

1.3.2024 - 30.6.2026 | LOPPUJULKAISU

Metsästysmatkailun edellytykset

– ideasta kannattavaksi ja
vastuulliseksi liiketoiminnaksi

Esipuhe

Metsästysmatkailulla on mahdollisuus olla entistä merkittävämpi tulonlähde matkailuliiketoimintaa harjoittavalle yritykselle, metsästysseuralle sekä maanomistajalle. Matkailu on myös kansallisesti merkittävä vientitoimiala ja työllistäjä, joka kasvaa selvästi muuta taloutta nopeammin. Kiinnostus metsästysmatkailun aloittamiseen on kasvussa ja tuo haasteita liiketoiminnan vastuulliseen, kestäväan ja eettiseen toteuttamiseen alusta alkaen.

Metsästysmatkailun edellytykset – ideasta kannattavaksi ja vastuulliseksi liiketoiminnaksi -hankkeen tarkoituksena on jäsentää metsästysmatkailuliiketoimintaa vastuullisella, kestäväällä, eettisellä ja kannattavalla tavalla, joka tarkoittaa niin toimijoiden kuin asiakkaiden sitoutumista yhteiseen tavoitteeseen. Hankkeen myötä riistan taloudellinen hyödyntämisaste nousee palveluntuottajien, maanomistajien sekä metsästysseurojen kehittyvän liiketoimintaosaamisen sekä sen myötä lisääntyvän palvelutarjonnan avulla. Lisäksi metsästysseuroihin kuulumattomien metsästäjien metsästysmahdollisuudet paranevat palveluntuotannon kasvaessa. Hankkeessa huomioidaan erityisesti metsästykseseen liittyvän toimintaympäristön erityispiirteet keskeisenä osana liiketoiminta-ajattelua. Tämä tarkoittaa metsästysseurojen, maanomistajien sekä palveluntuottajien arvomaailman, intressien sekä riistakantaan sitoutuvan arvopotentialin esiintuomista ja liittämistä kiinteäksi osaksi metsästysmatkailuliiketoimintaa.

Hankkeessa kehitetään erityisesti arvoajattelun laatua palveluntuottajien, maanomistajien sekä metsästysseurojen sisäisessä ja ulkoisessa toiminnassa asiakasymmärryksen, arvoketjujen ja ansaintalogiikoiden näkökulmasta. Lisäksi hankkeessa toteutettavissa kuvauksissa hyödynnetään metsästysmatkailuun soveltuvia nykyaikaisia liiketoiminnan kehittämisen työkaluja ja menetelmiä. Vaikka arvontuotanto keskittyy pääosin metsästysmatkailuun, on riistasta saatavalla lihalla merkittävä osuus riistasta saatavan kokonaishyödyn näkökulmasta. Tämä sisällytetään alueellisen riistakannan kokonaisarvon määrittelyyn sekä riistasta saatavan tulon jakosuhteen toiseksi tekijäksi elämysarvon rinnalle.

Miten metsästysmatkailun arvoa tuloutetaan kestäväällä tavalla palveluntuottajien, metsästysseurojen ja maanomistajien näkökulmasta sekä millaisia työkaluja, malleja, prosesseja ja resursseja tämä vaatii?

Hankkeen tuloksena saadaan vastaus kysymykseen; “Miten metsästysmatkailun arvoa tuloutetaan kestäväällä tavalla palveluntuottajien, metsästysseurojen ja maanomistajien näkökulmasta sekä millaisia työkaluja, malleja, prosesseja ja resursseja tämä vaatii?” Hankkeen lopputuotoksena syntyy käytännönläheinen, testattu ja kuvattu toimintokokonaisuus, jonka avulla em. osapuolet voivat toteuttaa metsästysmatkailua paikallisilla toiminta-alueillaan vastuullisella, kestäväällä, eettisellä ja kannattavalla tavalla, mikäli edellytykset metsästysmatkailun toteuttamiseen ovat olemassa. Vastuullisuus on huomioitu kaikissa hankkeen eri osa-alueiden toteutuksessa. Toimintokokonaisuudessa niin metsästysseurojen, maanomistajien kuin palveluntuottajien riistasta saama hyöty konkretisoituu tasapuolisesti perinteisen metsästyksen toimintaedellytyksiä vaarantamatta. Sisällöllisesti toimintokokonaisuus soveltuu niin “matalan kynnyksen” metsästysmatkailutoiminnan käynnistämiseen kuin vaativaan korkean jalostusasteen palveluntuotantoon myös kansainvälisille metsästysasiakkaille.

Hanketta toteuttaa Jyväskylän ammattikorkeakoulun liiketoimintayksikkö yhdessä Suomen riistakeskuksen kanssa maa- ja metsätalousministeriön rahoittamana ajalla 1.3.2024 – 30.6.2026

Tommi Häyrynen,
Projektipäällikkö, JAMK

Sisällys

Vieras metsästyksen toteuttamismahdollisuuksien arviointi	4
Asiakasymmärrys metsästysmatkailun kehittämisen perustana	12
Talousmalli vastuullisen metsästysmatkailun tukena	16
AIDA-malli kokemattoman naisen ostopolun tukena metsästysmatkailussa	20
Vastuullisuus ja kestävyys metsästysmatkailussa	24
Loppusanat	27



Kuva Mikael Wikström

Vierasmetsästyksen toteuttamismahdollisuuksien arviointi

Kuinka riistan elämysarvoa kyetään muuttamaan tuloksi? Onko oma metsästysalueemme sellainen, josta tuota arvoa voidaan ylipäättään tulouttaa? Erityisesti valkohäntäpeurojen kantojen vahvistuminen antaa aiheutta pohtia riistan monipuolisempaa hyödyntämistä niin metsästysseurojen, maanomistajien kuin palveluntuottajien näkökulmista vaarantamatta kuitenkaan perinteistä metsästysseuroissa tapahtuvaa ”perinteistä” metsästystä.

Vierasmetsästyksen arviointiin on luotu mallinnos, jonka avulla pystytään arvioimaan metsästysmatkailun toteuttamismahdollisuuksia metsästysalueittain. Ilman soveltuvaa toimintaympäristöä riistan taloudellisen arvon tulouttaminen elämyksen myynnin myötä on mahdotonta. Toiminnan osapuolet pystyvät eri kriteerien avulla tarkastelemaan, sopiiko alue ylipäättään vierasmetsästyksen tai jos sopii, niin kuinka hyvin. Mallinnoksella on tarkoitus myös nostaa esiin tekijöitä, jotka vaativat korjausliikkeitä, jos vierasmetsästystä aiotaan tulevaisuudessa toteuttaa. On huomiotava, että metsästysalueistamme ainoastaan osa täyttää laadukkaan vierasmetsästyksen toteuttamisympäristön kriteerit, vaikka soveltuvat harrastemetsästyksen kelpollisesti. Mallinnoksen luomisessa on kuunneltu niin metsästyspalveluista kiinnostuneita asiakkaita, maanomistajia, metsästäjiä kuin palveluntuottajiaakin.

Toteuttamismahdollisuuksien kriteereitä

Mallinnoksessa arvioidaan vierasmetsästyksen toteuttamismahdollisuuksia kahdeksan eri osa-alueen kautta. Jokainen osa-alue arvioidaan erikseen käyttämällä kolmeportaista arviointiasteikkoa (toteutuu täysin, vaatii kehittämistä, ei toteudu). Osa-alueet ovat:

1. METSÄSTYSALUE

Metsästysalueen osalta arvioinnin kohteena ovat alueen koko, sijainti, alueen saavutettavuus sekä muoto. Metsästysalueen tulee mahdollistaa kokonsa puolesta riittävän lupamäärän saamisen. Lisäksi käytännön metsästys on pystyttävä järjestämään sujuvasti. Sijainniltaan alueen on oltava helposti saavutettavissa kulkuyhteyksien ja siirtymisten näkökulmista. Yhteislupa-alueen käyttö myös metsästystapahtumien aikana luo paremmat edellytykset kokonaisuuden toteuttamiseksi. Alueen muodon arvioinnissa otetaan kantaa puolestaan metsästysalueen muodon (kapea, leveä) lisäksi maa-alueiden yhtenäisyyteen, joita on lupa käyttää metsästystapahtumissa. Todetut asiat vahvistetaan tarkoituksenmukaisia dokumentteja hyväksikäyttäen alueeseen tutustumisen lisäksi.

2. ALUEEN RIISTAKANTA

Riistakannan arvioinnissa keskitytään alueen lajiston lisäksi todentamaan metsästettävän lajin määrää sekä laatua. Tiheyden lisäksi metsästettävää kantaa arvioidaan niin ikäjakauman, naaras-urosjakauman kuin kestävän ja eettisen metsästyksen periaatteiden näkökulmista. Eri-tyishuomio keskitetään normaalin ”metsästysseurametsästyksen” ja vierasjahtien yhteensovittamiseen riistakannan hyvinvoinnin näkökulmasta. Arvioinnin kohteena on myös alueella toteutettava riistanhoito, joka luo osin perustan kannan verotukselle pitkällä tähtäimellä. Samoin kuin alueen koon arvioinnin osalta edellä mainitut asiat todennetaan tarkoitukseen soveltuvien dokumenttien avulla. Näihin kuuluvat riistanhoitosuunnitelma ja sen toteuttaminen, riistalaskennat, riistan seuranta, verotussuunnitelma ja kaatotilastot.

3. MAASTO

Maaston osalta arvioinnin kohteena ovat alueen metsäkuvio, metsätyyppi, maatalousmaan tyyppi sekä alueen korkeuserot. Erityisenä painopisteenä on riistan elinympäristön monimuotoisuuden arviointi, jossa tarkastellaan riistan ruokailualueita kesä- ja talviravinnon osalta, suoja- ja makuupaikkojen määrää ja laatua sekä metsästyksen teknisiä toteuttamismahdollisuuksia passipaikkojen ja mahdollisten korkeuserojen näkökulmista.

4. METSÄSTYSINFRA

Tässä osiossa arvioidaan alueen tiestöä, passipaikkoja, riistankäsittelytiloja sekä ruhojen siirtoon liittyviä seikkoja. Tiestöä ja passipaikkoja arvioidaan alueella liikkumisen ja turvallisuuden näkökulmista. Riistankäsittelytilojen käytettävyyttä, laatua ja saavutettavuutta arvioidaan niin ikään suhteessa metsästettävään riistalajiin. Osiossa huomioidaan myös liikkumista rajoittavat tekijät metsästyksen sujuvuuden ja nopeiden siirtymisten osalta.

5. OHEISPALVELUINFRA

Oheispalvelujen arvioinnin kohteena ovat metsästystapahtumassa tarvittavat oheispalvelut joita ovat majoitus- ja ruokapalvelut, kuljetuksiin liittyvät palvelut sekä muut mahdolliset palvelut, jotka tuovat lisäarvoa asiakkaille. Tällaisia voivat olla mm. metsäkirkko, trofeenäyttely, metsästysmuseum, riistaruoikia valmistava toimija, ampumarata yms. Oheispalveluja arvioidaan aina suhteessa asiakasryhmään, eri tyyppisillä asiakkailla on eri odotukset esimerkiksi palvelujen laadun osalta.

6. YHTEISTYÖ

Koska metsästystapahtumien onnistunut toteuttaminen edellyttää yhteistä tahtotilaa niin maanomistajien, metsästysseuran kuin palveluntuottajienkin puolelta on ensisijaisen tärkeää, että tämä yhteisymmärrys on todettu. Tämä ei tarkoita jokaiseen sivuääneen reagoimista, vaan yhteisen näkymän luomista, jossa kaikki ymmärtävät samalla tavalla mitä ollaan tekemässä ja millä ehdoilla. Arvioinnin kohteena ovat mm. päätöksenteon yhtenäisyys, yhteislupa-alueen käyttö sekä valmius pitkäaikaiseen yhteistyöhön kaikkien osapuolien ollessa tyytyväisiä toimenpiteisiin. Useasti metsästysalueella joudutaan tekemään investointeja esimerkiksi riistakannan hoitotoimenpiteiden tai metsästysinfran osalta. On selvää, ettei investointien tekeminen kertaluonteisesti ja lyhyellä aikavälillä ole perusteltua monessakaan tapauksessa.

7. ASIAKASKOKEMUS

Asiakaskokemuksen osiossa arvioidaan edellä mainittuja osa-alueita asiakkaan näkökulmasta. Alueen osalta arvioidaan mm. yleisilmettä, luonnonmukaisuutta sekä sitä kuinka hyvin alue vastaa asiakkaan ennako-odotuksiin. Riistakannan osalta arvioidaan metsästystilanteiden syntymistä ja kokonaismielikuvaa, joka asiakkaalle syntyy riistan kohtaamisesta. Myös oheispalveluinfran ja itse palvelun laadun merkitys korostuu tässä osiossa.

8. VASTUULLISUUS

Vastuullinen metsästys on metsästysmatkailun keskeinen perusta ja edellyttää, että metsästystilanne mahdollistaa luotettavan lajitunnistuksen sekä eettisen ja vastuullisen riistalaukaisun. Metsästyksen toteutuksen tulee olla kaikilta osin turvallista niin osallistujien, sivullisten kuin riistan näkökulmasta, ja metsästyksen suunnittelussa on huomioitava selkeät toimintamallit mahdollisia haavakkotilanteita varten. Riistan kunnioitus on olennainen osa vastuullista metsästystä sekä jahdin aikana että sen jälkeen, ja tämä heijastuu myös metsästyksen liittyvässä viestinnässä, kuten kuvien käytössä ja mahdollisissa riistaparaateissa. Vastuulliseen metsästyksen ei kuulu ylisuurten ruokintapaikkojen hyödyntäminen eikä metsästyksen kohdistaminen taantuneisiin riistalajeihin. Metsästys perustuu aina ajantasaiseen tietoon riistakantojen tilasta, kestävään verotukseen ja voimassa olevaan lainsäädäntöön. Lisäksi vastuullista metsästystä tukevat selkeät ohjeistukset ja oppaat, joihin viittaaminen lisää toiminnan läpinäkyvyyttä ja tukee sekä metsästäjien että metsästysmatkailuun osallistuvien ymmärrystä eettisistä ja kestävästä toimintatavoista.

Mallinnoksen avulla pystytään siis arvioimaan vierasjahtien toteuttamismahdollisuuksia alueellisesti. Jos toteuttamismahdollisuudet ovat olemassa, pystytään tämän jälkeen arvioimaan riistan taloudellista arvoa huomioimalla lupamäärät ja metsästettävien eläinten laadulliset ominaisuudet.

QR-koodilla suoraan lukemaan lisää!



Tutustu tästä vierasjahtien toteuttamismahdollisuuksien arviointiin tarkemmin.

<https://www.jamk.fi/fi/projekti/kestava-riistatalous/tyokaluja-riistataloudesta>





Kuva Mikael Wikström

Verotuskestävyys ja hyötylaskuri vastuullisen metsästys- matkailun tukena

Hyötylaskuri

Riistan mahdollistamien hyötyjen läpinäkyväksi tuominen on tärkeä osa vastuullista metsästysmatkailua. Jyväskylän ammattikorkeakoulun rakentaman Excel-pohjaisen hyötylaskurin tavoitteena on tuoda läpinäkyväksi luvanhakijan näkökulmasta, miten jäävän kannan mahdollistama laskennallinen kokonaisarvo muodostuu. Tässä yhteydessä luvanhakija tarkoittaa joko luvan hakijana toimivaa yksittäistä metsästysseuraa tai useamman seuran muodostamaa yhteislupa-aluetta. Hyötylaskurin taustalla on Suomen Luonnonvarakeskuksen (Luke) tuottama vuosittainen hirvitalousaluekohtainen kannanarviomalli. Hyötylaskurin avulla voidaan tarkastella hirven ja valkohäntäpeuran kannan elinvoimaisuutta, tiheyden tasoa ja hirvieläinkannan potentiaalia laskennallisten elämys- ja liha-arvon näkökulmista. Lisäksi laskureiden avulla voi tarkastella millaista tulevaisuuden arvopotentiaalia hirvieläinkannat mahdollistavat erilaisilla kannan tiheystasoilla.

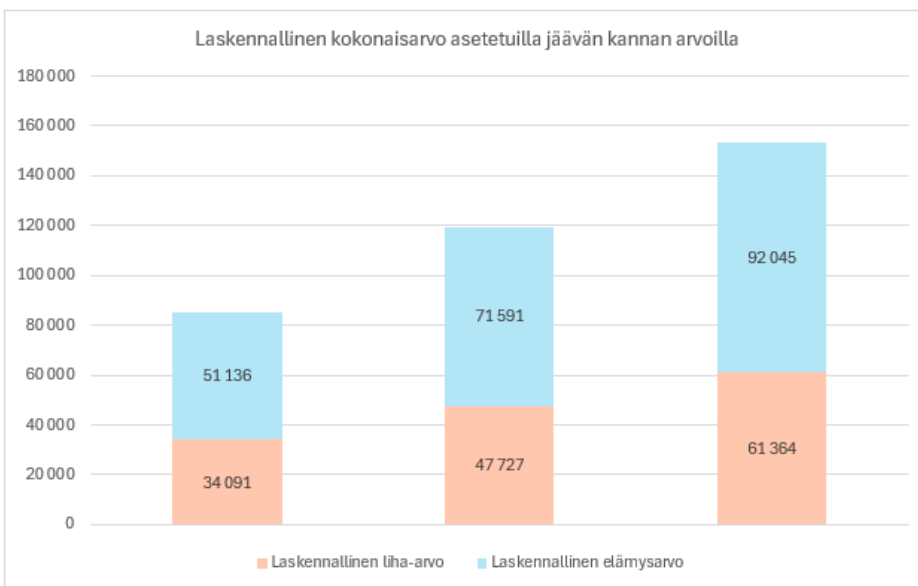
Taustadatan laskelmille on hirvitalousalueen pinta-ala hehtaareissa, kaadettujen eläinten määrät kappaleissa sekä punnitut teuraspainot kiloissa. Näiden lisäksi hirvitalousalueen kannan tiheydestä saadaan seuraavat tiedot; kannan tiheys edellisen metsästyskauden jälkeen sekä kannan tiheyden minimi-, mediaani- ja maksiarvo vuodesta 2000 nykyhetkeen. Hirvitalousaluekohtaisen verotuskestävyyden osalta saadaan edellisen vuoden prosentuaalinen osuus sekä kolmen edellisen vuoden keskiarvo.

Luvanhakija voi itse täyttää Excel-laskuriin luvanhakijan pinta-alan (ha), keskimääräisen lihan ulosmyyntihinnan (€/kg), liha-arvon osuuden (%) riistan mahdollistamasta kokonaisarvosta sekä oman suunnitelmansa kannan tiheydestä (per 1000 ha). Excel-laskurilla luvanhakija voi suunnitella metsästysalueen kannan tiheyttä ja näin ollen tarkastella riistan mahdollistamaa potentiaalia (elämysarvo, liha-arvo ja kokonaisarvo). Luvanhakijan asettama kannan tiheys ei voi ylittää hirvitalousalueen kannan tiheyden maksimiarvoa eikä alittaa minimiarvoa vuodesta 2000 nykyhetkeen mitattuna eli sitä tiheyttä mitä Luken aineistossa on. Excel-laskuri estää minimi- ja maksimiarvosta poikkeamisen. Laskurin avulla voidaan siis selvittää elämys-, liha- ja kokonaisarvon euromäärät kannan tiheyden eri arvoilla laskettuna.

Hyötylaskuri tuottaa aineistosta taulukkomuotoisen yhteenvedon sekä myös graafisen havainnollistamisen.

Yhteenveto EUR: Verotuskestävyys (%) edellinen vuosi (Vuosi n)

Jahdin jälkeen jäävän kannan tiheys (hirveä / 1000 ha)	Laskennallinen liha-arvo	Laskennallinen elämysarvo	Laskennallinen kokonaisarvo	
2,50	34 091	51 136	85 227	Verotuskestävyys (%) edellinen vuosi (Vuosi n)
3,50	47 727	71 591	119 318	Verotuskestävyys (%) edellinen vuosi (Vuosi n)
4,50	61 364	92 045	153 409	Verotuskestävyys (%) edellinen vuosi (Vuosi n)



Verotuskestävyys

Kun tarkastellaan metsästysmatkailua, tulee verotuskestävyyteen liittyvät näkökulmat ulottaa lähemmäksi metsästysseuroja ja palveluntarjoajia. Tämä tarkoittaa sitä, että verotuskestävyyttä, verotusastetta ja kannan ennallaan pitävän saaliin määrää sekä tavoitteellista verotussuunnitelua tarkastellaan luvanhakijan näkökulmasta. Jyväskylän ammattikorkeakoulun rakentamassa verotuskestävyysmallissa (Excel-laskuri) verotuskestävyys lasketaan seuraavalla kaavalla.

$$\text{Verotuskestävyys}_{\text{vuonna } n} = \frac{\text{Jäävä kanta}_{\text{vuonna } n} + \text{Saalis}_{\text{vuonna } n} - \text{Jäävä kanta}_{\text{vuonna } n-1}}{\text{Jäävä kanta}_{\text{vuonna } n-1}}$$

Kaava 1: Verotuskestävyys (Wikström, 2022)

Verotusaste kuvailee, kuinka suuri osuus jäävästä kannasta voidaan poistaa metsästämisellä. Verotusaste tarkoittaa käytännössä sitä, kuinka suuri osa metsästettävästä riistasta (esim. hirvi, valkohäntäpeura, metsäkanalinnut) otetaan saaliiksi suhteessa sen kokonaiskannan tai vuotuisen lisäyksen (tuoton) määrään. Käsite on tärkeä riistanhoidossa, koska liian korkea verotusaste voi johtaa kannan pienenemiseen ja liian matala kannan kasvuun hallitsemattomasti. Esimerkiksi hirvikannan verotusaste pyritään pitämään tasolla, joka säilyttää kannan elinvoimaisena, mutta estää vahinkoja (liikenneonnettomuudet, metsätuhot). Jyväskylän ammattikorkeakoulun rakentamassa verotuskestävyysmallissa (Excel-laskuri) verotusaste lasketaan seuraavalla kaavalla.

$$\text{Verotusaste}_{\text{vuonna } n} = \frac{\text{Saalis}_{\text{vuonna } n}}{\text{Jäävä kanta}_{\text{vuonna } n-1}}$$

Kaava 2: Verotusaste (Wikström, 2022)

Kannan ennallaan pitävän saaliin määrää voidaan tarkastella seuraavasti. Jos tavoite on jäävän kannan vähentäminen, verotusasteen pitää olla kannan verotuskestävyyttä suurempi. Jos tavoite puolestaan on jäävän kannan kasvattaminen, verotusasteen pitää olla kannan verotuskestävyyttä pienempi. Jyväskylän ammattikorkeakoulun rakentamassa verotuskestävyysmallissa (Excel-laskuri) kannan ennallaan pitävän saaliin määrä lasketaan seuraavalla kaavalla.

$$\text{Saalis}_{\text{vuonna } n} = \frac{\text{Jäävä kanta}_{\text{vuonna } n-1}}{\text{Verotuskestävyys}_{\text{vuonna } n}}$$

Kaava 3: Kannan ennallaan pitävän saaliin määrä (Wikström, 2022)

Riistakannan tavoitteellinen verotussuunnittelu tarkoittaa käytännössä sitä, että metsästystä suunnitellaan ja toteutetaan siten, että riistakannan koko ja rakenne pysyvät halutulla tasolla pitkällä aikavälillä. Kyse ei ole pelkästään saaliin määrästä, vaan kokonaisvaltaisesta kannanhoidosta. Tavoitteellinen verotussuunnittelu Jyväskylän ammattikorkeakoulun rakentamassa verotuskestävyysmallissa (Excel-laskuri) tavoitteellinen verotussuunnittelu lasketaan seuraavalla kaavalla.

$$Saalis_{vuonna\ n} = (Jäävä\ kanta_{vuonna\ n-1} * Verotuskestävyys_{vuonna\ n}) - Jäävä\ kanta_{vuonna\ n}$$

Kaava 4: Tavoitteellinen verotussuunnittelu (Wikström, 2022)

Tavoitteellinen verotus on siis suunnitelmallista metsästystä, jolla pyritään pitämään kanta elinvoimaisena, vähentämään vahinkoja ja turvaamaan kestävä metsästyksen edellytykset.

Metsästysmatkailu mahdollistaa luvanhakijalle hirvieläinkannan elämysarvoon sitoutuvan euromääräisen arvon tulouttamisen alueelle. Tämän vuoksi luvanhakijan on tärkeää ottaa huomioon metsästysmatkailuun varattavien lupien määrä sekä haettavien lupien osalta että hirvieläinkannan tulevaisuuden tasoa arvioitaessa. Laskureiden avulla luvanhakija voi tarkastella tulevaisuutta ja kehittää hirvieläinkantaa alueella haluttuun suuntaan. Tämä tarkoittaa sitä, että verotuskestävyys on sellaisella tasolla, joka mahdollistaa sekä seurametsästyksen että metsästysmatkailun toteuttamisen, ja maanomistajille kohdentuvat hyödyt kompensoivat heille aiheutuvat haitat.

Lähde: Wikström, M. (2022). Valkohäntäpeurakantojen verotussuunnittelu – miten arvioida paikallista tuottavuutta? Suomen riistakeskus.

QR-koodilla suoraan lukemaan lisää!



Tutustu tästä verotuskestävyyden sisältöihin

<https://www.jamk.fi/fi/projekti/kestava-riistatalous/tyokaluja-riistataloudesta>



Kuva Adobe Stock

Asiakasymmärrys metsästysmatkailun kehittämisen perustana

Asiakasymmärrys on metsästysmatkailun kehittämisen vahva työkalu. Kun palveluntuottaja tuntee asiakkaidensa motiivit, odotukset ja käyttäytymisen, palveluista voidaan rakentaa kohderyhmille aidosti sopivia, laadukkaita, vastuullisia ja liiketoiminnallisesti kestäviä kokonaisuuksia. Hankkeessa asiakasymmärrys on konseptoitu selkeäksi ja metsästysmatkailuun räätälöidyksi kokonaisuudeksi, joka ohjaa sekä palvelujen suunnittelua että myyntiä ja markkinointia aina asiakaspersoonista ostopolun viimeiseen vaiheeseen saakka. Kokonaisuus tarjoaa metsästysmatkailun palveluntuottajille konkreettista tietoa sekä työkaluja siihen, kuinka toteuttaa metsästysmatkailun palveluja käytännössä asiakkaiden tarpeiden pohjalta.



Asiakasymmärrys on metsästysmatkailun palvelukehityksen keskeinen lähtökohta. Se auttaa palveluntuottajaa tunnistamaan, millaisia asiakkaita alueelle halutaan houkutella, mitä asiakkaat odottavat palvelulta ja millaisia ratkaisuja heidän tarpeidensa täyttäminen edellyttää. Hankkeessa asiakasymmärrystä on rakennettu systemaattisesti ja palvelut on suunniteltu kohderyhmille aidosti sopiviksi ja vastuullisiksi asiakkailta hankitun tutkimustiedon pohjalta.

Asiakaspersoonat muodostavat kokonaisuuden perustan. Ne kuvaavat eri asiakasryhmien motiiveja, osaamista, toiveita ja käyttäytymistä. Persoonien avulla palveluntuottaja voi suunnitella, kenelle palvelua suunnitellaan ja millaisia valintoja asiakkaat todennäköisesti tekevät. Persoonien pohjalta palveluntuottaja voi tehdä segmentoinnin valitsemalla strategisesti ne kohderyhmät, joihin halutaan panostaa. Valinta perustuu alueen vahvuuksiin, resursseihin ja tavoitteisiin.

Kun kohderyhmät on määritelty, palveluntuottaja voi valita palvelukuvauksista kyseiselle asiakaspersoonalle tehdyt palvelukuvausesimerkit. Ne jäsentävät selkeästi, mitä jahti sisältää, kenelle se sopii ja millaista asiakaskokemusta asiakkaalle luvataan. Palvelukuvaukset toimivat sekä markkinoinnin että myynnin tukena ja varmistavat, että palvelu on ymmärrettävä, informatiivinen ja houkutteleva.

Asiakaspolut kuvaavat asiakkaan kokemuksen vaihe vaiheelta ennen jahtia, sen aikana ja sen jälkeen. Polkujen avulla tunnistetaan keskeiset kosketuspisteet, joissa asiakas tarvitsee tietoa, tukea tai varmuutta. Tämä on erityisen tärkeää asiakaspersoonille, joilla ei ole aikaisempaa kokemusta metsästysmatkoista ja joilla on epävarmuutta omasta osaamisestaan tai metsästyksen käytännöistä.

Elämyksen elementit puolestaan määrittävät, mikä tekee metsästysmatkasta merkityksellisen ja erottuvan elämyksen. Elementit ovat erilaisia jokaiselle asiakaspersoonalle ja ne ohjaavat palvelun käytännön toteutusta. Esimerkiksi aloitteleville naisille elämykseen vaikuttaa turvallisuus, luottamus ja hyväksyvä ilmapiiri, kun taas kokeneille metsästäjille tärkeitä asioita ovat jahdin haastavuus ja riistatilanteiden määrä.

AIDA-malli täydentää kokonaisuutta erityisesti markkinointiviestinnän näkökulmasta. Se auttaa palveluntuottajaa ohjaamaan asiakasta vaiheittain kiinnostuksesta kohti metsästysmatkan varaamista; ensin herättämällä asiakkaan kiinnostuksen, sitten tarjoamalla metsästysmatkan hankintaa edellyttävää tietoa ja lopulta tekemällä ostopäätöksestä asiakkaalle mahdollisimman vaivatonta.

Yhdessä kaikki nämä elementit muodostavat selkeän ja käytännönläheisen kokonaisuuden, jonka avulla metsästysmatkailupalveluja voidaan suunnitella asiakaslähtöisesti, vastuullisesti ja liiketoiminnallisesti kestävästi.



1. ASIAKASPERSONAT

Kuvaavat ketä metsästysmatkailun potentiaaliset asiakkaat ovat ja kenelle metsästysmatkailua tulisi suunnitella.

- Perustuvat haastatteluihin ja tutkimustietoon
- Kuvaavat potentiaalisen asiakkaan motiivit, tarpeet, osaamistason ja odotukset
- Persoonat: Kokemattomat naiset, Kokeneet naiset, Kokemattomat miehet, Kokeneet miehet, Kansainväliset asiakkaat, Yritysassiakkaat



2. SEGMENTOINTI

Valitaan, mitä kohderyhmää/asiakaspersonaa metsästysmatkailun palveluntuottaja haluaa ensisijaisesti tavoitella ja palvella.

- Kohderyhmien strateginen valinta asiakaspersoonista
- Perustuu alueen vahvuuksiin, resursseihin ja tavoitteisiin
- Määrittää, mille asiakaspersoonille palveluja ensisijaisesti myydään, markkinoidaan ja kehitetään



3. PALVELUKUVAUKSET

Kuvaavat, mitä metsästysmatka tarjoaa ja millaista asiakaskokemusta ne tuottavat.

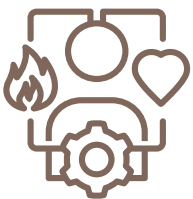
- Rakennettu asiakaspersoonien tarpeiden ja toiveiden pohjalta
- Kuvaukset: palvelun sisältö, kesto, vaatimustaso, turvallisuus, vastuullisuus ja hinnoittelu.
- Toimii informatiivisen sisällön ansiosta metsästysmatkailun markkinoinnin ja myynnin tukena



4. ASIAKASPOLUT

Kuvaavat asiakkaan metsästysmatkakokemuksen vaihe vaiheelta.

- Asiakaskokemus ”ennen jactia, jahdin aikana ja jahdin jälkeen”
- Tunnistetaan asiakkaan tarpeet kaikissa keskeisissä kosketuspisteissä
- Auttaa poistamaan epävarmuutta jahdin toteutuksesta, parantamaan metsästysmatkan sujuvuutta sekä asiakaskokemusta.



5. ELÄMYKSEN ELEMENTIT

Määrittävät, mikä tekee metsästysmatkasta merkityksellisen, erottuvan ja laadukkaan kokonaisuuden.

- Määritelty asiakaspersoonakohtaisesti, esim. aloitteleville naisille: turvallisuus, luottamus, hyväksyvä ilmapiiri ja oppiminen
- Ohjaavat palvelun suunnittelua ja toteutusta käytännössä sekä palveluntuottajan että oppaan näkökulmasta



6. AIDA-MALLI MYYNIN JA MARKKINOINNIN TUKENA

Kertoo kuinka myydä ja markkinoida metsästysmatkailua valitulle kohderyhmälle ja asiakaspersoonalle. Ohjaa palveluntuottajaa tekemään kohdennettua markkinointiviestintää ja helpottaa asiakkaan ohjaamista kohti metsästysmatkan hankintaa.

- Awareness – metsästysmatkan näkyvyys ja kiinnostuksen herättäminen asiakkaassa
- Interest – metsästysmatkan hankintaa nopeuttavan tiedon tarjoaminen asiakkaalle ja asiakkaan epävarmuuden vähentäminen
- Desire – samaistuttavat tarinat, arvot, lupaukset ja suositukset vahvistavat asiakkaan halua metsästysmatkan hankintaan
- Action – selkeä, helppo ja nopea etenemistapa metsästysmatkan varaamiseen



ESIMERKKI: ALOITTELEVA NAISMETSÄSTÄJÄ ASIAKASPERSONANA

Aloitteleva naismetsästäjä on metsästysmatkailussa kasvava ja strategisesti kiinnostava kohderyhmä. Hän on usein 30–49 vuotias, asuu kaupungissa tai sen läheisyydessä ja omaa kiinnostuksen luontoon, ulkoiluun ja elämyksiin. Metsästys voi olla hänelle uusi harrastus tai vasta harkinnassa, ja hän saattaa olla suorittanut metsästäjäututkinnon hiljattain tai suunnitella sen suorittamista.

Tälle asiakaspersonalle metsästys ei ole ensisijaisesti saaliin määrään liittyvä suoritus, vaan kokonaisvaltainen kokemus. Keskeisiä motiiveja ovat luonnossa liikkuminen, uuden oppiminen, irtautuminen arjesta sekä turvallinen ja hyväksyvä ilmapiiri. Aloitteleva naismetsästäjä arvostaa vastuullisuutta, eettisyyttä ja riistan kunnioittamista. Hänelle on tärkeää, että metsästysmatkailupalvelu tuntuu oikealta myös arvojen näkökulmasta.

Usein aloitteleva nainen kokee epävarmuutta omasta osaamisestaan. Tämä korostaa ohjauksen, opastuksen ja selkeän viestinnän merkitystä. palveluntuottajalta odotetaan matalaa kynnystä osallistua, ennakoitavuutta ja tunnetta siitä, että on tervetullut juuri sellaisena kuin on.

QR-koodilla suoraan lukemaan lisää!



Tutustu hankkeen kaikkiin asiakaspersooniin, palvelupolkuihin ja palvelukuvauksiin

<https://www.jamk.fi/fi/asiakasymmarrys-ja-markkinointiviestinta-metsastysmatkailussa>



Talousmalli vastuullisen metsästysmatkailun tukena

Talousmallin tavoitteena on tuoda metsästysmatkailua jo harjoittavan tai sen aloittamista harkitsevan yrityksen päättäjille Excel-pohjainen työkalu liiketoiminnan taloudellisuuden suunnitteluun ja tarkasteluun.

Työkalun tarkoituksena on tukea taloudellisen vastuullisuuden huomioimista osana vastuullista metsästysmatkailua. Taloudellinen vastuullisuus tarkoittaa yrityksen toimintaa, jossa otetaan huomioon sekä taloudellinen kannattavuus että vastuullinen toiminta pitkällä aikavälillä. Taloudelliseen vastuullisuuteen liittyy esimerkiksi, miten yritys hallitsee resurssejaan, tekee investointeja, hallitsee liiketoimintaan liittyviä riskejä ja tuottaa arvoa omistajilleen, asiakkailleen ja yhteiskunnalle kestäväällä tavalla.

Hinnoittelupohja

Talousmallissa tarkastelu lähtee liikkeelle metsästysmatkailupalvelujen hinnoittelusta, jossa kaikki palvelun tuottamiseen välittömästi vaikuttavat elementit hinnoitellaan katetuottoajattelun menetelmällä. Elementtejä voi olla esimerkiksi työpanokset (oma työ ja ostopalvelut), aineet, tarvikkeet ja tavarat. Näin saadaan läpinäkyvyys kunkin palvelupaketin elementistä sekä niiden arvosta. Elementin arvoa voidaan tarkastella kyseiselle elementille asetetun katetuottotavoitteen kautta. Voidaan ajatella, että mitä enemmän arvoa tuottava elementti on kyseessä, sitä suurempi sen katetuottotavoitteen tulisi olla. Käytännössä tämä tarkoittaa yksilöllisen katetuottotavoitteen asettamista jokaiselle metsästysmatkailupaketin elementille erikseen kyseessä olevan palvelupaketin sisällä. Tällä tavoin varmistetaan, että palvelupaketin kukin elementti on kannattava ja luo arvoa.

Talousmallissa tarkastelu lähtee liikkeelle metsästysmatkailupalvelujen hinnoittelusta, jossa kaikki palvelun tuottamiseen välittömästi vaikuttavat elementit hinnoitellaan katetuottoajattelun menetelmällä

Hinnoittelupohja

Vastuullinen metsästysmatkailu

	Kustannus	Katetuotto	Hinta (alv 0)	Hinta (sis. alv)
Osallistujat	6	6	6	6
€/osallistuja	206,67 €	310,00 €	516,67 €	648,42 €

Paketti 1: Fasaani- ja metsäkanalinnut, naiset 6 hlöä

ELÄMYSARVO				Muuttuvat kustannukset				Arvonlisävero		sis. alv
Elementti	Kustannuslaji	Määrä	Yksikkö	€/Yks.	Kustannus	Katetavoite	Katetuotto	Myyntihinta	Verokanta	
Järjestäjänä työpanos (opas ja yleismies)	Työssäoloajan normaalipalkat	20	h	20,00 €	400,00 €	60,0 %	600,00 €	1 000,00 €	25,5 %	255,00 €
Opas 1	Vuokrattu työvoima	15	h	20,00 €	300,00 €	60,0 %	450,00 €	750,00 €	25,5 %	191,25 €
Eväspaketti	Aineet, tarvikkeet ja tavarat	1	kpl	120,00 €	120,00 €	60,0 %	180,00 €	300,00 €	25,5 %	76,50 €
Aamiainen	Aineet, tarvikkeet ja tavarat	2	kpl	60,00 €	120,00 €	60,0 %	180,00 €	300,00 €	25,5 %	76,50 €
Lounas	Aineet, tarvikkeet ja tavarat	2	kpl	100,00 €	200,00 €	60,0 %	300,00 €	500,00 €	25,5 %	127,50 €
Illallinen	Aineet, tarvikkeet ja tavarat	1	kpl	100,00 €	100,00 €	60,0 %	150,00 €	250,00 €	25,5 %	63,75 €
	Valitse alusvetovalikosta...		Valitse alusvetovalikosta...		0,00 €		0,00 €	0,00 €	0,0 %	0,00 €
	Valitse alusvetovalikosta...		Valitse alusvetovalikosta...		0,00 €		0,00 €	0,00 €	0,0 %	0,00 €
	Valitse alusvetovalikosta...		Valitse alusvetovalikosta...		0,00 €		0,00 €	0,00 €	0,0 %	0,00 €
					1 240,00 €		1 860,00 €	3 100,00 €		790,50 €
							60,0 %			3 890,50 €

Investointisuunnitelma

Investointisuunnitelma on yrityksen tai organisaation laatima suunnitelma, jossa määritellään tulevat pääomantarpeet eli investoinnit, niiden kustannukset ja ajoitus. Sen tarkoituksena on varmistaa, että resurssit käytetään tehokkaasti ja että investoinnit tukevat strategisia tavoitteita. Investointisuunnitelmassa huomioidaan myös investointeihin liittyvä arvonlisävero sekä mahdolliset investointeihin saatavat avustukset. Pääomantarpeet voivat liittyä esimerkiksi maa-alueisiin ja vesialueisiin, uudisrakennuksiin ja rakennelmiin, koneisiin ja kalustoon sekä muihin aineellisiin hyödykkeisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin. Lisäksi investointisuunnitelmassa tarkastellaan, miten suunnitellut investoinnit rahoitetaan. Rahoituksen näkökulmasta tarkastellaan rahoituslähteitä niin oman rahoituksen kuin vieraan rahoituksen osalta.

Tulossuunnitelma

Tulossuunnitelma on yrityksen tai organisaation talouden suunnittelun malli, jossa arvioidaan tulevien kausien tulot, menot ja niiden vaikutus tulokseen. Sen tavoitteena on ennakoida taloudellinen tilanne, ohjata toimintaa kohti asetettuja tavoitteita ja varmistaa taloudellinen tasapaino. Tulossuunnitelman pääkohdat koostuvat liiketoiminnan tuotoista, liiketoiminnan kuluista, rahoitustuotoista ja -kuluista sekä veroista. Tulossuunnitelma tuo esille tärkeitä tulokselliseen toimintaan liittyviä käsitteitä, kuten käyttökate (EBITDA), liike-tulos (EBIT), voitto/tappio ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja sekä tilikauden voitto/tappio. Tulossuunnitelma auttaa tekemään taloudellisesti kestäviä päätöksiä ja seuraamaan, toteutuuko toiminta tavoitteiden mukaisesti.

TASE

Tase on yrityksen tai organisaation tilinpäätöksen osa, joka kuvaa taloudellisen tilanteen tiettyinä päivinä eli tilinpäätöshetkellä. Se esittää, mitä varoja (aktiivoja) organisaatiolla on ja miten nämä varat on rahoitettu (oma pääoma ja velat). Tase jakautuu kahteen osaan:

1. Vastaavaa (aktiiva), joka sisältää pysyvät vastaavat eli yrityksen pitkäaikaiset varat, kuten aineettomat hyödykkeet, aineelliset hyödykkeet ja sijoitukset sekä vaihtuvat vastaavat eli yrityksen lyhytaikaiset varat, kuten vaihto-omaisuus, saamiset, rahoitusarvopaperit sekä rahat ja pankkisaamiset.

2. Vastattavaa (passiiva), joka kertoo, miten yrityksen varat on rahoitettu ts. mistä lähteistä rahoitus on saatu; esim. oma pääoma, tilinpäätössiirtojen kertymä, pakolliset varaukset sekä pitkä- ja lyhytaikainen vieras pääoma.

Taseen peruserä on, että varojen (vastaavaa) määrä on yhtä suuri kuin oman pääoman ja velkojen (vastattavaa) määrä, eli tase on aina tasapainossa.

LAINAT

Lainat -osion tarkoituksena on tuoda läpinäkyväksi vieraalla pääomalla rahoitettavat kohteet. Osio koostuu tarkastelusta, jossa huomioidaan nykyiset pitkäaikaiset lainat, uudet pitkäaikaiset lainat sekä uudet osamaksuvelat. Osiossa tarkastellaan myös lainojen nostoa, lyhennyksiä sekä korkoa.

KUSTANNUKSET

Kustannukset -osiossa tarkastellaan toimintaan liittyviä kustannuksia ja ennustetaan niitä tuleville kausille. Tässä osiossa kustannuslajeja päätasolla ovat palkat ja palkkiot, henkilöstösivukulut sekä liiketoiminnan muut kulut. Liiketoiminnan muut kulut sisältävät esimerkiksi toimintakustannukset, ajoneuvot, atk-laitteet, kone- ja kalustokulut, matkakulut, markkinointikulut, hallintopalvelut, tieto- ja rahaliikenne, vakuutukset, ulkopuoliset palvelut jne. Kustannukset huomioidaan tulossuunnitelmassa.

LIKEVAIHTO

Liikevaihto -osiossa tarkastellaan, miten tulevien kausien liikevaihto muodostuu. Tarkastelu tehdään tuote/palvelu tasolla, jolloin voidaan määrittää suoritteen myyntimäärä, myyntihinta, ainekäytön ja hankintojen osuus sekä ainekäyttö. Kokonaisuutena muodostuu käsitys siitä, millaisia suoritteita ja kuinka paljon niitä tarvitsee myydä liikevaihtotavoitteeseen pääsemiseksi sekä millaisia kuluja myytäviin suoritteisiin liittyy.

RAHOITUSSUUNNITELMA

Rahoitussuunnitelma on talouden suunnittelun asiakirja, jossa arvioidaan, miten yritys tai organisaatio rahoittaa toimintansa ja investointinsa tulevilla kausilla. Rahoitussuunnitelmassa tarkastellaan tarkemmin rahan lähteitä ja rahan käyttöä, toisin sanoen mistä lähteistä raha tulee ja mihin raha käytetään. Rahoitussuunnitelmassa huomioidaan myös käyttöpääoma, joka tar-

koittaa yrityksen lyhytaikaisten varojen ja velkojen erotusta. Se kuvaa, kuinka paljon yrityksellä on nopeasti käytettävissä olevia varoja päivittäisen toiminnan pyörittämiseen. Lisäksi osio sisältää tunnuslukuja taloudesta, jotka liittyvät esimerkiksi liiketoiminnan laajuuteen, liiketoiminnan kannattavuuteen, maksuvalmiuteen, vakavaraisuuteen, riskeihin sekä nettovarallisuuteen. Rahoitussuunnitelma auttaa varmistamaan realistisen talouspohjan, ehkäisee kassavajeita ja tukee strategisten tavoitteiden toteutumista.

KASSABUDJETTI

Kassabudjetti on suunnitelma yrityksen tulevista rahavirroista, eli siitä, kuinka paljon rahaa tulee sisään (liiketoiminnan tulot/kassaanmaksut) ja kuinka paljon sitä lähtee ulos (liiketoiminnan menot/kassastamaksut) tietyllä ajanjaksolla. Sen avulla ennakoidaan yrityksen maksuvalmiutta ja varmistetaan, että rahaa riittää kattamaan lähiajan menot. Lisäksi huomioidaan pääomarahoituksen tulot ja menot. Kassabudjetti laaditaan kuukausitasolla kahden seuraavan tulevan kauden osalta. Se tuottaa kuukausitasolla nettokassavirran sekä kumulatiivisen kassan kauden lopussa. Kassabudjetti on tärkeä työkalu talouden ohjauksessa, koska se auttaa ennakoimaan kassavajeet, ajoittamaan menot ja tekemään tarvittaessa rahoituspäätöksiä.

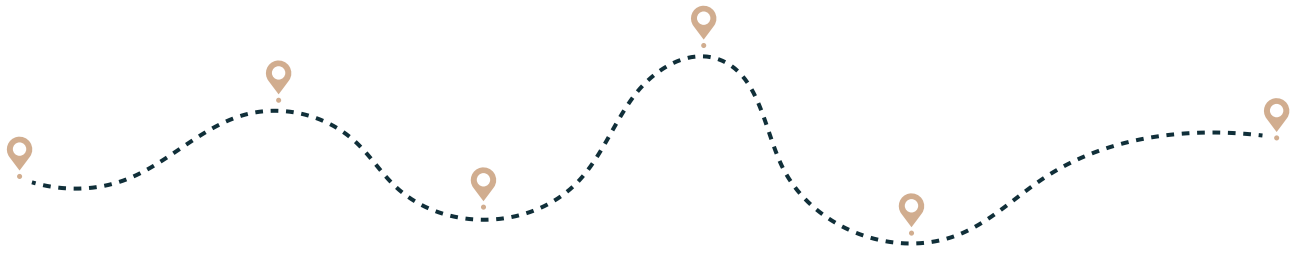
Taloussuunnitelma on yrityksen tai organisaation talouden kokonaisvaltainen ennuste ja ohjausväline, joka kattaa tulevan toimikauden tulot, menot, investoinnit ja rahoituksen. Sen tarkoituksena on varmistaa, että toiminta on taloudellisesti kestävä ja että resurssit kohdennetaan strategisesti oikein. Taloussuunnitelma toimii päätöksenteon perustana ja auttaa seuraamaan, eteneekö organisaatio tavoitteidensa mukaisesti.

QR-koodilla suoraan lukemaan lisää!



Testaa talousmalli-työkalua

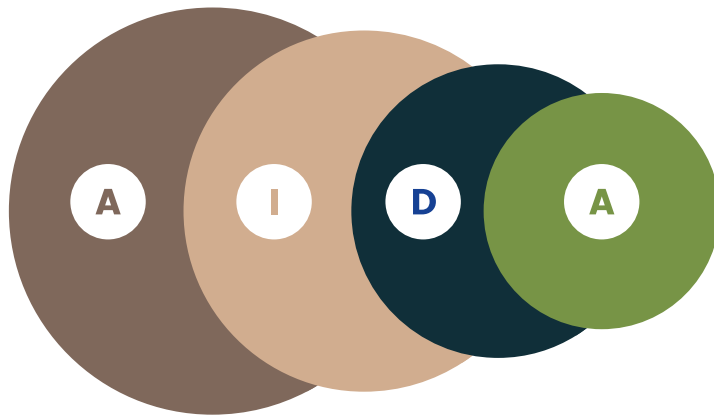
<https://www.jamk.fi/fi/projekti/kestava-riistatalous/tyokaluja-riistataloudesta>



AIDA-malli kokemattoman naisen ostopolun tukena metsästysmatkailussa

Hankkeessa valittu kohderyhmä, kokemattomat naiset, edustaa metsästysmatkailussa kasvavaa ja potentiaalista asiakasryhmää. He ovat tyypillisesti 30–49-vuotiaita, kaupungeissa asuvia ja luonnosta, elämyksistä sekä uuden oppimisesta kiinnostuneita naisia, joilla on vähän tai ei lainkaan metsästyskokemusta. Asiakasymmärryksen perusteella heidän ostopolkunsa ei ole suoraviivainen, vaan siihen liittyy epävarmuutta omasta osaamisesta, arvoihin liittyvää pohdintaa sekä tarve turvalliselle ja hyväksyväälle ilmapiirille.

AIDA-malli (Attention–Interest–Desire–Action) toimii rakenteellisena viitekehyksenä, jonka avulla palveluntuottaja voi johdonmukaisesti ohjata kokemattoman naisen harkintavaiheesta ostopäätökseen ja edelleen pitkäaikaiseksi asiakkaaksi.



● ATTENTION

- Luonto, tunteet ja yhteisöllisyys
- Samaistuttavat ensikertalaisten tarinat

● INTEREST

- Konkreettinen tieto jahtipäivästä
- Turvallisuus ja etiikka ensin

● DESIRE

- Arvot ja kokemus kohtaavat
- Esteet puretaan avoimesti

● ACTION

- Selkeä ja helppo varaus
- Rohkaiseva, ei painostava viestintä

Attention – huomion herättäminen

Kokemattoman naisen kohdalla huomion herättäminen ei perustu tekniseen metsästysviestintään tai saalismääriin, vaan tunteisiin ja arvoihin. Huomio syntyy sisällöistä, joissa korostuvat luonnon rauha ja kauneus, yhdessä tekeminen, uuden oppiminen sekä turvallinen ja kannustava ilmapiiri. Tärkeää on tarjota samaistuttavia tarinoita naisista, jotka ovat itse olleet ensikertalaisia ja uskaltaneet lähteä mukaan.

Asiakasymmärryksen perusteella kokematon nainen ei samaistu kokeneisiin, teknisesti taitaviin metsästäjiin, vaan henkilöihin, jotka ovat olleet samassa tilanteessa kuin hän itse. Siksi viestinnässä korostuvat ensimmäiset kokemukset, jännityksen ja epävarmuuden tunteet sekä onnistumisen hetket.

Huomion herättämisen kanavina toimivat erityisesti sosiaalinen media, kuten Instagram ja Facebook, sekä verkkosivujen blogisisällöt ja artikkelit. Myös naisten omat luonto- ja harrastusyhteisöt ovat keskeisiä. Tavoitteena on madaltaa kynnystä ja purkaa mielikuvaa metsästyksestä vain kokeneiden tai tietynlaisten harrastajien toimintana.

Interest – kiinnostuksen syventäminen

Kun huomio on herännyt, kokematon nainen siirtyy tiedonhakuvaiheeseen. Tässä vaiheessa hänen mielessään korostuvat kysymykset omasta riittävydestä, fyysisestä jaksamisesta, turvallisuudesta sekä metsästyksen eettisyydestä. Hän haluaa ymmärtää, mitä osallistuminen käytännössä tarkoittaa ja mitä häneltä odotetaan.

Kiinnostusta syvennetään tarjoamalla selkeää, konkreettista ja helposti ymmärrettävää tietoa. Palvelukuvauksissa avataan tarkasti, miten jahtipäivä etenee, tarvitaanko aiempaa kokemusta, miten turvallisuus varmistetaan ja millä tavoin riistan hyvinvointi huomioidaan. Epävarmuutta vähentää se, että asiakas saa ennakoon tietoa varusteista, aikataulusta ja ryhmän koosta.

Tässä vaiheessa erityisen toimivia ovat usein kysytyt kysymykset -osiot, blogikirjoitukset ensikertalaisille sekä lyhyet kuvaukset tai videot, joissa esitellään jahtipäivän kulkua. Lisäksi mahdollisuus esittää kysymyksiä matalalla kynnyksellä – esimerkiksi yhteydenottolomakkeen tai viestikananavan kautta – vahvistaa luottamusta. Kiinnostuksen vaiheessa keskeistä on rakentaa turvallisuuden ja ammattimaisuuden tunnetta.

Desire – halun vahvistaminen

Halun syntyminen edellyttää, että kokematon nainen pystyy kuvittelemaan itsensä osaksi metsästyskokemusta. Hän ei enää pelkästään hae tietoa, vaan alkaa pohtia, millaista osallistuminen voisi olla hänen omasta näkökulmastaan.

Halua vahvistetaan asiakaskokemuksilla ja tarinoilla, joissa ensikertalaiset kuvaavat omia tunteitaan, oppimisen hetkiä ja yhteisöllisyyden merkitystä. Tärkeää on tuoda esiin, että onnistuminen ei määritty pelkästään saaliin kautta, vaan kokemuksena luonnossa liikkumisesta, uuden taidon oppimisesta ja yhteisestä ajasta pienryhmässä.

Kokemattomalle naiselle merkityksellisyys on keskeinen tekijä. Kun palvelussa korostetaan vastuullisuutta, riistan kunnioittamista ja luonnon arvostusta, asiakas voi peilata kokemusta omiin arvoihinsa. Eettisesti kestävä toimintatapa poistaa ristiriitoja ja vahvistaa tunnetta siitä, että osallistuminen on linjassa hänen maailmankuvansa kanssa.

Halun vahvistaminen tarkoittaa myös esteiden purkamista. Taloudellisiin kysymyksiin vastataan avoimesti, osaamiseen liittyvää epävarmuutta lievennetään korostamalla ohjausta ja tukea, ja eettiset kysymykset käsitellään läpinäkyvästi. Kun asiakas kokee, että hänen huolensa otetaan vakavasti, halu osallistua vahvistuu.



Kuva Mikael Wikström

Action – ostopäätöksen tukeminen

Kun kiinnostus on muuttunut haluksi, seuraava vaihe on tehdä ostopäätöksestä mahdollisimman selkeä ja turvallinen. Kokemattomalle naiselle ratkaisevaa on, ettei hän jää epätietoisuuteen siitä, mitä seuraavaksi pitäisi tehdä.

Toimintavaiheessa viestinnän tulee sisältää selkeä ja ymmärrettävä toimintakehote. Asiakkaalle kerrotaan konkreettisesti, miten paikka varataan, mitä tietoja tarvitaan ja mitä tapahtuu varauksen jälkeen. Varausprosessin tulee olla yksinkertainen ja vaiheittain etenevä. Mahdollisuus keskustella järjestäjän kanssa ennen lopullista päätöstä – esimerkiksi puhelimitse tai etäyhteydellä – lisää turvallisuuden tunnetta.

Ajankohtaisuus ja rajattu paikkamäärä tukevat päätöksentekoa, mutta viestinnän sävy säilytetään rohkaisevana eikä painostavana. Erityisesti tässä vaiheessa on tärkeää vahvistaa vielä kerran palvelun vastuullisuutta ja turvallisuutta. Kun asiakas kokee, että hänen arvonsa ja tarpeensa on huomioitu, päätöksenteko helpottuu.

Asiakasymmärryksen perusteella kokemattoman naisen ostopolku rakentuu luottamuksen, turvallisuuden ja merkityksellisyyden ympärille. AIDA-malli tarjoaa selkeän ja vaiheittaisen rakenteen, jonka avulla palveluntuottaja voi herättää huomion, syventää kiinnostusta, vahvistaa halua, tukea ostopäätöstä ja rakentaa pitkäjänteistä asiakassuhdetta.

Kun viestintä ja palvelun sisältö suunnitellaan systemaattisesti näiden vaiheiden mukaisesti, harkintavaiheessa oleva kokematon nainen voidaan johdonmukaisesti ohjata kohti osallistumista. Samalla luodaan pohja vastuulliselle, asiakaslähtöiselle ja kestäväälle metsästysmatkailutoiminnalle.

QR-koodilla suoraan lukemaan lisää!



Tutustu AIDA-malliin tarkemmin

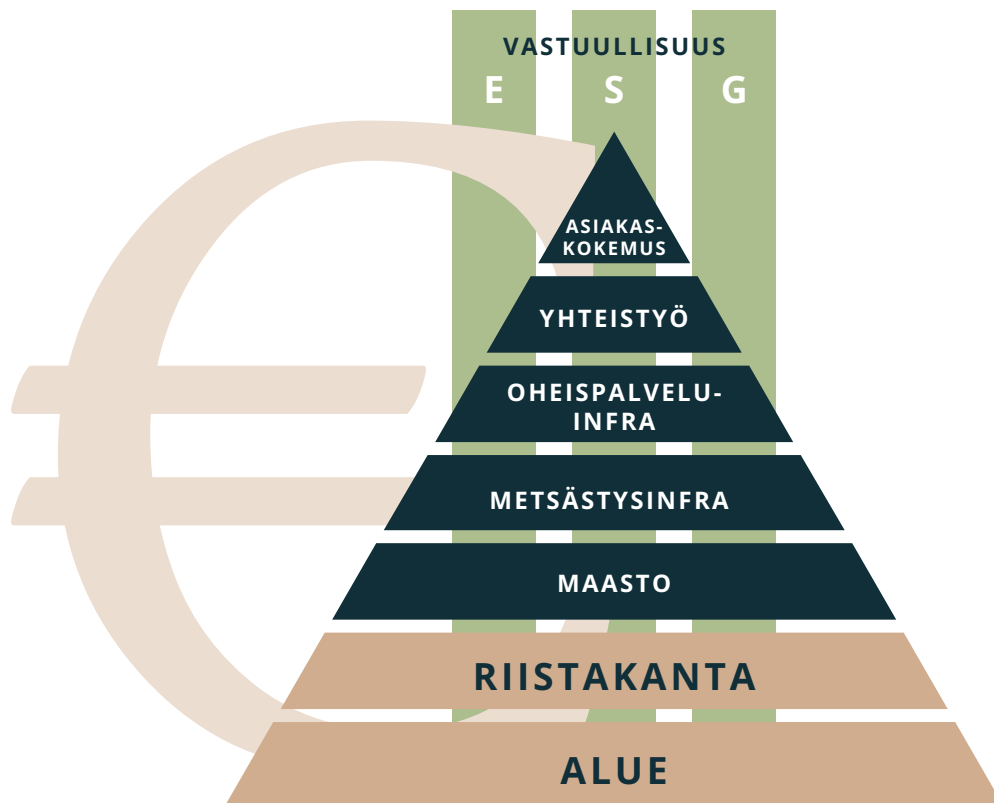
<https://www.jamk.fi/fi/asiakasymmarrys-ja-markkinointiviestinta-metsastysmatkailussa>



Vastuullisuus ja kestävyys metsästysmatkailussa

Metsästysmatkailun vastuullisuus rakentuu ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyden kokonaisuudesta, jossa asiakasymmärrys, paikallisyhteisöjen hyväksyntä ja liiketoiminnan kannattavuus kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa. Hankkeen keskeisenä tavoitteena on tunnistaa, miten vastuullisuus vaikuttaa metsästysmatkailun kysyntään, palveluiden kehittämiseen ja edellytyksiin pitkällä aikavälillä.

Hankkeen ensimmäisessä osa-alueessa syvennettiin asiakasymmärrystä laajan asiakaskyselyn avulla. Kyselyn perusteella muodostettiin kuusi asiakaspersoonaa, jotka edustivat eri sukupuolia, kokemustasoja, yritysasiakkaita ja kansainvälisiä asiakkaita. Tulokset osoittivat, että vastuullisuus on kaikissa asiakassegmenteissä keskeinen arvo, erityisesti luonnonvarojen kestävä käytön ja riistan hyvinvoinnin näkökulmasta. Metsästysmatkan valintakriteereissä vastuullisuus nousi toiseksi tärkeimmäksi tekijäksi heti turvallisuuden jälkeen, ja vastuullisen metsästyksen edistäminen koettiin merkittävimmäksi tekijäksi. Kokeneet metsästäjät korostivat kestävyden ja eettisyyden huomioimista koko palveluprosessin ajan osana laadukasta asiakaskokemusta.



Asiakaspersoonien pohjalta kehitettiin vastuullisuutta korostavia elämyspaketteja, jotka on suunniteltu muokattaviksi palvelukokonaisuuksiksi eri toimijoiden resursseihin ja asiakassegmentteihin. Vastuullisuus läpäisee elämyspaketit aluearvioinnista ja riistakannan riittävydestä aina palvelun toteutukseen ja viestintään saakka. Läpinäkyvyys ja vastuullisen toiminnan näkyväksi tekeminen ovat keskeisiä periaatteita, ja jokaisessa osa-alueessa kuvataan konkreettisesti, miten vastuullisuus toteutuu käytännössä.

Vastuullisuus on keskeinen teema myös markkinointiviestinnässä. Hankkeessa hyödynnetään AIDA-mallia, jonka avulla vastuullisuus integroidaan asiakaspolkuun aina huomion herättämisestä ostopäätökseen asti. Eri asiakassegmenteille on lisäksi laadittu suosituksia siitä, miten vastuullisuudesta viestitään uskottavasti ja vaikuttavasti eri kanavissa.

Metsästysseurojen näkökulmasta ekologinen kestävyys on metsästysmatkailun ehdoton perusedellytys. Elinvoimaiset ja kestävä metsästystä mahdollistavat riistakannat turvataan muun muassa verotuskestävyyden arvioinnilla, riistalaskennoilla ja luotettavan taustadatan hyödyntämisellä. Sosiaalinen kestävyys perustuu metsästyksen laajaan yhteiskunnalliseen hyväksyntään, paikallisten metsästäjien toimintaedellytysten turvaamiseen sekä maanomistajien ja muiden sidosryhmien kanssa tehtävään yhteistyöhön. Taloudellinen vastuullisuus korostuu riistakantojen arvon kestävä hyödyntämisellä, vahinkojen hallintana ja toiminnan avoimuutena, erityisesti silloin kun metsästysseura harjoittaa metsästysmatkailua.

Metsästysmatkailun taloudellista vastuullisuutta tarkastellaan liiketoiminnan kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden näkökulmista. Talousmalli perustuu läpinäkyvään hinnoitteluun, kustannusten tunnistamiseen ja keskeisten taloudellisten tunnuslukujen seurantaan. Taloudellisesti kestävä toiminta luo edellytykset ekologisen ja sosiaalisen vastuun toteutumiselle sekä vahvistaa luottamusta asiakkaiden, maanomistajien ja viranomaisten keskuudessa.

Yhteenvetona vastuullisuus toimii metsästysmatkailun keskeisenä edellytyksenä ja kilpailutekijänä. Kestävästi hoidettu riistatalous, sosiaalinen hyväksyttävyys ja taloudellisesti kannattava toiminta muodostavat perustan metsästysmatkailun pitkäjänteiselle kehittämiselle.

Loppusanat

Metsästys ja riistatalous ovat olennainen osa suomalaista luontoa, kulttuuria ja elinkeinoelämää. Metsästyksen yhteiskunnallinen hyväksyttävyys rakentuu pitkälti ihmisten omien kokemusten ja ymmärryksen varaan. Mitä useampi suomalainen pääsee kosketuksiin metsästyksen kanssa – joko harrastajana tai esimerkiksi metsästysmatkailun kautta – sitä vahvemaksi muodostuu sen hyväksyntä. Julkista keskustelua ohjaavat kuitenkin usein myös oletukset ja mielikuvat, jotka eivät aina perustu tutkittuun tietoon. Siksi tulevaisuuden kehittämistyössä korostuu tarve lisätä läpinäkyvyyttä sekä tuoda konkreettisesti esiin riistatalouden tuottamia ekologisia, sosiaalisia ja taloudellisia hyötyjä.

Hyväksyttävyyden vahvistaminen edellyttää helposti lähestyttäviä, turvallisia ja vastuullisia tapoja tutustua metsästyksen myös niille, joilla ei ole omaa taustaa tai metsästysoikeutta. Metsästysmatkailulla on tässä keskeinen rooli. Laadukkaasti toteutetut palvelut voivat lisätä ymmärrystä luonnon kestävästä käytöstä, vahvistaa yhteisöllisyyttä sekä madaltaa kynnystä osallistua. Samalla ne tukevat metsästäjäkunnan uusiutumista ja monipuolistumista.

Alan uskottavuus ja kestävä kasvu perustuvat taloudelliseen läpinäkyvyyteen ja verotuksellisesti kestävään toimintaan. Kehittämistyössä on tärkeää vahvistaa sellaisia toimintamalleja, jotka tukevat vastuullista liiketoimintaa ja varmistavat, että metsästysmatkailun taloudelliset hyödyt kohdentuvat tasapainoisesti paikallisille toimijoille. Näin riistatalous voi osaltaan edistää maaseudun elinvoimaisuutta ja luoda uusia toimeentulon mahdollisuuksia.

Suomessa riistatalouden taloudellinen potentiaali on edelleen osittain hyödyntämättä. Jatkossa on tärkeää syventää ja laajentaa jo kehitettyjä toimintamalleja sekä luoda uusia ratkaisuja, jotka auttavat tunnistamaan ja osoittamaan riistatalouden arvon päätöksenteon tueksi. Uusien palvelukonseptien kehittämisessä keskeistä on yhdistää vastuullisuus, elämyksellisyys ja teknologian tarjoamat mahdollisuudet. Näin voidaan luoda lisäarvoa sekä palveluntarjoajille että asiakkaille ja vahvistaa riistatalouden asemaa osana kestävää luontomatkailua.



HANKKEEN KAIKKI MATERIAALIT LÖYDÄT OSOITTEESTA
[HTTPS://WWW.JAMK.FI/FI/PROJEKTI/KESTAVA-RIISTATALOUS](https://www.jamk.fi/fi/projekti/kestava-riistatalous)