vaihdella spesialisteista perusmatkailijoihin. Riippumatta matkailijoiden asiaan vihkiytymisen tasosta opastukselta edellytetään normaalien asiakaspalvelutaitojen lisäksi vankkaa substanssin hallintaa ja venäläismatkailusta puhuttaessa venäjänkielistä opastusta ja opastusmateriaaleja, mikä kombinaationa saattaa olla haasteellinen. Venäjänkielistä informaatiota ei ole useinkaan saatavilla edes nettisivuilta, jotka esittele-

vät suomalaisia Special Interest -kohteita. Matkailuyrittäjän oman tai vierailevien asiantuntijoiden substanssiosaamisen ja venäjänkielisen palvelutarjonnan ohella koulutusmatkailu vaatii usein myös konkreettisia opetustarkoitukseen soveltuvia tiloja av-laitteineen ja nettiyhteyksineen.

4.5 Wildlife- ja kalastusmatkailu

Wildlife–matkailulle on eri lähteissä annettu erilaisia merkityssisältöjä. Lähtökohdista määrittelyille on kuitenkin wildlife-matkailun käsittäminen ihmisen ja kesytetyn (non-domesticated) eläimen (luonnon) väliselle vuorovaikutukselle perustuvaksi matkailutoiminnaksi (Higginbottom 2004). Väljästi määriteltynä wildlife-matkailu sisältää myös luontoa kuluttavia aktiviteetteja eli esim. kalastuksen ja metsästyksen (Shackley 1996).

Laajat erämaat, runsaat vesistöt ja harva asutus luovat hyvät edellytykset luontoon perustuvalla matkailulla Pohjois- ja Itä-Suomessa. Suomessa MEK on hahmotellut Wildlife–matkailutuotteiden sisältöä alan strategiassaan (Matkailun edistämiskeskus 2009). Eläinten katselun ja kuvaamisen osalta Suomi on todettu kiinnostavaksi alueeksi ja valtaosa eläintenkatseluasiakkaista onkin ulkomailta tulevia matkailijoita (Järviluoma 2014). Suomalaisten eläintenkatseluotteiden näkyvyys on viime vuosina noussut merkittävästi myös kansainvälisten matkanjärjestäjien tuotetarjonnassa (Matkailun edistämiskeskus 2014). Venäläisten asiakkaiden osuus eläintenkatselu yrityksissä on vielä toistaiseksi ollut varsin pieni – Järviluoman (2014) selvityksen mukaan venäläiset olivat tärkein ulkomaalaisryhmä kahdessa alan yrityksessä eli noin 10 %:ssa haastatelluista yrityksistä. Oikein markkinoituna tuotteella on kuitenkin selkeä potentiaali etenkin suurkaupungeissa asuvien sekä valokuvausta harrastavien venäläisten joukossa.

Venäjän luoteisalueilla kalastusmatkailu (matkan ensisijainen tarkoitus on kalastus) keskittyy Kuolan alueen lohijoille ja Karjalan laajoille järville. Kainuun, Pohjois-Karjalan ja Etelä-Karjalan alueella on varsin vähän kohteita, jotka voivat esim. saalislajien koon osalta kilpailla venäläisten kohteiden kanssa ja olla var-

sinaisia kalastusmatkailukohteita. Toisaalta venäläisten kiinnostus kalastukseen näkyy myös siinä, että he haluavat liittää esim. mökkilomailuun kalastusta.

Matkailukalastukseen (kalastus yksi matkan aktiviteeteista) vesistörikkaille Itä-Suomen alueilla on hyvät mahdollisuudet ja kalastus voi olla merkittävä osa esim. mökki- ja perhematkailua. Oleellista venäläisten matkailukalastuksessa on se, että he käyttävät kalastuspalveluja läpi vuoden ja heille kelpaavat lähes kaikki pyydettyt kalalajit, jotka he myös mielellään valmistavat ruuaksi – tätä kautta kalastuksella on selkeä yhteys myös ruokamatkailuun. Mökkien osalta tämä tarkoittaa sitä, että keittiön tulee olla hyvää tasoa ja kalan säilytykseen tulee löytyä asianmukaiset tilat. Venäläiset haluavat myös viedä saalista kotiin – eli pakastusmahdollisuus ja vakuumpakkausmahdollisuudet lisäävät kohteen kiinnostavuutta. Kalastusaktiviteetin ja ruokailun yhdistävissä järjestetyissä matkailutuotteissa tulee ottaa huomioon maastoruokailuja koskevat hygieniasäädökset, jotka eroavat Venäjällä noudatetuista käytännöistä.

Asiakkaina venäläiset kalastajat ovat merkittävä ryhmä myös siksi, että he vaativat tasokasta majoitusta ja käyttävät kalastustuotteita tarjoavien yritysten palveluja varsin paljon (Myllylä & Laamanen 2005). Kesäaktiviteettitarjonnan matkanjärjestäjätutkimuksessa kalastus nousee tärkeimmäksi aktiviteetiksi niin matkaohjelmien kuin kuluttajien kysymien aktiviteettienkin osalta (Matkailun edistämiskeskus 2010). Venäläiset matkanjärjestäjät arvioivat Suomen kalastusmatkailutarjonnan varsin hyväksi, mutta Suomea ei kuitenkaan tunneta Venäjällä laajasti kalastuspaikkana. Huomionarvoista on se, että suomalaisten tavoin iso osa venäläisistä harrastaa kalastusta muodossa tai toisessa – maassa arvioidaan olevan jopa 56 miljoonaa kalastuksen harrastajaa. Aktiiviharrastajia on pelkästään Pietarissa 50 000. Kalastamista harrastavalle venäläiselle tarjottava perustuote on hyvätasoinen (ml. kunnollinen keittiö) mökki veneineen. Yleensä venäläisten kalastusmatka on myös perhematka. Yritysmatkailusektorissa venäläisten vaatimukset ovat astetta kovempia ja niin majoitukselta kuin kalastusmatkailutuotteiltakin (palvelulta) vaaditaan luksustasoa (Anon 2010).

Kehittämisen kannalta kyse onkin pitkälti kalastusmahdollisuuksien markkinoinnista yhtenä tarjolla olevana aktiviteettina; oleellista on myös se, että kalastus-

kohteista on saatavissa hyvä kuvaus. Saimaan ulkopuolella olevat sisämaan kalastusmahdollisuudet tunnetaan Venäjällä varsin huonosti. Kuten muissakin aktiviteeteissa tulisi oppaiden ammatti- ja kielitaitoon kiinnittää huomiota. Myös lupien hankinta tulisi tehdä mahdollisimman helpoksi ja kalastukseen liittyvät säädökset esitellä ymmärrettävästi venäläisille kalastajille.

Merkittävää on kuitenkin se, että kalastus on yksi tärkeimmistä, ellei tärkein, yksittäinen aktiviteetti, jota kehittämällä ja markkinoimalla voidaan lisätä venäläisten kiinnostusta Itä-Suomeen.

5 LOPUKSI

Tämän selvityksen tavoitteena oli vastata kysymyksiin Suomen ja Venäjän raja-alueyhteistyön muutoksista ja niiden heijastuksista matkailutoimialaan. Lisäksi tavoitteena oli selvittää millaisia kehittämistarpeita aineistosta nousee esille erityisesti alueellisen tutkimus- ja kehittämistyön näkökulmista.

Tutkimuksesta käy ilmi, että matkailutoimiala hyötyy Itä-Suomessa suuresti Venäjän maantieteellisestä läheisyydestä. Kuten esitetyistä tilastoista havaittiin, venäläismatkailijoiden määrän kehitys on voimakkaasti heijastellut Venäjän bruttokansantuotteen kehitystä. Ilmiö selittyy sillä, että keskiluokka, joka ahkerimmin matkaa Suomeen on paitsi määrällisesti kasvanut, myös aktiivinen kuluttajaryhmä, joka etsii hyvää laatua kohtuullisella hinnalla. Näin venäläismatkailun positiiviset heijastusvaikutukset ulottuvat merkittävässä määrin myös päivittäistavarakauppaan. Toisaalta aineiston analyysi kertoo myös sen, että viimeaikainen ruplan arvon aleneminen jopa neljänneksen suhteessa euroon on merkittävästi leikannut venäläisten ostovoimaa, mikä on näkynyt vuoden 2014 tilastoissa aiempaa pienempinä kokonaisostoina. Lisäksi Ukrainan kriisin vaikutukset ovat heijastuneet myös venäläisten vähentyneenä matkailuintona Suomeen mm. Venäjän valtion taholta tulleiden kehotusten vuoksi välttää matkustamista EU-maihin. Matkailusektorin toimijoiden näkökulmasta olennaiseksi kysymykseksi nouseekin se, missä määrin toimintaympäristön epävarmuutta on mahdollista kompensoida toimialan omilla toimilla. Koska merkittävä osa venäläisten itäiseen Suomeen suuntautuvasta matkailusta on lyhytkestoista ns. päi-

vämatkailua, yhtenä sopeutumiskeinona voisi olla päivämatkailijoiden houkutteleminen jäämään Suomeen yön yli välittömän kotiinpaluun sijaan. Näin entistä pienemmällä matkailijamäärillä olisi mahdollista saada alueelle entistä suuremmat tulot.

Tutkimuksesta käy ilmi, että venäläisten matkailijoiden merkitys itäisen Suomen maakunnille on suhteessa suurempi, kuin useimmille muille maamme alueille. Venäläisten matkailijoiden myötä esim. Etelä-Karjalan talouskehitys on ollut positiivista myös silloin, kun muut alueet ovat kamppailleet hiipuvan taloutensa kanssa. Tästä syystä myös mahdollinen venäläisten matkailijoiden radikaali väheneminen iskee Itä-Suomeen rajummin kuin maamme muihin alueisiin, joissa venäläisten matkailijoiden osuus matkailijoiden kokonaisvolyymistä on pienempi. Onkin syytä pohtia olisiko riskiä mahdollista pienentää suuntaamalla matkailumarkkinointia entistä tehokkaammin myös muille ulkomaalaisryhmille samalla, kun pääpanokset laitettaisiin edelleen venäläismatkailijoiden yhä parempaan palvelemiseen. Kysymys on syytä esittää jo siksi, että aineistosta nousee esille myös kysymys onko realistista odottaa, että Suomi säilyttää nykyisen asemansa venäläisten matkailijoiden kohdemaana myös tulevana vuosina (kriisin jälkeen). Erityisesti Viro näyttää haastavan Suomen ostosmatkailun kohteena. Pidempien loma-matkojen osalta venäläinen puolestaan hakee jo nyt lomaltaan samaa mitä suomalainenkin – lämpöä ja aurinkoa. Tätä taustaa vasten suomalaisten matkailutoimijoiden olisikin realistisesti pohdittava keinoja lisätä palvelutarjontaa rohkeasti uusiin tuotteisiin. Olennaista on kyky asettua asiakkaan – venäläisen matkailijan – kenkiin ja luoda palveluita, jotka vastaavat sekä venäläisten tapaan toimia että heidän kiinnostuksen kohteisiinsa.

Tämän tutkimuksen ollessa viimeistelyvaiheessa, esille nousi uusi kiinnostava näkökulma Ukrainan kriisin luomiin uusiin mahdollisuuksiin suomalaisille matkailuyrittäjille. On näet esitetty, että koska venäläisillä matkatoimistoilla on Ukrainan kriisiin liittyvien pakotteiden vuoksi kasvavia rahoitusvaikeuksia, jää markkinoille yhteensä jopa kymmeniä tuhansia matkoja sisältäviä paketteja hankittaviksi ja venäläisille asiakkaille myytäviksi, mikäli suomalaiset matkatoimistot kykenevät tarttumaan tilaisuuteen ja luomaan tarvittavat venäjänkieliset sivustot venäläisasiakkaiden palvelemiseksi (Seppälä 2014: 32).

Haluamme haastaa toimialan pohtimaan myös sitä, kuinka tässä tutkimuksessa esiteltyjä nousevia matkailutrendejä – terveys- ja hyvinvointimatkailu, ruokamatkailu, koulutusmatkailu sekä wildlife- ja kalastusmatkailu – olisi mahdollista muokata houkutteleviksi matkailutuotteiksi sekä venäläisille että muualta tuleville matkailun asiakkaille. On syytä korostaa myös lapsille ja lapsiperheille suunnattujen matkailutuotteiden potentiaalia, sillä turvallisen ja puhtaan maan mainemme antaa erinomaiset lähtökohdat huokutella maahamme venäläisiä lapsiperheitä, mikäli lasten erityistarpeet on huomioitu palveluja suunniteltaessa.

Tässä tutkimuksessa on esitetty, että venäläinen matkailija elää hetkessä ja näin ollen tekee usein päätöksensä esim. ohjelmapalveluiden ostamisesta paikalla – mikäli tieto palveluista hänet ylipäättään saavuttaa. Asiakslähtöisyyden vaatimus matkailutoiminnan kehittämisessä haastaakin palvelujen tarjoajat toimimaan entistä joustavammin ja verkottuneemmin. On ymmärrettävä, että venäläisen asiakkaan halu ja päätös vaikkapa kalastuselämyksen ostamisesta voi syntyä aamulla aurinkoisen sään innoittamana. Mikäli asiakas haluaa kalaan heti samana päivänä, kun yrittäjä tarjoaa mahdollisuutta päivän tai kahden päähän, tilaisuus on jo menetetty. Kyky reagoida nopealla aikataululla asiakkaan toiveisiin on merkittävä osa matkailun asiakslähtöistä palvelukonseptia, mutta käytännössä usein hyvin haasteellista toteuttaa. Yrittäjien keskinäinen verkostoituminen voikin tuoda merkittäviä etuja kaikille toiminnan osapuolille.

Tutkimusprosessin kuluessa on käynyt ilmi useita puutteita matkailua koskevan tiedon sisällöissä. Eräänä keskeisenä on havainto, ettei saatavilla ole Suomen ja Venäjän rajan ylittävää tutkimustietoa. Toisin sanoen, olisi syytä vakavasti pohtia mahdollisuuksia tarkastella matkailuun liittyviä ilmiöitä rajan molemmin puolin. Olemassa olevalle tutkimuksella on tyypillistä se, että aineistoa on kerätty niiltä venäläisiltä, jotka ovat jo saapuneet Suomeen. Sen sijaan emme tiedä juuri mitään niistä rajan pinnassa asuvista potentiaalisista venäläisistä, jotka eivät ole vielä syystä tai toisesta matkustaneet Suomeen. Jotta ymmärryksemme venäläisten Suomeen suuntautuvasta matkailusta laajenisi, olisi tarpeen rakentaa tutkimus- ja selvityshankkeita, joissa tutkimusta tehdään rajan molemmin puolin. Lisäksi nyt tehty kirjallisuuskatsaus paljasti sen, ettei esim. kou-

lutusmatkailusta ole saatavilla tutkimusta matkailutoimijoiden tuotekehittelyn tueksi, vaikka ilmiö on maailmanlaajuisesti tarkastellen kasvava ja tarjoaisi myös Suomelle mahdollisuuksia sekä koulutusviennin että matkailun kehittämiseksi.

Venäläismatkailun käytännön kehittämistoiminnan kannalta on ensiarvoisen tärkeää, että kontaktit venäläisiin partnereihin säilyvät hyvinä EU:n ja Venäjän kiristyneistä poliittisista jännitteistä sekä lähialueyhteistyön rahoitusinstrumenttien epäselvästä tilanteesta huolimatta. Matkailun kehittäminen on kestävyyslaji, jossa pikavoittoa ei jaeta. Ilman pitkäjänteistä työtä myös jo saavutetut tulokset ovat vaarassa hävitä. Lähialueyhteistyön ja suorien kontaktien merkitys korostuukin haasteellisina aikoina. Alueelliset ja paikalliset toimijat tunnustavat käytännönläheisen yhteistyön jatkamisen merkityksen – toivon mukaan tämä tahtotila realisoituu myös esim. ammattikorkeakouluille tarjolla olevassa rahoituksessa.

On hyvä muistaa, että matkailuelinkeinon merkitys kasvaa molemmilla puolilla rajaa muun muassa julkisen sektorin ja teollisuuden työpaikkojen vähenemisen myötä. Matkailu tulee myös ymmärtää laajemmin kuin pelkkänä elinkeinona – se luo ymmärrystä naapurimaan kulttuuriin ja toimintatapoihin lisäten osaltaan myös suvaitsevaisuutta, vähentäen ennakkoluuloja ja luoden ystävyys-suhteita. Tämä molemminpuolinen ymmärrys edistää osaltaan rajan ylittävää yhteistyötä myös muissa elinkeinoissa kuin matkailussa.

LÄHDELUETTELO

Aducate (2014) *Sosiaalipedagoginen hevostoiminta syrjäytymisen ehkäisyssä ja sosiaalisessa kuntoutuksessa*, Itä-Suomen yliopisto, täydennyskoulutus. <http://www.uef.fi/fi/aducate/-/12-9-2014-sosiaalipedagoginen-hevostoiminta-syrjaytymisen-ehkaisyssa-ja-sosiaalisessa-kuntoutuksessa-25-op->) [luettu 8.7.2014].

Anon (2010), *Venäläisten ja balttien mieltymykset ja tarpeet Suomen kalastusmatkailupalveluilta*. Haaga-Perho.

Aspholm-Heimonen, Paula (2012), *Miksi venäläiset matkustavat Pohjois-Suomeen? Haastattelututkimus Sallan kansainvälisellä rajanylityspaikalla kesällä 2011*. Matkailututkimuksen pro gradu -tutkielma, Lapin yliopisto. https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/76663/Miksi_ven%C3%A4l%C3%A4iset_matkustavat_Pohjois-Suomeen%5B1%5D.pdf?sequence=1 [luettu 20.10.2014].

Batenjova, Tat'jana (2012) «Заграница нас полечит», Российская газета, <http://www.rg.ru/printable/2012/06/05/medicina.html>, luettu 24.7.2014.

BOFIT (2014), *BOFIT Venäjä-tilastot*. <http://www.suomenpankki.fi/bofit/seuranta/venajatilastot/Pages/default.aspx> [luettu 15.19.2014].

Butler, Richard (1980), The concept of tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24:1, s. 5-12.

Choi, J.G., Tkachenko, T. & Sil, S. 2011, "On the destination image of Korea by Russian tourists", *Tourism Management*, vol. 32, no. 1, pp. 193-194.

Dallen, J. T. and Amos, S. Ron (2013), "Understanding heritage cuisines and tourism: identity, image, authenticity, and change", *Journal of Heritage Tourism*, 8: 2-3, s. 99-104.

Dobrowolski, Taneli (2014), *Missä mennään Suomen venäläismatkailussa? Puheenvuoro*, Uusi Suomi. <http://dobro.puheenvuoro.uusisuomi.fi/157594-missa-mennaan-suomen-venalaismatkailussa> [luettu 20.10.2014].

EC (2013), *Panorama of EU Regional Programmes and Projects: Eastern Partnership and Russia 2012-2014*. European Commission, Development and Co-operation – EuropeAid. Publication of the European Union, Belgium.

E-K LIITTO (2014a), Etelä-Karjalan maakuntaohjelma 2014-2017.

E-K LIITTO (2014b), Etelä-Karjalan maakuntaohjelma 2014 – 2017, luonnos 10.3.2014.

Edilex (2010), *Venäjä: Turistituonnin säännöt muuttuivat*.
<http://www.edilex.fi/asiasanat/Tuontirajoitus> [luettu 15.10.2014].

ELY-keskus (2014), *Kaakkois-Suomen alueellinen maaseudun kehittämissuunnitelma 2014-2020*.
<http://services.kymenlaakso.fi/www/DimDocumentDownload?action=show&id=7388&fileId=14399> [luettu 16.7.2014].

EU-Russia Innoforum (2014). *Russian company WiseSoil wins the Green Innovation Competition*, <http://www.eurussiainnoforum.com/article/russian-company-wisesoil-wins-green-innovation-competition> [luettu 16.7.2014].

Federal State Statistics Service (2014), *Number of trips of Russian citizens abroad in 2013 according to the purpose of visits*.
http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-14.htm [luettu 15.10.2014].

Finndikaattori (2014), *Vastasyntyneiden elinajanodote 1971-2012*,
<http://www.findikaattori.fi/fi/46> [luettu 17.7.2014].

Finnmedi (2014a), *Tampere-Pietari-yhteistyön syventäminen Life Science – toimialalla*. <http://www.finnmedi.com/toimialakehitys/hankkeet/tampere-pietari-yhteistyon-syven/> [luettu 1.7.2014].

Finnmedi (2014b), *INKA – innovatiiviset kaupungit 2014 – 2020*.
<http://www.finnmedi.com/toimialakehitys/inka-innovatiiviset-kaupungit-20/> [luettu 1.7.2014].

Hakkarainen, Selena (2014), *Mitä saisi olla? Shto by vy hoteli? Arvonluonnin erityispiirteet Venäjälle suuntautuvan kulttuuriviennin suunnittelussa vuonna 2013*. Taiteen maisterin opinnäytetyö, Taiteen laitos, Aalto-yliopisto.

Harju-Autti, Anneli (2013), *Majoitustoiminta*. Toimialaraportti 13/2013. TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu.

Harju-Autti, Anneli (2012), *Matkailun ohjelmalvelut*, Toimialaraportti 9/2012. TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu.

Hevosopisto (2014), *Sosiaalipedagoginen hevostoiminta syrjäytymisen ehkäisyssä ja sosiaalisessa kuntoutuksessa*, http://www.hevosopisto.fi/fin/opiskelu/aikuiskoulutus/sosiaalipedagoginen_hevostoiminta/ [luettu 16.7.2014]

Higginbottom, Karen (2004), *Wildlife tourism: an introduction*. Teoksessa: Higginbottom K. (toim.) *Wildlife Tourism. Impacts, Management and Planning*. Common Ground Publishing, Altona. 1-14.

livonen, Heidi & Koivisto, Anne (2014) *Asiakkaiden odotukset ja kokemukset kylpylähoitojen terveellisyydestä*, Turun ammattikorkeakoulu, hoitotyön koulutusohjelma, sairaanhoitaja, opinnäytetyö.

Järviluoma, Jari (2013), Kainuu – kaunis mutta kaukana? Kainuun maakuntakuvatu tutkimus 2012. *Kainuun liiton julkaisuja B:1*. <http://www.kainuunliitto.fi/tehtavat/tietopalvelut/kainuun-liiton-julkaisut-2013-alkaen> [luettu 2.12.2014].

Järviluoma, Jari (2014), Eläintenkatselematkailun yritystoiminnan nykytilakartointi 2012. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:24*. <http://www.theseus.fi/handle/10024/74420> [luettu 26.11.2014].

Järviluoma, Jari, Keränen, Mikko & Rakutina, Svetlana (2014), Kainuun venäläismatkailu 2013. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:22*. <http://www.theseus.fi/handle/10024/72097> [luettu 20.10.2014].

Kainuun liitto (2014a), Kainuu-ohjelma. Hyvinvoiva ja elinvoimainen Kainuu. Maakuntasuunnitelma 2035 / Maakuntaohjelma 2014-2017 (luonnos). <http://kuiskintaa.fi/kainuu-ohjelma/> [luettu 2.12.2014].

Kainuun liitto (2014b), Kainuun Venäjä-strategia 2020. *Kainuun liiton julkaisuja B:4*. <http://www.kainuunliitto.fi/tehtavat/tietopalvelut/kainuun-liiton-julkaisut-2013-alkaen> [luettu 28.10.2014].

KEHY (2014) Eteläkarjalaisen lähiruuan markkinointi- ja myyntihanke, KEHY (Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy) <http://www.kehy.fi/fi/?id=343>, luettu 11.7.2014.

Keinänen, Mika & Vohlonen, Ilkka (2012a) "Suomen erikoissairaanhoidon kapasiteetin hyödyntäminen terveysturismilla" teoksessa M. Keinänen, J. Komulainen, V. Koistinen, J. Klavus, P. Parmanne, M. Virtanen ja I. Vohlonen *Terveysturismilla tuotantopoliittiset vaihtoehdot: Erikoissairaanhoidon kysynnän ja tarjonnan tasapaino Suomessa*, Itä-Suomen yliopisto, Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta, Raportti no 3, Kuopio, s. 104 – 118.

Keinänen, Mika & Vohlonen, Ilkka (2012b) "Erikoissairaanhoidon palvelutuotannon kapasiteetin määrä" teoksessa M. Keinänen, J. Komulainen, V. Koistinen, J. Klavus, P. Parmanne, M. Virtanen ja I. Vohlonen *Terveystuotannon poliittiset vaihtoehdot: Erikoissairaanhoidon kysynnän ja tarjonnan tasapaino Suomessa*, Itä-Suomen yliopisto, Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta, Raportti no 3, Kuopio, s. 89 – 103.

Kjaldman, Ritva (2010), *The Impact of Socio-Pedagogic Equine-Activities intervention on Special Education Pupils with Neurological Disorders*. Maataloustieteiden Päivät 2010. <http://www.smts.fi/jul2010/esite2010/061.pdf> [luettu 10.7.2014].

Kjaldman, Ritva (2005), "Putosin koulusta, nousin ratsaille – ratsastuspedagoginen lähestymistapa koulupudokkaiden yksityisopetuksessa" teoksessa S. Okulov & K. Koukkari (toim.) *Ratsastuspedagogiikasta sosiaalipedagogiseksi hevostoiminnaksi – sosiaalipedagogisen hevostoiminnan perusteet ja sovellukset täydennyskoulutuksen kokemuksina*. Kuopion yliopisto, Koulutus- ja kehittämiskeskus. Tutkimuksia ja selvityksiä 7/2005, s. 35 - 43.

Kunnat (2014), *Terveyspalvelut, Rajat ylittävä terveydenhuolto*, http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/soster/terveyspalvelut/rajat_ylittava_terveydenhuolto/Sivut/default.aspx, sisältö tarkistettu 14.2.2014 [luettu 17.7.2014].

Kähkönen, Katriina (2011), *The Role of Social Media in Russian Tourists' Search for Information*, Opinnäytetyö, Kansainvälisen liiketalouden koulutusohjelma, Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, elokuu 2011.

Levada (2012) <http://www.levada.ru/17-01-2012/91-rossiyan-sistema-zdravookhraneniya-strany-trebuuet-izmenenii>

LPR (2013) *Lappeenranta 2028 strategia. Elinvoimaa osaamisesta: Lappeenrannan kaupungin elinkeino-ohjelma 2013-2016*.

Makeeva, Olga (2011) *Venäläiset terveysturistit Suomessa*, Finnpro. Saatavilla: https://www.tem.fi/files/31226/Makeeva_P-TEM-15112011.pdf, luettu 25.7.2014.

Malankin, Minna 2012, *Venäläiset matkailun asiakkaina*, A: Tutkimuksia ja raportteja, 71. Mikkelin ammattikorkeakoulu, Mikkeli.

Matkailun edistämiskeskus (2009), Wildlife matkailutuotteiden kehittämisstrategia 2009-2013. <http://www.visitfinland.fi/studies/wildlife-matkailutuotteiden-kehittamisstrategia-2009-2013/> [luettu 26.11.2014].

Matkailun edistämiskeskus (2010), Outdoors Finland. Kesäaktiviteettitarjonnan matkanjärjestäjätutkimus. MEK A:170. <http://www.visitfinland.fi/library/kesaaktiviteettitarjonnan-matkanjarjestajatutkimus-2010/> [luettu 26.11.2014].

Matkailun edistämiskeskus (2014), MEK Trade Follow Up 2013. <http://www.visitfinland.fi/studies/mek-trade-follow-up-2013/> [luettu 26.11.2014].

Mattsson, Lisbeth &, Kivilä, Niina (2012), *Kansainvälinen Itä-Suomi, Itä-Suomen maahanmuuttostrategia 2017: Pohjois-Savo, Etelä-Savo ja Pohjois-Karjala*, Elinvoimaa alueelle 7/20123, Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.

Metro-Roland, Michelle M. (2013), "Goulash nationalism: the culinary identity of a nation", *Journal of Heritage Tourism* 8:2-3, s. 172 - 181.

Moisala, Tiina & Gröhn, Elena (2012), Kysely venäläisille matkailijoille Niiralassa 2011. *Pohjois-Karjalan maakuntaliiton julkaisu* 153. <http://pohjois-karjala.fi/julkaisut> [luettu 20.10.2014].

Mustonen, Laura (2008), *"Oletko katsonut hevosta silmiin?" Sosiaalipedagoginen hevostoiminta erityistä tukea tarvitsevien lasten ja nuorten kuntoutuksessa*, Kasvatustieteen pro gradu –tutkielma, opettajankoulutuslaitos, Hämeenlinna, kasvatustieteiden tiedekunta, Tampereen yliopisto.

Myllylä, Markku & Laamanen, Mika (2005), Tuotteistettu kalastusmatkailu. *Kalatalouden keskusliiton julkaisu* nro 153.

Nurvala, Emma (2014), *Ruokamatkailu Tanskassa & Norjassa*, Opinnäytetyö, Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Okulov, S. & Koukkari, K. (toim.) (2005), *Ratsastuspedagogiikasta sosiaalipedagogiseksi hevostoiminnaksi – sosiaalipedagogisen hevostoiminnan perusteet ja sovellukset täydennyskoulutuksen kokemuksina*. Kuopion yliopisto, Koulutus- ja kehittämiskeskus. Tutkimuksia ja selvityksiä 7/2005.

Orava, Jenna (2010), *Sosiaalipedagogisen hevostoiminnan päämäärät ja toteutus hevostoiminnan ohjaajien kuvaamana*. Itä-Suomen yliopisto, Filosofinen tiedekunta, Erityispedagogiikan pro gradu –tutkielma, joulukuu 2010.

Pitman, Tim, Broomhall, Sue, McEwan, Joanne & Majocho, Elzbieta (2010), Adult learning in educational tourism. *Australian Journal of Adult Learning*, vol. 50, no. 2, pp. 119-238.

Pohjois-Karjalan kauppakamari, Joensuun Seudun kehittämissyhtiö JOSEK Oy, Keski-Karjalan Kehitysyhtiö KETI Oy, Pielisen Karjalan Kehittämissyhtiö PIKES Oy. (2009), *Pohjois-Karjalan elinkeinopoliittinen Venäjä-strategia 2015*.

P-K liitto (2010), *Pohjois-Karjalan strategia 2030: maakuntasuunnitelma*, Julkaisu 127, Pohjois-Karjalan maakuntaliitto.

P-K liitto (2011), *Pohjois-Karjalan kv-toimintaohjelma*, Julkaisu 146, Pohjois-Karjalan maakuntaliitto.

P-K liitto (2014), *POKAT 2017 – Työtä, elinvoimaa ja hyvinvointia kestävästi Pohjois-Karjalaan: Pohjois-Karjalan maakuntaohjelma 2014-2017*, Pohjois-Karjalan maakuntaliitto.

ProAgria Pohjois-Karjala 2014, *Joensuun seudun maaseutupalvelut, Joensuun seudun maaseutuohjelma 2014-2020*, ProAgria Pohjois-Karjala.

Ritchie, Brent (2003), *Managing Educational Tourism*. Channel View Publications, Clevedon.

Ryzhkova, Inna (2013), "Academic Mobility of Students as a Type of Educational Tourism in Higher Education", *Interregional Tourism Cooperation: Experiences from the Barents*, edited by José-Carlos García-Rosell, Maria Hakkarainen, Heli Ilola, Petra Paloniemi, Teija Tekoniemi-Selkälä, Mari Vähäkuopus, Lapland University Consortium, Rovaniemi. pp. 53-59.

Saimia (2009) *Saimaan ammattikorkeakoulun strategia 2010 – 2015 – Yhdessä olemme enemmän*.

Saimia (2013), *Liite 1: Hakulomake ammattikorkeakoulun toimilupaa varten*. http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Koulutus/ammattikorkeakoulutus/ammattikorkeakoulu_uudistus/toimiluvat/liitteet/SAIMAA_toimilupahakemus.pdf [luettu 16.7.2014].

Saukkonen, Pasi (2011), Spatia Raportteja 6/2011, *Arvioita Venäjä-yhteistyön työllistävästä vaikutuksista Pohjois-Karjalassa*. Alue- ja kuntatutkimuskeskus, Itä-Suomen yliopisto.

Seppälä, Jussi (2014), *Mahdollisuuksia epävarmuudessa. Elinkeinoelämän strategiset näköalat: Venäjä*, Miltton Insights-1, Miltton, Helsinki.

Shackley, Myra (1996), *Wildlife tourism*. International Thomson Business Press, London.

Smith, S. & Xiao, H. (2008), "Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46(3), 289-299.

STM (2013), *Rajat ylittävä terveydenhuolto*, Sosiaali- ja terveysministeriö 31.12.2013. <http://www.stm.fi/rajat-ylittava-terveydenhuolto> [luettu 17.7.2014].

Suomen Pankki (2014), Valuuttakurssit – Venäjän rupla (RUB). [http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/valuuttakurssit_\(ekp\)/pages/eurofxref-graph-rub.aspx](http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/valuuttakurssit_(ekp)/pages/eurofxref-graph-rub.aspx) [luettu 11.11.2014].

TAK (2014a), *Venäläiset matkailijoina Suomessa. TAK Rajatutkimus 2013 tuloksia*. Huhtikuu 2014.

TAK (2014b), *TAK Matkailutilasto*. Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK:in maksullinen tilastopalvelu. <http://www.tak.fi/tuotteet/matkailutilasto/> [luettu 20.10.2014].

TEM 2/2011, *Näkemyksestä menestystä. Terveyspalvelut, Toimialaraportti 2/2011*, Työ- ja elinkeinoministeriö, Maa- ja maatalousministeriö, ELY-keskus, Tekes, Finpro, Matkailun edistämiskeskus, Lapin liitto.

TEM (2011), *Hyvinvointialan työ- ja elinkeinopoliittinen kehittäminen – HYVÄ 2011-2015: Tavoitteet ja toimenpiteet*, Työ ja elinkeinoministeriö.

Tilastokeskus (2014), *Majoitustilasto*. <http://www.tilastokeskus.fi/til/matk/index.html> [luettu 20.10.2014].

Toimialaraportti 8/2013. *Majoitustoiminta*, TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu.

Trotter, K. S. (2006) *The Efficacy of Equine Assisted Group Counseling with at-risk Children and Adolescents*. University of North Texas. Doctoral Dissertation.

UM (2010), *EU:n ja Venäjän suhteet. Tietosivu No 3/2010*. Ulkoasiainministeriö, Eurooppatiedotus.

UM (2011), *EU:n ja Venäjän suhteet. Tietosivu No 5/2011*. Ulkoasianministeriö, Eurooppatiedotus.

Unifin 2008, *Erikoisraportti 3, Venäjä – väestöryhmät muutoksessa*.

Valtionvarainministeriö (2014), *EU:n Venäjä-pakotteiden ja Venäjän vastapakotteiden taloudelliset vaikutukset*.

<http://valtioneuvosto.fi/tiedostot/julkinen/pdf/2014/budjettineuvottelut-2014/eu-venaja-pakotteet/fi.pdf> [luettu 28.10.2014].

Windell, Bianca (2013), *Socialpedagogisk hästverksamhet – En litteraturstudie om hur man genom socialpedagogisk hästverksamhet kan stöda undomars sociala funktionsförmåga*. Arcada, Det sociala området, Examensarbete.

World Bank (2014a), *Russia Economic Report 31/March 2014*.

<http://documents.worldbank.org/curated/en/2014/03/19357185/confidence-crisis-exposes-economic-weakness> [luettu 20.10.2014].

World Bank (2014b), *Russia Economic Report 32/September 2014*.

<http://www.worldbank.org/en/country/russia/publication/russian-economic-report-32> [luettu 20.10.2014].

Zarubalova, Marina (2014), *Venäjän sosiaalipalvelujärjestelmä*, TEM raportteja 6/2014.

Internet-lähteet

<http://www.ekliitto.fi/?p=4090>, Innovaatiokilpailulla haetaan vihreän teknologian yrityksiä maakuntaan, luettu 21.5.2014

http://yle.fi/uutiset/venalaiset_myyvat_jo_suomen_mokkejaan/7274580, vierailtu 3.6.2014.

<http://www.worldbank.org/en/news/feature/2014/03/26/infographic-rer31-confidence-crisis>, luettu 3.6.2014.

http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastoja/maatilastoja/index.jsp, luettu 23.6.2014.

http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-14.htm, число поездок российских граждан за границу по целям в 2012 г., luettu 24.6.2014.

<http://www.finnmedi.com/toimialakehitys/inka-innovatiiviset-kaupungit-20/>, luettu 1.7.2014.

<http://www.kareliaalacarte.fi/ru/karelian-culinary-tours>, luettu 2.7.2014. Informaatiota Karelia Toursin tarjoamista ruokakulttuuriin tutustumispaketeista venäjäksi.

WTW (2014) <http://www.wellnesstourismworldwide.com/top-10-wellness-travel-trends-2014.html>, luettu 3.7.2014.

<http://www.hevostoiminta.net/10>, tietoa sosiaalipedagogisesta hevostoiminnasta.

<http://www.tourismandmore.com/tidbits/educational-tourism/>, Educational Tourism, May 2010, luettu 8.7.2014.

<http://www.medicalisrael.ru/polnoe-profilakticheskoe-obsledovanie-i-diagnostika2>

<http://www.med-navigator.com/cure/CheckU/>