



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Venäläisten matkailijoiden taloudelliset vaikutukset Lappeenrannan majoituspalveluille

Korhonen, Marisa

2012 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Venäläisten matkailijoiden taloudelliset vaikutukset Lappeenrannan majoituspalveluille

Korhonen, Marisa
Matkailun koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2012

Marisa Korhonen

Venäläisten matkailijoiden taloudelliset vaikutukset Lappeenrannan majoituspalveluille

Vuosi 2012 Sivumäärä 38

Tämän opinnäytetyön aiheena on venäläisten matkailijoiden taloudelliset vaikutukset Lappeenrannassa sijaitseville majoituspalveluille. Venäläisten osuus kaupungissa majoittuvista matkailijoista on toiseksi suurin, heti suomalaisten jälkeen. Venäläisten määrä on kasvanut merkittävästi erityisesti lähivuosina ja se jatkaa edelleen kasvuaan. Opinnäytetyön tavoitteena on saada selville, minkälaisia positiivisia ja negatiivisia taloudellisia vaikutuksia venäläiset tuovat Lappeenrannan majoitusliikkeille ja mikä motivoi venäläisiä matkustamaan Lappeenrantaan.

Opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa keskitytään matkailijoiden matkustusmotiveihin, matkailun taloudellisiin vaikutuksiin ja Lappeenrannan matkailuun ja majoituspalveluihin sekä venäläisten matkailuun Etelä-Karjalassa. Tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista eli laadullista menetelmää ja käytössä on teemahaastattelu. Teemahaastattelussa vastaajina on erilaisia majoitustoiminnan edustajia Lappeenrannassa, jotka kertovat venäläisten merkityksestä liiketoiminnalleen sekä mielipiteitä venäläisistä asiakkaista ja taloudellisista vaikutuksista.

Tuloksista selviää, että venäläisten suurin matkustusmotiivi on ostosmatkailu. Lappeenranta on tax free -ostosten määrässä toisena heti Helsingin jälkeen. Tulevaisuudessa todennäköisesti toteutuva viisumivapaus, tulee lisäämään venäläisten matkailijoiden määrää Lappeenrannassa huomattavasti. Venäläisten taloudelliset vaikutukset Lappeenrannan majoituspalveluille ovat pääosin vain positiivisia. Venäläisten ansiosta monen majoituspalvelun liiketoiminta on kannattavaa. Alueelle on syntynyt uusia työpaikkoja, kun hotelleja, kauppoja ja erilaisia palveluita on perustettu. Negatiivisia vaikutuksia on selvästi vaikeampi löytää, mutta kulttuurierot luovat haasteita yhteistyöhön venäläisten ja suomalaisten välillä.

Tulevaisuudessa venäläisten määrän Lappeenrannassa odotetaan kasvavan, mutta majoituspalveluiden ja muiden matkailupalveluiden ei tulisi liiaka luottaa venäläisiin. Venäläiset tuovat suurimman osan Lappeenrannan matkailutuloista, mutta mahdolliset ongelmat esimerkiksi viisumien saannin kanssa, voivat romahduttaa venäläisten matkailua Suomeen merkittävästi.

Asiasanat: venäläiset, matkailija, taloudelliset vaikutukset, majoituspalvelut, Lappeenranta

Marisa Korhonen

The Economic Impacts of Russian Tourists on Accommodation Services in Lappeenranta

Year	2012	Pages	38
------	------	-------	----

This study examines the economic impacts of Russian tourists on accommodation services in Lappeenranta, Finland. The aim of the study was to determine the main positive and negative impacts and to discuss the reasons why Russian travels to Lappeenranta. Russian tourists are the largest tourist group in Lappeenranta. The number of the Russian travelers has grown rapidly in the last few years and it will continue to grow in the future.

The theory section discusses primarily the motives of tourists, the economic impacts of tourism, accommodation services, tourism in Lappeenranta and Russian tourists in South Karelia. The study was based on qualitative method and included theme interviews with five different accommodation services companies in Lappeenranta. The interviewees answered questions about the importance of Russian tourist to their business and opinions of the economic impacts and Russian customers.

The results showed that the major reason for Russian tourists for travelling to Lappeenranta is mainly for shopping. Tax free -shopping in Lappeenranta is the second largest to Helsinki. The number of the Russian tourists in Lappeenranta will increase more if Russia gets a visa free entry in the future to travel to Finland. The results also indicate that economic impacts on accommodation services in Lappeenranta are in the most positive position. Russian tourists have made accommodation business more profitable. Lappeenranta has now more jobs to offer than before because of new hotels, shops and services that have been built. It is harder to find negative impacts but cultural differences might create challenges for cooperation between Finns and Russians.

Russian tourists bring most of the tourism income to Lappeenranta and in the future there will certainly be more Russian tourists. Despite of this fact, accommodation services and other tourism facilities in Lappeenranta should not rely on Russians only. The reason for that is, if for example Russians will not get visas that easily anymore from Finnish Embassy. This would significantly reduce the number of Russians coming to Finland.

Keywords: Russian, tourist, economic impacts, accommodation services, Lappeenranta

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet.....	7
3	Majoitustoiminta matkailun yhtenä toimialana.....	7
	3.1 Matkailun käsitteitä ja määritelmiä	7
	3.2 Majoitustoiminnan eri muodot.....	10
4	Matkailun vaikutukset	11
	4.1 Matkailun sosiaaliset-, kulttuurilliset-, taloudelliset- ja ympäristövaikutukset	12
	4.2 Matkailun taloudelliset vaikutukset.....	13
	4.2.1 Positiiviset vaikutukset.....	13
	4.2.2 Negatiiviset vaikutukset.....	14
5	Lappeenranta matkailukohteena	16
	5.1 Lappeenrannan historiaa.....	16
	5.2 Nykypäivän nähtävyyksiä	17
	5.3 Lappeenrannan majoituspalvelut	18
	5.4 Lappeenranta rajan pinnassa	19
6	Venäläisten matkailu Suomessa ja Etelä-Karjalassa	20
	6.1 Venäläisten matkustusmotiivit.....	21
	6.2 Venäläisten matkailijoiden kasvu ja alueen matkailullinen kehittäminen	22
	6.3 Viisumikäytäntö ja sen tulevaisuudennäkymät	23
	6.4 Rajahaastattelututkimuksen tuloksia.....	23
7	Tutkimuksen toteutus	25
	7.1 Tutkimusmenetelmä.....	26
	7.2 Teemahaastattelun kysymysten laatiminen	26
	7.3 Haastattelujen suorittaminen.....	27
	7.4 Aineiston käsittely	27
8	Tutkimuksen tulokset	28
	8.1 Venäläiset asiakkaina.....	28
	8.2 Venäläisten merkitys Lappeenrannan majoituspalveluiden taloudelle	29
	8.3 Mahdolliset haasteet	30
9	Johtopäätökset ja kehitysideat.....	31
	Lähteet	33
	Kuviot	36
	Liitteet.....	37

1 Johdanto

idea opinnäytetyön syntyi, kun tekijä mietti ajankohtaista, kotikaupungin matkailuun liittyvää aihetta, josta ei ole vielä tehty paljoa tutkimuksia. Lappeenrannassa liikkua ei voi olla huomaamatta suurta venäläisten matkailijoiden määrää. Siitä syntyi idea ottaa selvää Lappeenrannan tarjoamista majoitusmuodoista, ja eritoten venäläisille räätälöidyistä palveluista, sekä myös venäläisten motiiveista tulla Lappeenrantaan. Venäläiset selvästi vaikuttavat Lappeenrantaan ja sen talouteen, kun katsoo katukuvaa ja seuraa mediaa. Suurin osa kaupoissa käyvistä ja hotelleissa majoittuvista asiakkaista heti kotimaisten jälkeen ovat venäläisiä. Tämän vuoksi matkailumarkkinointia suunnataan yhä enemmän Venäjälle.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälaisia taloudellisia vaikutuksia matkailulla on Lappeenrannan majoitustoimintaan. Venäläiset ovat Lappeenrannalle suurin ulkomaalainen asiakasryhmä ja määrä on yhä kasvava. Työssä pyritään antamaan ajankohtaista tietoa Lappeenrannan matkailun tilasta ja sen tarjoamista majoituspalveluista, sekä venäläisten matkustusmotiiveista ja taloudellisista vaikutuksista Lappeenrannan majoituspalveluille.

Teoreettinen osuus työssä sisältää matkailun taloudellisten vaikutusten tarkastelua. Työssä tarkastellaan myös erilaisia matkailijatyyppejä ja matkailijoiden motivaatiotekijöitä. Matkailun yleisten teorioiden jälkeen keskitytään Lappeenrantaan ja sen majoituspalveluihin sekä Lappeenrannan matkailun nykytilaan ja tulevaisuuteen. Lappeenranta osuuden jälkeen seuraa tietoa venäläisten matkailutrendeistä. Työn painopiste eli taloudelliset vaikutukset ovat tärkeässä roolissa teoreettisessa osuudessa, niin kuin koko tutkimuksessakin.

Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin kvalitatiivista tutkimusta eli laadullista menetelmää ja tutkimusta havainnollistettiin tilastoilla. Tutkimuksessa selvitettiin tutkimusongelmaa: Minkälaisia taloudellisia vaikutuksia venäläisillä matkailijoilla on nyt ja tulevaisuudessa Lappeenrannan majoitustoiminnalle. Tulosten saamiseksi opinnäytetyössä käytettiin teemahaastatteluja. Haastateltavat olivat Lappeenrannassa sijaitsevia majoituspalveluita tarjoavia yrityksiä.

2 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

Opinnäytetyöhön kimmokkeen antoi kiinnostus ottaa selvää venäläisten matkailusta Lappeenrannassa, sillä tekijä on itse sieltä kotoisin ja nähnyt venäläisten aiheuttaman muutoksen kaupungille ajan kuluessa. Tekijää kiinnostaa miten tärkeä tekijä venäläiset matkailijat todella ovatkaan kaupungin matkailulle ja yleiselle taloudelle ja millä tavoilla majoituspalvelut ottavat huomioon venäläiset kehittäessään palveluita. Lisäksi tutkijaa kiinnostavat venäläisten motiivit matkustaa Lappeenrantaan.

Tutkimuskysymyksenä työssä on, minkälaisia taloudellisia vaikutuksia venäläisillä matkailijoilla on nyt ja tulevaisuudessa Lappeenrannan majoitustoiminnalle. Tutkimuksen tavoitteena oli suorittaa teemahaastattelut kuudelle majoituselinkeinon edustajille. Tarkoituksena on saada tutkimustuloksia analysoimalla selville, millaisia taloudellisia vaikutuksia venäläisillä on nyt ja tulevaisuudessa, ja ovatko ne negatiivisia vai positiivisia ja voidaanko niihin, jotenkin vaikuttaa.

3 Majoitustoiminta matkailun yhtenä toimialana

Majoitustoimintaan kuuluvat kaikki majoitusmuodot, eli liiketoiminta, jossa kalustetussa huoneessa majoittuva ihminen maksaa yöpymisestään sitä tarjoavalle osapuolelle. Majoitusta myyvä taho tarjoaa useasti myös monia lisäpalveluja pelkän nukkumismahdollisuuden lisäksi, kuten ruokaa. Majoitustoiminta on erittäin tärkeässä roolissa matkailussa, sillä se mahdollistaa yöpymisen kodin ulkopuolella kenelle tahansa. (Dittmer 2002, 205.)

3.1 Matkailun käsitteitä ja määritelmiä

Matkailun määrittämiseen on monia erilaisia tapoja, mutta WTO:n (World Tourism Organization) määritelmään perustuen matkailulla tarkoitetaan liikkumista paikkoihin, jotka eivät kuulu päivittäiseen elämään ja ympäristöön. Matkailua ovat aina sellaiset matkat, jotka tapahtuvat oman paikkakunnan ulkopuolella. Matkailua voi olla esimerkiksi vieraalla paikkakunnalla käynti viikonloppuna tai päivämatkalla, ja siellä matkailupalveluiden käyttö. Matkailu luokitellaan erilaisiin ryhmiin sen mukaan mikä on matkan tarkoitus ja mihin se kohdistuu. Matka voi olla vaikka työmatkailua tai vapaa-ajan matkailua. Matkailun tapahtuessa maan sisällä, se on sisäistä matkailua, jossa maan väestö ja siellä olevat ulkomaalaiset matkustavat kyseisen valtion sisällä. Se voi olla myös kansallista matkailua, jossa maan väestö liikkuu kotimaassa tai ulkomailla. Ulkomaanmatkailu on valtion omien asukkaiden tai ulkomaalaisten kansainvälistä matkailua, joka tapahtuu kotimaan ulkopuolella. (Vuoristo 2002, 20,22,24.)

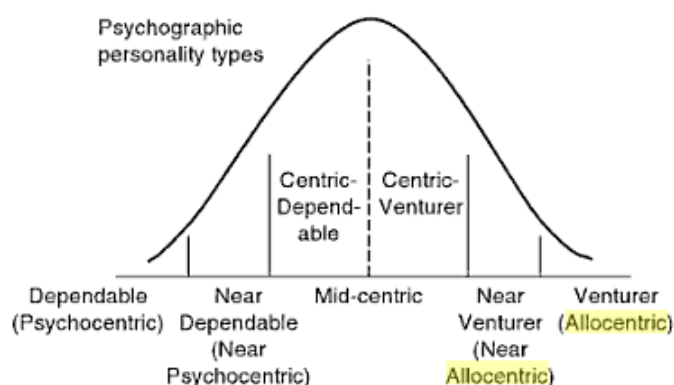
Matkailijat voidaan luokitella erilaisiin ryhmiin useiden eri ominaisuuksien mukaan. Näitä ovat kovat muuttajat eli helposti määriteltävät yleiset tekijät, ja pehmeät muuttajat eli matkailijoiden motiiveihin liittyvät psykologiset ja sosiaaliset syyt. Helposti mitattaviin muuttujiin kuuluvat demografiset tekijät määrittyvät matkailijan iän, sukupuolen, siviilisäädyn, kielen, uskonnon ja rodun mukaan. Sosio-ekonomiset tekijät mittaavat matkailijan yhteiskunnallista asemaa. Näihin lukeutuvat matkailijan tulot, koulutus, ammatti ja muut varallisuutta kuvaavat tekijät. Maantieteellisten mittareiden mukaan matkailija asetetaan ryhmään, joka kuvaa hänen maantieteellistä asemaansa, kuten se, onko hän ulkomaalainen vai oman valtionsa kansalainen tai se millä alueella hän asuu. Tärkeää on myös tietää, mitkä asiat matkailijaa kiinnostavat. Harrastukset ja aktiviteetit kertovat paljon matkustajan mielenkiinnon kohteista ja auttavat segmentoitaessa eli luokiteltaessa potentiaalisia matkailijoita. (Vuoristo 2002, 38-39.)

Matkailijoiden syvempiä motiiveja matkustaa eli pehmeitä motiiveja tutkittaessa on tarkasteltava niitä ajatuksia ja tarpeita, joita matkailijoilla sisimmässään on. Tutkijat ovat kehittäneet useita teorioita selvittääkseen näitä motiiveja. Yksi teoria, joka nousee useasti esiin, on Maslowin (1954) tarvehierarkia. Teoriaan liittyviä ajatuksia käytetään yhä nykyään matkailuun liittyvissä motiivitutkimuksissa ja moni teoriaista perustuukin siihen. Maslowin teorian mukaan ihminen voi saada henkistä tyydytystä vasta, kun muut pakolliset tarpeet on hoidettu kuntoon. Tarvehierarkian pyramidin pohjalla ovat ihmisen normaalit fysiologiset tarpeet eli jano, nälkä, liikunta ja lepo, joita kaikki tarvitsevat. Seuraavana tulevat turvallisuuden tarve, yhteenkuuluvuuden ja rakkauden tarve sekä viimeisinä arvostuksen tarve ja lopulta itsensä toteuttamisen tarve. (Vuoristo 2002, 42.) Comptonin (1979) mukaan perustarpeiden tyydyttämisen jälkeen ihminen voi tuntea tarvitsevansa jotain, joka saa hänet irrottautumaan arjesta ja rentoutumaan ja viihtymään. Matkailu on keino saavuttaa nämä tarpeet. (Williams 2009, 10.)

Matkailijaan vaikuttavat työntö- ja vetovoimatekijät. Työntövoimatekijät ovat niitä motiiveja, jotka saavat ihmisen tekemään päätöksen lähteä lomalle. Ihmisellä voi olla halu paeta työn aiheuttamaa stressiä tai hän saattaa vain kaivata vaihtelua. Suomessa työntövoimatekijöitä ovat useasti ilmasto ja elintaso. Korkean elintason, vapaa-ajan, lomien sekä työn ansiosta, ihmisillä on mahdollisuus matkustaa eri paikkoihin. Vetovoimatekijöitä ovat ne asiat, jotka motivoivat matkustajaa matkaamaan matkailukohteeseen ja saavat matkailijan valitsemaan juuri kyseisen kohteen. Syitä voivat olla esimerkiksi matkakohteen ilmasto, kulttuuri tai aktiviteetit. Teoria on Dannin vuonna 1977 kehittämä, mutta Iso-Ahola (1982) on kehittänyt teoriaa eteenpäin ja hänen mukaansa matkustamiseen liittyy aina myös toive saavuttaa ja hyötyä siitä. Ihminen pyrkii samaan aikaan sekä pakenemaan normaalin elämän aiheuttamaa vastuuta

että etsimään jotain, kuten rentoutumista. Nämä kaksi asiaa saattaa olla välillä vaikea erottaa toisistaan. (Vuoristo 2002, 18, 29, 36; Williams 2009, 10.)

Yksi yleinen tapa järjestää matkailijoita motiivien mukaan on vuonna 1974 amerikkalaisen Plogin kehittämä ihmisten jako psykograafisiin tekijöihin. Plog jakaa ihmiset psykosentrikkoihin, allosentrikkoihin ja niiden välissä oleviin midsentrikkoihin. Psykosentrikot ovat Plogin mukaan ihmisiä, jotka suosivat kaikkea tuttua ja turvallista ja matkoja, joilla kaikki on järjestetty valmiiksi, kuten seuramatkoilla on tapana. Psykosentrikot viettävät aikaansa lomalla mielellään yksinkertaisia asioita tehden, kuten rannalla loikoillen. Allosentrikot ovat Psykosentrikkoiden vastakohta. He pitävät mielellään itse huolta matkajärjestelyistään ja pyrkivät matkustamaan kohteisiin, jotka ovat eksoottisia ja uusia. Allosentrikot viettävät lomalla aikaansa harrastaen erilaisia asioita ja he ovat kiinnostuneita matkakohteen kulttuurista ja paikallisista ihmisistä. Suurin osa ihmisistä on kuitenkin midsentrikkoja eli ihmisiä, jotka ovat hieman kumpaakin ääripäätä. (Vuoristo 2002, 45.) Kuvio 1 näyttää Plogin mallin rakenteen.



Kuvio 1: Plogin vuonna 1974 kehittämä malli. (HAM Group 2011.)

Matkailijoiden motivaatioita matkakohteen valintaan on myös selvitettävä kohteen ominaisuuksien mukaan, jotta saadaan selville ne syyt, jotka saavat matkailijat matkustamaan kohteisiin. Matkakohteet voivat houkutella ihmisiä vierailemaan useasta eri syystä. Matkakohdeessa matkailijaan valintaan matkustaa ja tulla uudestaan samaan kohteeseen vaikuttavat monet eri osatekijät, joita kohteesta löytyy. Nämä tekijät voidaan jakaa kuuteen eri osaan. Matkailijoiden luonteiden luokitukset kuten esimerkiksi allosentrikot ja psykosentrikot otetaan huomioon kohteen markkinoinnissa potentiaalisille asiakkaille. (Pearce 2007, 87.)

Tärkeimmiksi kohteen ominaisuuksiksi voidaan määritellä esimerkiksi ne aktiviteetit, mitä siellä voi tehdä. Matkakohdetta valitessa matkailijoilla on useasti jokin asia, mitä he tahtovat tehdä kohteeseen matkustaessaan. Aktiviteetti voi olla esimerkiksi jotain urheiluun tai kulttuuriin liittyvää. Kohteen määrittelyyn kuuluvat myös sen maantieteelliset ominaisuudet. Maantieteelliset piirteet muodostavat usean erilaisen matkailualueen esimerkiksi ilmaston,

luonnon ja muiden geologisten ominaisuuksien mukaan. Alue voi olla matkailuun vähemmän soveltuvaa, jos se on esimerkiksi liian vaikeakulkuista tai, jos siellä ei ole tarpeeksi taukopisteitä. Parhaiten matkailukohteena pärjää alue, jossa on mahdollisuudet harjoittaa aktiviteetteja ja joka on helppokulkuista. (Pearce 2007, 87-88.) Palvelut, joita kohteissa on tarjolla, ovat tietenkin tärkeässä roolissa kohteen haluttavuuden kannalta. Palvelun kannattavuuteen vaikuttavat muun muassa sen luotettavuus, laatu ja vastuullisuus. (Pearce 2007, 89).

3.2 Majoitustoiminnan eri muodot

Majoitustoiminta käsittää erilaiset majoitusta tarjoavat yritykset. Majoituspalvelu sisältää aina yöpymismahdollisuuden, mutta majoitukseen voi myös kuulua monia valinnaisia palveluja. Majoitus luokitellaan hotelleihin, kylpylöihin, motelleihin, hostelleihin eli retkeilymajoihin, loma-asutukseen, maatilamajoitukseen, lomakyläin ja leirintäalueisiin, kokous- ja kongressikeskuksiin sekä lomaosakkeisiin. Majoitustoiminta on kansainvälistä sisältäen ketjuhotellit tai paikallista, johon kuuluvat pienet paikalliset yritykset. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi, Matero 2005, 62).

Suurin majoitusta tarjoava muoto ovat hotellit, joita löytyy monenlaisia. Hotellit sisältävät huoneen lisäksi vastaanoton ja ravintolan sekä muita mahdollisia lisäpalveluita. Korkeatasoisesta hotellista löytyy erilaisia huoneita, joissa kaikissa on kylpyhuone. Hotellissa voi olla myös sauna ja kuntosali ja kauneuspalveluita tai erilaisia myyntipalveluja, kuten esimerkiksi autonvuokrausta. Hotellit luokitellaan tason, koon, sijainnin, kohderyhmän tai omistuspohjan mukaan. Ne järjestetään tason mukaan kansainvälisesti, kansallisesti tai kaupallisesti tähtiluokituksen avulla. Suomen hotellien luokittelun mukaan koon puolesta hotellit jaetaan pieniin alle 50 huoneen hotelleihin, yli 50 huoneen keskikokoisiin sekä yli 100- 150 huoneen mukaisiin suuriin hotelleihin. Sijainnin mukaan hotellit ovat lähiö-, korpi-, tienvarsi-, lentokenttä-, maaseutu-, keskusta- ja lomahotelleja. Kohderyhmien mukaan luokittelu on laajaa, mutta yleisimpiä ovat liikemies-, loma-, säästö-, kylpylähotellit ja gasthausit. Omistuspohjan mukaan hotellit ovat joko yksityisiä tai osuustoiminnallisia. (Brännare ym. 2005, 11-13; Rautiainen & Siiskonen 2007, 23-24.)

Suurimmat hotellit ovat usein osa kansainvälisiä hotelliketjuja. Hotelliketjut ovat suosittuja ja menestyneitä, sillä markkinointi ja organisointi on hyvin suunniteltu ja toteutettu. Asiakkaille on tämän ansiosta syntynyt tietty mielikuva ja he tietävät mitä tulevat hotellilta saamaan. Suomessa suurimpia hotelliketjuja ovat Sokos Hotels, Scandic Hotels ja Restel Oy:n hotellit. (Brännare ym. 2005, 18; Rautiainen ym. 2007, 34.)

Kylpylät ovat myös suosittu majoitusmuoto Suomessa ja niiden historia sijoittuu jo 1800-luvulle ja 1900-luvun alkuun, jolloin kylpylät toimivat hoitopaikkoina ylemmälle suomalaiselle ja pietarilaiselle väelle. 1980-luvulta lähtien kylpylöiden suosio Suomessa kasvoi reippaasti ja uusia kylpylöitä rakennettiin lisää. Nykyään kylpylät jaetaan viihde- ja terveyskylpylöihin. Viihdekylpylät sisältävät erilaisia palveluja kuten ravintoloita, korkeatasoista majoitusta ja erilaisia liikunta- ja ohjelmapalveluja. Viihdekylpylät on suunnattu erityisesti perheille. Terveyskylpylät ovat kuntoutusta varten ja hyvinvointia parantavia ja ne tarjoavat monenlaisia hoitoja ihmisille, joilla on esimerkiksi liikuntarajoitteita tai ihmisille, jotka haluavat ennaltaehkäistä sairauksia. (Brännare ym. 2005, 20- 22; Rautiainen ym. 2007, 24,28.)

Muut majoitusmuodot eli esimerkiksi hostellit, motellit, huoneistohotellit, maatilamajoitus ja retkeilymajoitukset ovat hotelleihin ja kylpylöihin verrattuna Suomessa jonkin verran pienimuotoisempia tarkasteltaessa majoitustilastoja, sillä ne ovat usein sijoittuneita tiettyyn vuodenaikaan ja ovat yksityisomisteisia. Maatilamatkailu ja loma-asuntojen ja mökkien vuokraus on erityisesti Järvi- Suomessa ja Lapissa suosittua, sillä ihmiset kaipaavat luonnon läheisyyteen vapaa-ajallaan. Mökit ovat useimmiten yksityisten ihmisten omistuksessa ja vuokraus tapahtuu joko suoraan omistajan kautta tai välitysorganisaation avulla. (Rautiainen ym. 2007, 30.)

Majoituspalveluita luokitellaan tilastoissa hotelleina, muina majoitusliikkeinä, retkeilymajoina, lomakylinä ja matkustajakoteina sekä täysihoitoloina. Tilastot kuvaavat usein yöpyjien ja yöpymisvuorokausien määrää ja huoneiden tai vuoteiden myynnin lukuja. Suomessa tilastokeskus on suurin majoitusliikkeiden toiminnasta tilastoiva organisaatio. Tilastokeskuksen majoitustilasto kuvaa majoitusyritysten rekisteröityjä käyttö- ja kapasiteettitietoja, joihin tiedot on saatu suoraan majoitusliikkeistä. Tilastot ovat hyödyllisiä kehitettäessä majoitus- ja matkailupalveluja parempaan suuntaan. (Brännare ym. 2005, 10- 11; Rautiainen ym. 2007, 64.)

4 Matkailun vaikutukset

Matkailulla on useita vaikutuksia eri osa-alueilla. Vaikutukset ovat sosiaalisia, kulttuurillisia, taloudellisia ja ympäristöllisiä ja ilmenevät sekä positiivisina että negatiivisina. Matkailun vaikutteiden tutkiminen on tärkeä osa matkailututkimusta, sillä sen avulla ymmärretään paremmin mistä matkailusta todella on kyse ja miten laajasti se vaikuttaa koko maailmaan.

4.1 Matkailun sosiaaliset-, kulttuurilliset-, taloudelliset- ja ympäristövaikutukset

Matkailu voi auttaa säilyttämään rauhan kohteessa ja sen ansiosta paikalliset voivat saada töitä esimerkiksi myymällä omia tuotteitaan tai työskentelemällä hotellissa. Toisaalta sosiaaliset vaikutukset ovat useasti negatiivisia, sillä tuloerot matkailijan ja paikallisten välillä saattavat lisätä myös rikollisuutta ja konflikteja. Matkailija saattaa käyttää rahaa niin runsaasti, että se saa paikallisen kateelliseksi. Ymmärtämättömyyttään matkailija voi käyttäytyä tavalla, joka on loukkaavaa paikallisten mielestä. Tästä seuraa epäystävällistä kohtelua. (Dittmer 2002, 358-359; UNEP 2012.) Kulttuurillisia vaikutuksia ovat esimerkiksi tilanne, jossa matkailukohteen paikallinen perinteinen kulttuuri voi olla vaarassa suuren turistimäärän tuomien vaikutteiden takia. Toisaalta kulttuurilliset perinteet voivat myös korostua, kun paikalliset ovat ylpeitä kulttuuristaan ja kaikkeen siihen kuuluvasta, kuten ruoastaan, uskonnostaan tai taiteestaan. Paikallinen ruokakulttuuri kiinnostaa usein matkailijoita, mutta ajan kuluessa matkailijoiden suosimat oman kulttuurinsa ruoat saattavat tulla osaksi matkakohteen tarjontaa, sillä hotellit ja ravintolat tarjoavat sitä ruokaa, mitä matkailijat tahtovat syödä. Sama tilanne voi käydä myös muodin suhteen. (Dittmer 2002, 356-357; Williams 2009, 3.)

Matkailun tuomat taloudelliset vaikutukset ovat merkittäviä. Matkailu luo esimerkiksi työpaikkoja monille eri ammattilaisille ja tuo rahaa kohdemaahan. Joissain tapauksissa suuri osa rahasta saattaa kuitenkin mennä muualle ja hyödyttää muita kuin paikallisia, jos esimerkiksi palveluun tarvittavat materiaalit tai työvoima haetaan muualta. Matkailu kuitenkin useasti kehittää ympäristöään parempaan suuntaan, kuten esimerkiksi tarjoamalla paremmat liikennejärjestelyt ja asumisen. Matkailun ansiosta vapaa-ajan tarjonta lisääntyy ja monipuolistuu. (Williams 2009, 3.)

Ympäristövaikutukset ilmenevät erityisesti kohteissa, joissa matkailu on suurin tulon tuoja. Ympäristö voi vaurioitua esimerkiksi majoitusten rakentamisen takia. Paikalliset ja matkailijat joutuvat ehkä kilpailemaan luonnonvaroista, kuten puhtaasta vedestä tai sähköstä, sillä hotellit ja muut matkailijoita varten rakennetut kohteet tarvitsevat paljon vettä toimiakseen. Luonto voi saastua ja harvinaiset eläimet tai kasvit kadota kokonaan, matkailijoiden aiheuttamien monenlaisten saasteiden ja ympäristön valtaamisen takia. Ympäristö voi kuitenkin näyttää paremmalta ja siistimmältä kuin aikaisemmin, kun matkailijoita houkutellaan kohteeseen. Matkailun ansiosta tärkeistä historiallisista kohteista pidetään hyvää huolta, jotta ne säilyisivät entisenlaisinaan. (UNEP 2012.)

4.2 Matkailun taloudelliset vaikutukset

Matkailun taloudellisia vaikutuksia, sekä positiivisia että negatiivisia tutkittaessa, on otettava tarkastelun kohteeksi matkailijoiden suoranaiset ja välilliset sekä paikalliset, valtakunnalliset ja kansainväliset vaikutukset. Lisäksi, matkailija käyttää matkustaessaan rahaa useisiin palveluihin ja tuotteisiin, jotka voivat koskea useaa eri alaa, ei vain matkailua. (Cooper 2008, 138). Taloudelliset vaikutukset eivät ole vain rahallista näyttöä siitä, mitä matkailijat ovat ostaneet kohteessa.

4.2.1 Positiiviset vaikutukset

Suurin taloudellinen hyöty matkailulla on sen tuomat tulot kohteelle. Matkailijan positiiviset vaikutukset matkustuskohteen talouteen alkavat siitä hetkestä, kun matkailija saapuu kohteeseen ja käyttää esimerkiksi taksia ja yöpyy hotellissa. Näiden palveluiden jälkeen siirtyy vaikutus muuhun talouteen. Suoraa vaikutusta taloudelle ovat matkailijoiden tuomat rahat, jotka jäävät jäljelle välttämättömien kulujen jälkeen peruspalveluita tarjottaessa. Kaikki raha ei jää suoraan palveluntarjoajalle, sillä palvelun aikaansaamiseksi vaaditaan useita eri tuottajia. Esimerkkinä tästä hotelli, joka ei pese itse pyykkiään vaan käyttää jotain pesulafirmaa. (Ryan 2003, 137.)

Matkailu voi olla joillekin maille tärkein tulojen tuoja. Ne osapuolet, jotka ovat jollain tavalla osana luomassa palveluja matkailijoita varten, hyötyvät matkailijoiden tuomista rahoista, mutta jos matkailu on maan tärkein tulojen tuoja, hyötyy siitä silloin koko maa. Ulkomaalaiset matkailijat tuovat vierasta valuuttaa maahan matkustaessaan sinne, ja käyttäessään erilaisia palveluja. Rahan ollessa vierasta valuuttaa, se voi tuoda enemmän rahaa kohteelle, kuin jos rahayksikkö olisi sama. (Ryan 2003, 149.)

Taloudellisesti matkailusta hyötyy moni osapuoli, ei ainoastaan palvelua tarjoava yritys. Matkailijat antavat rahaa suoraan palveluntarjoajille, kuten ravintolalle, hotellille tai julkiselle liikenteelle. Raha ei kuitenkaan kaikki jää suoraan kyseiselle yritykselle vaan moni muikin taho saa osansa matkailijan rahoista. Tällainen rahan kierto on matkailun välillistä vaikutusta. Raha kiertää monta eri reittiä ja siitä hyötyvät moni. Merkitys näkyy esimerkiksi työpaikkojen muodostumisessa. Paikalliset yritykset voivat palkata lisää työntekijöitä lisääntyvien tulojen ja tarpeen ansiosta, ja työntekijät puolestaan voivat käyttää palkkansa paikallisiin palveluihin ja luoda mahdollisesti uusia työpaikkoja. Uusien majoituspalveluiden rakentaminen on yksi esimerkki rahan kierrosta. Kierto alkaa, kun uuden yrityksen rakennuspäätös tarkoittaa töitä rakentajille ja tämän jälkeen rakennettu kohde tarvitsee työntekijöitä. Työntekijät tulevat käyttämään saamaansa rahaa paikallisiin palveluihin, kuten ruokaan ja asumiseen. Lisäksi

toiminnassa oleva majoituspalvelu käyttää osan rahoistaan esimerkiksi paikallisiin ruoantomittajiin ja muihin tarpeellisiin tavarantomittajiin. Matkailusta saadut tulot siis lähtevät liikkeelle jo siitä hetkestä, kun uutta majoituspalvelua aloitetaan. Tulot hyödyttävät monta osapuolta ja ovat suoria ja välillisiä. Ne auttavat mahdollisesti koko maata ja voivat näin olla merkittävä tekijä koko alueen taloudelle. (Dittmer 2002, 354.)

Jotta matkailu olisi kannattavaa kohteelle, on aina tärkeää, että se houkuttaa ihmisiä sinne jonkin asian avulla. Kohteessa täytyy olla riittävästi majoitusmahdollisuuksia ja siellä liikkuminen, ja sinne tulo täytyy olla helppoa. Ajan mennessä eteenpäin, kohde joka on aiemmin ollut kannattava voi myöhemmin menettää taloudellisen asemansa, sillä uusia kohteita tulee vanhojen tilalle. Matkailun avulla myös paikalliset hyötyvät ympäristöllisesti, kun matkailijoita varten rakennetaan palveluita ja tehdään muitakin parannuksia. (Ryan 2003 150,151,153.)

Suuri hyöty matkailusta on totta kai lisäksi se, että se luo työpaikkoja. Muun muassa lentoasemat ja muut kuljetuspalvelut ovat toiminnassa matkailun ansiosta. Suosittujen matkailukohteiden läheisyydessä sijaitsevat kohteet, jotka ovat menettäneet aiemman suosionsa voivat saada uutta potkua, kun lähellä oleva kohde houkuttaa useita asiakkaita. Matkailu luo työpaikkoja muillekin talouden osa-alueille, sillä kun jostain matkailukohteesta halutaan tehdä houkuttelevampi matkailijoille ja samalla paikallisille, joudutaan siellä investoimaan useaan eri alueeseen julkiselta puolelta. Valtio rakentaa esimerkiksi uusia teitä ja rakennuksia ja parantaa kohteen yleisilmettä. Valtio myös huolehtii julkisista vessoista ja kierrätyksestä. Kaiken tällaisen rakentaminen ja ylläpitäminen vaatii työvoimaa. Menot ja tulot, jotka aiheutuvat kaikesta tästä, jaetaan sekä paikallisesti että valtakunnallisesti. (Ryan 2003, 149, 156.)

4.2.2 Negatiiviset vaikutukset

Negatiivisia taloudellisia vaikutuksia on myös jonkun verran. Niitä ovat esimerkiksi tapaukset, joissa suurin osa taloudellisista hyödyistä menee maan ulkopuolelle. Tuotteet, joita matkailukohteessa tarjotaan voivat olla muualla tuotettuja, jolloin niistä saadut tulot ovat pieniä niitä myyvälle yritykselle. Kyseisessä tapauksessa matkailija ei voi antaa niin suurta hyötyä, kuin jos tuote olisi kokonaan tuotettu paikallisesti. (Cooper 2008, 136.) Raha ei aina mene sitä oikeasti tarvitsevaan kohteeseen.

Matkailun taloudelliset hyödyt menevät useasti kehittyneisiin maihin ja kohteille, jotka ovat vakiinnuttaneet asemansa matkailubisneksessä. Pienemmälle osalle jäävät maat, joilla ei ole suurta valtaa, esimerkiksi useat kehitysvaltiot. (Cooper 2008, 153). Vaikka kehitysvaltiot eivät aina saa kaikkea matkailun tuloista, ovat taloudelliset hyödyt yleensä kuitenkin suuria ja tärkeitä niille. Paikalliset yrittävät parhaansa saadakseen omia tuloja matkailusta, he esimerkik-

si saattavat majoittaa matkailijoita kodissaan. (Cukier and Wall, 1994; Mason 2003, 36). Inflaatio voi aiheuttaa ongelmia maissa, joissa matkailulla on suuri osuus taloudessa. Inflaation vuoksi hinnat nousevat, kun matkailijat vaativat enemmän saamiltaan palveluilta. Joissakin tapauksissa maa voi olla vain keskittynyt matkailuun eikä tarpeeksi muihin aloihin, jolloin sen taloudesta tulee liian riippuvainen siitä. Tulevaisuudessa se voi olla ongelma valtiolle, jos matkailun kysyntä ei ole enää tarpeeksi kannattavaa. (Mason 2003, 35.)

Monet hotellit ja muut matkailualanpalveluja tarjoavat yritykset ovat osittain ulkomaalaisessa omistuksessa. Yrityksen ollessa ulkomaalaisen omistajan, menee siitä saadut tulot suurelta osin muualle, eikä vain paikallisille. Erityisesti suuret palveluntarjoajat hankkivat käytettävät materiaalinsa ulkomailta tai muulta. Muun muassa isot hotelliketjut käyttävät tuotteita ja palveluita, jotka eivät ole paikallisia. (Ryan 2003, 155.) Tapaukset, joissa palvelut tai tuotteet on ostettu joltakin ulkopuoliselta eikä paikalliselta, aiheuttavat tulojen suoran katkeamisen paikalliselle kohteelle.

Myös paikallisen työvoiman käyttö voi olla joissain tapauksissa vähäistä. Työvoimaa haetaan ulkomailta. Syitä siihen miksi paikallisten työntekijöiden sijasta käytetään ulkomaalaisia, löytyy useita. Sesongit liittyvät matkailuun. Sesonkien vuoksi yritys saattaa tarvita reilusti enemmän työntekijöitä kuin normaalisti. Tarvittavia taitoja omaavia työntekijöitä ei ehkä löydy riittävästi paikallisesti, tai kyseinen ala ei kiinnosta työnhakijoita tarpeeksi. Paikalliset työntekijät ovat ehkä tottuneet jo tiettyyn palkkatasoon ja he vaativat sitä vastaavan määrän palkkaa. Ulkomaalainen työvoima on joissakin tapauksissa työnantajalle halvempaa. (Ryan 2003, 155.)

Matkailijat eivät välttämättä joudu maksamaan veroja kohdemaalle siellä ollessaan. Paikalliset saattavat niissä tapauksissa joutua maksamaan enemmän veroja. Syynä tähän on matkailijoiden mahdollisesti aiheuttamat lisäkustannukset. Matkailijoiden vuoksi esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden hintoja voidaan korottaa suuren kysynnän vuoksi. Tämän lisäksi he voivat myös vaikuttaa muihin matkailuun liittyviin palveluihin. (Stynes 1997, 14).

Suurella kysynnällä on sekä hyvät että huonot puolensa. Suurin vaikutus on hinnannousu niin kuin aiemmin tuli jo mainittua. Paikalliset voivat kokea muutoksen suurena aikaisempaan verrattuna. Mitä enemmän matkailijoita kohteessa käy, sitä suurempaa on kilpailu asiakkaiden välillä. Asiakkaista kilpaillaan sekä hinnoittelulla että palveluiden ja tuotteiden laadulla.

5 Lappeenranta matkailukohteena

Lappeenrannan kaupunki sijaitsee Etelä-Karjalassa ja on maakunnan suosituimpia matkailukohteita. Asukkaita kaupungissa on noin 72 000. (Lappeenrannan kaupunki 2012a.) Kaupungin historialliset kohteet, ostosmahdollisuudet sekä kaunis luonto ja Saimaan tarjoamat maisemat ja vesistöt, antavat hyvät mahdollisuudet lomasta nauttimiseen ja erilaisiin vapaa-ajan aktiviteetteihin.

5.1 Lappeenrannan historiaa

Vuonna 1649, kun Lappeenranta perustettiin, oli kaupungissa asukkaita vain 200. Lappeenrannan historia keskittyy suurelta osin Linnoitukseen, joka on kaupungin vanhimpia alueita. Vielä nykyäänkin alueella asuu ihmisiä. Linnoituksessa on suurin osa museoista ja vanhimmista rakennuksista. Yksi näistä museoista on Etelä-Karjalan museo, joka on suosittu vierailukohde, etenkin kesäisin. Linnoituksessa on myös ortodoksinen kirkko, joka on Suomen vanhin. Se rakennettiin vuonna 1785. Linnoitus sijaitsee korkealla niemellä. Se rakennettiin vuonna 1722, jolloin suojana sillä olivat vallit ja portti. Myöhemmin myös Linnoituksen ulkopuolelle alettiin rakentaa lisää rakennuksia. Lappeenrannassa oli myös varusväkeä noin 100 miestä. Heille rakennettiin omia rakennuksia asumiseen, aseiden säilytykseen ja vartiointiin. Jotkin näistä rakennuksista ovat säilyneet nykypäivään asti. Alkuperäiset puusta tehdyt rakennukset vuodelta 1649 ovat kaikki kuitenkin tuhoutuneet. Lappeenranta oli pysynyt Ruotsin hallinnassa 1740-luvulle tultaessa, mutta Venäjä otti sen myöhemmin omakseen Ruotsin ja Venäjän taisteltua kaupungin herruudesta Lappeenrannan taistelussa. (Lappeenrannan kaupunki 2012b; Salokorpi 1997, 184.)

Kaupungissa asuva väestö oli suurimmaksi osaksi vain varuskuntaa. Suurin osa asukkaista asui Linnoituksen niemellä 1770-luvulle asti. Varuskunta halusi keskittää Linnoituksen alueen sotilastoimintaa varten, joten uudet esikaupunkialueet Pallo ja Viipuri rakennettiin siviiliasutukselle. Rakennustyöt Linnoituksen alueella sekä muiden kaupunginosien kehittäminen, jatkuivat kiivaasti koko 1700-luvun lopun ajan. Linnoituksen alueen rakennusten rakentamisesta olivat vastuussa venäläiset linnoitusjoukot. Suomi sai autonomisen aseman Venäjän valloitettua maan vuonna 1809. Linnoitus ei enää säilynyt hyvässä kunnossa, kun linnoitukseen jäi vain varuskunta ja rakennuksista ei enää pidetty hyvää huolta, niin kuin aikaisemmin. Linnoitukseen rakennettiin vankila naisille. Rangaistuksensa ajan naisvangit kutoivat ja kehräsivät. Naisten vankila lopetettiin vuonna 1881, mutta alueelle rakennettiin taas uusi vankila, tällä kertaa miehille. (Lappeenrannan kaupunki 2012b.)

Alue muuttui lisää vuosien saatossa ja kaupunki kehittyi joka puolelta. Vankilatoiminta Linnoituksessa loppui kokonaan, kun kaikki sodat oli käyty loppuun 1940-luvulla. Tämän jälkeen kaupunki jatkoi muokkaantumistaan ja sinne rakentui yhä enemmän asuinalueita. (Lappeenrannan kaupunki 2012b.)

Kaupungin yleisilmeen parantuessa matkailulla oli mahdollisuus kehittyä. Vielä 1800-luvulla matkailijat olivat pääasiassa hyvinvointimatkailijoita, jotka tulivat Lappeenrannan kylpylään erilaisiin hoitoihin ja ihailemaan Saimaan luontoa. 1900-luvulla ennen sotia risteilyt Saimaalla olivat suosittuja ja matkailijoille avattiin maihin kahviloita, ja muita virkistyskohteita. Matkailua painotettiin yhä enemmän luontoon ja siihen liittyviin aktiviteetteihin. Uusi vapaa-ajanviettotapa oli mökkeily, ja ihmiset rakensivatkin niitä maaseuduille ja järvien rannoille. (Ympäristöministeriö 2012.)

5.2 Nykypäivän nähtävyyksiä

Nykyään Lappeenrannan alueelta löytyy Linnoituksen lisäksi useita nähtävyyksiä, jotka ovat merkityksellisiä erityisesti historiansa takia. Näitä ovat muun muassa Salpalinja, joka on peruja sotien ajalta. Myös museot ovat tärkeitä matkailukohteita. Lappeenrannassa on kaunis luonto, mutta alueelta ei löydy luontomatkailullista nähtävyyttä kuten luonnonpuistoa. Luontoon liittyvät matkailu onkin keskittynyt enemmän kesään ja vesistöön, jonka muodostaa laaja vesialue Saimaa. Saimaalla järjestetään kesällä erilaisia kanavaristeilyjä. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 246, 248.)

Lappeenrannan satama-alue on keskeisessä osassa kesämatkailussa. Risteilyjen lisäksi satamassa on Suomen suurin Hiekkalinna, jonka oheispalveluihin kuuluu erilaista ohjelmaa lapsille. Tarjolla on esimerkiksi teatteria ja leikkimökkikylä. Kaupungin keskustan läpi kulkee myös katujuna, joka lähtee liikkeelle Hiekkalinnalta ja kulkee tärkeimpien kohteiden kautta, kuten Linnoituksen läpi sekä Myllysaaren uimarannan vierestä. Myllysaaren uimarannalla on monenlaista aktiviteettia uimisen lisäksi, kuten seikkailupuisto Flow Park. (Hiekkalinna Lappeenranta 2012.)

Lappeenranta on siis perinteisesti keskittynyt enemmän kesämatkailuun, mutta yhä lisääntyvä venäläisten matkailijoiden määrä lisää muiden sesonkien merkitystä. Yksi tärkeistä kaupankäynnin ajoista on joulun juhlapyhät, jolloin venäläiset tulevat Lappeenrantaan käyttämään matkailupalveluja ja ostoksille alennusmyynteihin. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 246, 248.)

5.3 Lappeenrannan majoituspalvelut

Lappeenrannassa on monia majoituspalveluyrityksiä. Kaupungista löytyy erilaisia ja erikokoisia hotelleja. Suurimpia hotelleja ovat ketjuhotellit Holiday Club Saimaa, Sokos Hotel Lappee, Scandic Patria hotelli ja Cumulus Lappeenranta. Holiday Club Saimaa on Lappeenrannan uusin, suurin ja monipuolisin majoitusta tarjoava yritys. Hotelli sijaitsee Rauhasassa, Lappeenrannan ja Imatran rajalla. Hotelli avattiin syksyllä 2011 ja se kattaa kokonaisen 300 hehtaarin alueen. Hotelli on korkeatasoinen ja majoituskapasiteetti on yhteensä 221 huonetta. Hotellissa voi majoittua, joko hotellipuolella erityylisissä huoneissa, loma-asunnoissa tai Villas-huoneistoissa. Vapaa-ajan aktiviteetteja ja palveluita on useita, kuten kylpylä, spa, kampaaja, saunamaailma, ravintoloita, keilahalli, kuntosali, luistelu, kalastus. Alueelle on rakenteilla myös golfkenttä ja ostoskeskus. (Holiday Club 2012.)

Huonemäärältään toiseksi suurin hotelli Sokos Hotel Lappee on keskeisellä paikalla keskustassa kauppakeskusten ja ravintoloiden lähetyvillä. Hotellin huonemäärä on 209 ja seitsemän monipuolisten kokoustilojen ansiosta, se on suosittu liikematkailijoiden yöpymiskohde. Hotellissa on myös ravintola, baari ja saunaosasto, uima-allas ja kuntosali. (Sokos Hotels 2012.) Scandic Patria Hotelli sijaitsee keskustassa linnoituksen ja sataman tuntumassa. Hotellissa on huoneita kaiken kaikkiaan 133. Hotelli on remontoitu ja sieltä löytyy kaikki peruspalvelut, kuten ravintola, myymälä, kuntosali, aamiainen ja kokoustilat. (Scandic Hotels 2012.) Cumulus Lappeenranta on myös hyvällä paikalla, aivan Lappeenrannan keskustassa. Huoneiden määrä on 95. Hotellista löytyy ruokaravintola Huviretki ja Hemingway's baari. Tarjolla on myös muun muassa aamiainen, huonepalvelu ja saunaosasto sekä uima-allas. (Cumulus 2012.)

Keskustan tuntumassa sekä vähän kauempana sijaitsee pienempiä hostelleja, motelleja, kesähotelleja, bed and breakfast paikkoja ja maaseutumatkailukohteita sekä Guesthouse-majoitusta. Saimaan luonto ja maisemat tarjoavat hyvät mahdollisuudet mökkeilyyn. Sen vuoksi Saimaan rannalla on monia mökkien ja huviloiden vuokrausta tarjoavia yrityksiä. Useat kohteet tarjoavat majoituksen lisäksi ohjelmapalveluja. Mökkimajoitusta tarjoavia yrityksiä löytyy sekä Lappeenrannan sisällä Saimaan rannalla että Lappeenrannan läheisyydessä Taipalsaarella. Mökit ovat valtaosin erilaisia ja laadukkaita, joko loma-asuntoja tai huviloita. Muita luonnonläheisiä majoitusmuotoja ovat myös maatilamajoittuminen ja leirintäaluemajoittuminen.

Lappeenrannan kylpylä on yksi kaupungin vanhimpia, matkailijoita houkuttava kohde. Se sijaitsee lähellä kaupungin satamaa. Kylpylä avattiin vuonna 1824, mutta aluksi se tarjosi vain kylpylähoitoja, pääasiassa venäläisille aristokraateille. 1900-luvun alussa kylpylää laajennettiin ja 1970-luvulla kylpylä sai myös hotellipuolen, josta huoneita löytyy 26. Asiakkaat kylpylässä ovat nykyisin kuntoutuspotilaita, loma- ja vapaa-ajan asiakkaita sekä työikäisiä ihmisiä.

Kylpylän palvelut ovat monipuolisia, sisältäen esimerkiksi liikuntaa, ja erilaisia parantavia ja rentouttavia hoitoja. (Lappeenrannan kylpylä 2012.)

Lappeenrannan ja Imatran alueen matkailullinen info on koottu yhteen gosaimaa.fi -sivustolle, josta matkailija voi löytää kaiken tarpeellisen tiedon, myös etsiessään sopivaa majoitusmuotoa. Majoituspalveluista on kerätty pienet esittelyt ja linkit niiden kotisivuille, joista varaukset voi tehdä.

5.4 Lappeenranta rajan pinnassa

Lappeenrannalla on Venäjän kanssa rajaviivaa 70 kilometriä ja rajanylityspaikat löytyvät maanteitse Nuijamaalta ja rautateitse Vainikkalasta. Venäjän ja Suomen välisellä rajalla liikenne on vilkasta ja rajanylityksien määrä on vain kasvussa. Tammikuussa 2012 maiden raja ylitettiin rajanylityspaikoilla jopa 805 000 kertaa. Tammikuussa venäläisten lomien vuoksi, rajanylittäjät olivat suurimmaksi osaksi venäläisiä. Kaikilla rajanylityspaikoilla Kaakkois-Suomessa tapahtui selvää kasvua tammikuun aikana, verrattuna aikaisempiin vuosiin. Imatralla kasvu oli suurinta, jopa 30 prosenttia, muilla paikoilla 10 prosentin luokkaa. (Kymen Sanomat 2012.)

Nuijamaan raja-aseman kautta venäläisiä matkustajia saapui vuonna 2011 Suomeen 1,36 miljoonaa ja Vaalimaan kautta 1,12 miljoonaa. Kolmanneksi suurin määrä saapui Imatran raja-aseman kautta junalla kaiken kaikkiaan 590 000 ja vähiten Vainikkalan kautta, 120 000 matkustajan verran. Suurimmalla osalla Imatran ja Nuijamaan raja-asemien kautta tulleista on tarkoitus oleilla Etelä-Karjalassa, mutta osa jatkaa matkaa Helsinkiin. (Saimaan ammattikorkeakoulu 2012.)

Venäjän läheinen sijainti ja hyvät liikenneyhteydet takaavat hyvät mahdollisuudet matkailulle sekä kaupankäynnille ja syyn venäläisten matkustamiseen Suomeen. Kaupankäynti venäläisten kanssa onkin vilkasta, sillä tax free -myynti on Lappeenrannassa toiseksi suurinta koko Suomessa, heti Helsingin jälkeen. (Kymen Sanomat 2012.)

Lappeenrannasta löytyy myös kansainvälinen lentokenttä, jota myös venäläiset matkailijat käyttävät. Lappeenrannan lentokenttä on Suomen vanhin. Venäläisten ansiosta lentokenttä pärjää paremmin kuin aikaisemmin. Lentoasemalla tehtyjen tutkimusten mukaan puolet matkustajista on venäläisiä ja vähän alle puolet suomalaisia ja pieni osa muita kansallisuuksia. Vuonna 2011 lentoasemalla oli 120 000 asiakasta. Venäläiset käyttävät Lappeenrannan lentoasemaa matkustaakseen Euroopan maihin, sillä se tulee heille usein halvemmaksi. (MTV3 2012.) Lappeenrannan lentokentältä voi lentää esimerkiksi Ryanairilla kolmeen kohteeseen:

Brussels, Dusseldorf ja Milano. Air Baltic lentää Lappeenrannan ja Venäjän välillä sekä useaan kohteeseen Euroopassa. Euroopan kohteista esimerkkeinä ovat Saksa, Ruotsi, Italia ja Lontoo. Lentokentällä asiakkaita palvelevat baari-kahvila BarFly sekä ravintola vanha Pilotti. (Finavia 2012.)

Etelä-Karjalan alueella Lappeenranta ja Imatra ovat suosituimpia matkailukohteita. Majoitusliikkeissä suurin osa ulkomaalaisista asiakkaista on venäläisiä. Venäläisten suuri määrä Etelä-Karjalassa johtuu lähellä olevasta Venäjän rajasta. Venäläisten suurta osuutta matkailijoista selittää myös venäläisten motiivi tulla Etelä-Karjalaan. Useat heistä tulevat Suomeen vain päivämatkalle ostoksia varten. Yhä useampi venäläinen hankkii asunnon Lappeenrannasta tai Imatralta. Vuonna 2007 Lappeenrannan osuus ulkomaalaisten yöpymisistä majoitusliikkeissä oli kaiken kaikkiaan 53 prosenttia ja Imatran jopa 88 prosenttia. Imatralla suosituimpia kohteita ovat Imatran kylpylä sekä Imatra Big Band Festival. Lappeenrannassa matkailijoiden vierailukohteet ovat keskittyneet enemmän historiallisiin kohteisiin, sillä useat matkailijat käyvät Etelä-Karjalan museossa ja taidemuseossa sekä ratsuväkimuseossa. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 250- 251.)

6 Venäläisten matkailu Suomessa ja Etelä-Karjalassa

Ei ole hämmästyttävää, että venäläisiä matkailijoita riittää Etelä-Karjalassa. Venäjällä on yli 140 miljoonaa asukasta ja se on pinta-alaltaan suurin maa maailmassa. Suurin osa Venäjällä asuvista ihmisistä on uskonnolliselta suuntaukseltaan ortodokseja ja puhuu venäjää. Venäjä muodostuu kuitenkin eri kansallisuuksista ja sen alueet jakautuvat piirikuntiin, tasavaltoihin ja kaupunkeihin. Yhteensä näitä kaikkia on 89 ja tätä kokonaisuutta nimitetään Venäjän federaatioksi. Maan johdossa on presidentti, joka päättää sisä- ja ulkopoliittisista kysymyksistä. Presidenttiä auttaa tehtävissä ja päätöksissä hallitus, johon kuuluu eri tahoja kuten virastoja ja ministeriöitä. (Buuri & Ratschinsky 2000, 14.)

Suomessa vierailevista venäläisistä suurin osa on 35-44-vuotiaita matkailijoita. Venäläiset saapuvat useimmiten Pietarista, Moskovasta, Karjalasta ja Murmanskista. Suomi on tunnettu Venäjällä sen luonnosta ja tuhansista järivistä. Venäläiset kokevat Suomen turvalliseksi maaksi, toisin kuin Venäjän. (Frolov 2011.) Lappeenrantaan venäläisten on helppo tulla sujuvien liikenneyhteyksien ja rajan läheisyyden ansiosta. Venäläisiä matkustaa Suomeen vuoden ympäri, mutta erityisesti uutena vuotena, jolloin venäläisillä on pitkät vapaat.

6.1 Venäläisten matkustusmotiivit

Venäläisten suurin motiivi tulla Suomeen ja Lappeenrantaan on ostosten tekeminen. Venäläiset ostavat Suomesta elintarvikkeita ja taloustavaraa sekä vaatteita. Eniten rahaa venäläiset käyttävät vaatteiden ostoon. Vuonna 2011 keskimääräinen matkailija kulutti ostamiinsa tuotteisiin noin 212 euroa matkansa aikana. Etelä-Karjalassa vierailleet venäläiset ostivat tavaroita yhteensä noin 270 miljoonan euron arvosta ja käyttivät palveluita 50 miljoonalla eurolla. Koko maan tulos palveluiden osalta oli 220 miljoonaa euroa ja tavaroiden osto lähes 570 miljoonaa euroa. (Saimaan ammattikorkeakoulu 2012.)

Suurin motiivi, eli shoppailu tulee työssä mainittua useasti, sillä se on venäläiselle matkailijalle tärkeää ja rahaa siihen kuluukin paljon. Vaatteen pitää olla näyttävä ja muodikas. Venäläinen haluaa näyttää hyvältä ja näyttää sen myös muille, vaikkei hän rikas oikeasti olisikaan. Lomalla rahaa sitten kulutetaan helposti, kun sitä ennen on ahkerasti säästetty. Toisaalta löytyy myös turisteja, jotka ovat liikkeellä tiukalla budjetilla. He majoittuvat useasti sukulaisten tai ystävien luona, toisin kuin vähän varakkaammat Suomessa useasti vierailleet venäläiset, jotka yöpyvät hotellissa. Tällaiset useasti ensimmäistä kertaa Suomessa matkaavat tulevat useasti omalla autolla tai bussilla ja käyvät mielellään alennusmyynneissä. Laatu on kuitenkin myös useasti heille tärkeää. (Frolov 2011.) Lappeenrannassa tällaisia matkailijoita näkee jatkuvasti. Venäläiset kokevat suomalaisen asiakaspalvelun ja tuotteet laadukkaiksi ja arvostavat saamaansa hyvää kohtelua, toisin kuin Venäjällä, jossa tuote voi olla täysin jotain muuta, mitä sen pitäisi ja asiakkaat eivät saa vastaansa edes hymyä. Suomessa hymyilemistä pidetään aina hyvänä asiana ja se onkin tärkeä asiakaskohtaamisissa. Tullessaan Suomeen ostoksille venäläiset saavat ystävällistä, hymyilevää palvelua, toisin kuin mihin he ovat tottuneet kotimaassaan. (Buuri & Ratschinsky 2000, 40-41.)

Hotelleissa yöpyvät käyttävät erilaisia palveluja ja käyvät esimerkiksi kylpylöissä ja ravintoloissa. Matka voi usein olla järjestetty matka, johon kuuluu ohjelmaa. Tällaiset matkailijat katsovat lisäksi paljon nähtävyyksiä. Osa venäläisistä matkailijoista on rikkaita, jotka käyttävät rahaa todella paljon ja yöpyvät parhaimmissa ja kalleimmista hotelleista ja ostavat vaatteensa kalleimmista kaupoista. Kaikista rikkaimmat ovat öljyllä rikastuneita ja yritysten johtajia ja heidän avustajiaan, jotka eivät välitä siitä mitä kaikki tulee maksamaan. He vuokraavat vaikka oman huvilan ja henkilökunnan sekä kaikenlaista ohjelmaa viihtyäkseen. (Frolov 2011.)

Shoppailun ja nähtävyyksien katselun lisäksi, venäläiset harrastavat mielellään luontoon ja liikuntaan liittyviä aktiviteetteja Suomessa lomaillessaan. Suosittua ovat erityisesti kalastus ja metsästys sekä luontoretket, ja saunominen järven rannalla. (Frolov 2011.) Venäläiset pitävät mökkeilystä ja he useasti vuokraavat, tai jopa ostavat mökin Suomesta. Lappeenrannassakin mökkimajoitusta on paljon tarjolla, ja tontteja ja taloja myydään useasti venäläisille. Hiihto-

keskukset ja muut liikuntaa tarjoavat keskuskeskukset houkuttavat myös venäläisiä matkailijoita. Yritykset ovat huomanneen venäläisten asiakkaiden kasvun ja ymmärtäneet, että venäläisiä varten on kehitettävä palveluita ja tarjottava asiakaspalvelua tai ainakin infoa venäjäksi, jos vain mahdollista. Hotellissa esimerkiksi on hyvä, jos kaikki tärkeä tieto löytyy myös venäjän-kielellä.

6.2 Venäläisten matkailijoiden kasvu ja alueen matkailullinen kehittäminen

Suuri syy venäläisten matkailijoiden suureen kasvuun lähivuosina on ollut talouden parantuminen venäjällä öljyn hinnan kasvun ansiosta. Toinen syy oli myös muutos Venäjän tullin säännöstelyissä aikaisempaan verrattuna. Säännöstely koskee tavaran määrän tuontia Venäjälle. Ennen normaali matkailija sai tuoda tavaraa vain kerran kuukaudessa ja vain 35 kilon verran, kun vuonna 2010 tehdyn muutoksen jälkeen määrä voi olla 50 kiloa, ja tuotteiden yhteenlaskettu summa saa olla 1500 euroa. (Saimaan ammattikorkeakoulu 2012.)

Etelä-Karjalan liiton tekemän matkailustrategian mukaan (2006, 10) useita asioita on kehitettävä, jotta Etelä-Karjalan matkailusta tulisi vielä kannattavampi. Matkailuun on panostettava enemmän kuin aikaisemmin ja siihen on käytettävä enemmän resursseja.

Venäjän läheisyyttä ja venäläisten matkailijoiden lisääntyvää määrää on käytettävä hyväksi yhä enemmän markkinoitaessa Etelä-Karjalaa ja suunniteltaessa palveluita. Venäläiset muodostavat suuren osan matkailutulosta ja määrän odotetaan yhä kasvavan. Etelä-Karjala on linkki Helsingin, Pietarin ja Euroopan välillä. Rajanylityksen tulee olla jatkossakin helppoa, sillä se takaa matkailun molempiin suuntiin, sekä Pietariin että Etelä-Karjalaan. Strategiassa myös mainittiin tarpeesta parantaa lentoliikennettä sekä Etelä-Karjalan ja Venäjän välillä että eurooppalaistan ja Etelä-Karjalan välillä. (Etelä-Karjalan liitto 2006, 10.) Tässä on näkynyt selvä muutos aikaisempaan verrattuna, aivan niin kuin tavoitteena vuonna 2005 olikin. Lappeenrannassa lentoliikenne ja venäläisten asiakkaiden määrä on kasvanut selvästi ja lentoja tehdään myös Eurooppaan.

Strategian mukaan Etelä-Karjalan matkailussa on keskityttävä Venäjän markkinoiden lisäksi Lappeenrannan satamaan ja linnoitukseen sekä Saimaalle ja Saimaan kanavalle. Satamassa oli jo vuonna 2005 useita erilaisia yrityksiä tuottamassa matkailupalveluita, mutta niitä kaivattiin kuitenkin lisää. Saimaan tärkeyttä ja Saimaa-brändiä Etelä-Karjalan matkailussa tahdottiin korostaa enemmän ja niin, että siitä voitaisiin hyötyä vuoden ympäri. (Etelä-Karjalan liitto 2006, 11.) Go-Saimaa internetsivusto on tähän keskittynyt yhtiö, joka markkinoi Etelä-Karjalan matkailua ja sen tuottamia palveluita sekä kotimaisille että ulkomaalaisille matkailijoille.

6.3 Viisumikäytäntö ja sen tulevaisuudennäkymät

Venäjä ja EU ovat suunnitelleet viisumivapautta Venäjälle, joka tarkoittaisi että tulevaisuudessa venäläisten matkailijoiden määrä Suomeen tulisi lisääntymään todella paljon nykyiseen verrattuna viisumivapauden astuttua voimaan. Sisäasiainministeriön mukaan rajanylitysten määrä tulisi jopa kaksinkertaistumaan, ja Suomen saamat matkailutulot nousisivat saman verran myös. Viisumivapaudesta on keskusteltu jo monia vuosia, mutta päätöksiä sen toteuttamisesta ei ole vielä tehty. (Kymen Sanomat 2011.) Neuvotteluja sen toteuttamisesta on järjestetty useita, mutta ehdot viisumivapauden toteutumiselle ovat tiukat sekä EU:lle että Venäjälle. Suuri osa ehdoista on käytännöllisiä ja koskevat muun muassa raja-asemien toimintaa ja matkustusasiakirjoja, mutta myös monet poliittiset kysymykset ovat osa sopimuksen ehtoja. Nämä ehdot liittyvät muun muassa ihmisoikeuksiin ja maahanmuuttoon. (Haapanen 2012.)

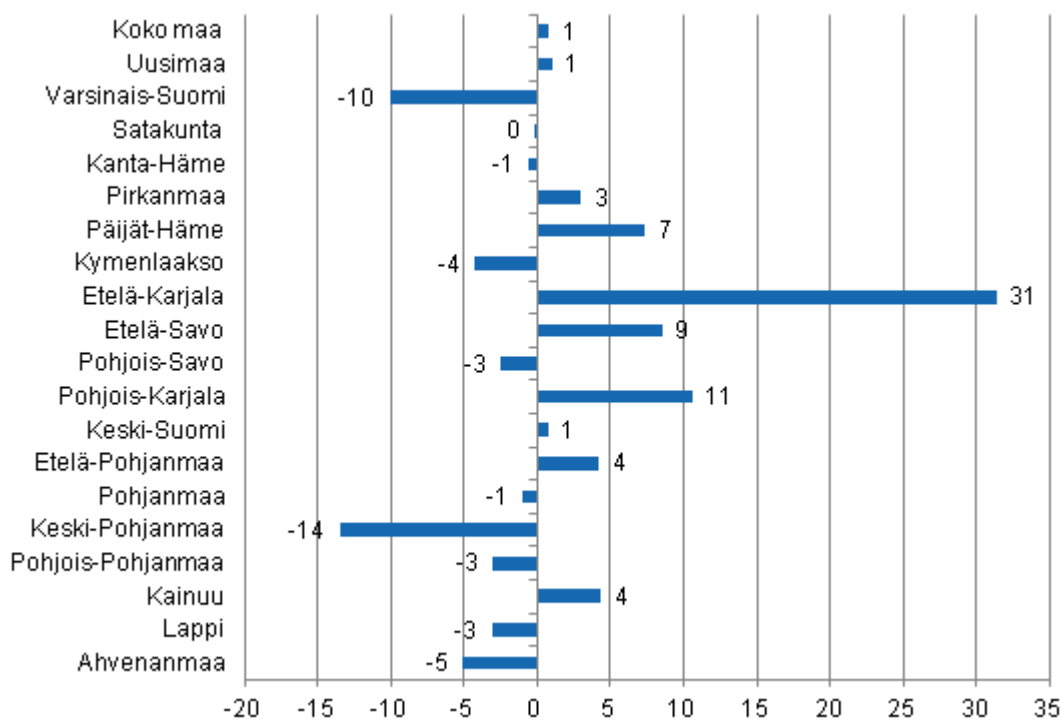
Viisumivapaus olisi positiivinen asia koko Suomen taloudelle, mutta erityisesti Lappeenrannan ja muiden Etelä-Karjalan matkailukaupunkien matkailulle. Viisumivapaus antaisi mahdollisuuden mutkattomampaan matkustamiseen sekä Suomesta Venäjälle että toisinpäin. Viisumiton matkustaminen lisäisi matkustajamääriä kumpaankin suuntaan ja loisi myös mahdollisesti lisää työpaikkoja matkailualalle ja muihin siihen liittyviin aloihin. (Haapanen 2012.)

6.4 Rajahaastattelututkimuksen tuloksia

Tilastokeskuksen ja Matkailun edistämiskeskuksen yhteistyössä tehdyn rajahaastattelututkimuksen mukaan ulkomaalaisten matkat Suomeen loppuvuodesta 2010 ja alkuvuodesta 2011 lisääntyivät 20 prosenttia edellisestä vastaavasta ajasta vuotta aiemmin. Rahaa Suomeen tuli ulkomaalaisten ansiosta kaiken kaikkiaan 968 miljoonaa euroa. Venäläisten osuus ulkomaalaisista vierailijoista oli suurin ja he olivatkin syynä kolmanneksen kasvuun saatujen tulojen määrästä verrattuna edelliseen vuoteen. Venäläisiä kävi Suomessa noin 1,5 miljoonaa ja he kasvattivat osuuttaan 37 prosenttia. Kaikkien matkailijoiden määrästä he muodostivat puolet. Toisena tulivat ruotsalaiset 280 000 matkailijalla ja kolmantena virolaiset 230 000 kävijällä. Rahaa kukin matkailija käytti vieraillessaan keskimäärin yhteensä 341 euroa koko matkaa kohden, kun taas päivää kohden summa oli noin 75 euroa. (Tilastokeskus 2011.)

Syitä Suomeen tuloon olivat suurimmaksi osaksi työmatkat (25 prosenttia) sekä vapaa-aika matkailu (50 prosenttia). Osa matkustajista oli vierailmassa ystävien tai sukulaisten luona (12 prosenttia) ja osa vain ohikulkumatalla. Ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisten kesto maassa oli noin 3,5 yötä. Työmatkalaisista suurin osa yöpyi hotelleissa. Kaikista ulkomaalaisis-

ta matkustajista yli puolet viettivät yönsä hotelleissa tai motelleissa. Venäläiset eivät suurimmaksi osaksi yöpyneet Suomessa vaan kävivät täällä vain päivämatkalla (70 prosenttia). (Tilastokeskus 2011.)

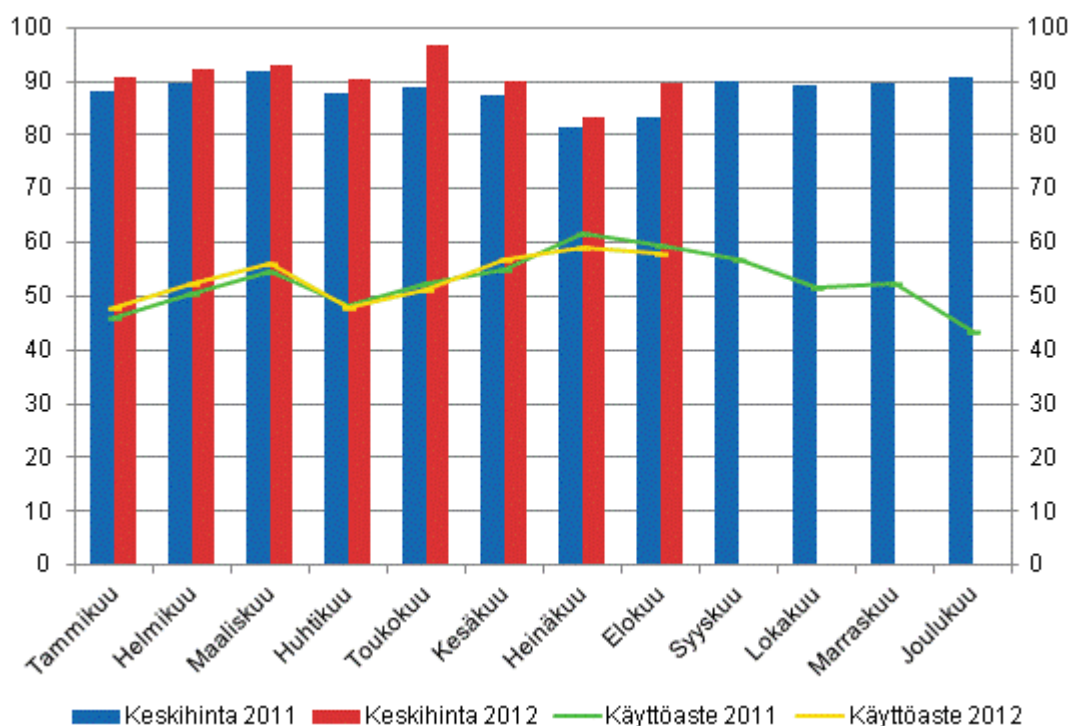


Kuvio 2: Yöpyemisten muutos maakunnittain elokuussa 2012/2011, %. (Tilastokeskus 2012.)

Etelä-Karjalassa yöpymismäärät elokuussa 2012 olivat selvästi eri tasoa kuin elokuussa 2011. (Kuvio 2) Muutos aiempaan oli jopa 31,4 prosenttia. Etelä-karjalan jälkeen toiseksi suurin kasvu on tapahtunut Pohjois-Karjalassa 11 prosentilla. Tilastokeskuksen lokakuussa 2012 julkaisemien muiden majoitustilastojen mukaan venäläisten yöpymisten määrä Suomen majoitusliikkeissä on edelleen suurin verrattuna muihin kansallisuuksiin. Venäläisten yöpymisten määrä oli kasvanut vuoden 2011 elokuuhun verrattuna 18 prosenttia ja öiden määrä oli yhteensä 162 000. Kaiken kaikkiaan tammikuusta elokuuhun venäläisten määrä Suomen majoitusliikkeissä oli yhteensä noin 1,1 miljoonaa. Venäläisten jälkeen suurimmat yöpymismäärät ovat edelleen saksalaisilla ja ruotsalaisilla. Huomattava muutos yöpymismäärässä oli kuitenkin japanilaiset. Kasvua heidän kohdallaan oli elokuussa 10,4 prosenttia ja tammi-elokuussa 21,4 prosenttia. (Tilastokeskus 2012.)

Hotellihuoneiden käyttöaste oli Etelä-Karjalassa elokuussa 2012 69,8 prosenttia ja Lappeenrannan hotelleissa 76,5 prosenttia. Käyttöaste oli vuoden 2012 tammikuusta elokuuhun suunnilleen samanlaista kuin vuotta aiemmin, vaikka pientä eroa alaspäin on huomattavissa heinä-elokuun välillä. Lisäksi pientä kasvua on huomattavissa tammikuun ja huhtikuun välillä.

Alla näkyvän tilaston (Kuvio 3) mukaan hotellihuoneiden hinta on kallistunut hieman vuoteen 2011 verrattuna. Suurimmat erot näkyvät toukokuussa ja elokuussa (Tilastokeskus 2012.)



Kuvio 3: Hotellihuoneiden kuukausittainen käyttöaste ja keskihinta. (Tilastokeskus 2012.)

Viisumihakemusten määrä on kasvanut vuosien kuluessa moninkertaiseksi, mikä on myös merkki venäläisten matkailijoiden määrän kasvusta. Vuonna 2011 viisumihakemuksia oli 23 prosenttia enemmän kuin vuonna 2010. Hakemukset käsitellään yleensä Pietarissa Suomen edustojen pääkonsulaatissa. Viisumihakemuksia Suomeen tuli vuonna 2011 1,3 miljoonaa, joista vain 12 000 saivat kielteisen vastauksen. (Blencowe 2012.)

7 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisella menetelmällä ja käytössä oli teemahaastattelu. Teemahaastattelun kysymysten pohjana olivat matkailun taloudelliset sekä positiiviset että negatiiviset tekijät, sekä matkailijoiden motivaatiotekijät. Haastattelut tehtiin yhteensä viidelle Lappeenrannan majoituselinkeinojen edustajille.

7.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksessa käytetään laadullista tutkimusmenetelmää, ja toteutustavaksi valittiin teema-haastattelu. Teemahaastattelu on tällaisessa tutkimuksessa paras vaihtoehto, sillä se antaa haastatteluun vastaaville mahdollisuuden jakaa ajatuksiaan vapaasti ja kertoa kokemuksistaan. Teemahaastattelu on vapaampaa kuin lomakehaastattelu ja avoin haastattelu, mutta sillä on kuitenkin rakenne, jonka mukaan se tapahtuu. Kysymykset on suunniteltu ennakkoon ja ne rakentuvat tutkittavan teeman mukaan. Kaikki haastateltavat vastaavat saman aihepiirin kysymyksiin, mutta tutkija voi halutessaan muokata kysymyksiä ja kysyä kysymykset halumassaan järjestyksessä. (Vuorela 2005, 37.) Haastateltavien määrä teemahaastattelussa ei tarvitse olla suuri, sillä jo pieni vastaajamäärä antaa paljon tietoa tutkittavasta aiheesta. Selvitettäessä venäläisten matkailijoiden merkitystä Lappeenrannan majoituspalveluille, tärkeää oli kuulla majoituspalveluita tarjoavien henkilöiden kokemuksia ja mielipiteitä, eikä keskittyä vain numeerisiin faktoihin.

7.2 Teemahaastattelun kysymysten laatiminen

Kysymyksiä laatiessa lähtökohtana oli saada luotua kysymykset, jotka tukisivat teoreettista viitekehystä. Tärkeää aluksi oli selvittää, käykö yrityksissä venäläisiä asiakkaita ja kuinka paljon, ja miten tärkeänä majoitusta tarjoavat osapuolet he kokevat. Tällaisten kysymysten avulla vahvistetaan teoriaa siitä, miten suuri osa asiakkaista nykyisin on venäläisiä ja miten tärkeitä he ovat Lappeenrannan majoitusyrityksille sekä koko Lappeenrannalle. Kysymysten avulla tahdottiin myös selvittää venäläisten määrän muutosta edellisvuosiin verrattuna ja tulevaisuuden näkymiä, joten kysymyksenä oli myös, onko muutoksia havaittavissa jompaankumpaan suuntaan.

Työssä esiin nousee myös erilaisia matkailijatyyppisiä ja matkailijoiden motiiveja. Kysymällä majoituspalvelujen tarjoajien mielipiteitä venäläisistä asiakkaista, saadaan viitettä siitä, millaisia venäläiset ovat asiakkaina yritysten näkökannalta, ja vaativatko venäläisten asiakkaiden palvelu ylimääräisiä voimavaroja, tai jotain erikoistoimenpiteitä, kuten henkilökunnan lisäämistä. Lisäksi vastausta saadaan siihen, ovatko he halukkaita käyttämään rahaa mieluummin majoittumiseen vai ostoksiin tai muihin vapaa-ajan aktiviteetteihin.

Taloudellisten vaikutusten selvittäminen on tärkeä osa tätä tutkimusta. Taloudelliset tulokset kertovat selvästi siitä, ovatko vaikutukset positiivisia vai negatiivisia. Iso osa haastattelun kysymyksistä koskee taloudellisia vaikutuksia. Yritysten näkökulman saamiseksi tähän, kysymykset koskevat venäläisten merkitystä niiden liiketaloudelle, sekä mielipiteitä mahdollisista vaikutuksista Lappeenrannan taloudelle. Viisumivapaus on asia, joka mahdollisesti toteutuessaan

tulee varmasti vaikuttamaan venäläisten matkailijoiden määrään. Haastattelussa tahdottiin myös kuulla majoitusliikkeiden edustajien mielipiteitä siitä.

Positiivisten vaikutusten lisäksi tavoitteena haastatteluiden avulla oli myös selvittää, onko venäläisten asiakkaiden kohdalla mitään negatiivisia tekijöitä. Negatiiviset asiat voivat näkyä esimerkiksi suurena kilpailuna samaa palvelua tarjoavien yritysten välillä. Majoitusta tarjoavien yritysten konkreettiset mielipiteet siitä, onko mitään negatiivisia asioita koskien venäläisiä asiakkaita, kertoo paljon siitä miten tärkeänä venäläiset asiakkaat koetaan.

7.3 Haastattelujen suorittaminen

Haastattelupyynnöt lähetettiin Lappeenrannassa sijaitseviin majoituspalveluliikkeisiin. Tavoitteena oli saada vastaukset kuudelta yritykseltä. Haastattelupyynnöt lähetettiin sähköpostitse elo-syyskuun aikana yhteensä 15 eri yritykseen. Pyynnöt lähetettiin kaikkiin majoitusta tarjoaviin yrityksiin, joissa ajateltiin venäläisten olevan merkittävä asiakaskunta. Päätökseen vaikutti pääasiassa se, olivatko yritysten Internetsivut tarjolla myös englanniksi ja venäjäksi. Tarkoitus oli myös saada erityyppisiä ja kokoisia yrityksiä. Sähköpostia laitettiin yritysten Internetsivuilla näkyviin yhteystietoihin.

Haastateltavien saaminen ei ollut kovin helppoa, sillä vastauksia yhteydenottoihin ei näyttänyt tulevan tarpeeksi. Loppujen lopuksi vastauksia tuli kuitenkin yhteensä viisi ja haastattelut päästiin suorittamaan paikan päällä Lappeenrannassa. Haastattelut tapahtuivat yritysten tiloissa syys- lokakuun aikana. Ensimmäiset kaksi haastattelua tehtiin neljäs ja kuudes syyskuuta ja loput kolme 26. ja 27. syyskuuta sekä 17. lokakuuta. Kaikissa haastatteluissa käytettiin nauhuria, jotta tulosten purku olisi helpompaa ja haastattelut sujuisivat mukavammin. Kaikkien haastatteluiden purku tapahtui heti haastatteluiden jälkeen ja tulokset kirjattiin ylös, ottamalla mukaan oleellimmat asiat. Haastatteluihin osallistui erityyppisiä majoitusyrityksiä, niin kuin tavoitteena olikin. Vastaajina olivat suuri ketjuhotelli, kylpylähotelli, mökkimajoitus, hostelli- ja leirintämajoitusta tarjoava yritys sekä motelli. Haastatteluiden rakenne oli kaikissa pääosin samanlainen ja kysymykset samat. Haastattelut olivat kuitenkin myös vapaita niin, että haastateltavilla oli mahdollisuus tuoda haluamansa asiat mukaan keskusteluun.

7.4 Aineiston käsittely

Aineiston käsittely lähti liikkeelle tutkimalla haastatteluista saatuja materiaaleja. Kaikki haastattelut tehtiin nauhurin avulla ja kukin haastattelu purettiin aina heti haastattelun jälkeen ja tulokset laitettiin omiin kansioihinsa. Kysymyksistä saatuja vastauksia tarkasteltiin

vertaamalla niitä keskenään, kun kaikki vastaukset oli saatu kasaan ja purku tehty. Aineiston käsittely oli helppoa purettujen vastausten perusteella.

Aineistoa läpikäydessä vastauksissa huomattiin paljon yhteneväisyyksiä. Niiden mukaan voitiin päätellä tärkeimmät teemat. Teemoja mietittäessä, erityisesti muutama asia nousi esiin. Tärkeäksi tulosten analysoinnissa huomattiin se, miten venäläisten määrä ilmenee yrityksissä ja venäläisten tärkeys yritysten ja koko kaupungin taloudelle. Vastauksista käy ilmi lisäksi venäläisten asiakkaiden jatkuva kasvu ja positiivinen tulevaisuuden näkymä.

8 Tutkimuksen tulokset

Tutkimuksen tulokset on ryhmitelty haastatteluissa käytettyjen kysymysten mukaan. Tulokset on saatu kokoamalla yhteen työn kannalta tärkeät vastaukset ja analysoimalla niitä. Teema-haastattelun runko (Liite 1) löytyy työn lopusta.

8.1 Venäläiset asiakkaina

Ensimmäiseksi haastatteluissa selvitettiin, käykö yrityksissä venäläisiä asiakkaita, ja kuinka iso osa asiakkaista on venäläisiä. Venäläiset asiakkaat ovat iso ja tärkeä kävijämäärä kaikissa yrityksissä. Venäläisten prosenttiosuus kaikista asiakkaista vaihtelee vain vähän sen mukaan kuinka suuri majoitusyritys on. Isoissa yrityksissä: ketjuhotellissa ja kylpylähotellissa venäläisten osuus kaikista asiakkaista on 30 prosenttia, kun taas pienemmissä yrityksissä se on hieman pienempi, 20- 29 prosentin välillä. Ainoan poikkeuksen tähän tuo motelli, jossa ero muihin yrityksiin on selvä, niin kuin alla oleva Kuvio 4 esittää. Kaikista asiakkaista venäläisiä siellä käy jopa 60 prosenttia ja suomalaisia selvästi vähemmän. Suomalaisten määrä muissa yrityksissä vaihtelee 60- 70 prosentin välillä. Näissä yrityksissä suomalaisten jälkeen venäläiset ovat selvästi suurin asiakasryhmä. Muita ulkomaalaisia ryhmiä ovat pääasiassa Saksa, Italia, Hollanti, Ruotsi ja Viro.

Venäläiset asiakkaat ovat pääosin lomamatkailijoita, mutta ketjuhotellissa asiakkaat ovat myös useasti liikemiehiä. Venäläiset olivat kaikkien vastaajien mukaan valmiita käyttämään majoitukseen paljon rahaa. Ainoastaan leirintä- ja hostellimajoitusta tarjoava yritys, sekä motelli kertoivat venäläisten käyttävän rahaa mieluummin ostoksiin kuin yöpymiseen. Venäläiset yöpyvät keskimäärin 1-2 yötä ketjuhotellissa ja pienissä yrityksissä, mutta kylpylähotellissa useasti myös useamman yön.



Kuvio 4: Venäläisten osuus kaikista matkailijoista.

Haastatteluissa selvitettiin myös, onko venäläisten määrässä ollut mitään muutosta lähivuosi-
na ja miten vastaajat uskovat määrän muuttuvan tulevaisuudessa. Kaikissa yrityksissä kasvu
on ollut jatkuvaa, sillä joka vuosi venäläisiä käy enemmän. Yrityksissä uskotaan myös kasvun
yhä jatkuvan tulevaisuudessakin. Ainoastaan mökkimajoitusta tarjoava yritys ei ollut huomannut
merkittävää muutosta venäläisten määrässä. Kaikki vastaajat olivat myös samaa mieltä
siitä, että venäläisten merkitys on tärkeää tulevaisuudessakin.

Kysymyksenä oli myös, minkälaisia venäläiset asiakkaat ovat majoituspalvelua tarjoavan yri-
tyksen näkökulmasta. Vastaajat ovat sitä mieltä, että venäläiset eivät aina välttämättä osaa
englantia. Jokainen vastaaja on yhtä mieltä siitä, että venäläiset osaavat käyttäytyä ja ovat
yleensä siistejä. Venäläiset ovat useimmiten tyytyväisiä tarjolla olevaan palveluun, mutta
osaavat myös olla vaativia toisin kuin suomalaiset. Venäläiset vaativat vastinetta rahoilleen ja
kertovat heti, jos jokin asia ei ole kohdallaan.

8.2 Venäläisten merkitys Lappeenrannan majoituspalveluiden taloudelle

Venäläisten merkitys liiketoiminnalle kaikissa yrityksissä on todella tärkeää, sillä he ovat suu-
rin ulkomaalainen asiakasryhmä ja he ovat valmiita käyttämään paljon rahaa tullessaan Suo-
meen. Pienelle yritykselle venäläiset ovat se tekijä, mikä tekee liiketoiminnasta loppujen lo-
puksi kannattavaa. Kukaan haastateltavista ei ollut lisännyt henkilökuntaa venäläisten asiak-
kaiden takia, mutta jokainen koki sen tärkeäksi, jos työpaikalla on joku, joka osaa venäjää ja
uusia työntekijöitä palkatessa on etu, jos osaa hieman venäjää. Kylpylähotellissa venäjää osaa
jokaisella osastolla joku. Venäläiset ilahtuvat aina, jos he saavat palvelua omalla kielellään.

Pienemmissä yrityksissä venäjää ei välttämättä osata paljoa ja sen takia joistain tilanteista joudutaan selviämään viittomakielellä, jos yhteistä kieltä ei löydy.

Haastatteluissa kysyttiin myös vastaajien mielipidettä venäläisten matkailijoiden taloudellisista vaikutuksista Lappeenrannan majoituspalveluille. Vastauksista kävi selville, että kaikki ovat yhtä mieltä siitä, että venäläisten ansiosta alueelle tulee paljon rahaa. Uusia hankkeita ja erilaisia palveluita muodostuu venäläisten ansiosta. Venäläiset työllistävät alueella paljon ihmisiä. Lisäksi pieniä putiikkeja ja merkkiliikkeitä avataan kaupunkiin. Ne eivät selviäisi Lappeenrannassa ilman venäläisiä. Suurin osahan venäläisistä tulee Lappeenrantaan ostosmatkalle.

Kysymys viisumivapaudesta jakoi mielipiteet. Pienten yritysten mielestä viisumivapaus ei ole hyvä asia, vaan se voisi tuoda alueelle enemmän rikollisuutta ja monenlaista ihmistä. Lappeenrannassa on heidän mielestään jo tarpeeksi venäläisiä. Suuremmat yritykset kokevat viisumivapauden olevan hyvä asia. He eivät koe sitä uhkana millään tavalla, sillä heidän mielestään rikolliset tulevat tänne riippumatta siitä onko viisumia vai ei.

Vastaajien mielestä Lappeenrannassa ei esiinny kilpailua venäläisistä asiakkaista, mutta jos sitä esiintyy, on se ainoastaan positiivista kilpailua. Monet majoitusyritykset toimivat yhteistyössä ja ottavat esimerkiksi yhteyttä toisiinsa, jos oma majoituskapasiteetti on täynnä. Erilaisia tapahtumia suunniteltaessa selvitetään usein muiden yritysten aikatauluja myös. Pienten ja isojen yritysten välillä on se ero, että isot yritykset suuntaavat markkinointiaan ajoissa myös Venäjälle. Venäjän puolella yrityksellä on esimerkiksi oma toimisto, josta venäläiset voivat varata matkan. Lisäksi Internetmarkkinointiin panostetaan paljon.

8.3 Mahdolliset haasteet

Lopuksi haastatteluissa selvitettiin, onko venäläisten kohdalla mitään negatiivisia tekijöitä. Kukaan vastaajista ei osannut sanoa mitään isoa negatiivista asiaa venäläisistä, mutta kulttuurierot voivat luoda haasteita. Vastaajat olivat kuitenkin varmoja, että se on vain asenteesta ja ymmärryksestä kiinni, miten niistä selvittää. Tärkeää on olla suvaitsevainen ja ennakkoluuloton, sekä ymmärtää että venäläisten jotkin tavat, ovat erilaisia, kuin suomalaisten.

Suuret, majoituspalveluita tarjoavat yritykset kokevat kulttuurierot kuitenkin rikkautena, joista voi oppia. Negatiivisia asioita ei tullut ilmi heidän kohdalla. Pieni mökkimajoitusyritys ja motelli kertoivat negatiivista olevan jatkuva pieni pelko siitä, voiko venäläisiin luottaa. Pelkona on, että he saattavat varastaa jotain. Negatiivista voi sanoa myös olevan jotkin tavat, joita venäläisillä on. Venäläisten käytös voi joskus tuntua röyhkeältä.

9 Johtopäätökset ja kehitysideat

Tutkimusta varten tehdyt teemahaastattelut antavat selkeää kuvaa siitä, miten merkittävä vaikutus venäläisillä matkailijoilla on Lappeenrannan majoituspalveluille. Haastatteluista saadut tulokset tukevat myös teoreettista osuutta. Venäläisten osuus on ollut jatkuvassa kasvussa erityisesti muutamana viime vuotena. Venäläisten ansiosta moni majoituspalveluyritys on kannattavampi, kuin mitä ne olisivat ilman venäläisiä. Yritykset ovat huomanneet tämän ja esimerkiksi suunnanneet markkinointiaan paljon myös Venäjälle. Yhteistyö Lappeenrannan majoitusliikkeiden välillä on toimiva, eikä niiden välillä ilmene negatiivista kilpailua.

Tutkimuksesta käy selvästi ilmi venäläisten suurin motiivi tulla Lappeenrantaan eli ostosmatkailu. Venäläisten ansiosta uusia hankkeita, kauppoja ja majoituspalveluita perustetaan Lappeenrannan alueelle jatkuvasti lisää. Venäläisistä hyötyvät taloudellisesti sekä majoituspalvelut, kaupat että koko kaupunki. Kaupungin katukuvasta on tullut kansainvälisempi ja matkailullisiin asioihin panostetaan lisää. Venäläiset matkailijat jakavat mielipiteitä sekä lappeenrantalalaisten ihmisten keskuudessa, että majoitusliikkeiden sisällä. Venäläinen ja suomalainen kulttuuri ovat monella tavalla erilaista, jonka vuoksi jotkin käytöstavat voivat tuntua loukkailta suomalaisista. Venäläisten asiakkaiden kanssa työskentelevät matkailun ammattilaiset ja kauppiat, kuitenkin ovat ymmärtäneet venäläisten asiakkaiden suuren merkityksen. He kokevat venäläiset positiivisena asiana, vaikka kaikki heistä eivät välttämättä koe venäläisiä täysin luotettaviksi.

Tulevaisuudessa yritykset panostavat yhä enemmän venäläisiin asiakkaisiin. Työssä jo aikaisemmin mainitut Tilastokeskuksen tilastot kertovat venäläisten matkailijoiden määrän Suomessa vuonna 2011 olleen yli 1,5 miljoonaa. Kaikista majoitusliikkeissä yöpymisistä Etelä-Karjalan osuus oli yksi suurimpia. Kyseisen määrän ja kasvun ansiosta on Lappeenrannassa tehty jo toimenpiteitä. Lappeenrannassa sijaitsevat kaupat ovat saaneet erikoisluvan, pitää liikkeensä auki useina pyhäpäivinä, sillä venäläiset usein suuntaavat Suomeen ostoksille vapaapäivinä. Tulevaisuutta ajatellen, majoitusliikkeiden olisi hyvä oppia lisää venäläisistä ja venäläisestä kulttuurista, jotta yhteistyö sujuisi vielä paremmin ja mahdollisilta väärinkäsityksiltä välttyttäisiin.

Mahdollinen viisumivapaus tulee varmasti vaikuttamaan venäläisten määrään Lappeenrannassa. Suuret majoitusliikkeet kokevat asian jo tässä vaiheessa positiivisena, mutta pienten majoitusyritysten tulisi myös yrittää suhtautua siihen optimistisesti. Kaiken kaikkiaan venäläisten tuomat vaikutukset majoitusliikkeiden sekä kaupungin taloudelle, ovat kuitenkin ainoastaan positiivisia. Yritysten määrä kasvaa varmasti lisää tulevaisuudessa ja se tulee luomaan alueel-

le uusia työpaikkoja. Tulevaisuudessa, venäläisten kanssa työskenteleviä ihmisiä voitaisiin kouluttaa tehtäviinsä myös lisäämällä esimerkiksi tietoa venäläisistä asiakkaina ja kertomalla kulttuurieroista.

Mahdollisia negatiivisia vaikutuksia on vaikeampi löytää. Venäläisten matkailijoiden määrät ovat tällä hetkellä jatkuvasti kasvussa, mutta tulevaisuudessa voi tapahtua jotain odottamatonta, joka vaikuttaa venäläisten matkustamiseen. Ongelmia voi ilmetä esimerkiksi viisumien kanssa, jos niiden saannista tehdään vaikeampaa, eikä viisumivapaus toteudu. Tällaisessa tilanteessa on huono, jos Lappeenrannan kaupunki on panostanut liikaa venäläisiin asiakkaisiin. Toinen mahdollinen ongelma voi ilmetä, jos kaupungin katukuva ”venäläistyy” liikaa eli tilanne, jossa palveluita keskitetään venäläisille ja venäläisten määrä kasvaa merkittävästi. Kyseinen ilmiö voi luoda ongelmia paikallisten ja venäläisten välillä sekä saada paikalliset muodostamaan negatiivisia ajatuksia venäläisiin liittyen.

Lähteet

Kirjalliset

Brännare, R. & Kairamo, H. & Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Porvoo: WSOY

Buuri, H. & Ratschinky, L. 2000. Suomen ja Venäjän väliset kulttuurierot ja niiden vaikutus liike-elämään. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja B: oppimateriaaleja 13. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy

Cooper, C. 2008. Tourism: Principles and Practise. FT Prentice Hall: Financial Times

Dittmer, P.R. 2002. Dimensions of the hospitality industry. New York: John Wiley & Sons

L. Pearce Clevedon, P. 2007. Tourist Behaviour- Themes and conceptual schemes. Clevedon: Channel View

Mason, P. 2003. Tourism Impacts, Planning and Management. Oxford: Butterworth- Heine-
mann

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Vantaa: Resta-
mark

Ryan, C. 2003. Recreational Tourism- Demand and impacts. Aspects of Tourism:11. Clevedon:
Channel View Publications

Salokorpi, S. 1997. Matkailijan Suomi- tuhat parasta nähtävyyttä. Helsinki: Oy Valitut Palat-
Readers Digest Ab

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

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja Suomen maa. Suomen matkailumaantiede.
WSOYpro Oy

Sähköiset

Blencowe, A. 2012. Venäläiset eivät tahdo saada kyllikseen Suomesta. YLE Uutiset. Viitattu
15.1.2012.
http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2012/01/venalaiset_eivat_tahdo_saada_kyllikseen_suomesta_3148238.html

Cumulus. 2012. Hotelli Cumulus Lappeenranta. Viitattu 31.10.2012.
http://www.cumulus.fi/hotellit/lappeenranta/fi_FI/lappeenranta/

Etelä-Karjalan liitto. 2006. Etelä-Karjalan matkailustrategia 2006-2015 ohjelmiasopimus. Lap-
peenranta. Viitattu 23.4.2012.
[http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/\(pages\)/EE83F216A25BECE1C2257111002C7726?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-50](http://www.mek.fi/RELIS/REL_LIB.NSF/(pages)/EE83F216A25BECE1C2257111002C7726?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-50)

Finavia. 2012. Lappeenrannan lentoasema. Viitattu 19.2.2012.
http://www.finavia.fi/lentoasemat/lentoasema_lappeenranta

- Forlov, S. 2011. Venäläinen asiakkaana. Koulutustilaisuus. Elinkeino, liikenne ja ympäristökeskus. Viitattu 10.8.2012.
http://www.elykeskus.fi/fi/ELYkeskukset/LapinELY/Tehtavatjatoiminta/projektitjahankkeet/Documents/Ven%C3%A4j%C3%A4n%20kauppa/Ven%C3%A4l%C3%A4inen_asiakkaana.pdf
- Haapanen, M. 2012. Venäjän viisumivapaus vuosien päässä. YLE. Viitattu 19.4.2012.
http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2012/03/venajan_viisumivapaus_vuosien_paassa_3328032.html
luettu 19.4.2012
- HAM Group. 2011. Market segmentation. Viitattu 3.11.2012.
http://hyperdisc.unitec.ac.nz/ia11s1/spencm03/ham/theory/market_segmentation.html
- Hiekkalinna Lappeenranta. 2012. Hiekkalinna. Viitattu 30.11.2012.
<http://hiekkalinna.lappeenranta.fi/>
- Holiday Club. 2012. Esittely. Viitattu 31.10.2012.
<http://www.holidayclub.fi/kohteet/saimaa/esittely/>
- Kymen Sanomat. 2012. Itäraja aloitti vuoden vilkkaasti. Viitattu 12.2.2012.
<http://www.kymensanomat.fi/Online/2012/02/01/It%C3%A4raja+aloitti+vuoden+vilkkaasti/2012312867958/4>
- Kymensanomat. 2011. Viisumivapauteen on valmistauduttava ajoissa. Viitattu 19.4.2012.
<http://www.kymensanomat.fi/Online/2011/12/13/Ven%C3%A4j%C3%A4n+viisumivapauteen+on+valmistauduttava+ajoissa/2011512570525/4>
- Lappeenrannan kaupunki. 2012a. Perustietoa Lappeenrannasta. Viitattu 10.3.2012.
http://www.lappeenranta.fi/Suomeksi/Kohderyhmat/Muuttajat/Valtion_alueellisetut_virastot/Perustietoa_Lappeenrannasta.iw3
- Lappeenrannan kaupunki. 2012b. Linnoitus. Viitattu 10.3.2012.
<http://www3.lappeenranta.fi/linnoitus/linnoitusmultimedia/tekijat2.html>
- Lappeenrannan kylpylä. 2012. Historia. Viitattu 2.11.2012.
<http://www.kylpyla.info/>
- MTV3. 2012. Lappeenrannan kentästä Venäläisten suosikki- matkustajamäärä kymmenkertaitui. Viitattu 23.3.2012.
Lappeenrannan kentästä Venäläisten suosikki- matkustajamäärä kymmenkertaistui 21.1.2012
<http://www.mtv3.fi/uutiset/kotimaa.shtml/2012/01/1481459/lappeenrannan-kentasta-venalaisten-suosikki---matkustajamaara-kymmenkertaistui>
- Saimaan ammattikorkeakoulu. 2012. Venäläisten matkailu Suomeen kasvoi vuonna 2011 yli kolmanneksen edellisvuodesta. Viitattu 16.4.2012.
<http://www.saimia.fi/fi-FI/ajankohtaista/799-venalaisten-matkailu-suomeen-kasvoi-vuonna-2011-yli-kolmanneksen-edellisvuodesta>
- Scandic. 2012. Scandic-Patria hotelli Lappeenranta. Viitattu 31.10.2012.
<http://www.scandichotels.fi/Hotels/Countries/Suomi/Lappeenranta/Hotels/Scandic-Patria/>
- Sokos Hotels. 2012. Sokos Hotel Lappee. Viitattu 31.10.2012.
<http://www.sokshotels.fi/hotellit/lappeenranta/>
- Tilastokeskus. 2012. Majoitustilasto. Viitattu 1.11.2012.
http://www.stat.fi/til/matk/2012/08/matk_2012_08_2012-10-18_tie_001_fi.html
- Tilastokeskus. 2011. Rajahaastattelututkimus. Venäläisten matkailijoiden määrän kasvu Suomessa talvella 2010-2011. Viitattu 1.5.2012.
http://www.stat.fi/til/rajat/2011/01/rajat_2011_01_2011-09-21_fi.pdf

United Nations Environment Programme. 2012. Socio-cultural Impacts of Tourism. Viitattu 31.10.2012.

<http://www.unep.fr/scp/tourism/sustain/impacts/sociocultural/>

Vuorela, S.2005. Haastattelumenetelmät. Ovaska, S.Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) Käytettyystutkimuksen menetelmät, 37-52. Tampereen yliopisto: Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1. Viitattu 24.9.2012.

<http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/3-Vuorela.pdf>

Williams, S. 2009. Tourism Geography: A New Synthesis. Taylor & Francis e-library. Viitattu 31.8.2012.

[http://www.google.fi/books?id=uBU-](http://www.google.fi/books?id=uBU-srb1KaIC&printsec=frontcover&hl=fi&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

[srb1KaIC&printsec=frontcover&hl=fi&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://www.google.fi/books?id=uBU-srb1KaIC&printsec=frontcover&hl=fi&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Ympäristöministeriö. 2012. Matkailu. Viitattu 31.8.2012.

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=7130&lan=fi>

Kuviot

Kuvio 1: Plogin vuonna 1974 kehittämä malli.....	9
Kuvio 2: Yöpymisten muutos maakunnittain elokuussa 2012/2011,%.....	24
Kuvio 3: Hotellihuoneiden kuukausittainen käyttöaste ja keskihinta.....	25
Kuvio 4: Venäläisten osuus kaikista matkailijoista.....	29

Liitteet

Liite 1: Teemahaastattelun runko 38

Liite 1: Teemahaastattelun runko

Venäläisten määrä

Käykö teillä venäläisiä asiakkaita?

- Osaatteko arvioida venäläisten asiakkaiden määrää?
- Kuinka monta prosenttia venäläisten osuus on kaikista yöpymisistä?

Onko venäläisten asiakkaiden määrä muuttunut viime vuosina, kumpaan suuntaan?

Kuinka tärkeänä näette venäläisten asiakkaiden merkityksen tulevaisuudessa?

- 3 vuoden päästä? 6 vuoden päästä?

Venäläiset asiakkaina

Minkälaisia venäläiset ovat asiakkaina? Kuvaile heitä.

Ovatko he vaativia asiakkaita?

Matkailun taloudelliset vaikutukset, positiiviset

Kuinka tärkeitä venäläiset asiakkaat ovat liiketoimintanne kannalta? Miksi?

Oletteko lisänneet henkilökuntaanne venäläisten asiakkaiden takia?

Millaisia taloudellisia vaikutuksia venäläisillä matkailijoilla on mielestänne Lappeenrannan majoituspalveluille?

Mitä mieltä olette mahdollisesta viisumivapaudesta?

Matkailun taloudelliset vaikutukset, negatiiviset

Esiintyykö Lappeenrannan majoitustoiminnan piirissä kilpailua venäläisistä asiakkaista? Miten se ilmenee?

Esiintyykö mielestänne jotain negatiivisia tekijöitä venäläisten asiakkaiden kohdalla?