



**РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА, ПОСРЕДСТВОМ  
ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА,  
В РАМКАХ ПРОЕКТА «БЕЛАЯ ДОРОГА».**

**Надежда Петрова**

Университет Прикладных наук,  
г. Каяни, Финляндия

Туристическое отделение

Весна 2013

## СОДЕРЖАНИЕ

РЕФЕРАТ.....	1
1. ВВЕДЕНИЕ.....	2
2. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ.....	5
3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	10
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	11

## РЕФЕРАТ

Данная работы была нацелена на получение определённых результатов, а также соответствующих выводов и рекомендаций, касающихся трансграничного сотрудничества посредством интернет маркетинга в районе проекта «Белая Дорога». Необходимость расширения трансграничного сотрудничества была основана на возможностях и потребностях развития туризма в регионе. Фундаментом данной работы стала Программа Приграничного Сотрудничества в рамках Европейского Инструмента Соседства и Партнёрства «Карелия» (ППС ЕИСП «Карелия»), которая реализуется на территории Финляндии (Регион Кайну, Северная Карелия, Регион Оулу) и России (Республика Карелия). Основное внимание было уделено Интернет Маркетингу, как современному средству выхода на зарубежный рынок, а также создание единой туристической сети в отдельных регионах Северной Финляндии и Республики Карелия. Я, Надежда Петрова, являясь студентом университета прикладных наук города Каяни, Финляндия, работала для проекта «Белая Дорога» в качестве научного сотрудника. Наиболее полная и подробная работа представлена в англоязычном варианте.

В первой части данной работы исследовались теоретические основы интернет маркетинга и был осуществлен анализ текущей туристической ситуации в Республике Карелия, включающей в себя 6 регионов: Лоухи, Костомукша, Калевала, Сегежа, Кемь и Беломорск. Кроме того, в исследовании детально изучаются ресурсы сорока туристических организаций и их Интернет потенциал. Результаты данного анализа показывают нынешний потенциал туризма и интернет маркетинга в Республике Карелия. В теоретической части представлены несколько теорий, делающих эту работу научно обоснованной, такие как 10 Cs of Marketing for the modern economy (Charlesworth, 2007).

В заключительной части работы представлены основные результаты исследования и анализа, а также рекомендации. Кроме этого, в приложении к работе можно ознакомиться с единой базой данных всех изученных туристических организаций.

### **Контактная информация:**

E-mail: [nadia.petrova08@gmail.com](mailto:nadia.petrova08@gmail.com)

Моб. тел.: +7 921 163 71 08



## 1. ВВЕДЕНИЕ

Основой данной работы стало исследование различий в интернет маркетинге, а именно, интернет страниц, между Российскими и Финскими туристическими организациями в регионе проекта «Белая Дорога».

Целью данной работы стал анализ текущей туристической ситуации в регионе «Белая Дорога», то есть, Северная часть Республики Карелия и Северной Финляндии, а именно, Вуокатти, Рука-Куусамо, а также Кухмо и Суомуссалми. Используя знания о туристическом рынке, количестве разнообразных туристических организаций, а также их деятельности, станет возможным создание единой туристической сети между двумя граничащими странами, используя их потенциал для развития и разработки совместного туристического продукта. Кроме того, второстепенной целью стал анализ существующего сотрудничества, Интернет маркетинга, а именно, интернет страниц в регионе проекта «Белая Дорога», для того чтобы иметь возможность сравнить их стратегии интернет маркетинга, а также составляющую интернет сайтов.

В основном, данная работа концентрировалась на определённых регионах:

<b>Россия</b>	<b>Финляндия</b>
Лоухи	Вуокатти
Калевала	Рука-Куусамо
Костомукша	Кухмо-Суомуссалми
Сегежа	
Кемь	
Беломорск	

Ниже представленная информация, о туристических организациях и их интернет маркетинга была проанализирована:

### 1. Количество компаний в разных регионах

Данная информация была найдена:

- Название
- Интернет Адрес
- Местоположение
- Основное направление деятельности

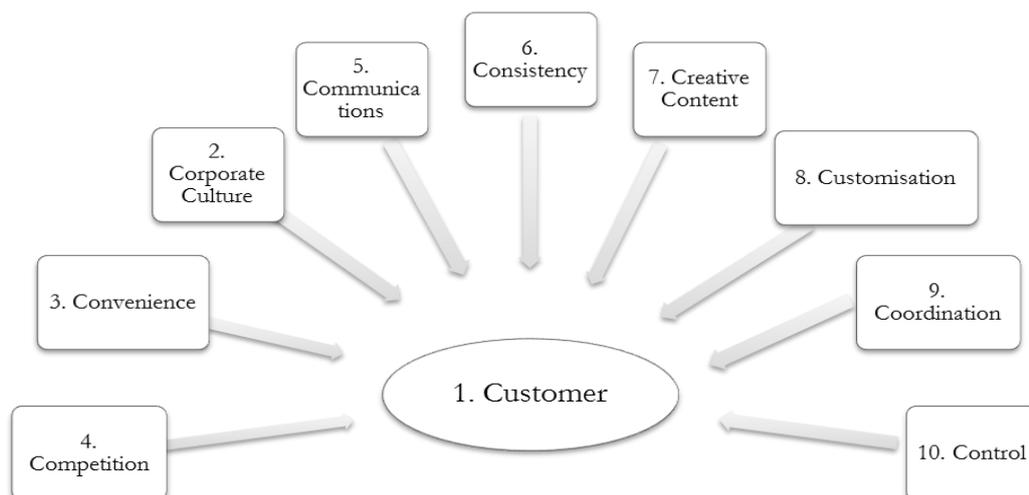
## 2. Интернет Маркетинг

- Язык сайта
- Использование социальных сетей (Вконтакте, Facebook, Pinterest и т.д.)

Данная работа включила в себя теоритическую и практическую части, которые берут начало в туризме в Карелии, а также приграничном сотрудничестве с Северной Финляндией. Так как интернет маркетинг стал основой данной работы, было необходимо создать эффективную и прочную теоретическую базу. Прежде всего, было дано определение интернет маркетингу и всем его компонентам для того, чтобы получить представление о теме работы, и выводу полезных сравнений и заключений. За исключением интернет маркетинга, также была проанализирована текущая туристическая ситуация в Республике Карелия, а также, транспортная сеть и услуги размещения. Более того, все найденные туристические организации были рассмотрены и единая база данных была создана, для того, чтобы упростить сравнение и сделать его более удобным.

### 1.1 Ten Cs of Marketing

Модель Ten Cs of Marketing, что означает - 10С успешного маркетинга, была выбрана для анализа интернет маркетинга и веб-страниц, так как она обеспечивает эффективную основу для оценки современного цифрового рынка маркетологами, его внутренние и внешние перспективы. Следующая модель может быть использована в качестве инструмента для



Pic.1: 10 Cs of Marketing for the modern economy. (Gay R., Charlesworth A., 2007.)

создания успешного интернет маркетинга, поскольку дает возможность глубокого анализа и изучения.

Потребитель, находится в центре данной схемы, так как является основным акцентом любой организации. Корпоративная культура, касается организации производственного процесса в компании. Самое главное - это непрерывные инновации, направленные на потребителя. Технологический рост требует постоянных и значительных инвестиций, так как без них онлайн деятельность становится устаревшей и не соответствует ожиданиям клиентов. Все организации могут быть разделены на 3 группы: фирмы, которые используют потенциал цифровых инструментов для достижения устойчивого конкурентного преимущества; осторожные фирмы, которые предпочитают увидеть в первую очередь, как рынок среагирует на ту или иную деятельность и действовать дальше, исходя из итогов; стабильные фирмы, которые сопротивляются принятию Интернета в рамках своей маркетинговой функции. Удобство, играет важную роль, так как в настоящее время, Интернет обеспечивает максимальное удобство для пользователей. Это может быть удобная система бронирования, обновление цен, электронные каталоги и возможности для более быстрого общения с клиентами. Также существует ряд угроз, с которыми Интернет-маркетологи могут столкнуться, например, новые онлайн конкуренты из-за рубежа, а также традиционных конкурентов.

Другим важным аспектом является коммуникация, которая подразумевает потенциал взаимодействия и его результаты между отправителем и получателем, что могло быть сделано, например, посредством e-mail маркетинга.

Более того, содержимое любой веб-страницы должно быть достаточно оригинальным, а также информативным, тематическим, стимулирующим и отвечающим нуждам целевого рынка, располагающий покупателей возвращаться снова и снова и использовать все возможности веб-сайта. Для онлайн рекламы товаров и услуг, создатель должен иметь веб-сайт, на котором должна быть предоставлена различная информация о товарах или услугах, возможность каждому покупателю разместить и оплатить заказ. Также, необходимо создать креативное и инновационное использование информации, включающее в себя технологию и интуицию, для рекламы трендов и возможностей.

Кроме того, подгон под потребителя играет важную роль, это приспособление товара к конкретным требованиям клиентов; выполнение по индивидуальному заказу продуктов и разнообразных услуг. И последнее, но не менее важное, - это координация и контроль,

которая является действительным инструментом для измерения любой деятельности в Интернете через специальные аналитические системы. Один из таких инструментов является CRM - customer relationship management, система взаимоотношения с клиентами.

Выше представленная модель очень чётко отображает все аспекты, которые необходимо учитывать при создании интернет страниц, а также выработки стратегии интернет маркетинга.

## 2. ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ

Для начала необходимо описать метод сбора информации от туристических организаций, так как это была неотъемлемая часть исследования, и все выводы были сделаны, исходя из найденной информации. Интервью проводилось частично через e-mail и телефон, так как это относительно дешёвый метод по сравнению с другими, и кроме того, это эффективный и быстрый способ сбора необходимой информации, которая заносилась в единую базу данных для последующего анализа. Так как основным фокусом данной работы был интернет маркетинг, ниже будут отражены основные выводы, касающиеся данной темы, а также результаты анализа туристических организаций, их деятельности и услуг.

В ходе анализа, было рассмотрено 40 туристических организаций, и стало очевидно, что большее количество компаний ориентируются на активные виды туризма, такие как охота и рыбалка. Данные компании имеют все необходимые услуги для принятия, как местных, так и зарубежных туристов. Более того, для того, чтобы туристы запомнили своё путешествие и опыт надолго, туристические организации разбавают свои программы дополнительными услугами, такими как трансфер, проживание или разного рода экскурсии.

В дополнение, после анализа услуг размещения, в данном случае, гостиниц, мотелей и т.д., стало понятно, что система звёздности не распространена, как и в Финляндии. Решением данной ситуации может быть альтернативный звёздности метод классификации, такой как использование различных символов. В настоящее время в мире насчитывается около 30 национальных систем классификации средств размещения различными символами. Помимо звезд, также есть «ключ», «корона», «очки», и даже «бриллианты». Как показывает опыт многих стран, использование специальных знаков соответствия помогает различным социальным группам, выбрать отель для своих нужд. Если звезды указывают на наличие в

объекте любых необходимых удобств, то альтернативный знак может гарантировать удовлетворение некоторые важнейших потребностей, без переплаты за ненужную роскошь.

Многие организации занимаются образовательной деятельностью, такие как Беломорский центр туризма и краеведения. А также, большое количество туристических организаций предлагают экскурсии по местам, входящих в регион проекта «Белая Дорога».

Более того, существует много аспектов, которые объединяют все рассмотренные туристические организации в Республике Карелия. Например, компании работают круглый год и имеют возможность обслуживать туристов летом и зимой, что даёт им большую конкурентоспособность.

С другой стороны, анализ показал, что туристические организации в большинстве своём ориентируются на внутренний рынок и удовлетворены доходом и своей деятельностью, поэтому они не видят необходимости в расширении. Другая причина, это низкий уровень развитости инфраструктуры в регионах, таких как плохое качество дорог и услуг размещения, что может стать преградой для привлечения иностранных туристов.

В результате интервью стало очевидно, что 75% всех рассмотренных туристических организаций в Республике Карелия готовы к сотрудничеству с зарубежными партнёрами, а также, хотели бы стать частью единой сети туристических организаций. Данные компании хотят расширяться и расти. Более того, 4 компании из всех опрошенных, уже принимали участие в семинарах проекта «Белая Дорога» и были осведомлены основной программой проекта.

Касательно интернет маркетинга можно сказать, что половина веб-страниц в регионах проекта «Белая Дорога» предоставляют информацию только на русском языке, что создаёт трудности к привлечению иностранных граждан. Остальные компании имеют веб-страницы на английском, финском языках или же не имеют интернет страницы совсем.

Кроме того, было важно узнать, как туристы узнают о туристических организациях, которые были найдены и рассмотрены в ходе работы. Ответы в ходе интервью показали, что в 80% случаев это 50 на 50, это означает то, что основной ресурс получения информации это друзья и родственники, а также интернет. Однако, некоторые интервьюируемые упомянули о недоверии к интернет ресурсу, из за частых случаев мошенничества.

Такие писатели, как Wind (2002) наблюдали “новый гибрид потребителей”, которые предпочитают “вызывать, нажимать и посещать” организации. Другими словами, он хочет что-то видимое и осязаемое, как и большинство российских и иностранных туристов в наши дни. Таким образом, определенное количество туристических организаций пытаются не опираться на Интернет-источник и не инвестировать в него. Кроме того, компании небольшого размера имеют своих собственных постоянных клиентов, которые хорошо осведомлены об услугах и возвращаются снова и снова, таким образом, эти организации стараются держаться за них.

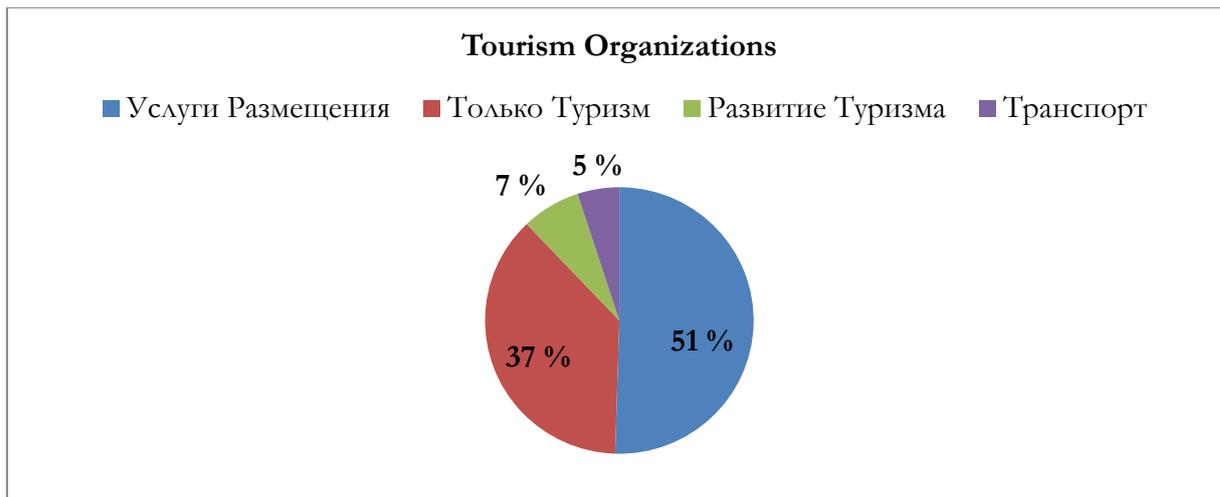
Главное различие интернет страниц русских и финских туристических компаний в их ориентации. Если русские компании в Республике Карелия больше опираются и действуют во внутреннем рынке, то финские компании ориентированы на зарубежный рынок, что показано использованием разных языков на интернет страницах.

Хотелось бы привести в пример сайт регионов Кухмо-Суомуссалми (Wild Taiga), который является единой сетью всех туристических организаций в регионе. На сайте представлена информация обо всех туристических организациях, которые совершают свою деятельность в данных регионах.

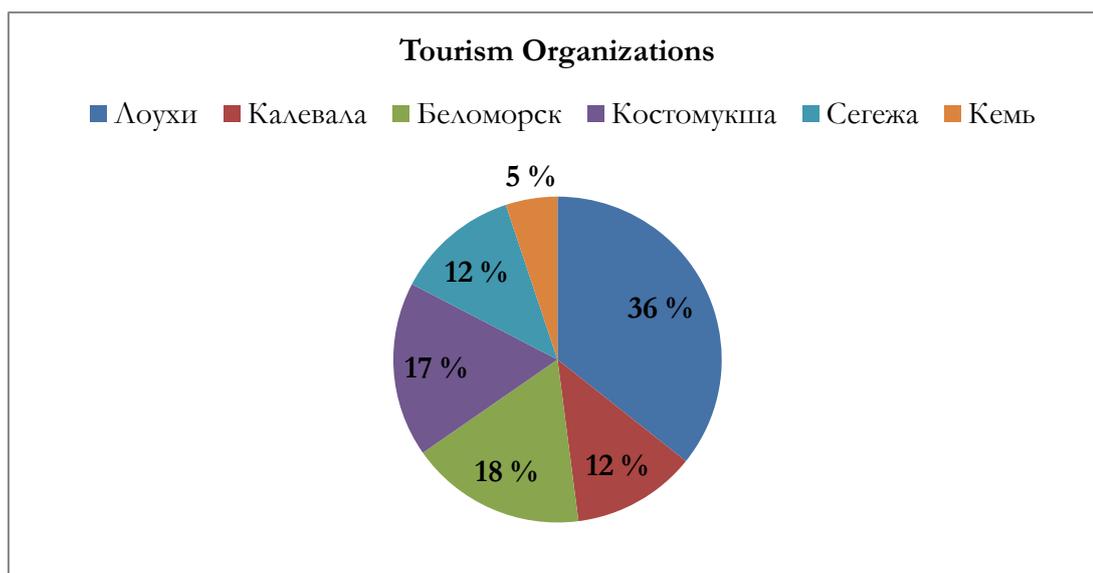
Есть возможность для создания аналогичной сети всех туристических организаций в регионе проекта «Белая Дорога», особенно, если, судя по интервью, 75% компаний готовы стать частью цепи. Более того, при сравнении веб-сайтов организаций, связанных с туризмом в Республике Карелия и Финляндии, становится видно, что по-прежнему отсутствует внедрение новых технологий. Например, приложений для мобильных телефонов и сетевых систем. Большинство компаний не соответствуют европейским стандартам и работают больше на местном рынке: несмотря на то, что они хотели бы расширяться, но это шаг, который большинство из них боятся сделать сами, но сотрудничество и должное влияние, могли бы изменить ситуацию.

## 2.1 Классификация компаний

После анализа ресурсов и интернет маркетинга туристических организаций появилась возможность классифицировать их по определённым характеристикам. Ниже представленный график отображает количество определённых туристических организаций в регионах Республики Карелия: Лоухи, Костомукша, Сегежа, Калевала, Кемь и Беломорск.



Следующий график отображает количество туристических организаций в каждом регионе.



Данная статистика обусловлена особенностями каждого региона, будь то приграничное положение или места наибольшей туристической ценности.

Ниже представленная таблица показывает процентное количество организаций, веб-страницы которых отображаются только на русском языке, на других языках, кроме русского, а также количество компаний, которые не имеют своей веб-страницы.

<b>Анализ Веб-Страниц Туристических организаций</b>						
	<b>Костомукша</b>	<b>Лоухи</b>	<b>Сегежа</b>	<b>Калевала</b>	<b>Кемь</b>	<b>Беломорск</b>
Только на русском языке	<b>0%</b>	<b>51%</b>	<b>80%</b>	<b>60%</b>	<b>0%</b>	<b>57%</b>
Русский+ Другие языки	<b>71%</b>	<b>27%</b>	<b>0%</b>	<b>40%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>
Нет веб-страницы	<b>29%</b>	<b>22%</b>	<b>20%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>43%</b>

В конце концов, учитывая статистические данные, приведенные выше, становится возможным объединить все эти данные и посчитать, сколько компаний в исследуемых регионах, отвечают основным требованиям. Только те компании, которые имеют свои веб-страницы, переведенные на английский и финский, были пересчитаны. Таким образом, только 43% всех туристских организаций, которые имеют свои собственные веб-страницы, отвечают всем требованиям, которые были разработаны на основе модели Ten Cs of Marketing. Поэтому эти компании, имеют большой потенциал интернет маркетинга, как и туристический потенциал для дальнейшего развития.

### 3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение необходимо сказать, что для создания единой сети туристических организаций необходимо поднять уровень предоставления услуг, а также инфраструктуру на Европейский уровень. В настоящее время, туристские компании Республики Карелия могут предложить более сотни различных маршрутов, в зависимости от степени комфорта и стоимости. Низкая стоимость тура с пониженным уровнем комфорта проживания, не отпугивает российских туристов, желающих приобщиться к природе, в то же время, для иностранных туристов, отсутствие нормальных условий отдыха может стать огромным минусом. Также, следует ввести альтернативные символы, которые помогут российским гостиницам и хостелам привлечь туристов с использованием национальных особенностей, а также защитить их от неприятных сюрпризов.

Более того, необходимо поднять интернет маркетинг в регионе на новый уровень, а именно повышать доверие к интернет страницам, по средствам новых технологий, а также сделать всю необходимую информацию (отзывы, фотографии и т.д.) более доступной. Интернет страницы должны быть на разных языках, что даст возможность для привлечения иностранных туристов.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

<b>Loukhi Region</b>							
<b>Name of the company</b>	<b>Location</b>	<b>Accommodation and main Facilities</b>	<b>Main Activities and Services</b>	<b>Contact s</b>	<b>Web-Site</b>	<b>E-mail</b>	<b>Interview</b>
Cottage base "Niska"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Zasheek	Cottages for 5-6 people: 19 rooms	Accommodation facilities, fishing, snowmobile safari, boat rental, sauna	8 (499) 755-62-06 8 (967) 025-57-55	<b>www.bazaniska.ru</b> (currently unavailable)	info@bazaniska.ru	Interviewed
Hotel "Severnaya Ekspeditsiya"	Republic of Karelia, Loukhi region, s.Chupa, st. Zheleznodorozhnaya, 25	Accommodation	Accommodation facilities, fishing, hunting, excursions to the museum of local lore	(814-39) 4-11-25 (from 9-00 to 17-00), 4-11-65 (from 20-00 to 8-00), 8-921-4580143	<b>No web-site</b>	—	Interviewed
Recreation centre "Laydasalma"	Republic of Karelia, Loukhi region, s.Pyaozerski, st. Molodezhnaya, 4-17	Accommodation	Accommodation facilities, Fishing, Hunting, snowmobile, boat rental	8 91142677 77, 8 92172613 08	<b>http://vika.onego.ru/ru/</b> (RU)	laydasalma@mail.ru	Interviewed

PAANAJÄRVI Wilderness Center	Zipringa - Paanajärvi wilderness is located in Karelia Republic, close to the Finnish border	Accommodation	Accommodation facilities, 3 apartments, each for 12 persons; Electric saunas in all apartments	+358 (0)40 7094 711	<a href="http://www.erakeskus.com/">http://www.erakeskus.com/</a> (EN)	juho.kettunen@erakeskus.com	Interviewed
Hotel "Solo"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Solovetskiy, st. Kovakeva 8	Accommodation	Accommodation facilities	8 (921) 492-80-85, 8 (818 35) 90-246	<a href="http://www.solo-vky.ru/">http://www.solo-vky.ru/</a> (RU)	solo-vky@yandex.ru	Not Interviewed
Hotel "Remstroykonstrukciya"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Loukhi, st. Sovetskaya, 83	Accommodation	Accommodation facilities	5-10-85, 51-60-19, 51-60-35	No web-site	—	Not Interviewed
LLC "Nereis"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Chkalovsky	Comfortable hotel for 22 seats in s.Chkalovsky	Development in the region, technical sports and outdoor activities.	(814-39) 4-45-22; 8 921 400-07-94	No web-site	—	Not Interviewed
JSC "Polar circle"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Chupa, st. Pioneer, 42	Hotel "Polar Circle"; Diving center, children's camp, dolphinari	Eco-tourism: ice-diving (January-April), summer diving (May-November), children biological program (June-August)	8-925-381-22-43, 8-495-925-77-99	<a href="http://www.ice-diving.ru/">http://www.ice-diving.ru/</a> (RU,EN,CZ)	sever@dive.ru	Interviewed

		um, excursion center and spa.					
LTD "Agricultural Complex - Aurelia "	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Chupa, st. Pioneer 74-27	5 Guest Houses; 1 Fishing Hut; 1 Guest Complex "Chupa"	Sport fishing, hunting, camping.	8 (921) 523-45- 30 (administ rator); 8 (921) 701-02- 12 (manager ); 8 (921) 450-58- 08 CEO	<a href="http://aurelia.ru/">http://aurelia.ru/</a> (RU,EN)	aurelia- chupa@yandex.r u aurelia.chupa@m ail.ru	Interviewe d; has participate d in the project seminars
LLC "Keret Tour"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Chupa, st. Cludanaya 15	Guest house in s. Chupa; Guest House in s. Keret	Fishing, hunting, swimming with the yacht crew, sailing training	8 (921) 463-32- 13	<a href="http://www.whitesea.ru/index.html">http://www.whitesea.ru/i ndex.html</a> (RU)	kerettour@mail.r u	Interviewe d

LLC "Rick"	Republic of Karelia, Louhi region, s. Chupa, st. Clubnaya 7a	Guest house in s. Keret; Guest house in "Kuvikanda" fishing area; sail-motor yacht; peasant's log hut ("Izba") in "Nikolskaja" fishing area	Fishing, Hunting.	8 (921) 468-49-19; 8 (921) 625-37-13	<a href="http://www.beloemore.com/start/(RU)">http://www.beloemore.com/start/(RU)</a>	Only possible to send the message through the website	Interviewed
LLC "Green House"	North Karelia, Louhi region, one kilometer from the village "Plotina", 50 meters from the Loukhi lake.	Cottage "Prostor"; Room in a wooden house	Fishing, Hunting.	8 (962) 697 99 59; 8 (921) 355 98 84	<a href="http://www.greenplotina.ru/">http://www.greenplotina.ru/</a> (RU)	greenplotina@gmail.com	Interviewed
LLC "Vector"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Pjaozersky, st. Zelenaya, 2a.	Tourist base, located in the picturesque surroundings of the lake	Fishing, Hunting.	8 (499) 755 62 06; 8 (967) 025 57 55; 8 (921) 467 39 94; 8 (921) 467 39 94	<a href="http://www.bazaniska.ru/">http://www.bazaniska.ru/</a> (RU)	info@bazaniska.ru	Interviewed

		Pjaozero					
"Basin Council of the North Karelian Coast"	Republic of Karelia, Loukhi region, s. Chupa, st. Korgueva 7a.	Active promoting the development of tourism on the coast of the White Sea, which was created in 2003 for the public to promote sustainable development and environmental protection in North Karelia. A learning center where you can get information about the rest of the territory of the coast, tourists, travel agencies of Louhi region, itineraries, etc. The center organizes environmental and geological excursions. This project is carried out at the expense of the charity fund "Lighthouse" and is led by the World Wildlife Fund.	Chairman of the Board: 8 (921) 523 4498, Chief: 8 (921) 451 6051	<a href="http://www.basincouncil.ru/">http://www.basincouncil.ru/</a> (RU,EN); <a href="http://www.whitesea.onego.ru/index.htm">http://www.whitesea.onego.ru/index.htm</a> (RU); <a href="http://www.kareliacoast.ru/page1.php">http://www.kareliacoast.ru/page1.php</a> (RU,EN)	chupayachtclub@mail.ru; den_diordiev@mail.ru; coast_c@onego.ru;	Interviewed	
<b>Kalevala region</b>							

Kalevala tourism centre	Russia, Republic of Karelia, the settlement of Kalevala, Sadovaya Street 2	Tourist centres,hotels ("Sampo" Hotel)	Excursions	8 (921) 014 66 22 8 (921) 728 05 59 8 (921) 010 72 82	<a href="http://kalevala.sampo.ru/index.shtml">http://kalevala.sampo.ru/index.shtml</a> (RU,EN,FR,GE); <b>Vkontakte</b> - <a href="http://vk.com/club20336455">http://vk.com/club20336455</a>	expresst@onego.ru	Interviewed
Fishing club "RUSS"	Republic of Karelia, Kalevala region	Accommodation services in the guest house "Vaikulskoe"; Accommodation services in guest house "Kainalainen"; Cottage "Hirmushjarvi"	Recreation, Fishing, Hunting, Accommodation facilities	(495) 483-34-88, 8 (905) 535-21-23, 8 (963) 693-46-67	<a href="http://fishing-russ.ru/">http://fishing-russ.ru/</a> (RU)	5143337@mail.ru fishing-russ@mail.ru zorge257@mail.ru	Interviewed
Hotel "Kalevala"	Republic of Karelia, Kalevala region, Prionezhskiy region, st. Kosalma	Accommodation service	Accommodation facilities, active tourism, sauna, excursions around Karelia	8 (8142) 78 86 14 8 (8142) 78 86 15	<a href="http://www.kalevala-hotel.ru/">http://www.kalevala-hotel.ru/</a> (RU)	hotel-kalevala@rambler.ru	Interviewed

Tour Company "Velt"	Republic of Kalelia, Kalevala region, st. Sovetskaja 28a	Accommodation services: Hotel "Velt"	Tours and accommodation facilities in the Northern Karelia	Moscow: (495) 981-07-66, Saint-Petersburg: (812) 441-25-35, Saratov: (8452) 74-80-67, Perm: (342) 201-70-41, Chelyabinsk: (351) 245-40-15, Yekaterinburg: (343) 287-04-57, Tyumen: (3452) 56-57-16, Novosibirsk: (383) 246-14-17, Kiev: +38 (044) 390-74-55	<a href="http://kalevala.com.ru">http://kalevala.com.ru</a> (RU); <a href="http://www.velt.kk.ru/">http://www.velt.kk.ru/</a> (RU)	trips@onego.ru	Interviewed
Voinitsa: Runesinging old Karelian village	Republic of Karelia, Kalevela region	5 Peasant's log huts ("Izba")	Excursions, Fishing, Hunting as well as Freight services	8 (81454) 4 20 63 8 (921) 010 5761; Information bureau of Boinitsa village in Moscow (Vuonnisen kylän Moskovan Toimisto) - 8 (919) 101 6223 (from 20 to 23 on weekdays)	<a href="http://www.voinitsa.ru/">http://www.voinitsa.ru/</a> (RU,FI)	igor.egorov@list.ru; <i>Information bureau of Boinitsa village in Moscow - e-mail:</i> vkmt@voinitsa.ru	Interviewed
<b>Belomorsk region</b>							

LLC Travel agency "Karelia"	Republic of Karelia, c. Belomorsk, st. Grusdeva 19A; c. Petrozavodsk, st. Rigachina 3.	Guest house near "Mikhailovskie" lakes; Guest house "New Mashesero"; Hotel "Onega"; tourist centre "Uya"; Campsite	Accommodation facilities, Excursions, Fishing, Hunting.	8 911 410-67-19; (8142) 796-128; 796-129	<a href="http://www.turkarelia.ru/">http://www.turkarelia.ru/</a> (RU)	nord-hunting@mail.ru	Interviewed
Hotel "Brandvahta"	Republic of Karelia, c. Belomorsk, st. Port-Shosse 36	Floating Hotel	Accommodation facilities	8 (911) 410-6719	<b>No web-site</b>	—	Not Interviewed
Hotel "Gandvik"	Republic of Karelia, c. Belomorsk, st. Pervomaiskaya 18	Accommodation	Accommodation facilities	(8142) 57-55-40, (81437) 5-12-93, 5-25-69	<b>No web-site</b>	info@karelia-open.ru	Not Interviewed

LLC Travel agency "Gipperboreya"	Republic of Karelia, Belomorsk region, s. Pushnoi, st. Kalinina 1a-4	Motel "Pushnoi"	Accommodation facilities, Fishing, Hunting.	(81437) 39-331	<a href="http://www.shuezero.ru/">http://www.shuezero.ru/</a> (RU)	shuezero@mail.ru	Interviewed; has participated in the project seminars
Tour Company "Belomorje"	Republic of Karelia, Belomorsk region, c. Belomorsk, st. Voronina 8	Hotel "Belomorje"	Accommodation facilities, Thematic tours, Excursions, Fishing, Hunting.	(81437) 5-42-00	<a href="http://belomorje.com/">http://belomorje.com/</a> (RU)	blt@onego.ru	Interviewed; has participated in the project seminars
Belomorsk centre of tourism and local history	Republic of Karelia, Belomorsk region, c. Belomorsk, st. Lomonosova 21	No accommodation provided	Additional children education; support of healthy and safe lifestyle, environmental culture; establishes an active interaction with the schools in the city and district in the way of tourist-local-historical activities; implementation of training modules and projects;	(81437) 5-32-90	<a href="http://vigtur.karelia.info/">http://vigtur.karelia.info/</a> (RU)	vigtur2000@yandex.ru	Interviewed

			recreation for children and their parents.				
Network of tour agencies "Go to Holidays"	Republic of Karelia, Belomorsk region, c. Belomorsk, st. Portshosse 1	Accommodation is provided through the tour company "Neva" and other tour companies, that are operating all around the world as well as offering tours in Karelia	Tours and Excursions are provided through the tour companies, that are operating all around the world as well as offering tours in Karelia	8 953 538 6800; 8 911 669 7770; 8 911 409 1015	<b>No web-site</b>	iv.travel@yandex.ru	Not Interviewed
<b>Kostomuksha region</b>							
Tourism Agency "Golden Dragon"	Republic of Karelia, Kostomuksha region, c. Kostomuksha, st. Anttikainena 31-12	Cottages in Kostomuksha region as well as	Accommodation facilities and Tours	8 921 2235789; +358 44 2615 400	<b>www.drakontravel.ru</b> (RU,FI)	frtrus@firt.fi; firt@firt.fi	Interviewed

		Finland					
Tourism Agency "Kotiranta"	Republic of Karelia, Kostomuksha region, c. Kostomuksha, st. Oktyabrskaya 7 - office № 31	Guest House "Kotiranta" in Kalevala; currently building new own hotel "House of the fisherman and the hunter" in Kostomuk sha	Booking accommodation (cottages) in Finland; Tours to Finland, one day and several days; Excursions throughout Karelia	(81459) 7-80-30 (81459) 7-81-30	<a href="http://kotiranta-tour.ru/(RU,FI)">http://kotiranta-tour.ru/(RU,FI)</a>	kotiranta-tur@onego.ru	Interviewed
Guest House "Vuara"	Republic of Karelia, Kostomuksha region, st. Voknavolok	Accommodation	Accommodation facilities, bicycle rental, fishing, child care, escursions	8 (921) 461-85- 63	<a href="http://vuara.ru">http://vuara.ru</a> (currently unavailable)	juli_filippova@mail.ru	Not Interviewed

Hotel "Aina"	Republic of Karelia, Kostomuksha region, c. Kostomuksha, st. Mira 9A	Hotel with luxe and standard rooms	Accommodation facilities	(81459 )76461	<b>No web-site</b>	—	Not Interviewe d
Hotel "Podkova"	Republic of Karelia, Kostomuksha region, c. Kostomuksha, st. Podkova 2	Cottages for 2-8 people	Accommodation facilities	89214 52240 2; (81459 ) 71560	<b>http://www.napodkove.ru /(RU,FI)</b>	—	Interviewe d
Hotel "Fregat"	Republic of Karelia, Kostomuksha region, c. Kostomuksha, Prigranichnoye Shosse 13	Hostel and Cottages	Accommodation facilities	8 (814 59) 7- 52-53	<b>http://fregat-hotel.ru/ (RU,FI)</b>	fregatln@onego. ru	Interviewe d
Ltd. Matka-Kos	Republic of Karelia, Kostomuksha region, c. Kostomuksha, st. Internacionalnaya 12- 81	Accommo dation facilities during tours - Tents	Tours to Solovki and White Sea, River Rafting on river Pisto, Fishing, Skiing and hiking in the natural reserve "Kostomukshsky", Safari, Tours to Finland	(814- 59) 7- 75-80	<b>http://www.raft- tour.info/(RU,EN)</b>	zakharov@oneg o.ru	Interviewe d

Segezha region							
Ltd. "Rapid"	Republic of Karelia, Segezha region, c. Segezha, st. Spiridonova-27	No accommodation provided, but booking accommodation through other providers in possible	Carriage of passengers (tourists) to the places of active tourism (river Onda, Chirko-Kem, Shuya and such)	(81431)4430, (81431)44526, 8921 7023994, 8911 4096865	<a href="http://rapid.onego.ru/">http://rapid.onego.ru/</a> (RU)	ooo_rapid@onego.ru	Interviewed
Guest House "Vetreniy Poyas"	Republic of Karelia, Segezha region	Accommodation	Excursions, Fishing, Hunting	89212207521, Director: 89218010501, 89212206474	<a href="http://www.topaz-tur.ru/">http://www.topaz-tur.ru/</a> (RU)	topaz@onego.ru	Interviewed; has participated in the project seminars
Guest House "U Stepanycha"	Republic of Karelia, Segezha region, st. Popov Porog, lake Segozero	Accommodation	Active tourism, fishing and hunting, water-rafting	89535316965	<a href="http://www.popovporog.ru/">http://www.popovporog.ru/</a> (currently unavailable); <b>Vkontakte -</b> <a href="http://vk.com/club35746274">http://vk.com/club35746274</a>	popovporog@bk.ru	Interviewed

Hotel "Segezha"	Republic of Karelia, Segezha region, c. Segezha, st. Lesokulturnaya 4	Accommodation	No other services provided	8 (921)604- 12-66; (81431) 73637	<a href="http://hotel.segezha.biz/">http://hotel.segezha.biz/</a> (RU)	g.k.s@inbox.ru	Interviewed
Tourism agency "KRASS"	Republic of Karelia, Segezha region, c. Segezha, st. Antikainena 12	No accommodation provided	Tours Finland, Kizhi, Kivach; Provide services such as: - Visas; - Insurance; - Provision of a minibus Ford Tranzit (13 seats); - Booking air and train tickets.	(814) 314-48- 00; 8- 981-401- 28-48	<b>No web-site</b>	krass@onega.ru	Not Interviewed
<b>Kem region</b>							
Ltd. Tour Company "Prichal"	Republic of Karelia, Kem region, c. Kem, s. Rabocheostrovsk, st. Nabereznaya 1	Tourist complex "Prichal" (8 - 2 Floor cottages)	Organizing tours for foreign and Russian tourists in Kem region of the Republic of Karelia and the Arkhangelsk region.	(81458)3 5-360; 2- 10-77; 7 (814 58) 56060	<a href="http://prichalrk.ru/">http://prichalrk.ru/</a> (RU, EN)	prichal@onego.ru	Interviewed

Official web-site of the Kem city	<a href="http://kem.onego.ru/kem/(RU)">http://kem.onego.ru/kem/(RU)</a>	Information	Information on accommodation, museums, tourism, transportation and programmes	—	<a href="http://kem.onego.ru/kem/(RU)">http://kem.onego.ru/kem/(RU)</a>	—	
Ltd. Tourism Agency "Aista"	Republic of Karelia, Kem region, c. Kem, st. Puetnaya 5A	Hotel "Kuzova", Restaurant	Tours to Solovetskye islands, Fishing; transfer to the berth	8 (81458) 2-22-57; (81458) 2-22-59	<a href="http://kuzovahotel.ru/(RU,EN)">http://kuzovahotel.ru/(RU,EN)</a>	aista@onego.ru	Interviewed