

**ПОКУПКИ ДАЧ В ФИНЛЯНДИИ РОССИЯНАМИ С
ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ФИНСКОЙ СТОРОНЫ**
на основе письменного опроса

Дипломная работа

Йони Пенттинен

Университет г. Ювяскюля

Отделение языков и коммуникаций

Кафедра русского языка и культуры

Июнь 2018

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Joni Penttinen	
Työn nimi – Title Pokupki dač v finlândii rossiânami s točki zreniâ finskoj storony na osnove pis'mennogo oprosâ. Venäläisten mökkibisnes suomalaisten toimijoiden näkökulmasta.	
Oppiaine – Subject Venäjän kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Kesäkuu 2018	Sivumäärä – Number of pages 57+3
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää millainen on tämän hetkinen merkitys venäläisturismilla, sekä venäläisten mökkikaupoilla Lappeenrannan kaupungille, kiinteistövälittäjille, sekä Lappeenrannassa toimivalle lomakohteelle. Lisäksi tarkastellaan, onko alueella ennakkoluuloja venäläisiä turisteja ja kiinteistön ostajia kohtaan, sekä tutkitaan millainen merkitys venäläisturismilla ja venäläisten mökkikaupoilla on Lappeenrannalle tulevaisuudessa. Tutkimus on laadullinen, ja siinä käytetty aineisto on kerätty puolistrukturoidun kyselyn perusteella huhtikuussa 2018. Tämän lisäksi, tutkimuksessa on myös tapaustutkimukselle (case study) ominaisia piirteitä. Kyselyyn osallistui kaksi naista, joista toinen työskentelee kiinteistövälitysliikkeen toimitusjohtajana, ja toinen lomakohteessa managerina, sekä kolme miestä, joista yksi työskentelee Lappeenrannan kaupungille kehityspoelen johtotehtävissä, ja yksi hirsimökkien myyjänä, sekä yksi kiinteistövälityspoolella yrittäjänä. Iältään haastateltavat olivat 40-67 vuotiaita. Kyselyn perusteella saadut vastaukset on jaettu kolmeen eri kategoriaan: 1) työskentely venäläisten kanssa ja ennakkoluulot 2) median vaikutus, venäläinen kiinteistönomistaja ja turisti todellisuudessa 3) palvelut venäläisturisteille Lappeenrannassa. Saatujen vastausten perusteella voidaan todeta, että venäläiset eivät ole enää vuoden 2014 Ukrainan kriisin jälkeen ostaneet aktiivisesti kiinteistöjä Lappeenrannan alueella. Kiinteistönvälityspoolella venäläisten ostajien merkitys on todella vähäinen, ja epävarmaa on tuleeko tilanne muuttumaan tulevaisuudessa. Tämän vuoksi palveluiden kehittämistä venäläisasiakkaille ei kiinteistöpoolella nähdä kannattavaksi. Kaupungin ja lomakohteen kannalta venäläisturismien merkitys on edelleen suuri, jonka vuoksi sekä kaupunki, että sen lomakohteet kehittävät jatkuvasti eri projekteja, jotta he voivat tarjota kattavamman valikoiman palveluja tulevaisuudessa. Kiinteistönvälityspoolella mediassa kirjoitetuilla uutisilla liittyen venäläisten mökkibisnekseen ei nähdä olevan osuutta epäilyjen, ja ennakkoluulojen herättämisessä Lappeenrannan alueella. Osakseen tähän nähdään vaikuttavan sen, että Lappeenrannan alueella venäläiset ovat ostaneet omaan käyttöön asuntoja, jotka eivät eivät sijaitse strategisesti merkittävillä alueilla. Kiinteistönvälityspoolella, ja Lappeenrannan kaupunki kokivat, että kiinteistönvälityspoolella ennakkoluuloihin törmää harvoin, ja että heillä on päällimmäkseen hyvää sanottavaa venäläisasiakkaista. Kuitenkin Lappeenrannassa toimivassa, venäläisasiakkaita houkuttelevassa lomakohteessa ennakkoluuloihin törmätään päivittäin. Tämän taustalla on se, että venäläiset nähdään vain omaa etuaan ajavina. Samaisessa kohteessa, ongelmaksi nousi myös etenkin kohdetta avatessa se, että suomalaiset epäilivät, että kohde on tehty pelkästään venäläisasiakkaille. Lappeenrannassa on ennakkoluuloja venäläisturisteja kohtaan, mutta kiinteistövälityspoolella niihin törmätään harvemmin.</p>	
Asiasanat – Keywords Venäläisten mökkikaupat, kiinteistökaupat, venäläisturismi, Lappeenranta, ennakkoluulot	
Säilytyspaikka – Depository	
Muita tietoja – Additional information	

Аббревиатуры, использованные в данной работе:

СМИ = Средства массовой информации

Содержание

1 ВВЕДЕНИЕ	6
2 ИСТОРИЯ ТЕМЫ	9
2.1 История темы в СМИ.....	10
2.2 Важные пункты истории между Россией и Финляндией.....	11
2.3 Геополитические интересы	12
2.4 Предрассудки	13
3 ТУРИЗМ.....	15
3.1 Понятие туризма	15
3.2 Туризм в Финляндии	16
3.3 Русский туризм в Финляндии	17
3.4 Русский туризм в Лаппеенранте	19
4 НЕДВИЖИМОСТЬ В ФИНЛЯНДИИ	21
4.1 Понятие недвижимости и понятие дачи	21
4.2 Правила покупки недвижимости.....	22
4.3 Иностранцы как собственники в Финляндии.....	23
4.4 Причины для того, почему россияне покупают дачи в Финляндии	24
5 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	26
5.1 Метод исследования и информанты	26
5.2 Результаты исследования	28
5.2.1 Работа с россиянами и предрассудки.....	29
5.2.1 Влияние СМИ, русский владелец недвижимости и русский турист в реальности	35
5.2.1 Услуги для русских туристов в Лаппеенранте.....	43
6 ЗАКЛЮЧЕНИЕ	52

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	55
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	58

1 ВВЕДЕНИЕ

Тема данной дипломной работы – значение покупки дач в Финляндии россиянами в области Лаппеенранта. Также, мы изучаем значение российского туризма для города и одного из его туристических курортов, изучаем предрассудки и влияния финских СМИ на них в регионе Лаппеенранта, и, наконец, мы смотрим на будущие аспекты российского туризма и российских покупателей недвижимости в Лаппеенранте. Мы решили изучать город Лаппеенранта, потому что он привлекает много российских туристов, и в городе есть дачи, которые купили россияне. Тема актуальна, поскольку финские СМИ активно пишут о сделках купли-продажи дач между финнами и россиянами в Финляндии. Из-за этих сделок многие финны удивляются причинам, по которым россияне покупают дачи в Финляндии. Хотя в связи с ослаблением российского рубля многие россияне продали свои дачи в Финляндии, купля-продажа дач ещё продолжается между финнами и русскими. Согласно исследованию 2008 года, россияне активно покупают дачи в области Сайма, и каждое третье евро в сделках продажи дач в области Сайма приходит от россиян (Saarinen 2008). Таким образом, нам важно знать, какая ситуация существует сейчас, и каковы выгоды этих сделок для финской стороны.

Многие исследователи уже изучали российских туристов в Финляндии с точки зрения того, почему россияне хотят приехать на каникулы в Финляндию, и какие потребности у них есть. Такие исследования были проведены в разных районах Финляндии, где такая информация требуется, например, в Лапландии и в восточной части Финляндии. Кроме того, в предыдущих исследованиях изучался вопрос о причинах покупки дач россиянами в Финляндии. Вышеуказанные вопросы изучали Hannonen (2016), Malankin (2012), Suvilehto; Jauhiainen; Borg (1997), Vilku (2007), Kuutti-Seleznyova (2001), Moisala; Gröhn (2012), Asikainen (2004), Syrjäläinen; Taurén (2013), Peus (2012), и Suorsa (2012). Пока не изучено региональное влияние российских владельцев дач и выгодность сделок купли-продажи дач с точки зрения финской стороны. Наша дипломная работа пытается ответить на три исследовательских вопроса:

1. Существуют ли предрассудки в Лаппеенранте, касающиеся русских туристов и покупателей недвижимости?
2. Каково значение русских покупателей недвижимости и туристов для Лаппеенранты на данный момент?
3. Планируется ли в Лаппеенранте развивать услуги для российских туристов и покупателей недвижимости в будущем?

Мы используем качественный подход в данной дипломной работе. Методом исследования является письменный опрос, и мы тоже используем элементы case study, т.е. анализа примера. В нашей дипломной работе информантами являются пять людей, каждый из которых является представителем более крупной организации - два информанта, работающих в крупных компаниях по недвижимости в Лаппеенранте, информант, работающий для города Лаппеенранта, информант, продающий бревенчатые дачи в Лаппеенранте, и информант, работающий на одном из самых больших курортов в Лаппеенранте.

Наша дипломная работа состоит из введения, четырех глав и заключения. Тема, цель и актуальность работы представлены во введении. Во второй главе мы рассмотрим и предысторию темы, и важные пункты истории между Россией и Финляндией. Далее, в третьей главе мы изучаем туризм, и рассмотрим явление туризма вообще в Финляндии и русский туризм в Финляндии, и после этого рассмотрим ещё русский туризм в Лаппеенранте. В четвертой главе мы определяем понятие недвижимости, рассмотрим правила покупки недвижимости и иностранцев как собственников в Финляндии, и изучаем причины для того, почему

россияне покупают дачи в Финляндии. Далее, в пятой главе мы рассмотрим результаты исследования. Затем следует заключение работы.

2 ИСТОРИЯ ТЕМЫ

История этого вопроса играет важную роль в объяснении того, почему эта тема актуальна, и почему мы должны глубже знать детали. Понимание истории между Финляндией и Россией и история нашей темы дает нам более широкое понимание ситуации. История как наука помогает нам больше узнать о прошлом и понять его. Знание истории не только дает нам информацию о прошлом, но и помогает нам понять процесс становления современного общества (Историчний факультет Маріупольського державного університета 2017).

2.1 История темы в СМИ

В средствах массовой информации было много спекуляций и обвинений по вопросу о том, почему россияне покупают дачи в Финляндии, хотя многие до сих пор не видят в этом такой же угрозы, как другие. Hannonen (2016, 11) исследовала эту тему, особенно с точки зрения россиян. В своем исследовании она показывает, что одни финны могут считать, что люди могут продавать свою дачу любому, кто хочет ее купить, а другие могут сказать, что финны не должны продавать часть нашей родины иностранцам, особенно когда мы с ними воевали. Уже из такого рода мыслей легко понять, насколько спорна наша тема. Дальше, само специальное подразделение полиции “Supo” считало в 2016, что финская недвижимость, которая была продана россиянам, могла бы использоваться как жилье для российских солдат. По словам Supo, за этим заявлением стоят некоторые странные сделки, в которых, как представляется, нет нормальных коммерческих сделок с точки зрения нормального использования собственности (Yle.fi 2016).

Также в газете (Pitalehti 2016) были новости о том, что купленные недвижимые объекты россиянами пусты, а также, что эта пустующая недвижимость расположена в стратегических местах, особенно в Юго-Восточной Финляндии. Бывший финский военный барак в Мехиккаля, Саваньярви, был продан россиянам несколько лет назад. Финские военные больше не служат в этом месте, но недвижимость находится в важном месте благодаря своей военной истории и стратегическому размещению. Кроме того, 50 га лесного массива также принадлежат россиянам, которые владеют бывшим баракком. Бурную дискуссию вызвало то, что после сделок не было никакой активности в этой области.

Однако, когда военному руководству Финляндии задали вопрос о том, следует ли беспокоиться об этих транзакциях в так называемых стратегических размещениях, или нет, кажется, у них существует более спокойный подход. Они заверяют, что Финляндия не делает сделок, в которых она дает право владения стратегически важными объектами, и не должно быть преувеличений, поскольку не каждое место имеет стратегическое значение. Продолжая, важно помнить, что каждая сделка приносит деньги в Финляндию. (Imatralainen 2015.)

Это лишь несколько примеров дискуссии, которая продолжается в финских СМИ, и она продолжается уже более десятилетия. Поэтому очень важно, чтобы у нас было больше информации об этом, чтобы избежать ложных интерпретаций. Для полного понимания этой темы необходимо изучение как с финской стороны, так и с российской стороны. Как уже упоминалось, есть хорошие исследования о российской точке зрения, но наше исследование пытается объединить эти исследования с финской точки зрения.

2.2 Важные пункты истории между Россией и Финляндией

Когда мы смотрим на историю Финляндии и России, есть несколько важных моментов, на которые мы должны обратить внимание, поскольку они важны для понимания причин, по которым эта тема так горяча в Финляндия сейчас. Более подробное изложение истории делает Peus (2013) в ее дипломной работе.

Один из самых важных моментов в истории Финляндии и России - время, когда Финляндия была в составе российской империи в 1809-1917 годах. Когда Швеция утратила позиции великой державы в начале XVIII века, российское давление на Финляндию увеличилось, и Россия завоевала Финляндию в войне 1808-1809 годов со Швецией. В течение шведского периода Финляндия была всего лишь группой провинций, а не национальной целостностью. Финляндия управлялась из Стокгольма, столицы финских провинций того времени. Но когда Финляндия присоединилась к России в 1809 году, она стала автономным Великим княжеством. Великий князь был российским императором, представителем которого в Финляндии был генерал-губернатор. (Finland 2016.) Это было время, когда усиливалось стремление к собственной независимости (Opetushallitus 2016).

По прошествии этого периода, пожалуй, самое важное время в истории Финляндии и России время Второй мировой войны. Дискуссии вокруг темы нашей диссертации отражают непростое историческое прошлое между двумя странами и опираются на сравнительно короткий период двух войн - Зимней войны (1939-1940) и Второй войны (1941-1944), - в которой Советский Союз и Финляндия были

врагами. В 1944 году Советский Союз аннексировал 12,5% территории Финляндии, что привело к эвакуации и переселению более 420 000 финнов и привело к национальной травме. Граница с Советским Союзом строго контролировалась и функционировала как разделительная линия Восток-Запад в Европе, развивавшейся в советское время. (Eskelinen & Jukarainen 2000, 12.)

В целом, мы можем видеть, что история войны и времена, ведущие к войне, оказали большое влияние на то, как в Финляндии иногда видит россиян до сих пор. Вопрос Карелии определенно был очень актуальным предметом финского национализма в 1920-х и 1930-х годах. Это не было изменено Зимней войной, которая только облегчила восприятие Советов как захватчиков меньших народов. (Kivimäki, Kinnunen 2012, 489.)

Влияние Второй мировой войны, безусловно, влияет на мнение людей о сделках с недвижимостью, совершенных россиянами в Финляндии. Далее, особенно старшее поколение может по-прежнему воспринимать Россию как непредсказуемого победителя.

2.3 Геополитические интересы

«Геополитика» - это термин, который часто используют журналисты, политики и военные. Кроме того, в Финляндии часто говорят о геополитическом положении Финляндии, и о том, что какой-то вопрос является решающим из-за геополитических соображений, и даже часто говорят о том, что геополитика была причиной какого-то события или проблемы. (Harle V., Moisio, S. 2003, 7.) Мы можем объединить геополитику и геополитический интерес с новостями в финских СМИ о россиянах, покупающих стратегически важную недвижимость в Финляндии.

Геополитика является многомерным термином, но в самом простом случае мы можем исходить из того, что этот термин состоит из двух слов: гео и политики. Геополитика изучает, как география влияет на политику и как политика влияет на географию. Приведенные значения терминов определяют в определенный

исторический момент, что является геополитическим. Исторически геополитика объединила пять терминов: земля, окружение, граница, идентичность и политика. Земля, граница, окружение и идентичность были и остаются “гео”, к которому примыкает “политика”. Геополитика часто обращается к битве сил между странами, и особенно к военной мощи стран и географическим причинам, лежащим в ее основе. Этот термин был создан в 1899 году, хотя смысл существовал гораздо дольше, и геополитическое мышление началось уже со времен Древнего Рима. (Harle V., Moisis, S. 2003, 8-9.)

Один из самых больших опасений, которые с точки зрения финнов, по-видимому, связаны с покупкой дач россиянами, заключается в том, имеет ли Россия намерение захватить Финляндию по частям. Из-за последнего кризиса в Украине, в Финляндии обсуждался вопрос о том, является ли Россия геополитической угрозой или нет. Одна из проблем заключается в том, что у России есть свои геополитические интересы, и связать эти интересы с интересами Финляндии и других европейских стран - задача непростая. Взгляды России на геополитические интересы сформировались на протяжении сотен лет, и даже сегодня контроль над северными частями Евразии определяет геополитическое положение России. На протяжении более 500 лет Россия стремилась сменить это географическое положение на политическое, и это стремление привело к аннексии. Это, пожалуй, самое большое беспокойство финнов в отношении россиян, покупающих дачи и другие объекты недвижимости в Финляндии, и поэтому мы должны напомнить об этом, пытаясь понять, почему тема этого исследования является настолько влиятельной. (Luukkanen, Grönroos, 2014, 155.)

2.4 Предрассудки

Предрассудки - социально-психологическое явление, основанное на том факте, что у нас есть психологическая потребность получить позитивный образ себя и необходимость принадлежать к группе. Когда мы сравниваем нашу группу с другими группами и утверждаем, что наша группа лучше, это создает основу для

предвззудков. Предвззудки - это способ обратиться к другим людям, но и собственные группы создают и изменяют предвззудки. (Angersaari, 2008, 33.)

Часто бывает, что предвззудки направлены на целую группу людей, например, на имеющих определенное гражданство или на этническую группу. Предвззудки формируются из слухов, из уст в уста и из ранее полученных знаний. Предвззудки часто негативны и не часто основаны на реальных фактах, но они все еще могут быть препятствием для знакомства с новым человеком или для создания доверия к новому человеку. Далее, люди часто не понимают, что в этих группах есть разные люди, а не все они одинаковы. (Angersaari, 2008 в Matrosova 2010, 33.)

На протяжении многих лет русские, которые живут в Финляндии, страдают от предвззудков, хотя эти предвззудки, похоже, уменьшились. В новостях Yle один владелец финской строительной компании сказал, что, по его мнению, в России высоко ценится скрытность, особенно в использовании доверчивости иностранца. Далее, этот владелец сказал, что русские живут в другом обществе, где они имеют другое значение слова честность. (Yle 2013.) Эти предвззудки являются частью наследия нашего старшего поколения и по-прежнему вызывают недоразумения, хотя, как выше написано, отношение к россиянам улучшается.

Исследование, сделанное в 2013 году, установило, что многие финны считают, что финские продавцы недвижимости продают недвижимость русским, чтобы получить лучшую цену. Кроме того, многие финны считают, что после того, когда россияне стали активными на финском рынке недвижимости, цены на недвижимость выросли. (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy 2013, 36.)

По нашему мнению, предвззудки являются важным термином в нашем исследовании, потому что, как упоминалось выше, дискуссия о русских покупателях недвижимости и туристах и их намерениях продолжается в финских СМИ, и часто создает довольно негативный образ при размышлении только о причине, почему русские покупают недвижимость в Финляндии и почему они решили провести свой отпуск в Финляндии. Поэтому, перспектива нашего исследования важна, поскольку мы изучаем влияние русских покупателей недвижимости с точки зрения финнов, и возможно, мы сможем помочь устранить некоторые из этих предвззудков, показывая какое важное значение у русских покупателей и туристов есть для финской стороны.

3 ТУРИЗМ

3.1 Понятие туризма

Поскольку мы изучаем покупки дачи русскими в Финляндии и их значение для финских операторов, важно знать, что это за явление, и как оно описано. Другими словами, мы должны понимать, что такое туризм, и как изучается туризм, в который входит покупка дачи.

Туризм - это временное перемещение людей в пункты назначения вне их обычных рабочих мест и местожительства, действия, предпринимаемые во время их пребывания в этих местах, а также созданные объекты и предоставляемые услуги для удовлетворения их потребностей. Изучение туризма - это изучение людей вне их обычной среды проживания, учреждений, которые отвечают требованиям путешественников, а также воздействия, которое они оказывают на экономическое,

экологическое и социальное благополучие своих хозяев. Это включает в себя мотивации и опыт туристов, ожидания и корректировки, сделанные жителями принимающих районов, а также роль, которую играют многочисленные учреждения и организации, которые выступают в роли посредников. Значение туризма было признано как в развитых, так и в развивающихся странах. Это можно увидеть в создании сложных и хорошо обеспеченных ресурсами правительственных отделов туризма, повсеместном поощрении и спонсорстве туристических проектов, и распространении малых предприятий и многонациональных корпораций, которые вносят свой вклад и получают выгоды от индустрии туризма. (Geoffrey, Mathieson 2005, 1.)

Явление, которое описывает туризм, имеет различные формы. Рынок туризма становится все более фрагментированным; возникают в самые разнообразные ниши, каждая со своей собственной клиентурой, желаемыми местами, формами организации и связанными с ними последствиями. Так называемый массовый туризм на прибрежные курорты и, в меньшей степени, в горные районы для ежегодных каникул, хотя и остается доминирующей моделью, превратился в многократные поездки различной продолжительности для деятельности широкого спектра. Каждый вид туризма - экотуризм, круизный туризм и туризм, занимающийся историческим наследием, был назван различными наблюдателями как самый быстрорастущий тип туризма, часто на основе недостаточных доказательств. (Wall, Mathieson 2006, 62.)

3.2 Туризм в Финляндии

В 2015 году в Финляндию посетили 7,4 млн. иностранцев, и хотя русский туризм немного снизился, туризм покрыл некоторые потери в доходах из-за китайских и японских туристов. Туризм в Финляндии стал более универсальным, чем раньше, и это можно продемонстрировать, поскольку количество ночевков в 2015 году немного уменьшилось. (Visitfinland 2016.)

Потребление туризма в 2015 году оценивается в 13,8 млрд евро в Финляндии. Сумма включает в себя расходы на потребление финских и иностранных туристов в Финляндии. Добавленная стоимость, создаваемая туризмом, в 2015 году была оценена в 4,45 млрд евро, что составляет 2,5 процента от ВВП Финляндии. По сравнению с добавленной в других секторах стоимостью, туризм добавил значение более чем в полтора раза выше, чем в пищевой промышленности, а также выше, чем добавило сельскохозяйственное значение. На долю туризма на 2015 год приходится около 137 800 человек, занятых в этой сфере.. Количество рабочей силы в 2011-2015 годах выросло почти на 6%, и ожидается, что 40 000 новых рабочих мест в секторе появится к 2025 году. (Visitfinland 2015.)

В индустрии туризма работает около 28 900 компаний. В 2007-2014 годы были созданы 3 000 новых компаний в области туризма. Новые компании строятся в основном вокруг программных сервисов. В туризме работают также специалисты из других областей. Капиталовложения в сектор туризма составляют около 1,2 млрд евро. В 2013-2015 годах были сделаны инвестиции на сумму в сотни миллионов евро, и в последующие годы будут осуществляться дальнейшие инвестиции. Исключительно в Хельсинки до 2020 года будут вложены инвестиции более 600 миллионов евро в новые гостиничные проекты. (Mara 2017.)

Туризм в Финляндии является региональным явлением, в связи с чем типично, что влияние туризма в финансовом отношении отличается региональным разнообразием. Доходы от туризма, а также рабочие места расположены в основных районах и крупных городах и туристических местах. Важность туризма как средства к существованию для этих периферийных регионов имеет большое значение. Туризм в Финляндии является важным экономико-политическим фактором, с которым возможно региональное развитие. Однако, история финского туризма показывает, что туризм развивается неравномерно в разных регионах. (Tilastokeskus 2005.)

3.3 Русский туризм в Финляндии

Русский туризм имеет большие корни в Финляндии, потому что уже в 1772 году императрица Екатерина II посетила Выборг. В то время Екатерина II хотела увидеть красоту финской природы в Иматре. Вслед за этим в последующие годы и десятилетия в Финляндии побывали еще несколько российских правителей, и они даже владели дачами в Финляндии. (Etelä-Karjalan Museo 2017.)

Туризм между Финляндией и Советским Союзом во многом отличается от туризма между Финляндией и Россией. Туризм между социалистическими и капиталистическими странами всегда был связан с политической и культурной ситуацией в эпоху Холодной войны. Было также много предрассудков и опасений по отношению друг к другу. Так было и между Финляндией и Советским Союзом, хотя официально говорили только о дружбе между народами и построении мира с помощью туризма. Финляндия была важнейшим местом туризма среди капиталистических стран для СССР, и также, финские туристы были самой важной туристической группой из западных стран для Советского Союза. (Juvonen 2013, 3.)

Русские туристы являются самой большой группой иностранных туристов в Финляндии уже более десяти лет. Они играют важную роль в финской экономике и являются крупнейшим и наиболее важным целевым рынком для финской индустрии туризма. Русские расходы в Финляндии намного выше, чем у других иностранных туристов. Даже при общем сокращении русских посетителей за последние два года они по-прежнему составляли 80% (около 180 млн евро) всех иностранных покупок в Финляндии в 2014 году и 58% (около 95,5 млн евро) в 2015 году. Посетители из России являются также причиной для того развития инфраструктуры в пограничных районах, которые отвечают их потребностям. Русские туристы ориентированы на приграничный шоппинг, чистую и привлекательную природу, а также туристические услуги. (Haapasalo, Malankin 2012, 13.)

Несмотря на то, что в предыдущие годы русский туризм уменьшился из-за кризиса и падения российского рубля, есть признаки того, что русский туризм, наконец, начинает снова оживать в Финляндии. В конце 2016 года появилась информация о том, что падение числа русских туристов заканчивается, и россияне явно начинают ездить в Финляндию намного больше, чем в прошлом году, это уже отразилось на сумме покупки железнодорожных билетов (Kauppalehti 2016).

3.4 Русский туризм в Лаппеенранте

В нашем исследовании мы изучаем покупки дач в Финляндии россиянами с точки зрения финской стороны в городе Лаппеенранта, который расположен в Южной Карелии. За более чем столетнюю историю Лаппеенранта выросла и превратилась из маленького городка в популярный туристический город. Лаппеенранта находится в приграничном регионе между Востоком и Западом, на южном берегу четвертого по величине в Европе озера Сайма; город играет важную роль с точки зрения местного бизнеса и промышленности. На протяжении истории хорошие транспортные связи во всех направлениях считались важным элементом для жизнеспособности региона. Также, природа региона считается привлекательным фактором для посетителей этого района. В Лаппеенранте проживает около 73000 жителей, что составляет более половины от общей численности населения региона Южная Карелия. (Lappeenranta, 2017.) Несмотря на то, что мы концентрируемся в нашем исследовании на русских туристах в Лаппеенранте, важно отметить, что в Лаппеенранту также приезжают туристы из других стран, помимо России, например, в Лаппеенранте много туристов из Германии. Это только подчеркивает, насколько важен город Лаппеенранта как туристическое место в Финляндии. (Ule 2013.)

В 2013 году два миллиона россиян посетили Лаппеенранту, а это значит, что в среднем 4000 россиян ежедневно посещали Лаппеенранту. Конечно, цифры немного снизились, как упоминалось выше, но эти цифры показывают, что Лаппеенранта - это действительно место, где россияне любят проводить время в Финляндии. (Fontanka 2014.)

В последние годы проводились исследования о том, что русские туристы, которые живут в Санкт-Петербурге или в его близких регионах, больше всего интересуются Финляндией в качестве туристического места - что изучалось на основе интернет-исследований. Эти исследования также показывают, что Лаппеенранта является вторым интересным городом в Финляндии после Хельсинки для этих русских туристов. (Pasanen, Pesonen 2016, 32.)

Россияне являются важной международной туристической группой для Лаппеенранты и всего региона Сайма, хотя мы уже знаем, что за последние годы их число сократилось. Это видно из числа туристов, которые остались на ночь в регионе Южного-Саво в августе 2015 года, когда втрое больше русских туристов остались на ночь, чем другие туристские группы. (Pasanen, Pesonen 2016, 40.)

Даже на веб-сайте Лаппеенранты есть информация о том, что русские туристы являются одной из самых больших причин, почему услуги города так развиты. Город ожидает, что туризм будет расти в долгосрочной перспективе, хотя экономическая ситуация в России всегда оказывает большое влияние на туристическую ситуацию в Лаппеенранте, что в свою очередь отражает прибыль, которую Лаппеенранта получает от туризма. (Lappeenranta 2017.)

4 НЕДВИЖИМОСТЬ В ФИНЛЯНДИИ

4.1 Понятие недвижимости и понятие дача

Материальные объекты собственности делятся на недвижимое и движимое имущество. Кроме того, правовая система включает в себя множество нематериальных прав, такие как авторские права, патентные права, товарные знаки и права на дизайн. Разделение между недвижимом и движимом имуществом является простым, так как то, что не является недвижимом, является движимом. Если мы хотим определить идентификацию движимого имущества, мы должны начать с идентификацией недвижимого имущества. (Kasso, M. 2010.)

Недвижимость означает зарегистрированный участок земли или его часть, где участок земли и принадлежащее ему здание принадлежат одному и тому же лицу. Участок земли и строения, которые он включает, образуют, по принципу,

неразделимую структуру, когда они принадлежат одному владельцу. Водные участки также могут быть включены в недвижимость. (Kasso 2010, 1.)

Возможно продать часть недвижимости, поэтому право собственности может быть передано в собственность. Покупатель этого участка покупает относительную часть, например, одну четверть недвижимости. Владельцу относительной части невозможно распространить право собственности на какую-либо конкретную часть недвижимого имущества, поскольку владелец относительной части владеет только частью недвижимости, например, одной четвертой недвижимого имущества. Покупка участка недвижимости четко определена в контракте. (Kasso 2010, 4.)

Если мы подробнее рассмотрим термин «дача», история этого термина возвращает нас на несколько столетий назад. Дачей может быть небольшое здание на небольшой площади или постройка на площади, которая включает в себя много гектаров. Этот термин впервые используется в истории в 18 веке, когда Петр 1 был правителем. Правитель дал своим лояльным подчиненным места для отдыха, и в этих местах обычно был большой сад. В те времена эти места принадлежали только аристократам. Слово дача происходит от “давать”, что 200 лет назад означало, что земля и сад вокруг дачи были переданы владельцу недвижимости. Дачи были доступны для всех слоев общества в XIX веке, однако они были даны только для аренды, потому что земля сада и здание считались государственной собственностью. (Dacha-Video 2014.)

4.2 Правила покупки недвижимости

Для нас очень важно знать основные правила, касающиеся сделок недвижимости, поскольку покупка и продажа дачи включена в эти правила. Для финских покупателей и продавцов и для иностранцев не существует отдельных правил. Иностранец может свободно покупать недвижимость или квартиру в Финляндии. Покупка происходит в соответствии с законодательством Финляндии, например, либо путем покупки или аренды. Иностранец может получить право собственности на имущество, включая наследование, дарение или обмен. Форма собственности

сделки регулируется законом. Торговля не осуществляется, если законы не соблюдены. (Oikeusministeriö 2013.)

Помощь агента не требуется по закону. Правила по заключению сделки так ясно, что стороны могли бы заключить торговую сделку друг с другом без агентов. Единственный свидетель, который нужен для торговли, является нотариусом, который подтверждает сделку. Обычно в сделках помогает агент недвижимости, которого часто выбирает продавец. Своего собственного агента покупатель обычно не использует. Тем не менее, также возможно, что покупатель подписывает договор с агентом. В любом случае, по закону, агент по недвижимости требуется, чтобы контролировать праведность сделки. (Oikeusministeriö 2013.)

Использование агентом оправдывается тем, что деятельность агентов контролируется государством, и это гарантирует, что сделки законные. Агент по недвижимости будет заботиться от имени продавца, чтобы в контексте торговли покупателю была представлена вся торговая документация и необходимая информация. Агент заботится о том, чтобы продавец и покупатель понимали правила сделки. Агент также заботится о торговых документах, и он помогает в случае, если есть какие-либо юридические вопросы по поводу сделки. (Oikeusministeriö 2013.) Более подробную информацию о сделках и их регуляциях можно найти на сайте финского министерства юстиции, а также Beloglazova (2010) подробно описывает юридические аспекты сделок в своей диссертации.

4.3 Иностранцы как собственники в Финляндии

Больше всего иностранных покупателей в Финляндии из России. Типичный русский клиент покупает недвижимость в форме дачи. Он ценит эстетику ландшафта и достоинство собственности, а с другой стороны, многие россияне покупают недвижимость чтобы они могли сами построить из них нечто своеобразное. (Beloglazova 2010, 43.)

Обычно, они решают заключить сделку и дают сумму сделки быстро. Они рады инвестировать в недвижимость, если это не является целью дальнейшей продажи.

Русские покупатели также оценят дополнительные услуги и их интересует, кто соседи, россияне или финны, так как в настоящее время многие из них не хотят, чтобы соседи были русскоязычными. (Beloglazova 2010, 43.) И так, как видно, что эти россияне, которые владеют недвижимостью в Финляндии, заинтересованы и в других услугах. Поэтому наша тема актуальна для того, чтобы увидеть, как финская сторона реагирует на эти потребности, и какие выгоды она получает от этих русских владельцев недвижимости.

В 2014 году россияне купили 254 объекта недвижимости в Финляндии, а другие иностранцы купили 238 объектов недвижимости. В 2015 году, россияне купили 127 объектов недвижимости в Финляндии, а остальные иностранцы купили 308 объектов недвижимости. В 2015 году, россияне совершили меньше сделок, чем в 2014 году, но наибольшее количество продаж было в 2008 году, когда россияне купили 780 объектов недвижимости в Финляндии. (Maanmittauslaitos 2016, 14.)

Снижение количества продаж связано с кризисом в Украине, что привело к падению российского рубля. Хотя в начале 2015 года казалось, что россияне не были активными в покупке недвижимости, а некоторые даже продавали свою недвижимость (Ule 2015), есть признаки того, что русский туризм, наконец, начинает постепенно возвращаться на свои позиции в Финляндии, поэтому мы можем ожидать, что количество продаж будет расти.

Россияне потратили около 19 миллионов евро на сделки с недвижимостью в Финляндии, но более важно отметить, что количество транзакций выросло после четырех лет спада. Сейчас, регионы Южного Саво и Южной Карелии являются самыми популярными, и мы, в частности, говорим о городах Иматра, Руоколахти и Савонлинна. Сейчас россияне больше всего заинтересованы в покупке старых частных домов и дешевых квартир, цена которых составляет от 15 до 50 000 евро. (Regnum 2017.)

4.4 Причины для того, почему россияне покупают дачи в Финляндии

Существует уже некоторые исследования о том, почему россияне покупают дачи из Финляндии, и особенно Peus (2013) и Hannonen (2016) более точно изучили этот вопрос. Несмотря на то, что в нашем исследовании нас интересует точка зрения финской стороны, важно знать некоторые мотивы, которые россияне испытывают при покупке дачи из Финляндии.

Есть разные причины, почему определенное взаимодействие между финнами и россиянами сложилось в последние десятилетия, и самые большие изменения произошли за последние два десятилетия. После распада СССР у россиян и финнов появилось все больше взаимодействия за счет увеличения выдачи долгосрочных и многократных въездных виз по обе стороны границы, развития как российских, так и финских языковых навыков в обеих странах, а также увеличение смешанных браков между финнами и россиянами. (Paasi 1999, 13.)

В своем исследовании Hannonen (2016, 64-65.) представляет некоторые причины, по которым россияне покупают недвижимость в Финляндии. Исследование показывает, что хорошие транспортные коммуникации, близость границы, услуги и вид на озеро являются важными факторами для большинства российских собственников в Восточной Савонии. Россияне считают, что в Финляндии есть возможность жить в безопасности в даче на берегу озера и в чистой природе. Россияне из среднего класса видят, что за границей их ждет мир, тишина и доброта.

Одна из причин того, почему россияне покупают дачи и другие объекты недвижимости в Финляндии, состоит в том, что Россия нестабильная страна, и если россияне хотят избежать этой нестабильности, они покупают недвижимость в стабильной стране. Продолжая, многие из россиян, которые покупают недвижимость в Финляндии, планируют позже жить в Финляндии. Другой причиной часто является защита капитала, чтобы их дети могли получать сбережения, а также чтобы их дети могли в один прекрасный день учиться и жить в Европе. Русские покупатели часто видят, что в России эти вопросы не обеспечены, так как существует высокий уровень коррупции. Кроме того, многие из русских покупателей также хотели бы работать и зарабатывать деньги в Финляндии не только для получения пособий, но и для создания своих собственных рабочих мест - Финляндия рассматривается как страна возможностей, где у молодого поколения есть хороший шанс осуществить их мечты. (Peus 2013, 55-56.)

5 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

5.1 Метод исследования и информанты

Цель нашей работы– выяснить значение покупки дач в Финляндии россиянами именно в области Лаппеенранта, и рассмотреть значение русских туристов для города Лаппеенранта и, если предрассудки против них существуют. Наше исследование качественное, и методом исследования является письменный опрос. Контекстуальность, интерпретация и понимание взглядов агентов являются важными для использования качественного исследования. Основой этого метода является и метод герменевтического исследования. Герменевтический метод означает изучение значений, основой которых является понимание того, что для нас естественно общаться, используя символы, особенно язык. Кроме того, утверждается, что качественное исследование связано с интерпретацией того, что реальность социально построена, поскольку существует столько версий

реальности, сколько есть людей. Одной из основных целей качественного исследования является то, что человек, занимающийся изучением, находится во взаимодействии с информантом. (Hirsijärvi, Hurme 2010, 22-23.)

Наше исследование также case study, т.е. анализ примера, так как мы изучаем регион Лаппеенранта. Case study дает нам возможность анализировать углубленно и всеобъемлюще социальное явление на примере отдельного эмпирического случая. Case study является хорошим методом для нашего исследования потому, что с помощью этого метода у нас есть возможность получить глубокую информацию о скрытых социальных отношениях между людьми. Для case study важно уникальные и социальные ситуации, и их понимание, чтобы в будущем исследователи могли сравнивать общие черты. (Шарков и др. 2003, 153.)

Использование письменного опроса дает нам возможность получить информацию о сложных вопросах, и отличительной особенностью этого метода является то, что он включает в себя относительную анонимность. (Step-by-step.ru 2015.) Этот метод дает также информанту достаточно времени на обдумывание вопросов, и таким образом информант может ознакомиться с вопросами тщательно. Этот метод является наиболее распространенным в социологии, в которой важно собирать и регистрировать информацию, мнения людей и сведения о процессах и результатах их деятельности. Этот метод частный и асимметричный случай общения, обладающий своими психологическими особенностями. Интервьюер выбирает тему и вопросы, а информант действует как объект в опросе. Таким образом, интервьюер пытается получить ответы на свои вопросы, а у информанта никакой цели нет, и он может отказаться от интервью. Исследование полученной информации является важным, так как исследователь думает исходя из научной перспективы, а информант думает по законам обыденного мышления. (Российская социологическая энциклопедия, 1999.) Положительными факторами в использовании письменного опроса можно видеть отсутствие влияния личности интервьюера, и потенциальное использование визуальных средств (Step-by-step.ru 2015).

Информантами в нашей работе были пять людей, каждый из которых является представителем более крупной организации - два информанта, работающих в крупных компаниях по недвижимости в Лаппеенранте, информант, продающий бревенчатые домики в Лаппеенранте, информант, работающий для города

Лаппеенранта, и один информант, работающий на одном из самых больших курортов в Лаппеенранте. Далее рассмотрим фоновые данные информантов (И1, И2, И3, И4, и И5).

И1 - Женщина, 54 года. Информант работает менеджером компании по недвижимости в Лаппеенранте. Она из Финляндии и имеет среднее образование.

И2 - Мужчина, 42 года. Информант работает предпринимателем в компании по недвижимости в Лаппеенранте. Он из Финляндии, и он имеет степень бакалавра в области экономики.

И3 - Мужчина, 57 лет. Информант работает директором по развитию для города Лаппеенранты. Он из Финляндии, и он магистр наук в области административной науки.

И4 - Мужчина, 67 лет. Информант работает продавцом бревенчатых домиков в Лаппеенранте. Он из Финляндии, и он имеет начальное школьное образование.

И5 - Женщина, 40 лет. Информант работает менеджером курорта в Лаппеенранте. Она из Финляндии и имеет образование в индустрии гостеприимства.

Мы провели письменный опрос на финском языке с информантами через электронную почту. Мы отправили вопросы в феврале 2018 года и получили ответы в конце марта 2018 года.

5.2 Результаты исследования

На основании анализа письменного опроса мы выделили следующие категории: 1. работа с россиянами и предрассудки, 2. влияние СМИ, русский владелец недвижимости и русский турист в реальности, и 3. услуги для русских туристов в Лаппеенранте. Рассмотрим эти категории развитие подробнее.

5.2.1 Работа с россиянами и предрассудки

В этом разделе мы рассмотрим ответы, касающиеся опроса на финском языке, т.е. на вопросы 1 и 2 (см. Приложение 1).

Согласно ответам, все наши информанты работают с россиянами. Учитывая, что наши информанты работают для различных организаций и компаний, предоставляющих различные услуги россиянам и российским туристам, мы можем получить более широкое представление о том, как наши информанты видят русских и есть ли какие-либо предрассудки о них. Мы также выяснили, как наши информанты находятся в контакте с россиянами на своих рабочих местах. Приведём примеры:

Согласно ответам информантов И1, И2, работающих в сфере бизнеса недвижимости, оба работают в крупных компаниях по недвижимости в регионе Лаппеенранты, и они признают, что в предыдущие годы россияне не покупали активно недвижимости. В настоящее время наш информант И1 имеет всего пару российских клиентов в месяц, а наш информант И2 - всего около десяти в год. Это указывает на тот факт, что мы уже заметили в предыдущей главе (См.Гл. 4.3), что россияне в настоящее время не покупают столько недвижимости, как несколько лет назад.

(1) *"Kyllä kuuluu tehtäviä, joissa toimimme venäläisten turistien, mökki- ja kiinteistöomistajien, sekä potentiaalisten kiinteistön ostajien kanssa. Lähinnä huoneistoista tai kiinteistöistä kiinnostuneille venäläisille esitellään myynnissä olevia kohteita. Vähäisessä määrin olemme myös myyneet heidän omistuksessaan paikkakunnalla olevia kohteita. Tässä markkinassa näitä yhteydenottoja ei ole kovin paljoa. Puhutaan muutamasta yhteydenotosta kuukaudessa. Lisäksi olemme vuokranneet heille huoneistoja pidempiaikaiseen oleskeluun Suomessa."*

"Да, есть задачи, в которых мы работаем с российскими туристами, и владельцами недвижимости, а также с потенциальными покупателями недвижимости. Специально для россиян, интересующихся квартирами или недвижимостью, представлена недвижимость в продаже. В

небольшой степени мы также продали их недвижимость в Лаппеенранте. На этом рынке контакты часто случаются. Мы говорим о нескольких контактах в месяц. Кроме того, мы арендовали квартиры для длительного проживания в Финляндии.” (И1, здесь и далее перевод наш, Й.П.)

(2) *”Toimimme Lappeenrannan talousalueelle välityslitteenä ja hoidamme näin ollen myös venäläisten, sekä ostajien että myyjien mökkikauppoja. Vuositasolla ostajia ja myyjä on muutamia. Arviolta luokkaa kymmenen per vuosi.”*

” Мы являемся брокерами в экономическом районе Лаппеенранты, и поэтому мы также имеем дело с русскими, как покупателями, так и продавцами недвижимости. Есть несколько покупателей и продавцов в год. Приблизительно десять в год.” (И2)

Наш ИЗ работает для города Лаппеенранта и имеет широкий круг задач, включая развитие деловых связей между городом и россиянам и проведение исследований и статистики. Как и в этом исследовании, мы особенно изучаем регион Лаппеенранта, и именно поэтому, наш информант ИЗ даёт нам хороший взгляд на то, насколько важными город видит русских туристов и покупателей недвижимости.

Из-за того, что у нашего информанта много задач, связанных с русскими туристами, включая развитие, мы увидим, что город действительно инвестирует в покупательную способность, которую приносят россияне. Таким образом, по сравнению с предыдущими ответами, полученными от наших информантов И1 и И2, которые утверждали, что россияне в настоящее время не покупают много недвижимости- всё равно, россияне приносят деньги городу. Несомненно, русские туристы играют большую роль в этом, как мы уже отметили (См. Гл. 3.4), что Лаппеенранта является одним из самых популярных мест Финляндии для россиян. Вот почему развитие услуг по-прежнему важно, хотя россияне не покупают столько недвижимости, сколько пару лет назад.

(3) *”Venäjä-liiketoiminnan ja rajakaupan edistäminen on osa työtehtäviäni, samoin Venäjä-tutkimusten sekä tilastojen tekeminen.”*

” Развитие российского бизнеса и приграничной торговли является частью моей работы, а также исследований и статистики по России.” (И3)

Наш информант И4, работающий в Южной Карелии по продаже бревенчатых дач в течение последних 11 лет, утверждает, что в период с 2007 по 2014 год он продал значительное количество дач для россиян. А, согласно информанту И1 и И2, после 2014 года российская покупательная способность снизилась в сфере недвижимости.

(4) *"Kyllä kuuluu työtehtäviä venäläisten kanssa. Olen toiminut Etelä-Karjalassa hirsitaloja myyvän yrityksen edustajana 11 vuoden ajan. Varsinkin vuosina 2007-2014 myin merkittäviä määriä hirsitaloja venäläisasiakkaille. Joukkoon mahtuu niin yksityistaloja ja huviloita, kuin myös muutama lomakylä ja yksi suurehko hirsihotelli."*

"Да, у меня были русские клиенты. Я работал в Южной Карелии последние 11 лет, представителем компании, которая продает бревенчатые дома. Особенно в период с 2007 по 2014 год я продал российским клиентам значительное количество бревенчатых домов. Есть также частные дома и виллы, а также несколько деревень для отдыха и один большой бревенчатый отель." (И4)

Согласно ответу И5, работающему на курорте в Лаппеенранте, наш информант в своей работе ежедневно контактирует с русскими туристами, руководит ими и дает инструкции, касающиеся, например, проживания. Здесь мы увидим разницу, так как наши информанты И1, И2 и И4, работающие в сфере недвижимости, считают, что российская покупательная способность в области недвижимости снизилась резко, но туристические места русские посещают ежедневно. Пожалуй, это одна из причин того, что город Лаппеенранта активно занимается исследованиями и развитием услуг для россиян, потому что, хотя они не покупают много недвижимости, все же в туристических местах ежедневно присутствуют русские посетители, и они являются важным членом их клиентской базы. Многие из этих россиян приезжают в Лаппеенранту на отдых, и наш информант И5 не уведомляет их как покупателей недвижимости.

(5) *"Venäläisturistien kanssa toimin työni puolesta päivittäin. Opastan majoittumaan tulevia turisteja ja autan heitä muutenkin työnkuvani puitteissa."*

” Каждый день я работаю с русскими туристами. Как часть своей работы я помогаю русским туристам.” (И5)

Часть работы наших информантов состоит во взаимодействии с русскими туристами и покупателями недвижимости в регионе Лаппеенранта. Одним из наших интересов в этом исследовании является также предрассудки, и существуют ли они. Хотя наше исследование не может говорить за всю Финляндию, мы можем изучить региональную ситуацию в отношении предрассудков. С помощью наших информантов мы можем видеть, что мнения немного отличаются.

Наш информант И1, работающий в компании недвижимости, не уведомляет о предрассудках в отношении россиян. Она только заявляет, что, когда они имеют дело с русскими клиентами, они обычно разбирают термины намного осторожнее, чем при работе с финскими клиентами. Возможно, это не считается предрассудком, а справедливым способом ведения бизнеса, потому что цель состоит в том, чтобы клиенты все понимали условия сделки.

(6) *” Enpä suoranaisia ennakkoluuloja venäläisiä kohtaan. Ehkä kauppaehtoja sorvataan astetta tarkemmin, että molemmat osapuolet ymmärtävät asiat.”*
” Я не видел прямых предрассудков по отношению к россиянам. Возможно, условия торговли проверяются более тщательно, чтобы обе стороны понимали условия.” (И1)

Согласно информанту И1, информант И2 также утверждает, что, когда продавец недвижимости является русским, они обязаны информировать покупателя внимательно прочитать условия. Наш информант И2 утверждает, что предрассудки по отношению к российским покупателям недвижимости происходят из предыдущих лет, когда русские активно покупали недвижимость в Финляндии. Как мы уже знаем, основываясь на ответе, полученном от нашего информанта И4, временем особой активности были 2007-2014 годы. Причина этих предрассудков заключалась в том, что русские купили много недвижимости, и многие финны подумали, что финские риелторы продали недвижимость именно россиянам, потому что россияне могли купить недвижимость с более высокими ценами (См.Гл.2.4). Однако он сообщает, что в основном он получил положительные

отзывы от людей, которые являются соседями российских владельцев недвижимости.

(7) *"En osaa sanoa mitä tulee turisteja kohtaan, mutta ennakkoluulot mökkiostajia kohtaan lähtevät varmaankin niin sanotuista hulluista vuosista liikkeelle, kun venäläisten ostomäärät olivat todella korkeita. Jotkut harvat mökin myyjät ovat suoraan ilmoittaneet, että eivät ole halukkaita myymään venäläisille, mutta useimmiten ostajan kansallisuudella ei ole merkitystä. Mökin myyjän ollessa venäläinen, on meillä työn puolesta velvollisuus kehoittaa ostajaa tutustumaan kohteeseen erityisellä huolellisuudella. Tämä johtuen siitä, että mahdollisissa virhetapauksissa korvausten saaminen voi olla hyvin hankalaa. Kiinteistönomistajan ollessa venäläinen, on naapureilta saadut kommentit pelkästään positiivisia."*

"Я не могу сказать, если говорим о российских туристах, но предрассудки о владельцах недвижимости, вероятно, начинаются с так называемых сумасшедших лет, когда россияне купили много недвижимости. Некоторые продавцы коммеджей прямо указали, что они не готовы продать русским, но чаще всего национальность покупателя не имеет значения. Когда продавец коммеджа является русским, у нас есть обязанность по работе, чтобы побудить покупателя тщательно изучить объект. Это связано с тем, что в случае ошибки получение компенсации может быть очень трудно. Когда владелец недвижимости является русским, комментарии, полученные от соседей, являются часто просто положительными"
(И2)

Согласно информанту И2, наш информант И3, работающий для города Лаппеенранта, утверждает, что предрассудки по отношению к русским покупателям недвижимости начались, когда россияне активно покупали недвижимость в Финляндии. Далее, наш информант утверждает, что тогда финны не хотели, чтобы русские были их соседями.

(8) *"Venäläismatkailijat ovat itse kertoneet, että eivät olet havainneet ennakkoluuloja. Kun 2010-2014 venäläiset hankkivat runsaasti vapaa-ajan asuntoja ja kiinteistöjä, pidettiin tätä muun muassa hintojen nousun takia kielteisenä ilmiönä. Mieluummin naapuriksi haluttiin tuolloin suomalainen."*

”Российские туристы фактически сказали, что они не заметили предрассудков. В 2010-2014 годах россияне купили много недвижимости, и это было воспринято как негативное явление, например, из-за роста цен. Следовательно, люди хотели, чтобы соседом был финский человек.”
(ИЗ)

Наш информант И4 утверждает, что он встретил предрассудки, но не так много. Далее, он дает совет, говоря, что в те времена, когда предрассудки существуют, информирование и беседа - лучший способ устранить предрассудки. Это очень важный совет, так как мы уже знаем из предыдущей главы (См.Гл.2.4), что предрассудки часто бывают очень негативными.

(9) *”Olen kohdannut, mutta hyvin pienissä määrin. Yleensä epäluulot on voitu hälventää keskustelemalla ja tiedottamalla.”*
”Да, я видел предрассудки, но не часто. Обычно информирование и дискуссия устраняют предрассудки.” (И4)

Наш информант И5, работающий на курорте в Лаппеенранте, утверждает, что предрассудки существуют. Она говорит, что люди часто думают, что русские только думают о своей выгоде. Это очень значительное заявление, так как наш информант ежедневно работает с русскими туристами, и, как мы уже знаем из предыдущих ответов, в настоящее время наш информант И5 больше поддерживает контакты с русскими, чем наши другие информанты.

(10) *”Kyllä kohtaan ennakkoluuloja venäläisiä kohtaan lähes päivittäin. Tämän taustalla on se, että venäläisten ajatellaan olevan ylimielisiä, etuileviä ja vain omaa etuaan tavoittelevia ihmisiä.”*
”Да, я вижу предрассудки против россиян почти ежедневно. Основная причина в том, что россияне считаются высокомерными, и только заинтересованы в собственных интересах.” (И5)

Согласно ответам, есть различные мнения о том, существуют ли предрассудки, но на основе ответов можно сказать, что предрассудки против россиян существуют в регионе Лаппеенранта. А, как объяснил один из наших информантов, ключом к предотвращению предрассудков является правильное информирование и беседа.

Кроме того, двое из наших информантов согласились, что предрассудки возросли, когда россияне купили много недвижимости в Финляндии несколько лет назад. Возможно, для дальнейших исследований было бы интересно изучить, существуют ли предрассудки в отношении россиян в разных частях Финляндии, и как предрассудки влияют на новости о русских в финских СМИ. Кроме того, было бы интересно исследовать больше туристических курортов по всей Финляндии, чтобы узнать, существуют ли предрассудки в других финских туристических местах или нет.

5.2.1 Влияние СМИ, русский владелец недвижимости и русский турист в реальности

В этом разделе мы рассмотрим ответы, касающиеся опроса на финском языке, т.е. ответы на вопросы 3, 4 и 5 (см. Приложение 1).

Как уже выше написано, финские СМИ писали довольно много о русских покупателях недвижимости в предыдущие годы, размышляя о причинах, по которым россияне купили недвижимость в Финляндии. Кроме того, эти новости часто имели негативные аспекты и заставляли нас задуматься о позитивных сторонах. Таким образом, мы хотели узнать больше о влиянии финских СМИ на то, как люди видят русских в регионе Лаппеенранта, с точки зрения наших информантов. Кроме того, мы хотели узнать больше о том, насколько важными наши информанты видят русских туристов для своей фирмы и города, и каково их мнение, особенно о русских туристах.

Оценки того, насколько, по мнению наших информантов, русские туристы и покупатели недвижимости важны для Лаппеенранта, немного отличаются. Особенно наши информанты, работающие в сфере недвижимости, видят, что значение россиян-покупателей не такое большое, как прежде, потому что объем сделок резко упал. Тем не менее, их важность может быть видна при рассмотрении более широкой картины, с точки зрения всего города, чем можно объяснить увеличением рабочих мест и суммой денег, которые россияне приносят в город. Приведём примеры:

Наши информанты И1 и И2, работающие в сфере недвижимости, заявляют, что россияне в настоящее время не являются важными клиентами. Как мы уже знаем, одной из самых больших причин для этого является тот факт, что с 2014 года россияне не покупали недвижимость в Финляндии так же активно, как раньше. Изменится ли эта ситуация в будущем или нет является интересным вопросом, так как мы уже ранее утверждали (См.Гл.4.3), что кажется, что в последующие годы россияне будут более активными.

(11) *"Aiemmin isompikin merkitys, mutta nyt venäläisiä on sen verran vähän liikkeellä ostoaikeissa, että he eivät näyttele kovin isoa osaa vaikkapa liikevaihtoamme tarkastellessamme."*

"Раньше русские покупатели играли большую роль, но теперь россияне не покупают много недвижимости, поэтому они не играют очень важной роли, например, когда мы смотрим на наши чистые сделки."

(И1)

(12) *"Kun tarkastelen asiaa työni näkökulmasta, niin merkitys on tällä hetkellä hyvin vähäinen."*

"Поскольку я смотрю на их важность с точки зрения моей работы, значение в настоящее время очень маленькое." (И2)

Наш информант И3, работающий для города Лаппеенранта, имеет другой подход к этому вопросу по сравнению с информантами И1 и И2. Он утверждает, что в последние годы русский туризм создал более 1000 новых рабочих мест в Лаппеенранте, и, хотя в 2016 году русский туризм приносил меньше денег для города Лаппеенранта, чем в 2016 году, доход по-прежнему значителен.

(13) *"Vuonna 2013 venäläiset kuluttivat Lappeenrannassa noin 260 miljoonaa euroa ja vuonna 2016 noin 116 miljoonaa euroa. Rajan vaikutuksesta kaupunkiin on syntynyt noin 1000 uutta työpaikkaa, mukaan lukien myös raja- ja tullin henkilöstön kasvu. Venäläiset ovat 2000-luvulla hankkineet Etelä-Karjalasta 708 asuinrakennuskiinteistöä ja 467 lomarakennuskiinteistöä."*

"В 2013 году россияне потратили около 260 миллионов евро в Лаппеенранте и около 116 миллионов в 2016 году. Из-за того, что граница близка к Лаппеенранте, создано около 1000 новых рабочих мест, включая пограничный контроль и таможеню. В 2000-х годах россияне купили 708 жилых зданий и 467 объектов недвижимости для отдыха в Южной Карелии." (И3)

И4, продающий бревенчатые дачи, согласен мнениями И2 и И3, так как он утверждает, что в течение многих лет значимость российских покупателей была велика, но покупательная способность упала после 2014 года. Кроме того, наш информант заявляет, что после в 2014 году покупки не выросли. Он подчеркивает негативное влияние кризиса в Украине в 2014 году.

(14) ”Merkitys oli suuri usean vuoden ajan. Venäläisten halukkuus investoida loppui mielestäni vuonna 2014. Tähän oli syynä Krimin kriisi, ja tuon jälkeen halukkuus investoida ei ole palannut enää ennalleen.”

”Значение было большим в течение многих лет. Готовность русских к инвестициям подошла к концу, по моему мнению, в 2014 году. Это было из-за кризиса в Крыму, и с тех пор готовность инвестировать не вернулась в свое первоначальное состояние.” (И4)

Наш информант И5, работающий на туристическом курорте в Лаптеенранте, имеет чуть иное мнение. Она заявляет, что для компании, в которой она работает, русские туристы являются важной клиентской группой. Из-за этого, мы можем еще раз подтвердить, что, хотя россияне не покупают много недвижимости в регионе Лаптеенранта, русские туристы все еще активно посещают Лаптеенранту. В будущем будет интересно узнать, распространяется ли эта ситуация на рынки недвижимости.

(15) ”Venäläisturismin merkitys on mielestäni Lappeenrannalle erittäin suuri. Erityisesti tässä näkökulmana tietysti venäläisturismin merkitys matkailualan yrityksen näkökulmasta.”

”На мой взгляд, значение российского туризма для Лаптеенранты очень велико. Особенно в этом случае, конечно, важность российского туризма с точки зрения индустрии туризма.” (И5)

Мы также задали вопрос нашим информантам, в связи с новостями в финских СМИ о русских покупателях недвижимости в Финляндии. Мы хотели знать, слышали ли наши информанты эти новости, и, создали ли эти новости дискуссию.

Наш информант И1, работающий в сфере недвижимости, подтверждает, что она и читала, и слышала в СМИ о дискуссиях, касающихся русских покупателей недвижимости в Финляндии. Тем не менее, она подчеркивает, что, по ее мнению, россияне интересуются чистой природой и безопасной средой, которые предлагает Финляндия. Так что, её заявление подтверждает то, что было написано в предыдущей главе (см.гл.4.4). Она также заявляет, что поскольку у нее были русские соседи, она заметила, что они дружелюбны, и конечно это положительно повлияло на ее мнение о русских.

(16) *”Keskusteluja olen toki kuullut ja sekä lukenut lehdistä asiasta. Itse uskon, että venäläiset ovat kiinnostuneita Suomen puhtaasta luonnosta ja turvallisesta ympäristöstä. Maaseututalomme lähinaapuri on venäläinen ja noin kymmenen vuoden naapurisuuden perusteella voin sanoa, että he ovat perhekeskeistä ja rauhallista naapurustoa.”*

”Конечно, я слышал дискуссии и читал новости в прессе о российских покупателях недвижимости. Я лично считаю, что русские заинтересованы в чистой природе Финляндии и в безопасной среде. Ближайший сосед к нашему сельскому гранту - русский, и по соседству около десяти лет я могу сказать, что они ориентированы на семью и мирные соседи.” (И1)

На вопрос, читал или слышал ли наш информант И2 о дискуссиях, касающихся российских покупателей недвижимости в Финляндии, наш информант заявляет, что их компания имеет только русских клиентов, которые купили недвижимость для собственного пользования. Как мы уже говорили в предыдущей главе (см.гл.2.3), финские СМИ часто писали, что, россияне купили такие объекты недвижимости, которые расположены в стратегически важных местах, например, с военной точки зрения. Так что, наш информант утверждает, что с точки зрения их компании россияне не покупают недвижимость в регионе Лаппеенранта для какой-либо другой цели, кроме как для досуга или проживания. По его мнению, СМИ не оказали влияния.

(17) *”Kiinteistökauppojen tarkoituksena tarkastellessa meillä on ollut ainoastaan omaan käyttöön ostavia venäläisiä.”*

” Рассматривая цель сделок с недвижимостью, [можно заметить, что] у нас есть только русские, которые покупают для собственного использования.” (И2)

Наш информант И3, работающий для города Лаппеенранта, также заявляет то же, что и наш информант И2. Он утверждает, что активная дискуссия в регионе Лаппеенранта не существовала, так же как в других местах, где россияне купили недвижимость вблизи стратегически важного места. Таким образом, это подтверждает также то, что ранее сообщал наш информант И2, что, с геополитической точки зрения, в Лаппеенранте не было много дискуссий о российских покупателях недвижимости.

(18) ”Lappeenrannassa keskustelu ei ole ollut yhtä aktiivista kuin niissä kohteissa, joissa kiinteistöjä on ostettu läheltä sotilaallisia tai strategisia kohteita.”

”В Лаппеенранте разговор не был таким активным, как в тех местах, где недвижимость была приобретена вблизи военных или стратегически важных мест” (И3)

И4 согласен мнениями И2 и И3, поскольку он говорит, что он не слышал о дискуссии, касающейся русских покупателей недвижимости в Финляндии. По его мнению, не было никакого удивления, почему россияне покупают недвижимость в регионе Южной Карелии, где его компания работает.

(19) ”Oman työni näkökulmasta en ole törmännyt Lappeenrannan alueella tarkoitukseen epäreleviin keskusteluihin.”

”С моей рабочей точки зрения, я не встречал дискуссий о том почему россияне купит недвижимость в районе Лаппеенранта.” (И4)

Наш информант И5, работающий на туристическом курорте в Лаппеенранте, также заявляет, что она не слышала обсуждения, касающегося русских покупателей недвижимости. Тем не менее, она добавляет, что, когда открылся туристический курорт, на котором она работает, начинался разговор о том, создан ли курорт только для россиян. Она также заявляет, что отчасти эта дискуссия продолжается. Таким образом, хотя в регионе Лаппеенранты, по-видимому, очень мало обсуждается вопрос о российских покупателях недвижимости и их целях покупки,

мы выяснили, что один из крупнейших туристических курортов имеет проблемы с информированием финских людей о том, что курорт создан не только для россиян. Это подтверждает, что в регионе существуют какие-то подозрения, которые дают будущим исследованиям некоторые интересные вопросы для изучения. Например, влияет ли это на количество финских клиентов, если на курорте много иностранных клиентов.

(20) *"En ole törmännyt työssäni venäläisten mökkikauppoja koskevaan keskusteluun. Toisaalta, matkailualan yritystämme avattaessa, ja osittain edelleenkin, spekuloiitiin paljon sitä, että kohde on suunniteltu ja tehty vain ja ainoastaan venäläisiä varten. Alkuun oli ehkä haastavaakin saada paikkakunnan asiakkaille tieto, että kohde on suunnattu täysin kaikille, ei vaan tietyn maan kansalaisille."*

"Я не очень встречалась дискуссии о том, почему россияне покупают недвижимость. С другой стороны, когда мы открыли наш туристический бизнес, и отчасти все еще, люди много размышляли о том, что мы создали это место только для россиян. Было даже непросто информировать клиентов в сообществе, что наш курорт построен для всех, независимо от того, из какой они страны." (И5)

Во втором пункте нашего опроса мы уже спрашивали о предрассудках в отношении россиян и о том, видели ли наши информанты или слышали о предрассудки в отношении россиян. Предрассудки часто бывают негативными, и, как мы уже знаем, финские СМИ также часто имели негативный тон при написании текстов о русских. Поэтому, мы спросили наших информантов, как они видят русских покупателей недвижимости, туристов и русских в целом.

Наш информант И1, работающий в сфере недвижимости, утверждает, что, по её мнению, россияне являются спокойными и социальными. Она также признает ту великую роль, которую играет российский туризм для всей Лаппеенранты. Значение русского туризма уже упоминалось в предыдущих главах (см.гл.3.4).

(21) *"Maksukykyinen, hyvä asiakaspotentiaali lisänä kotimaisille asiakkaillemme. Oman kokemuksen mukaan rauhalliset ja yhteistyökykyiset naapurit. Venäläisturismilla on valtava merkitys koko tälle talousalueelle myös"*

välillisesti työpaikkojen säilymisen ja lisääntymisen kannalta. Onhan tämä myös rikkaus kulttuurinvaihdon kannalta.”

”Большой инвестиционный потенциал, хороший клиентский потенциал в дополнение к нашим внутренним клиентам. По моему собственному опыту, мирные и социальные соседи. Российский туризм имеет огромное значение для всей этой экономической области, также косвенно, для выживания и роста рабочих мест. Культурный обмен также богат.” (И1)

Наш информант И2, работающий в сфере недвижимости, утверждает, что предрассудки не играют никакой роли в их компании, и поэтому каждый клиент независимо от того, из какой страны, получает равный сервис. Таким образом, российский клиент так же важен, как, например, финский клиент, и их компания считает их одинаково важными.

(22) ”Meille ennakkoluuloilla ja muilla siihen liittyvillä seikoilla ei ole merkitystä. Tämä sen vuoksi, että meille jokainen asiakas on saman arvoinen.”

”Для нас предрассудки и другие связанные с этим факторы не имеют значения. Это потому, что каждый клиент для нас одинаковый.” (И2)

Информант И3, работающий для города Лаппеенранты, утверждает, что российский туризм создает новые рабочие места и большие доходы для города. Кроме того, он напоминает, что услуги и условия в городе очень хорошо созданы для своих граждан, благодаря российскому туризму. Таким образом, город Лаппеенранта действительно ценит важность российского туризма.

(23) ”Positiivisina tekijöinä voi nostaa erityisesti matkailutulot ja työllisyysvaikutukset. Venäläisasiakkaiden johdosta myös palvelut omilla asukkaillamme ovat monipuolisemmat kuin muissa 70 000 asukkaan kaupungeissa.”

”Позитивные факторы, в частности, связаны с увеличением туризма и рабочих мест. В результате российских клиентов услуги наших собственных жителей более универсальны, чем в других городах с населением 70 000 человек.” (И3)

Наш информант И4, продавец бревенчатых дач, признает не только выгодную деловую сторону россиян, но и подчеркивает, что с годами он получил много друзей при ведении бизнеса с русскими. По его мнению, и с опытом более 40 лет, он утверждает, что в основном у него есть только положительное, чтобы сказать о русских.

(24) *"Olen tehnyt venäläisten kanssa kauppaa vuodesta 1975 alkaen ja kokemukseni ovat pääosin positiivisia. Kaupankäynti on hyvin henkilösidonnaista ja asiakkaiden ja yhteistyökumppanien joukosta on löytynyt myös useita ystävyysuhteita."*

"Я занимаюсь торговлей с россиянами с 1975 года, и, по собственному опыту, и можно сказать, что в основном, у меня есть только положительные впечатления. Коммерческий бизнес зависит всегда от человека. На протяжении многих лет я нашел много друзей, благодаря клиентам и деловым партнерам." (И4)

Наш информант И5, работающий на туристическом курорте в Лаппеенранте, также подтверждает то же, что и наши информанты И1 и И3, поскольку она заявляет, что с точки зрения ее компании и для города, русский туризм имеет большое значение. Особенно она подчеркивает количество рабочих мест и доходов, которые создает российский туризм.

(25) *"Matkailualan yrityksenä venäläisten merkitys on meille suuri. Alueellemme on syntynyt myös monia työpaikkoja, joten positiivisina tekijöinä voi nostaa erityisesti matkailutulot ja työpaikat."*

"Как для компании в сфере туризма, для нас роль россиян важна. Многие рабочие места были созданы в нашей области из-за россиян, поэтому особенно положительными факторами являются рост туризма и рабочих мест." (И5)

Если посмотрим выводы, основанные на ответах, полученных нами от наших информантов, можно сказать, что в настоящее время в сфере недвижимости российские покупатели не играют большой роли. Покупательная способность снизилась с 2014 года и с тех пор не выросла. Тем не менее, город Лаппеенранта и один из крупнейших туристических курортов региона признают значимость российского туризма как отличного дохода и создателя рабочих мест. Кроме того,

из-за российского туризма город также имеет лучшие услуги, чем другие города с тем же населением.

С точки зрения бизнеса недвижимости, кажется, что нет никаких предположений относительно причин, по которым россияне покупают недвижимость в Лаппеенранте. Это связано с тем, что у Лаппеенранты нет таких стратегически важных мест, о которых написано в новостях финских СМИ (см.гл.2.1), имеющих более значительную стратегическую ценность. Тем не менее, один из крупнейших туристических курортов утверждает, что финские клиенты считают, что курорт только для российских клиентов. Таким образом, некоторые подозрения против россиян существуют в Лаппеенранте, хотя и не в сфере недвижимости.

У наших информантов нет ничего негативного, чтобы сказать о россиянах. Наши информанты считают, что россиян дружелюбные и социальные люди. Они также считают, что российский туризм играет большую роль в Лаппеенранте, именно с точки зрения доходов и рабочих мест.

5.2.1 Услуги для русских туристов в Лаппеенранте

В этом разделе мы рассмотрим ответы, касающиеся опроса на финском языке, т.е. на вопросы 6, 7 и 8 (см. Приложение 1).

В этом разделе мы хотели узнать, планировали бы наши информанты службы для русских покупателей недвижимости и русских туристов. Кроме того, мы хотели узнать, насколько важными наши информанты считают этих россиян в настоящий момент для своего бизнеса и для Лаппеенранта. Кроме того, мы задали вопрос о том, какими наши информанты считают текущие услуги для россиян, и надо ли в будущем развивать услуги для них.

Наши информанты, работающие в сфере недвижимости, не имели большого количества проектов, в которых они планируют услуги для россиян. Как мы уже знаем, после 2014 года россияне не покупают в Финляндии активно недвижимость, и, возможно, это одна из причин того, почему секция недвижимости не видит их в качестве основной клиентской базы на данный момент. Кроме того, один из наших

информантов, который работает в сфере недвижимости, указывает, что у них нет службы на русском языке. Таким образом, если россияне снова в будущем станут активными в сфере недвижимости, возможно, существует потребность в предоставлении услуг на русском языке. Именно с точки зрения курорта, российские туристы активно посещают Лаппеенранту. Поэтому, город должен также развивать услуги как для русских, так и для других туристов. Приведём примеры:

Наш информант И1 и И2, работающие в сфере недвижимости, утверждают, что они планировали услуги для россиян только с точки зрения своего бизнеса. Далее, и финны, и россияне получают ту же услугу, но в данный момент, услуга недоступна на русском языке. Если россияне ещё в будущем начнут более активно покупать недвижимость в Финляндии, то, возможно, спрос на услугу в этой области также повысится.

(26) *"Eipä ole muutoin kuulunut palveluiden kehittämistä venäläisille muutoin kuin kiinteistökauppojen osalta. Venäläisille ostajille meillä on samanlaiset palvelut tarjolla kuin kotimaisillekin sillä erotuksella, että kielitaitoa ei vielä löydy venäjäksi."*

"Не планировали никаких других услуг, чем для сделок с недвижимостью. Для российских клиентов у нас есть те же услуги, что и для финских клиентов, однако мы пока не можем предоставить услугу на русском языке." (И1)

(27) *"Meillä ei ole ollut palveluiden suunnittelua tai kehittämistä venäläisille. Tarjoamme samat palvelut niin suomalaisille kuin muillekin asiakkaille."*

"У нас не было проектов по планированию услуг для россиян. Мы предоставляем ту же услугу для всех." (И2)

Наш информант И3, работающий для города Лаппеенранта, утверждает, что город очень активно занимается планированием и развитием услуг для русских туристов. Открываются новые магазины, и маркетинг сделан таким образом, что он лучше подходит русским клиентам. Он также утверждает, что большие инвестиции были сделаны в одном из туристических мест региона. Таким образом, город

Лаппеенранта, по-видимому, принимает во внимание важность российских туристов при рассмотрении будущего города.

(28) *"Kaupunki on tietoisesti lisännyt palveluiden ja tarjonnan kehittämistä yhdessä yritysten kanssa pyrkimyksenä edistää venäläismatkailijoille suunnattua palvelutarjontaa. Sen johdosta on lisätty venäjänkielistä markkinointia ja viestintää. Lisäksi, kehittämisen seurauksena on kaavoitettu lisää kaupan tiloja sekä keskustaan, että Nuijamaalle menevien liikenneväylien varteen. Rauhan matkailualueen investoinnit ovat olleet vuodesta 2009 alkaen noin 250 miljoonaa euroa. Yhdellä alueen suurimmista matkailualan yrityksistä eli Holiday Club Saimaalla 25-30 prosenttia asiakkaista on venäläisiä."*

"Город с компаниями систематически планировали услуги для россиян, потому что мы хотим улучшить услуги, предоставляемые российским туристам. Из-за этого, повысился маркетинг и информирование российских клиентов. Кроме того, развитие сервиса привело к тому, что новые рыночные площади были расположены как в центре, так и вблизи дорог, ведущих к Нуйямаа. В туристическом регионе Рауха, эти инвестиции составили около 250 миллионов евро, начиная с 2009 года. На одном из крупнейших туристических курортов, называемый Holiday Club Saimaa, есть много клиентов из России, потому что 25-30 процентов его клиентов россияне." (ИЗ)

Наш информант И4 заявляет, что он принимал участие в планировании маркетинговых стратегий для отелей и курортов, принадлежащих россиянам. Однако наш информант говорит, что, хотя он старался быть активным, его идеи не были приняты.

(29) *"Olen jossain määrin osallistunut venäläisomisteisten lomakyläiden ja hotellien markkinointisuunnitteluun, mutta markkinointi-ideani joita olen tarjonnut venäläisille ovat yleensä jääneet käyttämättä."*

"В какой-то степени я участвовал в маркетинговом планировании курортов и отелей, принадлежащих россиянам, но мои маркетинговые идеи не были одобрены." (И4)

Наш информант И5, работающий на туристическом курорте в Лаппеенранте, заявляет, что у них есть специальное агентство в Санкт-Петербурге. Их задача - предложить и улучшить услуги для русских туристов, которые планируют посетить Лаппеенранту. Они имеют широкий спектр задач планирования, ориентированных на разные праздничные сезоны.

(30) *"Meillä on Pietarissa oma myyntitoimisto, joka osaltaan kehittää palveluita ja tarjontaa venäläisille turisteille. Etenkin pidempien lomien aikaan kuten vuodenvaihteena, ohjelmaa suunnitellaan venäläisille turisteille. Tämä ohjelma sisältää muun muassa uudenvuoden gaalan, ostosretkiä, ja ulkoaktiviteetteja."*

"У нас есть специальное маркетинговое агентство в Санкт-Петербурге, которое создает услуги для российских туристов. Особенно во время более длительных каникул, таких как Новый год, мы планируем специальные программы для российских туристов. Эти программы состоят из новогодних гала, торговых поездок и активного отдыха." (И5)

После того, как мы спросили наших информантов о том, планировали ли они сами, или слышали о планах развития услуг для россиян, мы хотели знать собственное мнение о том, следует ли улучшать будущие услуги для россиян.

Наши информанты И1 и И2, работающие в сфере недвижимости, утверждают, что интересы россиян-покупателей приняты во внимание. Но с коммерческой точки зрения нет необходимости планировать или развивать услуги для российских покупателей, потому что спрос недостаточно высок. Конечно, ситуация будет иной, если россияне будут более активны в покупке недвижимости.

(31) *"Minusta heidät on kyllä varsin hyvin huomioitu jo tällä hetkellä. Oman alan eli kiinteistönvälityspuolen osalta venäjänkielentaitoinen välittäjä olisi tarpeen, mikäli venäläisiä asiakkaita olisi enemmän liikkeellä. Nyt on pärjätty tulkkia käyttämällä."*

"Я думаю, что в настоящее время они очень хорошо приняты во внимание. С моей точки зрения, бизнес-брокер, владеющий русским языком, был бы необходим, если бы россияне покупало больше. Сейчас мы используем переводчиком." (И1)

(32) *"Meidän yrityksemme näkemyksen mukaan ei tarvitsisi kehittää erityisesti palveluita heitä varten, sillä tarjonnassamme on sama palvelu kaikille. Tämä*

selitty myös sillä, että venäläiset eivät näyttele isoa osaa yrityksemme myynnistä tällä hetkellä”

”С точки зрения нашего бизнеса, существует не необходимости в специальном планировании услуги специально для россиян, потому что мы предоставляем ту же услугу для всех. Это также объясняется тем, что россияне не играют большой роли, когда смотрим на наши сделки на данный момент.” (И2)

Наш информант И3, работающий для города Лаппеенранта, считает, что существует потребность планировать и улучшить услуги для россиян. Таким образом, хотя в сфере недвижимости нет планов развивать услуг для русских покупателей на данный момент, город Лаппеенранта активно пытается улучшить услуги, поскольку город должен учитывать большое количество русских туристов, которые приезжают в Лаппеенранту каждый раз год.

(33) ”Kyllä pitää ja myöskin kehitämme jatkuvasti palveluita heitä varten. Panostus heihin näkyekin jo nykyisissä palveluissa ja tulevissa joita jatkuvasti on kehitteillä.”

” Услуги должны быть активно улучшены для россиян, как мы уже сделали. Развитие услуг для россиян в нашей области уже можно увидеть в текущих услугах и текущих проектах, которые направлены на предоставление большего количества услуг в будущем.” (И3)

И4 согласен с мнением И1 и утверждает, что, по его мнению, уже существует широкий спектр услуг для россиян в Лаппеенранте. Он признает, что в Южной Карелии много людей, говорящих по-русски, и из-за этого в каждом магазине можно получить услугу на русском языке. Он добавляет, что в отделе разработки услуг требуется более квалифицированный персонал.

(34) ”Mielestäni palveluita venäläisille on laajalti tarjolla. Siinä edesauttaa suuri Etelä-Karjalassa asuva venäjänkielisten määrä. Kaikissa vähittäiskaupoissa saa palvelua venäjäksi. Palveluiden rakentamisen saralla joukkoon tarvittaisiin myös laajempaa ammattitaitoa, sillä tällä hetkellä monella ainoana ammattitaitona on siellä kielen hallinta.”

”На мой взгляд, для россиян есть много услуг. Важную роль в этом играет тот факт, что в Южной Карелии много людей, говорящих по-

русски. В розничных магазинах услуги также предоставляются на русском языке. В разделе развития услуг, у людей, работающих там, должен быть более широкий набор способностей, потому что теперь многие там только знают язык, но не имеют других способностей.”
(И4)

И5 согласен мнениями И1 и И3, и утверждает, что уже много сделано для развития услуг, потому что в городе можно получить услугу на русском языке, например, в банках и в агентствах. Она добавляет, что в городе и на курорте есть руководство на русском языке.

(35) ”Varmasti paljon on jo kehitettykin, sillä tarvittaessa palvelua on mahdollista saada venäjäksi esimerkiksi pankeissa ja virastoissa. Tämän lisäksi, ohjeistukset on ainakin osittain tehty venäjäksi.”
”Уже сделано много улучшений, потому что теперь банки и офисы предоставляют услуги на русском языке. Кроме того, инструкции, по крайней мере, частично на русском языке.” (И5)

Наконец, мы хотели спросить у наших информантов, насколько важными они видят русских туристов и покупателей недвижимости для своей компании и для Лаппеенранты при взгляде на будущее. Наши информанты, работающие в сфере недвижимости, не уверены, будет ли спрос расти в будущем, но, с другой стороны, наши информанты, которые работают для города и для туристического курорта, видят спрос с другой точки зрения, потому что русские туристы активно посещают Лаппеенранту.

Наши информанты И1 и И2, работающие в сфере недвижимости, утверждают, что для их бизнеса россияне не являются значительной клиентской базой. Однако наш информант И1 заявляет, что, когда рынки станут более активными, россияне будут играть более значительную роль. Далее, наш информант И1 также утверждает, что россияне хорошо знают бизнес недвижимости в Финляндии, хотя раньше их рассматривали как людей, которые покупают недвижимость по любой цене.

(36) ”Tällä hetkellä merkitys ei ole suuri, mutta markkinoiden vilkastuessa osuus varmasti kasvaa koko ajan. Mielestäni he edelleen ovat potentiaalisia ostajia varsinkin hinnakkaammille kohteille. He ovat myös kovin hintatietoisia ja tuntevat hyvin suomalaisen asuntokaupan tilanteen. Ehkä aiemmin heidät

nähtiin ostavan hinnalla kuin hinnalla, mutta enää emme ole siinä tilanteessa.”

”Сейчас россияне не играют значимой роли, но, когда рынки начнут расти, значение российских клиентов, несомненно, возрастет. На мой взгляд, они по-прежнему являются потенциальными покупателями, особенно когда мы говорим о недорогих объектах недвижимости. Они также очень хорошо осведомлены о ценах и хорошо знают состояние финского бизнеса в сфере недвижимости. Может быть, прежде их видели, как людей, покупающих за любую сумму, но теперь это изменилось.” (И1)

(37) *”Yhtiömme näkökulmasta venäläisillä ostajilla on hyvin marginaalinen osuus meidän toiminnassamme.”*

”С точки зрения наших компаний россияне в настоящее время не играют большой роли.” (И2)

Несмотря на то, что российские туристы посещали Лаппеенранту меньше в 2016 году, чем в 2013 году, Лаппеенранта по-прежнему является городом, который привлекает значительное количество туристов из России. Наш информант И3 утверждает, что город ожидает, что число посетителей в 2025-2030 годах превысит число его посетителей. Далее, город привлекает много русских студентов, и одно из основных требований на данный момент относится к услугам здравоохранения. Спрос на различные услуги возрастает по мере роста числа русских туристов.

(38) *”Lappeenrannassa vieraili vuonna 2013 noin 1,6 miljoonaa venäläistä ja vuonna 2016 noin 1,2 miljoonaa venäläistä. Uskon, että vuosina 2025-2030 määrä on noin 4 miljoonaa venäläistä tai enemmän vuosittain. Myös yritystason yhteistyö on paljon vilkkaampaa. Jo tällä hetkellä venäläiset ovat suurin ulkomaalaisopiskelijoiden ryhmä Lappeenrannan teknillisessä yliopistossa. Myöskin terveystalveluiden kysyntä kasvaa jatkuvasti.”*

”В 2013 году около 1,6 миллиона россиян посетили Лаппеенранту, а в 2016 году, около 1,2 миллиона россиян посетили Лаппеенранту. Я считаю, что в период с 2025 по 2030 год эта сумма будет составлять около 4 миллионов россиян или более в год. Кроме того, сотрудничество между компаниями на уровне бизнеса очень активно. Даже в этот самый момент русские студенты составляют самую большую группу иностранных студентов в техническом университете Лаппеенранты. Также, спрос на услуги здравоохранения постоянно растет.” (И3)

Наш информант И4 описывает, что русских инвесторов трудно просчитать. Далее, он больше не видит русских покупателей как значительную клиентскую базу, и, по его мнению, эта ситуация не изменится в ближайшем будущем. Однако, по его мнению, с точки зрения туристической индустрии русские туристы очень важны, и в этом разделе много места для улучшений.

(39) *"Venäläissijoittaja on hyvin lyhytjännitteinen ja ailahteleva. En pidä venäläisiä asiakasryhmänä enää mitenkään tärkeänä, enkä näe, että lähitulevaisuudessa olisi aihetta sille, että menneisiin hyviin vuosiin olisi palaamista. Tietysti turistipalveluiden saralla on varmasti parannettavaa ja kehitettävää, mutta myöskään noihin ostosparatiiseihin ei kannata hyvin paljoa satsata pelkästään venäläisiä ajatellen."*

"Русский инвестор очень близорукий и капризный. Сейчас я не считаю россиян важными клиентами, и я не вижу, что это будет меняться в будущем. Конечно, в разделе туристических услуг есть много задач чтобы улучшить и развивать их, но также, я не считаю это разумным, если мы инвестируем в эти большие магазины, учитывая только российских клиентов." (И4)

Наш информант И5, работающий в индустрии туризма для туристического курорта, утверждает, что русские туристы жизненно важны для его бизнеса. Кроме того, россияне составляют более 30 процентов клиентской базы его курорта.

(40) *"Tämän hetken ja tulevaisuuden kannalta venäläisturistit ovat hyvä lisä jo tämän hetkisiin asiakkaisiin."*

"В настоящее время, и в будущем, российские туристы являются отличным дополнением к нашим нынешним клиентам." (И5)

Рассматривая выводы, мы можем сказать, что в сфере недвижимости не было много сервисного планирования для русских покупателей. Это происходит просто из-за того, что россияне не покупают так активно, как в предыдущие годы, чтобы сделать планирование обслуживания важным. Наши информанты признают, что, если ситуация изменится, тогда, вероятно, необходимо развивать услуги также для русских покупателей. В бизнесе недвижимости информанты очень сомневаются в

том, будут ли русские покупатели активными в будущем. Специально информант И3, работающий для города Лаппеенранта, и информант И5, работающий для туристического курорта, признают важность русских туристов, поскольку они приносят много денег городу и создают новые рабочие места. А также все остальные информанты признают важность русских туристов. В этом разделе все информанты считают планирование услуг важным фактором. Город, а также туристический курорт постоянно планируют услуги, потому что они должны предоставлять качественные услуги для большого количества русских туристов. Наши информанты заявляют, что в городе уже есть хорошие услуги для русских туристов, так как во многих местах можно получить услугу и на русском языке. Тем не менее, город постоянно стремится к дальнейшему развитию услуг, чтобы сделать Лаппеенранту еще более привлекательной. Привлекательность Лаппеенранты можно увидеть, например, в том, что в техническом университете Лаппеенранты больше русских студентов, чем других иностранных студентов.

Таким образом, мы можем утверждать, что развитие услуг для россиян с точки зрения города и бизнеса недвижимости зависит от спроса. Поскольку бизнес в сфере недвижимости неактивен, нет необходимости вкладывать деньги в разработку сервисов, однако городу и его туристическим курортам по-прежнему необходимо развивать услуги, поскольку спрос существует, хотя и не в секторе недвижимости.

6 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной дипломной работе нашей темой была покупки дач в Финляндии россиянами с точки зрения финской стороны. В наше дипломной работе использовался качественный подход. Методом исследования был письменный опрос, и мы тоже использовали элементы case study, т.е. анализа примера. Информантами в нашей дипломной работе были пять людей, каждый из которых является представителем более крупной организации - двое информантов, работающих в крупных компаниях по недвижимости в Лаппеенранте, информант, работающий для города Лаппеенранта, информант, продающий бревенчатые дачи в Лаппеенранте, и информант, работающий на одном из самых больших курортов в Лаппеенранте. Наши три исследовательские вопросы в данной работе были:

1. Существуют ли предрассудки в Лаппеенранте, касающиеся русских туристов и покупателей недвижимости?
2. Какое значение есть у русских покупателей недвижимости и туристов для Лаппеенранты на данный момент?
3. Планируются ли в Лаппеенранте развивать услуги для российских туристов и покупателей недвижимости в будущем?

Говоря о предрассудках, наши информанты имели несколько разные мнения. Некоторые из информантов, работающих в сфере недвижимости, читали или слышали о предрассудках по отношению к россиянам, но очень редко. Наши информанты, работающие в сфере недвижимости, заявляют, что финские СМИ не оказали существенного влияния на дискуссию в Лаппеенранте, поскольку люди не подозревают о причинах, по которым россияне покупают недвижимость в Лаппеенранте. К этому, одной из самых больших причин является то, что в Лаппеенранте не так много стратегически важных мест. Кроме того, наши информанты, работающие в сфере недвижимости, и для города Лаппеенранты заявили, что предрассудки родились в те годы, когда россияне активно покупали недвижимость в Финляндии. Это привело к тому, что многие финны считали, что цены на недвижимость выросли из-за россиян, потому что финны хотели продать недвижимость для россиян, чтобы получить более высокую цену. Наш информант, работающий на туристическом курорте, заявил, что ежедневно встречает предрассудки по отношению к русским, так как, например, многие финны думают, что русские интересуются только сами собой и не заботятся о других. Таким образом, мы выяснили, что в бизнесе недвижимости в Лаппеенранте не так много предрассудков по отношению к россиянам, но в индустрии туризма в Лаппеенранте явно существуют предрассудки в отношении россиян.

Рассматривая значение русских туристов и покупателей недвижимости для Лаппеенранты на данный момент мы можем утверждать, что русский туризм имеет важное значение для города Лаппеенранты и для его туристических курортов. Хотя русские туристы посетили Лаппеенранту меньше в 2016 году, чем в 2013 году, количество посетителей и доходы по-прежнему значительны для города. Однако в бизнесе недвижимости, после кризиса в Украине в 2014 году, россияне больше не были активны. Наши информанты, работающие в сфере недвижимости, заметили, что русские покупатели менее активны, и все заявили, что причиной этого был кризис. Таким образом, значение русских покупателей недвижимости в финском бизнесе недвижимости в Лаппеенранте в настоящее время очень невелико.

На вопрос, планируется ли в Лаппеенранте развивать услуги для российских туристов и покупателей недвижимости в будущем, мы получили информацию, что город рассчитывает удвоить количество русских туристов в ближайшие 10-15 лет, и постоянно с туристическими курортами развиваются услуги для россиян. Однако для бизнеса недвижимости ситуация совсем иная. Наши информанты заявили, что

русские покупатели не активны, и поэтому их компании не развивают услуги для русских покупателей недвижимости. Кроме того, наши информанты, работающие в сфере недвижимости, высказывали неопределенность и очень сомневались в русских покупателях недвижимости с точки зрения будущего. Один из наших информантов считал, что рынки, вероятно, станут более активными, а затем снова нужно развивать услуги для русских покупателей, но два утверждали, что русские покупатели не будут играть значимой роли в будущем и планирование услуг для русских покупателей бесполезно.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Шарков Ф.И., Родионов А.А. 2003. *Социология массовой коммуникации*. Москва: Дашков и Ко
- Angersaari, I. 2008. *Ennakkoluulot, syrjintä, ja rasismi*. Kuopio: Itä-Suomen yliopisto.
- Beloglazova, E., 2010. *Kiinteistökauppa Suomessa ja Venäjällä (Ulkomaalaisen ostajan näkökulmasta)*. Lappeenranta: Saimaan ammattikorkeakoulu.
- Borg P., Jauhiainen H., Suvilehto K. 1997. *Suomi venäläisten matkakohteena: raportti Pietarissa tehdyn kyselyn tuloksista*. Savonlinna: Matkailun osaamiskeskus.
- Gröhn, E., Moisala, T. 2012. *Kyselyn venäläisille matkailijoille Niiralassa*. Joensuu: Pohjois-Karjalan maakuntaliitto.
- Hannonen, O. 2016. *Venäläisten kiinteistöomistus Suomessa on monisyisempi ilmiö kuin julkinen keskustelu antaa ymmärtää*: Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Harle, V., Moisio, S., 2003. *Muuttuva geopolitiikka*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi S., Hurme H. 2010. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press
- Jussila, O., Hentilä, S., Nevakivi, J. 1998. *Političeskaâ istoriâ Finlândii 1809-1995*. Moskva: Ves' mir, 1998.
- Juvonen, E., 2013. *Rappiota rajan takaa. Turismi Neuvostoliiton ja Suomen välillä 1956-1991*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Kasso, M., 2010. *Kiinteistön kauppa ja omistaminen*. Helsinki: Talentum.
- Kinnunen, T., Kivimäki, V., 2012. *Finland in World War II: history, memory, interpretations*. Leiden: Brill NV. 2012
- Kolbe, L., Pronina, G. 2009. *Portret Finlândii: prošloe i nastoâšee*. Helsinki: Otava.

- Kuutti-Seleznyova, K. 2001. *Venäläiset matkailijat Savonlinnan seudulla: haastattelututkimuksen tulokset*. Savonlinna: Itä-Suomen Matkailun Kehitys Oy.
- Luukkanen, L., Grönroos, S., 2014. *Venäjä: uhka vai mahdollisuus? Avointa keskustelua Suomen Venäjä-suhteesta*. Tampere: Tammerprint Oy.
- Malankin M., 2012. *Venäläiset matkailun asiakkaina*. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.
- Matrosova, I, 2010. *Ennakkoluulot suomalaisten ja venäläisten välillä*. Lappeenranta: Saimaan ammattikorkeakoulu.
- Pasanen, K., Pesonen, J. 2016. *Venäläiset matkailijat Suomessa. Potentiaaliset asiakkaat Saimaan alueelle*. Joensuu: Itä-Suomen yliopisto.
- Peus, O. 2013. *Pričiny pokupki fïnskoj nedvižimosti rossiânami*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Rasila, V., Suni, L. V. 1996. *Istoriâ Finlândii*. Petrozavodsk: Izdatel'stvo Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta.
- Saarinen, J. 2008. *Venäläiset ostavat kiivaasti Saimaalta rantatontteja: joka kolmas alueen mökkikaupan euro Venäjältä. Omalla rannalla olevat luksushuivat suosikkeja*. Helsinki: Helsingin Sanomat.
- Suorsa, J. 2012. *Rossijskie turisty v Rovaniemi: na materiale marketingogo oprosa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Syrjäläinen, A-M., Tauren, M. 2013. *Datša Savonlinnan seudulla: venäläisten mökinomistajien palvelutarpeet*. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.
- Vilkuna, E., 2007. *Venäläiset matkailijat Suomessa: kuluttaja-analyysi: case: Fonecta*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Wall, G., Mathieson, A., 2006. *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

- Российская социологическая энциклопедия, 1999. Анкетирование «письменный опрос»
https://sociologicheskaya.academic.ru/66/АНКЕТИРОВАНИЕ_%28ПИСЬМЕННЫЙ_ОПРОС%29 [Дата ссылки 29.04.2018]
- Dacha-video, 2014. *Дача — история возникновения, появления*. <http://dacha-video.ru/dachnaya-stranichka/dacha-istoriya-vozniknoveniya-poyavleniya> Дата ссылки 15.04.2017
- Историчный факультет Маріупольського державного університета, 2017.
Значение изучения истории и обществознания. <http://istfak.org.ua/kursy-posluhy/210-tsikave/560-znachjenije-izuchjenija-istorii-i-obshhjestvoznaniya>
 Дата ссылки 15.04.2017
- Etelä-Karjalan Museo, 2017. *Keisarillisia matkoja Kaakkois-Suomessa*.
<http://www3.lappeenranta.fi/museot/verkkonayttelyt/keisarinmatkasivut/teksti.htm>
 Дата ссылки 15.04.2017
- Finland, 2016. *Main outlines of Finnish history*. <https://finland.fi/life-society/main-outlines-of-finnish-history/> Дата ссылки 15.04.2017

- Fontanka, 2014. *Pelastavatko venäläiset matkailijat Lappeenrannan?*
<http://suomi.fontanka.fi/articles/455/> Дата ссылки 15.04.2017
- Iltalehti, 2016. *Venäläisten kiinteistökauppa Suomessa kuumentaa tunteita.*
http://www.iltalehti.fi/uutiset/20161108200024230_uu.shtml Дата ссылки 15.04.2017
- Imatralainen, 2015. Hägglund: *Venäläisten kiinteistökaupat ok.*
<http://www.imatralainen.fi/artikkeli/285708-hagglund-venalaisten-kiinteistokaupat-ok> Дата ссылки 15.04.2017
- Kauppalehti, 2016. *Suomi vetää taas venäläisturisteja - Holiday Club Saimaa täyteen varattu.* <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/suomi-vetaa-taas-venalaisturisteja---holiday-club-saimaa-tayteen-varattu/h5vzdnj5> Дата ссылки 15.04.2017
- Lappeenranta, 2017. *Lappeenranta, an international university city and tourist destination, and a gateway between east and west.*
<http://www.lappeenranta.fi/en/Our-City> Дата ссылки 15.04.2017
- Mara, 2017. *Matkailun merkitys kansantaloudelle.* <http://www.mara.fi/matkailu-2/>
 Дата ссылки 15.04.2017
- Oikeusministeriö, 2013. *Kiinteistön ja asunnon hankinta Suomessa.*
http://www.oikeusministerio.fi/fi/index/julkaisut/esitteet/kiinteistonjaasunnonhankintasuomessa/esitteen_tulostus.html Дата ссылки 15.04.2017
- Regnum, 2017. *Информационное агентство. Жители России снова скупают дачи в Финляндии.* <https://regnum.ru/news/society/2237733.html> Дата ссылки 15.04.2017
- Step-by-step.ru, 2015. Services. Marketing agency. Data-capture-methods.
<http://www.step-by-step.ru/services/marketing-agency/data-capture-methods/1313/1387/> [Дата ссылки 21.05.2018]
- Tilastokeskus, 2005. http://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_4_2005_matkailu.html
 Дата ссылки 15.04.2017
- Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy, 2013. *Venäläiset vapaa-ajan asukkaina Suomessa 2030.*
https://uvy2012.files.wordpress.com/2015/02/temrap_20_2013_web_22052013.pdf Дата ссылки 21.4.2015
- Yle, 2013. *Suomen venäläiset ovat edelleen ennakkoluulojen kohteena.*
<http://yle.fi/uutiset/3-6634484> Дата ссылки 15.04.2017
- Yle, 2013. *Lappeenranta kiinnostaa yhä enemmän eurooppalaisia turisteja.*
<http://yle.fi/uutiset/3-6774939> Дата ссылки 15.04.2017
- Yle, 2015. *Venäläisten mökkikaupat jäissä – "Lähes kokonaan pois markkinoilta".*
<http://yle.fi/uutiset/3-7763923> Дата ссылки 15.04.2017
- Visitfinland, 2017. *Matkailutilinpito. Matkailu kasvanut muuta taloutta nopeammin.*
<http://www.visitfinland.fi/news/matkailutilinpito/> Дата ссылки 15.04.2017
- Visitfinland, 2016. *Suomessa vieraili 7,4 miljoonaa matkailijaa vuonna 2015.*
<http://www.visitfinland.fi/news/suomessa-vieraili-74-miljoonaa-matkailijaa-vuonna-2015/> Дата ссылки 15.04.2017

ПРИЛОЖЕНИЯ

KYSYMYKSET HAASTATELTAVILLE

1 Perustiedot

1. Sukupuoli
2. Ikä
3. Kansallisuus
4. Koulutus
5. Työtehtävä/työnkuva

2 Pääasialliset kysymykset

1. Kuuluuko työhönne tehtäviä joissa toimitte venäläisten turistien, mökki- ja kiinteistönomistajien, tai potentiaalisten mökki- ja kiinteistön ostajien kanssa? Jos kyllä, niin millaisia tehtäviä ja kuinka paljon?

2. Oletteko työssänne kohdanneet ennakkoluuloja venäläisiä kohtaan? Tässä erityisesti mielenkiinto koskien venäläisiä turisteja, mökki- ja kiinteistönomistajia, sekä potentiaalisia mökki- ja kiinteistön ostajia kohtaan.

3. Mikä on venäläisturismien, venäläisten mökki- ja kiinteistönomistajien, sekä potentiaalisten ostajien merkitys Lappeenrannan alueelle oman toimenkuvan näkökulmasta?

4. Mediassa on kirjoitettu viime vuosina paljon venäläisten mökkikaupoista Suomessa ja pohdittu niiden tarkoituspää. Mikä on näkemyksenne tähän ja oletteko omassa työssänne törmänneet tähän keskusteluun (erityishuomio Lappeenrannassa)? Mitä ajatuksia tämä herättää, millaisina itse näette ja kuvailisitte venäläisturisteja, mökki- ja kiinteistönomistajia sekä potentiaalisia ostajia Lappeenrannassa?

5. Edellä jo mainitut ennakkoluulot nousevat usein esiin venäläisturismia ja ylipäättään venäläisiä koskevissa uutisissa ja keskusteluissa, jotka monesti nostavat esille negatiivisia puolia. Mitä positiivisia tekijöitä nostaisitte esille liittyen venäläisturisteihin, mökki- ja kiinteistönomistajiin ja kiinteistön ostajiin?

6. Onko työtehtäviinne kuulunut palveluiden/tarjonnan kehittämistä ja suunnittelua venäläisille turisteille Lappeenrannassa tai oletteko muuten tällaisista tietoisia? Entäpä spesifioidusti venäläisille mökki- ja kiinteistönomistajille sekä potentiaalisille ostajille? Jos kyllä, niin millaista palveluiden/tarjonnan kehittämistä ja suunnittelua?

7. Tulisiko mielestänne Lappeenrannassa kehittää palveluita venäläisiä turisteja, mökki- ja kiinteistönomistajia, sekä potentiaalisia ostajia varten? Jos kyllä, niin miten? Pitäisikö kehittämisessä mielestänne jotenkin huomioida erikseen juuri venäläiset mökki- ja kiinteistönomistajat sekä potentiaaliset ostajat?

8. Kuinka merkittäväksi koette venäläiset mökki- ja kiinteistönomistajat sekä potentiaaliset ostajat nyt ja tulevaisuudessa oman työnkuvanne/Lappeenrannan näkökulmasta? Entäpä venäläisturistit yleisesti? Millainen potentiaali heillä on mielestänne Lappeenrannan/oman työnne kannalta?