

Ami Laitinen

KALASTUSMATKAILUTUOTTEEN KEHITTÄMINEN MODUCO OY:LLE

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma


Joulukuu 2014




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä 11.12.2014	
Tekijä(t) Ami Laitinen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma	
Nimeke Kalastusmatkailutuotteen kehittäminen Moduco Oy:lle		
Tiivistelmä Työn tavoitteena oli kehittää kalastusmatkailutuotteita Haukivedelle toimeksiantajani Moduco Oy:n kanssa. Moduco Oy on Varkaudessa sijaitseva itäsuomalainen IT-alan yritys, joka on perustettu vuonna 2003. Moduco Oy tarjoaa alihankintapalveluina myynnin tukea, projektin hallintaa ja sovellussuunnittelua MES -järjestelmätoimittajille. Työn tarkoituksena on edistää kalastusmatkailua ja luoda Moduco Oy:lle uusia tuotteita. Apuna käytettiin mm. Myllylä & Laamasen 2005 tuotteistettu kalastusmatkailu -kirjaa sekä Kirjavaisen 1997 Kalastuksesta matkailutuote -kirjaa. Työn teoreettinen viitekehys alkaa kalastustuotteen käsitteiden määrittelyllä. Seuraavaksi kerrotaan tuotteistamisesta ja markkinoinnista ja käydään läpi kalastusmatkailuyrityksen toimintaverkostoja ja suhteita eri instituutioihin. Työssä kerrotaan monipuolisesti kalastusmatkailussa tarvittavista kalustosta ja välineistöstä, joita ovat esimerkiksi veneet ja kalastustarvikkeet. Kalastuspalveluiden tarjontaa kartoitettiin laajasti Saimaan alueella tarkastelemalla yritysten internet sivuja. Taustatyötä tälle opinnäytteelle tehtiin käymällä Venemessuilla 2014 ja Kallavesj-messuilla 2014, joista kertyi runsaasti materiaalia erilaisista kalastusveneistä ja varusteista. Kokemusta kalastusmatkailusta on kertynyt kesätyöstä kalastusmatkailuyrityksessä kahden kesän ajalta. Työssä käytettiin kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusmenetelmää. Aineiston kokoamisessa käytettiin teorian tietoa ja benchmarkingia. Kartoitin Saimaalla toimivien kalastusmatkailuyritysten tarjoamia palveluita. Keskityin ainoastaan kalastuspalvelu tuotteisiin. Tutkimustuloksena selvisi, että Saimaalla toimii useita pieniä kalastusmatkailuyrityksiä. Tutkimuksessa selvisi myös näiden yritysten tarjoamat kalastusmatkailupalvelut. Vertailin myös erilaisia kalastusveneitä, joista valittiin parhaiten tarkoitukseen soveltuvat veneet. Kartoitin myös veneiden kalastusvarusteita. Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi erilaisia kalastusmatkailutuotteita Haukivedelle, joita on mahdollista testata jo ensi kesänä. Tuotteita ovat esimerkiksi vetouistelu- ja heittokalastustuotteet.		
Asiasanat (avainsanat) Kalastus, kalastusmatkailu, tuotteistaminen		
Sivumäärä 35 s. + liitt. 3 s.	Kieli suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Olli Suhonen	Opinnäytetyön toimeksiantaja Moduco Oy	

DESCRIPTION

		Date of the bachelor's thesis 11.12.2014
Author(s) Ami Laitinen	Degree programme and option Degree programme in Tourism	
Name of the bachelor's thesis Developing fishing tourism products for Moduco Oy		
Abstract <p>The aim of this thesis was to develop fishing tourism products to be used in lake Haukivesi with my employer Moduco Co. Moduco Co is an IT-company, located in Varkaus and founded in 2003. It offers subcontracting services for MES System Suppliers. The services are Sales Assistance, Project Management and Application Design. The idea of the thesis is to advance fishing tourism and create new products for Moduco Co.</p> <p>Two books by Myllylä & Laamanen 2005 and Kirjavainen 1997 were used as material in this thesis. The theoretical framework starts with specifying the concept of a fishing product. Then the concept of productisation and marketing are explained and I also tell about the operational environment of the company related to fishing tourism and about the contacts with different institutions. I also introduce the equipment needed for fishing tourism. The supply of fishing service was also surveyed in lake Saimaa area.</p> <p>The background work was made by visiting the Boat exposition 2014 and the Kallavesj exposition from where I got a lot of material about different fishing boats and equipment. I also have work experience of fishing tourism during two summers in a fishing tourism company.</p> <p>In this thesis a qualitative research method was used. Theory information and benchmarking were used in gathering the material.</p> <p>I compared the services of fishing tourism companies in lake Saimaa. I focused only on fishing tourism products. The result of the research was that there are many small fishing tourism companies that have fishing tourism services. I also compared different kind of fishing boats. The best boats for this purpose were selected. I also compared fishing equipment. The end results of this thesis were several fishing tourism products to be used in the lake Haukivesi. It is possible to test the product next summer. The products are for example spinning and trolling products.</p>		
Subject headings, (keywords) Fishing, fishing tourism, productisation		
Pages 35p+ app.3	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices		
Tutor Olli Suhonen	Bachelor's thesis assigned by Moduco Oy	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön lähtökohdat ja rakenne	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimusongelma	1
2	KESKEISIÄ KÄSITTEITÄ.....	2
2.1	Kalastusmatkailu ja matkailukalastus	2
2.2	Kalastustuote.....	4
3	TUOTTEISTAMINEN	4
3.1	Tuotteistamisen työkalut.....	5
3.1.1	Idean luominen.....	5
3.1.2	Asiakasryhmien määrittely	6
3.1.3	Asiakaslupaus	7
3.1.4	Konseptointi.....	8
3.1.5	Blueprinttaus	9
3.1.6	Vaatimusmäärittely	9
3.1.7	Työohjeet	10
3.2	Markkinointi	10
3.3	Tuotteen testaaminen	11
4	KALASTUSPALVELUTUOTE.....	11
4.1	Ohjelmapalvelut.....	11
4.2	Kalastusohjelmapalvelun turvallisuus	12
4.3	Kalastusmatkailu saimaalla	13
5	KALASTUSMATKAILUYRITYKSEN TOIMINTAVERKOSTOT JA SUHTEET INSTITUUTIOIHIN.....	16
5.1	Juridiset verkostontekijät	16
5.2	Ihmissuhde- ja ammattiverkostotekijät.....	17
5.3	Asiantuntijaverkostotekijät	19
6	PALVELUISSA TARVITTAVAT HANKINNAT.....	20
6.1	Vene.....	20
6.1.1	Beneteau.....	21
6.1.2	AMT.....	22
6.1.3	Faster.....	23

6.1.4	Buster	24
6.1.5	Silver	24
6.2	Veneen varustelu	25
6.2.1	Lain vaatimat vuokravenevarusteet	25
6.2.2	Tekniset apuvälineet	25
6.3	Kalastusvarusteet	27
6.4	Tarvittava luvat ja todistukset.....	30
7	VALMIS KALASTUSMATKAILUTUOTE	31
7.1	Yleistä	31
7.2	SWOT- analyysi Moducon kalastusmatkailu tuotteesta.....	33
7.3	Blueprint-kaavio Moducon kalastusmatkailu tuotteesta.....	34
7.4	Moducon kalastustuotteiden investointibudjetit	35
8	POHDINTA	35
	LÄHTEET	36
	LIITTEET	
	1 Blueprint-kaavio	
	2 Kalastustuotteiden investointibudjetit	
	3 Tuotekortit	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on kehittää kalastusmatkailutuote Moduco Oy:lle. Moduco Oy on itäsuomalainen vuonna 2003 perustettu IT-alan yritys, joka sijaitsee Varkaudessa. Moduco Oy tarjoaa alihankintapalveluina myynnin tukea, projektin hallintaa ja sovel-lussuunnittelua globaalisti toimiville MES -järjestelmätoimittajille. Yritys tuottaa myös konsultointipalveluita suoraan metsäteollisuusyrityksille. Moduco Oy miettii laajentamista kalastusmatkailun pariin, sillä henkilöstöltä löytyy asiantuntemusta, ko-kemusta ja kiinnostusta myös kalastukseen. Toiminta tulisi olemaan sivutoimista. Ka-lastustuote tulee sisältämään ainakin vetouistelua ja heittokalastusta.

1.1 Opinnäytetyön lähtökohdat ja rakenne

Työn taustalla on oma henkilökohtainen kiinnostus kalastusmatkailua ja kalastamista kohtaan. Kalastusharrastukseni on alkanut jo lapsena, kun olin ukkien mukana kalas-sa. Lisäksi kalastusmatkailusta löytyy kokemusta kahden kesän ajalta ollessani töissä kalastusoppaana Oravin Eräpalvelu Oy:ssä. Tarkoituksena oli kehittää uusia kalastus-matkailutuotteita yhteistyöyritys Moduco Oy:lle. Keräsin aineistoa Saimaalla toimi-vista kalastusmatkailuyrityksistä, joiden pääasiallisia palveluita ovat erilaiset heittoka-lastus- ja vetouistelutuotteet. Tällä perusteella mukaan tuli kuusi yritystä. Keräsin ai-neistoa erilaisista kalastusveneistä keväällä 2014 Vene-messuilta ja Kallavesj-messuilta. Messuilla haastattelin eri veneiden edustajia. Keskusteluja syntyi myös kalastusharrastajien kanssa. Myös kalastusvälineistä kertyi tietoa messuilta jonkin verran. Näistä on kertynyt myös paljon omakohtaista kokemusta. Työn teoreettinen viitekehys muodostuu keskeisten käsitteiden määrittelystä ja tuotteistamisprosessin kuvaamisesta. Käsittelem kalastuspalvelutuotetta ja kalastusmatkailuyritysten toimin-taverkostoja ja suhteita instituutioihin. Olen tehnyt venevertailun kalastusmatkailu käyttöön parhaiten sopivista veneistä. Lisäksi mahdolliset kilpailevat ja/tai yhteistyö-kumppanuusyritykset kartoitettiin.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimusongelma

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää kalastusmatkailutuotteita Moduco Oy:lle ja tutkia Saimaalla tapahtuvaa kalastusmatkailuyrittämistä. Tutkimuksen ongelmakysy-myksiksi muodostuivat: tulisiko toiminta olemaan kannattavaa ja minkä verran vas-

taavaa tarjontaa alueella on. Toiminnan kannattavuus selvitetään kartoittamalla tarvittavien veneiden ja varusteiden hinnat ja huomioimalla kalastusoppaan palkkakustannukset. Tällä tavoin saadaan laskettua, kuinka monta opastettua kalastusmatkaa pitäisi tehdä, jotta toiminta kannattaa. Tarjonta selvitetään hakemalla internetistä Saimaalla toimivia kalastusmatkailuyrityksiä. Ennen uuden tuotteen luomista perehdytään tuoteistamiseen ja kalastusmatkailun lähdekirjallisuuteen. Opinnäytetyössä hyödynnetään sekä yrityksen työntekijöiden että omaa kalastustuntemusta.

2 KESKEISIÄ KÄSITTEITÄ

2.1 Kalastusmatkailu ja matkailukalastus

Kalastusmatkailu on matkailua, jossa henkilö kalastaa ja majoittuu kotipaikkakuntansa ulkopuolella. Kalastusmatkailussa kalastajat käyttävät useimmiten omia välineitään. Sen sijaan matkailukalastuksessa omien välineiden käyttö on harvinaisempaa. Niin kalastusmatkailulla kuin matkailukalastuksellakin voidaan nähdä olevan niin fyysisiä, psyykkisiä kuin sosiaalisia vaikutuksia henkilön hyvinvointiin, riippumatta hänen koulutustaustastaan tai iästään.

Suomea kutsutaan tuhansien järvien maaksi, eikä syyttä, sillä Suomessa on lähes 200 000 järveä ja lampea. Suurimmat Suomen järvet ovat Saimaa, Päijänne ja Inarijärvi. Suomessa on erittäin hyvät mahdollisuudet kasvattaa kalastusmatkailua ja sen merkitystä niin työllistäjänä kuin toimeentulon lähteenäkin, onhan Suomen pinta-alasta 10 prosenttia vettä. Kalastusmatkailun kautta voidaan kestävästi hyödyntää Suomen runsaita vesistöjä ja monipuolisia kalavaroja. (Halme 2014)

Suomessa oli vuonna 2008 tehdyn tutkimuksen mukaan noin 1 100 kalastusmatkailuyritystä. Arvioon ei ilmeisesti sisälly ne yritykset, joissa kalastusmatkailu on vain pieni osa toimenkuvaa. Suomessa kävi vuosittain noin 210 000 kalastusmatkailuasiakasta. Noin puolelle heistä matkan päämotiivi oli kalastaminen. Vajaa neljäsosasiakasta oli ulkomaalaisia, yleisimmin venäläisiä ja saksalaisia. Asiakkaita oli myös Keski-Euroopasta, Ruotsista ja Virosta. Suurin osa yrityksistä toimi sisävesillä. Kalastusmatkailuyritykset tarjosivat monipuolisesti myös muita palveluita kalastuksen lisäksi, kuten majoitusta, kuljetusta, metsästystä ja ruokailua. (Toivonen 2008, 4.)

Kalastuspalveluiden asiakaskunta voidaan jakaa kahteen pääryhmään, jotka ovat kalastusmatkailijat ja matkailukalastajat. Näiden termien käyttö on vakiintunut.

Kalastusmatkailussa päämotiivina on kalastus. Kalastusmatkailija matkustaa ja viiptyy vakituisen asuinpaikkakuntansa ulkopuolella kalastuksen vuoksi. (Kauppila ym. 2011, 10.) Kalastusmatkailija suunnittelee matkan tarkasti ennakkoon ja kalastus on hänelle tärkeä harrastus. Saaliin lajilla ja koolla on merkitystä. Kalastusvälineet valitaan tarkasti kalastuskohteen ja kalalajin mukaan. Vuokravälineitä käytetään harvoin, sillä harrastajalla on yleensä omat välineet. Myös kalaoppaan palveluita käytetään harvoin, lähinnä ulkomailla, johtuen hyvistä kalastustaidoista ja tietämyksestä. (Kirjavainen 1997, 13.)

Majoituskohteeksi valitaan erähenkinen mökki kalastuspaikan lähistöltä. Kalastusmatkailijat kalastavat joko yksin, kalakaverin tai kaveriporukan kanssa. Mukana voi olla myös oma perhe. Asiakasryhmiä voivat olla esim. perho- ja heittokalastajat, veto-uistelijat, pilkkijat tai kilpaonkijat. (Kirjavainen 1997, 13.)

Jos matkakohdetta valittaessa kalastus on ainoastaan yksi motiivi muiden joukossa, puhutaan matkailukalastuksesta. Matkailukalastaja voi tehdä kalastuspäätöksensä vasta matkakohteessa, sillä kalastamaan lähdetään ilman että sitä suunnitellaan etukäteen. (Kauppila ym. 2011, 10.) Kalastusharrastuksen tärkeys vaihtelee suuresti matkailukalastajien keskuudessa. Se voi olla tärkeäkin harrastus tai vastaavasti kalastuskokemus voi olla myös ensimmäinen. Saaliin määrä on usein laatua tärkeämpää. Matkailukalastajalle riittää hyväkuntoiset vuokravälineet. Hänellä on harvoin omia kalastusvälineitä mukanaan. Kalaopas on monille asiakkaille tärkeä osa kalastusmatkaa. (Kirjavainen 1997, 13.)

Matkailukalastaja valitsee majoituksen matkan luonteen mukaan. Se voi olla esimerkiksi hotelli, maatilamatkailukohde tai lomamökki. Yleensä kalastetaan ryhmän tai oman perheen seurassa. Asiakasryhmiä ovat esim. lapsiperheet, yritykset, eläkeläiset, erityisryhmät ja kalastuksen harrastajat, jotka kalastavat muun lomailun ohessa. (Kirjavainen 1997, 13.)

2.2 Kalastustuote

Tuote on tavara tai palvelu, josta asiakas saa tavoittelemansa hyödyn. Matkailun ammattikielessä tuotteella kuitenkin tarkoitetaan palveluita, jotka koostuvat useasta eri osapalvelusta ja joissa noudatetaan ennalta suunniteltua sisältöä. Yleisimpiä kalastustuotteita ovat erityyppiset ohjelmapalvelut. Kalastustuotteiden avulla on mahdollista houkutella kalastamaan myös sellaisia asiakkaita, joilla ei ole mahdollisuutta tai kiinnostusta omatoimiseen kalastamiseen. (Kirjavainen 1997, 39.)

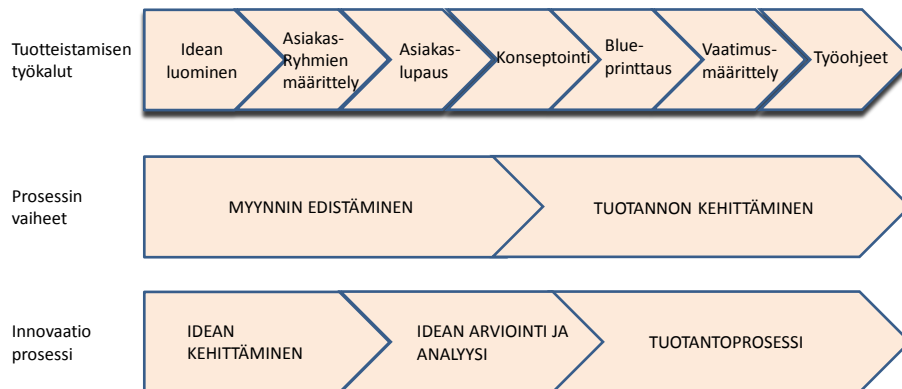
3 TUOTTEISTAMINEN

Palvelujen tuotteistamisessa aineetonta osaamista ja suoritetta muokataan sillä tavoin, että se vastaa asiakkaan tarvetta ja ostamisen motiivia, sekä muodostaa selkeän, vakiomuotoisen ja hinnoiteltavan palvelun. Hyvin tuotteistetun palvelun tunnistaa siitä, että sillä on selkeä kohderyhmä ja markkinat, se menee kaupaksi, se tuottaa katetta yrittäjälle ja palvelu on monistettavissa. Tehokas segmentointi parantaa myynnin tehokkuutta. Tällöin yritys kohdentaa markkinointinsa ja myyntitoimenpiteensä halutuille asiakasryhmille. Tämä saattaa laskea myyntiä lukumäärällisesti, mutta kannattavuus voi nousta. Asiakaslähtöisessä myynnin tehostamisessa korostuvat ostamisen helppous ja tuotteen eroavaisuus kilpailijoiden tuotteista. Palveluselosteesta tulisi selvittää yhdellä lukemiskerralla tuotteen hinta ja sisältö. Palvelun tulisi olla ainulaatuinen ja ylivoimainen parhaiten asiakkaan tarpeet ja odotukset tyydyttävä. Kanta-asiakassuhteen luominen on helppoa, mikäli asiakas on yllätynyt myönteisesti ja saanut laadukasta henkilökohtaista palvelua. Hyvin tuotteistettu palvelu on mahdollista siirtää ammattilaiselta toiselle. Ne pohjautuvat formaatteihin, jolloin tuottaminen ja myynti ovat tehokkainta. (Tonder 2013, 14 - 17.)

Raamit yrityksen kalastuspalveluiden kehittämiseen muodostuvat yrityksen ja yrittäjän voimavaroista ja lähivesien kalataloudellisista resursseista. Mikäli alueella on hyvät kalakannat, kannattaa niitä hyödyntää markkinoinnissa ja tuotekehityksessä. Kartoittamalla kaikki alueen kalastuksen asiantuntijat ja yritykset, saadaan selvitettyä ammattikalastajien, kalaruokaeksperttien, kalastusoppaiden sekä kalatalouden erikoisosaajien yhteistyöhalukkuus. Lähialueen kalastajilta kyselemällä voi yrittäjä löytää hyviä sesonkituotteita, tai mielenkiintoisia kalastustarinoita, joita voisi hyödyntää kalastustuotteissa. (Myllylä & Laamanen 2004, 43.)

3.1 Tuotteistamisen työkalut

Tuotteistamisen työkalut, prosessin vaiheet ja innovaatioprosessi on kuvattu kuvassa 1. Näitä on käsitelty seuraavissa kappaleissa. Olen käyttänyt tuotteistamisen työkaluista, idean luomista, asiakasryhmien määrittelyä, konseptointia ja blueprinttausta. Moducon työntekijät olivat miettineet kuinka yrityksen kilpailukykyä voisi lisätä. Koska heillä oli kalastuksesta laaja kokemus, syntyi ajatus kalastusmatkailutuoteidean toteuttamisesta. Idea tuli siis työntekijöiltä itseltään. Asiakasryhmien määrittelyä tein omien kokemusteni perusteella, joka kertyi ollessani töissä kalastusmatkailuyrityksessä, missä on ollut suuri määrä venäläisiä asiakkaita. Käytin konseptointia tekemällä yritykselle tuotekortit kahdesta tulevasta kalastusmatkailutuotteesta ja hinnoittelemalla tuotteet. Tein Blueprint -kaavion, jotta tuotantoprosessista voi muodostaa selkeän kokonaiskuvan. Sovimme Moducon edustajan kanssa, että asiakaslupaus, vaatimusmäärittely ja työohjeet tehdään sitten, kun tuotetta ryhdytään oikeasti toteuttamaan.



KUVA 1. Tuotteistamisen työkalut (Tonder 2013, 12)

3.1.1 Idean luominen

Yrityksen kilpailukykyyn kannalta tulisi sen käyttää tulevaisuusorientoitunutta toimintastrategiaa, jolloin tulevaisuutta rakennetaan ennakoimalla ympäristön muutoksia. Tulevaisuudentekijöillä on etulyöntiasema sekä suurempi epäonnistumisen riski muu-

toksiin sopeutujiin nähden, tulevaisuuden hankalan ennustamisen vuoksi. (Tonder 2013, 21 - 22.)

Ympäristökysymykset, kuten ilmastonmuutos, biodiversiteetin köyhtyminen sekä luonnonvarojen ehtyminen, ovat matkailuelinkeinon kannalta keskeisiä. Lämpenevä ilmasto vaikuttaa positiivisesti kesämatkailuun, mutta negatiivisesti talvisesonki kohteisiin. Biodiversiteetin köyhtyminen ja elinympäristöjen häviäminen vaikuttavat matkailukohteisiin, joiden matkailuvaltti on luonnonvetovoima. Ihmisten kulutukseen ja matkustamiseen vaikuttavat luonnonvarojen ehtyminen ja niiden korvaaminen uusilla järjestelmillä. (Tonder 2013, 27.)

Yleisesti elintaso on noussut jonka seurauksena matkailuun käytettävissä olevan rahan määrä on kasvanut. Lomamatkoilta haetaan uusia elämyksiä, joista ollaan valmiita maksamaan korkea hinta. Asiakkaat haluavat yksilöllistä ja ainutlaatuista, juuri hänen tarpeisiin räätälöityä palvelua. Asiakkaat ovat kiinnostuneita kuluttamaan eettisesti ja ympäristöystävällisiä tuotteita. (Tonder 2013, 27.)

3.1.2 Asiakasryhmien määrittely

Tuotteistamisesta saadaan asiakkaan silmissä vetovoimainen tutkimalla hänen ostoikkunaa. Näin voidaan vastata asiakkaan ostotarpeisiin ja tuotteesta saadaan vetovoimainen ja kilpailukykyinen. Markkinatutkimus ei ole aina tarpeen. Monesti yritys hyötyy enemmän keräämällä itse tietoa asiakkaista sekä asiakaspalvelutilanteesta. Menestyvän liiketoiminnan edellytyksenä on, että yritys löytää otollisemmat ja parhaat asiakasryhmät markkinoilta. Kaikkia asiakkaita ei ole kannattavaa palvella, toiminnan jatkuvuuden kannalta. Koska ihmiset ovat laumasieluja myös kuluttajina, tulee yrityksen suorittaa asiakassegmentointia jakamalla markkinat erilaisiin sisäisesti samanlaisiin ryhmiin. Tuotteistamisesta ja markkinoinnista tulee taloudellisesti tehokkaampaa differoimalla. Tietyntyypiset asiakkaat profiloidaan. Profilointi selventää segmenttiryhmiä koostumusta, ominaispiirteitä sekä ostoikkunan avautumiseen vaikuttavia tekijöitä. Profiloinnissa on tärkeä löytää asiakkaan todellinen tarve ja ymmärtää se. (Tonder 2013, 39 - 44.)

Yrityksen tulee myydä tuotteitaan sellaisissa jakelukanavissa, joissa kohdeasiakasryhmät on mahdollista saavuttaa. Usein matkailuyritykset eivät ole halukkaita mak-

samaan markkinoinnista ja myynnistä, vaikka se luo tärkeän pohjan yrityksen menestymiselle. Myytävät tuotteet asettavat vaatimuksia ja rajoituksia jakelukanaville. Ohjelmopalvelujen myynti nettikaupassa ei ole yhtä yksinkertaista kuin esimerkiksi mökkien vuokraus. Jakelukanavastrategian laatiminen ohjaa markkinoinnin ja myynnin toimenpiteitä ja on siksi merkittävä myös tuotteistamisen kannalta. (Tonder 2013, 46 - 47.)

Kalastusmatkailuyritykselle on tärkeää, että tuote on löydettävissä markkinoilta ja sen saatavuus on helppoa. Jotta yritys voi suunnitella investointeja ja tuotteiden markkinointia, tulee yrityksen tietää kohderyhmä, jolle palveluita aiotaan tarjota. Suomalaisia kalastajia ei pidä käsitellä yhtenä kahden miljoonan homogeenisenä ryhmänä, sillä kalastajat ovat erikoistuneet eri kalastustyyliin ja kalalajeihin. (Myllylä & Laamanen 2004, 14.)

Markkinointikanavien ja markkinointiviestinnän suunnittelu jaetaan neljään askeleeseen. Ensimmäinen askel on tuntea asiakkaat. Tätä vaihetta määriteltäessä tulee asettaa erilaisia kysymyksiä joilla määritellään asiakkaan tarpeita ja ominaisuuksia sekä pyrkiä vastaamaan niihin. Toisessa askeleessa valitaan juuri kyseisen asiakasryhmän käyttämä kanava. Täytyy muistaa, että uusin markkinointikanava ei välttämättä tavoita kohderyhmää. Kolmannessa askeleessa luodaan palvelulle ja markkinointiviestille asiakasta kiinnostava sisältö. Tässäkin täytyy muistaa, että omat kiinnostuksen kohteet eivät välttämättä kiinnosta asiakasta. Neljännessä askeleessa luodaan edellytykset sosiaalisessa mediassa toimimiselle. Siellä levitettävän palvelun on oltava tarpeeksi kiinnostava ja sen on poikettava massasta. (Tonder 2013, 50.)

3.1.3 Asiakaslupaus

Asiakkaan näkökulmasta katsottuna asiakaslupaus sisältää ylivertaisen arvon, miksi hän asioi juuri kyseisessä yrityksessä. Asiakaslupausta voi tarkastella myös brändäyksen näkökulmasta, jolloin se voidaan käsittää työkaluksi yrityksen sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä. Yritys voi markkinoida tuotettaan paremmaksi, halvemmaksi ja laadukkaammaksi kuin kilpailijoiden tuote. Nämä markkinoille luodut vahvat mielikuvat yrityksestä ja sen tuotteesta on myös pystyttävä lunastamaan. Asiakaslupaus mielletään yrityksen keskeisiksi laadun määrittelijäksi ja mittariksi. Näin ollen sen tulisi olla sellainen johon yritys voi sitoutua. (Tonder 2013, 59 - 60.)

3.1.4 Konseptointi

Palvelukonsepti on joukko tarkkaan mietittyjä asiakkaalle suunnattuja palveluja ja tuotteita, jotka näkyvät heille yhtenä palvelukokonaisuutena. Matkailun palvelukonseptin rakentamisen tekee haastavaksi tuotteen muuttuvaisuus. Ei ole kahta samanlaista asiakasta eikä palvelutilannetta. (Tonder 2013, 73.) Konsepti tulisi rakentaa siltä pohjalta, mitä asiakkaat tarvitsevat. Sen sisältö tulee määritellä ja rajata tarkkaan, mutta ei pidä unohtaa luovuutta. Palvelukonseptin tulee vastata sisällöltään asiakaslupaus. Kun konseptin rakentaja uskoo itse luomukseensa, rakastuvat asiakkaatkin palveluun. (Tonder 2013, 82.)

Tuotekortti on tekstitiedosto tai taulukko, sen tulee täyttää sisällöllisesti tuotekortin vaatimukset. Tuote kuvataan palveluntarjoajan, asiakkaan, yksittäisen työntekijän, yhteistyökumppanin sekä alihankkijan näkökulmasta. Jokaisen näkökulman tulee erottua toisistaan esimerkiksi sivun tai taulukon avulla. Eri toimijoiden tulee löytää helposti itselleen tärkeät tiedot. Tiedot voidaan koota Excel -tiedostoiksi eri välilehdille ja asiakkaalle tarkoitettu kuvitettu tuotekortti tekstitiedostoksi. Tuotekorttiin kerättäviä tärkeitä tietoja liikennetoiminnan kannalta ovat palvelun tuottajat ja kokonaiskesto, tuotteen nimi, toteuttamispaikka, toteutuskausi, asiakasmäärä, yhteystiedot/tilausosoite, hinta, myyntiteksti ja kuvat, tarvittavat resurssit kuvauksineen, komissiot, aikataulut ja toimenpide kuvaukset. Tuotekortin tiedot tulee pitää ajan tasalla ja välittää tiedot muutoksista tarvittaville tahoille. (Tonder 2013, 82 - 83.)

Palvelusta tehdään kannattavaa suunnitellun ansaintalogiikan mukaan. Kehysmalli luodaan määrittelemällä myyntitulot ja kustannussäästöt. Sitten määritetään tulonlähteet ja se kuinka palvelusta saadaan liiketoiminnallista voittoa. Samalla tulisi pohtia kustannussäästöjä. Tuloksena on palvelun myyntikatteen, käyttökäteen ja tuottavuuden yksityiskohtaiset määrittelyt. (Tonder 2013, 86 - 87)

Hinnoittelu vaikuttaa suoraan yrittäjän tuloon, ja on merkittävä osa yrityksen tuotekehitys ja markkinointistrategiaa. Tämän vuoksi siihen tulee paneutua riittävän huolellisesti. Palvelujen hinnoitteluperusteet jaetaan kolmeen eri määritelmään, joita ovat kustannusperusteinen hinnoittelu, markkina-, kilpailu- ja asiakasperusteinen hinnoittelu sekä tavoitehinnoittelu. Kustannusperusteisessa hinnoittelussa tuotantokustannuk-

siin lisätään yrityksen katetavoite. Hinnoittelu saattaa johtaa palvelujen virheelliseen hinnoitteluun, jos hinnoitteluprosessissa ei huomioida markkinatilannetta ja kilpailutekijöitä. Tätä hinnoittelutyyppiä käytetään yleensä matkailupalveluissa. Markkinaperusteinen hinnoittelu syntyy kysynnän ja kilpailutekijöiden yhteisvaikutuksesta. Hinnan ala- ja yläraja muodostuu tuotantokustannusten perusteella. Koska asiakkaille annetaan usein erilaisia alennuksia, vastaavat julkiset hinnat harvoin palvelujen todellisia myyntihintoja. Asiakasperusteinen hinnoittelu määrittää asiakkaan tai asiakasryhmän mukaan. Siihen vaikuttaa kanta-asiakkuudet ja asiakaskohtaiset alennukset. Tavoiteperusteinen hinnoittelu pohjautuu yrityksen tuotekehitys- ja markkinointistrategiaan. Palvelu hinta määräytyy yrityksen kilpailutilanteen tai tuotteen elinkaaren perusteella. Tällöin aloitusvaiheen hinnat voivat olla jopa alle tuotantokustannusten, sillä asiakkaiden mielenkiinto on herätettävä. (Tonder 2013, 88 - 90.)

3.1.5 Blueprinttaus

Blueprint eli tuotantoprosessista luotu kuva tai vuokaavio luodaan, jotta tuotantoprosessista voidaan muodostaa selkeä kokonaiskuva ja yksityiskohtainen näkemys prosessin eri vaiheista ja tasoista. Blueprintissä on palvelun keskeiset ja kriittiset vaiheet, toimijoiden ja toimenpiteiden työjärjestys, sekä toimintojen ajallinen kesto. Lisäksi siinä on myös toimijoiden välinen tiedonkulku. Blueprintin pitää edetä loogisesti. Asiakkaan polku on tärkeää laatia kriittisesti, korostaen asiakkaan näkökulmaa ja lisäarvoa. Polku tulee myös kuvata riittävän tarkasti, että mahdolliset huomaamatta jääneet riskitekijät tunnistettaisiin. Blueprintin yksi tehtävistä on tuoda esille palveluympäristön ja sen vaihtumisen asettamat vaatimukset palvelupolun rakenteelle ja toteuttamiselle. Suurimmat asiakkaan kokemat turhautumisen aiheet ovat eksyminen, turha odottelu ja epätietoisuus, joten eritoten logistiikan ja tiedonsiirron näkökulmia tulee tarkastella kriittisesti. Palvelun tuotanto jakaantuu asiakkaalle näkyvään ja näkymättömään osioon. Osa, joka näkyy asiakkaalle, koostuu asiakkaan kokeman palvelun eri vaiheista, palveluympäristöstä ja asiakaspalvelutilanteista. Näkymättömät osat liittyvät valmisteluun ja toimijoiden väliseen tiedonsiirtoon, sekä tukitoimintoihin, esimerkiksi logistiikkaan. (Tonder 2013, 97 - 99.)

3.1.6 Vaatimusmäärittely

Vaatimusmäärittelyn laadinta on tuotteistamisprosessin keskeisimpiä vaiheita. Vaatimusmäärittelyn laatiminen onnistuu parhaiten, kun määrittely tehdään pienryhmätyöskentelynä tai jonkun toisen tahon kanssa. Kaikkien palveluun osallistuvien tekijöiden ja toimijoiden on tunnettava palvelu ja heidän tulee sitoutua sovittujen vaatimusten toteuttamiseen. Dokumentti kannattaa laatia pieni osuus kerrallaan ja jakaa palvelut ymmärrettävään muotoon sekä kirjata tuotteeseen liittyvä tieto mahdollisimman tarkasti ylös. Liikkeelle lähdetään kohderyhmän määrittelyä. Mieti kenelle tuote on tarkoitettu ja minkä tarpeen se tyydyttää. Seuraavaksi pohditaan tuotteen vaiheet asiakkaan näkökulmasta. Sitten mietitään mitkä ovat yrittäjältä vaadittavia toimenpiteitä, joilla asiakkaan tarpeet täytetään, kuinka toimenpiteet toteutetaan ja mitkä ovat ne edellytykset, joilla toimenpiteet voidaan toteuttaa. Viimeiseksi mietitään palvelun eri vaiheiden riskejä, kuinka ne on ehkäistävissä ja miten mahdolliset virheet voisi korjata. (Tonder 2013, 104 - 105.)

3.1.7 Työohjeet

Työohjeet helpottavat työskentelyä, ja vähentävät henkilösidonaisuutta. Ne mahdollistavat palvelujen monistamisen. Työohjeiden laadinnassa hyödynnetään jo tuotettuja dokumentteja, kuten tuotekortteja, blueprintkaaviota sekä vaatimusmäärittelyä. Ohjeet laaditaan työntekijöille, heidän näkökulmastaan ja heidän kielellään. Jokaiselle työntekijälle laaditaan omat työohjeet. Ohjeita kannattaa testata ja korjata tarvittaessa. (Tonder 2013, 115 - 116.)

3.2 Markkinointi

Markkinointi on yleisellä tasolla tuotantoon ja kauppaan liittyvää toimintaa, jonka avulla selvitetään kuluttajien tarpeet, tiedotetaan tarjottavista hyödykkeistä tai palveluista ja toimitetaan kuluttajille heidän tarpeensa mukaisia tavaroita ja palveluita. Kalastuspalveluita tarjotessa kannattaa tarjota erilaisille ryhmille erilaisia tuotteita. Siksi on tärkeää tietää kohderyhmä jolle kalastustuotetta suunnitellaan ja markkinoidaan. Ulkomaanmarkkinoinnissa kannattaa pyytää apua esimerkiksi Kalatalouden keskusliitolta. Varteenotettavia yhteistyökumppaneita ovat matkailun alueorganisaatiot, matkailun edistämiskeskus ja incoming-toimistot. Incoming-toimistolla tarkoitetaan matkatoimistoja, jotka ”tuovat” matkailijoita Suomeen. (Myllylä & Laamanen 2004, 128 - 129.)

Kalastuspalveluita markkinoidessa tärkeitä ovat toimivat tuotteet ja paikkansapitävä tieto yrityksestä ja sen palveluista. Esitteessä olevat kalastuskuvat tulee olla kyseisestä kohteesta, eikä mitä tahansa kalastuskuvia. Kalojen kuvien pitää myös olla sellaisia kalalajeja, joita kohteesta voi oikeasti saada. Ammattikuvaajan käyttö kannattaa, silloin kuvista tulee laadukkaita. Hyviin ja asiallisiin kotisivuihin kannattaa panostaa, sillä nykyään kalastuspalveluita etsitään internetistä. (Myllylä & Laamanen 2004, 130.) Mielestäni sosiaaliset mediat tarjoavat yrityksille uuden tavan kommunikoida, näkyvyyteen ja asiakassuhteiden luomiseen. Facebook on tällä hetkellä kaikkein eniten potentiaalia sisältävä mainostusmenetelmä Internetissä.

Yrityksen olemassa oleva perusasiakaskunta tulee huomioida ja kehittää aluksi heille sopivia tuotteita (Myllylä & Laamanen 2004, 43). Näitä asiakkaita ovat Moducon tapauksessa Moducon nykyiset yritysasiakkaat ja yhteistyökumppanit. Suunnitelmat tulee mitoittaa oman osaamisen ja kalataloudellisten resurssien rajoissa. Palveluita kehittäessä tulee panostaa laatuun, ei määrään. Asiakkaille tarjotaan vain huolella tehtyjä tuotteita. Yhteistyökumppanien avulla tarjottavien palveluiden määrää voidaan kasvattaa. (Myllylä & Laamanen 2004, 43.)

3.3 Tuotteen testaaminen

Kalastustuotteen luomisen jälkeen se on testattava, korjattava ja hiottava testauksesta saadun palautteen avulla. Tässä vaiheessa huomataan pahimmat virheet ja puutteellisuudet. Ensimmäisen testauksen voi tehdä omalla porukalla. Toisessa testauksessa pitää mukana olla kalastusmatkailualan ammattilaisia. Apua voi pyytää monelta taholta, kuten maakunnallisilta kalatalouskeskuksilta tai kalastajaliitoista. Vasta perin pohjaisten testausten jälkeen tuotetta voidaan esitellä matkanjärjestäjille, lehdistölle ja tärkeille sidosryhmille. (Myllylä & Laamanen 2004, 131.)

4 KALASTUSPALVELUTUOTE

4.1 Ohjelmapalvelut

Ohjelmapalvelun tuottaja on kalastuspalveluita kaupallisessa mielessä tuottava henkilö, yhdistys, yritys tai muu yhteisö, joka omaa ammattitaitoisen henkilökunnan ja

muut tarvittavat toimintaa edellyttävät asiat, luvat ja oikeudet. Palvelun tuottaja voi olla vaikkapa ohjelmapalveluyritys. Ohjelmapalvelun toteuttaja on kalastusohjelmapalvelut tunteva henkilö, esimerkiksi kalastuksenohjaaja tai kalastusopas. Hänellä on alan koulutus tai kokemuksen kautta hankittu ammattitaito. (Imatran Seudun Kehitysyhtiö 2004, 5.)

Ohjelmapalvelut voidaan jaotella kolmeen eri luokkaan. Ne ovat passiivinen, puoliaktiivinen ja aktiivinen. Passiivinen eli omatoimipalvelu on tarkkailuluonteinen ja yleensä maksuton, esimerkiksi nuotanvetonäytöksen katseleminen. Puoli aktiivinen eli tapahtumapalvelu on tapahtumaluonteinen ja yleensä pääsymaksullinen. Tällainen on esimerkiksi lohikuninkuusuiستeluun osallistuminen. Aktiivinen eli ohjattu palvelu on ohjattu ja maksullinen palvelu, esimerkiksi kalastusretkelle osallistuminen. (Imatran Seudun Kehitysyhtiö 2004, 4.)

4.2 Kalastusohjelmapalvelun turvallisuus

Kalastuspalvelun tulee olla turvallinen asiakkaalle ja yhteisölle. Tuoteturvallisuuslaki edellyttää, että elinkeinoharjoittajan pitää noudattaa olosuhteiden mukaista huolellisuutta, jotta kuluttajapalvelu tai tuote ei aiheuta vaaraa kuluttajalle tai hänen omaisuudelle. Päihtyneenä ohjelmapalveluun osallistuminen lisää onnettomuusriskiä. Mikäli päihteiden käyttö kyseisessä ohjelmapalvelussa on kiellettyä, täytyy se ilmoittaa esimerkiksi tilausvahvistuksen yhteydessä tai etukäteismateriaalissa. (Imatran Seudun Kehitysyhtiö 2004, 15.)

Ohjelmapalvelun tuottaja sitoutuu käyttämään ainoastaan ammattitaitoisia oppaita, joilla on toimintaan nähden riittävät taidot esimerkiksi vuokraveneen kuljettajan tutkinto ja hygieniapassi. Myös käytännön kokemusta vaaditaan esimerkiksi vesiluonnossa liikkumiseen. Oppaiden tulee olla luotettavia ja käytökseltään luottamusta herättäviä. Hyvä tilannearviointikyky on myös eduksi. (Imatran Seudun Kehitysyhtiö 2004, 16.)

Palvelun tuottajan tehtävä on huolehtia että käytettävät välineet ovat toimintavarmoja, niiden käyttö on turvallista ja että niiden käyttö hallitaan. Turvatoimien tulee olla suunniteltuja ja harjoiteltuja. Välineistön oikeanlainen käyttö on osattava neuvoa turvallisuuden takaamiseksi. Varusteiden on oltava hyvässä järjestyksessä veneessä ja

tarvittavien asiakirjojen (katsastustodistus, kalastusluvat) oltava saatavilla. Asiakkaalle on etukäteen kerrottava tarvittavista omista varusteista ja retken vaativuudesta. Asiakkaita on opastettava välineiden käytössä. Palvelun tuottajan täytyy huolehtia, että asiakkaat käyttävät tarvittavia kelluntavarusteita ja että oppaita on riittävästi asiakasmäärään nähden. Yrityksen on pidettävä onnettomuuskirjanpitoa ja onnettomuuksista on ilmoitettava viranomaisille. Jokaista tuotetta varten on laadittava turvallisuussuunnitelma. (Imatra Seudun Kehitysyhtiö 2004, 16 - 17.)

4.3 Kalastusmatkailu saimaalla

Blue Saimaa tarjoaa monipuolisia kalastuspalveluita Saimaalla Kyläniemen ympäristössä. Sen palvelutarjontaan kuuluvat mm. heittokalastus, uistelu, troolin- ja nuotanvetonäytökset, onkiminen, rapusafarit, jigikalastus, verkkojen kokeminen ja yksityisristeilyt sekä huviajelut. Kalastusmatkoilla on käytössä reilut kymmenen metriä pitkä ja 3.4 metriä leveä Naviga 10 S merikelpoinen vene. (Blue Saimaa 2014.)

Saimaan Kalamatkojen toimialue on Ristiinan, Mikkelin, Anttolan, Puumalan, Imatran ja Suomenniemen vesistöt. Tarjontaan kuuluvat vetouistelu sekä heittokalastusmatkat ja talvella talvikalastus. Saimaan Kalamatkat on valittu vuoden 2014 kalastusmatkailuyritykseksi. Saaliskaloja ovat hauki, kuha järvilohi ja järvitaimen. Veneinä yrityksellä on kaksi Tracker Targa v18 comboa, jotka ovat ensisijaisesti heittokalastukseen, mutta myös uisteluvälineet löytyvät. Varsinaisena uisteluveneenä on Beneteau Antares 750. Erillaisena tuotteena yritys järjestää myös täkyraksiuistelu kursseja. Kurseille kerätään osallistujia eripuolilta Suomea ennakkoon ilmoitetuille päiville. Kerralla opas ottaa veneeseen 4-6 henkilöä. Hintaa retkellä on 100e/ osallistuja. (Saimaa Fishing Travels 2014.)

SaimaaHoliday Oravilla on tarjolla sekä opastettuja että omatoimisia kalastusmatkailutuotteita. Omatoimisille kalastusmatkailijoille on tarjolla vuokraveneitä ja heittokalastussettejä. Vuokraveneinä on soutuveneitä joihin on mahdollista saada 2,3hv moottori ja pieniä moottoriveneitä 9,9 hv moottoreilla. Talviaikaan on mahdollista vuokrata pilkkivälineitä. Opastettuja kalastusretkiä on moneen tarpeeseen. Niitä ovat kalaretki Linnasaaren kansallispuistoon, ahvenen ja kuhan jigaus, lohen uistelu, jättihauen saalistus tosikalastajille, koko perheen kalaretki, mato onki retki ja mato onki kilpailu.

Heittokalastus veneinä on faster 610 ja uisteluveneenä Beneteau Antares 780. (SaimaaHoliday Oravi 2014.)

Old School Trolling järjestää heittokalasturetkiä, vene- ja kalastusretkiä lapsiperheille sekä uisteluretkiä. Toimialueena on Pohjois-Saimaa, Savonrannan alueella. Old School Trolling järjestää myös jigaus kursseja ja lohikalojen uistelukursseja. Jigaus kursseilla perehdytään jigikalastuksen saloihin perinpohjaisesti. Kurssilla on mahdollista kokeilla eri jigaus tyyliä (perinteinen-, dropshot-, vertikaalijigaus). Myös erityyppisten jigien ja eri painoisten jigikoukkujen vaikutuksia käsitellään. Opas näyttää kuinka kalapaikalle ajetaan karttaplotterin ja kaikuluotaimen avulla. Jigauskurssin hinta on alkaen 400 euroa ja kesto neljästä viiteen tuntia. Maksimi osallistujia määrä on neljä henkeä. Lohikalojen uistelukurssilla uistellaan lohta yksikoukkuisia Bomber vaappuja käyttäen. Kaikki rasvaevälliset lohikalat vapautetaan. (Old School Trolling 2014.)

PK-Kalamatkat toimii pääasiallisesti Juvan, Puumalan, Sulkavan, Rantasalmen, Savonlinnan ja Joroisten alueilla. Tuotevalikoimaan kuuluu heittokalastus, jigaus, veto-uistelu, pilkkiminen ja venematkat. Pk-Kalamatkojen kautta hoituu myös majoituspalveluiden järjestäminen yhteistyökumppanien avulla. Myös venäjänkielen tulkki on saatavana. Uisteluveneenä on Beneteau Antares 750 ja heittokalastus sekä uisteluveneenä Faster 555. (PK-Kalamatkat 2014).

Lakeland GTE Toimii Savon alueella ja sen tukikohta on Varkaudessa. Kalastuksessa yritys käyttää Buster X avovenettä heittokalastukseen ja uisteluun, johon mahtuu neljä kalastajaa. Yrityksellä on myös katettu sähköalus, johon mahtuu jopa kymmenen kalastajaa. Tarjolla olevia kalastusmuotoja ovat, pilkkiminen, vetouistelu, heittokalastus ja jigaus. Myös verkkojen ja katiskoiden kokeminen tai ammattikalastajan toimien seuraaminen on mahdollista. Puutteellisten tietojen vuoksi tämä yritys jäi pois vertailutaulukosta (Lakeland GTE 2014)

Saimaalla on kourallinen kalastusmatkailun parissa toimivia yrityksiä. Retkien hinta vaihtelee 350 eurosta 1130 euroon. Hinta vaihtelee käytetyn kaluston, retken keston, ja kalastustavan mukaan. Myös ryhmäkoko vaikuttaa hintaan, 1130euron kalaretkellä käytössä onkin iso alus, johon mahtuu 10 henkeä, mikä tietenkin pienentää henkilökohtaista hintaa. Taulukossa 1 on perustiedot Saimaalla toimivien yritysten yleisim-

mistä tuotteista eli vetouistelusta ja heittokalastuksesta. Tiedot on kerätty yrityksiä internet sivuilta.

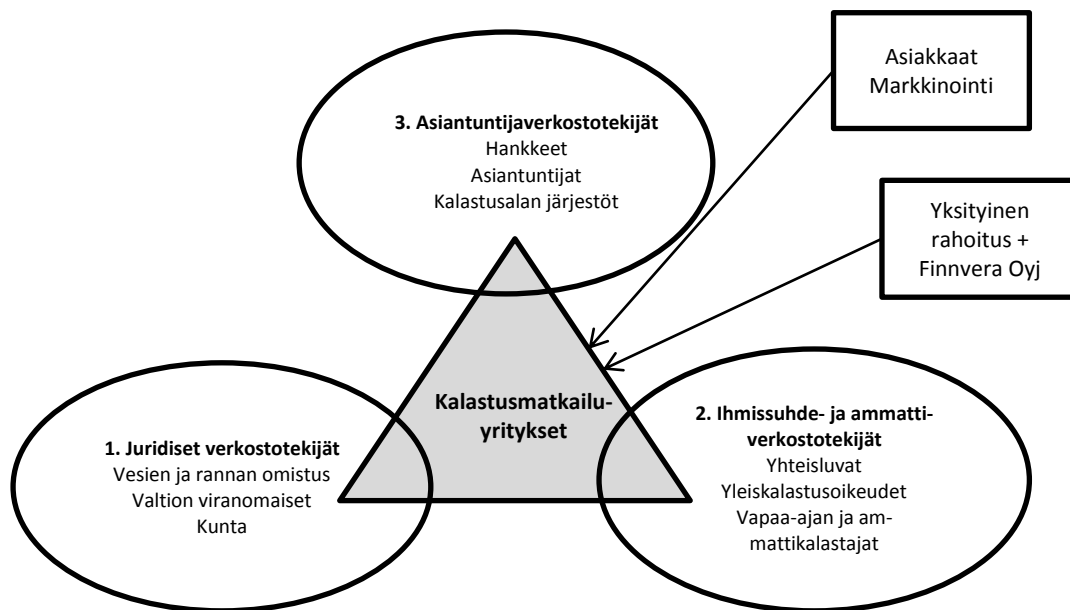
TAULUKKO 1. Vertailu Saimaalla toimivien yritysten palveluista

	Blue Saimaa	Saimaa Fishing Travels	Saimaa Holiday Oravi	Old School Trolling	Pk-Kalamatkat
Heittokalastus					
kesto h	6	4-5	4	4-8	4
osallistujamäärä max	10	5	4	4	-
ruoka	eväät ja kylmä lounas	eväät (+20€)	tilattavissa	tilattavissa (50€)	eväät
kohdekalat	hauki	lohi, taimen, kuha, hauki, ahven	hauki, kuha, ahven	hauki, kuha, ahven	-
kausi	-	-	1.5-31.10	1.5-31.11	-
hinta	1130€+45€/hlö	-	435	350	440
Vetouistelu					-
kesto h	-	7-8	4	4-8	-
osallistujamäärä max	-	7	8	4	-
ruoka	-	eväät (+20€)	tilattavissa	tilattavissa (50€)	eväät
kohdekalat	-	lohi, taimen, kuha, ahven	hauki, kuha, ahven, taimen	kuha, hauki, ahven	-
kausi	-	-	1.5-31.10	-	-
hinta	-	-	600	350	660

Yleisimpinä palveluina esille nousevat heittokalastus ja vetouistelu, joista vetouistelu on usein kalliimpi. Myös jigikalastus, ja mato onkiretket nousevat esille useimpien yritysten palveluissa. Parin yrityksen tarjonnassa on myös jigikalastus ja täkyraksiuistelu kursseja jotka ovat suunnattuja eritoten aktiivisille vapaa-ajankalastajille jotka haluavat oppia lisää kyseisistä lajeista. Tällaiset kurssit vaativat oppaalta todellista perehtymistä lajiin ja rautaista ammattitaitoa, sillä asiakkaana voi olla kokeneitakin kalastajia. Kalustossa esille nousevat useamman Saimaalla toimivan yrityksen suosittelemina Faster avoveneenä heittokalastukseen ja myös uisteluun, sekä Beneteau Antares uisteluveneenä.

5 KALASTUSMATKAILUYRITYKSEN TOIMINTAVERKOSTOT JA SUHTEET INSTITUUTIOIHIN

Kuvassa 2 on ryhmitelty kalastusmatkailuyrityksen verkostosuhteita. Tekijät esitellään toistensa kaltaisina ryhminä. Verkostosuhteet on jaettu kolmeen eri tekijäryhmään, joita ovat juridiset verkostotekijät, ihmissuhde- ja ammattiverkostotekijät sekä asiantuntijaverkostotekijät.



KUVA 2. Kalastusmatkailuyritysten toimintaverkko (Tiitinen 2007, 140.)

5.1 Juridiset verkostotekijät

Yksityinen vesialueen ja rannan omistus koskettaa kalastusmatkailuyrittäjää koska kalapaikka yrittämistä harjoitetaan sekä omilla että vuokravessillä. Tästä johtuen kalastusmatkailuyrittäjän pitää lähes aina tehdä yhteistyötä kalaveden omistajan kanssa kalastusoikeuden käytön säädöksiensä vuoksi. Näin ollen suhde kalaveden omistukseen on kalastusmatkailuyrittämisen ehto ja tärkein verkostotekijä. Kalastusmatkailuyritykset, oppaat ja ohjelmapalveluyritykset vuokraavat vesiä. Majoitus tai ravitsemusyrietykset eivät vuokraa vesialueita, sillä heidän asiakkaat hankkivat lupansa itse ja yrittäjä huolehtii muista palveluista. (Tiitinen 2007, 141 - 142.)

Kalastusmatkailussa tarvitaan valtion viranomaisten päätöksiä. Vuokraveneet katsastetaan merenkulkulaitoksen toimesta. Asiakaskuljetuksiin veneellä täytyy hankkia tarvittavat lupakirjat. Merialueilla ja rajajoilla liikkussa yhteistyökumppanina on tulli. Suurimpien yritysten täytyy asioida ympäristölupaviranomaisen kanssa. Lisäksi kalastusviranomaista on mahdollista käyttää asiantuntijana. Kalastusmatkailussa kuljetaan vesillä, useimmiten moottoriveneellä. Kun ihmisiä kuljetetaan moottoriveneellä maksua vastaan, tulee kuljettajalla olla suoritettu vuokraveneenkuljettajan tutkinto. Veneet, joilla maksullisia kuljetuksia suoritetaan, on katsastettava. (Tiitinen 2007, 144 - 145.)

Kuntien rooli kalastusmatkailubisneksessä on vähäinen. Kunta saattaa toimia joissakin tapauksissa vuokraisäntänä ja vesialueen omistajana. Kunta on yrittäjän lähin viranomais-suhte, etenkin jos bisnekseen liittyy rakentamista, jätehuoltoa tms. kunnan lupatai valvontatoimivaltaan liittyviä asioita. Kunnista voi olla hyötyä kehittämishankkeissa, sekä kunnalta voi saada yritysneuvontaa, esimerkiksi yrityksen perustamisapua ja rahoituksen järjestelyapua. (Tiitinen 2007, 148.)

5.2 Ihmissuhde- ja ammattiverkostotekijät

Yhteislupia viehekelastukseen on ollut 1960-luvulta lähtien. Yhteisluvat ovat syntyneet kalaveden omistajien ehdoilla. Kalastusmatkailun kannalta tärkein yhteislupa on Tornionjoen yhteislupa, joka perustettiin 1990-luvun loppupuolella, kun lohi alkoi nousta Väylään. Passiivisesti kalastusmatkailuun osallistuvat yritykset ja omatoimiset kalastusharrastajat hyötyvät eniten yhteisluvista. (Tiitinen 2007, 159.)

Suomessa on laajat yleiskalastusoikeudet yksityisten vesialueilla. Yleiskalastusoikeus kattaa vapaan onkimisen ja pilkkimisen, lukuun ottamatta lohi- ja siikapitoisia virtavesiä. Yleiskalastusvesistä hyötyvät vain merellä toimivat kalastusmatkailuyrittäjät. Sieläkin Suomenlahtea ja Perämeren lukuun ottamatta yleisvedet ovat hankalasti saavutettavissa pitkän venematkan vuoksi. (Tiitinen 2007, 160.)

Joillakin yrittäjillä on, ammattikalastusta johtuen, omat ammattikalastusvälineet ja he käyttävät niitä ohjelmopalveluissaan. Useimmiten yrittäjät kuitenkin harjoittavat yhteistyötä muiden ammattikalastajien kanssa. Kotitarvekalastuksen osalta verkkokalastuksen katsottiin hankaloittavan yritystoimintaa. Verkot ovat usein huonosti mer-

kittyjä ja koskialueilla liian lähellä koskia. Vapaa-ajankalastajia ei pidetty kilpailijoina tai yritystoiminnan vaikeuttajina mutta heitä ei kuitenkaan pidetty asiakkaina sillä maksuhalukkuutta ei löydy. (Tiitinen 2007, 158.) Mielestäni tämä voi johtua kuitenkin siitä, etteivät haastatellut yritykset ole tuotteistaneet kalastuspalveluita vapaa-ajankalastajille. Tälläkin hetkellä esimerkiksi Saimaalla toimii muutamia yrittäjiä joiden tuotteisiin kuuluvat esimerkiksi jigikalastuskurssi ja täkyraksiuistelukurssi. Nämä ovat nimenomaan vapaa-ajankalastajille suunnattuja tuotteita. Kohderyhmänä ovat kalastajat, jotka haluavat laajentaa kalastusrepertuaariaan tai kehittyä ja hakea vinkkejä tehokkaampaan kalastukseen kyseisessä lajissa.

Kalastusmatkailuyrittämisessä ei haastateltujen yrittäjien mukaan koettu juurikaan kilpailua. Kolmannes haastattelun kohteena olleista yrityksistä toivoi jopa lisää yrityksiä alalle. Yhteistyökumppaneita kaivattiin lisää ja kilpailun todettiin ylläpitävän monipuolisuutta. Rannikolla kilpailutilannetta on syntynyt ja samoin Pohjoisessa pienen asiakasmäärän ja lyhyen sesongin vuoksi. Sen sijaan Järvi-Suomessa kilpailutilanne todettiin puuttuvan lähes kokonaan. Vastapainona kilpailulle kalastusmatkailuyritykset tekevät yhteistyötä. Yksi yhteistyömuodoista on yhteismarkkinointi, jota toteutetaan mm. kalastusmatkailuhankkeiden muodossa maakunnallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti. Yhteistyötä on myös toimintojen kehityksessä, koulutuksessa, kaluston käytössä jne. Oleellisena osana kalastusmatkailuyrittämiseen kuuluu alihankinta, jota toteutetaan vertikaalisesti erilaisten yritysten kesken ja horisontaalisesti samankaltaisten yritysten kesken. Yritys voi toimia sekä alihankkijana, että palvelun ostajana. Kalastusoppaan on mahdollista vuokrata kalastuspaikka omaan käyttöönsä tai kalapaikan omistaja voi ostaa oppaan opastamaan omia asiakkaitaan. Asiakkaiden ohjaus toisiin yrityksiin oli suosituin yhteistyön muoto. Syitä tälle oli useita, mutta tärkeimpinä ilmenivät yrittäjän aikataulu tai kysytyn palvelun tai kaluston puute. Alihankintaa käytetään yleisimmin Pohjois- ja Järvi-Suomen yrityksissä. Etenkin kalastusopastusta, ohjelma-, kuljetus- ja ravitsemuspalveluja ostetaan alihankintana. (Tiitinen 2007, 154 - 155.)

Kalastusmatkailuyrityksen ja paikallisväestön väliset suhteet ovat riippuvaisia alueesta ja henkilösuhteista. Oppailla naapuruussuhteet ovat yleensä hyvät, sillä toiminta on pienimuotoista eikä se ole paikkasidonnaista. Paikallistavat ja naapuruussuhteet tulevat voimakkaimmin esille yrityksissä joilla on kiinteä toimipaikka. Alueellisesti tämä korostuu rannikolla ja Pohjois-Suomessa. (Tiitinen 2007, 150.)

Catch and release (C&R) eli pyydä ja päästä kalastustapaa voidaan pitää maailmanlaajuisesti omaksuttuna kansainvälisenä kalastustyylinä. Kalastusmakailuyrittäjän, eritoten kalastusoppaan kuuluu tuntea eri maiden kalastuskulttuuria ja muutakin kulttuuria. Asiakkaat olettavat että opas tuntee asiakkaidensa kalastustottumuksia ja tapoja. Vaikka suomalaiseen kalastuskulttuuriin kuuluu saaliin syöminen, on kalojen vapauttaminen huomioitava vaihtoehto myös kotimaisten asiakkaiden kanssa. Vierasperäisten kalastustapojen huomiointi saattaa kuitenkin lisätä välinekustannuksia. (Tiitinen 2007, 156 - 157.)

5.3 Asiantuntijaverkostotekijät

Kalastusmatkailuyritykset ovat syntyneet ilman hankkeita. Kehittämishankkeet ovatkin syntyneet vasta yritystoiminnan perustamisen jälkeen. Yrittäjien ja hankkeiden välillä on heikko verkostosidos. Hankkeet ovat määräaikaista ja side päättyy hankkeajan umpeutuessa. Yleensä kalastusmatkailuhankkeet perustuvat toteuttajaorganisaation omiin ideoihin ja taloudellisiin tarpeisiin. (Tiitinen 2007, 162 - 163.)

Vapaa-ajankalastusjärjestöt ovat toiseksi yleisin kalastukseen liittyvä verkostotekijä kalastusmatkailuyrittämisessä. Haastatellut yritykset tekivät yhteistyötä Suomen Urheilukalastajain Liiton ja Suomen Kalamiesten Keskusliiton kanssa. Vapaa-ajankalastajat ostavat majoitus ja ravitsemuspalveluita, kalastuslupia ja vuokraavat veneitä. (Tiitinen 2007, 163.) Suomen Kalamiesten keskusliitto on lopetettu vuonna 2010. Toimintaa jatkaa Suomen Vapaa-ajankalastajien keskusjärjestö.

Kalastusmatkailuhankkeissa toimii asiantuntijoina useimmiten aktiivisia kalastuksen harrastajia, vesibiologian asiantuntijoita ynnä muita. Eniten asiantuntijoita käyttivät kalapaikat ja ohjelmapalveluyritykset. Kalastusoppaat ovat itse asiantuntijoita, joten he käyttivät vähiten edellä mainittua palvelua. Asiantuntijoita hyödynnetään usein yrityksen tuloksen parantamistarkoituksessa. Heidän käyttö rajoittuu lähinnä yrityksen perustamisvaiheeseen ja erityisongelmiin. Yritykset eivät kuitenkaan voi olla riippuvaisia asiantuntijoista. (Tiitinen 2007, 166.)

Kalatalouden keskusliitto ja sen alaiset jäsenorganisaatiot ottivat 1990-luvulla vastuun kalastusmatkailun kehittämisestä, hallinnoimalla suurimpia matkailukalastuksen kehittä-

tämishankkeita. Tavoitteena on hyödyntää kalavesiä taloudellisesti matkailunkeinoin. Runsaat puolet yrityksistä teki yhteistyötä paikallisen neuvontajärjestön kanssa. Järvi - Suomen yrittäjistä lähes kaikki hyödynsivät neuvontajärjestöä. (Tiitinen 2007, 167.).

6 PALVELUISSA TARVITTAVAT HANKINNAT

6.1 Vene

Vene on tärkeä osa kalastusmatkailua. Veneen tulee olla tarkoituksenmukainen ja räätälöity juuri siihen kalastusmuotoon, jota kyseisellä veneellä aiotaan harrastaa. Veneen tulee olla myös kokonsa puolesta soveltuva aiotulle asiakasmäärälle ja kyseiseen vesistöön. Lähtökohtaisesti sisävesillä pärjää pienemmällä veneellä kuin merellä. Heittokalastukseen parhaiten soveltuu hyvät tasaiset ja avoimet sisätilat tarjoava avovene. Myös uistelua voidaan harjoittaa avoveneellä mutta katettu kabiinivene tarjoaa paremman suojan kevään ja syksyn koleilla keleillä ja räntä- sekä vesisateessa. Hytilliseen veneeseen on mahdollista hankkia myös lämmitin mikä lisää viihtyvyyttä kylmillä keleillä. Avoveneessä kylmällä ja sateisella kelillä pitkiä aikoja oleilu vaatii hyviä varusteita, eikä se siltikään ole järin mukavaa. Sen sijaan lämmitetyssä kopissa viihtyy huonommallakin säällä. Kabiiniveneestä useamman henkilön heittokalastus on lähes mahdotonta, joten heittokalastukseen asiakaskäyttöön ne eivät sovellu. Mikäli aiotaan tarjota sekä heittokalastus että vetouisteluretkiä aikaisesta keväästä myöhäiseen syksyyn olisi hyvä hankkia kaksi venettä, toinen avovene ja toinen kabiinivene. Heittokalastuskäytössä veneen on syytä olla alumiinia, sillä heittokalastuksessa liikutaan monesti kivikoiden ympärillä, eikä osumilta voi ajansaatossa välttyä. Alumiini kestää huomattavasti paremmin kivikontakteja, kuin lasikuituiset veneet. Myös rantautuessa alumiininen on huolettomampi.

Avoveneessä täytyy tehdä valinta keskipulpetin, tuplapulpetin tai reunassa olevan pulpetin väliltä. Keskipulpetillisessa mallissa pulpetti ja penkki ovat vähiten tiellä, joten se tarjoaa parhaat tilat kalastukseen. Monessa mallissa keskipulpetillisessa on myös vähemmän penkkejä joten avaraa lattiapinta-alaa riittää. Kalastustilanteessa tämä on hyvä asia, mutta siirtymäajossa asiakkaille pitäisi olla penkit. Hyvä ratkaisu istumapaikkojen lisäämiseksi on iso kylmälaatikko, joka toimii saaliin säilytyksessä ja istumatilana. Nämä suuret kylmälaatikot on tehty istumista varten ja niihin on saatavilla myös pehmustesarjoja. Keskipulpetilliseen veneeseen mahtuu useampia kalastavia asiakkaita, kuin tuplapulpetilliseen ja siksi olenkin rajannut vertailtavat veneet keski-

pulpetillisiin veneisiin ja kabiiniveneisiin. Kalastavia asiakkaita heittokalastuksessa veneeseen pitäisi mahtua neljä, joten alle 5,60 metrin veneet eivät tilojensa puolesta ole riittäviä.

Kaiteisiin kiinnitettävien vapaputkien/telineiden tai targakaaren avulla avoveneestäkin saadaan täysiverinen uisteluvene. Targakaari kuitenkin rajoittaa jonkin verran heittokalastusta olemalla heiton tiellä. Sivukaiteissa olevat vapaputket eivät aiheuta tätä haittaa, mutta vavat eivät ole niin helposti kuskin käsiteltävissä, kuin pulpetin yläpuolella olevassa targakaaressa. Kabiiniveneessä targakaari on tavallisesti veneen katolla (kuva 3).



KUVA 3. Targakaari vapoineen Beneteau Antareksen katolla (Laitinen 2014)

6.1.1 Beneteau

Beneteau Antares 780 -vene on käytössä mm. Oravin Eräpalvelu Oy:ssä ja se on todella hyvä vene uistelukäyttöön. Veneen perätilassa mahtuu helposti työskentelemään kolme ihmistä yhtä aikaa (kuva 4). Hyttiin mahtuu kuskin lisäksi viidestä kuuteen henkilöä. Makuupaikkoja on kolmelle. Yhteensä veneeseen mahtuu jopa kahdeksan kalastajaa. Veneen tilava ja lämmitetty hytti (kuva 5) on erityisen hyvä kalastuskauden alku- ja loppupäässä sekä sateisina päivinä kesällä. Se pidentää kalastuskautta merkittävästi.



KUVA 4. Beneteau Antares perätila (Laitinen 2014)



KUVA 5. Beneteau Antares 780 sisätilat (Laitinen 2014)

Antares 780 on erinomainen vene, mikäli venettä ei tarvitse kuljetella paljon trailerilla, sillä se vaatii suorituskykyistä vetoautoa painonsa vuoksi. Antares 780 painaa 1741 kiloa (Beneteau 2014). Paino näkyy myös veneen moottorin polttoaineen kulutuksessa. Maksimitehoisella 150 hv:n Mercurylla bensiiniä kuluu matkavauhdissa noin 30 l tunnissa.

6.1.2 AMT

AMT 215 PH on 6,40 metriä pitkä ja 2,40 metriä leveä hytillinen vene. Moottorisuositus on 90 - 200 hv. (Amt 2014,35.) Siinä on iso takatila, jossa mahtuu hyvin työskentelemään uisteltaessa. Takatilan lattian alta löytyvät tilavat säilytystilat, jonne mahtuu esimerkiksi uisteluvavat täyspitkinä säilytykseen. Sisätilat ovat pienet, sillä keulan

makuutilat vievät niistä suuren osan. Hyttiin mahtuu kuskin lisäksi istumaan juuri ja juuri kolme henkilöä, joka on kalastusmatkailu käytössä liian vähän, etenkin huonolla säällä.

6.1.3 Faster

Fasterin veneet soveltuvat hyvin heittokalastukseen, sillä niissä on paljon avointa lattiatilaa ja matkustajien penkit ovat irrotettavia laatikoita. Irrotettavien penkkien hyvä puoli on myös se, että penkin voi korvata kylmälaatikolla, johon mahtuu saalis ja se toimii samalla istuimena. Mikäli veneessä on useita kiinteitä penkkejä, vie kylmälaatikko monesti liikaa tilaa veneen lattiapinta-alasta. Omakohtaista kokemusta löytyy keskipulpetillisesta Faster 610 -veneestä, jota ei enää valmisteta. Fasterin turkkipeltinen lattia säilyy siistin näköisenä kovassakin käytössä, eikä se vaadi niin tiheää pesua kuin valkoisilla lattioilla olevat veneet. Uusissa Fastereissa vakiovarusteena on hydrauliohjaus, joka tekee ohjauksesta kevyen ja tunnokkaan. Myös Lowrance HDS-7 Gen2 Touch -kaiku/karttaplotteri kuuluu vakiovarusteisiin. (Faster 2014, 18 - 19.)

560 CC on 5,60 metriä pitkä ja 2,20 metriä leveä avovene. Maksimi henkilömäärä on seitsemän ja moottorisuositus 70 - 115 hv. (Faster 2014, 22 - 23.) Heittokalastajia veneeseen mahtuu neljä. Hyvin sijoitetun pulpetin ansiosta veneessä on hyvin tilaa liikua kalastuksen vaatimisissa tilanteissa. Veneessä on kaksi kuppipenkkiä ja muut penkit ovat irrotettavia laatikoita. Fastereissa tuulilasi on iso ja se suojaa hyvin kuppipenkeillä istuvia, ja jonkin verran myös kuppipenkien takana istuvia. 560 T-Top on muuten sama vene kuin 560cc, mutta pulpetti on hieman edempänä ja sen päällä on katos (Faster 2014,24 - 25). Jos haetaan ainoastaan yhtä venettä, jolla pitää pärjätä niin heittokalastuksessa, kuin vetouistelussa olisi Faster 560 T-top hyvä valinta. T-top katto tarjoaa suojaa sateelta ja tarjoaa mahdollisuuden vapatelineiden ja muiden varusteiden kiinnitykseen. Katosta huolimatta taakse jää kohtuulliset tilat uisteluun ja heittokalastusta voi harjoittaa sekä edestä että takaa. Toki katto rajoittaa hieman heittokalastustiloja, mikäli veneessä on useampi heittokalastava asiakas samaan aikaan. Vene soveltuu kahdesta kolmeen heittokalastajalle.

Faster 635 CC on iso avovene avattavalla keulaportilla. Sen pituus on 6,35m ja leveys 2,35. Suurin henkilömäärä on 10. Moottorisuositus on 115 - 150 hv. (Faster 2014, 26 - 27.) Avattava keulaportti lisää veneen monikäyttöisyyttä. Vene soveltuu hyvin

liikuntarajoitteisille asiakasryhmille. Keulaportin ansiosta veneellä on myös helppo kuljettaa esimerkiksi painavia rakennustarvikkeita ja jopa mönkijää.

6.1.4 Buster

Buster XL Pro CC on 5,94 metriä pitkä ja 2.17. metriä leveä avovene. Siihen mahtuu 3-4 heittokalastajaa samanaikaisesti. Moottorisuositus on 70 - 115 hv. Maksimi henkilömäärä on seitsemän. Karhennettu alumiininen turkki lattia on helppo pitää puhtaana ja se estää myös liukastumista ääriolosuhteissa. Pro mallissa lattiatilat ovat avoimet ja siinä on yksi kuppipenkki. Veneen perällä on kaksi taittuvaa klaffi penkkiä ja pulpetin edessä kiinteä penkki. Lisäksi keulassa on penkinä ja nousutasona toimiva koroke. (Buster 2014, 64 - 67.)

Buster Cabin on nimensä mukaisesti kabiini eli kovalla hytillä oleva vene Se on 6,92 metriä pitkä ja 2,43 metriä leveä. Perässä on vetouistelun kannalta hieman ahdas avo-tila. Vene on myös läpikuljettava keulasta, mikä helpottaa rantautumista. Veneen henkilömäärä on kahdeksan ja veneen keskihytissä on tilaa kuudelle. (Buster 2014, 6 - 9.) Veneen tilavan hytin ansiosta se soveltuu hyvin isommallekin uisteluryhmälle myös kylmillä ja sateisilla keleillä. Toki tilava hytti rajoittaa hieman takatilan suuruutta.

6.1.5 Silver

Shark CC 580 on 5,80m pitkä ja 2,25m leveä keskipultelinen avovene. Siihen mahtuu seitsemän henkeä ja sen moottorisuositus on 80 - 115 hv. (Silver 2014, 24 - 25.) Sharkissa on suuri tuulilasia jonka suojassa on kaksi kuppipenkkiä. Takana on lisäksi kiinteä istuin ja pulpetin edessä on myös kiinteä penkki. Myös keulassa on kiinteä istuin, joka toimii samalla nousutasona. Kiinteiden istuimien määrä rajoittaa veneen tiloja heittokalastustilanteissa. Silverin vaalean harmaa muovinen lattia on herkempi likaantumiseen, kuin alumiini turkkilattia. Veneeseen mahtuu kolmesta neljään heittokalastajaa.

Silver Eagle CC 630 on iso avovene ja siinä onkin hyvät tilat heittokalastukseen. Samoin kuin pienemmässä Sharkissa, tässäkin mallissa on kiinteät penkit jotka rajoittavat isonkin veneen tiloja. Penkkiratkaisut ovat samanlaiset, kuin Sharkissa. Toisaalta

kiinteiden penkkien alla on lukittavaa säilytystilaa. (Silver 2014, 28 - 29). Veneeseen mahtuu neljästä viiteen heittokalastajaa.

Eagle Star Cabin vene on räätälöity vetouistelua varten. Siinä on hyvä avoin perätila vapojen käsittelyä ja kalojen väsyttelyä varten. Tilava hytti tarjoaa suojaa syksyn ja kevään koleilla keleillä. Sen pituus on 6,5 metriä, paino 900 kiloa ja moottorisuositus 115 - 150 hv. Maksimi henkilömäärä on seitsemän. (Silver 2014, 36 - 37.)

6.2 Veneen varustelu

6.2.1 Lain vaatimat vuokravenevarusteet

Mikäli veneellä kuljetetaan asiakkaita, täytyy se rekisteröidä vuokraveneeksi. Vuokraveneet katsastetaan ja niissä täytyy olla lain vaatimat varusteet. Tarvittava varustus määräytyy liikennealueen mukaan, joita on neljä. Luokka 1 kattaa sisävedet ja suojaiset rannikkovedet. (Pietilä 2013.)

Luokkaan yksi kuuluvassa vuokraveneessä, jossa on sisämoottori, yli 25kw tehoinen perämoottori tai liekillä toimiva polttolaite pitää olla käsisammutin, jos vene on yli 12 metriä pitkä pitää sammuttimia olla kaksi kappaletta. Veneessä on oltava joko aivot tai mela tai ankkuri. Veneessä täytyy olla vähintään kaksi riittävän pituista ja paksuisista kiinnitysköyttä. Lisäksi täytyy olla vähintään kolme kertaa veneen mittainen hinausköysi. Vuokraveneessä täytyy olla liikennöintiajankohtaan nähden riittävä valaistus. Navigointi välineistä täytyy löytyä veneilykäyttöön tarkoitettu magneettikompassi, painetut merikartat, sisävesisäännöt tai meriteidensäännöt sekä välineet matkan ja suunnan mittaamiseen kartalta. Lisäksi tulee olla koko henkilömäärälle liivit (vähintään 50N), itsestään syttyvällä valolaitteella oleva pelastusrenkas, kelluva heittoliina, laskuvarjoraketti, käsisoihtu, äyskäri sekä venehaka. Yli 12 metrisessä vuokraveneessä tulee olla kiinteästi asennettu VHF puhelin. (Trafi 2010.)

6.2.2 Tekniset apuvälineet

Kaikuluotain on kehitetty jo toisen maailmansodan aikaan, jolloin sitä käytettiin vihollissukellusveneiden seuraamiseen. Kaikuluotain sisältää lähettimen, anturin, vastaanottimen ja näyttöruudun. Kaikuluotain toimii siten, että lähettimestä tuleva sähköim-

pulssi muuntuu anturissa ääniaalloksi ja se lähetetään veteen. Kun anturista lähtenyt ääni kohtaa objektin, ponnahtaa ääni takaisin. Takaisin palaava ääni osuu anturiin ja ääni muuttuu takaisin sähköimpulssiksi, joka vahvistuu vastaanottimessa ja välittyy näyttöruudulle. Äänen nopeus vedessä on vakio ja se on noin 1460 metriä sekunnissa. Tällä tavoin voidaan lähetetyn ja vastaanotetun signaalin aikaero mitata ja määrittää etäisyys objektiin. Prosessi toistuu monta kertaa sekunnissa. Lowrance käyttää 192 kHz lähetystaajuutta ja joissakin malleissa myös 50 kHz. Ihminen tai kala eivät kykene kuulemaan näitä taajuuksia. Kaikuluotain lähettää ja vastaanottaa siis signaalin ja piirtää sen näytölle. Tämän tapahtuessa useita kertoja sekunnissa, näytölle piirtyy jatkuva viiva, josta näkyy pohjan signaali. Lisäksi näyttöruudulla näkyvät muista objekteista (esim. kaloista) palautuvat kaiut pohjan ja anturin välissä. (OPM International Oy 2009.)

Karttaplotteri on GPS-laite, joka näyttää vesistökartat, jotka sisältävät esimerkiksi syvyyskäyrät, laivaväylät ja merimerkit. Se näyttää myös sen hetkisen sijainnin. Kalastuskäytössä karttaplotterista on hyötyä paikasta toiseen siirryttäessä, mutta myös itse kalastustilanteessa, sillä karttaplotterin avulla voidaan ajaa tarkasti penkan laitoja tai esimerkiksi matalikon yli. Pelkän paperikartan avulla tarkka navigoiminen on huomattavasti vaikeampaa ja hitaampaa. Karttaplottereita valmistaa useampi eri valmistaja mm. Lowrance, Garmin, Simrad ja Humminbird. Hinta vaihtelee suuresti laitteen ominaisuuksien ja etenkin näyttöruudun koon mukaan. Esimerkiksi Lowrancen halvimmalla neljän tuuman plotterin mustavalkonäytöllä saa noin 200 € hintaan. Tähän täytyy kuitenkin hommata vielä karttakortti joka maksaa 175 - 219 € kartan laajuudesta riippuen. Kalliimmalla hinnalla saa karttakortin joka kattaa Suomen järvi ja merialueet. Karttakortit ovat laitekohtaisia eli esimerkiksi Lowranceen sopivaa karttaa ei voi käyttää Garminin laitteessa. Mikäli aikoo hankkia yhdistelmälaitteen, jossa on sekä kaiku, että karttaplotteri samassa näytössä, tulisi näytön koon olla vähintään seitsemän tuumaa, mielellään 10 tuumaa. 5-tuumainen näyttö jaettuna karttaplotterille ja kaiulle on todella pieni. Näytön koko täytyy kuitenkin suhteuttaa ohjauspulpetin tiloihin nähden.

Työssäni olen huomannut, että asiakkaiden kanssa uistellessa autopilotti eli automaattinen ohjaus on äärimmäisen hyödyllinen, lähes välttämätön lisävaruste. Autopilotti pitää veneen suorassa linjassa asetettuun kurssiin nähden, vaikka tuuli yrittäisi kääntää

venettä. Osaan autopiloteista on saatavilla kauko-ohjain, jolla veneen suuntaa voidaan muuttaa esimerkiksi veneen perätilasta. Tällöin vapoja käsitellessä suuntaa voidaan muuttaa menemättä vähän väliä ohjaamoon. Erityisesti hytillisissä veneissä tästä on iso apu. Avoveneissä ongelma ei ole niin suuri, koska ratti on monesti lähellä ja helposti saavutettavissa vaikka vapa olisi kädessä, mutta mikäli tuulee, tällöin vene helposti kääntyy jatkuvasti väärään suuntaan ilman autopilottia.

6.3 Kalastusvarusteet

Takila on vetouistelussa käytettävä väline, jonka avulla yksi tai useampi viehe saadaan haluttuun syvyyteen. Takila on erinomainen väline uistelijalle, vesien ollessa lämpimiä, jolloin kalat oleskelevat syvemmissä vesikerroksissa Takilassa on muutaman kilon painoinen kuula vaijerin päässä, joka upotetaan takilan kelan avulla haluttuun syvyyteen. Kuulan päähän laitetaan laukaisija, johon siima kiinnitetään. Myös vaijeriin voidaan kiinnittää yksi tai useampi siima välilaukaisijan avulla.

Perusluokkaan kuuluvat manuaalitakilat ovat joko vaaka- tai pystypuolaisia. Valta-merkkeihin kuuluvat Scotty, Cannon, Walker ja Penn. Näiden takiloiden hintahaitari alkaa hiukan alle kahdestasadasta eurosta. Päämerkkien takiloissa ei ole oleellisia laatueroja ja valinta riippuukin omista mieltymyksistä ja hinnasta. (Vetouistelu.com 2014.)

Vaakapuolaisen takilan etuja ovat helppo kelattavuus molemmilla käsillä, matala rakenne sekä mahdollisuus käyttää halkaisijaltaan isoa puolaa. Tällä kelaus saadaan nopeaksi ja se ei kerää vaijeria reunaan, vaikka puomi olisi 90 astetta vetosuunnasta sivussa. Negatiivisia puolia ovat leveys suunnassa vaadittava tila ja vaijerin mahdollinen hirttyminen puolan akselin ympärille, jos vaijeri pääsee löystymään. (Vetouistelu.com 2014.)

Pystypuolaisen etuja ovat kapeampi rakenne, vaijeri ei pääse akselin ympärille ja malli- sekä merkkitarjontaa on enemmän. Negatiivisia puolia ovat yksikätkäinen kelattavuus, tilan tarve pystysuunnassa ja reunaan puolaaminen, mikäli puomi on jyrkässä kulmassa vetosuuntaan nähden. (Vetouistelu.com 2014.)

Sähkötakilat ovat huomattavasti kalliimpia kuin manuaalikäyttöiset. Ne ovat varteenotettava vaihtoehto aktiiviuintelijoiden ja kalastusmatkailu käyttöön. Sähkötakilassa kuulan lasku ja nosto tapahtuu sähköisesti napista painamalla. Osassa sähkötakiloista (kuva 6) on myös automaattinen pohjanseuraustoiminto. Eli asetetaan vain syvyys kuinka ylhäällä pohjasta kuulan halutaan liikkuvan ja sen jälkeen kuula myötäilee pohjaa pohjan muotojen mukaan. Sähkötakilat eivät ole kuitenkaan välttämättömyys matkailukäytössäkään, vaan manuaalisillakin pärjää ihan hyvin.



KUVA 6. Cannon digitrol 10 sähkötakila (Laitinen 2014)

Plaanareita käytetään uistimien levittämiseen kauemmaksi veneestä. Niiden avulla saadaan useamman vavan siima yhtä aikaa järveen. Plaanareita on kahta päätyyppiä, isot plaanarit ja pienet plaanarit. Isot plaanarikelkat lasketaan veteen yleensä 20 - 60 metrin etäisyydelle veneestä. Plaanarikelkasta lähtee naru veneessä oleviin plaanarikelkoihin (kuva 7). Tähän naruun kiinnitetään haluttu määrä esimerkiksi 3 - 8 kpl siimoja laukaisimien avulla. Kun kala tarttuu, se vapauttaa siiman laukaisijasta, jolloin kalaa voidaan ruveta väsyttämään normaalisti uisteluvavalla ja kelalla. Mikäli kala on pieni, se ei välttämättä vapautta laukaisijaa, tällöin vavalla nykyisemällä siima irtoaa laukaisijasta.



KUVA 7. Plaanarikela ja masto (Laitinen 2014)

Pikkuplaanarit ovat huomattavasti pienempiä kuin isot plaanarikelkat. Ne laitetaan kiinni jokaisen vavan siimaan erikseen, eli tarvitaan niin monta pikkupalaaria kuin vapoja halutaan laittaa plaanarien avulla järveen. Yleensä lasketaan noin 30 metriä siimaa, jonka jälkeen laitetaan plaanari. Tämän jälkeen lasketaan plaanari haluttuun etäisyyteen veneestä. Pikkuplaanareita voi viritellä useampia samalle puolelle. Pikkuplaanerita on kahdentyypisiä, laukevia ja laukeamattomia. Laukeamaton kelataan kalan tarttuessa veneeseen, jossa se irrotetaan ja sen jälkeen kelataan kala kyytiin. Laukeava sen sijaan irtoaa kalan tärpättyä ja liukuu siimassa joko stopparipainoon tai uistimeen asti. Kalan tartuttua myös pikkuplaanari voidaan laukaista vavasta nykäisemällä, mikäli se ei muutoin laukea.

Heittokalastukseen tarvitaan riittävä määrä heittokalastukseen soveltuvia vapoja avokeloineen. Koska käytössä on vain yksi vene, johon mahtuu maksimissaan neljä kalastajaa, tarvitaan vähintään neljä kela-vapasettiä. Lisäksi aina on hyvä olla mukana muutama varasetti välinerikkojen tai siimasotkujen varalle. Kahdeksan kela-vapasettiä hankkimalla pärjää varmasti, sillä varavapoja on hyvä olla 2 - 3 mukana jokaisella reissulla. Lisäksi jää yksi vapa pahan päivän varalle tai oppaan käyttöön. Heittokeloiksi valitaan Shimano Nexave 2500 FC avokelat. Tämä oli Erä-lehden testi-voittaja vuonna 2013 alle 50 euron hintaluokassa. Kela on riittävän laadukas ja sopivankokoinen yleiskäyttöön. Vavaksi valitaan Shimano Catana cx 210. 210 cm vapa on sopivan mittainen yleiskäyttöön ja Catanassa on hyvä hinta-laatu suhde.

Vetouistelussa sopiva vapamäärä vaihtelee uistelutilanteesta, paikasta ja omista mielityksistä. Asiakaskäytössä tavallisessa uistelutilanteessa kohtuullisen väljillä vesillä sopiva vapamäärä on noin 14 vapaa. Tällöin takiloihin laitetaan kaksi vapaa kumpaankin ja plaanareihin viisi vapaa puolelleen. Vetouistelukeloiksi suosittelen omien kokemusten perusteella hyväksi hinta-laatusuhteeltaan havaitut Abu Garcia Trolling lcomt kelat. Kela on varustettu metrinäytöllisellä siimalaskurilla, joka helpottaa vieheiden laskemista oikealle etäisyydelle. Vavoiksi valitsen 7-jalkaiset (210 cm) Ugly Stik Tigerit.

Muita hankittavia varusteita kalastustilanteita varten ovat pelastusliivit ja sadevarusteet. Molempiin veneisiin hankitaan riittävän isot haavit. Lisäksi tarvitaan pientarvikkeita, joita ovat esimerkiksi, painot, plaanarilaukaisijat, perukkeet ynnä muut. Veneisiin tarvitaan vapaputkia, kylmälaatikko, targakaari, plaanarikelat ja kelkat uisteluun sekä edellä mainitut takilat, autopilotti sekä karttaplotteri/kaikuluotain.

6.4 Tarvittava luvat ja todistukset

Vuokraveneen kuljettajankirjan saamiseen vaaditaan vähintään 18 vuoden ikä, lääkärintodistus, todistus ensiapukoulutuksesta ja riittävä kokemus vuokraveneen kuljettamiseen. Kuljettajan tulee tuntea vesiliikennelain (463/1996) ja vesiliikenneasetuksen (124/1997) säännökset, meriteiden säännöt (SopS 30/1977, liitteineen), sisävesisäännöt (252/1978), merimerkit, merikartan, kompassin, suuntimisen, suuntien asettamisen ja laivapäiväkirjan pitämisen sekä tarpeellisin osin merilain (674/1994) ja muut aluksen päällikköä koskevat säännökset. Vuokraveneen kuljettajankirjatutkinto suoritetaan Trafín alueellisessa toimipisteessä ja se on voimassa toistaiseksi. (Pätevyudet 2014)

Oppaalta vaaditaan hygieniapassi, koska opas käsittelee helposti pilaantuvia elintarvikkeita, kuten kalaa. Hygieniapassin saa osaamistestaaajalta. Osaamistestejä on joka puolella Suomea. (Hygieniaosaaminen 2013.) Kalastusoppaan on hyvä osata ensiaputaidot odottamattomien tapaturmien varalta. Ea1- ja Ea2 -kurssit suorittamalla saa hyväksytyt pätevyuden kolmeksi vuodeksi.

7 VALMIS KALASTUSMATKAILUTUOTE

7.1 Yleistä

Työssäni olen huomannut, että tällä hetkellä heittokalastus on kalastusohjelmapalveluista suosituin. Vetouisteluretkiäkin ostetaan, mutta huomattavasti vähemmän kuin heittokalastusretkiä. Tarkastellessani Saimaalla toimivia yrityksiä tein huomion, että kaikilla, yhtä lukuun ottamatta oli joko sekä heittokalastukseen että uisteluun räätälöity avovene tai kaksi eri venettä uisteluun ja heittokalastukseen. Näin ollen tulisi yritykselle siis hankkia kaksi venettä. Avoveneessä valinta kohdistuu Faster 560CC malliin. Fasteriin päädyttiin sen muokattavuuden vuoksi erikokoisille ryhmille. Irtonaisten istuinlaatikoiden avulla veneeseen saadaan haluttu määrä istumapaikkoja ja tarvittaessa paljon vapaata lattiapinta-alaa kalastusta varten. Turkkipelti veneen lattiana on myös erittäin helppohoitoinen eikä likaannu helposti kuten esimerkiksi Silverin muovinen lattia. Vetouisteluveneeksi valitaan hyväksi havaittu Beneteau Antares 7.80. Antarekseen valinta kohdistuu siksi että siinä on vertailluista veneistä parhaat sisätilat, ja silti avoimessa perätilassa on mukavasti tilaa. Kalastusmatkailukäytössä on tärkeää että kaikki asiakkaat pääsevät hyttiin huonolla säällä, mutta myös takatilassa täytyy mahtua toimimaan useampi henkilö yhtäaikaan.

Päätuotteet sulanveden aikaan olisivat siis heittokalastus ja vetouistelu, mutta lisäksi on helppo ottaa mukaan koko perheen mato-onkiretki ja jiggi-kalastus. Lisäpalveluna olisi lohien kalastus. Nämä tuotteet ovat perustuotteita, joita muutkin Saimaan kalastusmatkailuyrittäjät tarjoavat. Näistä tuotteista jiggi-kalastus vaatii oppaalta eniten perehtyneisyyttä lajiin. Mato-onginta retki puolestaan on kalastusosuudeltaan helpoin järjestää.

Heittokalastuksessa kohdelajit ovat hauki ja ahven, jolloin kaloja tavoitellaan heittokalastamalla mm. lusikkauistimilla ja lipoilla. Heittokalastusretki olisi tarjolla koko sulanveden kauden ajan (touko-marraskuu). Heittokalastuksessa pääkohde on Pohjoinen - Haukivesi, mutta myös muut vesistöt ovat mahdollisia.

Vetouistelussa voitaisiin tuotteistaa hauen uistelu, kuhan uistelu ja lohikalajien uistelu. Hauen uistelutuote olisi tarjolla läpi kauden touko-marraskuussa ja kuhan uistelu ensisijaisesti parhaan sesongin ajan kesä-elokuussa. Kuhan uistelun oheispalveluksi voi-

taisiin ottaa saalista valmistetun ruuan tarjoaminen mökkilaturillamme, kelien ollessa parhaimmillaan. Kuhaa voidaan toki yrittää muulloinkin esimerkiksi hauen uistelun ohessa.

Lohikalajien uistelu olisi tarjolla keväällä toukokuun alusta kesäkuun puoleenväliin ja syksyllä syyskuun alusta marraskuun loppuun. Lohenkalastusretkeen sisältyy kuljetus minibussilla kalapaikalle joka on Vehmersalmella sijaitseva Suvasvesi tai Savonrannalla sijaitseva Paasvesi. Automatkaa näihin kohteisiin on 70 - 100 km joten retket kestävät koko päivän.

Jigikalastusretkellä tavoiteltaisiin kuhia ja ahvenia jigivälinein. Retki on saatavilla toukokuusta lokakuuhun. Retkellä opas opettaa tarvittaessa jigikalastuksen perustekniikkaa ja kertoo erilaisten jigien käytöstä. Jigikalastukseen voidaan yhdistää myös pohjaongintaa.

Mato-onkiretki on tarkoitettu eritoten lapsiperheille. Retkellä ongitaan ahvenia ja särkikalajia tavallisilla mato-ongilla veneestä tai rannalta. Tällä retkellä nautitaan luonnosta, maisemista ja kalastetaan lapsien ehdoilla. Mikäli ongitaan rannalta, veneen koko ei ole rajoittava tekijä, joten isommatkin ryhmät ovat mahdollisia.

Kalastuskohteita tulisi olemaan Pohjois-Haukiveden yhteislupa-alue, joka ulottuu Varkaudesta kangaslammille. Lisäksi Joroisten Haapaselkä tulisi olemaan toimialuetta hyvän kuhakannan ja eritoten isojen kuhien vuoksi. Hauki, kuha, ja ahven kannat ovat edellä mainituissa vesistöissä vahvoja ja saalin saaminen on todennäköistä. Mitantäytävän lohikalan saaminen näiltä alueilta on kuitenkin erittäin harvinaista, joten lohenuistelu ei ole mielekästä. Mikäli lohenkalastuksen ottaa yhdeksi tuotteeksi, on vene vietävä trailerilla muille vesistöille, esimerkiksi Suvasvedelle tai Paasivedelle.

Toimijoita Saimaalla kuitenkin jo on joten ongelmaksi tulee mistä saada asiakkaat. Toinen ongelma on se, ettei Moduco Oy:llä ole majoitusyrittäjästä jota kautta asiakkaita tulisi tai johon kalastusasiakkaat majoittuisivat. Yhteistyö majoitusyrittäjien kanssa olisikin erittäin tärkeää. Esimerkiksi Saimaa Holiday Oravissa ja Järvisydämessä lähes kaikki kalastusasiakkaat majoittuvat heillä.

Asiakaskuntaa Moducolla jo on, joten olisi mahdollista että jonkin verran yritysasiakkaita voisi saada jo Moducon nykyisistä asiakkaista ja yhteistyö yrityksistä. Kuitenkin Esimerkiksi venäläisiin, jotka muodostavat suuren osan asiakaspinnasta kalastusmatkailussa, yrityksellä ei ole kontakteja.

Ruokailu voitaisiin järjestää asiakkaan toiveiden mukaan joko retkievänä tai pidemmällä retkellä saarella valmistetun nuotiolounaan muodossa. Lisäpalveluna kalastustilanteita voitaisiin taltioida Gopro videokameralla sekä ottamalla valokuvia järjestelmäkameralla. Asiakkaalle voitaisiin toimittaa videot ja valokuvat lisämaksusta esimerkiksi muistitikulla. Kalastustilanteita on mukava katsella jälkikäteen, varsinkin jos se Haukiveden jättiläinen on sattunut siiman päähän.

7.2 SWOT- analyysi Moducon kalastusmatkailu tuotteesta

Taulukossa kaksi on kartoitettu uuden tuotteen vahvuudet, uhat, mahdollisuudet ja heikkoudet SWOT- eli nelikenttäanalyysin muodossa. Vahvuuksiin kuuluu ehdottomasti se, että Varkaus on vesien ympäröimä, joten kalastusaluetta riittää. Hauki, kuha ja ahven ovat tärkeimmät saaliskalat ja niiden osalta kalakanta on hyvä. Alueella on myös turvallista ja rauhallista. Venäjän läheisyyden voi myös nähdä etuna Venäjältä omilla autoilla saapuville matkailijoille. Varkauden sijainti 5-tien ja 23-tien varrella houkuttelee ohikulkevia matkailijoita. Ulkomaalaisten asiakkaiden kanssa toiminen onnistuu luontevasti, koska Moducon työntekijät ovat tehneet paljon ulkomaan projekteja. Myös englanninkielen taito on hyvä. Paikallisosaaamista löytyy lähialueiden kalastusvesiltä, sillä työntekijät ovat kalastaneet lähiseudulla. Koska yrityksellä on vahva ohjelmisto osaaminen, onnistuu internet sivujen tekeminen omin avuin. Siksi myös varausjärjestelmän teko on mahdollista.

Heikkouksia on se, ettei Moduco Oy:lla ole taustalla majoitusyritystä. Yrityksellä ei myöskään ole venäjäosaamista, ei kielellistä eikä kulttuurillista. Lohikalakanta on alueella heikko ja matkaa lohenkalastuskohteisiin on melko paljon.

Mahdollisuuksia olisi yhteistyön tekeminen majoitusyritysten ja muiden kalastusmatkailuyritysten kanssa. Myös Venäjän markkinoilta voisi löytyä potentiaalista kapasiteettia.

Uhkia ovat Moducon nykyisen henkilöstön ajankäyttö, eli riittääkö henkilöstöllä aikaa ja motivaatiota kalastustuotteen toteuttamiseen. Tällä hetkellä toiminta on harrastemaista.

Myös vaihtelevat sääolosuhteet aiheuttavat omat haasteensa. Viimeiseksi uhkatekijäksi voisi mainita ruokailu- ja majoitustilojen puuttumisen yritykseltä.

TAULUKKO 2. Swot-analyysi Moducon kalastusmatkailutuotteesta

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Paljon järviä - hyvä kalakanta - puhdas järviluonto - hyvä kielitaito (englanti) - turvallinen ja rauhallinen ympäristö - Venäjän läheisyys - keskeinen sijainti 5-tie ja 23 - paikallisosaaminen (kunta ja lähialue) - vahva ohjelmisto osaaminen (internet-sivut) 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yrityksen nykyisen henkilökunnan ajankäyttö, toiminta harrastemaista, osaaikaisuus - vaihtelevat sääolosuhteet - majoitus ja ruokailutilojen puute
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venäjän markkinointi - venäläiset asiakkaat - paikallinen ja alueellinen yhteistyö 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ei majoitusyritystä - ei Venäjäosaamista - laajemman asiakaskunnan puute - lohen saalisvarmuus heikko - lohivedet kaukana

7.3 Blueprint-kaavio Moducon kalastusmatkailu tuotteesta

Blueprint-vuokaaviossa (liite 1) näkyy kalastusmatkailutuotteen tuotantoprosessi. Asiakkaan prosessi jakaantuu viiteen eri vaiheeseen. Se alkaa palvelun varaamisesta ja päättyy lähtöpaikkaan palaamiseen. Myös asiakkaalle näkymättömät osat ovat tärkeitä prosessin osia, joissa valmistellaan tuotteen esillepanoa mm. varaamalla oppaita ja huoltamalla välineitä. Myös logistiikka on tärkeä osa tätä palvelua.

7.4 Moducon kalastustuotteiden investointibudjetit

Toiminnan aloittamisesta aiheutuvat alkuinvestoinnit ovat noin 110 000 euroa, josta suurin osa koostuu kahden veneen hankinnasta, joiden arvo säilyy vähintään kymmenen vuotta lähes samana. Tarkempi investointibudjetti on esiteltyä liitteessä 2. Toiminnan kiinteät kulut koostuvat pääsääntöisesti kalastusoppaan palkkaamisesta kuudeksi kuukaudeksi ja hankintojen poistoista. Ne ovat suuruudeltaan noin 20 000 euroa vuodessa. Muuttuvat kulut koostuvat pääsääntöisesti polttoainekuluista ja kalustomenetyksistä, jotka ovat keskimäärin 50 euroa /heittokalastusmatka ja 100 euroa / vetouistelumatka. Tutkimuksen perusteella markkinahinta asettuisi heittokalastuksen osalta 400 euroon ja vetouistelukulastuksen 500 euroon. Kannattava toiminta edellyttää vähintään 50 kalastusmatkan myyntiä kaudessa.

8 POHDINTA

Tutkimuksen tarkoituksena oli kehittää Moduco Oy:lle kalastusmatkailutuotteita. Karsoitin lähes kaikki Saimaalla toimivien kalastusmatkailuyritysten tarjoamat tuotepaketit vertailemalla niiden ominaisuuksia mm. tuotekorttien ja -selostuksien perusteella. Aluetta olisi voinut laajentaa, mutta koska yrityksen tuleva toimialue on Saimaa, niin en katsonut sitä tarpeelliseksi. Tämän perusteella tutkimus oli tältä osin mielestäni luotettava. Koska kalastusmatkailu on eri puolilla Suomea erilaista, esimerkiksi Lapsissa ja rannikolla, ei tuotetta voi vertailla kuin sisävesillä (Saimaa, Päijänne, Pielinen). Saimaalla toimivia kalastusmatkailuyrittäjiä olisi voinut haastatella ja hankkia näin tietoa heidän toiminnastaan ja sen laajuudesta. Mielestäni onnistuin luomaan yritykselle sopivan tuotepaketin. Jatkotutkimus tarpeita ei mielestäni ole, vaan tuotetta voidaan lähteä toteuttamaan tämän opinnäytetyön perusteella.

LÄHTEET

Amt 2014. Amt 2014 vene-esite. 35.

Beneteau 2014. WWW-dokumentti. <http://www.beneteau.com/Motorboats/Antares-Out-Board/Antares-7.80> Ei päivitystietoa. Luettu 18.11.2014.

Buster 2014. Buster 2014 vene-esite.6-67.

Blue saimaa 2014. WWW-dokumentti. <http://www.bluesaimaa.fi/>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014_

Faster 2014. Faster 2014 vene-esite. 18-27.

Halme, Kaisa 2014. Mökki on suomalaisen kesäparatiisi. WWW-dokumentti. <http://www.puhutaan-suomea.net/mokki-on-suomalaisen-kesaparatiisi/>. Ei päivitystietoa. Luettu 10.11.2014.

Hygieniosaaminen 2013. Evira WWW-dokumentti. <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniosaaminen/>. Päivitetty 28.11.2013. Luettu 25.11.2014.

Imatran Seudun Kehitysyhtiö 2004. Matkailun ohjelmopalvelujen normisto. Kalastuspalvelut kaupallisina ohjelmopalvelutuotteina-käsikirja.

Kauppila, Pekka, Karjalainen, Timo P, Harju, Kal & Arvio, Anni 2011. Kalastusmatkailun aluetaloudelliset vaikutukset: esimerkkinä Iijoen valuma-alueen kunnat. Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Helsinki. http://www.rktl.fi/www/uploads/pdf/uudet%20julkaisut/tutkimuksia_ja_selvityksia_1_2_2011.pdf. Päivitetty 2011. Luettu 5.9.2014.

Kirjavainen, Eija 1997. Kalastuksesta matkailutuote. Matkailukalastusyrittäjän opas-kirja. Vammalan kirjapaino.

Laitinen, Ami 2014. Valokuva.

Lakeland GTE 2014. WWW-dokumentti. <http://www.lakelandgte.fi/kalastusretket-kalaretket-heittokalastus-vetouistelu/>. Ei päivitystietoa. Luettu 3.12.2014

Myllylä, Markku & Laamanen, Mika 2004. Tuotteistettu kalastusmatkailu. Kalatalouden keskusliiton julkaisuja, 153. Helsinki.

Old School Trolling 2014. WWW-dokumentti. <http://www.oldschooltrolling.fi/>. Ei päivitystietoa. Luettu 6.10.2014.

OPM International Oy 2009. Kaikuluotaimen toiminta. WWW-dokumentti <http://www.opm.fi/index.php?id=8>. Ei päivitystietoa. Luettu 31.5.2014.

Pietilä, Jari 2013. Vuokraveneiden katsastukset. Trafi. http://www.trafi.fi/filebank/a/1386781205/b5f89c5bbcf19f3f234bd075c30babbcb/13772-4785-Trafi_2013_Powerpoint_vv.pdf. Päivitetty 11.12.2013. Luettu 31.10.2014.

PK-Kalamatkat 2014. WWW-dokumentti. <http://www.pk-kalamatkat.com/>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014.

Pätevyudet 2014. Trafi. WWW-dokumentti. http://www.veneily.fi/tiedot_ja_taidot/patevyudet. Ei päivitystietoa. Luettu 25.11.2014.

SaimaaHoliday Oravi 2014. WWW-dokumentti. <http://www.saimaaholiday.net/oravi/index.php?page=kalastus>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014.

Saimaa Fishing Travels 2014. WWW-dokumentti. <http://www.saimaafishingtravels.com/>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014.

Savonlinna boat taxi & fishing 2014. WWW-dokumentti. <http://www.boataxfishing.fi/353052019>. Ei päivitystietoa. Luettu 5.10.2014.

Silver 2014. Silver 2014 vene-esite. 18-37.

Toivonen, Anna-Liisa 2008. Kalastusmatkailu numeroina. Kyselytutkimus yrittäjille. Riista ja kalantutkimuslaitos. PDF-dokumentti. http://www.rktl.fi/www/uploads/pdf/uudet%20julkaisut/selvityksia_13_2008.pdf. Päivitetty 2008. Luettu 9.10.2014.

Tonder, Mika 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.

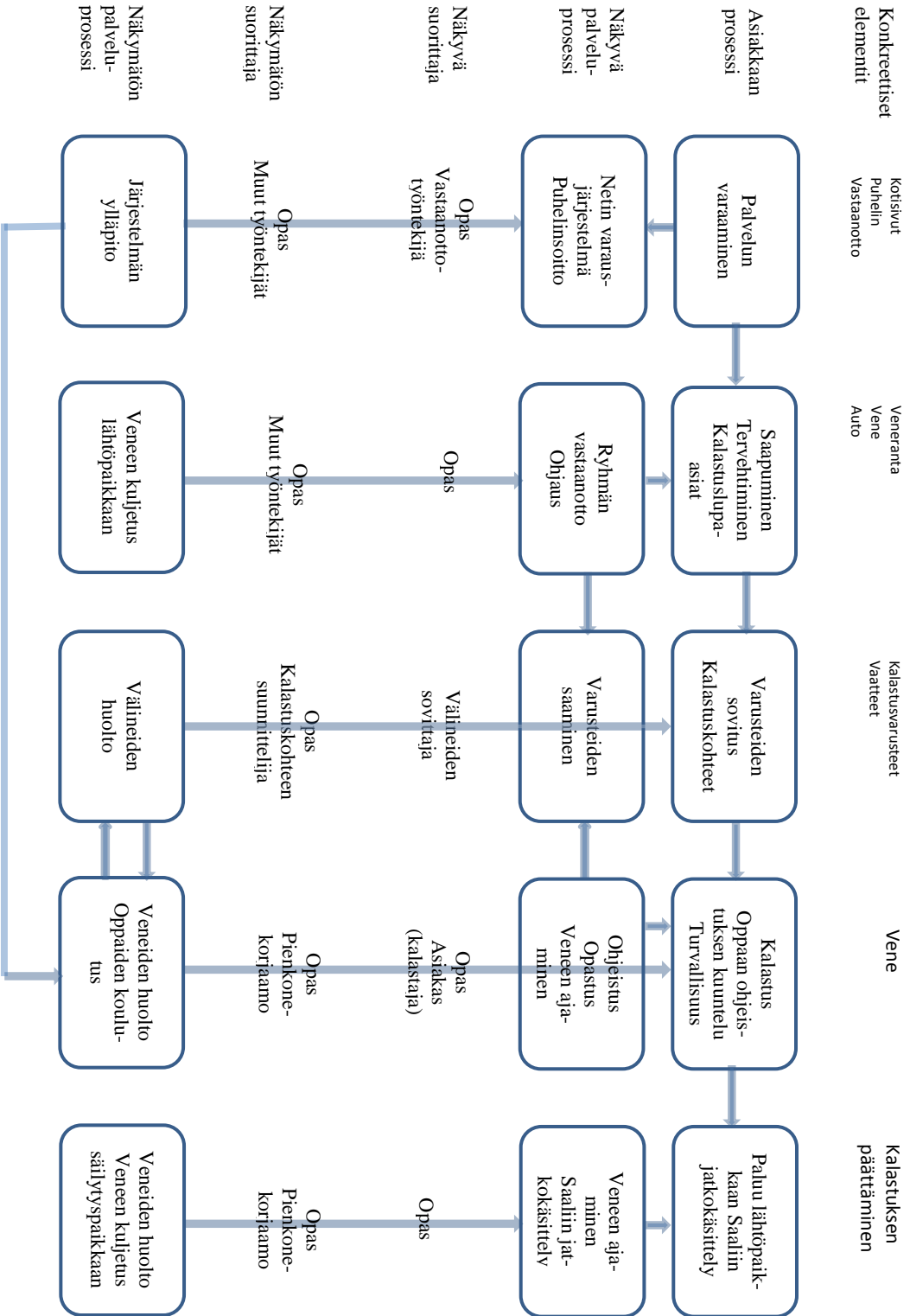
Trafi 2010. Meriturvallisuus määräys. Vuokraveneiden laitteet ja varusteet. http://www.trafi.fi/filebank/a/1386781205/b5f89c5bbcf19f3f234bd075c30babbcb/13772-4785-Trafi_2013_Powerpoint_vv.pdf. Päivitetty 11.12.2013. Luettu 3.10.2014.

Tiitinen, Jorma 2007. Lohirengeistä kalastusmatkailuyrittäjiksi. Kalastusmatkailu Suomessa 1850-luvulta 2000-luvun vaihteeseen. Suomen tiedeseura. Vammala.

Vetouistelu.com 2014. Takila, perusteet ja alkeet. <http://www.vetouistelu.com/aarrearkku/takila/takila.htm>. Ei päivitystietoa. Luettu 30.5.2014.

Blueprint-kaavio

Lähtötilanne: Asiakas varaa kalaretken



Kalastustuotteiden investointibudjetit

Kalastustuotteiden investointibudjetit					
1. Heittokalastus					
		Heittokalastus			
		kpl	€ (alv 0%)	yhteensä €	huom
vene	Faster 560CC	1	31 000 €	31 000 €	
	Honda 115	1	0	- €	sisältyy veneen hintaan
	traileri Muuli V1000	1	2000	2 000 €	
varusteet	kaikuluotain/karttaplotteri			- €	veneeseen vakiovaruste
	vapaputket	6	25	150 €	
	kylmälaatikko	1	70	70 €	
	haavi	1	25	25 €	
	avokelat	8	40	320 €	
	vavat	8	25	200 €	
	liivipaketti (4kpl)	2	60	120 €	
	sadevarusteet	5	20	100 €	
	heitto uistimet	100	6,0	600 €	
	siima	1	100,0	100 €	
	pientarvikkeet	1	100,0	100 €	
				34 785 €	
2. Uistelukalastus					
		Uistelukalastus			
		kpl	€ (alv 0%)	Yhteensä	
Vene	Beneteau antares	1	40 000 €	40 000 €	
	Honda 150 hv	1	16 000 €	16 000 €	
	traileri Muuli V2500 TJ	1	4 500 €	4 500 €	
varusteet	kaikuluotain/karttaplotteri	1	2 000 €	2 000 €	
	targakaari	1	800 €	800 €	
	takilat	2	700 €	1 400 €	
	plaanarikelkat	1	180 €	180 €	
	plaanarikelat	2	120 €	240 €	
	autopilotti	1	2 600 €	2 600 €	
	kylmälaatikko	1	70 €	70 €	
	hyrräkelat	14	60 €	840 €	
	vavat	14	25 €	350 €	
	haavi	1	25 €	25 €	
	liivipaketti (4kpl)	2	55 €	110 €	
	uistimet	150	7 €	1 050 €	
	siima	1	100 €	100 €	
	pientarvikkeet	1	200 €	200 €	
				70 465 €	

Heittokalastusretki Haukivedellä

Hinta 350 €

Retken kesto	4 h
Saatavuus	Tilauksesta 1.5-31.10
Retkievääät	Sämpylä, mehu, kahvi/tee
Ryhmäkoko	1-4 henkilöä
Lähtöpaikka	Sovittavissa
Alueelliset kalastusluvut	Luvat sisältyvät retken hintaan
Valtion kalastuksenhoitomaksu	Tilattavissa (pakollinen)
Varusteet	Veneessä täydellinen kalastusvarustus, ensiapuvälineet, sadevaatteet ja pelastusliivit.

Vetouisteluretki Haukivedellä

Hinta 450 €

Retken kesto	4h
Saatavuus	Tilauksesta 1.5-31.10
Retkievääät	Sämpylä, mehu, kahvi/tee
Ryhmäkoko	1-6 henkilöä
Lähtöpaikka	Sovittavissa
Alueelliset kalastusluvut	Luvat sisältyvät retken hintaan
Valtion kalastuksenhoitomaksu	Tilattavissa (pakollinen)
Varusteet	Veneessä täydellinen kalastusvarustus, ensiapuvälineet, sadevaatteet ja pelastusliivit.