



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu



South-Eastern Finland
University of Applied Sciences

PLEASE NOTE! THIS IS A PARALLEL PUBLISHED VERSION / SELF-ARCHIVED VERSION OF THE ORIGINAL ARTICLE

This is an electronic reprint of the original article.

This version may differ from the original in pagination and typographic detail.

Author(s): Koljonen, Eeva; Pajari-Seppänen, Hanna

Title: Kalastusmatkailusta ympärivuotinen tulonlähde

Version: Publisher's PDF

Please cite the original version:

Koljonen, E.; Pajari-Seppänen, H. (2025). Kalastusmatkailusta ympärivuotinen tulonlähde.

Vitriini 1, 54 - 55.

HUOM! TÄMÄ ON RINNAKKAISTALLENNE

Rinnakkaistallennettu versio voi erota alkuperäisestä julkaistusta sivunumeroiltaan ja ilmeeltään.

Tekijä(t): Koljonen, Eeva; Pajari-Seppänen, Hanna

Otsikko: Kalastusmatkailusta ympärivuotinen tulonlähde

Versio: Publisher's PDF

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Koljonen, E.; Pajari-Seppänen, H. (2025). Kalastusmatkailusta ympärivuotinen tulonlähde.

Vitriini 1, 54 - 55.

Kalastusmatkailusta ympärivuotinen tulonlähde

Suomessa kalastusta harrastaa noin 1,8 miljoonaa henkilöä, joista suuri osa käyttää matkailupalveluja reissuillaan. Kalastavilta matkailijoilta olisi mahdollisuus saada tuloja ympäri vuoden, myös harvaan asutuilla alueilla. Kalastusmatkailijoiden huomiointi markkinoinnissa ja palveluissa nykyistä paremmin toisi yrityksille lisäansioita.

TEKSTI *Hanna Pajari-Seppänen ja Eeva Koljonen /
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu*
KUVA *Kalastajan Kanava*



Kohteen valinnassa tärkein tekijä kalastusmatkailijoille on tavoitekalalajit, mutta kalastajia kiinnostavat myös majoitus-, ravintola- ja kalastusopaspalvelut.

KALASTUSTA TUKEVISSA matkailupalveluissa on paljon kehittämistä. Tämä nousi esille Kalastaja matkailuyrityksen asiakkaana -hankkeessa syksyllä 2024. Pilottikoulutushanke liittyi maa- ja metsätalousministeriön Kalastusmatkailun kehittämisohjelmaan 2024–34, joka sisältää toimenpide-esitykset palvelujen ja liiketoiminnan, myynnin ja markkinoinnin sekä toimintaympäristön kehittämiseksi.

Kehittämisohjelma on suunniteltu tukemaan ja kehittämään kalastusmatkailua Suomessa. Ohjelman tavoitteena on luoda monipuoliset ja laadukkaat kalastuspalvelut, jotka ovat helposti ostettavissa ja kiinnostavat eri asiakasryhmiä. Visiona on, että Suomessa on Euroopan parhaat kalastuspalvelut vuoteen 2034 mennessä.

Ohjelma tarjoaa koulutusta ja neuvontaa yrityksille yrittäjyyden, tuotekehityksen ja markkinoinnin parantamiseksi. Tämä auttaa yrityksiä kehittämään osaamistaan ja tarjoamaan parempia palveluita asiakkaille. Kalastusmatkailun markkinointiin panostetaan esimerkiksi Fishing in Finland -sivustoa uudistamalla. Tämä parantaa kalastuspalvelujen löydettävyyttä ja houkuttelevuutta.

Ohjelma korostaa kestävyttä ja vastuullisuutta. Kalastuspalvelut tuotetaan kalakantoja kestävästi hyödyntäen, ja ympäristöystävällisyys on keskeinen osa palveluiden kehittämistä.

Pilottikoulutuksia matkailuyrityksille järjestivät Kaakois-Suomen ammattikorkeakoulu Xamk ja Kalastajan Kanava. Verkossa toteutettuihin pilottikoulutuksiin ilmoitautui parisataa henkilöä 80 eri yrityksestä, mikä osoitti, että kiinnostusta kalastusmatkailupalveluiden kehittämiseen on. Osallistujia oli koko Suomesta, eniten Lapista ja Järvi-Suomesta. Koulutusten keskeisiä aiheita olivat asiakasymmärrys, palveluiden kehittäminen ja markkinointi kalastusmatkailijoille.

Kohdennettua markkinointia

Yrityksissä tarvitaan erityisesti lisää tietoa kalastajamatkailijoille suunnattujen palveluiden kehittämisestä. Palvelujen kehittämiseen on saatavilla hankerahoitusta. Maa- ja metsätalousministeriö sekä muut rahoittajat otavat myöntävät avustuksia kalastusmatkailua edistävien toimenpiteiden suunnitteluun ja toteutukseen. Maaseudun yritystykä voi saada yritystoiminnan käynnistämiseen, kehittämiseen ja investointeihin muun muassa Kala-leadereiltä eli kalatalouden paikallisilta toimintaryhmiltä.

Erilaisten markkinointialustojen käyttäminen ja markkinoinnin kohdentaminen ovat kehittämisen keskiössä. Tärkeimmät markkinointialustat ovat ajantasaiset verkkosivut ja sosiaalisen media. Markkinoinnin tulisi olla informatiivisempaa, ja sitä tulisi kohdentaa kalastaville matkailijoille. Palveluiden kehittämisestä kalastajille sopivaksi löytyy lisätietoa muun muassa Kalastaja matkailuyrityksen asiakkaana -hankkeen verkkosivuilta, joilta löytyvät hankkeen koulutusten tallenteet.

Pk-yrityksillä on yleensä vain vähän aikaa ja resursseja kehittää toimintojaan. Erilaisissa kehittämistehtävissä yritykset voivat hyödyntää oppilaitosten osaamista esimerkiksi antamalla toimeksiannon alan oppilaitoksen opiskelijoille. Harvaan asutuilla alueilla yritysten välinen yhteistyö ja kumppanuudet ovat kalastusmatkailussa vähän käytetty voimavara. Kaikkea ei tarvitse tuottaa itse.

Mitä kalastusmatkailijat odottavat?

Kohteen valinnassa tärkein tekijä kalastusmatkailijoille on tavoitekalalajit, joista keskeisimmät ovat ahven, kuha, hauki ja järvi-aimen. Saalisvarmuus on tärkeä kriteeri luonto- ja maisema-arvojen lisäksi. Omat aiemmat kokemukset sekä erityisesti muiden suosituksien ja arvot matkakohteesta vaikuttavat paljon kohteen valintaan, mikä tulisi huomioida markkinoinnissa paremmin.

Saunomismahdollisuus merkitsee eniten majoitusta valittaessa. Majoitustiloissa toivotaan mahdollisuutta kalastusvaatteiden kuivattamiseen ja säilyttämiseen. Ruoanvalmistustilojen ja -välineiden olisi oltava vähintäänkin kohtuulliset. Veneenlasku- ja rantautumispaikat ovat tärkeitä, ja niistä odotetaan saatavan tietoa ennen ostopäätöstä. Kalastavat matkailijat toivovat joustavia sisään- ja uloskirjautumisaikoja, sillä lähtöpäivänäkkin halutaan vielä kalastaa, käsitellä saalista ja peseytyä.

Saunomisesta, veneenlaskupaikasta sekä aamiaisesta ollaan valmiita maksamaan kohtuullisesti, joskin useimmiten näiden toivotaan sisältyvän hintaan. Osa kalastajista on valmis maksamaan hyvin laadukkaista palveluista ja kalastusopastuksesta. Useimmiten liikutaan 2–4 henkilön seurueissa. Iältään kalastavat matkailijat ovat 30–59-vuotiaita. Matka kestää yleisimmin muutaman vuorokauden.

Kalastusmatkailijoita kiinnostavat majoitus-, ravintola- ja kalastusopastuspalvelut. Naisia kiinnostavat miehiä enemmän myös muut palvelut ja kulttuuri. Miehet ovat valmiita käyttämään naisia enemmän rahaa matkoillaan.

Matkailuyrittäjien on kalastuslupa-asioiden lisäksi hyvä kertoa asiakkaille vesistö- ja kalastokohtaisia rajoituksista. Turvallisuuden ja riskienhallinnan on kalastuspalveluissa oltava kunnossa. Vastuullisuus on yhä useammin kohteen valintaperuste etenkin naisilla.

Lisää voi lukea **Laura Jaakkolan** opinnäytetyöstä Kalastajamatkailuyrityksen asiakkaana. Työn tavoitteena oli hankkia ymmärrystä matkailupalveluiden kehittämiskohdista kalastajamatkailijoiden näkökulmasta. Kyselyyn vastasi noin 300 kalastavaa matkailijaa, jotka yöpyvät ja käyttävät palveluita. 📍

Lähteet:

Kalastaja matkailuyrityksen asiakkaana -hanke: www.xamk.fi/hanke/kalastaja-matkailuyrityksen-asiakkaana/
Kalastusmatkailun kehittämisohjelma: mmm.fi/kalat/strategiat-ja-ohjelmat/kalastusmatkailun-kehittamisohjelma
Jaakkola Laura, 2024: Kalastaja matkailuyrityksen asiakkaana: urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2024121736597