

Karhut elinkeinona

– millaisia ovat katselupalveluja tarjoavat yritykset?

Päivi Eskelinen



RIISTA- JA KALATALOUS — SELVITYKSIÄ

15/2009

RIISTA- JA KALATALOUS

S E L V I T Y K S I Ä

1 5 / 2 0 0 9

Karhut elinkeinona

– millaisia ovat katselupalveluja tarjoavat yritykset?

Päivi Eskelinen



Julkaisija:
Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos
Helsinki 2009

Kannen kuvat:
Reijo Orava / Plugi Oy, Ilpo Kojola

Julkaisujen myynti:
[www.rktl.fi /julkaisut](http://www.rktl.fi/julkaisut)
[www.juvenes.fi /verkkokauppa](http://www.juvenes.fi/verkkokauppa)

Pdf-julkaisu verkossa:
[http://www.rktl.fi /julkaisut/](http://www.rktl.fi/julkaisut/)

ISBN 978-951-776-715-6 (painettu)
ISBN 978-951-776-716-3 (verkkojulkaisu)

ISSN 1796-8887 (painettu)
ISSN 1796-8895 (verkkojulkaisu)

Painopaikka: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print

Sisällys

Tiivistelmä	5
Sammandrag	6
Abstract	7
1. Karhuista on elinkeinoksi.....	8
2. Parikymmentä yritystä, satakunta katselukojua.....	9
3. Haaskana kalaa	10
4. Katselutoiminta ja -tuotteet	10
5. Yritykset ovat monitoimisia ja verkostoituneita.....	11
6. Asiakkaat.....	13
7. Tulevaisuuden näkymät ja edistämistoiveet	13
8. Karhujen katselu matkailun ohjelmapalvelujen kentässä.....	14
Viitteet.....	15

Tiivistelmä

Karhujen ja muiden eläinten katselua ja kuvausta tarjoavia matkailun ohjelmapalveluyrityksiä on viime vuosina syntynyt Itä-Suomeen Kuusamon ja Lieksan välille, missä on kaunista, erämaista luontoa ja tiheät karhukannat. Tutkimuksessa haastateltiin 15 karhujenkatseupalvelua tarjoavaa yritystä. Näistä yhdeksän sijaitsi Kainuussa, neljä Pohjois-Pohjanmaalla Kuusamon alueella ja kaksi Pohjois-Karjalassa.

Katselumatkailu perustuu haaskojen käyttöön. Haaskaruokintapaikan lähellä on koluja, joista matkailijat illan ja yön aikana tarkkailevat ruokailemaan tulevia eläimiä. Haaskana käytetään yleisimmin kalaa. Tärkein eläin, jota matkailijat tulivat katsomaan, oli Kainuussa ja Pohjois-Pohjanmaalla karhu, Pohjois-Karjalassa ahma. Haaskoilla on mahdollista nähdä myös lintuja ja muita nisäkkäitä.

Katselumatkailuyritykset työllistivät yhteensä yritysten ilmoitusten mukaan 43 henkilötyövuotta, josta varsinaisen karhujenkatselun osuus oli n. 17 htv. Yritysten keskimääräinen liikevaihto oli 215 000 euroa, vaihtelu oli kuitenkin hyvin suurta, 10 000–800 000 euroa. Varsinaisen karhumatkailun osuus liikevaihdosta vaihteli muutamasta prosentista 95 %:iin.

Karhuja katsomaan tuli asiakkaita sekä Suomesta että ulkomailta. Kainuun alueen yrityksissä asiakkaista 63 % tuli ulkomailta, Pohjois-Pohjanmaalla ja Pohjois-Karjalassa vähän vähemmän. Ulkomaiset asiakkaat olivat pääasiassa Keski-Euroopasta. Kainuun yrityksissä kävi eniten asiakkaita, keskimäärin 314 vuodessa.

Yritykset arvelivat luontomatkailun kasvavan sekä kotimaakunnassaan että koko Suomessa. Karhujen katselumatkailun lisääntymiseen uskoi 80 % haastatelluista. Mahdollisen kasvun arveltiin tapahtuvan nykyisten yrittäjien laajentaessa toimintaansa. Kasvun esteinä nähtiin hyvien katselupaikkojen puute ja se, että niitä on vaikea saada käyttöön.

Asiasanat: eläimet, haaskat, karhu, katselu, luontomatkailu, ruokinta, valokuvaus

Eskelinen, P. 2009. Karhut elinkeinona – millaisia ovat katselupalveluja tarjoavat yritykset? *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 15/2009*. 15 s.

Sammandrag

Programtjänstföretag som erbjuder skådning och fotografering av björn och andra djur har under senare år grundats i Östra Finland, mellan Kuusamo och Lieksa, där det finns vacker ödemarksnatur med täta björnstammar. I undersökningen intervjuades 15 företag som erbjuder björnskådning. Av dessa företag fanns nio i Kajanaland, fyra i Norra Österbotten i trakterna av Kuusamo och två i Norra Karelen.

Djurskådningsturismen baserar sig på användning av åtel. I närheten av åteln finns kojor, från vilka turisterna kan observera djuren som kommer för att äta under kvällen och natten. Som åtel används vanligtvis fisk. Det djur som folk mest kom för att skåda var i Kajanaland och Norra Österbotten björn och i Norra Karelen järv. Vid åtlarna är det också möjligt att se fåglar och andra däggdjur.

Djurskådningsföretagen sysselsättande effekt enligt uppgift från företagen är sammanlagt 43 årsverken, varav björnskådningens andel var ca 17 årsverken. Företagens genomsnittliga omsättning var 215 000 euro, men varierade mycket, mellan 10 000-800 000 euro. Björnskådningens andel av omsättningen varierade mellan några procent upp till 95 procent.

Kunderna som kommer för att skåda björn är både finländare och utlänningar. Av kunderna i Kajanaland är 63 % utlänningar, andelen utländska kunder var något lägre i Norra Österbotten och Norra Karelen. De utländska kunderna var huvudsakligen från Mellaneuropa. Företagen i Kajanaland hade flest kunder, i medeltal 314 per år.

Företagen uppskattade att naturturismen kommer att öka både i det egna landskapet och i hela Finland. Åttio procent av de intervjuade trodde att björnskådningsturismen kommer att växa. Man uppskattade att en eventuell tillväxt sker då de nuvarande företagen utvidgar sin verksamhet. Som hinder för tillväxt anser man bristen på lämpliga gömslen och att det är svårt att få gömslen i bruk.

Nyckelord: björn, djur, beskådande, fotografering, naturturism, utfodring, åtlar

Eskelinen, P. 2009. Hurudana är björnskådningsföretagen? *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä* 15/2009. 15 s.

Abstract

Tourism around wildlife, especially brown bear and other large carnivores, has developed in very recent years in eastern Finland, between Kuusamo and Lieksa. In those areas, there are wide forests, beautiful scenery and dense brown bear populations. In this study, 15 bear-watching enterprises were interviewed; nine of them were located in Kainuu, four in the Kuusamo area and two in Northern Carelia.

Bear-watching tourism is based on the use of carcasses. Near the carcasses are hiding places from where tourists watch the animals when they come to feed during the evening and at night. The carcasses are mainly fish. The most important animal in wildlife-watching tourism is the brown bear in Kainuu and Kuusamo and the wolverine in Northern Carelia. Also, other mammals (like ungulates and beaver) and birds (such as eagles) can be watched.

The wildlife-watching enterprises employed, in all, 43 man-years; and of these, the share of actual bear watching was about 17 man-years. The mean turnover of the enterprises was 215 000 euros with wide range.

Customers are mainly private persons, many of them enthusiasts. In Kainuu, 63 % of the customers are from foreign countries; in other areas a bit less. Foreign customers come mainly from Central Europe. The average number of customers per enterprise was greatest in Kainuu, 314 per year.

The enterprises consider that nature-based tourism increases in their home province as well as in all of Finland. Of the enterprises, 80% suppose that bear-watching tourism will increase by means of present enterprises expanding their activities. Lack of good watching places and difficulties in obtaining permits to use them are the supposed barriers to growth.

Keywords: brown bear, carcass feeding, nature based tourism, photography, wildlife watching

Eskelinen, P. 2009. Finnish brown bear watching tourism entrepreneurship in numbers. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 15/2009*. 15 p.

1. Karhuista on elinkeinoksi

Suurpetojen, lähinnä karhun katseluun ja kuvaamiseen perustuvaa luontomatkailua on viime vuosien aikana kehittynyt erityisesti Kainuuseen ja muualle itärajan tuntumaan tiheän karhukannan alueelle. Karhu on katselumatkailun tähti, mutta sen lisäksi katselupaikoilla voi nähdä suurista pedoistamme susia ja ahmoja ja myös tavallisempia eläimiä, kuten hirviä, peuroja, majavia ja monia lintuja. Katselumatkailu perustuu haaskojen käyttöön. Haaskaruokintapaikan tuntumaan on rakennettu kastelu- ja kuvauskojuja, joista asiakkaat tarkkailevat ja kuvaavat eläimiä useimmiten illan ja yön aikana.

Toiminta on kasvanut reippaasti viime vuosina. Matkailun edistämiskeskuksen selvityksen (2008) mukaan asiakkaiden määrä eläinten katseluyrityksissä kaksinkertaistui vuodesta 2005 vuoteen 2007. Luontomatkailua halutaan kehittää erityisesti Itä- ja Pohjois-Suomen alueella. Sekä maakunnallisissa että valtakunnallisissa matkailun kehittämisstrategioissa luontomatkailu on tärkeässä osassa ja Matkailun edistämiskeskus kehittää karhujen ja muiden eläinten katseluun ja kuvaukseen keskittyvän matkailun valtakunnallisia strategioita erityisessä Wildlife-teemaryhmässä.

Haaskojen pitoa säädellään monin määräyksin (Kainuun ympäristökeskus 2005, Evira 2009, Pohja-Mykrä ja Kurki 2009). Sivutuoteasetuksella määrätään mitä eläinmateriaalia saa käyttää haaskana. Haaskanpitoon tarvitaan maanomistajan lupa ja ilmoitus kunnaneläinlääkärille. Ympäristölupa tarvitaan, jos toiminnasta voi aiheutua ympäristön pilaantumisen vaaraa tai eläinjätteen hyödyntämistä voidaan pitää jätteen ammattimaisena hyödyntämisenä. Haaskana käytettävien raatojen ja muun eläinmateriaalin keräämisestä ja säilyttämisestä on omat määräyksensä. Kuntien eläinlääkärit valvovat haaskaruokintatoimintaa.

Karhukantoja hoidetaan ja suojellaan Suomen karhukannan hoitosuunnitelman mukaan (MMM 2007). Suojelu usein rajoittaa luonnon hyödyntämistä elinkeinojen tarpeisiin, mutta suojeltujen eläinten hyödyntäminen matkailussa mahdollistaa eläimiin perustuvan taloudellisen toiminnan suojelusta huolimatta tai juuri sen takia. Suojelulla turvataan katseluelinkeinotoiminnan perustana olevien eläinten riittävät kannat. Karhujen ja muiden eläinten katselu- ja kuvausmatkailu on mahdollista vain harvaan asutulla, erämaisella maaseudulla, jossa eläimiä on paljon. Näillä alueilla luontomatkailu ohjelma-, majoitus- ja ateriapalveluineen on paikallisesti tärkeä elinkeino. Karhujen katselu on väistämättä kausiluontoista, koska karhut nukkuvat puolet vuodesta. Muiden eläinten katselupalveluja voidaan tarjota myös talvella. Tiheiden suurpetokantojen alueella katselu- ja kuvausmatkailuun liittyy kuitenkin myös paikallisia risti-riitoja (Pohja-Mykrä ja Kurki 2009). Haaskojen käytön pelätään muuttavan karhujen käyttäytymistä ja lisäävän poronhoitoalueilla vasahävikkiä. Haaskanpidosta ja matkailusta aiheutuu väistämättä liikennettä erämaaympäristöön. Haaskoilla on epäilty olevan terveysvaikutuksia. Metsästyksen ja karhujen katselutoiminnan sijoittuminen samoille alueille nostavat keskusteluun ”uusien” ja ”vanhojen” luonnonvaran käyttötapojen oikeutukset.

Karhujen katseluyritykset ovat pääsääntöisesti nuoria yrityksiä, joiden keski-ikä on kuusi vuotta (MEK 2008). Tämän selvitys kuvaa karhujen katseluyritysten ominaisuuksia matkailuyrityksinä, niiden taloudellisia tunnuslukuja, työllistävyyttä ja yritysten näkemyksiä tulevaisuudestaan. Vaikka toiminta on nuorta ja pientä, tietoa siitä tarvitaan kehittämistyön tueksi ja toiminnan ohjauksen tarpeisiin.

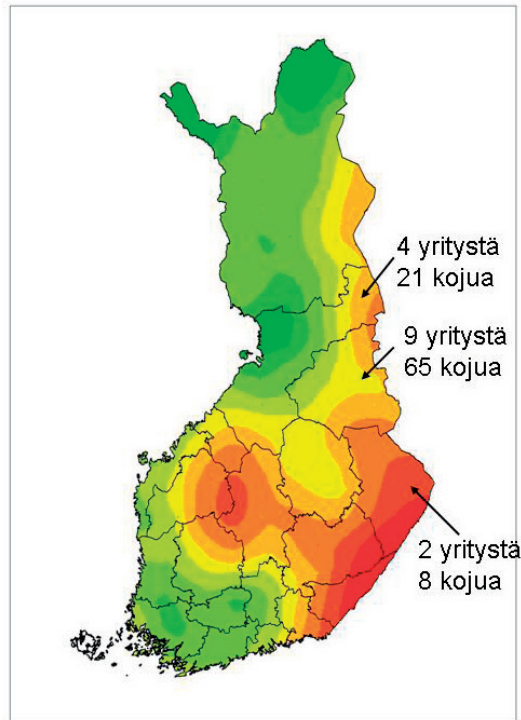
2. Parikymmentä yritystä, satakunta katselukojua

Haaskoja eläintenkatselu- ja kuvaustoiminnassa käyttäviä luontomatkailuyrittäjiä ja toiminnanharjoittajia selvitettiin yhdessä Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin kanssa (Pohja-Mykrä ja Kurki 2009). Eri lähteistä löytyi parikymmentä karhujen katselupalveluja tarjoavaa yritystä, toiminnanharjoittajaa ja yksityishenkilöä, joista 15 haastateltiin puhelimitse syksyllä 2008. Näiden lisäksi alalla toimii luontokuvaajia ja yksityisiä haaskojen pitäjiä.

Kaikki karhujen katseluyritykset sijaitsevat tiheän karhukannan alueella Kuusamosta Lieksaan ulottuvalla alueella. Yritykset sijoittuvat Pohjois-Pohjanmaan, Kainuun ja Pohjois-Karjalan maakuntiin. Kainuussa sijaitsi 9, Pohjois-Pohjanmaalla 4 ja Pohjois-Karjalassa 2 yritystä. Osa Kuusamon alueen yrityksistä käyttää Kainuun alueen yritysten katselupaikkoja.

Kuusi yritystä järjesti katselutoimintaa koko vuoden ajan. Seitsemässä yrityksessä karhuja oli mahdollista katsella varhaisesta keväästä karhunmetsästyksen alkuun (20.8.) tai joissain tapauksissa syyskuulle.

Yhdellä yrityksellä on tyypillisesti useampia haaskoja ja katselukojuja. Karhumatkailuyrityksissä laskettiin olevan 98 katselukojua v. 2008 (MEK 2008).



Kuva 1. Karhuhavaintojen lukumäärä (punaisella alueella eniten havaintoja, tummanvihreällä vähiten), karhujenkatseluyritykset sekä katselu- ja kuvauskojujen lukumäärä (MEK) Pohjois-Pohjanmaan pohjoisosien, Kainuun ja Pohjois-Karjalan alueilla vuonna 2008.

3. Haaskana kalaa

Suurimmalla osalla yrityksistä (10 yritystä) oli yksi tai useampia omia haaskoja. Loput veivät matkailijoita toisten yritysten katselupaikoille. Haaskat sijaitsevat omilla, muilta yksityisiltä tai yhteisöiltä tai Metsähallitukselta vuokratuilla mailla (taulukko 1). Haaskana käytetään eniten kalaa ja kalanperkeitä, mutta myös sikaa, liikennevahingoissa kuolleita eläimiä ja satunnaisesti muutakin.

Taulukko 1. Haaskojen sijainti ja haaskan laatu

		Yrityksiä kpl
Haaskojen sijainti	Omalla maalla	5
	Muun yksityisen maalla	6
	Metsähallituksen maalla	5
	Muualla	1
Haaskan laatu	Kalaa, kalanperkeitä	12
	Sikaa	7
	Kolaririistaa	6
	Kolariporoja	3
	Muuta	3

4. Katselutoiminta ja -tuotteet

Karhuja katsomaan tulevat matkailijat ostavat tavallisimmin katselupaketin. Tavallisin on 1-2 vuorokauden mittainen katselurupeama, mutta myös usean vuorokauden, jopa kahden viikon katselupaketteja on tarjolla. Joissain paikoissa voi harrastaa myös yhden illan iltakatselua. Pitkään katselupaikoilla viipyvistä osa kuvaa ammatikseen.

Katselutuotepakettiin kuuluu useimmiten kuljetus katselukojulle, opastus, eväsruokeilu ja vakuutus. Paketti räätälöidään asiakkaan tarpeen mukaan. Katselupaketin hinta oli haastatelluissa yrityksissä keskimäärin 145 euroa. Tuotteen hinta vaihteli hyvin paljon (80 – 9 000 euroa) sen mukaan, mitä palveluja pakettiin otettiin ja mikä oli paketin kesto.

Karhu oli tärkein katseltava eläin kymmenessä yrityksessä (taulukko 2). Pohjois-Karjalassa tärkein katseltava eläin oli ahma.

Linnusta tärkein oli maakotka, joka vieraili seitsemän haastatellun yrityksen katselupaikoilla. Muita katselupaikoilla tavattuja lintuja olivat metsäkanalinnut, kuukkeli, pöllöt ja monet haukat. Muista nisäkkäistä katselupaikoilla tavattiin satunnaisemmin hirviä, kettuja, saukkoja, majavia ja supikoiria sekä myös tavallisia pihapiirien lajeja, kuten oravia ja metsäjäniksiä.

Taulukko 2. Katseltavat eläimet ja tärkeimmät katseltavat eläimet alueittain

Alue		Yrityksiä kpl			
		Kainuu	Pohjois-Pohjanmaa	Pohjois-Karjala	Yhteensä
Katseltavat eläimet	Karhu	9	4	2	15
	Ahma	4	2	2	8
	Susi	2	1	0	3
	Ilves	0	0	0	0
	Metsäpeura	2	0	0	2
	Linnut	7	4	2	13
	Muut	4	2	0	6
Tärkein katseltava	Karhu	8	2	0	10
	Ahma	0	0	2	2
	Linnut	1	0	0	1

5. Yritykset ovat monitoimisia ja verkostoituneita

Karhujen katseluyritykset ovat melko pieniä yrityksiä. Vain kolmannes niistä työllistää enemmän kuin viisi koko- ja/tai osa-aikaista henkilöä. Useimmissa yrityksissä (86 %) tehdään vuodessa vähemmän kuin viisi henkilötyövuotta, keskiarvon ollessa 2,8 henkilötyövuotta. Kainuun yritykset ovat suurimpia, niissä tehtiin keskimäärin 3,5 henkilötyövuotta, Pohjois-Pohjanmaalla 2,3 ja Pohjois-Karjalassa 1,0. Varsinaiseen karhujen katselutoimintaan käytettiin keskimäärin 1,2 htv, Kainuun yrityksissä 1,6 htv ja Pohjois-Pohjanmaalla 0,7 htv, Pohjois-Karjalasta tietoa ei ollut saatavissa. Yhteensä haastatelluissa yrityksissä tehtiin 43 henkilötyövuotta ja näistä karhujen katselutoiminnasta kertyi 17,3 henkilötyövuotta.

Useimmissa yrityksissä liikevaihto oli 100 000 – 399 000 euroa vuodessa (taulukko 3). Keskimääräinen liikevaihto haastateltujen oman ilmoituksen mukaan oli 215 000 euroa vuodessa (mediaani 100 000 euroa, vaihteluväli 10 000 – 800 000 euroa). Yritysten liikevaihdonkin perusteella Kainuun alueen yritykset ovat isompia (keskimääräinen liikevaihto 262 000 €) kuin yritykset Pohjois-Pohjanmaalla (keskimääräinen liikevaihto 172 000 €). Varsinainen karhujen katselun osuus liikevaihdosta vaihteli muutamista prosenteista 95 %:iin, keskiarvon ollessa 77 000 €, mutta tässä luvussa on mukana vain kahdeksan vastannutta toimijaa, jolta saatiin riittävän yksiselitteinen tieto.

Karhujen katseluyritysten suurimpina kuluerinä 20 % vastaajista mainitsi alihankinnan ja yhtä moni haaskojen ylläpidon. Toiseksi merkittävimmät kuluerät olivat kuljetukset (26 % vastaajista) ja haaskojen ylläpito (13 % vastaajista).

Karhujen katseluyritykset tarjoavat myös muita matkailupalveluja katselutoiminnan lisäksi (taulukko 4). Yli puolella yrityksistä oli matkailun lisäksi myös muuta yritystoimintaa, kuten kuvien myyntiä, maa- ja metsätaloutta, rakennustoimintaa tai elintarvikkeiden jalostusta.

Taulukko 3. Karhujen katseluyritysten liikevaihto

		Yrityksiä kpl
Liikevaihto €	< 100 000	4
	100 000–399 000	8
	> 400 000	3
Karhujen katselun osuus liikevaihdosta %	< 50	7
	≥ 50	6

Suurin osa katseluyrityksistä kuljetti asiakkaat itse katselukojuille, mutta osa osti kuljetuspalvelut paikallisilta kuljetusyrityksiltä. Lähes kaikkiin katselupaketteihin sisältyi eväsruekailu katseluyön aikana. Eväsruekailun lisäksi laajempia ruokapalveluja ja majoitusta tarjosi 60 % yrityksistä. Ohjelmalvelut, myös karhusesongin ulkopuolella, kuuluivat monen yrityksen tuotevalikoimaan. Kalastusmahdollisuuksia tarjosi 60 % ja metsästysmahdollisuuksia noin puolet haastatelluista.

Taulukko 4. Karhujen katseluyritysten tarjoamat matkailupalvelut

Matkailupalvelut	Yritysten lkm
Kuvat/filmit	7
Majoitus	9
Ruokapalvelut	9
Kuljetus	12
Kalastus	9
Metsästys	8
Muut ohjelmalvelut	10

Karhuyrittäjät ovat hyvin verkostoituneita. Kaikki toimivat yhteistyössä muiden matkailuyrittäjien kanssa ja pitivät niitä tärkeimpinä yhteistyökumppaneinaan. Yritykset tarjosivat asiakkailleen myös yhteistyökumppaniensa ohjelmalveluita. Metsähallitus ja alueen TE-keskus olivat toisiksi tärkeimpiä yhteistyökumppaneita ja muut yrittäjät kolmanneksi tärkeimpiä. Muina yhteistyökumppaneina mainittiin mm. metsästysseurat, kunta ja kyläyhdistykset.

6. Asiakkaat

Karhujen katseluyritysten asiakkaat olivat pääasiassa yksityishenkilöitä. Vain yhdessä yrityksessä yli puolet liikevaihdosta tuli yritysasiakkailta. Kainuun alueen yrityksissä kävi keskimäärin 314 asiakasta vuodessa, Pohjois-Pohjanmaalla 112. Pohjois-Karjalan tietoa ei ole käytettävissä. Vain parissa yrityksessä kävi vuodessa vähintään 500 asiakasta.

Kainuun yritysten asiakkaista 63 % tuli ulkomailta. Pohjois-Pohjanmaalla ulkomaisia asiakkaita oli 50 % ja Pohjois-Karjalassa 35 %. Ulkomaiset asiakkaat tulivat pääasiassa Keski-Euroopasta: Saksasta, Italiasta, Iso-Britanniasta, Hollannista, Ranskasta ja Espanjasta. Myös pohjoismaista kävi asiakkaita ja muutamia kauempaakin, USA:sta ja Australiasta.

Kainuun yritykset ilmoittivat asiakkaiden käyttävän palveluiden ostoon keskimäärin 620 euroa ja Pohjois-Pohjanmaan 250 euroa käyntikerralla, kun huomioidaan kaikki palvelut.

7. Tulevaisuuden näkymät ja edistämistoiveet

Kaikki haastatellut karhujen katseluyrittäjät uskoivat luontomatkailun lisääntyvän lähitulevaisuudessa sekä Suomessa yleisesti että kotimaakunnassaan. Karhujen katselumatkailun lisääntymiseen uskoi 80 % vastaajista.

Kasvun arveltiin tapahtuvan katselupaikkojen lisääntymisen kautta ja nykyisten yrittäjien laajentaessa toimintaansa. Myös nykyisten paikkojen käyttöasteen arveltiin lisääntyvän. Karhumatkailuyrittäjistä vain muutama katsoi, että alalle voi tulla uusia yrittäjiä. Yhtä paljon epäiltiin uusien yrittäjien löytymistä.

Esteinä karhujen katselumatkailun kasvulle nähtiin hyvien katselupaikkojen puute, kun esimerkiksi Metsähallitus on rajoittanut paikkojen vuokrausta. Hyvän ja karhuvarman katselupaikan luominen on pitkäjänteistä ja kallista toimintaa, mikä voi rajoittaa kasvua. Jokunen yrittäjä kantoi huolta toiminnan laadusta: jos paikkoja tulee lisää, laatu saattaa kärsiä.

Tulevaisuuden näkymiään piti hyvinä 26 % karhumatkailuyrittäjistä. Yhtä moni katsoi, että näkymät ovat hyvät vain, jos yrittäjien oma toiminta on laadukasta. Kolmanneksen mielestä toiminnan perustana olevat luonnonedellytykset ovat erinomaiset, kunhan karhukannat ovat riittävät tiheät. Karhujen vetovoimaan uskotaan. Ulkomaiset asiakkaat ovat oleellisen tärkeitä, samoin yritysten verkostoituminen.

Epäilijät arvelivat, että säädökset ja määräykset, erityisesti haastatteluajankohtana vireillä ollut sivutuoteasetuksen muutos, tulevat rajoittamaan tai vaikeuttamaan toimintaa. Laman ja majoituskapasiteetin puutteen arveltiin myös heikentävän tulevaisuuden näkymiä.

Yrittäjiltä tiedusteltiin myös, tulisiko viranomaisten edistää karhujen katselumatkailua, ja jos tulisi, niin millä tavoin. Kaikki yrittäjät mainitsivat ainakin jonkin edistämistoiveen. Karhujen katselumatkailun pelisääntöjen selkeyttämistä toivoi 40 % haastatelluista ja yhtä moni kaipasi yleisesti luontomatkailun aseman selventämistä. Haaskojen käyttöä koskevien ohjeiden ja määräysten toivottiin vakiintuvan ja lupa-asioiden hoituvan tasapuolisesti. Metsästyksen järjestämisessä toivottiin karhumatkailun tulevan paremmin huomioiduksi. Lisää yhteis-

työtä viranomaisten kanssa toki kaivattiin, mutta yhtä moni kiitteli viranomaisten toimintaa. Lähes joka toinen (46 %) haastateltu katsoi, että ristiriitojen ennalta ehkäisemiseksi vuorovai-
kutusta poronhoitajien, metsästäjien, paikallisten asukkaiden ja karhumatkailuyrittäjien kes-
ken tulisi lisätä.

Tulevaisuuden näkymien tulkinnessa on huomattava, että haastattelut tehtiin syksyllä
2008, jolloin ei ollut vielä käsitystä yleismaailmallisen laskusuhdanteen laajuudesta.

8. Karhujen katselu matkailun ohjelmapalvelujen kentässä

Karhujen katselu kuuluu matkailun ohjelmapalveluihin, jotka tarkoittavat matkailutuotteeseen
liittyviä, ohjattuja aktiviteetteja moottorikelkkasafareista kalastusretkiin. Karhujen katselu ja
kuvaus luontoyrittäjyyden alana muistuttaa jossain määrin kalastus- tai metsästysmatkailua.
Kalastusmatkailuyritysten ominaisuuksia on tarkasteltu Toivosen (2008) raportissa. Metsäs-
tysmatkailuyrityksistä tietoa on toistaiseksi saatavissa lähinnä toimintaa yleisellä tasolla ku-
vailevaa tietoa, ei juurikaan tunnuslukuja (Rutanen ym. 2009, Muuttola, M. suull. ilm.). Työ-
ja elinkeinoministeriö tuottaa vuosittain toimialaraportteja, myös matkailualoilta (Ryymän
2008). Toimialaraportit tuottavat tietoa yritysten taloudellisista tunnusluvuista, rakenteesta,
markkinoista ja tulevaisuuden näkymistä. Ne perustuvat eri lähteisiin ja yritysten tiedot ryh-
mitellään tilastokeskuksen toimialaluokituksen (TOL 2002) mukaan. Toimialaluokituksessa
ohjelmapalvelut luokitellaan siten, että karhujen katseluyritykset saattavat sijoittua esimerkiksi
”muuhun matkailua palvelemaan toimintaan, 63302” ja ”muualla luokittelemattomiin virkis-
tyspalveluihin, 9272”, mutta osa niistä luokituu myös majoitus- ja ravitsemustoimintaan, va-
lokuvaukseen tai elokuvien tuotantoon. Karhujen katseluyritysten haastatteluihin perustuvia
tietoja voi suuntaa-antavasti verrata matkailun ohjelmapalveluiden toimialaraportin tietoihin.
Taloudellisilta vaikutuksiltaan luontoon perustuva matkailu nähdään monialaisena, työvoima-
valtaisena pienyrittäjyytenä, jolla on usein paikallisesti merkittäviä tulo- ja työllisyysvaikutuk-
sia (Ollonqvist ym. 2006).

Kalastusmatkailuyrityksiä on noin 1100, metsästysmatkailun ammattimaisia kärkiyrityk-
siä katsotaan olevan noin 25. Matkailun ohjelmapalveluja tuottavia aktiviteettiyrityksiä oli
toimialakatsauksessa 2007 ”Muu matkailua palveleva toiminta” - luokassa 968 ja ”Muualla
luokittelemattomat virkistyspalvelut” – luokassa 607. Edellinen luokka sisältää mm. safarita-
lot ja jälkimmäinen mm. virkistyskalastuspalvelut. Kalastus- ja metsästysmatkailuyrityksiin
verrattuna karhujen katseluyrityksiä on vähän.

Karhujen katselupalveluja tarjoavien yritysten ilmoittama keskimääräinen liikevaihto
(215 000 €) on suurempi kuin kalastusmatkailuyritysten (129 000 €). Varsinaisesta kalastus-
matkailusta peräisin oleva liikevaihto oli kalastusmatkailutoimijoilla keskimäärin 17 000 €.
Karhumatkailussa varsinaisen karhujen katselun osuus liikevaihdosta on suurempi. Matkailun
aktiviteettiyritysten liikevaihdon mediaani oli 52 000 € (muu matkailua palveleva toiminta) ja

36 000 € (muualla luokittelemattomat virkistyspalvelut). Liikevaihdon mediaanimittarilla karhuyritykset ovat isompia kuin tilastoidut ohjelmapalveluyritykset.

Henkilötyövuosia kertyy kalastusmatkailuyrityksissä keskimäärin lähes yhtä paljon (2,4 htv) kuin karhujen katseluyrityksissä (2,8 htv). Karhuyrityksissä varsinainen katselutoiminta johtaa kuitenkin keskimäärin suurempaan henkilötyövuosikertymään (1,2 htv) kuin kalastusmatkailupalveluja tarjoavissa yrityksissä varsinainen kalastusmatkailu (0,5 htv). Metsästysmatkailuyritysten arvellaan työllistävän keskimäärin 1–3 henkilöä. Toimialakatsauksen mukaan matkailun aktiviteettiyrityksen henkilöstön mediaani oli kummassakin tarkastellussa ryhmässä 0, eli valtaosa niistä ei työllistänyt v. 2007 enää yhtäkään henkilöä kokovuotisesti, koska henkilöstön mediaani oli laskenut yhdestä noltaan. Liikevaihto ei kuitenkaan ollut vähentynyt.

Viitteet

- Kainuun ympäristökeskus 2005. Haaskojen käyttöä koskeva ohjeistus. <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=35733&lan=FI>.
- Maa- ja metsätalousministeriö 2007. Suomen karhukannan hoitosuunnitelma. *Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2/2007*.
- Matkailun edistämiskeskus (MEK) 2008. *Eläintenkatseilu ja -kuvaus matkailutuotteena. Lähtötilannekartoitus 2008*. Kajaanin ammattikorkeakoulu. 19 s.
- Evira 2009. *Ohje eläimistä saatavien sivutuotteiden käytöstä luonnonvaraisten eläinten ruokinnassa*. Ohje 15 001/01, 26.6.2009.
- Ollonqvist, P., Karppinen, H. ja Matilainen, A. 2006. Metsiin perustuva yritys- ja elinkeinotoiminta kaupungistuvassa yhteiskunnassa. Teoksessa: Hänninen, R. ja Sevola, Y. (toim.), *Metsäsektorin suhdannekatsaus 2006–2007*. Metsäntutkimuslaitos, Vantaa. ss. 50–53.
- Pohja-Mykrä, M. ja Kurki, S. 2009. Suurpetojen haaskaruokinnan yhteiskunnallisen kestävyuden haasteet. *Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Julkaisuja 16*. Seinäjoki. 79 s.
- Rutanen, J., Matilainen, A., Muuttola, M. ja Tittonen, K. 2009. Hunting and hunting tourism in Finland – country review. Teoksessa: Matilainen, A. (toim.), *Sustainable hunting tourism – business opportunity in northern areas?* University of Helsinki, Ruralia Institute, Reports 19. ss. 9–30.
- Ryymän, J. 2008. Matkailun ohjelmapalvelut. *Toimialaraportti 9/2008*. Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Toivonen, A.-L. 2008. Kalastusmatkailu numeroina – kyselytutkimus yrittäjille. *Riista- ja kalatalous – Selvityksiä 13/2008*. 32 s.



JULKAISIJA

Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos

Viikinkaari 4

PL 2

00791 Helsinki

Puh. 0205 7511, faksi 0205 751 201

www.rktl.fi