

## KALA- JA RIISTARAPORTTEJA nro 240

*Janne Hänninen*

*Mika Tonder*

### Matkailukalastuksen kehittäminen Saimaan Pihlajavedellä

Helsinki 2001

Janne Hänninen ja Mika Tonder

**Matkailukalastuksen kehittäminen Saimaan Pihlajavedellä**

Tutkimusraportti

Kalaveden omistajan profiili (312103)

Perinteet kalastuksen ja matkailun yhteensovittamiselle ovat Suomessa varsin pitkät. Pitkistä perinteistä huolimatta alan laaja-alainen kehittäminen on käynnistynyt vasta viimeisten kymmenen vuoden aikana. Lähtökohtia matkailukalastuksen kehittämiseksi pidetään yleisesti varsin myönteisinä. Matkailukalastuksen uskotaan maaseutu- ja luontomatkailun tavoin luovan maaseudun asukkaille työpaikkoja ja tarjoavan lisä-ansiomahdollisuuksia.

Tämän raportin ensimmäisessä osassa tarkastellaan Suomessa jo toteutettuja erilaisia matkailukalastushankkeita. Toisessa osassa keskitytään Savonlinnan eteläpuolella olevan Pihlajaveden matkailukalastustarjonnan nykytilaan haastattelututkimuksen keinoin. Pihlajavedellä ei muista merkittävistä kalastusalueista poiketen ole toteutettu matkailukalastuksen kehittämishanketta. Tämän raportin tarkoituksena on luoda näkymiä alan kehittämiseksi Saimaan vesistöalueella.

Matkailukalastus, kalastusmatkailu, kehittämishanke, haastattelututkimus, Pihlajavesi

Kala- ja riistaraportteja 240

951-776-353-0

1238-3325

29 s.

Suomi

Julkinen

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos  
Saimaan kalantutkimus ja vesiviljely  
Laasalantie 9  
58175 Enonkoski  
Puh. 0205 751 600 Faksi 0205 751 609

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos  
PL 6  
00721 Helsinki  
Puh. 0205 7511 Faksi 0205 751 201

# Sisällys

1. JOHDANTO.....	1
1.1 Taustaa.....	1
1.2. Aineisto ja menetelmät .....	2
2. MATKAILUKALASTUKSEN KEHITTÄMISPROJEKTIT .....	4
2.1. Hanketarkastelu .....	4
2.2. Matkailuhankkeiden taloudellinen tarkastelu .....	7
3. PIHLAJAVEDEN MATKAILUKALASTUS .....	8
3.1. Pihlajavesi ja kalastus.....	8
3.2. Pihlajaveden haastattelut .....	8
3.3. Luontoarvot - matkailun haitat .....	9
3.4. Pyyntimuodot ja kaavoitus .....	10
3.5. Kalastuskaudet.....	11
3.6. Lupajärjestelmä .....	12
3.7. Kalastuskunnat ja istutukset .....	13
3.8. Kalastusaktiivisuus .....	15
3.9. Saalisvarmuus.....	16
3.10. Opastuksen tarpeet.....	16
3.11. Opastustoiminnan ongelmat .....	17
3.12. Matkailukalastuksen kehittäminen .....	18
3.13. Yhteistoiminta ja projektit.....	20
4. POHDINTA .....	22
4.1. Matkailukalastuksen kehitystyö ja sen vaikeudet.....	22
4.2. Mitä tarvittaisiin matkailukalastusalan kehittämiseksi?.....	23
4.2.1. Kalavesien kaavoitus .....	23
4.2.2. Matkailukalastuksen markkinointi.....	25
4.3. Pihlajaveden matkailukalastuksellinen tulevaisuus.....	26
5. LÄHTEET .....	28

# 1. Johdanto

## 1.1 Taustaa

Yhteiskunnan rakennemuutoksen myötä kalastuksen määrä ja pyyntitavat ovat muuttuneet merkittävästi viimeisten vuosikymmenien aikana. Kalastus on yhä useammalle vapaa-ajan virkistysellinen harraste. Vapaa-ajankalastajia oli Suomessa vuonna 1998 noin 2,1 miljoonaa (Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2000). Maaltamuuton seurauksena suomalainen vapaa-ajankalastajakunta on koko väestön myötä kaupungistunut. Kaupungistumisen sekä kesämökkien määrän ja käyttöajan lisääntymisen myötä on asuinpaikan lähistöllä tapahtuvan kalastuksen rinnalle muodostunut lomapaikkaan ja -aikaan keskittyvä vapaa-ajankalastus (Mikkola & Yrjölä 2001). Ammattikalastuksen taloudellinen merkitys on nykyään virkistyskalastusta pienempi (Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2000.).

Myös muualla Euroopassa ja Yhdysvalloissa kalastus on eräs suosituimmista vapaa-ajan viettotavoista. On arvioitu, että yli 20 miljoonaa eurooppalaista kalastaa vähintään kerran vuodessa. Yhdysvalloissa on arvioitu olevan yli 60 miljoonaa kalastuksen harrastajaa (Eggers & Tast 1992).

Kalastuselämys on Lehtosen (1996) mukaan moniulotteinen. Saaliin saamisen lisäksi luonnonarvojen, infrastruktuuriin ja sosiaalisen kanssakäymisen merkitykset yhdistyvät henkilön omiin arvostuksiin ja intresseihin (Kuva 1).

Kalastuksen ja matkailun yhdistelmät voidaan luokitella kahteen päätyyppiin sen mukaan, kuinka keskeisessä asemassa kalastuksen harjoittaminen on matkailijan arvostuksissa. *Kalastusmatkailulla* tarkoitetaan matkustamista ja alueella viipymistä kalastuksen harrastamisen ja siitä saatavan virkistykseen vuoksi (Jaakkola ym. 1990). Kalastusmatkailu-käsitteeseen liittyy selvästi matkustamista ohjaava toiminnallinen motiivi, eli kalastus ja siihen liittyvät elämykset ja kokemukset (Kalastusmatkailutoimikunta 1995). *Matkailukalastuksessa* taas toiminnallinen elementti on toissijainen; matkailija kalastaa vain satunnaisesti matkailun ollessa keskeinen elementti. Kalastusmatkailu ja matkailukalastus ovat osa *virkistyskalastusta*, jolla tarkoitetaan kaikkea sitä kalastusta, jossa ei pääasiallisesti tavoitella taloudellista hyötyä. Virkistyskalastuksen pyyntitapa ja voivat olla kiinteillä pyydyksillä (mm. verkot ja katiskat) sekä vapakalastusvälineillä pyytäminen (ns. aktiiviset pyyntitavat). (Hemmi 1995)

Vaikka kalastuksen ja matkailun yhteensovittamiselle on Suomessa pitkät perinteet, on aktiivisen kehittämistyön historia varsin lyhyt. Ensimmäisiä kalastusmatkailijoita olivat ulkomaalaiset urheilukalastajat 1800-luvun lopulla, jotka suosivat Vuoksen ja Kymijoen vesistöjen lohi- ja taimenpitoisia koskia. Vasta kun kalastus muuttui laajempien väestöryhmien harrastukseksi, alkoi siihen liittyvä matkailu kehittyä koko maan alueella. Kirjolahien ongintapaikat aloittivat toimintansa 1960-luvun lopulla, mutta varsinaiseen kalastusmatkailuun ei ennen 1970-lukua juurikaan panostettu, toisin kuin esimerkiksi Norjassa ja Ruotsissa. Yksi selvä syy tähän lienee ollut se, että kun suuret lohijoet valjastettiin, katosivat myös parhaat kalastusmahdollisuudet. (Jaakkola ym. 1990, Kalastusmatkailutoimikunta 1995.)

Kalastuksen taloudellisen merkityksen muuttuessa kohti virkistyskalastusta, nousi matkailuelinkeinon mielenkiinto kalastusta kohtaan. Viimeisten kymmenen vuoden aikana matkailukalastuksen ja kalastusmatkailun kehittämiseksi on tehty paljon työtä. Lähtökohtia matkailukalastuksen kehittämiseksi pidetään yleisesti myönteisinä. Matkailukalastuksen uskotaan maaseutu- ja luontomatkailun tavoin tarjoavan maaseudun asukkaille lisäansiomahdollisuuksia tulevaisuudessa (Maa- ja metsätalousministeriö 2000a).



**Kuva 1. Kalastuselämyksen osa-alueet Lehtosen (1996) mukaan.**

Etelä-Savo lukuun ottamatta muilla merkittävillä järvi-, joki- ja merikalastusalueilla on toiminut matkailukalastuksen kehittämishanke viimeisten vuosien aikana. Pihlajaveden alueella matkailukalastusta on kehitetty tähän asti yritysveitoisesti. Tämä raportti tuo uutta tietoa siitä, millaiset edellytykset matkailukalastuksen kehittymiselle Pihlajavedellä on ja millaista kehitystyötä tarvitaan tulevaisuudessa. Raportin ensimmäisessä osassa luodaan katsaus matkailukalastuksen kehittämiseen tähänneisiin projekteihin. Tämä katsaus perustuu 19 eri hankkeelle lähetettyyn tiedusteluun. Raportin toisessa osassa keskitytään Pihlajaveden matkailukalastuksen kehitysnäkymiin, joita karotettiin haastattelututkimuksen keinoin. Raportti perustuu Janne Hännisen Kuopion yliopiston soveltavan eläintieteen laitokselle tekemään progradu -tutkielmaan

## 1.2. Aineisto ja menetelmät

Tiedot matkailukalastusprojekteista kerättiin TE-keskuksilta, Kalatalouden Keskusliitolta sekä Suomen Kalmiasten Keskusliitoilta. Kysely tehtiin 23.2. ja 15.4.2000 välisenä aikana. Matkailukalastushankkeista vastaaville henkilöille postitettiin kyselylomake, jossa oli viisi avointa kysymystä. Pienellä kysymysmäärällä tavoiteltiin tietoja hankkeista sekä tarkasteltavan aineiston rajaamista olennaiseen. Otanta oli määrätty eli kysely postitettiin tarkasti rajatulle joukolle siten, että ne edustivat mahdollisimman laaja-alaisesti matkailukalastuksen kehittämisprojektien kenttää. Vastausaikaa annettiin noin viikko. Saatu aineisto käsiteltiin kvalitatiivisella sisällönanalyysillä eli tarkasteltiin toimitettua aineistoa, tehtiin yhteenvetoja ja vertailtiin havaintoja keskenään (vrt. Grönfors 1982, Toivonen 1999).

Pihlajaveden matkailukalastusyrittäjien ja alan asiantuntijoiden haastatteluja tehtiin vuoden 2000 aikana yhteensä 11 kappaletta. Haastattelututkimus toteutettiin yhteistyössä Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksessa (RKTL) tehtävän Kalaveden omistajan profiili -tutkimushankkeen kanssa. Yrittäjille ja asiantuntijoille tehdyt haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin sanatarkasti. Analyysissä käytettiin laadullista tutkimusotetta. Aineisto koodattiin ja analysoitiin käyttäen ns. grounded theoryn mukaista lähestymistapaa, jossa tutkimuksen kohdetta analysoidaan aineistolähtöisesti ilman etukäteen muovattua teoriaa (Strauss ja Corbin 1998). Analyysin yhteydessä haastatteluaineistosta voitiin erottaa 11 temaattista kokonaisuutta, joihin puheet matkailukalastuksesta kulminoituivat.

Haastatteluja tehtäessä omistajien hallintoyksiköstä käytettiin vielä nimeä kalastuskunta. Yhteisluelain uudistuksen tullessa vuoden 2001 alusta voimaan kalastuskunnat muuttuivat osakaskunniksi. Tässä raportissa noudatetaan voimassa olevaa nimikäytäntöä. Kalastuskunta esiintyy vielä kuitenkin haastattelujen suorissa lainauksissa.

## 2. Matkailukalastuksen kehittämiprojektit

Matkailukalastuksen kehittämiprojektien tarkasteluun sisältyi 19 matkailukalastushanketta. Joukossa on mm. kaksi maakunnallista kalastusmatkailuhanketta, jotka myös palvelivat matkailukalastajia ja matkailukalastuspalveluja tarjoavia yrityksiä laajemmassa mittakaavassa. Kaksi muuta maakunnallista hanketta ovat laveasti luettavissa matkailukalastuksen piiriin. Toinen hankkeista on suuntautunut nuorten kalastusharrastuksen edistämiseen ja toinen Vantaanjoen kehittämisstrategioihin. Kyseiset hankkeet ovat tärkeitä kotimaisen matkailukalastuksen tulevaisuuden kysynnän kannalta. Hankkeiden taloutta on tässä raportissa käsitelty vain tulojen osalta. Taulukossa 1. on esitetty tiivistetysti hankeanalyysissä mukana olleet hankkeet.

### 2.1. Hanketarkastelu

Matkailukalastushankkeita voidaan tarkastella ja arvioida sekä niiden toiminnan alueellisen sijoittumisen että toiminnan sisältämien osa-alueiden mukaan. Esitellyistä hankkeista alueellisesti laajoja, koko valtakunnan kattavia hankkeita olivat Kala-Suomi ja Laatu-Apajat -hanke. Molempien hankkeiden tarkoituksena oli toimia saatevarjohankkeena pienemmille ja tarkemmin suunnatuille projekteille. Näillä hankkeilla luotiin perustaa elinkeinon kehittämiseksi pitemmällä aikavälillä, mutta pienemmissä maakunnallisissa ja paikallisissa hankkeissa on mahdollista päästä konkreettisiin tuloksiin nopeammin. Toisaalta pientä hanketta voivat vaivata resurssien ja ammattitaidon vähäisyys. Valtakunnallisen hanketyön tulokset kypsyvät vuosien kuluessa ja niiden käytännötoimiksi muuttumista yksittäisissä yrityksissä on hankala arvioida.

Useassa maakunnallisessa hankkeessa (Keski-Suomi, MATIKKA<sup>1</sup> ja Kuhamaa) pyrittiin saattamaan matkailun ja kalastuksen eri toimijaosapuolia yhteisen pöydän ääreen sekä luomaan koulutuksen kautta perusteet matkailukalastuksen tai kalastusmatkailun edellytysten kehittämiseksi. Osapuolten kanssakäymisen edistäminen ja asenneilmapiirin muokkaaminen on jo tulos sinällään. Toivottavaa olisi, että yhteistoiminta ei jäisi vain projektin aikaiseksi, vaan jatkuisi myös projektien päätyttyä.

Hankkeiden painopistealueet voidaan jakaa neljään ryhmään: tuotekehitys, markkinointi, yritysten ja hankkeiden välinen verkostoituminen ja yrittäjien koulutus (taulukko 2). Lisäksi monella hankkeella oli suhteita muihin, esimerkiksi kalastushallinnon ja yleisen maaseutupolitiikan sektoreihin. Monelle hankkeelle oli asetettu useita sisällöllisiä tavoitteita. Saadun palautteen perusteella voidaan päätellä, että ne hankkeet, joiden toiminta oli monipuolista mutta tarkasti kohdennettua, koettiin saavuttaneen hyviä tuloksia. Hyvien tulosten kannalta tärkeänä pidettiin myös yrittäjien, tutkimuksen ja viranomaisten välisen yhteistyön kehittämistä. Esimerkiksi Kalasta Lapissa -hankkeen puitteissa tehdyn tutkimuksen (Kukkola 1999) mukaan pienten lappilaisten kalastusmatkailuyritysten sitoutuminen yhteismarkkinointiin hyödyttää alan toimijoita ja vastaavia hankkeita. Tällainen yhteistyö voi lisätä tulevaisuudessa myös yhteistä koulustarjontaa ja tutkimuksellista yhteistyötä. MATIKKA -hankkeen tärkeimpänä tuloksena pidettiin yrittäjien välisen yhteistyön kehittymistä ja yritysten saaman tunnettuuden lisääntymistä.

---

<sup>1</sup> Matkaile idässä -Kalasta Pohjois-Karjalassa

## Taulukko 1. Matkailukalastushankkeet.

Hankkeen nimi	Kesto/v	Rahoittajat ja kokonaisbudjetti
Kala-Suomi	3	Maa- ja metsätalousministeriö, Kalatalouden Keskusliitto 407 000 mk
Laatu-Apajat	3	Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 690 000 mk
Kalasta Lapissa	2	Lapin TE-keskus, yritykset, kunnat: EU (ESR), kansallinen rahoitus 955 000 mk
Keski-Suomen kalastusmatkailuhanke	2	Keski-Suomen TE-keskus, yrittäjät, kunnat 2 460 000 mk
MATIKKA	3	P-K:n TE-keskus, EU (EMOTR), kunnat, yritykset 1 524 000 mk
Pirkanmaan matkailukalastuspalvelujen kehittämisprojekti	1	Maa- ja metsätalousministeriö, Hämeen lääninhallitus, Pirkanmaan liitto, kunnat, lisäksi muita rahoittajia 283 000 mk
Vesien vetovoima yritystoiminnaksi	1½	Opetusministeriö: 40 000 mk
Ydin-Hämeen matkailukalastusprojekti	1½	Maaseutuelinkeinopiiri (kansallinen 5b ja EU), kalastusalueet/Hämeen kalatalouskeskus, Hämeen liitto, Hämeen Matkailu Oy, Ydin-Hämeen kehittämisryhmä 525 000 mk
Kuhamaa	1	Pirkanmaan TE-keskus, EU (EMOTR), yksityinen 330 000 mk
Päijät-Hämeen matkailukalastushanke	4	EU, Päijät-Hämeen liitto, Hämeen maaseutuelinkeinopiiri, kunnat, yksityinen /30 000 mk
Vantaanjoen matkailun kehittämisstrategiat	1	Sisäasiainministeriö (Uudenmaan liitto), Uudenmaan TE-keskus, kunnat 170 000-mk
Jättihauki-Gammelgäddan	2	Uudenmaan TE-keskus, Uudenmaan ja Itä-Uudenmaanliitto, Nylands Fiskarförbund r.f. 220 000 mk
Nuoret kalalle	½	Hämeen ja Varsinais-Suomen TE-keskukset, Kalamiespiirit 155 000 mk
Kymijoen vaelluskalakannat	2	Kotkan kaupunki ja Kymeenlaakson liitto: n. 300 000 mk/vuosi
Tornionlaakson matkailukalastustapah- tumien kehittämisprojekti	1½	yhteistyöryhmä, EU (EAKR), maakunnan kehittämisraha, kunnat, Lapin TE-keskus 440 100 mk
SUOMU	4	EU (EMOTR), Satakunnan TE-keskus, yksityinen 515 000 mk
Ruoveden matkailukalastus- ja verkostoitumishanke	Alkanut v. 2000	Pirkanmaan TE-keskus, maaseutuelinkeinopiiri, EU (EAKR), Pesca-rahasto, Ruoveden Matkailu 520 000 mk
Kainuun matkailukalastuksen esiselvitys	-	Kainuun TE-keskus: 50 000 mk
Multifish	-	Keski-Suomen TE-keskus, EU, Multian kunta, vesialueen omistajat ja yrittäjät 31 600 mk

Hämeessä ja Pirkanmaalla neljän, osittain eri aikoina toteutetun hankkeen (Pirkanmaan matkailukalastuspalvelujen kehittämisprojektin, Vesien vetovoima yritystoiminnaksi, Ydin-Hämeen matkailukalastusprojektin ja Kuhamaan) koettiin saavuttaneen hyvä tuloksia. Neljä osittain eri aikoina toteutettua hanketta muodostivat toimivan kokonaisuuden, jolla yksittäisiin lyhyehköihin hankkeisiin saatiin jatkuvuutta. Lisäksi kaikissa ko. hankkeissa yrittäjille järjestettiin elinkeinon kehittämiseen tähtäävää ohjausta ja koulutusta.

Kokonaan toinen kysymys on, minkä tasoista koulutus on ollut ja saadaanko teemapäivien tyypillisillä koulutuksilla riittävää pysyvää oppimista aikaan. Markkinoinnin ja yrittämisen perusteiden koulutus vaatii intensiivistä ja motivoitunutta osallistumista. Kielitaidon oppiminen ja kehittäminen ovat pitkiä prosesseja. Kalastuksen menetelmät yrittäjät varmasti hallitsevat, mutta asiakaslähtöisten tuotteiden kehitys, markkinointi ja kannattava myynti vaativat runsaasti ammattitaitoa. Borg (1999) ja Harju-Autti (1999) toteavat, että luontomatkailualalle tulokynnys on matala ja monet tiedolliset ja taidolliset puutteet vaikeuttavat alan yritysten toimintaa.



**Taulukko 2. Matkailukalastushankkeiden toiminnallinen sisältö.**

Hanke	Tuotekehitys	Markkinointi	Verkostoituminen	Koulutus	Muu
Kala-Suomi	X	X	X	X	
Laatu-Apajat					yrittäjien kartoitus, luokitus
K-S:n kalastusmatkailuhanke	X	X	X	X	
Kalasta Lapissa	X	X	X	X	yrittäjien kartoitus
MATIKKA	X	X	X	X	luokitus
Pirkanmaan matkailukalastuspalvelujen kehittämisprojekti	X	X		X	kalastustukset
Vesien vetovoima yritystoiminnaksi	X			X	
Ydin-Hämeen matkailukalastusprojekti	X	X		X	
Kuhamaa	X	X		X	
Päijät-Hämeen matkailukalastushanke	X	X		X	maaseudun elvyttäminen
Vantaanjoen matkailun kehittäminen	X	X	X		
Jättihauki-Gammelgäddan		X			
Nuoret kalalle					neuvonta
Kymijoen vaelluskalakannat					tutkimus
Tornionjoki matkailukalastus	X	X			saalistilastoitus, hallinto, aluepolitiikka
SUOMU	X	X			kalastusseuran perustaminen, hallinto, ympäristöhoitotyöt
Ruoveden matkailukalastus- ja verkostoitumishanke		X			kalastusmahdollisuuksien parantaminen
Kainuun matkailukalastuksen esiselvitys	X				yrittäjien kartoitus
Multifish	X				yrittäjien kartoitus

Kalastusmatkailun markkinoinnin kehittämisen kannalta hankkeiden tulokset koettiin ristiriitaisiksi. Useat hankkeet olivat satsanneet paljon tiedottamiseen internetin kautta. Internetin kautta tapahtuva markkinointi on todennäköisesti saavuttanut hyviä tuloksia ulkomailta saapuvien matkailijoiden keskuudessa, mutta kotimaan kalastusmatkailuun sillä ei liene ollut suurta vaikutusta. Lisäksi markkinoinnissa ei useinkaan hyödynnetty muiden hankkeiden ja projektien tekemää työtä, vaan yritykset olivat usein oman tiensä raivaajia. Parhaiten markkinoinnin katsottiin onnistuneen kalastusalan lehtien kautta.

Hankevetäjien (Kala-Suomi, Kuhamaa, MATIKKA) huomioita suurimmasta ongelmasta, yhteismarkkinointipanostusten vähyydestä, tukee myös Arffmanin (1993) selvitys, jossa haastateltiin 29:ää kalastuksen eurooppalaista asiantuntijaa. Kyseisten asiantuntijoiden mielestä suurimpia esteitä Suomeen matkustamiselle on saatavilla olevan tiedon vähyys.

Lähes kaikki hankkeet pyrkivät profiloimaan tuotekehittelyn avulla ko. alueelle sopivia matkailukalastustuotteita. Ongelmaksi koettiin tuotteiden myyntiin saattaminen. Esimerkiksi MATIKKA -hankkeen yhteydessä kehitettyjä tuotteita ei saatu myyntiin paikallisten matkailuorganisaatioiden kautta tarvittavalla tehokkuudella. Markkinoinnissa ja tuotteiden myyntiin saamisessa voidaan katsoa olevan vaikeuksia erityisesti yksittäisten ja kapea-alaisesti suuntautuneiden hankkeiden tuotteilla. Kehittyneellä ja kattavalla tarjonnalla voitaisiin luoda jossain määrin kysyntää. Esimerkiksi lomakylässä, jossa ilmoitetaan selvästi mahdollisuudesta lähteä ohjatulle kalastusretkelle, on ky-

syntä varmasti runsaampaa kuin että asiakkaiden odotettaisiin oma-aloitteisesti kysyvän opastettua kalastusretkeä.

## 2.2. Matkailuhankkeiden taloudellinen tarkastelu

Matkailun julkisen rahoituksen määrä ja kohdentuminen Suomessa -tutkimuksen mukaan rakennerahastokaudella 1995-1999 toteutettiin 2507 kpl EU-osarahoitteista, kolmesta eri rakennerahastosta (EAKR, ESR ja EMOTR) rahoitettua matkailuhanketta (Talonen ym. 2000). Matkailuhankkeiden lukumäärä oli 8,5 % kaikista Suomessa vuosina 1995-1999 toteutetuista EU-rakennerahastohankkeista. Matkailuhankkeiden kokonaiskustannukset olivat 1,8 miljardia markkaa. Julkissektorin kokonaispanostus EU-osarahoituksella toteutettuihin matkailuhankkeisiin oli keskimäärin 225 miljoonaa markkaa vuodessa. (Talonen ym. 2000.)

Tilastokeskuksen mukaan yritystoiminnan julkinen avustusrahoitus vuonna 1998 oli kalataloudelle 63,2 miljoonaa markkaa ja majoitus- ja ravitsemustoiminnalle 59,5 miljoonaa markkaa. Hyvänä vertailukohteena voi pitää maatalous, metsätalous ja riistatalous -toimialan julkista rahoitusta, joka oli noin 9,7 miljardia markkaa vuonna 1998 (Tilastokeskus 2000). Tilastokeskus ei ilmeisesti rekisteröi hankkeiden rahoituksia, vaan pelkästään suoria tukia ja avustuksia yrityksille. Siitä johtunee merkittävä ero Talosen työryhmän ja Tilastokeskuksen tukirekistereissä.

Matkailukalastushankkeiden kokonaismäärän ja suuruusluokan määrittely rakennerahastokaudella 1995-1999 on vaikeaa. Usein vesistöalueen sekä luonto- ja maaseutu-matkailuhankkeiden kehittämistyöhön liittyy matkailukalastuksen kehittäminen. Tässä taloudellisessa tarkastelussa on otettu huomioon myös kalastusmatkailuhankkeet. Esi-tetyt laskennat on tehty hankkeiden kokonaisbudjettien mukaan ja ne perustuvat Talosen ym. (2000) tutkimuksen aineistoon. Yksityinen rahoitusosuus on yleensä hankkeessa n. 10-20 %. Niin sanotun tiukan tulkinnan<sup>2</sup> mukaisesti Suomessa toteutettiin 76 matkailukalastushanketta vuosina 1995 - 1999. Näiden hankkeiden yhteenlaskettu panostus oli 32,8 miljoonaa markkaa. Hankkeiden keskimääräinen budjetti oli 432 000 mk. Hankekohtainen keskimääräinen EU-tuki oli 144 000 mk. Kaikkien matkailuhankkeiden keskimääräinen EU-tuki oli vastaavasti 223 000 mk (Talonen ym. 2000).

Neutraalin tulkinnan<sup>3</sup> mukaisesti hankkeita oli 49,6 miljoonan markan edestä. Suurimmat matkailukalastushankkeet ovat mukana aineistossa. Pienempiä alueellisia hankkeita on varmasti jäänyt kirjaamatta. Hyvin hajallaan oleva hankkeiden rekisteröinti ja rekistereiden ylläpito ovat hankaloittaneet suuresti tiedonkeruuta.

Matkailukalastuksen edistämiseen vuosina 1995-1999 on käytetty n. 55 miljoonaa markkaa hankerahaa. Tällöin laskelmiin on sisällytetty sellaisetkin hankkeet, joissa matkailukalastus on vain yhtenä toiminta-alueena. Lisäksi matkailukalastusinvestointeihin on ollut mahdollista saada investointiavustusta. Tavoite 5b- ja 6 -ohjelmien yrityskohtaiset investointiavustukset maaseutuyrittäjille olivat maksimissaan 35 % hyväksyttävistä kustannuksista (Kataja 1998).

Matkailukalastushankkeet ovat olleet pienempiä kuin matkailuhankkeet keskimäärin rakennerahastokaudella 1995-1999. Kokonaisuudessaan matkailukalastukseen on panostettu varsin vähän, kun vertailukohteeksi otetaan kaikki rakennerahastokauden 1995-1999 matkailuhankkeet.

---

<sup>2</sup> Tiukan tulkinnan mukaisessa määrittelyssä edellytetään, että hankkeen nimessä on matkailukalastus -sana tai muutoin tiedossa, että kyseessä nimenomaan matkailukalastus-/kalastusmatkailuhanke.

<sup>3</sup> Neutraalin tulkinnan mukaan matkailukalastushankkeiksi voidaan laskea myös sellaiset hankkeet, jotka todennäköisesti ovat matkailukalastukseen merkittävien osien suuntautuneita.

## 3. Pihlajaveden matkailukalastus

### 3.1. Pihlajavesi ja kalastus

Pihlajavesi sijaitsee Savonlinnan eteläpuolella rajoittuen idässä Punkaharjuun ja lännessä Vekaransalmeen. Pihlajaveden pinta-ala on noin 490 km<sup>2</sup>, josta pääosa sijaitsee Savonlinnan kaupungin, mutta osaksi myös Sulkavan ja Punkaharjun kuntien alueella. Pihlajavesi on rikkonainen ja runsas saarinen järvi. Sitä hallitsevat suuret selät ja luode-kaakko suuntainen sokkeloisen jylhä ja karu saaristo. Monimuotoiset harjujaksot ja kauniit hiekkarannat tuovat maisemaan vaihtelua. Vuoksen vesistöön kuuluva Pihlajavesi on osa Suomen suurinta ja Euroopan neljänneksi suurinta järveä, Saimaata. Pihlajaveden valuma-alue on noin 50 000 km<sup>2</sup>. Rantaviivaa Pihlajavedellä on noin 2200 km. (Huolman 1998; Ryhänen 1997.)

Luonnonmaantieteellisten alueiden vetovoima-analyysin mukaan Pihlajavesi kuuluu osana alueellista matkailukeskittymää - Savonlinna-Punkaharju - laajempaan Järvialueen matkailualueeseen. Järvialue on Suomen matkailun potentiaalinen ydinalue. Se tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet läpivuotiseen lomamatkailuun (huvila-asutus mukaan luettuna) ja viikonlopputurismiin, koska etäisyydet maan väestön keskittymäalueilta ovat suhteellisen lyhyet. (Vuoristo 1998.)

Pihlajaveden luonnon kauneus on yleisesti tiedostettu. Matkailukalastuskohteena järvi on yleistettävissä useimpiin suomalaisiin suurjärviin. Pihlajaveden ympäristön vuosittaiset matkailijamäärät ja olemassa oleva matkailuinfrastruktuuri ovat hyvä perusta kehittää matkailukalastusta.

Pihlajavedellä arvioitiin vuonna 1997 kalastaneen n. 20 500 vapaa-ajankalastajaa. Kotitalouksia, joiden jäsenet kalastavat Pihlajavedellä, oli n. 11 000. (Tiedot on kerätty Kuinka Suomi kalastaa -tutkimuksella, jossa valtakunnallisella postikyselyllä selvitettiin myös ei-paikallisten asukkaiden kalastuskäyttäytymistä.) Pihlajavedellä vuonna 1997 ongittiin ja pilkittiin yhteensä 137 000 kalastuspäivänä (keskimäärin n. 7 pv/kalastaja), vetouisteltiin ja kalastettiin heittovavoilla 67 000 päivänä (n. 3 pv/kalastaja) ja muuta kalastusta harrastettiin 127 000 päivänä (n. 6 pv/kalastaja). (Leinonen ym. 1998a.)

Vapaa-ajankalastajien arvioitiin vuonna 1997 saaneen Pihlajavedestä yhteensä 362 000 kg kalaa. Ahventa kalastettiin 143 000 kg, muikkua 70 000 kg, haukea 59 000 kg, särkeä 35 000 kg, lahnaa ja madetta molempia 16 000 kg, siikaa 8 000 kg sekä kuhaa, taimenta ja järvihohta kutakin 4 000 kg. Rapuja pyydettiin 12 000 kpl. Vapaa-ajankalastusta harrastaneiden kotitalouksien kalansaaliista Pihlajavedellä kalastettiin 49,2 % verkoilla, 18,5 % pilkkivavalla, ongella 13,3 %, katiskalla 9,1 %, heittovavalla 4,4 % ja vetouistimella 3,3 % sekä muilla kalastustavoilla 1,9 %. (Leinonen ym. 1998b).

Pilkillä Pihlajavedellä käy vuosittain n. 2000 henkilöä. Heidän kokonaissaaliinsa arvioitiin 51 000 kiloksi, josta ahventa 76 %, särkeä 21 %. Maaliskuu oli suosituin pilkki-kuukausi, jolloin lähes jokainen pilkkimistä harrastanut lähti harrastuksensa pariin. Helmi- ja huhtikuu olivat myös suosittuja pilkintääjankohtia. (Jurvelius ym. 1997).

### 3.2. Pihlajaveden haastattelut

Tässä luvussa esitetään Pihlajavedellä toimivien seitsemän matkailuyrittäjän ja neljän asiantuntijan haastattelujen tuloksia. Kursivoitu teksti on suora lainaus keskusteluista.

Haastatelluista seitsemästä matkailuyrittäjästä neljällä oli puhtaasti majoitusyritys. Tosin yhdellä näistä yrityksistä majoituspalvelu oli pienimuotoista, kesäaikaan tapahtuvaa tilan sivuelinkeinotoimintaa. Kolme haastatelluista yrittäjästä kalasti ammattimaisesti, kukin omisti sekä kesänuotan että troolin. Kullakin kolmesta ammatikseen kalastavasta oli myös majoitustoimintaa, kahdella tosin vain ryhmäasiakkaille tilauksesta.

Haastatellut asiantuntijat olivat metsähallituksen suojelubiologi, virkistyskalastusjärjestön aluekalatalouskonsulentti, kalastusalueen isännöitsijä ja kalastusmatkailusta väitöskirjaa tekevä kalatalousjohtaja, joka oli virkavapaalla haastattelun aikana. Jälkimmäinen esitti ajatuksiaan riippumattomana asiantuntijana, ei valtion kalastusviranomaisena.

Haastatteluissa käsitellyt teemat muotoutuivat 11 aihepiiristä: luontoarvot – matkailun haitat, kalastustavat, kalastuskaudet, lupajärjestelmä, kalastuskunnat ja istutukset, kalastusaktiivisuus, saalisvarmuus, opastuksen tarpeet, opastustoiminnan ongelmat, matkailukalastuksen kehittäminen sekä yhteistoiminta ja projektit. Haastattelut analysoitiin vertailemalla eri intressiryhmien näkemyksiä näistä aihepiireistä.

### 3.3. Luontoarvot - matkailun haitat

Matkailuyrittäjät pitivät Pihlajaveden tärkeimpinä luonnonarvoina kaunista ja puhdasta luontoa. Rikkonaista mutta lempeää maisemaa kallioineen ja lehtoineen pidettiin arvokkaana. Veden puhtaus ja kirkkaus nähtiin myös erityisenä luonnonarvona. Saimaannorppaa pidettiin jopa matkailuvalttina, parissa tapauksessa hyvinkin merkittävänä. Saimaannorppien sanottiin tulevan hyvin toimeen matkailijoiden kanssa. Yhdessä haastattelussa tuli ilmi myös kannatusta kansallispuiston perustamiselle. Toisaalta kansallispuistoa vastustettiin ehdottomasti toisessa haastattelussa ja toivottiin paikallisten saavan elää rauhassa ilman lisärajoituksia.

Matkailuyrittäjät eivät uskoneet luontoarvojen olevan uhattuna. Vesiliikenteen ei katsottu olevan merkittävä haitta luonnolle. Matkailuun liittyvää infrastruktuuria kehitettäessä rantautumispaikkoihin toivottiin kiinnitettävän lisää huomiota. Lisäksi haastateltavat toivoivat leiripaikka- ja retkisatamaverkoston rakentamista, kuten on tehty Haukivedellä. Ohjatulla reittisuunnittelulla pystyttäisiin kohdistamaan käytön rasitus parhaiten soveltuviin kohteisiin. Pidä saaristo siistinä -järjestön työtä pidettiin tärkeänä. Moottorikelkkailua eräs matkailuyrittäjä piti turhana harrastuksena ja rasituksena ympäristölle. Kaavoituksen seurauksena rantarakentamisen uskottiin ohjautuvan erityiset luontokohteet huomioivasti.

Haastattelija: *Onko nämä luonnonarvot vaarassa?*

Matkailuyrittäjä: *Ei ne oo...ainut mikä nää vois murentaa tai murtaa on joku semmonen hirvittävä ympäristökatastrofi, joka tulis jostakin muualta...nämä tietyt suojelutoimenpiteet, joilla on rajoitettu tuota rakentamista ja metsien hakkuita ja käyttöä niin nämä turvaa jatkossakin ihan varmasti tuleville sukupolville sen että nämä maisemat pysyy tämmösenä.*

Myös asiantuntijoiden mielestä merkittävimpiä Pihlajaveden luontoarvoja olivat saimaannorppa ja kauniit monimuotoiset maisemat. Lisäksi harvaa asutusta ja erityisesti alueen kaakkoisosan veden laatua pidettiin merkittävänä. Asiantuntijoiden intressitausta tuli selvästi esiin mielipiteissä haittatekijöistä. Suojelubiologin mukaan talvella tapahtuvan liikkumisen lisääntyminen jäällä on suurin riski norppien pesimisen onnistumiselle ja koko norppakannalle. Talvimatkailun lisääntymistä suojelubiologi ei muiden asiantuntijoiden tavoin pitänyt todennäköisenä, mutta jos se ja liikkuminen kevätjäällä erityisesti moottorikelkoilla lisääntyisivät, jouduttaisiin harkitsemaan liikkumis-

rajoituksia vesialueille. Ongelmana näiden rajoitusten toimivuudessa olisi se, että niillä pystyttäisiin nykyinsäädännön mukaan rajoittamaan vain maa-alueilla tapahtuvaa liikkumista. Lisäksi rajoitusten ongelmana olisi valvonnan järjestäminen. Valistuksella on päästy tähän asti kohtalaisiin tuloksiin.

Avovesikaudella matkailu ei suojelubiologin mukaan haittaa norppia kuin korkeintaan karvanvaihtoaikoina. Tällöin norpat nousevat vedestä kiville ja rantakallioille ja häiriintyvät, jos vesiliikennettä tai muuta häirintää on runsaasti. Suojelubiologi korosti, että kalastuksen aiheuttama kuolleisuus ja erityisesti tietyillä alueilla mökkiläisten harjoittama verkkokalastus sekä kuuttien pesäkuolleisuus ovat suurimpia ongelmia norppakannan elpymiselle. Verkkokalastuksen ajankohdalla ja verkkojen materiaalilla voidaan vaikuttaa norppien pyydyskuolleisuuteen.

Kalastusalueen isännöitsijän mielestä liikenne ja matkailu eivät ole uhkana norpille. Pikemminkin mökkiläisiltä on kuulunut palautetta, että norppa on viihtynyt hyvin laiturin päässä. Myös yksi matkailuyrittäjä mainitsi norppien syksyllä vieraiden lähdettyä näyttäytyvän huoltotöiden yhteydessä – ihmiskontaktin toivossa, kuten haastateltava tapahtuneen tulkitsi. Pari matkailuyrittäjää sanoi norppia olevan enemmän kuin julkisuudessa oli esitetty. Eräs toinen asiantuntija piti veden pinnan säännöstelystä johtuvia pesien romahtamisia merkittävänä norppakuolemien syynä. Vapakalastuksen syötteihin ei norpan ole osoitettu käyneen, tosin monet haastateltavat totesivat, että noppia on joskus tarttunut kalatäkyiseen iskukoukkuun ja lohisiimaan.

Muissa asiantuntijoiden puheissa tuli esiin huoli rantojen hitaasta mökittymisestä ja todettiin sen olevan arvovalintakysymys, tuleeko rannat säilyttää luonnontilaisina vai ei. Kaavoituksen katsottiin kuitenkin ohjaavan rakentamista tietyille alueille. Matkailuyrittäjät totesivat kaavoituksen myös ohjaavan rakentamista. Retkisatamaverkoston rakentamista ja rantautumisen ohjaamista pidettiin asiantuntijoiden keskuudessa myös tärkeänä. Yksi asiantuntija epäili syväväylän liikenteen aiheuttavan häiriöitä sekä ihmisille että ympäristölle.

### 3.4. Pyyntimuodot ja kaavoitus

Kolmesta ammattimaisesti kalastavasta yrittäjästä yksi oli erikoistunut kalastusnäytöksiin ja rakennuttanut suurehkon aluksen (55 matkustajaa) juuri vieraiden kuljettamista sekä kalastusta varten. Kahdella yrittäjällä kalastus oli lähes yksinomaan tuorekalan pyydystämistä ja toimittamista jälleenmyyjille. Tarvittaessa kalastaja-yrittäjät järjestivät kalastusretkiä ja ruokailuja. Ohjelmalvelutoiminta rajoittui kesäaikaan eikä sen markkinointiin oltu panostettu.

Majoitusyrittäjillä oli verkkoja, katiskoja, onkia, heittovapoja ja uistimia vieraiden käytettävänä. Osa yrittäjistä vuokrasi kalastusvälineitä ja osa antoi ilman erillistä korvausta mökin vuokraan kuuluvana esimerkiksi katiskan asiakkaalle lainaan. Varsinaisesti tähän kalustoon ei ollut panostettu. Varastossa pidettiin pieniä määriä kalastusvälineitä kysyjä varten. Välineiden huolto ja katoamiset sekä välineiden kalleus ja pitkä takaisinmaksuaika olivat mainittuja esteitä laajempien valikoimien pitämiseksi. Kukaan haastatelluista ei ilmaissut suunnitelmista investoida kalastusvälineisiin tai niiden vuokraustoiminnan kehittämiseen. Mökkejä vuokraavissa yrityksissä soutuvene kuului mökin vuokraan ja useimmissa yrityksissä oli mahdollisuus vuokrata myös perämootori. Kalastusta harjoittavat matkailijat käyttävät pääosin vapakalastusvälineitä. Pieni osa asiakkaista kalasti myös verkoilla. Eräät tuovat jopa omat verkot mukanaan.

Majoitusyrityksissä ei tarjottu aktiivisesti ohjattua kalastusmahdollisuutta isännän seurassa, mutta valmius esimerkiksi yhteiseen verkkojen laskuun oli tarvittaessa. Näistä retkistä ei yleensä pyydetty erillistä maksua. Kalastamista pidettiin PR-toimintana ja toisaalta itsensä virkistämisenä asiakkaiden seurassa. Talviverkkokalastuksen todettiin kiinnostavan joitakin ulkomaalaisia vieraita, jotka eivät tunne menetelmää. Parissa

majoitusyrityksessä vieraiden oli mahdollista seurata naapurinuottakunnan nuotanvetoa. Nuotanvetoa oli osin kohdistettu alueen kesävieraita ja mökkivuokralaisia varten. Nuotanvetäjät eivät olleet ammattikalastajia ja nuotanvetoa järjestettiin lähinnä tilauksesta. Vieraat ostivat usein kalaa nuotanvedon yhteydessä ja sillä tavalla maksoivat ohjelmasta. Muutoin nuotanvetonäytöksestä ei peritty maksua.

Keskusteltaessa matkailukalastuksessa käytettävien menetelmien ja alueiden kehittämisestä, ilmenivät asiantuntijoiden näkemyksissä vahvasti etujärjestöjen intressit. Vapaa-ajan kalastusjärjestön edustaja toi voimakkaasti esiin tarpeen kaavoittaa kalavesiä. Hänen mukaansa Suomessa kalatalouden ja kalastuksen ongelmana on, että kalavesiä ei ole kohdennettu eri käyttäjäryhmille. Ammattikalastajat ja verkoilla kalastavat vapaa-ajan kalastajat vievät istutuskalat.

Vapaa-ajankalastajien järjestön kalastusneuvoja: *Meillä ei oo niinku tavallaan kaavoitettu näitä vesiä ollenkaan matkailu-, saatikka kalastusmatkailu tarkotuksiin. Eli meillä tällä hetkellä vallitsee semmonen kulttuuri tuolla vesillä, että siellä on kaikkea kaikille kaikiialla. Eli samoille vesille, jossa meidän pitäis saada matkailukalastajia tai kalastusmatkailijoita ja projekteja pyörimään niin samoilla vesillä on lukuisasti troolia, ammattimaista verkkokalastusta ja sen lisäksi vielä on täysin hallitsematon ja ohjaamaton vapaa-ajan verkkokalastus.*

Vapaa-ajankalastajien järjestön kalastusneuvoja suositteli esimerkiksi Pihlajavedelle perustettavaksi joidenkin satojen hehtaarien alueita, jossa verkkosäätelyllä ja muulla kalastuksen säätelyllä osoitettaisiin vapakalastajille omat kalastuskohteet. Harjus paikallisena kalana olisi otollinen saaliskala ja esimerkiksi perhokalastajien toivesaalis. Kalastusneuvoja kertoi, että Ruotsissa luontaisiin kalakantoihin ja reittivesien kunnostuksiin on panostettu paljon enemmän kuin Suomessa. Kotimaan istutukset ovat hänen mukaansa vaikeuksissa, ne eivät ole kaikilta osin kannattavia.

Kalastusalueen isännöitsijä ei ollut kalavesien kaavoitusasiaa tarkemmin miettinyt, mutta hetken ajateltuaan totesi: "Ei miusta tämmöseen tunnu olevan tarvetta." Hän piti suuressa vesistössä järjestelyn toteuttamista hankalana. Jossakin sisäjärvessä järjestely saattaisi onnistua.

### 3.5. Kalastuskaudet

Kysymykseen, mitkä ovat sopivimmat kalastuskaudet matkailukalastajille, vastattiin hyvin eri tavoin. Kalastusneuvojan mielestä paras kalastuskausi määräytyy pyydystettävän kalalajin mukaan. Vetouistelussa alkukesä touko-kesäkuu ja alkusyksy eli syyslokakuu ovat parhaita kalastuskausia. Ahvenen kalastuksessa heinä-elokuu on otollisinta aikaa. Pilkkiminen on taas huhtikuulla mielekkäintä. Asiantuntijat uskoivat matkailukalastuksen tulevaisuudessakin painottuvan kesäkauteen helpompien olosuhteiden ja suurempien matkailijavirtojen takia.

Kalastusalueen isännöitsijän mukaan avovesikausi on luontaisin matkailukalastukselle, koska silloin matkailijatkin liikkuvat. Pilkkitapahtumissa ei ole ollut matkailijoita, mutta sitä aluetta voisi kehittää. Kalastusmatkailun asiantuntijan mukaan sisävesillä on mahdollisuus saada kalaa melkein aina. Saaliin saaminen on lähinnä kiinni kalastajan taidoista.

Majoitusyrittäjä: *Siis täällä ei semmosta vuodenaikaa oo, jolloinka Pihlajavedessä ei pysty jotakin kalaa kalastamaan. Siis ihan jatkuvasti, se kalakohde muuttuu jonkun verran tietysti. Mut jos otetaan verkko, pilkki, ja uistin niin ei semmosta viikkoo oo oi-*

*keestaan vuodessa jolloin ei voi jotakin kalaa pyytää. Ja aina tulee, kyllä se on muuten näin.*

Perhematkailijoille majoitusyrittäjät pitivät kesää parhaana aikana kalastaa, koska silloin olosuhteet ovat suotuisimmat. Keskipäivällä kalastuksella ei tarvitse kuitenkaan houkutella vieraita, koska majoitustilat täyttyvät muutoinkin. Sesongin ulkopuolella kalastusta tulisi markkinoida mökkeilyyn yhdistettynä, jolloin majoituskapasiteetille saataisiin lisää käyttöä. Syysuistelu ja lohikalajien kutukalastus olisivat otollista saalis-kautta ja pidentäisivät näin sesonkia. Haavilla tapahtuva tuulastaminen voisi olla tulevaisuuden luontoystävällinen kalastusmuoto ja oiva syysiltojen ajanviette. Ahvenen pilkkimisestä ja mateen kudusta pilkki- ja rysäpyynteineen ideoitii talvikauden houkuttimia kalastuksen harrastajille. Myös talviverkot ja nuottaus mainittiin näytösluontoisina kalastustuotteina. Jonkun muun odotetaan järjestävän talvikauden kalastukseen liittyvien matkailutuotteiden myynnin.

*Majoitusyrittäjä: Talviaikana on mahdollisuus lisätä tämmöstä kalastusmatkailua tai sanotaan mökkeilyä, johon voi liittyä talvikalastus, mutta sitä ei oo mainostettu eikä markkinoitu tippaakaan.*

Ammattimaisesti kalastavat eivät jaksaneet suuresti uskoa talvikauteen. Luontainen kalastuskausi ulottuu heidän mielestään jäiden lähdöstä aina siian kutuun ja ensimmäisiin lumisateisiin.

### 3.6. Lupajärjestelmä

Osakaskuntien alueiden pirstaleisuus on ongelma matkailukalastukselle sekä yrittäjien että asiantuntijoiden mielestä. Pienempien osakaskuntien haluttomuus osallistua yhteinäisalueiden perustamiseen vaikeuttaa kalastuskarttojen laatimista. Ensikertalaisen kalastajan on mahdotonta tulkita tilkkutäkin tyyppisiä karttoja. Suuremmat kalastusyksiköt turvaisivat myös kalakantojen ja kalavesien hoidon.

Pirstaleisen aluejaon lisäksi myös lupajärjestelmä koettiin monimutkaiseksi. Läänikohtaisen viehekortin on katsottu tuoneen jonkin verran helpotusta lähinnä heittovälineitä käyttävien kalastuksen järjestämiseen. Läänikohtainen viehekortti oikeuttaa käyttämään vain yhtä vapaa. Tästä syystä vetouistelulle on Pihlajavedelle järjestetty kolme yhtenäislupa-aluetta, jonne on mahdollisuus ostaa lupia myös useammalle vavalle. Pihlajaveden eteläinen, itäinen ja Savonlinnan virkistyskalastusalue kattavat yhdessä noin 18 000 hehtaarin vesialueen. Sulkavan viehekalastusalue ulottui myös osittain Pihlajavedelle. Onkimisen ja pilkkimisen vapauttaminen kalastushoitomaksusta on palvellut satunnaisia kalastajia ja kyseisten kalastustapojen aktiiviharrastajia.

Kalastushoitomaksun suorittamisessa ja siitä tiedottamisessa vieraille olisi haasteltujen mielestä vielä parannettavaa. Maksun hintaa viikolta (25 mk) pidettiin sopivana ulkomaalaisille kalastaville matkailijoille. Kalastushoitomaksujen myynti olisi mahdollista järjestää matkailuyrityksistä käsin. Silloin asiakkaan ei tarvitse etsiä virka-aikaan lähimpään postiin, vaan voi heti maksun suorituksen jälkeen rientää kalaan. Maksujen hoidon käytännön järjestelyt ovat tätä kirjoittaessa vielä kehitteillä. Parhaiten maksu luonnistuu matkailuyrityksessä, jos siellä on verkkopäätteen ja pankkiohjelma. Kolmas esitetty vaihtoehto olisi, että matkailuyritys TE-keskuksen valtuutamana myisi kalastushoitomaksuja. Kuukausittainen tilitysvelvoite maa- ja metsätalousministeriölle koettiin kuitenkin ylimääräisenä vaivana pienissä yrityksissä kiireisimpänä sesonkina.

Virkistyskalastusjärjestön kalastusneuvoja totesi vetouistelun luvissa olevan valtakunnallisesti vielä paljon kehitettävää. Lupa-alueiden vapahinnoittelut ja määrärajoitukset ovat hyvin kirjavia. Kalastusneuvoja ei kuitenkaan pidä vetouistelua merkittävänä matkailukalastuksen kannalta. Ulkomaalaiset matkailijat eivät ole hänen mukaansa kiinnostuneita vetouistelusta.

Kalastusmatkailun asiantuntijan mielestä viehekorttiuudistuksessa tehdyt jokamiehen kalastusoikeuksien laajennukset eivät ole palvelleet matkailuelinkeinoa. Useassa tapauksessa matkailuyrittäjien asiakkaat kalastavat sopimusten alaisilla vesillä tai matkailuyrittäjän omilla vesillä. Jokamiehenoikeuden periaate ei kuitenkaan toteudu, kun kalastus tapahtuu kalastusoppaan opastuksella ja kalastustapahtumasta peritään maksu ohjelmapalveluna. Asiantuntijan tulkinnan mukaan läänikohtainen viehekortti ei tällaisessa tapauksessa riitä, vaan tapahtumaan on saatava kalastuskunnan lupa. Asiaa ei ole kuitenkaan lopullisesti kiistelty oikeusasteissa.

Lupatulojen määrässä on viime aikoina tapahtunut muutoksia. Kalastusalueen isännöitsijän mukaan Pihlajavedelle myytyjen viehelupien määrässä on muutama vuosi sitten alkanut alamäki, joka todennäköisesti johtuu läänikohtaisesta viehekorttiuudistuksesta. Toisaalta isännöitsijän mukaan järvellä on näkynyt aikaisempaa vähemmän kalastajia. Tämä voi kuitenkin johtua siitä, että vuosien saatossa ihmisille on selvinnyt ne alueet mistä kalaa saa parhaiten. Lisäksi valtaosa viehelupien ostajista on paikkakuntalaisia vuosiluvan hankkijoita. Isännöitsijä arvioi, että mökin vuokraajat ovat hankkineet paikallisvesille mökkikohtaiset luvat. Tätä johtopäätöstä tukee myös muu haastatteluaineisto, sillä kaikissa haastatelluissa majoitusyrityksissä asiakkaille kuului kalastusoikeus lähivesille.

### 3.7. Kalastuskunnat ja istutukset

Kalastuslain mukaan kalavesien hoito ja käytön järjestäminen ovat kalastuskunnan ensisijaiset tehtävät (Kalatalouden Keskusliitto 2001). (Kalastuslainsäädännössä käytetään vielä vanhaa kalastuskunta -nimikettä.) Haastatellut yrittäjät olivat pääasiassa tyytyväisiä osakaskuntien toimintaan. Ainoastaan yhdessä tapauksessa ammattikalastusta harjoittava matkailuyrittäjä ilmaisi osakaskunnan tai -kuntien kanssa olleen merkittäviä ongelmia. Toiset ammattimaisesti kalastavat totesivat tilanteen parantuneen vuosien varrella. Ammattimaisesti kalastavien määrän väheneminen, muikkukunnan elpyminen ja ihmisten tottuminen trooliin voivat olla syitä myötämielisempään suhtautumiseen ammattikalastuksen lupia kohtaan.

Haastatelluissa ilmeni pelko ongelmatilanteiden ja ristiriitojen ilmenemisestä, mikäli matkailukalastuksen määrä tulevaisuudessa kasvaa. Osuusluku mukaisessa päätöksenteossa päätösvalta kalastusoikeuden myöntämisestä voi erään yrittäjän mukaan olla liian suppealla osakasryhmällä, jotka voivat yksikköjensä perusteella kaataa muiden kannattaman esityksen äänestyksessä. Toisaalta haastateltava uskoi, että järjestelmän muuttaminen tulisi olemaan erittäin vaikeaa. Omistusoikeus vesiin on niin vahva ja historiallinen.

Kaikki haastatellut matkailuyrittäjät olivat osakaskuntien osakkaita. Majoitusyrittäjät olivat luovuttaneet verkkolupiaan asiakkaille ja näin mahdollistaneet vieraiden verkkokalastuksen. Verkkolupia ei useassa tapauksessa myydä kuin osakaskunnan osakaille. Yhdessä haastatellussa yrityksessä toimi kesäkauppa ja -ravintola, jonka yhteydessä myytiin viiden eri osakaskunnan lupia. Lupien myynnistä kertynyt rahasumma oli vuonna 1999 useita tuhansia markkoja.

Kalastusalueen isännöitsijän mielestä istutukset ovat selkeästi parantaneet kuha-, taimen- ja lohikantoja. Järvilohen ja järvitaimenen kalastuspaine on suuri ja kannat todella riippuvaisia istutuksista. Työnjako kalastusalueen ja osakaskuntien välillä on järjestetty siten, että taimenen ja lohien istutukset oli keskitetty kalastusalueen hoidettavaksi.



Osakaskunnat taas hoitivat muita kalakantoja. Yhtenäislupa-alueiden myötä korttivarojen käyttö on tehostanut kalastusalueen lohikalajien istutustoimintaa. Lisäksi metsähallituksen maksamien keväisten verkkokalastusrajoitusten korvauksilla oli istutettu lohia selkävesiin. Nykyisin osakaskunnat istuttivat vaelluskalojen sijaan paikallisia kalalajeja, jotka pysyvät osakaskunnan alueella. Osakaskunnat ovat istuttaneet mm. kuhaa, harjusta, lahnaa, haukea sekä siikaa.

Matkailuyrittäjä: *Kalastuskunnathan istuttaa tänne, ...voi keskimäärin sanoa 5 000 - 6 000 mk/kalastuskunta vuoteen. Kuhan poikasta ja harjusta ja siikaa aikasemmin...Jos lohen poikasia istuttaa se on melko varma, että viikon sisällä niitä ei näy yhtään täällä. Nehän lähtee heti. Mut kuha on tietysti siinä hyvä, mihin sitä istuttaa, niin se tahtoo jäädä niille alueille.*

Istutustoiminnan onnistuminen ei asiantuntijoiden mielestä ole kiinni yksinomaan verkkokalastuksesta vaan myös vetouistelu ja troolikalastus kohtelevat kaltoin alamittaisia poikasia. Vapakalastuksen keskittymistä lohen ja taimenen pyyntiin pidettiin jopa haitallisena. Lisäksi vetouistelun ja vetouistelukilpailuiden ulottuminen koko avovesikaudelle aiheuttaa keväällä istutetuille poikasille haittaa. Pitkin kesää järjestettävissä vetouistelukilpailuissa kalastetaan asiantuntijoiden mukaan runsaasti alamittaisia poikasia. Vaikka kala vapautettaisiinkin, ei alamittaisella poikasella ole riittävästi elinvoimaa pyynnin ja vapautuksen aiheuttamasta rasituksesta toipumiseen.

Vapaa-ajankalastajien järjestön kalastusneuvoja: *Mihin suuntaan tuo RKTL:n tulokset on istutettujen kalojen merkittyjen kalojen osalta menossa eli kokoajan vaan huononee, huononee ja huononee. Nyt aletaan olla jo siinä, et esimerkiksi järvilohesta 80 % pyydetään ensimmäisen kesän aikana ja kaikki on alamittaisia. Sitten tuli tuo Puruveden nieriäraportti viime keväänä, että 93 % Puruveden istutetuista nieriöistä pyydettiin alamittaisina, et se on promille ehkä mikä saavuttaa sukukypsyysskoon tai jotain tälläistä. ... Aiemmin oli puhetta järvilohesta, että jos 4 kpl/ 10 000 istukkaasta tulee Pielisjokeen takasin niin 100 000 istukkaasta eli miljoonasta markasta 40 kalaa. Niin ei sen varaan voida minkään näköistä matkailua rakentaa.*

Harjuksen istutustoiminta oli yhdessä matkailuyrityksessä koettu erittäin onnistuneeksi. Harjus on näyttävä kala kesäiltoina tuikkiessaan rantavesissä. Matkailuyrittäjä piti hyvänä asiana harjuksen näyttäytymistä – se kertoo selvästi, että järvestä on kalaa. Istutusten onnistuminen on lisäksi todennäköistä, koska harjus on vaikeasti pyydetävissä.

Matkailuyrittäjä: *Se (harjus) on matkailullisestikin hyvä homma, kun se on niin näyttävä kala kesäiltoina. Se menee pitkin niemen rantoja ja hyppii paljon – matkailijoillekin semmonen silmän ilo, että on siellä sitä kalaa. Vaikka ne eivät sitä saa ylös...Harjushan on kuitenkin sit siitä hyvä kala kalastuskunnalle ettei sitä oteta – siitähän tulee ammatti ennen kuin sen ottaa pois.*

Haukea ja ahventa sekä muita kalalajeja voitaisiin haastateltujen asiantuntijoiden mielestä pyytää nykyistä enemmän. Kuitenkaan Pihlajaveden kalavarat eivät tarjoa uistelun harrastajalle Ahvenanmaahan, Saaristomereen tai Inarinjärveen verrattavia edellytyksiä.

Haastatteliija: *Käytetäänkö kalavaroja kaikelta osin kestävästi?*

Kalastusalueen isännöitsijä: *Mitä vähäarvoisiin kaloihin tulee, ni Pihlajavedellä on niinkun muuallakin, että kyllä kestävän käytön periaate mahdollistais suuremmankin pyynnin. Kaikki sitä lohta haluais ruokapöytänsä.*

Ammattimaisesti kalastavat eivät katsoeet matkailukalastuksen uhkaavan ammattikalastajien elinkeinoa. Järvessä riittää kalastettavaa molemmille kalastajaryhmille. Myös majoitusyrittäjä, joka on kahdessa kalastuskunnassa aktiivisena osakkaana, oli sitä mieltä, että kalakanta kestää huomattavasti nykyistä suuremman kalastuspaineen.

### 3.8. Kalastusaktiivisuus

Valtaosa haastatelluista harrasti itse kalastusta, lähinnä pidettiin talviverkkoja. Tarvittaessa asiakkaiden kanssa käytiin kalassa ympäri vuoden. Kaikilla majoitusyrittäjillä oma kalastaminen oli kotitarvekalastusta. Ammattimaisesti kalastavat olivat keskittyneet avovesikauden nuottaukseen ja troolaukseen.

Majoitusyrityksissä kalastaneiden asiakkaiden määrä vaihteli arviolta 20-90 %:n välillä. Kalastusaktiivisuus vaihteli asiakkaan kansalaisuuden mukaan. Venäläiset ja latvialaiset olivat aktiivisimpia kalastajia. Suomalaisista asiakkaista noin puolet oli kalastanut. Keskieurooppalaisissa asiakkaissa oli vähemmän kalastavia matkailijoita. Suosituin kalastustapa oli onkiminen. Haastateltavien mukaan saaliin määrä ja laatu ei useinkaan ole ensisijainen tavoite. Pienen pojan tai tytön ensimmäisen kalan saanti siinä saattoi muodostua loman kohokohdaksi.

Varsinaisia kalastusmatkailijoita oli vierailut kaikissa haastatelluissa majoitusyrityksissä, mutta heidän osuutensa vuosittaisessa kokonaisasiakasmäärässä oli hyvin pieni. Kalastusmatkailijat liikkuvat useimmiten miesporukoilla, matkailukalastajat vastavasti perhekuntina. Parissa tapauksessa yrittäjät kertoivat vieraiden kalastaneen ahvenia hyvin ammattimaisesti ja vieneen pakastetut fileet mukanaan. Toisessa tapauksessa sveitsiläiset olivat yrittäjän arvion mukaan tienanneet enemmän kuin matkarahat viemisillään.

Haastattelija: *Ihan karkea arvio, niin kuinka suuri osuus asiakkaistanne kalastaa?*

Matkailuyrittäjä: *Kyl se varmaan menee yli 90 %. Siis jos onkiminenkin katsotaan kalastukseksi... Se on melkein, en kyllä muista semmosta perhettä, minkä ainakaan silloin jos sillä on joku lapsi, ensimmäinen sanonta melkein ois niinku lähetään ongelle tai jotain siihen viittaavaa. Tai jos nähdään niin onki se on heti jollain kädessä.*

Haastattelija: *Eli venäläisiä asiakkaistanne on 60-70 % ja heistä melkein kaikki kalastaa?*

Matkailuyrittäjä: *Kyllä se on lähellä, kyllä ne on niin kalastushulluu porukkaa...no voi ehkä sanoa puolet suomalaisista käy kalastamassa.*

Alan kehittämisen kannalta potentiaalisimpina kalastavina asiakkaina pidettiin venäläisiä, joista kaikilla majoitusyrittäjillä oli kokemuksia. Ideoina venäläisten matkailijoiden lisäämiseksi esitettiin linja-autoporukoiden keräämistä ja kuljettamista paikallisiin matkailuliikkeisiin.

### 3.9. Saalisvarmuus

Pihlajaveden saalisvarmuutta haastatellut kuvasivat keskinkertaiseksi tai kohtalaiseksi. Useimmiten asiakkaat olivat saaneet kalaa, toisinaan erinomaisiakin saaliita. Matoonkea pidettiin kesällä varmimpana kalastusmenetelminä. Eri pyyntimenetelmien käyttöä vuodenaikojen mukaan pidettiin saalisvarmuuden kannalta tärkeänä.

*Matkailuyrittäjä: Kun ottaa 2-3, viehe kesällä ja pilkki talvella ja kesällä sitten verkko ja onki ja verkko voi olla tietysti myös talvella. Kun niitä sopivasti yhdistää ja varsinkin riittävästi niinkun tässä meillä riittävästi voidaan käyttää näitä kaikkia niin tuota jotakin kallaa tulee ihan varmasti. Ja joskus se voi antaa tosi hyviäkin tuloksia.*

Haastatteluissa kritisoitiin myös vapaa-ajankalastuksen keskittymistä lohen ja taimenen pyytämiseen. Toivottiin, että perinteisiä saalis- ja ruokakaloja arvostettaisiin enemmän. Niiden saalisvarmuus on myös paljon lohta parempi. Kuitenkaan hauenkalastukseen keskittyneenä matkailutuotteena kalastusneuvoja ei nähnyt Pihlajavedellä tulevaisuutta kotimaan markkinoilla, koska esimerkiksi Ahvenanmaalla haukeen on panostettu 20 vuotta ja saalisvarmuus on siellä aivan toista luokkaa. Järvi-Suomessa hauen arvostus on kokenut valitettavan heikkenemisen. Perinteisten ruokakalojen pyynnillä voisi kuitenkin olla merkitystä matkailupaketin kokonaisuuden kannalta.

*Ammattikalastaja-matkailuyrittäjä: Mut kalastus-, saalisvarmuushan täällä on, mutta sanotaan että lohivarmuus ei. Kyllähän, ahvenia saa, haukia saa, yleensä saaliista saa, se ei siitä kiinni. Mut se pitäis` tää kalastus muuttaa realistisemmaksi... Ettei sen saaliin tarvi olla sitä lohta aina vaan ihan parikymmentä ahventa tai yks-kaks haukea tai mitä täällä nyt on kuhiakin.*

*Vapaa-ajankalastajien järjestön kalastusneuvoja: Jos luonto- ja ympäristötekijöiden vetovoimaan liitetään yhtenä osana matkailukalastuksessa hauki ja ahven niin silloin Pihlajavesi voi toimia vetovoimaisena kohteena. Eli kokonaisuus tietyille tarkkaan harkitulle asiakasryhmälle, jossa on järviluonto ja norppa ja sitten hauki sekä ahven niin siihen varmasti löytyy kysyntää.*

Saaliin saaminen on hyvin pitkälle kiinni kalastajan taidoista ja kalastuksen ajankohdasta sekä paikasta. Paikallisten, kokoneiden ja alueen kalavedet tuntevien kalamiesten rekrytoimista matkailuyritysten yhteistyökumppaneiksi esitettiin yhtenä matkailijoiden saalisvarmuutta parantavana keinona.

### 3.10. Opastuksen tarpeet

Useissa haastatelluissa matkailuyrityksissä asiakkaille annetaan vesialueen kartta, johon on merkitty parhaimpia kalapaikkoja. Tarvittaessa isäntä lähtee asiakkaan mukaan kalastamaan. Perusopastuksen lisäksi mikään yrityksistä ei ollut perehtynyt syvempään kalastuksen kouluttamiseen. Kaikissa haastatelluissa tuli esiin ammattitaitoisien ja ammattimaisen kalastusopastuksen tarve. Matkailijoiden kokonaisvaltainen perehdyttäminen kalastuskulttuuriin koettiin tärkeäksi.

*Ammattikalastaja-matkailuyrittäjä: Meillä pitäisi olla turistien koulutusta, että oppisivat kalastamaan täällä...Onhan meillä täällä niinkun tavaton historia tässä kalas-*

*tuksessa. Tähän on ollut siis monella elämäntapa ja elinehto. Että se on meidän todellista luontoa tää kalastus. Mut sillä tavalla, että se pitäisi vaan jotenkin hienosti osata opettaa se perinne näille ihmisille, miten kalastetaan, miten saaliit käsitellään ja miten kaloista nautitaan ja arvostaa sitä kalaa.... Ilman että se (matkailija) kuvittelee, että siellä on joku iso kala kiinni.*

Erään haastateltavan mukaan taitavat kalastuksen harrastajat eivät useinkaan ole halukkaita opastamaan matkailijoita, vaan haluavat pitää harrastuksensa omana nautintona. Myös opastuksessa tarvittavan kielitaidon merkitys ja varsinkin sen puute tuli haastatteluissa esille.

*Matkailuyrittäjä: Et se ois hirveen tärkeä niinku se, jos ihmisille vaan lyödään onget käteen ja marssikaa tuonne ja poratkaa reikiä jäähän niin kyllä siinä pitää olla semmosta kanssakäymistä myös. Just tuommosta jos joku kertoo minkälaisia saaliita on saanu ja minka tyyppisiä kaloja ja miten on kalastanu ja vielä, kun osais ne mukavasti kertoa...Ja etteihän se niinku eihän se semmosella henkilöllä, joka jostakin Itävallasta lentää Savonlinnaan ja tulee tänne pilkille, niin se saalis ei oo missään tapauksessa se pääasia..*

Myös kalastusmatkailun asiantuntija kaipasi tarjontaan monipuolista kalastuksen opastusta. Saalin kunnioitus on tärkeä lähtökohta opastustoiminnalle.

*Asiantuntija: Matkailukalastuksessa nimenomaan siinä pitäisi olla niin monta ulottuvuutta. Osa sitä opastustoimintaa on se, että se on samalla tän kalastuskulttuurin ja kalastuskäyttäytymisen kertomista asiakkaille ja asiakasta opetetaan kunnioittamaan saalista...Joku sano, että ranskalaisille asiakkaille ei pitäis näyttää keskimääräistä suomalaista kalankäsittelyä, että ne ei tule toista kertaa, ne ei ymmärrä kalan heittämistä veneen pohjalle tekemättä sille yhtään mitään.*

### 3.11. Opastustoiminnan ongelmat

Opastustoiminnan harjoittaminen ansiotyönä on hankalasti järjestettävissä hajanaisesti sijoittuneiden majoitusyritysten alueella. Myös todellinen kysyntä palveluille on hyvin epävarmaa. Savonlinnan ympäristössä aiemmin toiminut opastus oli lopetettu heikon kysynnän vuoksi.

Eräässä haastattelussa tuli esille laatumerkin rakentaminen. Yrittäjä oli perehtynyt venematkailun kehittämiseen ja piti oman laatumerkin luomista olennaisena mahdollisen venematkailukonseptin toteutuksen onnistumiselle. Ongelmana vain on laatumerkin rakentamisen kalleus.

Kalastuspalvelut ovat vaikeasti hinnoiteltavissa. Haastatelluista yrittäjistä kukaan ei ilmoittanut ottaneensa maksua asiakkailta kalastuksen yhteydessä. Asiakkaiden kerrottiin ostavan kalaa nuotan noston yhteydessä ja suorittavan näin maksun palveluksesta. Nykyinen tilanne on huono lähtökohta jos aiotaan kehittää esimerkiksi nuotantalonäytöksiä matkailullisesti ja yritetään periä todellisia kustannuksia vastaavia kuluja asiakkailta. Toisaalta nykytilanteessa kalastaja laskee saavansa tulon itse saaliista, eikä koe tarpeelliseksi panostaa kyydissä kulkeviin matkailijoihin, jotka saatetaan kokea mielenvirkistykseenä yksinäistä työtä tekeväille kalastajalle.

Kalastusmatkailun asiantuntijan selkeä havainto oman aineistonsa (32 haastattelua eri puolelta Suomea) perusteella oli, että suomalaisille yksityisasiakkaille on erittäin vai-

kea myydä kalastusretkeä. Yritysassiakkaat elättävät ne harvat noin viisi henkilöä, jotka todella hankkivat toimeentulonsa kalastusopastuksesta.

*Asiantuntija: Se on aika lailla selvää, että vain yritykset käyttää opaspalveluja. Yksityshenkilöiden merkitys oppaiden asiakaskunnassa on mitätön. Että voi karkeesti sanoa, että oppaan asiakkaat äärimmäisen harvoin maksaa ite reissunsa. Paitsi ulkomaalaiset tietysti.*

Matkailuyrittäjien haastattelut tukivat kalastusmatkailun asiantuntijan havaintoa. Pääosa kalastusnäytöksiä järjestävän yrittäjän asiakkaista ovat yrityksiä, jotka tuovat henkilökuntaansa tai yhteistyökumppaneita Savonlinnan oopperajuhlille. Alus, jolla vieraita kuljetetaan, soveltuu myös nuottaus- ja troolausnäytöksiin. Käytettävät majoitus-tilat ovat aittatyypisiä ja yksinomaan kesäkäyttöön. Yritysten virkistystoiminnasta vastaavat henkilöt tuntevat paikan ja tarjotun tuotteen, joten markkinointia matkailuyrittäjän ei ole tarvinnut tehdä.

*Matkailuyrittäjä: Joo oikeestaan yksityistä turistia niin en oo oikeestaan ehtinykkään vaan siinä on aina isäntä mukana. Ja sillo se toimii tämmönen paketti parhaimmiten tuota. Eikä sitä yksinäistä tämmöstä turistia, mikä ainoastaan kalastaa niin siihen joutus` investoimaan aika paljon ja niihin laitteisiin ja vehkeisiin. Eikä se tiällä Saimaalla, tälläkin kohti niin se ei kata niitä kuluja, jos muutamia kymmeniä ehkä satakin kävis.*

Lisäksi kalastusmatkailun asiantuntijan mukaan ns. kalastusmatkailumarkat tehdään virtaavissa vesissä ja merellä. Järvien valttina on kuitenkin lähtövarmuus kovallakin tuulella ja puhtaat vedet, joissa leväkukinnot eivät häiritse kesäisin kuten Suomenlahdella. Toisaalta kalastusmatkailun osuuden merkityksen laskeminen on hankalaa yrityksille ja yhteisöille suunnatuissa kalastuselämyksissä. Loppujenlopuksi varsinaisen kalastamisen osuus on asiantuntijan mukaan pieni kalastusmatkan kokonaiskustannuksissa.

*Asiantuntija: Se kulkee kalastuksen nimissä se homma. Yritykset pitää siellä kokouksia ja muuta mutta kalastus on aina joka paikassa mukana. Tuota kyllähän se raha tulee kaikesta muusta kuin siitä kalasta tai kalastamisesta. Eli siellä on viimeisen päälle hyvä ruoka ja kuljetus ja muut. Se on yks kokonaisuus ja siitä on hirmu vaikea erotella erikseen.*

### 3.12. Matkailukalastuksen kehittäminen

Haastatteluissa tuli selkeästi ilmi, että kalastuksen varaan rakentuva matkailu on vielä hyvin pienimuotoista Pihlajavedellä. Matkailuyrittäjät näkivät kalastuksen mahdollisuutena lisätä syksyn ja talven matkailua. Asiantuntijat pitivät Pihlajavettä hyvänä matkailukalastuskohteena tarkasti määriteltäville kohderyhmille. He mainitsivat Pihlajaveden valtiksi monipuolisen ja turvallisen vesiympäristön. Alueella on parhaimmat edellytykset ahvenen, hauen ja särjen kalastukseen. Paikoin kuha- ja taimenkannat ovat riittäviä matkailukalastuksen kannalta. Lisäksi alueella on muita matkailijoiden nähtävyyksiä, jotka voisivat vetää matkailukalastajia.

Vapaa-ajankalastajien järjestön kalastusneuvojan mukaan ensimmäisenä tulisi kuitenkin saattaa perusteet kuntoon eli hoitaa kalakantoja matkailukalastusta ajatellen. Ruot-

sissa luonnonkalakantoihin panostetaan ja siellä jopa kalastusta vuorotellaan parin vuoden välein eri jokiosuuksien välillä ja siten suojataan kalojen luontainen lisääntyminen. Painettua kalapaikkaopasta sekä kalastusneuvoja että kalastusmatkailun asiantuntija pitivät ensiarvoisen tärkeänä. Kalapaikkaoppaasta tulisi käydä ilmi mistä ja mihin aikaan vuodesta mitään kalaa saa. Kalapaikkaoppaalla parannettaisiin saalisvarmuutta ja edesautettaisiin matkailukalastuksen kehittymistä. Kalastusneuvoja esitti, että paikallista kalastavaa nuorisoa tulisi esimerkiksi 4H-yhdistysten kautta kouluttaa kalastuksen opastamiseen. Nuorilla on kielitaitoa ja kokemusta nykyaikaisista vapakalastusmenetelmistä kuten jigikalastuksesta. Nuoret voisivat opastaa kesälomillaan ulkomaalaisia matkailijoita kalastuksessa ainakin paikkojen ja tarvikkeiden suhteen.

Kalastusmatkailun asiantuntijan mukaan suomalaisten virkistyskalastusjärjestöjen jäsenet eivät ole kalastusmatkailuyritysten asiakkaita. Aktiiviset kalastajat ovat kustannustietoisia ja järjestävät itse majoituksensa ja muun matkaohjelman. Toisaalta kalastusjärjestöillä on kuitenkin erittäin tärkeä merkitys ajateltaessa kalastusharrastuksen tulevaisuutta ja tulevia asiakkaita.

Kaikki matkailuyrittäjät pitivät kalastukseen liittyvää matkailun mainontaa ja markkinointia tärkeänä. Tällä hetkellä mökkimatkailuun liittyvän kalastuksen markkinoinnin katsottiin olevan yksinomaan matkailuyrittäjien vastuulla. Vapaa-ajankalastajien järjestön kalastusneuvoja piti ulkomaalaisia kalastusjärjestöjä tärkeimpänä kohderyhmänä markkinoitaessa suomalaisia matkailukalastustuotteita.

*Haastattelija: Onks teillä sitten kokemusta taikka näkemystä, että mikä on se oikea tapa löytää nämä, oikealla lailla ulkomaalaiset?*

*Kalastusneuvoja: Tietenkin on keskieuropalainen kalastusalan järjestöt ja lehdistö... Löytyy tiettyjä spesialisteja ja volyymi on Keski-Euroopassa niin suuri, että sieltä löytyy varmaan tällaisia luontomatkailijoita, jotka on sitten kiinnostuneet siinä kalastuksesta ja hauesta ja ahvenesta ja muista järviolosuhteista. Enemmänkin kuin sitten tuosta merestä jossa... tuuli ja nämä myrsky- ja sääolosuhteet ja muut tuo epävarmuutta matkanjärjestämisessä.*

Kalastusmatkailuun perehtyneen asiantuntijan mukaan suomalaisten yritysten markkinointi ulkomaalaisissa kalastuslehdessä on yllättävän vähäistä. Hänen haastattelemansa yritykset olivat pitäneet tyytyväisiä asiakkaita eli suusta suuhun tapahtuvaa asiakkaiden myyntityötä tehokkaimpana markkinointikanavana. Kuitenkin myös internet on viime aikoina noussut merkittäväksi myyntikanavaksi.

Matkailukalastuksen kehittämiseksi tarvitaan kaikkien haastateltujen mielestä ammattimaista otetta. Kukaan ei usko pikaiseen kehittymiseen, mutta luonnon säilyessä puhtaana ja rauhallisena edellytykset ovat kunnossa, kunhan kalastuksen opastus saadaan vastaamaan asiakkaiden tarpeita ja kysyntää pystytään luomaan korkeatasoisella tarjonnalla.

*Matkailuyrittäjä: Mahdollisuuksia on varmasti tulevaisuudessa yhä enemmän ja yksinäinen lähtökohta se, että täällä on suuret vesialueet. Ja aika paljon vielä monen mielestä tämmöistä koskematonta luontoa, että pääsee niinku aidoissa olosuhteissa kalastamaan niin sanotusti. Et tuota jotakin tämmöistä järjestelmällisempää ja ammattimaisempaa hommaahan tässä tarvitaan, kuten muussakin matkailuyrittämisessä. Tää tietysti realistisesti ajateltuna tulee viemään aikaa. Joitakin vuosia tai vuosikymmeniä, alueet on niin mahtavat, että jos ei näitä pilata muilla systeemeillä niin kyl täällä tulevaisuutta on.*

Matkailussa kalastus on siis yksi harraste muiden joukossa ja sen ympärille on rakennettavissa ohjelmapalveluja. Kalastuksen ohjelmapalveluissa yhdistyy monta elementtiä kuten maisema, hiljaisuus, puhtaus, hyvä ruoka ja pyydystämisen jännitys. Kalastuksesta yksistään ohjelmapalveluna on erittäin vaikea saada toimeentuloa. Monimuotoisesti ammattikalastusta ja/tai majoitustoimintaa yhdistelemällä kalastus matkailijoiden ohjelmapalveluna tuo lisäarvoa ja synergiaetuja. Kalastus on luonnollinen ajanviete Pihlajaveden alueella. Monelle ulkomaalaiselle asiakkaalle on suuri elämys valmistaa ateria itse pyydetystä kalasta.

*Matkailuyrittäjä: Mie oon käyny heittämässä aikasemmin muikkuverkot niin sitten näitten vieraiden kanssa on lähdetty nostamaan ne ja sitten siihen on liittynyt tuota kalojen perkaus tuolla saarella ja meillä on siellä nuotio- ja leiripaikat ja siellä on sitten kahvit keitetty ja niitä muikkuja niinku me sanomme täällä halstrattu elikkä nuotiolla paistettu sitten muikkuja. Ja kyllä voi sanoa, että hyvin monet ovat haltioissaan siitä varsinkin, kun on vielä kaunis päivä.*

### 3.13. Yhteistoiminta ja projektit

Haastatelluilla yrityksillä oli ollut vähänlaisesti yhteistyötä muiden matkailuyritysten kanssa. Kuntien ja talousalueen yhteisesitteissä olivat monet olleet mukana. Parissa yrityksestä neuvottiin vieraita läheiselle kalalammikolle tai kalanjalostamolle. Yhdessä yrityksessä kanoottien vuokrauksen ja melontaopastuksen hoiti yhteistyöyritys. Myös tutustumisretkiä läheisiin kohteisiin järjestettiin. Ammattimaisimmin matkailuun suhtautuvan yrityksen yhteistyö oli ollut vilkkaampaa. Lähes kaikki matkailuyritykset olivat tehneet yhteistyötä matkailun myyntiorganisaatioiden kanssa. Vain kahdella viidestä matkailuyrityksestä oli haastatteluhetkellä majoitustiloja välittäjän myynnissä. Yrityksellä, jonka majoitustilat olivat myynnissä markkinointiyhteisöllä, oma suoramyynti oli 70 % kokonaisu-myynnistä. Myynnin tehottomuus ja kalleus sekä oma vakioasiakaskunta olivat tekijöitä, jotka olivat vaikuttaneet suoramyyntiin siirtymiseen.

Useassa haastattelussa tuli eri yhteyksissä ilmi yhteistoiminnan hankaluus. Suurimpana syynä pidettiin kateutta ja asennoitumisongelmia. Yleinen asenneilmapiiri ei ole suotuista, kenelläkään ei haluta menevän muita paremmin. Lisäksi elinkeinojen kehittämiseen ei ole motivoiduttu. Nuoren väestön poismuutto on vähentänyt potentiaalisten aktiivisten toimijoiden määrää. Kylillä tällä hetkellä asuvien resurssit ovat rajalliset.

Kalastusmatkailun asiantuntijan mukaan yrittäjät ovat olleet tyytyväisiä projekteihin. Usein projektien vetäjien alan tietämyksen suhteen on parantamista, mutta projekteista oli aina saatu jotain hyötyä. Kalastusmatkailun asiantuntija kertoi Kala-Suomi -kalastusmatkailuhankkeen osanottajien olleen erittäin tyytyväisiä hankkeessa saatuihin kontakteihin. Toisaalta hankkeiden lukumäärää pidettiin liian suurena. Runsaasta hankkevalikoimasta on vaikea valita mihin kannattaa lähteä mukaan ja miten käytössä olevat resurssit olisivat parhaiten jaettavissa.

Pihlajavedellä haastatelluista seitsemästä matkailuyrityksestä vain kaksi yritystä oli ollut jossain kalastusaiheisessa hankkeessa mukana. Molemmat yrittäjät kokivat hankkeista saadun hyödyn olleen vähäistä. Myös hankkeiden viranomaislähtöisyys koettiin kielteisenä.

*Matkailuyrittäjä: Kyllä mä näistä projekteista odottaisin jotenkin semmosta niinku yrittäjyystävällisempää lähtökohtaa. Jotenkin musta tuntuu, että nuo monet projektit, että niissä on tavallaan sellaset puoliammattilaiset vetäjät, jotka kyllä tietää, miten ne*

*raha hommat hoidetaan ja miten ne saa ketkuteltua sopivasti, jos ei muille niin ainakin itelleen sitä rahaa siitä projektista. Sit jos on jotakin vähänkin niinkun pitäis tehdä jotakin markkinointityötä, todellista suoraa markkinointityötä, sitä ei katsota projektin, sitä ei voi projekti tehdä jostakin syystä, jos ei siihen keksitä jotakin ihme kieroilla, millä se saadaan näyttämään joltakin muulta, jos ihan suoraan sanotaan.*

Eräs yrittäjä kertoi edenneensä omakohtaisessa yrityksen kehittämistyössään jo varsin pitkälle, mutta kehitystyö oli kohdannut suuria vaikeuksia puutteellisen ohjauksen ja neuvonnan taholta. Toinen yrittäjä totesi, että verkostoitumista on ollut erittäin vähän, mutta tulevaisuudessa toimintastrategiaa muutettaneen. Yhteistyön ja hanketyön ideat ovat kytymässä, mutta maaperä ei ole otollisin Pihlajaveden alueella.



## 4. Pohdinta

### 4.1. Matkailukalastuksen kehitystyö ja sen vaikeudet

Matkailukalastukseen on vuosina 1995-1999 sijoitettu hankerahaa n. 55 miljoonaa markan verran. Tästä ja muusta alan kehittämistä saadut tulokset ovat tällä hetkellä nähtävissä lähinnä esitetuotantona ja kalastuksen mahdollisuuksien parempana tiedostamisena. Liikevaihto on lisääntynyt projektien osanottajayrityksissä jonkin verran ja hankkeet ovat rohkaisseet perustamaan uusia yrityksiä. Alan yritysten liikevaihdon kasvu ei ole ollut kuitenkaan merkittävää panostuksiin nähden. Suuri osa kuluista on kulunut hankehenkilöstön palkkoihin.

Markkinoinnin tulosten mittaaminen on vaikeaa. Yleisesti on todettu, että painetun esitetuotannon jakelutehokkuudessa ja tuloksellisuuden mittaamisessa on paljon parannettavaa (Middleton 1994). Taloudellisten resurssien niukkuus, markkinointi-, myynti- ja jakelutieosaamisen puutteet, tuotteiden sesonkiluonteisuus, kapea-alaisuus ja samankaltaisuus, ohjelmopalveluyritysten yhteistyön vähäisyys ja järjestäytymättömyys sekä ohjelmopalvelujen suhteellisen heikko tunnettuus elinkeinona heikentävät erityisesti pienten ohjelmopalveluyritysten toimintaedellytyksiä (Aalto ym. 1999).

Maaseudun muuttotappio voidaan nähdä yhtenä matkailuelinkeinon kehittämistä vaikeuttavana tekijänä. Myöskään ei ole realistista ajatella matkailukalastuksen kehittämisen luovan merkittävästi uusia työpaikkoja maaseudulle. Hyvänä tuloksena voitaisiin pitää jo luotujen työpaikkojen säilyttämistä.

Toisaalta yhteiskunnan muutokset ja ihmisten erkaantuminen luonnosta kaupungistumisen myötä voivat luoda myös lisää kysyntää luontomatkailulle ja sen yhdelle erikoisalalle, matkailukalastukselle. Suomea pidetään luonnonläheisenä maana ja se mainitaan tärkeimmäksi syyksi Suomeen matkustamiselle (Vuoristo 1998). Luonnon merkityksen uskotaan tulevaisuudessa lisääntyvän matkailupäätöksiä tehtäessä (Poon 1993). Yksilöllisen ja kestävän kehityksen huomioivan matkailun kasvun pitäisi sopia hyvin suomalaisen matkailukalastuksen tarjontaan. Middletonin ja Hawkinsin (1998) mukaan vuosikymmenien aikana hintakilpailusta siirrytään ympäristöarvojen painottamiseen matkailussa. Arffman (1993) toteaa Suomeen tulevien matkailukalastajien määrän todennäköisesti kasvavan luontomatkailun lisääntymisen myötä. Kysyntää siis tulevaisuudessa pitäisi olla yhä enemmän Suomen tarjoamille matkailukalastuskohteille. Kyse on ennen kaikkea siitä, että tarjontaa tulisi kehittää asiakaslähtöisesti.

Monessa tapauksessa matkailukalastuksen kehittämishankkeet saatetaan kokea sosiaalisen kanssakäymisen aktivoijana ja tietynlaisena virkistymisen muotona. Useassa hankkeessa on järjestetty opintomatkoja, joiden tarkoituksena on lisätä tietoa ja ideoiden vaihtoa sekä yhteistyötä. Hankkeiden opintomatkoja voitaisiin tarkastella rinnasteisina suuryritysten ns. incentive-matkoihin. Eli pienyrittäjät pääsevät palkkiomatkalle sitkeästä puurtamisesta. Opintomatkoja yrittäjien ei olisi itse ehkä mahdollista järjestää tai ainakaan saada muita yrittäjiä mukaan.

Hankkeisiin osallistumisen motiivina voi olla myös investointiavustusten piiriin pääsy. Jos yhteiskunnan avustusta esimerkiksi uisteluveneen tai moottorikelkan hankintaan on saatavilla 40 %, voi yrittäjä kokea sen synnä osallistua hankkeeseen. Joissakin tapauksissa hankkeisiin osallistumisen motiivina voivat olla kulttuurilliset ja sosiaaliset vaikuttimet. Osallistumiselle ei tällöin välttämättä aseteta edes taloudellisia tavoitteita. Taloudelliset termit ja tavoitteet voidaan myös kokea vieraksi. Yrittäjä kenties haluaa pitää toiminnan tasolla, jossa investoinnit, riskit ja tuotto-odotukset ovat pienempiä.

Sosiaaliset ja kulttuurilliset taustat ovat todennäköisesti esteitä yrittäjien avoimelle ja kasvuhakuiselle yhteistoiminnalle, joka olisi matkailukalastuksen kehittämisen edelly-

tys. Sosiaalisen pääoman ja luottamuksen puutteen tai vähyden voidaan ajatella olevan yksi merkittävä syy matkailukalastuksen kehittämistyön vaikeuksille. Ilmonen (2000) esittää, kuinka merkittävää ihmisten keskinäinen luottamus on yhteisön menestymisen kannalta. Suomessa maanviljelijät ja haja-asutusalueiden yrittäjät ovat tottuneet tulemaan itsenäisesti toimeen. Lisäksi ikääntyvä maaseudun kantaväestö ei ole kasvanut palveluelinkeinon vaatimuksiin. Tuotanto-orientoitunut ajatustapa ei mahdollista asiakkaan tarpeiden tunnistamista. Esimerkiksi Poon (1993) esittää asiakkaiden tarpeiden ymmärtämisen ja asiakkaiden odotuksiin vastaamisen olevan yksi tärkeimmistä kilpailustrategioista matkailun toimialalla.

Myös hankkeisiin osallistuneiden palkallisten työntekijöiden, projektipäällikön tai hankkeenvetäjän panosta voidaan tarkastella kriittisestikin. Pihlajavedellä haastatellut yrittäjät arvostelivat hankkeita viranomaislähtöisyydestä. Hankevetäjät saattavat olla toistuvissa määräaikaissa työsuhteissa toimivia viranomaisia, joiden töiden jatkumisen varmistamiseksi perustetaan hanke. Matkailun tai kalastuksen tietämys ja yrittäjien näkökulmat voivat olla toissijaisia tekijöitä. Tällöin tehtävärajaukset voivat olla liian kapeita, tuotekehitystä tehdään parhaimpaan sesonkiaikaan ja tuloksen tekemiseen ei ole motivaatiota, kun palkkaus ei ole riippuvainen työn tuloksista.

## 4.2. Mitä tarvittaisiin matkailukalastusalan kehittämiseksi?

Matkailukalastuksen kehittämiskysymysten ratkaisemiseksi ei ole olemassa yhtä ja ainoaa viisasten kiveä. Sekä projektien suunnittelijat että käytännön yrittäjät ovat hyvin tietoisia siitä, mitä pitäisi kehittää ja miten, mutta kummallakaan taholla ei ole riittävästi niitä resursseja, joilla yhteistyö saataisiin toimimaan saman päämäärän puolesta. Kehityksen kannalta olisi oleellista löytää myös yhteinen tahtotila toimijoiden välille. Innostuksen ja tahdon matkailukalastuksen kehittämiseen tulisi lähteä varsinaisilta alan toimijoilta eli matkailukalastustoimintaa harjoittavilta.

Todelliset suunnitelmat matkailukalastuksen kehittämiseksi tulivat esille vain yhdessä haastattelussa. Markkinoinnin tarpeiden kehittäminen tuli esille useammin, mutta varsinaiseen ideointi markkinointi- ja muun hankeyhteistyön kehittämiseksi ei ollut toteutunut. Haastatteluista saadun vaikutelman mukaan yrittäjät mieluummin odottelevat kehittävää impulssia ulkoapäin. Kehitystyön esteeksi mainittiin mm. kateus. Kenelläkään ei haluta menevän muita paremmin. Tämän piirteen varmasti jokainen itäsuomalainen yrittäjä on jossain vaiheessa kokenut. Myös Virtasen (2000) mukaan useat maa-seutumatkailuyrittäjät olivat kokeneet ympäristön yrittäjäkielteisyyden tai kateellisuuden ainakin jossain yrityksen historian vaiheessa. On hyvin todennäköistä, että yksi syy matkailutoiminnan pienimuotoisuuteen on ympäristön vähäinen kannustavuus. Suurin syy pieniin yksikkökokoihin on kuitenkin kysynnän sesonkiluonteisuus ja kannattavuus.

### 4.2.1. Kalavesien kaavoitus

Virkistyskalastusjärjestöjen taholta on esitetty tarve kaavoittaa kalavesiä. Kalavesien kaavoitus mahdollistaisi vesien kohdennetun käytön, joka tarkoittaisi käytännössä kohdennettua istutustoimintaa sekä kalastusrajoituksia tiettyjä kalastajaryhmiä kohtaan. Tämän ajattelun mukaan tiettyjen alueiden varaaminen esimerkiksi vapakalastajille ja toisten alueiden pyhittäminen ammattikalastajille palvelisi molempien kalastajaryhmien etua. Kalavesien kaavoitus rajoittaisi todennäköisesti osakaskuntien oikeuksia määrätä kalastuksesta, mikä lienee este idean toteutukselle. Haastatteluissa kalaveden omistajakuntaa edustanut kalastusalueen isännöitsijä ei pitänyt kaavoitusta tarpeellisena. Osakaskuntien omistusoikeus vesiin on hyvin vahva ja päätösvallasta halutaan pitää kiinni.

Käytännössä kalavesien kaavoituksen voisi joissain yhteistyöhaluisissa osakaskunnissa uskoa onnistuvan helposti, jos kalastusrajoitusten tai -suositusten laadinnassa kalastuskunnat olisivat keskeisiä toimijoita. Ari Lappalaisen (2000) esittämä ajatus paikallisesti määritettävistä kalastuksen vuotuisrytmin mukaisista kalastusrajoituksista tai -suosituksista huomioi niin kalaveden omistajien kuin käyttäjienkin intressit. Lappalainen viittaa kalastuksen keskusjohtoisessa ohjailussa sekä kalastusjärjestelyissä ongelman ytimeksi olevan kasvamassa se, kenen ehdoilla kalastus lopulta järjestetään. Eri-alaisten kalastajaryhmien tarpeet voitaisiin paikallisissa kalastusjärjestelyissä entisten aluerajojen sijasta ottaa huomioon paikallisten kalastusolojen tuntemukseen perustuviin, kalastuksen vuotuisrytmin mukaisten pyydysrajoitusten tai suositusten avulla.

Kalastusmatkailutoimikunnan mietinnössä vaadittiin voimakkaammin vesistöresurssien perusjakoa kalastusmatkailuvesiin, virkistyskalastusvesiin ja talouskalastusvesiin (Kalastusmatkailutoimikunta 1995). Myös Arffman (1993) on esittänyt kalastusmatkailuvesien käytön suunnitelmallista kehittämistä ja käyttörajoitusten sekä istutusten kohdentamista. Luvussa 2 tarkastelluissa matkailukalastushankkeissa, ei kalavesien kaavoituksen tarve noussut esille. Tosin SUOMU-hankkeessa Suodenniemellä oli perustettu n. 1 000 ha:n matkailukalastusalue, johon oli tehty suunnitelmien mukaisia istutuksia (Pikkuaho 2000). Myös Tornionjoen tapauksessa oli kyse kalastusoikeuden alueellisesta jakautumisesta. Tornionjokeen nousevien lohien pyyntipaikasta ja -tavasta on kiistelty vuosien ajan. Laatu-Apajat -hankkeessa luokitettiin kalastuskohteita, jotka monessa tapauksessa olivat suurjärviä. Laatu-Apajien luokitus perustui ympäristön, kalaston ja palveluiden luokittamiseen kolmiportaisella asteikolla. Luokituksessa suositettiin luonnonympäristöä ja luonnonkalakantoja (Suomen Kalamiesten Keskusliitto 2000). Luokituksella haluttiin viestiä ympäristöystävällisistä kalastuskohteista ja näin ollen se poikkesi kalastusmatkailutoimikunnan ja Arffmanin esityksistä kalavesien käytön kohdentamisesta.

Pihlajavedellä yrittäjien voidaan katsoa tukevan ainakin jonkinasteisia käyttösuosituksia, esimerkiksi tapauksessa, jossa harjusten istutustoiminnan todettiin olleen hyvin onnistunutta. Harjus on paikallinen kala, jonka kalastukseen voidaan merkittävästi vaikuttaa toimivalla ohjauksella. Käyttösuosituksilla päästäisiin todennäköisesti osakaskuntaa ja kalastajia tyydyttäviin tuloksiin. Osakaskunta saisi luvanmyyntituloja ja kalastajat saalista, kun kohteen hoito olisi järjestetty ja saalisvarmuus olisi kohtalainen tai hyvä.

Erityiskalastuskohteen hoito on syytä järjestää toiminnan kehittämiseen motivoituneen tahon kanssa. Erityiskalastuskohteen ylläpito vaatii asiantuntemusta ja käyttäjät huomioivaa asennetta, johon osakaskuntien resurssit ja motivaatio eivät välttämättä riitä. Joissain tapauksissa paikallinen virkistyskalastusseura voisi olla motivoitunut kohteen hoidosta vastaava taho. Mujeen ym. (2001) tutkimuksessa tuli vahvasti esiin osakaskuntien tarve saada uusia henkilöitä mukaan toimintaan. Uusille toimijoille voitaisiin antaa esimerkiksi erityiskalastuskohde hoidettavaksi, jolloin nuoremman vapakalastuksen tarpeita tuntevan väen asiantuntemus ja motivaatio pääsisi oikeuksiinsa osakaskunnan toiminnassa. Hoidon rahoituksen tulisi koostua pääasiassa kohteen lupamyyntituloista ja mahdollisista muista maksuista.

Kalastus pienessä kohteessa on järjestettävissä kiintiöinä. Tämä tarkoittaa maksimilupamäärän määrittämistä tietyksi ajankohdaksi. Toisaalta suuremmilla järviolueella sijaitsevilla matkailukalastuskohteissa lyhytaikaiset luvat olisivat jäykkiä käyttää ja hallinnoida. Tällöin tulisi myynnissä olla vuosilupia ja pyyntipainetta tulisi ohjata suosituksilla, esimerkiksi 20 kalastajaa kerrallaan. Uudenmaan TE-keskuksen kalatalousyksikkö on todennut toimivan ja asiakaslähtöisen lupajärjestelmän sekä asenteen olevan eräs tärkeimmistä keinoista saada vesialueilta tuloja ja sitä kautta edelleen varoja mm. kalavesien hoitoon (Uudenmaan TE-keskus 1999).

Saalisvarmuus on keskeinen seikka matkailukalastus- tai kalastusmatkailumahdollisuuksista puhuttaessa. Pihlajaveden saalistilastojen mukaan ahven on valtalaji, johon myös matkailukalastusta tulisi kohdistaa. Seuraavaksi suurimpia saalisryhmiä ovat

hauki ja särki. Olisi toivottavaa, että näiden kalalajien arvostus nousisi kalastajien keskuudessa. Mikäli saalisvarmuutta todella halutaan parantaa, olisi tarpeellista kehittää kalavesien kohdentamista eri käyttäjäryhmille mahdollisuuksien mukaan eri ajan- kohdat huomioivasti.

Haastatteluissa tuli esiin vahva kritiikki vapakalastuksen ja erityisesti vetouistelun keskittymisestä taimenen ja lohen kalastukseen. Myös Mujeen ym. (2001) tutkimus osoitti osakaskuntien jäsenten kritisoinen voimakkaasti virkistyskalastuksen keskittymistä näihin lajeihin. Lohta ja taimenta sekä kuhaa saadaan kuitenkin saaliiksi hyvin vähän esimerkiksi särkeen verrattuna. Venäläiset ovat ihanteellisia matkailijoita kalavesien monipuolisen hyödyntämisen ja hoidon kannalta. He eivät nirsoile särkikalojen kohdallakaan, vaan heille kelpaa kaikki saalis. Venäläiset arvostavat toki lohikalojakin, mutta toisin kuin suomalaiset, he pitävät esimerkiksi myös lahnaa arvokkaana saaliina.

#### 4.2.2. Matkailukalastuksen markkinointi

Matkailukalastushankkeissa panostettiin paljon markkinointiin. Pihlajavedellä yrittäjät kuitenkin kokivat markkinoinnin olevan alueella alkutekijöissään. Vain yksi matkailuyrittäjä kertoi mainostaneensa varsinaisesti matkailukalastusta. Matkailukalastuksen markkinointi on yrittäjien omalla vastuulla.

Projektien lyhyt kesto on ongelma markkinoinnin kehittämisen kannalta. Tällöin markkinointi ei ole pitkäjänteistä ja esitteiden vanhennuttua yhteismarkkinointi “kuiuu kasaan”. Toisaalta yrittäjät toivovat hankkeiden nimenomaan paneutuvan markkinointiin, joka näyttäytyy heille konkreettisina toimina ja selvänä rahan vasteena. Pihlajaveden yrittäjien matkailukalastuksen markkinoinnin vähyys ja hankkeiden markkinointisuuntautuneisuus kertoo tiedon ja taidon vähydestä kohdistaa markkinointia tiettyille kohderyhmille sekä suurista mainoskustannuksista. Yhteisesitteen myötä yritys-kohtaiset kustannukset laskisivat siedettävälle tasolle.

Erään hankkeen sekä haastattelun kohdalla tuli esiin matkailun markkinointiorganisaatioiden naisvaltaisuus ja naisten kokemattomuus kalastuksesta. Asiaa tuntemattoman on vaikea myydä tuotetta. Myös yrittäjien taholta esiintyi tyytymättömyyttä uskalluksen ja asiantuntemuksen puutteeseen. Kalastusmatkailun asiantuntija kritisoi myös matkailutuotteen myymistä käyttämällä räikeitä “ylikuvia”.

Markkinointi on matkailukalastuksen kehittämisen akilleen kantapää. Tuotteita pitäisi osata markkinoida tehokkaasti asiantuntemuksella ja asiakaslähtöisesti. Keski-Suomen kalastusmatkailun internet-sivut ovat hyvä esimerkki onnistuneesta matkailukalastuksen markkinoinnista. Tämän kaltainen malli kehittäisi koko Suomen matkailukalastusta. Yhteistyötä kannattaa kehittää myös internet-sivujen kautta. Esimerkiksi Kalatalouden Keskusliiton ja Matkailunedistämiskeskuksen tulisi linkittää kotisivunsa Keski-Suomen kalastusmatkailun sivuille. Tällöin myös matkailun myyntitahot saisivat helposti tarvittavan erikoistiedon tai voisivat ohjata kysyjän suoraan tiedonlähteille.

Haastatteluissa yrityksissä kalastusta käytettiin lähinnä markkinointikeinona. Majoitussyrittäjien kalastustoimintaa asiakkaidensa kanssa voidaan pitää kanta-asiakassuhteen ylläpitona ja erittäin rationaalisena markkinointitoimenpiteenä, jossa asiakkaan löytämisen ja yhteydenpidon kustannukset ovat pienet, mutta saatava hyöty todennäköinen ja tuottoisa. Varsinaisena kustannuksena yrittäjälle kalarekestähän on vain oma aika, laskennallinen palkka sekä polttoainekustannus. Veneen ja pyyntivälineistön yrittäjä on usein hankkinut jo omaa käyttöönsä varten. Tyytyväinen asiakas tulee todennäköisesti samalle mökille uudelleen ja varaa sen suoraan yrittäjältä. Matkatoimistolle ei silloin yrittäjän tarvitse maksaa myyntiprovisiota ja ilmoituskustannuksissa voidaan myös säästää tulevaisuudessa.

Suunniteltaessa matkailukalastuskohteen tarjontaa, on erilaisten kalastajatyypin huomioiminen tärkeää. Vesien vetovoima yritystoiminnaksi -hankkeesta saatujen kokemuksen mukaan ohjattuja kalastuspalveluja on valmis ostamaan hyvin marginaalinen osa kalastajista. Kalastusmatkailutulot kertyvät suurimmaksi osaksi omatoimisilta kalastusmatkailijoilta. Myöskään Pihlajavedellä virkistyskalastusjärjestöjen aktiivit ja "spesialistit" eivät ole yritysten tavallisia asiakkaita. Perhematkailijat ja heidän kiinnostuksensa kalastukseen on Pihlajaveden matkailukalastuksen suotuisin markkinasegmentti. Perhematkailijoihin suuntautumista tulevaisuudessa tukee ympäristön muu vahva matkailun infrastruktuuri.

Pihlajaveden ympäristössä ei ole tällä hetkellä merkittävää yrityskantaa, jolla olisi kyntää ympärivuotisesti matkailukalastuksen tuotteille. Markkinoinnin ja tuotekehityksen tulevaisuutta mietittäessä on huomioitava minkälaiset kalastuksen ohjelmapalvelutuotteet kiinnostavat yrityksiä itseään. Myyvä nimi ja ateriointiin liittyvä ohjelma kokonaisuus olivat kiinnostavimpia tuotteita.

### 4.3. Pihlajaveden matkailukalastuksellinen tulevaisuus

Pihlajavedellä on potentiaalia kehittyä nimenomaan matkailukalastuskohteena. Luontoarvot: puhdas ja kaunis luonto, rikkonainen maisema kallioineen ja lehtoineen, saimaannorppa sekä veden puhtaus ja kirkkaus ovat Pihlajaveden vahvuuksia. Gunn (1993) on todennut veden laadun olevan erittäin oleellinen asia matkailun menestymiselle niin taloudellisesti, sosiaalisesti kuin ympäristön kannalta. Esimerkiksi Uudenmaan kalastajien tärkeimmäksi kokema yksittäinen ongelma on ollut kalavesien likaantuminen pitkin 1990-lukua (Uudenmaan TE-keskus 1999). Lisäksi Pihlajaveden alue on tunnettua kesämatkailualueena. Venäjän markkina-alueen ja erityisesti Pietarin läheisyys mahdollistavat myös kesäsesongin ulkopuolisten lyhytlomien myynnin kasvun. Arffman (1993) toteaa Suomen lähialueiden perhematkailijoiden olevan potentiaalisimpia matkailukalastustuotteiden ostajia. Luontaisinta Pihlajavedellä olisi keskittyä kolmen eri markkinointisegmentin kehittämiseen. Kotimaan matkailijoiden lisäksi myös keskieuropalaiset ja venäläiset tarvitsevat oman profiloitun strategiansa. Monikielinen esitetuotanto ja yritysten erikoistuminen erilaisiin kalastustapoihin (esimerkiksi perho-, heitto- ja sukelluskalastus, pilkintä, tuulastus ja nuottaretket) vuodenaajan mukaan lisäisi vastetta kysynnälle.

Haastatteluissa kalaveden omistajien eli kalastusresurssin hallinnasta päättävien taholta ei noussut esiin merkittävää matkailukalastuksen vastustusta. Mujeen (2000, 2001) mukaan virkistyskalastuksen lisääntymiseen suhtaudutaan nykyisin myönteisesti, kuitenkin tietyin varauksin. Kalakantoihin kohdistuvan rasituksen sijaan vesiliikenteen lisääntymisestä johtuva luonnonrauhan järkkäminen koettiin suurimmaksi uhaksi. Toisaalta kotitarve- ja ammattikalastajien ikääntymisen ja vähentymisen myötä järville katsotaan olevan tilaa myös virkistyskalastajille.

Mikäli matkailukalastuksen visioista halutaan todellisuutta, olisi Pihlajavedelle synnyttävä aitoa tahtoa nykyisen tilanteen kehittämiseksi. Kehitystyön moottoreiksi tulisi muodostaa sopivia tiimejä, jotka koostuisivat niin yrittäjistä kuin alan viranomaisista sekä myynti- ja markkinatahojen edustajista. on, Todellinen motivaatio matkailukalastuksen kehittämiseen on tiimien toiminnan kannalta ensiarvoisen tärkeää.

Käytännön esimerkki yhteistyöstä olisi kalapaikkaoppaan laatiminen. Oppaassa annettaisiin käytännön kalastusneuvoja ja selitettäisiin lyhyesti tarvittavat luvat. Kalapaikkaopas tulisi käännettävä useille kielille. Tavoitteena olisi käytännön kalastusohjeiden antaminen matkailijalle esimerkiksi ahvenen kalastukseen: missä kala kulloinkin liikkuu ja mikä esimerkiksi on ajankohtaan sopivin uistintyyppi. Kalapaikkaoppaassa tulisi olla myös veneiden laskupaikat. Kirjallisen kalapaikkaoppaan lisäksi myös kalastusoppaiden kouluttaminen on tärkeää. Arffmanin (1993) mukaan opastuspalvelut ovat tärkeitä asiakkaiden saaliin ja tyytyväisyyden varmistamiseksi. Tornionjoella ja Kymi-

joella ylläpidettävien kalarekistereiden kaltainen seuranta lisää kiinnostusta kalastusta kohtaan myös Pihlajavedellä. Suurkalarekisteriä voisi pitää esimerkiksi maakunnallisen sanomalehti Itä-Savon kalapalstan toimittaja. Kalarekisteri lisää kalapaikkaoppaan uskottavuutta.

Pihlajavesi tarjoaa kalastuspaikan, ympäristön ja kalastuselämyksen moniulotteisuuden kannalta hyvät edellytykset matkailukalastuksen tuloksekkaalle kehittämiselle. Parannettavaa on kuitenkin vielä monella sektorilla. Suurimmat kehittämistarpeet ovat palvelutarjonnassa. Oikea ja ajan tasalla oleva tieto ja tiedottaminen ovat avainasioita matkailukalastuskohteen markkinoinnissa. Etukäteisodotukset ovat matkustuspäätöstä tehtäessä erittäin tärkeitä. Tulevaisuudessa internetin kautta tapahtuvan tiedottamisen merkitys korostuu. Tällöin myös yritysten olisi pystyttävä vastaamaan tähän tarpeeseen. Pihlajaveden matkailukalastusyritysten yhteisille internet-sivuille olisi mahdollista koota kaikki alueen kalastusta koskeva tieto ja kalastuspalveluja tarjoavat yritykset. Tällä ja muulla kohdennetulla markkinoinnilla päästäisiin varmasti tuloksiin, kun käytetään kaikkien osapuolien ammattitaito yhteisen päämäärän saavuttamiseksi.

## 5. Lähteet

- Aalto, K., Laiho, M. & Talonen, H. 1999: Matkailun ohjelmalveluyritysten myynti- ja informaatiokanavat. – 87 s. Sarja D: Tampereen yliopiston Liiketaloudellisen tutkimuskeskuksen julkaisuja 9. Tampere.
- Arffman, J. 1993: Suomen kehitysmahdollisuudet kansainväliseksi kalastusmatkailumaaksi. – 118 s. Matkailun koulutus- ja tutkimuskeskuksen julkaisusarja E:47. Vaasa.
- Artman, H., Helle, R. & Vuoristo, K-V. 1978: Suomen matkailun aluerakenne 1978. – 74 s. MEK A:12.
- Borg, P. 1999: Luontomatkailun järjestelmällisen kehittämiseen tutkimuksen avulla. – Metsätieteen aikakausikirja 1/1999. 111-115. 190 s. Metsäntutkimuslaitos.
- Eggers, J. & Tast, T. 1992: Urheilukalastajan Eurooppa. – Suomen kalastuslehti 4/1992. 11-17.
- Grönfors, M. 1982: Kvalitatiiviset kenttätyömenetelmät. – 233 s. WSOY. Juva.
- Gunn, C. A. 1993: Tourism Planning Basics, Concepts, Cases. - 459 s. Kolmas painos. Taylor & Francis.
- Harju-Autti, A. 1999: Matkailun ohjelmalvelut. – 37 s. Toimialaraportit. KTM toimiala-infomedia.
- Hawkins, R. & Middleton, V.T.C. 1998: Sustainable tourism: A marketing perspective. – 266 s. Butterworth-Heinemann. Oxford.
- Hemmi, J. 1995: Ympäristö- ja luontomatkailu. - 356 s. KPPaino. Virolahti.
- Huolman, I. (toim.) 1998: Pihlajaveden tila ja suojelun lähtökohdat. Suomen ympäristö 230. – 104 s. Etelä- Savon ympäristökeskus. Mikkeli
- Ilmonen, K. 2000: Sosiaalinen pääoma: käsite ja sen ongelmallisuus. – Teoksessa: Ilmonen, K. (toim.), Sosiaalinen pääoma ja luottamus. 9-39. 180 s. SoPhi 42. Jyväskylä.
- Jaakkola, M., Lankinen, Y. & Koiranen, M. 1990: Kalastusmatkailun nykytila ja kehitystarpeet. – 75 s. Soveltavan eläintieteen julkaisuja nro 1. Kuopion yliopisto.
- Jurvelius, J., Sikanen, A-P. & Löppönen, M. 1997: Kalastus ja saimaannorppa. Pihlajaveden pilkkikalastus 1990-luvun alussa. - 14 s. Kala- ja riistaraportteja nro 84. RKTL. Enonkoski.
- Kalatalouden Keskusliitto 2001. Kalastussäädöksiä. Kalatalouden keskusliitto N:o 137. Vammala.
- Kalastusmatkailutoimikunta 1995: Kalastusmatkailutoimikunnan mietintö. – 55 s. Komiteamietintö 1995:9. Maa- ja metsätalousministeriö.
- Kataja, J-P. 1998: "Hanketyö on kovaa hommaa": Tuloksekkaan maaseudun kehittämishankkeen mallit. – 98 s. Raportteja ja artikkeleita N:o 159. Pellervon taloudellinen tutkimuslaitos. Hakapaino. Helsinki.
- Lappalainen, A. 2000: Sisävesikalastus muuttuvassa yhteiskunnassa. – 33 s. Kalatutkimuksia 168. Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Helsinki.
- Lehtonen, H. 1996: Kalastusmatkailu: ympäristöä säästävää matkailua. – Teemaseminaariesitys. 10.10.1996. Kotka.
- Leinonen, K., Moilanen, P., Rinne, J., Toivonen, A-L., Tuunainen, A-L. & Yrjölä, R. 1998: Kuinka Suomi kalastaa. Osaraportti 1: Kalastusrasitukset alueittain. - 50 s. Kala- ja Riistaraportteja nro 121. RKTL. Helsinki.

Leinonen, K., Moilanen, P., Rinne, J., Stigzelius, J., Toivonen, A-L., Tuunainen, A-L. & Yrjölä, R. 1998: Kuinka Suomi kalastaa. Osaraportti 2: Saaliit ja viehekalastusjärjestelmän käytännön toimivuus kalastusalueittain. - 98 s. Kala- ja Riistaraportteja nro 131. RKTL. Helsinki.

Maa- ja metsätalousministeriö 2000: [Http://www.lande2000.fi/1/1/index.html](http://www.lande2000.fi/1/1/index.html). 11.11.2000.

Maa- ja metsätalousministeriö 2000: [Http://www.mmm.fi/maaseudun\\_kehittaminen/alueelliset\\_kehittamisohjelmat/tavoite\\_1/ita-suomi/](http://www.mmm.fi/maaseudun_kehittaminen/alueelliset_kehittamisohjelmat/tavoite_1/ita-suomi/). 11.11.2000.

Middleton, V.T.C. 1994: Marketing in travel and tourism. - 383 s. Toinen painos. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Mikkola, J., Yrjölä, R. 2001. Vapaa-ajankalastuksen teematutkimua. Teoksessa Sievänen, T (toim.) 2001. Luonnon virkistyskäyttö 2000. Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi LVVI-tutkimus 1997-2000 Loppuraportti. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 8002. Vantaan tutkimuskeskus.

Muje, K. 2000: Vapaa-ajan kalastuksen kehittäminen. Intressiryhmien näkökulmia Keski-Suomessa. - 27 s. Kala- ja riistaraportteja 175. Enonkoski.

Muje, K., Tonder, M. & Salmi, P. 2001: Kalastuksen paikallis- ja aluehallinto Pihlajavedellä. Vesialueen omistus ja intressiryhmien näkökulmat. - 33 s. Kala- ja riistaraportteja 216. Enonkoski.

Poon, A. 1993: Tourism, technology and competitive strategies. - 370 s. CAB international. Wallingford.

Pikkuaho, P. 1998: Suomu-projekti. Raportti hankkeen etenemisestä 1.1.1998-15.10.1998 sekä loppuraportti koko projektin toiminta-ajalta 1.10.1996-15.10.1998. 4 s. Moniste.

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos 2000: [Http://www.rktl.fi/tilasto/vapaa-ajan-kalastus/index.html](http://www.rktl.fi/tilasto/vapaa-ajan-kalastus/index.html). 6.3.2000.

Ryhänen, H. 1997: Pihlajaveden kestävä vesistömatkailun taustaselvitysraportti: Luonnon arvoista luonnonarvoiseen matkailuun. - 27 s. Kestävä matkailun raportteja 2. Matkailualan verkostoyliopisto. Savonlinna.

Strauss, A.L. & Corbin, J. 1998: Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. - 312 s. Toinen painos. SAGE. Thousand Oaks.

Suomen Kalamiesten Keskusliitto 2000: Laatu-Apajat -kalastusmatkailukohteiden laatuokitusprojekti. - 5 s. Moniste.

Talonen, H., Laiho, M. & Pallonen, T. 2000: Matkailun julkisen rahoituksen määrä ja kohdentuminen Suomessa. - 98 s. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 19/2000. Edita. Helsinki.

Tilastokeskus 2000: Yritystoiminnan julkinen rahoitus 1998. - 20 s. Julkinen talous 2000:2. Tilastokeskus.

Toivonen, T. 1999: Empiirinen sosiaalitutkimus: Filosofia ja metodologia. - 446 s. WSOY. Porvoo.

Uudenmaan TE-keskus 1999: Uudenmaan vapaa-ajankalatalouden kehittämisohjelma vuosille 1999-2003. - 100 s. Kala- ja riistahallinnon julkaisuja 38/1999. Maa- ja metsätalousministeriö. Helsinki.

Virtanen, J. 2000: Maaseutumatkailuyrittäjäksi ryhtyminen. - 83 s. Turun kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisuja Sarja C-1:2000. Grafia. Turku.

Vuoristo, K-V. 1998: Matkailun muodot. - 241 s. WSOY. Porvoo.