



VENÄLÄISTEN JA BALTtien MIELTYMYKSET JA TARPEET SUOMEN KALASTUSMATKAILUPALVELUILTA



ITÄ-SUOMEN KALATALOUSRYHMÄ



Sisältö

Tiivistelmä.....	1
Summary.....	3
Johdanto	4
1. Taustaa	5
1.1. Matkustus Suomeen.....	5
1.2. Suomen kalastusmatkailun nykytilasta	6
2. Kalastusmatkailumarkkinat	7
2.1. Venäjä.....	8
2.2. Viro	9
2.3. Latvia	10
2.4. Liettua.....	11
3. Kalastusmatka Suomeen	11
3.1. Venäläiset	11
3.2. Baltit	12
4. Matkanjärjestäjät ja Suomen kalastustarjonta	13
5. Suomen kilpailutilanne	21
6. Suomen kalastusmatkailupalvelujen vahvuudet ja kehittämiskohteet.....	22
7. Kehittämistoimenpiteet	24
Lähdeluettelo.....	29

Kannen kuva: <http://www.prostor-tour.ru>

Tiivistelmä

Suomi on venäläisille tuttu ja ehkäpä suosituin kalastusmatkailumaa, jossa saa kalastella puhtaassa rauhallisessa ympäristössä ja kalaakin saa. Baltian maista tuleville Suomi tarjoaa kotimaita vapaamat kalastusolosuhteet.

Kun venäläinen matkustaa kalastamaan Suomeen, hän viettää perhelomaa kukkarolleen sopivassa, mahdollisimman hyvätasoisessa mökissä, johon kuuluu oma vene ja mieluiten myös oma perämoottori. Kalan lisäksi perheet saalistavat myös marjoja ja sieniä. Jonkin verran Venäjältä tehdään myös kalastukseen keskittyviä yritysmatkoja Suomen. Baltit puolestaan tulevat lähinnä miesjoukolla ja vuokraavat mieluiten kohtuuhintaisen mökin veneineen. Saatua saaliskalaa syödään monin eri tavoin ja saalista viedään myös kotiin.

Suosituimmat kalastustavat ovat sulan veden aikaan heittokalastus ja onginta. Perhokalastus on tulossa, mutta sen yleistymistä hidastaa valmentajien puute. Suosituimmat saaliskalat ovat hauki, kuha ja luonnonlohet. Suomessa venäläiset kalastavat eniten Järvi-Suomen järvillä ja Suomenlahdella ja Ahvenanmaalla. Balttilaiset kalastavat Ahvenanmaalla ja jotkut Turun saaristossa.

Mihin sitten mennään kalastusmatkalle, siihen vaikuttavat omien ja Suomessa kalastaneiden kokemukset, ystävien ja tuttavien kertoma sekä Internet'istä saatu tieto. Venäläiset ostavat kalastusmatkan Suomeen matkatoimistoista tai he tulevat Suomeen kalastusseuran tai –portaalin järjestämällä matkalla. Baltit puolestaan eivät käytä matkatoimistojen palveluja. Matkan he varaavat suoraan yrittäjältä tai kalastusseurojen tai –portaalien kautta.

Suomen kalastusmatkailutuotteiden tuntemus on vielä Venäjällä ja Baltian maissa heikko. Tuntemattomuus ei ole yllätys, sillä Suomea ei ole juuri markkinoitu kalastusmatkailumaana.

Venäläiset matkanjärjestäjät arvioivat Suomen kalastusmatkailutarjonnan melko hyväksi. Parhaimmat arvostukset saivat kalastuskohteiden saavutettavuus, kalastuskohteiden tarjonnan riittävyys. Suomalaiset majoitus- ja ravitsemispalvelut ovat hyvätasoiset ja kalastuspalvelut suhteellisen laadukkaat. Venäläiset matkanjärjestäjät arvostelivat kalastusmatkailutuotteiden kallista hintatasoa ja kalastusoppaiden kielitaidottomuutta. Baltian maiden matkanjärjestäjien arviot olivat samansuuntaiset venäläisten kanssa.

Kalastusmatkailussa Suomi kilpailee ensisijaisesti Norjan kanssa. Norjassa matkailijan on mahdollisuus kalastaa suurta valtameren kalaa tai Atlantin lohta. Norja on kehittänyt kalastustuotettaan pitkäjänteisesti. Kalastusmatkailu nojaa kalastuskeskuksiin, joissa on kaikki matkailijan tarvitsemat peruspalvelut. Matkailukalastus on talviaktiiviteettien ohella matkailumarkkinoinnin toinen keihäänkärki ja Norja markkinoi erittäin aktiivisesti kalastusmatkailumahdollisuuksiaan.

Suomen matkailukalastuselinkeino on vielä pienimuotoista ja kehityksensä alkuvaiheessa. Alalla on paljon yrittäjiä, joille kalastusmatkailu on vain yksi sivuelinkeino. Tästä seuraa, että yrittäjä ei aina pysty palvelemaan erityisesti vaativan kalastusmatkailijan tarpeita. Kun Suomessa on hyväksytty

kunnianhimoinen tavoite kasvattaa kalastusmatkailua selvästi matkailuelinkeinon keskimääräistä kasvua nopeammin, tavoitteen toteuttaminen vaatii systemaattista valtakunnallista käytännön toimintaohjelmaa, jossa nykyistä runsaampi ja laadukkaampi kalastusmatkailutuotteisto myydään ja markkinoidaan tehokkaasti kalastusmatkailusta kiinnostuneille kuluttajille, kalastusseuroille, yrityksille sekä portaaliyhteisöille. Ohjelman ytimenä ovat yritysverkostot, jotka kehittävät tuotteet yhteistyössä matkanjärjestäjien kanssa, sopivat tuottamisen pelisäännöistä ja laatukriteereistä sekä markkinoivat ja myyvät tuotteet kansainvälisille markkinoille yhteistyössä matkailun edistämistahojen kanssa. Valtakunnallisen yrityshautomon avulla yritykset autetaan vakaalle kasvu-uralle. Jokainen verkostossa mukana oleva yritys täsmäyttää laatunsa asiakkaidensa vaatimalle tasolle. Yritysten henkilöstö parantaa erityisesti venäjän kielen taitoaan ja perehtyy asiakkaidensa kulttuuritaustaan ja tapoihin. Jokainen yritys myös tiedottaa palveluistaan täsmällisesti ja reaaliaikaisesti.

Kalastusmatkailun markkinoinnissa hyödynnetään kohdemarkkinoiden sosiaalisia medioita, erityisesti kalastajien portaaleita, sekä maissa eniten käytettyjä Internet-hakukoneita. Kalastusmatkailusta tuotetaan myös mielikuvaa muokkaavia aineistoja kohdemaiden valtamedioille.

Kalastusmatkailun kehittyminen vaatii myös toimintaedellytysten parantamista. Kipeimmin muutosta tarvitaan kalastuslupakäytäntöön. Yrittäjien tulisi voida myydä tarvittavat kalastusluvut suoraan asiakkailleen.

Nyt tehty selvitys kohdentui Venäjän ja Baltian maiden kalastusmatkailumarkkinoihin. Työn toimeksiantajina olivat Etelä- ja Itä-Suomen kalatalousryhmät ja sen rahoittivat em. tahojen lisäksi Etelä-Savon ja Uudenmaan TE-keskukset. Selvityksen kokosi Haaga Instituutti –säätiön tutkimus- ja kehitys- ja koulutusyksikkö Haaga-Perho. Seuraavaksi samanlainen selvitys tulisi tehdä Puolan markkinoista, missä myös tunnetaan kiinnostusta Suomen kalastusmatkailutarjontaa kohtaan.

Summary

Johdanto

Venäjällä ja Baltian maissa kalastus on koko kansan suosittu harrastus. Kalaa on tarvittu ruokapöytään ja kalaan on vuosisatojen ajan menty aikaa viettämään. Näissä maissa, erityisesti Venäjällä, tunnetaan myös kasvavaa kiinnostusta tulla kalastamaan Suomeen, kunhan, myynti ja palvelut sekä kalastusolosuhteet hiotaan vastaamaan vieläkin paremmin kalastuksenharrastajien vaatimuksia ja toiveita.

Nyt valmistuneen selvityksen tavoitteena on ollut luodata Venäjältä ja Baltian maista Suomeen tulevien tarpeita ja toiveita sekä kokemuksia Suomen kalastusmatkailupalveluista. Työ on perustunut kalastuksen harrastajien, asiantuntijoiden sekä matkanjärjestäjien¹ ja suomalaisten yrittäjien haastatteluihin. Haastatteluiden anti käsiteltiin kahdessa työpajassa, joista toinen pidettiin 16.12.2009 Porvoossa ja toinen 17.12. Savonlinnassa.

Selvityksen toteutti Haaga Instituutti –säätöön tutkimus- ja kehittämissyksikkö Haaga-Perho. Selvityksestä vastasi kehityspäällikkö Hannu Piirainen ja tietojen keräämiseen ovat osallistuneet myös tuotejohtaja Juha Kemppainen ja projektipäällikkö Ain Hinsberg. Tutkimuksen toimeksiantajina olivat Etelä- ja Itä-Suomen kalataloustyöryhmät ja työn rahoittivat edellisten lisäksi Etelä-Savon ja Uudenmaan TE-keskukset.

Tässä raportissa käsitellään aluksi Suomen kalastusmatkailuelinkeinon nykytilaa ja yleensä venäläisten ja balttien matkustamista Suomeen. Tämän jälkeen kuvataan kalastusmatkailumarkkinoiden nykytilaa ja henkilökohtaisen haastattelujen ja matkanjärjestäjille suunnattujen puhelinhaastatteluiden avulla kalastusmatkailijoiden Suomessa ostamia palveluita, tiedonhankintaa sekä arviointeja Suomen kalastusmatkailupalveluiden tasosta. Lopuksi kirjataan kalastusmatkailupalveluiden vahvuudet ja kehittämiskohteet sekä esitetään ehdotukset Suomen kalastusmatkailutuotteiden myynnin tehostamisesta ja vetovoiman lisäämisestä.

Työskentelyä ohjasi ohjausryhmä, johon kuuluivat

- Tuotejohtaja Juha Kemppainen, Haaga-Perho, puheenjohtaja
- Kalatalousasiantuntija Seppo Reponen, Etelä-Savon TE-keskus
- Aktivaattori Pekka Sahama, Itä-Suomen kalatalousryhmä
- Kalataloustarkastaja Kai Samanen, Uudenmaan TE-keskus
- Koordinaattori Esko Taanila, Etelä-Suomen kalatalousryhmä

Haaga-Perho kiittää kaikkia selvitystyöhön osallistuneita aktiivisesta panoksesta työn onnistumiseksi. Siima soikoon entistä useammin!

Savonlinnassa, tammikuussa 2010

Haaga-Perho

Haaga Instituutti –säätö

¹ Matkanjärjestäjä kokoaa myytävät tuotteet, paketit, ja myy ne kuluttajille joko itse ja/tai matkatoimistojen kautta. Matkanjärjestäjästä käytetään usein myös toimisto-nimikettä.

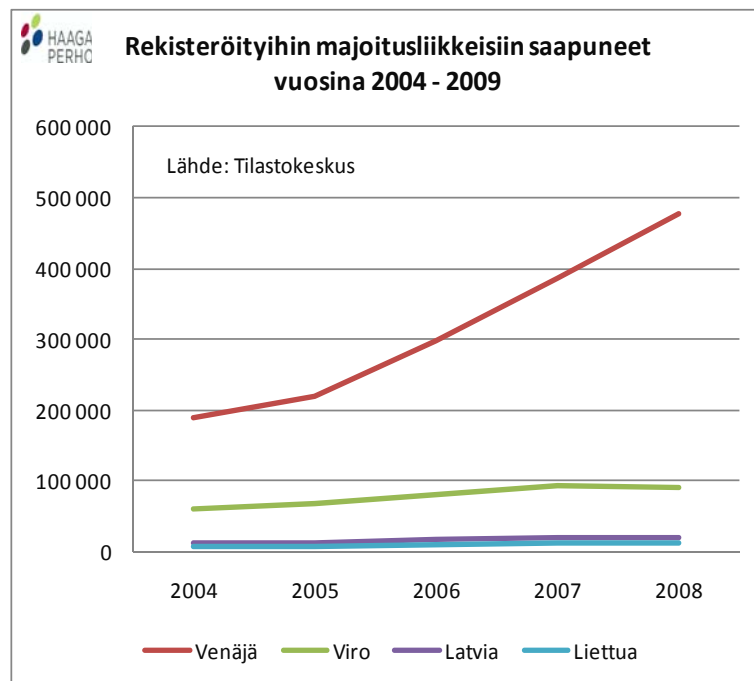
1. Taustaa

1.1. Matkustus Suomeen

Venäläiset suurin matkailijaryhmä, Baltian maista ei merkittävää kasvua

Venäläiset ovat viime vuosina olleet Suomen matkailulle nopeimmin kasvanut ja tällä hetkellä suurin asiakasryhmä. Vuosina 2004 – 2008 venäläisten saapumiset rekisteröityihin majoitusliikkeisiin yli puolitoistakertaistuivat. Vuonna 2008 saapuneita venäläisiä oli vajaat puoli miljoonaa ja viipyivät keskimäärin hieman yli kaksi vuorokautta, mistä kertyi runsaan miljoonan yöpymisvuorokausimäärä. Mutta kun otetaan huomioon yöpymiset rekisteröimättömissä majoituskohteissa, esimerkiksi vuokramökeissä, venäläisten yöpyneiden määrä Suomessa oli huomattavasti suurempi.

Vuonna 2009 venäläisten matkailijoiden yöpymiset laskivat, mutta tuo lasku on selvästi **vähäisempi** kuin ulkomailta tulleiden matkailijoiden keskimääräinen notkahdus.



Baltian maista tulevien määrät ovat olleet huomattavasti pienemmät. Vuonna 2008 Virosta saapui rekisteröityihin majoituskohteisiin vajaat 100 000, Latviasta runsaat 21 000 ja Liettuaista runsaat 14 000 henkilöä.

Venäläiset vapaa-ajan tai sukulaismatkalla

Rajahaastattelututkimuksen mukaan vuonna 2008 Suomeen saapui 2 331 000 Venäjältä tulevaa matkailijaa. Virosta saapuneita oli 522 000, Latviasta 59 000 ja Liettuaista 33 000.

Venäjältä tulijoista runsas puolet oli vapaa-ajan matkalla. Työmatkailijoiden osuus oli 11 % ja sukulaisvierailijoiden 5 %. Päiväkävijöiden osuus 2,3 miljoonasta Venäjältä tulleesta oli 67 %. Vajaa neljännes, 23 % viipyi 1 – 3 yötä. Yöpyneistä hieman yli puolet, 51 % yöpyi hotellissa ja 24 % sukulaisten tai tuttavien luona. Pääasialliset matkakohteet olivat Järvi-Suomi ja Kainuu, Helsinki ja Uusimaa sekä

Kymenlaakso. Työmatkailija käytti rahaa keskimäärin 90 euroa päivässä, mutta vapaa-ajan matkailajan kulutus päivässä oli jo 131 euroa. Kaikkien Venäjältä tulleiden keskimääräinen rahanmeno koko Suomenmatkalla oli keskimäärin 255 euroa.

Virolaisista vapaa-ajan matkailijoita oli kolmannes ja työmatkailijoiden osuus nousi 39 prosenttiin ja sukulaisissa tai tuttavissa käyneiden osuus oli 14 %. Päivämatkailijoita oli runsas kolmannes. Kun Suomessa yövyttiin, keskimääräinen viipymä oli 5,3 yötä. Muualla kuin maksullisessa yöpymispaikassa yöpyneiden osuus oli 68 %. Virolaisten rahankulutus päivää kohden oli vapaa-ajan matkailuisilla 40 euroa.

Kalastus suosituin luontoaktiviteetti

Suomeen tulleille kaikille ulkomaisille matkailijoille kalastus oli suosituin luontoaktiviteetti. Vuoden 2008 rajahaastattelututkimuksen mukaan Venäjältä tulleista matkailijoista kalasti 68 600. Virosta saapuneista kalasti 42 600 ja Latviasta tulleista 5 000. Venäläisistä 3 800 käytti kalastusopaspalveluita. Kun kaikista Venäjältä tai Baltian maista tulleiden määrästä vähennetään päiväkävijät tai työmatkailijat kalastusta Suomessa harrastaneiden osuus nousee kaikista Suomeen tulleista venäläisistä noin viidennekseen.

1.2. Suomen kalastusmatkailun nykytilasta

Kalastusmatkailu elinkaarensa alkuvaiheessa

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen vuonna 2008 julkaiseman tutkimuksen mukaan Suomessa oli 1 108 kalastusmatkailuyritystä, joista 8 % eli alle 100 oli keskittynyt lähes tai pelkästään kalastusmatkailupalveluihin. Noin 11 % yrityksistä sai vähintään puolet tuloistaan kalastusmatkailusta. Pääosalle (maaseutumatkailu) yrityksistä kalastusmatkailu oli siis sivuliiketoimintaa. Yhteensä Suomessa kalastusmatkailusta kertyi ilmeisesti vuonna 2007 18,6 miljoonan euron liikevaihto yrityskohtaisen liikevaihdon keskiarvon ollessa 17 000 euroa. Kalastusmatkailuyrittäminen on näiden lukujen valossa vielä melko vaatimatonta, vasta elinkaarensa alkuvaiheessa.

Liikevaihdosta pääosa tuli kotimaisilta matkailijoilta, ulkomaisten osuus liikevaihdon kertymässä oli 24 %. Eniten kalastusmatkailijoita tuli Saksasta ja Venäjältä. Baltian maiden osuus oli vielä vuonna 2007 melko vaatimaton.

Asiakkaita yrityksillä oli 210 000, joista puolelle matkan päämotiivi oli kalastusmahdollisuus. Asiakkaista runsas kolmannes viipyi yrityksessä muutamia vuorokausia ja runsas neljännes viikon. Vajaa kolmannes oli yrityksessä korkeintaan vuorokauden.

Ammattimaisia kalastusoppaita on Suomessa 100 – 200, joista alle kymmenen sanotaan tulevan toimeen opastamisella. Heidän lisäksi alalla toimii runsaasti enemmän oman harrastuksensa kautta itseoppineita sivutoimisia oppaita.

Kalastusmatkailusta kannattava elinkeino ja kehittämisen painopiste

Maa- ja metsätalousministeriön kehittämisstrategiassa vuosille 2007 – 2010 on esitetty kalastusmatkailun vakiinnuttamista liiketaloudellisesti kannattavana elinkeinona. Suomen matkailustrategiassa kalastusmatkailu on luontoteemana yksi kehittämisen painopisteistä.

Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallisessa toimenpideohjelmassa päätavoitteeksi asetetaan *Suomen aseman vakiinnuttamisen ja vahvistamisen Euroopan keskeisten kalastusmatkailun kohdemaiden joukossa*. Määrällisenä kehittämistavoitteena on *kalastusmatkailuelinkeinon liikevaihdon, työpaikkojen ja asiakasmäärien kasvattaminen merkittävästi enemmän kuin matkailuelinkeinossa keskimäärin*. Numeerisia kasvutavoitteita ei ohjelmassa esitetä. Tavoite on todella kunnianhimoinen, sillä Suomen matkailustrategiassa esimerkiksi matkailun kokonaiskulutuksen pitäisi vuosina 2006 – 2013 kasvaa 9 miljardista eurosta 11,1 miljardiin euroon eli 23 %.

Infrastrukturi kuntoon, alan kansainvälistyminen

Valtiovalta kalastusmatkailuyrittäjät toivovat erityisesti lupakäytännön selkiyttämistä. Olisi järkevää, että kalastusopas lunastaisi luvat asiakkailleen. Lisäksi vesialueet tulisi yhdistää nykyistä suuremmiksi kokonaisuuksiksi. Yritykset toivovat myös kalaistutuksia tietyille vesialueita, mikä takaisi asiakkaille paremmat mahdollisuudet saaliin saamiseen, sillä saalisvarmuus on kalastusmatkailun tärkein vetovoimatekijä. Lisäksi yritykset haluavat parannuksia infrastruktuuriin: parempia rantautumismahdollisuuksia, veneluiskia, viitoituksia ja reittimerkintöjä.

Vuonna 2008 järjestetyn Kalastusmatkailutuotteiden viennin ABC-seminaarin 71 osanottajasta 90 % piti kansainvälistymistä erittäin tärkeänä kehittämissuuntana. Vaikka vastaajamäärä oli suhteellisen pieni, tulosta voidaan pitää hyvin suuntaa antavana.

2. Kalastusmatkailumarkkinat

Kalastus on Venäjällä ja Baltiassa maissa suosituin harrastus. Kala on aina ollut ja on edelleen tärkeä syötävä ja kalastuksen sosiaalista merkitystä ei voi väheksyä. Elintason noustessa kalastusharrastus on lähenemässä läntisiä malleja ja myös kalastuksessa heimoistutaan eli kysyntä sirpaloituu yhä pienempiin ryhmiin. Ryhmiä jakaa pyyntitavan lisäksi myös saaliskala, viehetyyppi tai vuodenaika.

Markkinoille on myös tyypillistä, että kaikki kala kelpaa. Päinvastoin kuin Suomessa, särkikalat ovat toivottua saalista. Lohikalaa toki halutaan, mutta se ei ole kuitenkaan samanlaisessa asemassa kuin Suomessa.

Kaikille kalastusmatkailijoille, ei vähiten venäläisille ja balteille, on tärkeää saada saalista. Jos kalaa ei tule, matka on epäonnistunut ja matkan kaikissa palveluissa on huomauttamista.

Tällä hetkellä kalastusmatkailu ulkomaille on keskiluokkainen, hieman elitistinen harrastus ja erityisesti venäläisille kalastusmatka ulkomaille tuo statusta kalastajan ympäristössä.

Kaikissa maissa pääkalastusmuodot ovat onkiminen ja heittokalastus. Perhokalastus tekee tuloaan ja uutena trendinä on myös catch and release –kalastus.

Venäjällä ja Baltian maissa kalastusta harrastavien järjestäytyminen on muuttunut Neuvostoliiton ajoista huomattavasti. Perinteisten virkistyskalastajien järjestöjen ohteen on noussut portaaliyhdistys ja portaaleihin säännöllisesti kirjautuvien määrä on jo huomattavasti perinteisten järjestöjen jäsenmääriä suurempi.

2.1. Venäjä

Venäjän väkiluku on runsaat 142 miljoonaa ja pinta-alaltaan se on maailman suurin valtio. Venäjänkieltä puhuvia ihmisiä on Venäjän asukaslukua enemmän eli noin 275 miljoonaa, joista äidinkielenään noin 165 miljoonaa.

Kaikki syövät kalaa

Kalalla ja kalastamisella on merkittävä asema venäläisessä kulttuurissa. Sanotaan, että joka perheessä joku kalastaa eli kaikissa perheissä syödään kalaa. Kalan merkitystä korostaa ortodoksisen perinteen mukainen paastoaminen, kun paastopäivinä kala korvaa lihan. Kalan proteiinien osuus eläinproteiinin kulutuksesta on Venäjällä noin 10 %, kun muualla Euroopassa se on 6 %. Venäjällä syödään paljon makean veden kaloja kuten karpia ja kuhaa, mutta eteläosassa arvostetuin kala on sampi ja vastaavasti pohjoisosassa lohi ja taimen. Keskimäärin venäläinen käyttää kalaa vuodessa 12,8 kiloa, josta 40 % on tuontikalaa.

Venäjällä kalaa valmistetaan kaikissa muodoissa. Kalaa syödään suolattuna, haudutettuna, savustettuna tai kuivattuna. Kuivakala on suosittu juoman saostuttaja. Ukha eli kalakeitto on kaviaarin ohella ehkä kansainvälisesti tunnetuin kalaruoka (ukhan valmistusohje englanniksi esimerkiksi sivulla <http://allrecipes.com/recipe/ukha-russian-fish-soup/detail.aspx>). Kuuluisia ruokia ovat myös kalapiirakat rasstegai ja kuliebiaka).

Kalastuksen harrastajia kymmeniä miljoonia

Noin 40 % Venäjällä asuvista käy kalassa, jolloin kalastuksen harrastajia Venäjällä on karkeasti ottaen 56 miljoonaa. Aktiivisia kalastuksen harrastajia on arviolta 9 miljoonaa. Pietarissa on 50 000 aktiivista virkistyskalastajaa. Vapaa-ajan kalastajien kalansaalis vuonna 1999 oli 4 300 tonnia lähinnä ahven- ja särkikaloja (tuorein tieto). Perinteisesti kaikki saalistettu kala otetaan mukaan. Vastuullisen kalastusharrastuksen yleistyessä edistyneemmät kalastusmatkailijat nostavat ylös vain sinä päivänä syötävät kalat.

Vapaa-ajan kalastusta Venäjällä vaivaa monitahoinen byrokratia, sillä kalastusmääräykset vaihtelevat suuresti eri alueilla. Byrokratian ohella kansan köyhyys monilla alueilla ajaa ihmiset salakalastukseen, mikä puolestaan on selvä uhka kalakantojen kestäväälle kehitykselle.

Suosituimmat onkiminen ja heittokalastus

Kalastusmatkailu on osin muuttunut. Kun ennen kalastusta kuvattiin sanoilla mies, telta ja onki eli kalaan mentiin joko yksin tai miesjoukolla, nyt kalastusmatkailu on pitkälti perhematkailua, jolloin koko perhe kalastaa. Ja vaikka kalastamaan lähdetään harrastajajoukolla, puoliso on usein mukana.

Suosituimpia vapaa-ajan kalastusmuotoja ovat onkiminen ja heittokalastus. Onkijoiden osuus edellä mainitusta 56 miljoonasta kalastajasta on noin 70 %. Toisaalta www.rusfishing.ru –sivun mukaan (ilmeisesti) aktiiviharrastajista 45 % harrastaa heittokalastusta ja 27 % onkimista. Perhokalastuksen osuus on vielä vain 1 – 2 %. Perhokalastuksen yleistymistä estää mm. valmentajien puute. Perhon heitto kuitenkin kiinnostaa, sillä se on status-toimintaa ja siksi perhokalastuksen opettaminen² kannattaa ottaa esimerkiksi Suomessa yhdeksi oheistuotteeksi.

Mutta kun venäläismiehet lähtevät joukolla kalastusmatkalle, macho-kulttuuri nousee esiin ja kovin mies on suurimman kalan saaja.

Parhaat kalavedet kaukana suurkaupungeista

Venäjällä taloudellisesti merkittävin alue on eri arvioiden Kuolan niemimaa, jossa kalastetaan Atlantin lohta. Muita suosittuja ja kalaisia alueita ovat Kamchatka Siperiassa ja etelässä Volga, Don ja niiden sivujoet sekä Astrahanin alue Kaspianmerellä. Pietarilaisille tärkeä vapaa-ajan kalastusalueita ovat myös Laatokka ja Karjalan joet. Näissäkin vapaa-ajan kalastusta heikentää Suomeen verrattuna huomattavasti heikompi infrastruktuuri, heikompi saavutettavuus, mitättömät majoituspalvelut jne. Luvan saannin ongelmien lisäksi luvan hinnat ovat myös Suomea kalliimmat. Viime vuosina suurten kaupunkien ympäristöön on rakennettu myös pieniä kalankasvatuspaikkoja ja virkistyskalastusta varten kalalammikoita.

2.2. Viro

Virossa on runsaat 1,3 miljoonaa asukasta, joista vironkielisiä on 84 % ja venäjää puhuvia 7 %.

Kalan menekki laskussa

Virossa kuten Venäjällä kalalla on ollut tärkeä sija ruokapöydässä. Ennen kalastettiin silakkaa, kampelaa, kilohailia, haukea, siikaa, särkeä, ankeriasta, muikkua ja ahventa. Nyt syödään yhä enemmän loh-ta ja taimenta sekä 1800-luvun lopulla Vieroon rantautunutta suolasilliä. Lähes jokaisessa ravintolassa tarjottava herkku on suolattu kilohaili-muna-ruisleipä. Viime vuosina kalan kulutus on Virossa laske-nut ja kalaa syödään vähemmän muihin rannikkovaltioihin verrattuna. Vuonna 2006 Viron kansalliskalaksi valittiin silakka.

Ongelmana salakalastus – tiukat rajoitukset

Virossa on eri lähteiden mukaan 40 000 – 70 000 kalastuksen harrastajaa. Vuonna 2009 kalastusluvan hankkineita oli 60 000 eli, kuten Viron ympäristöministeriön edustaja totesi: ” seitsemän prosenttia kansasta kalastaa laillisesti.” Sala- ja liikakalastus onkin ollut kestävä kalakantojen hoidon suurimpia ongelmia, minkä vuoksi esimerkiksi ahvenelle on määritelty 16 senttimetrin alamitta. Vuonna 2008 harrastekalastajien kokonaissaalis oli 194 tonnia kalaa, josta 106 tonnia kalastettiin sisävesiltä ja 88 tonnia merialueilta. Sisävesillä saatiin eniten särkeä, lahnaa, haukea ja ahventa. Meri-alueella kalastettiin eniten kampelaa, ahventa ja siikaa.

² Venäläisten kalastajien sanotaan osaavan ja tietävän kaiken kalastuksesta. Siksi opetus kannattaa verhota vaikkapa koko perheen tai miesryhmän yhteiseksi kilpailuksi, jonka kuluessa voidaan neuvoa oikeaa heittotekniikkaa.

Kaksi lupaa

Virossa kalastuslupia tarvitaan kaksi. *Kalastusoikeuskortin* voi lunastaa kalastustarvikemyymälöissä, Swedbank´issa tai sen voi maksaa kännykällä ja sillä saa kalastaa yhdellä siimalla pääsääntöisesti kalastaa yleisillä vesillä vapaasti, joskin merellä merkittävimpien lohijokien suulla onkiminen on kielletty. Pyydyskalastuksessa riittää kalastusoikeuskortti. Varsinaisella *kalastuskortilla* on oikeus pyydystää mm. lohta ja meritaimenta. Kalastuskortin voi lunastaa kuntien ympäristötoimistoista. Kalastukselle asetetaan lisäksi kohdekohtaisia kausirajoituksia ja sammen, monnin ja toutaimen kalastus on kokonaan kielletty.

Suosituimpia kalastuskohteita ovat merellä Pärnun lahti, esimerkiksi järvet Peipsi, Lämmijärv ja Pihkova sekä joet Pärnu ja Narva. Tallinnan edustalla meren sanotaan olevan kaloista tyhjä.

2.3. Latvia

Latviassa asuu 2,3 miljoonaa ihmistä. Asukkaista noin 60 % on etnisesti latvialaisia ja 27 % venäläisiä.

Salakalastus ongelmana myös Latviassa

Myös Latviassa kala on tärkeää ravintoa ja latvialaiset saavat kalasta 15 % proteiinistaan. Kalan kuluutus Latviassa on ollut noin 20 kiloa vuodessa. Tärkeimpiä ruokakaloja ovat olleet vuosisatojen ajan siilakka ja silli. Ongelmana on ammattimainen salakalastus, joka pahimmillaan on tyhjentänyt joitakin vesialueita kaloista. Kalan arvostuksesta kertonee se, että yhden latin kolikon tunnus on lohi. Vuoden 2009 ympäristösymboliksi on valittu harjus, joka menneinä vuosina kalastettiin lähes sukupuuttoon. Latvian vesistä löytyy 70 kalalajia, joista 24 merikalalajeja ja 38 makean veden lajeja ja 8 vaeltavaa lajia. Sisävesien tyypillisimpiä lajeja ovat hauki, lahna, valkoinen lahna, särki, sorva, suutari, ruutana ja ahven. Karppia viljellään yleisesti ja sitä esiintyy jonkin verran myös luontaisena kantana. Latvialaisten erikoisuus on savustettu nahkiainen.

Pilkkiminen on Latviassa olennainen osa elämää ja se on erityisesti Latvian venäjänkielisten suosiossa. Pilkkimään voidaan lähteä jopa kauemmaksikin kuten Viron Peipsijärvelle.

100 000 aktiivista virkistyskalastajaa

Latviassa on noin 100 000 aktiivista virkistyskalastajaa. Heistä 16 000 kuuluu kalastusjärjestöihin. Virkistyskalastuksen kokonaissaalis on eri lähteiden mukaan runsaat 1 600 tonnia vuodessa. Suosituimmat virkistyskalastuskalat ovat särki, ahven, hauki ja lahna. Järvikalastuksessa lahnan osuus kokonaissaaliista on hieman alle kolmannes, särjen 10 %, ahvenen 8 % ja ankeriaan 7 %. Kalarikkaimmat joet ovat Väinäjoki ja Lielupe.

Virkistyskalastaja hankkii kalastusoikeuden periaatteessa kahdella tavalla: hän joko ostaa oikeuden kalastaa tietyssä vesistöissä ja tietyillä kalastustavoilla tai hän hankkii kalastuskortin, joka mahdollistaa siimakalastuksen kaikissa vesistöissä. Viime vuosina vuoden voimassa olevaa kalastuskorttia on myyty noin 90 000.

2.4. Liettua

Liettuan asukasluku on noin 3,6 miljoonaa. Väestöstä 80 % on etnisesti liettualaisia. Venäläisiä ja puolalaisia on molempia noin 7 %.

Virkistyskalastusta suositaan

Jopa 1,5 miljoonaa liettualaista kalastaa silloin tällöin, joskin säännöllisesti kalassa käyviä on 170 000. Kalastuksen harrastamisesta tehdyn tutkimuksen mukaan innokkaimpia kalastajia ovat 18 – 30 -vuotiaat, joista 71 % kalastaa ja 30 – 59 –vuotiaistakin kalastajia on noin 65 %. Liettuan alhaisen tulo-tason vuoksi ihmiset kalastavat pitkälti ruokapöytään ja salakalastus on merkittävä haitta. Valtio pyrkii kalakantoja suojellakseen siirtämään painopiste kaupallisesta kalastuksesta virkistyskalastukseen.

Yleisimpiä saaliskaloja ovat ahven, hauki, kuha, lahna, turpa, säyne, särki, made ja ankerias. Kansalliskala on karppi, joka elää luontaisesti, mutta jota myös kasvatetaan. Liettuassa syödään kalaa 17 kiloa vuodessa henkilöä kohden. On tapana, että pienet kalat kuivataan ja suuret suolataan. Suurempaa kalaa kuten haukea, ahventa ja karppia laitetaan täytteen kera kokonaisuena. Juutalainen gefiltekala on myös suosittu ruoka, koska liettualaisella keittiöllä on paljon yhteistä juutalaisen ja puolalaisen keittiön kanssa.

Suosituimpia kalastusvesiä Liettuassa ovat Niemenjoki, Klapeidan alue, Itämeren rannikko Palangan alueella, Kuurinhaffi ja järvet Zhemaitian ja Aukshaitian kansallispuistoissa.

3. Kalastusmatka Suomeen

3.1. Venäläiset

Perustuote mökki veneineen

Kun venäläinen tulee kalastusmatkalle Suomeen, hän varaa yleensä omalle kukkarolleen sopivan, mahdollisimman hyvätasoisen mökin, jonka varustuksiin kuuluu vene ja mahdollisuus perämöötörin vuokraukseen. Veneen tulisi olla haastatteluiden mukaan perinteistä soutuvenettä isompi ja möötörin tehokas. Kalastusvälineet ja useimmiten onkimadot tai muut täkytarpeet tulijalla on omasta takaa. Suomeen tullaan omalla autolla. Jos auto on iso, siihen voidaan pakata myös oma möttöri. Viime aikoina viisumin saanti on nopeutunut ja esimerkiksi Pietarista tullaan myös viikonloppumatkalle, jotka kestävät yleensä torstaista sunnuntaihin. Suomessakin venäläinen kalastaa mielellään joko koko vesialueen ja/tai käy useissa kohteissa. Saaliskalat yleensä syödään ja siksi mökeissä tulee olla kunnollinen keittiö ja mielellään savustus- ja grillausmahdollisuus.

Kalastusmatka yleisimmän perhematkan

Useimmat tulevat kalastamaan Suomeen perheensä kanssa. Suosittuja kohteita ovat ne, joiden läheisyydessä on myös muita palveluita kuten kylpylä ja kauppakeskuksia. Loppukesästä ja alkusyksystä tärkeitä oheishjelmia ovat marjastus ja sienestys. Saalis, myös syömättömät kalat, viedään mielellään kotiin ja tästä syystä mökissä pitäisi olla asianmukaiset säilytystilat ja mahdollisuus vakuumi-

pakkaamiseen. Kotimaassa suomalaiset kalat ja metsänantimet ovat luksusta, ovathan otettu puhtaasta luonnosta.

Yritysmatkalla kova tasovaatimus

Joihinkin hyvin varustettuihin kohteisiin tehdään myös yritysmatkoja eli yrityksen tai yhteisön johtaja tuo vieraitaan tai alaisiaan kalastusmatkalle. Matkalle asetetaan kovat laatuvaatimukset ja palvelun on toimittava kaikissa olosuhteissa ja joskus kaikkina aikoina. Matkoilla johtajan sana on laki ja häntä on myös suomalaisen yrittäjän kuunneltava, joskus jopa vuorokauden ympäri. Hinta ei ole välttämättä tärkein matkan valintakriteeri. Ennen tällaisilla matkoilla meno saattoi olla melkoinen, mutta nyt yrittäjien mukaan tavat ovat siistiytyneet ja matkalla kalastetaan tosissaan. Suurimmasta kalasta kilpaillaan ja voittaja palkitaan.

Venäläiset tulevat kalastamaan lähinnä Järvi-Suomeen, Suomenlahden rannalle ja Ahvenanmaalle. Karkeasti ottaen Suomi Jyväskylästä ylöspäin on suurimmalle osalle tuntematon matkailualue.

Hauki, kuha, ahven....

Halutuimmat saaliskalat ovat lohikalojen ohella iso, ainakin yli 2-kiloinen hauki, kuha, ahven. Myös särkikalat, erityisesti lahna käyvät hyvin. Merialueilla hauki on ehdottomasti mieluisin saaliskala. Saalista haetaan lähinnä heittokalastuksella ja pienempiä kaloja ongella. Uistelua ei ole niin suosittua kuin Suomessa, koska se on monelle venäläiselle liian pitkäväteinen kalastusmuoto.

Venäläinen (kalastus)matkailija haluaa olla itsenäinen riippumaton eikä hän yleensä osta matkapakettia. Muita palveluita hankitaan paikan päältä. Suomessa venäläinen kalastusmatkailija haluaa yleensä täydentää esimerkiksi viehevarastoaan. Kun venäläinen maksaa matkansa itse, opaspalveluita ei yleensä käytetä muuta kuin silloin, kun itse ei saada kalaa. Yleensäkin maksavia palveluita venäläinen ostaa vain sulan veden aikaan. Venäläiset tietävät pilkkimisen olevan Suomessa vapaata toimintaa ja siksi he pilkkivät talvisin itse.

Matkakohteensa venäläinen valitsee joko omien kokemusten ja/tai ystävien ja tuttavien suosituksista. Internetistä haetaan tietoa, mutta sähköiset suoraostot ovat ainakin toistaiseksi hyvin harvinaisia. Tiedonlähteistä tärkeitä ovat myös eri kalastusseurat ja portaaliyhteisöt.

Asiantuntijoiden mukaan Venäjällä on noin alle 20 kalastusmatkailutuotteita tuntevaa matkanjärjestäjää: yksi Petroskoissa, yksi Viipurissa, 6 – 10 Moskovassa ja Pietarissa 4 – 5.

3.2. Baltit

Kohtuuhintainen mökki veneineen

Baltian maista tulevat varaavat Suomesta yleensä mökin veneineen. Mökki valitaan useimmiten hinnan perusteella. Suomeen tullaan miesjoukossa. Saalis syödään ja usein saalista viedään myös kotiin. Suomesta ei yleensä osteta elintarvikkeiden ja kalastuslupien ohella kuin tuliaisiksi hieman matkamuistoja.

Matkat varataan itse tai kalastusseuran tai portaaliyhteisön kautta. Tallink myi vielä joitakin aikoja sitten kalastusmatkoja Ahvenanmaalle, mutta kysynnän vähäisyyden vuoksi tuo myynti on lopetettu. Viking Line myy jonkin verran kalastusmatkoja Ahvenanmaalle ja Turun saaristoon.

Ahvenanmaan suosituin

Baltian maissa Suomesta tunnetaan lähinnä vain Ahvenanmaa. Latviassa ja Liettussa Ahvenanmaa on tullut tutuksi Ahvenanmaasta kertovien televisio-ohjelmien sekä ystävien ja tuttavien kautta. Jonkin verran käydään myös Turun saaristossa. Virolaiset tuntevat Suomea enemmän, mutta hekin kalastavat lähinnä Ahvenanmaalla ja Turun saaristossa.

Liettualaiset tekevät tyypillisesti yhden viikon matkan vuodessa. Matkaan lähtee miesjoukko, iältään 40 – 50 –vuotiaita, keskiluokkaan kuuluvia. He ovat kalastaneet Liettussa jo kaikkialla ja kaikkea ja nyt halutaan jotain erikoista maan rajojen ulkopuolelta. Edellä mainitun voisi haastattelujen perusteella yleistää koskemaan myös muita Baltian maita. Matkan kesto vaihtelee viikonlopusta viikkoon.

Virossa ei ole varsinaisesti yhtään ammattitaitoista kalastusmatkailumyyntitoimistoa, joskin kahden tiedetään myyneen kalastusmatkoja Suomeen. Latviassa kalastusmatkoja myyviä matkanjärjestäjiä on neljä ja Liettussa viisi.

4. Matkanjärjestäjät ja Suomen kalastustarjonta

Matkanjärjestäjät haastateltiin sekä henkilökohtaisesti että puhelimitse. Puhelinhaastatteluja edelsi sähköpostilähetys, jonka kohteeksi pyrittiin etukäteen valitsemaan kalastusmatkoja myyvät matkanjärjestäjät. Venäjälle sähköposteja lähetettiin 51 ja vastauksia saatiin 46. Baltian maihin posteja toimitettiin 106 kappaletta ja haastatteluita tehtiin vain 22. Balttien haastattelumäärä selittyy yksinkertaisesti sillä, että Baltian maissa kalastusmatkoja myyviä toimistoja on vain muutamia.

Kalastusmatkojen myynti

Kaikki vastanneet venäläiset matkanjärjestäjät myivät kalastusmatkoja ja myös kalastusmatkoja Suomeen. Balttilaisista toimistoista kalastusmatkoja myytiin vain silloin tällöin ja vain kaksi operaattoria mainitsi myyvänsä jatkuvasti kalastusmatkoja, mutta ei Suomeen. Kaikki vastanneet matkanjärjestäjät olivat valmiita kalastusmatkojen myyntiin.

Kalastusmatkojen osuus matkanjärjestäjien liikevaihdosta oli venäläisillä runsas neljännes ja balteilla todella pieni, alle viisi prosenttia.

Kalastusmatkojen myynti	Venäläiset		Baltit	
	Yleensä	Myynti Suomeen	Yleensä	Myynti Suomeen
Jatkuvasti	51 %	52 %	11 %	0 %
Silloin tällöin	49 %	48 %	89 %	89 %
Ei, mutta kiinnostunut	0 %	0 %	0 %	11 %
Ei, eikä kiinnostunut	0 %	0 %	0 %	0 %

Tiedustelut kalastusmatkoista

Venäjällä tunnetaan jo kalastusmatkojen myyjät. Vajaa kolmannes toimistoista saa asiakkailtaan tiedusteluja kalastusmatkoista päivittäin ja lähes puolet muutaman kerran viikossa. Alla olevan taulukon mukaan Suomen asema kalastusmatkailumaana on tasavertainen muitten kalastusmatkailumaitten joukossa. Baltian maissa kuluttajat kyselevät kalastusmatkoista pääosin vain muutaman kerran kuukaudessa tai vuodessa.

Tiedustelut kalastusmatkoista	Venäläiset		Baltit	
	Yleensä kalastusmatkoista	Kalastusmatkoista Suomeen	Yleensä kalastusmatkoista	Kalastusmatkoista Suomeen
Päivittäin	32 %	30 %	7 %	0 %
Muutaman kerran viikossa	44 %	44 %	20 %	18 %
Muutaman kerran kuukaudessa	24 %	23 %	33 %	18 %
Muutaman kerran vuodessa	5 %	7 %	40 %	53 %
Eivät ole tiedustelleet	0 %	0 %	0 %	12 %

Suomen kalastusmatkailutuotteiden tuntemus

Venäjällä ei vielä Suomea kalastusmatkailumaana tunneta kovin hyvin. Yli puolet matkanjärjestäjistä arvioi asiakkaidensa tuntevansa melko heikosti Suomen kalastusmatkailutarjontaa. Suomella lienee kuitenkin vakioasiakkaansa, koska kolmannes toimistoista katsoo asiakkaidensa Suomituntemuksensa melko hyväksi.

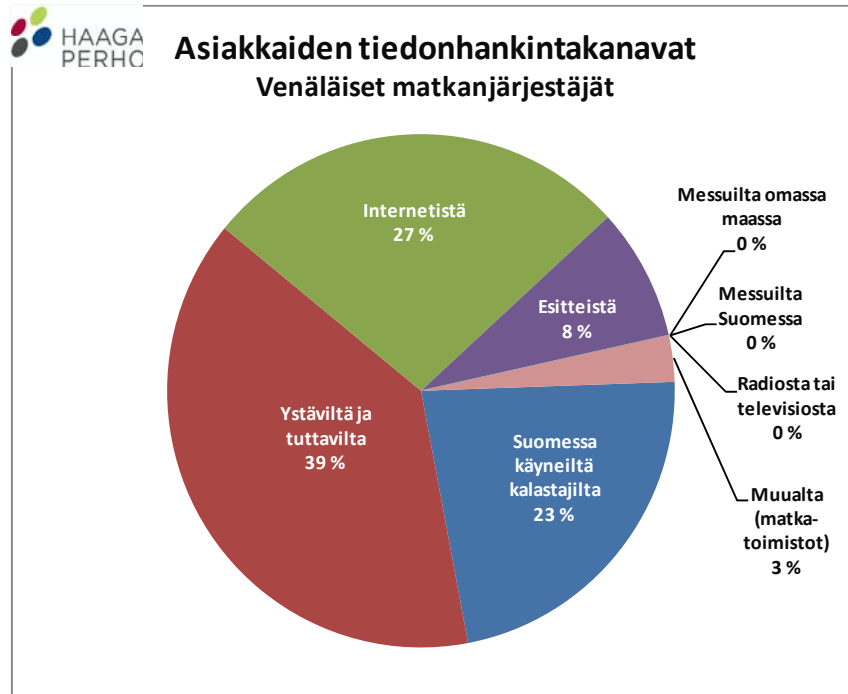
Puolet Baltian maiden matkanjärjestäjistä uskoo asiakkaidensa tuntevan Suomen kalastusmatkailumahdollisuudet. Kun otetaan huomioon, että vain pieni osa vastanneista todella myy kalastusmatkoja, vastaus kertoo enemmänkin arvelusta kuin arviosta.

Suomen kalastusmatkailutuotteiden tuntemus	Venäjä	Baltia
Erittäin hyvä	0 %	5 %
Melko hyvä	36 %	45 %
Melko heikko	53 %	35 %
Erittäin heikko	11 %	15 %

Asiakkaiden tietolähteet Suomen kalastusmatkailutarjonnasta

Venäläisille tärkeimmät tietolähteet ovat ystävät ja tuttavat sekä Suomessa käyneet kalastajat. Tietoa haetaan myös Internet’istä. Messuilla, painetulla materiaalilla tai ohjelmilla sähköisissä medioissa ei arvioida olevan erityistä merkitystä. Tai sitten Suomi ei ole ollut riittävästi esillä esimerkiksi suuren yleisön valtamedioissa.

Tulosta ei kuitenkaan kannata tulkita liian yksioikoisesti. Ostopäätöksen aikaansaaminen vaatii aina mainonnan ja tiedottamisen toistoa ja on aina hyvä, että mainossanoma on näkyvillä useilla eri tavoilla ja eri medioissa.



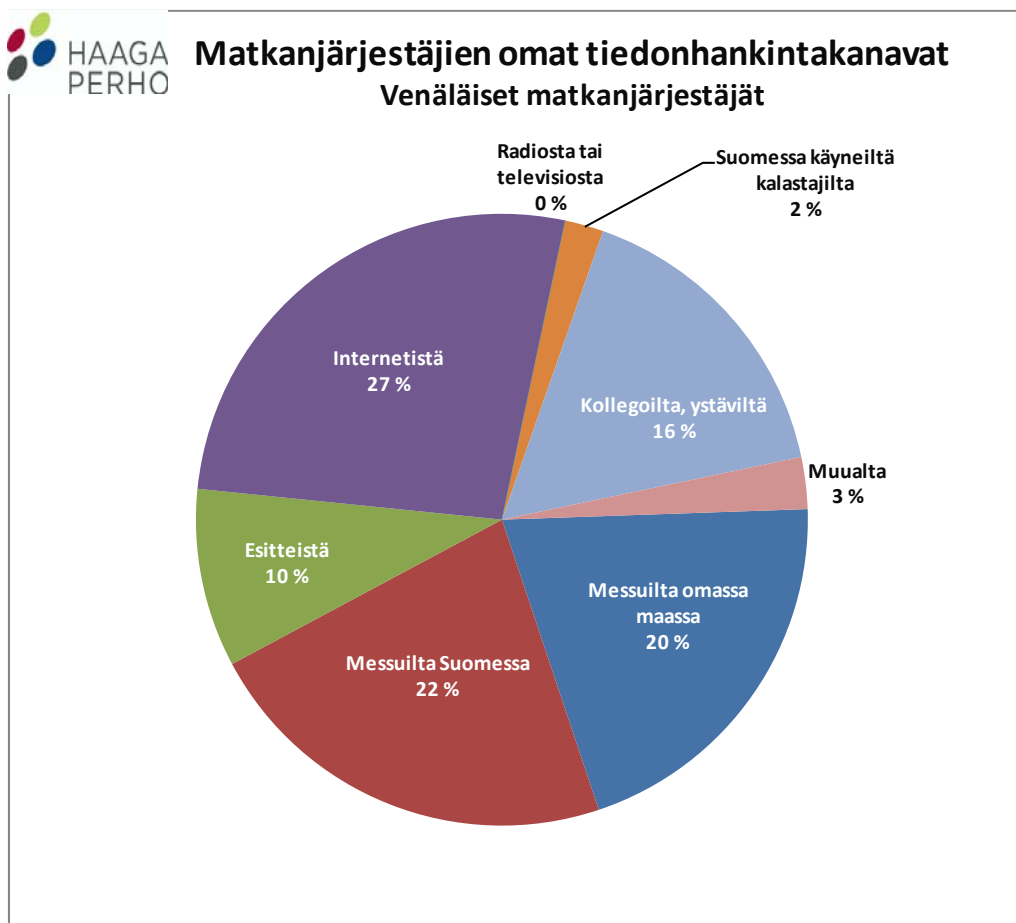
Myös Baltian maiden matkanjärjestäjät korostavat ystävien ja tuttavien, Suomessa käyneiden kalastajien sekä Internetin merkitystä.

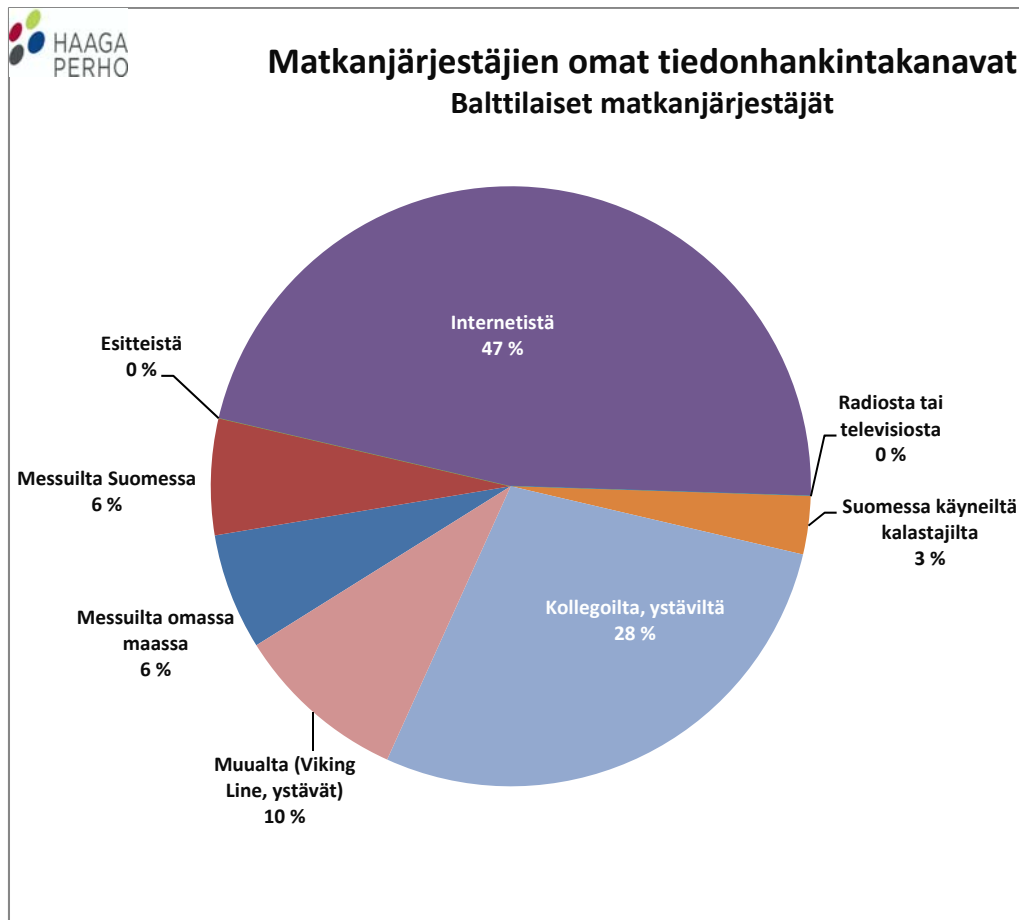


Matkanjärjestäjien tietokanavat

Matkanjärjestäjät kertovat itse hakevansa tietoa monista lähteistä. Venäläisille matkanjärjestäjille tärkeimpiä tiedonhakukanavia ovat Internet ja messut niin Venäjällä kuin Suomessakin. Myös kollegoiden mielipiteillä on merkitystä.

Balttilaiset matkanjärjestäjät käyttävät Internetiä venäläisiä enemmän. Kollegoiden mielipiteet ja tiedot ovat myös tärkeämpiä kuin venäläisille.





Kalastusmatkan ostamisen päämotiivi

Matkanjärjestäjien mielestä kuluttaja ostaa kalastusmatkan (totta kai!) kalastusharrastuksen takia. Venäläisille kalastusmatkailijoille tärkeitä ovat myös perhematkailu tai kalastaminen samanmielisten kanssa. Baltti ei ota kalastusmatkalle perhettään mukaan. Matkalle lähdetään joko samanmielisten kanssa tai sitten kalastetaan kannuste/yritysmatkalla.

Kalastusmatkan ostamisen päämotiivi	Venäjä	Baltia
Kalastusharrastus	83 %	100 %
Matka samanmielisten kanssa	54 %	89 %
Perhematka	67 %	0 %
Incentive-matka	11 %	22 %
Muu	2 %	0 %

Mieluisimmat kalastustavat

Mieluisin kalastustapa kesällä on heittokalastus. Venäläiset haluavat myös onkia. Talvella pilkitään. Uistelua ja perhokalastusta eivät ole läheskään niin suosittuja kuin Suomessa.

Mieluisimmat kalastustavat Suomessa kesällä	Venäjä	Baltia
Heittokalastus	85 %	56 %

Uistelulu	15 %	11 %
Verkoilla käynti	0 %	0 %
Onginta	50 %	11 %
Perhokalastus	2 %	6 %
Muu	11 %	0 %
Ei tietoa	7 %	44 %
...ja talvella		
Pilkintä	81 %	38 %
Verkoilla käynti	5 %	0 %
Muu	2 %	6 %
Ei tietoa	19 %	56 %

Mieluisimmat saaliskalat

Venäläiset ja baltit hakevat Suomesta isoa haukea. Lohi luonnonkalana on myös haluttu saalis. Kolmanneksi merkittävin saaliskala on kuha. Kyselyn vaihtoehdoista puuttuivat särkikalat. Haastatteluiden perusteella myös ne ovat ainakin mieluisaa syöntikalaa.

Mieluisimmat saaliskalat Suomessa	Venäjä	Baltia
Hauki	65 %	28 %
Ahven	11 %	11 %
Kuha	22 %	0 %
Siika	13 %	6 %
Merilohi, luonnonkala	33 %	44 %
Järvilohi, luonnonkala	33 %	44 %
Istutetut lohikalat	2 %	0 %
Muut (forel)	26 %	6 %
Ei tietoa	24 %	39 %

Suosituimmat kalastuskohteet

Venäläiset kalastavat eniten Järvi-Suomessa, erityisesti Saimaan alueella, sekä Suomenlahdella ja Ahvenanmaan alueella. Lisäksi mainittiin erikseen myös koskikohteet. Kuten aikaisemmasta tiedetään, Baltian maista tulevat kalastusmatkailijat kalastavat ensisijaisesti Ahvenanmaalla ja Turun saaristossa.

Suosituimmat kalastuskohteet Suomessa	Venäjä	Baltia
Järvet	94 %	72 %
Jokikohteet	11 %	17 %
Kalalammikot	20 %	0 %
Meri	33 %	67 %
Muu (Ahvenanmaa, kosket)	24 %	6 %
Ei tietoa	0 %	6 %

Suomen kilpailijat

Venäjän markkinoilla Suomi kilpailee kotimaan ohella Norjan kanssa. Baltian maissa kilpailijoita ovat Norjan lisäksi myös Ruotsi.

Suomen kilpailijamaat	Venäjä	Baltia
Venäjä	38 %	33 %
Latvia	3 %	0 %
Liettua	3 %	20 %
Viro	7 %	0 %
Ruotsi	10 %	40 %
Norja	83 %	93 %

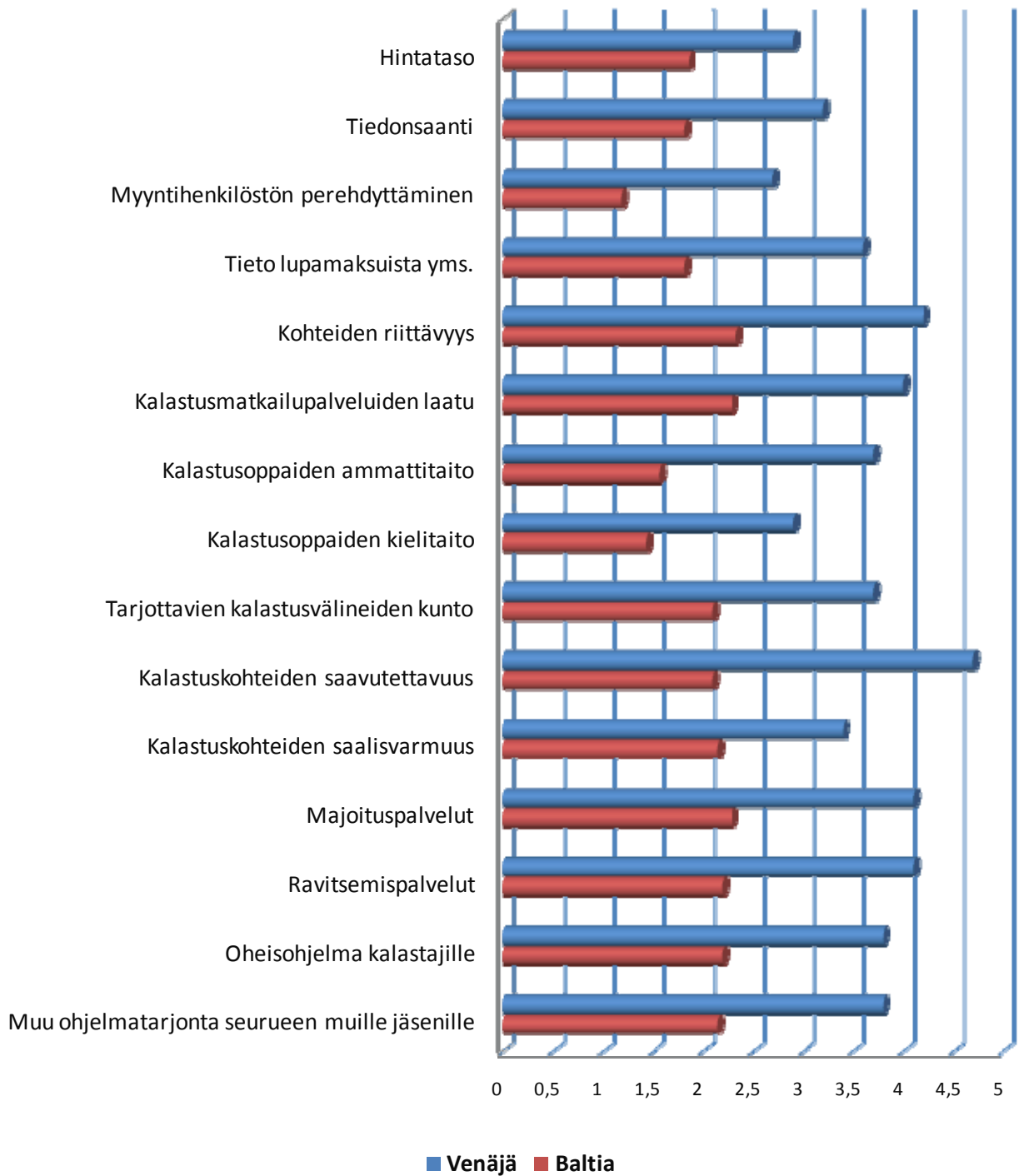
Arviot Suomen kalastusmatkailutarjonnasta

Venäläisillä ja balteilla oli selkeästi omat arvosteluasteikkonsa. Balttien alhaisemmat arviot johtuvat todennäköisimmin tiedon puutteesta.

Venäläiset matkanjärjestäjät antoivat Suomen kalastusmatkailutarjonnalle kohtuullisen arvosanan. Keskimääräistä paremman arvion saivat kalastuskohteiden saavutettavuus, kalastuskohteiden riittävyys, majoituspalvelut kohteissa ja kalastuspalveluiden laatu. Sen sijaan tuotteiden hintatasoa pidetään melko kalliina, matkanjärjestäjien myyntihenkilöstön perehdyttämistä luokattomana ja kalastusoppaiden kielitaitoa puutteellisena.



Arviot Suomen kalastusmatkailutarjonnasta



5. Suomen kilpailutilanne

Matkanjärjestäjäkyselyn mukaan Suomen pahimmat kilpailijat ovat venäläisille kotimaa ja Norja sekä balteille Norja ja Ruotsi. Vanhoja, perinteisiä kalastusmatkailumaita ja –alueita kuten Skotlantia, Irlantia tai esimerkiksi lämpimän veden maita ei mainittu. Nämä lienevät nyt suurimmalle osalle venäläisiä tai baltteja liian kaukaisia ja kalliita, jotta ne merkittävämmässä määrin kilpailisivat Suomen kanssa.

Norjassa pitkäjänteinen kehitystyö

Kalastusmatkailussa Norja on vahva ja vaarallinen kilpailija monestakin syystä. Norja panostaa matkailumarkkinointiin todella paljon. Innovation Norway –mainoksiin törmää Venäjällä ja Baltian maissa erittäin usein. Norja on valinnut talviaktiviteettien ohella matkailukalastuksen markkinoinnin ja myynnin toiseksi keihäänkärjeksi, mikä takaa kalastusmahdollisuuksien laajamittaisen näkymisen. Tietoaineisto kalastuskohteista, kalaisuudesta ja kalastamisesta on täsmällistä ja tietoa saa heti pyydettyä. Norjassa voi kalastaa suurta valtamerikalaa ja kalaa myös saa. Oman lisämausteensa antaa vielä jylhä ja karu vuonoinen vuoristoluonto.

Norja on kehittänyt systemaattisesti kalastusmatkailutuotettaan jo pitkän ajan. Norjan kalastusmatkailu nojaa kalastuskeskuksiin, jossa on matkailijan tarvitsemat peruspalvelut. Myytäviin tuotteisiin sisältyvät tyypillisesti majoituksen ohella moottorivene ja kartta, johon on merkitty varhimmat kalapaikat. Majoituskohteessa on toimivat perusvälineet kalastusta varten. Matkailukalastustuotteeseen sisältyy myös noin tunnin mittainen alkuopastus. Koskikohteisiin voi vuokrata määräajaksi omaan käyttöönsä oman poolin, ranta-alueen.

Haastatteluiden mukaan harrastekalastajat menevät Etelä-Norjaan ja asialleen vihkiytyneet prokalastajat pohjoiseen. Norjaan matkustetaan Venäjältä ja suurelta osin myös Baltian maista lentäen³. Lentomatka maksaa enemmän kuin esimerkiksi Pietarilaiselle tulla omalla autolla Suomeen, mutta vastaavasti majoitushinnat ovat edullisemmat.

Baltiassa kaksi kalastusmatkojen myyjää totesi haastatteluissa, että Norja ja Suomi eivät kilpaile keskenään, koska Norjaan ja Suomeen menevät eri asiakkaat. Tämän mukaisesti Suomeen Baltiasta tulevat ovat pääosin harrastekalastajia?

Ruotsissa kehittynyt kalastuskulttuuri

Ruotsin vahvuuksia ovat hyvät kalavedet ja täsmälliset tiedot kohteista. Tietoa saa myös välittömästi. Matkanjärjestäjät sanovat oppaiden toiminnan olevan täsmällistä. Tämä johtuu osin siitä, että Ruotsissa kalastuskulttuuri on selvästi pidemmällä kuin Suomessa.

Venäjällä paljon kalaa ja kaukaa

Venäjän parhaimmat kohteet kuten Kamtchatka, Volga, Astrahan ja Kuolan niemimaa ovat kalaisia. Astrahanista sanotaan, että siellä saa päivässä enemmän kalaa kuin Suomessa koko viikon aikana. Kohteet ovat kuitenkin suhteellisen kaukana jopa venäläisille ja kalastusluvat ovat hinnakkaita. Ongelmana on myös puutteellinen infrastruktuuri kuten majoitus, ravintola- ja muut oheispalvelut.

³ Moskovasta Osloon on viisi lentoa viikossa, Pietarista kaksi.

6. Suomen kalastusmatkailupalvelujen vahvuudet ja kehittämiskohteet

Kalastusmatkan vetovoimatekijät: perusvahvuudet ja mahdollisuus kalastaa

Venäläisille Suomi on suosittu, ehkä suosituin ulkomainen kalastusmatkailumaa. Suomen perusvahvuuksia ovat puhtaus, rauhallisuus ja turvallisuus. Täällä auton voi jättää rannalle ilman, että se vietäisiin heti. Suomeen on myös helppo tulla omalla autolla. Suomalaiset mökit ovat pääsääntöisesti korkeatasoisia. Suomalaiset kalastusluvut ovat halvempia kuin venäläiset. Suomessa on monipuolinen valikoima erilaisia kalastuskohteita. Ja mikä tärkeintä, Suomessa voi saada kalaa. Mökin rannassa voi köllöttää yli kymmenkiloinen hauki!

Suomen viisumikäytäntö on nopeutunut, minkä vuoksi Suomeen voi tulla nopealla aikataululla esimerkiksi viikonloppumatkalle.

Vahvuudet

- + rauhallisuus
- + puhtaus
- + turvallisuus
- + suhteellinen saalisvarmuus
- + saavutettavuus omalla autolla
- + mökit korkeatasoisia
- + väljemmät kalastusrajoitukset
- + luonto
- + tarjonnan monipuolisuus

Balteille saalisvarmuus

Suomessa on Baltian maihin verrattuna parempi saalisvarmuus. Suomessa kalastus on myös vapaampaa, kun kalakantojen ryöstäminen on tuonut Baltian maihin tiukat rajoitukset. Esimerkiksi haukea saa Suomessa kalastaa keväisinkin.

Vahvuudeksi mainitaan myös Suomen luonto ja virolaisille kielisukulaisuus.

Kalastusmatkailupalveluiden perushintataso (ilman opastusta) ei ole kilpailijoita korkeampi.

Kun kalastusmatkailuelinkeinoa halutaan kasvattaa, Suomessa on vielä paljon parannettavaa.

Puutteet mökkien varustetasossa

Mökkien varustuksissa on yleisiä puutteita. Matkailijat tarvitsevat monipuoliset välineet kalan valmistamiseksi: keittämisen ja paistamisen lisäksi kalaa pitäisi voida myös savustaa tai grillata⁴. Kalastusvälineet ovat liian usein onnettomat tai ne puuttuvat kokonaan. Kalastamaan tuleva joutuu useimmiten ottamaan täkytarpeet kotoaan, kun mökkitontilla tai sen läheisyydessä ei ole hyvää matopaikkaa ongintaa varten. Mökeissä ei ole myöskään aina ajan tasalla olevaa, venäjänkielistä tietoa seudun muista kohteista ja paikoista, niiden aukioloajoista, tai esimerkiksi julkisen liikenteen aikatauluista.

Kun yrittäjä vuokraa useampia mökkejä, hänellä ei ole aina tarjota venettä ja/tai moottoria kaikille halukkaille. Joskus veneet ovat huonossa kunnossa ja matkailijoille on tarjottu jopa vuotavia veneitä.

Tieto kalastuskohteista puutteellista – opastominnassa harrastelua

⁴ Ihmiset valmistavat sitä ruokaa ja sillä tavalla, mihin he ovat tottuneet. Valmistusvälineiden tulisi olla siis tarpeiden mukaiset.

Tietoa ”varmoista” kalapaikoista ei aina saa ja kaikissa kohteissa ei ole edes vesialueen karttoja, mihin olisi merkitty luvalliset kalastusalueet. Suomessa on myös oppaita, joiden kielitaito on heikko. Venäjää osaa vain harva opas vaikka venäläiset ovat suurin ulkomainen asiakasryhmä. On myös törmätty (harrastelija)oppaisiin, joiden kalastustiedot ovat asiakkaidensa alapuolella. Silloin tällöin on myös vaikea saada opasta esimerkiksi viikonlopuiksi. Suomessa on tosin muutamia kohteita, jotka pystyvät palvelemaan mitä vaativampia ja osaavampia pro-kalastajia. Kohteita on kuitenkin vielä vain muutamia.

Kyselyihin vastataan hitaasti, jos vastataan

Suuremmat ongelmat ovat valitettavan yleisiä suomalaisille. Matkanjärjestäjät tuskailevat suomalaisten hidasta vastaamista heidän tiedusteluihinsa tai tarjouspyyntöihinsä. Suomalaisten tapa käydä neuvottelut vain sähköpostitse ei myöskään toimi.

Erityisesti venäläiset arvostavat henkilökohtaisia kontakteja ja yritysten pitäisi pitää heihin säännönmukaista yhteyttä.

Suomalaiset tiedottavat hitaasti uusista kohteista tai uusista palveluista, saati että Internet-sivujen kieliversiot olisivat reaaliaikaisessa kunnossa. Internet-sivut on tehty muutenkin lähinnä yrittäjän näkökulmasta eikä ole ajateltu markkinoiden kulttuuria, tapoja ja mieltymyksiä.

Kulttuurin ja tapojen tuntemuksessa parannettavaa

Pian aukeava kalastusmatkailuportaali tulee olemaan hyvä työväline, mutta se ei korvaa yritysten omia sivuja, ei omia esitteitä eikä henkilökohtaisia suhteita. Kokeneemmat matkailuyrittäjät tuntevat aika hyvin venäläisen ajattelumaailman ja toimintatavat, mutta virheitä sattuu vielä liian paljon⁵.

Baltian maissa Suomen kalastusmatkailutarjonta tunnetaan Ahvenanmaata lukuun ottamatta hyvin huonosti. Matkanjärjestäjien mukaan niihin ei ole otettu yhteyttä eikä toimitettu mitään materiaalia. Erityisesti Latviassa ja Liettuassa toivottiin, että heihin oltaisiin edes joskus yhteydessä.

Matkanjärjestäjät toivovat voivansa opastaa henkilökuntansa suomalaisten kalastusmatkailuyritysten tuotteisiin. Tämä on vähintäänkin ymmärrettävää, sillä vain asiansa tunteva myyjä pystyy myymään asiakkaalle hänen haluamansa kalastusmatkailutuotteen. Myynnin ongelmana on myös sirpaloitunut tarjonta, josta on vaikea rakentaa tarjontavolyymiä.

Matkanjärjestäjät valittavat Suomen näkymättömyyttä verrattuna Norjan aggressiiviseen markkinointiin. Pelkät alueelliset workshopit tai messuosallistumiset eivät riitä. Suomen tulisi näkyä enem-

Kehittämiskohteet

- asiakkaan tarpeisiin paneutuminen
- mökkien varustus
- tieto kalastusmahdollisuuksista
- oppaiden ammatti- ja kielitaito
- opaspalveluiden saatavuus ja hinta
- lupakäytäntö
- tiedot seudun muista palveluista
- yleinen laatu yläsegmentin pro-kalastajille
- myyntityö
- ajantasainen ja nopea tiedottaminen
- sirpaloitunut tarjonta
- koko Suomen markkinointi ja myynti
- palveluiden aukioloajat
- ohimyynti

⁵ Venäläisten kulttuuri ja tavat poikkeavat paljon suomalaisesta. Älä esimerkiksi koskaan tarjoa kalaruokaa ennen kalaan lähtöä äläkä kehu pietarilaisille Moskovaa. Venäläisen matkailijan tarpeista ja kulttuurista on kerrottu enemmän esimerkiksi mainiossa Rovaniemen Ammatillisen aikuiskoulutuskeskuksen julkaisemassa **Venäläisen matkailijan asiakaspalveluoppaassa**.

män julkisuudessa. Tarvitaan enemmän ohjelmia televisiossa, juttuja lehdissä ja valikoitua teema-mainontaa.

Suomen lupakäytäntö on monimutkainen ja ulkomailla ei tahdota ymmärtää, että yritykset eivät saa myydä kalastuksenhoitomaksua tai läänikohtaista lupaa.

Matkanjärjestäjät kokevat ongelmana myös ohimyyntin, jolloin suomalainen, esimerkiksi mökin vuokraaja myy tuotteensa suoraan matkanjärjestäjän asiakkaalle. Ohimyyntissä hinta on yleensä halvempi kuin matkanjärjestäjän kautta ostettuna. Ohimyyntissä matkanjärjestäjä menettää asiakkaansa ja palvelun tuottaja myyjänsä.

Venäläisille suomalaiset aukioloajat aiheuttavat silloin tällöin pettymyksiä. Aina auki –Venäjällä kun on totuttu kauppojen, ravintoloiden ja muiden palveluyksiköiden ympärivuorokautiseen aukioloon.

7. Kehittämistoimenpiteet

Matkailukalastuselinkeino on vielä pienimuotoista ja kehityksensä alkuvaiheessa. Alalla on paljon yrittäjiä, joille kalastusmatkailu on sivuelinkeino. Asiakkaita palvellaan varmasti parhaansa mukaan, mutta sivuyrittäminen ja joskus jopa harrastaminen tuo niitä ongelmia, joita edellisessä kappaleessa kuvattiin. Kalastusmatkailulla on kuitenkin hyvät edellytykset kasvaa, sillä luonto ja puhtaat, kalaiset vesistöt ovat Suomen matkailuelinkeinon todellinen mahdollisuus.

Kalastusmatkailulle on Suomessa hyväksytty kunnianhimoinen tavoite kasvaa **selvästi yli matkailuelinkeinon keskimääräisen kasvun**. Tavoitteen toteuttaminen vaatii järjestelmällistä ja pitkäjänteistä työtä kaikilla tasoilla yrityksissä, yritysten välisessä yhteistyössä ja infrastruktuurin ja kalastusedellytysten parantamisessa. Työ koskee kaikkia kalastusmatkailuun palveluita tarjoavia yrityksiä: kalastusoppaita, mökinvuokraajia, ravintolanpitäjiä sekä oheispalveluita tarjoavia yrittäjiä.

Joulukuussa 2009 pidetyissä työpajoissa yrittäjät nostivat keskeisiksi kehittämisen painopisteiksi yhteistyön tiivistämisen sekä markkinoinnin ja myynnin tehostamisen.

Keskeiset kehittämistoimenpiteet kootaan yhteen käytännön toimintaohjelmaksi. Ohjelma vaatii alueellisen lisäksi valtakunnallisen päärahoituksen. Toimintaohjelma sisältää seuraavat osat:

1. Kehittämisohjelman avain: tuoteverkostot

Matkanjärjestäjien mielestä Suomen tarjonta on vielä aika kapea, sillä markkinoilla on vain muutamia todellisia kalastusmatkailuyrityksiä. Tuotevalikoiman lisääminen edellyttää yritysten yhteistyön tiivistämistä ja laajentamista vastaamaan yhä sirpaloituvan kysynnän vaatimuksiin. Yhteistyötä tarvitaan myös markkinoinnissa ja myynnissä, sillä yksittäisten yritysten resurssit ovat liian pienet kansainvälisille markkinoille.

Verkostot jakautuvat karkeasti kahteen ryhmään: osa keskittyy vaativiin *pro-kalastajiin* ja osa panostaa *kalastusta harrastavien* palveluihin. Viimeksi mainituille pohjana on kalastukseen painottuva perheloma, jossa otetaan huomioon myös muut koko perheen tarpeiden mukaiset palvelut. Kalastus voidaan tuotteistaa monipuoliseksi, jolloin asiakkaat voivat kokeilla useampia, heille mahdollisesti tuntemattomia kalastustapoja.

Pro-kalastajille palvelujaan tarjoavat samalla alueella sijaitsevat yritysverkostot voivat muodostua kalastusmatkailukeskuksiksi, jossa tarjotaan kaikki vaativan asiakkaan tarvitsemat palvelut: majoitus, ravintolapalvelut, opastus, tarvikemyynti, venevuokraus jne.

Toimenpiteet:

1. Tehdään verkostoille idea-liiketoimintasuunnitelma
2. Kootaan yhteistyöhön valmiit yritykset
3. Sovitaan verkostojen toimintatavoista eli konkretisoidaan liiketoimintasuunnitelma käytäntöön
4. Tutustutaan tärkeimpien kilpailijoiden kohteisiin ja tuotteisiin, järjestetään Bench Marking –matkat ainakin Norjaan ja Ruotsiin
5. Kehitetään yhteistuotteet **yhteistyössä matkanjärjestäjien** kanssa, testataan ja laaditaan niille markkinointimateriaali. Keskeisenä haasteena on mm. kalastusopaspalveluiden tuotteistaminen niin, että heidän asiantuntemustaan voitaisiin käyttää nykyistä enemmän. Erityisenä haasteena on talvikalastuksen tuotteistaminen kaupallisesti kannattavalla tavalla.
6. Tehdään tuotannolle yhteiset tuotekriteerit ja tuotannolle laatumanuaalit. Manuaaleissa on myös määräykset kalastusoppaiden minimivaatimuksista (esim. kalastusoppaan näyttötutkiminto suoritettu, turvallisuuskoulutus läpikäyty jne.)
7. Sovitaan markkinointitoimenpiteistä ja myynnin organisoimisesta

Verkostojen organisointi voidaan toteuttaa projektipohjaisena, mutta tavoitteena on muodostaa itseohjautuvat, yritysten vetämät yhteistyöryhmät.

Yhteiskunta voi edistää verkostoitumista ohjaamalla esimerkiksi investointi- ja kehitystuet verkostoituneille kasvuyrityksille.

2. Yritykset kasvukuntoon

Kalastusmatkailuelinkeinon kasvun kulmakivi on, että verkostoissa olevat yrittäjät haluavat menestyä ja kasvattaa liikevaihtoaan liiketaloudellisesti kestävin perustein. Kalastusmatkailuyrittäjille perustetaan valtakunnallinen **yrityshautomo**, joka substanssiosaamisellaan pystyy nopeuttamaan yritysten kehitystä. Liiketoiminnallisissa kysymyksissä hautomo käyttää hyväkseen Työ- ja elinkeinoministeriön tuotteistettuja palveluja.

Hautomo tukee myös yritysten verkostoitumista.

Toimenpiteet:

1. Tehdään yrityshautomon liiketoimintasuunnitelma
2. Organisoidaan hautomon toiminta

3. Rakennetaan yrityskohtaiset kehittämissuunnitelmat
4. Seurataan ohjelmien toteuttamista

3. Laadulla lisää liikevaihtoa

Laatu merkitsee yksinkertaisesti kykyä vastata asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin. Kun yritys tekee itselleen laatukäsikirjan, yritys on pyrkinyt varmistamaan palvelukykyänsä.

Hyvä laatu on myös paras mainos. Kalastusmatkailijat valitsevat kohteensa ensisijaisesti ystävien ja tuttavien sekä muiden kalastajien kokemuksesta. Hyvä laatu tuo siis itsestään asiakkaita!

Toimenpiteet:

1. Kaikki kalastusmatkailuun kytkeytyvät käyvät Matkailun edistämiskeskuksen Laatutonninvalmennuksen
2. Laatutonnin käsikirjat otetaan käyttöön
3. Yritykset käynnistävät asiakaspalutteen keräämisen
4. Markkinoinnissa ja myynnissä otetaan laajaan käyttöön vuokrattavien mökkien yhteinen luokitusjärjestelmä

4. Asiakaspalvelulla kilpailukykyä

Venäjä on Suomen matkailun tärkein markkina-alue ja suomalaisten yritysten tulisi panostaa yhä enemmän venäläisten tarpeiden mukaiseen asiakaspalveluun. Tämä vaatii kulttuurin tuntemusta ja venäjän kielen osaamista. Pelkällä euroenglannilla sinnittely ei riitä, mikäli Suomi todella haluaa menestyä Venäjällä, yhdellä päämarkkinoistaan.

Kalastusmatkailussa Norja on kiinnostavien tuotteiden ja massiivisen markkinoinnin avulla Suomen todellinen kilpailija. Kun Suomi ei pysty kilpailemaan suurikokoisilla kaloilla tai valtamerellä, kilpailuetua se voi saada Venäjän läheisyytensä ja tunnettuudensa ohella myös hyvästä palvelukulttuurista.

Toimenpiteet:

1. Järjestetään venäläisen matkailijan asiakaspalvelukoulutus, joka toteutetaan Venäjällä
2. Toteutetaan kaksivaiheinen koulutus: a. opetellaan kalastuksen erikoissanasto ja b. pidetään kalastuskeskustelun alla venäjän kielen intensiivikoulutukset esim. asiakaspalvelukoulutuksen yhteydessä

5. Oikeat tiedot oikeaan aikaan

Liian monen yrityksen Internet-sivujen kieliversiot laahaavat ajastaan jäljessä vaikka sivujen pitäisi olla aina reaaliaikaiset. Kalastusmatkailijat tarvitsevat yleistietojen ohella nykyistä täsmällisempää tietoa kohteen kalastusmahdollisuuksista. Näitä faktoja ovat mm.

- saaliskalat ja saantiajat
- kalastusalueet, -paikat ja -ajat (merkittynä tarvittaessa myös maastoon)
- luvat ja hinnat

- muut lähistön kalastuskohteet
- moottoriveneen käyttömahdollisuudet

Toimenpiteet:

1. Yritysverkostot kilpailuttavat Internet-sivujen käännöspalveluita tekevät yritykset ja verkostot sopivat toimintatavoista, millä jokainen verkostoon kuuluva saa nopean päivityspalvelun
2. Yrityksille laaditaan malli tarvittavista faktatiedoista ja tietojen esittämistavasta. Faktatietojen ohella sivuille luodaan kohteeseen sopivat tarinat.
3. Yritykset ja verkostot ovat mukana Suomen kalastusmatkailuportaalissa.

6. Myynti aktiiviseksi, markkinointi eläväksi

Venäläiset matkanjärjestäjät toivovat

- workshop´ien lisäksi aktiivisempaa yhteydenpitoa yritysten ja toimistojen välillä
- nopeaa tiedottamista uusista tuotteista ja –kohteista
- matkanjärjestäjien opintomatkojen avulla myyntihenkilökunnan tuotetuntemuksen lisäämistä
- suurempaa näkyvyyttä Venäjän markkinoilla

Balttitoimistot haluaisivat, että niihin aluksi **otettaisiin edes yhteyttä**. Uusimaa, Kymenlaakso ja Itä-Suomi ovat toimistoille todella tuntemattomia alueita.

On myös tärkeää näkyä kalastusharrastajien omissa portaaleissa. Portaalit ovat yhä suosituimpia ja niillä on suuri arvo mielipiteiden muokkaajana.

Toimenpiteet:

1. Yritysverkostot organisoivat yhteistyössä matkailuorganisaatioiden kanssa myyntihenkilöstön opintomatkat. Opintomatkoilla osallistujat hajaantuvat pienempiin ryhmiin testaamaan tuotteet ja testauksen jälkeen tuotteista annetaan tuoreet palautteet
2. Yritysverkostot sopivat aktiivisesta myynnistä ja yhteydenpidosta myyjien ja verkostojen kesken, niin että matkanjärjestäjille pystytään tarjoamaan riittävä ja jatkuvasti uudistuva tuotevolyyymi, joista toimistot voivat valikoida omille asiakkunilleen sopivat tuotteet.
3. Verkostot selvittävät kohdemaiden tärkeimmät portaalit ja neuvottelevat näkymisestä niissä. Verkostot voivat myös näkyä nykyistä paremmin tunnetuimmissa hakukoneissa, joita Baltiassa ovat Google ja Venäjällä Yandex ja Rambler
4. Tuotetaan säännöllisesti Suomen kalastusmatkailupalveluita kuvaavaa aineistoa, mielikuvia muokkaavia tarinoita.
5. Selvitetään mahdollisuudet call center –yksikön/keskusvaraamon perustamiseen
6. Sovitaan Baltian myynnin nopeasta käynnistämisestä

Yritysverkostot sopivat myös myyntikanavista. Joko myydään suoraan kuluttajille tai sitten tehdään pitkäjänteistä myyntiyhteistyötä matkanjärjestäjien kanssa.

Myynninedistämistyössä voidaan hyödyntää myös Suomessa järjestettäviä kalastuskilpailuja tai kehittää uusia, tarkoitukseensa paremmin sopivia kisailumuotoja.

7. Toimintaedellytykset kuntoon – lupakäytäntö tasavertaiseksi

Kalastusmatkailuelinkeinon kasvu riippuu ratkaisevasti lupakäytännön selkeyttämisestä niin, että yrittäjille taataan riittävät toimintaedellytykset. Luvanmyynti pitää vapauttaa, jotta yrittäjät voivat palvella myymällä luvat suoraan asiakkaille.

8. Markkinatutkimus jatkuvaksi

Nyt tehty selvitys on herättänyt kalastusmatkailuyrityksissä todella paljon mielenkiintoa. Työtä pitää jatkaa. Seuraavan selvityskohteena on Puola, jossa jo tunnetaan kiinnostusta Suomen kalastusmatkailupalveluita kohtaan.

Lähdeluettelo

Haastatellut tahot

Vladimis Adelshin	Salmonturas&Merkys (kalastusyhdistys), Liettua
Kestitus Ambrozaitis	Liettuan Matkailuyhdistys
Alvis Birkovs	Latvian kalastajat ry
Igor Bogdanov	Ecotour (matkanjärjestäjä), Venäjä
Sergei Enikeev	Intermedius (matkanjärjestäjä), Venäjä
Unto Eskelinen	Kaunis Karjala MPR OY
Anta Jokste	FTB Latvia (matkanjärjestäjä)
Sergei Karpov	Pietarin kalastusseura
Elisa Karvonen	Finpro, Visit Finland, Pietari
Marius Kesas	www.zvejys.lt , kalastusportaali, Liettua
Tiina Kipper	AT Devores (matkanjärjestäjä), Viro
Ismo Kolari	ProAgria Pirkanmaa
Pipsa Köystiö	Porvoon kaupunki
Leonid Kuznetsov	Geofish (matkanjärjestäjä), Venäjä
Jukka Laitinen	Saimaa Holiday Oravi
Audrius Martinkenas	Kelioniu Laikas (matkanjärjestäjä), Liettua
Martin Meier	www.kalale.ee , kalastusportaali, Viro
Evgeny Mikhailov, Svetlana Peredeiy	Prostor Tour (matkanjärjestäjä), Venäjä
Armands Muiznicks	Latvia Tourism
Maria Mustajärvi	Saimaa Travel Net, Venäjä
Raimo ja Gerle Oks	Oxforell (kalastuskohde), Viro
Elza Ozolins	NK Consulting, Latvia
Zigita Paurniete	Fox Travel (matkanjärjestäjä), Latvia
Raul Pero	Paunküla puhkekeskus (kalastuskohde), Viro
Jouni Rautiainen	Lohimaa
Normunds Riekstins	Latvian maatalousministeriö, kalatalousosasto
Mervi Ruolahti	Haapasaaren lomakylä
Algirdas Rusakevicius	Maatalousministeriö, kalatalousosasto, Liettua
Julia Safronova	Venäjän metsästys- ja kalastusliitto
Pekka Sahama	Itä-Suomen kalatalousryhmä
Katrin Samlik	Estravel (matkanjärjestäjä), Viro
Jukka-Pekka Soininen	JP-kalamatkat
Jorma Tiitinen	Etelä-Savon TE-keskus
Mika Tossavainen	Seikkailukuopio
Erki Tuus	Viron ympäristöministeriö, kalatalousosasto
Endrik Tõnsberg	Eesti Kalaspordi Liit
Jukka Viitanen	Fishing Lords
Sergey Volosatov	Gamajun (matkanjärjestäjä), Venäjä

Puhelinhaastatellut matkanjärjestäjät

Baltia

Jekaba agency
Relaks Ture, Ltd.
NAOS Ltd. travel agency
EHTE
UAB KELIONIN LAIKAS
WRISLIT BIURAI BIRUTE
Arensburg Travel
Kaleva travel
Remaco
Impro Celojumu
Begonija
Avesport
Esmā
Kurzuvis
Baltic Travelservice
con-ex
UAB AVIAEKSPRESAS
BALTIC CLIPPER
SAITAS
UAB VILDORA
EUROTRAVEL

Venäjä

INART-VOYAGE
Eridan
SAMIKO
Avis
Atoll
Aerotravel
NORD
ARTEMIDA
GRANT TOUR
KYMI TRAVEL
ADM
NORVICA FINLAND
SCANDICA
ARABESKAXXL

Venäjä

Balt Express
GEO
Valaam
West -Travel
Ecotour
Magic Ball
ETB
Nick Tour
Fishingcenter
Conti Plus
F-travels
Lenatour
IBIS
Neva
TERRA
AVIT
PROSTOR
Rostravel
INTERMEDIUS
GAMAUN
Labirint
Venditour
JAZZ TOUT/Moscow Office
Setl-North Europe Oy Russia
FINCOT.RU
Turanga
Edelweiss
WIND ROSE
ORBITA-TOUR

Kirjalliset lähteet

Maa- ja metsätalousministeriö	Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallinen toimenpideohjelma 2008-2013 Maa- ja metsätalousministeriö 2/2008
Tilastokeskus	Rajahaastattelututkimus, osa 22 Ulkomaiset matkailijat Suomessa 1.1.-31.12.2008 MEK A:164 2009
Toivonen Anna-Liisa	Kalastusmatkailu numeroina – kyselytutkimus yrittäjille Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos –Selvityksiä 13/2008
Viron ympäristöministeriö	Pocket guide fo recreational fishing in Estonia 2009
Zakuska-projekti/	Venäläisen matkailijan asiakaspalveluopas Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004

Tausta-aineistona käytetyt lähteet

Viro

www.maaturism.ee
www.stat.ee
www.envir.ee
www.sea.ee
www.erm.ee
www.einst.ee
www.kalale.ee
www.ajakiri.kalastaja.ee
www.visitestonia.com
www.estonica.org
www.eestitoit.ee

Latvia

www.vzp.gov.lv
www.latviatourism.lv
www.lvm.lv
www.celotajs.lv
www.poplavok.lv
www.zurnals-mmd.lv

www.fishing.lv
www.li.lv
www.lvgma.gov.lv
www.csb.lv
www.eaa-europe.org

Liettua

www.eaa-europe.org
www.zum.lt
www.travel.lt
www.zvejys.lt
www.zukle.net
www.fishing.lt
www.countryside.lt
www.db1.stat.gov.lt
www.zuvdep.lt
www.ausis.gf.vu.lt/eka

Venäjä

www.fao.org

www.fishing.ru

www.fisher.spb.ru

www.fion.ru

www.fisher.ru

www.rus-fishing.narod.ru

www.rusfishing.ru

www.fishnet-russia.com/issues

www.fishcom.ru

212.15.102.244

www.fishnews.ru

www.gks.ru/eng

www.eurofish.dk

www.ruscuisine.com

<http://rt.com/Russia Now/Russian cuisine.html>