



# Heinolan Päivärinteen koirametsä

Elisa Suutari

OPINNÄYTETYÖ  
Joulukuu 2024

Liiketalouden ylempi ammattikorkeakoulututkinto  
Yrittäjyyden ylempi tutkinto-ohjelma

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden ylempi ammattikorkeakoulututkinto  
Yrittäjyyden ylempi tutkinto-ohjelma

SUUTARI, ELISA:  
Heinolan Päivärinteen koirametsä

Opinnäytetyö 29 sivua.  
Joulukuu 2024

---

Heinolan Päivärinne on maa- ja metsätila Heinolassa. Heinolan Päivärinteen pääelinkeinoja ovat maa- ja metsätaloustoiminta. Viljan viljelyn kannattavuuden ollessa heikkoa, on maatilalla lähdetty selvittämään muita liikeideoita, joilla maatilalla asiakaskuntaa saadaan laajennettua yksityisasiakkaisiin sekä muihin yrittäjiin kuin maatalousyrittäjiin. Tämä opinnäytetyö käsitteli yhtä tällaista liikeideaa, koirametsän perustamista Heinolan Päivärinteen maille. Koirametsän perustamista käsiteltiin tuplatimantin, business model canvasin, value proposition canvasin ja viiden kilpailuvoiman mallien avulla.

Koirametsän perustaminen todettiin opinnäytetyössä mahdolliseksi ja toimivaksi liikeideaksi. Koirien määrä on lisääntynyt ja koiranomistajat panostavat koirien hyvinvointiin. Koirametsässä koira pystyy toimimaan lajityypillisellä tavalla ja koirametsä parantaa koiran hyvinvointia. Koirametsiä on perustettu ympäri Suomea ja uusia koirametsiä perustetaan koko ajan.

Opinnäytetyön selvitystä tehdessä Heinolan Päivärinteen läheisyyteen aukesi kilpaileva koirametsä ja tämän takia koirametsän perustaminen maatilalla ei etene. Liikeideana koirametsä on todettu toimivaksi, mutta kilpailun vuoksi ei ole kannattavaa tässä kohden viedä suunnitelmaa käytäntöön. Koirametsän perustamista harkitaan uudelleen sen jälkeen, kun kilpailija on vakiinnuttanut toimintansa ja pystyy analysoimaan, onko riittävästi kysyntää toiselle koirametsälle samalla alueella.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Master of Business Administration  
Master's Degree Programme in Entrepreneurship

SUUTARI, ELISA:  
The dog forest of Heinola Päivärinne

Bachelor's thesis 29 pages.  
December 2024

---

Heinolan Päivärinne is an agricultural and forestry estate located in Heinola. Due to the poor profitability of farming, the farmer has started exploring other business ideas. This thesis addressed one such business idea, the establishment of a dog forest on the land of Heinola Päivärinne. The creation of the dog forest was examined using tools such as the Double Diamond, Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, and the Five Forces Model.

The purpose of this thesis was to collect information of dog forest and make a business plan. The thesis concluded that establishing a dog forest is a viable and effective business idea. The number of dogs has increased, and dog owners are investing in their pets' well-being. Dog forests have been established throughout Finland, and new ones continue to open.

While conducting the research for the thesis, a competing dog forest opened near Heinola Päivärinne. This has caused the establishment of a dog forest to be put on hold. As a business idea, the dog forest has been deemed viable, but due to the competition, it is not profitable at this time to implement the plan. The dog forest will be reconsidered after the competitor has established its business. After that an analysis can be made to determine whether there is enough demand for a second dog forest in the same area.

---

Key words: dog forest, business plan

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	TUPLATIMANTTI .....	6
	2.1 Heinolan Päivärinteen koirametsä tuplatimantin tuotoksena .....	6
	2.1.1 Löydä (Discover).....	7
	2.1.2 Määritä (Define).....	8
	2.1.3 Kehitä (Develop).....	10
	2.1.4 Tuota (Deliver).....	10
3	BUSINESS MODEL CANVAS .....	12
	3.1 Heinolan Päivärinteen koirametsän BMC .....	13
	3.1.1 Asiakassegmentti (Customer segment).....	14
	3.1.2 Arvolupaus (Value proposition).....	14
	3.1.3 Markkinointi- ja myyntikanavat (Channels).....	15
	3.1.4 Asiakassuhteet (Customer relationship).....	15
	3.1.5 Kassavirta (Revenue streams).....	15
	3.1.6 Kriittiset resurssit (Key resources) .....	16
	3.1.7 Kriittiset tehtävät (Key activities) .....	16
	3.1.8 Yhteistyökumppanit (Key partners).....	16
	3.1.9 Kustannusrakenne (Cost structure) .....	17
4	VALUE PROPOSITION CANVAS .....	18
	4.1 Heinolan Päivärinteen koirametsän VPC.....	19
	4.1.1 Asiakkaan tehtävät (Customer jobs).....	19
	4.1.2 Asiakkaan tavoitteet (Gains) .....	19
	4.1.3 Asiakkaan haasteet (Pains).....	20
	4.1.4 Tuotteet ja palvelut (Products and services) .....	20
	4.1.5 Tavoitteiden mahdollistajat (Gain creators) .....	20
	4.1.6 Haasteiden helpottajat (Pain relievers).....	21
5	VIIDEN KILPAILUVOIMAN MALLI.....	22
	5.1 Heinolan Päivärinteen koirametsän viisi kilpailuvoimaa.....	23
	5.1.1 Alalle tulijoiden uhka.....	23
	5.1.2 Asiakkaiden neuvotteluvoima.....	24
	5.1.3 Toimittajien neuvotteluvoima.....	24
	5.1.4 Korvaavien tuotteiden uhka.....	24
	5.1.5 Alalla vallitseva kilpailu .....	25
6	POHDINTA .....	26
	LÄHTEET .....	28

## 1 JOHDANTO

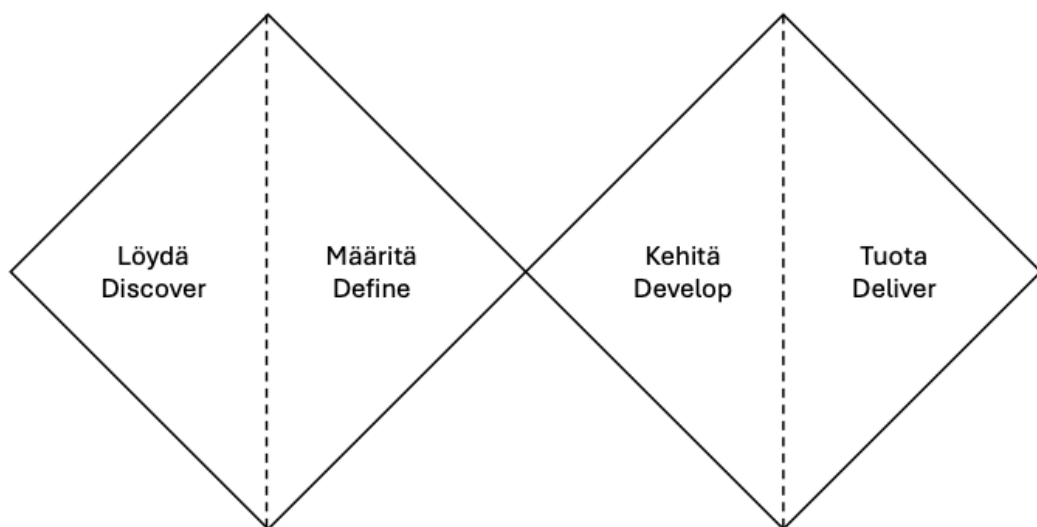
Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää koirametsän perustamista Heinolan Päivärinteelle. Heinolan Päivärinne on Etelä-Heinolassa sijaitseva maatila. Maatilan pääelinkeinoja ovat maa- ja metsätalous. Tila on kasvinviljelytila, jonka päätuote on rehuvilja. Viljelyksessä olevia peltoja on noin 34 hehtaaria, josta omia peltoja on noin 19 hehtaaria ja vuokrapeltoja noin 15 hehtaaria. Metsää tilalla on noin 48 hehtaaria. Tilan metsät ovat talousmetsäkäytössä pientä 0,2 hehtaarin suojelualuetta lukuun ottamatta. Heinolan Päivärinne on aloittanut toimintansa 1948 ja nykyinen yrittäjä aloitti tilan pitämisen 2020.

Heinolan Päivärinteen tämänhetkinen tuottavuus perustuu suvun pitkään perinteeseen, pieniin tuotantokustannuksiin sekä oman työn merkittävään panostukseen kaikessa tekemisessä. Tila on kulkenut samassa suvussa neljän sukupolven ajan ja jokainen yrittäjäsukupolvi on kehittänyt tilaa oma aikansa näköiseksi. Tilan tärkeimmät tuotantovälineet ovat edellisten yrittäjien hankkimia ja omassa omistuksessa. Tilan työt tehdään pääsääntöisesti itse yrittäjän ja tilan edellisen isännän toimesta. Vain isoimmat metsätalouden konetyöt teetetään ulkopuolisella toimijalla.

Viljan viljelyn kannattavuuden ollessa yleisesti heikkoa ja maataloustukiin voimakkaasti perustuvaa, Heinolan Päivärinteen tavoitteena on monipuolistaa toimintaansa perinteisen maatalouden ulkopuolelle (Tauriainen 2024). Tällä hetkellä suurin asiakaskunta on toiset viljelijät, jotka kamppailevat samojen kannattavuushaasteiden kanssa. Tilan kehittämisen kannalta on tarpeen laajentaa asiakaskuntaa yksityisiin henkilöihin ja muiden alojen yrityksiin. Tilalla on selvitetty erilaisia vaihtoehtoja kannattavuuden parantamiseksi suhteellisen pienillä pääomakustannuksilla. Tässä opinnäytetyössä käsitellään yhtä tällaista vaihtoehtoa, koirametsän perustamista tilan maille. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, onko koirametsä sellainen palvelu, joka monipuolistaisi Heinolan Päivärinteen toimintaa maatalouden ulkopuolelle ja laajentaisi asiakaskuntaa.

## 2 TUPLATIMANTTI

Tuplatimantti on muotoilun ja innovoinnin prosessi. Tuplatimantti sisältää kaksi toisiaan seuraavaa vaihetta, jotka kuvataan timantteina. Ensimmäinen timantti sisältää ongelman tunnistamista ja toisessa timantissa kehitetään ensimmäisessä timantissa tunnistettuun ongelmaan ratkaisua. Tuplatimantissa on neljä vaihetta, löydä (discover), määritä (define), kehitä (develop) ja tuota (deliver). (Koivisto, Säynäjäkangas ja Forsberg 2019, 34; Design Council 2024.)



KUVA 1. Tuplatimantti (Design Council 2024).

### 2.1 Heinolan Päivärinteen koirametsä tuplatimantin tuotoksena

Heinolan Päivärinteen uusien liiketoimintojen ideoinnissa on käytetty apuna palvelumuotoilusta tuttua tuplatimanttia. Heinolan Päivärinteellä on tarve laajentaa liiketoimintaa maatalouden ulkopuolelle viljatuotannon heikon kannattavuuden takia. Tarve ja idea koirametsästä syntyi Heinolan Päivärinteen oman koiran kanssa metsässä liikkeessä. Tilalla koira pääsee ulkoilemaan vapaasti aidatulla piha-alueella, mutta silti nauttii paljon metsälenkeistä.

Samanlaista mahdollisuutta ei monilla koirilla ole ja sen takia aidatuille koirametsille vaikuttaa olevan kiinnostusta koiranomistajien keskusteluissa.

Koirametsä on metsään koirien ulkoiluttamiseen tarkoitettu aidattu alue, jota koiranomistaja vuokraa käyttöön. Koirametsässä koira pääsee toteuttamaan vapaana lajityypillistä käyttäytymistä turvallisessa ympäristössä. Kaupungeissa oleviin koirapuistoihin verrattuna koirametsät ovat isompia, monipuolisempia ja ne ovat vuokrattavissa omaan käyttöön. Koirametsässä koiran voi turvallisesti päästää irti, koska alueen ympärillä on aita. Koirametsät ovat syntyneet tarpeesta mahdollistaa koirille vapaa liikkuminen ilman hihnaa turvallisessa ympäristössä. Suomessa on noin parikymmentä koirametsää. (Aarnio 2020; Rautanen 2023.)

### **2.1.1 Löydä (Discover)**

Löydä (discover) vaiheessa tunnistetaan ratkaistava ongelma (Design Council 2024). Koirametsän tarve on tullut esille oman koiran, mutta myös muiden koiranomistajien kanssa keskustellessa erityisesti sosiaalisessa mediassa. Koira tarvitsee monipuolista liikunta ja tekemistä, mutta koiran luvalliseen vapaana ulkoiluttamiseen on rajallisesti mahdollisuuksia. Tämän lisäksi Heinolan Päivärinteen mailla on ollut konflikteja koiranomistajien kanssa, jotka ovat ulkoiluttaneet koiria maatilan alueella vapaana ilman lupaa.

Koirien määrä ja koiriin panostaminen ovat viime vuosina lisääntyneet eikä tälle trendille näy lähitulevaisuudessa muutosta. Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen mukaan koirien määrä lemmikkinä on lisääntynyt ja vuonna 2016 koiria oli Suomessa noin 700 000. Samassa tutkimuksessa todetaan lemmikkeihin käytetyn rahamäärän lisääntyneen edellisestä tutkimuksesta. (Tilastokeskus 2020.) Kyseisen tutkimuksen jälkeen korona-ajan koirabuumi on lisännyt myös koirien hankintaa ja todennäköisesti seuraavassa tutkimuksessa koirien määrä kotitalouksissa on lisääntynyt. Kasvattajat kertovat kysynnän lisääntyneen maaliskuussa 2020 huomattavasti aikaisempaan. (Salovaara 2023.)

Koirien kiinnipidosta on säädetty kahdessa laissa, järjestyslaissa ja metsästyslaissa. Järjestyslain 14§ käsittelee koirakuria. Lain mukaan koira on pidettävä yleisen järjestyksen ja turvavallisuuden säilyttämiseksi kytkettynä taajama-alueella. Lisäksi koira on pidettävä kytkettynä kuntopolulla, tämän kaltaisella juoksuradalla, yleisellä uimarannalla, lasten leikkipaikalla, toriaikana torilla sekä yleiseen käyttöön kunnostetulla ladulla tai urheilukentällä, jollei koiran vapaana pito ole erikseen sallittu. (Järjestyslaki 2003.)

Metsästyslain 51§ käsittelee koiran kiinnipitovelvollisuutta. Sen mukaan koira on pidettävä kytkettynä tai oltava välittömästi kytkettävissä 1.3.–19.8. välisenä aikana. Metsästyslain 53§ määrittää, ettei koira saa pitää irti toisen alueella ilman maanomistajan tai metsästysaikeiden haltijan lupaa. (Metsästyslaki 1993.)

Kummassakin laissa on maininta, ettei kiinnipitovelvollisuus ole voimassa aidatulla alueella, joka on tarkoitettu koirien ulkoilutukseen. Järjestyslain mukainen koiran kiinnipito ei koske koirien harjoituspaikkaa eikä erityisesti osoitettua aidattua jaloittelupaikkaa. Metsästyslain kiinnipitovelvollisuus ei ole voimassa, kun koira on koirille suunnatulla aidatulla alueella. (Järjestyslaki 2003; Metsästyslaki 1993)

Lainsäädäntö mahdollistaa koirametsän perustamisen ja koiran siellä vapaana pitämisen. Kummassakin koirien kiinnipitoon kantaaottavassa laissa on maininta koirille suunnatusta aidatusta alueesta ja siitä, ettei kiinnipitovelvollisuus ole tällöin voimassa.

### **2.1.2 Määritä (Define)**

Määritä (define) vaiheessa pyritään oivaltamaan ja määrittämään ensimmäisessä vaiheessa tunnistettu ongelma eri tavalla (Design Council 2024). Tätä vaihetta läpikäydessä selvitettiin koiran lajityypillistä toimintaa sekä sitä, miksi vapaana liikkuminen on koiralle tärkeää. Koiranomistajilla on tarve huolehtia koiran hyvinvoinnista ja sen sijaan, että Heinolan Päivärinteen mailta ajaisi kaikki koiranulkoiluttajat pois, ongelmaa voisi ratkaisu olla luvallinen koiranulkoilutus korvausta vastaa.

Eläimillä on käyttäytymistarpeissa kolme piirrettä, jotka tuottavat eläimelle mielihyvää. Ensimmäinen piirre on sisäsyntyisyys. Eläimellä on tarve käyttäytyä tietyllä tavalla riippumatta siitä, onko eläin sellaisessa paikassa, jossa se on mahdollista. Toinen piirre on palkitsevuus. Eläimen päästessä käyttäytymään tarpeen mukaan, tuntee eläin mielihyvää. Kolmas piirre on välttämättömyys. Mikäli eläin pääsee toteuttamaan käyttäytymistä, niin eläin turhautuu ja stressaantuu. Koiran lajityypillisiä käyttäytymistarpeita ovat esimerkiksi laajalla alueella liikkuminen ja maaston tutkiminen, saaliin etsiminen, lajille tyypillinen metsästysliikemalli ja saadun saaliin käsittely muun muassa repimällä ja pureskelemalla. (Telkänranta 2023, 45.)

Koiralle on luonnollista liikkua rauhallisesti kävellen tai ravaten tarvittaessa. Kovatempoinen liikunta joka päivä ei ole luonnollista koiralle. Koiralle tulisikin tarjota monipuolista liikuntaa, jonka aikana on mahdollista pysähtyä haistelemaan, katselemaan, pureskelemaan ja kaivamaan. Tällä tavalla koira liikkuu lajille tyypillisellä tavalla. Koiralle liikunta ei ole pääasia, vaan liikunta on väylä päästä tutkimaan ympäristöä. (Haapanen, Laiho ja Patjas 2024, 87.) Jokainen koira tarvitsee liikuntaa vähintään kolme kertaa päivässä. Rotujen ja koirayksilöiden välillä on eroja liikunnan tarpeessa. Jokaisen koiran tulee kuitenkin päästä ulos tarpeille ja toteuttamaan koiraeläimelle luontaista käyttäytymistä. Koiran luontaiseen käyttäytymiseen kuuluu liikkuminen ja ympäristön tutkiminen haistelemalla. Koira turhautuu, jos ei saa riittävästi liikuntaa ja aktivointia. (Kennelliitto n.d.)

Hyvinvoiva koira on utelias ja tutkii ympäristöä. Tutkiminen parantaa koiran aivojen hyvinvointia. Koira käyttää ensisijaisesti tutkimiseen hajuaistia ja koiralle tulisikin tarjota mahdollisuus käyttää sitä. Koiria kiinnostavat ravinnon, muiden koirien ja muiden eläinlajien hajut. Kaupungeissa hajumaailma voi olla yksipuolinen ja keskittyy muiden koirien hajuihin. Koira käyttää ympäristön tutkimiseen myös kuulo-, näkö- ja tuntoaisteja. Koira kykenee kuulemaan matalampia ja korkeampia ääniä kuin ihminen. Koira voi kuormittua äänistä ja hiljaisen äänimaailman tarjoaminen koiralle auttaa rauhoittumaan. Koiria kiinnostaa katsella erityisesti liikkuvia kohteita. Eri roduilla erilaiset liikkeet kiinnittävät koiran huomion. Tuntoaisti on koiralle tärkeä aisti. Koira tutkii

ympäristöään erityisesti tuntokarvojen ja anturoiden kautta. (Haapanen, Laiho ja Patjas 2024, 76–81.)

Koirametsä tarjoaa koiralle mahdollisuuden lajille tyypilliseen liikuntaan, jossa liikunta ei ole pääasia vaan keino tutkia ympäristöä. Vapaana liikkuva koira voi omassa tahdissa tutkia ympäristöä ja kulkea omaa tahtia mielenkiinnon kohteesta seuraavalle. Koirametsässä koira pääsee käyttämään tärkeimpiä aistejaan ja kokemaan erilaista haju-, ääni-, näkö- ja tuntomaailmaa kuin mihin arjessa on tottunut. Tämä lisää koiran hyvinvointia, jota kautta myös koiranomistajan hyvinvointi lisääntyy.

### **2.1.3 Kehitä (Develop)**

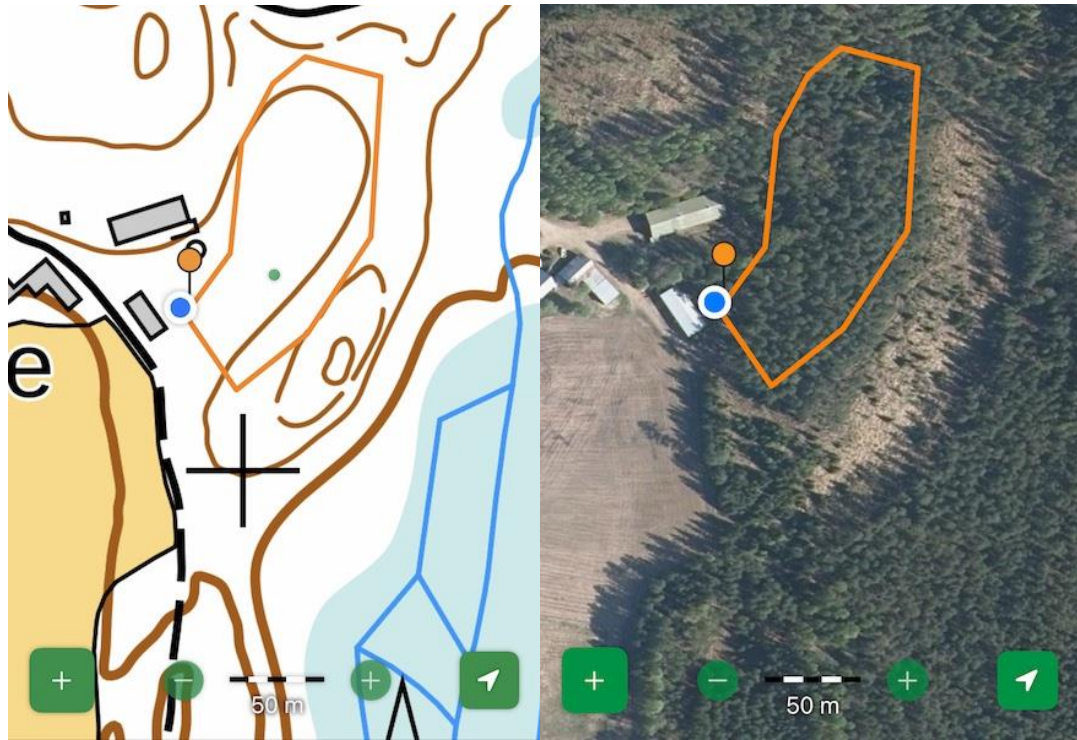
Kehitä (develop) vaiheessa etsitään erilaisia vastauksia aikaisemmin määriteltyyn ongelmaan ja entistään inspiraatiota muualta (Design Council 2024). Heinolan Päivärinteen vaihtoehtoisia liiketoimintoja selvittäessä vastaan tuli mainos koirametsästä. Tämä ratkaisu olisi mahdollinen maatilan mailla, jossa on riittävästi metsää ja mahdollisuus rajata sitä aidalla.

Koirametsät ovat suhteellisen uusi palvelu Suomessa ja tällä hetkellä tärkein kilpailuetu on sijainti. Olemassa olevat koirametsät eivät juuri eroa toisistaan muuta kuin sijainnin perusteella. Tässä kohden ei ole tarvetta lähteä kehittämään uutta ja erilaista, vaan on kannattavaa benchmarkata olemassa olevia koirametsiä. Olemassa olevissa palveluissa ei ole havaittavia kehityskohteita ja niitä kannattaa kopioida omaan käyttöön.

### **2.1.4 Tuota (Deliver)**

Tuota (deliver) vaiheessa aletaan testaamaan ideaa ja viemään sitä kohti toteutusta (Design Council 2024). Heinolan Päivärinteen koirametsän osalta ollaan tässä vaiheessa ja liiketoiminnan kehittäminen idean ympärille on seuraavana vaiheessa. Sopiva maa-alue on jo kartoitettu maatilan mailta. Koirametsän suunniteltu sijainti on maatilan välittömässä läheisyydessä, mutta

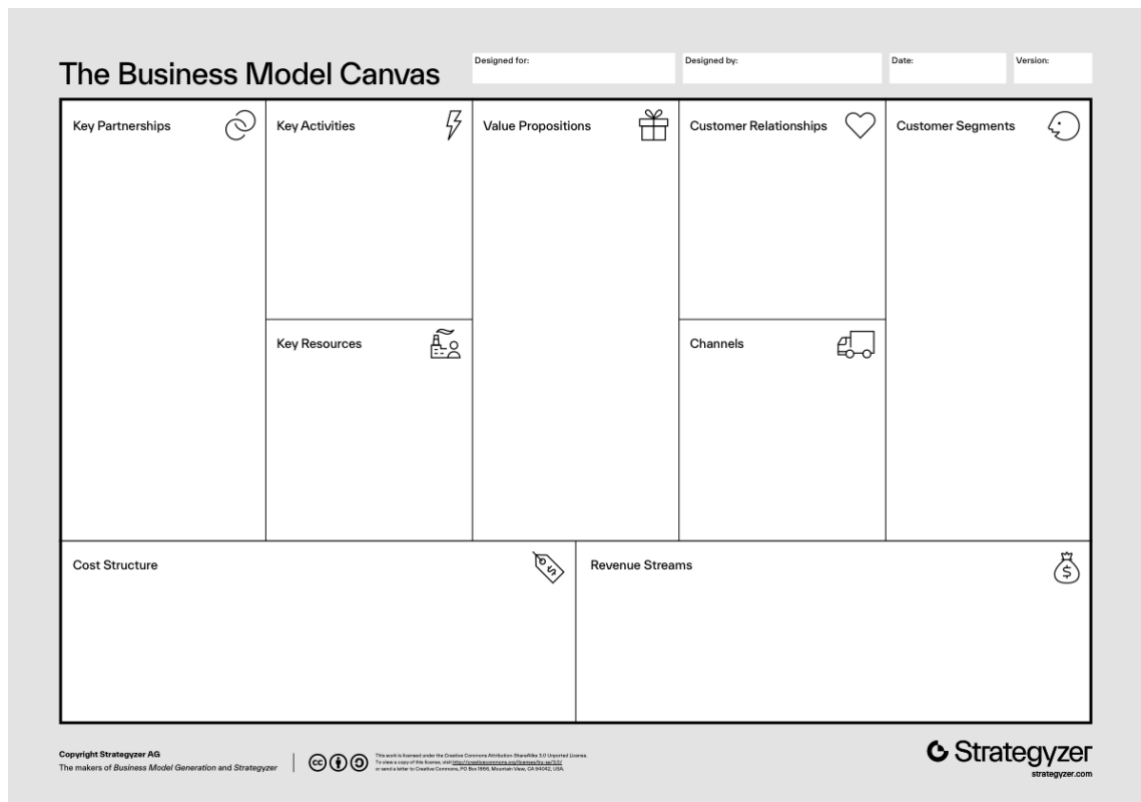
selkeästi erillään maatilán piha-alueelta ja työkoneiden kulkureiteiltä. Alue on noin hehtaarin kokoinen ja sijoittuu kokonaisuudessaan metsäalueelle, jossa valtaapuuna on mänty. Sijainti maatilán välittömässä läheisyydessä mahdollistaa olemassa olevan tien ja sähköliittymän käytön. Koirametsän sijainti mahdollistaa myös asiakaspalvelun, kunnossapidon sekä turvallisuusjärjestelyt helposti.



Kuva 2. Heinolan Päivärinteen koirametsän suunniteltu alue. Kuvakaappaukset Karttaselaimesta.

### 3 BUSINESS MODEL CANVAS

Business Model Canvas eli BMC on taulukkomuotoon tiivistetty liiketoimintasuunnitelma. BMC on visuaalinen ja yksinkertainen työväline, johon on kiteytetty tärkeimpiä asioita liiketoiminnan eri osa-alueilta. BMC sisältää yhdeksän eri osa-aluetta, jotka ovat asiakassegmentti, arvolupaus, markkinointi- ja myyntikanavat, asiakassuhteet, kassavirta, kriittiset resurssit, kriittiset tehtävät, yhteistyökumppanit ja kustannusrakenne. (Duunitori n.d.; Innokylä n.d; Strategyzer 2024a.)



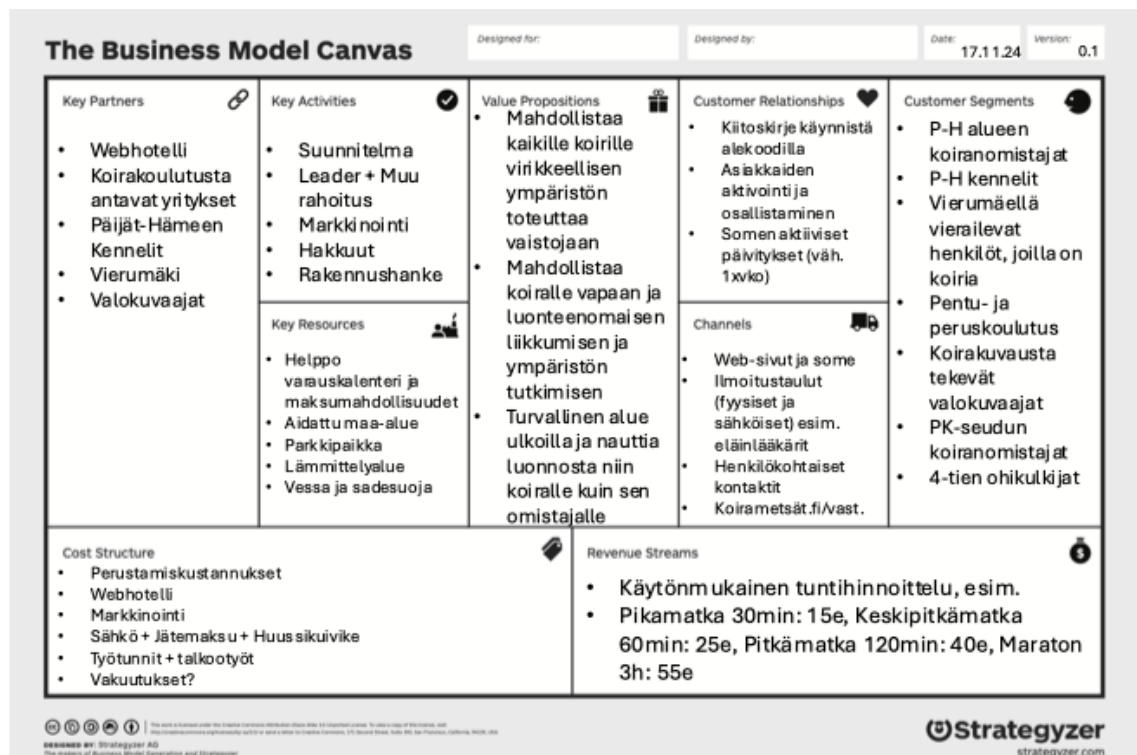
KUVA 3. Business Model Canvas (Strategyzer 2024a).

BMC:n täyttäminen aloitetaan asiakassegmentistä (customer segment). Siinä käydään läpi, ketä liiketoiminnan asiakkaat ovat. Arvolupaus (value proposition) vastaa siihen, mitä hyötyä asiakkaat saavat palvelusta tai toiminnasta. Asiakkaiden tavoittaminen ja uusien asiakkaiden hankinnan kanavat käsitellään kohdassa markkinointi- ja myyntikanavat (channels). Asiakassuhteet (customer relationship) kohdassa käsitellään sitä, miten asiakassuhteita hoidetaan. Kassavirta (revenue streams) kuvaa tuotteen tai palvelun hinnoittelua sekä mistä

toimintaan saadaan taloudellisia resursseja. Palvelulupauksen kannalta kriittiset resurssit kuvataan kohdassa kriittiset resurssit (key resources). Kriittiset tehtävät (key activities) kuvataan sen sijaan konkreettisia tehtäviä ja toimintoja, joita tulee tehdä palvelulupauksen täyttämiseksi. Yhteistyökumppaneissa (key partners) luetellaan tahot, joita tarvitaan palvelulupauksen saavuttamiseksi. Samalla tunnistetaan ketkä ovat yhteistyökumppaneista keskeisimpiä. Kun kahdeksan muuta kohtaa on käsitelty, muodostuu käsitys siitä, mistä toiminnan tai palvelun keskeisimmät kustannukset syntyvät. Nämä kuvataan kohdassa kustannusrakenne (cost structure). (Innokylä n.d.; Strategyzer 2024a.)

### 3.1 Heinolan Päivärinteen koirametsän BMC

Heinolan Päivärinteen koirametsän BMC:n ensimmäinen versio täytettiin kahden henkilön ideoinnilla 17.11.2024. Tavoitteena oli selvittää liiketoiminnan mahdollisuutta ja kannattaako kyseiseen liikeideaan panostaa tällä hetkellä. Pohjana käytettiin Strategyzerin (2024a) valmista BMC pohjaa ja englanninkielisten kysymysten lisäksi hyödynnettiin Innokylän (n.d.) nettisivuilta löytyviä suomenkielisiä kysymyksiä.



KUVA 4. Koirametsän BMC Strategyzerin (2024a) pohjalla.

### **3.1.1 Asiakassegmentti (Customer segment)**

Koirametsästä BMC:n täyttäminen aloitettiin asiakassegmentistä. Asiakassegmentissä vastataan kysymyksiin, kenelle ollaan tuottamassa arvoa ja ketkä ovat tärkeimmät asiakkaat (Osterwalder & Pigeon 2010). Koirametsäliiketoiminnan asiakkaiksi tunnistettiin Päijät-Hämeen alueen koiranomistajat, Päijät-Hämeen alueen kennelit, Vierumäellä koirien kanssa vierailevat henkilöt, pentu- ja peruskoulutusta antavat toimijat, koirakuvausta tekevät valokuvaajat, Pääkaupunkiseudun koiranomistajat ja Valtatie 4:n ohikulkijat. Tärkein asiakasryhmä ovat yksityiset koiranomistajat.

Heinolan Päivärinne sijaitsee Etelä-Heinolassa ja on helposti saavutettavissa omalla autolla eri puolilta Päijät-Hämettä. Tilalle pääsee myös julkisella liikenteellä. Lähin bussipysäkki sijaitsee 140 tien varressa noin 800 metriä tilalta. Tila on myös helposti saavutettavissa Pääkaupunkiseudulta, josta ajoaika on noin puolitoista tuntia. Valtatie 4:n liittymä sijaitsee noin kilometrin päässä tilalta. Tämä mahdollistaa myös satunnaisten ohikulkijoiden pysähtymisen koirametsässä. Vierumäki sijaitsee tilasta noin kymmenen kilometrin päässä.

### **3.1.2 Arvolupaus (Value proposition)**

Arvolupauksessa pohditaan sitä, mitkä tuotteet ja palvelut luovat tietyille asiakassegmentille lisäarvoa sekä sitä, miksi asiakkaat valitsevat juuri tämän tuotteen tai palvelun muihin tuotteisiin tai palveluihin verrattuna (Osterwalder & Pigeon 2010). Koirametsän arvolupaukseen koiranomistajalle liittyy koiran hyvinvointi, koiran liikunta ja koiran turvallisuus. Koirametsän arvolupaus asiakkaille koostuu kolmesta osasta: mahdollistaa kaikille koirille virikkeellisen ympäristön toteuttaa vaistojaan, mahdollistaa koiralle vapaan ja luonteenomaisen liikkumisen ja ympäristön tutkimisen sekä mahdollistaa turvallisen alueen ulkoilla ja nauttia luonnosta niin koiralle kuin sen omistajalle.

### **3.1.3 Markkinointi- ja myyntikanavat (Channels)**

Markkinointi- ja myyntikanavat kuvaavat sitä, miten yritys tavoittaa ja pitää yhteyttä asiakassegmentteihinsä (Osterwalder & Pigeon 2010). Koirametsän asiakkaat tavoitetaan ja uusia asiakkaita hankintaan ensisijaisesti sähköisesti Heinolan Päivärinteen nettisivujen ja sosiaalisen median kautta. Tämän lisäksi jätetään niin fyysisiin ja sähköisiin ilmoitustauluihin ilmoituksia, esimerkiksi eläinlääkärin vastaanotolla oleva ilmoitustaulu ja paikalliset koira-aiheiset Facebook-ryhmät sekä toimijoita kokoavat nettisivut. Yritysassiakkaisiin, esimerkiksi kenneleihin tulee luoda henkilökohtaisten kontaktit.

### **3.1.4 Asiakassuhteet (Customer relationship)**

Asiakassuhteissa on kuvattu millaisen suhteen yritys rakentaa ja miten asiakassuhdetta hoidetaan (Osterwalder & Pigeon 2010). Koirametsän ollessa vielä perustamatta, on arvioitu, että asiakassuhteita on parasta hoitaa erilaisten sähköisten kanavien kautta. Jälkimarkkinointi ja asiakassuhteen vakiinnuttaminen hoidetaan sähköpostilla lähetettävällä kiitoskirjeellä käynnin jälkeen ja alkuun sähköpostiin on lisättyä jälkimarkkinointina alekoodi seuraavaa kertaa varten. Asiakkaita pyritään aktivoimaan ja osallistumaan sosiaalisessa mediassa, jolla pyritään rakentamaan läheinen suhde asiakkaisiin. Tämän lisäksi itse yritys tuottaa aktiivisesti materiaalia sosiaaliseen mediaan.

### **3.1.5 Kassavirta (Revenue streams)**

Kassavirtakohdassa kuvataan sitä, miten asiakkaat tuovat rahaa yritykselle (Osterwalder & Pigeon 2010). Koirametsän käytön hinnoittelu perustuu käytönmukaiseen tuntihinnoitteluun. Asiakkaille tullaan tarjoamaan eri mittaisia koirametsän käyttöaikoja. Lyhin aika tulee olemaan puolituntia ja pisin useita tunteja.

### **3.1.6 Kriittiset resurssit (Key resources)**

Kriittiset resurssit ovat niitä asioita, joita ilman liiketoiminta ei olisi mahdollista (Osterwalder & Pigeon 2010). Palvelun ja palvelulupauksen kannalta kriittisiä resursseja ovat aidattu maa-alue, parkkipaikka, lämmittelyalue, vessa ja sadesuoja sekä helppo varauskalenteri, jossa riittävät maksumahdollisuudet.

Koirametsän aitojen ja porttien tulee olla riittävät, jotta ne luovat asiakkaalle turvallisuuden tunteen. Koirametsä tulee olla helposti saavutettava ja siellä pitää olla riittävä infra miellyttävää kokemusta varten. Varauskalenterin tulee olla selkeä ja helposti käytettävä ja sen yhteydessä tulee olla riittävät maksuvaihtoehdot.

### **3.1.7 Kriittiset tehtävät (Key activities)**

Kriittiset tehtävät ovat niitä tehtäviä, joita ilman liiketoiminta ei olisi mahdollista (Osterwalder & Pigeon 2010). Koirametsää ei ole vielä rakennettu, joten palvelun kannalta kriittisiä tehtäviä ovat tällä hetkellä suunnitelman teko, rahoituksen selvittäminen, markkinoinnin aloittaminen, alueen puuston harventaminen ja rakennushankkeen suunnittelu, kilpailutus sekä toteutus.

Ensimmäisinä tehtävinä ovat suunnitelman luonti ja budjetin laatiminen. Samanaikaisesti tulee aloittaa alueen hakkuun suunnittelu. Metsänhoitoyhdistyksen OmaMetsä-palvelun mukaan kyseiselle metsäkuvio on varttunutta mäntyvaltaista kasvatusmetsää ja seuraava toimenpide on harvennushakkuu (Metsänomistajat).

### **3.1.8 Yhteistyökumppanit (Key partners)**

Yhteistyökumppaneissa kuvataan ne tahot, joita ilman liiketoimintaa ei voisi harjoittaa (Osterwalder & Pigeon 2010). Yhteistyökumppaneiksi on tunnistettu toimiva webhotelli, koirankoulutusta antavat tahot, Päijät-Hämeen kennelit,

Vierumäki ja valokuvaajat. Mahdollisten yhteistyökumppaneiden kanssa aloitetaan keskustelut siinä vaiheessa, kun rakennusprojekti on alkamassa.

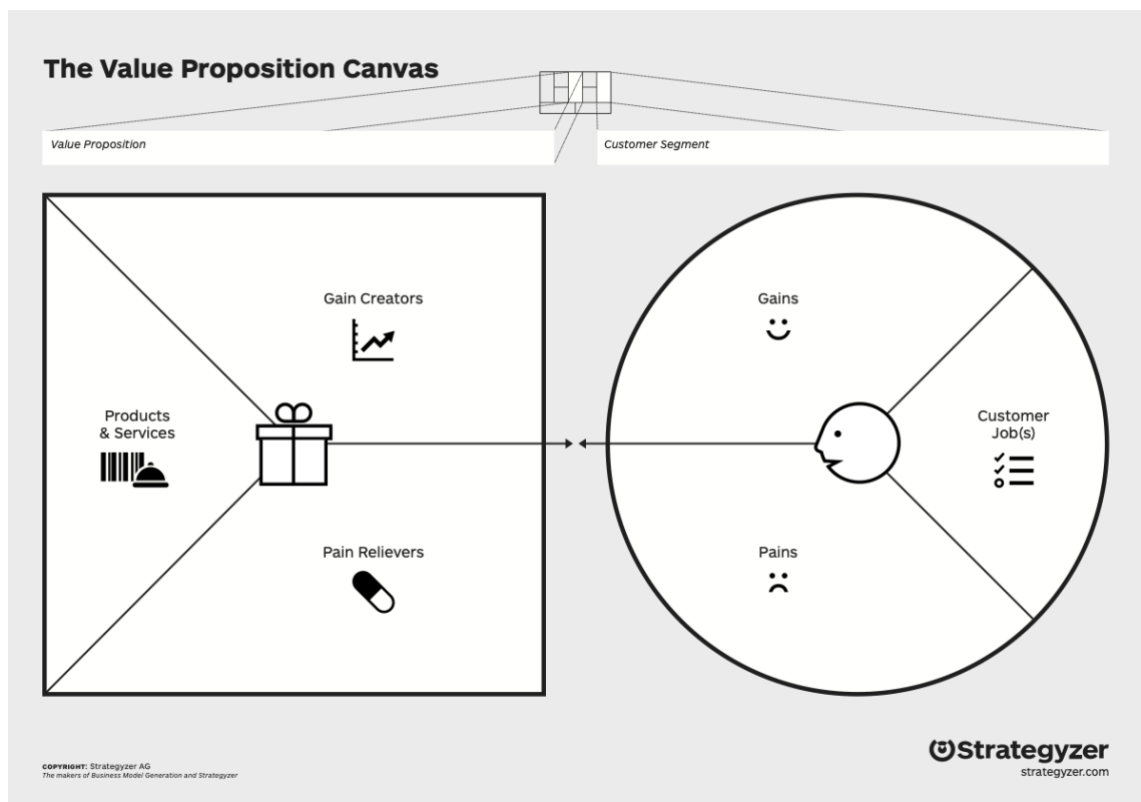
### **3.1.9 Kustannusrakenne (Cost structure)**

Kustannusrakenne kuvaa niitä kuluja, joita syntyy, kun liiketoimintaa tehdään (Osterwalder & Pigeon 2010). Tässä vaiheessa tunnistettu kertaluonteinen kustannus on perustamiskustannus. Jatkuvaa kuluja tulee webhotellista, markkinoinnista, sähköstä, jätemaksusta, huussikuivikkeesta sekä työtunneista. Lisäksi tulee selvittää, millaiset vakuutukset tällaisella liiketoiminnalla tulee olla. Jatkuvat kulut tullaan rahoittamaan kassavirralla.

Perustamiskulut tulevat koostumaan aita- ja porttitarvikkeista, rakennusten rakennustarvikkeista, parkkipaikan soraamisesta sekä näiden tekemiseen tarvittavista työtunneista. Perustamiskulut tullaan rahoittamaan osin puuston hakkuusta saatavalla tulolla. OmaMetsä-sovelluksen mukaan hakkuusta saatava tuloarvio on 4000–6000 euroa (Metsänomistajat). Mikäli puustosta saatava tulo ei riitä, selvitetään muuta ulkopuolista rahoitusta. Tällainen on esimerkiksi Leaderin kautta saatava yritystuki maa- ja metsätalouden ulkopuoliselle liiketoiminnalle (Päijänne-Leader n.d.).

## 4 VALUE PROPOSITION CANVAS

Value proposition canvas-työkalulla tutkitaan ja kehitetään arvolupauksia. Työkalua voi käyttää uuden arvolupauksen tekemiseen sekä olemassa olevan kehittämiseen. VPC koostuu kahdesta osasta, asiakasprofiilista ja arvokartasta. Asiakasprofiilissa kuvataan tiettyä asiakassegmenttiä asiakkaan tehtävien (customer jobs), tavoitteiden (gains) ja haasteiden (pains) kautta. Asiakkaan tehtävissä kuvataan, mitä asiakas pyrkii tekemään. Tavoitteissa on asioita, mitä asiakas pyrkii saavuttamaan tai mitä hyötyjä asiakas tavoittelee. Haasteissa kuvataan huonot tilanteet, riskit ja esteet, joita asiakas kohtaa. Arvokartta sisältää tuotteet ja palvelut (products and services), tavoitteiden mahdollistajat (gain creators) ja haasteiden helpottajat (pain relievers). Tuotteet ja palvelut-kohtaan listataan yrityksen tuotteita ja palveluita. Tavoitteiden mahdollistajissa kuvataan, miten yrityksen tuotteet ja palvelut mahdollistavat asiakkaan pääsemistä tavoitteisiinsa. Haasteiden helpottajissa puolestaan kuvataan yrityksen tuotteet ja palvelut helpottavat asiakkaan jotain tiettyä haastetta. (Osterwalder, Pigneur, Bernarda & Smith 2014.)



KUVA 5. Value Proposition Canvas (Strategyzer 2024b).

## **4.1 Heinolan Päivärinteen koirametsän VPC**

Value proposition canvasilla tutkitaan business model canvasin arvolupausta. Heinolan Päivärinteen koirametsä business model canvasissa arvolupaus koostuu kolmesta osasta, mahdollistetaan kaikille koirille virikkeellinen ympäristö toteuttaa vaistojaan, mahdollistetaan koiralle vapaa ja luonteenomainen liikkuminen ja ympäristön tutkiminen sekä tarjotaan turvallinen alue ulkoilla ja nauttia luonnosta niin koiralle kuin sen omistajalle. Tarkasteltava asiakassegmentti on yksityiset koiranomistajat, joita oletuksena tulee olemaan eniten asiakkaina.

### **4.1.1 Asiakkaan tehtävät (Customer jobs)**

Asiakkaan tehtävissä kuvataan, mitä asiakas pyrkii tekemään asiakkaan näkökulmasta. Tähän listataan asioita, joita asiakas yrittää tehdä, mitä haasteita asiakas pyrkii ratkaisemaan tai tarpeita, joita asiakas pyrkii täyttämään. (Osterwalder ym. 2014.) Koirametsä mahdollistaa asiakkaalle koiraan liittyvien tehtävien ratkaisemisen. Asiakkaan tehtäviä ovat koiran ulkoiluttaminen, koiralle riittävän liikunnan mahdollistaminen, koiralle virikkeiden mahdollistaminen ja mahdollistaa koiralle lajityypillisen käyttäytymisen.

### **4.1.2 Asiakkaan tavoitteet (Gains)**

Asiakkaan tavoitteet kuvaavat asioita, joita asiakas tavoittelee tai pyrkii tekemään. Tavoitteet voivat olla asioita, joita asiakkaat vaativat, odottavat tai toivovat, mutta myös asiakkaita yllättäviä asioita. (Osterwalder ym. 2014.) Koirametsä vastaa asiakkaan tavoitteisiin, jotka liittyvät koiran hyvinvointiin, lajityypilliseen käyttäytymiseen sekä turvallisuuteen. Koiranomistaja haluaa varmistaa, että oma koira saa riittävästi monipuolista liikuntaa ja koira pääsee toteuttamaan lajityypillistä toimintaa haistellen ja tutkien. Asiakkaan tavoite on toimia lain mukaan ja turvallisesti. Koiran ollessa aidatulla alueella, asiakas voi varmistua, ettei koira uhkaa esimerkiksi karkaaminen tai villieläimet.

### **4.1.3 Asiakkaan haasteet (Pains)**

Asiakkaan haasteita ovat asiat, jotka häiritsevät tai estävät asiakasta ennen, aikana tai jälkeen kun asiakas pyrkii tekemään tehtäviään. Haasteet kuvaavat myös riskejä, joita voi tapahtua, jos asiakas tekee tehtävänsä huonosti tai ei ollenkaan. (Osterwalder ym. 2014.) Asiakkaan tehtävänä on koirasta huolehtiminen siten, että koira saa riittävästi monipuolista ulkoilutusta ja virikkeitä. Esteitä tälle aiheuttaa, ettei järjestyslain (2003) ja metsästyslain (1993) mukaan koira saa ulkoiluttaa vapaana. Kun koiran ulkoilutus tapahtuu hihnassa, niin silloin koira pääsee toteuttamaan vähemmän lajityypillistä liikkumista ja tutkimista. Tämä voi aiheuttaa koiralle stressiä ja käytöshäiriöitä. Koiran vapaaksi päästämässä tulee ottaa huomioon myös turvallisuus. Koira voi karata tai törmätä esimerkiksi suteen.

### **4.1.4 Tuotteet ja palvelut (Products and services)**

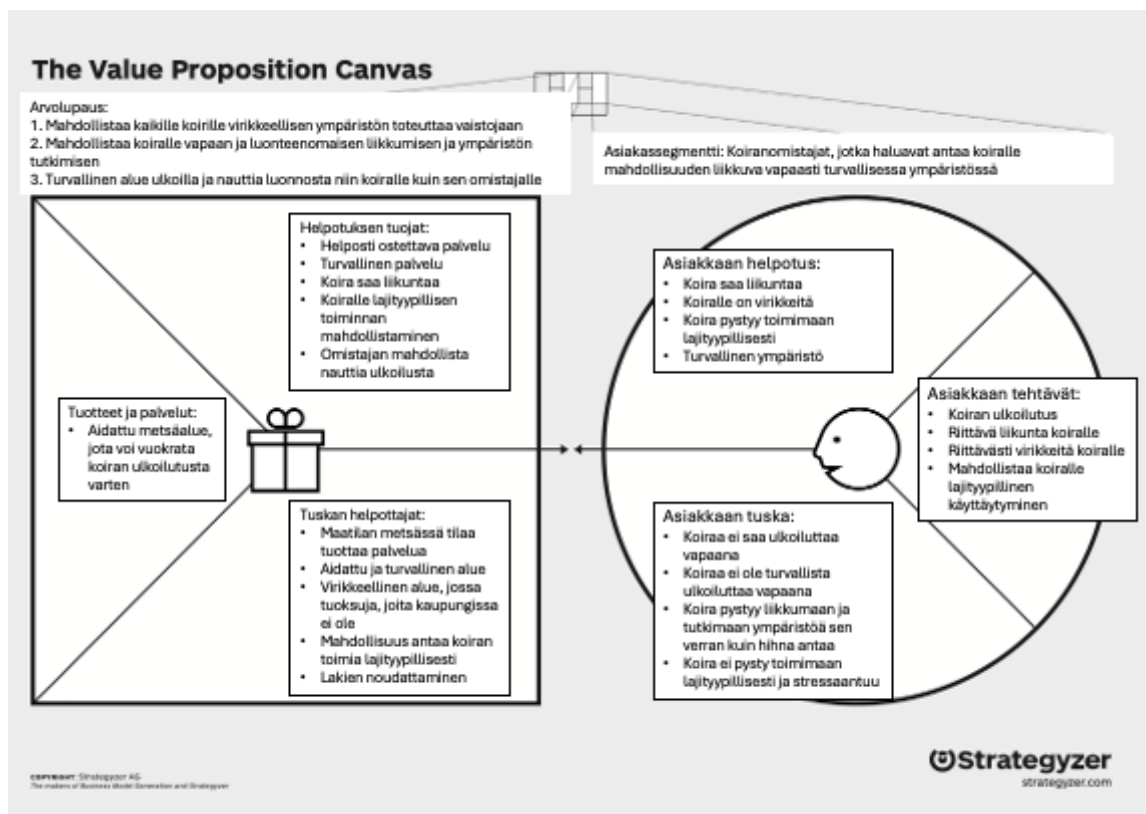
Lista tuotteista ja palveluista kuva yrityksen tuotteita ja palveluita, joita asiakassegmentille ollaan tarjoamassa (Osterwalder ym. 2014). Koirametsän osalta tarjotaan asiakkaalle palvelua, jossa asiakas vuokraa aidatun metsäalueen omaan käyttöön.

### **4.1.5 Tavoitteiden mahdollistajat (Gain creators)**

Tavoitteiden mahdollistajat kuvaavat sitä, miten tuotteet ja palvelut mahdollistavat asiakkaalle tavoitteiden saavuttamisen (Osterwalder ym. 2014). Koirametsä vastaa asiakkaan tavoitteisiin tarjoamalla asiakkaalle palvelun, jolla koiran liikunta- ja tutkimistarpeet saa helposti täytettyä. Koira pystyy koirametsässä toimimaan lajityypillisesti ja tämä parantaa koiran hyvinvointia sekä sitä kautta myös koiranomistajan hyvinvointia.

#### 4.1.6 Haasteiden helpottajat (Pain relievers)

Haasteiden helpottajat kuvaavat sitä, miten tuotteet tai palvelut helpottavat asiakkaan tiettyjä haasteita. Tähän listataan asioita, jotka poistavat tai helpottavat joitain asioita, jotka häiritsevät tai estävät asiakkaita. (Osterwalder ym. 2014). Koirametsä vastaa asiakkaan tarpeeseen päästää koira irti hinnasta turvallisessa ja luvallisessa ympäristössä. Koiranomistajan ei tarvitse huolehtia koiran karkaamisesta tai koiran kohtaavan villieläimen tai toisen koiran. Koiran päästessä toimimaan lajityypillisesti, koira stressaantuu vähemmän ja koira ei todennäköisesti ole häiriökäyttäytymistä. Kun koira pääsee liikkumaan turvallisessa ympäristössä, pystyy koiranomistaja myös nauttimaan eri tavalla ulkoilusta.



KUVA 6. Koirametsän VPC Strategyzerin (2024b) pohjalla.

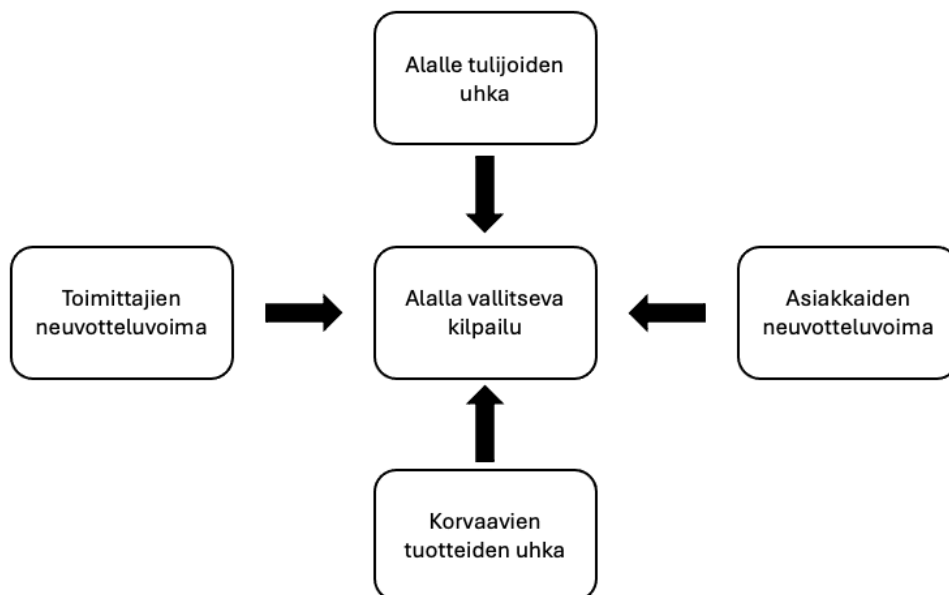
## 5 VIIDEN KILPAILUVOIMAN MALLI

Professori Michael Porter on kehittänyt viiden kilpailuvoiman mallin. Sen tarkoituksena on tarkastella yrityksen liiketoiminnan mielekkyyttä jollakin tietyllä toimialalla. Mallissa tarkastellaan viittä kilpailuvoimaa, jotka ovat mahdollisten alalle tulijoiden uhka, asiakkaiden neuvotteluvoima, toimittajien neuvotteluvoima, korvaavien tuotteiden uhka ja alalla vallitseva kilpailu. Viisi voimaa käydään läpi erikseen. (Vuorinen 2015, 167–170.)

Alalle tulijoiden uhka kilpailuvoimana sisältää mittakaavaedut, tuotedifferointi, pääomatarpeet, jakelukanavat sekä lainsäädännölliset esteet. Alan mittakaavaetuun vaikuttaa millaisia investointeja uusi yrittäjä joutuu tekemään, jotta pääsee samaan tilanteeseen vanhojen toimijoiden kanssa. Tuotedifferointi kuvaa millainen brändi ja asiakaskunta jo olemassa oleville yrityksille on syntynyt. Pääomatarpeilla kuvataan pääoman kautta alalle tulon kynnyistä. Toimittajan vaihtokustannuksella kuvataan, kuinka helppoa asiakkaan on vaihtaa uuteen toimittajaan. Jakelukanaviin saattaa olla haastava päästä uutena toimijana varsinkin, jos jakelukanavat ovat vakiintuneet alalla oleville yrityksille. Lisäksi alaa saattaa suojata lainsäädännölliset esteet. (Vuorinen 2015, 168–169.)

Asiakkaiden neuvotteluvoima vaikuttaa asiakkaiden määrä ja alalla toimivien yritysten määrä. Asiakkailla on voimakkaampi neuvotteluvoima silloin kun tarjontaa on enemmän. Toimittajien neuvotteluvoimaan vaikuttaa toimittajien lukumäärä, toimittajien korkeat vaihtokustannukset sekä toimittajan loppuasiakkaalle vaikuttava vahva brändi. (Vuorinen 2015, 169–170.)

Korvaavien tuotteiden uhka kuvaa mahdollisuutta sellaisen korvaavan tuotteen tulosta markkinoille, joka syrjäyttäisi olemassa olevan tarpeen. Lisäksi tarve voi myös korvautua toisella tarpeella. Alalla vallitseva kilpailulla kuvataan tämänhetkistä kilpailua. (Vuorinen 2015, 170.)



KUVA 7. Porterin viiden kilpailuvoiman malli (Vuorinen 2015, 171).

## 5.1 Heinolan Päivärinteen koirametsän viisi kilpailuvoimaa

### 5.1.1 Alalle tulijoiden uhka

Alalle tulijoiden uhassa selvitetään, onko alalle tulijoita ja miten uudet alalle tulijat vaikuttavat alaan (Harvard Business School. n.d.). Koirametsät ovat suhteellisen uusi palvelu Suomessa. Ensimmäinen koirametsä on perustettu 2017 (Aarnio 2020). Alalle on tullut vajaassa kymmenessä vuodessa useita uusia toimijoita ja uusia koirametsiä perustetaan koko ajan. Alalle tulo vaatii jonkin verran alkupääomaa ja hankintoja, koska palvelu vaatii maa-alan sekä riittävän aitarakennelman.

Koirametsiä on Suomessa noin parikymmentä. Vanhimmat koirametsät ovat vakiinnuttaneet asiakaskunnan ja nousseet omalla alueellaan brändiksi. Uusille koirametsille on riittänyt asiakaskuntaa varsinkin, jos lähialueella ei ole ollut kilpailevaa koirametsää. Koirametsän vaihtamisesta ei synny asiakkaalle vaihtokustannuksia. Koirametsän vuokrauspalvelun käyttäminen on kertaluonteista eikä se sido asiakasta seuraavaan kertaan.

Jakelukanavien pohdinta ei tässä vaiheessa koirametsän perustamista ole oleellinen kysymys. Jakelukanavat tulevat mukaan siinä vaiheessa, kun ala alkaa olemaan täysi ja yhteistyökumppanit ovat löytäneet sen hyödyt. Tässä kohden ei myöskään ole lainsäädännöllisiä esteitä. Koiran kiinnipitämisestä määrittävät järjestyslaki (2003) ja metsästyslaki (1993), joissa kummassakin sallitaan koiran vapaana pitäminen.

### **5.1.2 Asiakkaiden neuvotteluvoima**

Asiakkaiden neuvotteluvoima kuvaa sitä, kuinka suuri vaikutus asiakkailla on hintaan ja palvelun tasoon (Harvard Business School. n.d.). Koirametsä-ala ei vielä ole täysi yrityksistä. Jokainen koirametsä voi tarjota vain sen verran vuoroja, kuin vuorokaudessa on tunteja. Isompi haaste on, etteivät potentiaaliset asiakkaat vielä tunne toimintaa. Tulevaisuudessa tarjontaa on enemmän, kun rakenteilla ja suunnitteilla olevia koirametsiä avataan. Vielä ollaan kuitenkin kaukana siitä, kun tarjonta ylittää kysynnän.

### **5.1.3 Toimittajien neuvotteluvoima**

Toimittajat vaikuttavat jokaisella alalla ja voimakkaimmilla voi olla vaikutusta alaan (Harvard Business School. n.d.). Koirametsien osalta toimittajien rooli ei ole tätä opinnäytetyötä tehdessä vielä merkitsevää. Koirametsän perustamisen jälkeen tärkein toimittaja on webhotelli. Kyseinen ala on sen verran kilpailtu, että uusi toimittaja löytyy, mikäli aikaisempi lopettaa palvelun toimittamisen.

### **5.1.4 Korvaavien tuotteiden uhka**

Korvaavien tuotteiden uhka kuvaa sitä, miten asiakkaan tarve voidaan täyttää erilaisilla palveluilla tai tuotteilla (Harvard Business School. n.d.). Korvaavina tuotteina voi nähdä kuntien ja kaupunkien pitämät ilmaiset koirapuistot. Mikäli kunnat tai kaupungit alkavat voimakkaasti kehittää koirapuistotoimintaa, niin osa asiakkaista tulee siirtymään käyttämään ilmaista palvelua, jota ei tarvitse varata.

Näiden lisäksi erilaiset uudet teknologiat saattavat vaikuttaa tarpeeseen. Mikäli kehitetään laitteita, joiden avulla koiran ei tarvitse olla kiinni hihnassa ollakseen omistajansa hallinnassa, voi tarve aidatulle alueelle hävitä. Tällaisia tuotteita ei kuitenkaan tällä hetkellä ole markkinoilla.

### **5.1.5 Alalla vallitseva kilpailu**

Alalla vallitseva kilpailu vaikuttaa muun muassa hinnoitteluun ja sitä kautta kannattavuuteen (Harvard Business School. n.d.). Alalle tulee tällä hetkellä uusia koirametsiä olemassa olevien koirametsien lisäksi. Koirametsien sijainnit ovat painottuneet Ruuhka-Suomeen, jossa myös asuu eniten ihmisiä. Alan ensimmäiset toimijat ovat vakiinnuttaneet liiketoimintansa ja lisänneet tietoisuutta tällaisesta palvelusta. Uusia toimijoita on tulossa alalle, koska tällä hetkellä kysyntää on.

Tämän opinnäytetyön selvitystyön alussa lähimmät koirametsät sijaitsivat Orimattilassa ja Lahdessa yli 40 kilometrin päässä Heinolan Päivärinteestä (Karhulan Koirakallio n.d.; Koirametsä Puppe n.d.). Selvitystyön aikana kymmenen kilometrin päähän Heinolan Päivärinteestä avattiin Heinolan koirametsä (Heinolan koirametsä n.d.).

## 6 POHDINTA

Koirametsä liikeideana on toimiva ja vastaa tämän hetken kysyntään sekä lemmikkeihin panostamisen trendiin. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Heinolan Päivärinteen asiakaskunnan laajentamista koirametsän avulla. Koirametsän pääasiallisia asiakkaita olisivat yksityiset henkilöt, jotka omistavat koiria ja tällöin he eivät olisi samoja asiakkaita kuin tilalla nyt on. Koirametsän pystyisi perustamaan kohtuullisilla perustamistoimilla Heinolan Päivärinteen maille.

Liikeideana koirametsä on todettu toimivaksi ja sille tulisi löytymään käyttäjiä. Kilpailijan ilmestyminen lähelle kuitenkin muuttaa tilannetta. Opinnäytetyön selitystyön aikana avattu Heinolan koirametsä pysäyttää toteutuksen tältä erää Heinolan Päivärinteellä ja siirtää suunnitelman odottamaan tulevaisuutta. Mikäli Heinolan koirametsän toiminnalle on kysyntää enemmän kuin on tarjontaa, tulee suunnitelma Heinolan Päivärinteen koirametsästä ottaa uudelleen harkintaan. Heinolan koirametsän toimintaa tulee seurata seuraavan parin vuoden aikana ja tehdä analyysia, onko kilpailevalle toiminnalle tarvetta. Mikäli kilpailevalle toiminnalle todetaan olevan tarvetta, niin silloin tarkastellaan tässä opinnäytetyössä käydyt asiat läpi, ajantasaistetaan ne ja aloitetaan varsinaisen rakennusprojektin suunnittelu.

Erilaisten työkalujen käyttäminen on selkiyttänyt uusien liikeideoiden mahdollisuuksia Heinolan Päivärinteellä. Vaikka tässä opinnäytetyössä tarkemmin käsitelty liikeidea ei lähde heti käyttöön, niin työkalujen käyttöön on tullut lisää kokemusta. Heinolan Päivärinteen liiketoiminnan laajentaminen ja uusien asiakkaiden etsintä ei pääty tähän, vaan yritystoimintaa kehitetään jatkossakin näillä työkaluilla. Tämän opinnäytetyön jälkeen palataan takaisin tuplatimanttiin ja aikaisemmin sivuun jätettyihin liikeideoihin sekä uusien liikeideoiden kartoittamiseen. Tämän jälkeen, kun seuraava liikeidea täyttää alkukriteerit eli on tuote tai palvelu, joka on suunnattu yksityisille kuluttajille tai muun kuin maatalouden yrityksille sekä alkupääoman panostus on kohtuullinen niin tässä opinnäytetyössä käytetyt työkalut tulevat uudelleen käyttöön.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut opettava prosessi. Opinnäytetyössä pääsi viemään opinnoissa opittuja työkaluja käytäntöön ja tutkimaan uutta liikeideaa niiden avulla. Tähän valikoitujen työkalujen, tuplatimantin, business model canvasin, value proposition canvasin ja viiden kilpailuvoiman mallin taustat aukenivat eri tavalla, ja jatkossa näiden työkalujen käyttö on monipuolisempaa. Vaikka tällä kertaa liikeidea ei lähde heti käyttöön, niin tästä työstä saatu oppi tulee auttamaan tulevien liikeideoiden ideoinnissa ja tarkastelussa.

## LÄHTEET

Aarnio, M. 2020. Oletko jo kuullut koirametsistä? Tällainen on Suomea valloittava lemmikki-ilmio: "Koira saa olla kerrankin vapaana ilman mitään stressiä". MTV Uutiset 3.10.2020. Viitattu 18.11.2024.  
<https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/oletko-jo-kuullut-koirametsista-tallainen-on-suomea-valloittava-lemmikki-ilmio-koira-saa-olla-kerrankin-vapaana-ilman-mitaan-stressia/7940854#gs.hrypce>

Design Council. 2024. The Double Diamond. Verkkosivu. Viitattu. 7.12.2024,  
<https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>

Duunitori. n.d. Yrittäjän opas, Liiketoimintasuunnitelma. Verkkosivu. Viitattu 18.11.2024. <https://duunitori.fi/tyoelama/yrittajanopas/ideasta-liiketoiminnaksi/liiketoimintasuunnitelma-bmc>

Haapanen, S. Laiho, N. ja Patjas, A. 2024. Koiran perustarpeet ja hyvinvointi: Käytännön opas sujuvaan ja palkitsevaan arkeen. E-kirja. Jyväskylä: Tuuma-kustannus. Viitattu 2.12.2024.

Harvard Business School. n.d. The five forces. Verkkosivu. Viitattu 8.12.2024.  
<https://www.isc.hbs.edu/strategy/business-strategy/Pages/the-five-forces.aspx>

Heinolan koirametsä, n.d. Verkkosivu. Viitattu 1.12.2024  
<https://heinolankoirametsa.fi>

Innokylä. n.d. Työkalu, Business Model Canvas. Verkkosivu. Viitattu 18.11.2024. <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/business-model-canvas>

Karhulan Koirakallio. n.d. Verkkosivu. Viitattu 2.12.2024.  
<https://karhulankoirakallio.fi>

Kennelliitto. n.d. Koiran ulkoilutus. Verkkosivu. Viitattu 1.12. 2024.  
<https://www.hankikoira.fi/koiratietoa/koira-kotona/koiran-ulkoilutus>

Koirametsä Puppe. n.d. Verkkosivu. Viitattu 2.12.2024  
<https://www.koirametsapuppe.fi>

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. ja Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. E-kirja. Alma Insights. Viitattu 7.12.2024.

Järjestyslaki 27.6.2003/612. Viitattu 1.12.2024.  
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2003/20030612>

Metsänomistajat. OmaMetsä-sovellus. Viitattu 1.12.2024.

Metsästyslaki 28.6.1993/615. Viitattu 1.12.2024.  
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19930615>

Osterwalder, A. ja Pigneur, Y. 2010. Business model Generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. E-kirja. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Viitattu 7.12.2024.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., ja Smith, A. 2014. Value proposition design: How to create products and services customer want. E-kirja. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Viitattu 7.12.2024.

Päijänne-Leader. n.d. Rahoitusta yritystoiminnan tueksi. Verkkosivu. Viitattu 1.12. 2024. <https://paijanne-leader.fi/yritykset/>

Rautanen, P. 2023. Täällä saa vapaasti kaivaa, kieriä ja juosta – koirametsät yleistyvät, sillä kaikille koirapuistot eivät sovi. Yle Uutiset 6.8.2023. Viitattu 18.11.2024 <https://yle.fi/a/74-20043244>

Salovaara, M. 2023. Kasvattajat puhuvat nyt suoraan harvinaisen koirabuumin lieveilmiöstä: ”Koiria yritettiin ostaa kuin maitoa kaupasta”. Yle Uutiset. Viitattu 8.12.2024. <https://yle.fi/a/74-20012818>

Strategyzer. 2024a. The Business Model Canvas. Verkkosivu. Viitattu 18.11.2024. <https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas>  
Strategyzer. 2024b. The Value Proposition Canvas. <https://www.strategyzer.com/library/the-value-proposition-canvas>

Tauriainen, J. 2024 Maatilojen kannattavuus pysyy heikkona. Luonnonvarakeskus. Viitattu 18.11.2024. <https://www.luke.fi/fi/uutiset/maatilojen-kannattavuus-pysyy-heikkona>

Telkänranta, H. 2023. Millaista on olla koira? E-kirja. Helsinki: SKS Kirjat. Viitattu 8.12.2024.

Tilastokeskus. 2020. Lähes joka kolmannessa kotitaloudessa oli lemmikki vuonna 2016. Tilastokeskus 20.4.2022. Viitattu 8.12.2024. [https://stat.fi/til/ktutk/2016/ktutk\\_2016\\_2020-04-20\\_tie\\_001\\_fi.html](https://stat.fi/til/ktutk/2016/ktutk_2016_2020-04-20_tie_001_fi.html)

Vuorinen, T. 2015. Strategiakirja: 20 työkalua. E-kirja. Helsinki: Alma Insights. Viitattu 2.12.2024.

