

Kalasta Pohjois-Karjalassa-hanke
Alkukartoitus yrittäjille



**Raportti
ProAgria Pohjois-Karjala
Joulukuu 2008**

Kalasta Pohjois-Karjalassa –hanke



1 Johdanto.....	3
2 Haastatteluihin osallistuneet yritykset.....	4
3 Kalastusmatkailutuotteiden kehittäminen.....	4
4 Kalastukseen yhdistetyt palvelut ja aktiviteetit.....	5
5 Kalastusmatkailun kohderyhmät.....	6
5.1 Kalastuspaketteja eri kohderyhmille	7
5.1.1 Viikon kalastusmatkailupaketti.....	8
5.1.2 Parin kolmen päivän kalastusmatkailupaketti	8
5.1.3 Päivän kestoinen kalastusmatkailupaketti	8
5.1.4 Kestoltaan noin neljän tunnin kalastusmatkailupaketti.....	8
5.1.5 Muut paketit	8
6 Kysyntä majoituspalveluissa.....	9
7 Luokitukset kalastusmatkailussa	10
8 Yhteistyö kalastusmatkailun kehittämisessä.....	11
9 Ongelmat kalastusmatkailun kehittämisessä.....	12
10 Kalastusmatkailun kehittäminen	13
11 Lopuksi	13

Lähteet

Liitteet

Liite 1: Haastatellut yritykset

Liite 2: Kyselylomake

Liite 3: Vapaamuotoiset ajatukset: Ongelmia kalastusmatkailun kehittämisessä

Liite 4: Vapaamuotoiset ajatukset: Kalastusmatkailun kehittäminen

1 Johdanto

Pohjois-Karjalan puhdas luonto ja lukuisat vesistöt tarjoavat hyvät mahdollisuudet kalastuspalveluiden ja –tuotteiden kehittämiseksi. Kalasta Pohjois-Karjalassa hanke käynnistyi marraskuun alussa 2008 ja sen tavoitteena on kehittää kalastusmatkailusta kannattavaa liiketoimintaa. Tavoitteena on lisäksi selvittää kalastusmatkailun kysyntään liittyviä tekijöitä ja kansainvälistymisen mahdollisuuksia. Hankkeen avulla pyritään myös kehittämään toimivia yhteistyöverkostoja ja tuottamaan markkinointimateriaalia sekä löytämään uusia myyntikanavia. Hanketta hallinnoi ProAgria Pohjois-Karjala ja rahoittajana toimii Pohjois-Karjalan TE-keskuksen maaseutuosasto, Euroopan Maaseuturahasto, kunnat ja yritykset. Hankevastaavana toimii Raija Vanne.

Hankkeen alussa marras-joulukuussa 2008 toteutettiin alkukartoitus osalle Pohjois-Karjalan matkailuyrittäjille tai yrityksen edustajille. Tässä raportissa yrittäjällä tarkoitetaan sekä yrityksen edustajaa että yrittäjää. Tarkoituksena oli saada yrittäjien näkökulmia kalastusmatkailun kehittämiseen. Haastattelut suoritettiin puhelimitse 14.11-5.12.2008 välisenä aikana ja ne olivat kestoaltaan noin 20 minuutista 1,5 tuntiin, keskimäärin noin puoli tuntia. Muutamalle yrittäjälle lähetettiin kysely sähköpostitse. Lähes jokainen yritys, johon otettiin yhteyttä osallistui haastatteluun ja kieltäytymisiä oli suhteellisen vähän. Kaikkia yrityksiä ei kuitenkaan yrityksistä huolimatta tavoitettu. Jokaisella tavoitetulla yrittäjällä ei myöskään ollut mitään kalastuspalveluita tarjolla eikä niitä aiottu tarjota tulevaisuudessakaan tai niiden tarjoaminen oli lopetettu, joten sellaisia yrittäjiä ei haastateltu.

Seuraavissa kappaleissa esitellään tarkemmin yrittäjien näkemyksiä ja lopussa on liitteenä haastatteluihin osallistuneet yrittäjät, kyselylomake ja vapaamuotoiset kommentit.

Kiitokset kaikille haastatteluihin osallistuneille!

Joensuussa joulukuussa 2008

Irja Leppänen

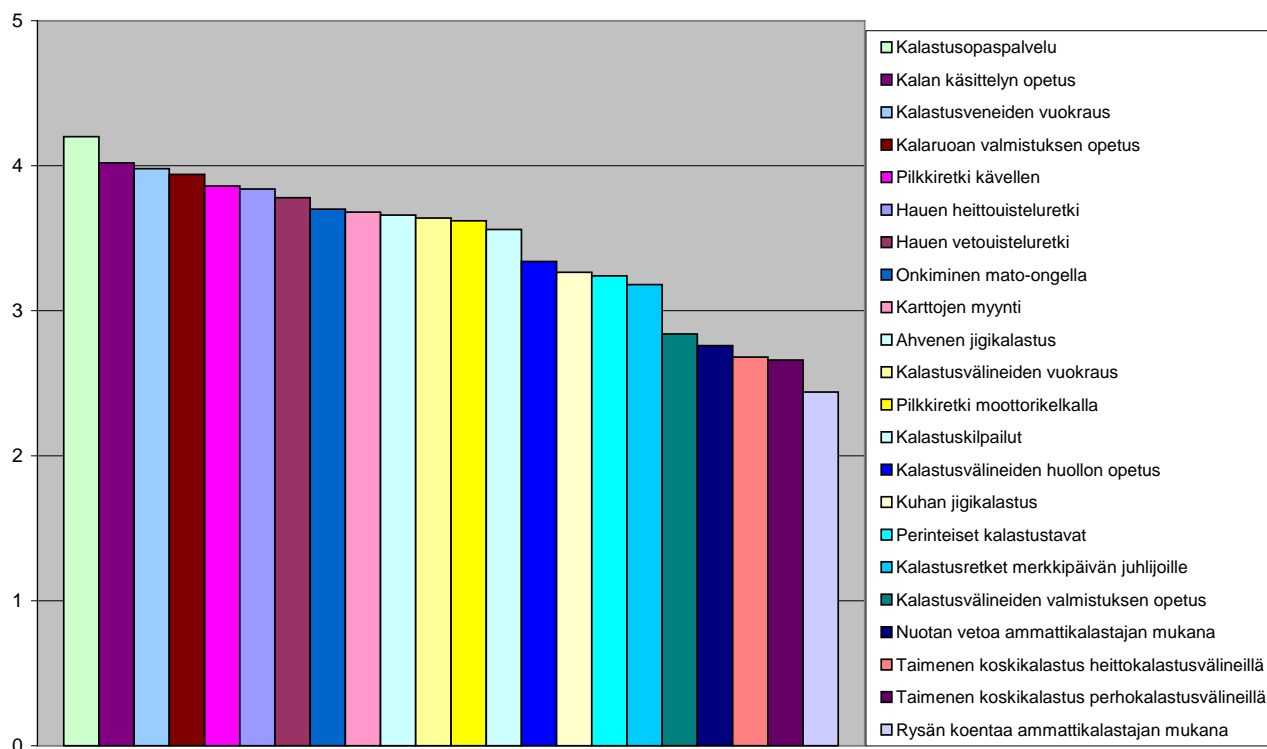
2 Haastatteluihin osallistuneet yritykset

Haastatteluihin osallistui 50 yrittäjää eri puolilta Pohjois-Karjalaa. Haastatteluun osallistuneet yritykset ovat liitteenä 1. Yritysten toimialat vaihtelevat majoituksesta ja/tai ravitsemuspalveluista ohjelmapalveluihin ja osalla yrityksistä on matkailutoimintojen lisäksi muuta toimintaa. Yritysten koot vaihtelevat alle yhden ja 40 henkilötyövuoden välillä. Yritysten työllistävyys henkilötyövuosina on suurimmalla osalla eli 41 yrityksellä 1-3 välillä, kolmella yrityksellä 4-5 välillä ja neljällä yrityksellä 6-10 välillä. Yhden yrityksen työllistävyys on alle yhden henkilötyövuoden ja yhden yrityksen työllistävyys on yli 10 henkilötyövuotta.

Jokaisella vastanneella yrityksellä on jonkinlaista kalastusmatkailutoimintaa ja kaksi yritystä suunnittelee kalastusmatkailutoiminnan aloittamista. Toisilla yrityksillä koko toiminta liittyy kalastukseen, toisilla puolestaan kalastuspalveluita tarjotaan muun toiminnan yhteydessä. Yrityksissä tarjotaan muun muassa mökkimajoitusta, joissa mahdollisuudet kalastukseen, lupamyyntiä, väline- ja venevuokrausta, opastettuja kalastusreissuja, valmiita kalastuspaketteja ja monissa yrityksissä paketteja tarjotaan asiakkaiden toiveiden mukaan. Yritykset tarjoavat mahdollisuuksia muun muassa verkkokalastukseen, pilkkimiseen, nuottaukseen, vetouisteluun, onkimiseen, rysän ja katiskan kokemiseen. Muutama yritys tarjoaa kalastuspalveluita Pohjois-Karjalan lisäksi kauempana ja myös ulkomailla.

3 Kalastusmatkailutuotteiden kehittäminen

Yrittäjiltä kysyttiin erilaisten kalastusmatkailutuotteiden kehittämisen tärkeyttä. Eri kalastusmatkailutuotteiden kehittämistä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5. Kuvassa 1 näkyvät eri tuotteet ja niiden kehittämisen tärkeys yritysten kannalta. Kalastusopaspalvelu, kalan käsittelyn opetus, kalastusveneiden vuokraus ja kalaruoan valmistuksen opetus koetaan tärkeimmiksi. Taimenen koskikalastus heitto- ja perhokalastusvälineillä sekä rysän koentaa ammattikalastajan mukana koetaan puolestaan vähiten tärkeiksi.



Asteikko 1-5:

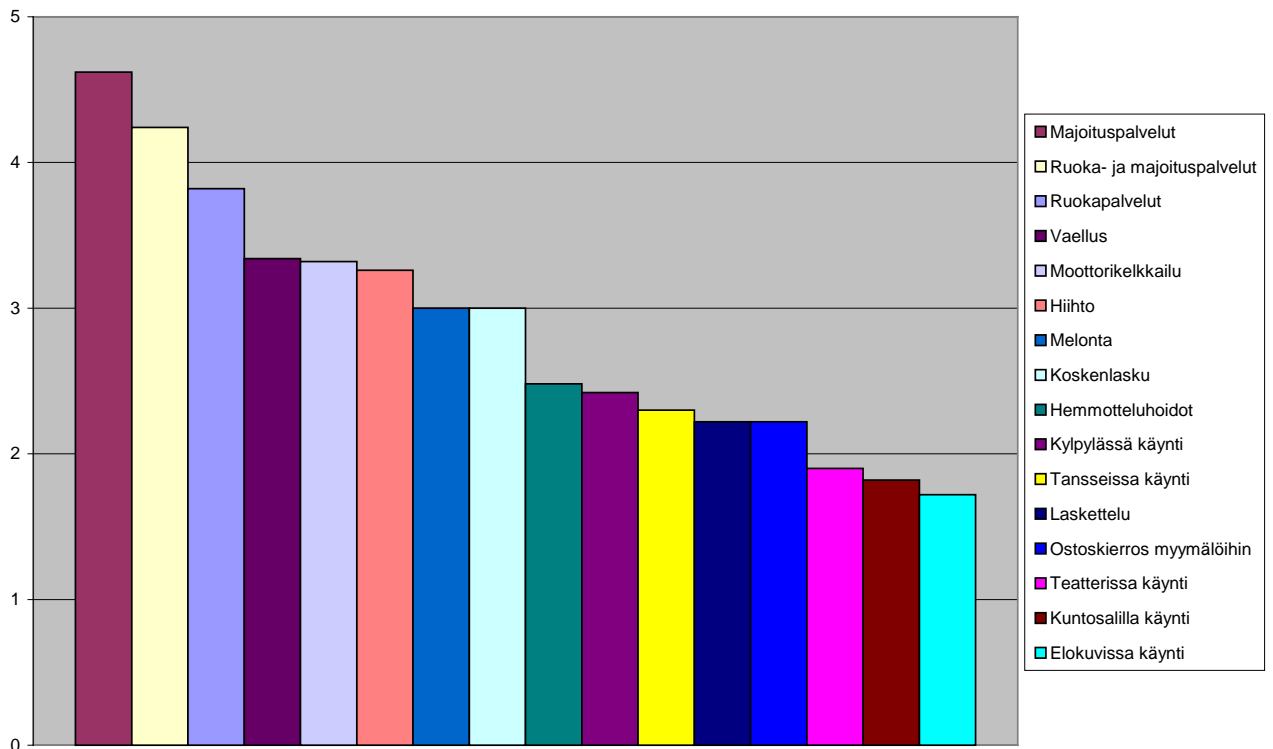
1 täysin yhdentekevä, 2 melko yhdentekevä, 3 ei mikään näistä, 4 melko tärkeä, 5 erittäin tärkeä

Kuva 1. Kalastusmatkailutuotteiden kehittäminen

Vaihtoehtojen lisäksi yrittäjillä oli mahdollisuus mainita muita vaihtoehtoja kalastusmatkailutuotteiden kehittämiseen. Muutamia mainintoja saivat talvikalastus, talviverkkokalastus, verkkojen koenta ja ravustus. Kerran mainittiin matikkapilkki, pilkkiretki hiihtäen tai potkukelkalla, pilkkikalastukseen tutustuminen, talvinuottoaus, iskukoukkukalastus, matikkarysä, kuhan verkkopyynti, istutuskalat lammesta vavalla ja pilkillä, istuta ja ongi kalastus, taimenen ja kuhan vetouistelu, kanoottien vuokraus, kalastusleirit sekä kalastus teemana yleisesti ohjelmalveluissa.

4 Kalastukseen yhdistetyt palvelut ja aktiviteetit

Yrittäjiltä kysyttiin erilaisten kalastukseen yhdistettyjen aktiviteettien ja palveluiden tärkeydestä. Erilaisten yhdistelmien tärkeyttä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5. Kuvassa 2 näkyvät kalastukseen yhdistetyt eri palvelut ja aktiviteetit ja niiden tärkeys yritysten kannalta. Kalastus ja majoituspalvelu, kalastus ja ruoka- ja majoituspalvelut sekä kalastus ja ruokapalvelut koetaan tärkeimmiksi yhdistelmiksi. Vähiten tärkeiksi koetaan kalastuksen yhdistäminen teatteriin, kuntosaliin ja elokuviin.



Asteikko 1-5:

1 täysin yhdentekevä, 2 melko yhdentekevä, 3 ei mikään näistä, 4 melko tärkeä, 5 erittäin tärkeä

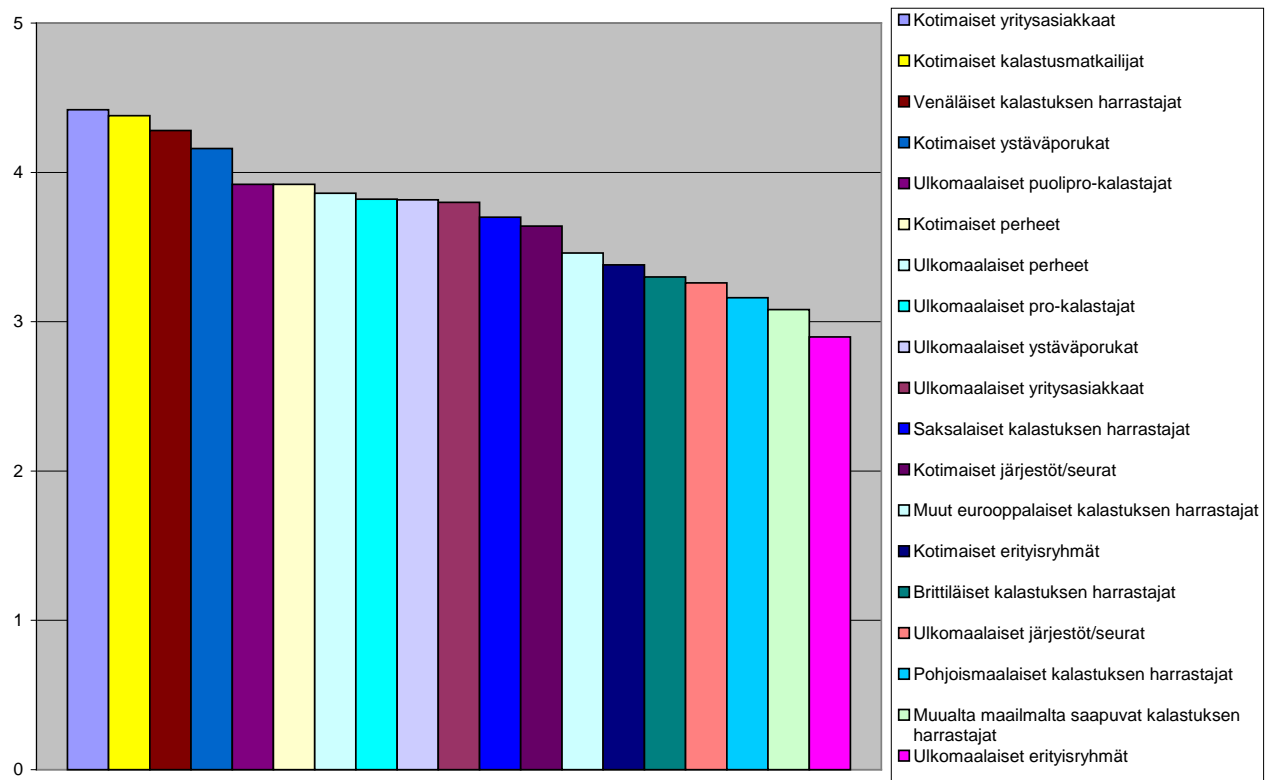
Kuva 2. Kalastukseen yhdistetyt aktiviteetit ja palvelut

Vaihtoehtojen lisäksi haastatelluilla oli mahdollisuus mainita muita aktiviteetteja ja palveluita kalastukseen yhdistettynä. Muutamia mainintoja saivat kalastus yhdistettynä metsästykseseen ja soutuveneilyyn. Kerran mainittiin kalastus yhdistettynä kalaopetusfilmeihin ”kalan matka järvestä pöytään”, suunnistukseen, moottoriurheiluun, ratsastukseen, kulttuuriin, sotahistoriaan, savusaunaan, käsitöihin, askarteluun, opastettuihin luontoretkiin, sienestykseseen, marjastukseen, eläinten katseluun, moottoripyöräilyyn, moottoriveneristeilyyn, lasten seikkailuretkiin, lasten retkiin ja leireihin, kalalajistotietouteen, kalaston käyttäytymiseen ja muuhun yleiseen kalastustietouteen, kalojen käsittelyyn, säilytykseen, kalaruokien valmistukseen luonnossa, erätaitoihin, luonto voimavarana terapiaan, maisemaristeilyihin ja kokouksiin luonto-olosuhteissa.

5 Kalastusmatkailun kohderyhmät

Yrityksiltä kysyttiin myös eri kohderyhmien tärkeyttä kalastusmatkailussa yrityksen kannalta. Eri kohderyhmien tärkeyttä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5. Kuvassa 3 näkyy eri kohderyhmien tärkeys kalastusmatkailussa yritysten kannalta. Kotimaiset yritysasiakkaat, kotimaiset kalastusmatkailijat, venäläiset kalastuksen harrastajat ja kotimaiset ystäväporukat koetaan tärkeimmiksi kohderyhmiksi. Vähiten tärkeiksi koetaan

pohjoismaalaiset sekä muualta maailmalta saapuvat kalastuksen harrastajat ja ulkomaalaiset erityisryhmät eli esteettömiä palveluita tarvitsevat.



Asteikko 1-5:

1 täysin yhdentekevä, 2 melko yhdentekevä, 3 ei mikään näistä, 4 melko tärkeä, 5 erittäin tärkeä

Kuva 3. Kohderyhmät kalastusmatkailussa

Yrittäjillä oli mahdollisuus mainita myös muita kohderyhmiä. Muutamia mainintoja saivat eläkeläiset, leirikoululaiset/koululaiset ja nuoriso. Lisäksi kerran mainittiin lapset, baltialaiset, naiskalastajat ja kaikki maksavat asiakkaat.

5.1 Kalastuspaketteja eri kohderyhmille

Yrittäjiltä kysyttiin, mikä olisi tärkein kohderyhmä eripituisille kalastusmatkailupaketeille. Vaikka kysyttiin vain yhtä tärkeintä kohderyhmää monet haastatelluista antoivat useampia vaihtoehtoja ja näin ollen tulokset on käsitelty kaikkien annettujen vastausten mukaan. Eri yrittäjillä oli erilaisia näkemyksiä kenelle tarjota mitään ja mitään yhtä ainoa kohderyhmää ei voida tietyn paketin kohdalla nostaa esille. Jokaiselle kalastusmatkailupaketille löytyi useita kohderyhmävaihtoehtoja ja monet paketit soveltuvatkin myös useille ryhmille.

5.1.1 Viikon kalastusmatkailupaketti

Ensisijaisesti viikon kalastusmatkailupakettia voisi tarjota ulkomaalaisille erityisesti venäläisille tai keskieurooppalaisille. Viidesosa yrittäjistä oli sitä mieltä, että viikon kalastusmatkailupaketti on liian pitkä. Mikäli viikon pituista matkaa tarjotaan sen täytyy sisältää useammassa paikoissa vierailuja ja aktiviteetteja. Pelkkä kalastus tulee kalliiksi ja on liian pitkä aika.

5.1.2 Parin kolmen päivän kalastusmatkailupaketti

Eniten parin kolmen päivän paketteja tarjottaisiin yrityksille, sekä kotimaisille että ulkomaisille. Tätä pakettia voisi tarjota myös yleensä ulkomaalaisille. Kansallisuuksista nousivat esiin venäläiset ja keskieurooppalaiset. Koti- ja ulkomaalaisille perheille sekä kalastuksen harrastajille ja aktiivikalastajille ympäri Suomen ja maailman voitaisiin lisäksi tarjota parin kolmen päivän pakettia.

5.1.3 Päivän kestoinen kalastusmatkailupaketti

Päivän kestoista pakettia tarjottaisiin ensisijaisesti yritysasiakkaille, sekä kotimaisille että ulkomaisille. Myös kotimaisille ja ulkomaalaisille perheille voisi tarjota tätä pakettia. Monet totesivat päivän paketin sopivan kaikille.

5.1.4 Kestoltaan noin neljän tunnin kalastusmatkailupaketti

Enimmäkseen kestoaltaan noin neljän tunnin pakettia tarjottaisiin yrityksille. Koti- ja ulkomaalaisille perheille ja ulkomaalaisille voitaisiin tarjota myös tätä pakettia. Muutama haastatelluista totesi, ettei tällaista pakettia kannata tarjota oikein kenellekään ja muutamien mielestä neljän tunnin paketti sopii puolestaan kaikille.

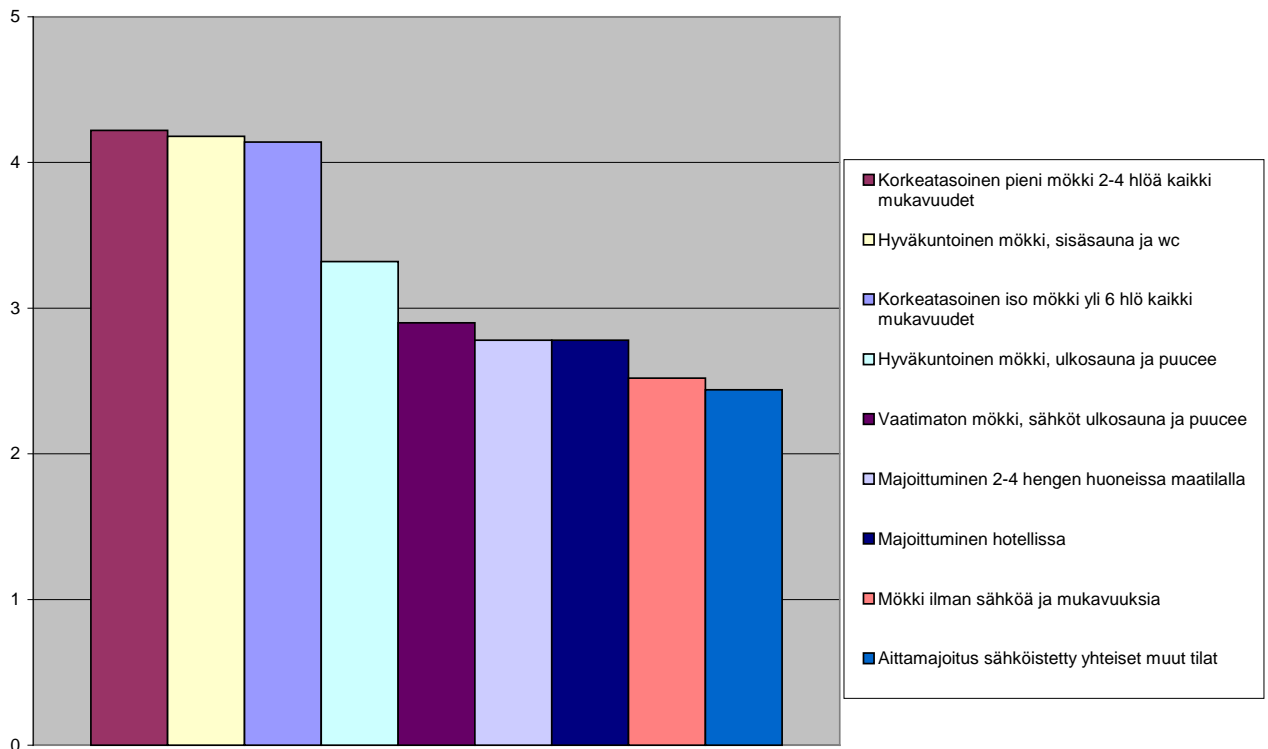
5.1.5 Muut paketit

Yrittäjillä oli mahdollisuus myös ehdottaa muita paketteja. Ehdotuksia tuli seuraavanlaisista paketeista: uistelijoille 1-3 vuorokauden paketti, yrityksille 3-4 päivän paketti, kotimaisille asiakkaille muutaman tunnin opastuspaketti ja nuorisolle kokonaisvaltainen paketti, jossa

jokin vetonaula. Nuorille voisi olla luonto tai kalastusaiheinen viikonloppu eri paikoissa esimerkiksi päivä koskilla, järvellä, kiertojuttu eri paikoissa sekä 2-3 päivän kalastusleirejä. Lähes kaikille, naisporukoille ja ulkomaalaisille perheille voisi tarjota opastettua kalastusta, jossa kalastusopas mukana. Kotimaisille ja ulkomaalaisille voisi tarjota 5 vuorokauden pakettia. Koululaisille, mies- ja naisporukoille erikseen voisi tarjota 1 vuorokauden pakettia, jossa sauna, majoitus ja nuotiojutut. Esimerkiksi miehille, naisille, isille ja pojille voisi tarjota kalastus- ja melontapakettia, jossa olisi muun muassa verkkojen katsomista. Yritysassiakkeille voisi tarjota kokouksen yhteydessä tunnin tai kahden kalastuspakettia. Lisäksi ehdotettiin kokonaisvaltaista 5 vuorokauden kalastuspakettia, joka sisältää muutakin tekemistä kuin kalastusta. Lapsille tai koululaisille ehdotettiin 2 tunnin pakettia, joka sisältäisi tunnin onkimista ja tunnin kalan käsittelyä. Lisäksi ehdotettiin päivän tai muutaman päivän hemmottelu ja kalastuspakettia, ravustusta ja rapujuhlia sekä sekapakettia, joka sisältää muutakin kuin kalastusta.

6 Kysyntä majoituspalveluissa

Yrittäjiltä kysyttiin arvioita erilaisten majoituspalveluiden kysynnästä kalastusmatkailussa. Majoituspalveluiden kysyntää pyydettiin arviomaan asteikolla 1-5. Kuvassa 4 näkyvät yrittäjien arviot erilaisista majoituspalveluista ja niiden kysynnästä. Melko paljon kysyntää arvioidaan olevan korkeatasoisella pienellä mökillä, jossa kaikki mukavuudet, hyväkuntoisella mökillä, jossa sisäsauna ja wc sekä korkeatasoisella isolla mökillä, jossa kaikki mukavuudet. Vähiten kysyntää arvioidaan olevan mökillä jossa ei mukavuuksia ja sähköä sekä sähköistetyllä aittamajoituksella. Monet vastaajista totesivat, että nykyajan ihminen vaatii luksusta ja tasoa majoitukselleen ja vaatimattomammalla majoituksella ei ole ollut kysyntää. Toisaalta taas useat totesivat, että kalastajat ovat erähenkisiä, joten vaatimattomampikin majoitus käy heille. Vaatimattomampi majoitusvaihtoehto käy ennen kaikkea silloin, jos paikka on muutoin erinomainen. Useat haastatelluista myös totesivat, että jokaiselle majoitukselle löytyy kuitenkin omat käyttäjänsä. Tätä kysymystä voisi kysyä myös kalastusmatkailijoilta itseltään, jotta saataisiin todellisuudessa selville, millainen majoitus heitä kiinnostaa.



Asteikko 1-5:

1 erittäin vähän, 2 melko vähän, 3 ei mikään näistä, 4 melko paljon, 5 erittäin paljon

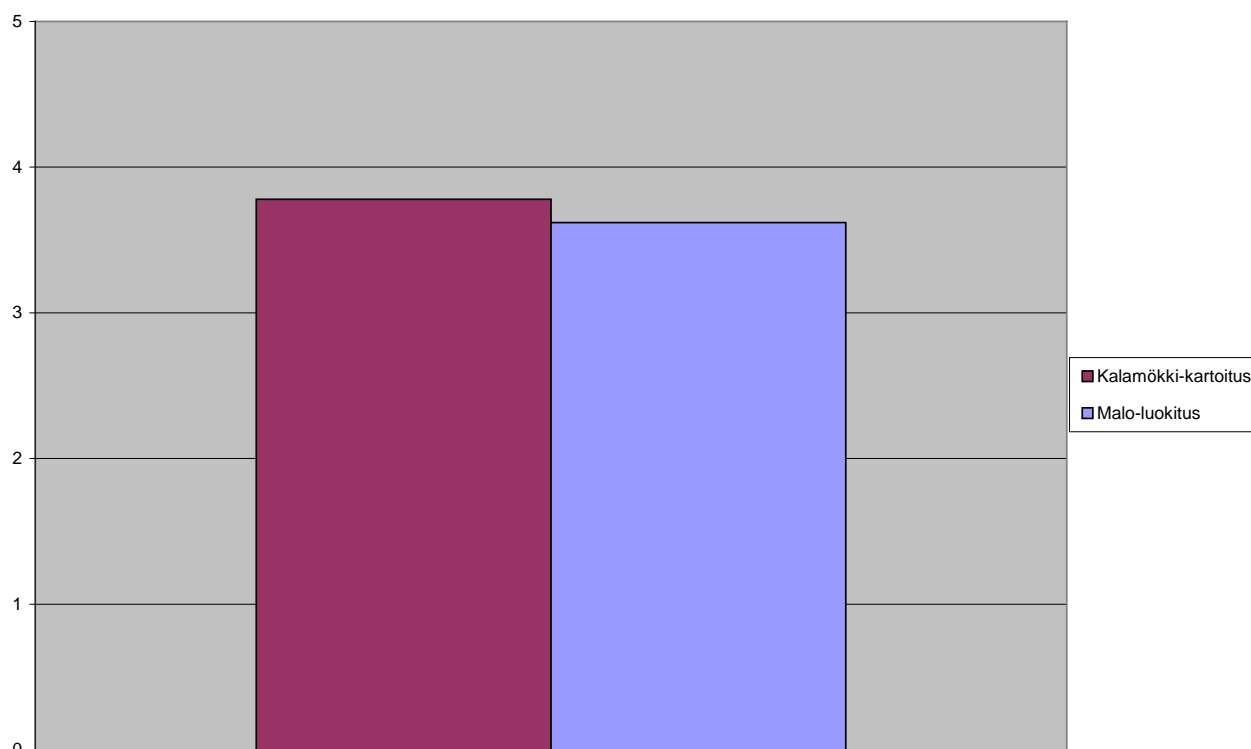
Kuva 4. Majoituspalveluiden kysyntä kalastusmatkailussa

Haastatelluilla oli mahdollisuus mainita myös muita majoituspalveluita. Useampia mainintoja saivat telttamajoitus, karavaanarit, kota/laavumajoitus ja maastossa eräolosuhteissa yöpyminen. Leirintäaluemajoitus ja tukki/eräkämppämajoitus mainittiin muutaman kerran ja lumimajoitteet sekä huoneistomajoitus mainittiin kerran.

7 Luokitukset kalastusmatkailussa

Yrittäjiä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5 Malo- ja kalamökkikartoituksen tärkeyttä kalastusmatkailussa. Malo eli Majoitustilojen luokitus kertoo majoituskohteen varustetasosta ja asumismukavuudesta. Yhtenäiseen valtakunnalliseen luokitusjärjestelmään kuuluu vuokrattavia lomamökkejä ja –huoneistoja sekä aamiaismajoitus- ja maatilalomapalveluihin kuuluvia huoneita ja huoneistoja. Jokainen kategoria on jaettu viiteen luokkaan MALO-luokitusperusteiden pohjalta. (Majoitu Maalla.fi) Kalamökit puolestaan ovat MALO-luokiteltuja vuokramökkejä tai maatilamatkailukohteita, joissa on erityisesti otettu huomioon kalastavat asiakkaat. KalaMökkejä on eri puolilla Suomea, meren ja järvien rannoilla ja jokien varsilla. (Kalatalouden keskusliitto)

Malo-luokitus ja Kalamökkikartoitus olivat osalle vastaajista täysin outoja. Kalamökkikartoituksen vastaajat kokivat hieman tärkeämmäksi kuin Malo-luokituksen, kuten kuvassa 5 näkyy. Yli puolet haastatelluista halusi lisätietoa kalamökkikartoituksesta.



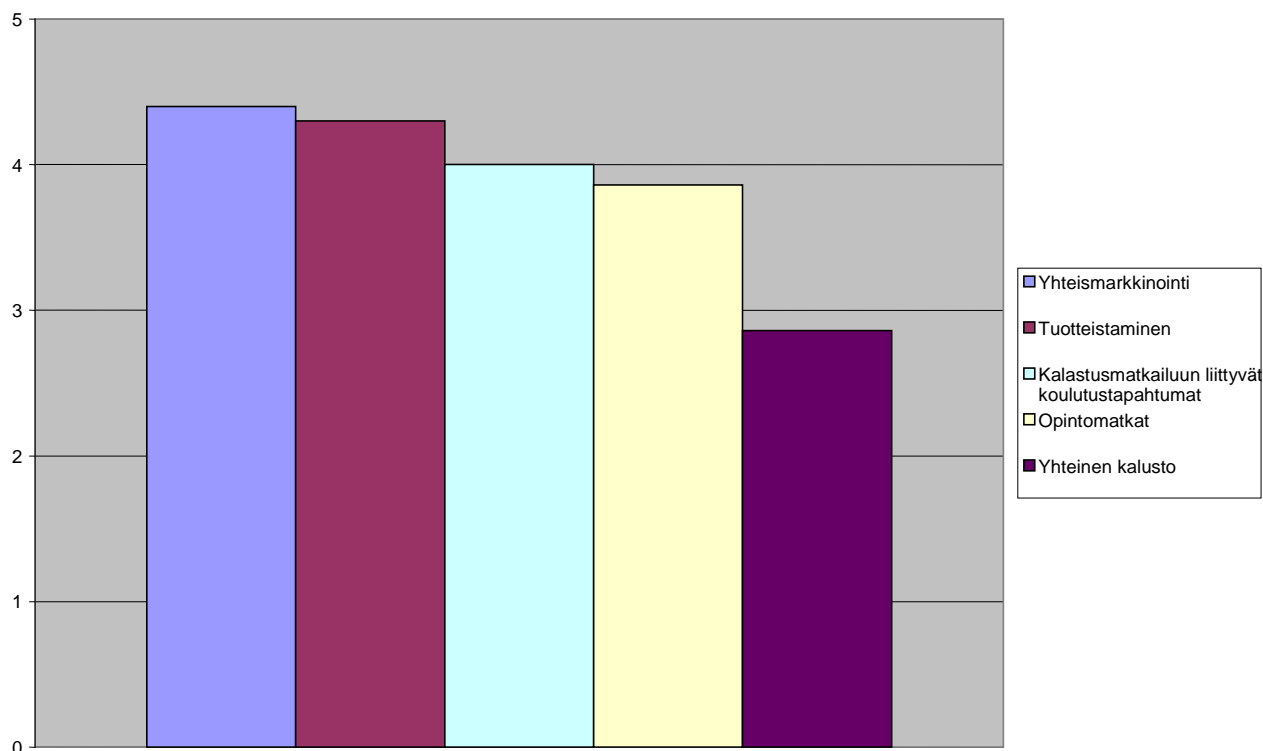
Asteikko 1-5

1 täysin yhdentekevä, 2 melko yhdentekevä, 3 ei mikään näistä, 4 melko tärkeä, 5 erittäin tärkeä

Kuva 5. Malo ja kalamökkikartoituksen tärkeys kalastusmatkailussa

8 Yhteistyö kalastusmatkailun kehittämisessä

Yrittäjiltä kysyttiin yhteistyön tekemisen tärkeydestä kalastusmatkailun kehittämisessä. Yhteistyötä kalastusmatkailun kehittämisessä pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-5. Kuvassa 6 näkyvät yrittäjien näkemykset eri yhteistyön tärkeydestä. Yhteismarkkinointi ja tuotteistaminen koetaan tärkeimmiksi. Vähiten tärkeäksi yritykset kokevat yhteisen kaluston omistamisen. Monet totesivat ”ettei yhteinen vene tervassa pysy”.



Asteikko 1-5:

1 täysin yhdentekevä, 2 melko yhdentekevä, 3 ei mikään näistä, 4 melko tärkeä, 5 erittäin tärkeä

Kuva 6. Yhteistyö kalastusmatkailun kehittämisessä

Yrittäjillä oli mahdollisuus mainita myös muita yhteistyömuotoja. Muutamia mainintoja saivat yhteispaketit ja opaspalvelu yhteistyössä. Lisäksi kerran mainittiin yhteistoiminta yleisesti, yhteistyö ammattikalastajien kanssa, kaluston vuokraus, tapahtumien järjestäminen, yhteistyö isojen matkailukeskusten kanssa, erikoispalveluiden ostomahdollisuus toisilta yrityksiltä esimerkiksi vuokraa oppaat ja välineet, yhteistyö eri majoitusliikkeiden ja opastuksien/kalastusyrittäjien välillä. Yhteistyö ja sen tekeminen tuli esille myös kalastusmatkailun kehittämisen ongelmassa ja kalastusmatkailun kehittämisessä, joita käsitellään kappaleissa 9 ja 10.

9 Ongelmat kalastusmatkailun kehittämisessä

Yrittäjät saivat kertoa vapaamuotoisesti kalastusmatkailun kehittämiseen liittyvistä ongelmista. Ongelmia on useita ja ne kaikki ovat liitteenä 3. Yrittäjien mukaan ongelmat kalastusmatkailun kehittämisessä koskevat markkinointia ja myyntiä, yhteistyötä, kalustoa, lupakäytäntöjä, asiakkaita ja toimijoita. Lisäksi ongelmia on kohdattu yleisesti kalastukseen, rakenteisiin ja alueisiin liittyvissä asioissa.

Markkinointi aiheuttaa ongelmia ja se koetaan puutteelliseksi. Ongelmana on, kuinka ylipäätään löydetään maksavia asiakkaita kalastamaan Pohjois-Karjalaan. Yhteistyö ei

välttämättä käytännössä toimi ja yleisesti kalastukseen liittyvissä asioissa ja alueissa sekä rakenteissa on myös ongelmia. Toimijoihin liittyy myös ongelmia, esimerkiksi oppaisiin ja toimijoiden vähyyteen. Nykyisen lupakäytännön ei koeta olevan kaikilta osin asiakaslähtöinen. Kalusto tulisi olla laadukasta ja investoinnit vaativat pääomia.

10 Kalastusmatkailun kehittäminen

Yrittäjiltä pyydettiin ajatuksia myös kalastusmatkailun kehittämiseen. Kehittämisajatuksia tuli esille useita ja ne kaikki ovat liitteenä 3. Kehittämisideoita on yleisesti kalastukseen, alueisiin, tuotteistamiseen, markkinointiin ja myyntiin, yhteistyöhön, lupakäytäntöihin, asiakkaisiin, koulutukseen, kalustoon ja rakenteisiin, toimijoihin ja materiaaliin liittyen.

Useat kehittämisajatuksukset liittyvät markkinointiin ja myyntiin. Yhteismarkkinointia tulisi kehittää ja se tulisi kohdentaa oikein, yhteistyötä tulisi tehdä eri toimijoiden kesken ja yrittäjien tulisi verkostoitua keskenään. Tuotteita tulisi kehittää yhdessä ja löytää myös uusia mahdollisuuksia, joita hyödyntää. Kalastuskuntia voisi yhtenäistää. Toimijoiden tulisi olla asiantuntevia ja laadukas sekä kunnossa oleva kalusto on myös tärkeä kalastusmatkailussa ja sen kehittämisessä.

11 Lopuksi

Kalastusmatkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa on ajankohtaista ja toivottavaa. Kalat ja kalavedet maakunnasta löytyy, mutta kalastusmatkailun kehittäminen vaatii työtä. Pohjois-Karjalassa on monipuoliset ympärivuotiset mahdollisuudet kalastusmatkailupalveluiden ja –tuotteiden kehittämiseksi. Suurimmat ongelmat yrittäjien mukaan liittyvät markkinointiin ja myyntiin, mistä asiakkaat löydetään ja saadaan markkinoitua tuotteet oikeille kohderyhmille.

Yhteistyön tekemisen tärkeys nousi esille yrittäjien haastatteluissa. Tarvitaan konkreettista yhteistyötä eikä vain puheiden tasolla olevaa yhteistyötä. Kalastuksen tarjoamia mahdollisuuksia onkin hyvä miettiä yhdessä eri yrittäjien ja muiden toimijoiden kanssa. Tällä hetkellä Pohjois-Karjalassa on meneillään myös muita kalastusmatkailun kehittämistä tukevia hankkeita, kuten Outdoors Finland ja Pielisen Järvilohi ja taimen. Kalastusjärjestöjen ja muiden kalastuksen toimijoiden kanssa kannattaa lisäksi tehdä yhteistyötä.

Tässä alkukartoituksessa oli tarkoitus saada yrittäjien näkemyksiä kalastusmatkailun kehittämiseen. Erityisesti yrittäjien vapaamuotoiset ajatukset kalastusmatkailun kehittämisen ongelmista ja ajatukset kalastusmatkailun kehittämisestä antavat hyödyllistä tietoa. Toki myös muut vastaukset ovat hyödyllisiä ja antavat suuntaa kalastusmatkailun kehittämiseen. Kalastuspalveluiden ja –tuotteiden kehittämisessä kannattaa panostaa korkeatasoiseen laatuun. Tuotteet tulisi olla asiakaslähtöisesti rakennettuja ja mietittäessä tuotteita tulisi pitää mielessä tuotekehityksen peruskysymykset, kuka?, mitä?, kenelle? ja miten? Yrittäjän ei kuitenkaan tarvitse välttämättä tehdä kaikkea itse vaan eri yrittäjien välisellä yhteistyöllä saadaan kokonaisuus aikaiseksi.

Kalastusmatkailun kehittäminen jatkuu. Otamme mielellämme vastaan ehdotuksia ja ajatuksia kehittämisestä ja muista hankkeeseen liittyvistä asioista. Ajatuksia voi kertoa hankevastaava Raija Vanteelle, raija.vanne@proagria.fi tai 040 7503547.

LÄHTEET:

Majoitu Maalla.fi 8.12.2008

<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/Majoitumaalla/Majoituspalvelut>

Kalatalouden keskusliitto 8.12.2008

<http://www.ahven.net/suomi/kalamokit.php>

LIITE 1 HAASTATTELUIHIN OSALLISTUNEET YRITYKSET

- 1 Akin Ahven
- 2 Aronsalmen Lomamökit
- 3 Eino Nuutinen
- 4 Eräeero T:mi Eero Kortelainen
- 5 Erämantsi Ay
- 6 Eräpaimen
- 7 Eräskin Oy
- 8 Erästely Canoe & Outdoors
- 9 Harjulanpiha
- 10 Jokipirtin majatalo
- 11 Joukiisenranta
- 12 Jänisjoen tuvat
- 13 Kaksi kalaa
- 14 Karjalan Helmi
- 15 Karjalan kalakeikat
- 16 Karjalan kievari
- 17 Karjalan lomakeskus
- 18 Karjalan Ruusu
- 19 Kartiisa Oy, Sudensuu Oy
- 20 Kaunis Karjala MPR
- 21 Kokkolan Erä ja Matkailu
- 22 Kolin Future Freetime
- 23 Koskelon lomamökit
- 24 Larin lomat
- 25 Lieksan Koskikierros Ky
- 26 Lieksan Matkakaverit
- 27 Lohikeidas Lokinlampi
- 28 Lomakeskus Huhmari
- 29 Lomakylä Koitereen Helmi
- 30 Maatilamatkailu Karvisen kissanpäivät
- 31 Mantsin retki
- 32 Martti Nykyri
- 33 Matkailutila Pitkänen
- 34 Metsänväki Oy
- 35 Möhkön Manta
- 36 Paavolan lomat
- 37 Pohjan tilan hirsituvat
- 38 Puruveden retkeily
- 39 Riihivalkea
- 40 Ruokkeen lomakylä
- 41 Ruunaan Matkailu Ky
- 42 Ruunaan Retkeilykeskus
- 43 Savilahden rantamökit
- 44 Taistelijan talo
- 45 Timitraniemi Camping
- 46 The Vicious Bear
- 47 Tmi Autoilu, Matkailu Päivinen Kalkkusaaren lomamökit
- 48 Tmi Ettone Petkeljärven retkeilykeskus
- 49 Välijoen lomat
- 50 YTK Oy, Leo Räsänen

LIITE 2

KYSELY YRITTÄJILLE JA TOIMIJOILLE

KALASTA POHJOIS-KARJALASSA MATKAILUN LIIKETOIMINNAN KEHITTÄMISEEN

Kyselyn tavoitteena on löytää yritykset ja toimijat, joilla on potentiaalisia mahdollisuuksia kehittää kalastusmatkailusta lisäansioita.

A. Taustatietoja

1.a Olen yrittäjä kyllä en

1.b Olen järjestön edustaja kyllä en

1.c Yrityksen / järjestön toimiala: _____

1.d Yrityksen / järjestön työllistävyys _____ htv tai _____ kk

2.a Yrityksellä / järjestöllä on kalastukseen liittyvää matkailutoimintaa kyllä ei

Millaista toimintaa?

2.b Yritys / järjestö on suunnitellut aloittavansa kalastukseen liittyvää matkailutoimintaa kyllä ei

Millaista toimintaa? _____

2.c Mikäli toimintaa ei ole ja ei ole suunniteltu aloitettavan, Miksi?

Yhteystiedot:

Yrityksen / järjestön nimi _____

Yhteyshenkilön nimi: _____

Sähköposti: _____ puhelin: _____

B. Kuinka tärkeäksi yrityksenne / järjestönne kokee seuraavien kalastusmatkailutuotteiden kehittämisen?

Arvioi asteikolla 1-5 ja ympyröi vain yksi vaihtoehto

(1.täysin yhdentekevä, 2. melko yhdentekevä, 3. ei mikään näistä, 4. melko tärkeä, 5. erittäin tärkeä)

1. Hauen heittouisteluretki 1 2 3 4 5

2. Hauen vetouisteluretki 1 2 3 4 5

3. Kuhan jigikalastus 1 2 3 4 5

4. Ahvenen jigikalastus 1 2 3 4 5

5. Taimenen koskikalastus perhokalastusvälineillä 1 2 3 4 5

6. Taimenen koskikalastus heittokalastusvälineillä 1 2 3 4 5

7. Onkiminen mato-ongella 1 2 3 4 5

8. Rysän koentaa ammattikalastajan mukana 1 2 3 4 5

9. Nuotan koentaa ammattikalastajan mukana	1 2 3 4 5
10. Pilkkiretki kävellen	1 2 3 4 5
11. Pilkkiretki moottorikelkalla	1 2 3 4 5
12. Perinteiset kalastustavat (tuulastus ym.)	1 2 3 4 5
13. Kalan käsittelyn opetus	1 2 3 4 5
14. Kalaruoan valmistuksen opetus	1 2 3 4 5
15. Kalastusvälineiden valmistuksen opetus	1 2 3 4 5
16. Kalastusvälineiden huollon opetus	1 2 3 4 5
17. Kalastusretket merkkipäivän juhlijoille	1 2 3 4 5
18. Kalastuskilpailut	1 2 3 4 5
19. Kalastusopaspalvelu	1 2 3 4 5
20. Kalastusvälineiden (vavat, uistimet yms.) vuokraus	1 2 3 4 5
21. Kalastusveneiden vuokraus	1 2 3 4 5
22. Karttojen myynti (ottopaikat, rantautuminen jne.)	1 2 3 4 5
23. Jokin muu, mikä? _____	1 2 3 4 5

C. Miten tärkeäksi yrityksenne / järjestönne kokee seuraavat kalastukseen yhdistetyt aktiviteetit ja palvelut ?

Arvioi asteikolla 1-5 ja ympyröi vain yksi vaihtoehto

(1.täysin yhdentekevä, 2. melko yhdentekevä, 3. ei mikään näistä, 4. melko tärkeä, 5. erittäin tärkeä)

1. Kalastus ja ruokapalvelut	1 2 3 4 5
2. Kalastus ja majoituspalvelut	1 2 3 4 5
3. Kalastus ja ruoka sekä majoituspalvelut	1 2 3 4 5
4. Kalastus ja melonta	1 2 3 4 5
5. Kalastus ja koskenlasku	1 2 3 4 5
6. Kalastus ja vaellus	1 2 3 4 5
7. Kalastus ja hiihto	1 2 3 4 5
8. Kalastus ja moottorikelkkailu	1 2 3 4 5
9. Kalastus ja laskettelu	1 2 3 4 5
10. Kalastus ja teatterissa käynti	1 2 3 4 5
11. Kalastus ja tansseissa käynti	1 2 3 4 5
12. Kalastus ja elokuvissa käynti	1 2 3 4 5
13. Kalastus ja kylpylässä käynti	1 2 3 4 5
14. Kalastus ja kuntosalilla käynti	1 2 3 4 5
15. Kalastus ja hemmotteluhoidot	1 2 3 4 5
16. Kalastus ja ostoskierros myymälöihin	1 2 3 4 5
17. Kalastus ja muu, mikä aktiviteetti tai palvelu _____	1 2 3 4 5

D. Kuinka tärkeäksi yrityksenne / järjestönne kokee seuraavat kohderyhmät kalastusmatkailussa?

Arvioi asteikolla 1-5 ja ympyröi vain yksi vaihtoehto

(1.täysin yhdentekevä, 2. melko yhdentekevä, 3. ei mikään näistä, 4. melko tärkeä, 5. erittäin tärkeä)

1. Kotimaiset yritysasiakkaat	1 2 3 4 5
2. Ulkomaalaiset yritysasiakkaat	1 2 3 4 5
3. Kotimaiset perheet	1 2 3 4 5
4. Ulkomaalaiset perheet	1 2 3 4 5
5. Kotimaiset järjestöt/seurat	1 2 3 4 5
6. Ulkomaalaiset järjestöt/seurat	1 2 3 4 5
7. Kotimaiset ystäväporukat	1 2 3 4 5
8. Ulkomaalaiset ystäväporukat	1 2 3 4 5
9. Kotimaiset erityisryhmät (esteettömiä palveluita tarvitsevat)	1 2 3 4 5
10. Ulkomaalaiset erityisryhmät (esteettömiä palveluita tarvitsevat)	1 2 3 4 5
11. Kotimaiset kalastusmatkailijat	1 2 3 4 5
12. Ulkomaalaiset pro-kalastajat (kalastus matkan päämotiivi)	1 2 3 4 5
13. Ulkomaalaiset puolipro- kalastajat (kalastus merkittävä osa & motiivi matkalle)	1 2 3 4 5
14. Venäläiset kalastuksen harrastajat	1 2 3 4 5
15. Brittiläiset kalastuksen harrastajat	1 2 3 4 5
16. Saksalaiset kalastuksen harrastajat	1 2 3 4 5
17. Pohjoismaalaiset kalastuksen harrastajat	1 2 3 4 5
18. Muut eurooppalaiset kalastuksen harrastajat	1 2 3 4 5
19. Muualta maailmalta saapuvat kalastuksen harrastajat	1 2 3 4 5
20. Muu kohderyhmä, mikä? _____	1 2 3 4 5

E. Mikä olisi tärkein kohderyhmä, jolle tarjoaisitte seuraavia kalastuspaketteja?

1. Viikon kalastusmatkailupaketti

2. Parin kolmen päivän paketti

3. Päivän kestoinen paketti

4. Kestoltaan n. 4 tunnin paketti

5. Muu paketti, mikä?

F. Kuinka paljon arvioitte seuraavanlaisilla majoituspalveluilla olevan kysyntää kalastusmatkailussa ?

Arvioi asteikolla 1-5 ja ympyröi vain yksi vaihtoehto (1.erittäin vähän, 2. melko vähän, 3. ei mikään näistä, 4. melko paljon, 5. erittäin paljon)

- | | |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Korkeatasoinen iso mökki (yli 6 hengen), jossa kaikki mukavuudet | 1 2 3 4 5 |
| 2. Korkeatasoinen pieni mökki (2-4 hengen), jossa kaikki mukavuudet | 1 2 3 4 5 |
| 3. Hyväkuntoinen mökki, jossa sisäsauna ja wc | 1 2 3 4 5 |
| 4. Hyväkuntoinen mökki, jossa ulkosauna ja puucee | 1 2 3 4 5 |
| 5. Vaatimaton mökki, jossa sähköt, ulkosauna ja puucee | 1 2 3 4 5 |
| 6. Mökki ilman sähköä ja mukavuuksia | 1 2 3 4 5 |
| 7. Aittamajoitus (sähköistetty), yhteiset muut tilat | 1 2 3 4 5 |
| 8. Majoittuminen 2 –4 hengen huoneissa (maatilalla) | 1 2 3 4 5 |
| 9. Majoittuminen hotellissa | 1 2 3 4 5 |
| 10. Muu majoitus, mikä_____ | 1 2 3 4 5 |

G. Kuinka tärkeäksi arvioitte seuraavat luokitukset kalastusmatkailussa?

Arvioi asteikolla 1-5 ja ympyröi vain yksi vaihtoehto (1.täysin yhdentekevä, 2. melko yhdentekevä, 3. ei mikään näistä, 4. melko tärkeä, 5. erittäin tärkeä)

- | | |
|----------------------------------------------|-----------|
| 1. Majoitustilat on Malo –luokiteltu | 1 2 3 4 5 |
| 2. Kohteelle on tehty kalamökkikartoitus | 1 2 3 4 5 |
| 3. Haluan lisätietoa Malo –luokituksesta | kyllä en |
| 4. Haluan lisätietoa kalamökkikartoituksesta | kyllä en |

H. Miten tärkeäksi koette seuraavanlaisen yhteistyön kalastusmatkailun kehittämisessä?

Arvioi asteikolla 1-5 ja ympyröi vain yksi vaihtoehto (1.täysin yhdentekevä, 2. melko yhdentekevä, 3. ei mikään näistä, 4. melko tärkeä, 5. erittäin tärkeä)

- | | |
|-----------------------|-----------|
| 1. Yhteismarkkinointi | 1 2 3 4 5 |
| 2. Tuotteistaminen | 1 2 3 4 5 |

Kalasta Pohjois-Karjalassa –hanke

- | | |
|----------------------------------------------------|-----------|
| 3. Opintomatkat | 1 2 3 4 5 |
| 4. Kalastusmatkailuun liittyvät koulutustapahtumat | 1 2 3 4 5 |
| 5. Yhteisen kaluston omistaminen | 1 2 3 4 5 |
| 6. Muu yhteistyö, mikä_____ | 1 2 3 4 5 |

I. Mitkä ovat teidän näkökulmastanne ongelmia kalastusmatkailun kehittämisessä?

J. Miten kalastusmatkailua tulisi kehittää teidän näkökulmastanne?

K. Lupa-asiat

- | | | |
|---------------------------------------------|-------|----|
| 1. Tarvitsen lisätietoa kalastusluvista | kyllä | en |
| 2. Tarvitsen lisätietoa kalastusoikeuksista | kyllä | en |

Kiitos vastauksestasi !

LIITE 3

ONGELMIA

Markkinointi & Myynti

- Markkinointi tuottaa vaikeuksia, miten voisi laajentaa?
- Tuotteistamisessa ja markkinoinnissa tulisi löytää yhteisymmärrys eri tahojen välille, raha ja aika, kuka tekee, kun jokaisella kuitenkin oma yritys, resurssit ei riitä tarvittaisiin koordinoitua muualta
- Markkinoinnin puute
- Markkinoinnin osaamattomuus, pienet yritykset katsovat omasta näkökulmastaan
- Kotisivujen merkitys suuri ja niiden päivitys, kannattaisi panostaa
- Kalastuspaketit ja markkinointi, kuinka ihmiset löytää yleensä yritykseen ja Pohjois-Karjalaan
- Tuotepaketit kenelle tarjota mitäkin pakettia ja kuka tarjoaa
- Kalavedet on, mutta markkinoinnin puute
- Enemmän markkinointia, enemmän ihmisiä, jotta sana leviäisi
- Ongelmia markkinoinnissa, miten saada esim. yrityspuolelle paketti, joka kiinnostaa ja on hinnaltaan kannattava myös yrittäjälle
- Kuinka löytää asiakkaat, markkinointi on kallista
- Informointi ja markkinointi, miten houkuttaa asiakkaat ja taata heille hyvän laadun ja etteivät asiakkaat petä
- Kysyntää vähän, erilaisia kalastusmatkailupaketteja lukemattomia, mutta kuka niitä ostaa, ongelmana asiakkaiden puute/löytäminen
- Myynti on ongelma
- Yleinen tunnettuus ongelma, aluetta pitäisi tehdä tunnetuksi myös kalastuksen osalta
- Oikeat kohderyhmät löytää, markkinoida tuotteet heille
- Markkinointimateriaali puutteellista
- Ei markkinointia, se jarruttaa toimintaa
- Markkinointi ja myynti, hyvät myyjät puuttuu, jotka puhuvat asiakkaan kanssa samaa kieltä, myyjien täytyy olla uskottavia
- Tarjontaa on, mutta se tulisi kohdentaa oikein
- Yrittäjillä ei rahaa markkinoida
- Markkinointiin resursseja
- Asiakkaiden ja kohderyhmien tavoittaminen, markkinointi kallista
- Markkinointi, vaikka kaikki on kunnossa, paketit tehty, testattu, yhteistyökumppanit hankittu, niin mistä löytyy maksavat asiakkaat ?
- Yritysasiakkaiden löytäminen hankalaa
- Markkinointi, miten saadaan asiakkaat jäälle ja vedelle?
- Asiakkaiden tavoittaminen ulkomailta
- Markkinointiin ei ole rahaa yrittäjillä yksin
- Kysyntä ei riitä
- Mainostuksen puute, informaation puute kaikista tärkein
- Tiedon puute
- Markkinointi
- Ulkomaan markkinoinnissa ongelmansa

Yhteistyö

- Kalavedet on, mutta yhteistyön puute
- Kaikki toimijat hajallaan, yhteinen suuntaviiva puuttuu
- Kalamiehen kateus pois myös yrittäjiltä, yhteistyö
- Yhteistyön esteenä on usein kustannukset, tulijoita olisi, mutta maksut helposti vain yhdelle
- Yhtenäinen punainen lanka puuttuu, on yritetty, mutta kokonaisuus ja sen rakentaminen puuttuu
- Yhteistyö toimimatonta, pitäisi saada toimimaan, jotta esimerkiksi majoitus ja ohjelmapalveluyritykset tukevat toisiaan ja myyvät toisten tuotteita
- Ei ole yhteistyötä, se jarruttaa toimintaa
- Kateus
- Yhteistyö toimii puheiden tasolla, mutta käytäntö on eri asia
- Verkostoituminen ja tuotteistaminen yhteistyössä, hinta tulisi olla näkyvässä, jotta voisi toinen yrittäjäkin tarjota toisen yrittäjän palveluita
- Yrittäjillä usein halu tehdä kaikki alusta loppuun itse, voisi tuottaa yhdessä esim. paketteja

Yleisesti kalastus, alueet, rakenteet ym.

- Rakenteet kuntoon esim. veneliuskoja
- Tuoterakennus tulisi lähteä kalastuksesta päin eli kalastuksen pitäisi olla se juttu, miksi tänne tullaan, sen jälkeen ruoka ja majoitus. Ei toisinpäin että ensin majoitus ja täällä voi myös harrastaa kalastusta
- Pitkäjänteisyyden puute toiminnassa, profiloituminen johonkin, tulisi erikoistua esim. viehe ja perhoalueisiin
- Koskikalastus mahdollisuudet liian kaukana
- Alue käy pieneksi, järveä ei voi laajentaa
- Talvikalastuksen kehittäminen ja keksiminen, kuinka saada sitä suosituimmaksi täällä seudulla
- Kalastusalueet suuremmiksi, ei ole nyt yksityiskohteita yrityksillä
- Pienet ympyrät, tiedottaminen, että järvessä on kalaa ja sitä saa, myös perusasioiden tiedottaminen
- Lampia voisi hyödyntää enemmän, niistä tulisi olla tarkempaa tietoa ja istutuksia niihin
- Pielisen järvilohi ja taimenkanta huonoja, pitäisi elvyttää, kuhaa onneksi tullut kiitettävästi
- Kalaa pitää saada, täytyy lisätä kaloja
- Istutukset, palveleeko istutukset mökkiläisiä vai matkailijoita
- Saaliin epävarmuus
- Sääolosuhteet
- Keliolosuhteet vaihtelee
- Säävaraus toiminnassa
- Vesiensuojeluun tulee panostaa, haisevat rannat täytyy puhdistaa
- Pohjois-Karjalan kalakannat eivät houkuttele aktiivikalastajia, veden laatu ja virtavesien huono tila kalastuksen kannalta
- Kalaa ei saa, kun on tumma ja vaikea vesi

Lupakäytännöt

- Lupien yhtenäistäminen järvialueilla, verkkokalastus kohderyhmien lähelle pienet kalastuskunnat, pitäisi olla mahdollisuus saada lupa yhtenäiseksi jos esim. sää vaatii kalastusmuodon muuttamista
- Luvat eivät kata monia osakaskuntia, kiinteät pyydykset helposti väärän osakaskunnan alueelle
- Pyhäjärven yksityiset vedet
- Kalastuslupien saanti yksinkertaisemmaksi ja helpommaksi, yrityksillä voisi olla tietty määrä lupia, jotka antaa asiakkaalle
- Lupakäytännöt, on olemassa esim. melontareitti 70 km ja useat haluaisivat ostaa kalastuslupan, mutta tälle matkalle täytyy ostaa 3 kalastuslupaa
- Lupien saatavuus huono, täytyy ostaa asiakkaille lupia omalta tietokoneelta
- Ulkomaalaisten kalastuksenhoitomaksu ongelma se täytyisi ottaa pois
- Lupakäytäntö monimutkainen, tarvitsee monia lupia
- Yhtenäinen lupakäytäntö eli yhdestä paikasta saisi selkeästi kaikki luvat

Toimijat

- Hajanaisuus, tekijöitä on vähän ja ympäri maakuntaa. Hankala suunnata esimerkiksi asiakkaita toisille, jos ei itse juuri sillä hetkellä voi ottaa
- Yrityksiä ei kovin paljon
- Kentän hajanaisuus, Ruunaan alueella kalastus hyvin esillä
- Liikevaihto jää pieneksi, täytyy olla monialayrittäjä, jotta elättää itsensä
- Kalastusjutut eivät yksin elätä vaan täytyy olla muutakin toimintaa
- Asuminen ison matkailukeskuksen luona säästää kustannuksia
- Kalastusoppaita tai eräoppaita on turha kouluttaa, jos ei voi ostaa osajia, kun tarvitsee, missä he ovat?
- Opasmahdollisuus puutteellinen tuo paljon kustannuksia, koska sopivia oppaita sopivan matkan päässä ei löydy
- On olemassa paljon päteviä vetouistelijoita, mutta he eivät ole yrittäjiä ja heillä ei kielitaitoa
- Ammattitaitoinen henkilökunta
- Kielitaito tärkeää
- Yhteistyö kalastusoppaiden kanssa tulisi olla jatkuvaa, jotta pystyttäisiin tarjoamaan asiakkaalle palveluita, jos toimintaa ei ole niin kalastusoppaat helposti katoavat tai menevät muualle töihin ja uusien löytäminen ei helppoa
- Villi Pohjola alkoi aikanaan toimia samoilla periaatteilla kuin pienet yrittäjät.
- Jos luvataan jotain palvelua, se tulisi toteuttaa myös käytännössä, kun asiakkaat sitä haluaa eikä sitten sanota ettei onnistu
- Yrittäjien ikä on ongelma, yleisesti kalastajien ikärakenne. Perinteisesti vanhemmat henkilöt olleet verkkokalastajia, koukkukalastus ja välineistö kehittyvät, perässä pitäisi pysyä
- Kilpailutilanne on erilainen sellaisilla yrityksillä, joilla toinen toimii hankerahalla ja toinen omalla rahalla
- Palvelun täytyy olla kunnossa, aloittelijoiden täytyy kouluttautua
- Toiminnan tulee pohjautua laatuun, tulee olla kunnolliset laadukkaat hyvät tuotteet, palvelu, vedet
- Lyhytjännitteistä toimintaa, toiminnan pitäisi olla pitkäjännitteistä ei pelkästään hankkeisiin liittyen

- Kohteet ovat laajoja, oma toiminta-alue voi olla laaja, järvialueet laajoja, kynnys aloittamiseen on tällöin suurempi, palvelujen tarjoaminen vaatii tällöin enemmän tietoa ja resursseja

Asiakkaat

- Todellinen kansainvälinen kalastusmatkailija ei tule kalastamaan istutettua kirjolohta tai taimenta, he haluavat kalastaa villiä ja vapaata kalaa villissä ja vapaassa ympäristössä. Pohjois-Karjalassa villiä ja vapaata lohikalaa ei ole, kannattaa keskittyä kalastamaan sitä mitä meillä on eli haukea, ahventa, kuhaa, harjusta
- Kalastajat ovat oppineet saamaan lohta Lapissa, joten haukea suomalaiset eivät arvosta, keskieurooppalaiset puolestaan arvostaa
- Kulttuurierot kalastuksessa, tiedetään, mitä suomalainen haluaa kalastamiselta, mutta ulkomaalainen, onko hänelle tärkeää olla kalassa vai täytyykö saada paljon kalaa, usein ulkomaalaisille saalis on tärkeämpi kuin kotimaisille
- Kielitaito ja kulttuurirajojen ymmärtäminen
- Pitäisi tehdä mahdolliseksi esim. sellainen että naiset kylpylään ja miehet kalaan
- Kuinka löydettäisiin nuoria, uusia kalastuksen harrastajia, heräteltäisiin kalastustoimintaa, jotta se alkaisi kiinnostaa ja on hyvä harrastus
- Suomalaiset matkailijat eivät ole valmiita laittamaan rahaa kalastukseen
- Omatoimiset kalastajat
- Liian vähän asiakkaita, kotimaiset on hankala saada asiakkaiksi
- Suomalaiset kalastajat ovat omaehtoisia kalastajia eivätkä valmiita maksamaan
- Asiakkaiden alkoholin käyttö, asiakkaat eivät ymmärrä omaa turvallisuutta, kun alkoholia/kalastusta ei voi yhdistää
- Alkoholi ja kalastus ei sovi yhteen, joidenkin varsinkin yritysasiakkaiden hankala ymmärtää

Kalusto

- Puutteelliset kalustot
- Uistelun markkinointiin liian pieni kalusto
- Investoinnit ovat kalliita
- Kalastustarvikevarastojen, investoinnit ja paikkojen kunnostaminen vaativat rahaa
- Investoinnit kalustoon
- Laitteinvestoinnit veneisiin ym. isompiin asioihin
- Toiminnan hajanaisuus, jokainen pyrkii omistamaan kaiken, voisi olla yhteistyöverkosto, jossa toisilta lainattaisiin kohtuuhintaan kalustoa, jottei pääomat seisoi kalustoissa, joita tarvitsee silloin tällöin
- Tarvitsee ison kaluston
- Kaluston investointi kallista varsinkin jos ovat suuren osan ajasta käyttämättömänä
- Yrittäjillä pääomien puute kalusto on kallista
- EU-Säädösten mukana tuli turvallisuus näkökulma paketteihin, välineisiin ym. ja se on kallista

LIITE 4

KEHITTÄMISIDEOITA

Markkinointi ja myynti

- Kaikki alueen vesistön äärellä olevat markkinointia ja yhteistyötä lisää, jotta näkyvyys parantuisi ja saataisiin ihmisiä kalastamaan Pohjois-Karjalaan, rahkeet eivät yksin riitä saamaan näkyvyyttä
- Saimaan mahdollisuuksia markkinoida enemmän
- Rahaa markkinointiin, taloudellisten resurssien puute aiheuttaa ongelmia, esim. markkinointi ei ole pitkäjänteistä, erityisesti ulkomaille tulisi tehdä pitkäjänteistä markkinointia
- Asiakaspalveluun ja tuotteisiin tulisi panostaa, myöhemmin se on parasta markkinointia kun sana kulkee
- Kalastuspakettien myyntiä ja markkinointia tehostaa, jotta sana leviäisi ja saataisiin ihmisiä
- Markkinointia tulisi korostaa
- Tuotteet tulisi tehdä ja markkinoida haluttaviksi, jotta asiakas kokee tuotteen itselleen sopivaksi ja on siihen tyytyväinen
- Yhteismarkkinointia enemmän
- Markkinointi kuntoon, kaikki toimijat mukaan, saadaan näkyvyyttä ja asiakkaita
- Yhteismarkkinointi, laajemmat ihmisryhmät tulisi saada kiinnostumaan kalastuksesta informaatiota tulisi lisätä, sen kautta kysyntä lisääntyisi ja kehittyisi kalastusmatkailu
- Näkyvyys ja esilläolo tärkeää, Pohjois-Karjala koko maakuntana esille, kalastuksen näkyvyyttä parantaa samalla vesien ja yrityksien näkyvyys paranee
- Kalastusta yleisesti tehdä tunnetuksi
- Talvikalastus tulisi saada iskemään asiakkaille, kuinka asiakkaat saadaan tietoisiksi, markkinointi ei pelaa
- Yhteismarkkinointi ja yhteismyynti, pitäisi olla joku tahon, joka myy tuotteita. Ollaan hyviä tekemään itse tuotteita, mutta myyntiin ja markkinointiin tarvitsee muualta panostusta
- Yhteismarkkinointi kuntoon, mutta vaatii, että tuotteet ovat kunnossa ennen sitä
- Markkinointi suunnata järkevästi ja lisätä
- Markkinointia kehittää, venäläisiin panostaa
- Kalastusta tulisi markkinoida ja mainostaa, ympäri vuoden on kalastukseen hyvät mahdollisuudet
- Kysyntää lisättävä, myyjiä lisää ja myyntitilanteita
- Yhteismarkkinointiin resursseja lisää, jotta saataisiin asiakkaita lisää
- Kalastuksen yhteismarkkinointi, voisi olla esitteissä oma osio Kalaan Pohjois-Karjalaan, jossa esiteltäisiin tuotteita ja vesialueita
- Voisi yleisesti olla enemmän julkista puhetta luonnosta/kalasta, julkisessa mediassa voisi olla mainintoja luonnosta ja kalastuksesta, sen kautta sana leviäisi
- Markkinointi näkyvämmäksi, jotta asiakkaita saadaan lisää
- Kalastuksen tuoma lisäarvo maakunnalle tulisi hyödyntää
- Yhteismarkkinointi kohdennettuna sellaisiin asiakkaisiin ulkomailta, jotka ovat valmiita tulemaan ja maksamaan kalastuksesta, ei kannata tehdä yleisesitteitä, yleismarkkinointia ym. Ensiksi selvittää kohderyhmä ja sen jälkeen kohdennettuna markkinoida, kalastus on spesiaaliala
- Voimavarat kohdentaa oikeiden asiakkaiden löytämiseen ulkomailta, esim. Euroopasta
- Markkinointiin enemmän panostusta

Yhteistyö

- Enemmän verkostoitumista, kalastusoppaat voisivat tarjota ja markkinoida enemmän palveluita matkailuyrittäjille, jotta enemmän yhteistyössä voisi toteuttaa paketteja
- Olisi sellaisia yrityksiä, jotka hoitaisivat kalastusmatkailun alihankintana, ettei itse tarvitsisi tehdä sitä
- Yhteistyötä enemmän
- Ohjelmapalveluiden tulisi verkostoitua
- Yhteistyötä kalastuskuntien kanssa enemmän, jotta voitaisiin rauhoittaa joitakin alueita esimerkiksi matkailukäyttöön
- Kalastusseurat ja hoitokunnat sekä alueen matkailuyritykset yhteistyöhön, jotta saadaan kokonaisvaltaista tietoa alueen kalanhoidosta ja vesialueiden tilasta
- Tarvitaan oikeiden yhteistyökumppaneiden löytämistä ja yhteistyötä, jotta homma lähtee käyntiin
- Yhteistyötä enemmän
- Yhteistyötä eri toimijoiden välille esim. yksi tarjoaa majoitusta ja toinen kalastuspalveluita
- Kalavesien hoidossa yhteistyötä eri toimijoiden kesken
- Verkostoituminen eri toimijoiden välillä esimerkiksi majoitusyrittäjien ja kalastusyrittäjien välillä
- Kalastusmatkailussa yhteistyötä ammattikalastajien kanssa
- Ohjelmapalvelut yhteistyössä toimimaan
- Verkostoituminen, olisi järkevää toimia yhdessä, joku tarjoaa majoitusta ja toinen kalastusopastusta. Edellyttää, että hinnat ovat nähtävissä ja palvelu toimii, jotta voi tarjota toisen palveluita
- Verkostoituminen tärkein asia
- Yhteinen välinevuokraustoiminta voisi olla järkevää
- Pitäisi lyödä päät yhteen ja miettiä porukassa, mitä tehdään, suunnata katsetta tulevaisuuteen ei ainoastaan tähän päivään vaan olla aikaa jo edellä suunnitelmissa
- Kalastustarvikeliikkeiden ja yrittäjien yhteistyötä lisätä
- Hankkeen kannattaa tehdä yhteistyötä Villin Pohjolan ja muiden jo olemassa olevien osaajien kanssa
- Yrittäjien yhteistyö
- Yhteistyö aina plussaa
- Pohjois-Karjalassa kalastuksen kanssa toimivat ihmiset paperille ja yhteistyöverkosto toimimaan, jotta tiedetään, mitä muut tarjoavat
- Kaikki kytkeytyy kaikkeen
- Verkostoituminen on ensimmäinen asia ja yhteistyökumppaneiden tunteminen

Tuotteistaminen

- Kalastusmatkailulla olisi Pohjois-Karjalassa mahdollisuuksia, kalat on tarvitaan vain enemmän asiakkaita ja yrityksiä, tuotteistamista
- Erilaisten pakettien luominen ja kehittäminen, jottei tarvitsisi aloittaa pakettien tekemistä aina alusta vaan olisi valmiina pohjat, joita muokkaamalla voisi aina tehdä juuri tietylle asiakkaalle sopivan tarjouksen
- Kuhaa ja haukea on järvissä, täytyisi tuotteistaa siinä olisi mahdollisuuksia
- Yhteispakettien tekeminen, yhteistyö ja pakettien markkinointi, tuotteiden pitäisi kohdata asiakkaat

- Miehet kalaan, naiset hemmotteluhoitoihin tai ostoksille, molemmille mielekästä tekemistä samanaikaisesti
- Kalastuskilpailuiden laatuun kiinnittää huomiota, nyt tarjontaa liikaa, voisi olla välillä taukoja ja laatuun voisi panostaa
- Heitto ja jigikalastusta kehittää, samoin esimerkiksi pohjaongintaa, markkinoida niitä
- Tuotteistamisessa kohderyhmät tulee miettiä tarkkaan eri vuodenaajoille, myös tuotteet ja kalastusmuoto
- Talvikalastuksen hyödyntäminen
- Olisi hyvä opettaa ihmisille kalastusta eli opastus olisi kalastuksen opetusta eikä vain kalastuspaikkojen näyttämistä
- Ilmaston lämpenemisen myötä venäläisille voi myydä koskikalastusta Ruunaalla uudenvuoden aikaan
- Ei tehdä liian hienoja paketteja, vaan panostetaan pienempiin juttuihin esim. onginta
- Kannattaisi tuotteistaa tuotteita, jotka käyvät eri asiakasryhmille, jotta saa asiakkaita, jos tehdään hyvin hienoja paketteja, ne eivät käy sitten niin monille asiakkaille
- Ulkomaalaisille suunnata paketteja esimerkiksi tänään täällä huomenna tuolla tyylillä
- Paketteihin enemmän panostusta
- Hyvää yritystä on, mutta ei tapahdu mitään, ideoista tulisi tehdä juttuja, sijoittaa kalastusmatkailuun ja tarjoamista enemmän
- Tarvitaan mielikuvitusta pakettien kehittämiseen
- Kalastuksen ja elokuvan yhdistäminen siten, että elokuva käsittelisi luontoa ja kalastusta
- Tulisi suosia enemmän verkkoja ja pilkkimistä Saimaalla niihin mahdollisuuksia
- Myös muita kalastusmuotoja kuin koskikalastusta tehdä tunnetuksi, kuten pilkkimistä madepilkki, verkkojen koentaa kesällä ja talvella, ulkomaalaiset innoissaan ”veden päällä” kävelystä
- Iskukoukkukalastus voisi olla hyvin kiinnostavaa
- Vanhojen perinteisten kalaruokien opettaminen
- Kalastusmatkailua tulisi suunnata kotimaisiin järvikalalajeihin, niitä on helpompi saada
- Pitäisi selkeästi enemmän mainostaa myös kotimaisille, ettei pelkästään lohikalaa odotettaisi, kun on hankalampi saada. Ahvenen ja hauen arvostusta nostaa eli markkinoida myös niitä. Monille ulkomaalaisille elämys kun oman ahvenen tai hauen voi syödä on niin puhdasta ruokaa eli pyydystetään, käsitellään ja valmistetaan ruoaksi

Yleisesti kalastus, alueet ym.

- Järvien kalastushistorioista voisi jakaa tietoutta esim. vanhoista apajapaikoista ym.
- Järvi tulisi olla kalaisa, jotta olisi mitä pyytää, aika paljon on mökkejä ym. on olemassa.
- Kartat lupien mukaan
- Saalisvarmuutta tulee lisätä, jotta ihmiset saavat kalaa, saavat ahaa-elämyksiä ja tulevat uudestaan
- Pienempien järvien hyödyntäminen kalastusmatkailussa ja sen kehittämisessä olisi hyvä, ei keskittymistä pelkästään Pielisen alueelle vaan myös reuna-alueet mukaan
- Pielinen hyödynnetty hyvin vähän, jossakin toisessa maassa olisi varmaankin enemmän hyödynnetty, tulisi hyödyntää olemassa olevat mahdollisuudet
- Lama ehkä rauhoittaa kulutusta ja ihmiset kiinnostuu kalastuksesta

Lupakäytännöt

- Lupien järkeistäminen, kalastuskuntien yhdistäminen suuremmiksi

- Lupajärjestelmä yksinkertaisemmaksi, kesällä ja talvella samat säännöt, olisi helpompaa yrittäjälle ja myös asiakkaalle
- Rahaa kalavesien hoitoon, kalojen luonnonvarainen lisääntyminen olisi tärkeää
- Kalastuslupia yksinkertaistaa
- Lisää istutuksia ja tulee huolehtia kalojen hoidosta
- Vesien laadun parantaminen, kalakannoille hoitotoimenpiteet
- Kalastuskuntia tulisi yhtenäistää
- Kalakantoihin vaikuttaa se, että liikaa seisovia pyydyksiä esim. verkkoja Suomessa
- Kalastuksenhoitomaksu voisi olla mökkikohtainen, yrittäjä voisi maksaa sen, jotta olisi yksinkertaisempaa ja mökin vuokrauksen yhteydessä voisi sanoa, että vuokra sisältää kalastusluvut
- Kalastuskuntien huolehdittava kalakannoista, jotta kalaa saisi esim. Ruunaalla
- Yhteisomistukseen vesialueet

Toimijat

- Ammattitaidon lisääminen aina hyvä, esimerkiksi kielitaidon lisääminen
- Oppaiden kielitaito vaatii kehittämistä, jotta osaavat smalltalk ja pr-taidot ja osaavat seurustella asiakkaiden kanssa
- Asiantuntevia kalastusoppaita enemmän
- Olisi tärkeää mahdollistaa ympärivuotinen toiminta kalastuksen parissa, jos kysyntää vain kesällä niin ei saada toimijoita ja yrittäjiä, Olisi hyvä, jos kalastustoimintaa olisi isoissa matkailukeskuksissa/oman matkailukeskuksen palveluksessa, hiljaisempina aikoina voisi tehdä muita töitä ja välillä keskittyä kalastukseen
- Toimijat tulisi sitouttaa oikeasti työhön, mikäli saa esim. hankerahoitusta täytyy vaatia oikeaa toimintaa myös hankkeen jälkeen tai rahat takaisin, jottei kukaan rahoita omaa harrastustaan valtion rahalla
- Ammattitaitoon tulee panostaa
- Kalastusoppaiden määrän ja ammattitaidon kehittäminen
- Vaikka saalista ei voi luvata täytyy homman toimia kunnolla. Hinta laatu suhde kohdalleen, hyvä laatu tuo asiakkaita

Asiakkaat

- Asiakasnäkökulma huomioida kalastusmatkailussa, jotta on kunnossa olevat ja puhtaat varusteet, haalarit ym. muualta tuleville asiakkaille esimerkiksi ulkomaisille
- Nuoria toimintaan mukaan
- Nuorisoon tulisi panostaa, missä nuoret viihtyy, siellä viihtyy myös vanhemmat.
- Venäläisille ja saksalaisille tulisi tiedottaa, kuinka täällä kalastaa
- Kotimainen porukka pitäisi saada innostumaan esim. muutaman tunnin kalastusoppaan ostamisesta omaan käyttöön
- Venäläisten asiakkaiden palvelussa tulisi ymmärtää kielen lisäksi kulttuuri, jotta osaa käsitellä asiakkaita oikein ja tarjota oikeaa palvelua kalastus on Venäjällä pyhä asia, täytyy tietää miten ja kenelle antaa neuvoja
- Nuorisolle kalastusvälineiden valmistuksen opetusta
- Myös kotimaisiin asiakkaisiin panostaa, monelle mato-onkiminen elämys. Kalastukseen liittää oheispalveluita, muutakin toimintaa, esimerkiksi saaliista illallinen
- Jos olisi asiakkaita koko toiminta kehittyisi eteenpäin

Koulutus

- Koulutusta, konkreettista, kehittäminen edellyttää sitä että toimijat kokoontuvat saman pöydän ääreen koulutuksen pariin ja samalla ihmisten erikoisosaaminen tulee jakoon
- Kalastusmuotoihin koulutusta
- Yrittäjille koulutustukea esim. kulttuurirajojen ymmärtämisessä, jotta ymmärtää ulkomaalaisten tarpeet paremmin

Materiaali

- Pohjois-Karjalan kalastuspaikat samaan karttaan
- Netissä voisi olla sivusto kalastus Pohjois-Karjalan alueella säännöt/luvat, jotta yhdestä paikasta löytyisi tieto
- Yhteismateriaalin tuottaminen, virkistyskartat ym. Jossa näkyisi veneliuskat ym. on jo jonkin verran olemassa
- Kartat tulisi olla ajantasalla, vesialueet ja ottipaikat ym.

Kalusto ja rakenteet

- Yhteinen kalusto voisi olla hyvä, pakko pitää yhdessä huolta ja ei palvele yksittäisen henkilön tarpeita vaan useampia, vuokrausfirma myös hyvä kaikki tasapuolisesti käytössä
- Laavut ja nuotiopaikat tärkeitä kalastajille, tulee olla kunnossa.
- Rantautumispaikat ja tulisijat voisivat olla yhteisiä ja niitä täytyy pitää kunnossa
- Hyvään kalustoon panostaa
- Välineisiin enemmän panostusta
- Kaikilla ei ole varaa eikä järkevääkään hankkia kaikkia kalustoa vaan voisi lainata myös toisilta yrittäjiltä
- Kaluston tasoon ja laatuun panostaminen

Muut ajatukset

- Malo-luokituksessa voisi huomioida myös ympäristön ei pelkästään rakennusta vaan yleisen viihtyvyyden myös
- Seminaareja myös Keski-Karjalaan päin
- ProAgrian projektit tulisi hyödyttää yrittäjiä, ei saisi pyörittää projekteja pelkästään projektin vuoksi, liian paljon ollut projekteja, jotka olleet huonoja ja ei saa käytännössä mitään aikaiseksi, eli projekti ei jää elämään sen loppumisen jälkeen
- Hankkeen tekemistä asioista tulisi tulla pysyviä, että hankkeen loppumisen jälkeen on löydettävissä asiat eivätkä ne katoa jonnekin