

**«ПОРТРЕТ РОССИЙСКОГО ТУРИСТА, ОТДЫХАЮЩЕГО В
КОТТЕДЖЕ В СЕВЕРНОЙ КАРЕЛИИ, НА ОСНОВЕ
ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВОВ ТУРИСТОВ»**

”PORTRET ROSSIJSKOGO TURISTA, OTDYHAÛŞEGO V
KOTTEDZE V SEVERNOJ KARELIИ, NA OSNOVE INTERNET-
OTZYVOV TURISTOV”

POHJOIS-KARJALASSA LOMANSA VIETTÄVÄN VENÄLÄISEN
MÖKKIASIAKKAAN ASIAKASPROFIILI ONLINE-
ASIAKASPALAUTTEISIIN PERUSTUEN

Анна Хяркёнен, Йенни Элина Олликкала

Дипломная работа

Университет Восточной Финляндии

Русский язык и культура

Май 2021

Anna Härkönen, Jenni Elina Ollikkala

Pro Gradu -tutkielma

Itä-Suomen yliopisto

Venäjän kieli ja kulttuuri

Toukokuu 2021

ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO – UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Tiedekunta – Faculty Filosofinen tiedekunta		Osasto – School Humanistinen osasto, vieraat kielet ja käännöstiede	
Tekijät – Author Anna Härkönen, Jenni Elina Ollikkala			
Työn nimi – Title Translitteroitu versio			
Pääaine – Main subject	Työn laji – Level	Päivämäärä – Date	Sivumäärä – Number of pages
Venäjän kieli ja kulttuuri	Pro gradu -tutkielma	2.5.2021	120 + suomen- ja venäjänkielinen tiivistelmä + 2 liitettä (4 s)
	Sivuainetutkielma		
	Kandidaatin tutkielma		
	Aineopintojen tutkielma		
Tiivistelmä – Abstract			
<p>В данной дипломной работе исследуются интернет-отзывы российских туристов об отдыхе в коттеджах в регионе Северной Карелии в период с 2015 по 2019 год. Северная Карелия - один из самых восточных регионов Финляндии, имеющий общую границу с Россией протяженностью около 300 километров. Близость границы создает множество возможностей для туристической индустрии, а россияне составляют самую большую группу иностранных туристов в регионе. (Businessjoensuu.fi) Данное исследование находится на стыке русского языка и культуры, с одной стороны, и туристской индустрии, с другой стороны. Прикладное значение исследования состоит в том, что оно направлено на повышение осведомленности арендаторов коттеджей в регионе Северной Карелии об их клиентской группе и потребностях клиентов.</p> <p>Цель дипломной работы – выяснить, чем были (не) довольны российские туристы во время отдыха в коттеджах и на что они обращали внимание. Кроме того, в работе даются предложения по дальнейшему развитию: что российские туристы хотели бы изменить и как эти проблемы можно было бы решить. На основе этих выводов в дипломной работе создается портрет типичного российского туриста, приехавшего в Северную Карелию на отдых в коттедж.</p> <p>Материал дипломной работы состоит из 679 отзывов на русском языке, собранных с сайтов бронирования объектов размещения Lomarengas.fi и Bookig.com. Отзывы были пронумерованы и разделены на положительные и отрицательные с помощью таблицы Excel. В качестве метода исследования в дипломной работе использовался контент-анализ.</p> <p>Теоретическая часть дипломной работы состоит из обзора истории развития туризма и в особенности туристических поездок россиян в Финляндию. Кроме того, в теоретической части рассматривается роль отзывов в бизнесе и туризме. При анализе отзывы рассматриваются по категориям. Категории основаны на отзывах, касающихся коттеджей и их окружения, услуг и информации, а также свободного времяпрепровождения. Главную роль играют наиболее часто повторяющиеся отзывы, на основе которых также были составлены диаграммы для визуализации результатов.</p> <p>На основе анализа в дипломной работе было создано описание отдыхающих в коттеджах в регионе в Северной Карелии российских туристов. Исходя из нашего материала, мы назвали эту группу туристов «любители отдыха на природе». В эту группу клиентов входят российские туристы, которые приезжают в Северную Карелию в основном из-за возможностей для отдыха на природе. Они ценят спокойствие этого региона, близость Санкт-Петербурга, а также чистый воздух и воду. В их интересы входит рыбалка, сбор ягод, грибов, пешие походы и ходьба на лыжах. Кроме того, они любят посещать близлежащие бассейны или СПА. Часто они приезжают в Северную Карелию семьями и отдыхают от 4 до 10 дней, останавливаясь в просторных, чистых и комфортабельных коттеджах, часто на берегу озера. В выбранном ими коттедже есть все необходимое для большой компании или семьи: достаточное количество посуды, современная и функциональная техника, бытовая техника, интернет, собственная лодка и сауна. Дальнейшей доработки требует информация о коттедже, его окрестностях и близлежащих услугах. Кроме того, в коттеджах были обнаружены различные недостатки и неисправности, для которых мы предлагаем свои решения.</p> <p>Уникальность нашей работы заключается в том, что результаты позволяют понять потребности целевой группы российских туристов, отдыхающих в коттеджах Северной Карелии, и тем самым скорректировать действия туристической индустрии Северной Карелии в сфере обслуживания, коммуникаций и маркетинга с целью привлечения новых клиентов. Результаты работы могут быть полезны как владельцам и арендаторам коттеджей, так и компаниям занимающимся маркетингом туризма в регионе.</p>			
Avainsanat – Keywords			
туризм, российские туристы в Финляндии, российские туристы в Северной Карелии, интернет-отзывы туристов, портрет российского туриста, отдых в коттеджах, исследование интернет-отзывов			

ITÄ-SUOMEN YLIOPISTO – UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

Tiedekunta – Faculty Filosofinen tiedekunta		Osasto – School Humanistinen osasto, vieraat kielet ja käännöstiede		
Tekijät – Author Anna Härkönen, Jenni Elina Ollikkala				
Työn nimi – Title Suomeksi				
Pääaine – Main subject	Työn laji – Level	Päivämäärä – Date	Sivumäärä – Number of pages	
Venäjän kieli ja kulttuuri	Pro gradu -tutkielma	2.5.2021	120 + suomen- ja venäjänkielinen tiivistelmä + 2 liitettä (4 s)	
	Sivuainetutkielma			X
	Kandidaatin tutkielma			
	Aineopintojen tutkielma			
Tiivistelmä – Abstract				
<p>Tässä Pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan venäläisten matkailijoiden online-asiakaspalautteita heidän 2015–2019 aikana viettämistään mökkilomista Pohjois-Karjalan alueella. Pohjois-Karjala on yksi Suomen itäisimmistä maakunnista, jolla on noin 300 kilometriä yhteistä rajaa Venäjän kanssa. Rajan läheisyys luo monia mahdollisuuksia matkailualalle, ja venäläiset ovatkin maakunnan suurin ulkomainen matkailijaryhmä. (Businessjoensuu.fi) Kyseisessä tutkimuksessa yhdistyvät sekä Venäjän kulttuuri- ja kielitieteet, että matkailuala. Tutkielman käytännöllinen merkitys on Pohjois-Karjalan mökkien vuokraajien tiedon lisääminen heidän asiakasryhmästään ja asiakastarpeistaan.</p> <p>Tutkielman tavoitteena on selvittää, mihin asioihin venäläiset matkailijat olivat tyytyväisiä tai tyydyttämiä mökkilomallaan ja mihin asioihin he kiinnittävät huomiota. Lisäksi tutkielmassa luodaan ehdotuksia tulevaisuuden kehitykselle: mihin asioihin venäläiset matkailijat kaipaisivat muutosta ja miten nämä ongelmat voitaisiin ratkaista. Näiden havaintojen perusteella tutkielmassa luodaan henkilökuva tyypillisestä venäläisestä matkailijasta, joka saapuu Pohjois-Karjalaan mökkilomalle.</p> <p>Tutkielman materiaali koostuu 679 venäjänkielisestä palautteesta, jotka on kerätty Lomarengas.fi sekä Bookig.com -majoitusvälityssivustoilta. Palautteet on numeroitu sekä jaoteltu positiivisiin ja negatiivisiin palautteisiin käyttäen Excel-taulukkoa. Tutkielman metodina on käytetty sisällönanalyysiä.</p> <p>Tutkielman teoriaosuus koostuu historiakatsauksesta matkailun kehitykseen ja erityisesti Venäjältä Suomeen ja Pohjois-Karjalaan. Lisäksi teoriaosuudessa käydään läpi asiakaspalautteiden merkitystä liiketoiminnassa ja matkailussa. Analyysissä palautteet käydään läpi kategoriittain. Kategoriat rakentuvat mökkiin ja sen ympäristöön, palveluun ja informaatioon sekä vapaa-ajan viettotapoihin liittyvistä palautteista. Pääosassa ovat toistetuimmat palautteet, joista on myös koostettu diagrammeja selkeyttämään havaintoja.</p> <p>Analyysin perusteella tutkielmassa on luotu kuvaus Pohjois-Karjalassa mökissä lomailevista venäläisistä matkailijoista. Materiaalimme perusteella nimesimme tämän asiakasryhmän «любители отдыха на природе» (suom. ”luonnosta pitävät matkailijat”). Tähän asiakasryhmään kuuluvat venäläiset matkailijat, jotka mökkeilevät Pohjois-Karjalassa pääosin luonnon ja sen tuomien harrastusmahdollisuuksien vuoksi. He arvostavat myös alueen rauhallisuutta, läheistä sijaintia Pietarista sekä puhdasta ilmaa ja vettä. Heidän kiinnostuksen kohteenaan on esimerkiksi kalastus, marjastus, sienestys, retkeily sekä hiihto. Lisäksi he käyvät mielellään läheisissä uimahalleissa tai kylpylöissä. He saapuvat Pohjois-Karjalaan usein perheen kesken ja viipyvät 4–10 päivää, majoittuen tilavaan, siistiin ja viihtyisään mökkiin, joka usein sijaitsee järven rannalla. Heidän valitsemassaan mökissä on isolle porukalle tai perheelle soveltuva varustelu, esimerkiksi riittävä määrä astioita, nykyaikaista ja toimivaa teknologiaa, kaikki tarvittavat kodinkoneet, toimiva internet sekä oma vene ja sauna. Kehittymiskohteina havaittiin olevan informaatio mökistä, sen ympäristöstä sekä läheisistä palveluista. Lisäksi mökeissä havaittiin olevan erilaisia puutteita tai toimintahäiriöitä, joihin esitämme ratkaisuja.</p> <p>Tutkimuksen käytännöllinen arvo syntyy siitä, että tulosten perusteella voidaan ymmärtää Pohjois-Karjalan mökeissä lomailevien venäläisten matkailijoiden kohderyhmän tarpeet ja siten kehittää toimintaansa palvelussa, viestinnässä ja markkinoinnissa houkutelakseen uusia asiakkaita. Työn tuloksista voi olla hyötyä sekä mökkien omistajille ja vuokraajille että alueen matkailun edistämisen- ja markkinointiorganisaatiolle.</p>				
Avainsanat – Keywords				
matkailu, venäläiset matkailijat Suomessa, venäläiset matkailijat Pohjois-Karjalassa, matkailijoiden online-asiakaspalautteet, venäläisen matkailijan profiili, mökkilomat, online-asiakaspalautteiden tutkimus				

СОДЕРЖАНИЕ

1 ВВЕДЕНИЕ	1
1.1 Цели и задачи исследования	2
1.2 Метод исследования	3
1.3 Исследовательский материал и источники.....	4
1.3.1 Booking.com.....	5
1.3.2 Lomarengas.....	6
1.4 Исследовательская литература	7
1.5 Структура и распределение работы между авторами	8
2 ИСТОРИЯ ТУРИЗМА	11
2.1 Определение туризма	11
2.2 Общая история туризма.....	12
2.3 Развитие массового туризма	13
2.4 История российского туризма	14
3 РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА	16
3.1 Общие показатели выездного туризма	16
3.2 Российские туристы в Финляндии	18
3.3 Российские туристы в Северной Карелии	21
3.4 Культурный аспект российского туризма	22
4 ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ В БИЗНЕСЕ	24
4.1 Что такое интернет-отзыв?.....	25
4.2 Роль интернет-отзывов в бизнесе	26
4.3 Роль интернет-отзывов в туризме	28
5 АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МАТЕРИАЛА.....	31
5.1 Структура анализа.....	31
5.2 На что туристы обращают внимание в оснащении коттеджа и на территории вокруг него	32
5.2.1 Дом	33
5.2.2 Общее оснащение дома	34
5.2.3 Вид из окна	36
5.2.4 Планировка и вместительность дома	36
5.2.5 Дизайн и состояние дома	38
5.2.6 Уборка, чистота и уют	41
5.2.7 Бытовая техника и интернет	44
5.2.8 Кухня и кухонные принадлежности.....	47

5.2.9 Гостиная и спальня	50
5.2.10 Сауна, санузел и ванная комната.....	51
5.2.11 Территория вокруг коттеджа и ее оснащение	54
5.3 Как туристы оценивают обслуживание, гостеприимство и сервис.....	58
5.4 Какую информацию клиенты считают полезной для качественного отдыха и какой информации предоставляется недостаточно	61
5.5 Чем туристы предпочитают заниматься во время отдыха	63
5.5.1 Активный отдых на природе.....	67
5.5.1.1 Летние виды активного отдыха на природе	68
5.5.1.2 Зимние виды активного отдыха на природе.....	72
5.5.2 Интересные места для посещения на природе	76
5.5.3 СПА, аквапарки и водные центры.....	80
5.5.4 Другие интересные места для посещения и достопримечательности	82
5.5.5 Шоппинг и рестораны	84
5.5.6 События и мероприятия	85
5.6 Природа, красота и тишина глазами туристов	86
5.7 Как туристы оценивают расположение коттеджей и их удаленность от границы....	90
5.8 В каком составе путешествуют туристы и продолжительность отдыха	93
5.9 Процесс заказа и стоимость коттеджа	98
5.10 Рекомендуют ли туристы отдых в коттедже другим и хотят ли сами вернуться ..	100
6 ВЫВОДЫ.....	103
6.1 Портрет российского туриста	103
6.2 Рекомендации	109
7 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	116
8 СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	118
8.1 Исследовательская литература	118
8.2 Источники.....	120
9 ПРИЛОЖЕНИЯ	122

1 ВВЕДЕНИЕ

Начиная с конца 1990-х годов, туристы из России являются одной из самых больших групп иностранных туристов в регионе Северной Карелии (Tilastopalvelu Rudolf). Этот регион является самым восточным регионом Финляндии и имеет общую границу с Россией протяженностью около 300 км. На территории Северной Карелии находится многосторонний автомобильный пункт пропуска (МАПП) Ниирала-Вяртсиля, который соединяет Республику Карелию и регион Северной Карелии. От Санкт-Петербурга до административного центра Северной Карелии г. Йоэнсуу примерно 390 км. Удобное месторасположение недалеко от крупного мегаполиса положительно влияет на объемы потока российских туристов в регион.

На туристический поток также оказывают влияние внешнеэкономические факторы. Так, кризис 2014 года и понижение курса рубля снизили поток российских туристов в Северную Карелию наполовину (Tilastopalvelu Rudolf). На туристический поток также повлияли санкции, общеполитические настроения и ограничения. Снижение туристического потока усилило конкуренцию за туристов из России на финском рынке. В связи с этим компаниям и предпринимателям, работающим в сфере туризма, необходимо еще более, чем раньше, ориентировать свою деятельность на соответствие потребительским предпочтениям и потребностям туристов. Одной из целей нашей работы является сбор полезной информации о российских туристах для предпринимателей и организаций Северной Карелии, работающих в сфере туризма и заинтересованных в привлечении туристов из России.

Интернет-отзывы туристов можно использовать как в планировании маркетинговой и коммуникационной деятельности отдельной компании, так и целой дестинации¹. Отзывы содержат важные культурные аспекты, которые требуется учитывать при

¹Дестинация – это «место назначения туристского путешествия (туристской поездки, тура, экскурсии), место посещения (территория, местность, город, населенный пункт, туристский центр) гражданами, не проживающими постоянно в данной местности и не относящимися к категории местного населения» (Электронный фонд правовых и нормативных документов)

планировании, а также дают конкретную информацию о предпочтениях клиентов и их потребностях. Кроме того, отзывы туристов могут дать нам ответ на вопрос, что гости ценят именно в данной дестинации и что мотивирует их на поездки по данному направлению.

В настоящем исследовании анализируются русскоязычные отзывы клиентов, собранные на открытых ресурсах компаний Lomarengas и Booking.com. Указанные порталы являются системами интернет-бронирования туристических объектов размещения. На международном портале Booking.com можно забронировать отели, коттеджи и другие виды размещения по всему миру. Финский интернет-портал Lomarengas специализируется на аренде коттеджей в Финляндии. Анализируемый материал был собран по коттеджам, которые находятся в регионе Северной Карелии в Финляндии. В регион Северной Карелии на момент сбора отзывов входило 12 муниципалитетов – Китее, Тохмаярви, Раяккюля, Йоэнсуу, Липери, Контиолахти, Лиекса, Ююка, Нурмес, Иломанси, Полвиярви, Оутокумпу. Отзывы были опубликованы в период с 2015 по 2019 год.

1.1 Цели и задачи исследования

Целью нашей дипломной работы является на основе анализа интернет-отзывов российских туристов определить профиль российского туриста и выявить потребности и предпочтения российских туристов во время отдыха в коттеджах в регионе Северной Карелии. В нашей работе мы ищем ответы на следующие вопросы:

- Какими характеристиками обладают российские туристы, отдыхающие в коттеджах Северной Карелии, и каковы предпочтения этих туристов?
- Чем российские туристы были довольны и недовольны в оснащении коттеджа и территории вокруг него?
- Что они любят делать в свободное время?
- На что туристы обращают внимание?

- Что можно улучшить для привлечения российских туристов?

В теоретической части нашей работы мы рассмотрим историю туризма, а также дадим определение туризма (глава 2). Важной частью исторического развития является история выездного туризма России и развитие туризма между Финляндией и Россией, которые мы рассматриваем в третьей главе нашей работы. Там же мы рассматриваем развитие туризма из России в регион Северной Карелии. В четвертой главе мы даем определение отзыва и интернет-отзыва и рассматриваем роль интернет-отзывов в бизнесе и туризме. Четвертая глава является важной теоретической основой для аналитической части нашей работы и выводов.

В аналитической части исследования (глава 5) мы рассматриваем отзывы, разделив их в таблице Excel на категории. В ходе анализа мы определили следующие основные категории: свободное времяпрепровождение, оснащение коттеджа и территории вокруг него, обслуживание и сервис, информация, тишина и красота природы, расположение, рекомендации другим туристам, состав отдыхающих, заказ коттеджа, цена и продолжительность отдыха. Мы также разделяем отзывы на положительные и отрицательные, что позволяет нам анализировать информацию как с точки зрения сильных сторон, так и с точки зрения недостатков, требующих внимания. Завершают работу Выводы (глава 6) и Заключение (глава 7). В конце представлен список исследовательской литературы и источников. Приложения содержат тексты отзывов.

1.2 Метод исследования

Методом нашего исследования является контент-анализ собранного материала. Материал нашей работы составляет 679 интернет-отзывов российских туристов, которые мы собрали с сайтов компаний Lomarengas и Booking.com в Word-файл и затем систематизировали в таблице Excel. Контент-анализ позволяет исследовать любой зафиксированный материал как с количественной, так и с качественной точки

зрения. Он также отвечает следующим требованиям: объективность, систематичность и измеримость (Кирпиков 2018, 68). Данные требования являются важными для нашего исследования, и, как будет показано в анализе, все они соблюдаются.

Как отмечает Кирпиков (2018, 73), особым преимуществом метода контент-анализа является возможность объединения качественных и количественных показателей, а также выявления скрытого содержания текста. Именно указанные выше особенности повлияли на выбор контент-анализа в качестве метода исследования.

В нашей работе мы используем для анализа отзывов как количественный подход, учитывая повторяемость той или иной темы в отзывах, так и качественный, рассматривая наличие или отсутствие той или иной характеристики. Важной и наиболее трудоемкой частью нашего анализа являлось определение наиболее важных категорий, разделение отзывов по категориям и систематизирование материала, что, по словам Кирпикова (2018, 69–73), также характерно для контент-анализа.

1.3 Исследовательский материал и источники

Как отмечено выше, в нашей работе мы анализируем интернет-отзывы туристов собранные на платформах бронирования Lomarengas и Booking.com. Эти платформы мы выбрали в качестве материала, основываясь на нашем опыте работы в туризме. Мы считаем, что данные платформы являются для российских туристов основными платформами бронирования объектов размещения в Финляндии. Платформы имеют также открытый доступ к интернет-отзывам и собирают отзывы уже в течение многих лет.

Критериями для отбора отзывов для нашей работы являлись:

- 1) Язык. Отзывы должны быть написаны по-русски.

- 2) Русское имя автора. В некоторых отзывах было указано русское имя, но комментарий был написан по-английски. Такие отзывы мы не включали в анализ.
- 3) Объектом отзыва является коттедж в регионе Северной Карелии. Первоначально мы планировали анализировать отзывы об отелях и коттеджах, но в конечном итоге решили рассматривать только последние из-за большого количества отзывов.
- 4) Дата публикации отзыва относится к периоду 2015 по 2019 год. Мы выбрали началом сбора отзывов 2015 год, так как считаем, что значительное снижение курса рубля в 2013–2014 годах могло повлиять на отзывы и предпочтения туристов. Следует также отметить, что отзывы на платформе Booking.com сохраняются только в течение 36 месяцев. Таким образом, мы анализируем материал, собранный нами с платформы Booking.com, относящийся к периоду с 2016 по 2019 год и с платформы Lomarengas, относящийся к периоду 2015 по 2019 год.

Далее мы более подробно расскажем о платформах интернет-бронирования Lomarengas и Booking.com и их работе с интернет-отзывами.

1.3.1 Booking.com

Компания Booking.com была основана в 1996 году в Амстердаме. Booking.com является крупнейшей туристической платформой в мире. Высокотехнологичная платформа Booking.com доступна на 43 языках и содержит более 28 миллионов объектов размещения по всему миру от домов и апартаментов до гостиничных номеров и уникальных объектов размещения. (Booking.com. О Booking.com™.) Кроме жилья, на Booking.com можно забронировать авиабилеты, купить билеты на экскурсии, досуг и развлечения, а также арендовать машину.

Отзывы на Booking.com могут оставить только гости, которые забронировали размещение через платформу компании. Приглашение оставить отзыв отправляется в течение 48 часов после отъезда, и у гостей есть три месяца на то, чтобы оставить свой отзыв. Booking.com проверяет все отзывы на наличие ненормативной лексики и подлинность перед публикацией их на сайте. Владелец размещения всегда может ответить на отзывы гостей, оставив свой комментарий через систему Экстранет для управления объектом размещения на платформе Booking.com. Владелец может также редактировать или удалить отзыв, но для удаления требуется веская причина. (Booking.com. Отзывы гостей.)

На Booking.com отзывы состоят из двух частей: оценки определенных категорий по шкале от 1 до 10 и комментарии в свободной форме. Комментарий оставлять необязательно. (Там же.) В нашей работе мы анализируем только отзывы, содержащие комментарии в свободной форме.

1.3.2 Lomarengas

Компания Lomarengas была основана в Финляндии в 1967 году и уже в 1974 году предлагала туристам услуги по бронированию размещения на фермах и в коттеджах. На 2021 год Lomarengas предлагает для аренды более 4 000 коттеджей по всей Финляндии и является самым крупным оператором по бронированию коттеджей в стране. В отличие от Booking.com, Lomarengas специализируется на коттеджах и не занимается арендой гостиничных номеров и других видов размещения, а также проверяет каждый коттедж, с хозяином которого заключается договор на аренду, и оценивает уровень коттеджа в соответствии с разработанными компанией критериями. (Lomarengas, Yritysesittely.)

Система бронирования на сайте www.lomarengas.fi доступна на трех языках – финском, английском и русском. Lomarengas собирает отзывы клиентов, отправляя по

электронной почте каждому арендовавшему коттедж гостю бланк отзыва. Бланк отправляется после окончания срока аренды. Полученные отзывы проверяются, после чего они публикуются на сайте. Владелец коттеджа имеет возможность прокомментировать отзыв, отправив свой комментарий в компанию Lomarengas, которая опубликует комментарий на сайте. (Lomarengas, Onnistuneen mökkivuokrauksen ABC, 14.)

Согласно анализу Lomarengas, большая часть отзывов являются положительными. Отрицательные отзывы чаще всего связаны с недостаточным оснащением или поломками, плохим уровнем уборки, плохим обслуживанием, с наличием насекомых или мышей, ошибочным описанием объекта. (Там же.)

1.4 Исследовательская литература

В главе 2 теоретической части работы мы рассматриваем историю и развитие туризма на основе исследования *Mikä maa, mikä valuutta?* («Какая страна, какая валюта?») (Kostiainen & Korpela 1998). В своем исследовании Ауво Костиainen и Катариина Корпела пишут о развитии туризма в целом. В нашей работе мы рассматриваем развитие туризма с XVIII–XIX веков, чтобы получить понятие о тех факторах, благодаря которым туризм начал развиваться.

После этого, в главе 3 мы обсудим показатели выездного туризма России. Для этой части работы мы использовали различные исследования на сайтах Tutkimus- ja analysointikeskus TAK (Центр исследований и анализа TAK), World Tourism Organization UNWTO (Всемирной туристской организации ЮНВТО) и Business Finland. Некоторые исследования, используемые нами, есть только в профессиональном доступе.

В своем докладе Минна Маланкин *Venäläiset matkailun asiakkaina* (2012) («Россияне как клиенты в сфере туризма») анализирует российских туристов, размышляя, какие они и что для них важно во время отдыха. Наше исследование имеет целью ответить на схожие вопросы, но мы исследуем главным образом мнение туристов о коттеджном отдыхе. В части 3.4 мы используем доклад Маланкин для описания культурного аспекта российского туризма.

В четвертой части нашей работы мы используем интернет-ресурсы, исследования и научные статьи для определения понятий *отзыв* и *интернет-отзыв* и рассматриваем то, как отзывы влияют на бизнес и туризм. Исследования потребителей дают нам понять, насколько отзывы важны для потребителей и какую роль они играют в бизнесе. В нашей работе мы используем исследования компаний Booking.com, Statista, Data Insight и AliExpress, The Village. Научные статьи Е.Ч Дахалевой (2014) и М. В. Тверских (2014) взяты за теоретическую основу определения отзыва и его роли в бизнесе.

Будучи сотрудником компании по управлению туризмом в регионе Северной Карелии, Анна Хяркёнен предоставила для исследовательской части нашей работы материалы для профессионального использования. Данные материалы принадлежат компании VisitKarelia Oy и находятся в закрытом доступе.

1.5 Структура и распределение работы между авторами

Работа над сбором исследовательского материала началась еще весной 2019 года. Тогда Анна Хяркёнен, которая работает в компании по развитию и маркетингу туризма в регионе Северная Карелия, заинтересовалась темой отзывов и начала сбор информации. Хяркёнен определила платформы для сбора информации и критерии для ее отбора. Далее, она начала собирать отзывы в Word-файл по каждому объекту размещения. Как было отмечено ранее, сначала отзывы собирались не только по

коттеджем, но и по гостиницам в регионе Северная Карелия.

Весной 2020 года по предложению профессора Лариса Лейсиё было принято решение, что Анна Хяркёнен будет писать работу вместе со студенткой Йенни Олликкала. Учитывая большой объем анализируемой информации, это было правильное решение.

Мы разделили нашу работу следующим образом. В теоретической части работы Й. Олликкала писала главы 2 и 3, а А. Хяркёнен главы 1 и 4. В части 1.4 Олликкала написала два первых абзаца, а Хяркёнен – последний абзац. В работе над анализом мы сначала разделили исследовательский материал на равные части по количеству страниц, а также в соответствии с источником. Это было сделано с той целью, чтобы у обеих студенток была возможность анализировать отзывы Booking.com и Lomarengas в одинаковом количестве для получения полной картины о содержании отзывов, что пригодилось в дальнейшем при систематизировании отзывов в таблице Excel, а также в самом анализе. Таким образом, Олликкала анализировала отзывы №1–16 и №304–508, а Хяркёнен №117–303 и №509–679.

Для систематизирования отзывов мы выбрали таблицу Excel. Хяркёнен создала основу таблицы и задала основные категории по темам. Далее, согласовав метод анализа и работу по заполнению таблицы, Хяркёнен и Олликкала провели анализ отзывов. Каждая студентка анализировала свою часть отзывов, отмечая содержание каждого отзыва по темам цифрой 1, если отзыв содержит комментарий по теме. При разделении отзывов на положительные и отрицательные мы использовали синий цвет для отрицательных отметок. Пример таблицы мы приводим в Приложении № 2. Всего таблица содержит 13 основных категорий и 296 категорий по содержанию отзывов.

Систематизировав отзывы в таблице, мы получили общие качественные и количественные значения и приступили к анализу. Олликкала писала части анализа 5.2–5.4, а Хяркёнен 5.1 и 5.5–5.10.

Олликала и Хяркёнен вместе писали выводы (глава 6) и формировали заключительную часть, а также редактировали итоговую версию работы. Олликала также составила оглавление работы и отвечала за формирование списка литературы.

2 ИСТОРИЯ ТУРИЗМА

В этой главе речь пойдет об истории туризма. В начале главы мы приведем определение туризма (2.1), рассмотрим общую историю туризма (2.2) и развитие массового туризма (2.3). Термин *туризм* необходим в нашем исследовании, и, следовательно, нам важно определить его. Кроме того, нас интересуют события, которые сформировали туризм, сделав это явление таким, каким мы сегодня его понимаем.

2.1 Определение туризма

Сначала рассмотрим, что такое туризм и туристическая услуга. Для этого мы используем доклад на сайте Туо- ja elinkeinoministeriö («Министерство экономики и занятости») об индустрии туризма.

В документах Всемирной туристской организации (ЮНВТО) туризм определяется следующим образом: туризм означает путешествие для отдыха, работы или других целей в место, в котором человек не проживает постоянно. Продолжительность путешествия составляет максимум один год, но не менее одного дня. Обычно приезжающие в однодневные поездки также считаются туристами, но в Финляндии они отличаются от других путешественников в статистике туризма. В индустрию туризма включены многие отдельные виды бизнеса, самые типичные из которых – обеспечение (временного) проживания и питания, деятельность турагентств и туроператоров. Следовательно, успешность туристических услуг влияет на успешность других сфер бизнеса, например, на розничную торговлю. (Jänkälä 2019: 8.)

2.2 Общая история туризма

Без понимания истории туризма трудно понять сферы влияния и формы туризма сегодня. В этой части исследования мы используем работу *Mikä maa, mikä valuutta?* (Kostiainen & Korpela 1998), в которой рассматривается история туризма. В наше время туризм является важным видом бизнеса во многих странах. Около 100 миллионов людей работают в сфере туризма, и 600 миллионов людей путешествуют, а в будущем количество туристов, вероятно, будет расти.

Туризм возник в XVIII-XIX веках: помимо богатых людей – элиты, – возможность путешествовать появилась и у других. Сегодня туризм стал индустриальным, и используется понятие *массовый туризм*. (Kostiainen et al. 1998: 9–10.) В XVIII–XIX веках туризм был совсем другим, чем сейчас, и в качественном, и в количественном отношении, однако в XX веке ситуация начала меняться.

После Второй мировой войны стал развиваться индустриальный туризм. Однако среди исследователей нет единого мнения о том, когда наступило время массового туризма. Использование самолетов в туризме началось в 1958 году и это один из переломных моментов в туризме, по мнению исследователя Аулианы Поон (Auliana Poon). Вместе с тем для начала массового туризма важны были также другие факторы, например, относительно низкие цены на нефть. Таким образом, эти факторы и спрос на туристические услуги привели к новому виду туризма и дали возможность создавать услуги для массового потребления. (Kostiainen & Korpela 1998: 11–13.)

В исследовании *Mikä maa, mikä valuutta?* (Kostiainen & Korpela 1998) говорится, что концепция массового туризма уже устарела. Индивидуальность является более важной, и, следовательно, форма массового туризма меняется. Пик массового туризма был, по всей вероятности, в 1970-х. Он вызвал критику, и постепенно начал развиваться новый вид туризма. Кроме индивидуализации, туризм принимал новые формы путем использования новых технологий, логистики, постоянного развития и

более индивидуального маркетинга и планирования. Некоторые исследователи используют термин *пост-туризм*. Этот новый вид туризма подразумевает, что у туриста есть возможность выбрать самому, что он хочет делать. (Kostiainen & Korpela 1998: 14.)

2.3 Развитие массового туризма

Определить такое большое историческое явление, как массовый туризм, конечно, нелегкая задача, и по этому вопросу нет единого мнения. Поэтому исследователи сосредотачиваются не на этом вопросе, а на тех событиях, которые содействовали процессу развития массового туризма.

В исследовании *Mikä maa, mikä valuutta?* (Kostiainen & Korpela 1998) отмечается, что первый исторический фактор в зарождении массового туризма – использование пароходов в XIX — начале XX века. Вторым фактором являются железные дороги, первые из которых построены в 1828 году во Франции и в Австрии. Известно, что именно железная дорога является основой европейского туризма. Благодаря этим факторам в это же время началась организация поездок для групп и индивидуальных туристов.

Третьим фактором является использование личного автотранспорта начиная с 1920-х годов. Это, в свою очередь, привело к развитию гостиничного хозяйства. Четвертым фактором является воздушное сообщение, наиболее популярное в наше время в сфере туризма. Пассажирское воздушное движение также начало работать в 1920-х годах, но революция в нем произошла только после Второй мировой войны. (Kostiainen & Korpela 1998: 15–18.)

В другом плане часть современного туризма – это различные курорты, луна-парки, гостиницы и здравницы. У них долгая история. Первые курорты были построены для поправки здоровья людей. Например, английские туристы путешествовали во Французскую Ривьеру еще в XIX веке. (Kostiainen & Korpela 1998: 17–18.)

Как уже было отмечено выше, исследователи считают, что в процессе развития массового туризма самым важным фактором являлось использование пассажирского воздушного сообщения. С его помощью началось также развитие групповых туров. Групповые туры, или турпоездки, кажутся легким видом туризма, и может быть, в этом кроется причина их популярности. Турист должен только заплатить за тур, и ему нет необходимости думать о практической организации поездки.

Нельзя забывать о роли повышения общего уровня жизни в XX веке. До этого только у богатых была возможность путешествовать. До Второй мировой войны только 3–4% жителей Запада могли совершать поездки в другие страны. В 1970-х годах у 20% финнов была возможность путешествовать – благодаря более высокому уровню дохода и ежегодным отпускам. Развитие туризма происходило в разных странах по-разному. (Kostiainen & Korpela 1998: 20–23.)

2.4 История российского туризма

В этой части мы рассмотрим историю российского туризма. Нас интересует, какое влияние на развитие туризма в России оказывали время и политическая ситуация. Кратко рассмотрим историю от Киевской Руси до сегодняшнего дня.

Во время Киевской Руси основными причинами для путешествий были религиозные, исследовательские, торговые или политические нужды, и в то время поездки были индивидуальными. Позднее, в конце XVII — начале XIX века начали развиваться идеи образовательного, группового и оздоровительного туризма. Появление туристических

агентств и зарождение организованного туризма произошли во второй половине XIX — начале XX века. С 1901 года в Москве туризмом занималась, например, организация «Горное общество России». В это время туризм развивался благодаря работе немногих решительных людей. Начало Первой мировой войны в 1914 году остановило развитие туризма в России. (Dimanche & Caldito 2015: 12–15.)

Как мы знаем, Союз Советских Социалистических Республик (СССР) распался в 1991 году. Согласно исследованию Бёрнс (Burns 1998), в СССР туризм являлся рабочим планом и советские люди не могли путешествовать за границу иначе, чем в конкретных целях, например, спортивных, культурных или политических. В целом туризм не являлся важной индустрией в Советском Союзе. (Miettinen et al. 2017: 43.) Тем не менее, объем поездок внутри страны в целях культуры, спорта и здоровья увеличился (Dimanche & Caldito 2015: 16).

После распада Советского Союза у россиян стали появляться новые возможности путешествовать, и они могли сами решать, куда поехать (Miettinen et al. 2017: 54). В следующей главе мы расскажем, каким российский выездной туризм является сегодня.

3 РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА

Рассмотрим российский рынок выездного туризма в XX веке. Нас также интересуют характеристика и статистика российского туризма в Финляндии и в Северной Карелии. Мы отметим, сколько путешествуют россияне и куда они едут, а также рассмотрим их мнения об отдыхе в Финляндии, в частности, в Северной Карелии.

3.1 Общие показатели выездного туризма

Мы попытаемся найти ответы на следующие вопросы: какие виды туризма интересуют россиян, сколько они путешествуют и куда? Мы опираемся на исследования, опубликованные на сайтах Центра изучения и анализа (ТАК), Всемирной туристской организации (ЮНВТО) и организации Business Finland.

Исследование 2009 года показывает, что 15% от 142 миллионов жителей России путешествовали за границу, и количество таких людей быстро растет. Улучшение экономической ситуации, в том числе рост доходов, дает россиянам возможность больше путешествовать. Россиян особенно интересует отдых на юге, в частности, пляжный отдых в Италии, Испании, Франции, Греции и т. д. Отдых на юге интересует больше всего молодых людей и семьи с детьми. Кроме того, исследование по статистике поездок из России показывает, что и в 2002, и в 2007 году самым популярным местом отпуска являлась Турция, а на втором месте был Китай. Финляндия занимала третье место.

Однако результаты могут быть ошибочными, так как они зависят от определения цели путешествия. (World Tourism Organization and the European Travel Commission, 2009). Рост туризма отмечается в последних исследованиях: например, в 2017 году около 15 миллионов россиян путешествовали за границу, а в 2018 году таких туристов было уже 23 миллиона. (Business Finland 25.04.2019).

Как показывают опросы, больше половины россиян проводят отпуск дома. Другие отдыхают на даче, путешествуют по России или в другие страны. В 2012 году отпуск в Финляндии являлся самым популярным вариантом, а на втором месте был отпуск в Турции. В 2012 году из России было совершено около 5 миллионов поездок в Финляндию и около 3 миллионов в Турцию. Финляндия интересует россиян как направление для летнего и зимнего отдыха, однако летний отпуск на юге более популярен, чем отдых в Финляндии. (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy, 2013: 1–2.)

Исследование показывает, что после рецессии 2008 года Финляндия стала самым популярным направлением среди российских туристов. До этого самым популярным был Китай. Однако важно отметить, что только 12% поездок в Финляндию совершались через туроператоров. Если рассматривать только организованные турпоездки, самым популярным направлением была Турция. Эти направления очень разные, и различны также причины поездок.

В исследовании сообщается, что самое популярное направление для летнего отдыха россиян – это страны Южной Европы. В качестве места для летнего отпуска Скандинавия и Финляндия интересуют одного из десяти россиян. Зимний отпуск россиянам больше всего нравится проводить на юге, в России или в бывших советских республиках (в странах СНГ) (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy, 2013). Это исследование было проведено в 2013 году, а статистические данные относятся к 2005–2012 годам, однако более свежий отчет аналитического центра «НАФИ» дает похожие результаты. Самые популярные виды отдыха – пляжный и активный отдых. Популярность туризма и путешествий продолжает расти, особенно среди жителей Москвы и Санкт-Петербурга, а также среди молодых людей. (Ratanews.ru 15.4.2019.)

3.2 Российские туристы в Финляндии

В Финляндии туризм является важным видом бизнеса – и особенно обслуживание российских туристов. Мы нашли много исследований, в которых российский туризм рассматривается с разных точек зрения. С помощью этих исследований мы представляем картину российского туризма в Финляндии.

Во-первых, нас интересует количество туристов. Об этом рассказывает *Tilastokeskus*, который ежегодно изучает туристический гостиничный сервис в Финляндии. Исследование показывает, что в 2008 году большинство туристов, приехавших в Финляндию, были из России. В течение года российские туристы провели в Финляндии 826 000 суток. (*Tilastokeskus*, 9.4.2019.)

Кроме статистики Статистического центра (*Tilastokeskus*), мы можем найти информацию о российском туризме в Финляндии в исследовании организации *Visit Finland*, которая также проводит ежегодные и сезонные исследования о туризме. С помощью информации, собранной *Visit Finland*, мы узнали, что ситуация была схожа с ситуацией 2019 года, когда российские туристы провели в Финляндии 814 595 суток (*Visit Finland: Tilastotietokanta Rudolf*).

Мы также рассмотрим исследование *Visit Finland*, которое было проведено в 2018 году. Исследование дает нам общую картину в сфере туризма в Финляндии в этом году, но нас особенно интересует статистика, касающаяся российских туристов. В 2018 году количество поездок в Финляндию выросло на 3 процента по сравнению с 2017 годом. В целом в Финляндию было совершено 8,5 миллионов поездок от других стран, большинство из них из соседних стран: России (35%), Эстонии (10%), Швеции (9%). Однако количество поездок из этих стран уменьшилось по сравнению с предыдущим годом, например, количество российских туристов сократилось на 5%.

Статистика в исследовании показывает, что в целом российские туристы путешествуют в Финляндии больше, чем граждане других стран. Следовательно, можно еще раз подчеркнуть важность российских туристов для Финляндии и их удовлетворенность качеством туристических услуг. Чаще всего в Финляндию ездили российские туристы, живущие в Санкт-Петербурге. Исследование также показывает, что целью большинства поездок российских туристов в Финляндию является шоппинг (48%), на втором месте – отдых (25%). Самой важной причиной путешествий в Финляндию из России была природа (50%), на втором месте – культура и развлечения (31%).

Статистика 2018 года показывает, что большинство российских туристов, ночевавших в Финляндии, ели в гостинице или в мотеле (11%), а в коттеджах питались только 4%. Нам эта статистика кажется невероятной, потому что отдых российских туристов на дачах популярен, и возможно, что это исследование просто не охватило всех российских туристов, которые ночевали на дачах в разных районах Финляндии. Причиной этого может быть то, что многие в Финляндии сдают дачи российским туристам.

В статистике потребления ведущие позиции занимают Россия и Китай, однако среди российских туристов потребление снизилось по сравнению с 2017 годом. В целом в Финляндии туристы потратили 3,1 миллиарда евро. Типичный российский турист тратит в Финляндии около 200 евро, из них больше всего -на покупки.

Самым популярным местом для россиян в Финляндии был озерный регион, вторым по популярности – столичный регион Финляндии. Важно отметить также, что российские туристы больше, чем туристы из других стран, готовы были рекомендовать Финляндию другим как страну для туризма. (Visit Finland matkailijatutkimus 2018: 5–31)

В 2019 году Посольство Финляндии в Москве и Генеральное консульство Санкт-Петербурга провели исследование с помощью Левада-Центра (Levada Market Research), в котором было выяснено отношение российских туристов к Финляндии. На опрос ответили 16 тысяч респондентов по всей России. Исследование показывает, что 71% россиян относятся к Финляндии положительно или очень положительно. Такое же исследование было также проведено в 2017 году, и сравнение результатов показывает, что количество положительных отзывов выросло на 3 процента, а количество негативных снизилось с 10 процентов до 5 процентов. Результаты исследования также показывают, что самое положительное отношение к Финляндии наблюдалось среди молодежи и людей, проживающих в больших городах, таких как Санкт-Петербург и Москва.

Кроме того, в исследовании 2019 года рассматриваются отношения между Финляндией и Россией с точки зрения российских респондентов. 69 процентов считали отношения между Россией и Финляндией нормальными, мирными, хорошими и добрососедскими. Только 14% респондентов считали отношения напряженными. Респонденты ассоциировали Финляндию с природой, сауной, туризмом и высоким уровнем жизни. Таким образом, можно сделать вывод, что россияне обычно думают о Финляндии позитивно. Россиянам в Финляндии интересны природа (40%), туризм и шоппинг (21%), а также культура и искусство (17%). (Suomi ulkomailla- sivustot: Venäjä, 12.9.2019).

Кроме того, самые привлекательные факторы Финляндии с точки зрения россиян – близость к России, безопасность, легкий способ получения туристической визы и доброжелательное обслуживание клиентов. Финляндия является хорошим местом отдыха для тех, кто любит и ценит природу, спокойствие и отпуск на даче. (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2013: 1).

Важность российских туристов для Финляндии очевидна. С точки зрения экономики российские туристы также важны – в 2011 они оставили в Финляндии около 850

миллионов евро. Тем не менее, исследование *Venäläiset matkailun asiakkaina* показывает, что Финляндия не является популярным местом среди российских туристов, и, фактически, интерес российских туристов к другим странам растет быстрее, чем к Финляндии. Следовательно, для Финляндии важно не бездействовать и не надеяться на то, что россияне всегда будут приезжать в Финляндию. Наоборот, нам нужно постоянно развивать услуги для российских туристов. (Malankin, M 2012: 1.)

Анализируя различные исследования, мы пришли к выводу о том, что российские туристы приезжают в Финляндию для спокойного отпуска на природе или за покупками. Интересно узнать, есть ли в отзывах нашего материала похожие пункты.

3.3 Российские туристы в Северной Карелии

Нас интересуют российские туристы в Северной Карелии, так как отзывы, которые мы будем анализировать, касаются этого региона. Рассмотрим этот вопрос более подробно.

В Северной Карелии два пункта пропуска: Ниирала и аэропорт Йюэнсуу. (Rajaliikenne.fi). Центр изучения и анализа «ТАК» провел исследование о туризме в регионе Северной Карелии в 2018 году. Это исследование мы будем использовать в этой части нашей работы. Исследование показывает, что в пункте пропуска Ниирала в течение 2018 года было зарегистрировано 264 013 пересечений границы. По сравнению с предыдущими годами количество поездок особо не изменилось, но в 2013 году ситуация была немного другая: тогда количество пересечений составило 363 514.

В целом в Северную Карелию было совершено около 284 000 поездок из других стран, и большая часть из них из России: 192 000 поездок. Более половины, 66% поездок составили однодневные поездки. Российские туристы оставили в Северной Карелии

20 миллионов евро. Самыми важными целями отпуска в Северной Карелии были природа (69%) и велнес (38%). Другими целями являлись спорт и физкультура, шоппинг и культура. (Tilasto- ja Analysointikeskus TAK Oy 2019: 10).

«Исследование туристов, путешествующих за границу, в Финляндию и Финскую Северную Карелию» (Karelia Expert, 2019) также дает нам важную информацию о российском туризме в Северной Карелии. Как и в других исследованиях, в этом исследовании утверждается, что главными причинами отпуска в Северной Карелии являются природа, мероприятия на свежем воздухе, спокойствие, уютные коттеджи или отели, инфраструктура. В исследовании говорится, что российские туристы часто сравнивают Северную Карелию Финляндии с российской Карелией, инфраструктура в финской Северной Карелии лучше, чем в России, а природа похожая. Недостатками во время отпуска являлись, в частности, высокие цены на бензин и такси, долгий путь из Санкт-Петербурга на автобусе, качество еды, короткие световые дни и длинная очередь в границе, однако большинство от респондентов не отметили недостатков. В этом исследовании также отмечается важность Финляндии для туризма россиян, но в Турцию ездили больше респондентов исследования (71 респондентов), а в Финляндию 31. Всего в опросе участвовало 200 респондентов. (Karelia Expert, RMAA Group: 2019).

3.4 Культурный аспект российского туризма

На наш взгляд, тема культуры важна в данной работе. Зная культурные особенности, мы можем предложить туристам незабываемые впечатления и качественный сервис.

В исследовании *Venäläiset matkailun asiakkaina* (Malankin 2012) российские туристы характеризуются как любознательные и искренние. Юмор важен для обслуживания туристов. Россияне не планируют времяпрепровождение в отпуске заранее, а принимают спонтанные решения. Треть российских туристов, приезжающих в Финляндию, не ищут информацию заранее (Malakin, 2012: 24–25). Следовательно,

было бы очень полезно, чтобы информация о туристических услугах была доступна на объекте.

Маланкин (Malankin, 2012: 26–28) считает, что в рекламе было бы важно сообщать, что включается в стоимость, так как детали играют важную роль при принятии решения о покупке. Российских туристов не интересуют темы, которые рекламируются именно российским туристам. Для российских туристов отпуск включает много еды, напитков и программ отдыха – в том числе вечером. Российский турист тратит в отпуске больше денег, чем европейские туристы.

Общий язык является важным в туризме. Следовательно, было бы очень важно представить российским туристам возможность использовать русский язык во время отпуска. Если у туристической фирмы нет возможности организовать услуги на русском языке, то по меньшей мере информационные материалы должны быть на русском. Отсутствие информационного материала и туристических услуг на русском языке несомненно влияют на продажи. (Malankin, 2012:46–47.)

Самым интересным фактором для нас является то, что российские туристы с удовольствием рассказывают о своем отдыхе и читают отзывы других туристов. Отзывы играют важную роль при выборе места путешествия. (Malankin, 2012: 83–84) Таким образом, представители турбизнеса должны принимать во внимание отзывы туристов. Нас интересует, отражены ли в отзывах туристов те же утверждения, как в упомянутом исследовании Маланкин.

4 ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ В БИЗНЕСЕ

Отзыв – это мнение о ком-нибудь или чем-нибудь, либо оценка кого-нибудь или чего-нибудь (Толковый словарь русского языка). Первоначально отзывы собирались в гостевых книгах, книгах отзывов и методом опросов. Они были доступны только ограниченному кругу потребителей и таким образом не имели такого широкого потребительского значения и роли, как сегодня. В наши дни современное развитие технологий позволяет пользователям размещать свои отзывы в интернете на специальных платформах для отзывов, на интернет-сайтах, в интернет-магазинах и в социальных сетях. Интернет-отзывы активно используются практически во всех сферах торговли услугами и товарами, в том числе и в туризме. Каждый пользователь интернета может ознакомиться с отзывами других людей или оставить свой отзыв независимо от времени и географии. Поэтому отзывы стали важной частью работы с клиентами, коммуникаций и маркетинга. (Дахалева 2014; Тверских 2014.)

Один из наших источников, Booking.com, дает на своем портале следующее определение отзывов: отзывы — это субъективное впечатление гостей от проживания в объекте (Booking.com. Что такое отзывы гостей, и кто их пишет?). Таким образом, значение слова *отзыв* может определяться конкретным участником рынка в соответствии с направлением его деятельности. Из определения Booking.com мы видим, что, кроме оценки и мнения, отзыв может содержать впечатления, что, на наш взгляд, особенно характерно для области туризма и актуально для нашей работы.

Далее мы рассмотрим более подробно, что такое интернет-отзывы, и их роль в бизнесе и в туризме.

4.1 Что такое интернет-отзыв?

Интернет-отзыв является совокупностью признаков традиционного отзыва и интернет-общения (Тверских 2014). Согласно Е.Ч. Дахалаевой (2014), интернет-отзыв чаще всего связан с финансовыми действиями потребителя услуги или товара. Интернет-отзыв имеет высокое практическое значение для потребителя (пользователя), в процессе которого он пытается узнать мнения других пользователей о данном товаре или услуге и о его качестве. Дахалаева характеризует интернет-отзывы следующим образом: интернет-отзыв возникает в ответ на вербальную или невербальную информацию, его авторами являются рядовые пользователи, обладающие компьютерными навыками; отзыв содержит элемент субъективной оценки, чаще всего носит вербальный характер, который может дополняться невербальными элементами (фотографии, иконки).

Дахалаева также обращает внимание на разницу между понятиями *интернет-отзыв* и *интернет-комментарий*. По ее словам, в отличие от интернет-отзыва, интернет-комментарий может быть реакцией на любой веб-контент, не связанный с товарно-денежными отношениями, например, фотографию, видео или статью. Интернет-комментарий не является целью веб-запросов, не имея такого же потребительского значения, как интернет-отзыв. (Там же.)

В своем исследовании М. В. Тверских (2014) отмечает следующие причины, способствующие появлению интернет-отзывов:

- 1) Развитие интернет-пространства и технологий, которые позволяют пользователям делиться впечатлениями не только при личном общении, но и в Сети.
- 2) Компании, оценив потенциал и эффективность работы в Сети и вовлеченность потенциальных потребителей, перешли на новый формат взаимодействия с клиентами, а последние взяли активную роль в области обратной связи.

Для интернет-отзывов характерны черты, общие с интернет-коммуникациями. Ими являются возможность общения в устной и письменной форме независимо от временных и географических границ, интерактивность и получение обратной связи в реальном времени, а также неограниченные возможности пользователя в выборе темы, вида и источника информации. (Там же.)

Кто угодно может оставлять отзывы где угодно. Это вызывает также такое негативное явление, как фальсифицированные отзывы с целью повышения рейтинга компании. Представители разных сфер бизнеса заказывают положительные отзывы о своей компании и продукции или негативные отзывы о компании и продукции конкурента у специалистов либо на специальных биржах, которые пишут отзывы в соответствии с пожеланиями заказчика. Интернет-платформы пытаются бороться с фальсифицированными отзывами, проверяя информацию и анализируя пользовательскую активность и удаляя ложные отзывы, но несмотря на это, полностью избавиться от проблемы пока не удалось. (The Village, 25.4.2021.) Пользователи могут отличить реальный отзыв от фальсифицированного по наличию в отзыве мелких деталей, присутствию плюсов и минусов, личного опыта и конкретному описанию ситуации (Тверских 2014).

4.2 Роль интернет-отзывов в бизнесе

Самая важная роль интернет-отзывов для бизнеса — это влияние на принятие решения о покупке. К примеру, в панельном исследовании компании Statista, проведенном на рынке США, 94% респондентов ответили, что позитивные отзывы склоняют к выбору услуги, и примерно столько же, 92% респондентов, отметили, что отрицательные отзывы влияют отрицательно на выбор. Кроме того, 79% респондентов ответили, что доверяют интернет-отзывам не меньше, чем рекомендациям друзей и близких. (Statista 9.2.2021.)

В 2020 году компании AliExpress Россия и Data Insight провели исследование о влиянии отзывов и рекомендаций на совершение покупки российскими потребителями. В ходе исследования было выявлено, что рекомендации и отзывы в интернете читают 99% онлайн-покупателей и 67% пишут отзывы сами. Люди пишут отзывы, чтобы поделиться своим мнением, а также чтобы получить бонус, и за денежное вознаграждение. Интересно, что люди, пишущие отзывы сами, чаще при покупке используют отзывы других людей. Исследование показало, что в 9 из 10 онлайн-заказов решение принималось, учитывая отзывы, и для каждой пятой покупки отзывы имеют решающее значение. Покупатели читают отзывы, чтобы убедиться, что товар им подходит, и чтобы получить дополнительную информацию о товаре. Как в исследовании Statista на рынке США, так и в исследовании компании AliExpress Россия и Data Insight отмечается высокий уровень доверия рекомендациям и отзывам.

Исследование AliExpress Россия и Data Insight показало, что покупатели в одинаковой степени доверяют интернет-отзывам и рекомендациям своих знакомых. Также покупатели доверяют другим покупателям с опытом использования товара и профессиональным мнениям. Меньше доверия вызывают представители брендов, продавцы товаров и известные люди. Больше всего доверие вызывают подробные отзывы с фотографиями, присутствие как положительных, так и отрицательных отзывов, а также свежие отзывы. (Data Insight 7.2020).

Таким образом, мы видим, что отзывы имеют значительное влияние на решение о покупке, так как покупатели больше доверяют отзывам других пользователей и профессионалов, чем официальным описаниям товаров. Следовательно, для бизнеса и продаж важно, чтобы у покупателей была техническая возможность оставлять и читать отзывы на сайте продавца. На российском рынке существуют также отдельные платформы, где люди могут оставлять отзывы о товарах и услугах, например, «Отзовик» и Irecommend. Также не стоит забывать о социальных сетях, где люди часто делятся мнением, и платформы поисковиков Google и «Яндекс».

Отзывы также помогают бизнесу выявить актуальные проблемы целевой аудитории и внести корректировки в свою деятельность. Анализируя отзывы и учитывая позитивный или негативный опыт клиентов компании, компании могут не только улучшать качество существующего продукта, но и использовать мнения при разработке новых предложений, позиционировании продукта и его продвижении. (Тверских 2014.)

Отзывы влияют на формирование имиджа компании. Оставляя отзывы и рекомендации и таким образом передавая информацию другим людям, потребители подсознательно влияют на имидж компании. Оставляя позитивный либо негативный отзыв, клиент привлекает внимание других пользователей к компании. Управление неформальной информацией является достаточно сложным для компании, например, негативная информация распространяется в Сети очень быстро, но несмотря на это отзывы имеют много преимуществ с точки зрения формирования имиджа, позволяя обратную связь с клиентом и выстраивая долговременные отношения, а также повышая лояльность. (Там же)

4.3 Роль интернет-отзывов в туризме

Начиная с XXI века исследованию туризма уделяется большое внимание в работах лингвистов, социологов, психологов, культурологов, экономистов. Постоянно растущая и развивающаяся индустрия туризма привлекает внимание ученых как феномен массовой культуры, который становится доступен все большей части населения. В свою очередь, растущая конкуренция вынудила туристические компании пересмотреть традиционные методы маркетинга и коммуникаций и перестроиться на современные более эффективные методы с использованием интернет-технологий, которые позволяют участие потенциального потребителя в создании рекламы и развитии туристического продукта, а также оказывают влияние на имидж компании. (Тверских 2014.)

Прежде чем выбрать тот или иной тур, направление или туристический продукт, туристы часто изучают отзывы, чтобы ознакомиться с мнением других уже воспользовавшихся данной услугой пользователей (Там же). Современным туристам недостаточно описания объекта размещения или его фотографий, и, чтобы найти наиболее подходящий для себя вариант размещения туристы обращаются к отзывам гостей. (Booking.com 2019.) Согласно исследованию Booking.com (15.8.2018), для 33% туристов отзывы являются важным источником информации при принятии решения о покупке. Существует также разница между странами, например, путешественники из России, Кореи и Бразилии проводят больше всего времени читая отзывы и изучают как минимум один источник с отзывами перед бронированием.

О важной роли отзывов для российских туристов при принятии решения о выборе размещения говорит также другое исследование Booking.com, в котором компания выяснила, как отзывы о владельцах жилья помогают путешественникам найти идеальный вариант размещения. В исследовании 49% путешественников из России отказались от брони жилья из-за отрицательных отзывов о хозяине, несмотря на то, что по другим параметрам это жилье им подходило. Исследование также показало, что 79% российских путешественников считают, что отзывы о хозяевах помогают им понять, является ли хозяин размещения дружелюбным или нет, еще до самой поездки. (Booking.com 7.5.2019). Следовательно, отзывы могут влиять на выбор размещения как положительно, так и отрицательно.

Отзывы туристов могут быть от положительных и восторженных до критически негативных, но большая часть отзывов содержит нейтральную оценку. Авторы туристических отзывов, воспользовавшись услугой и имея уже конкретный опыт, выступают в роли экспертов, рассказывая о своем опыте, возможных негативных моментах и давая советы другим туристам. Интересное описание становится мотивацией к посещению данной туристической дестинации или туристического объекта другими туристами. Отзывы как средство коммуникации помогают туристической компании / объекту / направлению формировать потребительские

ожидания, маскировать негативные моменты и помогать туристу в выборе. Отзывы также помогают в улучшении качества и разработке новых туристических продуктов. (Тверских 2014.) В нашей работе наиболее актуальным является улучшение качества отдыха в коттеджах в Северной Карелии на основе собранной из отзывов информации.

5 АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО МАТЕРИАЛА

Как было отмечено выше, в нашей работе мы проанализировали 679 онлайн-отзывов туристов, отдохнувших в коттеджах региона Северной Карелии в Финляндии в период с 2015 по 2019 год. В нашем анализе мы используем слово *отзыв*, когда говорим об отзыве вообще, и слово *комментарий*, когда подразумеваем отдельную часть отзыва. В основном, мы обращаем внимание на самые повторяющиеся мнения по количеству комментариев, однако освещаем также некоторые комментарии, которые не имеют высокой частотности, но которые кажутся нам интересными или важными.

5.1 Структура анализа

Анализируемый материал был собран из источников в Word-файл, и каждому отзыву был дан порядковый номер. Эти номера мы используем в анализе, когда даем примеры. Отметим, что во всех представленных в работе примерах сохранены орфография, пунктуация и стилистические особенности оригинального текста интернет-отзыва. Собрав материал в Word, мы структурировали ответы в таблице Excel по категориям, а также с точки зрения положительного или отрицательного содержания. Содержание каждого ответа было проанализировано и отмечено в таблице. В положительную категорию мы поставили комментарии, в которых написано, что что-то, например, работает, что-то есть в наличии или находится в хорошем состоянии. В отрицательную категорию мы поставили такие комментарии, которые указывают, например, на отсутствие или плохое состояние какого-то предмета. В анализе мы представляем диаграммы, которые помогают понять статистику комментариев.

На основании предварительно проведенного нами контент-анализа мы выделили следующие основные категории, которые легли в основу аналитической части нашей работы:

- 1) Оснащение коттеджа и территории вокруг коттеджа
- 2) Обслуживание, гостеприимство и сервис

- 3) Свободное времяпрепровождение
- 4) Информация о коттедже, проезде, ключах
- 5) Тишина, красота и природа
- 6) Расположение коттеджа и отдаленность от границы
- 7) Рекомендуют ли туристы отдых в коттедже другим и хотят ли сами туда вернуться
- 8) С кем они приезжают отдыхать в коттедж
- 9) Заказ коттеджа
- 10) Цена
- 11) Продолжительность отдыха
- 12) Безопасность.

5.2 На что туристы обращают внимание в оснащении коттеджа и территории вокруг него

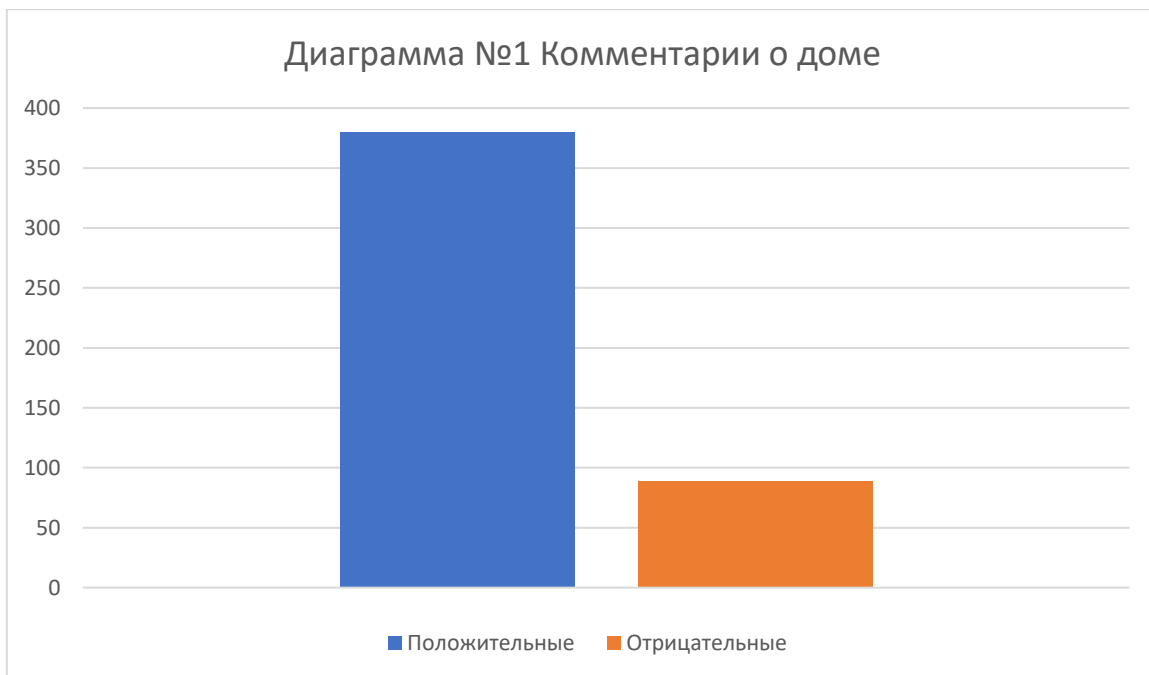
В этой части мы рассмотрим, какие отзывы российские туристы написали об их отношении к дому и его окружению. Коттедж и его оснащение, разумеется, являются важным фактором для коттеджного отдыха, и нам интересно, какие вопросы являются наиболее важными для российских туристов. Мы хотим выяснить, какие отрицательные и положительные комментарии чаще всего повторяются в отзывах. Таким образом, мы не обращаем внимание на отдельные комментарии, а сосредотачиваемся на более общем мнении. Так мы можем исследовать, что российские туристы ценят и чем они недовольны. Мы отдельно анализируем их впечатления о доме в целом, о террасе и дворе, кухне, спальне, гостиной, сауне, ванной комнате, средствах передвижения по воде и их оборудованию.

5.2.1 Дом

В категорию *дом* мы включили такие комментарии, которые не связаны с определенной комнатой, но относятся к зданию в целом, а также к его окружению – например, комментарии об оснащении, о месте расположения, освещенности и планировке дома. Мы нашли 469 комментариев на эту тему, из них 89 отрицательные, остальные положительные (Диаграмма №1).

Наиболее часто повторяющимися комментариями являлись следующие:

1. Общее оснащение коттеджа
2. Пейзаж, открывающийся из окон коттеджа
3. Вместительность коттеджа
4. Планировка коттеджа.



5.2.2 Общее оснащение дома

Чаще всего туристы комментировали оснащение дома. Во многих положительных отзывах использовалось предложение «В доме есть все необходимое для отдыха/проживания». В этой категории мы нашли 211 комментариев, из которых 3 отрицательные. Еще одна тема, которая связана с оснащением, это техническое оснащение, однако этот вопрос обширный, и поэтому мы решили рассмотреть его отдельно в главе 5.2.7 «Бытовая техника и интернет». Оснащение дома, безусловно, важно для удачного отдыха, чтобы гости могли жить удобно во время отдыха. Ниже мы представим пример положительного комментария. Все комментарии и отзывы приводятся в оригинальном виде без исправления ошибок.

Отзыв №174: *В доме есть абсолютно ВСЕ для проживания...* (Выделение ВСЕ сделано автором отзыва)

Кроме того, в 5 комментариях туристы рассказали, что дом подходит для отдыха в любое время года. В других 5 комментариях сказано, что дом идеален для зимнего отдыха. По нашему мнению, эти комментарии рассказывают о впечатлениях туристов о том, продуманы ли оборудование и территория вокруг дома для летнего или зимнего отдыха. Может быть, с помощью этих комментариев они хотели также дать совет другим туристам. Кроме того, российские туристы также обращают внимание на то, есть ли в коттедже печь или камин. На эту тему мы получили 57 положительных комментариев и только 2 отрицательных. Количество комментариев о печи и камине довольно большое. По нашему мнению, причина в том, что живой огонь является важной частью коттеджного отдыха для российских туристов. Камин или печь также помогают поддерживать подходящую температуру в коттедже зимой.

Отрицательные комментарии об оборудовании дома рассказывают об отсутствии привычных мелочей. Отсутствие этих мелочей может показаться неважным на первый взгляд, но мы считаем, что важно отметить, что оборудование не оправдало ожидания туристов. Такой случай мы видим в примере ниже.

Отзыв №632: Собираясь переночевать в этом отеле (аппартаментах) не забудьте, что вам ОБЯЗАТЕЛЬНО надо иметь с собой (если есть желание) чайную заварку или кофе, сахар, шампунь или гель для душа, ну и само собой что перекусить. В номере вы этого не найдете. (Подчеркивание ОБЯЗАТЕЛЬНО автора отзыва)

Кроме этих недостатков, туристы желали иметь больше крючков для одежды и полотенец. В 6 комментариях указывалось, что в доме нет места для хранения одежды. Шкафы помогают туристам организовать свои вещи и чувствовать себя как дома, и решить такую проблему достаточно легко. Также туристы отмечали, что в доме перегоревшие лампочки, часы встали и мебель была сломана. В некоторых случаях туристы обращали внимание на то, что пол скрипит, окна не открываются или от окна тянет холодом и двери не закрываются.

В домах были отмечены также более серьезные и неприятные проблемы – в одном случае турист заметил мышей, а в трех комментариях упоминались муравьи в доме. Кроме того, в 5 комментариях сообщалось, что в доме резкий неприятный запах. Эти случаи, конечно, нежелательны, но иногда неизбежны, если дом периодически пустует.

Кроме того, мы нашли 17 отрицательных комментариев о крутой лестнице на второй этаж. Для туристов, особенно путешествующих с детьми, безопасность дома является чрезвычайно важной, и крутая лестница без защиты от падения может создавать риск для маленьких детей. Во многих отзывах комментарий о крутой лестнице был единственным минусом. На наш взгляд, проблема в том, что дом не подходит для семейного отдыха с маленькими детьми. Следовательно, туристам, которые путешествуют с детьми, лучше выбрать другой коттедж.

5.2.3 Вид из окна

Вторая популярная тема – прекрасный вид из дома. Вид упоминались всего в 55 отзывах и в каждом из них мнение положительное. Как мы считаем, это говорит о том, что российские туристы ценят финскую природу, и может быть, уже планируя отдых, ожидали такое особое переживание. Известно, что коттеджный отдых в Финляндии часто связываются с синим озером и красивой природой, и по нашему мнению, по этой причине вид из дома является популярным комментарием.

Отзыв №229: Красивый вид из дома на озеро. Каждое утро прилетали лебеди!

Отзыв №465: Вид из окон и террасы превосходный.

Отзыв №522: Расположение - в лесу на берегу озера дает потрясающий вид из окна.

На наш взгляд, красивый вид из дома придает отдыху свое особое настроение. Как известно, с точки зрения российских туристов природа является одной популярной причиной путешествия в Финляндию. Об теме природы мы рассказываем более подробно в главе 5.6 «Природа, красота и тишина глазами туристов».

5.2.4 Планировка и вместительность дома

Третьим и четвертым повторяющимися комментариями являются планировка и просторность дома. Тема просторности набрала 28 положительных и 6 отрицательных комментариев, и планировка – 37 положительных и 6 отрицательных комментариев. По нашему мнению, эти темы связаны друг с другом, потому что эти факторы влияют на комфортность дома. Маленький, неудачно спланированный дом не идеален для семейного отдыха или отдыха с друзьями. Читая отзывы, нам ясно, что российские туристы часто путешествуют в Финляндии большой компанией, с друзьями или с семьей, и поэтому дом должен быть вместительным. Тем не менее мы считаем, и некоторые комментарии показывают, что маленький дом может быть уютным, если дом хорошо спланирован.

Отзыв №159: Внутри домик маленький, но очень хорошо спланирован - чисто и уютно, разместить можно до 8 человек, но комфортно будет 4-5

Отзыв №106: Планировка дома очень тонко продумана. В 4-х спальнях и гостиной спокойно размещается такая компания, как наша

Отзыв №109: Площадь небольшая, но благодаря продуманной планировке нам впятером было не тесно

Проблемы со вместимостью были отмечены в немногих комментариях – например, слишком маленький второй этаж или низкий потолок вызвали неудобства в 4 комментариях. Кроме того, в одном комментарии отмечалось, что вход на второй этаж только с улицы. Проблемой на втором этаже являлось в 5 комментариях также то, что при нагреве сауны в спальне на втором этаже становилось очень душно. На наш взгляд, эти факторы являются проблемой планировки и мешают отдыху.

Следовательно, иногда плохая планировка дома мешает отдыхать. В некоторых случаях выполнять домашние обязанности будет труднее и неудобнее. Как мы считаем, такие детали могут удивлять туристов, потому что обычно эти особенности не видны в описании или на фотографиях коттеджа. Такие ситуации мы видим в следующих примерах.

Отзыв №171: Сам коттедж функционально хорош, но с планировкой есть погрехи некоторые неудобства. Мыться можно только в парилке, умываться в мойке для мытья посуды, горячая вода на 5 минут, потом нужно ждать...

Отзыв №504: В описании к коттеджу не сказано, что в сауну и душ вход только через улицу... Но такое расположение сауны и душа, нас не напрягло. Но в описании надо указать такую особенность для более полного представления о коттедже.

Российские туристы также обращали внимание на планировку с точки зрения шумоизоляции. Во время путешествия с большой компанией приватность иногда весьма желанна – но в некоторых коттеджах это невозможно. Мы нашли десять комментариев, из которых девять отрицательные, – туристы чувствовали, что в комнатах плохая шумоизоляция. Такая же проблема возникает, когда соседние коттеджи построены близко, и шумоизоляция не эффективна. Такой пример мы приводим ниже.

Отзыв №522: В домиках, расположенных стена к стене, низкая звукоизоляция общего трубопровода: ночью слышно как шумит вода в трубах, когда ее включают соседи.

Комментарии о доме разные, но отражают интересные особенности. Мы предполагаем, что во время коттеджного отдыха функциональность дома является очень важной – все должно работать. Если в доме серьезные функциональные проблемы, получение максимального удовольствия от отдыха будет невозможным. Может быть, в некоторых отзывах туристы рассказывали об этих проблемах просто, чтобы другие туристы знали, что их ждет в данном коттедже.

5.2.5 Дизайн и состояние дома

Кроме вместительности и планировки, туристы обращали внимание на дизайн дома. Мы нашли 9 положительных комментариев, содержащих следующие характеристики: дом *современный, новый, хороший или отличный*. Клиентам особенно понравился сельский старинный интерьер. В одном комментарии высокие потолки туристу понравились. Такой дизайн, по нашему мнению, может создать в доме особенное настроение и в результате сделать отдых незабываемым. Как мы считаем, такие детали важны особенно во время путешествий – в другой культуре мы больше внимания обращаем на окружающую среду, чем в знакомом месте. Тем не менее старинный интерьер хорош не для каждого, и поэтому важно, чтобы в описании коттеджа он был виден на фотографиях. Данная деталь получила 16 положительных комментариев, и эти примеры представляет нам, каким бывают впечатления российских туристов о дизайне дома.

Отзыв №79: *Но надо быть готовым к тому, что дом старой постройки, несовременный, для нас это было неожиданностью. Часть мебели даже прошлого века, совершенно необыкновенная, лавки с дырками для прялок, огромный стол, а уж печь какая шикарная.*

Отзыв №80: *Дом очень вместительный, старинная финская изба с фрагментами старых стен. Эти кусочки специально оставлены, можно видеть, как они сохранились*

Отзыв №194: *отличный дизайн всех помещений, очень интересное архитектурное и ландшафтное решение в целом.*

Иногда удобство важнее, чем дизайн, – в 6 комментариев сообщалось, что интерьер дома не новый, но чистый и комфортный. Российские туристы также обращали внимание на освещенность, которая играет важную роль, по крайней мере, зимой. Как мы считаем, освещенность является частью удобства. В 8 комментариях туристы были довольны светлыми домами, а в 9 комментариях в доме света не хватало или свет иногда отключался. В некоторых случаях туристы написали, что дом слишком старый и нужен ремонт. Таких комментариев мы нашли три. По нашему мнению, надо обратить внимание на состояние дома. Например, в следующем отзыве был комментарий о техническом состоянии дома:

Отзыв №569: Не очень хорошее техническое состояние домика. Один раз засорился сток в душе, второй раз прорвало трубу с холодной водой. Но все неисправности хозяева быстро устраняют.

Мы полагаем, что, хотя старинный интерьер создает более коттеджное настроение, во многих случаях важно, чтобы присутствовали современные удобства. 13 положительных комментариев содержали информацию о том, что в доме все работает. На наш взгляд, хотя комментарий короткий, он при этом очень информативен. Если в домах все работает как нужно, это влияет на мнение о коттеджном отдыхе в Финляндии. Как мы считаем, российские туристы ценят качество финских коттеджей, и это также повышает их ожидания об отдыхе.

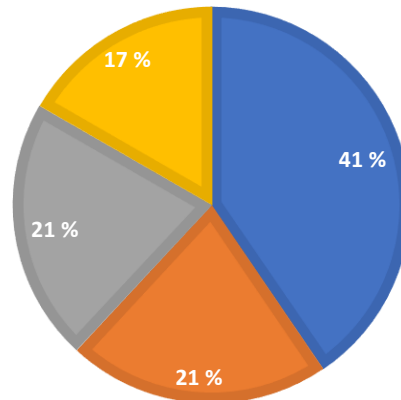
С учетом вышесказанного далее мы рассматриваем комментарии о полах с подогревом. Пол с подогревом – одно из качественных и современных удобств, о которых мы говорили раньше. В 6 комментариях туристы были недовольны тем, что отопление полов не работало вообще или частично, а 4 комментария были положительные. Похожая тема, а именно возможность регулировать отопление дома, получила 2 положительных и 1 отрицательный комментарий. Кроме того, мы нашли 4 отрицательных комментария о том, что система обогрева или вентиляция дома шумит или в доме совсем нет вентиляции.

Наш материал показывает, что общее впечатление о домах положительное. Самый популярный комментарий был о том, что дом хорошо оснащен, а самый повторяющийся отрицательный комментарий – крутая лестница на второй этаж. Можем предполагать, что в целом российские туристы были довольны финскими домами, но проблемы с безопасностью случались. Все эти замечания мы представляем в диаграммах ниже (Диаграммы №2 и №3).



ДИАГРАММА №3 ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ О ДОМЕ

■ Крутая лестница на второй этаж ■ Плохая шумоизоляция
■ Недостаточное освещение ■ В доме негорящие лампы



5.2.6 Уборка, чистота и уют

Важная тема, связанная с домом, – это чистота и уют. Российские туристы написали на эту тему 449 комментариев, 45 из которых отрицательные, а остальные положительные. Наш материал показывает, что на чистоту и уют обращает внимание большое количество российских туристов. Словами *уютный*, *комфортный* или *удобный* описывались дома в 241 комментариях. Только в одном комментарии сообщалось, что дом был неуютным. Мы нашли 103 положительных и 12 отрицательных комментариев о чистоте дома. Российские туристы также обращают внимание на средства для уборки – есть ли в доме, например, пылесос и моющие средства, и в каком они состоянии. На эту тему мы нашли 8 положительных и 9 отрицательных комментариев.

На наш взгляд, большое количество комментариев по поводу уюта дома можно объяснить тем, что, хотя это отчасти абстрактное и субъективное понятие, уют

является одним из первых вопросов, на которые отдыхающие обращают внимание. По нашему мнению, это создает общее настроение отдыха. Таким образом, нас не удивляет, что российские туристы так часто комментировали уютность коттеджа, и нам кажется, уют является важным аспектом их отдыха. Ниже мы приводим два примера таких комментариев.

Отзыв №259: Дом светлый ,уютный,чувствуется ,что хозяева старались заделать его таковым и это им удалось

Отзыв №97: Дом теплый, уютный...

Как видно в примере 97, обычно российские туристы пишут в одном и том же предложении и об уюте и температуре дома. В 58 комментариях содержится мнение о температуре дома, 11 из них отрицательные, а остальные 47 положительные. Температура, конечно, влияет на уют дома – в холодном доме, особенно зимой, не очень комфортно. Летом проблема может быть обратной, если коттедж слишком жаркий или не работает вентиляция.

По нашему мнению, чистота влияет на уют и качество дома. Туристы хотят приезжать в убранный коттедж, и плохая уборка может сделать заселение неприятным. Но практика с уборкой варьируется – иногда отдыхающие убирают за собой, а иногда это входит в стоимость коттеджа или уборка делается за дополнительную плату. Таким образом, проблемы с уборкой могут возникать. Читая наш материал, мы заметили, что у некоторых туристов были проблемы с дополнительной платой за уборку и другие услуги. Такие проблемы были отмечены в 7 из 9 комментариев. Причина этого может заключаться в том, что туристы не знали об уборке заранее и были удивлены, когда узнали о дополнительной плате за уборку или о том, что им нужно за собой убраться. Хотя количество таких комментариев не очень большое, их содержание для нас очень интересно:

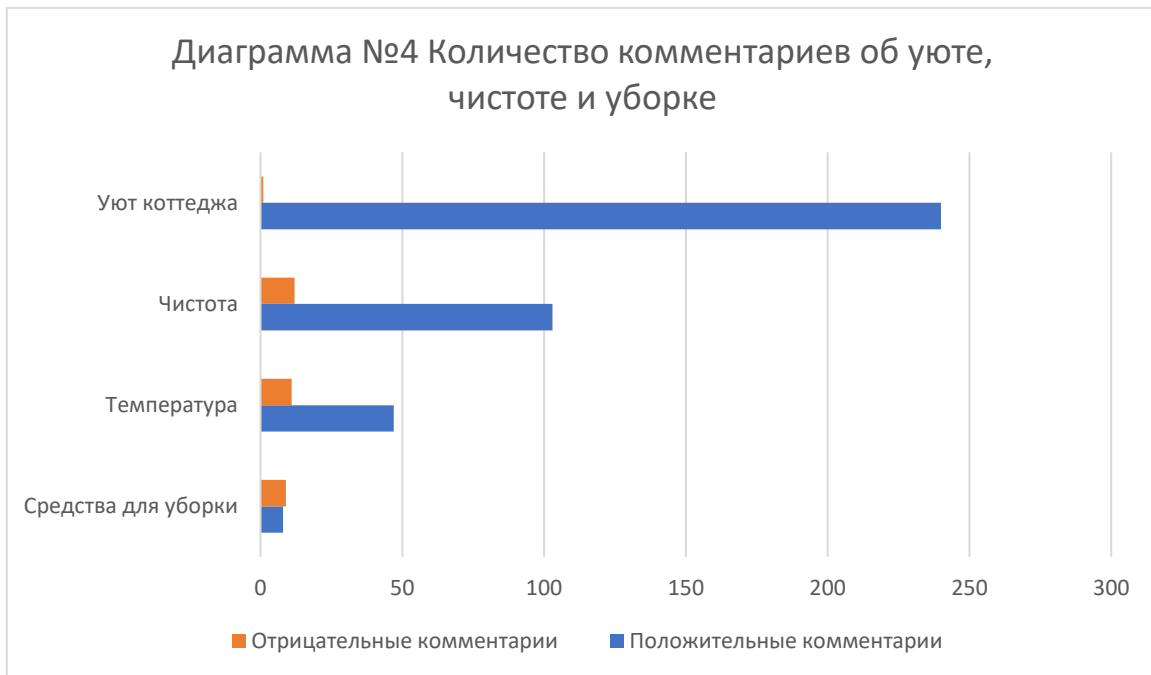
Отзыв №498: Не забывайте, что постельное белье и заключительная уборка - за дополнительную плату, так что всё - сами))

Отзыв №499: Не было предварительной информацией о платном предоставлении постельного белья

*Отзыв №570: Огорчило что уборка была платной и весьма дорогой и была фактически навязана нам, обычно мы сами прибирали дом и оставляли его в первозданном виде! ;)
Отзыв №324: Понравилось все, но был удивлен дополнительной стоимостью за уборку коттеджа, которая оказалась в 1,5 раза больше стоимости проживания!??? Увы, но очевидно хозяева часто сталкиваются с не очень чистоплотными и аккуратными гостями. Судя по отзывам в книге гостей, основными гостями у них были местные жители. Отзыв на русском языке был только один.*

Как мы видим в примерах, информация об уборке и других услугах является очень важной – она содержит сведения о том, что что входит в стоимость и что нет. Оплата уборки или платное постельное белье могут быть проблемой, потому что туристы не были к этому готовы. Следовательно, российским туристам важно знать заранее, что именно входит в цену коттеджа. Об этом мы уже говорили в главе 4.4 «Культурный аспект российского туризма». Более подробно мы рассматриваем роль этой информации в главе 5.4.

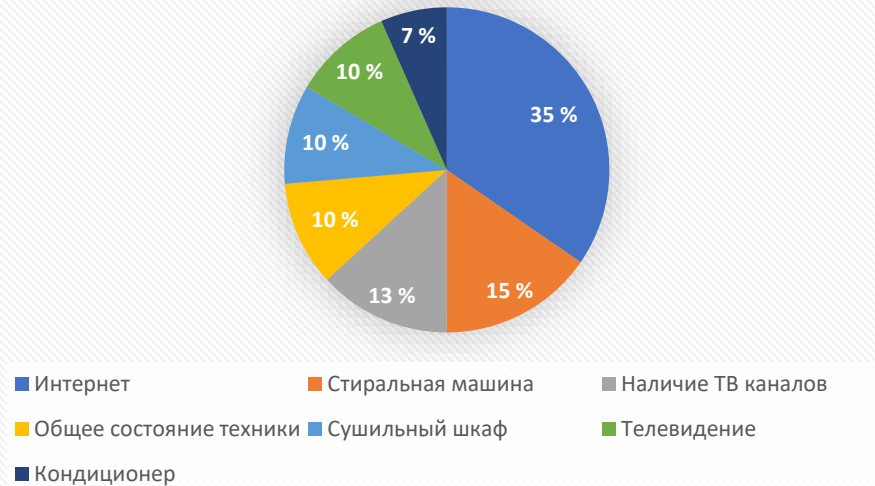
Тем не менее, как мы указывали раньше, большинство комментариев о чистоте коттеджа были положительными. Мы можем сделать вывод о том, что в целом российские туристы ценят чистоту в финских коттеджах. Большое количество комментариев об уютности коттеджа показывают, что обычно российским туристам коттедж кажется уютным. Больше всего проблем, по мнению российских туристов, в этой части были связаны со средствами для уборки. Отдыхающие часто должны убирать за собой, и это трудно было сделать без необходимых средств. Диаграмма №4 показывает количество этих замечаний.



5.2.7 Бытовая техника и интернет

Хотя коттеджный отдых обычно ассоциируется с природой, техника и интернет также являются важными. О технике и интернете мы нашли 196 комментариев, 78 из которых отрицательные и 118 положительные. Сейчас мы рассмотрим наиболее повторяющиеся темы. Наш материал показывает, что популярной темой является интернет и состояние техники в доме – телевизора, стиральной машины, сушильного шкафа и кондиционеров. Вообще в 19 комментариях туристы написали, что техника дома новая и современная и она работает, как нужно. В одном комментарии было сказано, что техника старая. Диаграмма №5 показывает, какие виды технического оснащения часто встречаются в комментариях.

**Диаграмма №5 Повторяющиеся темы,
связанные с техникой**



Мы начнем анализ с интернета, потому что это самая популярная тема комментариев в этой главе. Интернет упоминался в 63 комментариях, из которых 26 положительные и 37 отрицательные. Интересно заметить, что интернет был одной из самых популярных тем, получающих больше отрицательных, чем положительных комментариев (по соотношению отрицательных и положительных комментариев). Отрицательные комментарии были связаны с тем, что его нет или он работает нестабильно. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что интернет является очень важным для российских туристов во время отдыха в Финляндии. Одной из причин этого может быть то, что некоторые туристы используют свой компьютер ежедневно, – работают, отправляют электронную почту или просто поддерживают контакт с друзьями или родственниками. Без интернета в коттедже эти действия будут труднее и во многих случаях гораздо дороже. Однако нам необходимо отметить также другую сторону коттеджного отдыха без интернета – некоторые туристы рассказали, что интернета нет, но это для них не проблема. Они переключались на отдых с семьей и проводили время на природе. Ниже мы приводим пример о важности интернета.

Отзыв №52: Интернет работал отлично – так что мы здорово сэкономили на звонках близким и пересылку фотографий. Можно было проверять рабочую почту.

Из другой техники туристы обращали внимание на стиральную машину и сушильный шкаф. На наш взгляд важность обоих можно объяснить тем, что обычно туристы проводят время вне коттеджа, и таким образом одежда может намочнуть или запачкаться во время отдыха. По нашему мнению, стиральная машина и сушильный шкаф нужны особенно во время отдыха с детьми. Важность этой техники больше заметна во время отдыха зимой, а не летом. Таким образом, мы можем сказать, что важность необходимого оборудования дома зависит от сезона. 15 туристов написали, что в доме есть сушильный шкаф, а трое туристов обратили внимание на отсутствие сушильного шкафа. Стиральную машину отметили в 28 комментариях, из которых 15 положительные – в доме есть стиральная машина, и 13 отрицательные – стиральной машины не было. Кроме того, туристы обращали внимание на кондиционеры в доме. В 7 комментариях кондиционер отметили в положительном смысле и в 5 – в отрицательном.

Теперь посмотрим на комментарии о телевизоре. По этой теме мы нашли 18 комментариев – 16 положительных и 2 отрицательных. В положительных комментариях сообщалось, что телевизор есть или же, что он большой или современный. В отрицательных комментариях упоминалось, что в доме нет телевизора. Интересно заметить, что больше, чем состояние или отсутствие телевизора, российские туристы комментировали, какие каналы показывал телевизор. Особенно они обращали внимание на языки телевизионных каналов – есть ли каналы на русском. В 11 отрицательных комментариях сообщалось, что российских каналов не было, а в 13 положительных – что гости могут смотреть и финские, и российские каналы.

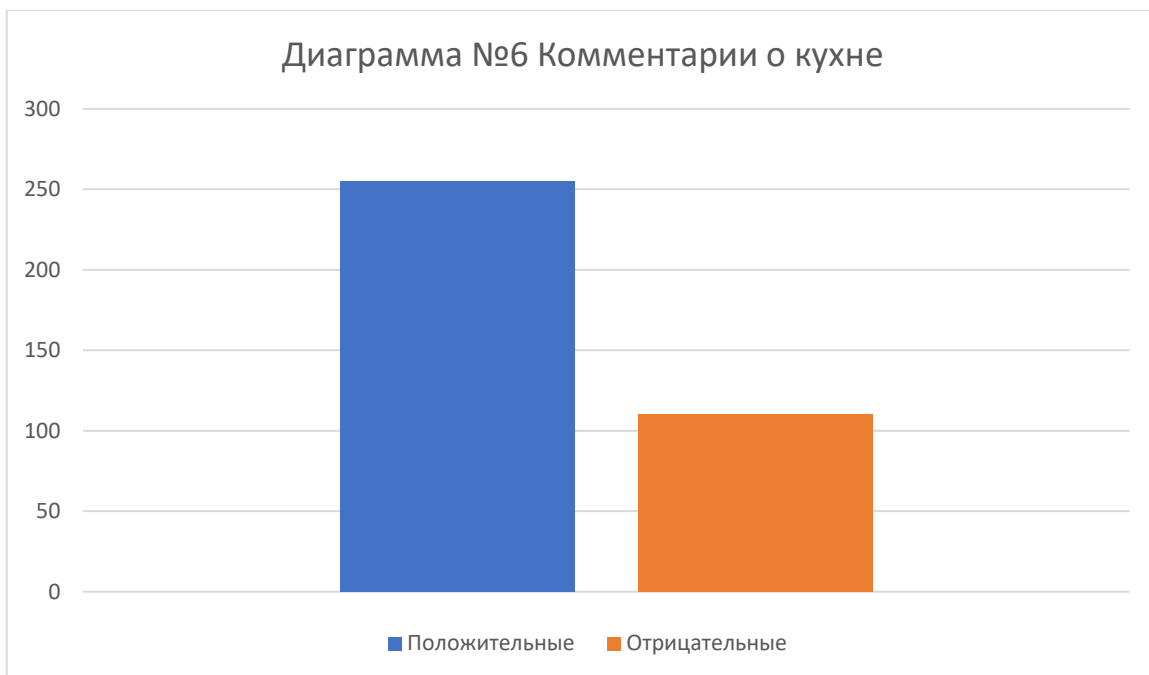
Отзыв №275: Дом хорошо оснащен - даже российское телевидение есть (!)

Отзыв №73: ...И, конечно, жаль, что не было русских каналов ТВ.

В примерах видно, что наличие российских каналов играет важную роль для туристов, и можно сказать, что, если российские каналы работают в доме, это приятный сюрприз для отдыхающих. Нам кажется, что российские туристы, привыкшие к отсутствию русскоязычных каналов в Финляндии, все же хотят смотреть их.

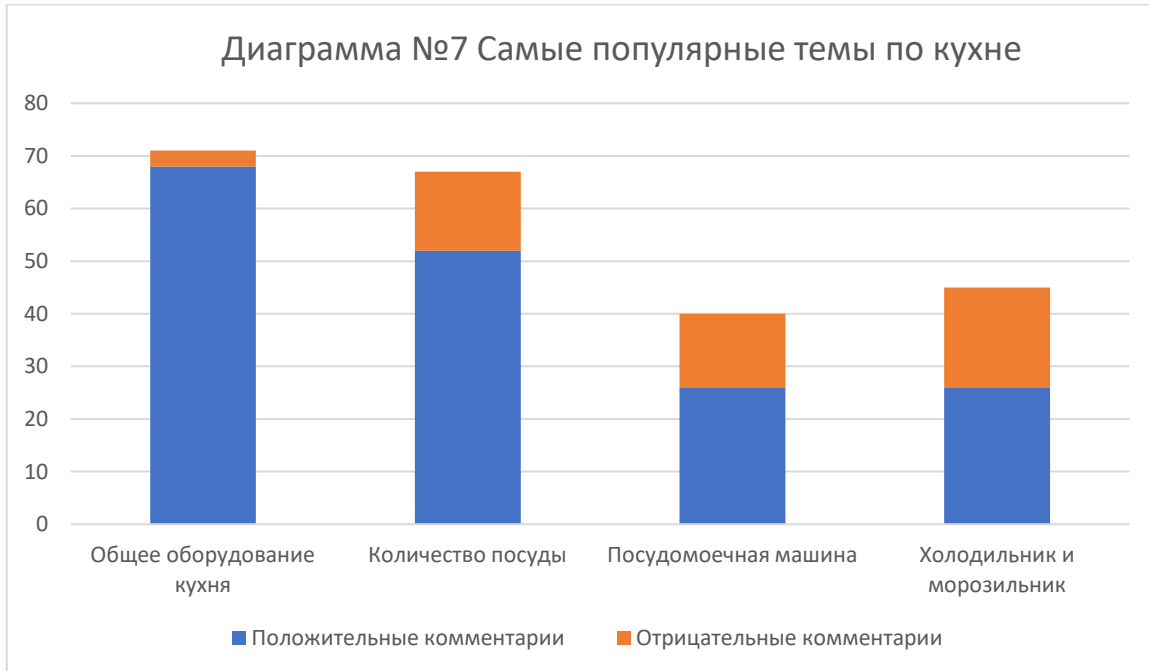
5.2.8 Кухня и кухонные принадлежности

Кухня и кухонные принадлежности упоминались в 365 отзывах, из которых 110 отрицательные, а остальные положительные. Ниже представлена диаграмма комментариев (Диаграмма №6).



Самой повторяющейся темой было оборудование кухни – количество посуды, есть ли в доме посудомоечная машина, морозильник и холодильник, и в каком они состоянии. Важность кухонного оборудования во время отдыха объясняется тем, что обычно коттедж находится не в центре города и не рядом с ресторанами, и поэтому в доме должно быть все для приготовления и хранения еды. Далее мы рассмотрим более

подробно комментарии российских туристов о кухонном оборудовании. Ниже дана диаграмма, отражающая наиболее популярные темы по кухне (Диаграмма №7).



Мы нашли 71 комментарий об общем оборудовании кухни – 68 из них положительные, 3 отрицательные. 52 туристов считали, что в доме много или достаточно посуды, и 15 комментировали, что посуды недостаточно. Мы можем еще раз вернуться к тому факту, что российские туристы обычно путешествуют большой компанией, и это объясняет важность оборудования и в кухне, и вообще в доме.

Нас интересует также, есть ли у российских туристов какие-то особенные пожелания в связи с оборудованием. Мы заметили, что во многих случаях сковородок и кастрюль не хватает, и в одном комментарии турист сообщает, что всегда возит с собой свою кастрюлю и сковородку. 8 из 11 туристов, упомянувших кухонное оборудование, были недовольны количеством кастрюль, и 6 из 8 – количеством сковородок. Такое же мнение было высказано в отношении половников – один турист написал, что возит с собой свой, потому что в финских коттеджах нет больших половников. Кроме того,

мы нашли 14 комментариев о чайниках – 13 из них отрицательные, и в них говорится о том, что в доме нет чайника или чайник слишком маленький. Большинство, т.е. 13 из 14 комментаторов указывают, что в коттедже есть хорошая кофемашина. На наш взгляд это говорит о том, что у финнов и русских разные мнения об оборудовании кухни. Известно, что для россиян важен чай, и, может быть, финские хозяева не обратили на это внимание, потому что в Финляндии большинство людей пьют кофе. Тем не менее в 7 комментариях гости поблагодарили хозяев за то, что в доме есть кофе или чай.

Российские туристы обращали внимание на кухонные машины. В 26 комментариях отмечалось, что в доме есть посудомоечная машина, и в 14 комментариях, – что в доме не было посудомоечной машины или она не работала. Похожие ситуации наблюдались с морозильниками – 21 положительных и 13 отрицательных комментариев, и с холодильниками – 13 положительных и 11 отрицательных комментариев. Морозильники и холодильники были слишком маленькие для нужд российских туристов или же они не работали, как нужно. Во многих случаях в доме были и работали большие кухонные машины, но иногда требовалось что-то еще, например, в некоторых случаях это могли быть тостер, штопор, рюмки, ножи или другая мелкая посуда. Тем не менее российские туристы также обращали внимание и на положительные детали – например, 11 из 12 комментариев сообщали о том, что в кухне есть микроволновка.

Как мы считаем, оборудование кухни во время коттеджного отдыха очень важно для всех туристов, так как обычно вся еда готовится в доме. Интересно заметить, что в целом российские туристы были довольны оборудованием кухни, но какие-то важные детали отсутствовали. На наш взгляд, у российских туристов существуют мнение, что коттеджный отдых в Финляндии является качественным – например, у них есть ожидания в отношении современных удобств и оборудования. Многие из необходимых вещей небольшие, но могут сделать будущий отдых еще лучше. По

нашему мнению, российские туристы обращают внимание именно на детали и качественное оборудование и высказывают свое мнение с удовольствием.

5.2.9 Гостиная и спальня

Темы гостиной и спальни не очень часто встречаются в нашем материале, об этом мы нашли 114 отрицательных и положительных комментариев, однако мы хотим осветить некоторые повторяющиеся пункты. Первый из них, связанный со спальней, – удобность. Удобный матрас или кровать, а также количество и качество подушек были отмечены в 34 комментариях, а их неудобность – в 17 комментариях. Таким образом, в материале видна значимость удобных кроватей и подушек – российские туристы обращают внимание на комфортность спальни. Тем не менее мы видели, что общая удобность спальни отмечалась не так часто – размер и комфортность спальни указывались только в 4 комментариях. Другими комментариями, связанными с кроватями, были следующие: 6 отрицательных об отсутствии двуспальной кровати, 3 отрицательных о неудобном расположении и 2 отрицательных о том, что кровати слишком узкие.

Кроме комментариев о кроватях, мы нашли общие замечания о спальнях. В 10 положительных комментариях говорилось о том, что в коттедже много спальных мест. В трех отрицательных комментариях также сообщалось, что спальни смежные, и в двух, что только одна спальня изолирована. Также в двух комментариях гости обращали внимание на то, что спальня на втором этаже слишком низкая, и только в одном комментарии говорилось, что в лофте² есть полноценная спальня. Слово *лофт* еще не имеет определения в русскоязычных словарях.

² Открытое пространство над полом, под которым находится жилая или рабочая зона (Termipankki: 1991)

Как мы уже прежде отмечали в главе 5.2.6, российских туристов интересует, что входит в стоимость. Такая же ситуация с оснащением спален. В пяти комментариях написано, что постельное белье или одеяла и подушки бесплатные, а в трех, – что они не входят в стоимость. Хотя в этой главе количество таких отрицательных комментариев небольшое, в целом эта тема актуальна, и мы можем еще раз сделать вывод о том, что информация о бесплатных и платных услугах важна для российских туристов.

О гостиной у нас только одно значительное замечание. В 17 комментариев гости хвалили гостиную за удобную мебель и простор в гостиной. Мы нашли только один отрицательный комментарий о том, что мебель в гостиной «страшненькая». Таким образом, мы можем полагать, что гостиные в коттеджах не так важны для российских туристов. Они обращают большее внимание на удобство спален и на матрасы и подушки.

5.2.10 Сауна, санузел и ванная комната

На тему сауны, санузла и ванной комнаты мы нашли 322 комментариев – 78 отрицательных и 244 положительных. Известно, что вовремя коттеджного отдыха в Финляндии, сауна является для отдыхающих одним из важных моментов. Мы можем полагать, что почти в каждом финском коттедже есть сауна, и она является популярной в Финляндии. Таким образом, мы не удивлены, что тема сауны получила 264 комментариев – 226 из них положительные и 38 отрицательные.

Тема эта обширная, но мы рассмотрим некоторые повторяющиеся пункты. Нас интересует, какие впечатления возникли у российских туристов о финской сауне. Затем мы рассмотрим комментарии о санузле и ванной комнате. Как уже было сказано выше, тема сауны важна для нашего материала. Ниже даны некоторые положительные и отрицательные комментарии, касающиеся сауны:

Отзыв №52: Особый кайф – это баня на берегу! Сначала думали – да ну ее, жара стояла всю неделю под 30, но попробав раз, потом топили ее каждый вечер. Поддавали жару, грелись до самого не могу, а потом бежали в прохладное озеро и плыли навстречу солнцу.

Отзыв №39: Очень понравилась сауна на берегу озера

Отзыв №80: Сауна на берегу и в доме тоже неплохие, проблемы с щелями и дверями присутствуют

Отзыв №106: Единственное, что вызвало небольшое неудобство – сауна вне дома, на берегу реки. Зимой по морозцу бежать распаренным после сауны в дом не очень комфортно. Поэтому детей мы не рискнули попарить в сауне. А вот сами с удовольствием воспользовались.»

Отзыв №110: Из минусов еще электрическая сауна, которую как не старались, больше +75 прогреть не удалось.

Как видно в этих примерах, российские туристы написали очень разносторонние комментарии о своем опыте. Во многих положительных комментариях сообщалось, что сауна отличная, быстро нагревается или баня на дровах находится на берегу озера. Тем не менее, как мы видим в примере №106, баня на берегу не для всех – особенно зимой. Кроме того, в некоторых случаях для обеспечения бани водой нужно от дома раскрутить шланг, который не очень удобен для туристов.

Проблемы с электрической сауной также случались. В некоторых отрицательных комментариях написано, что электрическая сауна в доме плохо нагревается, получается не больше +75 градусов или в сауне мало места. В двух отрицательных комментариях говорилось, что сауну используют отдыхающие многих коттеджей.

Помимо самого здания, комментировались также другие аспекты. В 13 положительных комментариях сообщалось, что после сауны можно окунуться прямо в озеро. Российские туристы также обратили внимание на количество дров – в 25 комментариях количество достаточное, а в 6 – нет или же дрова далеко или платны.

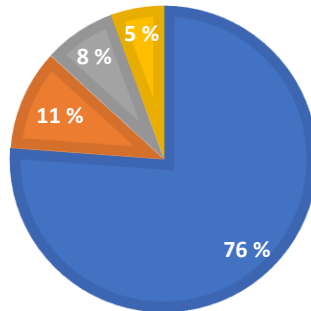
По нашему мнению, большое количество комментариев о сауне показывает, что для российских туристов сауна является ценным элементом коттеджного отдыха. Общих положительных комментариев много, а в отрицательных обычно говорится о неудобной температуре, размере и расположении сауны.

О санузле и ванной комнате мы получили много комментариев, но по объему эти темы небольшие. Тем не менее мы рассмотрим некоторые отрицательные и положительные мнения. Самое большое количество комментариев мы нашли о том, отдельные ли туалет и душ. Мы нашли 6 комментариев, в которых гости благодарили хозяев за то, что туалет и душ отдельные, и 9 отрицательных, в которых говорилось, что они совмещенные или же, что еще одного душа или туалета не хватает для большой компании. Тем не менее в 6 комментариях говорилось, что в коттедже много туалетов или один, но очень большой. Размер и количество туалетов важны для туристов, как показывает наш материал. Таким образом, мы не удивлены, что нашли также похожие комментарии о душе. В 9 комментариях туристы написали, что им не нравится душ в сауне или он слишком маленький. Кроме того, мы отметили 7 комментариев о том, что теплая вода быстро заканчивается и только два о том, что теплой воды хватает. В двух комментариях сказано, что в коттедже совсем нет душа, и такое же количество комментариев мы нашли о том, что вода собирается на полу в ванной и не уходит.

Следовательно, мы можем сделать вывод о том, что темы санузла и ванной комнаты не очень важны для российских туристов в нашем материале. Они обращали большее внимание на сауну, которая присутствует в большом количестве комментариев. Диаграмма №8 представляет самые повторяющиеся комментарии о сауне.

ДИАГРАММА №8 САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КОММЕНТАРИИ О САУНЕ

- Отличная сауна: быстро нагревается, жаркая
- Достаточное количество дров
- Плохая сауна: недостаточно быстро нагревается, мало места, не нравится расположение
- После сауны можно окунуться прямо в озеро



5.2.11 Территория вокруг коттеджа и ее оснащение

В этой части мы продолжаем анализировать территорию вокруг коттеджа и ее оснащение. В эту тему мы включаем комментарии о террасе, дворе и средствах передвижения по воде. В диаграмме №9 мы суммируем самые повторяющиеся комментарии.

Начнем с террасы и двора. Всего эта тема получила 205 комментариев, из которых 38 отрицательных и 167 положительных. Самой популярной темой является оборудование двора – точнее говоря, барбекю и гриль. Их отметили в 47 положительных и 14 отрицательных комментариях. Содержание положительных комментариев таково, что в коттедже есть гриль, а в отрицательных комментариях указывается, что гриль был бы желателен или гриль в плохом состоянии. Похожие комментарии мы нашли о мангале и коптилке, и большинство из этих комментариев положительные. Далее, туристы комментировали крышу для барбекю. В 10

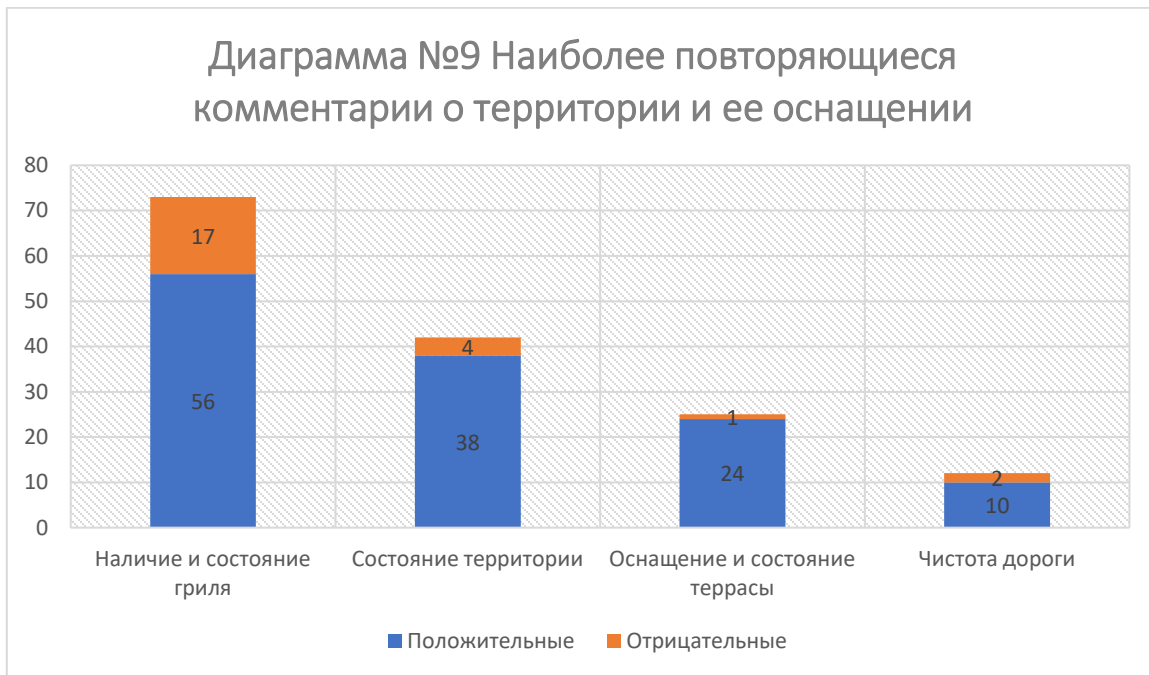
положительных комментариях барбекю имело вид крытого домика или беседки, а в одной ситуации – нет. Таким образом, можно сказать, что барбекю является одним из элементов отдыха во время летнего коттеджного отпуска россиян.

Помимо этого, некоторые туристы обращали внимание на то, что во дворе есть место для чистки рыбы. Значимость рыбалки мы освещаем в главе 5.5.1 «Активный отдых на природе».

Саму территорию отметили в 42 комментариях. В 38 комментариях говорилось, что территория большая и ухоженная, и в четырех комментариях ситуация обратная. В 10 случаях туристы благодарили хозяина за то, что он очистил дороги от снега, а в двух рассказали, что дороги были не убраны при заезде и во дворе не было лопаты для уборки снега. Туристы также обращали внимание на парковочные места. Собственная удобная и бесплатная парковка отмечена в 7 комментариях, и в двух случаях парковочного места не было или оно было неудобное.

Кроме этих пунктов, туристы обращали внимание на общее оснащение и размеры террасы – в 24 комментариях сказано, что на террасе есть стол и стулья и она большая или крытая. Мы нашли только один комментарий, в котором сообщалось, что терраса маленькая.

В некоторых комментариях видно, что оснащение двора важно для детей. Российские туристы обращали внимание на качели, игрушки, песочницу и т. д. Следовательно, мы можем отметить тот факт, что российские туристы часто путешествуют с семей, и поэтому коттедж, подходящий для семейного отдыха, является важным и ценным для российских туристов. Тему «С кем путешествуют туристы» мы рассмотрим более подробно в главе 5.8.



Ниже мы рассмотрим средства передвижения по воде и их оснащение. В эту категорию мы включаем также берег и пляж, с которых мы и начнем эту часть анализа.

Самым популярным комментарием о берегу и пляже является общее замечание о том, что коттедж находится на берегу озера или реки. Таких комментариев мы нашли 123. Еще одной темой является состояние берега и пляжа – в 23 положительных комментариях высказывалось мнение, что они хорошие и подходят для купания. 9 комментариев были отрицательные, в них сообщалось, например, о том, что спуск в воду плохо оборудован или дно каменистое. В одном комментарии также сообщалось, что пляжа нет, поэтому будет трудно с детьми. В двух комментариях также отмечалось, что подхода к озеру нет или он небольшой. Тем не менее, в 41 положительном комментарии гости благодарили хозяев за то, что на берегу есть причал, с которого можно ловить рыбу, купаться или смотреть закаты. В 6 комментариях отмечалось отсутствие или плохое состояние причала.

Таким образом, наш материал показывает, что российские туристы обращают внимание на расположение коттеджа: важно, когда он находится на берегу озера или реки. Мы можем предположить, что такое расположение желательно особенно для путешествующих летом. Более того, как мы видим позже в главе 8.1 «Активный отдых на природе», популярный вид отдыха среди российских туристов – рыбалка.

Средства передвижения по воде и их оснащение являются еще одной актуальной темой. Большинство комментариев были о лодке и ее оснащении. Всего мы нашли 114 комментариев на эту тему. Кроме того, в нескольких комментариях упоминалось, что в оснащение коттеджа входит каяк или каноэ. Больше всего комментариев было о лодке в целом – это 49 положительных и 12 отрицательных комментариев о наличии и состоянии лодки. Содержание отрицательных комментариев показало, что в некоторых случаях лодки, по мнению туристов, были плохими, дырявыми, маленькими или опасными. Один интересный отрицательный комментарий мы представляем ниже.

Отзыв №53: Единственная неприятная неожиданность для нас - это очень старая, маленькая лодка, практически на одного человека. Когда я отдельно заказывал и оплачивал мотор для лодки, ни кто не предупредил что это бесполезная затея для такой маленькой лодки. Нас было четыре человека и в итоге у нас не было нормальной лодки. Для коттеджа в котором три спальни наверно надо иметь лодку соответствующих размеров или предупредить заранее. Мы ехали на рыбалку и для нас это был очень важный момент.

В положительных комментариях сообщалось, что лодка есть, или что она хорошая и новая. Российские туристы также комментировали оснащение лодки. В немногих комментариях было отмечено наличие спасательных жилетов, но более важной темой был лодочный мотор. Четыре человека написали, что они приезжали со своими мотором или лодкой. В 8 комментариях говорится, что мотор или возможность арендовать его есть, а в 4, – что мотора нет. Кроме того, туристы обращали внимание на место для спуска лодки. В 6 комментариях было написано, что место хорошо оборудовано, а в 4 комментариях, – что проблемы бывали, например, лодка не спущена на воду, тяжело спускать или переворачивать.

Оснащение лодки также связано с рыбалкой, и хотя мы не рассматриваем эту тему в данной главе, мы хотим коротко отметить, что российские туристы обращают внимание на наличие удочки и снаряжение для рыбной ловли. В немногих комментариях также говорилось о возможности купить лицензию на ловлю рыбы.

В итоге мы можем сделать вывод, что наличие и состояние лодки является очень важным для российских туристов. Важность рыбалки подкрепляет это замечание, как мы увидим позже, в главе 8.1. Кроме того, нам кажется, что для многих туристов близость озера или реки играют важную роль при выборе подходящего коттеджа.

5.3 Как туристы оценивают обслуживание, гостеприимство и сервис

В этой части мы проанализируем опыт российских туристов, касающийся обслуживания, гостеприимства и сервиса во время коттеджного отдыха в Северной Карелии. В них мы включаем также тему «Знание языков». Под этим мы имеем в виду возможные языковые проблемы с персоналом или хозяином, а также то, какие языки использовались во время отдыха. Всего эти темы отметили в 281 комментарии, из которых 21 отрицательные и 260 положительные.

Во-первых, нас интересует, какие замечания российские туристы сделали в отношении обслуживания и гостеприимства. Конечно, когда мы рассматриваем обслуживание во время коттеджного отдыха, большинство из комментариев касаются хозяев коттеджей. Сразу можем сказать, что у большинство российских остались хорошие впечатления о финских хозяевах – в 160 комментариях было написано, что хозяин *приветливый, гостеприимный* или *радушный*. Отрицательных комментариев о гостеприимстве мы нашли только два. Во многих комментариях гости также благодарили хозяина за помощь или за удачный отдых, но не в каждом случае туристы встречались с хозяином. На эту тему мы хотим дать несколько примеров.

Отзыв №85: *Хозяин просто ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЙ!!!! Очень гостеприимный! Огромное СПАСИБО* (Выделение ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЙ и СПАСИБО сделано автором отзыва)

Отзыв №88: *Замечательный общительный хозяин, на все просьбы и вопросы очень быстро отвечал.»*

Отзыв №175: *Хозяина, как и в прошлый раз, не видели. Так и не знаем как он выглядит.*

Как было сказано выше, часто российские туристы включали в отзывы благодарность хозяину. Таких комментариев мы нашли 53. Российские туристы благодарили хозяина за то, что он, например, идет навстречу или помогает решить проблему в коттедже. В 11 случаях туристы написали, что хозяин встретил их по приезду. Кроме того, в 12 комментариях они отметили то, что хозяева быстро выходят на связь, но на эту тему мы также нашли 5 отрицательных комментариев. Отрицательные замечания касались также плохого отношения хозяина к постояльцам или его нечистоплотности в финансовых вопросах. О других социальных ситуациях мы нашли 4 положительных комментария. В них говорилось, что обстановка доброжелательная или же, что все были очень доброжелательные. Ниже мы приводим диаграмму №10, отражающую эти замечания.



Анализ этой части показывает, что российские туристы обращают внимание на приветливость персонала и хозяина, и большинство встреч оставили положительные впечатления. Важность хорошего обслуживания с точки зрения туризма и того, возвращаются ли туристы, конечно, ясна. Нас удивило количество благодарностей от российских туристов, но, как мы считаем, это показывает значительность удачного отдыха и хорошего обслуживания. Может быть, обслуживание во время коттеджного отдыха в Северной Карелии играет большую роль для российских туристов, чем, например, для финнов, потому что местная культура для российских туристов чаще всего не очень знакома, и для них обслуживание является частью опыта.

Во-вторых, рассмотрим тему знания языков. Всего мы нашли 25 комментариев – в 16 комментариях сообщалось, что хозяин или персонал говорит на английском и в немногих случаях – на русском, и в 9 комментариях, – что они говорят только по-фински. Количество комментариев не такое большое, как мы думали в начале анализа, но тема очень интересная. Поэтому мы хотим привести несколько примеров об использовании и знании языков.

Отзыв №19: Важно: хозяин говорит только на финском языке. При необходимости мы писали смс на финском языке с помощью google-переводчика.

Отзыв №48: Хозяин вежлив. Не говорит ни на русском, ни на английском. Но изъясняется жестами.

Отзыв №474: ХОЗЯЙКА ПРИВЕТЛИВАЯ , ОЧЕНЬ НЕМНОГО ГОВОРИТ ПО РУССКИ» (Подчеркивание предложения автора отзыва)

Отзыв №124: Хозяин адекватный, говорит по-английски

Как показывают примеры, знание языков среди финских хозяев варьируется. Как мы считаем, знание языков не так важно для российских туристов в нашем материале, так как, хотя у отдыхающих и хозяев иногда и нет общего языка, им удавалось понять друг друга с помощью интернет-переводчиков или жестов. Тем не менее, на наш взгляд, было бы важно отметить в информации о коттедже, на каких языках говорит персонал, чтобы отдыхающие знали об этом до приезда. Может быть, так уже сделано в некоторых случаях, и поэтому количество комментариев о знании языков не очень

большое. Однако мы нашли один отрицательный комментарий о том, что на сайте написано, что персонал говорит по-русски, хотя он не владел русским языком.

В целом комментарии показывают, что в большинстве своем персонал и хозяева говорят по-английски, и, по нашему мнению, материал не отражает особых проблем с языком. В комментариях видно, что, хотя общего языка нет, вежливое и гостеприимное отношение помогают создать хорошее впечатление.

5.4 Какую информацию клиенты считают полезной для качественного отдыха и какой информации предоставляется недостаточно

Тема информации очень актуальная в нашем анализе. Ранее мы уже отмечали важность информации для российских туристов. Всего мы нашли 152 комментариев – 82 отрицательных и 70 положительных. Это вторая тема в нашем материале, в которой отрицательных комментариев больше, чем положительных. Таким образом, анализ этой части очень интересен и актуален. Другая тема, которая получила больше отрицательных, чем положительных комментариев, – это интернет (глава 5.2.7).

Начнем с темы, которая получила самое большое количество комментариев. В общей сложности 51 комментарий было написано о том, может ли в коттедже разместиться максимально разрешенное количество человек. Большинство из них – 33 комментария – отрицательные и 18 положительные. Во многих отрицательных комментариях сообщалось, что дом небольшой и идеален для двух или одной семьи с двумя детьми, но большему количеству людей будет тесновато. Тем не менее необходимо отметить, что такие комментарии не всегда отрицательные, но информативные – туристы хотят рассказать другим, что дом не подходит для отдыха большой компании. Приведем два примера таких ситуаций:

Отзыв №15: Конечно лучше всего в нем отдыхать 2-м человекам.,т.к. в 4-м будет тесновато.»

Отзыв №58: Вдвоём + дети будет не тесно, а вот если 4 взрослых то уже немного напряжно

Мы не уверены, какую информацию российские туристы получили о размере коттеджа до отдыха, но мы можем сделать вывод о том, что они обратили внимание на этот вопрос. На наш взгляд, российским туристам важно знать, сколько людей с комфортом разместится в коттедже, и следовательно, информация об этом является необходимой.

Другой популярной темой является то, насколько легко или трудно было найти коттедж с помощью предоставленной информации, карты или координат. Комментарии на эту тему разделились пополам – мы нашли 14 отрицательных и 14 положительных комментариев. По нашему мнению, эта статистика показывает, что с точки зрения российских туристов информация не всегда точна. Поиск коттеджа может быть неудобен особенно туристам, путешествующим издалека. В 6 комментариях гости также обратили внимание на ключи от коттеджа.

Кроме того, информация о самом коттедже также является важной для российских туристов. Мы нашли 27 комментариев о том, соответствовало ли описание и фотографии действительности. Большинство, 17 комментариев, были положительными, а остальные 10 отрицательными. В 12 комментариях также сообщалось, что коттедж лучше, чем в описании или на фотографии. Наоборот, в трех комментариях написано, что на сайте недостаточно хорошее или полное описание и недостаточно фотографий. По этой теме было высказано много разных мнений, и поэтому мы хотим показать несколько примеров.

Отзыв №195: В реальности намного симпатичнее фотографий!

Отзыв №607: Фотографии не передают всей красоты дома и природы»

Отзыв №93: Так же высота потолка на верхнем этаже около 1,5 метров, этот этаж рассчитан в основном на детей. По фотографиям не понять.»

Отзыв №523: На сайте написано, что есть бассейн с дорожками для плавания. Это не так, самый большой бассейн из имеющихся 4 имеет длину 12,5 м. Теоретически можно в нем поплавать, но из-за того, что он даже на дорожки не разделен - люди плавают хаотично, вдоль и поперек.

Низкий потолок отмечен в двух комментариях, и это хороший пример объекта, о котором трудно составить впечатление на основании фотографии. Количество

комментариев о соответствии описания действительности показывает, что российские туристы хотят знать заранее, в каком коттедже они будут отдыхать. По нашему мнению, детали в описании коттеджа и его оснащения являются важными для российских туристов. Это заметно также в том, что несколько туристов обратили внимание на отсутствие заявленного в описании оснащения и мест для развлечения. Тем не менее эта тема связана также с предыдущей темой о языке – некоторые туристы комментировали наличие или отсутствие инструкций пользования приборами, техникой или услугами на русском или английском языке. Таких комментариев мы нашли 5 отрицательных и 3 положительных.

По нашему мнению, важность правильной информации с точки зрения российских туристов ясно представлена в нашем материале. Описание и фотографии коттеджа влияют на ожидания туристов от отдыха, и, если они не соответствуют действительности, это может вызвать разочарование. В некоторых ситуациях коттедж оказался лучше, чем в описании. Тем не менее точная информация о коттедже вообще, его расположении и об услугах важны. Российские туристы также обращали внимание на язык инструкций – они должны быть написаны на английском или русском языке. Информация о вместимости коттеджа также оказалась ценной. В отзывах повторяется замечание о том, для скольких людей коттедж идеален, а когда в нем будет слишком тесно.

5.5 Чем туристы предпочитают заниматься во время отдыха

В данной части мы рассмотрим комментарии туристов в отношении свободного времяпрепровождения. В своих отзывах туристы часто пишут о том, чем они занимались во время отдыха и какие места посещали. Это дает нам важную информацию, во-первых, о том, какие виды отдыха предпочитают туристы из России, отдыхающие в коттеджах Северной Карелии, во-вторых, какие особенности свободного времяпрепровождения туристы ценят и на что обращают внимание, а

также что им не нравится и не устраивает, и в-третьих, на что следует обратить внимание владельцам коттеджей и другим участникам туристической деятельности региона Северной Карелии.

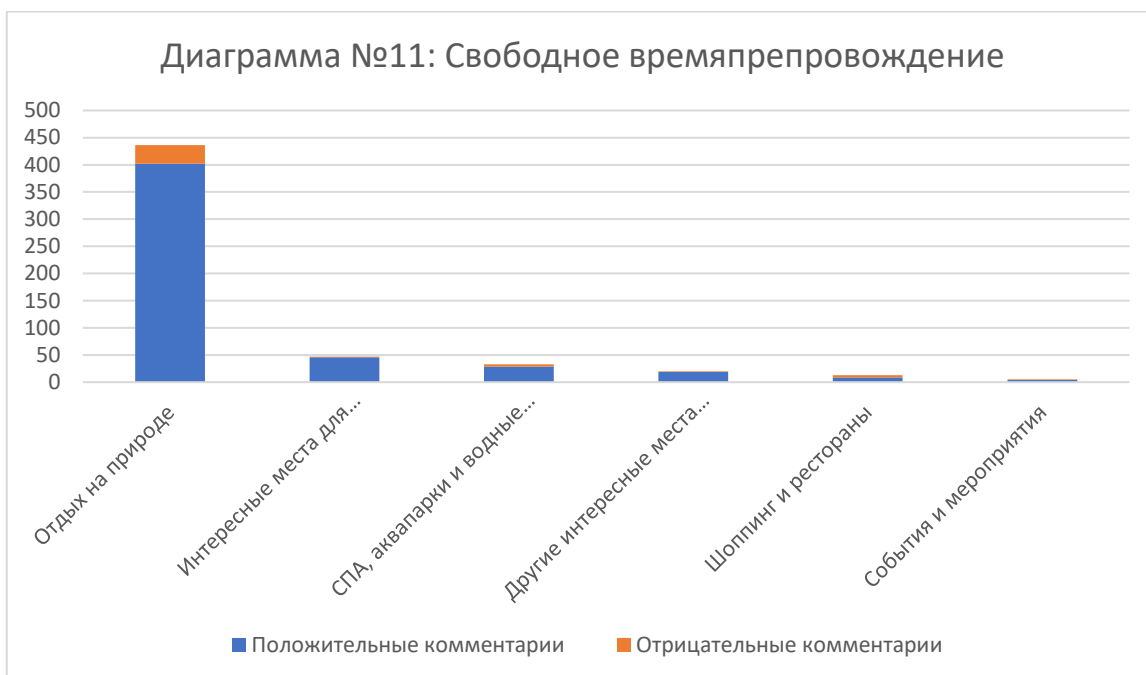
На основе исследуемого материала мы можем выделить четыре основных направления свободного времяпрепровождения:

- 1) Активный отдых на природе
- 2) Интересные места для посещения на природе
- 3) СПА, аквапарки и водные центры
- 4) Другие интересные места для посещения и достопримечательности
- 5) Шопинг, рестораны и кафе
- 6) События и мероприятия.

В общей сложности туристы отметили различные виды свободного времяпровождения 579 раз. Из них 531 в положительном контексте и 48 в отрицательном контексте. Большое количество комментариев показывает, что свободное времяпрепровождение является важной частью отдыха в коттедже и туристы готовы делиться своими впечатлениями в отзывах.

Больше всего комментариев туристы оставляют об отдыхе на природе. Всего на эту тему 466 комментариев. Из них 428 положительных и 38 отрицательных. Второе место по количеству комментариев занимают интересные места на природе, такие как каналы, пороги, национальные и другие парки, пешие тропы, смотровые вышки. В общей сложности на эту тему 38 комментариев, и все они положительные. На третьем месте по количеству комментариев СПА, аквапарки и водные центры. В общей сложности 33 комментариев, из которых 29 положительных и 4 отрицательных. На четвертом месте по количеству комментариев другие интересные места для посещения и достопримечательности: детские площадки, ботанический сад, зоопарк, аттракционы, музеи, стадион, монастыри. Всего 20 комментариев. Из них 19 положительных и 1 отрицательный. Шопинг и рестораны отмечают в комментариях

13 раз, из них 9 положительных и 4 отрицательных комментариев. События и мероприятия отмечены в комментариях 5 раз. Из них 4 положительных комментариев и 1 отрицательный. (Диаграмма №11).



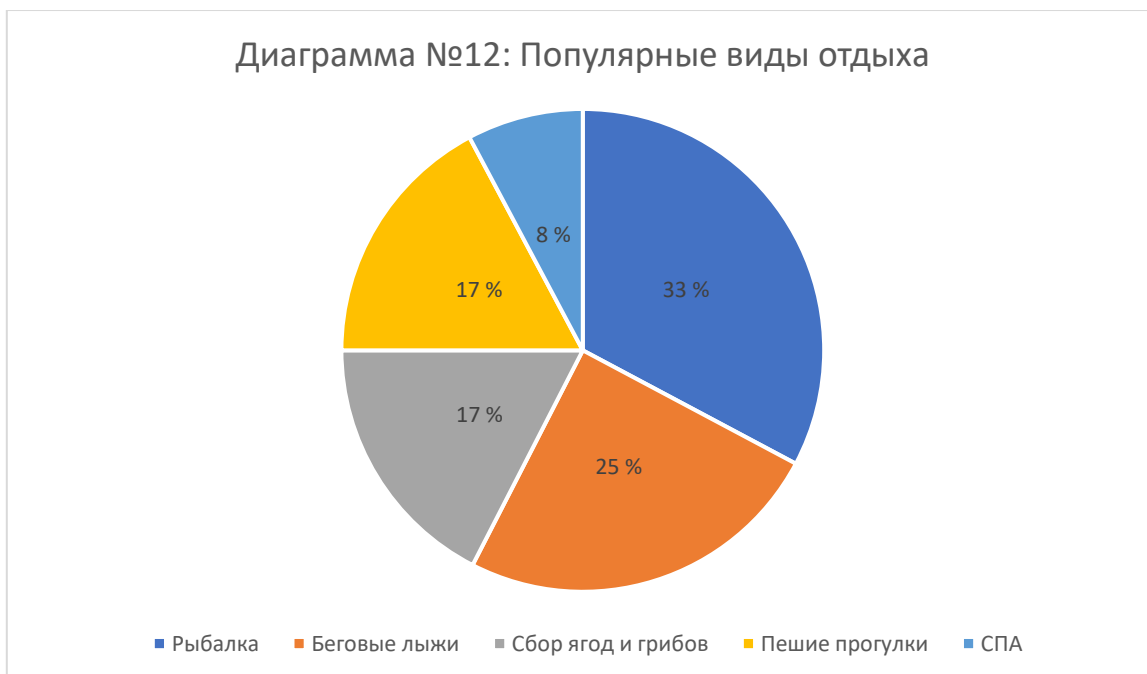
На основе общего числа комментариев о свободном времяпрепровождении мы можем сделать вывод о том, что российских туристов, отдыхающих в коттеджах Северной Карелии, больше всего интересует все, что связано с природой и отдыхом на природе. Таким образом, мы также можем сказать, что основной целью поездки является отдых на природе. Отдыхая и проводя свободное время на природе, туристы также хотят посещать интересные места на природе, СПА, аквапарки и водные центры. Меньше всего туристы, отдыхающие в коттеджах, интересуются событиями и мероприятиями, шоппингом, ресторанами, а также достопримечательностями и другими интересными местами.

Данные выводы очень интересны с точки зрения аналогии с другими исследованиями российских туристов в Северной Карелии, которые, также, как и наша работа,

показывают, что главной причиной поездки российских туристов в Северную Карелию является природа (Tilasto- ja Analysointikeskus TAK Oy 2019: 10; Karelia Expert 2019).

На основе количества отзывов мы также можем определить самые популярные виды свободного времяпрепровождения российских туристов, отдыхающих в коттеджах. Ими являются (Диаграмма №12):

- 1) Рыбалка, 140 комментариев
- 2) Катание на беговых лыжах, 105 комментариев
- 3) Сбор ягод и грибов, 74 комментария
- 4) Пешие прогулки по лесу, национальному парку или тропам, 73 комментария
- 5) Катание на горных лыжах, 49 комментариев
- 6) СПА, аквапарки и водные центры, 33 комментария



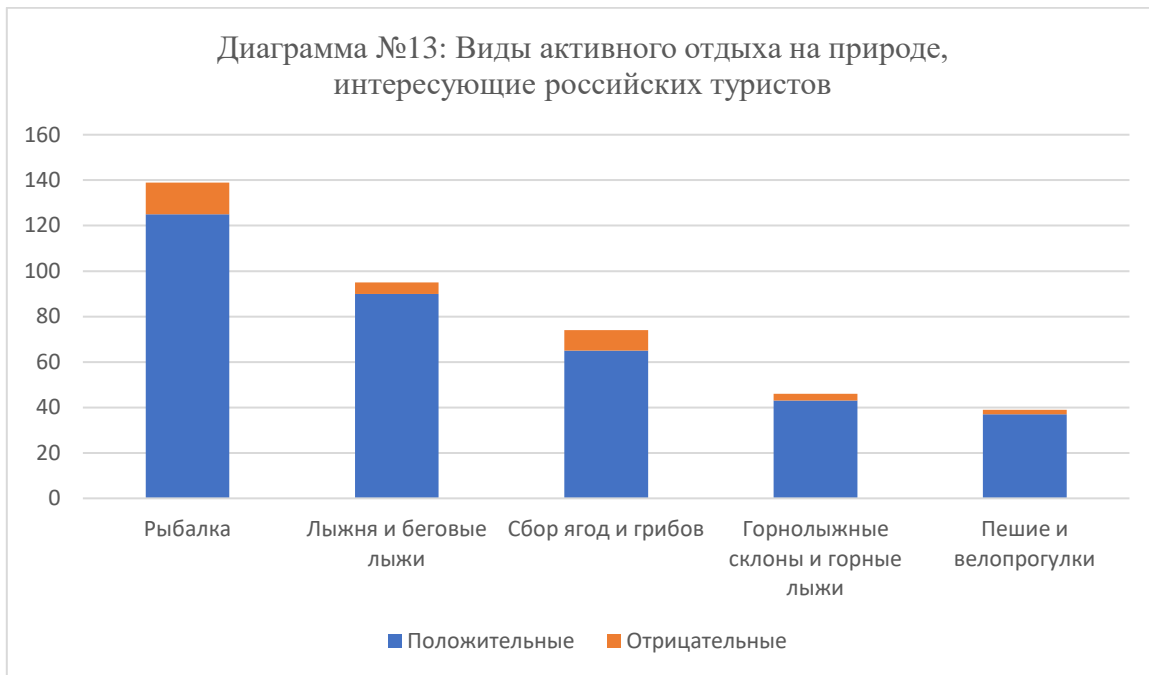
Далее мы более подробно рассмотрим отзывы туристов о том, как они проводят свободное время, отдыхая в коттедже, что им больше всего нравится делать и что вызывает негативные эмоции.

5.5.1 Активный отдых на природе

В активный отдых на природе мы включили комментарии, в которых турист осуществляет те или иные активные действия на свежем воздухе. В официальных источниках нет определения активного отдыха. Также стоит различать понятия активного туризма и активного отдыха. Как отмечает Кугушева (2012: 3), активный отдых – это действие, которое совершается ради удовольствия, а активный туризм – это действие, которое производится ради достижения той или иной цели.

К категории отдыха на природе мы относим как активные виды занятий, к примеру, катание на горных лыжах, ходьба на беговых лыжах, рыбалка, так и более пассивные, например, сбор ягод и грибов, купание в озере, прогулки на лодке, велосипеде, в лесу. В этой части мы также анализируем комментарии, в которых упоминается возможность платного или бесплатного проката инвентаря для отдыха на природе, например, санок, велосипедов, лыж. Наличие лодки мы рассматриваем в главе 5.2.11, так как лодка чаще всего является частью оснащения коттеджа, а не дополнительной услугой.

Всего активный отдых на природе и снаряжение отмечается в комментариях 463 раза. Больше всего упоминается рыбалка – 139 раз. Несколько меньше лыжня и катание на беговых лыжах – 95 раз. На третьем месте сбор ягод и грибов – 74 раза. На четвертом месте горнолыжные склоны и катание на горных лыжах – 49 раз и на пятом пешие и велопоголки – 39. Комментарии об остальных видах отдыха носят единичный характер, что может быть обусловлено как малым интересом к данным видам отдыха, так и их плохой доступностью в регионе. (Диаграмма №13)



Далее мы более подробно рассмотрим летние и зимние виды активного отдыха на природе, интересующие российских туристов, отдыхающих в коттеджах в регионе Северной Карелии.

5.5.1.1 Летние виды активного отдыха на природе

Как мы видим, первое место по количеству комментариев занимает рыбалка: 139 комментариев, положительных 125 и отрицательных 14. Рыбалке в текстах комментариев уделяется особенное внимание. Комментарии о рыбалке в основном положительные, носят наиболее информативный и эмоциональный характер по сравнению с другими комментариями об активном отдыхе на природе. Все это говорит о том, насколько важной частью отдыха для российского туриста является рыбалка. Чаще всего в комментариях про рыбалку используются такие выражения, как *отличная рыбалка* или *хорошая рыбалка*. Во многих комментариях встречаются описания улова, видов рыбы, озера и сезона.

Отзыв №68: *На озере отличная рыбалка окуня много, щука, судака надо искать.*

Отзыв №109: *Рыбы немного, правда можно оправдать это августовской жарой. Улов за неделю - 4 щуки, 1 язь и два очень вкусных лосося по 1.5 кг.*

Отрицательные комментарии о рыбалке обычно связаны с неудавшимся уловом, что может быть вызвано с нехваткой опыта, плохим знанием местных вод и неподходящими погодными условиями:

Отзыв №201: *Рыбалка удивила, ловил на этом озере щуку зимой, знаю что ее очень многоно за неделю поймали только три, на еду конечно хватило, но для кайфа рыбацкого явно не достаточно ...*

Нередко комментарии о рыбалке носят эмоциональную нагрузку, что говорит о большом значении этого вида активного отдыха для российских туристов.

Отзыв №113: *А что касается рыбалки, то она великолепна. Нет, лосося мы не поймали, но здоровенные щуки и окуни на попадались. Однажды на пятнадцати метрах проводки подцепил на спиннинг окуня, а его тут же схватила щука. Фантастика. Но 'злая' красная рыба не ловилась. Судя по всему было жарко. Но неожиданно ловился жерех, который, конечно, не мог заменить слабосоленую форельку, но со спортивной точки зрения был весьма интересен.*

Рыбалка требует наличия определенного оснащения в коттедже. Как мы уже ранее отмечали в части 5.3.2, наличие лодки и снаряжения для рыбалки в коттедже часто отмечается в отзывах. Комментарии об оснащении в комплексе с комментариями самого процесса и особенностей рыбалки, играют очень важную роль как источник информации о рыбалке для туристов. В описаниях коттеджей на сайтах Lomarengas и Booking.com редко можно найти подробную информацию о рыбалке и возможном улове. Популярность данного вида активного отдыха, доверие отзывам и положительные комментарии о рыбалке и связанном с ней оснащении могут значительно повлиять на привлекательность коттеджа для туриста из России и его решение об аренде.

Третье место из всех комментариев активного отдыха на природе, и второе из летних видов активного отдыха занимает сбор грибов и ягод. Всего сбор ягод и грибов отмечается в 74 комментариях, из которых 65 положительных и 9 отрицательных.

Туристы ценят, если возможность сбора ягод и грибов имеется недалеко от коттеджа. Отдаленность хороших грибных или ягодных мест от коттеджа отмечается в отзывах как недостаток. В комментариях с положительной оценкой обычно говорится, что рядом с коттеджем много грибов и ягод. В некоторых случаях туристы более подробно описывают, какие виды грибов или ягод растут рядом с коттеджем.

Отзыв №9: В лесу было много грибов белых и соленников(грузди ,рыжики ,волнушки

Отрицательные комментарии в основном касаются плохого сезона или урожая либо того, что до грибных или ягодных мест нужно ехать на машине.

Отзыв №77: Любителям сбора грибов в этом году в августе делать было нечего. Но была черника и земляника. Созревание брусники тоже задержалось - лето холодное.

Комментарии о сборе ягод и грибов редко содержат эмоциональную оценку, а чаще констатируют факт наличия или отсутствия данной возможности и содержат качественную или количественную оценку. Из этого мы можем сделать вывод, что сбор ягод и грибов является важной частью отдыха в коттедже для туристов из России. Комментарии туристов в онлайн-отзывах дают дополнительную, не содержащуюся в описании коттеджей информацию и таким образом могут повлиять на выбор коттеджа. Владельцам коттеджей следует обратить внимание на комментарии и по возможности предоставлять дополнительную информацию комментируя отзывы, пополняя описание коттеджа важными фактами, например, о сезонности грибов и ягод, и предоставляя информацию туристам по прибытии.

Пятое место по количеству комментариев касательно активного отдыха на природе и третье касательно летних видов отдыха занимают пешие и велопогулки. Российские туристы любят проводить свободное время гуляя по лесу, по дорожкам, маршрутам и тропинкам или катаясь на велосипеде. Всего комментариев – 39, из которых 37 положительных и два отрицательных. В положительных комментариях туристы отмечают наличие тропинок или маршрутов, по которым можно гулять. Многие пишут о прогулках по лесу, озеру или окрестностям и созерцанием красивой природы.

Отзыв №98: Для любителей пеших прогулок проложена лесная тропа на ближайшую сопку с видом на залив

Отзыв №118: Много красивых мест куда можно доехать на велосипедах. Ездили в Ново-валаамский и Линтульский монастыри, проились по пешеходным тропам.

В отрицательных комментариях туристы отмечают непригодность леса рядом с коттеджем для прогулок.

Отзыв №169: Лес вокруг не выглядит приятным для прогулок

Прогулки и велопогулки на природе являются естественной частью отдыха российских туристов в Северной Карелии. Отмеченная тропинка или маршрут поблизости является плюсом, но и просто ухоженный лес или местная дорога подходит для прогулок. Здесь у региона Северной Карелии сильное преимущество, так как 70% территории региона покрывают леса, из которых большая часть ухоженные. В регионе четыре национальных парка и множество природно-парковых зон с отмеченными маршрутами и оборудованными местами для отдыха. Также стоит помнить о праве каждого человека на природу в Финляндии, которое дает возможность передвигаться по природным территориям вне зависимости от того, кто является собственником территории (Nationalparks.fi).

Стоит обратить внимание на то, что в некоторых отзывах туристы отмечают, что в зимнее время гуляли по лыжне. Скорее всего, это происходит из-за неосведомленности российских туристов о финских правилах поведения на лыжне. Во избежание конфликтных ситуаций на лыжне хозяевам объектов размещения следует разместить информацию о правилах в коттеджах, которые расположены рядом с лыжней.

Некоторые хозяева коттеджей предлагают своим гостям велосипеды, которые уже входят в стоимость коттеджа. В комментариях наличие велосипедов отмечено 11 раз и их отсутствие 3 раза. Небольшое количество комментариев может объясняться тем,

что велосипеды редко входят в оснащение коттеджей, но если велосипеды есть, то это очень радует гостей.

Отзыв №148: Очень удивило наличие велосипедов.

В отрицательных комментариях туристы пишут, что не нашли велосипеды, – 1 комментарий, велосипедов не было – 1 комментарий, не было маленького велосипеда – 1 комментарий.

Желание взять в аренду велосипед, но отсутствие такой возможности не было отмечено ни разу. В некоторых отзывах туристы отмечали, что привезли велосипеды с собой. Из этого мы можем сделать вывод, что наличие велосипедов как часть оснащения коттеджа туристы ценят и отмечают в отзывах с положительной точки зрения, и это может повысить привлекательность объекта размещения. Аренда велосипедов за дополнительную плату либо не интересует туристов, либо такой возможности не предоставляется или информация не доносится до туристов. Стоит также обратить внимание на отрицательный комментарий, в котором туристы пишут, что не могли найти велосипеды. Хозяевам коттеджей стоит обновлять описание, если велосипеды больше не предоставляются. В худшем случае недостоверная информация может повлечь негативные отзывы и понизить оценку объекта размещения.

5.5.1.2 Зимние виды активного отдыха на природе

На втором месте по количеству комментариев об активном отдыхе на природе находится ходьба на беговых лыжах и лыжни. В комментариях также присутствует высокая доля положительных – 90 – и всего 5 отрицательных отзывов. В основном туристы комментируют отдаленность лыжни от коттеджа. Если лыжня находится не в шаговой доступности от коттеджа, то комментарий обычно носит негативный характер.

Отзыв №2: Местоположение удачное, между Лома-Коли и Укко-Коли, 200 метров до освещенной лыжной трассы

Отзыв №5: Для зимнего отдыха есть минусы: дорога до горнолыжного центра занимает примерно 20 минут, чуть меньше до освещенной беговой лыжной трассы. На беговых лыжах от дома можно кататься только по озеру.

С точки зрения привлекательности, большим плюсом является также, если лыжня освещается. Освещение лыжни отмечается в 25% комментариев о беговых лыжах и лыжне.

Отзыв №19: Лыжню в 20 метрах от дома мы не нашли. Зато есть отличная освещенная лыжня 25 км из Loma -Koli в Koli.

В комментариях с отрицательной оценкой туристы отмечают, что не нашли лыжню или заявленной лыжни не было, а также то, что лыжня в плохом состоянии. Это может быть связано с сезонными особенностями, количеством снега или толщиной льда на озере. Для того, чтобы проложить лыжню и поддерживать ее в хорошем состоянии нужны определенные условия, и многие туристы об этом не знают. На такие отзывы очень важно реагировать и информировать туристов о возможных сезонных изменениях. В худшем случае негативные комментарии вкупе с другими факторами могут повлиять негативно на продажи и желание туристов вернуться.

Отзыв №542: При выборе места отдыха учитывалось, что рядом проходят трассы для беговых лыж, но если раньше за ними ухаживали, трассы прокладывались специальными машинами, они постоянно поддерживались в хорошем состоянии, то в этот раз трассы не ухоженные, можно было при съезде с горки попасть в полынью. Сняли домик на троих человек, не было дивана, мало посуды, не достаточно комфортно по сравнению с другими местами за меньшие деньги. Скучные, однообразные завтраки. Желание приехать сюда ещё раз пропало.

Как мы видим из комментария выше, наличие лыжни рядом с коттеджем было решающим фактором при выборе места отдыха. Плохое состояние лыжни не только значительно повлияло на впечатление об отдыхе, а возможно, вместе с другими недостатками привело к потере лояльного клиента. Это единичный пример, но подобных случаев, где ожидания не совпадают с реальностью, много, и владельцам объектов размещения следует принимать такие отзывы во внимание и обязательно комментировать и оставлять обратную связь.

Наличие проката беговых лыж не имеет большого значения для туристов, отдыхающих в коттеджах Северной Карелии. Прокат беговых лыж упоминался всего в трех комментариях. Это означает, что большая часть туристов приезжает на отдых со своим инвентарем.

Четвертое место в комментариях касательно активного отдыха на природе и второе место среди зимних видов отдыха занимают горные лыжи: 49 комментариев, из которых 46 положительных и 3 отрицательных. В положительных комментариях чаще всего отмечается расстояние или расположение коттеджа по отношению к горнолыжным склонам, либо наличие возможности покататься на горных лыжах.

Отзыв №7: до горнолыжного центра поездка занимает около 5 минут.

Отзыв №241: Удобное расположение относительно горнолыжного курорта...

Отзыв №581: Природа, тишина и возможность покататься на горных лыжах

В отрицательных комментариях отмечается отдаленность горнолыжных склонов от коттеджа либо, то, что склоны были закрыты.

Отзыв №5: для зимнего отдыха есть минусы: дорога до горнолыжного центра занимает примерно 20 минут...

Отзыв №557: Жаль склон Лома Коли был закрыт.

В комментариях о горнолыжных склонах мы не нашли качественной оценки склонов. Ни в одном из комментариев не упоминаются особенности самих склонов. Также нет упоминаний о возможности взять напрокат снаряжение или взять уроки в горнолыжной школе. Почему же туристы описывают в отзывах качество и протяженность лыжни, освещается она или нет, а отзывы о горнолыжных склонах не содержат практически никакой другой информации, кроме расстояния от коттеджа? Мы считаем, что на это больше всего влияет то, что лыжней можно пользоваться бесплатно и учитывая в основном хорошую подготовку лыжней в регионе, а также их протяженность и обширную сеть, чаще всего это вызывает у туристов из России положительные эмоции, так как это редкость для большей части отдыхающих россиян. Горнолыжные склоны – платное и довольно дорогое удовольствие. Склоны Коли, где

отдыхает и катается большая часть туристов, не имеют никаких значительных преимуществ в глазах российского туриста по сравнению с другими курортами, поэтому в комментариях о склонах мы не видим ни эмоциональной, ни качественной оценки. В комментариях также нет отрицательной оценки качества горнолыжных склонов, что говорит о том, что российские туристы довольны качеством склонов.

Таким образом, расстояние от коттеджа до склонов является самым важным фактором для тех, кто приезжает кататься на горных лыжах. Эта информация уже содержится в описании коттеджей на сайтах Lomarengs и Booking.com и не требует дополнений. При этом туристы не ожидают, что коттедж будет находиться в шаговой доступности, а готовы ехать на склоны на машине.

В комментариях туристы отмечают: прокат или наличие лыж – 3 комментария; санки, финские сани – 4 комментария. Вне зависимости от сезона отмечаются также такие виды активного отдыха, как купание в озере – 6 комментариев; горки для санок, ватрушек либо катание на финских санях – 4 комментария; катки – 2 комментария; озеро, где можно кататься на коньках, – 3 комментария; снегоходная трасса – 1 комментарий.

Таким образом, российские туристы, отдыхающие в коттеджах Северной Карелии, любят проводить свободное время активно и больше всего ценят возможности, которые предоставляет сама природа в окружении или непосредственной близости от коттеджа, а также созданные хозяевами коттеджей, муниципалитетами или другими органами либо частными компаниями условия для активного отдыха – подготовленные лыжни и тропы, свобода передвигаться по лесу и по воде, рыбалка и наличие в коттеджах оснащения для рыбалки, горнолыжные склоны. Туристы отдыхают на природе самостоятельно и не требуют услуг гидов или дополнительного оборудования для активного отдыха, но если такое оборудование имеется, то это воспринимается положительно и может принести объекту размещения дополнительную ценность в глазах туриста. Большая часть туристов довольна

активным отдыхом на природе в Северной Карелии – 92% комментариев положительные и только 8% отрицательные. Отрицательные отзывы в основном связаны с недостатком или неверностью информации, на что можно повлиять, предоставляя более подробную информацию до заезда туристов в коттедж и на месте, а также реагируя на отзывы туристов онлайн-комментариями и обратной связью. На некоторые недостатки, такие как погодные условия, плохой улов или отдаленность коттеджа от лыжни или склона, невозможно повлиять, но количество отрицательных комментариев можно уменьшить, предоставляя достоверную и актуальную информацию. Также следует учитывать, что онлайн-отзывы в системах бронирования размещения частично заполняют недостаток информации и помогают туристам сделать правильный выбор подходящего им коттеджа.

5.5.2 Интересные места для посещения на природе

Находясь на отдыхе в коттедже в Северной Карелии, российские туристы любят посещать разные интересные места, особенно те, что связаны с природой или находятся на природе. Эти места часто связаны с популярностью активного времяпровождения на природе, о чем мы писали в предыдущей главе. Всего интересные места на природе упоминаются в комментариях 40 раз и все комментарии положительные. В комментариях туристы отмечают следующие интересные места для посещения на природе: национальный парк – 19; маркированные тропы – 6; парк – 6; пороги – 2; остров с песчаной косой – 2; каналы – 2; паром – 2; смотровая башня – 1 комментарий.

Чаще всего в комментариях упоминается национальный парк – 19 раз, что неудивительно, ведь в регионе Северной Карелии четыре национальных парка, а в непосредственной близости от Национального парка Коли находится наибольшее сосредоточение арендуемых коттеджей в регионе. В отзывах туристы чаще всего отмечают Национальный парк Коли. Кроме парка Коли, туристы гуляли по

национальному парку недалеко от Иломанси (название парка не указывается). В одном комментарии также отмечается, что недалеко находятся национальные парки Хииденпортти и Тииликкаярви. Два последних национальных парка находятся за пределами региона Северной Карелии, но в непосредственной близости от коттеджей и недалеко от города Нурмес. Для туристов границы регионов не важны, и это важно понимать, составляя, например, описание коттеджей. В описании всегда стоит упоминать интересные места для посещения с точки зрения целевой группы туристов, даже если они находятся за пределами муниципальных или региональных границ. Это повысит привлекательность коттеджа и привлечет новых клиентов. Этому хорошим примером служит следующий отзыв, автор которого дал коттеджу полные 10 баллов за расположение:

Отзыв №565: Лучшего места в округе Нурмеса пока не видел. Отличное место расположения на берегу озера Пиелинен, национальные парки Hiidenportti, Koli, Tiilikajarvi недалеко, полное уединение, удивительная природа, превосходная вилла со всеми удобствами

В контексте комментариев чаще всего туристы отмечают факт расположения национального парка недалеко от коттеджа и красоту природы.

Отзыв №454: До национального парка Коли на машине пара километров.

Отзыв №113: Зато в нескольких километрах красивейший национальный парк с маршрутами на все вкусы и возможности (обязательно загляните)

Немного реже туристы отмечают в комментариях благоустроенность национального парка и маршруты:

Отзыв №215: Сам отдых был хорошим – ездили в национальный парк Коли. Это близко. Парк потрясающий, особенно вид с горы Укко-Коли на озеро Пиелинен – оно реально кажется морем с зелеными островами, такое оно огромное и красивое. Там можно зависнуть и просто наслаждаться всей этой красотой. Нашли даже кусочек карельского кварцита – из него образованы вершины гор в Коли. Отличные пешеходные маршруты.

На основе комментариев о национальных парках мы можем сделать вывод, что в основном российские туристы, отдыхающие в коттеджах, посещают национальные парки с целью прогулок и чтобы полюбоваться на красоту природы. Туристы также ценят благоустроенность маршрутов. Относительно небольшое количество упоминаний о национальных парках в отзывах может быть связано с тем, что часто туристы не имеют информации о национальных парках и поэтому не посещают их или, посещая, не знают, что находятся на территории национального парка и отмечают это в комментариях как прогулку по тропам или по лесу. Существует также разница в правилах посещения национальных парков России и Финляндии. В России пребывание на территории национального парка допускается только по разрешению (Экотуризм в России), в Финляндии национальные парки открыты для всех желающих. В том случае, если турист не знает, что для посещения национального парка в Финляндии не требуется разрешения, информация о том, что недалеко от коттеджа есть национальный парк может содержать в понятии туриста дополнительные ограничения, а не возможности, и даже отрицательно повлиять на выбор места отдыха. Таким образом, предоставляя информацию о национальном парке, важно учитывать разницу в правилах посещения и преподносить информацию правильным образом, например, отмечая, что в парке есть маркированные маршруты или пешие дорожки для прогулок:

Отзыв №438: Недалеко (13 км) расположен национальный парк Коли, в котором организованы пешеходные и велосипедные дорожки

В шести комментариях туристы отмечают наличие маркированных троп недалеко от коттеджа без упоминания национального парка.

Отзыв №98: Для любителей пеших прогулок проложена лесная тропа на ближайшую сопку с видом на залив.

Отзыв №194: в окрестностях имеется несколько маркированных туристических троп и просто мест с прекрасными видами.

Как маршруты национальных парков, так и просто маркированные тропы отмечаются в связке с созерцанием природы, пешими прогулками и красивыми местами. Таким

образом, тропы являются средством достижения цели – мест с красивым видом на природу. Исходя из того, что отдых на природе является основным поводом для поездки, красивые места и ведущие к ним маршруты делают место отдыха еще более привлекательным и добавляют ощущение комфорта, иначе туристы не стали бы об этом писать в отзывах.

Еще в шести комментариях туристы пишут о парках.

Отзыв №340: ...рядом замечательный парк...

Отзыв №404: Вокруг парк и очень тихо.

Все комментарии о парках относятся к отзывам коттеджного поселка недалеко от центра города. Здесь очень важное значение придается тишине несмотря на близость центра города.

Отдыхая и передвигаясь по местности недалеко от коттеджа, туристы также отмечают в отзывах понравившиеся им объекты на природе: пороги (2), песчаная коса (2), смотровая башня (1), каналы (2), паром (2):

Отзыв №201: Нашли смотровую башню на самом верху горы , тем кто собирается в те края очень рекомендую , вид с нее просто волшебный

Отзыв №262: Прекрасное месторасположение: рядом канал

Таких комментариев очень мало. Одной из причин может быть то, что большая часть таких объектов на природе находится далеко от коттеджей и о них трудно найти информацию.

Следовательно, общее для всех комментариев об интересных местах на природе, то, что все они находятся относительно недалеко от коттеджей. Это говорит о том, что в отзывах туристы обращают наибольшее внимание на окружение и места вблизи коттеджей и интересуются, что можно посмотреть и куда можно сходить, не преодолевая больших расстояний. Поэтому, предоставляя информацию об интересных

местах для посещения на природе, стоит сконцентрироваться в первую очередь на местах, находящихся недалеко от коттеджа и представляющих интерес для туристов.

5.5.3 СПА, аквапарки и водные центры

Третье место по количеству комментариев по теме, как туристы предпочитают проводить свободное время, отдыхая в коттедже, занимают СПА³, аквапарки и водные центры. Всего мы нашли 37 комментариев, из которых 31 положительный и 6 отрицательных. Далее мы будем использовать словосочетание *водный комплекс*, когда говорим о СПА, аквапарке или водном центре.

Практически во всех комментариях туристы отмечают, что водный комплекс находится рядом. Также следует отметить, что комментарии о водных комплексах, туристы пишут в том случае, если коттедж находится в шаговой доступности от объекта. Это касается всех комментариев, кроме одного, в котором турист пишет, что аквапарк находится в 60 километрах.

Отзыв №224: *Территория неплохая, рядом находится СПА...*

Отзыв №351: *Для семьи отличное место, рядом аквапарк,...*

Отзыв №274: *В 60 км аквапарк в комплексе 'Бомба'.*

Примерно одна треть туристов описывает более подробно особенности водного комплекса. Особое внимание в комментариях уделяется необычным особенностям водных комплексов, таким как бассейн на улице, гидромассаж:

³ СПА – «аббревиатура латинского «Sanus per Aquam», что в переводе означает «здоровье с помощью воды». Оздоровительный комплекс процедур с использованием любой воды – и минеральной, и морской, и пресной, а также морских водорослей и солей, лечебных грязей и целебных растений.» (Лексикон туриста 2014)

Отзыв №512: *Из развлечений есть СПА центр. Это несколько небольших бассейнов: для взрослых и детей. Джакузи. Приятный бонус - бассейн на улице. Он открыт при температуре воздуха не ниже -15. Было очень здорово плавать в теплой воде на морозе среди заснеженных деревьев.*

Отзыв №523: *Небольшой, но очень уютный спа - несколько маленьких бассейнов, с гидромассажем и прочими радостями, один из которых имеет часть, выходящую на улицу...*

Туристы также отмечают с положительной точки зрения, если билеты водного комплекса входят в стоимость или на них дается скидка:

Отзыв №530: *Как дети, радовались в СПА (его посещение входит в стоимость).*

Отзыв №224: *...опять приятный сюрприз, наш коттедж попал в льготную категорию и билеты в СПА обходились на 50% дешевле, согласитесь, порадовало.*

В одном комментарии отмечается, что цена, по мнению туриста, не соответствует качеству:

Отзыв №638: *Аквапарк очень маленький для такой цены за посещение , 18 евро.*

Особенно туристов огорчает, если водный комплекс закрыт или работает ограниченное количество времени, что вызывает неудобства.

Отзыв №512: *СПА работает не полный день. Расписание отличается в разные дни недели. Лучше сразу уточнить его на ресепшн.*

Отзыв №516: *СПА работал только 4 часа, что создавало невероятную толкучку, чего хотелось бы избежать во время отдыха*

Отзыв №545: *Время работы бассейна только до 20.00, что Юля меня было неудобно.*

Отзыв №581: *Второй год уже не работает бассейн расположенный по близости.*

Из комментариев о водных комплексах мы можем сделать выводы, что российские туристы любят их посещать, ценят, если водный комплекс находится в шаговой доступности от коттеджа, дает скидку или входит в стоимость проживания, а также имеет интересные дополнительные возможности, такие как гидромассаж или бассейн на улице. Туристы бывают недовольны коротким временем работы водного комплекса, а также соотношением цены и качества.

Таким образом, для владельцев коттеджей находящийся недалеко от коттеджа водный комплекс является конкурентным преимуществом, которое стоит использовать,

информируя клиентов о нахождении водного комплекса рядом, а также предоставляя по возможности скидку на посещение.

5.5.4 Другие интересные места для посещения и достопримечательности

Другими интересными местами, отмеченными российскими туристами в отзывах, являются детские площадки (4), зоопарк (3), ферма (3), монастырь (3), ботанический сад (2); музей (2); бильярд, настольный теннис, спортивный зал (2); аттракционы (1). Есть также 3 комментария, где отмечается большое или малое количество достопримечательностей без уточнений, о каких достопримечательностях идет речь. Всего в этой категории 20 комментариев. Несмотря на то, что объекты посещения довольно разные, мы объединили их в одну категорию, так как, во-первых, комментариев по каждому из объектов мало, а во-вторых, все указанные места являются объектами посещения и интереса. Например, детская площадка интересна для посещения семьям с детьми, и информация о наличии площадки в отзывах имеет значение для отдыхающих с детьми. Монастырь интересен для посещения как культурный объект или достопримечательность.

Детская площадка отмечается в комментариях, когда она находится на территории базы отдыха или коттеджного поселка или в непосредственной близости от коттеджа:

Отзыв №436: Около ресепшена шикарное поле с батутами, детской площадкой и спортивными площадками.

Отзыв №492: На территории есть Детская площадка

Зоопарк отмечают, даже если он находится не совсем близко от коттеджа:

Отзыв №436: В 15 км или около того турбаза Паяринхови с аквапарком, зоопарком и прокатом лыж...

Ферма тоже может быть интересным и необычным местом для посещения. В нашем исследовании ферму отмечают три раза. Если поблизости есть возможность

посещения фермы, то об этом стоит обязательно рассказывать туристам. На наш взгляд, городские жители особенно оценят эту возможность:

Отзыв №71: У них небольшая ферма -куры, кролики, можно детей на время отвлечь

Отзыв №103: Очень интересное место - ферма по разведению кабанов. Замечательные кабанчики!

В нашем исследовании мы не заметили у туристов из России, отдыхающих в коттеджах, особого интереса к достопримечательностям или музеям. Всего музеи и достопримечательности отмечаются в комментариях 7 раз. В комментариях туристы отмечают уникальные и необычные места, нетрадиционные музеи: Ново-Валаамский монастырь, монастырь Линтула, металлургический музей, музей на старом руднике в Оутокумпу, ботанический сад в Йоэнсуу:

Отзыв №113: Рядом раскинулся мемориальный комплекс и металлургический музей.

Отзыв №517: Рядом в Оутокумпу музей на старом руднике.

Отзыв №256: Побывали в Нововалаамском монастыре, посмотрели выставку 'рушники и меднолитые иконы', котрая там была.

В нашем исследовании туристы также отмечают в комментариях, что в округе много или мало достопримечательностей:

Отзыв №528: Достопримечательностей в округе много - даже не успели освоить бесплатный бункер, наверняка приедем еще.

Отзыв №563: В округе никаких развлечений (кроме природы) и достопримечательностей (интересна только католическая церковь в Нурмесе).

В исследованиях российских туристов в Финляндии и Северной Карелии также, как и в нашем исследовании, отмечен низкий интерес к достопримечательностям и музеям. Мы считаем, что музеи и достопримечательности больше интересуют туристов, которые ездят в организованные групповые туры. Индивидуальные туристы, отдыхающие в коттеджах, хотят проводить больше времени на природе, чем в музеях. С другой стороны, индивидуальным туристам иногда очень сложно найти информацию о музеях и достопримечательностях, особенно на русском языке. Это также может быть поводом для малого количества отзывов о достопримечательностях.

5.5.5 Шоппинг и рестораны

Несмотря на то, что шоппинг является основной целью поездки туристов из России в Финляндию, в отзывах туристов, отдыхающих в коттедже, шоппингу уделяется лишь небольшое внимание. Хороший шоппинг отмечается в отзывах 3 раза, а рестораны – 10 раз. Всего мы нашли 13 комментариев, из которых 9 положительных и 4 отрицательных. В комментариях туристы часто отмечают, насколько близко или далеко коттедж находится от магазина или города и услуг, но этот пункт мы будем анализировать позже, так как информация в данных комментариях больше относится к расположению коттеджа, чем к свободному времяпрепровождению. Все три комментария о шоппинге относятся к городу Йоэнсуу. В комментариях туристы пишут о товарах и магазинах, в основном делая акцент на качестве и цене:

Отзыв №350: В пешей доступности (около 1 км) магазины для шоппинга, отоварились вещами: куртка, кроссовки, джинсы, платье, кардиганы, футболки, детские вещи, т.п. Цены в среднем как у нас, на финского производителя может чуть дешевле.

Отзыв №410: ...хороший шопинг в центре города Карлсон, Сокос и др.

О ресторанах упоминаний немного больше, чем о шоппинге. Все комментарии о ресторанах, кроме одного, касаются одного ресторана в центре отдыха «Хухмари». В комментариях туристы чаще всего обращают внимание на качество и соотношение цены и качества блюд, время работы и уют. Мы также обратили внимание, что комментарии в отзывах №512 и №513 написаны туристами, отдохнувшими в одно и то же время, а мнения о ресторане у них противоположные:

Отзыв №512: По питанию. Завтрак достаточно разнообразный. На обед и ужин очень понравились позиции из меню. Оно не большое (на разных языках), представлена рыба из местных озер. В целом, блюда простые, домашние, но приготовлены замечательно! Это, пожалуй, было самой большой приятной неожиданностью. Аплодисменты повару 😊 Рекомендую черничный кекс)

Отзыв №513: С ресторанной кухней проблема- завтраки весьма посредственные. Обеды и ужины тоже не удивили- обычная «столовка»- выбор маленький, меню а la cart разогревают ранее приготовленный полуфабрикат в микроволновке. Вся рыба из меню не свежая, а замороженная. Для меня отсутствие возможности вкусно и качественно поесть- большой минус.

Как мы уже писали ранее, главным поводом поездки на отдых в коттедж является природа, и здесь важно учитывать разницу между разными группами туристов. Для туристов, отдыхающих в коттеджах, шоппинг и рестораны не предоставляют дополнительной ценности и поэтому редко, когда отмечаются в отзывах с точки зрения проведения свободного времени. В коттеджах есть полное кухонное оборудование, что позволяет готовить еду самим и снижает потребность посещения ресторанов. Следует также учитывать, что стоимость питания в ресторане в Финляндии дороже, чем в России.

5.5.6 События и мероприятия

В некоторых отзывах туристы пишут, что приезжали на мероприятие. Исследования показывают, что событийный туризм интересует туристов из России и, хотя в нашем исследовании комментариев насчет событий не очень много, мы хотим вынести событийный туризм в отдельный пункт, так как здесь целью и мотивацией поездки является событие либо мероприятие, на котором туристы проводят значительную часть времени. Из отзывов мы также можем узнать, какие мероприятия туристы посещают во время отдыха в коттедже в Северной Карелии.

Всего события и мероприятия упоминаются в отзывах 5 раз. Положительных комментариев 4 и отрицательных 1. Все комментарии касаются посещения этапа Кубка мира по биатлону в Контиолахти:

Отзыв №106: Бронировали этот дом на компанию 7 взрослых и 2 ребёнка, чтобы посетить этап кубка мира по биатлону в Контиолахти в марте 2018. Конечно, расстояние до биатлонного стадиона в 87 км – далековато.

Отзыв №516: Удаленность от Контиолахти (было заявлено 15 км), -29км!!!!

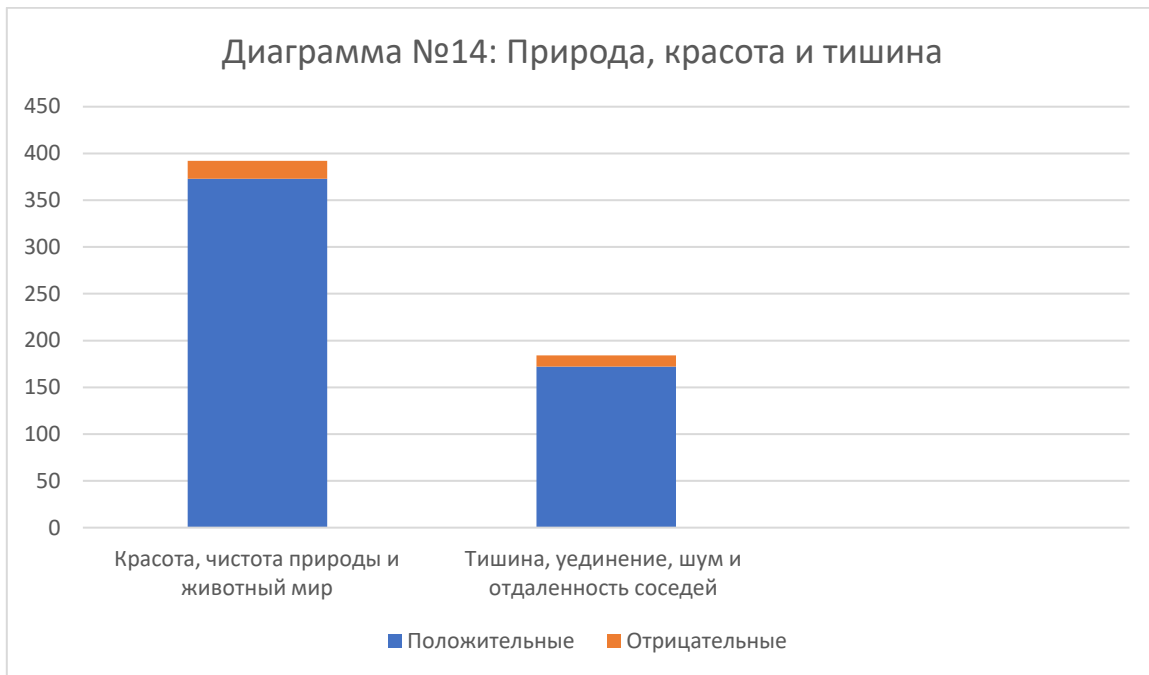
Отзыв №537: Остановивались в коттедже не первый раз, приезжаем на этап КМ по биатлону в Контиолахти.

В комментариях туристы отмечают, что приезжают на мероприятие этапа Кубка мира, и расстояние до стадиона по биатлону. Биатлон является популярным видом спорта в

России, и этапы кубков мира в Контиолахти привлекают в регион большое количество туристов из России. Это видно по официальной статистике по размещению и продаже билетов на соревнования. Известно, что на время соревнований многие туристы размещаются в коттеджах, так как гостиницы забронированы в основном для команд и представителей прессы. Поэтому это мероприятие отмечается в отзывах российских туристов, отдыхающих в коттеджах. Нам не известно другого мероприятия в Северной Карелии, которое вызвало бы настолько же большой интерес у туристов из России. Таким образом, мы можем сделать вывод, что для российских туристов, приезжающих на отдых в коттедж, мероприятия и события не представляют особого интереса, если они не являются целью поездки.

5.6 Природа, красота и тишина глазами туристов

В нашем исследовании мы нашли 576 комментариев о природе – 545 положительных и 31 отрицательный. Больше всего комментариев туристы оставляют о красоте, чистоте природы и животном мире – 392 комментария, из них 373 положительных и 19 отрицательных. Второе место по количеству комментариев занимает тишина, уединение, шум и отдаленность соседей – 184 комментария, 172 положительных и 12 отрицательных (Диаграмма №14). Во многих комментариях красота и тишина упоминаются в одном и том же контексте.



Рассмотрим сначала, что туристы пишут о красоте, чистоте природы и животном мире. Как мы уже неоднократно отмечали в нашей работе, природа имеет большое значение для российских туристов, отдыхающих в коттеджах Северной Карелии. Об этом можно судить как по отзывам о территории вокруг дома, так и о свободном времяпрепровождении. Какой же туристы видят природу региона Северной Карелии?

В комментариях о красоте, чистоте природы и животном мире туристы в первую очередь отмечают красоту и живописность места отдыха:

Отзыв №26: Очень красивое, живописное место, можно бесконечно любоваться видами с причала или катаясь на лодке по озеру.

Отзыв №52: ...нас очень поразила красота этого места, необыкновенные серебряные закаты, тишина и покой, потрясающая природа.

Часто в комментариях можно увидеть восхищение окружающей природой или красивым местом, красотой лесов и озер, чистотой воздуха и природы. Нередко комментарии содержат эмоциональную оценку и описание окружающей природы:

Отзыв №69: ... чистый воздух, вода, природа, тишина, что еще для отдыха надо.

Отзыв №80: *Чудесное живописное место, вокруг много старых лиственниц, аромат от хвои присутствует постоянно, особенно после дождя.*

Описывая природу, место, озеро или лес туристы употребляют такие прилагательные как *красивая, живописная, чудесная, потрясающая, чистая, прекрасная, изумительная, удивительная, великолепная, сказочная, волшебная, завораживающая, замечательная*. Все эти слова передают восторг от полученных впечатлений от природы. Отзывы играют очень важную роль, особенно с точки зрения передачи эмоций, так как это не запечатлеть на фотографиях и не передать словами в описании объекта размещения. Положительные эмоции в отзывах – это лучшая рекомендация для других туристов.

В комментариях о природе туристы часто отмечают красивый лес – 47 положительных комментариев. Сосновый лес рядом с коттеджем в особенности вызывает положительные эмоции:

Отзыв №324: *Место изумительное, кругом сосновый лес и на берегу озера.*

В 22-х комментариях о природе туристы отмечают, что рядом с коттеджем можно наблюдать за птицами и животными – лебедями, журавлями, зайцами, белками, косяками. Под наблюдением в комментариях подразумевается непрофессиональное наблюдение за окружающим животным миром.

Чистый и свежий воздух отмечается в 18 комментариях. Здесь следует учитывать, что в комментариях нередко отмечается и чистая природа, что может уже включать в себя понятие чистого воздуха и окружающей среды.

Следует отметить, что практически все отзывы о природе положительные. Отрицательных отзывов всего 19, и в основном они касаются некрасивого леса вокруг коттеджа, отдаленности коттеджа от леса или наличия насекомых:

Отзыв №293: *Леса в радиусе 30 км неинтересные, смешанный, ельник и сосняк незрелый, болота.*

Отзыв №286: *Из небольших минусов - многовато комарья в начале июня.*

К наличию указанных недостатков туристы обычно относятся с пониманием. Тем не менее хозяевам коттеджей стоит учитывать эти особенности природы и подготовить для туристов, например, средства против насекомых, а если вокруг коттеджа плохой смешанный лес, – указать на карте красивые места для отдыха в лесу.

Далее мы рассмотрим, что туристы пишут о тишине и уединенности. Тишина или шум отмечается в 181 комментариях – из них 172 положительных и 12 отрицательных. Чаще всего в комментариях отмечается тишина в месте отдыха либо в окружении коттеджа в сочетании с красивой природой:

Отзыв №135: *Получили то, за чем ехали - тишина, чистая природа, близость к нац.парку Коли.*

Отзыв №164: *Прекрасный коттедж в тихом, окружённом соснами, месте, куда хочется возвращаться снова и снова*

Отзыв №171: *Тишина, чистейшая вода в озере, очень красивая природа.*

Судя по комментариям, тишина придает отдыху в коттедже дополнительный комфорт. Также туристы ценят уединенность коттеджа, когда соседей нет рядом. Тишина и спокойствие являются важной частью отдыха в коттедже. Это то, что туристы ожидают от отдыха на природе в Финляндии, и в Северной Карелии для этого есть все условия.

В отрицательных комментариях о тишине и уединении туристы пишут, что соседи слишком близко, или мешали соседи – 9 комментариев, а также, что слышен шум от машин на трассе или дорога слишком близко, – 4 комментария.

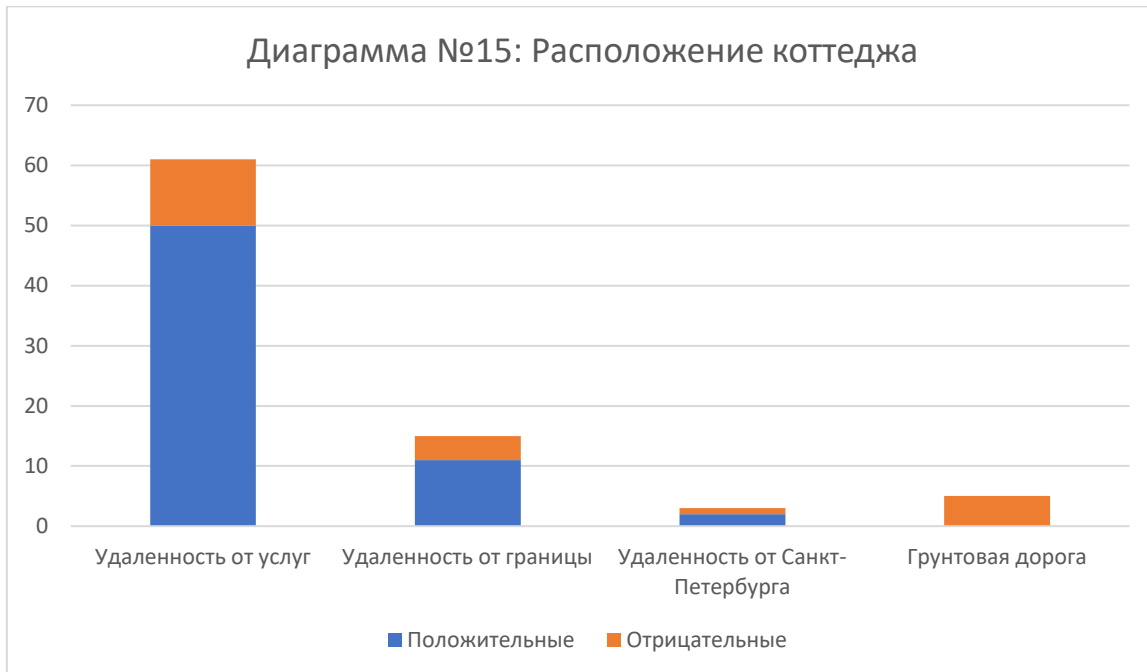
Этим самым мы еще раз подтверждаем, что отдых на природе в тихом и спокойном месте является очень важным фактором для российских туристов. Мы предполагаем, что большая часть туристов приезжает на отдых в коттедж из больших городов, и Северная Карелия, по сравнению с другими регионами Финляндии, привлекает их

именно тишиной и уединенностью. В 32 комментариях туристы отмечают, что такой отдых подходит для тех, кто любит отдых на природе, единение с природой, подходит для уединенного, спокойного отдыха на природе (в лесу). Российские туристы видят природу региона Северной Карелии красивой и чистой, а также восхищаются красотой природы и тишиной.

В данной главе мы также хотим отметить безопасность. Безопасность упоминается в двух комментариях в сочетании с тишиной и спокойствием. В одном комментарии отмечается, что безопасность заключается в том, что, например, лодку с мотором можно оставить на берегу. Во втором отзыве безопасность отмечается без пояснений. Мы считаем, что в основном туристы из России считают Финляндию безопасной страной для отдыха и воспринимают это как должное, не заостряя на этом внимание в отзывах. Этому способствует общий имидж страны и частое упоминание безопасности в средствах массовой информации, а также лидирующие позиции Финляндии как безопасной страны в мировых рейтингах.

5.7 Как туристы оценивают расположение коттеджей и удаленность от границы

Расположение коттеджа отмечается в 209 комментариях. Из них 183 комментария положительные и 26 отрицательные. В главе 5.3.2 мы уже рассматривали расположение коттеджа с точки зрения окружающей местности, двора и вида. В данной главе под расположением коттеджа мы рассматриваем расположение с точки зрения характеристики, например, *удачное, удобное, отличное, прекрасное*, а также по отдельным категориям: расположение коттеджа по отношению к услугам (магазин, город) – 61 комментарий, расположение коттеджа с точки зрения удаленности от границы – 15 комментариев, расположение коттеджа с точки зрения удаленности от Санкт-Петербурга – 3 комментария, а также комфортность дороги – 5 комментариев (Диаграмма №15). В комментариях чаще всего используется слово расположение, но можно встретить и слова месторасположение, местоположение.



В комментариях расположение может характеризоваться в общих чертах как удачное, удобное, отличное, прекрасное, хорошее, или понравилось – без уточнений, что именно понравилось туристу:

Отзыв №246: *Нам очень понравился коттедж и его расположение.*

Отзыв №304: *Расположение домиков-супер!!!*

Часто туристы дают более подробное описание, где они описывают, почему расположение им понравилось:

Отзыв №3: *расположение в красивом месте, близость горнолыжных склонов, не далеко от границы.*

Отзыв №34: *Очень удачное расположение: в лесу, рядом с озером, беговая лыжня, недалеко горнолыжные склоны. Удобный подъезд.*

Отзыв №70: *Прекрасное расположение коттеджа: на берегу озера, вдали от шумных трасс, рядом перелески и поля.*

Как мы видим из комментариев, расположение может нравиться на основе расположения относительно мест для активного отдыха на природе, например, горнолыжных склонов, лыжней, пеших троп, а также на основе расположения

коттеджа на берегу озера, в уединённом месте, в лесу, далеко от соседей. Иногда встречаются даже очень подробные описания расположения с обоснованиями:

Отзыв №210: Данный коттедж имеет очень хорошее расположение :1) Не так далеко от границы 2) Прекрасное маленькое озеро , где водиться щука , а также большое озеро , где можно поймать окуня , судака и другие виды рыб (рыбачили с лодки без мотора на спиннинг и поймали только эти виды рыб). 3) Очень тихое место ,соседей и дороги не было слышно 4) За грибами и ягодами можно поехать по проселочной дороге и искать красивый лес по левую сторону дороги. 5) Очень близко к национальному парку Коли , где можно гулять и отдыхать хоть целый день и любоваться красивыми видами и природой.

Отзыв №241: Удобное расположение относительно горнолыжного курорта и магазинов и центра города.

Из комментариев мы также видим, что расположение может быть одним из факторов, который влияет на выбор коттеджа:

Отзыв №84: Главное, что подвигло на выбор данного Дома Это Бюджет ; Озеро и Место расположения на Озере.

Расположение коттеджа по отношению к услугам, магазину и городу отмечается в 61 комментариях, из которых 50 положительных и 11 отрицательных. В положительных комментариях отмечается, что коттедж расположен недалеко от услуг и магазинов. В отрицательных комментариях отмечается, что коттедж находится слишком далеко от услуг, что не нравится либо не устраивает туристов.

Отзыв №72: Место не плохое, но очень далеко от магазина, если что то понадобится, то ехать 20 км. по проселочной грунтовой извилистой дороге мин. 40 мин.

Судя по приведенным комментариям, в описании коттеджа важно указывать расстояние до ближайшего города и магазина, а если дорога узкая и плохая, то не только в километрах, но и во времени. На основе количества комментариев насчёт расстояния до магазинов или до города мы можем также предположить, что каждый отдыхающий в коттедже турист во время отдыха посещает магазины, так как в коттедж нужно покупать как минимум продукты питания.

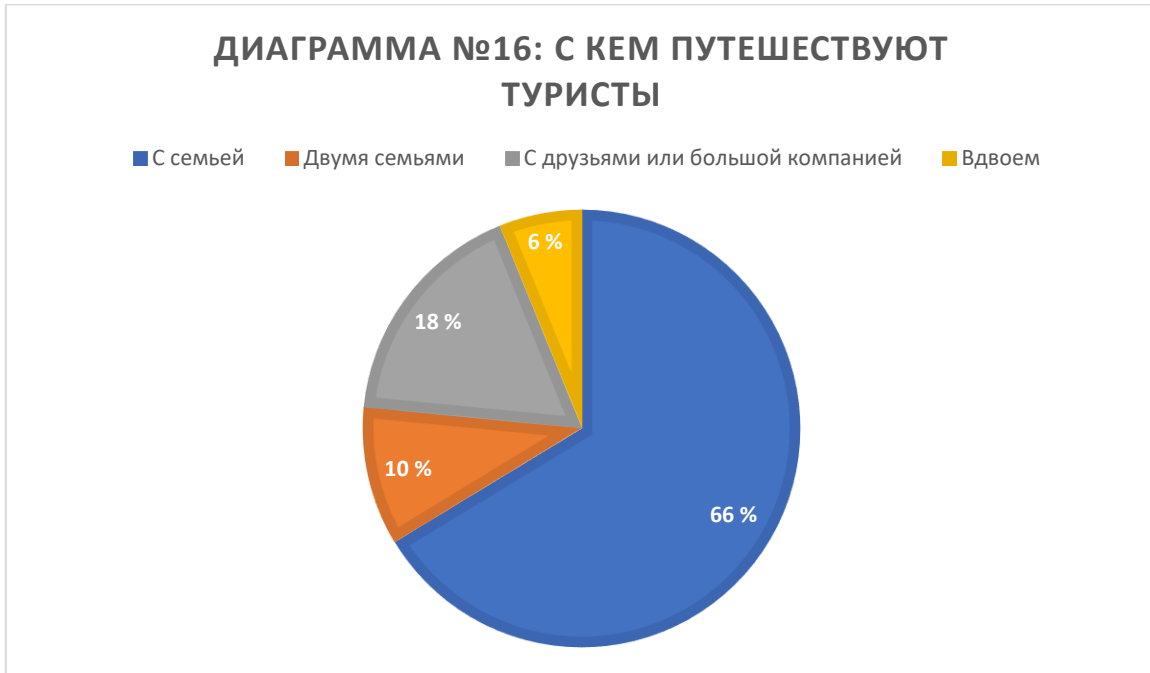
Расположение коттеджа относительно границы или Санкт-Петербурга отмечается в 18 комментариях. Положительных комментариев 13 и отрицательных 5. В положительных комментариях туристы пишут, что коттедж находится недалеко от границы или Санкт-Петербурга, а в отрицательных, – что слишком далеко. Здесь требуется учитывать, что регион Северной Карелии большой и расстояние от Многостороннего автомобильного пункта пропуска (МАПП) Брусничное до самой южной точки региона составляет всего 150 км, а до самой северной точки региона 390 км. Таким образом расположение коттеджа в разных точках региона может повлиять на то, будет ли отзыв положительным или отрицательным с точки зрения расстояния от границы или Санкт-Петербурга. Кроме того, туристы отмечают в 6 отрицательных комментариях медленное и долгое передвижение по грунтовой дороге, что увеличивает время в пути.

Таким образом, мы видим, что большая часть туристов довольна расположением коттеджа относительно услуг, природы и мест для активного отдыха на природе. Также российских туристов устраивает удаленность коттеджей региона Северной Карелии от границы и Санкт-Петербурга. Больше всего отрицательных комментариев было насчет слишком большого расстояния от границы, города и магазинов, но по сравнению с количеством положительных комментариев их доля незначительна. На расстояние и расположение коттеджа по отношению к услугам предприниматели не могут повлиять, но, предоставляя точную информацию о расстоянии, ситуацию можно исправить.

5.8 В каком составе путешествуют туристы и продолжительность отдыха

Анализируя отзывы туристов, мы попытались выяснить, в каком составе чаще всего отдыхают в коттеджах туристы из России, и продолжительность их отдыха. Рассмотрим сначала, с кем отдыхают туристы из России. Всего таких комментариев мы нашли 98. Больше всего комментариев было об отдыхе семьей – 65. Отдых двумя

семьями упоминается 10 раз, отдых с друзьями или (большой) компанией – 17 раз и отдых вдвоем – 6 раз. (Диаграмма №16)



Касательно отдыха с семьей в большей части комментариев туристы пишут, что отдыхали с семьей, не уточняя состав семьи. В некоторых комментариях туристы пишут более подробно о составе семьи, например, что отдыхали с детьми, и указывают количество человек, возраст детей:

Отзыв №31: *Отдыхали семьёй из 5 человек: 2 взрослых и 3 детей (15, 7 и 5 лет).*

Отзыв №413: *Прекрасный семейный отдых.*

К этой же категории мы относим комментарии, в которых не отмечается, с кем отдыхали туристы, но упоминается, что коттедж или место подходит для семейного отдыха. Из этого мы можем сделать вывод, что турист рассматривает поездку именно с точки зрения отдыха с семьей, и поэтому мы включили данные комментарии в эту категорию:

Отзыв №655: *Замечательное место для семейного отдыха!*

Для отдыха с семьей наиболее важными элементами являются достаточное наличие спальных мест и их расположение, количество спален, наличие детской кроватки, наличие детской площадки рядом, наличие санок и другого инвентаря для детей, наличие СПА или бассейна рядом.

В 10 комментариях туристы пишут, что отдыхали двумя семьями. Отдыхая двумя семьями, туристы обращают внимание на достаточное пространство в коттедже, а также на количество посуды и оснащение кухни:

Отзыв №6: Мы отдыхали двумя семьями по три человека, всем хватило места, все были очень довольны.

Отзыв №129: Необходимый набор посуды имеется, но мы отдыхали двумя семьями нам не хватило кастрюли большим объемом, не хватает морозильника, но так как коттедж -эконом , то это несущественные мелочи.

В трех комментариях туристы пишут, что коттедж не подходит для семейного отдыха. На отрицательную оценку повлияли наличие слишком крутой для маленьких детей лестницы и отсутствие инфраструктуры для детей – качелей, беседки. Крутая лестница уже упоминалась нами в главе 5.2.2, в которой мы рассматривали комментарии об оснащении коттеджа. На эту ситуацию легко повлиять, во-первых, сообщая заранее о крутой лестнице в описании коттеджа, а во-вторых, устанавливая на лестницу ограждения для детей.

Второе место по количеству комментариев занимает отдых с друзьями или большой компанией – 17 комментариев. Здесь мы также учитываем комментарии, в которых туристы пишут, что коттедж подходит для отдыха с компанией или с друзьями. Путешествуя с друзьями или большой компанией, туристы обращают внимание на количество санузлов и душевых, вместительность и просторность коттеджа, количество изолированных спален, но для небольшой компании друзей подходит и небольшой коттедж:

Отзыв №232: Отдыхали компанией из трех человек.... Коттедж небольшой но очень уютный, камин прожорливый но дров много, есть холодная/горячая вода (электроводогрей), запасные пробки и все что нужно для жизни.

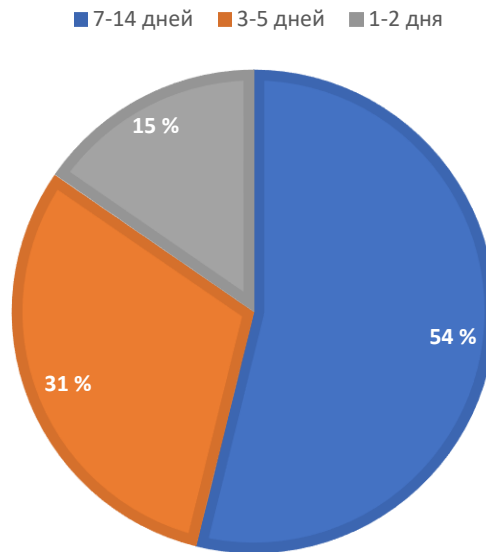
Отзыв №563: Все хорошо. Но для большой компании один души в доме это очень неудобно

Отдых вдвоем отмечается в 6 комментариях. В основном отдых вдвоем означает отдых с мужем или женой. В одном комментарии написано, что отдыхал с другом. В комментариях об отдыхе вдвоем мы не отметили особенных требований или предпочтений. Комментарии все положительные, и таких туристов практически все устраивает.

Итак, в основном туристы из России отдыхают в коттеджах Северной Карелии с семьей или друзьями. Мы не нашли ни одного отзыва, где упоминался бы отдых в одиночку. Следуя из этого, туристы больше всего ценят удобства, которые делают отдых с семьей и друзьями комфортным. Это касается в основном оснащения и оборудования коттеджа. Например, количество спален и спальных мест, количество санузлов, планировка дома, количество посуды. Особенно комфорт и хорошие условия ценят семьи с детьми. Исходя из того, что большая часть туристов отдыхает с семьей, коттеджи следует приспособлять по мере возможностей для семейного отдыха.

Продолжительность отдыха отмечается в 26 комментариях. Большая часть туристов, 14 комментариев, отдыхает от одной недели до двух недель. На втором месте 3–5 или несколько дней – 8 комментариев и на третьем месте 1–2 дня – 4 комментария. (Диаграмма №17)

ДИАГРАММА №17: ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОТДЫХА



Как мы видим, самая популярная продолжительность отдыха в коттедже для россиян – от одной до двух недель. Это может быть обусловлено расстоянием от дома и поездкой в другую страну, а также условиями бронирования коттеджей, так как, особенно в высокий сезон, большая часть коттеджей сдается сроком минимум на одну неделю. Пример комментария ниже показывает, что аренда коттеджа на неделю устраивает не всех, и туристы ценят гибкий подход к срокам бронирования:

Отзыв №173: Удобно, что коттедж можно снять на любое количество дней в отличие от принятой практики сдачи неделями с понедельника по воскресенье.

На более короткий срок туристы приезжают в основном не в сезон, они могут ехать проездом – 1–2 дня, или приезжать на длинные выходные или на мероприятие – 3–5 дней. Чем короче срок пребывания, тем меньше требований к оснащению коттеджа, но, несмотря на это, недостатки отмечаются в комментариях:

Отзыв №518: По дороге на север ночевать- рекомендую.... Вокруг только лес. Магазины на расстоянии 23 км. Как уже писали-нет чайника и мало посуды. Про бассейн с дорожками в спа- сильное преувеличение.

5.9 Процесс заказа и стоимость коттеджа

Комментариев о процессе бронирования коттеджей на сайтах Lomarengas и Booking.fi не очень много. Мы нашли в общей сложности 8 комментариев, но считаем эту информацию важной и поэтому включили в наш анализ. В комментариях о процессе бронирования туристы отмечают следующие положительные стороны:

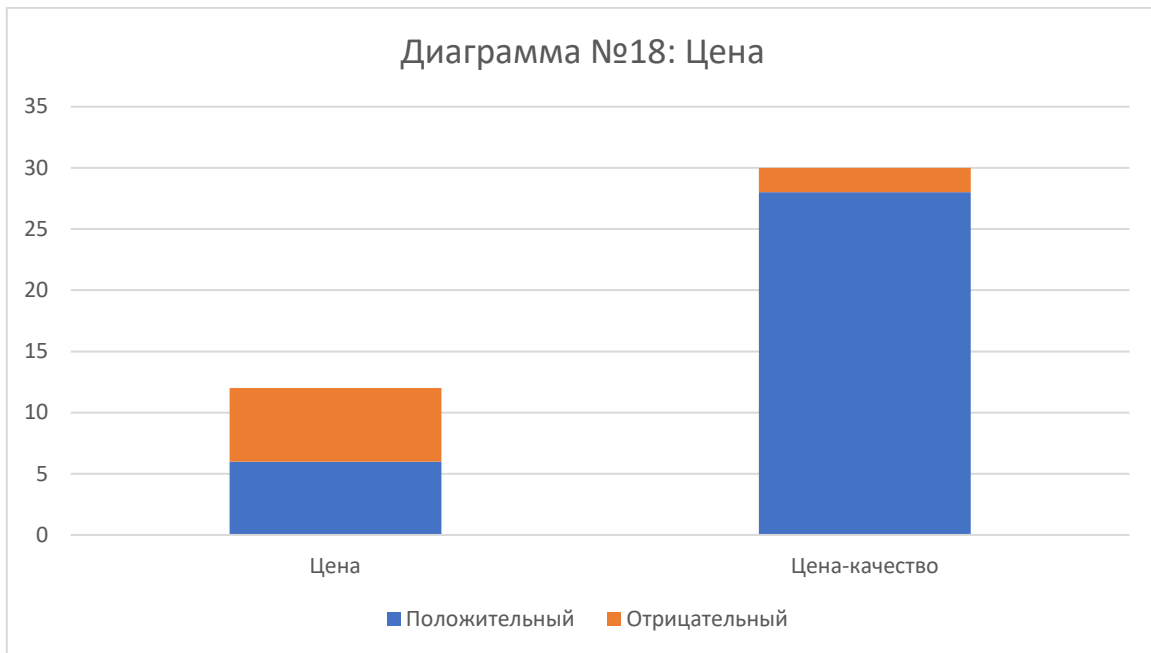
- заказ можно сделать быстро за несколько дней до заселения - 1
- возможность запросить ранний заезд - 1
- коттедж можно заказать на срок короче недели - 1
- бронирование через Lomarengas быстро и удобно - 1
- быстрый процесс резервирования - 1

Из отрицательных сторон отмечается:

- ограниченное количество мест - 2
- бронирование происходит по карте, а на месте можно заплатить только наличными - 1
- не хватает подтверждения оплаты – 1 комментарий

Таким образом, мы видим, что главным в процессе бронирования для российских туристов является быстрота и удобность процесса бронирования, а также четкость процесса оплаты.

Цена коттеджа является одним из главных факторов, влияющих на выбор места размещения, но еще важнее хорошее соотношение цены и качества. Всего мы нашли 42 комментария о цене и о соотношении цены и качества. Хорошее соотношение цена-качество отмечается в 28 комментариях и плохое в двух комментариях. Низкая цена в положительном контексте отмечается в 6 комментариях, и столько же раз туристы обращают внимание на слишком высокую цену. (Диаграмма №18).



Из комментариев мы видим, что большая часть туристов довольна соотношением цены с качеством коттеджей. Как положительные, так и отрицательные комментарии содержат сравнение общего уровня оснащения и удобств в коттедже, а также его расположения и окружения с ценой. В некоторых случаях туристы производят сравнение с другими коттеджами, где уже бывали, и на основе этого дают оценку соотношения цены и качества:

Отзыв №596: Учитывая данные особенности, цена аренды коттеджа несколько выше, чем при сравнимых условиях приходилось арендовать иные коттеджи в Финляндии.

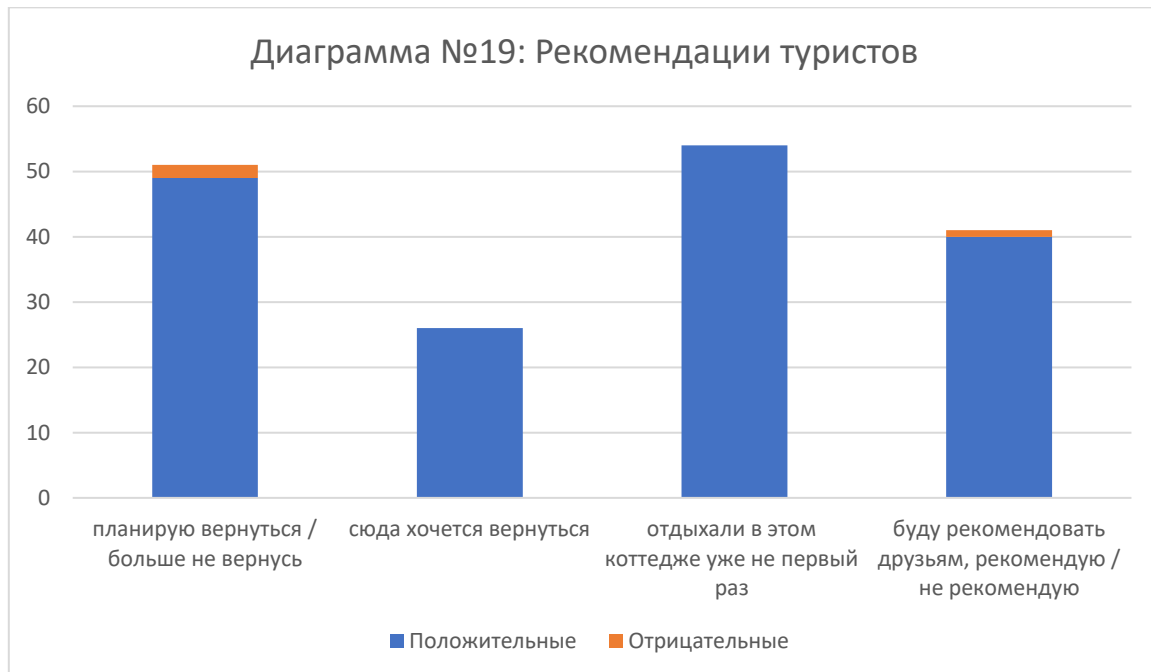
Отзыв №548: Отлично оснащенный и просторный дом при относительно невысокой стоимости проживания.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что туристы из России имеют хорошее представление об уровне цен на аренду коттеджей в Финляндии, они сравнивают цены и ожидают, что цена не будет завышенной по сравнению с оснащением коттеджа, а также, что коттедж и его окружение будут соответствовать цене. Если цена низкая, то требований меньше, а если высокая, то требования намного выше.

5.10 Рекомендуют ли туристы отдых в коттедже другим и хотят ли сами вернуться

Одна из самых важных особенностей онлайн-отзывов – это рекомендации. Рекомендациям онлайн-отзывов доверяет большая часть пользователей, и они играют важную роль при принятии решения о покупке. В данной части нашей работы мы рассмотрим, рекомендуют ли туристы из России отдых в коттеджах Северной Карелии другим туристам и есть ли у туристов желание вернуться на отдых в регион.

В нашем исследовательском материале мы нашли 179 комментариев, в которых туристы рекомендуют или не рекомендуют отдых в коттедже, а также планируют или хотят вернуться, или же не хотят возвращаться. Из 179 комментариев 176 были положительными и 3 отрицательными. Для анализа мы разделили комментарии на следующие наиболее часто упоминающиеся группы: планирую вернуться / больше не вернусь – 51; сюда хочется вернуться – 26; отдыхали в этом коттедже уже не первый раз – 54; буду рекомендовать друзьям, рекомендую / не рекомендую – 41. (Диаграмма №:19)



Как мы видим, большая часть туристов планирует или хочет вернуться, или же отдыхает в данном коттедже уже не первый раз. Также многие готовы рекомендовать коттедж другим туристам или своим друзьям. Это означает, что отдых в коттедже нравится большей части туристов из России и, кроме того, они являются лояльными клиентами и готовы возвращаться в понравившееся место. В положительных комментариях туристов, которые пишут, что хотят или планируют вернуться, преобладают положительные эмоции. Данной категории туристов отдых понравился, как с точки зрения оснащения коттеджа, так и с точки зрения расположения и свободного времяпрепровождения:

Отзыв №675: Все отлично. Советую всем... Отдыхаем в этом коттедже не первый и не последний раз.

Иногда туристы пишут, что хотят приехать в другое время года или вернуться в коттедж с детьми или друзьями:

Отзыв №505 Мы были вдвоём с мужем, но планируем вернуться ещё, с детьми.

Отзыв №656 Нам очень понравился и запомнился отдых, и мы решили вернуться сюда летом.

В отрицательных комментариях, в которых туристы пишут, что не хотят вернуться, им не нравится плохое обслуживание и ухудшение оборудования и сервиса по сравнению с предыдущей поездкой:

Отзыв №453: Не понравился персонал: во время проживания было пару вопросов (которые вызваны противоречиями в условиях бронирования на сайте и инструкциями на месте: например, включена ли стоимость final cleaning мне так понять и не удалось), но смс и письма оставили без ответа. Как я уже писал выше: выбор в том районе большой и мелочи являются определяющими. В этом коттедже я бы второй раз не остановился.

Отзыв №542: По сравнению с предыдущими поездками в это место всё ухудшилось...Желание приехать сюда ещё раз пропало.

В комментариях, в которых туристы пишут *рекомендую* или *буду рекомендовать друзьям*, нет указаний на то, хочет ли написавший отзыв турист сам вернуться в это

место, поэтому мы рассматриваем такие отзывы отдельно. Часто в таких отзывах используются слова *рекомендую* или *буду рекомендовать*:

Отзыв №261: *Коттедж, который я обязательно буду рекомендовать друзьям!*

Отзыв №438: *Однозначно рекомендую этот вариант проживания.*

Отзыв №441: *Простенько, но чистенько. Рекомендую!!!*

В некоторых комментариях с рекомендациями туристы пишут также, что хотели бы вернуться, или у туристов есть желание вернуться, но одновременно они хотят побывать и в других местах и поэтому рекомендуют это место другим:

Отзыв №234: *С удовольствием приехал бы сюда еще раз, но Финляндия большая и хочется побывать в разных местах. Тем не менее, буду рекомендовать этот коттедж друзьям и знакомым.*

В единственном отрицательном комментарии, в котором турист не рекомендует коттедж, так же, как и в предыдущих отрицательных комментариях, отмечается плохое обслуживание:

Отзыв №573: *Все неплохо, но хозяин нечистоплотен в финансовых вопросах, остался негативный осадок. Не рекомендую... Отношение хозяина к постояльцам.*

Таким образом, большая часть туристов, побывавших на отдыхе в коттедже в Северной Карелии, планирует или хочет вернуться и вместе с этим готовы рекомендовать отдых другим туристам или своим друзьям. Однако несколько отрицательных комментариев дают нам понять, что в случае, если турист возвращается, очень важно сохранять хороший уровень или даже повышать уровень размещения и обслуживания. Если уровень станет хуже, то это не только отобьет желание приехать еще раз у постоянных клиентов, но и негативно повлияет на отзывы и рекомендации, что может отразиться на продажах.

6 ВЫВОДЫ

В данной магистерской работе мы исследовали отзывы, написанные российскими туристами о коттеджном отдыхе в Северной Карелии. В качестве исследовательского материала мы использовали 679 онлайн-отзывов российских туристов, оставленных по коттеджам в регионе Северной Карелии в период с 2015 по 2019 год на интернет-порталах бронирования размещения Lomarengas и Booking.com.

В этой главе мы рассмотрим результаты нашей работы с точки зрения составления портрета российского туриста, приезжающего отдыхать в коттедж в регион Северной Карелии, а также с точки зрения рекомендаций по развитию коттеджного отдыха для предпринимателей, собственников, руководителей и маркетинговых организаций региона, чей целевой группой являются российские туристы.

6.1 Портрет российского туриста

В рамках нашего анализа мы пришли к выводу, что отдых в коттедже в регионе Северной Карелии главным образом связан с природой. Элемент природы присутствует практически в каждой анализируемой нами категории от окружения дома и вида из окна до свободного времяпрепровождения и самой причины поездки. Природа определяет, почему туристы из России едут отдыхать в регион Северной Карелии. Исходя из этого мы назовем данную группу туристов «Любители отдыха на природе». (Таблица №1).

грет туристов "Любители отдыха на природе"		
Семьи с детьми, компания друзей, семейные пары	Свободное времяпрепровождение	Отдых на природе, интересные места для посещения на природе, посещение водных комплексов
1-2 недели, 10 дней, длинные выходные	Высокий интерес	Рыбалка, беговые лыжи, сбор грибов и ягод, СПА, аквапарки, бассейны, горные лыжи, велопрогулки и пешие прогулки, маркированные маршруты
Быстро и легко	Низкий интерес	Музеи и достопримечательности, рестораны и кафе, шоппинг, события и мероприятия
Важнее всего хорошее соотношение цены и качества	Почему Северная Карелия	Недалеко от границы и Санкт-Петербурга, тишина, уединенность, чистый воздух и вода, красивая природа
Уютный, чистый и вместительный дом с баней на берегу озера, подходит для семейного отдыха	Оснащение коттеджа	Хорошо оснащен современной техникой, интернетом, посудой, грилем, лодкой и российскими телеканалами
Гостеприимство и дружелюбие, желание помочь	Информация	Что входит в стоимость и за что нужно платить дополнительно, инструкции по пользованию техникой, какие услуги и интересные места есть недалеко от коттеджа (на английском или русском языке)

Любители отдыха на природе чаще всего путешествуют на отдых с семьей либо с друзьями сроком на 1–2 недели или на длинные выходные. Зачастую это уже опытные туристы, которые приезжают на отдых в коттедж не первый раз. Таким туристам важно, чтобы процесс бронирования и оплаты был легким и быстрым. Они хорошо осведомлены об уровне цен, и для них играет важную роль хорошее соотношение качества и цены коттеджа. При бронировании и отдыхая они сравнивают коттеджи по

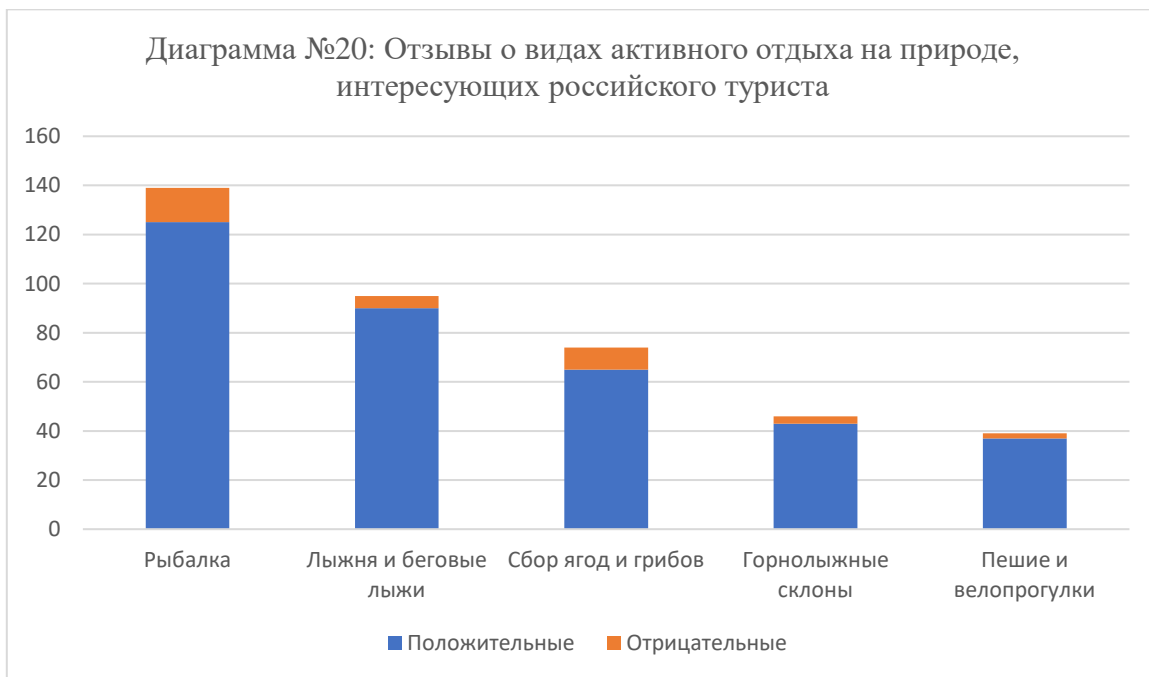
цене и качеству с другими коттеджами. Большинство туристов данной категории нравится расположение коттеджей по отношению к услугам, природе и местам активного отдыха на природе, а также их устраивает удаленность коттеджа от границы и Санкт-Петербурга.

Оценивая коттедж, любители отдыха на природе чаще всего отмечают, что в коттеджах есть все необходимое для отдыха. Им нравится хорошая планировка и достаточное пространство в доме, светлый дом, а также наличие печи или камина, которые дают дому тепло и уют. Хорошая шумоизоляция также является важной. Кроме того, туристы ценят хорошую сауну на дровах, которая находится недалеко от места для купания и нагревается быстро до достаточной температуры (выше +75 градусов). Любителям отдыха на природе нравится ухоженная территория вокруг коттеджа и свой причал и лодка. Для туристов важно, чтобы в доме все работало и было видно, что дом содержится в порядке – нет сквозняков, лампы горят и мебель не сломана, что в доме достаточно привычных мелочей, таких как шкафы и вешалки, пол не скрипит и нет муравьев и других насекомых. Если в доме крутая лестница, то для семей с детьми важно, чтобы она была безопасна и на ней были установлены перегородки для детей.

Любители отдыха на природе ценят качество и удобство коттеджного отдыха в Северной Карелии. Они обращают внимание на качественное оборудование коттеджа, например, на состояние гриля, наличие посудомоечной и стиральной машины, удобные матрасы и на современную, работающую технику. Достаточно большой морозильник и холодильник тоже входят в пожелания туристов. Особенно важным является наличие в коттедже хорошо работающего интернета. Таким образом, современные удобства являются важными. Туристы были благодарны за чистоту дома, но не во всех коттеджах было хорошее оборудование для уборки коттеджа. Российские туристы также обращали внимание на расположение коттеджа: находится ли он на берегу озера или реки, какие достопримечательности и услуги есть рядом, а также какая природа окружает коттедж.

Во многих комментариях любители отдыха на природе благодарили радушных и доброжелательных хозяев, которые им помогали и обслуживали их. Хорошее и дружелюбное обслуживание нравится российским туристам и имеет для них большое значение несмотря на то, что во многих ситуациях у туристов не было общего языка с хозяином и приходилось общаться жестами или с помощью онлайн-словарей.

Любители отдыха на природе любят проводить свободное время на природе. Из летних видов активного отдыха на природе их больше всего интересует рыбалка, сбор грибов и ягод, пешие и велосипедные прогулки по лесам и тропам. Из зимних видов отдыха наибольший интерес вызывают беговые и горные лыжи. Пешие прогулки интересуют туристов как летом, так и – несколько реже – зимой. (Диаграмма №20).



Туристы отдыхают самостоятельно, в основном пользуясь возможностями, которые предоставляются в непосредственной близости от коттеджа. Им не требуются услуги

гидов или прокат оборудования, но если прокат имеется или оборудование входит в стоимость коттеджа, то это приветствуется.

Кроме активного отдыха любителей отдыха на природе интересует посещение интересных мест на природе. Это может быть, например, посещение национального парка, красивого места на природе, порогов, островов, каналов, а также смотровых вышек. Особенный интерес представляют места, которые находятся относительно недалеко от места размещения и куда можно сходить, не проделывая больших расстояний. Не связанные с природой места посещения и достопримечательности, такие как музеи, монастыри, спортивные залы, детские площадки и аттракционы не представляют большого интереса для данной группы туристов. Несмотря на это, в некоторых отзывах отмечался недостаток развлечений для детей и малое количество достопримечательностей. Таким образом, если такие объекты имеются относительно недалеко от коттеджа, то о них следует рассказывать туристам в информации о коттедже, что может помочь привлечь новые группы клиентов.

Любители отдыха на природе любят отдыхать в СПА, аквапарках и водных центрах, особенно если эти объекты находятся недалеко от коттеджа. Стоимость посещения имеет большое значение, и туристы отмечают, если водные комплексы предоставляют скидку или входят в стоимость проживания, а также обращают внимание на соотношение цены и качества. Посещая водные комплексы, туристы также обращают внимание на дополнительные функции, такие как бассейн на улице или гидромассаж.

Несмотря на то, что шоппинг является основной целью поездки туристов из России в Финляндию (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2019), любители отдыха на природе уделяют шоппингу лишь небольшое внимание. Для данной группы туристов шоппинг не предоставляет дополнительной ценности, хотя мы можем предположить, что каждый проживающий в коттедже турист посещает как минимум продуктовые магазины. Это видно по многочисленным комментариям о расстоянии коттеджа до магазина. Отмечая шоппинг с точки зрения свободного времяпрепровождения и

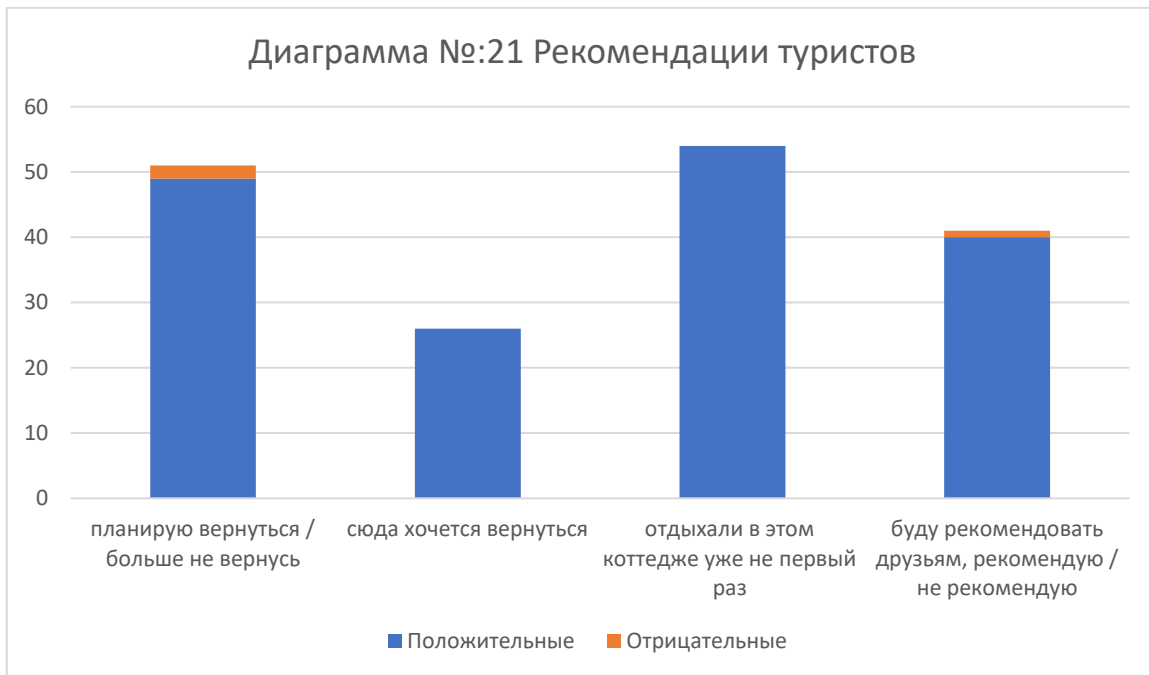
качественной оценки, любители отдыха на природе обращают внимание в основном на качество и цену товаров. Рестораны и кафе интересны данной группе туристов только в том случае, если они находятся на территории коттеджного поселка. Низкий интерес к ресторанам обусловлен тем, что туристы имеют возможность приготовления еды в коттеджах, а также относительно высокой ценой блюд в финских ресторанах.

События и мероприятия интересуют любителей отдыха на природе только в редких случаях. Такое исключение составляют проводимые в Контиолахти этапы Кубка мира по биатлону. Отчасти это объясняется тем, что во время проведения этапов Кубка мира количество мест в гостиницах ограничено и болельщикам из России приходится останавливаться в коттеджах.

Любителям отдыха на природе очень нравится природа Северной Карелии. Их восхищает красота и чистота природы, воздуха, лесов и озер. Все это вызывает множество положительных эмоций. Красивый сосновый лес, животные и птицы, за которыми можно наблюдать, не отходя от коттеджа, свежий воздух и чистая окружающая среда в сочетании с тишиной и уединенностью – это то, что притягивает туристов и что они ожидают от отдыха в Северной Карелии. В последнем примере отзыва ниже хорошо видны эмоции и любовь к природе:

Отзыв №116 Я представляю, что мы стоим на мосту, а внизу бежит река. Вода быстро уходит под нами, а мы остаемся на месте. Вода -это время. А еще мы ловим рыбу. Рыбы много, нам не надо столько рыбы, мы ее выпускаем обратно в воду. А вот за тем островком грациозная пара взрослых лебедей, со своими отпрысками. Лебеди совсем не пугливы. Маленькие лебеди еще пепельно-дымчатые, неуклюжие и смешные, они совсем не похожи на своих родителей... Я думаю о тех лебедях, они прекрасны, они украшают молчаливый мир вокруг, мир скал, воды и деревьев. Моя дочь играет с эхом. «Завтра- автра- автра...» - слышим мы в ответ. Завтра обязательно настанет, и мы снова будем смотреть этот бесконечный, удивительный фильм, который никогда не надоедает.

Большая часть любителей отдыха на природе планируют или хотят вернуться и готовы рекомендовать отдых другим туристам или своим друзьям. Следует также отметить лояльность туристов данной категории: многие отмечают, что отдыхают в данном коттедже уже не в первый раз. (Диаграмма №21).



6.2 Рекомендации

На основе нашего анализа мы определили основные недостатки и на их основе составили рекомендации по мерам развития, которые нужно предпринять для более эффективного удовлетворения потребностей определенной нами ранее целевой группы клиентов *любители отдыха на природе*. Следует отметить, что многие недостатки основываются на различии культуры и бытовых привычек, и большей части недостатков легко избежать, учитывая особенности российских туристов.

а) Наличие достаточной информации

Практически в каждой части нашего анализа мы отмечали недостаток той или иной информации либо отмечали, что многих отрицательных отзывов и комментариев можно было бы избежать, предоставляя достаточную информацию. Особенно, когда турист приезжает из другой страны и является носителем другого языка и культуры, наличие достаточной и актуальной информации важно как на стадии бронирования, так и на месте отдыха. Недостаток информации может касаться как самого коттеджа, так и его окружения или услуг. Далее мы отметим основные и наиболее часто встречающиеся недостатки информации и дадим рекомендации по улучшению (Таблица №2):

Таблица №2: Устранение недостатка информации

Недостаток информации	Рекомендации
Низкий второй этаж.	Сообщать об этом в описании коттеджа.
Регулирование отопления пола, отопление пола отключается, когда включаешь сауну.	Сообщать об этом в инструкциях по пользованию коттеджем.
Стоимость дополнительных услуг, таких как уборка и постельное белье.	Четко указывать в описании, какие услуги входят в стоимость аренды, а за какие берется дополнительная плата. Для упрощения стоит включать уборку в стоимость коттеджа.
Нет инструкций пользования техникой на английском или русском языке.	Написать / распечатать инструкции по использованию приборов и положить их на видное место.
Плохой улов.	Предоставить карты глубин, а также основную имеющуюся информацию по особенностям рыбалки и видах рыб в озере рядом с коттеджем.
Магазин, город далеко.	Важно сообщать информацию о расстоянии до ближайшего магазина и города в описании коттеджа по возможности как в километрах, так и во времени в пути.
Не хватает информации об аренде лодки, мотора, лицензии на	О дополнительных возможностях и услугах стоит сообщать заранее и на месте отдыха, особенно

рыбалку, велосипедах и другом снаряжении для активного отдыха на природе. Не хватает информации об интересных местах для посещения.	касательно популярных среди российских туристов услуг и видов отдыха.
Коттедж было трудно найти, неверные координаты.	Очень важно проверять правильность координат коттеджа и давать подробную инструкцию проезда до коттеджа.
Коттедж слишком маленький для максимального количества человек.	Снизить максимальное количество человек в описании коттеджа.

б) Устранение недостатков и неполадок в коттедже

Владельцам коттеджей стоит обращать внимание на отмеченные в комментариях неполадки и недостатки в коттедже и по мере возможности устранять их, а также оставлять комментарий в отзывах об устранении проблемы. Это поможет повысить рейтинг коттеджа в системе бронирования и тем самым может повлиять на продажи. Приведем несколько примеров из нашего анализа (Таблица №3):

Таблица №3: Устранение неполадок и недостатков в коттедже

Неполадки / недостатки	Возможность устранения	Рекомендации
Крутая лестница на второй этаж, опасно для детей.	Легко устранить	Установить на лестницу ограждение для детей.
Нехватка крючков, вешалок, места для хранения одежды.	Легко устранить	Повесить крючки, установить вешалки и шкафы.
Плохая планировка (например, душ в сауне, вход в сауну с улицы).	Трудно устранить	Сообщать как можно подробнее в описании коттеджа о недостатках планировки, которые туристы отмечают в отзывах.
Лампы перегорели, не хватает освещения, пульт не работает.	Легко устранить	Устранить неполадки, проверять работу ламп и электроприборов

		перед заездом. Иметь в коттедже запасные лампы и батарейки.
Плохие средства для уборки. В коттедже плохо убрано.	Легко устранить	Оборудовать коттедж нужным оснащением и средствами для уборки. Включить уборку в стоимость коттеджа, что поможет содержать коттедж в порядке.
Нет сушильного шкафа или шкаф не работает, нет посудомоечной машины, стиральной машины, кондиционера, чайника. Маленький холодильник или морозильная камера.	Достаточно легко устранить	Обычно наличие указано в описании коттеджа. По возможности следует установить технику, особенно если коттедж предназначен для отдыха с семьёй. Следить, чтобы все работало. Если коттедж рассчитан на большое количество человек и на семейный отдых, то очень важно наличие большого холодильника и морозильника, стиральной и посудомоечной машины.
Недостаточное количество посуды, посуда для приготовления еды слишком маленькая или в плохом состоянии.	Легко устранить	Посуду следует регулярно проверять и обновлять. Российским туристам часто недостает крышки для сковородки, большой кастрюли, большой сковородки, большой поварёшки, чайника.
Неудобные кровати, матрасы и подушки.	Легко устранить	Следить за состоянием и менять по необходимости.
Сауна не прогревается.	Легко / трудно устранить	Причиной может быть неумение пользоваться сауной, а также старая или слабая каменка. Следить за исправностью каменки и иметь в коттедже инструкцию пользования сауной для иностранных клиентов. Также следует учитывать, что российские туристы привыкли париться при более высокой температуре, чем финны, и поэтому очень важно в инструкциях указывать также рекомендованную температуру.
Недостаточно дров.	Легко устранить	Проверять и пополнять наличие дров.

<p>В доме недостаточное количество санузлов и душевых на большое количество человек.</p>	<p>Трудно устранить</p>	<p>Количество санузлов и душевых указывается в описании коттеджа. Ремонт и расширение санузлов и душевых стоит дорого. Возможно, сокращение максимального количества человек в коттедже поможет решить эту проблему.</p>
<p>Теплая вода быстро заканчивается.</p>	<p>Легко / трудно устранить</p>	<p>У большинства городских жителей централизованный водопровод, и они не привыкли экономить горячую воду. В коттеджах обычно установлен бойлер. Российским туристам нужны инструкции пользования бойлером, особенно если он маленький. Бойлер также может быть не рассчитан на большое количество человек. В большой коттедж необходим более вместительный бойлер.</p>
<p>Отсутствие гриля / барбекю или они в плохом состоянии.</p>	<p>Легко устранить</p>	<p>Приготовление еды на улице является важным элементом отдыха в коттедже для российских туристов. Поэтому важно иметь в оснащении коттеджа работающий гриль.</p>
<p>Наличие клещей, комаров, муравьев и других насекомых, и вредителей.</p>	<p>Трудно устранить</p>	<p>Устранить трудно и иногда даже невозможно, но можно подготовить средства против насекомых и вредителей, следить за их регулярным уничтожением в доме и во дворе. Если есть клещи, то оставить инструкцию, что делать если укусил клещ. В России обычно обращаются в поликлинику, а в Финляндии удаляют клеща сами.</p>
<p>Отсутствие лодки, лодка в плохом состоянии.</p>	<p>Легко / трудно устранить</p>	<p>Наличие лодки особенно важно для российских туристов, приезжающих в летнее время. Если лодки нет, то важно предоставить информацию, где ее можно взять на прокат.</p>

В коттедже холодно / жарко, сквозняк, дует, плохая вентиляция.	Легко / трудно устранить	Установить дополнительные источники обогрева или охлаждения. Информировать туристов о регулировке отопления и вентиляции в коттедже. Стоит отметить, что российские туристы привыкли к более теплой температуре внутри, чем финны.
Отсутствие российских ТВ каналов.	Легко устранить	Купить пакет русскоязычных ТВ-каналов или установить Smart-TV

г) Интернет

Нестабильный интернет или отсутствие интернета отмечают во многих отрицательных комментариях. Хороший интернет является важным во время отдыха с точки зрения российских туристов, и об этом следует позаботиться. Интернет используется как для работы, так и для свободного времени, например, для просмотра российских телеканалов или фильмов. Пользование российским мобильным интернетом стоит в Финляндии дорого, поэтому для российских туристов важно наличие работающего интернета в коттедже. Если установка беспроводной сети интернета в коттедже невозможна, то туристам следует дать инструкцию, где можно приобрести финскую сим-карту с интернетом.

Д) Поддерживать уровень и качество оборудования и услуг

Российские туристы лояльны и готовы возвращаться в понравившееся место много раз, но, возвращаясь, они обращают внимание на ухудшение уровня услуг или оборудования в коттедже. Ухудшение уровня услуг вызывает большое разочарование, поэтому очень важно поддерживать существующий уровень коттеджа или делать его лучше.

Е) Поддерживать хорошее соотношение цены и качества

Российские туристы, приезжающие на отдых в коттедж обычно хорошо осведомлены о ценовом уровне аренды коттеджей в Финляндии. В процессе бронирования они сравнивают коттеджи и стоимость на агрегаторах бронирования и когда туристы заезжают в коттедж, очень важно, чтобы коттедж, во-первых, соответствовал ожиданиям – описанию и фотографиям, а во-вторых, чтобы цена соответствовала качеству коттеджа как по сравнению с другими коттеджами, так и в соответствии с оборудованием и оснащением коттеджа и территории.

7 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Темой нашего исследования является отдых российских туристов в регионе Северной Карелии, в Финляндии. Туризм из России играет важную роль в этом регионе Финляндии из-за близости границы, и, следовательно, тема данной дипломной работы является актуальной как сейчас, так и в будущем. Целью нашей дипломной работы было:

1. Составить портрет российского туриста, отдыхающего в коттедже в Северной Карелии.
2. На основе анализа дать конкретные советы и рекомендации предпринимателям по требуемым улучшениям для более эффективного привлечения туристов из России.

Чтобы достичь данных целей, мы рассмотрели историю и развитие туризма в целом, а также в России, чтобы понять сферы влияния и формы туризма. Особенно важным для нашей работы являлась тема туризма из России в Финляндию. С помощью исследований Центра изучения и анализа (ТАК), Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Business Finland и Tilastokeskus (Центральная статистическая служба Финляндии), мы представили данные о туристических потоках российских туристов в Финляндию и в Северную Карелию, тем самым показывая важную роль туристов из России для региона и туристических компаний. Мы также определили, что такое отзыв и интернет-отзыв, и рассказали о влиянии отзывов в сфере бизнеса и туризма, что помогло нам в аналитической части работы и выводах. Для компаний отзывы являются важным инструментом в понимании клиентов, коммуникациях и маркетинге. Они влияют как на продажи, так и на имидж компании.

Наш анализ дал нам возможность сделать следующие выводы. Типичный российский турист на основе нашего материала, называемый нами *любитель отдыха на природе*, приезжающий на отдых в Северную Карелию, обычно отдыхает с семьей 4-10 дней в

уютном коттедже на берегу озера. Он ценит финскую природу и проводит отдых на природе: ловит рыбу, собирает ягоды и грибы, гуляет в лесу и занимается другими видами активного отдыха. Ему нравится вместительный, светлый и уютный коттедж, который подходит для отдыха с детьми. Оборудование коттеджа должно быть современным и всего должно быть в достаточном количестве. Туристы обращают внимание, например, на достаточное количество посуды, удобные матрасы и наличие российских ТВ-каналов. Бытовая техника и интернет являются очень важными для российских туристов.

Анализируя материал и особенно содержание отрицательных комментариев, мы дали рекомендации по улучшению и развитию отдыха в коттедже, исходя из потребностей российских туристов. Целью данных рекомендаций является повышение качества и привлечение тем самым новых туристов. Главными направлениями для развития являются: предоставление достаточной информации, устранение недостатков и неполадок в коттедже, наличие стабильного интернета, поддержание уровня и качества оборудования и услуг, а также хорошее соотношение цены и качества.

Полученные нами результаты подтверждают известное мнение о том, что российские туристы ценят финскую природу и любят проводить свободное время на природе. Выводы о коттедже говорят о том, что российским туристам нравятся современные коттеджи со всеми удобствами. Следовательно, исследуемые нами туристы хотят проводить время на открытом воздухе, но ночевать в уютном и современном домике.

В будущем было бы интересно исследовать отзывы российских туристов об отелях в Северной Карелии. Какими характеристиками обладают туристы, которые выбирают отель? Чем они отличаются от туристов, отдыхающих в коттеджах и что у них общего? Будет ли природа такой же важной темой, как в данном исследовании?

8 СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

8.1 Исследовательская литература

- Booking.com 15.8.2018. *Какие удобства популярны у путешественников со всего мира*. Дата обращения 25.4.2021 по www-адресу: <https://news.booking.com/Какие-удобства-популярны-у-путешественников-со-всего-мира/>
- Booking.com 7.6.2019. *Компания Booking.com выяснила, как отзывы о владельцах жилья помогают путешественникам найти идеальный вариант размещения*. Дата обращения 25.4.2021 по www-адресу: <https://news.booking.com/Компания-Booking-com-выяснила-как-отзывы-о-владельцах-жилья-помогают-путешественникам-найти-идеальный-вариант-размещения/>
- Booking.com. О Booking.com™. Дата обращения 1.5.2021 по www-адресу: <https://www.booking.com/content/about.ru.html>
- Booking.com. *Отзывы гостей*. Дата обращения 24.4.2021 по www-адресу: <https://partner.booking.com/ru/помощь/отзывы-гостей/>
- Burns, Peter 1998. *Tourism Management - Tourism in Russia: background and structure*. Department of Tourism and Leisure, Luton Business School, University of Luton, Park Square, Luton, Bedfordshire LU1 3JU, UK. Volume 19, Issue 6. 555-565.
- Business Finland 2016-2017. *Matkailun osuus bruttokansantuotteesta. Tutkimukset ja tilastot: Matkailutilinpito*. Дата обращения 10.4.2020 по www-адресу: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailutilinpito/>
- BusinessJoensuu. *Monien mahdollisuuksien Venäjä*. Дата обращения: 24.4.2021 по www-адресу: <https://www.businessjoensuu.fi/toimintaymparisto/joensuun-seutu/venajan-laheisyys/>
- Data Insight 7.2020. *Отзывы и рекомендации в e-commerce: исследование AliExpress Россия и Data Insight*. Дата обращения 1.5.2021 по www-адресу: https://datainsight.ru/DI_AliExpress_GuidedBuying?oft_id=454536&oft_k=z3SugFJl&oft_lk=qarxH6&oft_d=637346167556200000
- Dimanche Frederic, Caldito Lidia Andrades 2015. *Tourism in Russia: A Management Handbook*. Emerald Group Publishing Limited.
- Jänkälä, Susanna 17.1.2019. *Түө- ja elinkeinoministeriön julkaisuja: Matkailun toimialaraportti*. Дата обращения 21.5.2020 по www-адресу: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf
- Karelia Expert, RMAA Group 2019. *Исследование туристов, путешествующих за границу, в Финляндию и Финскую Северную Карелию*. Дата обращения 4.3.2020, профессиональный доступ.
- Kostiainen Auvo, Korpela Katariina 1998. *Mikä maa, mikä valuutta? – Matkakirja turismin historiaan*. Turun yliopisto, yleinen historia, Turku.
- Lomarengas. *Onnistuneen mökkivuokrauksen ABC*. Дата обращения 1.5.2021 по www-адресу: <https://www.lomarengas.fi/info/loader.aspx?id=921c99a1-1913-4c05-a04f-7b6b8e43c590>
- Lomarengas. *Yritysesittely*. Дата обращения 1.5.2021 по www-адресу: <https://www.lomarengas.fi/info/suomeksi/Yhteystiedot/Yritysesittely>
- Malankin, Minna 2012. *Venäläiset matkailun asiakkaina*. Mikkelin ammattikorkeakoulu, Tutkimuksia ja raportteja.

- Miettinen, Ekaterina 2017. *Russian Women Traveling: A Sociocultural Perspective*. Под общ. Ред. Decrop, Alain, Woodside Arch G. Consumer Behavior in Tourism and Hospitality Research. Volume 13. 39-58.
- Rajaliikenne.fi. Rajavartioloaitos. Дата обращения 6.3.2020 по www-адресу <https://www.rajaliikenne.fi/info/fi/rajavartioloaitos/>
- Ratanews 15.4.2019. *Каждый третий россиянин организует отдых самостоятельно*. Дата обращения 19.4.2020 по www-адресу https://ratanews.ru/news/handler.aspx?id_number=10435&sort_ord=3&id_language=1
- Statista 9.2.2021, How do online customer reviews affect your opinion of a local business? Дата обращения 26.4.2021 по www-адресу: <https://www.statista.com/statistics/315751/online-review-customer-opinion/>
- Suomi ulkomailla -sivustot 12.9.2019. *Ulkoministeriö selvitti: Valtaosa venäläisistä suhtautuu Suomeen myönteisesti*. Дата обращения 4.4.2020 по www-адресу: https://finlandabroad.fi/web/rus/ajankohtaista/-/asset_publisher/TV8iYvdcF3tq/content/ulkoministerio-selvitti-valtaosa-venalaisista-suhtautuu-suomeen-myonteisesti/35732
- ТЕРА-Термипанкки Erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma. Sanastokeskus TSK. Дата обращения 14.4.2021 по www-адресу: <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/parvi>
- The Village 30.09.2014. *Вся эта ложь: Почему нельзя верить отзывам в интернете*. Дата обращения 25.4.2021 по www-адресу: <https://www.the-village.ru/city/situation/166013-rochemu-nelzya-verit-otzyvam-v-internete>
- Tilastokeskus 9.4.2020. *Yöpymiset vähenivät 48 prosenttia maaliskuussa 2020*. Дата обращения 18.4.2020 по www-адресу: http://tilastokeskus.fi/til/matk/2020/03/matk_2020_03_2020-04-09_tie_001_fi.html
- Tilastokeskus 9.4.2019. *Majoituspalveluiden kysyntä kasvoi 1,5 prosenttia vuonna 2018*. Дата обращения 26.4.2020 по www-адресу: https://www.stat.fi/til/matk/2018/matk_2018_2019-04-09_tie_001_fi.html
- Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2013. *Venäläisten matkailu – yhteenveto matkailututkimuksista (Vetovoimaa matkailuun -hanke)*. Дата обращения 16.4.2020 по www-адресу: <https://www.posintra.fi/wp-content/uploads/2018/01/Ven%C3%A4l%C3%A4isten-matkailu-yhteenvetoraportti.pdf>
- Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2019. *Ulkomaiset matkailijat Pohjois-Karjalassa 2018*. Дата обращения 4.3.2020, профессиональный доступ.
- Visit Finland. Tilastotietokanta Rudolf. Majoitustilastot. Дата обращения 24.3.2020 по www-адресу http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/visitfinland_matk_pxt_116t.px/table/tableViewLayout1
- Visit Finland 2019. *Kyselytutkimus venäläisten matkustamisen trendeistä*. Дата обращения 22.3.2020 по www-адресу <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visitfinland/kyselytutkimus-vuoden-2019-venalaisten-matkustamisen-trendeista/>
- Visit Finland, Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy 2019. *Visit Finlandin matkailututkimus 2018*. Дата обращения 23.3.2020 по www-адресу <https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/travel/studies/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>. Helsinki
- Visit Finland 2019. Презентация Power Point: *Visit Finland ja Venäjän markkinat*. Дата обращения 1.4.2020, профессиональный доступ.
- World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC) 2009. *The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a*

- Destination*. Дата обращения 19.4.2020 по www-адресу <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413041>
- Дахалаева Е.Ч. Интернет-комментарий и интернет-отзыв: параметры жанрового разграничения. *Современные проблемы науки и образования*, 2014, № 6. Дата обращения 16.5.2021 по www-адресу: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16222>
- Крипиков 2018. *Качественный контент-анализ как метод исследования*. Дата обращения 16.4.2020 по www-адресу http://elar.ufrf.ru/bitstream/10995/59130/1/978-5-91256-403-1_2018_006.pdf
- Кугушева, Алина Николаевна 2012. *Теоретические аспекты активного туризма*. Дата обращения 3.2.2021 по www-адресу: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-aktivnogo-turizma>
- Тверских, М.В. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе (маркетинговый потенциал). *Политическая лингвистика*, 2014, № 10. Дата обращения 25.4.2021 по www-адресу: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-internet-otzyva-v-turisticheskom-diskurse-marketingovyy-potentsial>
- Толковый словарь русского языка. Дата обращения 24.4.2021 по www-адресу: <https://ozhegov.slovaronline.com/20857-ОТЗЫВ>
- Экотуризм в России. Веб-сайт Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации. Правилами посещения ООПТ. Дата обращения 23.3.2021 по www-адресу: <https://natureussia.travel/visiting-rules/>
- Электронный фонд правовых и нормативных документов. Модельный закон о туристской деятельности. Дата обращения 16.5.2021 по www-адресу: <https://docs.cntd.ru/document/902050944>

8.2 Источники

- Интернет-портал системы онлайн-бронирования коттеджей Lomarengas. Коттеджи в Северной Карелии. Дата обращения май-март 2019 по www-адресу: https://www.lomarengas.fi/ru/cottage-search?keyword=%D0%9F%D0%BE%D1%85%D0%B9%D0%BE%D0%B8%D1%81-%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B9%D0%B0%D0%BB%D0%B0&id_str=province_4&redirectOnlyOk=true&latestWebDate=02.05.2022&locationType=area&startDate=&endDate=&persons=1
- Интернет-портал системы онлайн-бронирования Booking.com. Размещение в Северной Карелии. Дата обращения май-март 2019 по www-адресу: https://www.booking.com/searchresults.ru.html?label=gen173nr-1FCAEoggl46AdIM1gEaEiIAQGYASG4ARfIAQzYAQHоAQH4AQuIAgGoAgO4AsudvI QGwAIB0gIkMzc2MzAwOTgtOWEwMy00MmY2LTg0MzEtYzYxMDZkZTc4OGQ52AIG4AIB&lang=ru&sid=dbeba3b397f5a6d49e08580cd731dca8&sb=1&sb_lp=1&src=index&src_elem=sb&error_url=https%3A%2F%2Fwww.booking.com%2Findex.ru.html%3Flabel%3Dgen173nr-1FCAEoggl46AdIM1gEaEiIAQGYASG4ARfIAQzYAQHоAQH4AQuIAgGoAgO4AsudvI QGwAIB0gIkMzc2MzAwOTgtOWEwMy00MmY2LTg0MzEtYzYxMDZkZTc4OGQ52AIG4AIB%3Bsid%3Ddbeba3b397f5a6d49e08580cd731dca8%3Bsb_price_type%3Dtotal%26%3B&ss=%D0%A1%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F+%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%8F%2C+%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D1%8F&is_ski_area=&

checkin_year=&checkin_month=&checkout_year=&checkout_month=&group_adults=2&group_children=0&no_rooms=1&b_h4u_keep_filters=&from_sf=1&ss_raw=%D1%81%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%8F&ac_position=0&ac_langcode=ru&ac_click_type=b&dest_id=5291&dest_type=region&place_id_lat=62.843063&place_id_lon=29.776485&search_pageview_id=da7791a5aa2b008c&search_selected=true®ion_type=free_region&search_pageview_id=da7791a5aa2b008c&ac_suggestion_list_length=4&ac_suggestion_theme_list_length=0

9 ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1 «Классификация отзывов в таблице Excel»

Приложение № 2 «Интернет-отзывы российских туристов, отдыхающих в Северной Карелии»

Главные группы		Свободное времяпровождение					
Комментарии		Хороший улов (рыбалка) / Плохой улов (рыбалка)	Не нашли червей для рыбалки	Катались / прогуливались на лодке по озеру	Хорошие места для сбора ягод и грибов / Нужно ехать до хороших мест, ягод и грибов было мало	Подходит для любителей пеших и велопогулок. Наличие маршрутов недалеко от коттеджа.	Рядом, недалеко с коттеджем есть лыжня, трассы хорошо подготовлены, отличная лыжня / нет лыжни рядом, лыжня в плохом состоянии, нет освещения
	Подгруппы	Активный отдых на природе (Анна)					
Общее кол.		139	1	6	74	39	95
Положительный		125	0	6	65	37	90
Отрицательный		14	1	0	9	2	5
14017, KOLIWOOD	1						
13885, HIISIRANTA	2						1
	3						
13980, AHOLA, Lieksa	4				1		
	5						1
	6	1			1		
14010, VILLA UTU, Lohja	7						
	8						
6602, LOMARANTA, Lohja	9	1			1		
	10	1					
2758, HAUKIRANTA, Lohja	11	1			1		
	12						
	13	1		1	1		
	14						
13895, LOMA-KOLI, Lohja	15						1
13891, HONKAKOLI, Lohja	16						1
13919, LOMA-KOLI, Lohja	17						
	18						
13900, KULTARANTA, Lohja	19						1
13865, JEROVAARA, Lohja	20	1					
	21						
13955, AMERO PURI, Lohja	22	1			1		
13873, CJOE239, Heikkilä	23						
	24	1			1		

Venäläisten asiakaspalautteet Pohjoiskarjalasta

Lomarengas

14017, KOLIWOOD A, Lieksa

<https://www.lomarengas.fi/mokit/lieksa-koli-koliwood-a-14017>

1. Nuria E, Tammikuu 2018

Это были прекрасные выходные. В доме все было очень хорошо. Все необходимое. Было тепло и уютно. Дров , для потопки камина - достаточно. Единственный небольшой минус - сауна нагревается макс до 75 градусов.

13885, HIISIRANTA B1, Lieksa

<https://www.lomarengas.fi/mokit/lieksa-koli-hiisiranta-b1-13885>

2. Vasilij V, Tammikuu 2018

В целом неплохо маленькие апартаменты. Идеально для 2 человек. Местоположение удачное, между Лома-Коли и Укко-Коли, 200 метров до освещенной лыжной трассы, Есть мелкие недочеты: Проветривание главной комнаты только через входную дверь, это неудобно. Штора в главной комнате неисправна, не имеет троса для поднятия и опускания, приходится сматывать и разматывать вручную. Чайник 1,2 л., если проживает больше двух человек, то нужен 1,7 л. Часы не работали, т.к. требовалась замена батарейки, а запасные батарейки в доме найти не удалось.

3. Vladimir T, Tammikuu 2017

Все прекрасно: расположение в красивом месте, близость горнолыжных склонов, не далеко от границы.

13980, AHOLA, Lieksa

<https://www.lomarengas.fi/mokit/lieksa-koli-ahola-13980>

4. Natalia G, Syyskuu 2018

Коттедж очень комфортабельный, находится в отдалении от других коттеджей, удобный вход в воду для купания, а также для спуска лодки. В коттедже есть все необходимое, очень качественное, нет ощущения что в нём побывало большое количество человек. Вся техника работала исправно. Посуда очень хорошая, разнообразная. Огромное количество фужеров на любой напиток. Удобные кровати-если берете с собой сами постельное белье, то нужно 'семейное' постельное белье с двумя пододеяльниками. Очень красивая территория, вокруг

брусничные и грибные 'поля'. Могу смело порекомендовать здесь отдых. Обязательно вернемся.

5. Viacheslav D, Helmikuu 2018

Коттедж удобный, чистый, светлый. Все новое. Хорошо оснащен. Сауна быстро нагревается и держит температуру. Летом, наверное, особенно хорошо. Свой причал, шикарное озеро, чудесная природа. Для зимнего отдыха есть минусы: дорога до горнолыжного центра занимает примерно 20 минут, чуть меньше до освещенной беговой лыжной трассы. На беговых лыжах от дома можно кататься только по озеру. Наверное, можно рыбачить, не пробовали. Пожелания: Wi-Fi и русское спутниковое TV.

6. Alexander S, Elokuu 2015

Великолепный коттедж, очень уютный, прекрасно оборудованный. Мы отдыхали двумя семьями по три человека, всем хватило места, все были очень довольны. Отдельное спасибо за клубнику, которая растет возле дома, это был милый бонус к нашему замечательному отдыху. В озере ловится судак, щука, окунь и плотва. В лесу много грибов и ягод.

14010, VILLA UTU, Lieksa

<https://www.lomarengas.fi/mokit/lieksa-koli-villa-utu-14010>

7. Tatiana B, Maaliskuu 2018

Приятный новый коттедж с современным оборудованием. До горнолыжного центра поездка занимает около 5 минут.

8. Igor N, Joulukuu 2017

Великолепный дом, чистый, современный, всё продумано на 100%! Вся необходимая техника на кухне присутствует, включая кофеварку и тостер. О посудомойке уже и не говорю. Гриль на улице просто супер. Если не брали финальную уборку, то в доме найдёте все необходимое, чтобы провести её самому.

6602, LOMARANTA, Polvijärvi

<https://www.lomarengas.fi/mokit/polvijarvi-lomaranta-6602>

9. Andrej D, Syyskuu 2018

Были вдвоем с другом. Место расположения очень интересное для рыбаков. Крупную рыбу поймать сложно. Тем интереснее. В лесу было много грибов белых и солеников (грузди, рыжики, волнушки). Коттедж пригоден как для семейного отдыха, так и для туристов, все необходимое есть. Хозяйка Яна всегда готова помочь, подсказать, приветливый и хороший человек.

10. Aleksandr B, Heinäkuu 2017

Прекрасное место для спокойного отдыха. Отдыхали в июле вода в озере была достаточно тёплая для купания. Все понравилось. В доме есть все что нужно для комфортной жизни. Рыбу поймать достаточно тяжело. Ловить надо троллингом на большой глубине 10-17 метров тогда шансов больше.