

ELÄIMEN HYVINVOINTI MATKAILUTUOTTEEKSI
Vinkkejä Lapin eläinmatkailupalveluiden tuotteistamiseen

Mynttinen Aino

Opinnäytetyö

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

2023

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

Tekijä	Aino Mynttinen	Vuosi	2023
Ohjaaja	Mervi Angeria		
Toimeksiantaja	Lapin AMK		
Työn nimi	Eläimen hyvinvointi matkailutuotteeksi. Vinkkejä Lapin eläinmatkailupalveluiden tuotteistamiseen.		
Sivumäärä	36 + 3		

Opinnäytetyön aiheena oli Lapin matkailueläinten hyvinvointia edistävien palveluiden tuotteistaminen. Opinnäytetyöllä ei ollut ulkopuolista toimeksiantajaa, joten toimeksiantajana oli Lapin AMK. Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää Lapin matkailueläinten hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä ja sitä, miten hyvinvointia voidaan edistää oikeanlaisilla matkailupalveluilla. Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia vinkkejä palveluntarjoajalle siitä, mitä palveluiden tuotteistuksessa tulisi erityisesti ottaa huomioon.

Opinnäytetyön tietoperustan muodostivat eläinten hyvinvoinnin, tuotteistuksen ja lainsäädännön teoria. Opinnäytetyö oli luonteeltaan kehittävä opinnäytetyö, jossa menetelminä käytettiin Business Model Canvasia ja skenaariotyöskentelyä, joilla saatiin selkeytettyä toimintamallin avaintekijöitä. Nämä menetelmät auttavat hahmottamaan sitä, mihin tulevaisuudessa huomiota tulee kiinnittää.

Menetelmien kautta saadut tulokset osoittivat, että matkailueläinpalveluiden tuotteistaminen eläinten hyvinvointia tukien vastaa tulevaisuuden matkailijoiden kysyntään. Opinnäytetyön tuotoksena on laadittu vinkkejä, joissa on koottu tärkeimpiä huomioita tuotteistamiseen liittyen.

Opinnäytetyöstä voivat hyötyä Lapin matkailuyritykset, jotka kehittävät uusia palveluitaan. Opinnäytetyöstä voivat hyötyä myös muut aiheesta kiinnostuneet, kuten matkailijat ja matkanjärjestäjät.

Avainsanat matkailupalvelut, eläinten hyvinvointi, tuotteistus, vastuullisuus

Degree Programme in Hospitality
Management
Bachelor of Hospitality Management

Author	Aino Mynttinen	Year	2023
Supervisor	Mervi Angeria		
Commissioned by	Lapland University of Applied Sciences		
Title	Animal Welfare into a tourism product. Tips to producing Lappish animal-based tourism products.		
Number of pages	36 + 3		

The main subject of the thesis was productization of animal welfare. The thesis didn't have any co-operation company. So, the thesis is commissioned by Lapland University of Applied Sciences. The aim of the thesis was finding the variables which affects the welfare of Lappish animals used in tourism products and how to develop it by properly done productization. The task of the thesis was to create tips for the service provider about what to pay attention when designing new animal-based tourism products.

The knowledge base of the thesis was the theory of animal welfare, productization and laws. The nature of the thesis was improving. The methods of the thesis were Business Model Canvas and future scenario working. The methods were used for understanding the key activities of the operating model. These methods help to figure out which points to pay attention to in the future.

The results obtained through the methods revealed that the animal-based tourism productization recognition the animal welfare correlates with future traveler's needs. The final task is tips built of the most important notes about the productization.

The results and outputs of the thesis can benefit several service providers in Lapland who are producing new tourism products. The thesis can also benefit people interested in the subject like travelers and tour operators.

Keywords tourist services, animal welfare, productization, responsibility

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 ELÄINMATKAILU LAPISSA	7
2.1 Matkailu numeroina	7
2.2 Matkailijat.....	8
2.3 Viestiminen ja turvallisuus.....	10
3 MATKAILUELÄINTEN HYVINVOINTI	11
3.1 Hyvinvointiin vaikuttavat tekijät	11
3.1.1 Hevoset.....	12
3.1.2 Porot.....	13
3.1.3 Rekikoirat	14
3.2 Lainsäädäntö	15
3.3 Vastuullisuussertifikaatit.....	16
4 TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMÄT	18
4.1 Business Model Canvas	18
4.2 Tulevaisuuden näkymät ja skenaariotyöskentely	19
5 TUOTTEISTUS JA TUOTEKEHITYS	22
5.1 Matkailutuote ja matkailupalvelu	22
5.2 Tarinallistaminen.....	23
6 ELÄIMEN HYVINVOINNIN TUOTTEISTAMINEN	25
7 POHDINTA.....	30
LÄHTEET.....	33
LIITTEET	36

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheeksi valikoitu eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa ja vastuullisuus eläinten kanssa työskennellessä. Lapin matkailu on osittain tunnettu juuri poro- ja huskysafareista, joiden järjestäminen eroaa moottorikelkkasafareista, sillä kulkuvälineenä on elävät eläimet.

Opinnäytetyön tehtävänä on selvittää matkailueläinten hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä ja, miten oikeanlaiset matkailupalvelut voivat edistää eläinten hyvinvointia matkailualalla. Työn keskeinen tavoite on rakentaa visuaalisesti vinkkejä Lapin alueen eläinmatkailuyrittäjille, niin, että saadaan käytettyä eettisesti hyödyksi eläinten tuoma lisäarvo matkailuyritykselle. Suuremmassa mittakaavassa opinnäytetyö voisi kehittää Lapin alueen matkailun vastuullisuutta ja kehittää toimintaa kohti eettisempää ja avoimempaa toimintatapaa. Lapin AMKille opinnäytetyöstä on hyötyä esimerkiksi skenaariotyöskentelyn kohdalla, sillä myös matkailukoulutuksen näkökulmasta on hyvä pohtia tulevaisuuden kuvaa matkailupalveluissa. Etenkin vastuullisuusteemat ja avoimen viestinnän kehittäminen palvelevat matkailutoimialaa ja alan opiskelua. Työelämän kehittämisen kannalta toivon yrityksiä panostavan tulevaisuudessa laadukkaisiin palveluihin. Toivottavasti tulevaisuudessa myös matkailijoiden on helpompaa löytää aidosti vastuulliset matkailupalvelut ja tehdä omia kulutusvalintojaan niihin nojaten.

Usein ulkomaalaisille turisteille suuri saavutus on jo nähdä Lapin tunnuseläimiä matkallaan, kuten huskyja ja poroja, itsessään eläinten näkemisestä matkailijat eivät kuitenkaan ole valmiita maksamaan samalla tavalla, kuin palveluista, johon sisältyy esimerkiksi rekiajelut. Koska eläimet tuovat niin suuren vaikutuksen Lapin matkailuun, on palveluntarjoajalla vuorostaan vastuu huolehtia eläimen hyvinvoinnista parhaalla mahdollisella tavalla.

Eläinten hyvinvoinnin tuotteistamisessa tulisi toimintamalleja hyödyntää niin, että eläintenhyvinvointi matkailupalveluissa toteutuisi mahdollisimman hyvin. Erona siis perinteiseen matkailupalvelun tuotteistamiseen, pitää ottaa huomioon toiminnan eettisyys ja vastuullisuus, eikä pääpaino tämän opinnäytetyön tuotesuunnittelussa ole taloudellisessa kannattavuudessa, vaikka sekin on tärkeää.

Vastuullinen matkailu edellyttää toimintaan osallistuvien sidosryhmien vastuullisuutta. Vastuullisuutta voidaan tarkastella sosiaalisesta, kulttuurillisesta, taloudellisesta, ekologisesta ja poliittisesta näkökulmasta. (Garcia-Rosell 2017, 229.) Vastuullinen matkailu tulee ottaa huomioon niin eläinten näkökulmasta kuin alueen muiden toimijoidenkin kohdalla.

Kestävä matkailu voidaan nähdä tavoitteena ja vastuullinen matkailu prosessina, jolla tavoitteeseen päästään (Garcia-Rosell 2017, 229). Nämä käsitteet tulee erottaa toisistaan. Voidaan sanoa, että kestävä matkailu on tavoite, johon päästään vastuullisten toimien kautta.

Vastuullisuus on enenemissä määrin kasvava megatrendi ja pian mahdollisesti jopa oletusarvo matkailuyrityksille. Kuluttajat ovat yhä enemmän tietoisia ja kriittisempiä tuotteen tai palvelun vastuullisuudesta ja haluavat tukea vastuullisia ja kestäviä palveluita. Eläinten hyvinvointi ja oikeudet ovat globaalisti herättäneet keskustelua kuluttajissa ja palveluntarjoajissa. (Raasakka & Ojuva 2018, 8.) Opinnäytetyössäni keskityn kuitenkin tarkastelemaan asiaa Lapin alueen matkailupalveluissa.

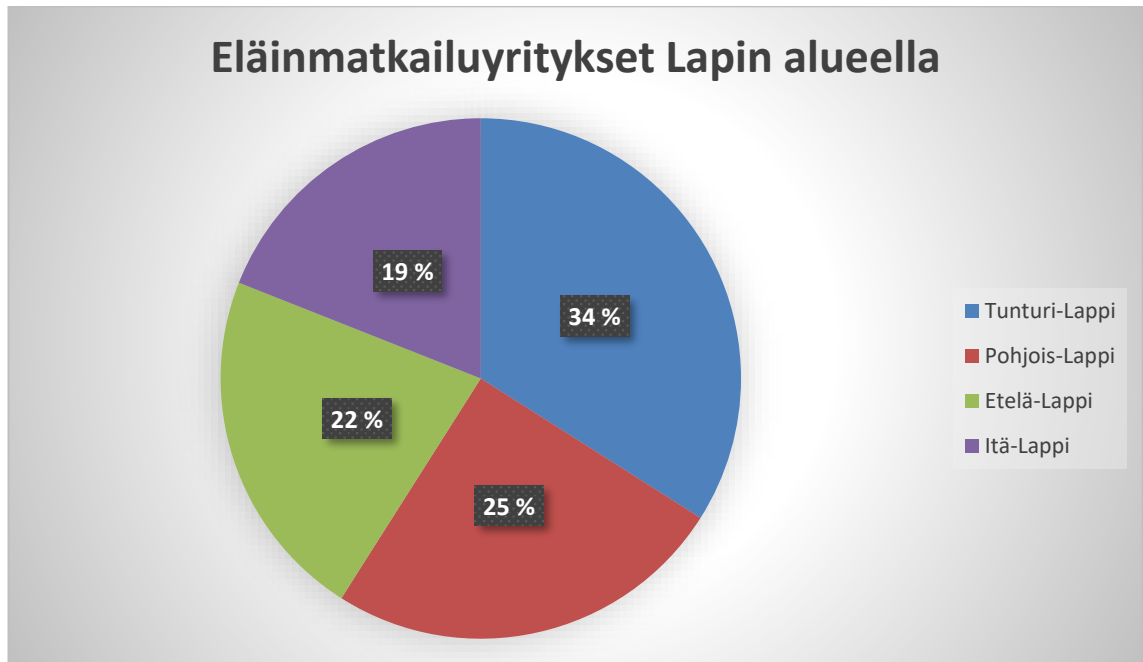
Visit Finlandin strategiassa 2021–2025 matkailun tavoitteisiin on listattu esimerkiksi kysynnän kasvattaminen, kestävä kehitys ja kilpailukyky (Visit Finland 2023b, 9). Olen ottanut opinnäytetyössäni huomioon nämä tavoitteet ja hyödyntänyt sen strategiaan määriteltyjä asiakassegmenttejä.

Opinnoissa on painotettu vastuullisuutta usealla eri osa-alueella ja mietitty, kuinka palveluita voidaan kehittää vastuullisempaan suuntaan, tarjota asiakkaille lisäarvoa niin, että eläinten hyvinvointi toteutuu mahdollisimman hyvin ja, kuinka toimintaa voidaan tarkastella tarpeeksi kriittisesti. Tulevaisuuden matkailualan osaajana koen tärkeäksi tuntea eläinpalvelut, joita Lapin alueella tarjotaan runsaasti. Haluan tarkastella aihetta palveluntarjoajan näkökulmasta ja luoda tulevaisuuden visiota eläinpalveluiden toteuttamiselle. Tietoisuuden lisääminen sekä palveluntuottajalle että kuluttajalle auttaa usein löytämään avaintekijän menestyvälle ja kestäväälle toiminnalle.

2 ELÄINMATKAILU LAPISSA

2.1 Matkailu numeroina

Vuoden 2020 tietojen mukaan Lapin matkailutoimialan liikevaihto oli 546 miljoonaa euroa, tähän toimialaan laskettiin mukaan majoitus- ja ravitsemistoiminta ja matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta. Vuonna 2019 liikevaihto oli 651 miljoonaa euroa. (Lapin kauppakamari 2023, 3–4.) Notkahdus johtunee pääosin koronapandemian aiheutuneista vaikutuksista. Vuoden 2016 tietojen mukaan Lapin alueella toimii yhteensä 158 eläinmatkailuyritystä. Kolmasosa sijaitsee Tunturi-Lapin alueella, neljännes Pohjois-Lapissa sekä miltei saman verran Etelä-Lapissa. Noin viidennes eläinmatkailuyrityksistä puolestaan Itä-Lapissa, kuten kuvattu kuviossa 1. Lapissa on matkailuyrityksiä 1022 kappaletta, joista eläinmatkailuyritysten osuus on 15 prosenttia. Vuotuinen liikevaihto on 15,1 miljoonaa euroa. (Garcia-Rosell & Äijälä 2018, 10–11.) Tästä voidaan todeta eläinten olevan suuressa roolissa Lapin matkailupalveluissa.



Kuvio 1. Eläinmatkailuyritykset Lapin alueilla (mukaillen Garcia-Rosell & Äijälä 2018, 10–11.)

Lapin matkailun tunnuseläimiä ovat porot ja rekikoirat. Hevospalveluita on myös jonkin verran. Näistä yksilöllisellä tasolla porot tuovat eniten liikevaihtoa, joka on yli 5000 euroa. (Garcia-Rosell & Äijälä 2018, 11.)

Valtaosa Lapin eläinmatkailuyrityksistä on mikroyrityksiä, joissa on 1–2 koko-aikaista työntekijää. Osa-aikaisia sesonkityöntekijöitä yrityksillä on paljon, riippuen yrityksen koosta. (Garcia-Rosell & Äijälä 2018, 11.)

2.2 Matkailijat

Matkailijat ovat huolissaan eläinten hyvinvoinnista ympäri maailmaa, eivätkä salli eläinten huonoja olosuhteita missään muodossa. He haluavat tietoa paikallisilta toimijoilta, eli esimerkiksi yrityksen netti- tai sosiaalisen median sivuilta tai yrityksen työntekijöiltä. (Kaleva 2018). Matkailijat matkustavat usein oman perheen kanssa ja he ostavat usein valmiita matkapaketteja. Ennen matkaa matkailijat usein etsivät tietoa Lapista ja sen palveluista etenkin sosiaalisen median eri kanavista. Syynä Lappiin matkustaessa matkailijoista 68 prosenttia pitää tärkeänä eläinmatkailupalveluita. Matkailijoista 83 prosenttia pitää eläinten hyvää kohtelua tärkeänä. Sen lisäksi matkailijat arvostavat palvelun paikallisuutta sekä ympäristöstävällisyyttä. (Garcia-Rosell & Äijälä 2018, 12.) Eläinmatkailuyrityksen olisi hyvä solmia yhteistyötä esimerkiksi matkanvälittäjien kanssa, jotta palvelu tavoitaisi myös matkapakettien ostajat. Ensin yrityksen olisi myytävä ideansa ja palvelunsa matkanvälittäjälle / matkatoimistolle ja sen jälkeen asiakkaalle.

Yrityksen tulisi tuntea asiakassegmentit, joille palvelua tuotetaan. Hyödynsin työssäni Visit Finlandin asiakassegmenttejä, joita on luotu Visit Finlandin strategiaan 2021–2025. Kohderyhmäksi strategiassa on määritelty modernit humanistit. Tämä kohderyhmä välttää massaturismia ja he haluavat aitoja, paikallisia kokemuksia. Tärkeää kohderyhmälle on palveluiden räätälöitävyys, paikallinen kulttuuri ja paikalliset ihmiset. Kohderyhmää yhdistää myös korkeampi koulutus- ja tulotaso. (Visit Finland 2023b, 21.)

Tarkempia asiakassegmenttejä, joille uudenlaiset eläinmatkailupalvelut sopisivat ovat aktiiviset seikkailijat, aitouden etsijät ja suomalaisen luksuksen etsijät. Aktiiviset seikkailijat haluavat kokeilla extreme-lajeja ja tarkkailla alueen eläimiä. Heidän matkustusmotivejansa ovat aktiiviset toimintalomat luontomaisemissa. Aktiivisista seikkailijoista 41 prosenttia harkitsee matkustamista Suomeen. (Visit Finland 2023b, 22.). Tällaiselle asiakasryhmälle eläinmatkailutuotteista voisi sopia perinteisemmän tyylliset valjakkoajelut, ratsastus ynnä muut palvelut.

Aitouden etsijöitä kiinnostaa luonnosta nauttiminen, saunominen, tapahtumat ja erikoismajoitukset. Matkustusmotiivina pidetään tutustumista paikalliseen elämäntapaan. Kuitenkin aitouden etsijöistä vain alle 30 prosenttia harkitsee matkustamista Suomeen, mikä on huomattavasti pienempi prosentti, kuin aktiivisten seikkailijoiden osuus. (Visit Finland 2023b, 22.) Aitouden etsijöille tärkeää on palvelun autenttisuus, joten tarinankerronta on tärkeä osa palvelua. Heille tärkeää ei niinkään välttämättä ole varsinaiset aktiviteetit eläinten kanssa, vaan pelkästään Lapin eläimiin tutustuminen on heille tärkeää. Aitouden etsijöille, voi olla hyvä luoda uudenlaisia matkailupalveluita, jotka liittyvät lappilaisuuteen ja Pohjoiseen kulttuuriin.

Suomalaisen luksuksen etsijät haluavat matkustaessaan tutustua erikoismajoitukseen, hyvinvointipalveluihin, husky- ja porosafareihin ja kevyisiin luonnossa tehtäviin liikunta-aktiviteetteihin. Matkustusmotiivi on kokonaisvaltainen hyvinvointi ja löytää aikaa itselleen. Tästä kohderyhmästä 35 prosenttia harkitsee matkustamista Suomeen. (Visit Finland 2023b, 22.) Tälle asiakassegmentille voisi olla toimivaa markkinoida ja toteuttaa ajatusta eläinten hyvinvointi edellä. Myös heille voisi tuoda esille eläinten kanssa toimimisen vaikutuksia ihmisen henkiseen hyvinvointiin.

Eläinmatkailupalveluntarjoajat eivät aina onnistu huomioimaan asiakkaiden eroavaisuuksia ja tarpeita, joskus kyse on palveluntarjoajan haluttomuudesta. Huomioidalla erilaiset asiakastarpeet, saadaan rakennettua usein parempi asiakassuhde. Palveluntarjoajat usein ovat sitä mieltä, että kansalaisuuksien erot vaikuttavat heidän käyttäytymiseensä ja asennoitumiseen eläimiä kohtaan. Eroja on

myös maaseudulla asuvien ja kaupunkilaisten matkailijoiden kesken. Matkailijoiden aiemmat kokemukset eläimistä vaikuttavat myös heidän asenteisiinsa ja suhtautumiseen esimerkiksi usein eläinpelkoinen matkailija voi saada apua pelkoonsa, kun hän pääsee kosketuksiin eläimen kanssa. (Garcia-Rosell & Äijälä 2017, 12). Matkailupalveluntarjoajan on siis hyvä tuntea asiakasryhmänsä, jotta palvelukokonaisuus voidaan toteuttaa mahdollisimman yksilöllisesti ja asiakkaan tarpeet huomioiden alusta loppuun saakka. Tämän lisäksi palveluntarjoajan on löydettävä oikeat markkinointikanavat löytääkseen asiakasryhmänsä.

2.3 Viestiminen ja turvallisuus

Eläinten hyvinvoinnista huolehtiminen ei itsessään aina riitä toimivassa liiketoiminnassa, vaan siitä on myös viestittävä asiakkaille. Asiakkaiden lisäksi viestintä vaikuttaa myös matkailueläimiin. Matkailijat voivat jopa tietämättään vaarantaa eläinten hyvinvointia ja turvallisuutta. Vaaratilanteita voi syntyä esimerkiksi vääränlaisella kohtelulla tai vaikkapa vääränlaisien herkkujen antamisella. Viestinnällä voidaan matkailijoiden ennakkokäsityksien lisäksi vaikuttaa heidän käyttäytymiseensä eläimiä kohtaan, joka parantaa eläinten ja asiakkaan turvallisuutta ja palvelun kokonaislaatua. (Reilun matkailun yhdistys 2023.) Eläimet toimivat vaiston varassa, koira voi purra, hevonen tai poro voi potkaista, jos se kokee asemansa uhatuksi tai ympärillä olevat ihmiset pelottavaksi tai arvaamattomaksi. (Kähkönen 2018, 82).

Sidosryhmät puolestaan ovat kaikki osapuolet, jotka vaikuttavat matkailutoimintaan ja joihin matkailutoiminta vaikuttaa (Garcia-Rosell 2017, 229). Sidosryhmiä ovat esimerkiksi kuluttajat, paikalliset asukkaat ja yhteistyötahot. Vastuullisissa matkailupalveluissa toimija ottaa huomioon mahdollisimman hyvin kaikki sidosryhmät ja ympäröivän luonnon. Turvallisempaa yrittäjälle on viestiä mahdollisimman avoimesti myös sidosryhmille. Näin voidaan välttää mahdolliset väärinkäsitykset ja konfliktit. Koska suuri osa eläinmatkailuyritysten henkilökunnasta on sesonkityöntekijöitä, tulee työntekijöille viestimiseen kiinnittää erityistä huomiota, koska työntekijöiden vaihtelevuus on suurta.

3 MATKAILUELÄINTEN HYVINVOINTI

3.1 Hyvinvointiin vaikuttavat tekijät

Eläinten hyvinvoinnilla käsitteenä kuvataan eläimen vointia, joka voi tilanteesta riippuen vaihdella hyvästä huonoon. Hyvinvointiin vaikuttavia tekijöitä ovat eläimen mahdollisuudet sopeutua ympäristöön ja sen tapahtumiin sekä olosuhteisiin. Eläimen hyvinvointi heikkenee, mikäli sopeutuminen ei onnistu tai eläin kokee jatkuvasti stressiä, räsitusta, käyttäytymishäiriöitä tai terveyshaittoja. Hyvinvointiin voidaan vaikuttaa pito-olosuhteilla, hoidolla, käsittelyllä sekä jalostuksella. (Eläinten hyvinvointikeskus 2023.)

Lajityypillisellä käyttäytymisellä kuvataan eläinlajien luontaista käyttäytymistapaa. Lajityypillinen käyttäytyminen on synnynnäistä ja hormonien säätelemää. Se voidaan jakaa ylläpitotoimintoihin, sosiaalisiin käyttäytymistarpeisiin ja nuoren yksilön sekä lisääntymisen ja jälkeläisten hoitoon liittyviin käyttäytymispiirteisiin. Lajityypillinen käyttäytyminen on eläimelle tärkeää sen hyvinvoinnin kannalta. (Majuri 2018, 26.)

Eläinten hyvinvointia ohjaa ”Viisi vapautta”



Kuvio 2. Eläimen viisi vapautta (Eläinten hyvinvointikeskus 2023)

Eläinten hyvinvoinnin toteutuminen on tärkeää niin lemmikkinä kuin matkailupalveluiden osana olemisessa. Vastuu matkailueläimen hyvinvoinnista on matkailupalveluidentarjoajalla ja henkilökunnalla, joilla on myös vastuu opastaa ja valvoa matkailijoita eläinten kanssa. Matkailijat haluavat saada tietoa eläimistä ja niiden hyvinvoinnista mieluiten paikallisen matkailuyrityksen henkilökunnalta (Garcia-Rosell & Äijälä 2017, 12). Yrityksellä ja sen työntekijöillä on vastuu selvittää, onko asiakas kykenevä osallistumaan aktiviteettiin eläinten kanssa. Ymmärtääkö asiakas olemassa olevat riskit ja kuinka eläinten kanssa tulee käyttäytyä.

Äijälä kertoo Helsingin Uutisten haastattelussa, että Suomessa eläinten laiminlyöntitapaukset ovat harvinaisia, mutta niihin ei ole yrityksillä varaa siitä johtuvan mainehaitan vuoksi. Äijälä kertoo myös, että Lapin alueen vilkkaassa jouluseson- gissa eläimet voivat joutua työskentelemään ääriolosuhteissa ja äärirajoilla, jol- loin hyvinvointi voi olla koetuksella. Matkailutoimiala vaatii erityisen hyvää suunnittelua ja kaaoksen sietokykyä. (Kungas 2023.) Tästä syystä on tärkeää pitää erityistä huolta eläinten jaksamisesta ja asiallisesta hoidosta.

3.1.1 Hevoset

Etenkin hevosten pakovietti aiheuttaa omat haasteensa matkailupalveluiden jär- jestämisessä. Vastuu ratsastuspalveluiden turvallisesta toiminnasta on talliyrittä- jällä (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto 2023b). Kaikki alkaa hevosen koulutuk- sesta. Koska hevonen toimii vaistojensa ja oppimansa mukaan, on myös ihmis- ten opittava käyttäytymään niin, että hevonen voi olla turvallisesti ihmisten seurassa. Hevoseen vaikuttaa kaikki se, miten liikumme, olemme ja hengitämme. Näihin vaikuttaa oma mielentilamme ja sen hallinta. (Wirzenius-Karjalainen 2020.) Hevonen liikkuu luonnostaan paljon ja näin ollen se tarvitsee paljon liikun- taan pysyäkseen terveenä psyykkisesti ja fyysisesti, kuitenkin pelkkä ratsastami- nen ja ajaminen ei ole sille tarpeeksi. Jos hevonen ei pääse toteuttamaan lajityy- pillistä käyttäytymistään, se voi ilmetä häiriökäyttäytymisenä. Hyvinvoiva hevo- nen on sosiaalinen, utelias ja se syö ja liikkuu mielellään. Näitä piirteitä oppii tun- nistamaan van tarkkailemalla hevosta. (Kähkönen 2018, 82.)

Matkailupalveluissa hevosten hyvinvointia voidaan dokumentoida eri tavoin esimerkiksi kirjaamalla työvuorot, rokotukset ja lääkinnät. Vaikka hiljaisena sesonkina hevoset lepäävät tekemättä mitään, se ei ole niille optimaalinen tilanne esimerkiksi ruuansulatus voi kärsiä liikkumattomuudesta. Sesongin aikana hevoset voivat kyllästyä rutiineihin ja epämiellyttävät kokemukset osaamattomien ihmisten kanssa voivat heijastua sen käytöksessä. (Kähkönen 2018, 84, 86.)

3.1.2 Porot

Poronhoito on alkanut Suomessa 1400-luvulla. Poron on tärkeää selviytyä luonnossa vielä tänäkin päivänä. Luonnossa porot laiduntavat eri paikoissa vuodenaikojen ja sään mukaan, ja niiden laidunalue voi olla tuhansia neliökilometrejä. Sesongin alkaessa, kesäloman jälkeen poron työkuntoa voidaan palauttaa taluttaen ja kevyesti työskennellen. Kun sesonki etenee, myös työmäärää lisätään vähitellen. Myös poro tarvitsee vapaapäiviä sesongin aikana. Terve poro on luonteeltaan varuillaan oleva ja tarkkaavainen, jonka käytös on aktiivista. Kun sairas tai puolikuntoinen poro saa rauhassa toipua ja palautua, se ennaltaehkäisee lisävammojen syntyä ja työkyky säilyy mahdollisimman hyvänä. (Maijala 2018, 65, 67–68.)

Porotilamatkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa asiakas voi tutustua porotilan arkeen. Perinteisesti yli 90 prosenttia porotilamatkailun asiakkaista ovat olleet ulkomaalaisia matkailijoita, jonka vuoksi porotilamatkailu on jäänyt kotimaanmatkailijoille etäiseksi. (Kauppila, Sammalkangas, Kestilä & Tekoniemi-Selkälä 2021, 4.)

Porotilamatkailun riskeissä on otettava huomioon, ettei vaaralliset ja helposti leviävät eläintaudit tartu poroihin. Näitä tauteja voi levitä ulkomaalaisten asiakkaiden mukana, heidän saapumismaastaan. Näitä tauteja voidaan ehkäistä esimerkiksi safarifirman vaatteiden ja jalkineiden käytöllä sekä turhan porojen pitoalueella liikkumisen rajoittamisella. Työmotivaation takaamiseksi on ihmisen tunnettava porot yksilöllisesti. Kouluttaessa on hyvä tietää, mikä poroa motivoi. Porot ovat laumaeläimiä ja kun matkailuporoja pidetään tarhassa, eikä tolpassa, niille mahdollistetaan sosiaalinen kanssakäyminen lajitoverien kanssa. Näin taas porot

saavat toteuttaa lajityypillistä käyttäytymistään. Stressi heikentää poron hyvinvointia, mutta sitä voidaan välttää esimerkiksi kouluttamalla poroa positiivisin menetelmin ja ohjeistamalla asiakkaita käyttäytymään rauhallisesti. (Maijala 2018, 68, 71.)

Matkailupalveluissa poroajelut ovat yleensä lyhyitä, noin 200–400 metrin pituisia rinkejä, joissa asiakas ohjastaa poroa. On myös olemassa pidempiä safareita, jotka voivat kestää puolesta tunnista kolmeen tuntiin tai jopa koko päivän. Pitkillä safareilla on huolehdittava porojen riittävästä lepotausta. Lyhyellä ringillä eli jengalla ja non-stop ajeluilla poroille liikkeelle lähtö on kaikkein raskainta. Poron jaksamista ajatellen on tärkeää kontrolloida reen sopivaa painoa ja vaihtaa poroja riittävän usein. Koska porot ovat yksilöitä, kaikki työtehtävät eivät sovi kaikille poroille. Porojen jaksamista sesonkiaikana voidaan seurata esimerkiksi työvuorolistoilla. (Maijala 2018, 78–80.)

3.1.3 Rekikoirat

Koirien käyttäytymistarpeiden vahvuus vaihtelee rodun mukaan. Koirien hyvinvointia edistää se, kun se saa liikkua vapaana ja hyödyntää hajuaistiaan. Puolivillit koirat käyttävät aikaansa ravintoa hankkimalla, lepäämällä ja laumansa sosiaalisten suhteidensa hoitamisella. Koirankin hyvinvointia olisi hyvä tarkkailla päivittäin. Henkisesti hyvinvoiva koira on aktiivinen, ryhdikäs ja reagoi normaalisti ärsykkeisiin. Toisaalta koiran ei tulisi olla kuitenkaan yliaktiivinen. Huonosti voivan koiran pakko-oireita ovat esimerkiksi levoton ravaaminen häkissä tai ketjussa, painonvaihtelu jalalta toiselle ja hännän jahtaaminen. (Majuri & Koljonen 2018, 30–31, 35.)

Rekikoiran työmotivaatiota ylläpidetään esimerkiksi reittien, lenkkien ja valjakko-paikkojen vaihtelulla. Stressiä rekikoirille voi aiheuttaa moni tekijä, kuten työntekijöiden vaihtuvuus, asiakkaat, hälinä ja töihin lähtö. Stressinsietokyky on yksilöllistä. Stressiä voidaan helpottaa ja ennaltaehkäistä vapaapäivien rauhoittamisella ja sijoittamalla stressaavat koirat tarhan rauhallisimmille paikoille. Myös asiakkaiden oikeanlainen ohjeistaminen on tärkeää. Rekikoirien hyvinvoinnin edistämi-

sessä tulee huomioida muun muassa virikkeet, oikeanlainen tarhaus ja pito-
paikka, ruokinta, nesteytys ja eläimen hoitajien ohjaaminen. Safareita järjestä-
essä tulee kerätä asiakkailta tarvittavat esitiedot, kuten ikä, paino ja aiempi koke-
mus. Ajo-opetuksen antajalla tulee olla varmuutta, vastuuntuntoa sekä kielitaitoa
varmistaa turvallinen ajo- ja ajo-opetus. (Majuri & Koljonen 2018, 36–51, 56, 60.)

3.2 Lainsäädäntö

Eläinten hyvinvointi puhuttelee myös päättäjiä, sillä nykyisestä eläinsuojelulaista
tulee vuoden 2024 alussa eläinten hyvinvointilaki (Maa- ja metsätalousministeriö
2023a). Uuden lainsäädännön avulla pyritään paremmin huomioimaan eläinten
hyvinvointitieteen uusin kehitys. Laissa eläinten tulisi voida toteuttaa lajityypillisiä
käyttäytymistarpeitaan mahdollisimman hyvin. Käytännössä haluttaisiin luopua
eläinten liikkumista voimakkaasti rajoittavista pitomuodoista esimerkiksi parsina-
vetoista ja emakkohäkeistä. Laissa säädetään myös tuotantoeläinten lisäksi eläi-
mistä, joita käytetään sirkuksissa ja kiertävissä eläinnäyttelyissä. (Maa- ja met-
sätalousministeriö 2023a).

Valvontaviranomaisella on oikeus tehdä tarkastus, jos on aihetta epäillä, että
eläintä pidetään tai kohdellaan eläinten hyvinvointisäädösten vastaisesti. Tarkas-
tusta ja näytteenottoa koskevasta virallisesta valvonnasta ja muista virallisista
toimista säädetään myös valvonta-asetuksen 9–15 artiklassa. Ruokavirasto voi
määrätä aluehallintoviraston tekemään tarkastuksen tai tarkastuksia eläinten hy-
vinvointisäädösten noudattamisen valvomiseksi taikka Suomea sitovan kansain-
välisen sopimuksen velvoitteiden täyttämiseksi tai Euroopan unionin lainsäädän-
nön niin edellyttäessä. Tarkastuksen tekijällä on oikeus päästä tiloihin, joita tar-
kastuksen tekeminen edellyttää, ja ottaa maksutta valvontaa varten tarvittavia
näytteitä sekä tallentaa ääntä ja kuvaa. (Laki eläinten hyvinvoinnista 693/2023 §
10:78.)

Kuluttajanturvallisuuslailla tarkastellaan asiakkaiden, osallistujien ja sivullisten
vaaroja, jotka useimmiten johtuvat puutteellisesta eläimen käyttäytymisen huo-
mioimisesta, kun palvelua on suunniteltu. Palvelun turvallisuudesta vastaa eläin-

palveluntarjoaja eli esimerkiksi koiravaljakko- tai porosafariyritys. Useimmiten toiminnasta pitää laatia turvallisuusasiakirja. Eläinpalvelut ovat usein asiakkaita osallistavia ohjelmapalveluita, jolloin tulee huomioida myös kaikkia palveluntarjoajia koskevat yleiset turvallisuusvaatimukset. (Turvallisuus- ja kemikaalivirasto 2023a.)

Lainsäädäntöä tarkastellessa on hyvä muistaa, että poro on tuotantoeläin, joten sen pitoa koskeva lainsäädäntö poikkeaa joiltain osin lemmikin pidosta. Muuttuvien lakien ja säädösten vuoksi, on mielenkiintoista huomioida jatkossa, miten matkailueläinten asema muuttuu vai muuttuuko se lainkaan. Tällä hetkellä matkailueläimille ei ole asetettu omia lakipykäliä, eikä sellaista näillä näkymin ole tulossakaan. Mikäli eläinmatkailupalvelut Lapissa yleistyisivät, voisi tällaiselle lisäykselle olla tarvetta.

3.3 Vastuullisuussertifikaatit

Matkailualalla on käytössä erilaisia vastuullisuussertifikaatteja. Kuitenkin niiden luotettavuuteen uskomisen ei ole yhtä suuressa suosiossa, kuin asiasta kuuleminen paikallisilta ihmisiltä (Garcia-Rosell & Äijälä 2018, 13). Kuitenkin vastuullisuussertifikaatit ovat yhä suuremmassa suosiossa yritysten toiminnassa. Vastuullisuussertifikaatteja on olemassa monen hintaisia ja niitä on suunniteltu nii pienten kuin isojenkin yritysten tarpeisiin. Myös vastuullisen toiminnan valvonnan käytännöt poikkeavat toisistaan.

Euroopan komission lehdistötiedotteessa (2021) kerrotaan viherpesusta. Tiedotteen mukaan verkkosivustojen ympäristöväättämistä ovat usein perusteettomia. Havainto tuli ilmi Euroopan komission ja kansallisten kuluttajaviranomaisten verkkosivuja koskevan tehotarkastuksen tuloksista. Viherpesulla tarkoitetaan yritysten väittävän valheellisesti tekevänsä enemmän toimia ympäristön hyväksi kuin todellisuudessa tekevät. Tarkastuksessa tutkittiin esimerkiksi vaatetus- ja kodinkonealan yritysten verkkosivuja. Kansallisten kuluttajansuojaviranomaisten mukaan on syytä uskoa, että jopa yli 40 prosenttia väittämistä oli liioiteltuja, virheellisiä tai harhaanjohtavia ja, että ne ovat EU:n sääntöjen mukaan mahdollista kat-

soa sopimattomaksi menettelyksi. Yli puolessa tutkimuksen tapauksista elinkeinonharjoittaja ei ollut antanut tarpeeksi tietoa, millä kuluttaja voisi arvioida väittämien todenmukaisuutta. (Euroopan komissio 2021.)

Kuluttajan onkin vaikea löytää sertifikaattien ja uskottavien tarinoiden keskeltä kriittistä ja läpinäkyvää informaatiota yrityksen konkreettisista toimista, jolloin oman mielipiteen muodostaminen osoittautuu vaikeaksi. Vastuullisuussertifikaateilla tulisi olla tulevaisuudessa tarkemmat kriteerit ja ennen kaikkea valvonta, jotta kuluttajankin olisi helpompaa tehdä vastuullisia valintoja matkailupalveluihin tutustuessaan.

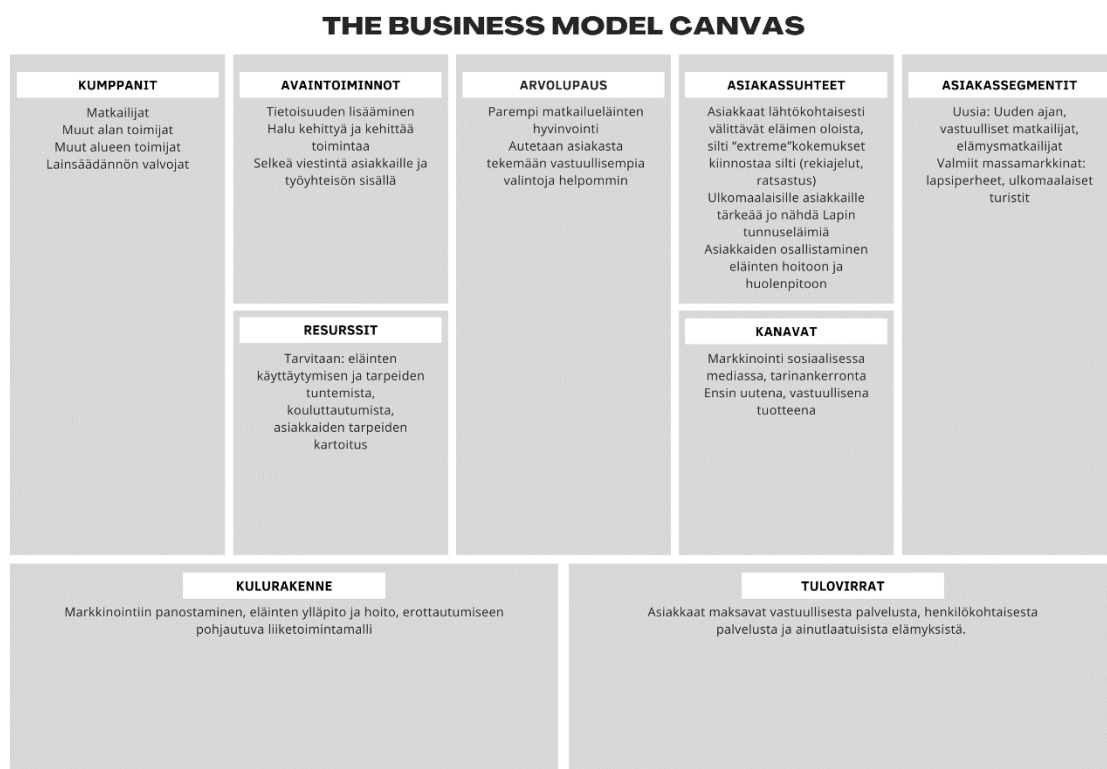
Pohjoismaiden ainoa vastuullisuussertifikaatti, jossa on matkailueläinten, porojen ja vetokoirien hyvinvointikriteereitä on Green Activities -sertifikaatti. Tämä sertifikaatti on suunniteltu erityisesti ohjelmopalvelu- ja opasyrityksille. Green Activities -sertifikaattiin sitoutuvat yritykset kasvattavat henkilöstön ja asiakkaiden ympäristötietoutta, tehostaa energian- ja vedenkäyttöä, minimoivat ympäristörasitukset ja varmistaa matkailueläinten hyvinvoinnin toiminnassaan. Yritys myös sitoutuu raportoimaan toiminnastaan. (Visit Finland 2023a).

Vaikka monille matkailijoille vastuullisuussertifikaatit eivät vielä ole tärkeitä palveluita tai kohteita valittaessa, voi tilanne olla toinen sertifikaattien yleistyessä. Sertifikaatti voi olla positiivinen tekijä esimerkiksi yrityksen markkinoinnissa. Mikäli yrityksellä olisi edellä mainittu Green Activities -sertifikaatti, kannattaisi markkinoinnissa tuoda jotenkin esille sen ainutlaatuisuus eläinten hyvinvoinnin edistämisen kannalta. Markkinoinnin tulee kuitenkin olla paikkaansa pitävää ja läpinäkyvää, jotta se on vastuullista toimintaa.

4 TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMÄT

4.1 Business Model Canvas

Yhtenä kehittämisen työkaluna käytetään Business Model Canvasia, joka on toimiva työkalu, kun halutaan testata liikeideaa luovasti tai saada kokonaiskuva toiminnan kehittämisestä. Business Model Canvas on liiketoimintamallin huoneen- taulu eli visuaalinen ja yksinkertaistettu hahmottamiskeino. Taulusta löytyy yhdeksän avainkohtaa: arvolutaus, toiminnot, resurssit, asiakassegmentit, asiakassuhteet, kanavat, kumppanit, kulurakenne ja tulovirrat. (Varma 2021.) Käytin työssäni Business Model Canvasia, sillä siitä löytyy helposti tärkeimmät toiminnot ja huomioon otettavat asiat. Tämä menetelmä on hyödyllinen työkalu uusia tuotteita kehiteltäessä, siitä näkee visuaalisesti kohdat, jotka tulisi ottaa huomioon.



Kuvio 3. Business Model Canvas kuvitteelliselle yritykselle

Business Model Canvas on rakennettu kuvitteelliselle Lapin eläinmatkailuyritykselle. Kumppanit, resurssit ja asiakassegmentit ovat tämän tyyppisillä yrityksillä melko yhteneväiset. Kulurakenteessa on huomioitu yrityksen halu kehittyä ja

usko ihmisten haluun maksaa hyvin toteutetusta, eläinten hyvinvointia edistävästä matkailupalvelusta. Halu erottautua muista alan yrityksistä ja palveluista on yrityksen kilpailuetu. Taulun kokonaisuuden rakentamisessa käydään toimintaa läpi sen monessa eri vaiheessa (ennen palvelua, palvelun aikana ja sen jälkeen). Jokainen yritys lisää tauluun omat resurssinsa, asiakasryhmänsä, arvolupauksensa ja niin edelleen, sen avulla saadaan esimerkiksi työntekijät ymmärtämään yrityksen arvolupaus ja asiat, joihin tulee kiinnittää huomiota ja se, mistä yrityksen tulot koostuvat. Kehittämistyöni kannalta Business Model Canvas auttaa minua ja lukijaa ymmärtämään paremmin matkailun toimijat, sidosryhmien merkityksen ja konkreettiset toimet, joita tarvitaan, kun uusia eläinmatkailupalveluita suunnitellaan. Työssäni tekemä huoneentaulu voi toimia pohjana Lapin yrityksille, mikäli he kehittämistyössään hyödyntävät Business Model Canvas -työkalua.

4.2 Tulevaisuuden näkymät ja skenaariotyöskentely

Toinen kehittämismenetelmäni oli skenaariotyöskentely. Skenaarioilla ja skenaariotyöskentelyllä yritykset, organisaatiot ynnä muut toimijat voivat tutkia tulevaisuuden näkymiä. Niiden avulla voidaan hahmottaa tulevaisuuden kehitystä ja miten se voisi tapahtua. Skenaariotyöskentelyssä tarkastellaan mahdollisia tapahtumia, päätöksiä ja toimintoja ja niiden syy-seuraussuhteita ja vaikutuksia tulevaisuudessa. (Lätti, Malho, Rowley & Frilander 2022, 315.)

Skenaariotyöskentelyn aiheenani oli "Uudet eläinmatkailupalvelut ovat kannattavia ja tuovat uusia matkailijoita Lappiin vs. Eläinmatkailupalvelut eivät enää vedä asiakkaita Lappiin.". Aiheen työstäminen oli luokitukseltaan tutkivaa ja toimintaympäristöä refleктоivaa. Näkökulma oli yritykset ja maantieteellinen alue Suomen Lappi. Aikajänne oli 5 vuotta, eli vuosi 2028. Viiden vuoden aikajänne on melko helppo hahmottaa, mutta muutosta ehtii tapahtua viidessä vuodessa hyvinkin merkittävästi. Toimintaympäristöanalyysissä käytin PESTE-luokittelua, jossa tarkastellaan poliittisia, taloudellisia, sosiaalisia, ekologisia ja teknologisia muuttujia (Lätti ym. 2022, 322). PESTE-analyysillä voidaan tunnistaa eri alojen kehityssuuntia esimerkiksi teknologiaan, megatrendeihin, globalisaatioon ja väestökehitykseen liittyen. Poliittisia muuttujia ovat esimerkiksi markkina-alueen po-

liittinen vakaus. Taloudellisesta näkökulmasta tällaisia voivat olla esimerkiksi kulutuskäyttäytymisen ja kilpailuympäristön muutokset. Sosiaalisia muuttujia ovat muun muassa ikärakenteiden, elämäntyylien sekä tuloerojen muutos. Teknologian esimerkkejä voivat olla uudet mobiiliratkaisut ja tekoälyn kehitys. Ekologisiin muuttujiin voidaan listata esimerkiksi energiamuodot ja kiertotalous. (Viitala & Jylhä 2019, 83.)

Tulevaisuustaulukon muuttujia olivat esimerkiksi matkailijoiden suhtautumisen muutokset, sosiaalisen median vaikutukset, elämysten ja kokemusten merkitys sekä maailman taloudellisen tilanteen epätasapaino. Jokaiselle aiheelle loin 2 kehittymisvaihtoehtoa ja yhden kustakin valitsin tulevaisuuskarttaan.

Tunnistin skenaarioissa kuluttajien muuttuneet asenteet ja vaatimukset eläinmatkailupalveluille. Tässä tilanteessa yritysten on kyettävä uusiutumaan ja kehittämään toimintaansa. Sosiaalinen media auttaa yrityksiä myymään uusia innovaatioita, mutta samalla asiakkaiden negatiivisetkin kommentit tulevat helpommin ihmisten suureen tietoisuuteen. Asiakkaat usein ensimmäisenä etsivät tietoa yrityksestä ja muiden asiakkaiden kokemuksia sosiaalisen median kanavista. Sosiaalisen median avulla yritys pystyy myös ketterästi osallistamaan asiakkaita uusien matkailupalveluiden tuottamiseen tai olemassa olevien palveluiden kehittämiseen ja jakamaan tietoa yrityksen eläinten hyvinvoinnin edistämisen toiminnoista. Kokemusten ja elämysten merkitys matkustajille on tunnistettu aiemminkin, mutta tulevaisuudessa uskon sen merkityksen kasvavan ja etenkin paikallisen kulttuurisen arvostuksen nousevan näissä palveluissa. Vaikka Suomi on edelläkävijä usein vastuullisissa matkailupalveluissaan, voi olla myös mahdollista, että Suomi jää ikään kuin tunnetumpien ja houkuttelevampien kohteiden varjoon. Koska eläinten hyvinvointi puhuttaa ympärimaailmaa, myös muut kohdemaat alkavat todennäköisesti kiinnittää huomiota samanlaisiin ongelmakohtiin. Suomen matkailulla on kuitenkin tietoa, taitoa ja resursseja toimia tiennäyttäjinä eläinten hyvinvointia tukevassa matkailutoiminnassa. Näiden tulevaisuuskuvioiden pohjalta tein skenaariot, jotka esitellään kuviossa 4.

Otin skenaariot tähän työhön yhdeksi työkaluksi, sillä uusia matkailutuotteita suunniteltaessa on hyvä pohtia tulevaisuutta ja kuinka tulevaisuus voi vaikuttaa uusien matkailupalveluiden kysyntään ja palveluiden toimimiseen pidemmällä aikavälillä. On kyettävä pohtimaan ja tutkimaan tulevaisuuden näkymiä, jotta voi suunnitella tulevaisuuden tuotteita. Näen vastuullisten ja eettisen eläinmatkailun tulevaisuuden melko positiivisena ja kehittymismahdollisuuksia on olemassa melko runsaastikin. Skenaarioissa on osittain kaksijakoiset vaikutukset. Esimerkiksi kuluttajien vaatimustason nousu on pääasiassa positiivinen skenaario, mutta voi tuoda mukanaan negatiivisiakin ilmiöitä esimerkiksi se, miten saadaan asiakas vakuutettua yrityksen toiminnan olevan varmasti vastuullista ja eettistä, kun viherpesun aiheuttamat ongelmat puhuttavat kuluttajia ja muita alan toimijoita. Skenaariot itsessään eivät kuitenkaan ole läheskään aukottomia, eikä niihin voida sokeasti nojautua. Skenaariot ikään kuin valmistavat yrityksiä mahdollisiin muutoksiin ja niihin reagointiin.



Kuvio 4. Skenaariot Lapin alueen vastuulliselle eläinmatkailulle vuoteen 2028 mennessä

5 TUOTTEISTUS JA TUOTEKEHITYS

5.1 Matkailutuote ja matkailupalvelu

Tuotteistamisen käsite ei ole yksiselitteinen. Tuotteistamisella voidaan tarkoittaa niin tuotteiden ominaisuuksia, hintaa ja tuotekoodia ja jopa ihmisen tuotteistamista. Tuotteistaminen voi tarkoittaa työtä, jossa asiantuntemus tai osaaminen muotoutuu myynti-, markkinointi- ja toimituskelpoiseksi palvelutuotteeksi. (Parantainen 2007, 14.) Kuten tässä työssä, halutaan eläinten hyvinvoinnin edistäminen sisällyttää palvelutuotteeseen. Tuotteistettu palvelu on helpompi monistaa, myydä ja tuottaa. Monistaminen helpottaa yritystä esimerkiksi henkilöstön vaihtuessa, ei tarvitse enää kokonaan uudestaan rakentaa palvelua. (Kalliomäki 2014, 11.)

Villanen (2016, 222) on todennut Tuomiseen ym. (2015) viitaten, että kun yritys osallistaa tuotteistamiseen henkilöstön, asiakkaat ja sidosryhmät, yritys varmistaa sen, että tuotekehityksen kokonaisuus ja ymmärrys sen arvosta kiteytyy sen parhaalla mahdollisella tavalla. Osallistavalla tuotteistamisella sitoutetaan ja motivoitetaan, muutetaan toimintatapoja ja ajatusmalleja ja näin mahdollistetaan innovointi.

Garcia-Rosell, Haanpää ja Kyyrä (2017) ovat todenneet Smithiin (1994) viitaten yhden tunnetuimman matkailutuotemallin olevan viiden elementin mallin, jonka mukaan tuote perustuu fyysiseen ympäristöön, palveluun, vieraanvaraisuuteen, valinnanvapauteen ja osallistumiseen. Matkailun tuote on yleensä palvelu ja siksi usein käytetään myös termiä matkailupalvelu. Matkailupalveluissa tuotekehityksessä on kolme näkökulmaa: tuotelähtöinen, asiakaslähtöinen ja toimintaympäristölähtöinen. Näkökulmat pohjautuvat tuotteen tai palvelun markkinointiin. (Garcia-Rosell ym. 2017, 148–149.) Kun yritys lähtee rakentamaan uutta tuotetta, on hyvä tutustua tuotteistamisen työkaluihin. Työkaluja ja menetelmiä löytyy niin fyysisille tuotteille kuin palveluillekin.

5.2 Tarinallistaminen

Tarinallistaminen on erilaistamisen lisäksi osa tuotteistamisprosessia. Tarina on strategia, joka poistaa rönsyt, auttaa fokusoimaan toimintaa ja tuottamaan näin asiakkaalle uudenlaisia palvelukokemuksia, jotka välittävät yrityksen tarinaa eteenpäin muille. Tarinan avulla johdetaan ja tehdään valintoja tarinalähtöisesti sekä markkinoinnissa kuin palveluidenkin suhteen. Tarina liittyy koettuun aitouteen eli hyvin kerrotun tarinan avulla sen kokija motivoituu osallistumaan ja heittäytymään osaksi tarinaa. (Kalliomäki 2014, 11.)

Etenkin pohdittaessa eläinmatkailupalveluita, tarinallistamisen vaikutukset ovat tärkeä elementti hyvin tuotteistettua palvelua rakentaessa. Tarinallistamisessa voidaan käyttää apuna esimerkiksi seuraavanlaisia kysymyksiä: Millaisia teemoja yrityksen toimintaan liittyy? Millaisia tarinoita löytyy yrityksen historiasta? Onko ympäristössä jotain uniikkia tai persoonallista? Mitä tarinallisuutta yrityksen palveluissa jo on? (Kalliomäki 2014, 64).

Suunniteltaessa uusia eläinmatkailupalveluita, olisi hyvä sisällyttää tarinankerronnan elementtejä niin suunnitteluvaiheeseen, kuin valmiin tuotteen markkinointiin, sisälle itse aktiviteettiin ja mahdollisesti viestintään palvelun jälkeen. Näin asiakkaan voi olla helpompi lähestyä aihetta ja ottaa uutta tietoa ja kokemuksia vastaan jouhevammin. Tarinankerronta tässä yhteydessä ei tarkoita suurta ja tekaistua kertomusta, vaan todellista tarinaan, jota voidaan jakaa asiakkaille ja sidosryhmille ja jota voidaan pitää yrityksen erottuvuuden kannalta tärkeänä lisänä ja tietoa jakavana toimintana.

Tarinankerronnan käytössä voi olla monenlaisia hyötyjä. Tarinat kantavat mukanaan tietoa taustasta sekä kontekstista, jossa tuotetta tai palvelua käytetään tai toteutetaan. Tarinoilla varmistetaan, että tuotekuvaukset pysyvät tarpeeksi todenmukaisina. Tarinoilla saadaan kerrottua inhimillistä näkökulmaa eri asioihin liittyen. Tarinoiden avulla voidaan mahdollistaa erilaiset tulkinnat: niitä voidaan analysoida useista näkökulmista eri ulottuvuuksia suunniteltaessa. Tarinat voi-

daan kertoa omin sanoin, eli asiakas pystyy kertomaan omaa tarinaansa yrityksen palvelusta omalla tavallaan. Selkeät tarinat helpottavat asiakkaan osallistamista tuotteistamisen prosessiin. (Villanen 2016, 216.)

6 ELÄIMEN HYVINVOINNIN TUOTTEISTAMINEN

Eläinten hyvinvoinnin tuotteistamisessa tulisi kaikkia edellä mainittuja kohtia hyödyntää niin, että eläintenhyvinvointi toteutuisi mahdollisimman hyvin. Kuten aiemmin on kerrottu, erona perinteiseen matkailupalvelun tuotteistamiseen, pitää eläinpalvelutuotteissa ottaa erityisesti huomioon toiminnan eettisyys ja vastuullisuus, eikä pääpaino suunnittelussa ole yksin taloudellisessa näkökulmassa. Kuitenkin on pidettävä huoli siitä, että yritys sitoutuu näihin toimintamalleihin, että sanoilla on painoarvoa. Liitteissä 1 on esimerkki eläinmatkailupalvelusta, jossa on huomioitu näitä seikkoja. Tässä esimerkissä keskitytään vain itse tuotteeseen, ei koko yrityksen toimintaperiaatteeseen, johon liittyy esimerkiksi huolehtiminen eläinten vapaapäivistä. Valmiin palvelun tuotteistamisprosessiin sisältyy lisäksi tuotteen tai palvelun kannattava hinnoittelu.

Pääasiallinen tavoite tämänkaltaiselle palvelulle on, että palvelusta jää positiivinen kokemus niin asiakkaalle kuin eläimellekin. Kaikkien osapuolien tulee tietää palvelun aikana, mitä tapahtuu ja miten toimitaan. Ihmisten välillä kommunikaatio onnistuu puhumalla tai muuten kommunikoimalla. Eläimille viestitään omilla teoilla ja ympäristöä muokkaamalla. Vinkeistä voivat hyötyä Lapin alueen eläinmatkailupalveluita.

Vinkkien koonnissa käytin samaa tietoperustaa, kuin opinnäytetyön muissa kohdissa. Vinkkien rakentamisessa pohdin ensin tuotteistamisen avaintekijöitä ja sen jälkeen peilasin niitä eläinten hyvinvointiin. Menetelmien hyödyntäminen auttaa tässä kohti tunnistamaan tulevaisuuden matkailijoiden tarpeet, jolloin tulevaisuuden eläinmatkailupalveluiden tuotteistaminen on jouhevampaa, kun tiedetään millaisiin odotuksiin tuotteiden tulisi vastata. Vinkit on laadittu esimerkiksi yhdistelemällä eläinten hyvinvoinnin tietoperustaa käytännön tilanteisiin. Työssä Vinkit toimivat näin yrityksille hyvänä pohjana lähteä rakentamaan ja tuotteistamaan uusia palveluita. Tarkoituksena on saada yrittäjät yhä tarkemmin pohtimaan omaa vastuullisuuttaan ja vaihtoehtoja perinteisille eläinmatkailupalveluille.



Kuvio 5. Vinkit visuaalisesti -kansi

Seuraavassa osiossa käydään läpi konkreettiset vinkit, joita palveluntarjoaja voi hyödyntää omissa matkailupalveluissaan eläinten kanssa. Näissä vinkeissä ei käydä jokaista seikkaa läpi, vaan näihin vinkkeihin on koottu tässä opinnäytetyössä esiin nostettuja haasteita ja kehittämismahdollisuuksia.

Määritä tavoitteet

- **Mitä haluat muuttaa?**
- **Kenelle palvelu on suunnattu?**
- **Onko sinulla tarvittavat resurssit?**
- **Vastaako palvelu pidempään kysyntään vai hetkelliseen trendiin?**
- **Miten varmistaa eläinten hyvinvointi?**
- **Miten palvelusi erottuu muista?**

Kuvio 6. Tavoitteet

Kehittämistyössä saatujen tietojen perusteella on palveluntarjoajan määritettävä toiminnalleen tai palvelulleen selkeät ja ymmärrettävät tavoitteet. Tavoitteiden määrittäminen on tärkeää, jotta toimintaa voidaan johdonmukaisesti kehittää kohti haluttua tavoitetta. Koko henkilökunnan tulisi olla tietoisia yrityksen määrittämistä tavoitteista, jolloin toiminta on linjassa niiden kanssa ja henkilökunnan toiminta keskenään yhdenmukaista. Suunniteltaessa eläinmatkailupalveluita, on hyvä pohtia tuotteen tai palvelun luonnetta myös jatkuvuuden kannalta. Vastaako tuote pitkän tähtäimen kysyntään vai onko kyseessä matkailutrendin luoma hetkellinen kiinnostus? Vastuullisen toiminnan näkökulmasta palveluntarjoaja voi miettiä tämän lisäksi, voisiko palvelua toteuttaa ympärivuotisesti, jolloin myös eläinten työmäärät tasaantuisivat jonkin verran sesonkien välillä. Resurssien tunnistaminen toiminnassa on tärkeää eläinten hyvinvoinninkin kannalta. Esimerkiksi yrityksellä tulisi olla riittävä määrä henkilökuntaa, jotta aikaa jää eläinten oikeanlaiselle ja hyvinvointia edistävälle toiminnalle. Myös vetovoimatekijät on tunnistettava, jotta osataan erottua muista ja tuoda sitä myös esiin kuluttajille.

Viestintä ja markkinointi

- **Viesti työntekijöille muutoksista ja määrittäkää yhteiset tavoitteet**
- **Kerro avoimesti eläinten hyvinvoinnin varmistamisesta asiakkaille**
- **Käytä tarvittaessa myös visuaalista viestintää selkeyttääksesi asiaa (esim. kielimuurin rikkomiseen opaskortteja)**
- **Onko mahdollista hyödyntää tarinankerrontaa markkinoinnissa?**
- **Tuoko mahdolliset vastuullisuussertifikaatit lisäarvoa?**

Kuvio 7. Viestintä ja markkinointi

Viestintä ja markkinointi asettaa suuria haasteita, mutta myös mahdollisuuksia eläinten hyvinvointia tukevalle matkailulle. Koska esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa voi asiakkaat jakaa omia kokemuksiaan eri matkailualan yrityksistä, on yrityksen pidettävä huolta avoimesta ja läpinäkyvästä toiminnasta. Kuitenkin kuten aiemmin mainitsin, usein lupaukset vastuullisesta ja kestävästä toiminnasta ovat usein vain kauniita myyntilauseita. Yrityksen on kyettävä löytämään itselleen sopiva tapa viestiä ja informoida asiakkaita ja muita sidosryhmiä.

Viestintä ja markkinointi ei ole tärkeää pelkästään yrityksen imagon takia, vaan myös eläinten hyvinvoinnin kannalta. Oikeanlainen viestintä ehkäisee vaaratilanteita, jotka taas voivat heikentää eläimen hyvinvointia. Koska usein yrityksen asiakkaista valtaosa on ulkomaalaisia, voi esimerkiksi kielimuuri haitata turvallista ohjeistusta yrityksen ja asiakkaan välillä. Tähän apuna voi käyttää esimerkiksi kuvakortteja.

Huolehdi eläinten jaksamisesta

- **Saako eläin tarvittaessa lepoa tarpeeksi (pidemmät safarit)?**
- **Kuinka monta safaria tms on mahdollista järjestää, jotta työ jakaantuu eläimille tasaisesti ja vapaapäivät toteutuvat?**
- **Onko ratsastus, ajelu tms välttämätöntä asiakkaille?**

Kuvio 8. Huolehdi eläinten jaksamisesta

Viimeisenä vinkkeihin on koottu kaiken toiminnan perusta eli eläimistä huolehtiminen, niin että eläinten työkyky ja -motivaatio säilyy mahdollisimman korkeana. Näin saadaan suurin hyöty toiminnasta kaikille. Palveluntarjoajan ja työntekijöiden on tunnettava käytössä olevat resurssit ja eläimet yksilöinä, jotta hyvinvoinnin toteutuminen on mahdollista parhaalla mahdollisella tavalla. Lisäisin kuvioon vielä ohjeeksi kirjata ylös eläinten työ- ja lepomäärät, jotka auttavat seuraamaan työmäärän tasaisuutta yksilötasolla. Yrityksen olisi myös hyvä pohtia talvi- ja kesäsesonkien tasapainottamista niin, että työtä eläimille ei olisi pelkästään kiireisimpinä talvisesonkeina, jolloin eläimet joutuvat työskentelemään muutaman kuukauden aikana todella paljon. Mikäli yritys onnistuisi luomaan kannattavia ja toimivia matkailupalveluita myös hiljaisemmalle sesongille, ei kaiken yrityksen tuloksen tarvitsisi koostua vain lyhyen talvisesongin aikana. Ympärivuotisuus on kuitenkin haaste miltei kaikille Lapin matkailuyrityksille, eikä sitä ratkaista hetkessä.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää ja luoda tietoperustaa matkailueläinten hyvinvointiin liittyen. Tavoitteena oli koota yhteen vinkkejä, jotka voisivat hyödyttää matkailupalveluntarjoajia. Onnistuin opinnäytetyöprosessissa saavuttamaan tehtävän ja tavoitteen suunnitellulla tavalla. Työelämän kehittämisen toiveeni yritysten vastuullisista palveluista ja kuluttajien valintojen helpottamisesta ilmenee vasta pidemmällä aikavälillä. Työn edetessä, opin enemmän reagoimaan järkevästi muutoksiin työhön liittyen. Työn aloitusvaiheessa muutokset ja työn hidasteet saattoivat aiheuttaa suurtakin haastetta opinnäytetyön eteenpäin viemisessä. Kuitenkin työn edetessä lähdin purkamaan ongelmia niin, että työn aikataulu ei niin paljoa kärsisi ja pyrin löytämään ja hyödyntämään vaihtoehtoisia toimintatapoja haasteiden edessä. Sain työtä edistettyä melko hyvin aikataulussa ja onnistuin tasapainottelemaan opinnäytetyön, töiden ja vapaa-ajan kanssa mielestäni yllättävän hyvin, sillä aikataulujen sovittaminen jännitti itseäni jo ennen opinnäytetyöprosessin aloittamista.

Suuri haaste opinnäytetyöprosessissa oli se, ettei minulla ollut toimeksiantajaa työlleni. Toimeksiantaja olisi tuonut työlle ehkä selkeämmän tavoitteen sekä olemassa olevaa tietoa esimerkiksi asiakasmääristä, asiakasryhmistä ja toimintaympäristön konkreettisista haasteista. Toimeksiantaja olisi myös antanut konkreettisempaa tietoa aiheen haasteista, joita minun tuli tässä työssä löytää esimerkiksi kirjallisuuden ja olemassa olevien haastatteluiden avulla. Tämä haastoi myös työskentelyä yhteistoiminnallisesta näkökulmasta. Laajempi keskustelu useamman toimijan ja yhteistyökumppanin kanssa olisi voinut edistää työtäni ammatillisesti vakuuttavampaan suuntaan.

Toimeksiantaja olisi ollut tärkeä myös työn tuloksien ja tuotosten hyödynnettävyyden kannalta. Nyt tuloksia ja tuotoksia voivat hyödyntää niin lappilaiset matkailutoimijat ja -yritykset kuin Lapin AMK. Toimeksiantajan kautta olisin saanut selkeämmän tavoitteen liittyen valmiiseen tuotokseen, joka olisi sellaisenaan palvelut yhtä yritystä tai toimijaa. Työssäni tehty esimerkki palvelu, joka on liitteenä 1, voi toimia lappilaiselle eläinmatkailuyritykselle esimerkkinä ja ajatuksia herät-

tävänä tekijänä, kun yritys suunnittelee uusia palveluita tai kehittää vanhoja palveluitaan. Matkailuala ja -koulutus voivat hyödyntää opinnäytetyön tuotoksia esimerkiksi tuomalla eläinten hyvinvoinnin tietoperustan käytäntöön tuotesuunnittelun ja -ideoinnin kautta.

Opinnäytetyöni tietoperustaa keräsin pääosin Lapin korkeakoulukirjaston kautta, joten lähteet ovat näin ollen pääasiassa luotettavia. Suhtauduin tiedonhaussa kriittisesti verkosta löytyviin lähteisiin ja jätin pois lähteet, joissa yksilön omat mielipiteet tuotiin esille jyrkästi, ilman selkeään ja faktoihin perustuvaa tietoperustaa.

Opinnäytetyöprosessin aikana ymmärsin, kuinka vastuullisuusteema vaikuttaa globaalisti matkailijoiden matkustustottumuksiin ja näin ollen yritysten uusiutumisvaatimuksiin. Opin Lapin matkailun tunnuseläinten merkityksen koko alueen matkailulle. Ymmärsin, millä tavoin niiden hyvinvointia voidaan edistää niin, että saadaan kuitenkin eläinten luoma merkittäväkin lisäarvo tuotua palveluihin. Aiheeseen tarttuminen yrityksille voi aluksi tuntua epävarmalta, kuten usein uusien palveluiden kohdalla tuntuu. Yritysten olisi viisainta ottaa tämänkaltaisia palveluita käyttöön niin sanotusti porrastetusti ja esimerkiksi kokeilla uusia palveluita pienen testiryhmän kanssa.

Tulevaisuudessa uskon matkailualalla olevan tarvetta erilaisille laeille ja muihin keinoihin, joilla voidaan varmistaa eläinten oikeanlainen kohtelu myös niin, että se välittyy asiakkaille ja toiminta on läpinäkyvää. Saadakseen tällaisia muutoksia, on kuluttajien ja palveluntarjoajien kuitenkin osattava vaatia niitä. Olen onnistunut hahmottamaan matkailueläinpalveluiden toimintaa ja matkailueläinten hyvinvoinnin tekijöitä. Tietoperustaa on olemassa jonkin verran, mutta esimerkiksi tilastollisia lukuja oli löydettävissä melko suppeasti.

Maailman muuttuvat tilanteet ja käsitykset esimerkiksi luonnosta, vastuullisuudesta ja eläinten oikeuksista haastavat jatkuvasti alan toimijoita. Kilpailu Lapin matkailutoimialalla on suurta ja yrityksillä ei ole varaa mokiin tai huonoon maineeseen kuluttajien silmissä. Tutkiessani tietoperustaa huomasin, kuinka moni

matkailija tyrmää suoralta kädeltä esimerkiksi rekiajelut, ilman sen suurempaa perehtymistä asiaan. Se voi palveluntarjoajasta tuntua turhauttavalta, mutta kun mietitään eläinmatkailupalveluita maailmalla noin 10 vuotta sitten, ei ihme, että ne herättävät tänäkin päivänä negatiivisia tunteita pintaan. Kuitenkin kaikki eläinmatkailupalvelut ja aktiviteetit toteutetaan ihmisen viihdyttämiseksi tavalla tai toisella. Miten esimerkiksi voidaan taata koiran viihtyvyys ja oma into vetää rekeä? Kun yhtälöön tuodaan vielä rahallinen hyötyminen yritykselle, tilanne monimutkaistuu entisestään. Vaikka poro on tärkeä symboli Lapin matkailussa, varsinaiseen poronhoitoon matkailuelinkeino vaikuttaa usein kielteisesti. Haittaa poroelinkeinoille tulee esimerkiksi moottorikelkkailusta ja matkailurakentamisesta. Etenkin Kilpisjärven alueella on hävittänyt monia kesälaitumia. (Nykänen & Höckert 2017, 242.) Tästä esimerkistä huomataan matkailutoimialan ristiriitaisuus.

Restonomiopintojen kautta olen oppinut suhtautumaan matkailupalveluihin kriittisemmin ja tarkastelemaan asioita niin kuluttajan, yrityksen kuin toimintaympäristönkin kannalta. Vastuullisuus on ollut läpi opintojen itselleni läheinen teema ja halusin tehdä työni jollain tavalla sitä teemaa edistäen.

LÄHTEET

Eläinten hyvinvointikeskus 2023. Hyvinvointi. Viitattu 1.6.2023.
<https://www.elaintieto.fi/elaimen-hyvinvointi/>.

Euroopan komissio 2021. Verkkosivustojen tehotarkastus viherpesun havaitsemiseksi: puolet ympäristöväättämistä on perusteettomia. Viitattu 2.11.2023 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_21_269.

Garcia-Rosell, J-H. 2017. Vastuullinen matkailu. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press. 229–234. Viitattu 15.10.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>.

Garcia-Rosell, J-H. & Äijälä, M. 2018. Eläinmatkailu Lapissa. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa – Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. 10–25. Viitattu 2.6.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Garcia-Rosell, J-H., Haanpää, M. & Kyyrä, S. 2017. Matkailun tuotekehitys. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press. 148–152. Viitattu 15.10.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>.

Kaleva 2018. Eläinmatkailu on miljoonien bisnes Lapissa – rekikoirat ja porot kiinnostavat turisteja. Viitattu 6.10.2023. <https://www.kaleva.fi/elainmatkailu-on-miljoonien-bisnes-lapissa-rekikoi/1840427>.

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum.

Kauppila, A., Sammalkangas, J., Kestilä, S. & Tekoniemi-Selkälä, T. 2021. Porotilamatkailun uudet tuulet. Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja D. Muut julkaisut 1/2021. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.6.2023 <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202103036434>.

Kungas, M. 2023. Helsingin Uutiset. Poromatkailulle ja rekikoirille on jo hyvinvointikriteerit. Villieläimen tehtävä ei ole viihdyttää ihmistä - eläinmatkailuun liittyy kamaliakin piirteitä. Viitattu 26.10.2023 <https://www.helsinginuutiset.fi/teemat/5734669>.

Kähkönen, O. 2018. Hevosen hyvinvointi. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa – Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. 82–102. Viitattu 1.10.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Laki eläinten hyvinvoinnista 2.3.2023/693. Viitattu 11.10.2023
<https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2023/20230693?search%5Ball%5D=merkitsemisest%5C3%A4&search%5Bkohdista%5D=koko&search%5Btype%5D=tekstihaku#Lidm46494958502256>.

Lapin Kauppakamari 2023. Lapin elinkeinot. Viitattu 20.10.2023
<https://www.lapland.chamber.fi/wp/wp-content/uploads/2022/10/Elinkeinot-Lapissa-Lapin-kauppakamari.pdf>.

Lätti, R., Malho, M., Rowley, C. & Frilander, O. 2022. Skenaarioiden rakentaminen tulevaisuustaulukkomenetelmällä. Teoksessa H-K. Aalto, K. Heikkilä, P. Keski-Pukkila, M. Mäki & M. Pöllänen (toim.) Tulevaisuudentutkimus tutuksi – Perusteita ja menetelmiä. Turku: Turun yliopisto.

Maa- ja metsätalousministeriö 2023a. Eduskunta hyväksyi pitkään valmistellun eläinten hyvinvointilain. Viitattu 9.10.2023. <https://mmm.fi/-/eduskunta-hyvakysyi-pitkaan-valmistellun-elainten-hyvinvointilain>.

Maa- ja metsätalousministeriö. 2023b. Eläinsuojelulaki. Eläinsuojelulaista tulee eläinten hyvinvointilaki. Viitattu 9.10.2023 <https://mmm.fi/elainsuojelulaki>.

Maijala, V. 2018. Poron hyvinvointi. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa – Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. 65–81. Viitattu 1.11.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Majuri, K. 2018. Eläinten hyvinvointi. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa - Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. 26–29. Viitattu 15.9.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Majuri, K. & Koljonen, S. Rekikoiran hyvinvointi. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa – Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. 30–64. Viitattu 1.11.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Nykänen, T. & Höckert, E. 2017. Matkailun etiikka. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press. 241–246. Viitattu 15.10.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-310-952-0>.

Parantainen, J. 2007. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Helsinki: Talentum.

Raasakka, E. & Ojuva, J. 2018. Esipuhe. Teoksessa J. Ojuva (toim.) Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa - Vinkkejä ja hyviä käytäntöjä lappilaisten matkailueläinten hyvinvointiin. Rovaniemi: Lapin ammattikorkeakoulu. 8–9. Viitattu 18.10.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-316-236-5>.

Reilun matkailun yhdistys 2023. Suojele luontoa ja eläimiä. Viitattu 4.10.2023 <https://www.reilumatkailu.fi/reilun-matkailijan-ohjeet/suojele-luontoa-ja-elaimia/>.

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto 2023a. Eläinpalvelut. Viitattu 11.10.2023 <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/elainpalvelut>.

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto 2023b. Ratsastus. Viitattu 1.11.2023 <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/elainpalvelut/ratsastus>.

Varma 2021. Testaa ja kehitä liikeideaasi Business Model Canvas -työkalun avulla. Viitattu 6.9.2023 <https://www.varma.fi/ajankohtaista/uutiset-ja-artikkelit/artikkelit/2021-q3/testaa-ja-kehita-liikeideaasi-business-model-canvas--tyokalun-avulla/>.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2019. Johtaminen. Keskeiset käsitteet, teorit ja trendit. Helsinki: Edita Publishing.

Villanen, J. 2016. Tuotteista tähtituotteita – Tarinoita, tehtävää, teoriaa. Helsingin seudun kauppakamari.

Visit Finland 2023a. Sertifiointit & Ohjelmat. Viitattu 20.10.2023 <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sertifiointit--ohjelmat>.

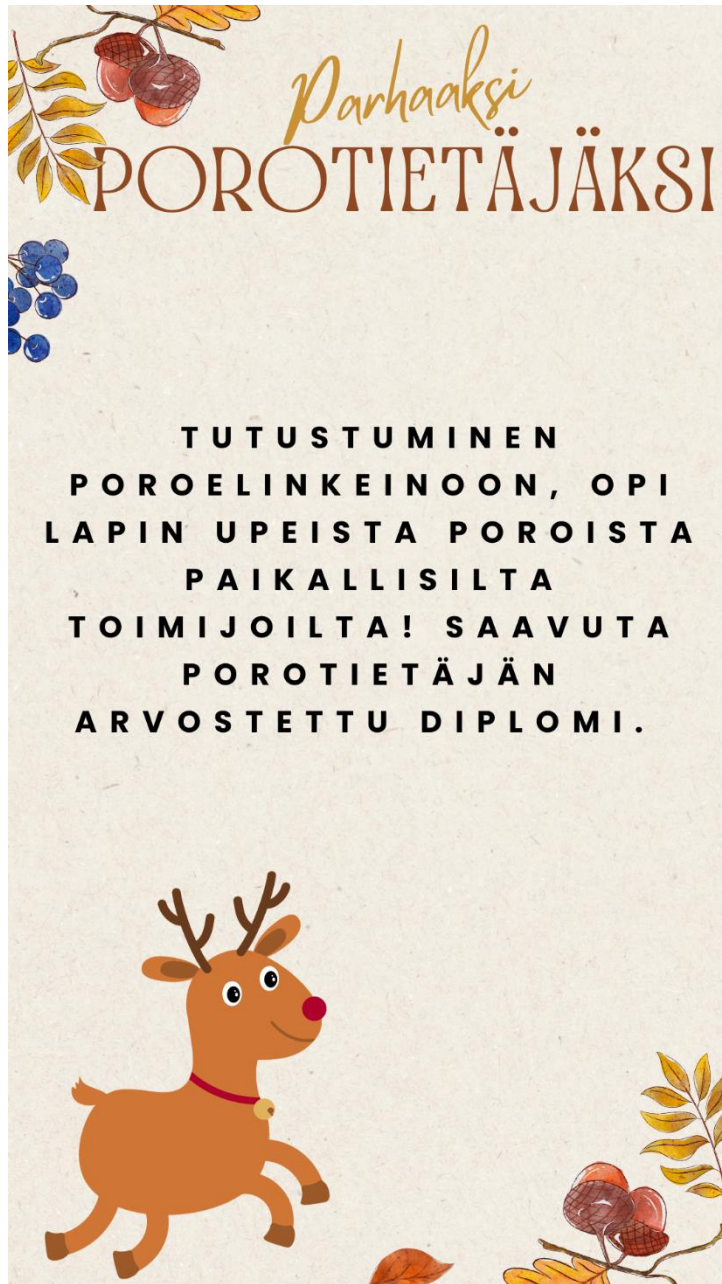
Visit Finland 2023b. Visit Finlandin Strategia 2021-2025. Viitattu 16.10.2023 <https://www.businessfinland.fi/492562/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategia-2021-2025-suomi.pdf>.

Wirzenius-Karjalainen, M. 2020. Hevosen hyvinvointi on laaja kokonaisuus. Kuusi asiaa hevosen hyvinvoinnista. Viitattu 1.11.2023 <https://autahevosta.fi/a25/hevosen-hyvinvointi-on-laaja-kokonaisuus>.

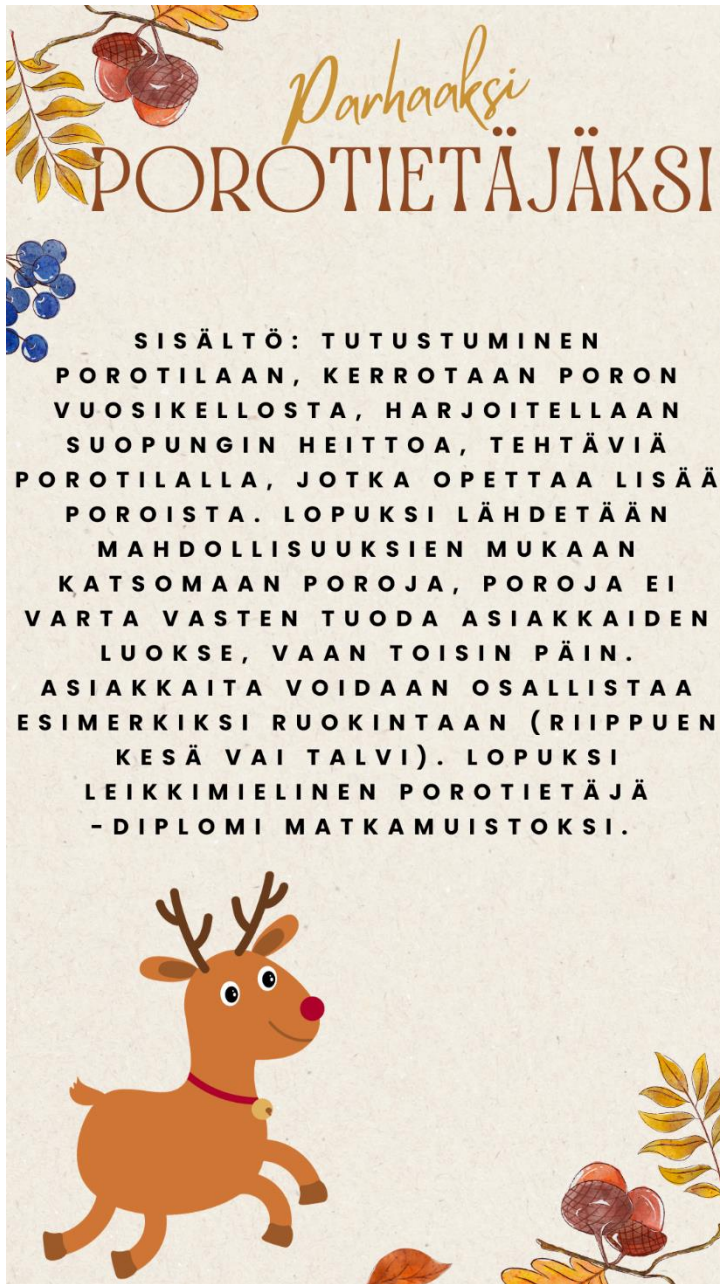
LIITTEET

Liite 1. Esimerkki tuotekortti porotilalle

Liite 1 1(3). Esimerkki tuotekortti porotilalle



Liite 1 2(3). Esimerkki tuotekortti porotilalle



Liite 1 3(3). Esimerkki tuotekortti porotilalle

