

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Kansainvälinen kauppa
International Business

Mikko Voutilainen

Suomalaisten yritysjohtajien asenteet venäläisiä kohtaan

Opinnäytetyö 2011

Tiivistelmä

Mikko Voutilainen

Suomalaisten yritysjohtajien asenteet venäläisiä kohtaan 55 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Kansainvälinen kauppa

International Business

Opinnäytetyö 2011

Ohjaaja: tutkimuspäällikkö Kirsi Viskari, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämä opinnäytetyö käsittelee suomalaisten yritysjohtajien asenteita ja mielipiteitä venäläisiä kohtaan. Työssä tutkittiin teoriapohjana Suomea, Venäjää, niiden eroja ja yhtäläisyyksiä sekä kansalaisia. Työssä pyrittiin saamaan selville nykyiset asenteet venäläisiä kohtaan, millaisiksi heidät arvioidaan ja miten he liittyvät otosjoukon liiketoimintaan. Selvityksen lisäksi työssä tehtiin suuntaa antava opastus, miten yrityksissä voitaisiin toimia vastaisuudessa liittyen venäläisiin, niin asiakkaiden kuin työntekijöiden osalta.

Olemassaolevat lähteet teoriaan saatiin pääsoin suomalaisista kirjoista mutta myös lehtiartikkeleista ja internetistä. Yritysjohtajille tehtiin kyselylomake osana kvantitatiivista tutkimusta ja siitä saatua dataa analysoitiin SPSS Statistics-ohjelmistolla.

Kyselystä tuli ilmi, että stereotypiat venäläisiä kohtaan ovat vielä vahvasti elossa; mielipiteet vaihtelivat tuntemuksen ja kokemusten mukaan jopa hyvinkin suuresti. Venäjän-kauppaa tekeville venäläiset ovat tutumpia ja tärkeämpiä, kun taas niitä joilla yhteyksiä Venäjään tai venäläisiin ei ole, he eivät kiinnosta. Venäläiset eivät menestyneet ominaisuuksia arvioitaessa yleisesti, mutta asenteet heitä kohtaan olivat selvästi positiivisempia kun vastauksista oli rajattu mukaan vain ne yritykset, joilla oli venäläisistä kokemusta joko kaupan tai venäjänkielisten työntekijöiden kautta. Negatiiviset stereotypiat voivat haitata yhteistä (kaupallista) kanssakäymistä, ja siksi niitä olisi hyvä muuttaa positiivisempaan suuntaan. Opinnäytetyötä tehdessä tuli ilmi, että paras keino tähän muutokseen on lähestyä sitä tiedon lisäämisen kautta.

Asiasanat: venäläiset, asenteet, mielipiteet

Abstract

Mikko Voutilainen

Finnish Executives' Attitudes towards Russians, 55 pages, 1 appendix

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Business Administration, Lappeenranta

Degree Programme in International Business

Bachelor's Thesis 2011

Instructor: Ms. Kirsi Viskari, Research Manager

This thesis concerns the attitudes and opinions of Finnish executives towards Russians. Finland, Russia, their differences, similarities and people were studied for theoretical basic information. This study aimed to find out the present attitudes towards Russians, how they are evaluated and how they are connected with the business actions of the sample group. In addition to the data survey, this study also involved preparing rough guidelines for companies as regards how to act in the future when associating with Russians, both in the role of a customer and in the role of an employee.

The theory part was based on sources mainly from Finnish literature but also from magazine articles and the Internet. In the quantitative research, executives were interviewed with the help of a questionnaire, and the data was analyzed on the SPSS Statistics software.

The enquiry brought up that stereotypes related to Russians are still standing strong; opinions varied significantly hand in hand with the extent of knowledge and experiences about Russians. To companies doing business with Russia, Russian people are more familiar and also more important than to such companies who have no links to Russia or Russians. The latter are not very interested in either Russia or Russians. Russians did not do well when features were compared in general, but when looking at companies with experience of Russians, attitudes were clearly more positive. Negative stereotypes may affect harmfully the mutual (commercial) interaction, and therefore they are a matter that should be modified to a more positive direction. During working on this thesis it turned out that the best way to effect a change is to increase knowledge.

Keywords: Russians, attitudes, opinions

Sisältö

1	Johdanto.....	5
1.1	Nykyinen tilanne	5
1.2	Mitä selvitetään?	5
2	Opinnäytetyön vaiheet	6
2.1	Teoriaosuus	6
2.2	Tutkintatavan valinta.....	7
2.3	Analyysointi ja jatkotoimenpiteet.....	7
3	Teorian termistöä ja tarkoituksia	8
4	Venäjä ja Suomi valtioina yhdessä ja erikseen	9
4.1	Historiaa.....	9
4.2	Venäläiset ja suomalaiset	10
4.3	Liike-elämä	14
5	Suomi ja ulkomaalaiset	17
5.1	Turismi Suomessa	17
5.2	Ulkomaalainen työvoima Suomessa	19
5.3	Asenteet ulkomaalaisia työntekijöitä kohtaan	21
6	Kysely ja sen tulokset	23
7	Johtopäätökset	42
8	Miten vaikuttaa asenteihin	47
9	Tulevaisuus.....	50
	Lähteet.....	53

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

1 Johdanto

1.1 Nykyinen tilanne

Venäjä on Suomelle tärkeä kumppani erityisesti kaupankäynnissä, ja venäläisiä ihmisiä on Suomessa lisääntyvissä määrin niin turisteina kuin työntekijöinäkin. Tämä luo uusia haasteita ja mahdollisuuksia suomalaisille yrityksille, ja moni yritys miettii, miten saada paras irti nykyisestä tilanteesta. Venäjällä kansalaisten elintaso kasvaa, ja se tarkoittaa lisää ostovoimaa myös Suomeen tulevilla turisteilla. Miten onnistua hyödyntämään tätä? Suomeen tulee jatkuvasti lisää venäläisiä tekemään työtä, ovatko he avain tähän hyödyntämiseen vai eikö suomalaisilla yrityksillä ole tarvetta heille? Miten suomalaiset yritykset kokevat venäläiset asiakkaina? Entä työntekijöinä? Entä yleisesti venäläiset, ovatko suomalaisten asenteet muuttuneet heitä kohtaan?

Vastauksia näihin kysymyksiin tarkastellaan tässä opinnäytetyössä, jonka tarkoituksena on selvittää suomalaisten yritysjohtajien asenteet ja mielipiteet venäläisiä kohtaan, ja mikä niihin vaikuttaa. Teoriaosuudessa otettiin selville ajankohtaisia tietoja kulttuurieroista suomalaisten ja venäläisten välillä, liike-elämän eroja, maiden välisiä eroja, ja tietoa kerättiin myös ulkomaalaisista Suomessa.

1.2 Mitä selvitetään?

Stereotypiat ja mielikuvat eivät aina vastaa todellisuutta, ja ne voivat olla haitallisia esteitä hyvälle kanssakäymiselle. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, onko nykyisessä tilanteessa jotain vialla; onko vääriä stereotyyppioita haittaamassa kanssakäyntiä ja voisiko nykyistä tilannetta olla tarve muuttaa johonkin suuntaan. Muun muassa kysymys venäläisen palkkaamisesta on tärkeä, ja tässä opinnäytetyössä tulevat ilmi nykyiset mielipiteet ja niiden vaikutus palkkauskysymykseen. Venäläisen palkkaamattomuuteen johtavia mielikuvia voitaisiin muuttaa, jotta ne eivät olisi todellisen työtehtävään sopivuuden tiellä. Myös muutokset markkinoinnissa venäläisille ja venäläisten asiakkaitten kohtelussa voisivat tuottaa monipuolisemman ja hedelmällisemmän pohjan yhteistyölle Suomen ja Venäjän välillä sekä antaa yrityksille lisää mahdollisuuksia hyötyä kaupankäynnissään venäläisten kanssa. Mahdolliset

muutoksen tarpeet selviävät kuitenkin vasta tutkittaessa nykyisiä mielipiteitä, vertailtaessa niitä olemassaolevaan teoriapohjaan ja analysoitaessa mielipidekyselyn tuloksia. Tuloksista saatujen tietojen pohjalta luodaan mahdollisia keinoja muutoksiin. Yritykset tietävät jo pääosin omat mielipiteensä venäläisiä kohtaan, mutta ne saattavat olla tiedostamatta niiden vaikutuksia. Asenteitaan harkitsemalla yritykset voivat avata uusia kanavia niin henkisesti kuin fyysisesti, ja nämä kanavat voivat tuoda odottamattoman paljon hyötyä yritykselle.

2 Opinnäytetyön vaiheet

Tämä opinnäytetyö voitaisiin jakaa karkeasti kolmeen osaan; teoriaosuuteen, kvantitatiiviseen tutkimukseen sekä analysointiin ja jatkotoimenpiteisiin. Teoriaosuus ja tutkimus antavat yhdessä pohjan analysoinnille ja jatkotoimenpiteille, jotka tuovat vastauksia kysymyksiin joita alussa esitettiin.

2.1 Teoriaosuus

Teoriaosuuteen haluttiin rajata laajasta aiheeseen liittyvästä materiaalista tärkeimmät, jottei turha tieto veisi huomiota itse asiasta. Tärkeitä aiheita ajateltiin olevan taustatieto Suomesta ja Venäjältä, kuvaus molempien maiden kansalaisten luonteista ja ominaispiirteistä sekä liike-elämästä molemmissa maissa ja niiden välillä. Nämä kaikki yhdistyvät toisiinsa syy-seuraus-suhteella (esimerkiksi miten menneisyyden tapahtumat ovat vaikuttaneet suhteisiin maitten välillä). Nämä aiheet olivat tästä syystä perusteltuja valita mukaan. Teoriaosuuteen otettiin mukaan myös luku ulkomaalaisista Suomessa, jotta saatiin selville paremmin, minkälaisesta asiasta on kyse ja miten laaja aihepiiri se on. Samalla saatiin selvyyttä ja ennakoasetelmia pohjaksi suomalaisten asenteista ulkomaalaisia kohtaan, ja mistä asenteet mahdollisesti johtuisivat. Teoriaosuudesta jätettiin liika sivuseikkoihin syventyminen pois, ja esimerkiksi maiden historiassa keskityttiin vain pääpiirteisiin ja lähihistoriaan. Mielenkiintoisia aiheita Venäjältä ja Suomesta olisi ollut enemmänkin, mutta niitä karsittiin pois, sillä ne eivät juurikaan liittyneet itse työn pääasiaan.

2.2 Tutkintatavan valinta

Tutkimusmenetelmää mietittäessä on otettava tarkkaan huomioon työn tavoitteet. Mitä halutaan tietää, miten se saadaan selville ja mitä menetelmää on paras käyttää saavutettaakseen haluttu tulos. Tutkimuksen tavoitteena oli laaja kartoitus suomalaisten yritysjohtajien asenteista ja mielipiteistä, tutkijalla oli selkeä ajatus suuresta otosjoukosta ja melko yleisellä tasolla liikkumisesta. Tutkimusmenetelmäksi valittiin täten kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Menetelmä sopii mainiosti tämänkaltaiseen tutkimukseen, kun tarkoituksena on tiedon kerääminen suurelta otosjoukolta ja kuvailla, selittää sekä vertailla. Kyselyllä saadut tulokset muutetaan helpommin ymmärrettävään muotoon tekemällä datasta taulukoita ja tunnuslukuja. Tuloksia on hyvä tarkastella erikseen omina muuttujinaan, mutta SPSS-ohjelmalla muuttujia voidaan myös ristiintaulukoida helposti, jolloin saadaan tutkimuksen kannalta tärkeää tietoa. (Tähtinen & Isoaho 2001.)

Tiedon keräämiseen kvantitatiivisessa menetelmässä sopii parhaiten määrällinen kysely, joka tässä opinnäytetyössä toteutettiin internetin välityksellä erityisellä SurveyGizmo-ohjelmalla. Internetin kautta tehty kysely valittiin pääosin sen tulosten keruuseen ja analysointiin liittyvien etujen vuoksi. Se mahdollisti laajan kohdejoukon ja kuitenkin mahdollisuuden kysyä useita kysymyksiä ja valmiuden tiedon käsittelyyn välittömästi aineiston keruun päättymisen jälkeen. Kysymykset olivat suljettuja, eli niihin oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Tämä nopeuttaa vastaamista ja tuottaa enemmän konkreettista tietoa, jota tässä tutkimuksessa haluttiin. Yrityksiin otettiin yhteyttä toimittamalla linkki kyselyyn sähköpostin välityksellä. (Heikkilä 2002, 69 - 70.)

2.3 Analysointi ja jatkotoimenpiteet

Aineistosta tehtiin SPSS Statistics –ohjelmalla yhteenvetoa taulukoilla ja kaavioilla. Näiden avulla saatiin kerätty aineisto selvempään, analysoitavaan muotoon: mitä saatiin selville, mitä eroja vastauksissa oli ja mitä niistä voidaan päätellä. Analysointi oli nimetöntä ja tilastollista, eli vastauksia ei yhdistetty yrityksiin mitenkään, vaan vastauksia käsiteltiin numerollisina tilastoina. Näistä tilastoista oli tarkoitus saada selville se, mitä haetaan ilman pelkoa

puolueellisesta tai epätarkasta käsittelystä. Analysoinnin jälkeen oli alunperin tarkoitus tehdä jatkotoimenpiteitä muutamien yritysten kanssa yhdessä. Tämä vaihe pitkittyi ongelmien takia pahasti, ja lopulta päätettiin tehdä yleinen ohjeistus siitä, miten nykyistä tilannetta voi tarvittaessa muuttaa. Tämä ohjeistus lähetettiin tiivistettynä yrityksille.

3 Teorian termistöä ja tarkoituksia

Teoriassa käytetään tiettyjä sanoja ja ryhmiä, joista on hyvä selvittää, mitä niillä tarkoitetaan juuri tässä työssä. Venäläisistä ja suomalaisista puhutaan sen maan kansalaisista eli henkilöstä, joka on virallisesti kyseisen maan kansalainen ja jonka äidinkieli on kyseisen maan virallinen kieli. Suomessa ulkomaalaisesta puhuttaessa tarkoitetaan muun maan kansalaista, maahanmuuttajista puhuttaessa tarkoitetaan Suomeen muusta maasta muuttanutta henkilöä, joka aikoo jäädä Suomeen asumaan. Ulkomaalaisista työntekijöistä puhuttaessa tarkoitetaan joko Suomessa tai muualla asuvia muun kuin Suomen kansalaisia, jotka ovat Suomessa töissä, joko kausiluontoisesti tai jatkuvasti. Turisteilla tarkoitetaan ulkomaalaisia, jotka ovat tulleet Suomeen vapaa-ajan tarkoituksissa, eli eivät työskentele eivätkä asu Suomessa.

Stereotypiat, asenteet ja mielipiteet ovat olennainen osa tätä opinnäytetyötä, ja vaikka ne liittyvät toisiinsa, ne ovat eri käsitteitä. Stereotyyppi on määritelty tietosanakirjassa muun muassa ”aina samanlainen, totunnainen”. (Tiainen & Mäkelä 1993, 994). Stereotypia on myös painamistekniikkaan liittyvä termi, mutta tässä työssä oikea merkitys on ensin mainittu. Puhekielessä stereotyyppi jostain kansallisuudesta tarkoittaa juuri ennakko-asenteiden ja mielipiteiden luomaa henkilökuvaa, toisin sanoen millaisena jonkin maan kaikkia kansalaisia pidetään. Mielipiteet ovat henkilön muodostamia asenteita jostain asiaa kohtaan, ja niihin vaikuttavat muun muassa kokemukset ja kuulopuheet. Asenteet ovat apuväline, jonka avulla ihmiset tulkitsevat ympäristöään ja jonka mukaan he käyttäytyvät eri tilanteissa. Asenteet kertovat, mitä ihmiset odottavat joltain asialta. (Manninen 2010, 16.)

4 Venäjä ja Suomi valtioina yhdessä ja erikseen

Suomi ja Venäjä ovat kaksi hyvin erilaista valtiota, jotka ovat toisilleen kuitenkin erittäin läheisiä monella tapaa. Yhteistä historiaa on jo maantieteelliseltä kannalta, mutta myös ihmisten itse tuottamana. Nykyaikana läheisyys on lisääntyvässä määrin kaupallista, muun maailman trendin mukaan. Molempien valtioiden politiikassa on toisiinsa liittyviä osa-alueita, kuitenkin Suomen politiikassa huomattavasti enemmän Venäjään liittyviä kuin toisinpäin. Yhteisiä sopimuksia, kehitysyhteistyöryhmiä ja jopa yhdessä toimivia poliittisia elimiä on useita; onhan valtioitten välinen hyvinvointi ja hyvä yhteistyö molemmille tärkeää ja kannattavaa.

4.1 Historiaa

Venäjä on valtiona ollut olemassa 800-luvulta lähtien, jolloin se syntyi Novgorodin ja Kiovan ympärille, jatkaen laajentumistaan ja supistumistaan vuoroajoin. Käytännössä se oli mahtavimmillaan 1900-luvun alussa Neuvostoliiton aikana. Sitä ennen se oli nimeltään muun muassa Kiovan Venäjä, Moskovan ruhtinaskunta ja Moskovan Venäjä. Neuvostoliitto-aikaan Venäjä oli mahtava suurvalta, joka taisteli tosissaan maailman ykkösasemasta Yhdysvaltojen kanssa. Lopulta se kuitenkin hajosi ja jakautui 1991, jättäen jälkeensä Venäjän federaation. (Kirkinen ym. 2000, 17; Vihavainen ym. 2006, 10 - 11.)

Uudistuneen Venäjän ensimmäiset vuodet olivat vaikeita; maa ei ollut enää supervalta Neuvostoliitto, vaan se joutui turvautumaan muiden apuun, ja ennen kaikkea se oli menettänyt päätös- ja vaikutusvaltaansa. Sisä- ja ulkopoliittiset kriisit (muun muassa hallinnon erimielisyydet ja sotilaalliset kysymykset) vaivasivat Venäjää ja hidastivat sen kehityskulkua. Venäjä kritisoi länsimaita, erityisesti Yhdysvaltoja niiden hankkeista Venäjän ympäryksissä ja hankki erityisaseman NATO:n kanssa haluamatta kuitenkaan liittyä tähän. (Kirkinen ym. 2000, 536 - 548.)

Suomi on ollut historiansa aikana enimmäkseen Ruotsin, mutta paljon myös Venäjän vallan alaisena suuren osan asutusta ajastaan. Kun Suomi oli Venäjän vallan alaisena 1800-luvun alussa, se saavutti autonomian vannoessaan valaa

ja uskollisuutta silloiselle Venäjän keisarille Aleksanteri ensimmäiselle. 1800-luvulla Suomi pääosin vahvisti asemiaan, saaden välillä kuitenkin jälleen huomata olevansa tiukasti Venäjän hallinnassa. Sotien ja poliittisten pelien jälkeen Suomesta tuli viimein itsenäinen valtio joulukuussa 1917. Suomen tasavalta pysyi itsenäisenä huolimatta sodista Venäjän kanssa 1900-luvulla, ja kansakunnan usko itseensä vahvistui koko ajan. Sotien jälkeen Suomen suhde Venäjään on ollut koko ajan hieman varovainen, vaikka esimerkiksi YYA (Ystävyys, yhteistoiminta ja avunanto) –sopimus on hyvä esimerkki maiden välisistä erikoisista naapuruussuhteista. Suomi on kuitenkin ollut Venäjän kanssa sotatilassa naapuriuden aikana 105 vuotta ja ollut Venäjään kuuluva autonominen alue myös saman ajan, 105 vuotta. (Seppänen 2002, 13.) Maiden välistä erityistä historiaa voi pitää yhtenä vaikuttajana, kun käsitellään suomalaisten asenteita venäläisiä kohtaan. Alistaminen ja sodat ovat lietsoneet negatiivisuutta suomalaisten mieleen ja joidenkin mielestä Venäjä on vieläkin sotilaallinen uhka Suomelle.

4.2 Venäläiset ja suomalaiset

Monikansallinen Venäjä on kulttuuririkas maa. Yli 160 kansaa ja useat uskonnot ovat kuitenkin kaikki yhtä suurta Venäjän federaatiota. Venäjän kieli, sen kulttuuri ja kansanperinne kaikki yhdistävät eri kansojen edustajia ja muodostavat näin yhtenäisen Venäjän kansan eli venäläiset. (Vihavainen ym. 2006. 70). Venäläiset ovat kollektiivisia, ja he tuntevat olevansa yhteisön jäseniä. Venäläiset pitävät läheisyydestä ja avoimuudesta, ja toisten yhteisön jäsenien tukeminen on vahva perinne. Tästä juontaa juurensa liike-elämänsäkin muodostunut verkostoitumiskulttuuri. Luonteeltaan venäläiset ovat suomalaisiin verrattuna kaikkea korostavampia. He ovat tunteellisempia, seurallisempia, suurpiirteisempiä ja vieraanvaraisempia. Venäläiset ovat ylpeitä itsestään, ja kehuminen on kohteliaisuutta Venäjällä. Kehumisen ohella venäläiset ovat myös muuten sanavalmiita ja he ovat hyviä puhumaan, josta hyvänä esimerkkinä ovat venäläiseen perinteeseen todella vahvasti kuuluvat puheet. (Buuri & Ratschinsky 2000, 33 - 46.) Suurpiirteisyys ja tunteellisuus näkyy venäläisissä monin tavoin, kuten esimerkiksi juhlissa ja muissa menoissa. Toisin kuin Suomessa, Venäjällä häät ja hautajaiset voivat kestää pitkäänkin, ja

symboliikka sekä magiikka ovat tiiviisti läsnä molemmissa. Kaikkiin venäläisiin juhliin kuuluu olennaisesti laulu, tanssi ja muun muassa runous, hyvää ruokaa ja juomaa unohtamatta. (Vihavainen ym. 2006, 75 – 80.)

Suomalaiset eivät ole liiemmin sosiaalisia ihmisiä, pinnallinen seurallisuus on vältteltyä ja suora asianpuhuminen on yleistä. Suomi on aina ollut harvaan asuttu maa ja ihmiset ovat eristyksissä muista, siksi ne harvat kerrat, kun ystäviä, tuttuja tai muita tapaa, on ollut parempi puhua pääosin tärkeistä asioista, koska seuraavaa tapaamisajankohtaa ei ole ollut tiedossa. Pimeys, kylmyys ja ankarat olot ovat koulineet suomalaisia mukautumaan tilanteen mukaan eli käyttämään energiansa välttämättömimmän tekoon ja välttämään turhia tekemisiä ja sanomisia. (Partonen 2007, 55 – 60.)

Suomessa ei tavata olla liian voitonhimoisia tai ylpeitä, vaan enemmän nöyriä raskaan työn raatajia, jotka eivät pidä ääntä itsestään eivätkä tavoittele kuuta taivaalta. Suomalaisen luonteen alistuneisuus, alakuloisuus, yksinäisyys ja karut olot paistavat esiin masennusongelmina ja korkeina itsemurhalukuina. Kuitenkin Suomessa ovat monet asiat hyvin; yli 80 prosenttia suomalaisista mieltää itsensä onnelliseksi ja lähes kaksi kolmannesta pitää itseään terveenä. Suomi on maailman demokraattisin valtio, korruptiota on erittäin vähän ja Suomessa on yleisesti hyvänä pidetty sananvapaus. Suomalaiset eivät välttämättä osaa huolehtia itsestään tarpeeksi vaan he keskittyvät epäitsekästä yleisen hyvän maksimointiin isona joukkona, erikoistapaukset toki pois lukien. (Partonen 2007, 65 - 87.)

Venäläisistä löytyy useita stereotypioita. Yleisesti ottaen ne ovat piirteiltään negatiivisia, kuten venäläisten pitäminen laiskoina, epätasällisinä ja valehtelevina varkaina. Toisaalta venäläisiä pidetään iloisina, puheliaina ja avoimina. Venäläiset taas pitävät suomalaisia rehteinä, täsmällisinä, vähäpuheisina ja hidasreaktioisina. Näiden kaltaiset stereotypiat luovat mielikuvia ja ennako-asenteita, jotka ovat kaksijakoisia. Toisaalta stereotypiat voivat olla avuksi, mutta vain jos ne tiedostetaan stereotypioiksi eikä niitä pidetä absoluuttisina totuuksina. Tällöin voi olettaa stereotypioiden olevan edes

jonkinlaisella totuus pohjalla ja liittää tätä mielikuvaa siihen kuvaan, jonka itse muodostaa, samalla kun saa lisää tietoa kohteesta. (Haapaniemi 2010, 14 - 15.)

Suomalaisten ja venäläisten välillä stereotyypit ovat usein negatiivisia, erityisesti suomalaisten muodostamat stereotyypit venäläisistä. Tämän takia suomalaisten ennakkoasenteet ovat usein hyvin negatiivisia venäläisiä kohtaan, vaikka oikeata kontaktia ei olisi koskaan tapahtunut. Näitä ennakkoasenteita on vaikea korjata parempaan suuntaan, sillä siihen tarvitaan lisää tietoa ja positiivisia kokemuksia. Toisaalta suomalainen, joka ei odota kovinkaan paljoa Venäjältä tai venäläisistä, voi yllättyä positiivisesti ja jakaa kokemustaan eteenpäin. Näin stereotyypit muuttuvat ajan kanssa. Eri tavat ja kulttuurit on hyvä ottaa mukaan stereotyyppioita pohdittaessa. Suomessa täsmällisyys on hyve, rehtiys on hyve eikä kenenkään odotetakaan puhuvan paljon. Täten stereotyypit suomalaisista eivät usein ole kovinkaan väärässä. Venäjällä ajan määrittely ei ole kovin tarkkaa eikä täsmällisyyttä pidetä kovin tärkeänä lukuunottamatta muutamaa poikkeusta, kuten ulkomaalaisen saapumista tapaamiseen. Valehtelu on myös liukuva käsite Venäjällä, ja siksi venäläinen ei välttämättä edes tiedosta itse valehtelevansa. (Seppänen 2002, 148 – 156, 251 - 260.)

Stereotyypit myös muokkaavat kohtelua, jota venäläiset saavat. Suomeen tuleva venäläinen on usein valmis kuluttamaan paljon rahaa saadakseen laatua. Vapaa-ajan matkalla olevat venäläiset kuluttavat satoja euroja Suomeen, esimerkiksi 2007 keskimääräinen vierailukohtainen kulutus oli 242 euroa. (Matkailun Edistämiskeskus 2007a). Suomalaiset kauppiat tarjoavat venäläisille erityisesti kalliimpia tuotteitaan ja ovat keskittyneet mainonnassa myös tähän.

Neuvoteltaessa kaupoista venäläisten kanssa on ehdottoman tärkeää ottaa huomioon heidän tapansa ja periaatteensa. Venäjän kielen osaaminen esimerkiksi on elintärkeä taito, mikäli haluaa päästä kunnolla kaupantekoon ja saada yhteisymmärrys aikaiseksi. Tulkin käyttäminen on hyväksyttävää, ja jos oma venäjän kielen taito ei ole riittävän hyvä, se on myös suositeltavaa. Suomalaisiin verrattuna venäläiset ovat tuttavallisempia ja puheliaampia, ja esimerkiksi small talk ennen varsinaista asiaa on korrektia käytöstä.

Suomalaiset ovat Venäjällä arvostettuja rehtiytensä takia, suomalaisen lupausta pidetään luotettavampana kuin oman maan kansalaisten. Suomalaiset tekevät vain välttämättömän neuvotteluissa ja siirtyvät asiasta toiseen nopeassa rytmissä, puhumatta ja ajattelematta liian laveasti. Venäläiset käyttävät runsasta puhekuluttuuriaan myös neuvotteluissa, ja he ovat usein muutenkin taitavia neuvottelijoita. On otettava huomioon, että Venäjällä käsitteet ovat joustavampia kuin Suomessa, niin myöntymisen tai kieltäytymisen suhteen kuin muun muassa sopimuspykälien suhteen. (Haapaniemi 2010, 206 - 216.)

Venäläiset ovat suomalaisia lyhytjänteisempiä rahan käytössä. Kulutustavoissa on perua Neuvostoliiton ajoilta, jolloin ihmisillä oli käytössä paljon rahaa. (Haapaniemi 2010, 96.) Venäjällä raha kiertää nopeasti, osittain johtuen pelosta, että nykyinen rahatilanne ei välttämättä kestä kauan. Venäjällä on turvallisinta sijoittaa rahaa mieluummin kiinteisiin asioihin, kuten tavaroihin tai tontteihin. Pankit ja rahoituslaitokset ovat olleet epäluotettavassa maineessa vuoden 1998 talous- ja rahoituskriisin jälkeen, eivätkä venäläiset eivät uskalla tallettaa rahojaan niihin. (Seppänen 2002, 311.) Raha ei ole kovin arvostettu asia Venäjällä, vaan se yhdistetään epärehellisyyteen ja ahneuteen. Uusrikkaita pidetään erittäin vastenmielisenä, ja on yleinen käsitys, ettei työskentely ja säästäminen tuo rikkauksia. Uusi sukupolvi, nuoret venäläiset, ovat kuitenkin siirtymässä ohi tästä eikä rikkauden tavoittelu ole heille enää häpeällistä tai piiloteltavaa. (Vihavainen ym. 2006, 120 – 121.)

Suomalaiseen kulttuuriin kuuluu rahan maltillinen käyttö. Rahaa ei ole keskivertokansalaisella käytettävissä liikaa, ja 70 prosenttia suomalaisista kertoo seuraavansa rahan käyttöönsä tarkasti tai satunnaisesti. (Tapiola 2010.) Kulutuksen jakautuminen Suomessa on muuttunut kuitenkin ajan kuluessa, ja välttämättömyyksistä on siirrytty eteenpäin. Suomalaisten varallisuus ja kotitalouden rakenne vaikuttaa kulutukseen, ja suomalaiset voidaan jakaa kolmeen kulutukselliseen ryhmään: korkean kulutuksen ryhmään, keskiluokan kulutukseen ja matalaan kulutustasoon. (Tilastokeskus 2009). Muihin pohjoismaalaisiin verrattuna suomalainen käyttää ostoksiin säästeliäämmin rahaa. Suomalainen työssäkävijä ei odota isoa palkkaa ja sen tuomaa

taloudellista turvaa, vaan on mieluummin työhönsä tyytyväinen, jos sillä vain tulee toimeen. (Partonen 2007, 75).

4.3 Liike-elämä

Suomi ja Venäjä ovat läheisiä paitsi maantieteellisen sijaintinsa ja historiansa kannalta, myös kaupan kautta. Vuosien saatossa eri historian tapahtumat ovat vaikuttaneet kaupankäyntiin Suomen ja Venäjän välillä. Ensimmäisen maailmansodan aikaan Suomen viennistä lähes 100 prosenttia oli itärajan yli Neuvostoliittoon. Vienti romahti seuraavaan maailmansotaan asti, jolloin se nousi taas merkittävästi. 2000-luvulla kasvu on ollut melko nopeaa, niin viennin kuin tuonninkin määrillä mitattuna. (Tilastokeskus 2006a). Suomeen tuodaan Venäjältä pääasiassa energiaa ja raaka-aineita ja Venäjälle viedään teollisuustuotteita. (Vihavainen 2006, 19).

Suomella ja Venäjällä on hallitustenvälinen talouskomissio, joka toimii parantaakseen maiden välisiä kauppasuhteita poistamalla esteitä ja luomalla kontakteja yritysten välille. Maiden välillä on myös erilaisia yhteistyöprojekteja, kuten lähialueyhteistön kehittäminen, minkä tarkoituksena on muiden suhteiden parantamisen lisäksi myös parantaa taloudellista yhteistyötä ja kumppanuutta. Yhteistyön hedelminä voidaan nähdä hyvät vienti- ja tuontimäärät; Venäjä on Suomen suurin tuontimaa ja kolmanneksi suurin vientimaa. Maiden väliset investoinnit ovat myös kasvaneet, ja suomalaisten yritysten Venäjälle tehtyjen suorien sijoitusten määräksi on arvioitu noin seitsemän miljardia euroa. On arvioitu, että suomalaiset yritykset työllistäisivät Venäjällä 50 000 henkilöä. (Ulkoasianministeriö 2011.)

Liike-elämää pidetään Suomessa hyvin vähän korruptoituneena ja toisaalta taas hyvin rehellisenä ja tasapuolisen toimintana. Venäjällä liike-elämää leimaa suhteisiin perustuva toiminta ja korruptio. Venäläiset itse tiedostavat maassaan tapahtuvan lahjonnan ja korruption, mutta hyväksyvät sen hiljaa. Venäjän epäselvä lainsäädäntö, suuret tuloerot ja tulkinnanvaraiset säännökset ovat tekijöitä, jotka antavat korruptiolle ja lahjonnalle jalansijaa. Lahjonta kukoistaa muun muassa tulli-, vero- ja rakennustarkastustoiminnassa sekä tarjouskilpailuissa, niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla. (Salmenniemi &

Rotkirch 2008, 95-105.) Suhteet ovat valloillaan myös henkilöstöpolitiikassa. Osaavan ja luotettavan työvoiman puute pakottaa yritykset hankkimaan työntekijöitään suhteiden ja suosittelijoiden kautta. Kovimmat erikoisosaajat taasen saatetaan ostaa suoraan kilpailevan yrityksen palkkalistoilta. Suhteiden täyttämä henkilöstöpolitiikka tuo mukanaan myös vaikeuksia. Suositeltu työntekijä voi osoittautua ongelmalliseksi yritykselle eri tavoin. Mikäli työntekijä ei ole tarpeeksi hyvä työhönsä, häntä on vaikeampi erottaa suhteiden ja luottamuksen huononemisen pelon takia. Hyvillä suhteilla yrityksiin päässeet työntekijät saattavat käyttää asemaansa väärin, koska ovat luottavaisia työn pysyvyyteen. Näin työntekijästä, joka on ainoastaan suosituksella päässyt työhön, voi olla enemmän haittaa kuin hyötyä yritykselle. (Salmenniemi & Rotkirch 2008, 113 - 116.)

Suomessa liike-elämä on, kuten sanottua, rehellistä ja ahkeruudella täytettyä. Kiinnostus korkeaan teknologiaan on tuonut suomalaista työosaamista julkisuuteen ja nostanut samalla suomalaisia palkkoja. Moni yritys siirtääkin tuotantoaan kustannussyistä ulkomaille, usein Aasiaan. Matalammat työkustannukset nostavat yrityksen kilpailukykyä. (Yritys-Suomi 2011.) Suomessa kuitenkin korkeasta palkkatasosta huolimatta ei tavoitella suuria vakansseja vaan ollaan tyytyväisiä kohtuulliseen toimeentuloon. Osittain siksi suomalaisessa yritysmaailmassa asiat ovat hyvin; moni työntekijä on tyytyväinen nykyiseen työsuhteeseensa ja tekee ahkerasti töitä pysyäkseen tukevasti siinä mieluummin kuin ottaa riskejä. Suomalainen nöyryys näkyy myös siinä, että vaativastakaan työstä ei nähdä ansaittavan ylisuuria palkkatuloja. Taloussanomien teettämässä tutkimuksessa kävi ilmi, että suomalaisten mielestä sopiva kuukausipalkka suuryhtiön toimitusjohtajalle olisi alle 17 tuhatta euroa, kun se kyselyn aikaan oli yli kolminkertaisesti tämä. (Taloussanomat 2011.)

Venäjän liike-elämä on jatkuvasti muuttunut länsimaisempaan suuntaan. Korruptiota vastaan on esitetty uusia toimia. Talouskasvu nousi Putinin aikana, uusia lakeja on säädetty, kuten esimerkiksi vuonna 2005 asuntolaki, ja vaikutteita yritysmaailmaan on otettu ulkomailta. Perinteiseen venäläiseen liike-elämään kuuluvat asiat, kuten esimerkiksi juuri korruptio ja suhteiden vankka

asema, ovat rapistumassa hiljalleen pois, sillä niiden oletetaan olevan esteenä kilpailukyvyn parantumiselle ja talouskasvulle. Kuitenkin joillain aloilla ne ovat vielä vahvasti käytössä yleisten ongelmien takia. (Salmenniemi & Rotkirch 2008, 18 - 20.)

Vuonna 2007 yli yhdeksän miljoonaa venäläistä matkusti ulkomaille, missä oli nousua edelliseen vuoteen yli kaksikymmentä prosenttia. (Graham Stack). Venäläisten matkustaminen on jatkuvasti kasvussa, ja sen arvo matkustuskohteille on iso. Venäläinen turisti kuluttaa arvioidusti viisi kertaa niin paljon yötä kohti kuin muunmaalainen turisti. (Ehotelier). Tämä kertoo siitä, että matkustava venäläinen kuuluu yleensä keskimääräistä varakkaampaan luokkaan, ja varakkaampi luokka on uusrikkaita lukuunottamatta keski-ikäisiä ylittäneitä perheellisiä aikuisia. Venäläiset matkustavat useammin laadun perässä ja tekevät ostosmatkoja ulkomaille. Esimerkiksi Suomeen tulleet venäläiset käyttivät kesällä 2007 Matkailun Edistämiskeskuksen ja Taloustutkimus Oy:n tutkimuksen mukaan selvästi eniten rahaa ostoksiin, noin kolme neljäsosaa koko matkan kulutuksesta. (Matkailun Edistämiskeskus 2007a.)

5 Suomi ja ulkomaalaiset

Suomi houkuttelee ulkomaalaisia muutamalla avainasialla, joihin kuuluvat turvallinen ympäristö, korkea elintaso ja palkat sekä eksoottinen luonto. Naapurusmaista Venäjä ja Viro ovat köyhempiä maita (Global Property Guide 2011.), ja Suomi houkuttaa näistä maista työntekijöitä, jotka tulevat paremman palkan ja elintason perässä työskentelemään pääosin itäiseen ja eteläiseen Suomeen. Suomeen tulee myös paljon opiskelijoita, joista suurin osa on Venäjältä kotoisin. (Tilastokeskus 2006b.)

5.1 Turismi Suomessa

Suomeen matkustavat ulkomaalaiset voidaan jakaa karkeasti kolmeen luokkaan; naapurusmaat (Venäjä, Ruotsi, Norja ja Viro), saksalaiset ja isobritannialaiset sekä muut. Naapurusmaista erityisesti Venäjän ja Ruotsin ylivoimaisuutta selittää osittain se, että niiden kansalaisten matkoista suurempi osa on työmatkoja kuin kauempaa matkustavien kansalaisten. Naapurusmaiden matkustajista oli Matkailun Edistämiskeskuksen ja Taloustutkimus Oy:n tutkimuksessa kesällä 2007 hieman alle puolet pelkkiä vapaa-ajan matkoja. (Matkailun Edistämiskeskus 2007a.)

Syyt Suomeen lomailemaan tulemiselle vaihtelevat eri maitten välillä. Naapurimaiden kansalaiset tulevat Suomeen useasti maan läheisen sijainnin takia. Näin matkustamiseen kuluu vähemmän rahaa ja ostoksiin sitä voi käyttää enemmän. Venäläiset tulevatkin Suomeen usein tuotteiden laadun vuoksi tekemään tax free-ostoksia. Itä-Savossa 17.10.2011 julkaistun Kaupan Liiton tutkimuksen mukaan venäläiset pitävät Suomea turvallisena vaihtoehtona matkailulle, ja ylivoimaisesti tärkein syy Suomeen tuloon ovat ostokset; vaatteita, elintarvikkeita, kosmetiikkaa ja käyttötavaroita jää eniten ostosmatkailijoitten käsiin. Muutenkin naapurimaat käyttävät suuren osuuden matkaan käyttämästään rahasta ostoksiin. (Matkailun Edistämiskeskus 2007a.) Kauempaa tulevat turistit käyttävät enemmän rahaa muihin asioihin kuin ostoksiin, mikä näkyy esimerkiksi Matkailun Edistämiskeskuksen ja Taloustutkimus Oy:n tutkimuksessa, jonka mukaan kesällä 2007 muun muassa saksalaiset, itävaltalaiset ja isobritannialaiset matkaajat kuluttivat rahaa eniten

ravintoloihin ja kahviloihin sekä majoitukseen, ja vasta kolmanneksi eniten ostoksiin. Länsieurooppalaiset siis useimmiten tulevat Suomeen juuri matkailun itsensä takia. Suomi on turisteille turvallinen ja monipuolinen vaihtoehto matkakohteeksi. (Lonely Planet 2011.)

Suomen eksoottinen puhdas luonto ja erityisesti Lappi houkuttavat matkailijoita. Lappi houkuttaa ympäri vuoden, mutta erityisesti talvella joulusesongin aikaan. Talvella joulujän ohella matkailijoita houkuttelee Suomeen laskettelu ja mökkeily, sekä hiihtäminen. Luonnon ja talven lisäksi Suomessa houkuttaa eksoottisuus. Suomen erikoisuudet tuovat joka vuosi uteliaita turisteja matkailemaan. Muun muassa kännykänheiton ja eukonkannon maailmanmestaruuskilpailut ovat noteerattu ulkomailla mediassakin. Viikonlopun yli kestävä eukonkannon maailmanmestaruuskilpailut tuovat Sonkajärvelle pelkästään lähes 10 000 turistia, ja toinen suuri kansainvälinen tapahtuma, suojalkapallon maailmanmestaruuskilpailut tuovat Hyrynsalmelle yli 30 000 kävijää, joista moni on ulkomailta tullut kilpailija tai seuraaja. (BBC 2009.)

Suomen matkailutuotto on jakautunut vuodenaikojen ja sijainnin mukaan, ja sen luomat työpaikat ovat usein sesonkipohjaisia. Sesonkitöitä on tarjolla erityisesti talvella, kun hiihtokeskukset ovat auki, ja taas toisaalta etelässä on kausitöitä matkailun ansiosta enemmän kesällä. Kesämatkailu tuo Suomelle paljon rahaa, vuoden 2010 kesällä ulkomaalaiset matkustajat toivat Suomeen 1 200 miljoonaa euroa. (Tilastokeskus 2010b). Pienissä kylissä ja kunnissa tapahtuvat kansainvälisesti tunnetut tapahtumat, kuten edellä mainitut eukonkannon ja suojalkapallon maailmanmestaruuskilpailut, tuovat niille rahaa ja tunnettavuutta. Jotkut pienet paikat voivat olla lähes täysin riippuvaisia turismista ja tapahtumista. Myös muutkin kuin pienet kylät ja kunnat hyötyvät rahallisesti turismista, suuremmat kaupungit nähtävyyksineen kiinnostavat turisteja, jotka puolestaan tuovat rahaa ja luovat työpaikkoja. Suosituimmat yksittäiset nähtävyydet Suomessa ovatkin vuodesta toiseen kirkot, huvipuistot, isot kauppakeskukset ja kulttuurilliset rakennukset, jotka sijaitsevat isoimmassa kaupungeissa. (Matkailun Edistämiskeskus 2007b.)

5.2 Ulkomaalainen työvoima Suomessa

Suomeen tulee ihmisiä työtä tekemään pääosin Venäjältä ja Virosta, mutta myös muista maista, kuten Puolasta ja muista Itä-Euroopan maista. Alkuperämaa kuitenkin vaihtelee merkittävästi alueittain Suomen sisällä. Itä-Suomessa suurin osa ulkomaalaisista on peräisin Venäjältä, etelämpänä ja lännempänä on taasen venäläisten lisäksi työntekijöitä myös Virosta, Baltian maista, Puolasta ja Ukrainasta. Kotimaan etäisyys siis vaikuttaa työntekijöiden tuloon, kuten myös työn luonne. Itä-Suomeen ulkomailta tulee työntekijöitä lähinnä paikkaamaan työvoimapulaa puutarha- ja viljelyalalle sekä rakennusalalle. Työ on usein kausiluonteista, kuten istutukset tai marjanpoiminta. (Työ- ja Elinkeinoministeriö 2010.) Moni tilapäinen työntekijä tulee Suomeen vain ja ainoastaan töihin; työt tehdään tiukalla aikataululla, asuminen ja kulutus Suomessa on minimaalista, eikä sosiaalista kanssakäymistä muiden kanssa juuri ole. Saatu palkka viedään kotimaahan joskus lähes kokonaisuudessaan. Ulkomaalainen rakennustyöntekijä voi saada Suomesta parempaa palkkaa kuin kotimaassaan, vaikka maksettu palkka olisikin Suomen työsäännöksiä matalampi eli alle minimipalkka. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

Työ- ja elinkeinoministeriön arvioiden mukaan Suomessa on jatkuvasti kymmeniä tuhansia ulkomaalaisia työntekijöitä, mutta heidän tarkka laskemisensa on hyvin ongelmallista. Työlupaa ei heltä kaikille, joten jonkin verran ulkomaalaisia työskentelee Suomessa ilman lupaa, ja heitä on mahdoton laskea. Ulkomaalaisista työntekijöistä suuri osa työskentelee matalapalkkaisemmillä aloilla, joissa on ongelmia työntekijöiden saatavuudessa, kuten rakennusalalla tai siivousalalla. Toisaalta ulkomaalaisia työntekijöitä näkee myös muun muassa lääkäreinä ja arvostettujen yritysten korkeilla paikoilla, mikä kertoo siitä laajasta kirjosta ihmisiä, joka tulee Suomeen työskentelemään. Moni ulkomaalainen työntekijä on perustanut itse yrityksen työllistyäkseen. Usein nämä yritykset liittyvät jotenkin yrittäjien omaan kotimaahan, ja yritysten asiakaspohja voi olla pääosin samasta maasta kotoisin olevia maahanmuuttajia. Tällainen voisi olla esimerkiksi venäläisen perustama

Itä-Suomessa toimiva kääntäjäpalvelu, joka avustaa pääosin muita venäläisiä virallisissa asioissa ja papereissa Suomessa. (Forsander ym 2001, 70 – 77.)

Venäläisistä työntekijöistä suurin osa jää Itä-Suomeen, etäisyyksien ja työn tarjonnan vuoksi. Venäläisten tekemä työ Itä-Suomessa on suurimmaksi osin kausiluonteista ja keskittyy kesään. Venäläisiä on kesäisin töissä erityisesti rakennusalalla, marjojen poiminnassa ja viljelyssä, sekä matkaoppaina venäläisille turisteille. Ympäri vuotista työtä venäläisille on vähemmän, jotkut rakennus- ja asiakaspalvelualan tehtävät kuitenkin työllistävät suomea osaavia venäläisiä jatkuvasti. (Työ- ja Elinkeinoministeriö 2010.) Suomalaisilla työvoiman välittäjäyrityksillä on suhteita Venäjälle ja sikäläisiin yrityksiin esimerkiksi Pietarissa. Välittäjäyritysten avulla työnantaja ja työntekijä löytävät helpommin toisensa eikä yhteisen kielen puute ei haittaa. Välittäjäyritys voi hoitaa työntekijän puolesta työluvan, asumisen ja matkustuksen rahallista vastinetta vastaan. Tämä ei aina toimi hyvin, sillä jotkut välittäjäyritykset ottavat ylisuuria summia työntekijän sitä tajuamatta. (Työ- ja Elinkeinoministeriö 2010.)

Suomessa maahanmuuttajat yleisesti ovat arka puheenaihe, mutta yleisesti ollaan sitä mieltä, että maahanmuuttajat ovat hyväksytyjä, mikäli he ovat tulossa työskentelemään. Suomessa on työvoimapulaa ja maahanmuuttajat ovat tähän yksi ratkaisu. Ongelmallista on se, että maahanmuuttajien työttömyys on hyvin suurta, Työ- ja elinkeinoministeriön tutkimuksen mukaan ulkomaalaisten työttömyysaste Suomessa oli vuonna 2009 hieman yli 25 prosenttia, kun samaan aikaan se oli koko väestöllä alle kymmenen prosenttia. Työttömyys ulkomaalaisten keskuudessa on suuri ongelma, sillä työllistyminen on suurin yksittäinen tekijä, joka auttaa integroitumaan suomalaiseen kulttuuriin. Ulkomaalaiset työntekijät kohtaavat työssään kielteisiä asenteita ja jopa syrjintää. Kieli- ja kulttuuriongelmiensa takia soluttautuminen joukkoon on vaikeaa. Lisäksi ongelmia aiheuttaa erilainen koulutusjärjestelmä, Venäjältä saatu korkean asteen tutkinto ei välttämättä ole hyväksyttävissä Suomessa, ja tämän vuoksi koulutusta vastaavan työn hankkiminen on lähes mahdotonta. (Tanttu 2008, 34 - 35.)

5.3 Asenteet ulkomaalaisia työntekijöitä kohtaan

Suomalaisia pidetään usein ulkomaalaisvastaisena kansana. Vuonna 1989 julkaistiin työvoimatoimiston johdolla ensimmäinen tutkimus, jossa selvitettiin suomalaisten asenteita ulkomaalaisia kohtaan. Tällöin tuli esille seikkoja, jotka ovat vielä nykypäivänäkin päteviä ja hyvä ottaa huomioon. Nykyäänkin on huomattavissa mielipide-eroja, jotka tulevat ihmisen sosio-ekonomisesta asemasta, kuten iästä, puoluekannasta, ammatista, sukupuolesta ja koulutuksen tasosta. Vuonna 1989 julkaistussa tutkimuksessa saatiin esimerkiksi selville, että naiset ovat asenteissaan myönteisempiä kuin miehet, ja taas toisaalta, mitä vanhempi henkilö, sitä kielteisempi hän on ulkomaalaisia kohtaan. Mielenkiintoinen seikka on myös se, miten suuri ero ulkomaalaismyönteisyydellä tai -kielteisyydellä on, kun vertaa hyvin koulutettua ja ylempää toimihenkilöä heikommin koulutettuun ja normaaliin tyväestöön. Kuitenkin tätä rikas-köyhä-vastakkainasettelua rikkoo se, miten työttömät suhtautuvat ulkomaalaisiin paljon myönteisemmin kuin normaali tyväestö. (Jaakkola 1989, 64 - 76).

Ulkomaalaiset järjestäytyvät usein toisten ulkomaalaisten kanssa samoihin piireihin kielellisten ja kulttuurillisten seikkojen takia. Tämä vaikeuttaa sopeutumista suomalaiseen yhteiskuntaan. Työyhteiskunnassa asenteet ulkomaalaisia työntekijöitä kohtaan vaihtelevat alan ja alueen mukaan, mutta asenteet ovat yleisesti ottaen muuttumassa parempaan päin jatkuvasti. Uudellamaalla on esimerkiksi muuta maata myönteisemmät asenteet ulkomaalaisia tilapäistyöntekijöitä kohtaan. (Työ- ja Elinkeinoministeriö 2009.)

Euroopan Unionissa syrjintää eli rasismia on yritetty vähentää ja tätä kautta parantaa ulkomaalaissyntyisten ongelmia uusissa kotimaissaan. Myös Suomessa rasismia on tutkittu ja siitä on kirjoitettu, kuten muun muassa Vesa Puurosen vuonna 2011 julkaistu Rasistinen Suomi-kirja. Suomessa, kuten muissakin Euroopan Unionin maissa, rasismilla on omat erityispiirteensä. Jatkuva kielteisten asenteiden kasvu maahanmuuttajia kohtaan on noussut erääksi kuumimmista puheenaiheista politiikassa ja ylipäätänsä julkisuudessa. Eräs Suomessa esiintyvän rasismin erityispiirre on venäläisiin kohdistuva viha, joka kumpuaa vuosien takaa, sotien ajoilta. Nykyjulkisuudessa suurta kohua

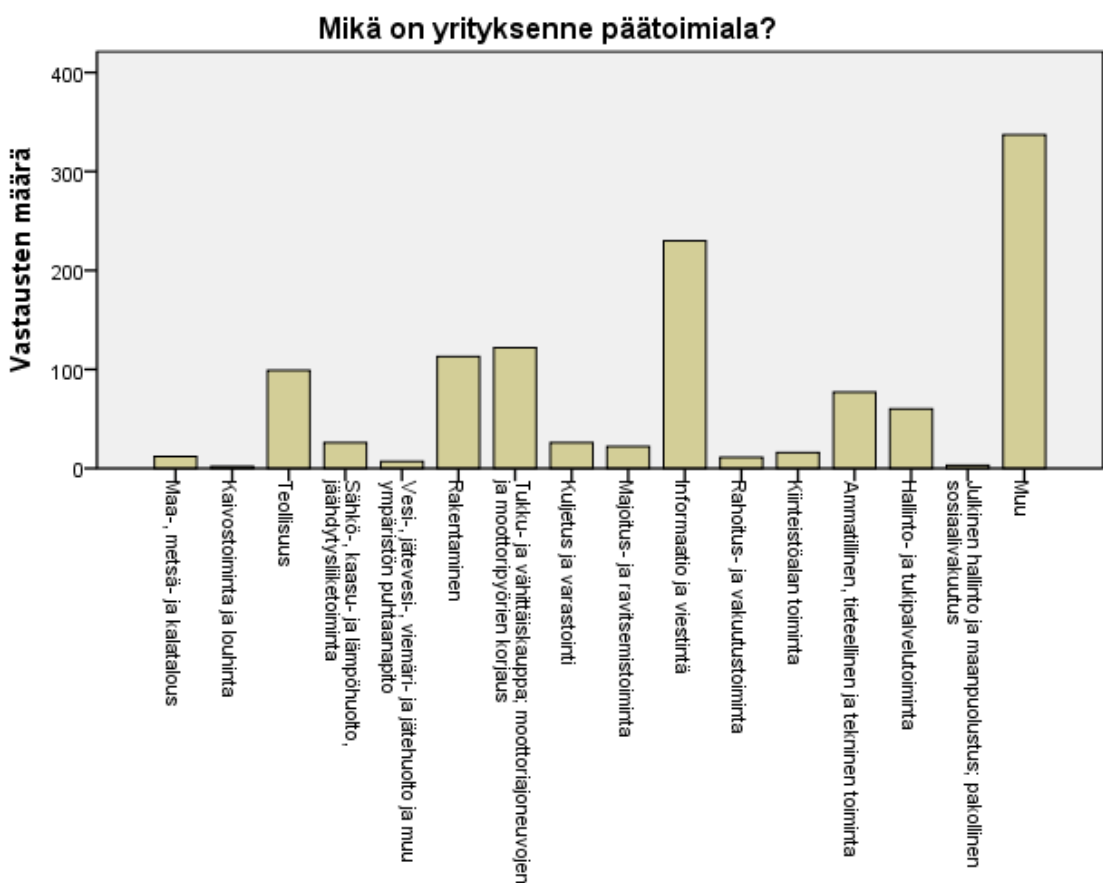
ovat aiheuttaneet muun muassa venäläisten tekemät maakaupat erityisesti Suomen itäosissa. Vaikka venäläisten ostamista kiinteistöistä ja tonteista on koko maassa osuus vain puoli prosenttia, joissain itärajan tuntuman kunnissa luvut voivat olla kymmenissä prosenteissa. Venäläisiä ikään kuin pelätään vielä, mutta toisaalta heitä syrjitään ja halveksitaan. Venäjää puhuvaa lasta voidaan jo lastentarhassa nimitellä "ryssäksi" ja erityisesti työelämässä venäläinen maahanmuuttaja saattaa kokea epätasa-arvoista kohtelua. (Puuronen 2011 80-81, 99-110.)

Rasismien kohteet ja sen ominaisuudet vaihtelevat Suomessa sijainnillisesti. Pohjoisempana venäläisten lisäksi syrjintää kohtaavat osittain saamelaiset, vaikkakin se on jäänyt pienemmälle huomiolle. Saamelaisia on Suomessa todella vähän, ja suurin syrjinnän muoto heitä kohtaan on heidän oikeuksiensa puuttuminen. Saamen kieli on vähitellen katoamassa, ja saamelaisten määrä vähenemässä. Nuoret saamelaiset eivät välttämättä koe omakseen saamelaisuutta, ja esimerkiksi kiusaaminen ja syrjintä johtuen saamen kielestä ja perinteisestä kansallisuudesta voivat aiheuttaa nuoren saamelaisen irtautumisen omasta kulttuuristaan. (Puuronen, 111 - 157.)

6 Kysely ja sen tulokset

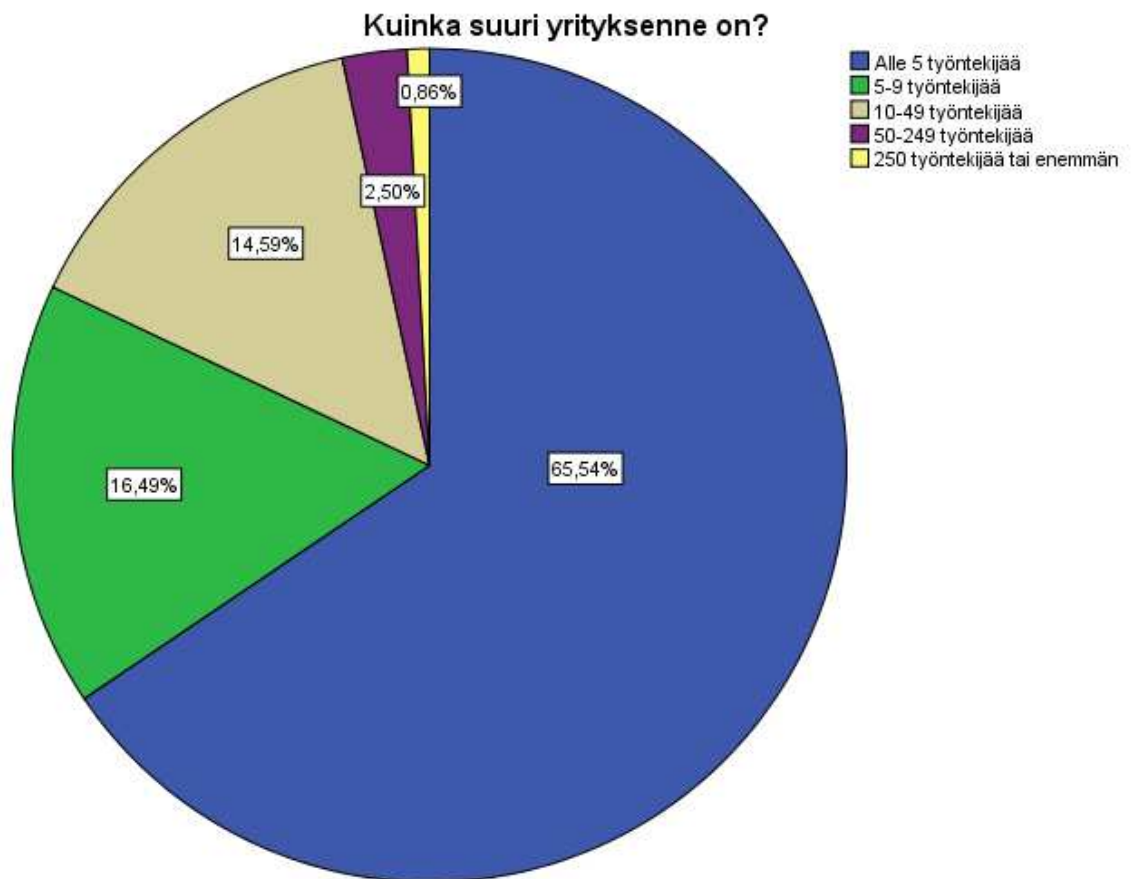
Kyselylomake tehtiin TAK:n kanssa yhteistyössä, ja lähetettiin 4 957 suomalaiselle yritysjohtajalle 26.4., vastausaikaa oli 6.5. asti. Otosjoukolle, joka valittiin sattumanvaraisesti, lähetettiin SurveyGizmo-ohjelman avulla henkilökohtainen linkki kyselyyn. Välillä lähetettiin muistutusviesti, jonka tarkoituksena oli herätellä kyselyn unohtaneita. Suomessa toimivista yrityksistä hieman alle viisi tuhatta on kohtuullinen otos tällaiseen tutkimukseen, mutta sen luotettavuus on kuitenkin kyseenalaista painottuneisuuden takia, mikä tulee ilmi analysoitaessa tuloksia.

Kyselyyn vastasi 1167 yritystä, joista toimialansa kertoi 1163. Näistä viisi suurinta oli ”muu” (337 vastaajaa), ”informaatio ja viestintä” (230 vastaajaa), ”tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus” (122 vastaajaa), ”rakentaminen” (113 vastaajaa) sekä ”teollisuus” (99 vastaajaa). Muut vaihtoehdot toimialaksi jäivät näistä selvästi, kuten taulukosta 1 selviää.



Kuva 1. Yritysten toimialat.

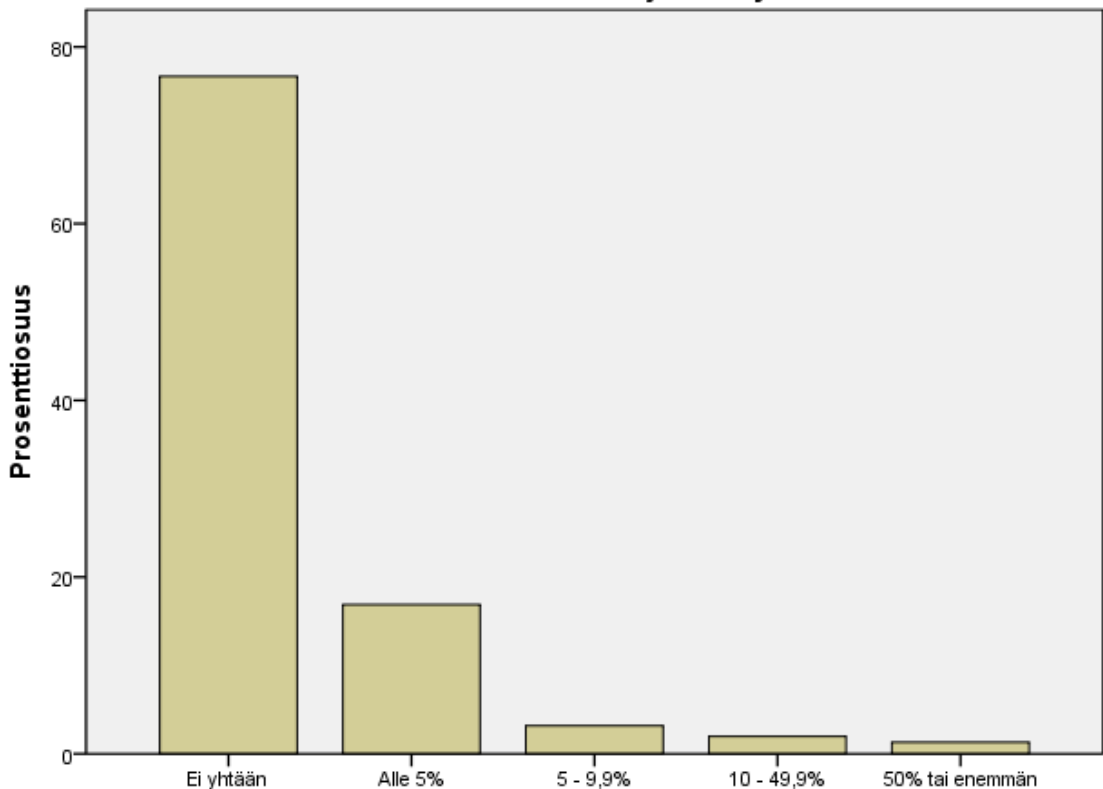
Suomen elinkeinorakenteen huomioon ottaen tulokset mukailevat hyvin totuutta. Kuvasta numero 1 on nähtävissä yritysten suuri painottuminen pieniin, alle viiden työntekijän yrityksiin. Lähes kaksi kolmasosaa vastaajista kuului tähän suurimpaan ryhmään. Pienehköjä 5 - 9 työntekijän yrityksiä oli noin kuudesosa vastaajista, keskikokoisia 10 - 49 työntekijän yrityksiä puolestaan vajaa viisitoista prosenttia. Viisikymmentä tai enemmän työntekijöitä oli vain reilussa kolmessa prosentissa vastanneista yrityksistä.



Kaavio 1. Yritysten koko.

Kysyttäessä yrityksiltä onko niillä mahdollisesti Venäjään liittyvää liiketoimintaa, yli kolme neljästä vastasi kielteisesti. Sähköpostitse tuli myös joitakin vastauksia, ettei kyselypyynnön saaneella yrityksellä ole liiketoimintaa eikä mitään kanssakäymistä Venäjän suuntaan ja siksi yritys jättää vastaamatta. Vähäinen osuus, eli alle viisi prosenttia, liikevaihdosta tuli Venäjään liittyvistä liiketoimista 196:lla eli 16,8%:lla vastaajista. Yli viisi prosenttia, mutta alle puolet liikevaihdosta tuli 60 vastaajalla, ja 15 vastaajaa (1,3%) kertoi enemmistön liikevaihdosta tulevan Venäjään liittyvistä liiketoimista.

Kuinka suuri osa liikevaihdostanne tulee Venäjään liittyvästä liiketoiminnasta?



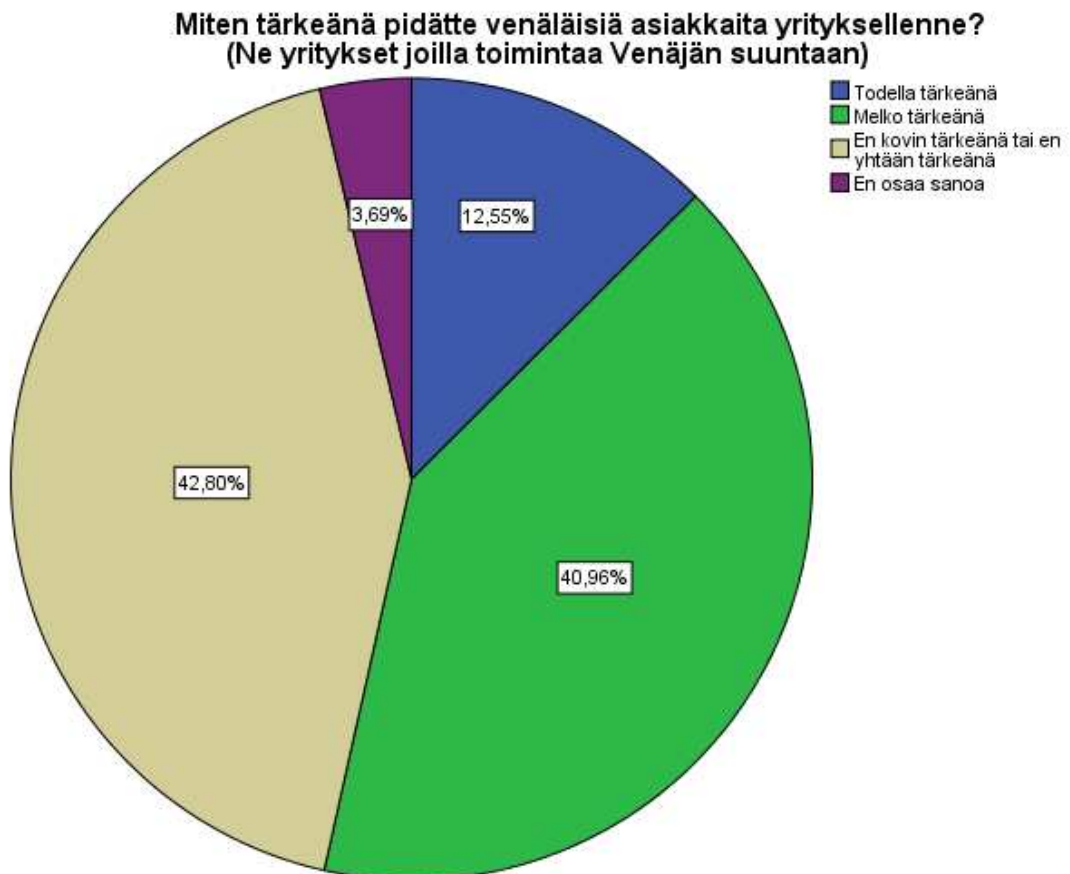
Kuva 2. Venäjään liittyvän liiketoiminnan osuus liikevaihdosta.

Venäjään liittyvän liiketoiminnan vähyys näkyi myös seuraavassa kysymyksessä, jossa selvitettiin venäläisten asiakkaiden tärkeyttä yrityksille. Kaksi kolmasosaa vastaajista ei pitänyt venäläisiä asiakkaita kovin tai ollenkaan tärkeänä yritykselleen. Vain alle 18 % piti venäläisiä asiakkaita melko tai todella tärkeänä. Yrityksistä ei kerätty maantieteellistä dataa, joten otosjoukon sijoittumista Suomessa ei tiedetä. Koska yritykset valittiin sattumanvaraisesti ympäri Suomea, voidaan olettaa tämän olevan yleinen tilanne Suomessa.



Kuva 3. Venäläisten asiakkaiden tärkeys yrityksille.

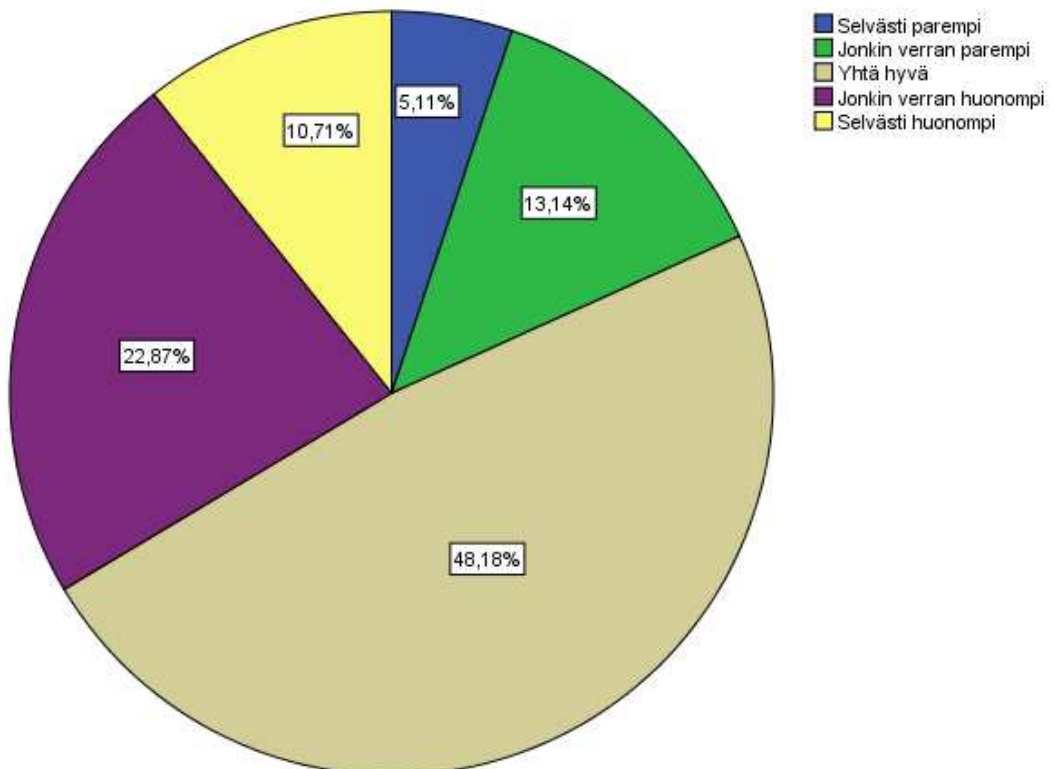
Kaaviossa 2 on eritelty ne yritykset, joilla oli Venäjään liittyviä liiketoimintaa ja tutkittu niiden yritysten mielipiteitä siitä, miten tärkeinä ne pitävät venäläisiä asiakkaita itselleen. Ei kovin tai ei lainkaan tärkeänä pitävien osuus on hieman yli 40 prosenttia, mikä on yli 20 prosenttiyksikköä vähemmän kuin vastaava osuus kaikkien yritysten mukana ollessa. Suuri muutos on myös melko tärkeänä pitävien yritysten osuus ja sen lähes kolminkertaistuminen noin 41 prosenttiin verrattaessa osuutta kaikista yrityksistä. Todella tärkeänä venäläisiä asiakkaita pitää tällä erittelyllä noin joka kahdeksas (12,55 % vastaajista).



Kaavio 2. Venäläisten asiakkaiden tärkeys niillä yrityksillä, joilla toimintaa Venäjän suuntaan.

Kyselyssä pyydettiin vertailemaan äidinkielenään venäjää puhuvia työntekijöitä ja äidinkielenään suomea puhuvia työntekijöitä vastakkain kolmella eri kriteerillä: työmoraali, luotettavuus ja ammattiosaaminen. Kaaviossa 3 selvitetään vastauksia työmoraalin osalta. Hieman alle puolet vastaajista piti molempia yhtä hyvänä, noin kolmasosa piti venäjänkielisiä jonkinverran tai selvästi huonompina työmoraalin osalta. Hieman yli viisi prosenttia vastaajista piti venäjänkielisiä työntekijöitä työmoraalin osalta selvästi parempina kuin suomenkielisiä.

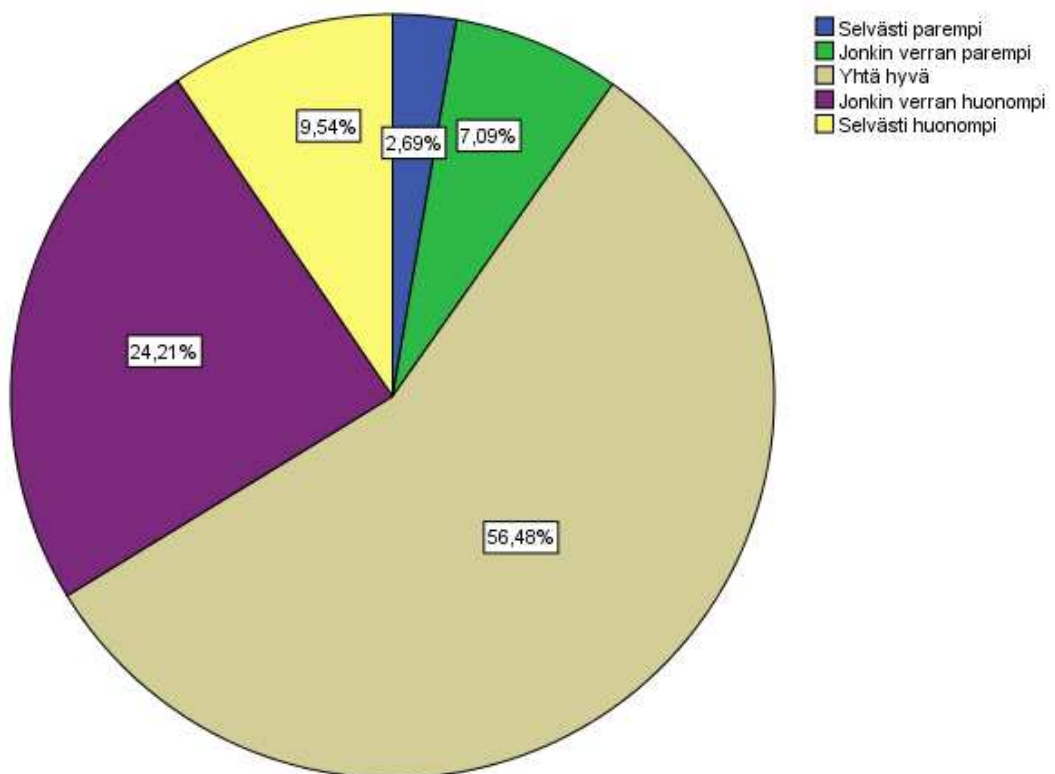
Venäjää äidinkielenään puhuvien työmoraali verrattuna suomenkielisiin



Kaavio 3. Venäjää äidinkielenään puhuvien työntekijöiden työmoraali verrattuna suomenkielisiin.

Kaaviossa 4 esitetään vertailu ammattiosaamisen kannalta. Yli puolet vastanneista piti molempia kansallisuuksia yhtä hyvinä, mutta muuten mielipiteet olivat jyrkempiä; noin neljäsosa vastanneista piti venäjänkielisiä ammattiosaamisen kannalta jonkin verran huonompina ja noin kymmenesosa selvästi huonompina. Alle kymmenen prosenttia vastanneista piti venäjänkielisten ammattiosaamista suomenkielisiä parempana. Kuten kaaviosta 6 tulee ilmi, vain murto-osalla vastaajista on venäjänkielisiä työntekijöitä töissä (osalla voi olla aiemmin ollut, muttei juuri vastaushetkellä). Siksi vastaukset ovat pitkälti ennakko-asenteita. Tämä pätee myös venäjänkielisten työmoraalin ja luotettavuuden arviointeihin.

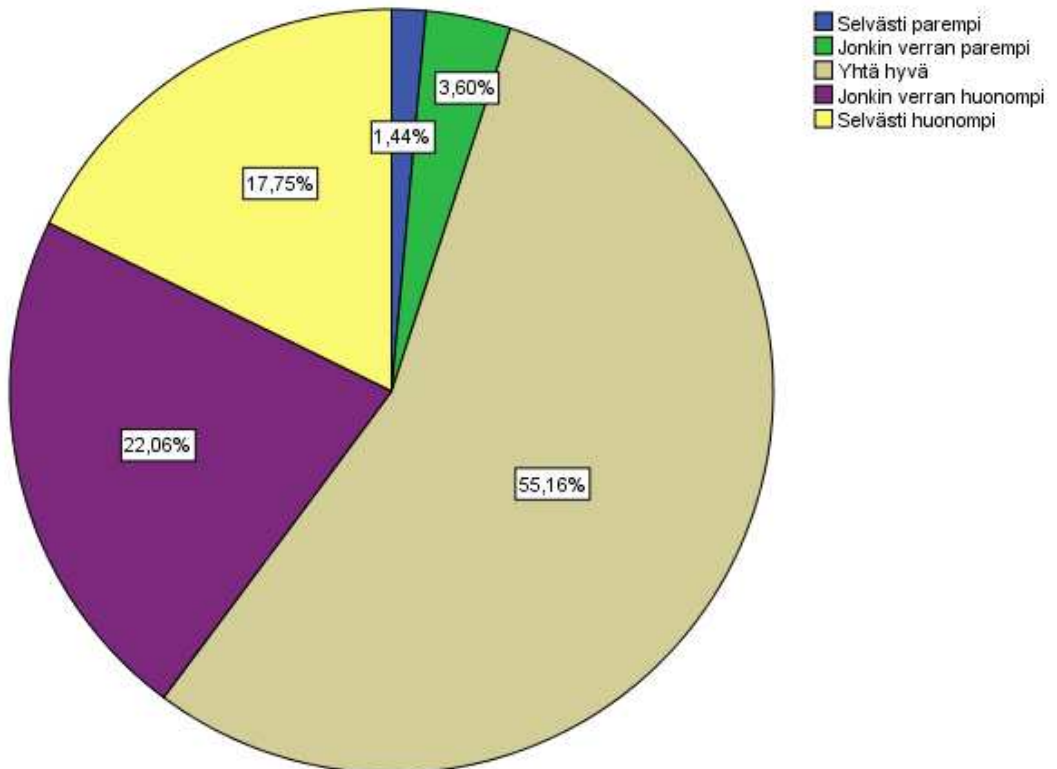
Venäjää äidinkielenään puhuvien ammattiosaaminen verrattuna suomenkielisiin



Kaavio 4. Venäjää äidinkielenään puhuvien työntekijöiden ammattiosaaminen verrattuna suomenkielisiin.

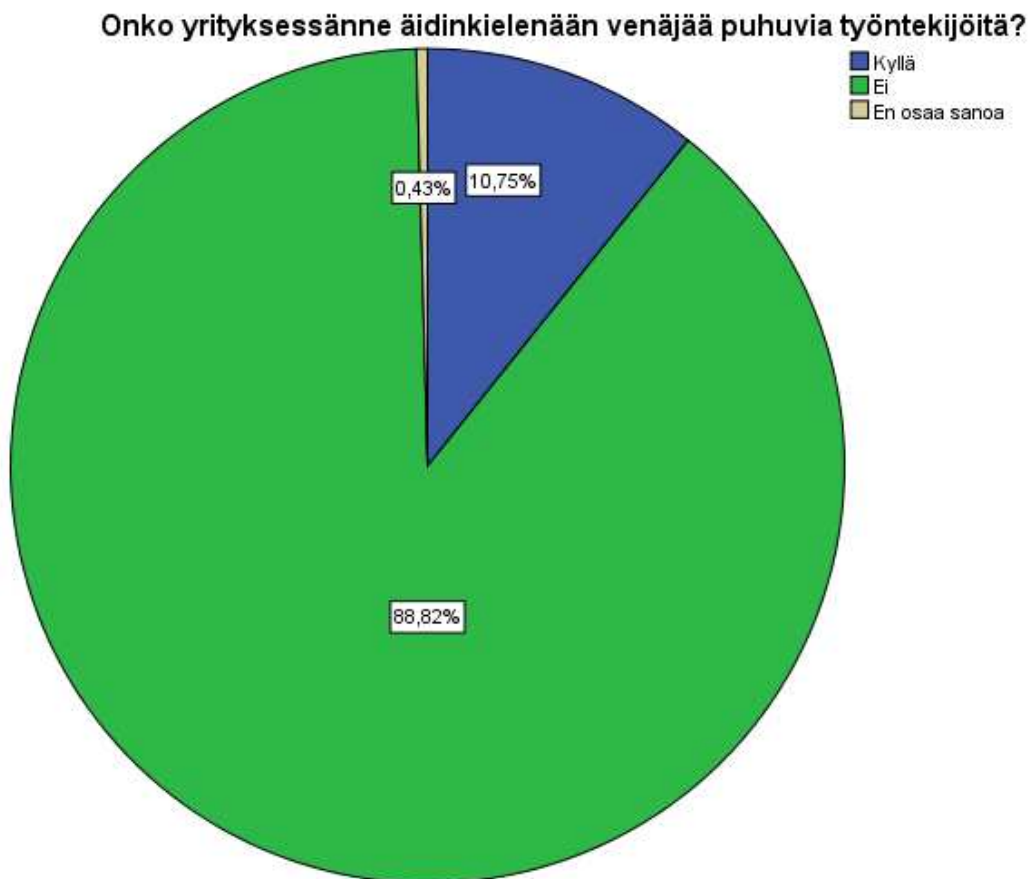
Kaaviossa 5 nähdään vertailu luotettavuuden osalta. Hieman yli puolet vastanneista (55,16 %) piti molempia yhtä hyvinä luotettavuutta tarkastellessa, joka on lähes vastaava määrä kuin ammattiosaamista arvioidessa. Lähes 40 prosenttia vastaajista piti venäjänkielisiä jonkin verran (22,06 %) tai selvästi (17,75 %) huonompina luotettavuutta arvioidessa, joka on merkittävä painotus verrattuna esimerkiksi ammattiosaamisen tarkasteluun. Vain hieman yli viisi prosenttia (jonkin verran parempina 3,60 % ja selvästi parempina 1,44 %) vastanneista piti venäjänkielisiä luotettavampina kuin suomenkielisiä.

Venäjää äidinkielenään puhuvien luotettavuus verrattuna suomenkielisiin



Kaavio 5. Venäjää äidinkielenään puhuvien työntekijöiden luotettavuus verrattuna suomenkielisiin.

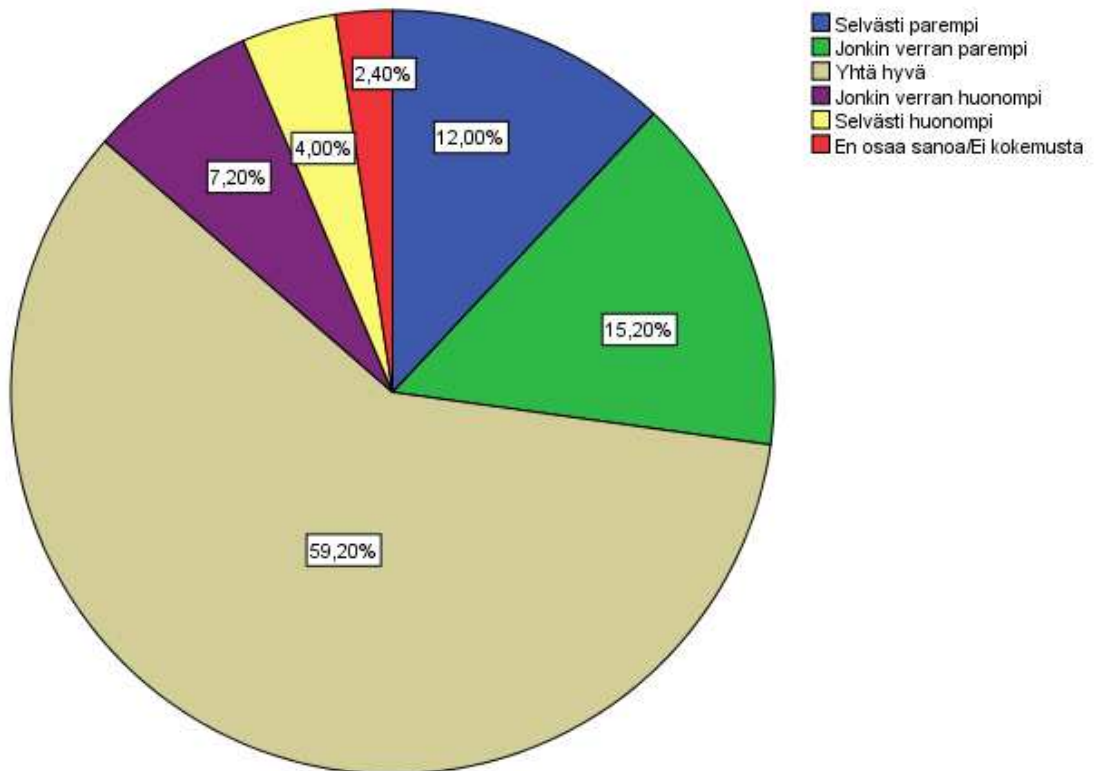
Kyselyssä kysyttiin myös, mikäli yrityksessä on äidinkielenään venäjää puhuvia työntekijöitä, ja tähän hieman yli joka kymmenes vastasi myöntävästi (Kaavio 6). Koska otosjoukko on sattumanvaraisesti valittu kaikista Suomen yrityksistä, osuudet voivat olla hyvinkin lähellä koko Suomen keskiarvoa. Itä-Suomessa osuudet hyvin todennäköisesti ovat erilaisia, koska venäjänkielisiä on maan keskiarvoa enemmän. Vähäinen kokemus venäläisistä tulee ilmi tämän kysymyksen vastauksista, ja huomataankin edellisten vertailujen olevan näin pääosin arviointeja ennakko-asenteiden mukaan.



Kaavio 6. Venäjänkieliset työntekijät yrityksissä.

Tuloksissa tehtiin myös kokeilu, jossa rajattiin ne yritykset, joilla oli venäjänkielisiä työntekijöitä, ja niiden vastauksista tehtiin vertailu suomalaisen ja venäläisen työntekijän välillä. Kaaviosta 7 nähdään, miten näiden yritysten vastauksia vertailtiin työmoraalin osalta. Suuri muutos on havaittavissa verratessa kaikkiin yrityksiin. Niillä yrityksillä, joilla oli venäjänkielisiä työntekijöitä, olivat asenteet selvästi positiivisempia venäläisiä kohtaan. Vain hieman yli 11 prosenttia piti venäläisiä jonkin verran (7,20 %) tai selvästi (4,00 %) huonompina työmoraalin osalta, kun taas parempina heitä piti yli 27 prosenttia (jonkin verran 15,20 % ja selvästi 12,00 %).

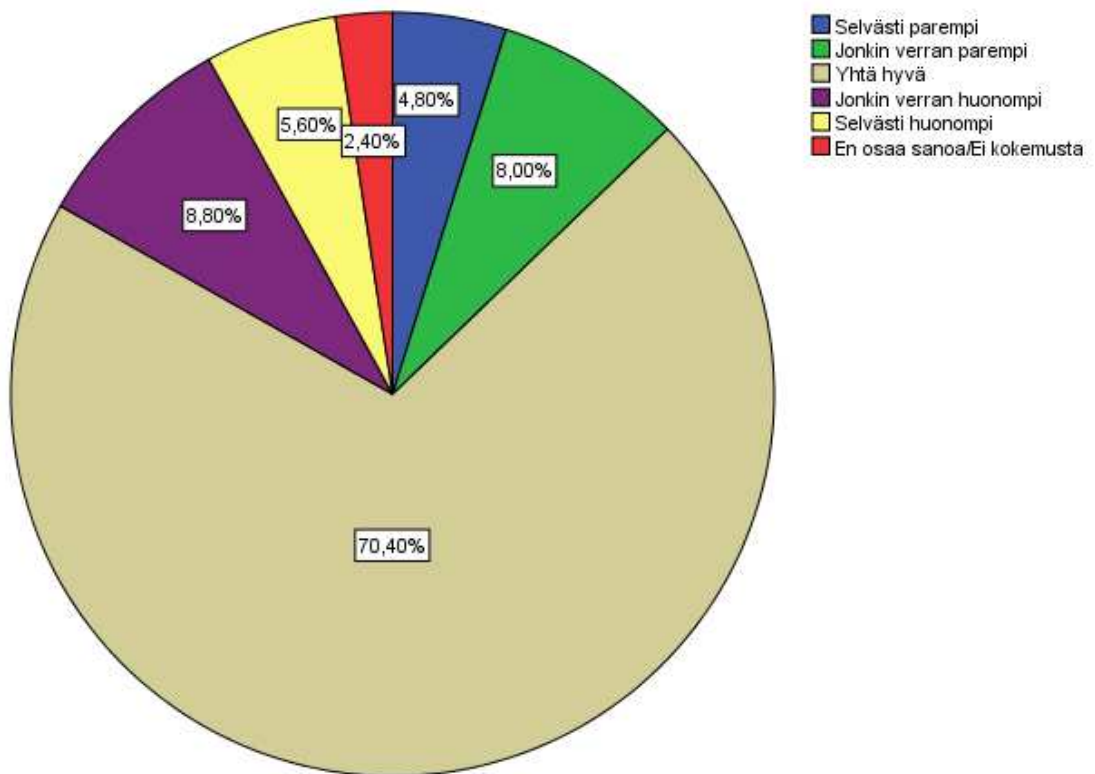
**Venäjää äidinkielenään puhuvien työmoraali verrattuna suomenkieliseen
(Ne yritykset, joilla venäjänkielisiä työntekijöitä)**



Kaavio 7. Venäjänkielisiä työntekijöitä omaavien yritysten mielipiteet työmoraalin osalta.

Kaaviossa 8 on näiden yritysten vastauksista selvitetty miten ne arvoivat venäjänkielisten ja suomenkielisten luotettavuutta. Kun kaikkien yritysten vastauksia tarkasteltaessa tulos oli erittäin negatiivinen venäläisiä kohtaan (lähes 40 prosenttia vastaajista piti venäläisiä epäluotettavampina), tässä rajatussa ryhmässä vastaava prosenttiluku on hieman yli 14. Venäjänkielisiä piti luotettavampina lähes 13 prosenttia vastanneista yrityksistä, joissa oli venäjänkielisiä työntekijöitä.

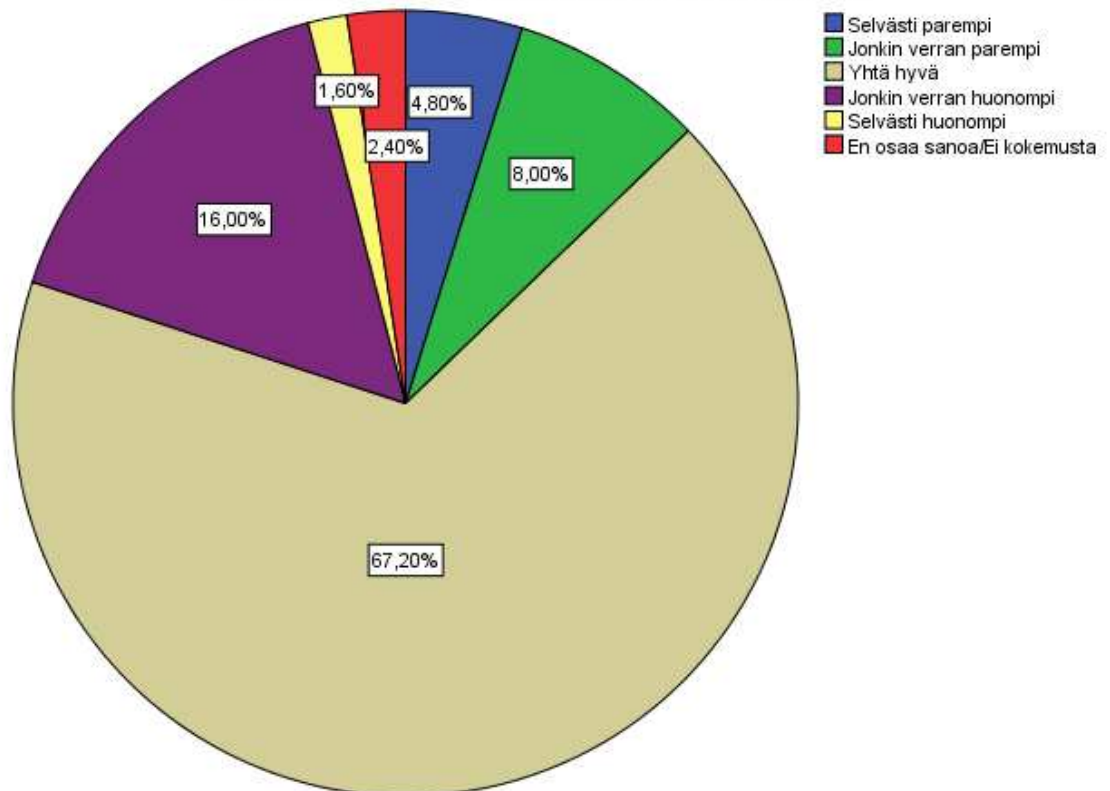
**Venäjää äidinkielenään puhuvien luotettavuus verrattuna suomenkieliseen
(Ne yritykset, joilla venäjänkielisiä työntekijöitä)**



Kaavio 8. Venäjänkielisiä työntekijöitä omaavien yritysten mielipiteet näiden luotettavuudesta.

Ammattiosaamisen kannalta ei suurta eroa ole kaikkien vastanneitten ja rajatun ryhmän kesken, kuten kaaviosta 9 selviää. Negatiivisemmin suhtautuneiden määrä on pienentynyt aiemmasta noin joka kolmannelta nykyiseen noin joka kuudenteen (17,60% vastanneista). Yli kaksi kolmasosaa (67,20%) vastaajista piti suomenkielisiä ja venäjänkielisiä yhtä hyvinä ammattiosaajina.

Venäjää äidinkielenään puhuvien ammattiosaaminen verrattuna suomenkieliseen (Ne yritykset, joilla venäjänkielisiä työntekijöitä)



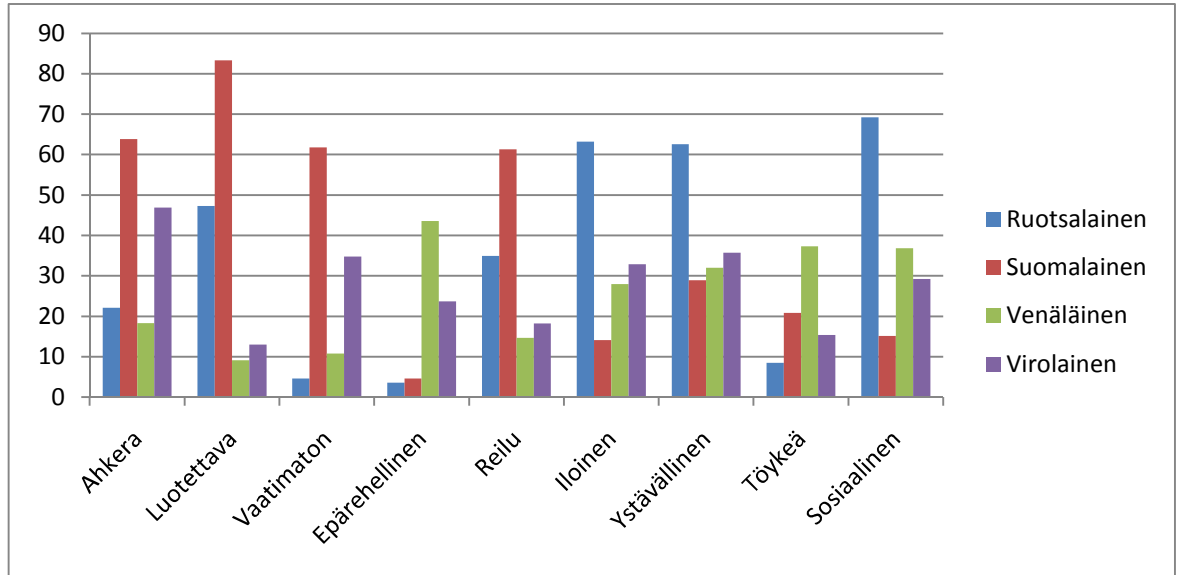
Kaavio 9. Venäjänkielisiä työntekijöitä omaavien yritysten mielipiteet ammattiosaamisen osalta.

Kyselyssä pyydettiin arvioimaan ei ainoastaan suomalaisia ja venäläisiä työntekijöitä, vaan kansallisuuksien mukaan venäläisten ja suomalaisten lisäksi ruotsalaisia ja virolaisia, heidän luonteenpiirteitään ja ominaisuuksiaan. Kysymykseen vastaamisen helpottamiseksi annettiin yhdeksän luonteenpiirrettä ja/tai ominaisuutta ja vastaajan piti nimetä, mikä kuvaa mitäkin kansallisuutta. Taulukossa 4 on eritelty vastauksia kansallisuuksien mukaan. Vastauksissa suomalaiset erottuvat edukseen; positiiviset ominaisuudet kuten ahkeruus (63,80 % vastaajista valitsi), luotettavuus (83,30 %), vaatimattomuus (61,80 %) ja reiluus (61,30 %) olivat parhaimmat ja taasen negatiivisemmat ominaisuudet kuten epärehellisyys (4,60 %) ja töykeys (20,80 %) olivat kohtuullisen matalalla. Kuitenkin sosiaalisuudessa (15,10 %) ja iloisuudessa (14,10 %) suomalaiset eivät menestyneet. Tulokset olivat jokseenkin odotettavissa, kun tarkastellaan teorian antamaa kuvaa suomalaisista.

Ruotsalaiset arvioitiin erittäin iloisiksi (63,20 %), ystävällisiksi (62,60 %) ja sosiaalisiksi (69,20 %). Heitä pidettiin myös hyvin luotettavina (47,30 %) ja reiluna (34,90 %), ja vähiten epärehellisinä (3,60 %). Kovin hyvää arviointia ruotsalaiset eivät saaneet kuitenkaan ahkeruudesta (22,10 %), vaan he jäivät toiseksi huonoimmaksi selvällä erolla suomalaisiin ja virolaisiin. Myös vaatimattomuutta arvioitaessa ruotsalaiset eivät olleet kärkijoukossa, he olivat vastaajista 4,6 prosentin mielestä vaatimattomia.

Venäläisiä ei arvostettu vastauksissa kovinkaan paljoa vertailtaessa heitä muihin kansallisuuksiin: heitä pidettiin vähiten ahkerina (18,30 % vastaajista), vähiten luotettavimpina (9,10 %), kaikkein epärehellisimpinä (43,60 %), vähiten reiluna (14,70 %) ja kaikkein töykeimpinä (37,30 %). Venäläisiä arvostettiin kuitenkin melko ystävällisinä (32,00 %) ja sosiaalisina (36,80 %). Virolaiset menestyivät kyselyssä melko hyvin. Heitä pidettiin ahkerina (46,90 %), vaatimattomina (34,80 %) ja melko ystävällisinä (35,70 %). Kaikkia ominaisuuksia tarkastellessa virolaiset olivat melko keskikastissa, kuitenkin he erottuivat enemmän positiivisesti kuin negatiivisesti. Virolaiset ja venäläiset olivat paljon lähempänä toisiaan kuin mitkään muut kaksi kansallisuutta. Tämä johtuu suurimmaksi osaksi työsuuntautumisen takia; Suomeen töihin tulevat

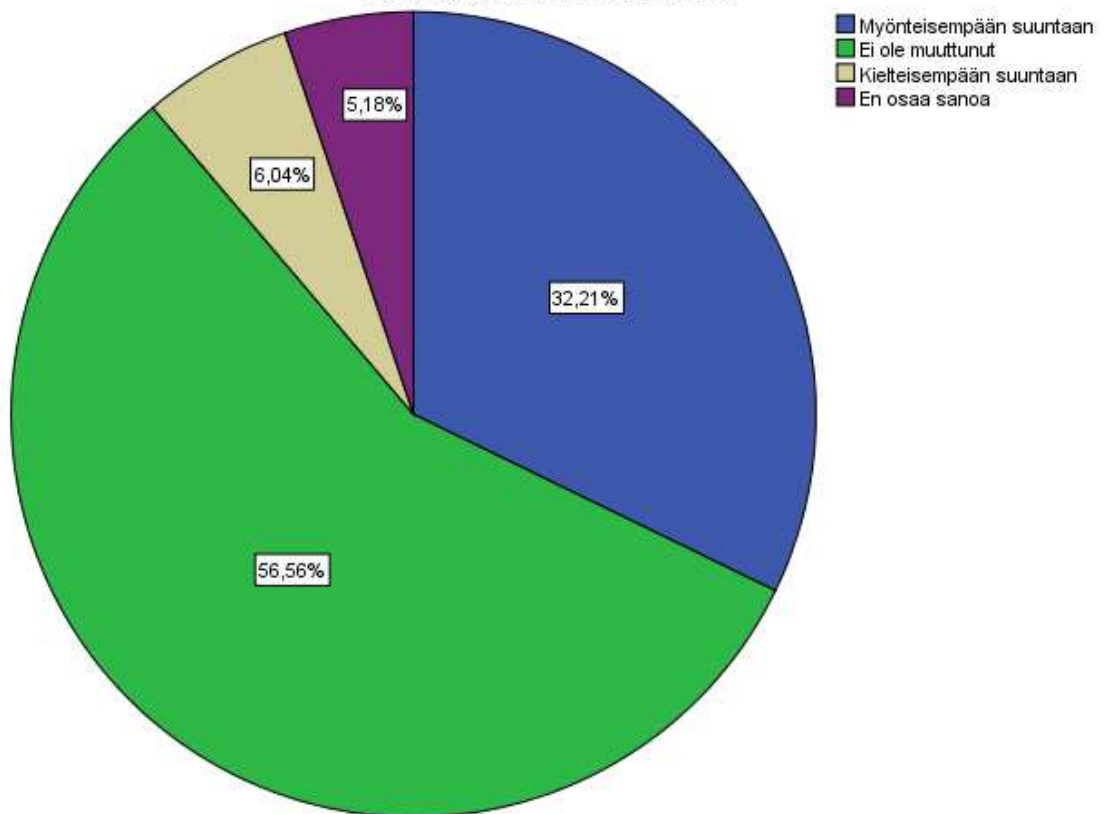
virolaiset ja venäläiset omaavat paljon yhtenevyyksiä niin työpaikoissa kuin työtehtävissä.



Taulukko 4. Eri kansallisuuksien arvioiminen.

Tutkimuksen viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, oliko vastaajan asenne venäläisiä kohtaan muuttunut johonkin suuntaan kahden vuoden takaisesta. Lähes kolmasosa (32,21 % vastaajista) ilmoitti asenteensa muuttuneen myönteisempään suuntaan tänä aikana, ja vain 6,04 prosenttia ilmoitti asenteidensa muuttuneen kielteisempään suuntaan. Yli puolet (56,56 %) arvioi asenteensa pysyneen muuttumattomana ja loput vastanneista ei osannut sanoa. Kaksi vuotta on sopiva ajanjakso tähän kysymykseen, sillä sitä pidempi ajanjakso tuskin antaa paljon erilaisen tuloksen, ja lyhyempään voi yksittäinen tapahtuma vaikuttaa merkittävästi ja hieman vääristää tulosta.

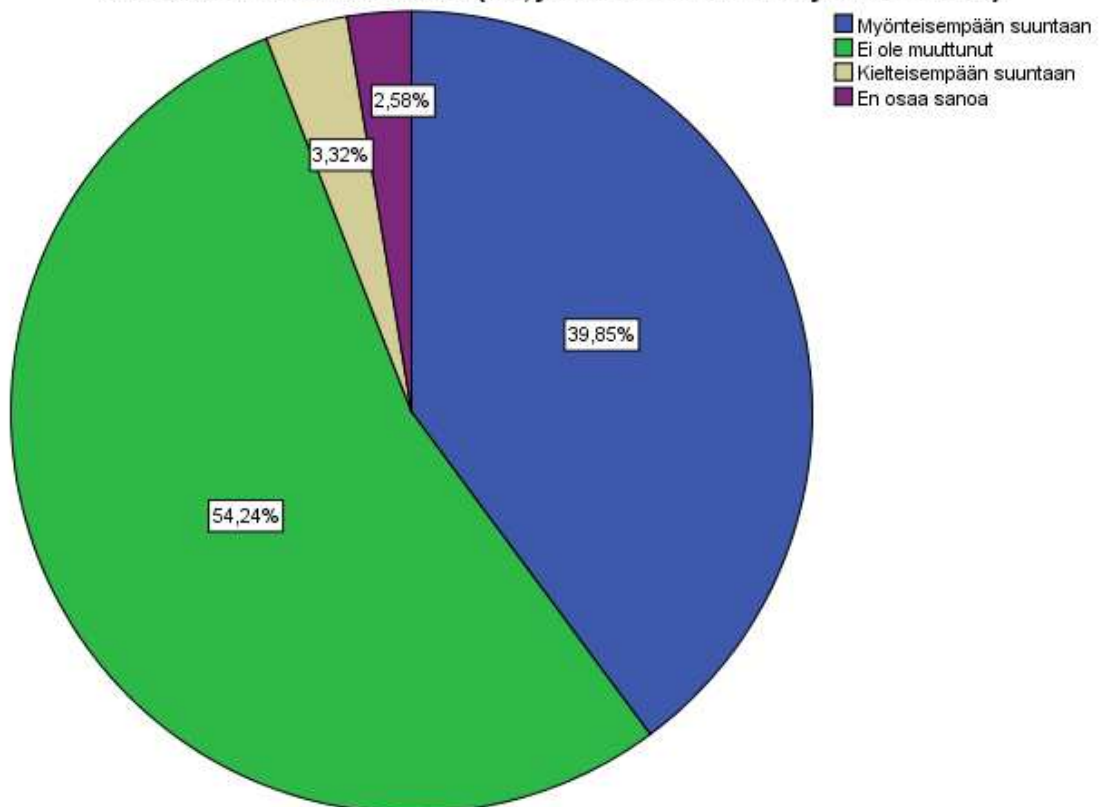
Arviokaa omaa asennettanne venäläisiä kohtaan nyt ja kaksi vuotta sitten. Miten asenteenne on muuttunut?



Kaavio 10. Asenteiden muutokset.

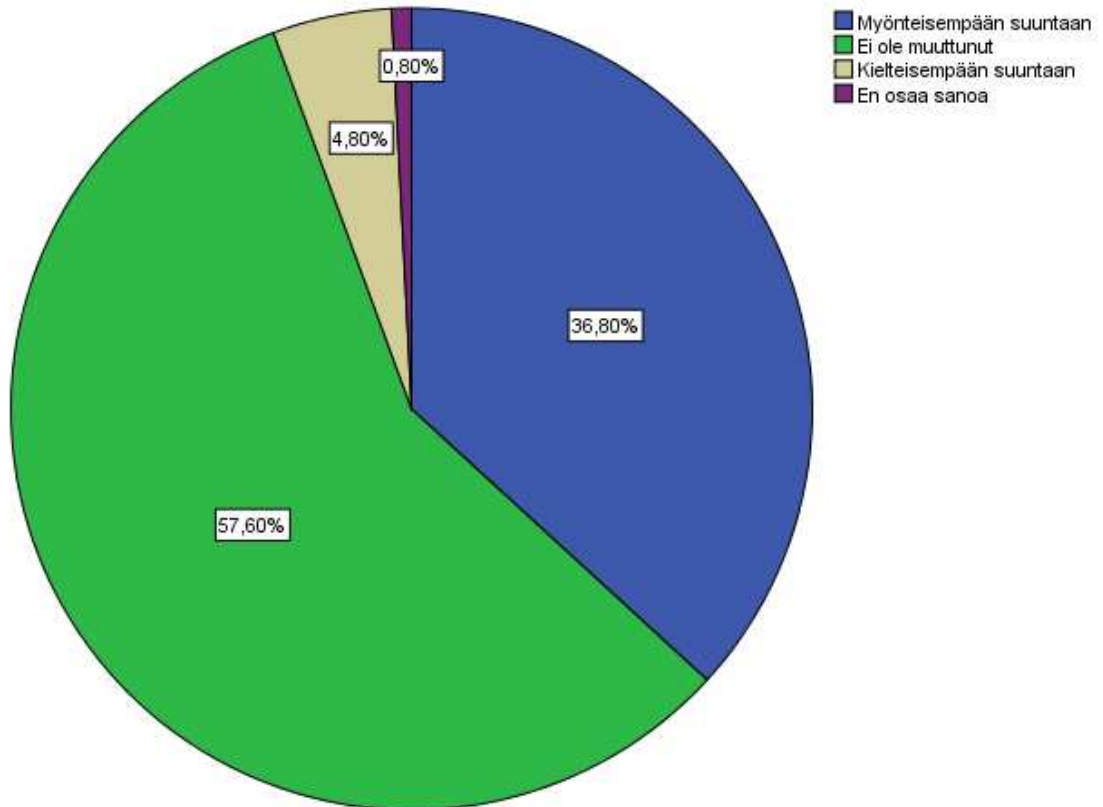
Kaavioista 11 ja 12 on nähtävissä, miten vastaukset jakautuivat, kun rajattiin ensin niiden yritysten vastaukset, joilla oli Venäjään liittyviä liiketoimia (kaavio 11) ja sitten niiden, joilla oli venäjänkielisiä työntekijöitä (kaavio 12). Molemmista kaavioista huomaa, että näillä yrityksillä asenteet olivat muuttuneet positiivisempaan suuntaan useammin kuin tarkasteltaessa kaikkia yrityksiä. Toisaalta taas negatiivisempaan suuntaan muuttuneissa asenteissa on prosentuaalisesti vielä isompi muutos. Esimerkiksi yrityksillä, joilla oli Venäjään liittyviä liiketoimia, oli vastauksissa lähes 50 prosenttia vähemmän vastauksia ”kielteisempään suuntaan” kuin kaikilla yrityksillä. Vastauksista ei selviä, mistä saakka yrityksillä on ollut venäläisiä työntekijöitä eikä sitä, miten toiminta Venäjän suuntaan on kehittynyt tämän kahden vuoden aikana. Mikäli yritys on juuri hankkinut ensimmäisiä venäläisiä työntekijöitä, se on voinut vaikuttaa vastaukseen suuresti. Mikäli yrityksellä taas on ollut venäläisiä työntekijöitä jo vuosien ajan, vaikutus on vähäisempi ja tulee muualta. Myös juuri Venäjän-kaupan aloittanut yritys on vastausten osalta ensikokemusten varassa.

Arviokaa omaa asennettanne venäläisiä kohtaan nyt ja kaksi vuotta sitten. Miten asenteenne on muuttunut? (Ne, joilla toimintaa Venäjän suuntaan)



Kaavio 11. Asenteiden muutokset niillä yrityksillä, joilla Venäjään liittyvää liiketoimintaa.

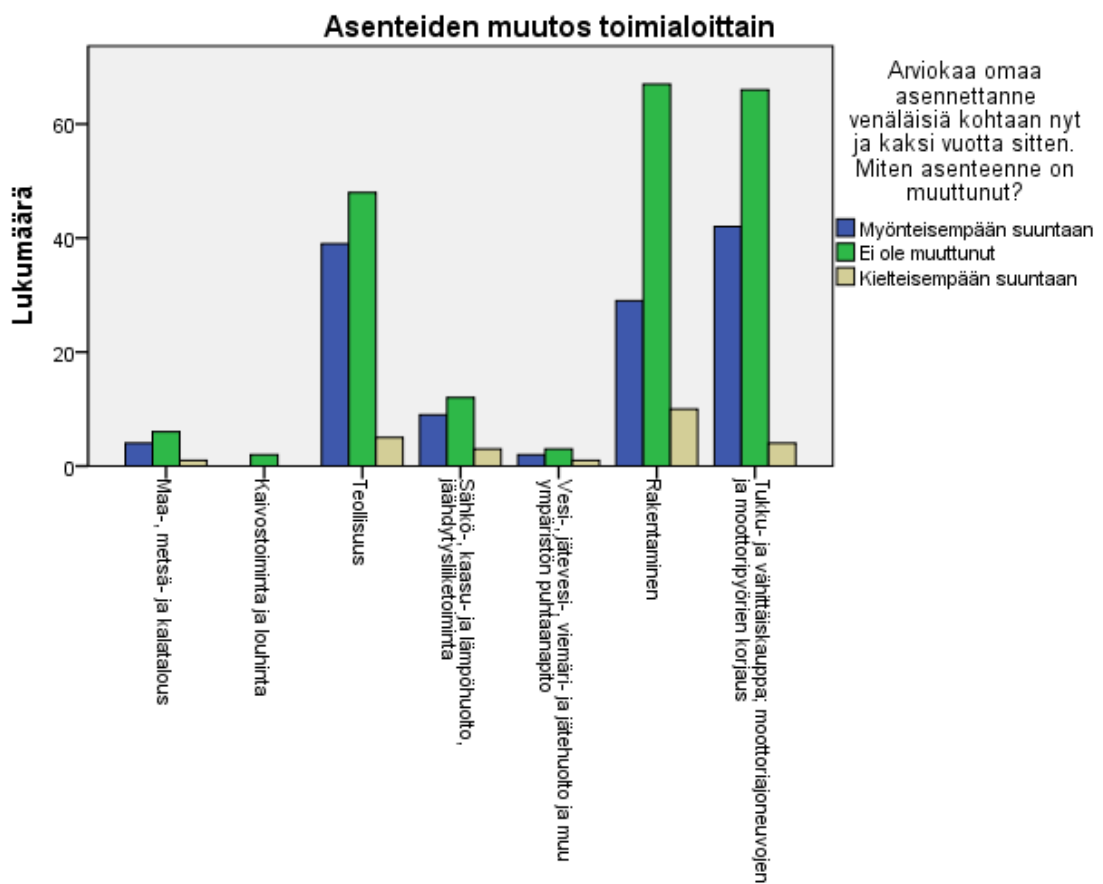
Arviokaa omaa asennettanne venäläisiä kohtaan nyt ja kaksi vuotta sitten. Miten asenteenne on muuttunut? (Ne, joilla venäjänkielisiä työntekijöitä)



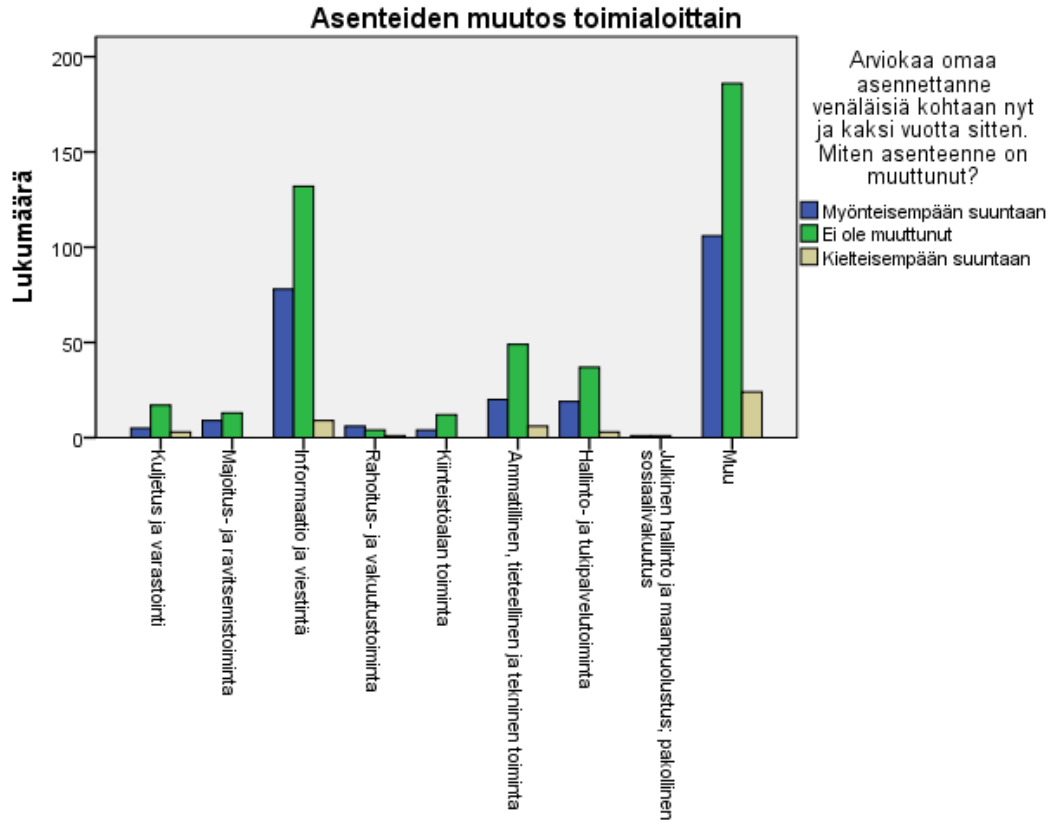
Kaavio 12. Asenteiden muutokset niillä yrityksillä, joilla venäjänkielisiä työntekijöitä.

Asenteiden muutoksia tarkasteltiin vielä toimialoittain, taulukoista 5 ja 6 näkyy, ovatko toimialan yrityksissä asenteet muuttuneet negatiivisempaan vai positiivisempaan suuntaan vai ovatko muuttuneet ollenkaan. En osaa sanoa – vaihtoehdon valinneet ovat rajattu pois, jotta saataisiin parempi näkymä, kumpaan suuntaan asenteet ovat yleisesti ottaen muuttuneet.

Esille nousevat teollisuus, rakentaminen sekä informaatio- ja viestintäala. Teollisuuden yrityksillä lähes 40 prosenttia vastanneista sanoi asenteidensa muuttuneen myönteisempään suuntaan, kun kielteisempään suuntaan vastaava luku oli vain noin viisi prosenttia. Rakentamisessa hieman yli neljäsosa vastaajista kertoi asenteidensa muuttuneen myönteisempään suuntaan ja vajaalla kymmenellä prosentilla kielteisempään. Informaatio- ja viestintäalalla noin kolmasosa vastaajista sanoi asenteidensa muuttuneen myönteisempään ja vain alle viidellä prosentilla kielteisempään suuntaan. Rakennusalaalla oli prosentuaalisesti suurin määrä (noin yhdeksän prosenttia) kielteisempään suuntaan muuttuneita asenteita tarpeeksi isolla otannalla, kun taas teollisuudella oli prosentuaalisesti (noin 40 prosenttia) suurin määrä myönteisempään suuntaan muuttuneita asenteita.



Taulukko 5. Asenteiden muutokset toimialoittain osa 1.



Taulukko 6. Asenteiden muutokset toimialoittain osa 2.

Taulukoista ja kuvista selviää faktatieto, jonka syitä ja taustatietoja on syytä selvittää tarkemmin. Kyselyn tuloksista on kuitenkin selvästi huomattavissa trendi, jonka mukaan johtopäätöksiä on helpohko rationalisoida. Venäläisten vähäinen tuntemus on nähtävissä usean kysymyksen vastauksissa kun niitä tarkastelee eri näkökulmista.

7 Johtopäätökset

Kun vertaa Suomen yrityksiä ja niiden jakautuneisuutta toimialoittain, on tämän kyselyn aineisto painottunut suuresti eri tavalla. Erityisesti Suomessa vahva alue maa-, metsä- ja kalatalous, on tutkimuksen prosenttiosuudellaan kaukana siitä, mitä sen pitäisi keskimäärin olla Suomen kaikki yritykset huomioiden. Toisaalta taas esimerkiksi informaatio ja viestintä on päinvastoin moninkertaisesti edustettuna verrattuna siihen, mitä sen pitäisi olla. Tätä painottuneisuutta selittää varmasti osaltaan kyselyn tapahtuminen sähköpostitse. Kyselyn otosjoukko on otettu Suomen yritysrekisteristä, ja usealla alkutuotannossa toimivalla yrityksellä ei välttämättä edes ole rekisterissä käytössä olevaa sähköpostiosoitetta. Ja mikäli on, sitä ei välttämättä käytetä niin useasti tai tämänkaltaista kyselyä ei pidetä relevanttina tai järkevänä vastata.

Vuonna 2009 Suomessa oli Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaan 320 682 yritystä, jotka työllistivät 1 447 403 henkilöä. Kun kaksikymmentä suurinta yritystä työllistää noin kolmasosan tästä (Largest Companies 2010), jää lopuille yli 300 000 yritykselle keskimäärin noin kolme henkilöä yritystä kohden. Suomen yritysten koon painottuminen erittäin pieniin, usein yksityisyrittäisiin, on nähtävissä myös tämän kyselyn tuloksissa, kuten kaaviosta 1 on huomattavissa. Lähes kaksi kolmasosaa vastaajista ilmoitti yrityksensä olevan alle viiden työntekijän yritys ja yli neljä viidesosaakin yrityksistä oli alle kymmenen hengen yrityksiä. Yritysten koolla ei kuitenkaan havaittu olevan merkittävää vaikutusta mielipiteisiin venäläisistä. Sen sijaan Venäjään liittyvien liiketoimien määrällä ja venäläisten työntekijöiden mahdollisella olemassaololla havaittiin olevan merkitystä. Tämä ei ole kovin yllättävää, sillä teoriaosuudessa mainitut stereotypit olivat vahvasti esillä, mutta vähemmän niillä yrityksillä, joilla oli jotain tekemistä Venäjän suuntaan. Tästä voidaan päätellä stereotyyppien hälvenevän, mitä enemmän omakohtaista kokemusta asiasta on.

Stereotypiat ovat venäläisten osalta enimmäkseen negatiivisia, kuten aiemmin on mainittu. Stereotyyppien synty on yleensä kierre huhuista, jotka liikkuvat ihmisiltä toisille ja muuttuvat ajan mittaan. Stereotyyppien poistuminen tässä tapauksessa on myös eräänlainen kierre tai pikemminkin tapahtumaketju. Mitä enemmän yrityksellä on Venäjään liittyviä liiketoimia, sitä myönteisemmin siellä yleisesti suhtaudutaan venäläisiin. Kun yrityksessä suhtaudutaan venäläisiin myönteisemmin, sitä todennäköisemmin siellä suhtaudutaan hyvin myös venäläisiin työntekijöihin ja heitä saatetaan palkata helpommin kuin yrityksessä, jolla ei ole aiempaa kontaktia Venäjään. Kun yrityksessä on venäläisiä työntekijöitä, syntyy yritykselle ja sen työntekijöille omakohtaista kokemusta asiasta ja muodostuu oma mielipide. Tämä mielipide on faktapohjainen, toisin kuin useat stereotypiat, ja voi siksi poiketa yleisistä stereotyyppioista paljonkin. Tuloksista huomataan konkreettisesti myös, miten omakohtainen kokemus ja suuntautuminen vaikuttaa. Kaikkien yritysten vastauksista tuli selville, että alle 18 prosenttia pitää venäläisiä asiakkaita tärkeinä yritykselleen, kun se oli rajatulla joukolla (ne yritykset, joilla Venäjään liittyviä liiketoimia) yli 53 prosenttia. Huomion arvoista on kuitenkin, että silti lähes puolet vastanneista yrityksistä, joilla oli Venäjään liittyviä liiketoimia eivät pitäneet venäläisiä asiakkaita yhtään tai kovinkaan tärkeinä.

Suomenkielisiä ja venäjänkielisiä työntekijöitä vertailtaessa kaavioissa 3, 4 ja 5 huomattiin yleinen suomenkielisten dominointi. Noin kolmasosa vastaajista piti suomenkielisiä parempina ammattiosaajina ja paremman työmoraaalin omaavina. Luotettavuutta arvioidessa suomenkielisiä työntekijöitä piti parempina jo lähes 40 prosenttia vastaajista. Noin joka toinen vastaaja piti molempia kansallisuuksia yhtä hyvinä jokaisella osa-alueella. Tulokset ovat odotettuja, venäläistä työahkeruutta eikä sen laatua arvosteta, ja kuten aiemmin on tullut ilmi, venäläisiä pidetään erittäin epäluotettavina. Kuitenkaan Suomessa ei myöskään arvosteta oman maan kansalaisten työmoraaalia ja ammattiosaamista välttämättä niin paljoa kuin muissa maissa, ja siksi vastaukset ovat hyvin konservatiivisia.

Koska tässä työssä on moneen otteeseen todettu omien kokemusten puutteen vaikuttavan mielipiteisiin, rajattiin tässäkin kysymyksessä kokeilun vuoksi mukaan toiseen osaan ne yritykset, joilla oli venäjänkielisiä työntekijöitä. Tässä odotettiin tapahtuvan muutos venäjänkielisten osalta parempaan suuntaan, kuten tapahtuikin. Työmoraalin osalta asetelmat kääntyivät päinvastoin kuin aiemmissa kaavioissa: nyt venäjänkielisiä työntekijöitä pidettiin suomenkielisiä parempina työmoraalin kannalta. Näin radikaali muutos on kuitenkin yllättävää, ja se johtunee osaltaan yritysten pienuudesta. Pienyrityksillä voi olla parikin venäjänkielistä työntekijää jotka joutuvat tekemään kovemmin ja enemmän töitä ja näin heitä arvostetaan enemmän yrittäjän silmissä.

Ammattiosaamisen kannalta suomenkielisiä työntekijöitä pidettiin vielä parempina, ero on kuitenkin vähäistä. Tämä osaltaan tukee arvioita venäjänkielisten suuremmasta työmäärästä, koska paremmasta laadusta tai osaamisesta ei näyttäisi olevan kyse tämän kaavion mukaan. Suurin muutos on luotettavuudessa, venäjänkielisiä työntekijöitä pidetään enää vain hieman epäluotettavampina kuin suomenkielisiä, yli kaksi kolmasosaa vastaajista pitää molempia yhtä luotettavina. Tämä tulos tukee arvioita stereotyyppien vaikutuksesta. Juuri luotettavuuden osalta ero oli todella suuri vertaillessa kaikkia vastanneita yrityksiä, ja niitä yrityksiä joilla oli venäjänkielisiä työntekijöitä.

Jotta kyselystä ei olisi tullut vain kahden vertailua, otettiin kansallisuuksien vertailussa kaksi muuta maata tuomaan kontrastia ja antamaan vastaajille aihetta tarkempaan pohdintaan. Suomalaisten ja venäläisten lisäksi mukana eri ominaisuuksien ja luonteenpiirteiden arvioinnissa olivat ruotsalaiset ja virolaiset. Virolaiset valittiin mukaan siksi, että Viroa pidetään jonkin verran samankaltaisena kuin Venäjää, se on Suomen lähellä ja sieltä Suomeen suuntautuva ihmisvirta on hyvin samankaltainen Venäjän kanssa halpatyövoimineen. Ruotsalaiset valittiin lähinnä niin kutsutusti sekoittamaan pakkaa, koska he ovat lähtökohdiltaan hyvin erilaisia kuin venäläiset ja virolaiset. Ruotsista Suomeen tulevat ihmiset ovat usein turisteja, eivätkä töihin tulevat ruotsalaiset sijoitu halpatyöpaikkoihin vaan erikoisempiin,

korkeapalkkaisiin ja arvostetumpiin ammatteihin. Näiden neljän kansallisuuden mukanaolo tässä vertailussa antoi sopivasti vaihtelua ja teki vastauksista parempia ja enemmän mietittyjä kuin pelkästään suomalaisten ja venäläisten vertailu olisi tuonut.

Kansallisuuksien vertailun tulokset kulkevat hyvin linjassa vallitsevien stereotyyppien mukaan. Ruotsalaisia pidetään fiksuina ja rehteinä ihmisinä, jotka ovat sosiaalisia mutta ylpeitä. Heidän muut ominaisuutensa oikeastaan antavatkin aihetta perusteltuun ylpeyteen. Ruotsi on maana melko samankaltainen kuin Suomi, elintasoineen, korkeine palkkoineen ja hyvine järjestelmineen. Siksi ruotsalaiset, jotka tulevat Suomeen, eivät herätä suomalaisissa negatiivisia tunteita siitä, että he esimerkiksi varastelevat tavaraa, tulevat jonkin halvan asian takia Suomeen tai tulevat viemään suomalaisten työt. Ruotsalaiset nähdään melko pienenä pahana.

Suomalaiset näkevät itsensä samanlaisena kuin aiemminkin, suomalaisuuden kuva on pysynyt muuttumattomana pitkään; juro mies joka kuitenkin on rehti ja reilu sekä tekee työnsä kunnolla. Tämä mielipide on vallalla ehkä enemmän ulkomailla kuin Suomessa, suomalaista työn jälkeä ja rehellisyyttä arvostetaan laajalti. Suomalaiset eivät ehkä osaa arvostaa kuitenkaan omia kansalaisiaan, koska he ovat tottuneet tekemään kovasti töitä ja odottavat sitä muiltakin. Hyvin tehdystä työstä ei näin välttämättä saa ylimääräistä kiitosta, koska sitä odotettiin jo valmiiksi. Jos odotuksiin ei pysty vastaamaan, sitä katsotaan taas pahalla.

Venäläisiä pidettiin ylipäätään laiskoina ja epärehellisinä oman edun tavoittelijoina, mutta kuitenkin sosiaalisina ja iloisina. Nämä asenteet ovat totuuden jäljillä, kun teoriassa kerrottua venäläistä luonnekuvausta miettii. Venäläiseen kulttuuriin kuuluu työelämässä oman edun tavoittelu usein keinolla millä hyvänsä, eikä kova, rehellinen työnteko usein täsmää vaatimukseen. Venäläiset ovat, kuten sanottua, hyvin sosiaalisia ja ryhmähenkisiä, mutta usein vain omalle lähipiirilleen tai tuttaville, sekä myös heille tuleville vieraille. Suomeen tullessaan venäläinen ei välttämättä osaa mukautua ympäristöön, ja sama käytös ja tavat, jotka ovat täysin hyväksyttäviä kotipiirissä, voivatkin olla töykeitä, jopa loukkaavia, suomalaista kohtaan. Siksi venäläinen voi tulla väärin ymmärretyksi ja saada turhaan huonon leiman.

Virolaisia pidetään yleisesti melko samankaltaisina kuin venäläisiä tai suomalaisia, mutta koska virolaiset tulevat Suomeen suurimmaksi osiksi työntekoon (Suomen Virolaisten Liitto ry), on suurin osa asenteista ja mielipiteistä muodostunut näiden työtä tekemään tulleiden virolaisten kohtaamisesta. Virolaisia pidetään yleisesti ottaen asteikolla parempina kuin venäläisiä, esimerkiksi heitä pidettiin ahkerampina ja vähemmän töykeinä, mutta silti reilusti vähemmän luotettavina ja reiluna kuin suomalaisia ja ruotsalaisia. Virolaiset ovat mielipiteiden perusteella oikeastaan suomalaisten ja venäläisten välimaastossa. He ovat mielipiteissä kaikessa venäläisiä parempia ja lähes kaikessa suomalaisia huonompia. Nämä ovat siis vain mielipiteitä, joita tämä työ käsittelee.

Kun tarkastelee aiempia tuloksia, on huomattavissa selvä korrelaatio asenteiden ja venäläisten tuntemuksen välillä. Ennakoasenteet ja stereotypiat venäläisistä ovat siis vahvasti negatiivisia, ja ne muuttuvat vain tutustumalla paremmin venäläisiin, heidän sielunmaailmaansa ja kulttuuriinsa. Venäjä on tullut tutummaksi ja ehkä voisi sanoa turvallisemmaksi, mikä tulee hyvin ilmi viimeisestä kysymyksestä. Lähes kolmasosa vastaajista on muuttanut asenteitaan venäläisiä kohtaan myönteisempään suuntaan. Tämä on hyvin merkittävää, kun negatiivisempaan suuntaan asenteita muuttaneita on vain reilu kuusi prosenttia vastaajista. Tässäkin kysymyksessä oli ulottuvuuksia, joita selvitettiin vähän tarkemmin. Ensiksi rajattiin mukaan vain ne vastaukset, joissa yrityksellä oli Venäjään liittyvää liiketoimintaa. Näillä yrityksillä asenteet olivat muuttuneet todella paljon myönteiseen suuntaan, lähes 40 prosenttia oli vastannut asenteidensa muuttuneen positiivisempaan suuntaan. Vain reilulla kolmella prosentilla näistä yrityksistä asenteet olivat muuttuneet negatiivisempaan suuntaan. Yritykset, joilla oli Venäjään liittyvää liiketoimintaa, uskonevat siis tulevaisuuteen ja ovat oletettavasti saaneet aiemmasta Venäjän-kaupastaan positiivisia kokemuksia. Ne yritykset, joilla oli venäjänkielisiä työntekijöitä ovat myöskin positiivisemmin asenteitaan muuttaneita kuin kaikki yritykset keskimäärin, eivät kuitenkaan aivan yhtä suurella erolla kuin aiempi rajattu ryhmä.

Asenteiden muutoksia tutkittiin myös toimialoittain, teollisuus oli kaikkein myönteisimmin asenteitaan muuttanut toimiala. Teollisuus onkin saanut enemmän osaavaa venäläistä työvoimaa menneinä vuosina, ja teollisuuden Venäjän-kauppa kasvaa koko ajan. Suomalainen teollisuus valtaa tilaa myös Venäjän puolelta, ja siellä paranevat liike-elämän olot vaikuttavat varmasti mielipiteisiin. Aiemmin Venäjällä toimivan suomalaisen yrityksen toiminta saattoi olla erittäin vaikeaa, mutta olot ovat parantuneet ja kokemusta on kertynyt. Rakennusala oli kaikkein eniten kielteiseen suuntaan asenteitaan muuttanut ala, tosin sekin vain noin yhdeksän prosentin osuudellaan ei paljoa keskiarvosta erottunut. Rakennusala on kärsinyt työvoimaongelmista ja julkisuudessa esillä olleista alipalkkausselkkauksista. Mitä halvemmalla työntekijän saa, sitä mieluummin yritys hänet ottaa, ja tämä tuottaa laatuongelman. Matalapalkatut venäläiset rakennusmiehet eivät ainakaan paranna työn laatua ja kun työn teon mielekkyys on jo valmiiksi matala, on työnantajan vaikea odottaakaan hyviä tuloksia.

8 Miten vaikuttaa asenteihin

Kuten työssä on aiemmin mainittu, stereotypiat ovat valloillaan suomalaisten ja venäläisten välillä vielä useiden vuosien lähentymisen jälkeenkin. Kyselyn tulokset vahvistivat tämän oletuksen ja paljastivat syyn stereotypioihin: syynä on tiedon ja/tai kokemuksen puute. Mitä enemmän yrityksellä oli tekemistä venäläisten tai Venäjän kanssa, sitä positiivisemmat mielipiteet sillä oli. Tämä osoittaa stereotypioiden olevan pääosin negatiivisia ja niiden jarruttavan hyvää yhteistyötä, sillä mitä paremmin yrityksellä oli tietoa ja kokemusta; sitä vähemmän sillä oli negatiivisia mielikuvia.

Stereotyyppiä ei kannata yrittää kitkeä kokonaan pois, sillä ne voivat antaa oikeaa suuntaa järkevästi käytettynä. Jos stereotypiaa ei pidä absoluuttisena totuutena, vaan viitteitä antavana näkökulmana, se voi auttaa oman mielikuvan luomisessa ilman, että se vaikuttaisi näkökulmaan suoraan negatiivisesti tai epätotuudenmukaisesti. Paras keino vaikuttaa on yrittää muuttaa stereotypioita mahdollisimman totuudenmukaisiksi, mikä useimmiten tarkoittaa niiden päivitystä. Venäläisiä koskevat stereotypiat ovat usein peruja vuosien takaa, ja

ne eivät välttämättä ole muuttuneet samaan tahtiin ihmisten kanssa, vaan voivat kulkea vuosikymmeniä, tai –satoja perässä.

Stereotyyppien muuttamisessa tärkeintä on ensin tiedostaa ne, minkä jälkeen niitä voi tutkia ja yrittää muuttaa. Usein asenteet ja stereotyyppit ovatkin tiedostamattomia. Stereotyyppien muuttamiseen tarvitaan tietoa ja taitoa; halua oppia asiasta enemmän ja kyseenalaistaa normeja sekä kykyä olla kriittinen ja osata katsoa asioita useammasta näkökulmasta. Jos ihminen tietää stereotyyppien kohteesta enemmän ja osaa asettua tämän asemaan, muuttuu stereotyyppi selvästi totuudenmukaisempaan suuntaan, eikä oikeastaan ole enää stereotyyppiä. Näin ihmisellä on oikea käsitys asiasta, ja vähitellen hän jakaa vaikutteita muille ja näin muokkaa muiden stereotyyppikuvaa oikeampaan suuntaan.

Kuten edellä mainittiin, tieto on elintärkeä osa stereotyyppien muutoksessa. Tieto antaa ajattelemisen aihetta, poistaa vääriä kuvitelmia ja huhupuheiden vaikutuksia sekä luo pohjaa omalle mielikuvalle. Yhdessä kokemuksen kanssa tieto muodostaa täydellisen pohjan, josta ihminen voi muodostaa lopullisen mielikuvansa, asenteensa ja mielipiteensä. Näin luodut asenteet ovat paljon tarkempia ja vankemmalla pohjalla kuin ne asenteet, jotka on luotu kuulopuheiden ja vanhentuneiden kokemusten pohjalta. Tietoa voi lisätä parhaiten työpaikoilla liittämällä sen olennaiseksi osaksi jokapäiväistä työelämää, esimerkiksi työpaikan järjestämien kurssien avulla. Näillä kursseilla voidaan muun muassa opettaa työntekijöille venäjää ja Venäjän kulttuuria tai vastapainoisesti venäläisille työntekijöille suomea ja Suomen kulttuuria. Nämä luovat paremman mahdollisuuden ymmärtää toista paremmin. Kokemuksen lisäämiseen ei ole kiertotietä, vaan se lisääntyy vain kokemalla. Toki voidaan kierrättää eri työntekijöitä eri työalueilla lisäkokemuksen saamisessa, mutta paras keino kokemuksen saamiseksi on vain jatkuva tekeminen.

Tiedon lisääminen ei hyödytä, jos ihmisellä ei ole taitoa käyttää sitä. Kun ihminen osaa asettaa itsensä toisen asemaan ja katsoa asioita useista eri näkökulmista tietojensa kera, hänellä on parempi mielikuva kokonaisuudesta. Asioiden kriittinen tarkastelu ja moniulotteinen ymmärtäminen helpottaa totuudenmukaisen mielipiteen luomisessa. Rasistisissa stereotyyppioissa ei useinkaan oteta huomioon kuin yksi näkökulma, eikä osata ajatella kohdetta kuin ulkopuolelta. Niissä ei myöskään kyseenalaisteta stereotyyppiä tukevia asioita kuten väitteitä tai kuulopuheita. Kun tuodaan uusia näkökulmia ja tarkastellaan kriittisesti kaikkea sitä, mikä on olennaisesti liitetty rasistiseen stereotyyppiin, voi usein käydä ilmi, että koko stereotyyppi on heikolla pohjalla tai jopa täysin aiheeton. Jotta yrityksissä saataisiin tietotaidot parhaiten käyttöön, tulisi työntekijöitä ohjeistaa ja kouluttaa.

Jos henkilöllä on riittävät tiedot ja taidot asenteensa muokkaamiseen, hänellä on yleensä myös riittävästi tietoa ja taitoa toimiakseen. Saatuaan oman stereotyyppiansa muutettua, voi hän opastaa kanssaihmiään ja ohjata heidän mielikuviaan totuudenmukaisempaan suuntaan. Toisten ihmisten asenteita on erittäin vaikeaa muokata, eikä näin tulisikaan tehdä. Tärkeintä on muokata luuloja, uskomuksia ja mielikuvia vastaamaan enemmän totuutta. Tätä kautta myös asenteet ja mielipiteet muuttuvat, kuten niiden pitääkin, eli ihmisen itsensä muuttamina. Tällöin ne juurtuvat parhaiten ja ovat helpoiten ymmärrettävissä, sekä todennäköisesti ovat pysyvämpiä muutoksia.

Mikäli kouluttaminen ei toimi, on yrityksillä mahdollisuus käyttää yleisiä käytäntöjä parantaakseen venäläisten asemia ja integroitumista. Kaikenlainen syrjintä ja rasistinen häirintä voidaan kieltää tietyn linjan mukaan rangaistuksen uhalla. Toisaalta yritys voi sallia esimerkiksi joitain tiettyjä asioita venäläisiltä työntekijöiltä tai muuten erikoistua palkkaamaan heitä antamalla jonkinlaisen kannustimen. Näin tehdessä tulee kuitenkin ottaa huomioon etteivät suomalaiset työntekijät koe tätä väärytenä. Tämä voisi aiheuttaa vain entistä suuremman kuilun venäläisten ja suomalaisten työntekijöiden väliin. Venäläisten työllistymistä helpottamaan voitaisiin asettaa tukia ja/tai verohelpotuksia sekä kiintiöitä. Näiden helpotusten varjopuoli on niiden

herättämä negatiivinen palaute vastustajilta, jotka pitävät näitä mielestään työmarkkinasyrjintänä suomalaisia kohtaan.

9 Tulevaisuus

Suomen ja Venäjän välinen tulevaisuus on vaikeasti ennustettavissa. Eri aspekteja on paljon, ja suuria kysymyksiä on ilmassa. Sotilaalliset toimet omien maarojen ulkopuolella ovat arkoja aiheita, ja Suomen liittyminen Natoon on erityisen iso asia Suomen ja Venäjän välejä mietittäessä. Myös kaupalliset suhteet herättävät paljon keskustelua, kuten puutullikiista. Tavaroiden tuonti ja vienti on kasvanut tasaisesti, ja ilman suuria muutoksia tulee jatkumaan näin. Mielenkiintoinen tulevaisuudenkysymys on Venäjän liike-elämän muuttuminen. Suomalaisten yritysten on vaikea saada läpimurtoa Venäjällä, vaikka potentiaalia olisi erittäin paljon. Mikäli tämä asia helpottuisi, kauppasuhteet paranenisivat ja suomalaiset yritykset voisivat laajentua entistä enemmän Venäjälle.

Poliittiset ja energiapoliittiset kysymykset ovat myös suuria puheenaiheita. Suomeen vuonna 2011 muodostettu uusi hallitus on kovien energiakysymysten edessä, ja se vaikuttaa varmasti Venäjä-suhteisiin. Venäjältä tuodaan öljyä, maakaasuenergiaa sekä ydinvoimaa. Suomeen valmistuva ydinvoimala Olkiluoto 3 kuitenkin parantaa Suomen omavaraisuutta energiantuotannossa ja vähentää tarvetta tuontienergialle. Energiapolitiikka on mielenkiintoinen kokonaisuus, sillä Suomi on hyvin riippuvainen Venäjästä energiantuojana, tuommehan Tilastokeskuksen, Tullihallituksen ja Ulkomaankauppatilaston statistikkojen mukaan yli 70 prosenttia tuontienergiasta Venäjältä. Mikäli tämä riippuvuus olisi pienempi, se vähentäisi keskenäistä kaupankäyntiä ja etäännyttäisi maita toisistaan.

Kuten kyselyssä tuli ilmi, asenteet venäläisiä kohtaan olivat noin kolmasosalla vastaajista muuttuneet positiivisempaan suuntaan, kun taas negatiivisempaan suuntaan muutos oli vain muutamia prosenteja. Tähän trendiin tuskin on odotettavissa suuria muutoksia, maailma globalisoituu ja se näkyy myös Suomessa. Ulkomaalaisia on Suomessa lisääntyvässä määrin, siis myös venäläisiä. Venäjältä virtaa elintason nousun aallon harjalla rahaa ja

kiinnostusta Suomeen yhä enemmän ja se tuo Venäjää ja venäläisiä lähemmäs suomalaisia; yhä useampi suomalainen saa kontakteja venäläisiin ja näin oppii tuntemaan heitä paremmin. Kuten sanottua, tämä auttaa stereotyyppien karsimiseen. Mikäli suurta muutosta ei ole odotettavissa, näyttäisi siltä, että asenteet muuttuvat jatkuvasti positiivisempaan suuntaan. Kuitenkin poliittiset toimet ja muu toiminta Venäjän suunnassa vaikuttaa koko ajan mielipiteisiin, esimerkiksi venäläisten tekemät maakaupat nostattavat raivoa ja jopa pelkoa. Myöskään Venäjän ihmisoikeuksien satunnainen poljenta, liike-elämän huono maine ja maailmanpoliittiset sotatoimet eivät paranna Venäjän ja sitä kautta sen kansalaisten asemaa suomalaisten mielikuvissa.

Liike-elämässä eletään kuitenkin muutoksen aikoja Venäjälläkin, korruption uskotaan vähenevän askel kerrallaan, mutta ei kuitenkaan kokonaan. Neuvostoajoilta peräisin olevat korruption pitkät ja vahvat perinteet sekä venäläinen kulttuuri tukevat korruptiota, mutta uudistukset politiikassa ja taloudessa tähtäävät korruption vähentämiseen. Usko parempaan tulevaisuuteen on näkyvissä asenteissa, sillä korruption katsotaan olevan enemmän haitaksi kuin hyödyksi kehityksen edetessä parempaan suuntaan. (Salmenniemi & Rotkirch 2008, 108.)

Venäläiset pitävät Suomea hyvänä paikkana käydä ja turvallisena naapurina, ja asenteet ovat jatkuvasti elintason noustessa muuttumassa parempaan suuntaan. Yli puolet Kaupan Liiton tutkimukseen vastanneista Suomessa vierailleista venäläisistä aikoo varmasti tulla uudestaan Suomeen seuraavan kahden vuoden aikana. Kasvupotentiaalia olisi venäläisille suunnatussa matkailussa paljon, mutta tarjontaa ei tunnu olevan riittävästi. Kielitaito tai sen puute ei enää ole niin suuri asia kuin ennen, kun venäläiset matkailijat osaavat entistä paremmin englantia, mutta se luo kuitenkin positiivista imagoa ja kilpailuetua verrattaessa esimerkiksi Ruotsin ja Saksan ostosmatkailuun. Tulevaisuudessa Suomen ei pitäisikään mielestäni turismin osalta pitää asemaansa venäläisten ykkösmatkailukohteena selviönä, vaan ottaa kaikki irti kehittämällä sitä eteenpäin; parantamalla (lisäämällä) laatua ja määrää) palvelutarjontaa erityisesti elämyksissä ja majoituksessa, lisäämällä venäjän kielen osaamista (erityisesti Itä-Suomessa) ja olemalla tulevaisuudessakin se

maa, johon venäläisten on helppo ja mukava tulla. Asenteiden muutos ihmisten mielissä on eräs todella tärkeä asia mukavuutta luotaessa. Jos venäläinen turisti tuntee olonsa hyljeksityksi tai jopa vihatuksi, se luo epämiellyttävää oloa ja estää paremman siteen muodostumista sekä molempien osapuolten hyötymistä.

Lähteet

- BBC 2009. Finland's passion for crazy contests
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/8211639.stm> (Luettu 29.3.2011)
- Buuri, H. & Ratschinsky, L. 2000. Suomen ja Venäjän väliset kulttuurierot ja niiden vaikutus liike-elämään. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisuja. Lappeenranta.
- Ehotelier 2008. Demographics of Russian online travel consumer are in place for fast adoption of online travel booking. http://ehotelier.com/hospitality-news/item.php?id=A14144_0_11_0_M (Luettu 28.3.2011)
- Forsander, A., Ekholm, E., Hautaniemi, P. 2000. Monietnisyys, yhteiskunta ja työ. Helsinki: Palmenia.
- Global Property Guide. GDP Per Capita.
<http://www.globalpropertyguide.com/Europe/Finland/gdp-per-capita> (Luettu 17.11.2011)
- Graham Stack 2008. Russian outbound tourist market heats up in summer. <http://grahamstack.wordpress.com/2008/08/05/russian-outbound-tourist-market-heats-up-in-summer/> (Luettu 28.3.2011)
- Heikkilä, T. 2002. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Jaakkola, M. 1989. Suomalaisten suhtautuminen ulkomaalaisiin ja ulkomaalaispolitiikkaan. Helsinki: Valtion painatuskeskus.
- Kirkinen, H., Iivonen, J., Jungar, S., Juntunen, A., Jussila, O., Kuujo, E., Lappalainen, J., Luntinen, P., Polvinen, T., Vihavainen, T., Zetterberg, S. 2000. Venäjän historia. Helsinki: Otava.
- Largest Companies 2010. Suurimmat työnantajat Suomessa.
[http://www.largestcompanies.fi/default\\$cc-FI/lev2-TopList/lev2Desc-Suurimmat_ty%F6nantajat/AdPageId-105/list-5/lang-FIN/](http://www.largestcompanies.fi/default$cc-FI/lev2-TopList/lev2Desc-Suurimmat_ty%F6nantajat/AdPageId-105/list-5/lang-FIN/) (Luettu 14.9.2011)
- Lonely Planet 2011. Finland – Health and safety.
<http://www.lonelyplanet.com/finland/practical-information/health> (Luettu 29.3.2011)
- Manninen, P. 2010. ”Jokainen ihminen on samanarvoinen” – Erilaisuuden ymmärtäminen Elävässä Kirjastossa. Opinnäytetyö Mikkelin Ammattikorkeakoulu.
- Matkailun Edistämiskeskus 2007a. Rajahaastattelututkimus.
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/1c9d62fec4ea2bfc22574e200346c30/\\$FILE/A161%20Rajahaastattelututkimus_kesä2007.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/1c9d62fec4ea2bfc22574e200346c30/$FILE/A161%20Rajahaastattelututkimus_kesä2007.pdf) (Luettu 12.3.2011)
- Matkailun Edistämiskeskus 2007b. Matkailukohteiden kävijämäärät 2006.

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/b8c291dfe8695c80c2257488003b073e/\\$FILE/E54%20Matkailukohteiden%20kävijämäärät2006_netti.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/b8c291dfe8695c80c2257488003b073e/$FILE/E54%20Matkailukohteiden%20kävijämäärät2006_netti.pdf) (Luettu 17.11.2011)

Haapaniemi, M. 2003. Tak ili kak?: venäläistä tapakulttuuria suomalaisille. Helsinki: Suomalais-venäläinen kauppakamariyhdistys.

Partonen, T. 2007. Oonhan Suomalainen. Helsinki: Kirjapaja.

Puuronen, V. 2011. Rasistinen Suomi. Helsinki: Gaudeamus.

Rantanen, M. 2007. Aika avata silmät. Helsinki: Kuva ja Sana.

Salmenniemi, S. & Rotkirch, A. 2008. Suhteiden Venäjä. Helsinki: Gaudeamus.

Seppänen, E. 2002. Avaran sielun anarkia: voiko venäläisyyttä ymmärtää? Helsinki: Tammi.

Suomi-Venäjä-Seura 2005. Venäläinen tapakulttuuri. Suomi-Venäjä-Seuran julkaisuja. Helsinki.

Suomen Virolaisten Liitto ry 2004. Pieni tietopaketti suomenvirolaisista. <http://www.kolumbus.fi/suomenvirolaiset/> (Luettu 4.10.2011)

Taloussanommat 2011. Johtajien palkat pilvissä, kansalla ei hajuakaan. <http://www.taloussanommat.fi/kotimaa/2011/07/30/johtajien-palkat-pilvissa-kansalla-ei-hajuakaan/201110584/12> (Luettu 17.11.2011)

Tanttu, J. 2008. Venäjänkielisenä Suomessa 2008. Helsinki: Edita.

Tapiola 2010. Tapiola pankin arjen katsaus 2/10. http://www.tapiola.fi/www/Tapiola_ryhma/Lehdistopalvelut/Uutiset/TAPIOLA+PA NKIN+ARJEN+KATSAUS+210+Suomalaiset+toivovat+pankki+ja+vakuutuspalv eluilta+yksinkertaisuutt.htm (Luettu 24.3.2011)

Tiainen, J. & Mäkelä, P. 1993. Tietojätti. Jyväskylä: Gummerus.

Tilastokeskus 2006a. Venäjänkauppa. http://www.stat.fi/tup/tietotrendit/tt_03_06_venajakauppa.html (Luettu 11.3.2011)

Tilastokeskus 2006b. Suomen korkeakoulut vetävät kiinalaisia. http://www.stat.fi/tup/tietotrendit/tt_06_06_ulkom_opiskelijat.html (Luettu 17.11.2011)

Tilastokeskus 2009. Katsaus kulutuksen muutoksiin. http://www.stat.fi/til/ktutk/2006/ktutk_2006_2009-06-08_kat_001_fi.html (Luettu 24.3.2011)

Tilastokeskus 2010a. Suomalaisten vapaa-ajanmatkailu lisääntyi ja työmatkailu väheni vuonna 2009. http://www.stat.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tie_001_fi.html (Luettu 28.3.2011)

Tilastokeskus 2010b. Rajahaastattelututkimus 2010.
http://www.stat.fi/til/rajat/2010/02/rajat_2010_02_2011-03-23_fi.pdf (Luettu 29.3.2011)

Työ- ja elinkeinoministeriö 2010. Ulkomaalaiset työnhakijat työ- ja elinkeinotoimistoissa vuonna 2009.
http://www.tem.fi/files/27789/4_Tilastotiedote_2010.pdf (Luettu 23.9.2011)

Tähtinen, J. & Isoaho, H. 2001. Tilastollisen analyysin lähtökohtia. Turun yliopiston julkaisuja, julkaisusarja C. Turku.

Ulkoasiainministeriö 2006. Venäjä – kahdenväliset suhteet.
<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=18156&contentlan=1&culture=fi-FI> (Luettu 22.9.2011)

Vihavainen, T., Vituhnovskaja, M., Remy, J., Kaakkuriniemi, T., Mustajoki, A., Berglund, K., Hellberg-Hirn, E., Pesonen, P., Huttunen, T. 2006. Opas venäläisyyteen. Helsinki: Otava.

Vähähyppä, K. 2011. Venäläinen tulee ostoksille turvalliseen Suomeen. Itä-Savo (nro 284/2011), 2.

Yritys-Suomi 2011. Toiminta ulkomailla.
<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/tuotitoiminta> (Luettu 17.11.2011)

Liitteet

Kyselylomake

Mikä on yrityksenne päätoimiala?

- 1 Maatalous, metsätalous ja kalatalous
- 2 Kaivostoiminta ja louhinta
- 3 Teollisuus
- 4 Sähkö-, kaasu- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta
- 5 Vesihuolto, viemäri- ja jätevesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito
- 6 Rakentaminen
- 7 Tukku- ja vähittäiskauppa; moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien korjaus
- 8 Kuljetus ja varastointi
- 9 Majoitus- ja ravitsemistoiminta
- 10 Informaatio ja viestintä
- 11 Rahoitus- ja vakuutustoiminta
- 12 Kiinteistöalan toiminta
- 13 Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta
- 14 Hallinto- ja tukipalvelutoiminta
- 15 Julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus
- 16 Muu, mikä?

Kuinka suuri yrityksenne on?

- 1 Alle 5 työntekijää
- 2 5-9 työntekijää
- 3 10-49 työntekijää
- 4 50-249 työntekijää
- 5 Yli 250 työntekijää

Kuinka suuri osa liikevaihdostanne tulee Venäjään liittyvistä liiketoiminnasta?

- 1 Ei yhtään
- 2 Alle 5%
- 3 5-9,9%
- 4 10-49,9%
- 5 50% tai enemmän

Miten tärkeänä pidätte venäläisiä asiakkaita yrityksellenne?

- 1 Todella tärkeänä
- 2 Melko tärkeänä
- 3 Ei kovin tärkeänä
- 4 Ei osaa sanoa

Onko yrityksessänne äidinkielenään venäjää puhuvia työntekijöitä?

- 1 Kyllä
- 2 Ei
- 3 En osaa sanoa

Jos vertaatte äidinkielenään venäjää puhuvia työntekijöitä äidinkielenään suomea puhuviin työntekijöihin, onko mielestänne venäjää puhuvien työntekijöiden

	Selvästi parempi	Jonkin verran parempi	Yhtä hyvä	Jonkin verran huonompi	Selvästi huonompi
Työmoraali					
Ammattiosaaminen					
Luotettavuus					

Vertailkaa mielessänne ruotsalaisia, suomalaisia, venäläisiä ja virolaisia.

Mitä kansallisuuksia seuraavat ominaisuudet tai piirteet kuvaavat?

	Ruotsalainen	Suomalainen	Venäläinen	Virolainen
Ahkera				
Luotettava				
Vaatimaton				
Epärehellinen				
Reilu				
Iloinen				
Ystävällinen				
Töykeä				

Arvioikaa omaa asennettanne venäläisiä kohtaan nyt ja kaksi vuotta sitten. Miten asenteenne on muuttunut?

- 1 Myönteisempään suuntaan
- 2 Ei ole muuttunut
- 3 Kielteisempään suuntaan
- 4 En osaa sanoa

Kiitos!

Kiitos kun vastasitte, vastauksenne on meille tärkeä!