

**Merle Ling**

**ERÄKOKEMUKSIA NAPAPIIRIN POHJOISPUOLELLA**

**Eräkompassi markkinatutkimus**

**Opinnäytetyö**

**Keski-Pohjanmaan Ammattikorkeakoulu**

**Matkailun koulutusohjelma**

**Helmikuu 2012**

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 ERÄKOMPASSI</b>	<b>2</b>
2.1 Yritys	2
2.2 Toiminta Norrbottenissa ja tuotteet	3
2.3 Norrbotten	4
<b>3 KALASTUS- JA METSÄSTYSMATKAILU</b>	<b>5</b>
3.1 Kalastusmatkailu	5
3.2 Metsästysmatkailu	6
<b>4 MARKKINATUTKIMUS</b>	<b>8</b>
4.1 Kvantitatiivinen tutkimus	8
4.2 Tutkimuksen tavoitteet	9
4.3 Tutkimuksen toteutus	9
<b>5 TUTKIMUSTULOKSET</b>	<b>11</b>
5.1 Taustamuuttajat	11
5.2 Kalastus- ja metsästystavat	14
5.3 Kalastus- ja metsästysmatkat	15
5.4 Eräkompassin kotisivut	26
5.5 Avoimet kysymykset	28
5.6 Ristiintaulukointi	29
<b>6 YHTEENVETO JA TOIMENPIDESUOSITUKSET</b>	<b>32</b>
<b>7 POHDINTA</b>	<b>34</b>
<b>LÄHTEET</b>	
<b>LIITTEET</b>	

**KUVIOT**

KUVIO 1. Ruotsi	4
KUVIO 2. Sukupuoli	11
KUVIO 3. Ammattiryhmä	12
KUVIO 4. Asuinpaikka	13
KUVIO 5. Ykkösharrastus	14
KUVIO 6. Paras tapa matkustaa	16
KUVIO 7. Järjestetyn ruokailun tärkeys	16
KUVIO 8. Kalastus- ja metsästysvälineiden tärkeys	17
KUVIO 9. Suosituin kalastus- tai metsästysmatkojen pituus	18
KUVIO 10. Kalastus/metsästysseura	20
KUVIO 11. Rahan käyttö metsästys- ja kalastusmatkoihin	21

KUVIO 12. Suosituin tietolähde	21
KUVIO 13. Toiseksi suosituin tietolähde	22
KUVIO 14. Kolmanneksi suosituin tietolähde	22
KUVIO 15. Matkan kesto	23
KUVIO 16. Palveluiden läheisyyden tärkeys	23
KUVIO 17. Kalastus- tai metsästyskohteen läheisyyden tärkeys	24
KUVIO 18. Modernin mökin ja saunan tärkeys	24
KUVIO 19. Erähenkisyyden tärkeys	25
KUVIO 20. Oman rauhan tärkeys	26
KUVIO 21. Eräkompassin kotisivut saivat suunnittelemaan erämatkaa	27

## **TAULUKOT**

TAULUKKO 1. Ikä	12
TAULUKKO 2. Kalastus- ja metsästysmuodot	15
TAULUKKO 3. Kalastus- ja metsästysmatkojen määrä vuodessa	18
TAULUKKO 4. Kalastusmatkojen kohde	19
TAULUKKO 5. Palaute Eräkompassin kotisivuista	27
TAULUKKO 6. Ristiintaulukointi. Mistä matkustetaan Ruotsiin	30
TAULUKKO 7. Ristiintaulukointi. Asuinpaikka ja paras tapa matkustaa	31



## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Yksikkö</b> Pietarsaaren yksikkö	<b>Aika</b> Tammikuu 2012	<b>Tekijä/tekijät</b> Merle Ling
--	------------------------------	-------------------------------------

<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma
---

<b>Työn nimi</b> ERÄKOKEMUKSIA NAPAPIIRIN POHJOISPUOLELLA. Eräkompassin markkinatutkimus
---

<b>Työn ohjaaja</b> Katarina Broman	<b>Sivumäärä</b> [37 + 1]
--	------------------------------

<b>Työelämäohjaaja</b> Kim Nygård , Pekka Ollikainen
---

Työn toimeksiantajana toimi kokkolalainen erämatkoja järjestävä yritys Eräkompassi Ay. Yritys on perustettu tammikuussa 2010 Kokkolassa. Heidän toiminta perustuu erämatkojen myyntiin Pohjois-Ruotsiin Norrbottenin alueelle sekä markkinointiin yksityisille ja yrityksille.

Tässä työssä tehtiin markkinatutkimus toimeksiantajalle Eräkompassi Ay:lle. Tutkimusmuotona käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimuksen perusjoukkona toimivat Suomen kalastus- ja metsästysseurojen jäsenet Opinnäytetyössä olevassa tutkimuksessa käytettiin kyselylomaketta, jossa on strukturoituja kysymyksiä, sekamuotoisia kysymyksiä ja avoimia kysymyksiä.

Eräkompassin markkinatutkimuksessa selvitettiin, mitä kalastusta ja metsästystä harrastavat henkilöt haluavat kalastus/metsästysmatkoja tarjoavilta yrityksiltä. Tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat tärkeitä markkinointialueita ja kenelle markkinointi kannattaisi suunnata. Tärkeä oli myös kyselystä saatujen palauteiden avulla parantaa yrityksen kotisivuja. Toimeksiantajan pyynnöstä esitelläänkin toimenpide-ehdotukset tutkimustulosten perusteella: Eräkompassin kotisivujen on luotava paremmin mielikuvia matkasta ja saada ihmiset haaveilemaan matkasta sekä olemaan valmis ostamaan matka kotisivujen perusteella. Markkinointikanavina kannattaisi käyttää Internetiä, alan lehtiä ja myös sosiaalisia medioita.

<b>Asiasanat</b> Erämatkailu, kalastusmatkailu, kvalitatiivinen tutkimus, markkinatutkimus, metsästysmatkailu, Norrbotten
--

**ABSTRACT**

<b>CENTRAL OSTROBOTHNIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b>	<b>Date</b> January 2012	<b>Author</b> Merle ling
<b>Degree programme</b> Degree programme in Tourism		
<b>Name of thesis</b>  EXPERIENCE THE NATURE ON THE OTHER SIDE OF THE NORTH POLE Market research for Eräkompassi		
<b>Instructor</b> Kim Nygård, Pekka Ollikainen		<b>Pages</b> [37 + 1]
<b>Supervisor</b> Katarina Broman		
<p>This thesis was made for Eräkompassi Ay, a small business from Kokkola which organizes hunting and fishing trips to northern Sweden. The company was founded in 2010 by Kim Nygård and Pekka Ollikainen. Their business idea is based on selling wild nature trips to Norrbotten, northern Sweden and also on marketing the local entrepreneur.</p> <p>In this thesis a market research for Eräkompassi Ay was made. For this, a quantitative method of research was used. The interviewees for this research were people who fish and hunt. The questionnaire had structured questions, mixed questions and open questions. The market research aimed at finding out and examining what kinds of trips fishermen and hunters wanted from the travel organizers. The goal was to find out where and to whom it would be useful to focus marketing.</p> <p>The results revealed that it is important for Eräkompassi to improve their homepages and thereby make a visualisation of the trip possible. Suggestions were that they should use different marketing channels, such as the Internet, hunting and fishing magazines and social media.</p>		
<b>Key words</b> Fishing tourism, hunting tourism, market research, Norrbotten, quantitative research, wild nature tourism		

## 1 JOHDANTO

Metsästys- ja kalastusmatkailu on osa elämysmatkailua. Kalastus- ja metsästysmatkailun kasvumahdollisuudet ovat pieniä. Ne perustuvat luonnonvaroihin ja vaativat puhdasta ja koskemattomaa luontoa menestyäkseen. Massaturismiksi erämatkailu ei voi kehittyä. Alalla menestymiseen tarvitaan paljon tietoa kalastus- ja metsästysluvista ja menestyminen edellyttää hyvän yhteistyön seurojen ja maanomistajien kanssa. Yritystoiminta on kuitenkin useimmiten pienimuotoista ja matkoja järjestetään sivutoimena niin kuin opinnäytetyössä esitetyssä yrityksessä Eräkompassi Ay:ssäkin tehdään.

Kalastus- ja metsästysmatkailu Pohjois-Ruotsiin on aiheena laaja, mutta keskityn vain muutamisiin pääkohtiin. Opinnäytetyön toimeksiantaja on tärkeässä asemassa tässä työssä ja markkinatutkimus tehdään heitä ja heidän palveluita ajatellen. Metsästys- ja kalastusmatkailuun keskitytään vain yleisesti ja kohdealuekin esitetään vain kalastus- ja metsästysnäkökulmasta.

Markkinatutkimus toteutetaan kvantitatiivisena tutkimuksena tutkimustavoitteen mukaisesti ja esitetään tutkimuksen toteutuksen prosessi. Tulokset kerrotaan jakamalla tulokset eri osiin ja kuvataan ne kuvioiden ja taulukoiden avulla. Toimeksiantajan pyynnöstä esitetään toimenpide-ehdotukset tutkimustulosten pohjalta. Tutkimuksessa keskitytään kaikkein laajimmin kotisivujen parannusehdotuksiin ja toimenpiteisiin, joilla voidaan parantaa toimeksiantajayrityksen markkinointia ja toimintaa. Raportissa selvitetään millä lailla tarkastettavia kotisivuja voisi muuttaa ja miten niiden kautta saisi lisää näkyvyyttä. Tutkimuksessa selvitetään myös mihin ja kenelle Eräkompassin kannattaa suunnata markkinointia.

## 2 ERÄKOMPASSI

Työn toimeksiantajana toimii kokkolalainen erämatkoja järjestävä yritys Eräkompassi Ay. Yritys on nuori ja vasta aloittanut toimintansa. Tämä opinnäytetyö tehdään tiiviissä yhteistyössä yrityksen edustajien kanssa.

### 2.1 Yritys

Eräkompassi Ay on perustettu tammikuussa 2010. Yrityksen perustajia ovat Kim Nygård ja Pekka Ollikainen. Molemmilla perustajilla on yrityksen lisäksi oma päivätyökin. Yrityksen kotipaikkakuntana on Kokkola. Heidän toiminta perustuu erämatkojen myyntiin ja markkinointiin sekä yksityisille että yrityksille. Erämatkoja he myyvät Pohjois-Ruotsiin Norrbottenin alueelle. Eräkompassi ei omista varsinaisia majoituspaikkoja, kuten mökkejä Pohjois- Ruotsissa vaan heillä on yhteistyökumppaneita Pohjois-Ruotsissa. (Eräkompassi 2011.)

Yrityksen perustajat Nygård ja Ollikainen ovat tutustuneet toisiinsa noin 10 vuotta sitten samanikäisten lasten jalkapalloharrastuksen kautta. Yrityksen perustamisen ajatus lähti Ollikaisen osallistuttua järjestetylle kalastusmatkalle. Reissulla hän huomasi, että kalastusmatkaan ei oikeastaan tarvitse kuin hyvä majoitus- ja kalastuskohde. Pohjois-Ruotsi valittiin kohteeksi, koska se on lähellä ja hyvin koskematon eikä se ole suomalaisten suuressa suosiossa vielä. Norrbottenin alueella on myös helppo asioida, koska paikallisilta sujuu suomen kieli erittäin hyvin. Toisin kuin Ollikainen, Nygård ei harrasta kalastusta eikä metsästystä, mutta mielellään syö molempien saaliita. Nygård olikin sopiva yrityksen perustajaksi, koska hänellä on merkonomikoulutus ja markkinointi sekä myynti kiinnostavat. Nygård puhuu myös ruotsin kieltä ja sen kautta asiointi Pohjois-Ruotsissa sujuu vielä paremmin. Miehet sopivat, että kokeilevat ensiksi 3 vuotta yritystoimintaa työn ohella. Tällä hetkellä menossa on toinen vuosi ja yritystoiminta on lähtenyt hyvin käyntiin. Toiveena olisi että 3 vuoden jälkeen olisi vielä mahdollisuuksia jatkaa työtä mieluisan harrastuksen parissa. (Nygård 2011; Ollikainen 2011.)

Yrittäjät tekevät yhteistyötä Firmaxin kanssa päästäkseen parhaan mahdolliseen tulokseen. Firmaxi on Keski-Pohjanmaan uusyrityskeskus, joka auttaa uusia yrityksiä perustamisvaiheessa neuvonnalla ja valmennuksilla. Firmaxi tekee yhteistyötä sekä yksityisen että julkisen sektorin kanssa. Tarkoituksena on antaa aloittaville yrityksille käyttöön asiantuntija, joka auttaa lisäämään yrityksen perustajien tietotaitoa yrityksen perustamisesta. Firmaxin toimitusjohtajana toimii Per-Göran Kåla, joka auttaa myös Ollikaista ja Nygårdia. (Keski-Pohjanmaan Uusyrityskeskus, 2011.)

## **2.2 Toiminta Norrbottenissa ja kohteet**

Yrityksen kalastuskohteet Norrbottenissa ovat Makkarasaari, Tapion tupa, Lovikka, Erämaankämpä, Forestkämpä ja Aarreavaara. Metsästyskohteet ovat Papusenkämpä, Ristinkämpä ja Lovikka. (Eräkompassi 2011.) Matkakoskella Ollikainen oli käynyt aikaisemmin ja Matkakosken ylläpitäjä oli erittäin kiinnostunut markkinoinnista Suomeen. Paikan päällä sovittiin, että Eräkompassi alkaisi markkinoida Matkakoskea Suomeen ja järjestämään matkoja sinne. Matkakosken jälkeen Ollikainen ja Nygård alkoivat Internetin kautta etsiä uusia kontakteja. Lovikka oli heidän toinen kohde ja kohteeseen kuului paljon maata. Lovikan kautta tuli tuotevalikoimaan myös metsästysmatkat. Kolmas kohde Tapion tupa tuli yrittäjille vastaan onnekkaiden sattumien kautta. He löysivät vuokrattavan mökin Pohjois-Ruotsista ja kävivät paikan päällä tutustumassa. Mökki ei kuitenkaan vastannut heidän toiveisiin vaikka alue olikin hyvä. He kävivät paikallisessa kaupassa laittamassa ilmoituksen, että he etsivät yhteistyökumppania. Paikallisen kaupan myyjä suosittelikin heti kaupan omistajan kanssa puhumista löytääkseen paikallisia yhteistyökumppaneita. Kaupan omistajalla olikin itsellään mökki ja kohde Tapion tupa tuli Eräkompassin tuotevalikoimaan. Nyt Eräkompassilla on kahdeksan kohdetta ja suunnitelmassa on saada lisää kohteita myös Norjan puolelta. (Ollikainen 2011.)

Eräkompassin tuotevalikoimaan kuuluu seitsemän kalastuskohdetta ja kaksi metsästyskohdetta. Monessa kohteessa kuten Lovikassa myös yhdistelmämatkat ovat mahdollisia. Tarjottavat kohteet sijaitsevat rauhallisilla alueilla ja usein siellä ei ole muita matkailijoita. Mökit ovat erähenkisiä ja matkailijan ei tarvitse kuin hakea kaupasta ruokaa ja nauttia omasta rauhasta rakkaan harrastuksen parissa. (Eräkompassi 2011; Ollikainen 2011.)

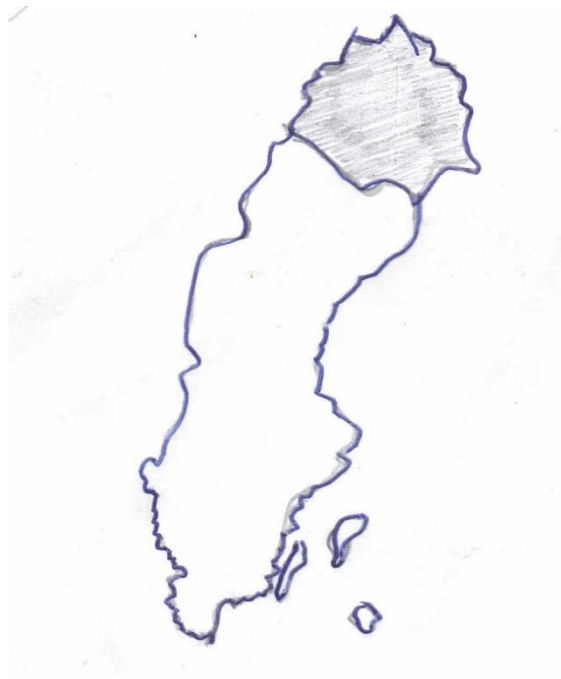


### 2.3 Norrbotten

Eräkompassi järjestää tällä hetkellä matkoja ainoastaan Pohjois-Ruotsiin, Norrbottenin lääniin. Norrbotten on Ruotsin pohjoisin ja pinta-alaltaan suurin lääni ja sinne kuuluu 14 kuntaa (Alanenpää 2011).

Norrbottenissa on yli 6000 kilometriä kalastusjokia, enemmän kuin kymmenen tuhatta järveä ja 300 kilometriä rannikkoa (SwedishLapland 2010a). Ruotsin Lapissa voi harrastaa sekä urheilu että vapaa-ajan kalastusta ja sieltä löytyy laaja valikoima erilaisia kaloja. Riippuen vuodenaikasta siellä voi kalastaa lohta, taimenta, harjusta, siikaa, rautua, ahventa sekä huippulaatuista haukea. ( SwedishLapland 2010b.)

Metsäkanalinnun metsästys on Norrbottenissa erittäin suosittua suomalaisten joukossa, koska siellä on pitemmät metsästysajat. Norrbottenin metsät soveltuvat myös paremmin lintukoirien käyttämiseen. (YLE 2010.)Eräkompassin kautta Norrbottenissa voi metsästä: sorsalintuja, hanhea, metsoa, teertä, riekkoa, pyytä, jänistä ja hirveä. Metsästyslupia voi saada myös karhun ja ilveksen metsästyksen. (Eräkompassi 2011.)Kuviossa 1 esitetty Ruotsi. Tummemmalla värillä on erotettu Norrbottenin alue.



KUVIO 1. Ruotsi

### **3 KALASTUS- JA METSÄSTYSMATKAILU**

Opinnäytetyö liittyy paljolti kalastus- ja metsästysmatkailuun. Kalastus- ja metsästys ovat vapaa-aikamatkailua ja tarkemmin luontomatkailun hyötyliikunta-aktiviteetteja. Vapaa-aikamatkailu tarkoittaa, että henkilö matkustaa oman kotipaikkakunnan ulkopuolelle motivoituna ajanviete, lomailu, virkistys, rentoutuminen tai harrastus (Tilastokeskus 2011). Luontomatkailu käsittää luonnossa tapahtuvan matkailun. Luontomatkailu erottuu massaturismista, koska se ei tarvitse ympäristöä rasittavaa infrastruktuuria ja sen ympäristövaikutukset eivät ole merkittäviä. (Hemmi 2005 a, 333.)

#### **3.1 Kalastusmatkailu**

Kalastusmatkailu tarkoittaa matkustamista kalastamaan, oman kotipaikkakunnan ulkopuolelle. Se on virkistyskalastusta, jolloin kalastaja ei pääasiallisesti tavoittele taloudellista hyötyä. Kalastusmatkailija on kalastuksen harrastaja, joka suunnittelee kalastusmatkan etukäteen. Kalastusmatkailijalle matkan tärkein motiivi on kalastus eikä majoituskohteella tai muilla oheispalveluilla ei ole suurta merkitystä. (Hemmi 2005 b, 357–363.)

Suomessa kalastusmatkailu on nuori ja kehittyvä ala. Kalastusmatkailuyrittäjiä Suomessa on noin 100–400. Ala on kehittynyt viimeisen 10–15 vuoden aikana huimasti. Pahimpia kilpailijamaita Suomelle ovat Norja, Ruotsi ja Irlanti. (Työ- ja elinkeinokeskus 2008. ) Suomen kalastusmatkailun kehittämishankkeita ovat Fishing Finland joka on MEKin ja Kalatalouden keskusliiton yhteinen hanke lisäämään Suomen tunnettuutta kalastusmaana. Muita hankkeita ovat mm. Kala-Suomi, Laatu-Apaja, Kalasta Lapissa ja Ekokalastushanke. (Hemmi 2005 b, 361–362.)

Ruotsi on Suomen kanssa kalastusmatkailussa samalla tasolla. Ruotsissa on paljon vesistöjä ja kalastusmatkailun potentiaali erittäin suuri. Ruotsi yrittää Suomen tavoin kehittää Ruotsin kalastusmatkailua erilaisten projektien avulla, kuten SwedenFishing. Suurin kalastusmatkailun kehittäjä on VisitSweden organisaatio ja Nutek (Ruotsin Elinkeino- ja teknii-kankehityslaitos). Ruotsin tunnettuus kalastuskohdemaana onkin kansainvälisesti paljon suurempi kuin Suomen. (Swedenfishing 2011; Maa- ja metsätalousministeriö 2008, 23.)

Kalastusmatkailu on luontoystävällinen matkailumuoto, jolloin ympäristöä ei rasiteta paljon. Itse kalastusmatkailijana haluan olla omassa rauhassa keskellä luontoa ja harrastaa mieluista lajia. Yleensä palveluiksi riittää lähellä olevan kylän lähikauppa, josta useimmiten myös löytyy kalastustarvikkeet, kuten esimerkiksi vieheet. Kalastamiseen tarvitaan omaa rauhaa ja sekä Ruotsista että Suomesta löytyy paljon erähenkisiä kalastuskohteita. Vaikka ympäristöä ei paljon häiritäkään, lohta ja taimenta kalastetaan mieluiten ja nehan niitä uhanalaisempia kaloja ovat. Hemmi (2005b, 357–362) sanoo, että kalastusmatkailijalle kalan laatu on tärkeämpi kuin kalan määrä. Se tarkoittaa, että kalastusmatkailijat päästävät alimittaiset kalat takaisin vesistöihin ja pitävät ainoastaan heidän mielestään laadukkaat kalat.

### **3.2 Metsästysmatkailu**

Metsästysmatkailu on elämysmatkailumuoto, joka on yleensä elämysmatkailun yksi tuotesektori. Pääsääntöisesti metsästysmatkailuyrityksissä metsästysmatkailu on vain sivutoimi koska sesonki on vain 1-6kk pitkä. Metsästysmatkailuyritykset tarjoavat usein myös majoitus-, ruoka- ja muita ohjelmalveluita. Suomalaisille metsästysmatkailijoille tärkeimmät riistaeläimet ovat metsäkanalinnut, vesilinnut, hirvi, karhu, jänis ja valkohäntäpeura. (Muuttola 2007.)

Luontokokemusten hakeminen ja metsästysharrastuksen monipuolistuminen saavat metsästäjän matkustelemaan. Kaikilla harrastelijoilla ei ole metsästysmahdollisuuksia riittävän lähellä ja omalla seuralla ei ole välttämättä kaikkiin metsästysmuotoihin sopivia maastoja. Matkailijat hakevat myös elämyksellisempää luontoa aina pohjoisempana silloin kuin etelämpänä metsät ovat aina enemmän pirstoutuneita ja haetaan aitoa metsästyskokemusta. Usein matkailusta onkin muodostunut osa metsästysharrastusta ja tätä hyödynnetään matkailuyrityksissä. Harva kuitenkin keskittyy, vain metsästysmatkailupalveluiden järjestämiseen vaan usein metsästysmatkailu on tapa pidentää sesonkikautta. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto 2005.)

Metsästysmatkailussa luonnon tasapainon säilyttäminen on erittäin tärkeää. Metsästysmatkailijat odottavat saaliin lisäksi aitoa eräkokemusta ja vaikka saalis ei ole kaikkein tärkein niin olisi tärkeää nähdä riistaeläimiä. Saaliskiintiöt pyritäänkin mitoittamaan riistakantojen

mukaan. Metsästysmatkailun pysymisen kannalta onkin tärkeä, että luonto pysyisi mahdollisimman koskemattomana, koska koskematon luonto on se mikä saa metsästysmatkailijan kohteeseen. (Suomen luontoyrittäjäyysverkosto 2005.)

## 4 MARKKINATUTKIMUS

Osana tätä opinnäytetyötä toteutettiin markkinatutkimus toimeksiantajalle, Eräkompassille. Tutkimusmuotona on käytetty kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimuksessa on toteutettu kyselytutkimus sähköpostitse.

### 4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Sen avulla tutkitaan myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai erilaisissa ilmiöissä tapahtuneita muutoksia. (Heikkilä 2005, 16.) Kvantitatiivinen tutkimus vastaa yleensä kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein? se edellyttää suurta otosta ja ilmiöt kuvataan numeerisen tiedon pohjalta. Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan kartoittaa tilanne, mutta sen avulla ei pystytä selittämään asioiden syitä. (Heikkilä 2005, 16–17; Karjalainen 2010, 10.)

Kvantitatiivinen tutkimus voidaan toteuttaa havainnoimalla, haastattelemalla, kyselylomakkeella ja suorittamalla mittauksia mittauslaitteella (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2010). Opinnäytetyössä olevassa tutkimuksessa on käytetty kyselylomaketta. Kyselylomakkeen avulla voi selvittää ihmisten mielipiteitä, asenteita ja tottumuksia (Karjalainen 2010, 11). Kyselylomakkeissa voi olla strukturoituja kysymyksiä, sekamuotoisia kysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Strukturoiduissa eli suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat valmiina lomakkeissa. Sellaisissa kysymyksissä vastaaminen on nopeaa ja tilastollinen käsittely helppoa. Sekamuotoisissa kysymyksissä valmiit vastausvaihtoehdot on annettu, mutta näiden lisäksi on myös yksi avoin vaihtoehto, kuten Muu, mikä?. Avoimia kysymyksiä käytetään enimmäkseen kvalitatiivisissa tutkimuksissa, mutta niitä käytetään myös kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Avoimia kysymyksiä on vaikea käsitellä, mutta niistä voi saada vastauksia, joita etukäteen ei osannut huomata, kuten hyviä ideoita ja mahdollisia parannusehdotuksia. (Heikkilä 2005, 49–51.)

## 4.2 Tutkimuksen tavoitteet

Markkinatutkimuksen tavoitteena on ottaa selvää mitä kalastusta ja metsästystä harrastavat henkilöt haluavat kalastus/metsästysmatkoja tarjoavilta yrityksiltä. Tärkeimpiä tietoja ovat minkälaisia palveluita asiakkaat haluavat ja kuinka pitkiä matkoja he haluaisivat tehdä. Tieto siitä, mitä ihmiset haluavat, auttaa Eräkompassia suunnittelemaan ja tarjoamaan asiakaskunnalleen sopivia tuotteita. Tutkimuksessa pitäisi tulla esiin myös kuinka paljon ihmiset käyttävät rahaa kalastus- ja metsästysmatkoihin, jotta hinnoittelun arviointi olisi helpompaa.

Tutkimuksen tavoitteena on myös selvittää, mitkä ovat tärkeitä markkinointialueita ja kennele markkinointi kannattaisi suunnata. Tavoitteena on myös saada palautetta yrityksen kotisivuista ja palautteiden avulla parantaa kotisivuja. Tutkimuksen pohjalta valmistuu myöhemmin Eräkompassin markkinointisuunnitelma.

## 4.3 Tutkimuksen toteutus

Eräkompassin markkinatutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimuksen perusjoukkona toimivat Suomen kalastus- ja metsästysseurojen jäsenet. Perusjoukkoa ovat kaikki Suomen ja Viron kalastus- ja metsästysseurat, joilla on yhteystietoja Internetissä. Perusjoukossa oli 774 henkilöä. Otantamenetelmänä on käytetty kokonaisotantaa, jolloin kyselylomake lähetettiin kaikille 774:lle, joista 61 sähköpostia ei voinut lähettää, koska sähköpostit eivät olleet käytössä. Kysely siis meni 713:lle henkilölle.

Kyselyssä tärkeimmät mitta-asteikot ovat luokittelu eli nominaaliasteikko, jota on eniten käytetty taustakysymyksissä ja järjestys- eli ordinaaliasteikko. Nominaaliasteikko jakaa vastaajat eri luokkiin, eli sen avulla voi sanoa, että ovatko muuttajat samanlaisia vai erilaisia. Ordinaaliasteikkoa käytetään mielipidemittaukseen ja tapahtuman toistuvuuden mittaamiseen. (Heikkilä 2005, 81.) Kysymystyyppinä on käytetty avoimia kysymyksiä, strukturoitua kysymyksiä ja myös sekamuotoisia kysymyksiä. Avoimia kysymyksiä kyselylomakkeessa on normaalia enemmän, eli kolme.

Tutkimuslomake tehtiin yhteistyössä Ollikaisen ja Nygårdin sekä Kokkolan uusyrityskeskuksen Firmaxin kanssa. Suomenkielinen lomake testattiin kahdella henkilöllä, sähköpostikyselyllä. Toinen testaja vain luki lomakkeen ja antoi palautetta ja toinen vastaaja myös vastasi kyselyyn. Vironkielistä kyselyä testasi myös kaksi henkilöä, josta molemmat vastasivat kyselyyn, vaikka toinen testajista ei harrastanutkaan kalastusta eikä metsästystä, hän kiinnitti huomiota enimmäkseen kielikuviin.

Tutkimukseen käytetyt kyselylomakkeet tehtiin Webropol -ohjelmalla ja suoritettiin sähköpostikyselynä. Kyselyyn oli aikaa vastata kaksi viikkoa, jonka aikana vastaajat saivat kyselylomakkeen sähköpostiin kaksi kertaa. Kysely suoritettiin 10.–24.11.2010. Kyselyyn vastaamisen houkuttimena toimi mahdollisuus voittaa kahden hengen matka Pohjois-Ruotsiin.

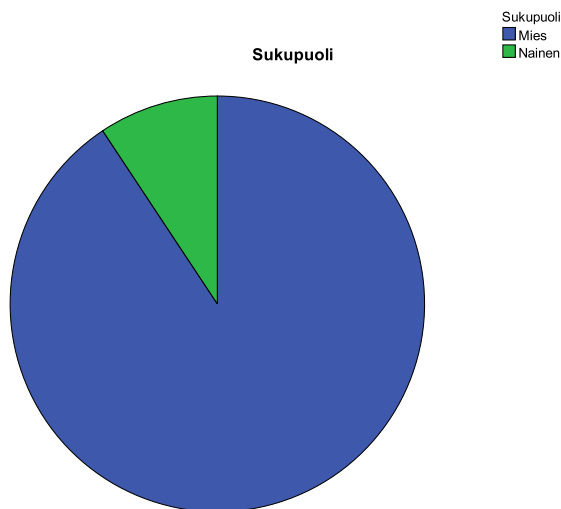
Vastaukset syötettiin SPSS-ohjelmaan ja analysoitiin vastaukset sen avulla. Ohjelmaan syötettiin vastaukset kaksi kertaa, jotta virhesyötöt vältettäisiin. SPSS-ohjelmalla muodostettiin kuvioita ja taulukoita sekä tehtiin ristiintaulukointi tutkimuksen kannalta tärkeillä muuttujilla.

## 5 TUTKIMUSTULOKSET

Loppuvuodesta 2010 suoritettuun sähköpostikyselyyn vastasi 228 henkilöä. Suomenkielisiä vastaajia oli 218 ja vironkielisiä 10. Molemmista kansalaisuuksista noin 30 % sähköpostin saaneista henkilöistä vastasi kyselyyn. Vastaajien määrän ollessaan näin suuri, voidaan yleistää tuloksia (Fallenius 2009). Tutkimustulokset on analysoitu SPSS-ohjelmalla ja tuloksien merkittävyys ristiintaulukoinnissa on tarkistettu khii-neliön-testin avulla. Khii-neliö-testi on tilastollisen merkittävyyden testausmenetelmä, jonka oletuksena on että muuttujat ovat toisistaan riippumattomia. Testin avulla voidaan todistaa, että tulokset eivät johdu pelkästään sattumasta. (KvantiMOTV 2005.) Tässä analyysissä on esitetty vain ne ristintaulukot, jotka ovat tutkimuksen tavoitteiden kannalta merkittäviä.

### 5.1 Taustamuuttujat

Vastaajista suurin osa, yli 90 % oli miehiä (KUVIO 2). Vastaajien ikä jakaantui taulukon 1 mukaisesti tasaisesti, eikä mitään suurta ikäryhmää erottunut. Alle 30-vuotiaita oli vain 11 % vastanneista, vajaa 90 % oli siis yli 30-vuotiaita.



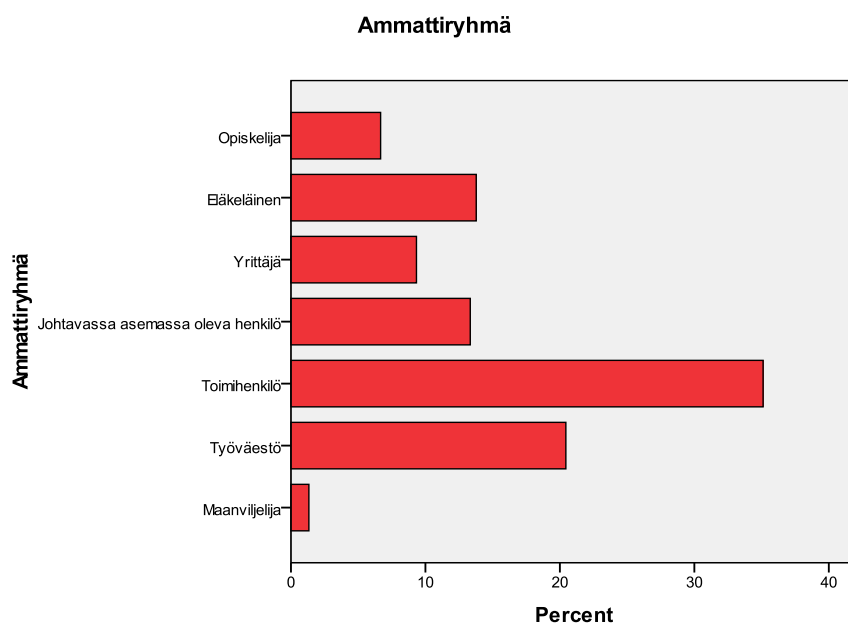
KUVIO 2. Sukupuoli



TAULUKKO 1. Ikä

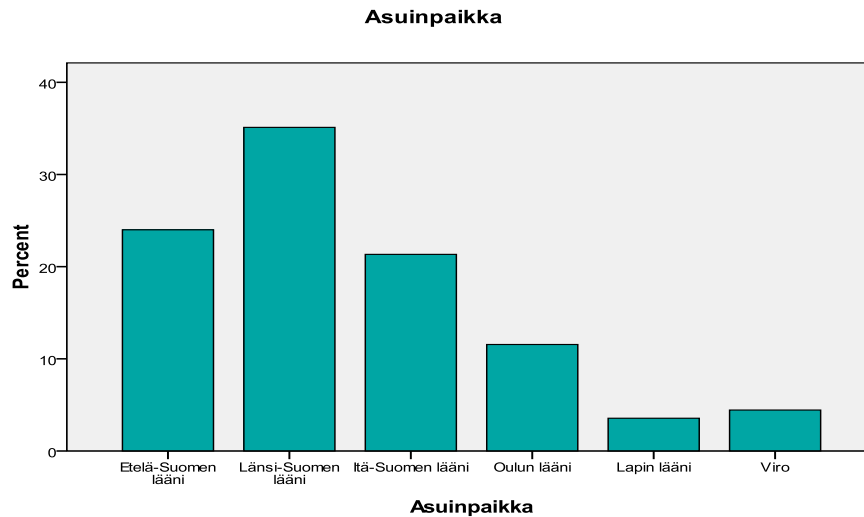
		Ikä			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30	26	11,4	11,6	11,6
	31-40	56	24,6	24,9	36,4
	41-50	51	22,4	22,7	59,1
	51-60	51	22,4	22,7	81,8
	Yli 60 vuotta	41	18,0	18,2	100,0
	Total	225	98,7	100,0	
Missing	System	3	1,3		
Total		228	100,0		

Ammattiryhmistä erottui selvästi niin kuin kuviossa 3 näkyy suurimpana ryhmänä toimihenkilöt, myös työväestöä oli merkittävä osuus vastanneista.



KUVIO 3. Ammattiryhmä

Asuinpaikkoina (KUVIO 4) hallitsivat Etelä-Suomen lääni, Länsi-Suomen lääni ja Itä-Suomen lääni, joiden osuus oli yhteensä 80 %. Pohjoisemmista lääneistä vastaajia oli vähän.



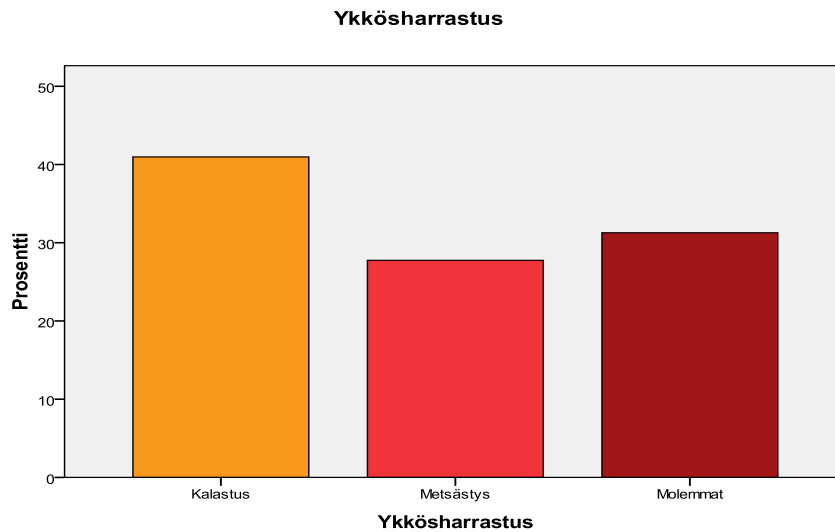
KUVIO 4. Asuinpaikka

Kyselyyn vastanneista suurin osa olikin siis yli 30-vuotiaita Etelä- ja Keski-Suomesta koitoisin olevia miehiä. Vastajat olivat toimihenkilöitä ja töissä käyviä henkilöitä. Mielestäni on hyvä että ammattiryhmistä työväestöä ja toimihenkilöitä oli paljon vastaamassa kyselyyn. Heillä on säännölliset lomat ja he ovat usein yritysyhteisössä ja yhteismatkojen suunnittelu työporukallakin voi olla mahdollinen.

Vaikka yli 90 % vastanneista oli miehiä, oli mielestäni hyvä asia että tutkimustuloksiin saatiin myös naisnäkökulmaa. Metsästäviä naisia oli 1980-luvulla vain noin 2500, luku on kasvanut huomasti ja vuonna 2010 metsästyslupia myönnettiin naisille 16 500. Suomalaiset naiset usein tutustuvat metsästyksen kenneltoiminnan kautta. Noin 80 % metsästäväistä naisista käykin metsästävässä koiran kanssa.(Tianen 2010.) Norrbottenissa voi hyvin harrastaa latvalinnun metsästystä koiran kanssa ja siihen siellä onkin jopa paremmat puitteet kuin Suomessa. Naiset siis olisi ainakin tulevaisuudessa tärkeä markkinointikohde, koska mielestäni Eräkompassin tuotteet sopisivat myös heille hyvin.

## 5.2 Kalastus- ja metsästystavat

Vastaajista noin 30 % harrasti vain metsästystä, 40 % kalastusta ja 30 % molempia. Kalastus on siis suositumpi koska noin 70 % harrastaa kalastusta. Kuviosta 5 näkyy harrastusten jakautuminen.



KUVIO 5. Ykköharrastus

Pohjois-Ruotsiin matkustetaan Eräkompassin kautta kuitenkin enemmän metsästämään. Suomessakin metsästäjien määrä on koko ajan kasvussa, kun taas kalastajien määrät vähenevät rajusti. Suomessa kalastusta harrastavien määrä on pienentynyt noin 300 000 kalastajalla (Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2012) kun taas metsästyslupia on haettu vuonna 2011 lähes 1000 kpl enemmän kuin edellisenä vuotena (Suomen riistakeskus 2012).

Eräkompassin kyselyyn vastaajista noin 60 % harrastaa metsästystä ja se on Eräkompassin kannalta hyvä vertailuluku. Erityisen hyvä on, että vastaajista melko suuri osuus harrastaa molempia. Metsästysmatkailijoille voikin jo talven metsästysmatkoilla markkinoida myös kalastusmatkoja.

Pilkkiminen oli kalastusmuodoista suosituin ja niin kuin taulukosta 2 näkyy sitä harrastaa-kin yli 55 % vastaajista.

TAULUKKO 2. Kalastus- ja metsästysmuodot

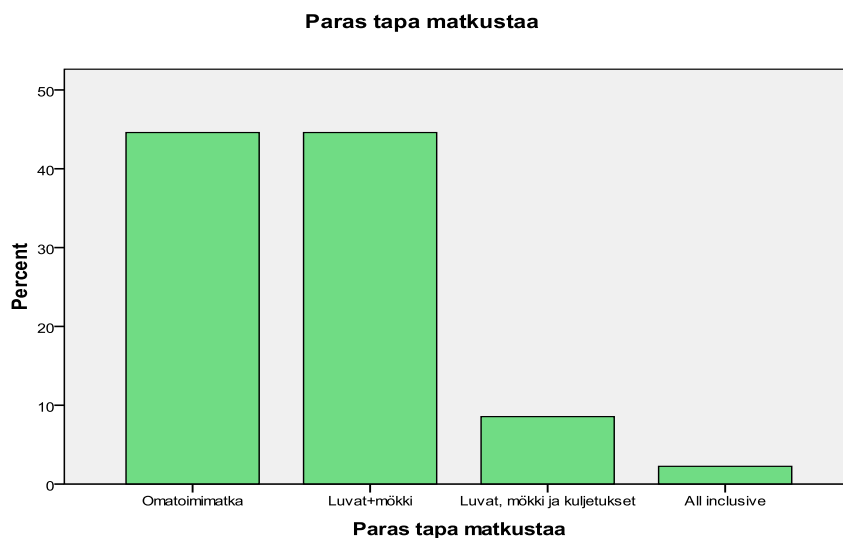
		Vastaukset		Prosenttia vastaajista
		Vastauksien määrä	Prosenttia valinnoista	
Kalastusmuoto	Uistinkalastus rannalta	97	11,0%	42,7%
	Perhokalastus rannalta	87	9,9%	38,3%
	<b>Pilkkiminen</b>	<b>125</b>	<b>14,2%</b>	<b>55,1%</b>
	Onkiminen	72	8,2%	31,7%
	Lohen soutukalastus	38	4,3%	16,7%
	Hirven metsästys	96	10,9%	42,3%
	Metsäkanalintujen metsästys	108	12,3%	47,6%
	Jänisjahti	74	8,4%	32,6%
	Karhun pyynti	25	2,8%	11,0%
	Vesilintujen metsästys	88	10,0%	38,8%
	Jotain muuta	68	7,7%	30,0%
Yhteensä		878	100,0%	386,8%

Pilkkimisen suurta suosiota ei osattu odottaa. Toisia suosittuja kalastusmuotoja olivat uistinkalastus ja perhokalastus rannalta, lohen soutukalastuksen suosio oli odotettua pienempi. Metsästysmuodoista suosituin oli kanalintujen metsästys, mutta myös hirven metsästys ja vesilintujen metsästys olivat suosittuja.

### 5.3 Kalastus- ja metsästysmatkat

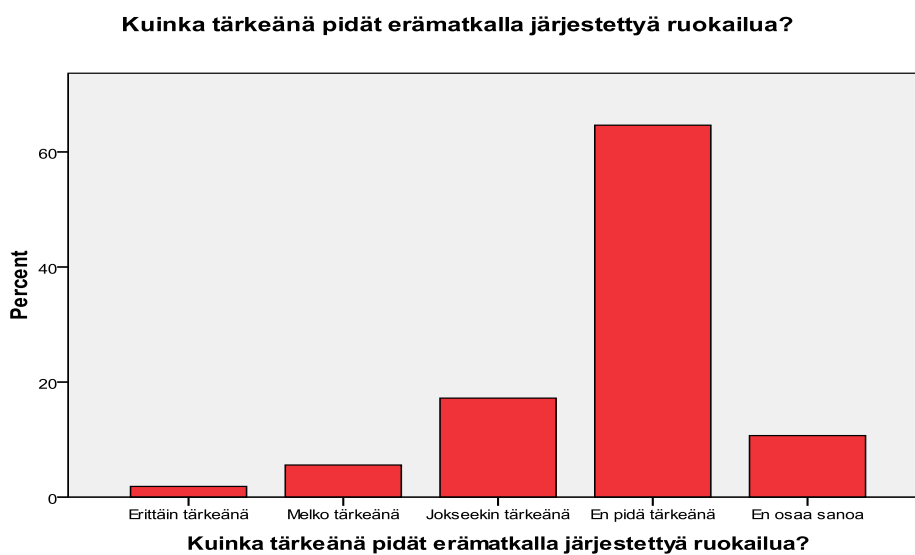
Kyselyssä oli paljon kysymyksiä kalastus- ja metsästysmatkoista. Kysymyksien avulla selviää kuinka paljon kalastusta ja metsästystä harrastavat henkilöt matkustavat, minne ja kuinka pitkiä matkoja he tekevät, paljonko he käyttävät siihen rahaa ja kenen kanssa he matkustavat. Kyselystä selviää myös, mistä he löytävät tietoa kohteista ja mitä he haluaisivat erämatkoilta.

Kalastusta ja metsästystä harrastavien henkilöiden suosiossa ovat omatoimimatkat sekä valmismatkat, joihin kuuluvat majoitus ja luvat. Kuviossa 6 paino siirtyy selvästi vasemmalle eli enemmän omatoimisuuden puolelle. Vastanneiden mielestä ei ollut tärkeää, että matka sisältäisi palveluita, kuten järjestetty ruokailu ja metsästys- tai kalastusvälineet.



KUVIO 6. Paras tapa matkusta

Kuviot 7 ja 8 kuvaavat järjestetyn ruokailun ja metsästys- ja kalastusvarusteiden tärkeyttä metsästys- ja kalastusmatkojen valinnoissa.



KUVIO 7. Järjestetyn ruokailun tärkeys

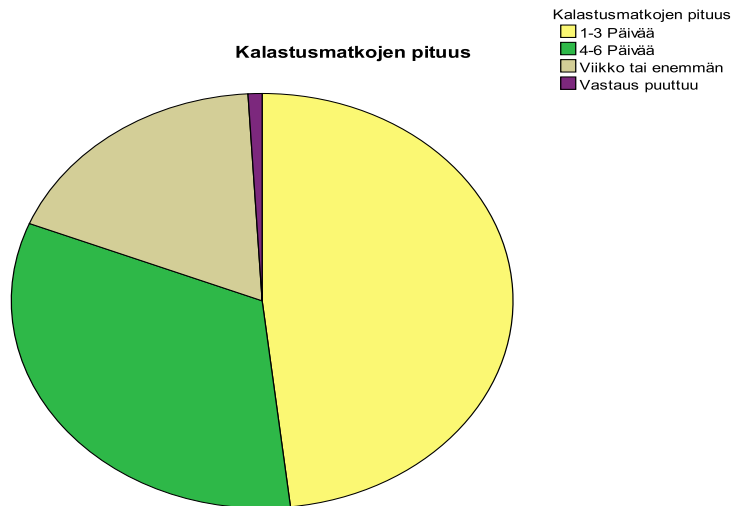
Kuviossa 7 näkyy selvästi, että järjestettyä ruokailua ei pidetä tärkeänä. Reilut 20 % vastaajista vastasi, että heille on ruokailu tärkeä, joten majoituskohteessa ei olisi huono asia, jos ruokailumahdollisuus olisi olemassa. Ruokailumahdollisuus antaisi harrastajalle enemmän aikaa keskittyä harrastukseen. Järjestetyn ruokailun tärkeyden vähäisyys olikin odotettu tulos, samoin kuin välineidenkin tärkeyden vähäisyys. Tulos oli kuitenkin varmistettava. Eräkompassi pystyisi järjestämään ruokailun ja välineet. Tutkimuksessa olikin tavoitteena ottaa selvää, että onko järjestelyt tarpeellisia.



KUVIO 8. Kalastus- ja metsästysvälineiden tärkeys

Kuivioista näkee, että jotkut vastaajista kuitenkin haluavat järjestettyä ruokailua ja siihen olisi hyvä varautua kun taas valmiisiin välineihin ei kannata panostaa, koska erämatkailijoilla yleensä on omat välineet ja he myös haluavat käyttää niitä.

Suosituin kalastus- ja metsästysmatkojen pituus (KUVIO 9) oli 1-3 päivää. Noin 33 % vastaajista kävi 4-6 päivän matkoilla. Kuviosta näkyikin, että useammin käydään vain päivän tai viikonlopun matkoilla. Pohjois-Ruotsiin Eräkompassin kautta ei matkusteta vain viikonlopun reissulle. Heidän siis ei kannata panostaa viikonloppumatkoihin vaikka suurin osa vastaajista harrastaakin lyhyitä matkoja.



KUVIO 9. Suosituin kalastus- tai metsästysmatkojen pituus

Minä uskon, että lyhyitä matkoja harrastetaan Suomen sisällä ja ne ovat lähinnä omatoimimatkoja, joten matkajärjestäjille näistä matkoista paljon rahallista hyötyä ei edes tule.

TAULUKKO 3. Kalastus- ja metsästysmatkojen määrä vuodessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	40	17,5	18,3	18,3
	2	50	21,9	22,8	41,1
	3	35	15,4	16,0	57,1
	4	22	9,6	10,0	67,1
	5	20	8,8	9,1	76,3
	Enemmän kuin 5	52	22,8	23,7	100,0
	Total	219	96,1	100,0	
Missing	System	9	3,9		
Total		228	100,0		

Matkalle mentiin, niin kuin taulukossa 3 näkyy, eniten 5 kertaa vuodessa (24 % vastaajista) ja 2 kertaa vuodessa (23 % vastaajista). Vastaajat käyvät usein matkoilla ja lyhyillä 1-3 päivän matkoilla. Kyselyssä olisikin voinut olla kysymys siitä, että kuinka monta kertaa vuodessa vastaajat käyvät ulkomaan matkoilla.

Taulukossa 4 on esitetty, minne kyselyyn vastanneet henkilöt suuntautuvat. Erämatkoja harrastavien matkat suuntautuvat enimmäkseen Keski-Suomeen, Pohjois-Suomeen ja Lappiin. Suomen sisällä matkustavien määrä olikin merkittävän suuri, noin 70 % vastanneista.

TAULUKKO 4. Kalastusmatkojen kohde

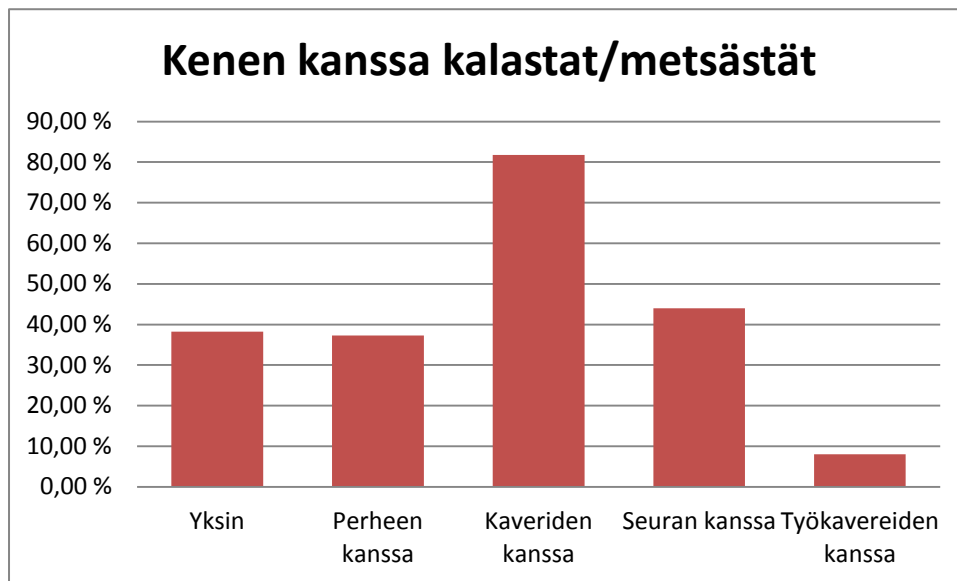
		Minne kalastus/metsästysmatkasi suuntautuvat?		
		Vastauksien määrä	Prosenttia valinnoista	Prosenttia vastauksista
Kohde	Etelä-Suomeen	67	14,3%	30,2%
	Keski-Suomeen	70	14,9%	31,5%
	Pohjois-Suomeen	66	14,0%	29,7%
	Itä-Suomeen	16	3,4%	7,2%
	Lappiin	93	19,8%	41,9%
	Ruotsiin	42	8,9%	18,9%
	Viroon	28	6,0%	12,6%
	Norjaan	59	12,6%	26,6%
	Muualle	29	6,2%	13,1%
Yhteensä		470	100,0%	211,7%

Ulkomaille yhteensä suuntautuu reilut 30 % matkoista. Ruotsiin suuntautuu noin 13 % kalastus- tai metsästysmatkoista. Verrattuna Norjaan (27 % vastanneista) luku oli erittäin pieni. Luku näyttää suoraan, että Pohjois-Ruotsi ei ole vielä kovin tunnettu erämatkailumaa Suomessa. Latvalintumetsästäys on Ruotsissa kuitenkin paremmalla mallilla, koska metsästyksaika on pitempi ja maasto soveltuu paremmin koiran kanssa metsästykseseen.

Kuvio 10 näyttää kenen kanssa kyselyyn vastanneet henkilöt kalastavat ja metsästävät. Suurin osa vastaajista kalastaa ja metsästäää kavereiden kanssa. Seuran ja perheen kanssa



sekä yksin kalastetaan ja metsätetään paljon. Vähiten suosittua kalastus- tai metsästysseuraa ovat työkaverit, vain 8 % kalastaa tai metsästää työkavereiden kanssa.

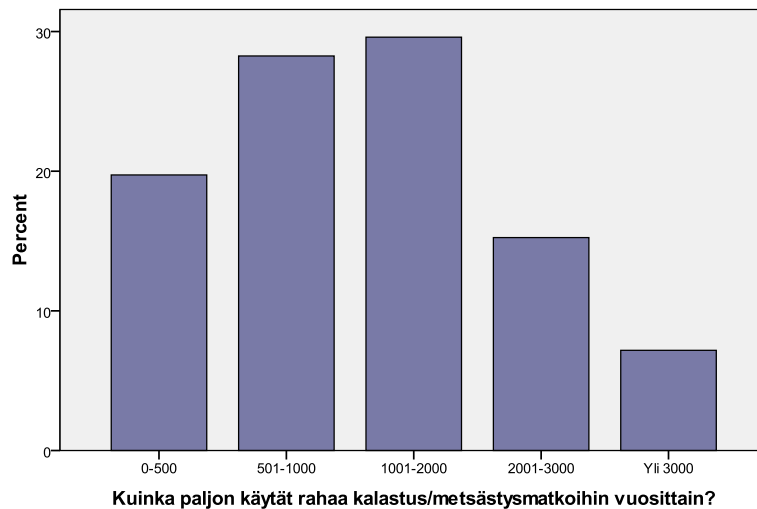


KUVIO 10. Kalastus/metsästysseura

Metsästyspaketteja on paljon kaveriporukoille ja isoille joukoille. Kalastamssa taas ihmiset käyvät usein yksin. Esimerkiksi Eräkompassin kautta yksin metsästys on melko hankala, koska paketin hinta nousee aivan liian korkeaksi. Suomessa yksin metsästäessä kannattaakin käydä lähellä kotipaikkakuntaa tai omilla omistusmailla, jos sellainen löytyy, muussa tapauksessa reissusta tulee harmittavan kallis. Perheen, seuran ja kavereiden kanssa on helppo käydä erämatkoilla, koska mökit ovat usein monelle hengelle. Harmittavan pieni osuus käy työkavereiden kanssa erämatkoilla. Erämatkat olisi hyvä tapa vahvistaa työyhteisön yhteishenkeä.

Seuraavalla sivulla sijaitsevassa kuviossa 11 näkyy rahan kulutus. Kalastus- ja metsästysmatkoihin käytetään rahaa keskimäärin 500–2000 euroa vuodessa. Vain vajaa 20 % vastaajista käytti 0-500 euroa ja noin 7 % vastaajista käytti yli 3000 euroa vuodessa. Rahan käytön määrät ovat melko suuria. Yli 50 % vastaajista käyttää yli 1000 euroa vuodessa. Kalastuksessa ja metsästyksessä menee ymmärrettävästi paljon rahaa lupiin ja majoitukseen. Tämä tulos tukee hyvin taulukkoa 3, josta selvisi että noin 50 % vastaajista käy 4 kerta tai enemmän vuodessa kalastus- tai metsästysmatkalla.

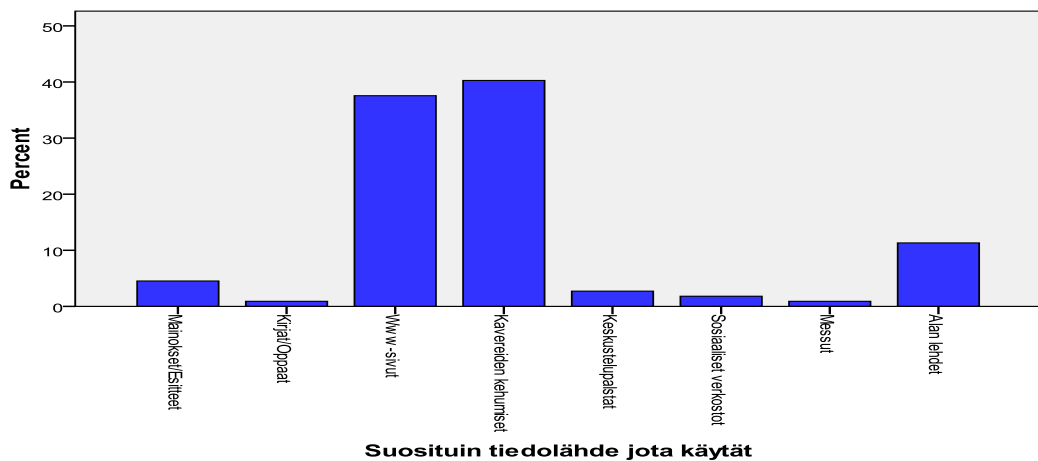
**Kuinka paljon käytät rahaa kalastus/metsästysmatkoihin vuosittain?**



**KUVIO 11. Rahan käyttö metsästys- ja kalastusmatkoihin**

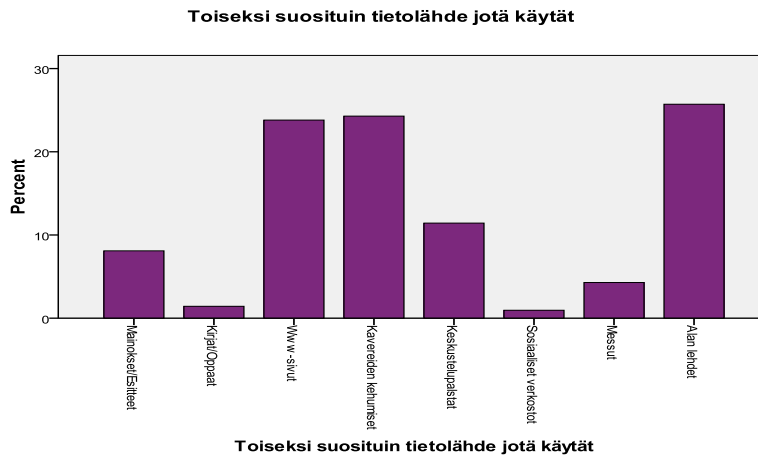
Kalastusta ja metsästystä harrastavilta henkilöiltä kysyttiin, mistä he löytävät tietoa kalastus- ja metsästysmatkoista. Kuviot 12, 13 ja 14 esittävätkin vastaajien valintoja suosituimmiksi tietolähteiksi. Suosituimmaksi tietolähteeksi osoittautuivat kavereiden kehumiset. Kuviossa 12 näkyy selkeä piikki kavereiden suositusten ja www-sivujen kohdalla. Kavereiden kehumiseen voi vaikuttaa tuottamalla mahdollisimman hyvän kokemuksen ja panostamalla asiakaspalveluun. Erämatkoilla käyneet puhuvat paljon erämatkoista ja yrityksen on varmistettava, että asiakkaalle jäävät hyvät muistot.

**Suosituin tiedolähde jota käytät**



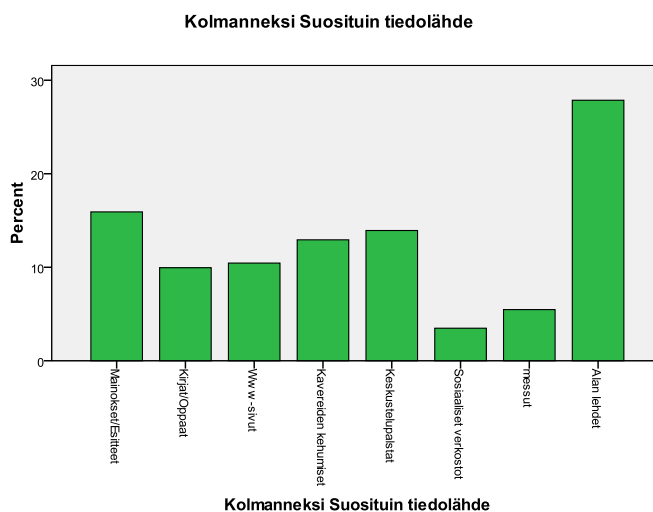
**KUVIO 12. Suosituin tietolähde**

Toiseksi suosittu tietolähde oli Internetin www-sivut ja kolmanneksi suosituimmat olivat alan lehdet. Eräkompassi sai kyselyssä paljon negatiivista palautetta kotisivuistaan ja niitä on parannettava. Yrityksen kotisivut tulevat käsittelyyn myöhemmin. Alan lehtiin Ollikainen ja Nygård laittavat ilmoituksia yrityksestään tasaisin väliajoin.



KUVIO 13. Toiseksi suosituin tietolähde

Kalastus- ja metsästysmatkailua harrastaville henkilöille kannattaakin siis markkinoida www-sivuilla ja alan lehdissä. Myös hyvien kokemusten ja mielikuvien luominen on tärkeä. Yllättävän vähän ihmiset etsivät tietoa kalastus- ja metsästysmatkoista messuilta ja sosiaalisista medioista. Sosiaaliset mediat olivat kuitenkin nuorten henkilöiden suosiossa, joten sosiaalisen median merkitys kasvaa varmasti lähitulevaisuudessa.



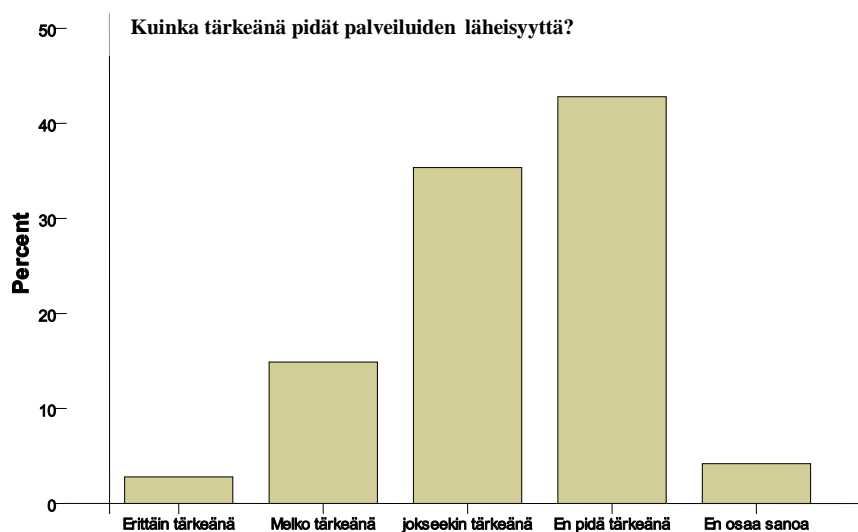
KUVIO 14. Kolmanneksi suosituin tietolähde

Kyselyssä kysyttiin asioista, joita ihmiset voisivat pitää tärkeänä kalastus- tai metsästysmatkakohdetta valittaessa. Matkan pituuden tärkeys jakautui kuvion 15 mukaisesti tasaisesti. Vastausvaihtoehdoista suosituimmat olivat, että matkan pituus on joko jokseenkin tärkeä tai melko tärkeä. Kestoon siis kannattaa kiinnittää huomiota, mutta Pohjois-Ruotsiin matkoja järjestettäessä sijainti rajoittaa hieman matkan keston määrittelyä. Sinne pelkätään viikonloppumatkojen järjestäminen ei kannata.



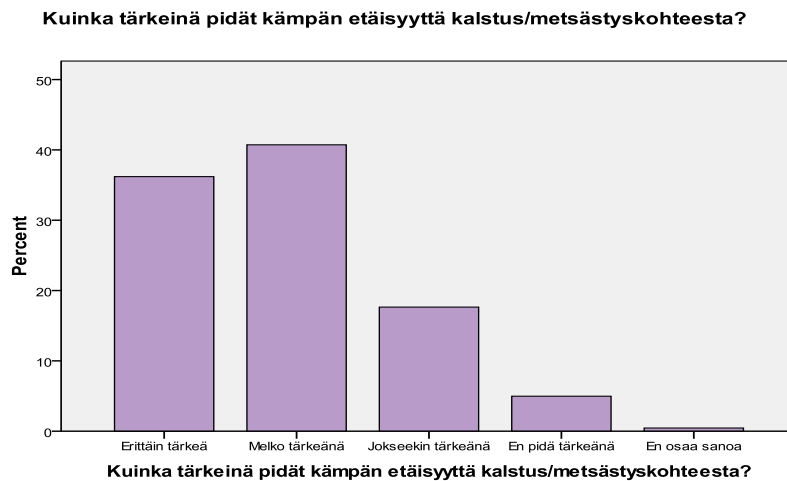
KUVIO 15. Matkan kesto

Kuviot 16 ja 17 kuvaavat palveluiden ja kohteen läheisyyden tärkeyttä. Palveluiden läheisyyttä ei pidetty tärkeänä, kun taas kämpän etäisyyttä kalastus- ja metsästyskohteessa pidettiin erittäin tärkeänä.



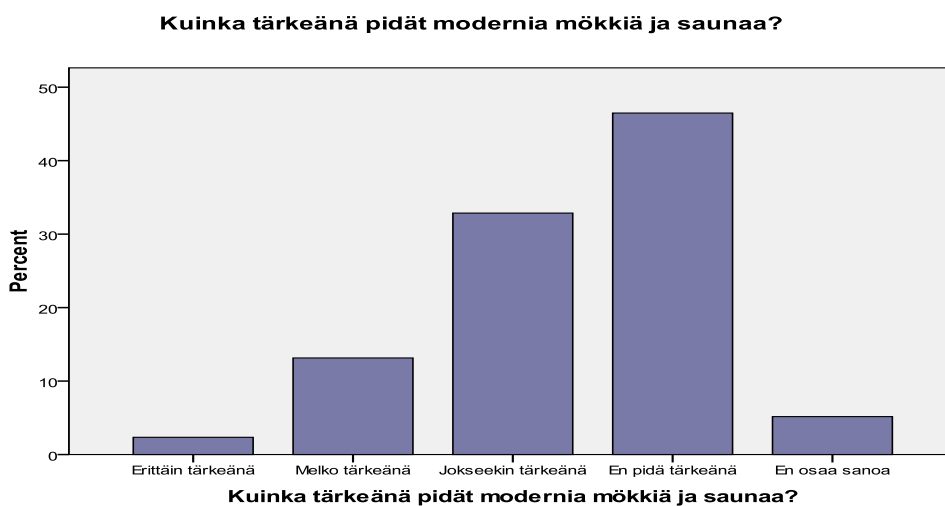
KUVIO 16. Palveluiden läheisyyden tärkeys

Tulos osoittaaakin, että tarjottavan majoituskohteen valinnassa on otettava huomioon etäisyys kalastus- tai metsästyskohteeseen. Palveluiden, esimerkiksi kaupan tai ravintoloiden läheisyydellä ei ole merkitystä. Asiakkaat mieluiten kävelevät kalastus- tai metsästyskohteisiin, kuin kauppaan.



KUVIO 17. Kalastus- tai metsästyskohteen läheisyyden tärkeys

Modernia mökkiä ja saunaa pidettiin jokseenkin tärkeänä ja erähenkistä mökkiä taas pidettiin melko tärkeänä tai jokseenkin tärkeänä.



KUVIO 18. Modernin mökin ja saunan tärkeys

Kuviossa 18 näkyy, että modernia mökkiä ja saunaa ei pidä kovin moni tärkeänä. Tulos oli hieman tulkinnanvarainen, mutta se johtunee siitä, että tämä kysymys olisi pitänyt jakaa kahteen osaan. Eri kysymykset saunasta ja modernista mökistä olisivat olleet tarpeellisia.



KUVIO 19. Erähenkisyyden tärkeys

Kämpän erähenkisyyttä pitivät vastanneet tärkeänä niin kuin kuvio 19 sen esittää. Myöhemmin käsiteltävissä avointen kysymysten vastauksista löytyi paljon haaveilua erähenkisyydestä ja omasta rauhasta.



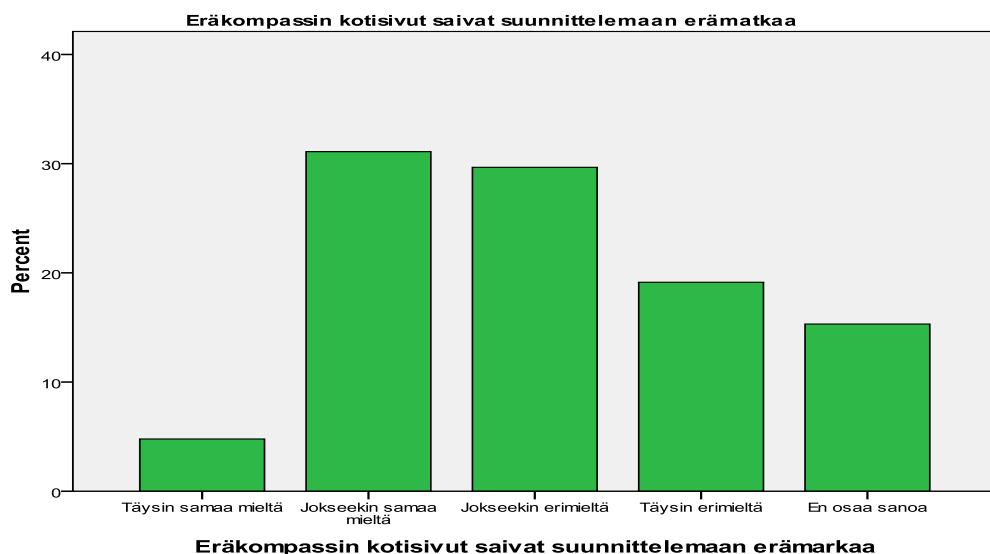
KUVIO 20. Oman rauhan tärkeys

Omaa rauhaa pitää noin 50 % vastaajista erittäin tärkeänä ja vain 5 % ei pidä omaa rauhaa tärkeänä. Kuviossa 21 näkyy selvästi, että pylvää tasaisesti painottuvat kuvion vasemmalle puolelle, joten erämatkailukohteiden on oltava rauhallisella paikalla, jossa harrastaja saa nauttia omasta rauhasta ja luonnosta.

#### 5.4 Eräkompassin kotisivut

Kyselyssä kysyttiin muutama kysymys eräkompassin kotisivuista ja näiden luettavuudesta. Kotisivuista oli myös avoin kysymys, johon vastaamalla sai ehdottaa kotisivujen parantamiseksi.

Vastaajien mielestä Eräkompassin kotisivuilta löytyi hyvin tietoa yrityksestä ja sen toiminnasta. Myös sivujen kuvat antoivat riittävän hyvän kuvan toiminnan luonteesta. Sivut taas eivät saaneet vastaajia suunnittelemaan erämatkaa eivätkä he olisi valmiita ostamaan heidän kotisivujen perusteella heiltä matkaa. Kuviossa 22 on esitetty, että vain 5 % vastaajista alkoi suunnitella matkaa tai oli valmis ostamaan matkan Eräkompassilta. Kuvion painopiste on oikealla ja yrityksen on kehitettävää kotisivujaan, jotta painopiste siirtyisi vasemmalle.



KUVIO 21. Eräkompassin kotisivut saivat suunnittelemaan erämatkaa

Kyselyyn vastanneilta henkilöiltä tuli paljon palautetta tarkastettavista kotisivuista. 55 henkilöä kertoi mielipiteensä kotisivuista. Taulukossa 5 näkyy Eräkompassin palautteet. Vain 14,5 % vastanneista oli sitä mieltä että sivut olivat hyviä tai he eivät löytäneet merkittäviä parannuskohteita. Palautteita antaneista 36 % oli sitä mieltä, että Eräkompassin kotisivuilla hintatietoja ei ollut riittävästi näkyvissä tai ne olivat puutteellisia. Useat vastaajat olivat sitä mieltä, että sivut kaipaavat metsästys- ja kalastustarinoita sekä lisää kuvia ja videopätkiä. Erityisesti saaliskuvia kaivattiin enemmän. Vastaajat kaipasivat myös karttoja lisää, esimerkiksi maastokarttoja ja karttoja metsästysalueista.

TAULUKKO 5. Palaute Eräkompassin kotisivuista

<b>Eräkompassin kotisivut</b>	<b>Vastaajia</b>	<b>% Vastaajista</b>
Teknisiä vikoja	15	27,3 %
Liian vähän tarinoita	4	7,3 %
Liian vähän kuvia tai videopätkiä	8	14,5 %
Sivut olivat hyvät	8	14,5 %
Liian vähän karttoja	5	9,1 %
Liian vähän tietoa	10	18,2 %
Hinnat puuttuivat tai niitä ei ollut helppo löytää	20	36,4 %
Muut	7	12,7 %

Reilut 27 % vastaajista oli sitä mieltä, että sivuilla oli paljon pieniä teknisiä vikoja kuten linkit eivät aina vieneet oikeisiin paikkoihin ja myös kirjoitusvirheitä oli paljon. Joidenkin mielestä sivut olivat amatöörimäiset, mutta pienillä korjauksilla helposti parannettavia. Vastaajien mielestä myös sivujen taustakuva oli liian tumma ja sivujen vierittäminen vaikeutti sivujen luettavuutta. Sivujen yleiskuva siis ei antanut hyvää vaikutelmaa sivuista.



Vastaajat kaipasivat sivuille lisää tietoa, erityisesti kalastus- ja metsästyskohteista. He olisivat halunneet lisätietoa myös mökkien varustelusta ja etäisyyksistä kalastus- ja metsästyskohteista.

Tietoa niukasti. Esim, metsästysalueiden koko, sijainti ja kartat. Onko mahdollisuus metsästää kämpiltä käsin muilla alueilla? Omatoimisuusmahdollisuus? Hyvin niukka galleria ja ei ollenkaan hintatietoja? Metsästysajoissa kannattaa mainita, että latvalintujahti käsittää vain uroslinnut. Hiukan epämääräiset uudet sivut, jotka varmaan kehittyvät, jos yrityksellä on edellytyksiä jatkaa hommaa. ( Vastaaja nro.38 2011)

Muuta palautetta tuli tuotevalikoimasta; kaivattiin esimerkiksi kalastusmatkoja merelle. Palautteessa suositeltiin myös markkinoimaan Suomen Metsästäjäliiton jäsenseuroille. Kaivattiin myös mökkien varaustilannetta.

## 5.5 Avoimet kysymykset

Avoimia kysymyksiä kyselyssä oli kaksi kotisivujen parannusehdotuksien lisäksi. Vastajilta kysyttiin minkälaisesta erämatkasta ihmiset haaveilevat ja minkälaisia ajatuksia heillä on kalastus- ja metsästysmatkailusta. 130 henkilöä oli kirjoittanut oman haaveen kalastus- tai metsästysmatkasta ja 65 henkilöä oli kertonut ajatuksista kalastus- ja metsästysmatkailusta.

Useimmat haaveilivat kalastus- tai metsästysmatkasta johonkin kauemmas esimerkiksi Kanadaan tai Alaskaan. Jopa reilut 55 % vastaajista haaveili matkasta ulkomaille. 21,5 % vastaajista haaveili matkasta Pohjois-Ruotsiin. Monet haaveilivat rauhallisesta erämatkasta hyvässä seurassa, paikalla ei ollut niin väliä. Tutkimuksen kannalta merkityksellisin vastaus oli että erittäin useat henkilöt haaveilevat raudun pilkistä.

Kaveriporukalla johonkin erämaahan virtaavan vesistön lähelle. Paikkaan voisi olla hankala päästä, ruoat olisi mukana, sähköä ei tarvitsisi olla kunhan olisi kuivia puita ja sauna. Kalastettava joki olisi kävelymatkan päässä ja joessa olisi harjasta ja ehkäpä taimenia. Viikko siellä ja kännykät kiinni tai ei olisi ehkä kenttääkään (Vastaaja nro.84 2011)

Ajatuksia kalastus ja metsästysmatkailusta oli monenlaisia. Monet olivat huolissaan lohikantojen suojelemisesta ja pelkäsivät myös, että erämaiden rauha järkkyy erämatkailun ansiosta.

Eniten huolestuttaa lohenkalastuksen tulevaisuus. saattaa olla, että lohen perhokalastuskin on kohta kokonaan kiellettyä tai vain harvojen rikkaiden hallussa myös Norjassa. Myös taimenen koskikalastus varsinkin Etelä- ja Keski-Suomen koskilla alkaa jo olla niin kallista, että se ei kohta ole enää tavallisenn pulliaisen ulottuvilla. Kalakantojen, varsinkin lohikala-, hoito on Suomessa ala-arvoista. Kalatalousviranomaiset pitäisi laittaa vastuuseen tehtäviensä laiminlyönnistä! (Vastaaaja nro.169 2011)

Monet olivat sitä mieltä, että Suomessa ala on vielä lapsenkengissä, mutta kuitenkin kehittymässä. Usealla oli myös positiivinen mieli Eräkompassista ja he toivovat että yritys menestyy, koska alalla on vähän yrittäjiä ja ala on hankala vaatvien ja monipuolisten asiakkaiden takia.

## **5.6 Ristiintaulukointi**

Ristiintaulukoinnin avulla voidaan selvittää kahden eri muuttujan riippuvuutta, millä tavalla ne vaikuttavat toisiinsa. Tässä tutkimuksessa selvitettiin ristiintaulukoinnin avulla mikä olisi Eräkompassin pääasiallinen markkinointialue ja kohderyhmä.

Pohjois-Ruotsiin matkustetaan enimmäkseen pohjoisimmista lääneistä. Eteläisimmistä lääneistä länsisuomalaiset matkustavat eniten kalastamaan tai metsästämään Pohjois-Ruotsiin, jopa noin 20 % heistä, niin kuin seuraavalla sivulla olevasta taulukosta 6 näkyy. Pohjoisemmista lääneistä henkilöt matkustavat enimmäkseen omatoimisesti, joten heidät on vaikeampi saavuttaa. Länsisuomalaisista reilu 50 % ostaa matkanjärjestäjältä metsästys- tai kalastusluvat ja varaa mökin. Myös eteläsuomalaiset ja itäsuomalaiset ostavat usein matkanjärjestäjältä luvat ja varaavat mökin.

TAULUKKO 6. Ristiintaulukointi. Mistä matkustetaan Ruotsiin.

			Ruotsiin		Total
			Kyllä	Ei	
Asuinpaikka	Etelä-Suomen lääni	Count	6	46	52
		% of Total	2,7%	20,6%	23,3%
	Länsi-Suomen lääni	Count	15	64	79
		% of Total	6,7%	28,7%	35,4%
	Itä-Suomen lääni	Count	7	41	48
		% of Total	3,1%	18,4%	21,5%
	Oulun lääni	Count	9	17	26
		% of Total	4,0%	7,6%	11,7%
	Lapin lääni	Count	3	5	8
		% of Total	1,3%	2,2%	3,6%
	Viro	Count	2	8	10
		% of Total	,9%	3,6%	4,5%
Total		Count	42	181	223
		% of Total	18,8%	81,2%	100,0%

Länsisuomalaiset käyttävät myös eniten rahaa matkustamiseen. Noin 50 % heistä käyttää yli 1000 euroa vuodessa kalastus- ja metsästysmatkoihin. Eteläsuomalaiset ja itäsuomalaiset eivät jää paljon jälkeen vajaalla 50 prosentilla. Kalastus- ja metsästysmatkailun markkinointikohteina alueellisesti tulisikin tärkeimpinä Länsi-Suomen lääni, Itä-Suomen lääni ja Etelä-Suomen lääni, koska he käyttävät eniten matkanjärjestäjien palveluita.

Seuraavalla sivulla on taulukko 7, joka esittää minkälaisia palveluita eri paikkakunnan henkilöt kaipaavat.

TAULUKKO 7. Ristiintaulukointi. Asuinpaikka ja paras tapa matkustaa

			Asuinpaikka * Paras tapa matkustaa				Total
			Paras tapa matkustaa				
			Omatoi- mimatka	Luvat+mökki	Luvat, mökki ja kuljetukset	All inclusive	
Asuinpaikka	Etelä-Suomen lääni	Count	25	23	2	2	52
		% of Total	11,3%	10,4%	,9%	,9%	23,5%
	Länsi-Suomen lääni	Count	28	40	9	2	79
		% of Total	12,7%	18,1%	4,1%	,9%	35,7%
	Itä-Suomen lääni	Count	20	22	4	0	46
		% of Total	9,0%	10,0%	1,8%	,0%	20,8%
	Oulun lääni	Count	15	9	2	0	26
		% of Total	6,8%	4,1%	,9%	,0%	11,8%
	Lapin lääni	Count	6	2	0	0	8
		% of Total	2,7%	,9%	,0%	,0%	3,6%
	Viro	Count	5	2	2	1	10
		% of Total	2,3%	,9%	,9%	,5%	4,5%
Total		Count	99	98	19	5	221
		% of Total	44,8%	44,3%	8,6%	2,3%	100,0%
		Total					

Ammattiryhmistä Pohjois-Ruotsiin matkustavat työväestö, toimihenkilöt ja maanviljelijät. Eläkeläiset, opiskelijat ja työväestö toimivat erittäin paljon omatoimisesti kun taas suuri osa toimihenkilöistä ostaa matkanjärjestäjältä luvat ja varaa mökin. Toimihenkilöt ja työväestö käyttävät eniten rahaa erämatkailuun, kun taas kaikkein vähiten käyttävät rahaa eläkeläiset ja opiskelijat. Markkinointi kannattaisi suunnata erityisesti toimihenkilöille ja myös työväestölle.

## 6 YHTEENVETO JA TOIMENPIDESUOSITUKSET

Tutkimuksessa selvisi, mitä kalastusta ja metsästystä harrastavat henkilöt haluavat erämatkalta, kuinka pitkiä erämatkoja he tekevät ja kuinka paljon he käyttävät rahaa erämatkoihin, sekä ketkä käyttävät kaikkein eniten rahaa matkusteluun. Erämatkalla ihmiset haluavat yleensä nauttia omasta rauhasta majoituskohteessa, jossa on kalastus- tai metsästyskohde lähellä. Erämatkailijat joko toimivat omatoimisesti tai varaavat matkajärjestäjältä majoituskohteen ja ostavat tarvittavat luvat heiltä. Erämatkailijalla on yleensä omat varusteet ja he eivät kaipaa järjestettyä ruokailua eivätkä palveluiden välitöntä läheisyyttä.

Erämatkojen suosituin pituus oli 1-3 päivää, mutta myös 4-6 päivää oli suosittu matkan pituus. Rahaa käytetään matkoin noin 500–2000 euroa vuodessa. Eniten rahaa käyttävät erämatkoihin toimihenkilöt ja työväestö, kun taas vähiten rahaa käyttävät opiskelijat ja eläkeläiset, jotka mieluiten toimivat täysin omatoimisesti. Eniten kalastus ja metsästysmatkoilla käyvät länsi-, itä- ja eteläsuomalaiset ja he käyttävät myös eniten rahaa matkoihin.

Kyselyssä tuli erittäin paljon palautetta Eräkompassin kotisivuista. Palautetta tuli sekä kotisivujen ulkonäöstä että sisällöstä. Suurin yksittäinen moite kotisivuista oli hintatietojen vaikea löytäminen. Paljon kaivattiin myös lisää tietoa matkustuskohteista.

Tutkimustuloksista selvisi, että kalastus- ja metsästysmatkoja kannattaa markkinoida Etelä-Suomeen, Länsi-Suomeen ja Itä-Suomeen, koska sieltä matkustettiin eniten Pohjois-Ruotsiin. He käyttävät eniten rahaa matkusteluun ja he ostavat useimmiten myös matkajärjestäjiltä palveluita.

Eräkompassin tuotteet ovat yleisesti toimiva kokonaisuus. Kyselyn mukaan kalastusta ja metsästystä harrastavat henkilöt haluavat erämatkalla omaa rauhaa ja toivovat, että kalastus ja metsästyskohteet ovat lähellä majoituspaikkaa. Yrityksen kohteet vastaavat mahdollisten asiakkaiden toiveita. Heidän majoituskohteet sijaitsevat erittäin lähellä kalastus- ja metsästyskohteita ja näissä paikoissa voi hyvin nauttia omasta rauhasta. Jos asiakkaat kaipaavat palveluita, niin ne löytyvät muutamien kilomerien päästä majoituspaikasta. Hinnoittelu heillä on sopiva kun katsotaan, että ihmiset kuluttavat keskimäärin 500–2000 euroa vuodessa kalastus ja metsästysmatkoihin.

Tutkimustuloksista selvisi, että metsästysmuodoista suosittuja olivat latvalintujen metsästys, hirven metsästys ja vesilintujen metsästys. Nämä kaikki metsästysmuodot kuuluvat Eräkompassin tarjontaan. Kalastusmuotoista taas suosituin oli pilkkiminen, 55 % kyselyyn vastanneista harrasti pilkkimistä. Myös avoimissa kysymyksissä ilmeni, että monet haaveilevat erityisesti rautupilkistä, mikä on mahdollinen Pohjois-Ruotsissa. Ollikaisen ja Nygårdin kannattaisikin ottaa yrityksen tuotevalikoimaan pilkkiminen ja erityisesti rautupilkki. Pilkkikausi on keväällä siihen aikaan, jolloin metsästyskausi on loppunut ja kalastuskautta ei ole vielä aloitettu.

Eräkompassin kotisivuja on parannettava. Tutkimuksessa tuli ilmi paljon parannuskohteita. Tärkeämpänä parannuskohteena on kotisivuilla liikkuminen, reittejä on lyhennettävä, jotta lukijat löytäisivät tarvittavat tiedot helposti. Lukijat eivät usein löytäneet hintoja ja hinnat onkin tuotava kotisivuilla paremmin esille. Kotisivujen on luotava paremmin mielikuvia matkasta ja saatava ihmiset haaveilemaan matkasta sekä olemaan valmiita ostamaan matkan kotisivujen perusteella. Hyviä mielikuvia voi luoda tarinoilla, kuvilla ja videopätkillä. Sivut kaipaavat myös lisää tietoa kalastus- ja metsästysmatkoista. Lukijat kaipasivat maastokuvia ja enemmän yksityiskohtaista tietoa kohteista.

Eräkompassin markkinointi kannattaisi suunnata ja keskittää Itä-Suomeen, Etelä-Suomeen ja Länsi-Suomeen. Itä-, etelä-, ja länsisuomalaiset matkustavat eniten Pohjois-Ruotsiin kalastamaan ja metsästämään sekä he käyttävät eniten matkajärjestäjän palveluita, kun taas pohjoisemmassa suomessa harrastetaan enimmäkseen omatoimimatkoja.

Markkinointikanavina kannattaisi käyttää Internetiä, alan lehtiä ja myös sosiaalisia medioita. Internet on Suomessa yleisin tietohaun väline. Suomalaisista noin 68 % etsii tietoa matka- ja majoituspalveluista Internetistä. Sosiaaliset mediat ovat yleistyneitä markkinointivälineitä. (Lakkala 2009). Sosiaalisia medioita ovat mm. blogit, virtuaaliset yhteisöt kuten Facebook, Twitter, mediapalvelut kuten Youtube ja yhteistyöpalveluita kuten Wikipedia. Sosiaaliset mediat ovatkin tehokkaita ja halpoja markkinointivälineitä joita kannattaa käyttää. Aikaisemmin yrityksillä oli vain kotisivut, mutta nyt yrityksillä on kotisivujen lisäksi omat blogit, Facebook-sivut ja omia julkaisuja Youtubessa (Lakkala 2009.) Eräkompassinkin kannattaisi keskittyä halpaan ja tehokkaaseen Internet markkinointiin, mutta myös lehdistä mainostamista kannattaisi jatkaa.

## 7 POHDINTA

Kalastus ja metsästys ovat elämymatkailua. Usein kalastus- ja metsästysalan matkailuyritykset ovat pieniä ja toimivat yrittäjien sivutoimena. Alalla menestymiseksi tarvitaan paljon tietotaitoa luvista ja erityisesti metsästysmatkailussa tarvitaan hyvät suhteet maanomistajien kanssa. Pelkkä yritystoiminnan perusosaaminen ei riitä.

Toimeksiantajani Eräkompassi Ay on lähestynyt yrittämistä kalastus- ja metsästysmatkailuyrityksenä siltä kannalta, että he yrittävät 3 vuotta ja sen jälkeen päättävät, että onko edellytyksiä jatkaa. Ollikaisella ja Nygårdilla ovat hyvät suhteet Ruotsissa yhteistyökumppaneiden kanssa ja tietoa löytyy paljon kalastus- ja metsästysluvista Ruotsissa. Ruotsi ei kuitenkaan ole vielä suomalaisten kalastajien ja metsästäjien keskuudessa kovin suosittu ja Eräkompassin vaikein tehtävä onkin sekä alueen että itsensä markkinointi.

Työssäni olen tehnyt markkinatutkimuksen Eräkompassille ja selvittänyt kenelle heidän kannattaa markkinoida ja miten heidän kannattaa esitellä tuotteitansa ja miten heidän Internet kotisivujaan voisi parantaa. Tutkimuksessa selvisi, että kalastus- ja metsästysharrastajat haluavat erämatkalta omaa rauhaa, eivätkä he tarvitse valmiita välineitä eivätkä täyden palvelun majoituspaikkoja, joissa ruokailu on järjestetty ja palvelut lähellä. Heidän palvelut sopivat siinä mielessä hyvin suomalaiselle erämatkailijalle, eikä heidän tarvitse heidän palveluita kummoisemmin muuttaa. Eräkompassin tarjoamat metsästys- ja kalastusmuodot sekä tarvittavat luvat vastaavat asiakkaiden tarpeita, ainoastaan pilkkiminen ja erityisesti rautupilkki olisi hyvä lisätä tuotevalikoimaan.

Markkinointi heidän pitäisi suunata länsi-, itä- ja eteläsuomalaisille toimihenkilöille ja työväestölle, koska he käyttävät eniten rahaa erämatkusteluun, sekä käyttävät eniten matkajärjestäjien palveluita. Opiskelijoille ja eläkeläisille markkinoinnista ei paljon ole hyötyä, koska he käyvät lähinnä pienellä budjetilla omatoimimatkoilla. Kotisivujen täysin muuttaminen on myös ajankohtaista Eräkompassille. Tutkimuksessa tuli palautetta sekä vaikeasti löydettävästä hinnastosta että huonosta värimaailmasta ja houkuttelemattomuudesta. Kotisivut onkin nyt muutettu täysin ja ne ovat paljon toimivammat.

Tämän työn tekeminen oli erittäin mielenkiintoista, koska olen itse kiinnostunut erämatkailusta ja erityisesti pohjoiseen matkustamisesta. Pohjois-Ruotsi oli aiheena vieras ja oli mielenkiintoista tutustua siihen. Vaikea oli kuitenkin löytää varsinaisesti tietoa kalastuksesta ja metsästyksestä Pohjois-Ruotsissa, lähteitä oli enemmän Pohjois-Suomessa tapahtuvasta erämatkailusta. Haasteena oli myös löytää henkilöitä, joille tutkimus lähetetään. Mitään varsinaista listaa Suomen kalastus- ja metsästysseurojen jäsenistä ei ollut käytettävissä, joten keräsin itse sähköpostiosoitteet Internetistä käymällä läpi kaikki metsästysliiton ja kalastus.com -sivuilla olevien seurojen jäsenten sähköpostiosoitteet. Myös kaikki mahdolliset Viron kalastus- ja metsästysseurat kävin läpi. Keräsin ne yhteiseksi lähetyslistaksi ja Webropol- ohjelmalla lähetin ne.

Nyt opinnäytetyön loppuvaiheessa olen ollut taas Eräkompassin kanssa tekemisissä. Esitin heille tutkimustulokset ja toimenpide-ehdotukset. Yrityksen kotisivut on uusittu kokonaan heti tutkimustulosten analysoinnin jälkeen. Toimeksiantajalla menee hyvin ja heidän kotisivulla on vierailtu todella paljon. He ovat saaneet myös positiivista palautetta kotisivuisiaan. Markkinointi on heille vieläkin haaste ja toiveena olisi suurempi tunnettuus ympäri Suomea. Yrittäjillä on molemmilla ns. päivätyö, joten yritykseen siirrettävien voimavarojen määrä on rajallinen. Yrityksellä menee kuitenkin odotettua paremmin ja tulevaisuuden näkymät ovat positiivisia.

Olen tyytyväinen, että olen opinnäytetyöni kautta tutustunut Eräkompassin toimintaan ja sen kehitykseen. Sain myös pientä tuntumaa itsekkin yrityksen perustamisesta ja vastaantulevista ongelmista. Opinnäytetyön tekeminen oli pitkä prosessi, mutta yhteensä positiivinen kokemus. Olen erittäin tyytyväinen aiheeseeni ja myös työtäni voin lukea tyytyväisenä.



## LÄHTEET

Alanenpää, T. 2011. Ruotsi- Norrbotten lääni. Www-dokumentti. Saatavissa <http://www.barentsreunion.com/Finskastart/Barents-Reunion/Barents-Reunionin-toiminta-alue/Ruotsi---Norrbottenin-laani.html> Luettu 30.12.2011

Eräkompassi. 2011. Kotisivut. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://erakompassi.com/> Luettu 22.3.2011

Fallenius M, 2009. Markkinointi ja tilastolliset tutkimukset. Luentomuistiinpanot. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Pietarsaaren yksikkö

Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita

Hemmi, J. 2005a. Matkailu, ympäristö, luonto. Osa 1. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Hemmi, J. 2005b. Matkailu, ympäristö, luonto. Osa 2. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Karjalainen, L. 2010. Tilastotieteen perusteet. Keuruu: Otava

Keski-Pohjanmaan Uusyrityskeskus. 2011. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.firmaxi.kokkola.fi/> Luettu 25.3.2011

KvantiMOTV. 2005. Ristiintaulukointi. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html#riippumattomuustesti> Luettu 6.2.2012

Lakkala, H. 2009. Sosiaalinen media matkailumarkkinoinnissa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/hrry/some-matkailumarkkinoinnissa> Luettu 19.2.2011

Maa- ja metsätalousministeriö 2008. Kalastusmatkailun kehittämisen valtakunnallinen toimenpideohjelma 2008–2013. Pdf-dokumentti. Saatavissa: [http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/559/Kalastusmatkailun\\_kehittamisohjelma.pdf](http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/559/Kalastusmatkailun_kehittamisohjelma.pdf) Luettu 22.3.2011

Muuttola, M. 2007. Metsästysmatkailu Suomessa. Www-dokumentti. Saatavissa: [www.north-hunt.org/static/files/METSÄSTYSMATKAILUSUOMESSA.pdf](http://www.north-hunt.org/static/files/METSÄSTYSMATKAILUSUOMESSA.pdf) Luettu:15.11.2011

Nygård, K. 2011. Eräkompassi Ay: omistajan sähköpostihaastattelu, keskustelua yrityksen perustamisesta. 23.3.2011

Ollikainen, P. 2011. Eräkompassi Ay:n omistajan puhelinhaastattelu, keskustelu. 24.3.2011

Riista- ja kalatalouden tutkimuskeskus. 2012. Vapaa-ajan kalastus vähentynyt. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.rktl.fi/tiedotteet/vapaa\\_ajankalastus\\_vahentynyt.html](http://www.rktl.fi/tiedotteet/vapaa_ajankalastus_vahentynyt.html) Luettu 30.1.2012

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry. 2005. Metsästysmatkailu. Www-dokumentti. Saatavissa: [www.luontoyrittajat.net/174.html](http://www.luontoyrittajat.net/174.html) Luettu 15.11.2011

Suomen riistakeskus. 2012. Metsästäjämäärät aluettain 2010 ja 2011. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.riista.fi/?mag\\_nr=35&group=323&ann=117](http://www.riista.fi/?mag_nr=35&group=323&ann=117) Luettu 30.1.2012

SwedishLapland 2010a. Arctic Fishing. Www-Dokumentti. Saatavissa: <http://www.swedishlapland.com/en/Activities/Hunting-and-fishing/Arctic-Fishing/> Luettu: 30.12.2011

SwedishLapland 2010b. Arctic fishing. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.swedishlapland.com/se/Gora/Jakt-och-fiske/Arctic-Fishing/> Luettu: 30.12.2011

Swedenfishing 2011. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.swedenfishing.com/about> Luettu: 23.3.2011

Tiainen, A-M. 2010. Naiset eräpoluilla. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.metsastysinfo.com/erajournalisti.html/\\_anne-mari-tiainen/naiset-erapoluilla-r10](http://www.metsastysinfo.com/erajournalisti.html/_anne-mari-tiainen/naiset-erapoluilla-r10) Luettu: 29.1.2012

Tilastokeskus 2011. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tilastokeskus.fi/til/smat/kas.html> Luettu: 22.3.2011

Virtuaaliammattikorkeakoulu. 2010. Kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www2.amk.fi/mater/tutkimusmenetelmat/kvantitat/kuvailu/index.htm> Luettu 6.3.2010

YLE 2010. Ruotsi houkuttelee kanalintupyytäjiä. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://yle.fi/alueet/perameri/2010/09/ruotsi\\_houkuttelee\\_kanalintupyytajia\\_1979329.html](http://yle.fi/alueet/perameri/2010/09/ruotsi_houkuttelee_kanalintupyytajia_1979329.html) Luettu: 31.12.2011

## Asiakaspalvelukysely

Hei Olen Keski-Puolangan ammattikorkeakoulun metsätalouden opiskelija ja teen asiakaspalveluun liittyvää tutkimusta kaluste- ja kalustus- ja kalustus-yrityksistä. Tutkimus auttaa yrityksiä kehittämään tuotteita, palveluitaan ja parantamaan sen asiakaspalvelua. Jokainen vastaus on meille tärkeä. Kaikkien vastaajien kesken arvotaan kahden hengen matkalle Pohjois-Ruotsiin. Vastaukseni voi vain parantaa Vastaukset keskeisiin luottamustehtäviin.

1) Mikä on yritys/alanasi?

- Kalustus  Metsäntal.  Muut

2) Mitä kalustus- tai metsätalouden alasta? Voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon.

- Kalustusalan kaluste  
 Puu- ja metsätal. kaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Puu- ja metsäkaluste  
 Muu, mikä? \_\_\_\_\_

3) Kuinka pitkä kalustus-/metsätalouden alalla olet?

- 1-3 vuotta  
 4-6 vuotta  
 Yli 6 vuotta

4) Kuinka monta kalustus-/metsätalouden alalla (mikä alalla) olet keskimäärin vuodessa?

- 1  
 2  
 3  
 4  
 5  
 Enemmän kuin 5

5) Mihin kalustus-/metsätalouden alaan olet suuntautunut? Voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon.

- Etelä-Suomi  
 Keski-Suomi  
 Pohjois-Suomi  
 Lappi  
 Ruotsi  
 Venäjä  
 Muu, minne? \_\_\_\_\_

6) Kuinka paljon arvioit käyttäväsi rahaa kalustus-/metsätalouden alalla vuodittain?

- 0-500 euroa  
 501-1000 euroa  
 1001-2000 euroa  
 2001-3000 euroa  
 yli 3000 euroa

7) Kenen kanssa kalustus-/metsätalouden alalla? Voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon.

- Yksin  
 Puolison kanssa  
 Kaverien kanssa  
 Metsätalouden/alan kanssa  
 Työkaverien kanssa  
 Jokin muu, kenet? \_\_\_\_\_

8) Mistä Myyjät Käsitteet ulkoisesti käsitellään/muokataan? Valitse kolme tietoisuutta, joita käyttäjä eniten, Merkitse kolmen suosituimman lähteen kohdalle.

	1 Suosituin	2 Toiseksi suosituin	3 Kolmas suosituin
Painokista/ostelusta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuvista/oppaista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
WWW-sivulla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaverien kehunnasta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kokouskäsikirjoista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosiaalisista verkostoista/Facebook, myspace, Twitter yms.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Message	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alun lähtien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9) Kuinka tärkeinä pidät seuraavilla aloilla kalastus/metsästyksen kohteen vierailussa. 1= erittäin tärkeinä 2= melko tärkeinä 3= jossain määrin tärkeinä 4= en pidä tärkeinä 0= en osaa sanoa

	1	2	3	4	0
Matkan kokonaisesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Käytännöllisyys kalastus/metsästyksessä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Palveluiden (esim. kauppi) edistävyyttä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tuoreiden tuotteiden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oma rauha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vaihtoehtoiset kalastus/metsästysvälineet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Modernit määrit ja saunat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erilaisia kumppeja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10) Valitsee ensi yön vaihtoehto kuraamaan sinulle mielekään kalastus/metsästysmatkaa.

- Täysin amatöörimatkalla
- Olet valinnut kalastus/metsästysmatkan(mökki+hotelli), kohteeseen matkustat ja toimii amatöörimatkalla.
- Olet valinnut kalastus/metsästyksen matkan asiallin mäkki, linjat ja kaljat.
- All inclusive (täydellinen), kaikki on sinulle etukäteen järjestetty (majoitus, kuljetukset, linjat, mäkki, varusteet).

11) Käy tutustumassa sivulla [www.erakompassi.com](http://www.erakompassi.com) ja ota kantaa seuraavien väittämien. 1=täysin samaa mieltä 2=jossain määrin samaa mieltä 3= jossain määrin eri mieltä 4=erittäin 0= en osaa sanoa

	1	2	3	4	0
Sivulla löytyi riittävästi tietoa Eräkompassin toiminnasta ja tuotteista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sivujen kuvat antoivat riittävästi hyvän kuvan toiminnan luonteesta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sivut saivat minua suunnittelemaan erämatkaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuluvuoden perusteella olisin valmis ostamaan Eräkompassilta matkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12) Eräkompassin kotisivujen kehittämissuhteet:

13) Sukupuolusi?

- Mies  Nainen

14) Ikäsi?

- 18-30 vuotta
- 31-40 vuotta
- 41-50 vuotta
- 51-60 vuotta
- Yli 60 vuotta



15) Ammattiryhmä?

- Maanviljelys
- Työstöstä
- Tuomitsut
- Ohtavassa asemassa olevat työntekijät
- Yrittäjä
- Erikoistilinen
- Opettaja
- Muu, mikä?

16) Missä läänissä asuinpaikkasi sijaitsee?

- Etelä-Suomen lääni
- Länsi-Suomen lääni
- Itä-Suomen lääni
- Oulun lääni
- Pohjois-Suomen lääni
- Ahvenanmaan lääni

17) Minkälaisen osuuden olet haaveillut toteuttavasi jäseninä pöytästä?

18) Ajatuksia kalastus/metsätöiden tekemisestä:

19) Jos haluat osallistua kahden hengen matkan arvontaan kirjoita alla olevaan kenttään sähköpostiosoitteesi. Tietosi käsitellään luottamuksellisesti eikä niitä voida yhdistää vastaajasiin!

Sähköpostiosoite

20) Mikäli haluat että Eräkompassi eteen sinua yhdyttää, kirjoita alla olevaan kenttään sähköpostiosoitteesi.

Sähköpostiosoite

Yhteensä

Käsittelemme

