

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutusohjelma

Marjo Kontkanen  
Noora Turunen

VENÄJÄ-OSAAMINEN POHJOIS-KARJALAN MATKAILUYRITYK-  
SISSÄ

Opinnäytetyö  
Tammikuu 2013



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Tammikuu 2013**  
**Matkailun koulutusohjelma**

Länsikatu 15  
80110 JOENSUU  
p. 050 311 3610

**Tekijät**  
Marjo Kontkanen ja Noora Turunen

**Nimeke**  
Venäjä-osaaminen Pohjois-Karjalan matkailuyrityksissä

**Toimeksiantaja**  
ISAT Venäjä-osaaminen

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa Pohjois-Karjalan matkailuyritysten ja -organisaatioiden Venäjä-osaamisen tila ja kehitystarpeet, koska venäläismatkailijoiden määrä on ollut nousussa jo usean vuoden ajan ja näin ollen Venäjä-osaamisen taito on myös tärkeää. Opinnäytetyö päivitti myös jo vuonna 2007 tehdyn samantyyllisen opinnäytetyön ”Russkaja Ducha – Asenteet venäläiseen matkailijaan sekä venäjän kielen ja kulttuurin tuntemus Pohjois-Karjalan majoitus- ja ohjelmalveluyrityksissä”. Teoriaosuudessa käsiteltiin opinnäytetyösämme käytettyjä tutkimusmenetelmiä, venäläismatkailijoita ja venäläistä tapakulttuuria.

Opinnäytetyön tuloksina saatiin teemahaastattelujen avulla selville erilaisten matkailualan yritysten ja organisaatioiden Venäjä-osaamisen tila sekä, mitä yritysten edustajat näkevät kehittämistarpeina Venäjä-osaamisen tilassa Pohjois-Karjalan alueella. Yritykset valittiin matkailuklusteria apuna käyttäen. Haastatelimme seitsemää matkailualan yritystä. Tuloksista päätellen Venäjä-osaamisen tasossa on Pohjois-Karjalassa parannettavaa. Suurimpina ongelmina nähtiin venäjän kielen osaamisen puute sekä markkinointiin liittyvät ongelmat.

Toimeksiantajana opinnäytetyössä oli ISAT Venäjä-osaaminen, joka on osa Itä-Suomen ammattikorkeakoulujen yhteistyöhanketta.

**Kieli**

Suomi

Sivuja 55

Liitteet 4

**Asiasanat**

Venäjä-osaaminen, Pohjois-Karjala, venäläismatkailu



**THESIS**  
**January 2013**  
**Degree Programme in Tourism**

Länsikatu 15  
FIN 80110 JOENSUU  
FINLAND  
Tel. 050 311 3610

**Authors**  
Marjo Kontkanen and Noora Turunen

**Title**  
Russia Expertise in Tourism Industries in North Karelia

**Commissioned by**  
ISAT Expertise pertaining to Russia

**Abstract**

The aim of this thesis was to research the state of Russia expertise and its development needs in tourism companies and organizations in North Karelia. Russia expertise is important because the amount of Russian travelers has been increasing heavily during the past few years. This thesis also updated the thesis called "Russkaja Ducha – Attitudes towards Russian Traveller and Knowledge of Russian Language and Culture among Companies Offering Accommodation and Programme Services in North Karelia". The theoretical part consists of introducing Russian travelers, Russian customs and the research methods of this thesis.

The outcomes of the thesis were the knowledge about the state of Russia expertise and the main development needs in tourism companies and organizations in the North Karelia. We interviewed seven companies in the tourism industry by using a theme interview. Judging from the results of the interviews, there is improvement to do in the state of Russia expertise in North Karelia. The main issues in Russia expertise were the lack of knowledge of Russian and problems with marketing.

This thesis was commissioned by the ISAT Expertise pertaining to Russia which is part of the collaboration project of universities of applied sciences in Eastern Finland.

**Language**

Finnish

**Pages** 55

**Appendices** 4

**Keywords**

Russia expertise, North Karelia, Russian tourism

## Sisältö

1	Johdanto .....	5
2	Lähtökohdat .....	6
2.1	Toimeksiantaja .....	6
2.2	Venäjä-osaaminen .....	7
2.3	Opinnäytetyön toteutus .....	8
3	Matkailuklusteri ja tutkimuksen viitekehys .....	9
3.1	Matkailuklusteri .....	9
3.2	Venäjä-osaamisen viitekehys .....	11
4	Pohjois-Karjala matkailukohteena .....	12
4.1	Perustietoa Pohjois-Karjalasta .....	12
4.2	Venäläiset Pohjois-Karjalassa .....	13
4.3	Matkailuattraktioita Pohjois-Karjalan alueella .....	14
4.4	Pohjois-Karjalan matkailun heikkoudet ja vahvuudet .....	16
5	Venäläiset matkailijat Suomessa .....	17
5.1	Venäläismatkailijat .....	17
5.2	Venäläismatkailijoiden merkitys .....	18
5.3	Lähtöalueet ja kohdealueet .....	19
6	Matkustusmotiivit .....	20
6.1	Ostokset .....	20
6.2	Aktiviteetit ja kulttuuri .....	21
7	Venäläinen tapakulttuuri .....	22
7.1	Tapakulttuuri .....	22
7.2	Puhuttelu ja puhetapa .....	23
7.3	Vieraanvaraisuus, juhlat ja venäläinen keittiö .....	24
8	Menetelmälliset valinnat .....	25
8.1	Laadullinen tutkimusote opinnäytetyössä .....	25
8.2	Teemahaastattelu .....	26
8.3	Reliabiliteetti ja validiteetti .....	27
8.4	Haastattelemamme yritykset .....	28
8.5	Aineiston keruu .....	29
9	Haastattelutulokset .....	30
9.1	Venäjä-osaaminen .....	30
9.2	Venäläismatkailu Pohjois-Karjalassa .....	32
9.3	Venäjä-osaamisen nykytila .....	35
9.4	Matkailupalveluiden laatu Pohjois-Karjalassa .....	38
9.5	Venäjä-osaamisen kehitys ja tulevaisuus .....	41
10	Yhteenveto tuloksista .....	45
11	Tulosten vertailu Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon välillä .....	47
12	Pohdinta .....	49
	Aineisto .....	52
	Lähteet .....	52

### Liitteet

Liite 1	Haastattelukysymykset markkinoijat
Liite 2	Haastattelukysymykset tuottajat
Liite 3	Haastattelukysymykset toimintaedellytystenluojat
Liite 4	Yhteenveto haastattelutuloksista

## 1 Johdanto

Venäjä-osaaminen on nykyään entistä tärkeämpää Pohjois-Karjalassa. Rajan läheisyys ja viisumien helppo saatavuus lisäävät venäläismatkailua entisestään vuosi vuodelta. Pohjois-Karjalan Venäjä-osaamisen kehittäminen on ykkössijalla matkailualalla, mikäli haluamme, että saamme yhä useampia venäläismatkailijoita Suomeen ja heidän mukanaan myös lisää matkailutuloja maakuntaan. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä matkailuelinkeinossa ja mitä kehittämiskohteita siinä on Pohjois-Karjalan alueella.

Itä-Suomen ammattikorkeakoulut tarjosivat restonomiopiskelijoille sähköpostitse opinnäytetyön aihetta: Venäjä-osaaminen Pohjois-Karjalassa. Harkinnan ja lisätietojen jälkeen päätimme tehdä opinnäytetyön saamastamme aiheesta. Aiheenamme on Venäjä-osaaminen Pohjois-Karjalassa matkailuyritysten näkökulmasta. Selvitimme pohjoiskarjalaisten matkailuyritysten valmiuksia vastaanottaa venäläisiä asiakkaita teemahaastattelujen avulla.

Aluksi kerromme opinnäytetyömme lähtökohdista ja esittelemme toimeksiantajamme. Kerromme myös, mitä Venäjä-osaaminen on ja avaamme matkailuklusterin ja Venäjä-osaamisen viitekehyksen pohjatiedoksi opinnäytetyöllemme. Tämän jälkeen kerromme Pohjois-Karjalasta matkailukohteena sekä venäläisistä matkailijoista ja heidän matkustusmotiveistaan Suomeen. Venäläisestä tapakulttuurista kerromme perusasioita, koska venäläisen tapakulttuurin tunteminen on tärkeää, jotta venäläisasiakkaisiin osataan suhtautua oikealla tavalla. Venäläisen tapakulttuurin tietäminen auttaa myös ymmärtämään venäläisten käyttäytymismalleja. Jatkossa käsittelemme opinnäytetyössä käyttämiämme tutkimusmenetelmiä sekä käymme läpi haastattelemamme yritykset ja aineiston keruun. Viimeisinä ovat opinnäytetyön haastattelutulokset sekä yhteenveto niistä ja oman opinnäytetyömme tuloksien vertailu Savonia-ammattikorkeakoulun opinnäytetyöhön ”Venäjäosaamisen nykytila ja kehitystarpeet Pohjois-Savon matkailuelinkeinossa” (Laitinen & Käyhkö 2012) sekä pohdinta.

## 2 Lähtökohdat

### 2.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyömme toimeksiantajana toimii ISAT Venäjä-osaaminen eli Itä-Suomen ammattikorkeakoulujen yhteistyöhanke. ISAT muodostuu Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun ja Savonia-ammattikorkeakoulun yhteistyökumppanuudesta. ISAT:in tarkoitus on kehittää Itä-Suomen toiminta- ja palvelumalleja sekä hyödyntää osaamista matkailualalla. (ISAT 2010.) Tutkimus- ja kehitystyössä keskeisiä asioita ovat kumppanuudet, aluekehitys ja korkeakoulujen näkyminen (ISAT 2010a).

ISAT Venäjä-osaaminen on erikoistunut Itä-Suomen pienten ja keskisuurten yritysten Venäjä-osaamisen edistämiseen. Itä-Suomen ammattikorkeakoulut ovat panostaneet matkailualalla venäläismatkailuun ja liiketoimintaosaamisen vahvistamiseen liittyen Venäjän-matkailuun. Venäjä-osaamista kehitetään muun muassa matkailun eri osa-alueilla, kuten matkailun tuotteistamisessa, koulutusorganisaatio- ja yritys yhteistyössä sekä matkailun liiketoiminta- ja palveluosaaamisessa. Lisäksi Venäjä-osaamista kehitetään matkailukoulutuksessa ja koulutuspalveluiden myynnissä. Venäjä-osaamisen suhteen molemmilla ammattikorkeakouluilla on erityisosaamisensa. Savonia-ammattikorkeakoululla on yhteistyöprojektit ja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoululla koulutustoiminta. (ISAT 2010b.)

ISAT:in Venäjä-osaamiseen kuuluvat tapakulttuurin tuntemus, kielitaidon hallinta ja liiketoiminnan tuntemus. ISAT yhteistyötä tehdään Venäjän kanssa koulutuksen ja erilaisten yhteistyöhankkeiden osalta. ISAT vahvistaa myös henkilöstön Venäjä-osaamista, kuten esimerkiksi kielen, kulttuurin ja yhteiskunnan tuntemuksessa sekä hankeosaamisessa. Opiskelijoilla on mahdollisuus osallistua vuosittain ISAT:in ja Venäjän yhteistyökoulujen järjestämään kesä- ja talvikouluun, jossa opiskellaan venäjän kieltä ja kulttuuria. ISAT:in tarkoitus on vahvistaa itäsuomalaisten yrittäjien Venäjä-yhteistyötä, muun muassa kehittämällä niitä osa-alueita, joista itäsuomalaiset parhaiten hyötyvät. ISAT tarjoaa mahdol-

lisuuden itäsuomalaisille yrittäjille hyödyntää Venäjän markkinoilla ulkopuolisia Venäjä-osaajia. (ISAT 2010b.)

ISAT on laatinut kumppanuusstrategian, jonka lähtökohtana ovat muutostrendien tunnistaminen sekä ennakointi toimintaympäristössä. Trendejä ovat muun muassa työ- ja elinkeinoelämän muutokset, maailmanlaajuiset muutostrendit sekä kansalliset ja alueelliset rakenteelliset muutokset. Työ- ja elinkeinoelämän muutoksia ovat osaamisvaatimukset, kuten työurien muutos sekä tuotekehitys ja innovaatiotoiminnan merkityksen kasvu. Maailmanlaajuisia muutostrendejä ovat esimerkiksi ilmasto- ja ympäristömuutokset. Kansallisia ja alueellisia rakenteellisia muutoksia ovat muun muassa ikärakenteen muutos sekä julkisen talouden ja palvelujärjestelmän muutokset. ISAT:in vahvuuksia ovat Venäjä-osaaminen, energiaratkaisut sekä hyvinvointipalvelut. Strategian menestystekijöitä ovat muun muassa luottamuksellinen yhteistyö, vahva ja kehittyvä osaaminen sekä innovatiivinen aluekehitys. Lisäksi menestystekijöitä ovat vetovoimainen ja laadukas koulutus sekä kansainvälinen yhteistyö. (ISAT 2010c.)

## 2.2 Venäjä-osaaminen

Venäjä-osaaminen on laaja käsite. Venäjä-osaaminen on muun muassa kanssakäymistä venäläisten kanssa sekä perehtymistä maan tapoihin, kuten tapakulttuuriin, kieleen, yhteiskuntaan ja talouteen. Venäjä-osaamiseen kuuluu myös perehtyminen maan johtamiskulttuuriin ja -käytäntöön sekä lainsäädäntöön. (Lappeenrannan teknillinen yliopisto 2010.)

Nykyaikana Venäjä-osaaminen on tärkeää, koska Venäjän markkinat kasvavat koko ajan. Markkinoille pääsyn edellytyksiä ovat osaaminen ja tietäminen Venäjästä. Yrittäjien pitää panostaa liiketoiminnan uudistamiseen, monipuolistamiseen ja henkilöstön Venäjä-osaamiseen yrityksissä. (Lappeenrannan teknillinen yliopisto 2010.) Venäjä-osaamista löytyy Suomesta, mutta parannettavaa on yleisellä tasolla (Mustajoki 2007, 11). Venäjä-osaamisen yksi tärkeimmistä osa-alueista on kielitaito, joka on keskeinen osa Venäjän liiketoimintaosaamista. Mikkolan, Bloigun ja Karhusen tekemän tutkimuksen mukaan venäjän kielen

osaajille on tarvetta työpaikoilla, koska venäläiset haluavat asioida omalla äidinkiellään ja heidän englannin kielen osaamisensa on heikkoa. Työmarkkinoilla pelkkä venäjänkielentaito ei riitä, vaan tarvitaan muutakin osaamista, kuten oman alansa erikoisosaamista. (Mikkola, Bloigu & Karhunen 2009, 9–10, 25, 35.) Venäjä-osaamisessa on tärkeää tiivis yhteistyö eri toimijoiden välillä. Isoin ongelma tiedontuottajien ja tiedonkäyttäjien välillä on huono tiedonkulku, jolloin suurin osa tärkeästä osaamisesta ja tiedosta jää välittymättä. Mustajoen tekemän tutkimuksen mukaan Venäjä-osaamisen tutkimuskohteiden ytimenä ovat muun muassa hallinto, politiikka, kulttuuri, kieli, uskonto ja lainsäädäntö sekä sosiaaliset olot. (Mustajoki 2007, 12, 19, 45.) Opinnäytetyössämme painotimme Venäjä-osaamista venäjän kielen, tapakulttuurin, asiakaspalvelun ja maantietouden kannalta. Olimme suunnitelleet kysyvämmä myös liiketoimintaan liittyviä kysymyksiä, mutta ne kysymykset jäivät pois. Osassa haastatteluissa tuli kuitenkin ilmi joitakin liiketoimintaan liittyviä asioita, kuten esimerkiksi yhteistyökuviot.

### **2.3 Opinnäytetyön toteutus**

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää matkailuyritysten valmiuksia vastaanottaa venäläisiä matkailijoita Pohjois-Karjalassa. Tutkimus toteutettiin teemahaastatteluna ja tutkimuksessa mukana olleet yritykset valittiin siten, että jokaisesta matkailuklusterin pääalueesta tuli yrityksiä mukaan tutkimukseen. Nämä pääalueet olivat matkailupalveluiden tuotanto, markkinointi ja myynti sekä toimintaedellytysten luojat ja tukijat.

Haastattelimme seitsemää matkailualan yritystä tai organisaatiota Pohjois-Karjalassa, jotka olivat Karelia Expert Matkailupalvelu Oy, Pohjois-Karjalan Kauppakamari, Maatilamatkailu Jänisvaara, Sokos Hotel Bomba, Hotelli Cumulus Joensuu, eräs nimeltä mainitsematon matkailupalveluita tuottava Yritys X sekä Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus eli ELY-keskus. Yksi haastattelemistamme henkilöistä ei halunnut edustamansa yrityksen nimeä julkisuuteen, sillä hän ei työskentele johtotehtävissä. Sen vuoksi kutsumme yritystä Yritys X:ksi. Haastattelut suoritimme kahdella ensimmäisellä kesäkuun



viikolla. Opinnäytetyöllemme oli tarvetta, koska Pohjois-Karjalassa Venäjä-osaaminen on tärkeässä roolissa suuren venäläismatkailija määrän takia. Toimeksiantaja halusi kartoittaa, millä tasolla pohjoiskarjalaisten matkailuyrittäjien Venäjä-osaaminen on sekä millä tavalla sitä voitaisiin kehittää lisää tulevaisuudessa.

### **3 Matkailuklusteri ja tutkimuksen viitekehys**

#### **3.1 Matkailuklusteri**

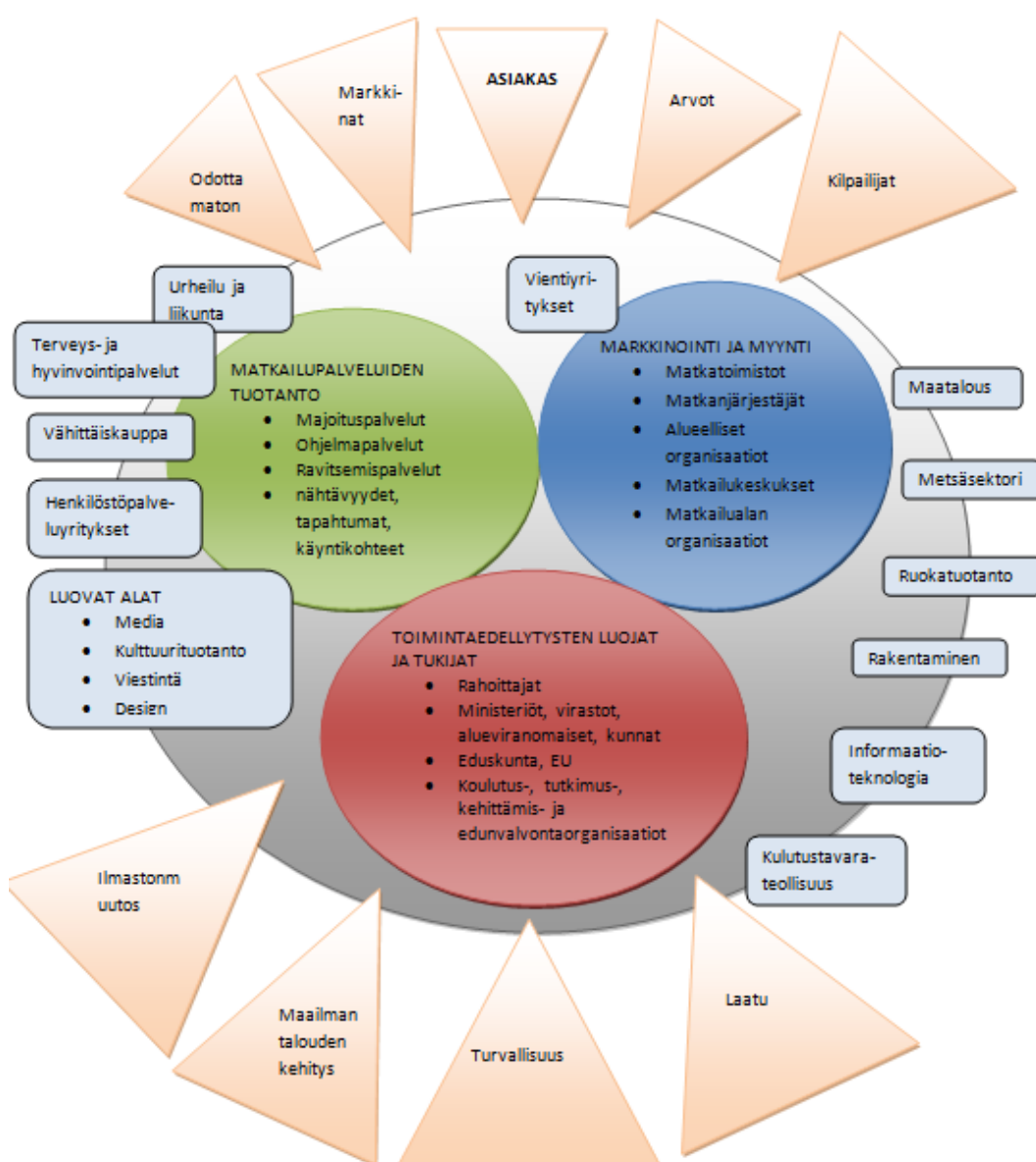
Matkailuklusteri (kuvio 1) käsittää matkailualan yrityksiä ja muita toimijoita, jotka ovat vuorovaikutuksessa ja yhteistyössä keskenään. Yritysten vuorovaikutus saa aikaan synergiaetuja. Synergiaedut tarkoittavat yhteistyön tuomia positiivisia tuloksia. Näitä tuloksia voi olla muun muassa taloudelliset edut. Klusterista näkyy matkailualan verkostoja sekä eri toimijoiden väliset suhteet. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012.)

Matkailuklusterin pääalueet ovat matkailupalveluiden tuottajat, markkinoinnista ja myynnistä vastaavat tahot sekä toimintaedellytysten luoja ja tukijat. Matkailupalveluiden tuottajiin lukeutuu muun muassa ohjelmapalvelut, tapahtumat ja majoituspalvelut. Markkinointi- ja myyntisektorille kuuluu esimerkiksi matkatoimistot, matkailun edistämiskeskukset sekä alueelliset organisaatiot. Toimintaedellytysten luojiin ja tukijoihin kuuluu rahoittajat, alueviranomaiset, kunnat, Euroopan unioni sekä erilaiset organisaatiot, esimerkiksi edunvalvontaorganisaatiot. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012.)

Näihin edellä mainittuihin matkailuklusterin osa-alueisiin liittyy myös yhteistyökumppaneita, jotka eivät suoranaisesti ole matkailualan yrityksiä, mutta vaikuttavat kuitenkin alaan. Matkailupalveluiden tuottajien kanssa yhteistyötä tekee muun muassa vähittäiskauppa, urheilu- ja liikunta-ala sekä luovat alat. Markki-

nointi- ja myyntisektorin kanssa yhteistyötä voi tehdä esimerkiksi vientiyritykset. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012.)

Matkailualaan vaikuttaa monet erilaiset alat, jotka eivät itsessään ole matkailualaa, mutta muun muassa näiden alojen talous ja työllisyys vaikuttavat vahvasti myös matkailuun. Näitä ovat esimerkiksi rakentaminen, maatalous, teollisuus ja ruokatuotanto. Matkailualaan vaikuttaa tietenkin myös asiakkaat ja heidän arvonsa, kilpailijat, markkinat, talouden tila ja sen kehitys, laatu, ilmastonmuutos ja yleiset arvot. (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012.)

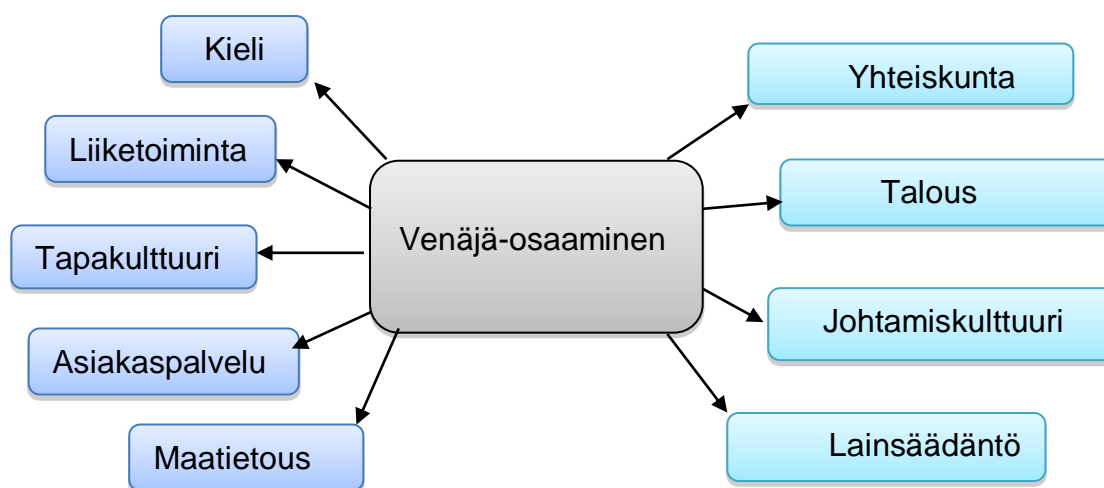


Kuvio 1. Matkailuklusteri (HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu 2012).

Opinnäytetyössä haastateltavat matkailuorganisaatiot valitsimme matkailuklusterin perusteella. Matkailuklusterin keskeisiin osa-alueisiin kuuluvat matkailupalveluiden tuotanto, markkinointi ja myynti sekä toimintaedellytysten luojat ja tukijat. Matkailupalveluiden tuotannosta haastattelimme Maatilamatkailu Jänisvaaraa, Cumulus Joensuuta, Sokos Hotel Bombaa ja erästä pohjoiskarjalaista matkailualanyritystä. Markkinoinnin ja myynnin puolelta haastattelimme Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:tä. Toimintaedellytysten luojista ja tukijoista opinnäytetyössämme oli mukana Pohjois-Karjalan Kauppakamari sekä Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.

### 3.2 Venäjä-osaamisen viitekehys

Tutkimuksen viitekehys lähtee liikkeelle pohjoiskarjalaisten matkailuyritysten valmiuksista vastaanottaa venäläisiä matkailijoita. Viitekehyksessä (kuvio 2) avaamme Venäjä-osaamisen osa-alueita. Olemme jakaneet viitekehyksessä Venäjä-osaamisen kahteen eri ryhmään. Venäjä-osaamisen vasemmalle puolelle sijoitimme aihealueet, joita käsittelemme opinnäytetyömme haastatteluissa. Osa-alueet ovat kieli, tapakulttuuri, liiketoiminta, asiakaspalvelu ja maantietous. Opinnäytetyön aiheen takia päädyimme valitsemaan edellä mainitut osat. Venäjä-osaamisen oikealle puolelle sijoitimme osa-alueet, joihin emme perehtyneet opinnäytetyössämme, mutta ne ovat kuitenkin tärkeä osa Venäjä-osaamista. Näitä osa-alueita ovat yhteiskunta, talous, johtamiskulttuuri ja lainsäädäntö.



Kuvio 2. Venäjä-osaamisen viitekehys

Haastattelun teemoja olivat Venäjä-osaaminen ja sen nykytila, kehitys ja tulevaisuus sekä venäläismatkailu Pohjois-Karjalassa ja matkailupalveluiden laatu Pohjois-Karjalassa. Opinnäytetyössämme otimme huomioon Venäjä-osaamisen osa-alueista kielen, tapakulttuurin, asiakaspalvelun sekä maatietouden. Liitteissä 1, 2 ja 3 olevat haastattelukysymykset keskittyivät edellä mainittuihin aiheisiin.

## **4 Pohjois-Karjala matkailukohteena**

### **4.1 Perustietoa Pohjois-Karjalasta**

Pohjois-Karjalan maakunta sijaitsee Itä-Suomen läänissä (kuva 1.) Pohjois-Karjalaan kuuluvia kuntia ovat Ilova, Valtimo, Tohmajärvi, Rääkkylä, Polvijärvi, Liperi, Kontiolahti, Juuka, Kesälahti, Kitee, Lieksa, Nurmes, Outokumpu sekä Joensuu, joka toimii maakunnan keskuskaupunkina. Pinta-alaa maakunnalla on 21 585 km<sup>2</sup> ja asukkaita yhteensä 165 890. (Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2012a.) Suurin maakuntajärvi Pohjois-Karjalassa on Pielinen, joka on myös Suomen neljänneksi suurin järvi. Korkein kohta merenpinnasta Pohjois-Karjalassa on Lieksan Kolilla 347 metriä. Koli on myös yksi Suomen kansallismaisemista. (Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2012b.)

Pohjois-Karjalassa eniten työllistäviä aloja ovat muun muassa metsä-, teollisuus-, elintarvike-, metalli-, kivi- sekä matkailuteollisuus. Suurimpia työllistäviä yrityksiä ovat esimerkiksi John Deere, Abloy Oy, Stora Enso, Kesla Oyj Pohjois-Karjalan Osuuskauppa sekä Tulikivi Oy. (Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2012a.)



Kuva 1. Pohjois-Karjalan sijainti (Google Maps 2012).

#### 4.2 Venäläiset Pohjois-Karjalassa

Pohjois-Karjala on hyvin venäläisten saavutettavissa rajanläheisyyden takia. Esimerkiksi Petroskoista Pohjois-Karjalaan on matkaa noin 370 kilometriä ja Pietarista vain hieman enemmän eli 410 kilometriä. (Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2012a.) Venäjällä ja Pohjois-Karjalalla on 304 kilometriä yhteistä rajaa, jossa on yksi jatkuvassa käytössä oleva rajanylityspaikka, Niirala. Toinen rajanylityspaikka on Lieksan Inarissa, mutta se on käytössä vain tilapäisesti puutavaraliikenteelle. (Rajavartiolaitos 2012a.) Vaikka Pohjois-Karjala on hyvin

saavutettavissa rajanläheisyyden takia, viisumi- ja tulliasiat tekevät saapumisen Suomen puolelle omalta osaltaan hieman hankalammaksi. Niiralan rajanylitysasemalla tehdyn tutkimuksen mukaan noin 70 % tutkimukseen vastanneista kävisi Suomessa useammin, mikäli käytössä olisi viisumivapaus. Myös tullissa ja rajanylityksessä itsessään on ollut ongelmia. Muun muassa ruuhkat, pitkät odotteluajat tulliselvityksessä sekä joskus epäkohteliaat tullivirkailijat on nähty ongelmiksi. (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2012, 11–12.)

Vuonna 2011 rajanylitysmäärä Niiralassa oli yhteensä noin 1,3 miljoonaa, joista noin 44 % oli venäläisiä (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2012, 5). Vuoden 2012 alusta lokakuun loppuun asti Niiralan rajanylitysaseman kautta rajanylittäneiden määrä on jo 1 244 257 henkilöä eli kasvua edellisvuoteen verrattuna on ollut noin 17 %. Edellä mainittuun rajanylitysten määrään on laskettu sekä suomalaisten että venäläisten rajanylitykset. (Rajavartiolaitos 2012b.)

Kysely venäläismatkailijoille Niiralassa 2011 -tutkimuksen (2012) mukaan venäläiset, jotka tulevat Niiralan rajanylitysaseman kautta Suomeen, tulevat suurimaksi osaksi Joensuuhun lomalleen. Joensuun mainitsi 60 % tutkimukseen osallistuneista matkakohteekseen. Niiralan kautta kuljetaan lomalle myös muualle Suomeen, muun muassa Helsinkiin, Lappeenrantaan ja Tampereelle. Esimerkiksi 24 % kyselyyn vastanneista mainitsi Helsingin pääasialliseksi matkakohteekseen. (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2012.)

Venäläiset matkailijat tuovat paljon rahaa Pohjois-Karjalaan. Jo pelkästään tax-free myynti vuonna 2011 oli Joensuussa noin 9,6 miljoonaa euroa ja kasvua edellisvuoteen verrattuna oli 67 %. Rahaa venäläiset käyttävät paljon ostoksiin sekä lomaillessaan majoitukseen, ravintola- ja ohjelmapalveluihin. (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2012.)

### **4.3 Matkailuattraktioita Pohjois-Karjalan alueella**

Pohjois-Karjalassa on suhteellisen laaja valikoima hyvinvointimatkailukohteita, jotka ovat esimerkiksi Nurmeksessa Sokos Hotel Bomba sekä Huhmari Polvi-

järvellä (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2007). Nämä yritykset tarjoavat niin majoitusta, ravintolapalveluita kuin myös hyvinvointimatkailuun liittyviä palveluita kuten esimerkiksi kylpyläpalveluita, aktiviteetteja sekä hemmotteluhoitoja esimerkiksi hierontaa.

Luontomatkailukohteista suurin on Kolin kansallispuisto. Kolilla on tarjolla monenlaista majoitusta, aina vaatimattomasta aitta-majoituksesta hotellimajoitukseen saakka. Aktiviteetteja on tarjolla melko runsaasti, Kolilla voi käydä muun muassa laskettelemassa, hiihtämässä, moottorikelkkailemassa, lumikenkäilemässä ja ajelulla koiravaljakolla. Kolin kansallispuiston retkipoluilla matkailijat pääsevät itsekseen tai oppaan kanssa tutustumaan pohjoiskarjalaiseen luontoon. Muita luontomatkailu- ja retkikohteita Pohjois-Karjalassa ovat esimerkiksi Lieksan ja Ilomantsin alueella sijaitseva Patvinsuo, Ruunaan Retkeilykeskus Lieksassa, Koitajoen alue Ilomantsissa sekä Kolvananuuron luonnonsuojelualue Kontiolahdella.

Pohjois-Karjalassa on myös kulttuurillisia käyntikohteita. Joensuussa sijaitsevia kulttuurikohteita ovat muun muassa Taidemuseo, Carelicum ja Taitokortteli. Carelicum on kulttuuri-, museo- ja matkailukeskus. Carelicumissa sijaitsee myös Karelia Expert matkailupalvelu Oy:n toimipiste ja matkailuneuvonta. (Joensuun kaupunki 2012.) Taitokortteli on matkailu-, käsityö- ja kulttuurikortteli, jossa on muun muassa käsityömyymälöitä ja kahvio (Taitokortteli 2012). Muita käyntikohteita matkailijoille on esimerkiksi Taistelijan Talo, Aarrekaupunki ja Suomen Kivikeskus. (Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2012c.) Taistelijan talo on sotahistoriallinen käyntikohde Ilomantsissa (Taistelijan talo 2009). Outokummussa sijaitseva Aarrekaupunki on matkailukohde, joka on rakennettu vanhan kaivoksen yhteyteen (Outokummun kaupunki 2012). Kivikeskus on käyntikohde, jossa on muun muassa näyttelyitä vaihtuvista aiheista, geotiedekeskus ja kivikauppoja, joista voi ostaa esimerkiksi pihakiviä tai koristekiviä (Tulikivi 2012).

Pohjois-Karjalassa järjestetään myös isoja tapahtumia, joihin tulee vieraita muilta paikkakunnilta tai jopa ulkomailta asti. Isoimpiin musiikkitapahtumiin lukeutuu Joensuussa järjestettävä Ilosaarirock sekä Lieksan Vaskiviikot. Pienempiä musiikkitapahtumia ovat muun muassa Supasoul Fest sekä Osuuskaupparock.

Pohjois-Karjalan alueen suurin urheilutapahtuma on Kontiolahdella järjestettävät ampumahiihdon maailman cup. Kolilla järjestettävä Vaarojen Maraton lukeutuu pienempiin urheilutapahtumiin Pohjois-Karjalassa.

#### **4.4 Pohjois-Karjalan matkailun heikkoudet ja vahvuudet**

Pohjois-Karjalan matkailustrategian 2007–2013 (2007) mukaan Pohjois-Karjalan matkailullisia heikkouksia ovat volyymin pienuus matkailullisissa tunnusluvuissa; matkailuyrityksiä ja ympärivuotisia vuodepaikkoja on liian vähän, matkailuala ei työllistä tarpeeksi sekä liikevaihtoa ja majoitusvuorokausia pitäisi olla enemmän. Vuodepaikkojen vertailussa esimerkiksi Saariselällä on arviolta 11 000 vuodepaikkaa kun taas Joensuun seudulla on vain hieman yli 4 000.

Vahvuudet Pohjois-Karjalassa perustuvat hyvin pitkälti luontoon, maaseutuun ja karjalaiseen kulttuuriin. Pohjois-Karjalassa tunnetuimpia luontokohteita on Koli ja sen kansallispuisto ulkoilureitteineen ja kansallismaisemineen. Karjalainen kulttuuri näkyy sekä ihmisissä että ruuissa, jotka ovat saaneet vaikutteita myös Venäjän puolelta. Ihmiset ovat yleisesti ottaen lämminhenkisiä ja vieraanvaraisia. (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2007.)

Mielestämme Pohjois-Karjalassa on tarjolla venäläisnuorille monenlaista tekemistä lomansa aikana. Kesällä Joensuussa järjestettävät erilaiset musiikkitapahtumat voivat houkutella nuoria liikkeelle, esimerkiksi Ilosaarirock ja Popkatu. Joensuussa on myös hyviä ostosmahdollisuuksia nuorille useiden kauppakeskusten ja urheiluliikkeiden ansiosta. Joensuun kauppakeskuksia ovat muun muassa Iso Myy, Sokos ja Metropol. Urheiluliikkeistä mainittakoon Intersport ja Sportia-Settu. Varsinkin Kolilla on talvella tarjolla monenlaisia aktiviteetteja, jotka kiinnostavat myös nuorempia venäläismatkailijoita. Kolilla voi muun muassa lasketella ja käydä ratsastamassa, moottorikelkkailemassa, lumikenkäilemässä ja huskysafarilla.

Vaikka Pohjois-Karjalassa on aktiviteetteja ja muuta tekemistä matkailijoille, heikkouksiakin löytyy. Vapaa-ajan aktiviteetit ja muut palvelut ovat laajalla alu-



eella, joten niiden löytäminen saattaa olla hankalaa ja välimatkat ovat usein pitkiä. Kuopion ja Tahkon läheisyyden takia, edellä mainitut kohteet voidaan nähdä kilpailijoina Joensuun ja Kolin alueelle. Tahko tarjoaa enemmän aktiviteetteja lomailijoille ja Kuopiossa on hieman laajempi palveluvalikoima. Toisaalta Pohjois-Karjala on lähempänä rajaa, joten sen näkisimme vahvuutena verrattuna Pohjois-Savon alueeseen.

## **5 Venäläiset matkailijat Suomessa**

### **5.1 Venäläismatkailijat**

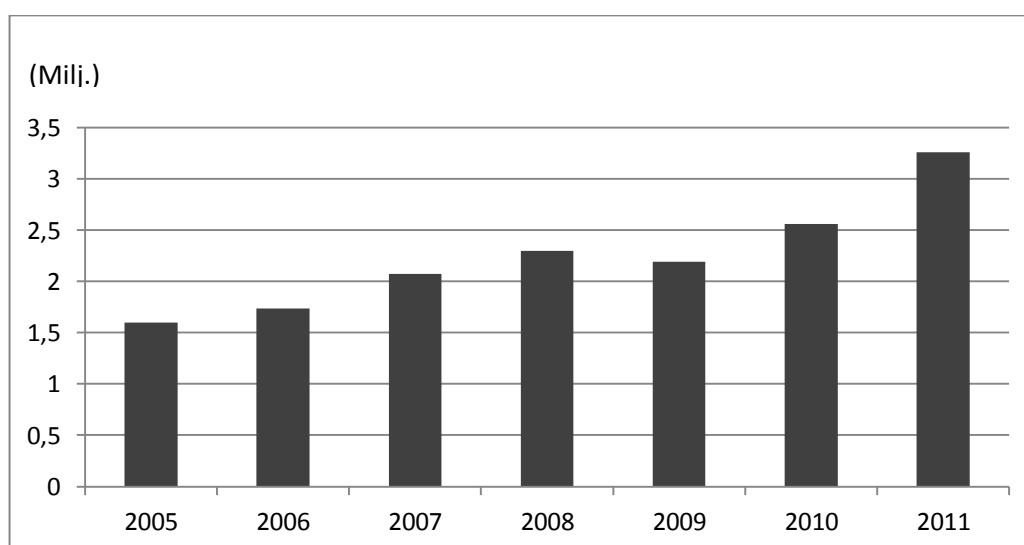
Rajahaastattelututkimuksen mukaan suurinta venäläistä asiakaskuntaa Suomessa ovat vapaa-ajan matkustajat, jotka haluavat harrastaa paljon erilaisia aktiviteetteja. He matkustavat Suomeen perheen tai pienryhmän kanssa, joka koostuu sukulaisista tai tutuista. Nämä perheet haluavat harrastaa lomallaan ja esimerkiksi laskettelu ja kalastus sekä ostoksilla ja kylpylässä käynti ovat suosittuja. Venäläiset matkailijat pitävät usein korkeatasoisesta majoituksesta. Hotelli, mökki ja sukulaisen luona yöpyminen ovat suosituimmat majoitusmuodot. (Matkailun edistämiskeskus 2011a.) He ovat usein keskituloisia tai keskimäärin paremmin ansaitsevia henkilöitä (Tutkimus- ja analysointikeskus 2010). Uusimman rajahaastattelututkimuksen mukaan he käyttävät keskimäärin 263 euroa matkallaan henkeä kohden, eli päivää kohden noin 111 euroa (Fast, Hafeez & Saarenmaa 2012). Venäläiset ovat Suomen matkallaan keskimäärin yhdestä kolmeen päivää (Matkailun edistämiskeskus 2011a).

Toinen suuri potentiaalinen venäläinen asiakaskunta ovat ostosmatkailijat. Venäläisistä matkustajista 67 % on päivämattkustajia. Venäläisille yksi suurimmista syistä tulla Suomeen ovat ostokset. (Matkailun edistämiskeskus 2011a.) He ostavat täältä muun muassa elintarvikkeita, vaatteita, jalkineita, taloustavaroita ja urheiluvaatteita (Tutkimus- ja analysointikeskus 2010).

Vuonna 2011 ulkomaalaiset turistit ostivat tavaroita tai palveluita yhteensä noin 2,2 miljardilla eurolla. Edellä mainitusta rahasummasta venäläisten osuus on 39 %. Toiseksi eniten rahaa Suomessa kuluttivat saksalaiset matkailijat, vain 7 % kokonaissummasta oli heidän kuluttamiaan rahoja. (Fast, Hafeez & Saarenmaa 2012.) Tästä tilastotiedosta näkee, kuinka suuri merkitys venäläisillä matkailijoilla on Suomeen ja kuinka suuri osuus Suomen matkailutuloista tulee juurikin venäläisiltä.

## 5.2 Venäläismatkailijoiden merkitys

Vuonna 2006 Venäjältä tulleita matkailijoita oli 1,7 miljoonaa (kuvio 1). Seuraavana vuonna rikottiin jo kahden miljoonan matkailijan raja. Vuonna 2010 venäläisten matkailijoiden määrä nousi hyvin paljon eli 17 % edellisvuoteen verrattuna. Yhteensä Venäjältä matkustajia tuli Suomeen 2,6 miljoonaa vuonna 2010. Ainoa notkahdus alaspäin venäläismatkailijoiden määrässä on vuonna 2009, jolloin todennäköisesti lama vaikutti matkustamiseen. (Krzywachi, Tanskanen & Viitaniemi 2011, 47.) Venäläisten matkailijoiden määrä nousi edelleen vuonna 2011, jolloin heitä kävi Suomessa noin 3,2 miljoonaa henkilöä (Fast, Hafeez & Saarenmaa 2012, 6).



Kuvio 1. Venäläisten matkailijoiden määrän kehitys vuosina 2005–2011 (Fast, Hafeez & Saarenmaa 2012, 47).

Venäläismatkailijoiden määrä on ollut nousussa jo pitkään, joten tulevaisuudessakin matkailijoiden määrä tulee nousemaan entisestään (Krzywachi, Tanskanen & Viitaniemi 2011, 47). Uusimpien tutkimustulosten valossa venäläismatkailijoiden määrä on nousussa, sillä vuoden 2011 aikana Suomeen tuli yhteensä 3,3 miljoonaa venäläistä matkailijaa. Venäläisten tuomat matkailutulot olivat 1,1 miljardia euroa, mikä tarkoittaa sitä, että kasvua oli vuoteen 2010 verrattuna 53 %. (Tilastokeskus 2012a.)

Helmikuussa 2012 majoitusliikkeissä yöpymisiä oli Suomessa 1 449 120. Venäläisiä yöpyneistä oli 78 817. Venäläisten yöpymisien määrä nousi 31,6 %. (Tilastokeskus 2012b.) Pohjois-Karjalan alueella venäläismatkailijoiden yöpymisien määrä on kasvanut 52,3 % vuosien 2011–2012 aikana. Mukaan otettu aikaväli on tammikuusta 2011 aina tammikuuhun 2012. Tammikuussa 2011 venäläisyöpymisiä oli hieman yli 10 000, kun taas vuonna 2012 tammikuussa yöpymisiä oli jo 15 675. (Tilastokeskus 2012c.) Edellä mainituista tilastotiedoista näkee, että venäläismatkailijoiden yöpymisten määrä on noussut Pohjois-Karjalan alueella enemmän kuin Suomessa keskimäärin.

### **5.3 Lähtöalueet ja kohdealueet**

Venäläiset tekevät paljon ulkomaanmatkoja vuosittain. Suomi on yksi suosituimmista matkakohteista venäläisten keskuudessa. Ainoastaan Turkki, Egypti ja Kiina ovat suositumpia. (Matkailun edistämiskeskus 2011b.) Suomen alueista suosituimpia ovat Helsingin seutu, Itä-Suomi ja Turun seutu. Lappi on listalla vasta viidentenä. (Kurjenoja 2011.) Venäläisten tekemistä kulttuurimatkoista 17 % suuntautuu Suomeen. Kuitenkin Suomen edelle tässä vertailussa menevät Ukraina, Valko-Venäjä ja Turkki. Ukraina on selvästi edellä muita, sillä jopa 36 % venäläisten tekemistä kulttuurimatkoista kohdistuu Ukrainaan. (Matkailun edistämiskeskus 2010, 7.)

Suomeen tulee eniten venäläisiä matkustajia Pietarin seudulta. Pietarista on lyhyt matka Suomeen, varsinkin pääkaupunkiin ja Itä-Suomeen. Nopea Allegro-juna helpottaa venäläisten matkailijoiden saapumista Helsinkiin. Kynnystä vä-

hentää myös viisumin helppo saanti, erityisesti rajanläheisyydessä asuvat venäläiset saavat helpommin viisumin Suomeen kuin muualle Eurooppaan. (Pesonen & Pietarinen 2007, 32–33.) Seuraaviksi eniten matkailijoita tulee Moskovan ja Viipurin alueilta. Vuonna 2010 Pietarin alueelta tuli 1 737 174 matkustajaa ja Moskovan alueelta 147 876 matkustajaa. (Tutkimus- ja analysointikeskus 2010.) Myös Murmanskin seudulta ja Karjalasta tulee myös matkailijoita Suomeen (Frolov 2011).

## **6 Matkustusmotiivit**

### **6.1 Ostokset**

Suurin syy venäläisillä tulla Suomeen on ostoksilla käynti. Lähes 70 prosenttia venäläisistä matkailijoista haluaa tulla Suomeen ostoksille. Seuraaviksi tärkeimmät syyt ovat kylpylät, mökkilomat ja laskettelu, hiihto ja lumilautailu. Kylpylöiden takia Venäjältä tulee 64 % asiakkaista, mökkeilyn takia 56 % ja lasketteluun, hiihtoon ja lumilautailuun takia 37 %. Venäläisten suosima kalastus tulee viidennellä sijalla. (Nurkka 2009.)

Venäläiset käyttävät paljon rahaa ostoksiin matkansa aikana. Venäläiset arvostavat suomalaisten kauppojen tuotteiden ja palveluiden monipuolisuutta, laatua ja turvallisuutta sekä kauppojen venäjänkielistä ja henkilökohtaista palvelua. Tuttu tuotemerkki ja uutuustuotteet ovat myös venäläisten mieleen. Tuotteen hinnalla sen sijaan ei ole niin isoa merkitystä venäläiselle matkailijalle. (Plykina 2011, 59–64.) Ostosten teko alennusmyynneissä myös kiinnostaa paljon (Frolov 2011). Hinta-laatusuhteeseen venäläiset eivät kuitenkaan ole aina aivan tyytyväisiä. He ovat odottaneet alemmaa hintaa tietyille tuotteille tai palvelulle, esimerkiksi majoitukselle. (Kurjenoja 2011).

Suomessa jotkin tuotteet ovat halvempia kuin Venäjällä, koska täällä ostosta-pahtumassa ei ole niin montaa välikättä kuin Venäjällä. Venäläiset ostavat tava-

roita Suomesta, koska täällä voi olla varma siitä, että tuote on laadukas ja aito sekä hinta-laatusuhde on oikea. Tax-free-ostomahdollisuus houkuttelee myös tekemään ostoksia Suomen puolella. (Frolov 2011.) Kuitenkin, vaikka jotkut tuotteet ovat täällä halvempia kuin Venäjällä, tilanne on myös toisin päin eli jotkut tuotteet ovat Venäjällä halvempia kuin Suomessa.

Venäläismatkailijoiden kuluttama rahamäärä on kasvanut joka vuosi. Vuonna 2008 venäläiset käyttivät Suomessa 595 miljoonaa euroa. (Tilastokeskus 2009.) Vuonna 2010 venäläisten matkailijoiden kulutus nousi jo 653 miljoonaan euroon (Frolov 2011). Kokonaisuudessaan venäläiset käyttivät vuoden 2011 aikana rahaa Suomessa tavaroihin ja palveluihin ynnä muuhun yhteensä 858,5 miljoonaa euroa (Fast, Hafeez & Saarenmaa 2012).

## **6.2 Aktiviteetit ja kulttuuri**

Venäläiset matkailijat arvostavat ja ovat kiinnostuneita Suomen luonnosta ja sen puhtaudesta. Venäläisiä kiinnostavat usein kaikki uusi ja uudet kulttuurit. Suomen luotettavuus ja turvallisuus ovat myös syitä tulla Suomeen. (Lappalainen 2011.)

Suurin osa venäläisistä tulee Suomeen vapaa-ajanmatkalle, joten he hakevat Suomesta erilaisia aktiviteetteja ja kylpylöitä. Itä-Suomi on yksi suosituimmista alueista, minne venäläiset tulevat (Matkailun edistämiskeskus 2010). Monille venäläismatkailijoille lomalla on tärkeää, että pääsee tekemään eri asioita ja olemaan aktiivinen (Pesonen & Pietarinen 2007, 34). Täältä Itä-Suomesta löytyy venäläisten kaipaamia vapaa-ajan aktiviteettimahdollisuuksia. Suosituimpiin aktiviteetteihin kuuluu muun muassa laskettelu, luontoretket, moottorikelkkailu ja kalastus. (Frolov 2011.)

Matkailun edistämiskeskuksen ”Kiinnostaako Suomi kulttuurimatkailukohteena” -tutkimuksen mukaan venäläiset käyvät Suomen matkoilla erityisen paljon erilaisissa kulttuurikohteissa. Tutkimuksessa oli mukana venäläisiä, isobritannialaisia, ranskalaisia, saksalaisia ja ruotsalaisia. (Matkailun edistämiskeskus



heyhteisön kesken eikä tunteitakaan peitellä, vaan ne ilmaistaan suoraan ja melko voimakkaasti. Venäläisten seurallisuus näkyy myös heidän lomavietto-tavassa, he ovat hyvin usein liikkeellä isolla porukalla, johon kuuluu perheen lisäksi myös ehkä jokunen ystävä. Venäläisten suuripiirteisyys näkyy muun muassa heidän aikakäsityksessään, eli sovitut ajat esimerkiksi tapaamisille eivät pidä aivan paikkansa, vaan venäläinen saattaa saapua sovittuihin tapaamisiin hieman myöhässä. (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 4–5.)

Tyypillisesti perhe on venäläisille hyvin tärkeä ja läheinen. Perhe antaa tukea ja turvaa elämään monella tapaa. Perheen kesken puhutaan avoimesti eri asioista ja perhe myös tuo taloudellista turvaa sekä apua arkisissa asioissa, kuten esimerkiksi lastenhoidossa. Perheen merkityksen tärkeyttä korostaa myös se, että lomalle lähdetään perheen kesken ja lapselle annetaan toinen nimi isän mukaan. Venäläisissä perheissä saattaa olla vain yksi lapsi, mutta joskus samaan talouteen eli samaan perheeseen voi kuulua useampi sukupolvi sekä tätejä ja setiä, joten perhekoot voivat olla isojakin. (Anttonen & Miettinen 2006, 26, 45.)

## **7.2 Puhuttelu ja puhetapa**

Venäjällä puhetahti on kiivas ja sanottavaa asiaa korostetaan runsaasti sekä elein että ilmein. Myös koskettamalla keskustelukumppania esimerkiksi olkapäähän korostetaan omaa sanomaa positiivisessa mielessä. Keskusteltaessa venäläiset ovat hyvin lähellä toisiaan. Puhe-etäisyys saattaa olla alle 30 senttimetriä, ja tähän tottumattomia ihmisiä saattaa alkaa ahdistamaan liiallinen läheisyys vieraiden ihmisten kanssa. (Buuri & Ratschinsky 2000, 36–40)

Venäläisillä on etunimille deminutiivimuotoja eli niin sanottuja puhuttelunimiä, joita käytetään tuttavapiirissä hyvin usein, esimerkiksi Svetlana voi olla Sveta tai Jekaterina voi olla Katja. (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 74–75). Mikäli venäläistä puhutellaan näillä puhuttelunimillä, voidaan sinutella, muuten teitittely on yleinen ja kohtelias tapa puhutella kaikkia ihmisiä. Teititellessä käytetään usein etunimi-isännimi -yhdistelmää. Lapsille annetaan aina etunimen lisäksi toinen nimi isän mukaan, pojille –vitsh- ja tytöille –vna- päätteillä, esimerkiksi Aleksandrovitsh

(Aleksanterin poika) tai Aleksandrovna (Aleksanterin tytär). (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 8–9.)

### 7.3 Vieraanvaraisuus, juhlat ja venäläinen keittiö

Venäläiseen kulttuuriin kuuluu vieraiden kestitseminen tilanteessa kuin tilanteessa. Vieraanvaraisuus on merkittävä osa venäläistä kulttuuria, ruokaa ja juomaa on runsaasti tarjolla vieraan saapuessa kylään. (Buuri & Ratschinsk 2000.) Mikäli venäläiset antavat toisille lahjan, heillä on aina antaa vastalahja, koska se kuuluu heidän kulttuuriin käytäntöihinsä. (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 6.)

Venäläiset juhlivat paljon erinäisiä merkkipäiviä. Juhliin kuuluu paljon hyvää syömistä ja juomista. Yksi tärkeimmistä juhlista osuu uudenvuoden seudulle. Tammikuun 7. päivä venäläiset viettävät joulua vanhan juliaanisen kalenterin mukaan. Uudenvuoden aikaan venäläisillä on pitkä talviloma. (Opetushallitus 2012.) Muita tärkeimpiä juhlia ovat muun muassa naistenpäivä, pääsiäinen ja syntymäpäivät (Niemi 2010). Naistenpäivä on uudenvuoden jälkeen yksi juhlituimmista juhlista. Kuten muutkin juhlapäivät, myös naistenpäivä on yleinen vapaapäivä. Kukat ovat olennainen osa juhlapäivää, naisia onnittelaa runsain mitoin ja heille tehdään palveluksia, esimerkiksi miehet ostavat kukkia tai tekevät kotitöitä. (MTV MEDIA 2011.)

Venäläinen keittiö on laaja-alainen, koska Venäjä on iso valtio ja sen keittiö on saanut vaikutteita sekä idästä että lännestä päin (Hämäläinen, Isotalo & Mäkinen, 30–31). Eurooppalaisia vaikutteita venäläiseen keittiöön on tullut jo 1700-luvulla, jolloin korkea-arvoisemmilla ihmisillä oli tapana tuoda muun muassa raaka-aineita esimerkiksi Ranskasta Venäjälle. Näin ranskalainen ja venäläinen keittiö sulautuivat osittain yhteen ja syntyi uusia, erilaisia ruokalajeja, muun muassa Kiovan kana. (Ruokatieto Yhdistys Ry 2012.)

Makeat ja suolaiset piirakat ja piiraat kuuluvat vahvasti venäläiseen keittiöön. (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 26). Muita tyypillisiä venäläisiä ruokia ovat blinit,



stroganof ja keitot, esimerkiksi borssikeitto (Wosseno Oy 2012). Käytetyimpiä raaka-aineita ovat maitotuotteet, sienet, kalat, vihannekset ja juurekset (Kesko 2012). Venäläiseen ateriaan kuuluu yleisesti alkuruoaksi keitto ja leipää, pääruoaksi uunissa valmistettu liharuoka ja jälkiruoaksi on teetä ja makeaa syömistä, esimerkiksi hedelmäsalaattia tai marjakiisseliä. (Suomi-Venäjä-Seura 2005, 26–29.)

Venäjällä teetä juodaan paljon enemmän kuin kahvia ja se onkin merkittävä osa Venäjän tapakulttuuria. Tee on usein mustaa ja voimakasta ja se makeutetaan hillolla tai hunajalla. (Saine-Laitinen 2011.) Perinteisesti teetä keitetään samo-vaarilla. Pientä syömistä on usein tarjolla, mutta joskus teen juonti muuttuu ruokailuksi, koska venäläiset kestitsevät niin hyvin vieraitaan. (Lerkki & Lindholm 2008.)

## **8 Menetelmälliset valinnat**

### **8.1 Laadullinen tutkimusote opinnäytetyössä**

Käytimme opinnäytetyössä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja haastattelu-  
muotona oli teemahaastattelu, koska näin saimme henkilökohtaisten haastatte-  
lujen avulla enemmän tietoa tutkimuskohteesta kuin mitä lomakekyselyn avulla  
olisimme saaneet. Esimerkiksi se, miten haastateltavat henkilöt kokivat tai ym-  
märsivät Venäjä-osaamisen eri tavalla, tuli paremmin esiin teemahaastattelun  
avulla kuin strukturoidun lomakekyselyn. Opinnäytetyömme tarkoituksena oli  
selvittää Venäjä-osaamisen tilaa ja matkailuyritysten kykyä vastaanottaa venä-  
läisiä asiakkaita Pohjois-Karjalassa.

Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän perustana on todellisen elämän kuvaami-  
nen. Tutkimuksen aineistoa hankitaan luonnollisissa ja todellisissa haastatteluti-  
lanteissa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161, 164.) Kvalitatiivisen tutki-  
muksen avulla selvitetään esimerkiksi tutkimuskohteen käyttäytymistä ja pää-

töksiä (Heikkilä 2008, 16). Aineiston hankinnassa käytetään tyypillisesti laadullisia metodeja, joissa haastateltavan ääni pääsee esille. Kvalitatiiviseen tutkimukseen voidaan kerätä aineistoa muun muassa teemahaastattelun, osallistuvan havainnoinnin ja ryhmäkeskustelun avulla. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

Laadullisessa tutkimuksessa ihmisiltä kerätään tietoa tutkimuskohteesta (Hirsjärvi ym. 2009, 164). Opinnäytetyössämme tutkimuskohteena olivat pohjoiskarjalaiset matkailualan yritykset. Haastateltavia yrityksiä olivat hotelli Cumulus Joensuu, Sokos Hotel Bomba, Maatilamatkailu Jänisvaara, Karelia Expert Matkailupalvelu Oy, Pohjois-Karjalan Kauppakamari, Pohjois-Karjalan ELY-keskus ja eräs nimeltä mainitsematon pohjoiskarjalainen matkailupalveluiden tuottaja. Näitä yrityksiä haastatteleamalla pyrimme selvittämään matkailuyritysten valmiuksista vastaanottaa venäläisiä asiakkaita. Tyypillisesti laadullisessa tutkimuksessa tutkittava joukko on pieni, jolloin tutkimusjoukkoa pystytään tutkimaan perusteellisesti (Heikkilä 2008, 16). Koska haastateltavia on vähän, pystymme perehtymään haastattelutuloksiin hyvin ja saamaan haastateltavalta syvällisempää tietoa. Haastateltavat yritykset valitsimme oman harkintamme mukaan. Valitsimme tutkimukseen mukaan yrityksiä, joilla tiesimme olevan venäläisasiakkaita sekä pyrimme saamaan samankaltaisia yrityksiä haastateltavaksi kuin Savonia-ammattikorkeakoulun opiskelijoiden tekemässä opinnäytetyössä.

## **8.2 Teemahaastattelu**

Tutkimuksen toteutimme teemahaastatteluina. Teemahaastatteluiden avulla selvitämme matkailutoimialan yritysten valmiuksia ja edellytyksiä vastaanottaa venäläisiä matkailijoita Pohjois-Karjalassa. Tyypillisesti teemahaastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat tiedossa, mutta haastattelukysymysten tarkka muoto ja järjestys voivat vaihdella (Hirsjärvi ym. 2009, 208). Ennen haastatteluja meillä oli jokaiseen teemaan mietittyjä apukysymyksiä, jotta saimme varmasti kaiken haluamme tiedon ja ettei tulisi haastattelijasta johtuvia taukoja.

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, koska aihepiirit ja teema-alueet ovat kaikille haastateltaville samat (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48).

Haastattelumuoto on yhdenmukaisen lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto (Hirsjärvi ym. 2009, 208). Teemahaastattelu etenee tyypillisesti keskeisten teemojen varassa, jolloin haastatteliija vapautuu osittain tutkijan näkökulmasta ja haastateltavan oma ääni pääsee esille (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48). Teemahaastattelu sopi hyvin opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi, koska näin saimme enemmän yrityksien mielipiteitä venäläismatkailijoista. Keskustelun on usein helpompi ilmaista asioita kuin kirjoittamalla esimerkiksi kyselylomakkeeseen.

Teemahaastattelut teimme suurimmaksi osaksi yrityksissä. Kysyimme haastateltavilta ennen haastattelun alkua saammeko nauhoittaa haastattelun ja onko haastateltavalla mitään sitä vastaan, että nauhoitukset säilytetään sekä saako yrityksen nimen mainita opinnäytetyössä. Haastattelua tehdessä apuna käytettiin etukäteen laadittua teemalistaa. Kävimme teemat läpi ennen haastattelua haastateltavan kanssa. Kysyttäessä haastateltavilta kysymyksiä annoimme heidän vastata rauhassa kysymykseen, ennen kuin esitimme seuraavan kysymyksen. Saatoimme esittää kysymykset eri järjestyksessä kuin mitä ne olivat mukamme olleissa tukipapereissa.

Niina Laitinen ja Sari Käyhkö (2012) Savonia-ammattikorkeakoulusta tekivät samanaiheisen opinnäytetyön, jossa alueena oli Pohjois-Savo. Käytimme töissämme osittain samoja haastatteluteemoja, jotta töiden tuloksia voidaan vertailla keskenään. Haastatteluteemoja ovat Venäjä-osaaminen ja sen nykytila, kehitys ja tulevaisuus sekä matkailupalveluiden laatu Pohjois-Karjalassa ja Pohjois-Savossa.

### **8.3 Reliabiliteetti ja validiteetti**

Kaikissa tutkimuksissa on tärkeää arvioida luotettavuutta, jotta vältettäisiin virheiden syntymistä. Luotettavuutta voidaan arvioida muun muassa erilaisilla tutkimus- ja mittaustavoilla. Reliabiliteetti ja validiteetti ovat tutkimuksen arviointiin liittyviä käsitteitä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 216.) Käsitteet reliabiliteetti ja validiteetti ovat peräisin kvantitatiivisesta tutkimuksesta. Molempia käsitteitä

käytetään, kun puhutaan mittaamisesta. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 185–186.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on erilaisia tulkintoja reliabiliteettista ja validiteettista kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa (Hirsjärvi ym. 2004, 217).

Luotettavuus tulee esille laadullisessa tutkimuksessa, kun tutkija kertoo tarkasti tutkimuksen toteuttamisesta. Tutkimuksen aineiston keräämisestä, kuten olosuhteista ja paikoista, on kerrottava selvästi ja totuudenmukaisesti. Haastattelututkimuksessa on tärkeää kertoa myös mahdolliset häiriötekijät, haastatteluun käytetty aika sekä mahdolliset virhetulkinnat haastattelun aikana. (Hirsjärvi ym. 2004, 217.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa reliabiliteetti-käsite tulee esille aineiston laatua koskevissa asioissa, esimerkiksi kuinka luotettavan analyysin tutkija on tehnyt haastattelumateriaalista. Vaikutelma luotettavuudesta syntyy kun kaikki tutkimusaineisto on otettu huomioon, tiedot on litteroitu oikein ja tulokset pohjautuvat tutkittavien ajatusmaailmaan. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 189.) Tutkimuksessa luotettavuutta lisäävät esimerkiksi haastateltavan suorat lainaukset (Hirsjärvi ym. 2004, 218). Työmme luotettavuutta lisäsi muun muassa haastattelukysymykset, jotka olivat suurimmaksi osaksi samat kaikille haastateltaville, jolloin kaikkien haastateltavien kanssa tuli käytyä samat asiat läpi. Kerromme myös, miten olemme keränneet opinnäytetyömme aineiston ja käytämme haastateltavien suoria lainauksia.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa validius voidaan todeta muun muassa haastattelun tietoja vertailemalla muihin tietolähteistä saatuihin tietoihin tai osoittamalla vastaavuus haastateltavan ja haastattelijan tulkintojen välillä (Hirsjärvi & Hurme 2001, 189). Opinnäytetyössämme haastattelimme matkailualan yritysten edustajia. Teimme haastattelukysymykset huolellisesti ja harkiten, jotta saisimme luotettavia vastauksia kysymyksiimme. Tuloksia tarkastelimme suhteessa Pohjois-Savon opinnäytetyöhön, mikä tuo työhömmme validiutta lisää.

#### **8.4 Haastattelemamme yritykset**

Matkailupalveluiden tuottajista haastattelimme neljää eri matkailualan yritystä. Valitsimme Sokos Hotel Bomban, Cumulus hotelli Joensuun, Maatilamatkailu

Jänisvaaran ja erään pohjoiskarjalaisen matkailupalvelun tuottajan haastateltavien joukkoon. Haastattelimme osittain samanlaisia matkailualan yrityksiä kuin Käyhkö ja Laitinen. Haastattelemiamme samankaltaisia matkailuyrityksiä olivat Sokos Hotel Bomba, Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus, Pohjois-Karjalan Kauppakamari sekä Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. Sokos Hotel Bomban valitsimme, koska se on matkailuyritys, jonka kansainvälinen asiakaskunta koostuu suurimmaksi osaksi venäläismatkailijoista. Savonialaisten vastaava kylpylähotelli oli Rauhalhti. Cumulus Joensuuta haastattelimme, koska halusimme saada Joensuun keskustassa toimivan majoitusliikkeen. Haastattelimme myös Maatilamatkailu Jänisvaaraa, koska halusimme saada opinnäytetyhömme mukaan yhden yrityksen Kolin alueelta, koska Koli on matkailullisesti tärkeä alue Pohjois-Karjalassa.

Markkinoinnin ja myynnin alalta pääsimme haastattelemaan Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n edustajaa. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy on koko Pohjois-Karjalan kattava matkailun alueorganisaatio, joka hoitaa muun muassa Pohjois-Karjalan matkailumarkkinointia, aluekehitystä ja matkailupalveluiden myyntiä. (Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2011.)

Toimintaedellytysten luojien ja tukijoiden joukosta haastattelimme Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusta ja Pohjois-Karjalan Kauppakamaria. Edellä mainitut organisaatiot valikoituivat haastateltaviksi, koska he edustavat parhaiten toimintaedellytysten luojia ja tukijoita Joensuun seudulla. Halusimme mahdollisimman monelta erilaiselta taholta mielipiteitä venäläismatkailuun, jotta saisimme laajan käsityksen Venäjä-osaamisesta.

## **8.5 Aineiston keruu**

Haastattelukysymyksissä käsitelimme Venäjä-osaamista kielen, tapakulttuurin, asiakaspalvelun sekä liiketoiminnan kannalta. Otimme yhteentoista pohjoiskarjalaiseen matkailualan yritykseen yhteyttä sähköpostitse ja kaksi viikkoa sen jälkeen soitimme yrityksiin tiedustellaksemme heidän halukkuutta osallistua

haastatteluun. Osa yrityksistä ei ollut kiinnostuneita osallistumaan ja he eivät nähneet aiheen tarpeellisuutta tai ei ollut aikaa haastattelulle.

Haastattelut teimme 4.6.–14.6.2012 välisenä aikana Joensuussa, Nurmeksessa ja Kolilla. Haastattelimme matkailupalveluyrityksiä yksilöhaastatteluna. Haastattelut teimme matkailuyrityksissä vieraillemalla tai sopimalla yrityksen edustajan kanssa sopivan tapaamispaikan. Haastattelut teimme yhdessä siten, että toinen haastatteli ja toinen teki muistiinpanoja samanaikaisesti. Haastattelut kestivät noin 20–30 minuuttia. Haastattelussa käytimme apuna nauhuria, jotta vastausten tarkistaminen onnistui helposti myös myöhemmin. Lisäksi tärkeimmät asiat kirjasimme haastattelun aikana paperille. Litteroimme vastaukset haastattelun jälkeen. Haastattelun alussa kysyimme haastateltavalta, saammeko mainita yrityksen nimen opinnäytetyössä. Suurin osa yrityksistä oli sitä mieltä, että yrityksen nimen saa mainita opinnäytetyössä ja haastattelumateriaalin sai säilyttää. Haastatteluista saamamme aineiston käsitellemme luottamuksellisesti.

## **9 Haastattelutulokset**

### **9.1 Venäjä-osaaminen**

Ensimmäisenä teemana haastatteluissa oli Venäjä-osaaminen, joten kysyimme mitä yritysten mielestä Venäjä-osaaminen on. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n edustajan mukaan tärkeintä Venäjä-osaamista oli markkinointi Venäjän suuntaan venäläisellä tavalla, esimerkiksi esitteet ovat kirkkaanvärisiä. Toisena tärkeänä kohtana Venäjä-osaamisessa nousi esille sähköinen puoli eli haku-koneoptimoinnit ja sosiaalinen media. Myös kulttuurin ymmärtämistä ja kielitaitoa pidettiin tärkeänä. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n edustajan mukaan Venäjä-osaamisen tärkeys on yhdeksän asteikolla 4–10. Haastateltavan mielestä Venäjä-osaamista tarvitaan palvelualoilla, kuten esimerkiksi matkailualalla, kauppaliikkeissä, käyntikohteissa ja kylpylöissä. Haastateltavan mielestä Venäjä-osaaminen on:

Se on aika laaja käsite, mutta niin kun ihan perusasiana tietysti, jo siitä kulttuurin ymmärtämisestä, erilaisesta kulttuurista, puhutaan venäläiselle niin kuin venäläisellä tavalla, tehdään esitteet venäläisille suunnatusti elikkä ne on vähän erityyppisiä, kuin meidän suomalaisten esitteet. Esimerkiksi tämmöinen uusiopaperi, tämmöiset mitä me arvostetaan, niin siellä pitää todella olla sitten kirkkaita värejä ja kiiltävät paperit ja todella ihan erityyppisesti mainonnassa. (Haastattelu 3.)

Tutkimukseemme osallistui neljä matkailupalveluita tuottavaa yritystä, jotka olivat Maatilamatkailu Jänisvaara Koliilta, Cumulus Joensuusta, Sokos Hotel Bomba Nurmeksesta ja nimeltä mainitsematon Yritys X. Kolme neljästä vastaajasta nimesi kielitaidon, kulttuurin ja tapojen ymmärtämisen tärkeimmiksi osiksi Venäjä-osaamista. Henkilökohtaiset suhteet Venäjälle, myyntiosaaminen ja keinot tavoittaa venäläiset tulivat myös esille vastauksissa.

”Venäjällä suhteet on edelleen äärettömän suuressa merkityksessä” (Haastattelu 6).

”-- jo venäläisen asiakkaan tapa toimia on hieman erilainen kuin.... Jo pelkää sen tietäminen, että mitkä ne on tai millä tavalla siihen asiakkaaseen pitää suhtautua, se vaikuttaa jo paljon.” (Haastattelu 2.)

Matkailupalveluita tuottavien yritysten haastatteluissa tuli ilmi, että Venäjä-osaamista pidetään tärkeänä. Pyysimme haastateltavia antamaan Venäjä-osaamisen tärkeydelle arvosanan asteikolta 4–10. Sekä Bomban että Cumulusen edustajat antoivat arvosanaksi 10, Jänisvaaran edustaja piti Venäjä-osaamisen tärkeyttä kahdeksana ja Yritys X:n työntekijä yhdeksänä. Haastattelujen perusteella Venäjä-osaamista tarvitaan myös matkailupalveluiden tuottajien mukaan palveluammateissa päivittäin muun muassa kauppa- ja majoitusliikkeissä. Vastauksissa kertautuivat myös jo edellä mainitut venäläisen kulttuurintunteminen ja venäläisten tavoittaminen.

”Venäjä-osaaminen ihan samalla tavalla kuin muittenkin kansallisuuksien osaaminen niin on kyllä 10” (Haastattelu 7).

Pohjois-Karjalan Kauppakamarilla on ollut monia Venäjään liittyviä hankkeita. Pohjois-Karjalan ELY-keskus tukee sekä neuvoo suomalaisia pieniä ja keskisuuria yrityksiä muun muassa tarjoamalla yrityksille rajoitusta, koulutus-, neuvonta- ja kehittämispalveluja. (Pohjois-Karjalan ELY-keskus 2012) Venäjä-osaaminen oli molempien mielestä venäläisen kulttuurin ymmärtämistä ja talouden tuntemista sekä toisen mielestä venäjyhteistyötä. Haastatteluissa nousivat esille myös kielitaito, maan ja asukkaiden toimintatapojen tunteminen. Haastattavat kiteyttivät Venäjä-osaamisen näin:

Venäjä-osaaminen on varmaan niin kuin pohjimmiltaan kulttuurin ymmärtämistä. Milläläillä Venäjä ja venäläiset toimivat. Mitkä arvot, mitkä menettelytavat, minkälaiset käsitykset maailmasta venäläisillä on ja se tietämys. Minun mielestäni mukaan lukien kielitaito ja mukaan lukien tällaiset ihan fakta tiedot: kuinka monta yritystä, kuinka monta asukasta ja niin edelleen. Missä on keskeiset kaupungit ja niin edelleen. (Haastattelu 5.)

” -- Sehän pitää sit sisällään tietysti hyvin paljon sitä venäjän olojen tuntemusta ja venäjän talouden tuntemusta ja venäjän yritysmaailman tuntemusta, kulttuuria” (Haastattelu 4).

Molemmissa haastatteluissa tuli esille, että Venäjä-osaaminen on hyvin tärkeää. Asteikolla 4–10 Venäjä-osaaminen oli Kauppakamarin mukaan yhdeksän ja Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen mukaan kymmenen. Venäjä-osaamista tarvitaan muun muassa ELY-keskuksen edustajan mielestä elinkeinoelämän kehittämisessä ja Kauppakamarin edustajan mielestä liiketoiminnassa ja venäläisten tuntemisessa.

## 9.2 Venäläismatkailu Pohjois-Karjalassa

Toisena teemana oli venäläismatkailu Pohjois-Karjalassa. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n työntekijää haastateltaessa nousi esille, että venäläismatkailijat ovat isoin ja kasvava asiakasryhmä eri palvelualoilla, joten se merkitsee Pohjois-Karjalan yrityksille rahaa. Edellä mainittuun yritykseen venäläisasiakkaat tulevat suurimmaksi osaksi Pietarista ja Moskovasta sekä jonkun verran Petroskoin suunnalta.



Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:llä on ollut jo pitkällä aikavälillä venäläisiä asiakkaita ja yrityksessä on varauduttu palvelemaan venäläisiä asiakkaita siten, että on palkattu Venäjällä syntynyt työntekijä, joka pystyy palvelemaan äidinkiellään venäläisiä asiakkaita ja ylläpitämään Internet-sivuja. Lisäksi osa työntekijöistä osaa puhua venäjää tai opettelee venäjän kielen alkeita. Kysyimme Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n haastateltavalta hänen omia kokemuksia venäläismatkailijoista. Ongelmia on ollut yleensä sesonkiaikana, kuten uutena vuotena kun asiakkaat jättävät siivoamatta lähtiessään tai jos jotain on rikottu majoitustiloista.

-- Että, asiakkaat jättää tuota siivoamatta lähtiessään elikkä niin kuin tää, joskus on jopa särjetty jotain, et just tämä että missä kunnossa mökki luovutetaan kun sieltä lähdetään. Vaikka tuo loppusiivous sisältyisi tai se niin kuin tilataan siihen mukaan, mut silti on tiettyjä työasioita, et ei se saa olla ihan siinä, et aloitetaan sieltä seinien maalauksesta seuraaville asiakkaille, et tämä on ja kun silloin on paljon asiakkaita. (Haastattelu 3.)

Sekä Jänisvaaraan että Yritys X:ään venäläiset matkailijat tulevat suurimmaksi osaksi Pietarista, kun taas Bomban suurin venäläisasiakasryhmä ovat moskovalaiset. Cumulukseen venäläisiä asiakkaita tulee Petroskoista. Myös muita rajan läheisyydessä sijaitsevia kaupunkeja tuli haastatteluissa ilmi, kuten esimerkiksi Viipuri.

Jänisvaaraan, Cumulukseen, Bomballe ja Yritys X:ään tulevia venäläisasiakkaita on varauduttu palvelemaan monella eri tapaa. Venäjän kielen osaamista tulisi olla kaikkien haastateltavien mielestä enemmän, jotta venäläismatkailijoita voisi palvella paremmin. Kaksi yritystä neljästä mainitsi heiltä löytyvän venäjänkielisiä materiaaleja, joista venäläisasiakkaat saavat tietoa muun muassa alueen palveluista. Haastatteluista kävi myös ilmi, että Venäjälle suuntautuva markkinointi pyritään pitämään sellaisen käsissä, kuka osaa hyvin venäjää. Jänisvaaran edustaja mainitsi myös heidän rakentaneen isoja mökkejä ajatellen venäläisiä matkailijoita, koska venäläiset tulevat usein lomalle perheineen ja ystävineen, joten he tarvitsevat tilavia mökkejä.

Kokemukset venäläismatkailijoista ovat matkailupalveluiden tuottajien keskuudessa pääasiassa positiivisia. Haastatteluista käy kuitenkin ilmi, että myös yksittäisiä negatiivisia kokemuksia löytyy. Ongelmatilanteita venäläisten kanssa syntyy useimmiten kielimuurin takia. Kahdessa haastattelussa tuli ilmi, että kaiken tulee toimia ja lupauksen pitää, jotta venäläiset matkailijat ovat tyytyväisiä lomansa. Esimerkiksi venäläiset matkailijat saattavat kokea jopa hyvinkin negatiivisena asiana sen, että mökissä on lamppu palanut valaisimesta. Yhdessä haastattelussa korostuu venäläisten lomien aktiivisuus. Suurista kaupungeista tulevat venäläiset pystyvät muutaman päivän ajan nauttimaan lomailusta ja kii-reettömyydestä, mutta tämän jälkeen tekemistä on löydyttävä. Venäläiset matkailijat ovat usein maksukykyisiä ja he käyttävät paljon palveluita sekä ostavat usein paljon tavaraa lomansa aikana.

”Hirmu kivoja, parhaimpia asiakkaita” (Haastattelu 1).

”--että lähes poikkeuksetta venäläiset on ensin tietyllä tavalla varautuneita, mutta sitten kun heidän kanssaan on vähän aikaa toiminut ja ollu niin heistä voi tulla tämmösiä ns. uusia ystäviä” (Haastattelu 2).

”Et se pari päivää menee ihan hyvin, mut sen jälkeen se alkaa se hektisyys, joka venäläisillä on tapana niiku sanoin että kaikki potenssiin 10. Ja sit tarvii olla sitä tekemistä--.” (Haastattelu 6.)

Haastatelluista toimintaedellytysten luojista molemmat vastasivat venäläismatkailulla olevan hyvin suuri merkitys Pohjois-Karjalalle. Kauppakamarin edustajan mukaan venäläisten muulla matkailulla, kuten ostoksilla on suurempi merkitys kuin itse matkailulla. ELY-keskuksen edustajan mukaan venäläismatkailijat ovat merkittävä tulonlähde. Yksi haastateltavista kiteytti sen näin:

Matkailu on tärkeä Pohjois-Karjalalle ja venäläisten matkailijoiden osuus siinä on niin kun leijonan osassa, että sen hyödyntäminen on meille suuri haaste ja myös sitten tietenkin niin kun muu osa tästä venäläisestä matkailuvirrasta Niiralan raja-asema ja kaupankäynnin hyödyntäminen siellä raja-alueella niin nehen on merkittäviä tulon lähteitä. (Haastattelu 5.)

Kysyttäessä venäläisasiakkaiden määrää, Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen edustaja vastasi, ettei heillä ole ollenkaan venäläisiä asiakkaita. Pohjois-Karjalan Kauppakamarin työntekijä vastasi yrityksessä olevan jonkin verran venäläisiä asiakkaita. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen palvelu kohdistuu Suomen kansalaisille, yrityksellä ei ole suoraa kanssakäymistä, mutta toimi välikätenä TE-toimiston ja maahanmuuttajien kanssa. Pohjois-Karjalan Kauppakamari tekee hankkeiden kautta yhteistyötä ja palvelee oman kontaktiverkoston puitteissa sekä koettavat auttaa asiakkaita, jotka ovat ottaneet suoraan yhteyttä organisaatioon. Omat kokemukset venäläismatkailijoista olivat Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne ja ympäristökeskuksen edustajalla vähäisiä. Kauppakamarin työntekijä vastasi, että he ovat melko helppoja asiakkaita, vaativat korkeaa laatua, mutta maksavat mielellään palvelusta. Ongelmina venäläisten kanssa voivat olla kielimuuri ja kulttuurierot.

### 9.3 Venäjä-osaamisen nykytila

Kolmantena teemana oli Venäjä-osaamisen nykytila. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n työntekijän mukaan Venäjä-osaamisen tila matkailuelinkeinossa on parantunut valtavasti siitä, mitä se on ollut aikaisemmin. Parannettavaa on kuitenkin edelleen. Myös Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n Venäjä-osaamisen tila on parantunut viime vuosina, muun muassa venäjänkielisen henkilön palkkaaminen on parantanut sitä. Yrityksen kehittämisen kohteena olisi sosiaalisen median käyttöönotto, johon resurssit eivät ole kuitenkaan riittäneet. Matkailuelinkeinon Venäjä-osaamisen tila on haastateltavan mielestä:

” -- Tällä hetkellä, no kouluarvoasteikolla 4–10, niin varmaan seitsemän puoli tai kahdeksan” (Haastattelu 3).

Kysyttäessä, mitä Venäjä-osaamisesta yrityksestä puuttuu, Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n edustajan mukaan sosiaalisen median palvelut ovat tärkeä kehityskohta. Taloudellinen merkitys oli haastateltavan mielestä erittäin suuri eri palvelualoille, niin matkailualalle, kuin muulle kaupalle ja huoltoasemille. Tärkeimmiksi markkinointikanaviksi nousi sosiaalinen media ja muita markkinointi-

kanavia oli televisiomainonta, matkanjärjestäjien välinen yhteistyö, messut ja esitteet.

Matkailupalveluiden tuottajilta kysyttiin myös Venäjä-osaamisen tilaa tällä hetkellä omassa yrityksessään. Kolmessa neljästä yrityksestä Venäjä-osaaminen on hyvällä tasolla ja yhdellä kohtalaisella tasolla. Kuitenkin, vaikka Venäjä-osaaminen on yrityksissä hyvällä tasolla, on luonnollista, että henkilökohtaisia eroja löytyy osaamistasoissa. Venäjä-osaamista kehitetään myös kokoajan, muun muassa opiskelemalla venäjän kieltä. Markkinoinnin parantaminen mainittiin kolmessa neljästä haastatteluista osa-alueeksi, jota tulisi parantaa Venäjä-osaamisessa. Tarkemmin sanottuna markkinointiin Venäjän suuntaan pitäisi panostaa sekä yhteistyötä Pohjois-Karjalan yhteisestä matkailumarkkinoinnista vastaavan tahon kanssa tulisi parantaa. Kahdessa yrityksestä neljästä mainitsi venäjänkielen paremman osaamisen kehityskohdaksi. Kulttuurin tuntemusta painotti Bomban edustaja.

”Et tota, mut se on joka tapauksessa myyntiä ei koskaan oo liikaa, kielitaitoa ei oo koskaan liikaa, edelleen heidän sitä kulttuurin tuntemusta ei oo koskaan liikaa, että vahvistamalla vaan” (Haastattelu 6).

Se on tietysti hirmu harmi, että tämä tää meidän Karelia Expert toimii niinkuin tämmöisenä päämarkkinoijana, et se yhteistyö on ihan nollassa. Et ne ei ollenkaan tue yksityisiä yrityksiä, vaan pelkästään niitä omaa myyntiään, koska ne on samanlainen yritys kun mekin, et he myy, heidän tulos on siitä kiinni. (Haastattelu 1.)

Venäläismatkailijoiden taloudellisen merkityksen tärkeys tuli esille kaikissa matkailupalveluita tuottavien yritysten haastatteluissa. Venäläismatkailijoita pidetään tietynlaisena tukena ja turvana, eikä venäläisiä turisteja pystytä korvaamaan osassa paikoissa mitenkään. Venäläiset myös tasoittavat kausivaihteluita matkailuyrityksissä, muun muassa uudenvuoden seutuna venäläismatkailijat täyttävät majoituspaikat.

”Et jos meiltä lähtis kokonaan venäjärühmät pois nii ei me paikattas millään suomalaisilla sitä uuden vuoden seutuu” (Haastattelu 6).

”--että venäläisten sesonki on eri aikaan kuin suomalaisten lomakaudet ja silloin se poistaa näitä ns. hiljaisia hetkiä” (Haastattelu 2).

Venäläismatkailijoiden tavoittaminen oikeita kanavia pitkin on tärkeää. Kaksi matkailupalveluiden tuottajaa oli sitä mieltä, että Internet on paras keino tavoittaa heidät. Yritysten omat nettisivut, varauskanavat ja sähköposti olivat yleisimmät keinot, joilla venäläisiä tavoitetaan. Yritys X:n edustaja mainitsi parhaimmiksi tavoittamiskeinoiksi perinteiset messut ja niiden kautta luodut kontaktit matkailuyrityksiin. Henkilökohtaisilla suhteilla luodut kontaktit eri operaattoreihin Venäjällä nousivat tässä kohtaa Bomban parhaisiin keinoihin saada venäläismatkailijoita. Puskaradio mainittiin myös ohimennen keinona saavuttaa Venäjältä saapuvia matkailijoita, koska venäläisten keskuudessa muiden suosituksilla on merkitystä lomakohteen valintaan.

Ja sitten se on vielä paljon sitä, että mennään paljon ns. puskaradion kautta, että kun jollakulla on hyvä kokemus Suomesta tai jostakin suomalaisesta paikasta niin se kertoo sen ystävilleen ja ne ystävät tulee kyllä kans tänne (Haastattelu 2).

Toimintaedellytysten luojilta kysyttäessä matkailuelinkeinon Venäjä-osaamisen nykytilasta, haastateltavista molemmat olivat sitä mieltä, että yritysten välillä on paljon eroja ja parannettavaa on yleisellä tasolla, kuten palveluiden laadussa, kielitaidossa ja sähköisessä markkinoinnissa. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen edustaja mainitsi, että Pohjois-Karjalassa on vielä sotien jälkeistä asenteellisuutta laajemman Venäjä-osaamisen hankintaan, kuten paremman kielitaidon. Organisaatioiden Venäjä-osaamisen tämän hetkisestä tilasta kysyttäessä molemmat vastasivat sen olevan kohtalainen ja resurssikysymys.

” -- Että sitä on, mutta liian harvojen käsissä ja semmoinen isompi kokonaisvaltainen näkemys ehkä meiltä puuttuu” (Haastattelu 5).

Pohjois-Karjalan Kauppakamarin edustaja oli sitä mieltä, että Kauppakamarilta puuttuu resursseja tehdä sitä työtä. Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen edustajan mielestä yrityksessä pitäisi lisätä kielitaitoa sekä tapakulttuurin ja elinkeinoelämän tuntemista. Haastateltavista molemmat olivat sitä mieltä, että venäläismatkailijoiden taloudellinen merkitys Pohjois-Karjalalle

on suuri. Venäläismatkailijat ovat ulkomaalaisista ja yksittäisistä matkailuryhmis-  
tä suurin ryhmä.

#### 9.4 Matkailupalveluiden laatu Pohjois-Karjalassa

Neljäntenä teemana oli matkailupalveluiden laatu Pohjois-Karjalassa. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n työntekijän mukaan venäläiset odottavat korkeata-  
soista majoitusta. Majoitustiloilta vaaditaan tilavuutta, ovellisia makuuhuoneita,  
isommissa majoitustiloissa pitäisi olla useampi kuin yksi wc ja suihku. Haasta-  
teltavan mielestä riittävän laadukasta majoitusta on tänä päivänä Pohjois-  
Karjalassa ja kapasiteettia on sopivasti ympärivuotisessa käytössä, mutta se-  
sonkiaikana kysyntää on enemmän kuin tarjontaa.

Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n työntekijän mukaan venäläisasiakkaat  
odottavat korkeaa laatua, jossa palvelun pitää pelata, jos he maksavat tietystä  
tasosta ja palvelusta. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n edustajan mukaan  
luksusmatkailun tulevaisuus Pohjois-Karjalassa on osittain venäläismatkailijoi-  
den varassa, mutta ei yksistään. Venäläiset on kasvava asiakasryhmä, mutta ei  
voida jäädä yhden asiakasryhmän varaan, jos sattuukin esimerkiksi taloudelli-  
nen kriisi, niin ollaan ongelmassa. Haastateltavan mielestä turvallisuudella on  
suuri merkitys venäläismatkailijoille ja Suomi koetaan hyvin turvalliseksi koh-  
teeksi.

”-- Venäjällähän jos on mökkikiinteistöjä ja lomamökkejä, niin ne on kor-  
keasti aidattuja. Hyvä, ettei vartijat oo palkattu ympärivuorokautisesti  
sinne, niin kuin varjelemaan omaisuutta, että erittäin tärkeä asia.”  
(Haastattelu 3).

Matkailupalveluita tuottavien yritysten edustajien mielestä venäläiset odottavat  
matkallaan yleisesti ottaen hyvää laatua kaikessa, esimerkiksi majoituksen on  
oltava sitä, mitä on luvattu. Venäläiset haluavat myös majoituksen olevan laa-  
dukasta ja korkeatasoista. Kuitenkin kaksi haastateltavista mainitsi, että nyky-  
ään osa venäläisistä tyytyy myös niin sanottuun perusvarusteltuun majoituk-  
seen, että ei tarvitse välttämättä olla luksusmajoitusta. Kaikkien yrityksien edus-  
tajat olivat sitä mieltä, että Pohjois-Karjalassa löytyy yleisesti ottaen riittävästi

tarpeeksi laadukasta majoitusta venäläismatkailijoille, kuitenkin Yritys X:n ja Bomban edustajien haastattelussa sanottiin kapasiteetin loppuvan sesonkiaikaan. Hiljaisempien aikojen ja sesonkien välinen ero majoituskapasiteetin kyyntäessä aiheuttaa ongelmia, koska majoituspaikkoja ei haluta joutua pitämään tyhjiillään hiljaisena aikana, mutta toisaalta haluttaisiin kuitenkin tarjota sesonkina kaikille asiakkaille heidän haluamaa majoitusta.

”Et kaikki se mitä luvataan, pitää toimia ja ne pitää toimia täysin. Sen ei tarvii välttämättä olla ihan sitä parasta luksusta, mut jos se asia toimii, niin palvelu kuin ihan tällöinen konkreettinen asia.” (Haastattelu 2.)

”Ja tuota, mutta yhä enemmän alkaa kuitenkin myös olla semmosta, jotka tyytyy nyt siihen perusvarusteluun luonnon keskellä et ehkä semmonen suurin ökyily nytte ohi siinä Venäjän markkinoissa” (Haastattelu 6).

”--onko siinä mitää järkeä, että parin viikon takia on niin paljon sitä kapasiteettia, joka on sit muun ajan tyhjiillää?” (Haastattelu 2).

Matkailupalveluiden tuottajista kaksi oli sitä mieltä, että Pohjois-Karjalassa ei ole ollenkaan luksusmatkailua. Yhden yrityksen edustaja oli sitä mieltä, että luksus on lisä kaikkeen muuhun palvelutarjontaan ja kävijöitä varmasti olisi, mutta kuitenkin vähäisesti. Bomban edustaja sanoi luksusmatkailun tulevaisuuden olevan liian isojen investointien takana, että sellaisia suomalaisia rakennuttajia tuskin löytyy, jotka siihen uskaltaisivat tai pystyisivät lähtemään sijoittamaan.

--eikä heillä ole väliäkään, et he voi harrastaa semmosia niiku 10 miljoonan lomakylä tai mökkikylä, tai 20 miljoonan. Mut suomalaiset, on se nyt yritystaustaa, et yksittäiset ihmiset, jos yksittäiset ihmiset kenellä on pistää semmosii rahasummia nii he ei halua matkailuun sijoittaa, että on huomattavasti varmempia keinoja saada ne rahat kantamaan ku matkailu, et saatas sellasta tasoa, et kyllä ne on enemmän venäjän puolen rakennuttajia, jotka pystyy sellasia tekemään et ei tänne esimerkiksi löydy luksusmatkailu tai sellasta mökkivarustajaa, joka alkas semmosta tekemään, koska ne sesongit on niin lyhyitä Suomen kesästä. (Haastattelu 6.)

Sekä Jänisvaaran, Yritys X:n ja Bomban edustajat kokevat, että turvallisuudella on merkitystä venäläisille matkailijoille. Cumuluksen edustaja ei ole huomannut

turvallisuuden vaikuttavan venäläismatkailijoihin, vaikkakin yrityksen edustaja uskoo, että venäläisille se on selvää, että Suomessa on yleisesti ottaen turvallisempaa kuin esimerkiksi Pietarissa. Turvallisuuden tunnetta luo myös se, että yrityksiensä puolelta annetut lupaukset pitävät ja hinnat ovat sitä, mitä on sovittu.

”Eli se tuo heille sitä turvallisuutta siihen matkustamiseen eli jos he vaikka sähköpostin kautta sopii mökkivuokrauksen, niin he voivat luottaa siihen, että siellä oikeesti on se mökki olemassa” (Haastattelu 2).

Myös toimintaedellytysten luojien mukaan venäläiset odottavat laadukasta majoitusta. Kauppakamarin ja ELY-keskuksen edustajat olivat sitä mieltä, että kapasiteettia on kohtalaisesti, mutta laadukkaampaa majoitusta ei ole vielä tarpeeksi. Molempien yritysten haastatteluissa tuli ilmi, että venäläiset odottavat korkeaa laatua. Toinen haastateltavista kommentoi venäläismatkailijoiden laatu odotuksista näin:

-- He on itse asiassa yllättävänkin niin kun laatu tietoisia ja kun he lähtee ulkomaille he haluaa niin kuin nauttia täysin rinnoin ja täysin sieluin, et odotukset varmaan on ehkä suuremmat, kuin mitä esimerkiksi tällöinen keskitasoinen maatilamajoitus pystyis tarjoamaan (Haastattelu 5).

Kauppakamarin ja ELY-keskuksen edustajat olivat sitä mieltä, että luksusmatkailu on venäläisten varassa. Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen edustajan mielestä luksusmatkailulla on tulevaisuutta, mutta se ei ole suuri volyymituote. ELY-keskuksen työntekijän mielestä luksuserämaamatkailu voisi olla kiinnostava yhdistelmä Pohjois-Karjalassa.

-- No ehkä tää erämaamatkailu, luksuserämaamatkailu voisi olla kiinnostava yhdistelmä. Se ei ehkä oo volyyymi tuote, mutta tietyllä tavalla voisivat kuvitella esimerkiksi jos ajatellaan, että varakkaita ihmisiä menee Afrikkaan safarille, jossa on tuota niin tarjotaan pehmeät vuoteet siellä teltoissa ja on tuota niin tarjoilijoita huolehtimasta ruuasta. Niin olisiko sitten tällöiseen mahdollisuutta Suomessa. Se olisi ihan mielenkiintoista kattoo. (Haastattelu 5.)

Sekä ELY-keskuksen ja Kauppakamarin edustajat olivat sitä mieltä, että turvallisuudella on suuri merkitys venäläismatkailijoille. Haastatteluissa nousi esille,



että venäläiset matkailijat arvostavat puhdasta ja siistiä maata, rauhallista elämäntyyliä, kohteena täällä on vähemmän varkaita ja on turvallinen poliittisessakin mielessä. Toinen haastateltava totesi venäläismatkailijoiden turvallisuuden merkityksestä seuraavasti:

No kaikissa venäläismatkailijoille tehdyissä kyselyissä nii pääpointit on aina ollu rauhallinen, vakaa olotila täällä eli tää meidän rauhallinen elämän tyyli ja turvallisuus on aina ollu aina kärki vitosessa joka ikisessä että tota on sillä iso merkitys ja kun se tavallaan tulee niiku luonnostaan, et meillä tää elämänrytmi on tämmönen nii se vaan tulee sieltä (Haastattelu 4).

## 9.5 Venäjä-osaamisen kehitys ja tulevaisuus

Viidentenä teemana käsittelimme Venäjä-osaamisen kehitystä ja tulevaisuutta. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n edustajan mukaan sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa on yksi kehityskohta. Toisena kehityskohtana mainittiin, että yritykseen tulisi palkata lisää venäjän kielen taitoisia henkilöitä, jotta pystytään ajan tasalla ja mukana yhteistyökumppaneitten koulutuksissa ja seminaareissa. Haastateltava kertoi, että viimeisten vuosien aikana on menty paljon eteenpäin, kun on tullut muun muassa sähköiset varausjärjestelmät ja keskusvaraamot. Kehitys tulee jatkumaan vielä esimerkiksi yhteistyönä naapurimaakuntien kanssa matkailullisesti sähköisessä mediassa matkailu portaaleina eli haastateltava näkee isomman Itä-Suomi kuvion.

Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n työntekijän mukaan kalastusmatkailussa olisi kehittämistä Pohjois-Karjalassa, koska venäläiset miehet pitävät kalastamisesta. Voisi kehittää esimerkiksi opastetun venäjänkielisen kalastuspaketin, jonka tulisi olla myös helposti myytävä. Myös muita ohjelmapalveluja tulisi olla lisää venäjänkielisillä opaspalveluilla, jotka olisivat myös helposti myytäviä, esimerkiksi tuotteen pystyisi ostamaan Internetistä. Tiedustelimme myös mitä palveluita pitäisi olla lisää, jotta venäläismatkailijat yöpyisivät useammin Suomen puolella. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n haastattelussa nousi esille jo edellä mainittu kalastuspaketti sekä kulttuuripalvelut, jotka olisivat venäjänkielisellä opastuksella. Haastateltava kiteytti sen näin:

”No tuossa äsken tuli se yksi iso juttu kalastuspaketit. Sehän on ihan tilastoitu, että venäläismiehistä yli 90 prosenttia harrastaa kalastusta, jos heiltä itseltään kysytään.” (Haastattelu 3.)

” -- Kulttuuripalveluita, jos niin kuin opastukset saadaan venäjän kielellä. Museoissa jos olisi kyltit venäjänkielellä. Kaikilla tällaisilla yksinkertaisillakin toimenpiteillä.” (Haastattelu 3.)

Kolmen matkailupalveluiden tuottajan mielestä tulevaisuudessa Venäjä-osaamisessa tulisi kehittää markkinointia. Bomban ja Cumuluksen edustajat puolestaan painottaisivat myös kielitaidon ja kulttuurintuntemuksen kehittämistä eniten. Yhdessä haastattelussa tuli esiin myös muuttuviin myyntikanaviin reagointi. Se, että osaa markkinoida itseään oikeilla kanavilla ja keinoilla on tärkeää myös tulevaisuudessa.

”No kyllähän meidän on vahvistettava sitä kokoajan ja oltava varpaillaan niiku sanoin et se on niin merkittävä osuus tällä hetkellä nii hölmöjähän me ei olla jos ei panostettas siihen.” (Haastattelu 6)

Kysyimme, millaisena matkailupalveluita tuottavien yritysten edustajat näkevät Venäjä-osaamisen 10 vuoden päästä yrityksessään, johon jokaisen vastauksessa tuli ilmi, että kielitaitoa tulisi olla enemmän. Kielitaito kehittyy osittain luonnollisesti tekemisen kautta ja samalla Venäjä-osaaminenkin vahvistuu. Jänisvaaran edustaja mainitsi 10 vuoden tavoitteeksi, että yrityksessä olisi laajempaa tarjontaa suunnattuna venäläismatkailijoille. Olisi tarjota majoituksen lisäksi jonkinlainen ohjelmalvelu, joka olisi suunniteltu juuri venäläisasiakkaiden tarpeita varten.

Venäläismatkailijoille tulisi kehittää jo olemassa olevaa palvelutarjontaa sekä luoda jotain uutta. Matkailupalveluiden tuottajista kaksi haastateltavaa neljästä haluaisi, että venäläismatkailijoille olisi enemmän tarjolla palveluita, varsinkin ohjelmalveluita. Bomban haastattelussa esitettiin konkreettisenä esimerkkinä porotilavierailun ohjelmalveluna venäläisasiakkaille. Tähän ohjelmalveluun

voisi kuulua esimerkiksi kuljetukset, makkaranpaistoa, poroajelu ja lettukahvit. Venäläisiä kiinnostavat Bomban edustajan kokemuksen mukaan myös vauhti ja kaikki luontoon liittyvä, kuten esimerkiksi kalastus, marjastus, sienestys ja eläimet. Kolin alueella jo olemassa olevat ohjelmapalvelut tulisi olla paremmin löydettävissä sekä niitä tulisi mainostaa paremmin ja näkyvämmiin. Seudulla tulisi olla paremmat opasteet, jotta matkailijat, ja varsinkin venäläiset matkailijat, löytäisivät haluamansa ohjelmapalvelut paremmin.

Koska Kolin alue on niin laaja, täällä ei tavallaan asiakas löydä niiku sitä paikkaa mistä se vois ensinnäki saaha sen imputin, et lähempä vaikka koiravaljakolle.-- Se pitäis tuoda niiku enempi niiku visuaalisesti täällä Kolin alueella, että täällä ja täällä on. (Haastattelu 1)

Venäläiset käyvät Suomessa myös päivämatkoilla, joten kysyimme yrityksiltä, kuinka olisi mahdollista saada myös nämä päivämatkaajat jäämään Suomen puolelle yön yli. Kolmessa haastattelussa neljästä vastauksena tuli vapaa-ajan aktiviteettien lisääminen, esimerkiksi kylpylä tai vesipuisto. Kuitenkin Jänisvaaran edustaja toi ilmi, että ensin tulisi tehdä venäläisille suunnattu kysely siitä, mikä saisi heidät oikeasti jäämään yön yli, ja sitten tehdä päätöksiä sen suhteen, mihin tulisi investoida. Yritys X:n haastattelussa tuli ilmi, että kauppoihin voisi laittaa päivittäistarjouksia tuotteisiin, joita venäläisten tiedetään ostavan. Tämän seurauksena he tulisivat herkemmin Suomeen ja jäisivät tänne yön yli. Kauppojen juhlapyhien aukioloaikoja tulisi myös miettiä venäläismatkailijoiden kannalta sekä ostosmahdollisuuksia tulisi lisätä yhden yrityksen edustajan mielestä.

Sekä Pohjois-Karjalan Kauppakamarin ja ELY-keskuksen edustajien haastattelussa tuli myös ilmi, että pitäisi olla monipuolisempaa tarjontaa, kuten esimerkiksi kasino. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen edustajan mielestä kolmen vuorokauden turistiviisumi olisi hyvä keino saada venäläismatkailijoita yöpymään Suomen puolella useammin.

Ensin tehdä se tutkimus ja sen jälkeen miettiä. Sehän on aika paljo muuttuu et ne tykkää käydä kylpylöissä ja näin näin ja näin, mut onko se sit oikeesti sitä.. Et sehän vois olla oikeesti jotain ihan muutakii, et missä siellä on tai mikä se on. (Haastattelu 1)

Pohjois-Karjalan Kauppakamarin edustaja oli sitä mieltä, että omassa organisaatiossa tarvitaan lisää resursseja ja yleistä Venäjä-osaamista. ELY-keskuksen edustajan mielestä on koottava oma osaaminen yhteen ja katsottava, missä siellä on puutteita ja kehitetään koottujen tietojen avulla osaamista. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen haastattelussa nousivat esille kehitettävänä asioina kielitaito, elinkeinoelämän edellytykset sekä ympäristönäkökulmat, kuten muun muassa se, miten pystytään suojelemaan yhdessä erämaita saasteilta. Pohjois-Karjalan Kauppakamarin ja ELY-keskuksen edustajat näkivät Venäjä-osaamisen parempana yrityksessään 10 vuoden päästä. Haastateltavien mielestä Venäjä-osaaminen kehittyi lisää kymmenen vuoden päästä muun muassa kokemuksen kautta, on tehty toimiva strategia, yhden asian hankkeista on päästy kokonaisvaltaiseen ja on saatu luotua tiivis yhteistyöverkosto muiden toimijoiden kanssa rajan molemmilla puolilla.

Pohjois-Karjalan ELY-keskus kehittäisi palvelutarjontaa projektirahoituksilla sekä organisaatioyhteistyökuvioilla ja Pohjois-Karjalan Kauppakamari vapaa-ajan aktiviteettien lisäämisellä. Ehdotuksena vapaa-ajan aktiviteettien lisäämiseksi esille nousi muun muassa kasinomaailma, hevosurheilu, johon voi liittää pelaamisen. Pohjois-Karjalan Kauppakamarin edustajan mielestä Joensuun palveluvarustus on kehittynyt viimeisen 5–10 vuoden aikana paljon, minkä ansiosta on saatu myyntiä nostettua, mutta siihen ei pidä tyytyä, vaan pitää keksiä jotain uutta.

Pohjois-Karjalan Kauppakamarin edustajan mielestä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun rooli Venäjä-osaamisessa ja Venäjä-osaamisen kehityksessä on tärkeä, koska sieltä tulee nuoria ja koulutettuja ihmisiä, joilla on luovuutta. Pohjois-Karjalan ELY-keskuksen edustajan mielestä on tärkeä rooli kehittää Venäjä-osaamista yhteistyön ja hankkeiden avulla sekä kehittää matkailuelinkeinoa tutkimustyön avulla. Haastatteluissa tuli ilmi myös elinkeinoelämän kehittäminen, jonka avulla löydettäisiin yhteistyökumppaneita ja autetaan alueen yrityksiä kehittymään ja kasvamaan. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun pitäisi vahvistaa tiivistä yhteistyötä Itä-Suomen yliopiston ja Savonia-ammattikorkeakoulun kanssa. Haastateltava kiteytti yliopiston kanssa tehtävän yhteistyön näin:

-- Koska ei oo mitään järkeä kaikkia perustaa oman keskuksensa tai eihän sillä sinällään väliä, jos siinä ei sinällään sidota rahaa johonkin niin kun fyysisiin juttuihin. Mut mä näkisin, et meillä vois olla niin kun vahva yksi keskus ja olisiko se sitten yliopisto tai ammattikorkeakoulu. (Haastattelu 5)

Edellä läpikäytyt tulokset löytyvät taulukkomuodossa liitteestä neljä, johon olemme koonneet tulokset matkailuklusterin eri osa-alueiden mukaan. Taulukkoa käytimme apuna haastattelutulosten läpikäynnissä ja vertailussa.

## 10 Yhteenveto tuloksista

Haastattelimme seitsemää matkailualan yrityksiä ja organisaatiota. Haastattelukysymykset vaihtelivat osittain eri organisaatioiden kohdalla, koska emme pitäneet oleellisena kysyä kaikkia samoja kysymyksiä matkailuklusterin eri osa-alueilta olevilta yrityksiltä.

Haastattelumme ensimmäisenä teemana oli Venäjä-osaaminen. Haastatelluista viisi seitsemästä oli sitä mieltä, että kulttuuri, tavat ja talouden ymmärtäminen ovat Venäjä-osaamista. Neljä haastateltavaa seitsemästä mainitsi, että kielitaito on myös tärkeää Venäjä-osaamisessa. Kysyttäessä haastateltavilta Venäjä-osaamisen tärkeyttä asteikolla 4–10 keskiarvona tuli 9,3. Venäjä-osaamista tarvitaan kaikkein eniten lisää venäläisen kulttuurin tuntemisessa sekä palvelualalla yleisesti.

Toisessa teemassa käsitelimme venäläismatkailua Pohjois-Karjalassa. Markkinoijien ja toimintaedellytysten luojien mukaan venäläismatkailun merkitys on suuri Pohjois-Karjalalle. Venäläisiä saapuu yrityksiin Pietarista, Moskovasta ja Petroskoista. Venäläisiä matkailijoita on varauduttu palvelemaan monilla eri tavoilla, mutta vastauksissa korostuivat kielitaidon ja venäjänkielisten materiaalien merkitys. Yleisesti ottaen venäläisistä matkailijoista on ollut positiivisia kokemuksia ja he ovat maksukykyisiä. Kielimuuri on kuitenkin aiheuttanut hieman ongelmia.

Venäjä-osaamisen tilassa on yleisellä tasolla parannettavaa matkailuelinkeinossa, mutta yritysten välillä on kuitenkin paljon eroja, jotkut yritykset ovat Venäjä-osaamisessa jopa 10 vuotta toisia edellä. Yritysten oma Venäjä-osaamisen tila on neljässä yrityksessä seitsemästä hyvä, muissa yrityksissä Venäjä-osaamisen tila on kohtalainen tai resurssikysymys. Kysyttäessä haastateltavilta puutteita yrityksen Venäjä-osaamisesta, päällimmäisenä nousivat esille kielitaito ja markkinoinnin parannus. Myös venäläisen kulttuurin tuntemusta tulisi olla lisää yrityksissä. Venäläismatkailijoiden taloudellinen merkitys Pohjois-Karjalalle on hyvin tärkeä ja suuri. Haastattelujen perusteella parhaiten venäläismatkailijoita tavoitetaan Internetin, messujen ja yritysten omien kontaktien kautta.

Venäläiset odottavat usein laadukasta ja korkeatasoista majoitusta, mutta osa heistä tyytyy perusvarusteltuun majoitukseen. Myös venäläisten matkailijoiden muut laatuodotukset ovat korkeat ja turvallisuuskin nähtiin tärkeänä. Haastateltavien mukaan Pohjois-Karjalan majoituskapasiteetti on riittävä, mutta sesonkiaikoina kapasiteettia ei ole tarpeeksi. Kysyttäessä Pohjois-Karjalan luksusmatkailun tulevaisuudesta, haastateltavat näkivät sen olevan osittain venäläismatkailijoiden varassa. Kuitenkin kahden haastateltavan mukaan Pohjois-Karjalassa ei ole luksusmatkailua ollenkaan.

Yritysten edustajien mukaan Venäjä-osaamista tarvittaisiin tulevaisuudessa lisää markkinoinnissa, kielitaidossa ja kulttuurin tuntemuksessa. Haastateltavat näkevät Venäjä-osaamisen kehittyneen omissa yrityksissään kymmenen vuoden päästä, esimerkiksi kielitaitoa ja laajempaa palvelutarjontaa olisi enemmän tulevaisuudessa. Palvelutarjonnan lisäksi ohjelmapalveluita tulisi olla enemmän ja ne tulisi olla paremmin löydettävissä. Jotta venäläismatkailijoiden viipymää Suomessa saataisiin pidennettyä, ehdotuksena oli jo mainitun palvelutarjonnan monipuolistamisen lisäksi kolmen vuorokauden turistiviisumi, kulttuuripalvelut, päivittäistarjoukset ja paremmat ostosmahdollisuudet. Pohjois-Karjalan ammatikorkeakoulun rooli nähtiin Venäjä-osaamisen kehittämisessä tärkeänä. Kehittämisideoina nähtiin yhteistyö eri tahojen kanssa, hankkeet ja tutkimukset. Tärkeänä nähtiin myös elinkeinoelämän kehittäminen. Yksi haastateltavista mainitsi

koulutettujen ja luovien nuorten tuovan erilaista näkemystä ja kehitysideoita Venäjä-osaamiseen.

## **11 Tulosten vertailu Pohjois-Karjalan ja Pohjois-Savon välillä**

Savonia-ammattikorkeakoulusta Sari Käyhkö ja Niina Laitinen tekivät samanaiheisen opinnäytetyön Pohjois-Savon Venäjä-osaamisesta. Haastattelumme pohjautuivat suurimmaksi osaksi samoihin teemoihin, joita olivat Venäjä-osaaminen, venäläismatkailu Pohjois-Savossa ja Pohjois-Karjalassa, Venäjä-osaamisen nykytila sekä kehitys ja tulevaisuus. Lisäsimme haastatteluamme vielä yhden teeman, joka oli matkailupalveluiden laatu Pohjois-Karjalassa.

Haastattelutuloksissa löytyi paljon samankaltaisuuksia alueiden välillä, mutta myös poikkeavuuksia löytyi. Molempien tuloksissa nousi esille päällimmäisenä, että venäjän kieli, kulttuurin ja maan tapojen tuntemus ovat tärkeitä Venäjä-osaamisessa. Pohjois-Savon haastattelujen tuloksissa korostui venäjänkielinen palvelu, jonka yli puolet haastatelluista mainitsi vastauksissaan. Venäjä-osaaminen todettiin molempien tuloksissa erittäin tärkeäksi.

Molemmissa haastattelutuloksissa venäläismatkailun merkitys korostui maakunnille ja taloudellista merkitystä pidettiin myös suurena, Pohjois-Savossa venäläismatkailun merkitys nähtiin suurena erityisesti kaupanalalla.

Molemmissa maakunnissa toteutetuissa haastatteluissa tuli esille, että Venäjä-osaamista on, mutta parannettavaa on vielä paljon. Yritysten päällimmäisinä puutteina ovat venäläisen tapakulttuurin liian vähäinen tuntemus, venäjän kielen vähäinen osaaminen henkilökunnan keskuudessa ja markkinointi. Pohjois-Savon haastatteluissa venäjänkielen opetuksen lisäämistä painotettiin monissa vastauksissa.

Melkein kaikkien yritysten edustajat olivat sitä mieltä, että tulevaisuudessa heillä tulee olemaan enemmän venäjän kielen taitoisia henkilöitä töissä. Pohjois-Karjalan vastauksissa painotettiin enemmän palvelutarjonnan lisäämistä venäläismatkailijoille, kun taas Pohjois-Savossa korostettiin yhteistyön merkitystä markkinoinnin onnistumisessa venäläisille.

Konkreettisina palveluina venäläisille asiakkaille mainittiin kulttuuri- ja ohjelmapalveluiden sekä luontoaktiviteettien lisääminen ja palveluiden parantaminen. Aktiviteetteja ja niiden kehittämistä painotettiin vastauksissa, koska venäläismatkailijat ovat tunnetusti lomallaan aktiivisia, esimerkiksi kalastus- ja moottorikelkkailupalveluita tulisi kehittää. Venäläismatkailijat vaativat laadukkaita tuotteita sekä palveluita ja ovat myös valmiita maksamaan saamastaan hyvästä palvelusta.

Sekä Savonian- että Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun rooli nähtiin tärkeänä Venäjä-osaamisen kehittämisessä. Molempien haastatteluissa tuli ilmi, että yhteistyötä tulisi tehdä enemmän eri tahojen kanssa, kuten esimerkiksi yritysten ja oppilaitosten kanssa. Myös hankkeiden ja projektien tärkeys korostui Venäjä-osaamisen kehittämisessä.



## 12 Pohdinta

Meidän opinnäytetyö ja Savonia-ammattikorkeakoulusta tullut opinnäytetyö antavat melko laajan kuvan siitä, millä tasolla Venäjä-osaaminen Pohjois-Karjalassa ja Pohjois-Savossa todellisuudessa on. Venäjä-osaamisesta on tehty jo vuonna 2007 opinnäytetyö nimeltä *Russkaja Ducha–Asenteet venäläiseen matkailijaan sekä venäjän kielen ja kulttuurin tuntemus Pohjois-Karjalan majoi- tus- ja ohjelmapalveluyrityksissä.* (Pesonen & Pietarinen 2007.) Opinnäyte- työmme päivitti edellä mainitun opinnäytetyön tuloksia.

Rajan läheisyyden ansiosta venäläismatkailu on kovassa suosiossa Pohjois-Karjalassa. Opinnäytetyömme antaa niin suurille toimijoille kuin myös pienem- mille yrityksille avaimet kehittää Venäjä-osaamistaan omassa toiminnassaan oikeassa kohdassa. Kehityskohdat tulivat esille haastattelutuloksien myötä.

Opinnäytetyön haastattelujen ongelmana voi olla haastatteluvastauksien luotet- tavuus. Yritykset eivät välttämättä vastaa haastattelukysymyksiin todenmukai- sesti, he saattavat kaunistella totuutta, mikäli he ovat vähääkään venäläisvas- taisia. Sosiaalisen hyväksyttävyyden periaatteen mukaiset vastaukset voivat vaikuttaa tutkimustuloksiin. Sosiaalisen hyväksyttävyyden periaatteella tarkoite- taan yleisesti hyväksyttäviä arvoja sekä mielipiteitä. Haastattelutilanteessa py- rimme olemaan mahdollisimman puolueettomia, emmekä esittäneet johdattele- via kysymyksiä. Näin pyrimme saamaan haastateltavien omat mielipiteet esiin, jotta tulokset olisivat luotettavia.

Sähköpostin välityksellä saimme vain kahdelta vastauksen haastattelupyynn- töömme. Parin viikon päästä sähköpostista soitimme yrityksiin, niin saimme so- vittua haastatteluajan, joka kävi molemmille osapuolille. Haastateltavista orga- nisaatioista ja yrityksistä suurin osa suhtautuivat hyvin haastattelupyyntöön. Muutaman yrityksen kanssa aikataulu ei meinannut sopia yhteen ja osaa ei kiinnostanut osallistua tutkimukseemme. Haastateltavista usea vastasi kysy- myksiin hyvin laajasti ja kolme hieman lyhyemmin, mutta kaikilla tuli omat mieli- piteet Venäjä-osaamisesta hyvin esille.

Koska teimme opinnäytetyömme parityönä, oli meidän tehtävä työnjakoa. Marjo perehtyi tutkimusmenetelmiin, luotettavuuteen, Venäjä-osaamiseen käsitteenä sekä ISAT:in. Noora puolestaan perehtyi venäläiseen tapakulttuuriin, venäläismatkailijoihin ja heidän matkustusmotiveihin, matkailuklusteriin sekä Pohjois-Karjalaan matkailukohteena. Haastattelut toteutimme ja analysoimme yhdessä. Myös johdannon, pohdinnan sekä tulosten vertailun teimme yhdessä. Ammatillisen kehityksen kannalta työstä on ollut ja tulee olemaan hyötyä meille. Olemme saaneet tietoa venäläismatkailijoista ja Venäjä-osaamisesta, joten voimme hyödyntää tietojamme tulevaisuudessa.

Haastateltavien antamat kouluarvosanat Venäjä-osaamisen tärkeydestä välittyivät heidän antamissaan vastauksissa. Erään yrityksen edustaja toi esiin negatiivisen asenteellisuuden venäläisiä matkailijoita kohtaan, koulutuksen ja yhteistyökuviot eri oppilaitosten kanssa, vaikka emme kysyneet näistä asioista suoraan. Suurin osa yrityksistä vastasi kysymyksiimme hyvin laajasti, ja tätä kautta saimme lisää tietoa aihealueesta.

Haastatteluissa tuli esiin monia eri kehitystarpeita liittyen matkailualan koulutukseen. Tärkeimpänä kohtana on venäjän kielen opetuksen lisääminen ja parantaminen. Haastatteluissa kaivattiin enemmän venäjän kielen taitoisia ihmisiä, joten muun muassa matkailun koulutusohjelmassa voisi olla tarjolla enemmän venäjän kielen kursseja. Venäjän kielen ja Venäjä-osaamisen kehittäminen on tärkeää jo opiskeluaikana, koska silloin luodaan pohja Venäjä-osaamiselle ja venäjän kielen taitoon. Työkokemuksen kautta kielitaitoa tulee lisää ja venäläisen kulttuurin tuntemus myös paranee, mikäli on venäläisten asiakkaiden kanssa tekemisissä.

Myös laajempaa ja näkyvämpää yhteistyötä tulisi tehdä eri oppilaitosten kesken, jotta Venäjä-osaamista saataisiin paremmin kehitettyä jo opiskeluaikana. Ehdotuksena tuli, että olisi yksi yhteinen niin sanottu Venäjä-osaamiskeskus, jossa toimisivat niin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu, Savonia-ammattikorkeakoulu ja Itä-Suomen yliopisto. ISAT edistää omalta osaltaan jo Venäjä-osaamisen kehittämistä Savonia-ammattikorkeakoulun ja Pohjois-

Karjalan ammattikorkeakoulun kanssa, mutta yhteistyö ei ole tarpeeksi näkyvää vielä, koska se ei nähtävästi ole yleisesti tiedossa.

Toimitamme opinnäytetyömme haastattelemiimme yrityksiin ja organisaatioihin ja he voivat perehtyä löytämiimme kehityskohtiin. Opinnäytetyömme tallennetaan ammattikorkeakoulujen julkaisuarkistoon Theseukseen, jossa se kaikkien halukkaiden luettavissa.

## Aineisto

- Haastattelu 1. Maatilamatkailu Jänisvaara, yrittäjä. 4.6.2012.  
 Haastattelu 2. Yritys X. 7.6.2012.  
 Haastattelu 3. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy, myyntipäällikkö. 8.6.2012.  
 Haastattelu 4. Pohjois-Karjalan Kauppakamari, yritysneuvoja. 13.6.2012.  
 Haastattelu 5. Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus, elinkei-  
 not, työvoima, osaaminen ja kulttuuri- vastuualue: johtaja.  
 13.6.2012.  
 Haastattelu 6. Sokos Hotel Bomba, hotellijohtaja. 14.6.2012.  
 Haastattelu 7. Cumulus Joensuu, hotellipäällikkö. 14.6.2012.

## Lähteet

- Anttonen, N. & Miettinen, H. Lahden ammattikorkeakoulu. Kulttuurisen kasva-  
 tuksen haasteet. <https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/11759/2006-10-26-04.pdf?sequence=1>. 7.11.2012.
- Buuri, H. & Rattschinsky, L. 2000. Suomen ja Venäjän kulttuurierot  
 ja niiden vaikutus liike-elämään. Saarijärvi. Gummerus Kirjapaino  
 Oy. 2.10.2012.
- Fast, M., Hafeez, K., Saarenmaa, K. 2012.  
 Rajahaastattelututkimus. Matkailun edistämiskeskus.  
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8daddf68c2257a1e001c95e6/\\$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8daddf68c2257a1e001c95e6/$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf). 17.10.2012.
- Frolov, S. 2011. Venäläinen asiakkaana. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökes-  
 kus. [http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/LapinE-  
 pinE-  
 LY/Tehtavatjatoiminta/projektijahankkeet/Documents/Ven%C3%A4j%C3%A4n%20kauppa/Ven%C3%A4l%C3%A4inen\\_asiakkaana.pdf](http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/LapinE-pinE-LY/Tehtavatjatoiminta/projektijahankkeet/Documents/Ven%C3%A4j%C3%A4n%20kauppa/Ven%C3%A4l%C3%A4inen_asiakkaana.pdf) 9.1.2012.
- Google Maps. 2012. Pohjois-Karjala. [http://maps.google.fi/maps?q=pohjois-  
 karja-  
 la&hl=fi&ll=60.261617,30.761719&spn=19.199569,67.631836&sll=64.892958,26.0218&sspn=16.468225,67.631836&hnear=Pohjois-  
 Karjala&t=m&z=5](http://maps.google.fi/maps?q=pohjois-karjala&hl=fi&ll=60.261617,30.761719&spn=19.199569,67.631836&sll=64.892958,26.0218&sspn=16.468225,67.631836&hnear=Pohjois-Karjala&t=m&z=5). 3.12.2012.
- HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. 2012. Matka 2020. [http://www.haaga-  
 helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/matkailu/kuvat-ja-  
 liit-  
 teet/Esimerkkej%C3%A4e%20tyoepaikoista%20restonimille%20matkailun%20liikkeenjohdon%20koulutusohjelma.pdf/view](http://www.haaga-helia.fi/fi/koulutus-ja-hakeminen/tutkintokoulutus/matkailu/kuvat-ja-liitteet/Esimerkkej%C3%A4e%20tyoepaikoista%20restonimille%20matkailun%20liikkeenjohdon%20koulutusohjelma.pdf/view) 2.4.2012.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä:  
 Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hämäläinen, M., Isotalo, K., Mäkinen, E. 2003. Maistuu hyvältä: valinnainen  
 kotitalous. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy. 10.10.2012.

- ISAT. 2010. <http://www.isat.fi/> 2.4.2012.
- ISAT. 2010a. Tutkiminen ja kehittäminen. <http://www.isat.fi/fi/isat/tutkiminenjakehittaminen> 3.4.2012.
- ISAT. 2010b. Venäjä-osaaminen. <http://www.isat.fi/fi/venajaosaaminen> 2.4.2012.
- ISAT. 2010c. ISAT- strategia. <http://www.isat.fi/images/stories/dokumentit/isat-strategia%202010-2012%2015022010.pdf> 2.4.2012.
- Joensuun kaupunki. 2012. Carelicum. <http://www.jns.fi/Resource.phx/sivut/sivut-carelicum/index.htx>. 3.12.2012.
- Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. 2011. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy [http://visitkarelia.fi/Suomeksi/Tutustu/Me\\_palvelemme.iw3](http://visitkarelia.fi/Suomeksi/Tutustu/Me_palvelemme.iw3) 2.4.2012.
- Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. 2012a. Pohjois-Karjala sultsinan kurossa. <http://www.visitkarelia.fi/fi/Tutustu/Pohjois-Karjala/Tietoa-Pohjois-Karjalasta>. 1.11.2012.
- Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. 2012b. Alueet. <http://visitkarelia.fi/fi/Tutustu/Pohjois-Karjala/Alueet>. 7.11.2012..
- Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. 2012c. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy. <http://visitkarelia.fi/fi/Tutustu/Nae--tee/Nahtavyudet-ja-kayntikohteet>. 18.10.2012.
- Kurjenoja, J. 2011. Venäläisturistit Suomessa 2011. Kaupan Liitto. [http://www.helsinkiexpert.com/files/4056/Venalaisturistit\\_Suomessa\\_2011\\_1\\_.pdf](http://www.helsinkiexpert.com/files/4056/Venalaisturistit_Suomessa_2011_1_.pdf) 5.1.2012.
- Krzywachi, J., Tanskanen, E. & Viitaniemi, E. 2011. Rajahaastattelututkimus 2010. Matkailun edistämiskeskus. [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/e5e8ca881428badec22578b0001d200a/\\$FILE/A171%20Rajahaastattelututkimus%202010.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/e5e8ca881428badec22578b0001d200a/$FILE/A171%20Rajahaastattelututkimus%202010.pdf) 3.1.2012.
- Käyhö, S. & Laitinen, N. 2012. Venäjäosaamisen nykytila ja kehitystarpeet Pohjois-Savon matkailuelinkeinossa. [http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/40841/Kayhko\\_SariLaitinen\\_Niina.pdf?sequence=1](http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/40841/Kayhko_SariLaitinen_Niina.pdf?sequence=1). 6.11.2012.
- Lappalainen, J. 2011. Matkailuyrityksen Venäjän markkinointi- Lähtökohtia ja suuntaviivoja. Savonia- ammattikorkeakoulu. [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/30725/Lappalainen\\_Juho-Pekka.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/30725/Lappalainen_Juho-Pekka.pdf?sequence=1) 9.1.2012.
- Lappeenrannan teknillinen yliopisto. 2010. Mitä se Venäjä-osaaminen oikein on. Lappeenrannan teknillinen yliopisto Pohjoisen ulottuvuuden tutkimuskeskus. <http://developmentcentre.lut.fi/artikkelit.asp?id=30>. 3.10.2012.
- Lerkki, R. & Lindholm A. 2008. Venäläinen keittiö - Русская кухня. <http://info.edu.turku.fi/most/ruokailu/keittio.htm>. 16.10.2012.
- Matkailun edistämiskeskus. 2010. Kiinnostaako Suomi kulttuurimatkailukohteena?. [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/694c023ce8d184d9c22576f00046e0ac/\\$FILE/A167%20Kiinnostaako%20Suomi%20kulttuurimatkailukohteena.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/694c023ce8d184d9c22576f00046e0ac/$FILE/A167%20Kiinnostaako%20Suomi%20kulttuurimatkailukohteena.pdf) 5.1.2012.
- Matkailun edistämiskeskus. 2011a. Venäjällä asuvat matkustajat. <http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678>

- b004e73ed/c439283caa37a49ac22571e000548e92/\$FILE/Ven%C3%A4j%C3%A4%20Russia%202010.pdf 28.12.2011.
- Matkailun edistämiskeskus. 2011b. Matkailualan uutisia Venäjältä. [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Ven%C3%A4j%C3%A4\\_uutisia?opendocument&np=C-20.30#01](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Ven%C3%A4j%C3%A4_uutisia?opendocument&np=C-20.30#01) 12.1.2012.
- Mikkola, O., Bloigu, K. & Karhunen, P. 2009. Venäjäosaamisen luonne ja merkitys kansainvälisissä suomalaisyrityksissä. Kansainvälisten markkinoiden tutkimuskeskus. <http://hsepubl.lib.hse.fi/pdf/wp/w460.pdf> 16.10.2012.
- Mustajoki, A. 2007. Yliopistojen Venäjä-yhteistyön ja Venäjä-osaamisen kehittäminen. Opetusministeriö. <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2007/liitteet/tr11.pdf?lang=fi> 17.10.2012.
- MTV MEDIA. 2011. Venäjällä naistenpäivä on vuoden kohokohta- näin sitä juhliitaan. MTV MEDIA. <http://www.mtv3.fi/matkailu/ulkomaat/artikkeli.shtml/1507406/venajalla-naistenpaiva-on-vuoden-kohokohta---nain-sita-juhlitaan>. 16.10.2012.
- Niemelä, S. 2010. Business- ja tapakulttuuri Venäjällä. Fortum. [http://www.helsinki.chamber.fi/files/4142/Business\\_ja\\_tapakulttuuri\\_Venajalla\\_Satu\\_Niemela\\_Fortum\\_22092010.pdf](http://www.helsinki.chamber.fi/files/4142/Business_ja_tapakulttuuri_Venajalla_Satu_Niemela_Fortum_22092010.pdf). 1.10.2012.
- Nurkka, P. 2009. Venäläiset matkailijat Suomessa. Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy. [http://www.google.fi/url?sa=t&rc=t=j&q=ven%C3%A4j%C3%A4iset%20matkailijat%20suomessa%20it%C3%A4-suomen%20huippukokous%202009&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2F194.251.35.2%2F%2FLiiteTiedostoNayta.asb%3FDokumenttiID%3D18868%26TauluNimi%3DTiedote%26NakymaID%3D511%26TiedoteID%3D17504&ei=zEn7TpaqGMKP4gSvp\\_iACg&usq=AFQjCNGoly-nqUsaLciwbxm-JuVBfC40A4A&sig2=h-aAPER9g-45vUE8vWOa\\_g&cad=rja](http://www.google.fi/url?sa=t&rc=t=j&q=ven%C3%A4j%C3%A4iset%20matkailijat%20suomessa%20it%C3%A4-suomen%20huippukokous%202009&source=web&cd=1&ved=0CC0QFjAA&url=http%3A%2F%2F194.251.35.2%2F%2FLiiteTiedostoNayta.asb%3FDokumenttiID%3D18868%26TauluNimi%3DTiedote%26NakymaID%3D511%26TiedoteID%3D17504&ei=zEn7TpaqGMKP4gSvp_iACg&usq=AFQjCNGoly-nqUsaLciwbxm-JuVBfC40A4A&sig2=h-aAPER9g-45vUE8vWOa_g&cad=rja) 5.1.2012.
- Opetushallitus. 2012. Nykyiset Venäjän juhlapäivät. [http://www02.oph.fi/etalukio/venaja/venaja6/hauska\\_tietaa2.htm#](http://www02.oph.fi/etalukio/venaja/venaja6/hauska_tietaa2.htm#). Opetushallitus. 16.10.2012.
- Outokummun kaupunki. 2012. Vanha Kaivos. <http://www.aarrekaupunki.fi/fi/aarteet/vanhakaivos/>. 3.12.2012.
- Pesonen, H. & Pietarinen, A. 2007. Russkaja Ducha- Asenteet venäläiseen matkailijaan sekä venäjän kielen ja kulttuurin tuntemus Pohjois-Karjalan majoitus- ja ohjelmapalveluyrityksissä. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. 5.1.2012.
- Kesko. 2012. Venäläisiä ruokia. Kesko. <http://www.pirkka.fi/artikkeli/910-venalaisia-ruokia>. 10.10.2012.
- Plykina, T. 2011. Venäläisten ostosmatkailu pääkaupunkiseudulla. Haaga- Helia ammattikorkeakoulu. [https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/36006/Plykina\\_Tanja.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/36006/Plykina_Tanja.pdf?sequence=1) 5.1.2012.
- Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. 2007. Pohjois-Karjalan matkailustrategia 2007-2013. <http://www.visitkarelia.fi/loader.aspx?id=09d61412-074e-4b5f-bd77-45da60289875>. 7.10.2012.
- Pohjois-Karjalan maakuntaliitto. 2012. Kysely venäläisille matkailijoille Niiralas

- sa 2011. [http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=mi03\\_012093705611&cmd=download](http://www.pohjois-karjala.fi/dman/Document.phx?documentId=mi03_012093705611&cmd=download). 8.11.2012.
- Pohjois-Karjalan Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2012. Yritystoiminta, teknologia ja innovaatiot. <http://www.elykeskus.fi/FI/ELYKESKUKSETPOHJOISKARJALANELY/YRITYSTOIMINTATEKNOLOGIAJAINNOVAATIOT/Sivut/default.aspx>. 3.12.2012.
- Rajavartiolaitos. 2012a. Pohjois-Karjalan rajavartiosto. Rajavartiolaitos. <http://www.raja.fi/p-kr>. 6.11.2012.
- Rajavartiolaitos. 2012b. PKR kuukausitiedote lokakuu 2012. Rajavartiolaitos. [http://www.raja.fi/p-kr/tiedotteet/1/0/pkr\\_kuukausitiedote\\_lokakuu\\_2012](http://www.raja.fi/p-kr/tiedotteet/1/0/pkr_kuukausitiedote_lokakuu_2012). 6.11.2012.
- Ruokatieto Yhdistys Ry. 2012. Venäjän keittiön perustana talonpoikien ruokakulttuuri. Ruokatieto Yhdistys Ry. [http://opetus.ruokatieto.fi/Suomeksi/Oppimateriaali/Ruokaja\\_tapakulttuuri/Ruokakulttuurit\\_naapurimaissamme/Venaja](http://opetus.ruokatieto.fi/Suomeksi/Oppimateriaali/Ruokaja_tapakulttuuri/Ruokakulttuurit_naapurimaissamme/Venaja). 16.10.2012.
- Saine-Laitinen, H. 2011. Vieraanvarainen Venäjä. <http://www.maku.fi/artikkeli/vieraanvarainenvenaja#axzz295WKvKA0>. 10.10.2012.
- Suomi-Venäjä-Seura. 2005. Venäläinen tapakulttuuri: Perinteitä ja nykypäivää. Helsinki. Suomi-Venäjä-Seura. 2.10.2012.
- Suomi-Venäjä-Seura. 2008. Tapakulttuuri: Mitä on tapakulttuuri. Suomi-Venäjä-Seura. <http://www.venajaseura.com/venaja-tieto/tapakulttuuri>. 1.10.2012.
- Taistelijan talo. 2009. <http://www.taistelijantalo.fi/>. 3.12.2012.
- Taitokortteli. 2012. <http://www.taitokortteli.fi/>. 3.12.2012.
- Tilastokeskus. 2009. Ulkomaiset matkustajat kuluttivat Suomessa 1,7 miljardia euroa vuonna 2008. [http://tilastokeskus.fi/til/rajat/2008/rajat\\_2008\\_2009-06-24\\_tie\\_002.html?ad=notify](http://tilastokeskus.fi/til/rajat/2008/rajat_2008_2009-06-24_tie_002.html?ad=notify). 9.1.2012.
- Tilastokeskus. 2012a. Viisumivapaus toisi Suomelle yli miljardi euroa vuodessa - venäläisten matkustajien määrä jatkoi kasvua tammikuussa. [http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Viisumivapaus\\_toisi\\_Suomelle?opendocument&np=A](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Viisumivapaus_toisi_Suomelle?opendocument&np=A) 4.4.2012
- Tilastokeskus. 2012b. Liitetaulukko 5. Saapuneet vieraat ja yöpymiset asuinmaan mukaan, helmikuu 2012. [http://stat.fi/til/matk/2012/02/matk\\_2012\\_02\\_2012-04-19\\_tau\\_005\\_fi.html](http://stat.fi/til/matk/2012/02/matk_2012_02_2012-04-19_tau_005_fi.html). 19.4.2012.
- Tilastokeskus. 2012c. Alueittain ja kunnittain- Russia. [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Alueittain\\_ja\\_kunnittain](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Alueittain_ja_kunnittain) 19.4.2012.
- Tulikivi. 2012. Kivikeskus. <http://www.tulikivi.fi/tulikivi/Kivikeskus>. 3.12.2012.
- Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy . 2010. TAK Rajatutkimus 2010. <http://www.tak.fi/sites/default/files/tiedosto/venalaismatkailijat-suomessa-valiraportti.pdf> 3.1.2011.
- Wosseno Oy. 2012. Venäläinen keittiö. Wosseno Oy. <http://www.datsha.com/ruokanurkka/index.shtml#top>. 16.10.2012.

## Haastattelukysymykset markkinoijat

### VENÄJÄ-OSAAMINEN

- Mitä Venäjä-osaaminen teidän mielestänne on?
- Kuinka tärkeänä näette Venäjä-osaamisen asteikolla 4-10?
- Missä mielestänne Venäjä-osaamista tarvitaan?

### VENÄLÄISMATKAILU POHJOIS-KARJALASSA

- Mitä venäläismatkailu merkitsee Pohjois-Karjalalle?
- Mistäpäin Venäjää venäläisasiakkaat tulevat yritykseenne?
- Miten olette varautuneet palvelemaan venäläisiä asiakkaita?
- Omia kokemuksia venäläismatkailijoista. Millaisia he ovat?

### VENÄJÄ-OSAAMISEN NYKYTILA

- Mikä on Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä matkailuelinkeinossa?
- Mikä on Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä yrityksessänne/organisaatiossanne?
- Mitä Venäjä-osaamisesta puuttuu yrityksessänne?
- Venäläismatkailijoiden taloudellinen merkitys Pohjois-Karjalalle?
- Millä markkinointikanavilla tavoitetaan parhaiten venäläisasiakkaat tänä päivänä?

### MATKAILUPALVELUIDEN LAATU POHJOIS-KARJALASSA

- Minkälaista majoitusta venäläiset odottavat?
- Onko riittävän laadukasta majoitusta tarjolla? Onko tarpeeksi kapasiteettia?
  - Millaista laatua venäläisasiakkaat odottavat?
  - Millainen on luksusmatkailun tulevaisuus? Venäläismatkailijoiden varassa?
  - Onko turvallisuudella merkitystä venäläisille matkailijoille?

### VENÄJÄ-OSAAMISEN KEHITYS JA TULEVAISUUS

- Miten Venäjä-osaamista tarvitaan lisää yrityksessänne/organisaatiossanne?
- Venäjä-osaaminen kymmenen vuoden päästä yrityksessänne?
- Miten palveluntarjontaa venäläismatkailijoille voidaan kehittää?
  - Konkreettisia palveluja?
  - Mitä palveluita pitäisi olla lisää, jotta venäläismatkailijat yöpyisivät useammin Suomen puolella?



## Haastattelukysymykset tuottajat

### VENÄJÄ-OSAAMINEN

- Mitä Venäjä-osaaminen teidän mielestänne on?
- Kuinka tärkeänä näette Venäjä-osaamisen? Asteikolla 4-10?
- Missä mielestänne Venäjä-osaamista tarvitaan?

### VENÄLÄISMATKAILU POHJOIS-KARJALASSA

- Mistäpäin Venäjää venäläisasiakkaat tulevat yritykseenne?
- Miten olette varautuneet palvelemaan venäläisiä asiakkaita?
- Omia kokemuksia venäläismatkailijoista. Millaisia he ovat?

### VENÄJÄ-OSAAMISEN NYKYTILA

- Mikä on Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä yrityksessänne/organisaatiossanne?
- Mitä Venäjä-osaamisesta puuttuu yrityksessänne?
- Venäläismatkailijoiden taloudellinen merkitys Pohjois-Karjalalle?
- Millä markkinointikanavilla tavoitetaan parhaiten venäläisasiakkaat tänä päivänä?

### MATKAILUPALVELUIDEN LAATU POHJOIS-KARJALASSA

- Minkälaista majoitusta venäläiset odottavat?
- Onko riittävän laadukasta majoitusta tarjolla? Onko tarpeeksi kapasiteettia?
- Millaista laatua venäläisasiakkaat odottavat?
- Millainen on luksusmatkailun tulevaisuus Pohjois-Karjalassa? Venäläismatkailijoiden varassa

- Onko turvallisuudella merkitystä venäläisille matkailijoille?

### VENÄJÄ-OSAAMISEN KEHITYS JA TULEVAISUUS

- Miten Venäjä-osaamista tarvitaan lisää yrityksessänne/organisaatiossanne?
- Venäjä-osaaminen kymmenen vuoden päästä yrityksessänne?
- Miten palveluntarjontaa venäläismatkailijoille voidaan kehittää?
  - Konkreettisia palveluja?
- Mitä palveluita pitäisi olla lisää, jotta venäläismatkailijat yöpyisivät useammin Suomen puolella?

## Haastattelukysymykset toimintaedellytystenluojat

### VENÄJÄ-OSAAMINEN

- Mitä Venäjä-osaaminen teidän mielestänne on?
- Kuinka tärkeänä näette Venäjä-osaamisen asteikolla 4-10?
- Missä mielestänne Venäjä-osaamista tarvitaan?

### VENÄLÄISMATKAILU POHJOIS-KARJALASSA

- Mitä venäläismatkailu merkitsee Pohjois-Karjalalle?
  - Onko organisaatiollanne minkä verran venäläisiä asiakkaita?
- Miten olette varautuneet palvelemaan venäläisiä asiakkaita?
- Omia kokemuksia venäläismatkailijoista. Millaisia he ovat?

### VENÄJÄ-OSAAMISEN NYKYTILA

- Mikä on Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä matkailuelinkeinossa?
- Mikä on Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä yrityksessänne/organisaatiossanne?
- Mitä Venäjä-osaamisesta puuttuu yrityksessänne?
- Venäläismatkailijoiden taloudellinen merkitys Pohjois-Karjalalle?

### MATKAILUPALVELUIDEN LAATU POHJOIS-KARJALASSA

- Minkälaista majoitusta venäläiset odottavat?
- Onko riittävän laadukasta majoitusta tarjolla? Onko tarpeeksi kapasiteettia?
  - Millaista laatua venäläisasiakkaat odottavat?
  - Millainen on luksusmatkailun tulevaisuus? Venäläismatkailijoiden varassa?
  - Onko turvallisuudella merkitystä venäläisille matkailijoille?

### VENÄJÄ-OSAAMISEN KEHITYS JA TULEVAISUUS

- Miten Venäjä-osaamista tarvitaan lisää yrityksessänne/organisaatiossanne?
- Venäjä-osaaminen kymmenen vuoden päästä yrityksessänne?
- Miten palveluntarjontaa venäläismatkailijoille voidaan kehittää?
  - Konkreettisia palveluja?
  - Mitä palveluita pitäisi olla lisää, jotta venäläismatkailijat yöpyisivät useammin Suomen puolella?

- Millainen on Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun rooli/tehtävät Venäjä-osaamisessa/ Venäjä-osaamisen kehityksessä?

## Yhteenveto haastattelutuloksista

KYSYMYS	Toimintaedellytysten luoajat	Markkinointi ja myynti	Matkailupalveluiden tuottajat
Mitä Venäjä-osaaminen on?	Venäläisen kulttuurin ja talouden ymmärtämistä sekä venäjäjyhteistyötä	Kulttuurin ymmärtämistä, kielitaitoa, markkinointia	Kielitaitoa, kulttuurin ja tapojen ymmärtämistä, henkilökohtaisia suhteita ja kuinka löytää/tavoittaa venäläiset asiakkaat
Kuinka tärkeänä näette venäjä-osaamisen asteikolla 4-10?	9 ja 10	9	10, 9 ja 8
Missä mielestänne venäjä-osaamista tarvitaan?	Elinkeinoelämän kehittämisessä, liiketoiminnassa ja venäläisten tuntemuksessa	Matkailualalla, kaupaliikkeissä, käyntikohteissa, kylpylöissä. Hyvin laajasti.	Tarvitaan kaikkialla palveluammateissa päivittäin. Kulttuurintuntemuksessa ja venäläismatkailijoiden tavoittamisessa
Mitä venäläismatkailu merkitsee Pohjois-Karjalalle?	Suuri merkitys	Se merkitsee rahaa maakunnalle	
Mistäpäin Venäjää venäläisasiakkaat tulevat yritykseenne?		Pietari, Moskova, jonkin verran Petroskoin suunnalta	Pietari, Moskova, Petroskoi
Miten olette varautuneet palvelemaan venäläisiä asiakkaita?		Venäjänkielentaitoisia työntekijöitä yrityksessä, venäjänkielistä palvelua ja venäjänkieliset nettisivut	Venäjän kielen taitoa, venäjänkielisiä materiaaleja, rakennettu isoja mökkejä, kulttuuriin perehdytys, venäjälle tapahtuva markkinointi sellaisen henkilön käsissä, joka osaa venäjänkieltä

<b>Omia kokemuksia venäläisasiakkaista.</b>	Vähäisiä kokemuksia, melko helppoja asiakkaita.	Ongelmia on jos asiakkaat jättää siivoamatta lähtiessään tai jopa särjetty jotain, kielimuuri.	Positiivisia kokemuksia, ongelmia kuitenkin muun muassa kielimuurin takia.
<b>Millä tasolla Venäjä-osaamisen tila tällä hetkellä on matkailuelinkeinoissa?</b>	Yritysten välillä paljon eroja, mutta parannettavaa on yleisellä tasolla (nettisivut, some, palveluiden laatu, kieli-taito, nettimarkkinointi)	Parantunut valta-vasti, siitä mitä se oli, mutta vieläkin on parantamisen varaa. Yrityskoh-taisia eroja Venäjä-osaamisessa löy-tyy.	
<b>Millä tasolla Venäjä-osaaminen on tällä hetkellä yrityksessänne?</b>	Kohtalainen ja resurs-sikysymys.	Parantunut viime-vuosina. Venäjän-kielisen työntekijän palkkaaminen on parantanut entises-tään. Enemmän resursseja pitäisi olla.	Hyvä tai kohtalai-nen
<b>Mitä Venäjä-osaamisesta puuttuu yrityksessänne?</b>	Resursseja, kielitaitoa, venäläisten sielun ymmärtämistä ja kult-tuurin sekä elinkei-noelämän tuntemusta	Sosiaalisenmedian palvelut	Markkinoinnin pa-rantamista, parem-paa venäjän kielen osaamista, kulttuu-rintuntemusta
<b>Millainen venäläisten-matkailijoiden taloudelli-nen merkitys on Pohjois-Karjalalle?</b>	Suuri merkitys	Erittäin suuri sekä matkailualalle, että muulle kaupalle ja huoltoasemille.	Hyvin tärkeä
<b>Millä markkinointikana-villa tavoittaa parhaiten venäläisasiakkaat nyky-ään?</b>		Sosiaalinen media, televisiomainonta, matkanjärjestäjien välinen yhteistyö, messut ja esitteet.	Internet, yrityksen kontaktit, puskara-dio, messut

<b>Minkälaista majoitusta venäläiset odottavat teidän mielestänne?</b>	Laadukasta	Suhteellisen korkeatasoista ja tilavaa.	Laadukasta, mutta löytyy myös perusvarusteltuun majoitukseen tyytyviä asiakkaita.
<b>Onko riittävän laadukasta majoitusta tarjolla ja riittääkö kapasiteetti?</b>	Kohtalaisesti	Kyllä, mutta sesonkina ei kuitenkaan riittävästi.	Kyllä, mutta sesonkina ei kuitenkaan riittävästi
<b>Millaista laatua venäläiset asiakkaat odottavat?</b>		Palvelun pitää pelata, jos he maksavat tietystä tasosta ja palvelusta.	Hyvää laatua
<b>Millainen on luksusmatkailun tulevaisuus? Onko se venäläismatkailijoiden varassa?</b>	On venäläisten varassa ainakin osittain tulevaisuudessa.	Osittain on venäläismatkailijoiden varassa.	Ei ole luksusmatkailua Pohjois-Karjalassa tai se on vähäistä. Investointien takana.
<b>Onko turvallisuudella merkitystä venäläismatkailijoille?</b>	Kyllä	Kyllä	3/4 kyllä, 1/4 ei.
<b>Miten Venäjä-osaamista tarvitaan lisää yrityksessänne/organisaatiossanne?</b>	Resursseja ja yleistä venäjä-osaamista lisää, muun muassa kielitaitoa.	Sosiaalinen median käyttö. Enemmän venäjän kielen taitoisia työntekijöitä yritykseen.	Markkinoinnin parantamista, kielitaitoa ja kulttuurintuntemusta lisää sekä muuttuviin markkinoihin ja myyntikanaviin reagointi.
<b>Millaisena näette Venäjä-osaamisen kymmenen vuoden päästä yrityksessänne?</b>	Parempi kuin nyt.	Parantuu edelleen.	Parantuu yleisellä tasolla. Kielitaitoa lisää ja laajempaa palvelutarjontaa venäläisille

<p><b>Miten palvelutarjontaa venäläismatkailijoille voidaan kehittää?</b></p>	<p>Projektirahoituksilla ja organisaatioyhteistyökuvioilla. Vapaa-ajan aktiviteetteja lisää.</p>	<p>Kehittää kalastusmatkailuun liittyviä palveluita tai paketteja.</p>	<p>Ohjelmapalveluita/ palveluita lisää, opasteiden ja mainonnan parantaminen.</p>
<p><b>Mitä palveluita pitäisi olla lisää, jotta venäläismatkailijat yöpyisivät useammin Suomen puolella?</b></p>	<p>Kolmen vuorokauden turisti-viisumi ja monipuolisempaa tarjontaa</p>	<p>Kalastuspaketit, kulttuuripalveluja, jossa opastukset venäjän kielellä ja museoissa kyltit venäjän kielellä.</p>	<p>Vapaa-ajan aktiviteetteja lisää, päivittäiset tarjouksia tuotteisiin, paremmat ostosmahdollisuudet ja aukioloajat.</p>
<p><b>Millainen on Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun rooli/ tehtävä Venäjä-osaamisessa sekä Venäjä-osaamisen kehityksessä?</b></p>	<p>Hyvin tärkeä. Kehittää venäjä-osaamista yhteistyön avulla (yliopisto, PKAMK, Savonia), hankkeet.</p>		