



Osaamista  
ja oivallusta  
tulevaisuuden  
tekemiseen

Sonja-Maarit Leppänen

# Vastuullisia eläinmatkailutuotteita rekikoirayrityksen hiljaiselle sesongille

Kota-Husky Oy

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

14.6.2019

Tekijä(t) Otsikko	Sonja-Maarit Leppänen Vastuullisia eläinmatkailutuotteita rekikoirayrityksen hiljaiselle sesongille, Kota-Husky Oy
Sivumäärä Aika	65 sivua + 2 liitettä 14.6.2019
Tutkinto	Kulttuurituottaja AMK
Tutkinto-ohjelma	Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma
Ohjaaja(t)	Lehtori Niina Torkko
<p>Tämä toiminnallinen opinnäytetyö keskittyy vastuulliseen eläinmatkailuun ja käynnistää tuotekehitysprosessin rekikoirayritys Kota-Huskyn hiljaiselle sesongille. Tilaajaorganisaatio on vuodesta 2007 asti Posiolla Jaksamon kylässä sijainnut pienyritys, joka tarjoaa asiakkailleen erimittaisia koiravaljakkosafareita. Toistaiseksi yrityksen toiminta rajoittuu talvisesonkiin.</p> <p>Teoreettinen viitekehys rakentuu useamman eri kokonaisuuden ympärille. Työssä tarkastellaan lyhyesti Suomen eläinsuojelun tämänhetkistä tilaa, tutustutaan eläinmatkailun toimialan vastuullisuuskriteereihin ja paneudutaan rekikoirien hyvinvointia tukeviin yksityiskohtiin. Tilaajaorganisaation vastuullisuutta tarkastellaan myös havainnoiden paikan päällä. Vastuullisuusnäkökulmien lisäksi työssä paneudutaan myös tuotekehitysprosessiin, elämyksen syntyä tukeviin elementteihin sekä kulttuurimatkailutuotteiden kriteereihin. Lähtökohtana tietopohjan rakentumiselle oli, että hyvinvoiva eläin, vastuullinen matkailuyritys, kulttuurimatkailun mahdollisuudet ja elämyksen elementit luovat erinomaisen alustan jatkokehitystyölle, ainutlaatuisille lumettoman ajan tuotteille.</p> <p>Aineistonhankintamenetelminä kehittämistyössä hyödynnettiin haastattelua, dokumenttianalyysiä, havainnointia sekä osallistavaa työpajaa. Tämän opinnäytetyön tekijä suoritti tilaajaorganisaatiossa myös työharjoittelun talvikaudella 2018–2019.</p> <p>Tulosten perusteella voidaan sanoa, että matkailutoiminnan kasvattaminen on mahdollista toteuttaa eläinten ehdoilla. Ei kuitenkaan riitä, että yksittäisten tuotteiden suhteen on pohdittu vastuullisuusnäkökulmia, sillä kyse on pikemminkin siitä, mitä yrityksessä tapahtuu ennen ja jälkeen asiakaskohtaamisen. Toimiala kaipaa laadunvalvontajärjestelmää, avointa vuoropuhelua sekä hyvien käytänteiden jakamista ammattilaisten kesken.</p> <p>Tuloksissa selviää, että vastuullisuus korreloi yrityksen henkilöstöressurssien kanssa. Jotta työntekijöiden aika ei ole pois koirien hoidosta, hiljaisen sesongin tuotteet kannattaa rakentaa nimenomaan kulttuurimatkailun, kuten paikallisuuden ja aidon elämäntavan, ympärille. Rekikoirat ovat olennainen osa lumettoman ajan tuotteita, mutta eivät yksin toteuttajia.</p> <p>Kehittämistyön aikana ideoitiin kuusi erilaista lumettoman ajan matkailutuotetta, joita myöhemmin jatkojalostettiin osallistavassa työpajassa. Yritystä kannustetaan keskittymään kolmen ydintuotteen jatkokehitykseen ja myyntiin, jotta tuotteet pysyvät riittävän laadukaina eläinten kannalta katsottuna.</p>	
Avainsanat	Tuotekehitys, kulttuurimatkailu, eläinmatkailu, ympärivuotisuus, vastuullisuus, eläinten oikeudet, elämys, turismi

Author(s) Title	Sonja-Maarit Leppänen Developing animal welfare oriented off-season products for sled dog company, Kota-Husky
Number of Pages Date	65 pages + 2 appendices 14 June 2019
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Cultural Management
Instructor(s)	Lecturer Niina Torkko
<p>The main purpose of this practice-based thesis was to find out how to take animal welfare into consideration while the goal is to develop new off-season products for the sled dog company called Kota-Husky. The place offers sled dog tours in the winter time, the pack includes 79 dogs and it is located in Finnish Lapland.</p> <p>Throughout the study the main question focuses on the human responsibilities towards animals. I am trying to find ways to practice better animal-based tourism in the whole industry. In the beginning of the study it was important to provide an idea about animal well-being itself and find out the role of animal welfare in different certifications and laws. Investigations also covered the client company itself, to find out how they treat their animals throughout the seasonal changes and what are the main goals of their business. The data for thesis was collected with interviews, inclusive workshop, document analysis and observation.</p> <p>The theoretical framework not only consists of animal welfare in general and huskies' wellbeing in particular, there is also a section that explains the experience pyramid by the consumers' eyes. It is shown that the tourists are seeking unique experiences and the product itself is not what matters the most, it is the overall experience. When the provider takes the best possible care of their animals, the transparency is an influential part of the customers' experience. Together with the entrepreneur we created six possible off-season products. I did further processing with the responsibility aspect and ended up suggesting the company to start with less products than we first created.</p> <p>The results lead to the conclusions that wellbeing in the sled dog industry does not only contain a physical health of an animal, also social and mental. It is complicated area and there are many things provider should take under a consideration. Nevertheless, animal welfare should always be the first criterion when sled dog companies are developing their business. The industry is in desperate need of transparency, as we all should know that the law contains only the minimum requirements – not the overall wellbeing and happiness.</p> <p>Undoubtedly, the tourism in Lapland increases year by year and huskies are often represented as one of the most important main attractions. Wellbeing happens in everyday life, not only in the products the place provides. If the new product takes more from the dogs than they give, companies should not consider that development or growth. If the place do not have enough employees, it might be that all the time spent with the customers at someplace else are time away from the dogs.</p>	
Keywords	Development, animal welfare, animal-based, tourism

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Toiminnallinen kehittämistyö	4
2.1	Tutkimuskysymykset	4
2.2	Aineistonhankintamenetelmät	6
3	Toimeksiantaja: Kota-Husky Oy	7
3.1	Tuotteet	8
3.2	Asiakasryhmät	9
3.3	Toiveet	10
4	Eläinmatkailu Lapissa	11
5	Vastuullisuus	14
5.1	Nykymatkailijan toiveet	16
5.2	Sertifikaatit ja kriteerit	17
5.3	Eläinten oikeudet	17
5.4	Lait ja säädökset	18
5.5	Rekikoiran vastuullinen kasvatus	20
5.6	Vastuullisuuden toteutuminen Kota-Huskyllä	22
5.6.1	Havainnot koiratarhalta	24
6	Tuotekehitys	29
6.1	Hyödyt	30
6.2	Kulttuurimatkailun peruskriteerit	32
7	Tuotteesta elämykseksi	33
7.1	Elämyksen elementit	34
7.1.1	Yksilöllisyys	35
7.1.2	Aitous	35
7.1.3	Tarina	36
7.1.4	Moniaistisuus	37
7.1.5	Kontrasti	37
7.1.6	Vuorovaikutus	38
7.2	Kanssatuottajuus	38
8	Hiljaisen sesongin tuotteet	39



8.1	Lähtökohdat	40
8.2	Asiakkaat	41
8.3	Ideointityöpaja	42
8.3.1	Koirien koti	44
8.3.2	Ruskaretki	44
8.3.3	Yötön yö	45
8.3.4	Yön yli vaellus	46
8.3.5	Vauhdikas koirajuoksulenkki	47
8.3.6	Day as a musher	47
8.3.7	Yhteenveto	49
8.3.8	Pohdintaa	50
8.4	Tuotetestaus	51
8.4.1	Kehitysideoita	52
9	Vastuullisuusnäkökulmien lisääminen	53
9.1	Teoriasta käytäntöön	54
9.1.1	Resurssit	55
9.2	Tervetuloa koirien kotiin	56
9.3	Pidemmät retket	57
9.4	Tutustumispäivä	59
9.5	Yhteenveto	60
10	Pohdinta	62
	Lähteet	66
	Liitteet	
	Liite 1. Havainnointisuunnitelma	
	Liite 2. Haastattelurunko	

## 1 Johdanto

Vanhan uskomuksen mukaan Koillis-Siperiassa asuva alkuperäiskansa pitää koiria kuolemanjälkeisen paratiisin portinvartioijina. Tämän ikiroudan keskellä elävän väen keskuudessa elettiin vuosisatoja sen ajatuksen mukaan, että koirat ovat maan päällä karvoittamassa ihmisten sydämen puhtautta ja hyvyttä. Monen pohjoisen, arktisen rekikoiran ikaikaiset juuret ovat syvällä samassa roudassa, saman kansan keskellä.

Se rekikoira, jonka me tunnemme tänään, saattaa olla ulkonäöltään kaukana esi-isästään, mutta muuttumattomina säilyneet ovat uskollisuus ihmisiä kohtaan ja halu juosta valjakossa kaltaistensa rinnalla. Kun aikanaan koirat olivat kulkuvälineenä monelle kansalle elinehto, nykyisin reki liikahda lähinnä hovin vuoksi. Kun ensilumi laskeutuu pohjoisen ylle, tarkoittaa se monelle safarikoiralle sitä, että pian täytetään taas tuhansia top-pahaalareihin puettuja unelmia aidosta arktisesta seikkailusta.

Lapin matkailussa puhutaan rajusta kasvusta. Joulukuussa pelkästään Rovaniemen lentoaseman kautta alueelle saapui yli 150 000 matkustajaa, mikä tarkoittaa 17,5 prosentin nousua edellisvuoteen verrattuna. (Kauppalehti 2019.) Luvusta puuttuvat päiväkävijät, junantuomat, tilauskyydit, tuhannet linja-autot ja muut mahdolliset kulkijat. Helmikuussa YLE (2019) uutisoi Lapin matkailun rikkoneen taas kaikki aikaisemmat ennätykset myös yöpymisten osalta: tilastoihin rekisteröitiin yli kolme miljoonaa päänsä tyynyyn kallistanutta. Luku ei silti vastaa todellisuutta, sillä siihen ei saada sisällytettyä esimerkiksi vuokramökkejä tai Airbnb:n kaltaisten vuokrauspalveluiden kävijämääriä. Siinä missä rekisteröityjä yöpymisiä on viime vuonna ollut 3 miljoonaa, ennustetaan niitä olevan vuonna 2026 jopa 10 miljoonaa (House Of Lapland 2019).

Olen syntynyt Suomi-neidon sydämessä, sen saman paratiisin keskellä, missä moni haluaa nyt vieraila. Niin kauan, kun minä olen pohjoista ilmaa hengittänyt, on lehdissä puhuttu ennennäkemättömästä turismin noususta ja kasvusuhdanteisista joulumarkkinoista. Aikanaan, kun matkailu- ja lomarakentaminen Lapin tuntureille alkoi, ei arktista luontoa, vaikutuksia tai maisemia monestikaan ehditty tai osattu ottaa huomioon. Kuitenkin on selvää, että kylmän ilmaston ja karujen olosuhteiden vuoksi luonto on ekologiselta kantokyvyltään heikkoa ja hitaasti uusiutuvaa. (YLE 2002.) Tuntuu siltä, että vaikutuksia ei ollut aikaa pohtia 1960-luvulla, ei 1990-luvulla eikä 2010-luvullakaan. Nyt ei ehdi enää mietiskellä, nyt pitää jo toimia. Kestävän kasvun mahdollisuudet ja toiminnan eettisyys ovat asioita, joiden eteen on tehtävä töitä, jotta elämä pohjoisella leveyspiirillä säilyy

muuttumattomana. Matkailun kasvun keskellä on erityisen tärkeää, että myös paikallisten arki toimii, sillä lieveilmiöt vaikuttavat nimenomaan paikallisiin (Kärki 2017).

Siinä missä puhdas, rauhallinen Lappi vetää väkeä puoleensa jo maisemien puolesta, tullaan napapiirin tuntumaan muistakin syistä. Alueen matkailu profiloituu todella vahvasti eläinten, porojen ja rekikoirien, ympärille. Suomessa matkailun kehittämisprosesseissa eläimet huomioidaan usein lähinnä turvallisuusnäkökulmista, ennen kaikkea turistin turvaamiseksi. Eläinten hyvinvointiin ja toiminnan eettisyyteen liittyvät seikat on jätetty vähemmälle huomiolle. (Carcia-Rosell & Salmela 2016.) Mielestäni vastuullisuuden tulisi aina olla eläinmatkailun tuotekehityksen lähtökohta. Kuka tahansa voi omistaa ison määrän eläimiä, mutta kenen tahansa ei pitäisi.

Olen sitä mieltä, että jos kasvua pitää tavoitella, tulee sen tapahtua vastuullisesti ympäristöystävällisyyttä tukemalla. Matkailijamäärät jakaantuisivat tasaisemmin vuoden ympäri muutaman talvikuukauden sijaan. Tämän kehittämistyön tavoitteena on saada rekikoira-yritys Kota-Huskyn hiljaiselle sesongille – lumettomalle ajalle – tuotteita, jotka sekä vastaavat olemassa olevaan kysyntään, että ovat koirille mielekkäitä. Kehittämissä huomioidaan ennen kaikkea eettisyys ja vastuullisuus, sillä mielestäni rekikoira-toiminnan suhteen ei ole kyse ainoastaan matkailupalvelun tuotteistamisesta. Koiria ei tässä suhteessa nähdä välinearvona, vaan tuotteen toteuttajana, tasa-arvoisena työkaverina. Koska pohjoinen rekikoira ei puhu ihmisten kieltä, tulee meidän löytää laajempi ymmärryksen taso muuta kautta.

Opinnäytetyön tavoitteena on käynnistää tuotekehitysprosessi, jonka myötä mahdollistetaan uusien kesä- ja syysajan tuotteiden synty osaksi Kota-Huskyn toimintaa. Etenen opinnäytetyössä yrityseseittelyyn, olemassa olevien tuotteiden ja tilaajaorganisaation tulevaisuuden toiveiden kautta lyhyesti tarkastelemaan Lapin eläinmatkailua. Pohdin vastuullisuusnäkökulmia eläinten oikeuksien, vapauksien ja hyvinvoinnin kautta – ensin yleisellä tasolla, sitten rekikoiriin liittyen. Lopuksi tarkastelen haastattelun, havainnoinnin sekä tekemäni dokumenttianalyysin kautta, kuinka vastuullinen tilaajaorganisaatio Kota-Husky lähtökohtaisesti on.

Saadun tietopohjan myötä edetään matkailupalveluiden tuotekehitysprosessia kohti. Lopputuotteiden teossa hyödynnetään elämysteoriaan pohjaavaa elämyskolmion mallia tarkastellen eri elämyksen elementtejä sekä kulttuurimatkailutuotteiden kriteerejä Culture Finland (2016) laatimien ohjeistuksen mukaisesti. Mielestäni kulttuurimatkailun

mahdollisuudet tuovat lisäarvoa eläinmatkailun kehittämiseen auttaen sekä minua että tilaajaorganisaatiota tarkastelemaan uusia tuotteita laajemmin. Visit Finlandin (2014) mukaan yksi merkittävimmistä ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä matkailijoilla on paikalliseen kulttuuriin- ja elämäntapoihin tutustuminen, mitkä ovat suomalaisen kulttuuri- matkailun kulmakiviä.

Tämän opinnäytetyön aihealue vastaa sekä omia kiinnostuksen kohteitani että ammatillisia intressejäni. Olen pohjoisen luonnon kasvatti ja elänyt koirien rinnalla syntymästani saakka. Arktiset rekikoirarodut, kulttuurimatkailu ja kestävyysnäkökulmat ovat kiehtoneet minua aina.

Vuonna 2018 opiskelin Norjan Lillehammerissa syventävinä opintoina kestävästä talvimatkailusta, kulttuurien välistä viestintää ja ekoturismia. Norjassa vietetty aika vahvisti sen, että kulttuurituottajan monipuolista osaamista voi hyödyntää laaja-alaisesti myös rajapinnoilla, kuten matkailun parissa. Vaihto-opintojen päätteeksi käsittelin lopputyössäni koiravaljakkoturismin eettisyyttä yleisesti – sen mahdollisuuksia ja toisaalta mahdotto- muutta. Norjaan tehty lopputyö keskittyi alaan yleisesti, ei pelkästään kansallisella tasolla yhteen yritykseen keskittyen. Työ oli tiedonkeruun ja teoriapohjan kasvattamisen osalta pintaraapaisu, kun ottaa huomioon, kuinka moniulotteinen toimiala on kyseessä.

Koen opinnäytetyön aiheen merkitykselliseksi monella tasolla. Aihe puhuttaa myös matkailututkimuksen puolella, mikä osoittaa aiheen ajankohtaisuuden laajemmassa mittakaavassa. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI) yhdessä Lapin korkeakoulujen kanssa on toteuttanut pohjoisessa 2010-luvulla kaksi merkittävän suurta vastuulliseen eläinmatkailuun liittyvää hanketta. Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa – tiedonvälityshanke toteutettiin vuosina 2016–2017. Tavoitteena oli varmistaa eläinten hyvinvoinnin toteutuminen lappilaisissa eläinmatkailuyrityksissä (Hankesuunnitelma 2016). Hankkeen myötä valmistui useampia julkaisuja, oppaita ja artikkeleita, jotka auttoivat myös tämän opinnäytetyön teoriaosuuden rakentumisesta.

Toinen hanke oli nimeltään ”Eläimet ja vastuullinen matkailu; eläinten hyvinvointi liiketoiminnan kilpailutekijäksi”, joka toteutettiin vuosina 2016–2018. Hankkeen tavoitteena oli edistää tietoisuutta eläinten hyvinvoinnin merkityksestä, sekä korostaa avoimen ja läpinäkyvän sisäisen ja ulkoisen viestinnän merkitystä. Hankkeissa korostetaan, että matkailueläinten arjesta puhuminen edistää yleisesti koko toimialan kehittymistä. (Peltoniemi 2016; Ojuva 2018; Hankesuunnitelma 2016.)

## 2 Toiminnallinen kehittämistyö

Jatkuva kehittämistyö on menestyvän liiketoiminnan edellytys. Kehittämistyö voi olla joko ongelma- tai uudistamisperusteista. Kehittämistyö on käytännön työtä, jossa yhdistyy tarve tai kehittämisen halu. Kehittämistyössä on tärkeää osata käyttää erilaisia menetelmiä. Menetelmäosaamisessa ei ole kyse yksittäisten analysointi- ja aineistohankintamenetelmien käytöstä, kuten taidosta tuottaa hyvä kysely tai tehdä hyvä haastattelu. Kokonaisuus ratkaisee. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014.)

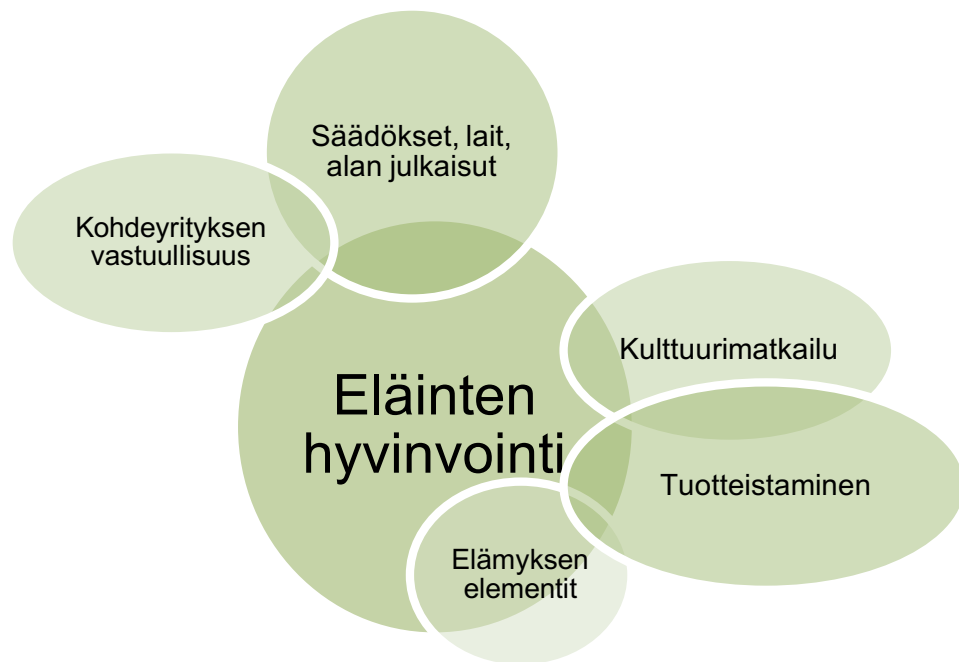
Tässä toiminnallisessa kehittämistyössä yhdistyy tieto, teoria ja tekeminen. Työ toteutetaan suoraan työelämään ja lopputuotokset tulevat osaksi tilaajayrityksen arkea käytännön tasolla. Opinnäytetyö suoritetaan tutkimuksellisella otteella ja ennakkoselvitystyötä tehdään laajasti, vaikka työelämälähtöisyys, toiminnallisuus ja käytännöllisyys ovat tässä kehittämistyössä etusijalla.

Toiminnallinen opinnäytetyö tarkoittaa käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjeistämistä tai jonkun uuden toiminnan tai palvelun järjestämistä. Toiminnallisen opinnäytetyön myötä voi syntyä esimerkiksi käytäntöön suunnattu ohje, kuten perehdytysopas tai turvallisuusohjeistus. Teoreettinen selvitystyö on yhtä lailla oleellinen osa toiminnallista opinnäytetyötä. Eri ammattikulttuureissa on valtava määrä tietoa, jota voi olla mahdoton saavuttaa ilman selvitystyötä. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9–10.)

Tässä opinnäytetyössä halutaan saada aikaan konkreettisia tuloksia vastuullisuusnäkökulmien pohtimisen ja kartoittamisen lisäksi, joten teoreettinen viitekehys tarkastelee lyhyesti myös nykymatkailijan toiveita, tuotekehitysprosessin vaiheita sekä elämyksen syntyä asiakkaan näkökulmasta. Saadun teoriapohjan perusteella luodaan Kota-Huskylle tuoteideoita, joita hyödynnetään osana yrityksen toimintaa.

### 2.1 Tutkimuskysymykset

Kehittämisen kohteesta kiinnostuneella on ilmiöstä usein ennestään tietoa, joka mahdollistaa alustavan tehtävän määrittelyn. Usein on niin, että vasta aiheeseen kunnolla perehdyttyään pystyy sanomaan, mikä todellinen kehittämisen tarve tai tutkimuskysymys on. Hyvästä pohjatyöstä huolimatta kehittämiskohde voi tarkentua prosessin edetessä. (Ojasalo ym. 2014, 53–54.) Jotta haluttu teoreettinen viitekehys (kuvio 1) saavutetaan, on pohdittava tutkimuskysymyksiä, joiden myötä tietoa lähdetään etsimään.



Kuvio 1. Eläinten hyvinvointi teoreettisen viitekehyksen rakentamisen keskiössä.

Haluttua viitekehystä lähestytään erilaisten tutkimuskysymysten myötä. Kun olin valinnut, että kehittämistyöni ote on toiminnallinen, siirryin kartoittamaan haluttua aineistomateriaalia syvemmin, jotta aihe rajautuisi riittävästi. Jotta haluttuun lopputulemaan pääsee, tulee alussa olla selvää, mitä tehdään ja miksi. Tämän toiminnallisen opinnäytetyön päätutkimuskysymykseksi muodostui: Minkälaisia asioita tulee huomioida, kun eläinmatkailun tuotekehitysprosessin lähtökohtana on vastuullisuus eläinten näkökulmasta? Alatutkimuskysymykset on esitelty tarkemmin alla kuviossa 2.



Kuvio 2. Kolme alatutkimuskysymystä, joihin perehdytään kehittämistyössä tässä järjestyksessä.

Määrittämäni pääkysymyksen, ja näiden kolmen alakysymyksen myötä pääsen lopulta kohti varsinaista tuotekehitysprosessia. Kysymysten määrittäminen helpotti työskentelyä ja päämäärä pysyi selkeämmin mielessä. Päädyin lopulta kirjaamaan ylös myös yhden lisäkysymyksen, joka kokoaa tämän kehittämistyön lähtökohdat yhteen tulosten esittämisen helpottamiseksi. Viimeinen kysymys kuuluu: Minkälaisia johtopäätöksiä edellä mainittujen tutkimuskysymysten jäljiltä saadaan ja miten ne yhdistetään niin, että loppu tulemana olisi vastuulliset matkailutuotteet, jotka sekä palvelevat asiakkaita, että ovat eläimelle mielekkäitä?

## 2.2 Aineistonhankintamenetelmät

Lähestymistavan ja tutkimuskysymysten määrittämisen jälkeen aineistonhankintamenetelmiksi valikoituivat; haastattelu, havainnointi, dokumenttianalyysi sekä osallistava työpaja. Ojasalon ym. (2014, 107–108) mukaan avoimella haastattelulla viitataan avoimeen keskusteluun, puolistrukturoidussa seurataan ennalta määrättyjä kysymyksiä mutta ei välttämättä järjestystä, strukturoitu on täysin ennalta määritelty kysymyksineen ja järjestyksineen. Tässä kehittämistyössä haastattelen Kota-Huskyn yrittäjää ja suoritan sen puolistrukturoituna eli määritän kysymykset etukäteen mutta esimerkiksi niiden järjestystä ja muotoa saa haastattelutilanteessa muuttaa. Lisäksi tämän kehittämistyön tietopohja karttuu useiden avointen keskusteluiden kautta.

Toteutan tilaajaorganisaatiossa havainnointia kolmena eri ajankohtana, jotta saan riittävän määrän tietoa eläinten olosuhteista eri vuodenaikoina. Tässä suhteessa määritin vuodenajan vaihtelut perinteisen matkailusesonkiajattelun mukaan; kesä- ja talvikukaudet. Laadin aineistonkeruun tueksi havainnointilomakkeen, mihin määritän etukäteen havainnoitavat asiat. Käytän samaa lomaketta kaikilla havainnointikerroilla ja lopuksi teen muistiinpanoistani yhteenvedon. Ojasalon ym. (2014) mukaan havainnoimalla voi saada käsiinsä arvokasta tietoa, mitä ei muuten välttämättä saisi. Havainnointi mahdollistaa pääsyn ihmisten tai kohteen luonnolliseen ympäristöön, jossa voi olla mahdollista esimerkiksi seurata, toimivatko ihmiset niin kuin sanovat toimivansa. Havainnointi ei ole vain satunnaista katselemista vaan systemaattista tarkkailua. (Ojasalo ym. 2014.)

Näiden lisäksi suoritan dokumenttianalyysiä. Olen saanut luvan tutustua yrityksen liiketoimintasuunnitelmaan, koirien rekisteröintipapereihin, rokotuskortteihin ja muihin virallisiin tietoihin, sekä yrityksen työntekijöiden ylläpitämään tarhikirjaan. Lisäksi tutustun

Kota-Huskyn internetsivuihin. Kun riittävä teoriapohja on rakentunut ja tuotekehitysprosessi käynnistyy, toteutan osallistavan työpajan opiskelijakavereilleni, joka voi osaltaan mahdollistaa uusia näkökulmia lopputuotteiden tarkasteluun.

Menetelmien käyttö voi synnyttää myös muita ideoita, jatkokehitysajatuksia tai nostaa esille vaikkapa täysin uudenlaisia kehittämistarpeita. On kuitenkin äärimmäisen tärkeää osata pitää ideointi ja arviointi toisistaan erillisinä. Ideoiden ennen aikainen arviointi pilaa luovuuden. Ideoinnissa on tarkoituksena keskittyä mahdollisuuksiin rajoituksia miettimättä. (Ojasalo ym. 2014.)

### 3 Toimeksiantaja: Kota-Husky Oy

Rekikoirayritys Kota-Husky OY on perustettu Posiolle, Jaksamon kylään, vuonna 2007. Suurin osa asiakkaista tulee Ruka-Kuusamo alueelta, myös kotikunnan matkailijamäärät ovat kasvussa. Kehitys näyttää samankaltaiselta myös tulevaisuudessa. Yritys järjestää erimittaisia koiravaljakkosafareita Riisitunturin kansallispuistoon. Kota-Huskyn toiminta-ajatuksena on tuottaa matkailijoille luonnonläheisiä elämyksiä. (Liiketoimintasuunnitelma 2018; Sassali 2018.)

Kota-Husky Oy on perheyriutus, jossa yrittäjä Lauri Sassalin lisäksi työskentelee hänen puolisonsa Minna Wallgren. Ammatillisena pohjana molemmilla toimii kansainvälinen eräopaskoulutus; Wallgrenillä on lisäksi ravintola-alan ammattitutkinto ja hän opiskelee tällä hetkellä koirahierojaksi. Kota-Huskyn yrittäjä on ollut useamman vuoden ajan Posion matkailuyhdistyksen hallituksen jäsen tällä toimikaudella myös hallituksen puheenjohtaja. Sassali on tehnyt koiravaljakkosafareita työkseen vuodesta 2002. Talvikausina yrittäjän ja puolisonsa apuna työskentelee kaksi ulkopuolista opasta. Tulevaisuuden tavoitteena on, että yrityksessä olisi talvikausilla neljä kokopäiväistä työntekijää ja kesäaikaan vähintään yksi osa-aikainen. (Sassali 2018.)

Tällä hetkellä Kota-Huskyn sesonki rajoittuu lumiseen aikaan, ja päätuotteina ovat erimittaiset koiravaljakkosafarit. Etenkin kiireajat, joulun ja uuden vuoden, varataan loppuun jo kauan ennen sesongin alkua. Kysyntää riittää, eikä muutosta ole odotettavissa. Yrityksen toimintaa halutaan laajentaa ympärivuotiseksi niin, että tuotteita kehitettäisiin myös kesä- ja syysajalle. (Sassali 2018.)



### 3.1 Tuotteet

Yrityksen päätuotteet ovat erimittaisia koiravaljakkosafareita Riisitunturin kansallispuistossa. Eniten myydään kymmenen kilometrin mittaisia safareita. Kyseisen tuotteen etuna on se, että niitä pystyy tekemään yhden päivän aikana useampia. Kolmenkymmenen kilometrin mittainen safari on yrityksen kärkituote. Tuote on kaikista pitkäkestoisin sekä matkan että ajan suhteen. (Liiketoimintasuunnitelma 2018.)

Seuraavaksi esiteltävistä tuotteista kolme ensimmäistä on tärkeysjärjestyksessä suosion mukaan. Tuotteiden nimet ja tuotekuvaukset on poimittu tähän työhön suoraan yrityksen nettisivuilta. Alla esiteltyjen tuotteiden lähtöpaikkana toimii yrityksen koti. Näiden lisäksi koiravaljakkosafareita ajetaan tarvittaessa myös muualla, kuten Rukalla, etenkin joulukuussa (Sassali 2018).

Tunti jalaksilla, kesto 2 tuntia

Koiriin tutustumisen jälkeen ajetaan noin 10 km:n lenkki. Puolenvälin paikkeilla pidämme tauon, jotta voitte vaihtaa ajajaa ja ikuistaa itsenne kameralla yhdessä huskyjen kanssa! Ajelun päätyttyä nautimme tuliilla kodassa kuumaa juotavaa ja porovoileipiä. Kun lähdet retkelle, otat tietoisesti riskin, että ehkäpä seuraavalla lomalla sinulle ei riitäkään vain yksi tunti huskyreen jalaksilla.

Kulkuri erämaassa, kesto 6 tuntia

Perehdyttyäsi hieman huskyjen sielunelämään ja siihen, miten koiravaljakkoa hallitaan, suuntaamme kohti Riisitunturin kansallispuistoa ja sen ikiaikaisia metsiä. Seurailemme jänkäjuotteja ja nautimme hiljaisuudesta. Koirien tassut narskuvat pakkaslumessa ja reen jalakset suhisevat. Tämä on lomaviihtoa parhaimmillaan! Noin puolessavälissä valmistamme tuliilla maittavan lounaan ja jälkiruoaksi juomme tietysti nokipannukahvit. Sitten jatkamme täysin vatsoin kohti uusia seikkailuja. Takaisin tarhalle saavuttuamme onkin aika palkita koirat rapsutuksilla ja kehuilla!

Karsikkopuun kierros, kesto 3,5 tuntia

Tällä retkellä pääset jo tutustumaan Riisitunturin kansallispuiston ainutlaatuiseen tunnelmaan. Tykky notkuu puissa ja maisemat ovat hulppeat. Kenties matkan varrella oleva karsikkopuukin pääsee kertomaan sinulle tarinansa. Reissun jälkeen kodassa kahvistellessa on mukava kerrata matkan tapahtumia!

Revontuli-husky, kesto

Aloitamme retken illan hämärtyessä tutustumalla huskyjen elinoloihin koirien kotonalla Jaksamolla. Tämän jälkeen saat ajo-opetuksen ja suuntaamme kohti Riisitunturin kansallispuistoa ja Jaksamovaaraa. Soiden ja metsien keskellä kaukana va-

losaasteesta puitteet revontulien katseluun ovat erinomaiset. Hyvällä tuurilla paluumatka tarhalle taittuukin revontulten alla. Reissun jälkeen nautimme kodassa maittavan illallisen herkullisine jälkiruokineen.

Vieraile huskyjen kotona, kesto 1 tunti

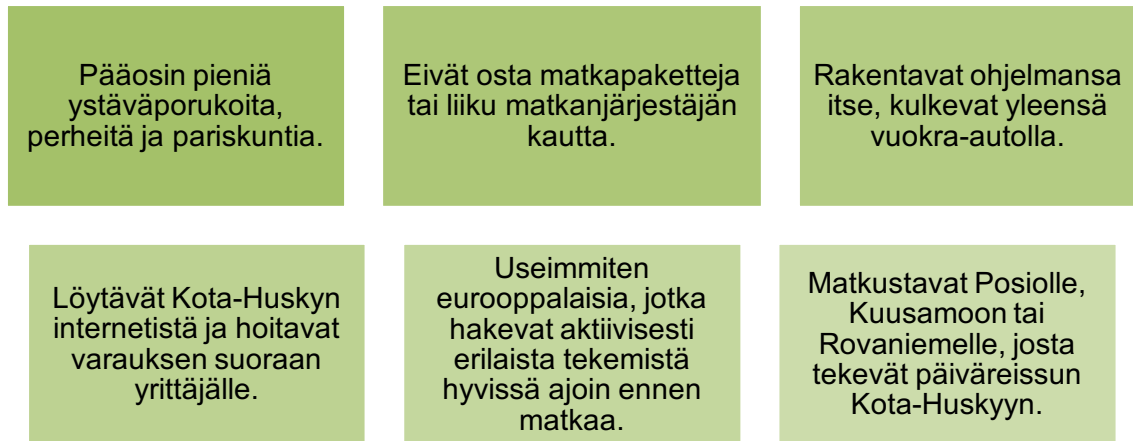
Pääset tutustumaan koirien elinoloihin ja elämisen tyyliin vanhassa navetassa. Lisäksi ajamme tietysti koirilla parin kilometrin lenkin, jotta pääset valjakkoajelun maakuun. Päälle nautimme kodassa kuumat juomat, porovoileivät ja lapinherkun. (Kota-Husky 2018.)

Näiden lisäksi jatkossa on tarjolla myös yön yli kestävä koiravaljakkosafari, jossa ajoa tulee kahden päivän edestä. Välissä yö vietetään erämökissä. Yön yli kestäväällä retkellä asiakkailta on mahdollisuus kokea koiravaljakkoajon lisäksi myös muita pohjoisen luontoon liittyviä aktiviteetteja, kuten pilkkimistä. (Sassali 2018.)

### 3.2 Asiakasryhmät

Kota-Huskyn asiakasryhmät voidaan jakaa perinteisen ajattelutavan mukaan kahteen joukkoon, yritys- ja yksityisasiakkaisiin. Lähialueen majoitusyrittäjät myyvät asiakkailleen Kota-Huskyn rekikoirasafareita, koska omasta takaa sellaiseen ei ole mahdollisuutta. Samankaltainen malli on erittäin normaali käytäntö alalla. Yhteistyö hyödyntää molempia ja suoramyyntin tarve madaltuu – tai katoaa kokonaan. (Liiketoimintasuunnitelma 2018.) Sassali (2018) kertoo, että ainakin 80 % asiakkaista tulee Posiolla, Kemijärvellä ja Kuusamossa toimivien majoitusyritysten kautta; vain pieni osa on yksityisasiakkaita. Yhteistyö eri toimijoiden kanssa on vakiintunut ja tuotteet ovat hioutuneet nykyiseen muotoonsa yli vuosikymmenen ajan.

Yksityisasiakkaat koostuvat ulkomaalaisista ja suomalaisista hiljaisuutta ja koskematonta luontoa etsivistä asiakkaista. Liiketoimintasuunnitelmassa (2018) tulee ilmi myös yksityiskohtaisempia seikkoja tästä asiakasryhmästä, nämä on eritelty tarkemmin alla kuviossa 3. Yksityisasiakkaat:



Kuvio 3. Kota-Huskyn yksityisasiakkaiden erityispiirteitä (mukaihen Liiketoimintasuunnitelma 2018).

Yksityisasiakkaille on tärkeää, että tieto on helposti internetistä löydettävissä. Yksityisasiakkaat ovat tärkeitä, mutta kaikista merkittävämpänä asiakasryhmänä nähdään yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden myötä tulevat eri kokoiset ryhmät. (Liiketoimintasuunnitelma 2018.) Vaikka suoramyynnistä jokainen euro tulisi yrittäjälle itselleen, ei Sassali (2018) koe majoitus- ja ohjelmapalvelu yrityksille menevää komissio-osuutta ongelmallisena. Toimivuuden lisäksi menettely poistaa painetta esimerkiksi markkinoinnin ja tunnettuuden kasvattamisesta.

### 3.3 Toiveet

Ympärivuotisuuden tukemiseksi toimintaa halutaan laajentaa kesä- ja syyskuukausille. Uudet lumettoman ajan tuotteet ovat olleet ajatuksissa jo useamman vuoden, mutta aikaisemmin hiljaisen sesongin tuotekehitystyötä ei ole virallisesti tehty. (Sassali 2018.)

Yritys on kesällä 2018 käynnistänyt hankkeen uuden erämökin rakentamiseksi läheisen Kovajärven rannalle. Kunhan erämökki valmistuu, aletaan siellä järjestää talviaikaan myös yön yli kestäviä koiravaljakkosafareita. Aikaisemmin tällaista vuorokauden kestävä tuotetta ei ole ollut ostettavissa. Asiakkaat majoittuvat luonnon keskellä, toiveidensa mukaan joko täysin keskenään tai sitten oppaan kanssa, ja he valitsevat päiväkohtaiset aktiviteetit yrityksen tarjoamista mahdollisuuksista. Tällaisia voisivat talviaikaan olla reikajeluiden lisäksi esimerkiksi pilkkiminen, lumikenkäily ja hiihto. (Sassali 2018.)

Yrittäjän ajatuksissa on, että jotain samankaltaista voitaisiin jatkossa tarjota myös lumetomana aikana. Rauhallinen erämökki, pohjoisen luonnon kauneus ja rekikoirien tapaminen ovat jo itsessään houkutteleva tekijä monelle mahdolliselle asiakkaalle. Majoittuminen erämaisissa olosuhteissa, luonnon keskellä, voi olla monelle itsessään elämys. Valtaväestö kaupungistuu, ja säännöllinen kosketuspinta luontoon vähenee tai katoaa kokonaan. Ihminen kuitenkin lähtökohtaisesti kaipaa takaisin luontoon, keskelle hiljaisuutta, puhtautta ja rauhaa. Yhä suurempi osa matkailijoista ei tahdo hihtokeskusten vilinään, vaan ihmismäärän ja vauhdin sijaan halutaan keskelle rauhaa. Ihmiset kulkevat autenttisten kokemusten perässä. (Liiketoimintasuunnitelma 2018.) Erämökin ympärille liittyvien ajatusten lisäksi lumettomalle ajalle toivottaisiin muitakin erilaisia tuotteita, joiden ei tarvitse liittyä mökkiin. Ideoinnin lähtökohtana ei pidä olla voiton maksimointi. (Sassali 2018.)

#### **4 Eläinmatkailu Lapissa**

Lapin-matkailun trendeiksi voidaan luokitella: autenttisuus, pienimuotoisuus ja ääriolot. Aluetta markkinoidaan ennen kaikkea hiljaisuudella. (Lapin Kansa 2016.) Mikäli Lapin matkailu kasvaa ennusteiden mukaan, voi matkailun kokonaiskysyntä olla kymmenen vuoden kuluttua alueellisen tilinpidon mukaan 3,6 miljardia, kun esimerkiksi vuonna 2016 kokonaiskysyntä on ollut hieman alle miljardin. Yöpymiset ovat kolminkertaistuneet 2000-luvulla. Mennyt kausi rikkoi kaikki aikaisemmin tehdyt ennätykset. (House Of Lapland 2018.)

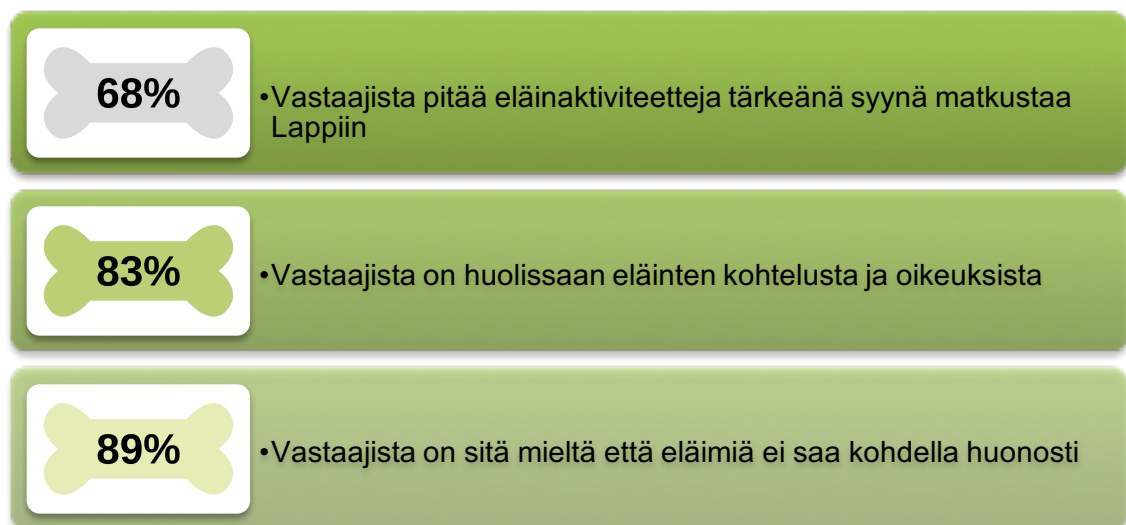
Matkailijat ja matkanjärjestäjät edellyttävät, että eläinmatkailuyrittäjät tuottavat palveluita vastuullisesti, eläinten hyvinvoinnin lähtökohdista. Monet lappilaiset toimijat tunnistavat jo asian merkittävyyden. On selvää, että eläimet toimivat todella merkittävässä roolissa pohjoisen matkailun vetovoimatekijänä. (Ojuva 2018.)

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI) on osana vastuullista eläinmatkailua käsittelevässä hankkeessaan toteuttanut laajan kartoituksen Lapin matkailijoista. Kartoituksessa analysoitu aineisto on kerätty Rovaniemellä kesäkuun 2016 ja helmikuun 2017 välillä. Kokonaisaineisto koostuu 586 vastauksesta. Lentokentällä tapahtuva aineistonkeruu oli ajoitettu charter –lentoihin ja näin ollen vastaajat edustavat tärkeimpien kohde-markkinoiden matkailijoita. Kaikki tässä luvussa käsiteltävät asiat pohjaavat täysin Lapin

tutkimus- ja koulutusinstituutin ja Lapin Yliopiston tekemään tutkimukseen, jossa selvitettiin Lapin matkailijoiden käsityksiä eläinmatkailusta. Kyselyn tuloksista on tehty raportti osaksi ”Eläinten hyvinvointi matkailupalvelussa” -hanketta. Tulokset on esitelty hankkeen nettisivuilta löytyvässä koosteessa. (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)

Kyselyyn vastanneista suurin osa on kiinalaisia (16 %), toisena Iso-Britannia (14 %), kolmantena Espanja (11 %). Loput jakautuvat tasaisesti eri maiden kesken. Vastaaajista yli puolet (60 %) on naisia. Suuri osa (63 %) omistaa eläimiä. Vastaaajista moni (27 %) kertoo kuukausitulojensa ylittävän 5000 euroa kuukaudessa. (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)

Kyselyssä on kartoitettu syitä matkustaa Lappiin. Vastausten perusteella erittäin tärkeäksi syyksi luokitelluista kaikista merkittävimpiä ovat maisemat, luonnonilmiöt sekä eläinaktiviteetit. Kuten kuviossa 4 ilmenee, vastaaajista 68 % pitää eläinaktiviteetteja, kuten koiravaljakkosafareita, vähintäänkin tärkeänä syynä Lappiin matkustamisesta. Kyselyn perusteella on voitu osoittaa, että eläinmatkailu on hieman muita tärkeämpää brittiläisille lapsiperheille, 35–44-vuotiaille. (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)



Kuvio 4. Lapin matkailijoiden käsityksiä (mukaillen Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)

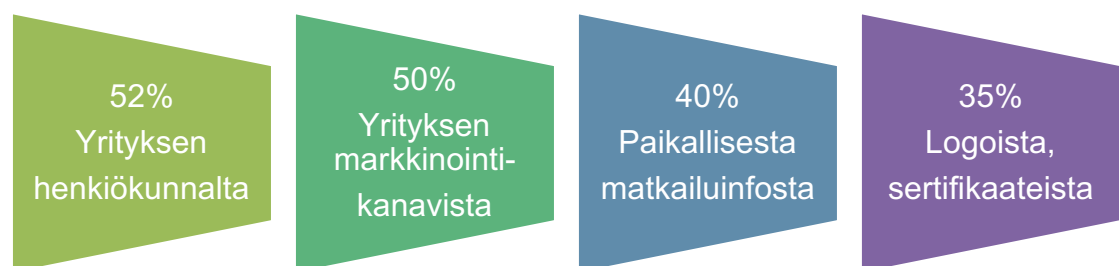
Kyselyssä on keskitytty erikseen eläinten asemaan ja käyttöön liiketoiminnallisissa matkailutarkoituksissa. Tulosten perusteella voidaan osoittaa, että matkailijat ovat kiinnostuneita eläinten asemasta sekä yhteiskunnassa, että matkailualalla. Valtaosa näkee eläimet arvokkaina, esteettisesti kauniina, joita tulisi kohdella oikeudenmukaisesti. (Carcia-

Roséll & Salmela-Leppänen 2018.) On todettu, että Lappiin tuleva matkailija voi olla kiinnostunut rekikoirien olosuhteista, elämästä ja hoidosta joka tapauksessa, vaikka ei matkustaisikaan alueelle eläimiä nähdäkseen (Eläintieto 2017).

Kyselyssä tulee ilmi, että kaupunkimaisella alueella asuvat ovat sitä mieltä, että matkailupalveluissa käytettävien eläinten tulee ennen kaikkea olla hyvin koulutettuja, jotteivat ne olisi matkailijalle riski. Maaseutumaisella alueella asuvat sen sijaan pitävät turvallisuuden tunnetta tärkeämpänä sitä, että eläimillä on mahdollisuus lajityypilliseen käyttäytymiseen. Itä-eurooppalaisille ja aasialaisille eläinten valokuvaaminen ja niiden kanssa kosketuksiin pääseminen, sekä matkailijan henkilökohtaisen riskin minimointi on tärkeintä. (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)

Näin ollen mielipiteet eroavat maantieteellisen sijainnin mukaan, lisäksi kaupunkilaisten ja maalla asuvien ajatustavat eroavat toisistaan. Kysyn itseltäni, johtuvatko maaseudulla ja kaupungissa asuvien mielipide-erot ehkä siitä, että kaupunkilaiset ovat herkemmin vieraantuneet luonnosta ja eläimistä kuin maaseudun väki. Mielestäni tämä on erittäin mielenkiintoinen kohta tutkimuksessa.

Vastaajat voidaan jakaa kyselyn perusteella kahteen ryhmään. Ensimmäiset eivät hyväksy eläinten käyttöä matkailutarkoituksissa ollenkaan ja toiset hyväksyvät, kunhan eläinten olot ovat varmasti kunnossa. Jälkimmäiseen toivotaan yrittäjien suhteen läpinäkyvyyttä ja tietoa kaivataan etenkin matkailuyritysten henkilökunnalta suoraan (kuvio 5). Myös yrityksen nettisivuille kaivataan lisää tietoa. (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)



Kuvio 5. Matkailijat haluavat tietoa (mukaillen Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.)

Koen, että kaikista aidoimmillaan hyvinvoinnista ja koirien oloista viestiminen on, kun se tulee työntekijöiltä tai omistajilta suoraan. Kuitenkin asiakas saa olla tarkkana ja voi olla, että hänen täytyy ennestään tuntea toimialaa hieman tunnistaakseen hyviä- ja huonoja

piirteitä yrityksessä itse. Mielestäni aineiston perusteella saa hyvän ja todenmukaisen käsityksen lapin eläinmatkailusta ja turistien mielenkiinnon kohteista. Aineisto on kerätty vuosina 2016–2017 (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018.). Mieltymykset muuttuvat maailman mukana ja toimiala elää jatkuvaa muutosta, mutta suuret linjat pysyvät samana. Uskon, että esimerkiksi paikallisten yrittäjien tuotteiden ja palveluiden suosiminen säilyttää suosionsa jatkossakin. Nyt vastanneista reilusti yli puolet (71 %) suosii mielellään paikallista (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2018).

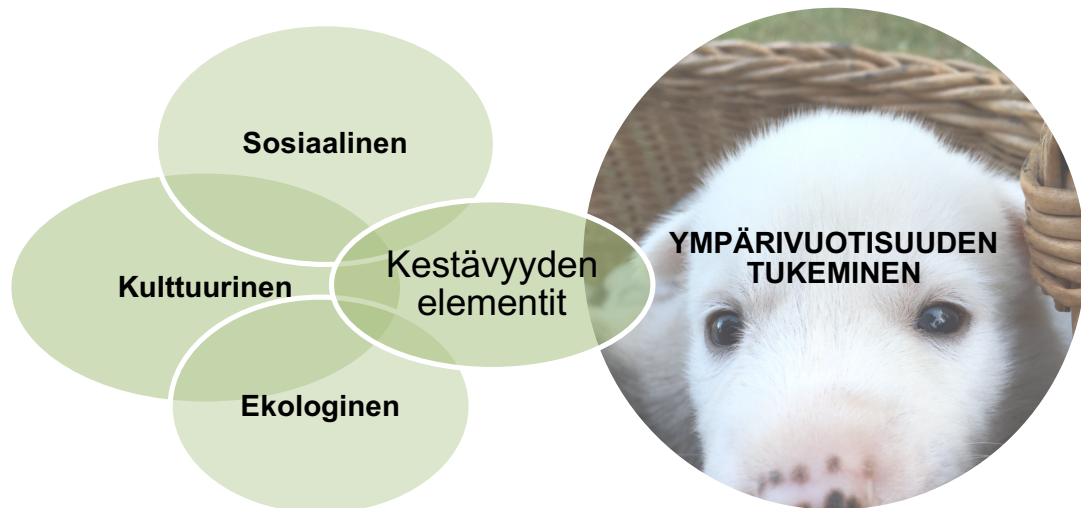
## 5 Vastuullisuus

Eläinmatkailuyrityksissä henkilökunnan osaaminen ja vuosien myötä kertynyt tietotaito ovat vastuullisuusnäkökulmissa avainasemassa. Henkilöstöllä on eläimiin liittyvää asiantuntemusta, jota kannattaa jakaa yrityksen ulkopuolelle. Olennaista on jakaa tietoa eläinten tarpeista ja käyttäytymisestä myös matkailijoille. Tietoa voi tarjota sekä yrityksen verkkosivuilla, että sosiaalisessa mediassa, mutta yhtä lailla paikan päällä. Alan keskinäinen kommunikointi ja hyvien kokemusten jakaminen tuo uusia näkökulmia tekemiseen. (Kauppinen 2017.)

Vastuullisuusnäkökulman pohtiminen on tärkeää – ei pelkästään ympäristön ja eläinten hyvinvoinnin tukemiseksi, vaan myös menestyksekkään liiketoiminnan takaamiseksi. Ihmiset ovat jatkuvasti tiedostavampia ja toivon mukaan lisääntynyt tieto johtaa myös kulutustottumuksien muutoksiin. Vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen alle voidaan liittää sekä luontoon ja ympäristöön liittyvät näkökulmat, ilmastonmuutoksen torjumiseksi tehtävät toimenpiteet ja esimerkiksi toiminnan esteettömyys (Blinnikka & Hauvala 2014). Tässä luvussa tarkastellaan ennen kaikkea eläinten hyvinvointia ja turvallisuutta, aluksi yleisellä tasolla, myöhemmin paneutuen rekikoiiriin ja opinnäytetyön tilaajaorganisaatioon tarkemmin.

Vastuullisesti toimivat, kestäviä valintoja tekevät yritykset pärjäävät alati kasvavassa kilpailussa ja yrityksellä on mahdollisuus erottua kentältä edukseen. Trendit osoittavat, että asiakkaat suosivat yrityksiä, jotka tekevät kestäviä valintoja. Kestäväen kehityksen periaatteiden tulisi näkyä avoimesti kaikessa markkinointiviestinnässä. Matkailijoille tärkeitä vastuullisuuden osoituksia ovat muun muassa energia- ja vesitehokkuus, kierrätys ja muu jätehuolto sekä toiminnan paikallisuus. (Visit Finland 2018.)

Vastuullisuuden toteutuminen ja kestävän kehityksen mukainen matkailu ovat monitahoinen ilmiö ja sitä voidaan tarkastella monelta eri kantilta. Kestävyyden elementtejä on monia (kuvio 6), joista usein päällimmäisinä nostetaan esiin kulttuurinen, sosiaalinen ja ekologinen kestävyys. (Blinnikka & Hauvala 2014.)



Kuvio 6. Kestävyyden elementit (mukaillen Blinnikka & Hauvala 2014).

Kulttuurinen säilyvyys näkyy esimerkiksi paikallisuudessa ja tuotteiden aitoudessa ja käsittelee kulttuurien säilyttämisen ja ylläpitämisen. Sosiaalinen kestävyys tarkoittaa esimerkiksi alueen elinvoimaisuuden ylläpitämistä ja paikallisten työllistämisen kautta tapahtuvaa osallisuutta, yhteisöllisyyttä sekä hyöty-haitta suhteen oikeudenmukaista jakautumista. Ekologinen kestävyys on toiminnan tasapainottelua ja sovittamista niin, että se ei ylitä luonnon kantokykyä. (Blinnikka & Hauvala 2014.)

Kokemukseni mukaan matkailuyrityksen ympärivuotisuuden tukeminen edesauttaa jokaisen kestävyiden elementtien toteutumista. On tärkeää, että tuotteet pysyvät aitona, työllisyyttä saadaan tuettua ja sitä myötä alue pysyy elinvoimaisena. Kulttuurimatkailun mahdollisuuksia kannattaa pohtia: Minun mielestäni pohjoinen itsessään pitää sisällään äärettömän määrän tuotteistamatonta potentiaalia, kirkkaita kontrasteja ja miljoonia mahdollisuuksia. Kuitenkin koen, että Lapissa asioita saa tarkastella tuotteistamisen näkökulmasta ainoastaan jos lähtökohtana on kestävyys, kunnioitus ja toisten huomioiminen. Jotta Lappi säilyttäisi ainutlaatuisuutensa, tulee kehittämistyön tapahtua hitaasti ja



rauhassa, turhia hätäilemättä – paikalliseen tapaan luontoa, ihmisiä ja eläimiä kunnioittaen. Tuotekehityksen tulisi tapahtua sellaisessa maailmassa, missä raha ei toimi johtajan roolissa.

Vaikka kestävyysnäkökulmat ovat olleet pidempään esillä, on eläinmatkailun vastuullisuudesta alettu puhumaan jälkijunassa, vastikään. Monet alalla vallitsevat käytänteet ovat vanhanaikaisia tottumuksia ajalta jolloin ihminen ei ole välttämättä osannut ajatella tekojensa seuraamuksia. Kuitenkin eteenpäin on tultu – vaikka pienin askelin, niin eteenpäin kuitenkin. (Carcia-Rosell & Salmela-Leppänen 2016.) Suomen uusi eläinsuojelulaki tulee odotusten mukaan voimaan vuonna 2020. Laki on vuodelta 1996, joten uudistamistarpeita on väistämättäkin runsaasti. Lakiuudistusta on valmisteltu jo vuosia. (SEY 2019.) Minun mielestäni eläinmatkailun vastuullisuusnäkökulmat tulisi ottaa huomioon myös Lapinmatkailun strategisessa kehittämistyössä, porot ja rekikoirat ovat tutkitusti monelle ihmiselle syy tulla alueelle. Olen itse sitä mieltä, että on yhtä tärkeää miettiä sekä sitä, että viihtyykö asiakas, kuin sitä, että viihtyykö eläin – ja onko molemmilla elävillä olennoilla turvallista olla.

## 5.1 Nykymatkailijan toiveet

Yhä useampi matkaaja on tiedostava ja vaativa, jota kiinnostaa eläimen fyysinen ja henkinen hyvinvointi. Tiedostava kuluttaja haluaa olla varma siitä, että ostaa arvoihinsa sopivan palvelun tai tuotteen. Vaikka eläimestä hyödyttäisiin, ei sitä itsessään ole sopivaa nähdä objektina, vaan ainutlaatuisena ja tuntevana yksilönä. (Carcia-Rosell & Salmela-Leppänen 2016.)

Nykymatkailija haluaa tietää, miten eläimiä kohdellaan. Hänen kädessään on älypuheliimen kautta jatkuva yhteys maailmalle; tiedon välittäminen on helppoa ja reaaliaikaista, tapahtuen matkailijan itsensä toimesta. Yleensä tieto menee eteenpäin suodattamatta. Tämä luo paineita myös niille yrityksille, jotka kohtelevat eläimiään hyvin. Toiminnan tulee olla läpinäkyvää ja eläinten hyvinvoinnin olla silmin nähtävissä. Eläimet eivät ole merkityksellisiä matkailun elinkeinolle ainoastaan symbolisesti ja elämyksellisesti, vaan myös taloudellisesti. Liiketoiminnan kasvattaminen eläinten ehdoilla onkin asia, jonka parissa moni matkailualan yrittäjä painii. (Carcia-Rosell & Salmela-Leppänen 2017.)

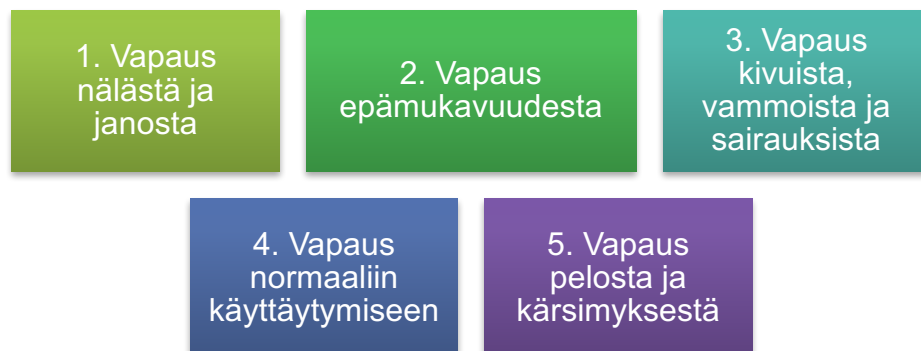
## 5.2 Sertifikaatit ja kriteerit

Erilaiset laatujärjestelmät ja sertifiointit koetaan usein hyvänä asiana. Ne yhtenäistävät asioita ja voivat toimia asiakkaalle laadun takeena. Tällaisista on kuitenkin hyötyä ainoastaan, jos sertifiointimenetelmä tai sertifikaatti itsessään on laajalti tunnettu. Globaalien laatujärjestelmien sovittaminen lappilaiseen eläinmatkailuun on erittäin haasteellista, sillä sekä eläinlajien- että matkailun muodot poikkeavat muusta maailmasta. (Ojuva 2018.)

Varsinaisia rekikoiratoiminnan vastuullisuuteen liittyviä kriteerejä ei ole Suomessa olemassa. Vastuulliseen turismiin liittyvä sertifiointi keskittyy esimerkiksi energiankulutuksen määrään, ympäristönsuojeluun ja päästöihin, eläinten oikeuksien takaamisen sijaan. (Carcia-Roséll & Salmela-Leppänen 2016.) Minä lähestyn tässä opinnäytetyössä vastuullisuusnäkökulmaa ja mahdollisia kriteerejä tutustumalla lyhyesti eläinsuojelulakiin ja –säädöksiin, sekä erilaisiin artikkeleihin ja alan ammattilaisten julkaisuihin. Minä itse uskon, että osa eläinten kaltoinkohteluista on tiedon puutetta, ei tahallista pahuutta – vaikka epäilemättä jälkimmäistäkin tapahtuu.

## 5.3 Eläinten oikeudet

Eläinten olosuhteisiin voidaan vaikuttaa hoidolla, pito-olosuhteilla ja jalostuksella. Hyvinvoinnista puhuttaessa tarkoitetaan eläimen omaa kokemusta sen fyysisestä ja psyykkisestä olotilasta. Eläinten hyvinvointia voidaan tarkastella viiden vapauden kautta (kuvio 7), jotka Ison-Britannian maatalousministeriön alaisuudessa toimiva eläinten oikeuksia edistävä toimielin on tuonut ihmisten tietoisuuteen. Nämä oikeudet toimivat aikanaan perusteena myös Suomen eläinsuojelulaille. (Opetushallitus 2018).



Kuvio 7. Voidakseen hyvin eläimellä tulee olla vähintään viisi vapautta (mukaillen Opetushallitus 2018).

Suomessa valtioneuvoston alaisuudessa, maa- ja metsätalousministeriön yhteydessä toimii kolme neuvottelukuntaa, jotka tarkastelevat eläinten oikeuksia ja niiden toteutumista. Rekikoirat kuuluvat seura- ja harrastuseläinten neuvottelukunnan toimialaan. Neuvottelukunta toimii viranomaisten ja alantoinijoiden välisen yhteistyön lisääjänä ja valvoo osaltaan eläinten asemaa. (Eläintieto 2016.)

Seura- ja harrastuseläinten neuvottelukunta määrittelee eläinten hyvinvoinnin kolmen oikeuden kautta. Neuvottelukunnan mukaan eläimen oikeus on ihmisen velvollisuus. Oikeuksien alle on erikseen määritelty alakohtia, joilla spesifioidaan muuten niin laajamittaista ja eritavoin ymmärrettävissä olevia oikeuksia. Neuvottelukunnan määrittelemistä oikeuksista alakohtineen rekikoiria koskettavat kaikki. (Eläintieto, 2016.) Näitä oikeuksia ovat:

1. **Oikeus lajinmukaiseen käyttäytymiseen.** Sisältää esimerkiksi tarpeeksi laajan ja turvallisen liikkumatilaa.
2. **Oikeus hyvään kohteluun sekä positiivisiin tuntemuksiin ja kokemuksiin.** Kohta sisältää esimerkiksi motivoituneen, osaavan hoitajan, yksilöllisen kohtelun, vuorovaikutuksen ihmisten kanssa, virikkeet sekä tuskattoman kuoleman.
3. **Oikeus hyvään terveyteen ja toimintakykyyn.** Alakohtina esimerkiksi se, että eläinlääkäripalvelut ovat riittävät, sairaudet hoidetaan ja koiran kokonaisvaltaisesta fyysisestä ja psyykkisestä hyvinvoinnista huolehditaan. (Eläintieto, 2016.)

#### 5.4 Lait ja säädökset

Saavalainen (2010) on tehnyt laajan selvityksen siitä, suojelevatko kotimaan eläinsuojelusäädökset rekikoiria. Vaikka työn tekemisestä on pian kymmenen vuotta, ei Suomen eläinsuojelulakia ole uudistettu sen jälkeen. Työn tuloksena selviää, että säädökset ovat riittävät, jos niitä noudatetaan. Julkaisussa käy kuitenkin ilmi, että esimerkiksi moni laissa määritelty asia keskittyy koirien ulkoiseen pitoon, kuten tarhaolosuhteisiin ja esimerkiksi koirien fyysiseen ulkonäköön, ei niinkään kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Lisäksi puutteellisena koettiin se, että eläinlääkäreiden suorittamat tarkastukset eivät välttämättä ole todenmukaisia. Tarkastukset toteutetaan ennakoilmoituksella, ei yllätyksenä, ja tällöin

yrittäjillä on aikaa valmistautua käyntiin. Lisäksi etenkin pienissä kunnissa kunnan eläinlääkäriin ja yrityksen välillä saattaa olla tiivis asiakassuhde, joka voi vaikuttaa tarkastuksen vaativuuteen. Lisäksi hän nostaa esiin, että safariolosuhteita ei valvota lainkaan, ja siihen pitäisi ryhtyä ennakkojärjestelyiden haastavuudesta huolimatta.

Vuonna 2008 Suomessa tehdyistä neljästäkymmenestäkuudesta eläinsuojelutarkastuksesta 22 rekikoirayritystä saivat huomautuksen eläinsuojelurikkomuksesta. Syyt ovat moninaiset, joista nostona esimerkiksi puutteelliset sääsuojat ja koppien kunto. (Saavalainen 2010.) Eläinsuojelusäännökset nousivat kotimaassa otsikoihin erityisesti vuonna 2010, kun Sodankylästä löydettiin sattumalta kymmenien valjakkokoirien jäämiä rekikoirayrityksen jätettyä raadot metsään petojen syötäväksi. Kunnan ympäristösuojelusihteri Jantunen teki asiasta rikosilmoituksen ja kannusti tapauksen myötä koiravaljakkoyrittäjiä läpinäkyvyyteen, tuomaan julki sen, miten yrityksessä hoidetaan koiria ”syntymästä hautaristiin”. (YLE 2010.) Tapaus ei päätenyt käräjille, sillä eläinten lopettamisen oli hoitanut asianmukaisesti eläinlääkäri. Yrittäjä syyllistyi ainoastaan jäterikkomukseen. (Keski-Suomalainen 2010.)

SEY Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto ry:n (2019) mukaan edellisen hallituksen esitys uudeksi eläinlaiksi ei olisi turvannut eläinten hyvinvointia riittävästi. Seitsemän vuotta valmisteltu lakiuudistus kaatui osaltaan siksi, että hanke oli sidottuna maakuntauudistukseen. Nykyisessä luonnoksessa on kuitenkin vielä useita korjausta kaipaavia kohtia, sillä lakiesityksessä tuotannollis-taloudellisista syistä tehtyjä ratkaisuja, mitkä eivät ole eläimen edun mukaisia. SEY (2019) edistää uuteen lakiin useita erilaisia yksityiskohtaisia vaatimuksia, jotta tulkinnanvara ja epämääräisyys vähenisi. Osa vaatimuksista koskettaa myös koiria, yhdessä kohdassa mainitaan, että esimerkiksi koiran liikunnan tarpeita ei voi tyydyttää ainoastaan juoksulangassa tai tarhassa pitämällä. Sosiaalinen eläin tarvitsee monipuolisia virikkeitä voidakseen hyvin. (SEY 2019.)

Lukemani ja kokemani perusteella avoin keskustelu ja toiminnan läpinäkyvyys edesauttavat toimialan vastuullisuuden tukemista. Yhteenvetona kaiken totean, että vastuullisuusnäkökulmia on hyvä tarkastella laajemmin ja monipuolisemmin, kuin ainoastaan eläimen perusoikeuksien toteutumisen kautta. Lähdemateriaaliin perehtyessäni ymmärsin sen, että lain puitteissa on helpompaa pureutua koirien ulkoihin elinoloihin, kuin esimerkiksi siihen, vaikuttaako koira onnelliselta ja saako hän riittävästi monipuolista ja aktiivista tekemistä. Lukemani perusteella totean, että kuitenkin yksistään lakien ja säästösten lisääminen ei riitä, ellei valvontaan ole riittävästi resursseja.

## 5.5 Rekikoiran vastuullinen kasvatus

Olen sitä mieltä, että vastuullinen kasvatus ja huolenpito kantavat juurensa vuosisatojen taakse. Lajityypillisen käyttäytymisen takaaminen on helpompaa silloin, kun lajin tuntee laajemmin. Ymmärtääkseen nykypäivää tulee ymmärtää historiaa:

Koiravaljakoilla on ajettu vuosituhansia arktisilla alueilla. Siperian, Alaskan, Kanadan ja Grönlannin alkuperäiskansat hyödynsivät koiria osana arkea esimerkiksi vetojuhtina. Valjakkoajossa käytetään eri koiria eri tarkoituksiin. Arktisia rekikoirarotuja on useita ja käyttötarkoituksetkin vaihtelevat; esimerkiksi alaskanmalamuutit sopivat parhaiten lyhyille matkoille, raskaan kuorman vetäjäksi, kun taas alaskanhuskyt ja muut risteytyskoirat ovat parhaita kilpailukoiria. (Kinnunen, 2018.)

Vastuullinen matkailutoimija tekee päivittäin työtä vastuullisuuden toteutumiseksi. Toiminnan tulee olla mahdollisimman eettistä koko koiran elämän ajan. Seuraavissa kappaleissa käyn lyhyesti läpi rekikoiran vastuullista kasvatusta, jotta pystyn tarkastelemaan tilaajaorganisaation vastuullisuutta todenmukaisemmin.

Arktisilla rekikoiraroduilla vetämishalut ja eteenpäin menemisen into tulevat luontaisesti, mutta muuten ympärillä olevien ihmisten käytös ja koirien kouluttaminen vaikuttavat koiran kehittymiseen vielä pitkän ajan päästäkin. Reippaan, energisen nuoren rekikoiran innostuksen ja vetoahalut voi pilata vääränlaisen kasvatuksen myötä. Koirat ottavat mallia toisiltaan, joten lauman vanhemmat jäsenet auttavat ihmistä merkittävän paljon uuden sukupolven koulutuksessa. Rekikoirat ovat aktiivisia koiria, jotka tarvitsevat ympärilleen sekä lauman, että paljon liikuntaa ja tekemistä. Kävelylenkit ja kotisohvalla loikoileminen eivät ole rekikoiralle riittäviä ohjelmanumeroita. (Kinnunen 2015–2018.)

Vaikka rekikoiralla juokseminen ja vetäminen tulevat luontaisesti, täytyy koirien motivaatiota ylläpitää eri tavoin. Erittäinkin innokas rekikoira voi juosta itsensä kyllästymispisteesseen, minkä jälkeen työintoa voi olla haastava rakentaa uudestaan. Koirien motivaatio rakentuu monesta eri tekijästä. Jatkuva hälinä, työntekijöiden vaihtuvuus ja matkailijat voivat aiheuttavat koirille stressiä, minkä jokainen yksilö käsittelee eri tavoin. Jatkuva stressi voi heikentää motivaatiota juoksemiseen. Koiran opettamisen ja ohjaamisen tulee aina tapahtua tukemalla koiran onnistumisia. Koira ei välttämättä osaa yhdistää negatiivista palautetta oikeaan asiaan. (Ojuva 2018.)

Lajityypillisen käyttäytymisen toteutuminen on eläimen hyvinvoinnin toteutumisen kannalta merkittävää. Kyse on luontaisesta tarpeesta käyttäytyä tietyllä tavalla, ei ainoastaan tarpeesta siten, miten se perinteisesti ajatellaan – kuten vaikka tarpeesta syödä pysyäkseen hengissä. Olennaisia käyttäytymistarpeita ovat uni- ja leporytmi, sosiaalisuus, lisääntymistoiminnot, hoivantarve, kehonhoito, lämmönsäätely, leikkikäyttäytyminen sekä tutkimiskäyttäytyminen. Toisinaan eläimen, tässä tapauksessa rekikoiran, on lähes mahdotonta käyttäytyä lajilleen ominaiseen tapaan – eikä aina ole tarvettakaan. Esimerkiksi ihmisen hoidossa eläimen ei tarvitse hankkia itse ravintoaan, mikä merkitsee pidempää vapaa-aikaa eli tarve erilaisiin virikkeisiin ja aktiiviseen tekemiseen kasvaa. Tärkeä lajityypillisen käyttäytymisen toteutuminen on mahdollisuus vapaaseen liikkumiseen. (Ojuva 2018.)

Rekikoirissa on yksilöllisiä eroja, jotka vastuullinen kasvattaja ja yrittäjä ottaa huomioon. Eroja on luonteenpiirteiden lisäksi esimerkiksi turkin paksuudessa. Siperianhusky pärjää kylmässä, eikä piittaa pakkaskeleistä. Keskipitkä, kaksinkertainen turkki on rodulle tyyppillinen. (Kinnunen 2015–2018.) Pohjavillattomat koirat, kuten osa alaskanhuskyista, ovat sellaisia, joiden elinoloja on syytä pitää silmällä tarkasti. Vuonna 2016 Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto uutisoi tapauksesta, missä alaskanhusky löydettiin kuolleena ulkotarhasta 36 asteen pakkasesta (YLE 2016).

Edellisen uutisen ja saadun teoriapohjan perusteella esitän, että kylmänkestävyyden ymmärtäminen on osa vastuullisuutta yhtä lailla kuin se, että oppii tunnistamaan, milloin koira käyttäytyy itselleen epätyypillisellä tavalla. Kun koirat tunnetaan riittävän hyvin, tiedetään, milloin on syytä huolestua. Jotkut sairaudet eivät välttämättä näy ulkoisesti, mutta koiran käytös voi puhua puolestaan.

Valjakosta eläkkeelle jääminen on yksilöllistä. Rekikoiran eri elämänvaiheet tulee tunnistaa, jotta turvallisen kasvun ja kehityksen tukeminen toteutuu. Vauhti ei saa olla liian kovaa vanhalle koiralle ja on hyvä, että eläinlääkäri tarkastaa koirat vähintään vuosittain. Vanhan koiran vointia tulee tarkkailla, liikkumisen tulee tapahtua ainoastaan oman jaksamisen ja kiinnostuksen mukaan. On tärkeää pitää vanhakin koira hyvässä kunnossa ja virkeänä. Ainoastaan säännöllisen liikunnan avulla koira kykenee liikkumaan vaivattomasti ja pysyy siten hyvässä kunnossa. (Kinnunen 2015–2018.)

Arktisiin olosuhteisiin luotu koira ei voi liian kuumalla ilmalla lähteä tekemään pitkiä urheilusuorituksia. Koiranpennun kanssa ei tehdä pitkiä vaelluksia ja aikuistenkin kanssa

maaston tulee olla sellainen, missä koiran kulkeminen on helppoa ja turvallista. Pidemmällä vaelluksilla tulee huomioida myös koiran ravinnon tarve, vettä tulee olla saatavilla myös lyhyemmällä retkillä. (Kinnunen 2015–2018.)

Olen viettänyt koirien kanssa vuosia, sekä henkilökohtaisessa elämässä että myöhemmin työn puolesta. Kokemukseni mukaan koirat ovat yksilöitä, joiden luonteet eroavat toisistaan silminnähten. Mielestäni jokaisessa rekikoirayrityksessä työntekijöiden tulisi tunnistaa koirat nimien lisäksi myös luonne-erojen ja persoonallisuuksien puolesta. Tämän vuoksi työntekijöiden matala vaihtuvuus on kokemukseni mukaan tärkeä osa vastuullisuutta.

## 5.6 Vastuullisuuden toteutuminen Kota-Huskyllä

Tässä kehittämistyössä uusien tuotteiden ideoimisen pohjalla on erityisesti toiminnan vastuullisuus koirien näkökulmasta. Tuotteita ja palveluita lähdetään rakentamaan koirien ehdoilla, koirien kotiin. Vastuullisen eläinmatkailutuotteen ideoiminen on mielekästä, sillä oletuksena on, että tilaajaorganisaatio toimii koirien pidon ja hoidon suhteen vastuullisesti jo valmiiksi. Tässä luvussa avaan tarkemmin, miten edellä mainitut asiat toteutuvat yrityksessä, jotta kehittämistyön pohja on vakaa ja vastuullisuutta on tarkasteltu myös tilaajaorganisaation näkökulmasta.

Työskenneltyäni Kota-Huskyllä olen kuullut useammalta asiakkaalta, että he valitsivat kyseisen yrityksen sen vuoksi, että paikka vaikutti vastuulliselta ennakkotietojen perusteella. Vierailun aikana asiakkaat pääsevät tutustumaan koirien oloihin heidän aidossa elinympäristössään.

Kota-Huskyn toiminnan käynnistämisen lähtökohtana on ollut hyvinvoiva, onnellinen koira, joka pääsee toteuttamaan itseään ja joka tunnustetaan yksilönä. Kota-Huskyn tunnuslause on ”koirien koti”. Yrittäjän ja työntekijöiden tietopohja ja kokemus on karttunut ja laajentunut vuosien myötä. (Sassali 2018.)

Avoimen keskustelun ja yrityksessä saamani työkokemuksen perusteella tiedän, että yrittäjä Lauri Sassali on perustanut rekikoirayrityksen vuonna 2007 yhdessä silloisen puolisonsa Marika Sassalin kanssa. Molemmille oli jo ennen oman yrityksen perustamista kertynyt kokemusta rekikoirista ja niiden kanssa työskentelystä. Marika Sassali

toimii Suomen eläinsuojeluyhdistyksen eläinsuojeluneuvojana sekä Lapissa, että Pohjois-Pohjanmaalla. Häntä on haastateltu useampaan eri julkaisuun, jotka käsittelevät rekikoirien oikeudenmukaista ja onnistunutta ylläpitoa.

Kota-Huskyn etuna on yrityksen pienehkö koko, jonka myötä myöskään asiakkaista koostuvat ryhmäkoot eivät kasva liian suureksi. Sekä koira- että asiakasmäärän pienuuteen on syytä kiinnittää jatkossakin huomiota. Sassalin (2018) mukaan koiramäärän kanssa eletään juuri nyt maksimia eikä laumaa ole tarkoitus kasvattaa. Koiranpentuja syntyy taloon tarpeesta, toiminnan säilymiseksi ja luonnollisen poistuman tukemiseksi. Lauman kasvattaminen nykyisestäään aiheuttaisi väistämättä toimenpiteitä, tarhan laajennusta tai esimerkiksi lisätyöntekijöiden palkkaamista. Koiramäärä halutaan pitää kohtuullisena, jotta yksilöllisen huomion antaminen on mahdollista.

Rekikoiria laumasta löytyy 79, joista talvikaudella 2018–2019 reen edessä juoksevia työikäisiä koiria on yhteensä 56. Kun työikäisten koiran määrän jakaa esimerkiksi siten, että jokaiseen valjakkoon tulisi kuusi koira, olisi talvikaudella käytettävissä yhdeksän valjakollista. Jos sama lasku toteutettaisiin kahdeksan koiran valjakoilla, olisi maksimi valjakomäärä seitsemän. Näillä laskuilla ei ole otettu huomioon niin sanottua särkymävaraa, mahdollisia koirien lepopäiviä tai juostavan matkan mittaa, joten laskentatapa ei ole erityisesti koirien edun mukainen. Yhden oppaan takana voi ajaa maksimissaan neljä asiakasvaljakkoa, jotta toiminta pysyy turvallisena sekä koirille, että asiakkaille. Kaikki retket ovat saasteettomia, myös melusta, sillä moottorikelkan sijaan myös opas ajaa koiravaljakkoa. (Sassali 2018.)

Yrityksen myydyin tuote on 10 kilometrin mittainen safari. Reitti on niin lyhyt, että saman matkan voi ajaa useamman kerran saman päivän aikana. Kuitenkin maksimimäärä, mitä yksi koira juoksee päivässä, on 30 kilometriä. Vaikka samana päivänä olisi kolme peräkäistä kymmenen kilometrin ajoa, vaihdetaan valjakoista koiria välillä uusiin – joskus tarvittaessa, joskus joka tapauksessa. Vanhemmat koirat juoksevat lyhyempiä, helpompia matkoja, kuin nuoret ja energiset. Koirille pyritään järjestämään riittävästi lepopäiviä myös kaikista kiireisimmän sesongin aikaan. (Sassali 2018.)

Koirat valmistautuvat sesonkiin syksyn treenikaudella. Treenit aloitetaan vasta, kun lämpötila laskee alle 10 asteen. Nuoret, juoksemiseen vasta totuttelevat koirat juoksevat lyhempää lenkkiä, kuin muut. On tärkeää, ettei vasta opettelevalle koiralle synny valjakkoajoa kohtaan ikäviä tuntemuksia tai trauma, nuorta koira ei saa väsyttää. Koiria



treenataan säännöllisesti niin, että juoksijat pääsevät reissuun säännöllisesti aluksi 2-3 kertaa, myöhemmin 3–5 kertaa viikossa. Ennen lumen tuloa valjakko vetää mönkijää tai juoksee auton edessä, talven tullen siirrytään rekiin. Koiria ei kouluteta rankaisemalla vaan palkitsemisen kautta. Sanallisia käskyjä hyödynnetään. Koiria puhutellaan aina niiden omilla nimillä ja jokainen koira tunnistaa nimensä. Treeneistä pidetään kirjaa. (Sassali 2018.)

### 5.6.1 Havaintoja koiratarhalta

Olen elänyt Kota-Huskyn rekikoirien rinnalla vuoden kierron ajan ja nähnyt, miten koiria kohdellaan sekä kuivan maan aikana, että kiireisellä sesongilla lumen saavuttua. Olen myös asunut yrittäjäperheen kotona koko suoritetun työharjoittelun ajan. Suoritin havainnointia käyttäen pohjana samaa etukäteen luomaani havainnointilomaketta (liite 1). Koin, että on tärkeää havainnoida sekä sulanmaan aikaan, että lumisella ajalla, sillä näkökulmani tässä työssä on vastuullisuus. Havainnoinnin aikana tein muistiinpanoja puhelimeeni, havainnointilomake oli minulla mukana paperisena versiona jokaisella kerralla.

Kota-Huskyn koiralauma koostuu pääasiassa siperianhuskyista. Kuva 1 näyttää hyvin kahden pohjoisen rekikoiran ulkonäölliset eroavaisuudet. Kaikki opinnäytetyössä esiintyvät valokuvat olen itse ottanut tilaajaorganisaation aidossa ympäristössä. Teksti on yhteenveto havainnointikertojen aikana tekemistäni muistiinpanoista.



Kuva 1: Vasemmalla siperianhusky Pihka, oikealla alaskanhusky Sirius.

Kota-Huskyllä eläköityneet koirat kulkevat vapaana aidatussa pihapiirissä (kuva 2), muutama koira asuu sisällä kotitalossa ja loput asustavat tarhalla, joka sijaitsee kodin yhteydessä. Vanhat koirat saavat viettää rauhassa eläkepäiviään, niiden elintila on laaja ja ne saavat elää niin pitkään kuin kivuttomasti on mahdollista. Eläinlääkäri tarkastaa koirien kunnan säännöllisin väliajoin. Vanha navetta on kunnostettu koirien kodiksi ja navettahäkeistä pääsee sekä sisälle että ulkoilmaan. Osa häkeistä sijaitsee kokonaan ulkona. Kaikissa häkeissä on tilaa vähintään kahdelle koiralle, osassa kolmelle. Jokaisella koiralla on oma koirankoppi, jonka pohjalla on olkia. Koppi suojaa erilaisilta sääolosuhteilta, eivätkä kopit ole kosteita sisältä. Koirat pääsevät halutessaan varjoon. Tarhat siivotaan päivittäin ja kuivikkeet vaihdetaan kokonaan uusiin säännöllisesti. Häkkien pohjalla käytetään kutterinpurua.



Kuva 2: Vuonna 2005 syntynyt koira nimeltä Hera pihalla vapaana.

Sulan maan aikaan koirilla on jatkuvasti tarjolla vettä. Kesäkuukausina huolehditaan, että vesi on raikasta ja sitä on riittävästi, juoma-astioita puhdistetaan säännöllisesti. Talviaikaan koirille juotetaan lisäksi lihalientä, riittävän nesteytyksen takaamiseksi. Talvikuu-kausina koirat syövät enemmän kuin kesäkuukausina. Ruoka on laadukasta, yhdistelmä kuivaruokaa ja lihaa. Talvikuu-kausina ruoka tarjoillaan lämpimänä.

Tekemieni havaintojen perusteella totean, että jokainen koira tunnetaan henkilökohtaisesti eikä eläintä nähdä välinearvona. Pentuja syntyy vain tarpeeseen, ja pystyn teke-

mään johtopäätöksen, että jokainen koira saa kasvaa laumassa viimeiseen hengenvetoon saakka. Koirien sairaudet hoidetaan asianmukaisesti, ja kipeä koira saa tarvitsemaansa lepoa, hoitoa ja huomiota. Koira otetaan tarvittaessa sisälle kotitaloon sairasloman ajaksi. Kunnan eläinlääkäri tutkii koirat säännöllisesti, hoitaa rokotukset ja tarvittaessa suorittaa eutanasian. Jokainen laumanjäsen saa elää täysipainoista elämää niin pitkään kuin jalat kantavat.

Lajityypillinen käytös sosiaalisuuden osalta toteutuu myös lumettomaan aikaan, kun sosiaaliset koirat saavat viettää aikaa sekä lajitovereidensa että ihmisten kanssa. Koirat päästetään häkeistä ulos lähes joka päivä (kuva 3), vuoden ympäri. Kota-Huskyllä on kolme isompaa niin sanottua juoksutarhaa, joihin kuhunkin voidaan ottaa yhtä aikaa esimerkiksi 10–15 koira vapaasti temmeltämään toistensa kanssa. Koirat sosialisivat mahdollisimman monen kanssa eivätkä vietä häkkiaikaa aina saman parin kanssa. Tästä syystä yhteinen valjakkotyöskentelykin helpompaa. Koirat ovat tottuneet olemaan teemisissä toistensa kanssa.



Kuva 3: Koiria juoksemassa vapaana juoksutarhassa.



Lähes kaikkien safareiden lähtöpisteenä toimii yrityksen kotipaikka. Silloin asiakkaat pääsevät tutustumaan elinoloihin ja tarhakierros sisällytetään tuotteisiin automaattisesti. Tammikuussa 2018 olimme ajattamassa asiakkaita Rukalla ja ryhmä virheellisesti luuli, että yrityksen toimipiste sijaitsee siellä ja koirat asuvat kuljetushäkeissä pysyvästi. Tällaisten väärinkäsitysten poistamiseksi on hyvä, että asiakkaat näkevät todellisuuden, eivät ainoastaan kuule puhuttavan siitä.

Talvipäivänä tehdystä havainnoinnista selviää, että asiakkaille annetaan ajo-opetus aina ennen safarille lähtöä. Opetuksen aikana puhutaan asiakkaiden turvallisuuteen vaikuttavien asioiden lisäksi myös koirien hyvinvoinnista ja turvallisuudesta. Asiakas voi itse ajajana toimiessaan vaikuttaa merkittävästi koirien turvallisuuteen esimerkiksi jarruttamalla, kun tarve vaatii. Työntekijät vastaavat esitettyihin kysymyksiin. Kokemusteni mukaan asiakkaat esittävät runsaasti kysymyksiä koirien elämästä. Lähes poikkeuksetta kysytään esimerkiksi sitä, mitä koirat tekevät silloin, kun lunta ei ole.

Koirat vaikuttavat tyytyväisiltä ja ovat innokkaana sekä lähtöpaikalla, että safareiden aikana pidetyillä lyhyillä tauoilla. Koirat ottavat kontaktia ja tulevat luokse. On silminnähdessä havaittavissa, että koirat nauttivat juoksemisesta ja vetämisestä (kuva 4).



Kuva 4: Johtajakoirat Kerttu ja Joukahainen innokkaana lähdössä.

Havainnoista käy ilmi, että työntekijät huolehtivat tarhan ja koirien kirjanpidosta. Kaikki eläimiin liittyvät asiat kirjataan ylös tarhakirjaan ja -kalenteriin. Näin ollen pysytään tietoisina esimerkiksi koirien kiima-ajoista, rokotuksista ja mahdollisesta poikkeavasta käytöksestä. Koirien luonteenpiirteiden lisäksi yrityksen työntekijät tietävät perusasiat, kuten osaako kyseinen koira kiivetä ja onko koira leikattu vai leikkaamaton. Koirien kulloisenkin kiima-ajan näkee nopeasti häkin oveen laitettavasta punaisesta nauhasta. Lisäksi häkeissä on koirien nimikyltit. Jokainen koira tuntee itsensä nimeltä (kuva 5). Koirien tarhapaidat ovat ennalta mietittyjä suhteessa koirien keskinäisiin suhteisiin.



Kuva 5: Hetki ennen asiakkaiden saapumista ja safarille lähtöä. Koirille on puettu valjaat työntekijöiden toimesta. Jokainen koira istuu alas ja kuulee nimensä, ennen kuin pääsevät vuorotellen tarhan ovesta ulos ja eteenpäin safareiden lähtöpaikalle. Koirat ovat innokkaana lähdössä, kaikki ovat kerääntyneet oven läheisyyteen.

Tarhakirjasta sekä varta vasten tehdystä huoneentaulusta voi tarvittaessa tarkistaa koiriin liittyvät kyseiset asiat. Huoneentaulut sijaitsevat kodin seinällä. Seinältä löytyy myös viikko-ohjelma, mistä näkyy jokaisen päivän safarit kilometreineen ja ryhmäkokoineen. Asiakkaat vierailevat kotitalossa lähes poikkeuksetta, eli kaikki edellä mainittu koiriin liittyvä tieto on asiakkaiden nähtävillä. Esimerkiksi viikko-ohjelmaa tarkastellessaan myös

asiakas näkee omin silmin, kuinka paljon koirat juoksevat viikon aikana ja onko vapaa-päiviä tiedossa. Mielestäni tämä tukee vastuullisuutta. Muiden tietojen lisäksi myös koirien rokotuskortit, passit ja muut viralliset paperit pidetään yhdessä paikkaa. Talossa on aina paikalla joku, joka tietää, mistä koiriin liittyvät tarkemmat tiedot ovat löydettävissä.

Opiskelemani teorian, tekemiäni havaintojen sekä saamani työkokemuksen perusteella totean, että Kota-Husky toimii lähtökohtaisesti vastuullisesti. Vaikka tämän opinnäytetyön tarkoituksena on luoda uusia tuotteita lumettomalle ajalle, ei sitä voi mielestäni tehdä huomioimatta mitä yrityksessä tapahtuu vuoden ympäri.

## 6 Tuotekehitys

Nyt kun vastuullisuusasioita on käsitelty, siirryn varsinaisen tuotekehityksen ja tuotteistamisen prosessien pariin. Tuotekehitykseen liittyvä teoriaosuus ilman näkökulmia elämyksellisyyteen ei mielestäni anna tarpeeksi lähtökohtia rekikoirayritykselle luotavien uusien tuotteiden pohjaksi. Kaikki mikä liittyy rekikoiriin, on mielestäni jo lähtökohtaisesti elämys – kunhan sen osaisi pukea sanoiksi ja tuoda esiin. Elämyksellisyyteen liittyvät asiat voivat toimia oleellisena osana esimerkiksi markkinointimateriaalia ja tuotekuvauksia laadittaessa. Tämän vuoksi käsitelen tuotteistamisen prosessien liittyvien teoriakohden jälkeen myös elämyksen elementtejä.

Kasvavien matkailijamäärien myötä kysyntä lisääntyy. Kasvun rajallisuus ohjaa matkailutuotteiden kehittämistä ja toteuttamista. Lapissa matkailu keskittyy pitkälti matkailukustusten ympärille. Yrityksissä tarjotaan toisiaan muistuttavia palveluja ja tästä paljoudesta pitäisi pystyä erottumaan edukseen. (Kairamo 2006.)

Pienissä yrityksissä tuotteistaminen on osana joka päiväistä arkea. Muutokset ovat usein pieniä ja tapahtuvat huomaamatta. Tuotekehitystä ei voi tehdä muusta maailmasta irrallaan, sillä tarve uusien tuotteiden luomiseen tulee ulkopuolelta, paikallisesti tai globaalisti. Siinä missä tuotekehitystä suoritetaan esimerkiksi olosuhteiden pakosta, kuten muuttuneen toimintaympäristön myötä tai yhteiskunnan paineesta, voidaan tuotekehityksellä yhtä lailla muokata ympäröivää maailmaa. Tuotekehityksen avulla voidaan luoda huomista tekemällä ratkaisuja jo tänään. (Carcía-Rosell, Kylänen, Pitkänen, Tekoniemi-Selkälä & Vanhala 2010.)

Tuotekehityksen lähtökohtana on toimintaympäristön tunnistaminen ja ymmärtäminen.

Ympäristöä ei tule nähdä ulkopuolisena haasteena vaan liiketoimintamahdollisuutena. Hyvässä, toimivassa tuotekehitystyössä ei reagoida muutoksiin, kun muutoksia tulee, vaan pyritään ennakoimaan ja tunnistamaan asiat, jotka pysyvät. (Carcía-Rosell ym. 2010.)

Tavoitteen selkeyttäminen on aina tuotteistamisprosessin lähtökohta. Tuotteistajan tulee kysyä itseltään, mitä tuotteistamisella varsinaisesti tavoitellaan. Tarve näyttäytyy erilaisena eri näkökulmista, joten on tärkeää selkeyttää ajatukset eri toimijoiden kanssa. Tavoitteiden asettamisen jälkeen määritellään nykytilanne sekä hankitaan tietoa ja materiaalia, jotka toimivat uuden palvelun tai tuotteen rakennusaineena. Kun palaset ovat kohdallaan, on tärkeää pyrkiä ravistelemaan näkemyksiä ja katsoa asioita mahdollisimman monelta eri kantilta. Monesti vakiintuneet käytänteet tai ajatusmallit estävät uusien innovatiivisten toimintamallien syntymistä. Itse tuotteistaminen, eli asioiden auki kirjoittaminen on loppujen lopuksi pieni osa tuotteistamisprosessia. Monipuolinen lopputuotosten arviointi auttaa jatkokehitystyössä. On tärkeää, että arviointiin voisivat osallistua ne, kenen työhön tuotteistaminen tulee vaikuttamaan. (Tuominen, Järvi, Lehtonen, Valtanen & Martinsuo 2015, 5.) Tässä kohtaa olisi tärkeää pystyä tekemään perspektiivivaihdos: miten tuote näyttäytyy eläimen näkökulmasta?

Tuotekehitystyö on pitkälti asioiden sanoittamista ja asioiden jäsentelyä omassa mielessä. Sen sijaan, että yrittäjä määrittäisi toimialansa kapeasti, perinteisellä tavalla, tulisi työtään osata katsoa laajemmin, markkinoiden ehdoilla. Uudet kategorisoinnit sekä asiakassegmenteissä että markkinoissa auttavat tuotekehittäjää elämään maailmanlaajuisten toimialasiirtyjien kanssa. Liiketoiminnan ja uuden tuotteen voi ajatella laittavansa myyntiin perinteiden, vapauden, toivon ja muutosten markkinoille perinteisten markkinointikategorioiden sijaan. Merkityssisältöiset markkinat luovat kilpailuetua. (Carcía-Rosell ym. 2010.)

## 6.1 Hyödyt

Kun uuden tuotteen tai palvelun tuotteistaminen aloitetaan, on hyvä miettiä ensisijaisia tavoitteita ja pohtia, minkälaista hyötyä tuotteistamisen kautta saadaan. On selvää, että onnistunut tuotteistaminen luo kilpailuetua, sillä tuotteistamisen myötä esimerkiksi myynti- ja markkinointi helpottuu. Kilpailuedun lisäksi tuotteistamisprosessin myötä saavutetaan myös seuraavia hyötyjä Tuotteistamisen käsikirjan (Tuominen ym. 2015 12–13), mukaan:



- Palvelusta tai tuotteesta tulee **tasalaatuinen**. Osaaminen jakaantuu ja toimintatavat yhtenäistyvät. Palvelun laatu ei ole liian henkilöriippuvainen.
- **Toistettavuus** helpottuu. Toimintatapa on yhteinen ja tuotteen vaiheet ovat toistettavissa. Mallit vakiintuvat eikä pyörää tarvitse keksiä joka kerta uudestaan.
- Yhteistyö paranee. Henkilöstön osallistaminen sitouttaa, parantaa yhteishenkeä ja **edistää tiedonjakoa**.
- Palvelun myynti ja markkinointi helpottuvat. On yksinkertaisempaa myydä, kun tietää selvästi, mitä myydään. Yhteinen ymmärrys yrityksen sisällä helpottaa sekä sisäistä- että ulkoista viestintää. Tuotteistamisen perusteella syntyneet materiaalit ja palvelukuvaukset **helpottavat markkinointia** myös asiakkaille.
- Tuotteistamisen perusteella riippuvuuksien ja synergioiden tunnistaminen helpottuvat. **Ymmärrys palvelun roolista** ja linkittymisestä muihin palveluihin ja yrityksen sisäiseen strategiaan on selkeämpää.
- **Jatkokehittäminen on helpompaa**. Tuotteistamisella pyritään luomaan yrityksen sisälle yhteinen kieli ja ymmärrys, joka jatkossa toimii pohjana kehittämistyölle. (Tuominen ym. 2015.)

Tuotteistamisessa voidaan erottaa toisistaan kaksi eri tasoa; ulkoinen ja sisäinen. Ensiksi mainitussa pohditaan asiakkaille näkyviä peruselementtejä, niiden kuvaamista ja kiteyttämistä. Näitä ovat esimerkiksi palvelukuvaukset ja myyntimateriaalit. Sisäinen tuotteistaminen on tuotannon yhdenmukaistamista, palveluprosessin ja toimintatapojen kuvaamista ja määrittämistä. Asiakasnäkökulmasta tulee miettiä, että miten palveluprosessi näyttäytyy asiakkaalle. Tuotteistaminen ei ole sama asia kuin standardointi, asiakaskohtainen räätälöitävyys kuuluu palveluiden perusluonteeseen. Tavoitteena tulee olla tasapainon löytäminen räätälöinnin ja vakioinnin välille. (Tuominen ym. 2015, 5.)

Toimialarajoja rikkomalla voidaan luoda kilpailuetua yhdessä eri osapuolten kanssa. Näennäiset kilpailijat voivat olla toistensa kantava tekijä pitkällä aikavälillä, jos asiaa osataan katsoa alusta asti eri tavalla. Toimialojen uudelleen hahmottaminen ei tarkoita ai-



noastaan oman yrityksen verkosto- ja aluetasolla tapahtuvaa ajatustyötä. Mitä laajemmassa mittakaavassa rikkoo rajoja, sen enemmän voi saavuttaa. Katseet voi kääntää koko globaaliin toimintaympäristöön. (Carcía-Rosell ym. 2010.)

Tuotteistamisprosessin päätteeksi uudet tuotteet kirjoitetaan auki. Jo alkupuolella on tärkeää pohtia, minkälaista kuvaustapaa haluaa hyödyntää yhteisen näkemyksen kiteyttämiseksi. Palvelut kuvataan usein kaavioina ja manuaaleina. Kuitenkin on olemassa monivaihtoisempia kuvaustapoja, eikä ajatuksia kannata heti tiivistää viralliseksi dokumentiksi. Erilaiset tavat auttavat tuomaan näkökulmat rikkaasti esiin niin, että malli säilyttää merkityksensä. Esimerkkejä erilaisista kuvaustavoista ovat visuaalinen malli, draama sekä tarinallisuuden hyödyntäminen. (Tuominen ym. 2015, 16.) Tämän kehittämistyön aikana toteutettavassa tuotteistamisen prosessissa hyödynnetään tarinallisuutta ja elämyksen elementtejä.

## 6.2 Kulttuurimatkailun peruskriteerit

Visit Finland (2016) on laatinut kriteerit sekä tuotesuositukset kulttuurimatkailun tuotteistamisen tueksi. Kulttuurimatkailu voidaan määritellä lyhyesti siten, että se on matkailijoille suunnattu kulttuurillisia elementtejä sisältävä matkailutuote – esimerkiksi matkailu- ja kulttuuripalvelun yhdistelmä. Tuotteessa tulee kulkea vahvasti mukana paikallisuus ja suomalaisuus. Kuviossa 8 on eriteltyä Visit Finlandin (2016) laatimien kulttuurimatkailutuotteiden kriteerien yläotsikoita, vähintään nämä asiat tulee olla tuotteessa kunnossa ja mietittynä.



Kuvio 8. Kulttuurimatkailutuotteen kriteerejä (mukaillen Visit Finland, Culture Finland 2016).

Palvelu ja henkilökunta tarkoittavat kielitaitoisia, hyvän paikallistuntemuksen omaavia työntekijöitä, jotka ovat perehtyneet asiakkaiden arvoihin ja odotuksiin. Jokaisessa kulttuurimatkailun tuotesisällössä tulee huomioida toiminnan aitous ja autenttisuus; kulttuuriset erityispiirteet tulee tunnistaa ja nimetä myös markkinointiviestinnän tueksi. Saavutettavuus kattaa esimerkiksi perusteellisen ja kattavan nettisivuilta löytyvän (englanninkielisen) tiedon. Tuotteesta pitää löytää helposti ja nopeasti perustiedot; kuvaus palvelusta, hinta ja mitä se sisältää, kesto, saatavuus, aika, paikka ja myyjän tiedot. Hyvä kulttuurimatkailutuote ottaa historiallisen kontekstin huomioon ja ymmärtää sen merkityksen nykypäivässä. (Visit Finland, Culture Finland 2016.)

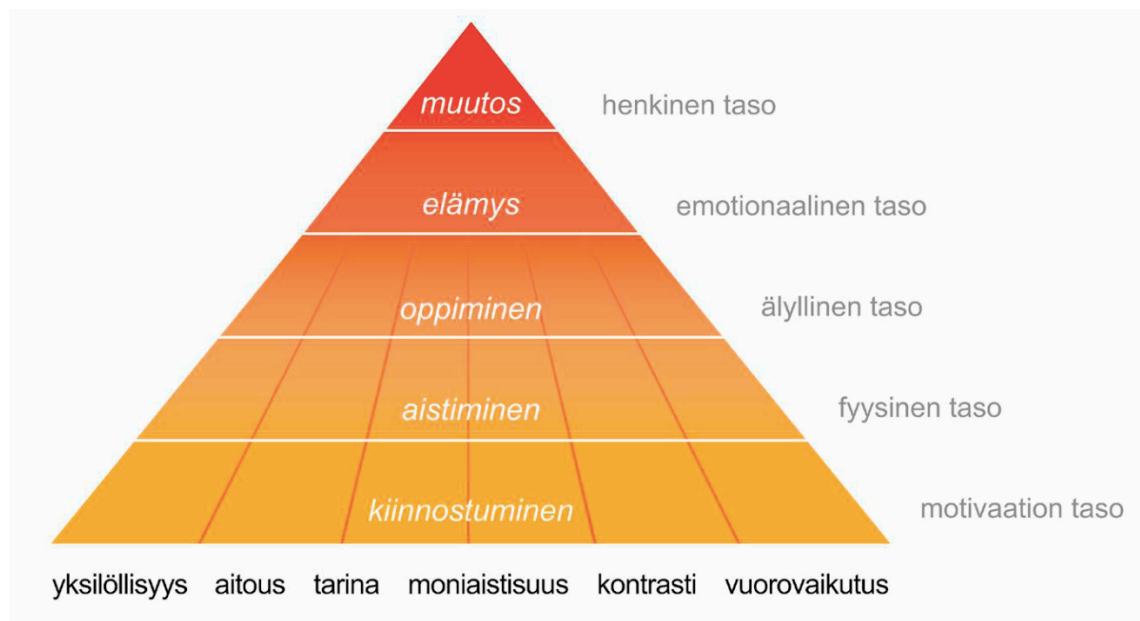
## 7 Tuotteesta elämykseksi

Minä koin, että perinteisiä tuotekehitysmalleja tärkeämpää olisi pohtia elämysten syntyä ja lähestyä mahdollisia uusia tuotteita sitä kautta. Kokemukseni mukaan monet asiakasryhmät saapuvat paikalle juuri uusien kokemusten eli mahdollisten elämysten perässä. Eläinmatkailun puolesta on tärkeää selvittää, minkälaiset asiat tukevat elämyksen syntyä. Yksistään tuotekehitysprosessista ja tuotteistukseen liittyvistä ohjeistuksista olisi voinut jatkaa loputtomiin, mutta päätin jo suunnitteluvaiheessa haluavani ottaa mukaan tietoa molemmista, sekä tuotekehityksestä että elämyksen synnystä.

Perinteisistä tuotteista ja palveluista on pyritty luomaan elämyksiä jo vuosikaudet. Etenkin luontomatkaailussa ja ohjelmapalvelualalla markkinointimateriaaleissa luvataan elämyksiä. (Komppula & Boxberg 2002.) Elämyksen syntyminen on viime kädessä asiakkaan henkilökohtaisesta kokemuksesta kiinni. Elämystä ei voi ennakoida, mutta kokemuksen mahdollistamiseksi on mahdollista luoda puitteet. Asiakkaalle on mahdollista myydä joko yksittäistä tuotetta tai palvelua, tai sitten kokonaisvaltaista elämystä. Palveluissa ja tuotteissa keskeisintä on se, mitä tarjotaan, kun taas elämysten suunnittelussa tärkeintä on miettiä, miten tarjotaan. Silläkin on eroa, mieltääkö palvelunostajan mielessään asiakkaaksi (customer) vai vieraaksi (guest). (Tarssanen 2009; 8–9.) Voisi sanoa, että tuotteen tai palvelun vetäjä luo asiakkaalle elämyksen mahdollisuuden, itse matkailuelämystä ei voi kukaan taata. Itse elämys syntyy kokemuksen ja tuntemusten kautta, monen elementin toteuduttua. Hyvä kokemus ei automaattisesti ole elämys.

## 7.1 Elämyksen elementit

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on kehittänyt palveluiden kehittämisen tueksi elämyskolmio –mallin, joka yhdistää asiakkaan kokemukset ja tuotteen elementit samaan viitekehykseen. Elämyksen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. (Tarssanen 2009.) Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on nykyisin markkinointi- ja viestintätalo House Of Lapland (YLE 2015). Poimin elämyskolmiosta eriteltäväksi ne asiat, mitkä tukevat juuri tätä kehittämistyötä. Lisäksi avaan tässä luvussa kanssatuottajuutta, mikä mielestäni tukee elämyksen syntyä.



Kuvio 9. Elämyskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, 2009.)

Mielestäni tilaajaorganisaation kannattaa paneutua elämyksen elementteihin uudestaan juuri ennen tuotekuvausten laatimista eli tuotekehitysprosessin loppupuolella. On hyvä, että jo kuvauksista tulisi ilmi tuotteiden monipuolisuus ja tuotekuvauksissa hyödynnetään esimerkiksi tarinallisuutta.

Tuotteiden tulee olla muuntautumiskykyisiä, työntekijöiden osaamistason vastata nykypäivää ja kestävän kehityksen olla huomioitu. Vaikka varsinaisesti elämyspaketteja ei lähtisikään rakentamaan, voi olemassa olevia palveluita jalostaa ja tarkastella eri elämysteorioiden, kuten elämyskolmion kautta. (Tarssanen 2009.) Elementit on kuvattu tarkemmin alla.

### 7.1.1 Yksilöllisyys

Täysin samanlaista tuotetta ei löydy muualta. Asiakaslähtöisyys, joustavuus ja mahdollisuus räätälöityyn tuotteeseen. Asiakkaan tarpeet ja toiveet otetaan huomioon. Yksinkertaistettuna tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että ohjelmassa on jouston varaa. Osallistujat voivat toteuttaa omia mieltymyksiään esimerkiksi aktiviteettien haastavuuden osalta. Räätälöinnin astetta voidaan lisätä loputtomiin, mutta pienilläkin muutoksen mahdollisuuksilla on merkitystä. (Tarssanen 2009, 12.) Jo nyt Kota-Huskyn toiminnassa on talvituotteiden osalta räätälöinti mahdollista. Yrittäjä vastaa resurssien puitteissa toiveisiin ja pyrkii tekemään tuotteista helposti saavutettavia ja joustavia. Mielestäni räätälöintiä ja asiakkaiden toiveiden toteuttamista pitää toteuttaa ainoastaan silloin, kun se tukee eläinten hyvinvointia – tai ei ainakaan toimi hyvinvointia alentavana tekijänä. Esimerkiksi äkilliset muutokset saattavat olla stressaavia työntekijöiden lisäksi myös koirille. Toisaalta, jos asiakas toivoo esimerkiksi lähtöpaikan olevan jossain muualla, kuin yrityksen kotipihassa, voi tämä olla satunnaisesti toteutettuna koirille myös mukavaa vaihtelua. Pieni muutoksen mahdollisuus on esimerkiksi talvituotteiden osalta olemassa yrityksessä jo siten, että asiakas itse valitsee reitin pituuden sekä sen, ajaako itse vai istuuko kyydissä. Tuotteita on saatavilla eri haastavuusasteissa.

### 7.1.2 Aitous

Yksinkertaisimmillaan aitoudella tarkoitetaan alueen todellisen elämäntavan ja kulttuurin toteutumista. Autenttisuuden määrän määrittää viime kädessä asiakas itse; tuote on aito, jos asiakas kokee sen niin. Jos tuottaja kokee palvelun tai tuotteen luontevaksi osaksi omaa, paikallista identiteettiä, voi aitous välittyä myös asiakkaalle. Tuotteen tuleekin perustua tekijöihinsä. Kulttuuriseettinen kestävyys on osa autenttista tuotetta. Eettinen tuote ei pyri hyötymään etnisten ryhmien kustannuksella tai muuten loukkaa eri kulttuuriryhteisöjä. Käytännönläheisenä esimerkkinä Lapista se, että saamelaisidentiteetillä rahastaminen ei ole eettisesti oikein. (Tarssanen 2009, 12–13.)

Koen erittäin hyväksi sen, että Kota-Huskyltä asiakkaille tarjotaan mahdollisuus vierailta yrityksen kotona. Se lisäarvo, mitä asiakkaat saavat, kun pääsevät tutustumaan lappilaiseen kotitaloon, on mieleton. Monelle ulkomaalaiselle asiakkaalle vierailuhetki voi olla ainoa kontakti aitoon elinympäristöön. Oman kokemukseni perusteella voin sanoa, että asiakkaat ovat erittäin kiinnostuneita siitä, minkälaista arkea paikassa eletään, kuinka kaukana lähimmät naapurit sijaitsevat ja minkälaisiin työpaikkoihin alueella työllistytään.

Oikea, todellinen elämä kiehtoo ihmisiä. Kesätuotteiden osalta voisi pohtia myös mahdollisuuksia kotivierailuihin. Toki ymmärrän, että ympärivuotinen, jatkuva asiakkaiden läsnäolo omassa kodissa voi olla myös stressaavaa.

### 7.1.3 Tarina

Tarinankerronta on yhtä vanha kuin ihminen itse. Ihmisillä on luontainen tarve jakaa kokemuksia, viihtyä, nauraa ja kohdata toisia. Tarinoita on kerrottu aina, ainoastaan tapa ja paikka ovat muuttuneet. Nyky-yhteiskunnassa tarinankerronta on valjastettu kaupallisiin tarkoituksiin. Elämyksen elementtien ja tarinallistamisen kautta yritykset tavoittelevat myynnin kasvattamista. Kuitenkin tarinalähtöisyys voi toiselta katsontakantilta olla mahdollisuus tehdä maailmasta merkityksellisempi ja inhimillisempi. (Kalliomäki 2013, 7–9.)

Kalliomäen (2014) mukaan tarinaa ei kerrota, se koetaan. Jokainen tuote ja palvelu voidaan käsikirjoittaa edelleen tarinaksi, joka tukee elämyksen toteutumista. Jotta yksittäinen palvelu voidaan tarinallistaa, tulee pohjalla olla yrityksen oma tarinaintiteetti. Jos yksi hyvä tuote on saatu auki kirjoitettua myyvään tarinalliseen muotoon, mutta tarina on irrallaan yrityksen muusta toiminnasta, ei elämyksen toteutuminen ole todennäköistä. Tarina tarvitsee näyttämön. (Kalliomäki 2014.)

Mielestäni tarina toimii parhaiten silloin, kun se tuntuu äärimmäisen todelliselta – tai silloin, kun se tuntuu mahdollisimman epätodelta. Jos tarina on valju, ei sen käytöstä taida olla vastaavaa hyötyä. Yksittäisten tarinoiden sijaan olisi hyvä, että yrityksellä olisi suuri kehyskertomus, jonka sisälle esimerkiksi tuotekuvaukset, eli tarinat, istuvat. Kota-Huskyllä on valmiiksi kaikki ainekset todenmukaista, mielenkiintoista kehyskertomusta varten. Tämän hetkiset talvituotteiden kuvaukset on kirjoitettu tarinalliseen muotoon sekä englanniksi, että suomeksi. Kuitenkin varsinainen kehyskertomus on sanallistamatta. Tämän voisi toteuttaa yrityksen nettisivujen lisäksi esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa ja Instagramissa.

Jotta kokemuksesta tulee mukaansatempaava, tulee kokonaisuuden eri elementit sitoa toisiinsa esimerkiksi yhtenäisen teeman tai tarinan avulla. Aito, onnistunut tarina antaa kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja asiakkaalle syyn tuotteen ostamiseksi. (Kalliomäki 2014.) Tarssanen (2009) nostaa esimerkiksi sen, että asiakkaiden kanssa ei lähdetä pilkille pelkästä pilkkimisen oppimisen ilosta, vaan asiakas vakuutetaan tarinan

avulla siitä, että juuri hänen kannattaa opetella pilkkimisen jalo taito. Läheisestä kalastuspaikasta voidaan tarinan avulla rakentaa mystinen paikka ja saadulla saalilla voi olla erityinen arvo. Hyvässä tarinassa on faktan ja fiktion elementtejä. (Tarssanen 2009.)

#### 7.1.4 Moniaistisuus

Näkö-, maku-, haju-, kuulo- ja tuntoaisti ovat ihmisen viisi perusaistia. Saariahon (2005) mukaan näköaisti on edellä mainituista kaikista tärkein. Moniaistillisuudella tarkoitetaan kaikkien aistiärsykkeiden huomioimista halutun teeman vahvistamiseksi. Ärsykeitä ei kuitenkaan saa olla liikaa, tai ne eivät saa olla vallitsevia, muuten kokonaisvaikutelma voi kärsiä. (Tarssanen 2009.)

Mahdollisuus kaikkien aistien käyttöön on yrityksen elinympäristössä luontaisesti olemassa. Mielestäni ympäristö tarjoaa elämyksiä pelkästään sillä, että aistii kaiken, mitä tapahtuu, ilman että varsinaisesti tekee mitään: Ilmassa tuoksuu nuotiosta nouseva savu, edessä on laskeva aurinko ja lukemattomat sinisen eri sävyt. Kämmenen alla paksu turkki, joka tuntuu lämpimältä, kun koira painautuu sinua vasten. Yksi aloittaa, kaikki yhtyvät; lähes kahdeksankymmenen koiran lauma aloittaa ulvonnan, eikä yhtäkkiä maailmassa ole mitään kauniimpaa. Edessä, puisella lautasella on takapihalta kerättyjä hilloja ja Lapin leipäjuustoa, jotka pian sulavat suussa.

#### 7.1.5 Kontrasti

Tuotteen on poikettava asiakkaan arjesta. Kontrastilla tarkoitetaan erilaisuutta, eksoottista ja uuden kokemisen tunnetta. Erilaisen kokeminen mahdollistaa toiseuden ja oman itsensä näkemisen uudesta näkökulmasta. Myös kontrastin toteutumisen suhteen yksilöllisyys on huomioitava; Yhden eksoottinen on toisen tavallinen. (Tarssanen 2009.) Voidaan ajatella, että Lapissa kontrasti on olemassa luonnostaan. Luonnon peruselementit tukevat kontrastin toteutumista; yöttömän yön, revontulien tai kaamosajan kokeminen itsessään voi olla jollekin eksoottista. Kairamon (2006) mukaan asiakas saattaa kontrastien avulla nähdä itsensä erilaisena erilaisessa ympäristössä ja kokea sen myötä muutoksen tunteen, mikä on elämyksen syntymisen yksi tärkeimmistä edellytyksistä.

### 7.1.6 Vuorovaikutus

Vuorovaikutuksella tarkoitetaan tässä kohtaa vuorovaikutusta sekä tuotteen että muiden kokijoiden kesken. Yhteisöllisyyden tunne on oleellinen osa vuorovaikutuksen syntymistä. Ollaan osa yhteisöä, koetaan jotain yhdessä. Myös yksin voi kokea elämyksiä, mutta yhteisöllisissä hetkissä elämyksen toteutuminen on todennäköisempää. Yhdessä koettu on yleisesti hyväksytty ja nostaa tällöin kokijan sosiaalista statusta tai vahvistaa ryhmään kuuluvuuden tunnetta. On tärkeää, että esimerkiksi samalle retkelle osallistuvat asiakkaat esitellään toisilleen. (Tarssanen 2009; Kairamo 2006.) Tuotteesta riippuen asiakas voi kokea olevansa osa useampaa eri yhteisöä. He voivat kokea yhteenkuuluvuuden tunnetta oppaiden kanssa, olevan yksi heistä. He saattavat hetken kokea olevansa osa myös koiralaumaa, tai esimerkiksi olevan aitoja lappilaisia itsekin. Kokemukseni mukaan oppaan käytöksellä ryhmän keskinäistä yhteenkuuluvuuden tunnetta voi vahvistaa.

### 7.2 Kanssatuottajuus

Hyvä, laadukas ja monipuolinen tuote on sellainen, missä asiakkaasta tulee aktiivinen tuottaja passiivisen kuluttajan sijaan. Tätä kutsutaan kanssatuottajuudeksi. Tällöin tuotteet ja elämykset syntyvät yhdessä ja tilannesidonnaisesti sen sijaan, että asiakas ostaisi suoraan tietyn tuotteen tarkkoine ohjelmineen ja kellonaikoineen. (Carcía-Rosell ym. 2010.)

Asiakas maksaa siitä, että pääsee itse osallistumaan ohjelman toteuttamiseen. Aivojen lisäksi keholla on tärkeä rooli elämyskokemuksen tuottamisessa. Sen sijaan että asiakas toimisi ainoastaan vieraana, hän voi toimia itse isännöitsijänä. Oppaan tehtävänä ei tarvitse olla ohjelman toteuttaminen, vaan toimiminen sen varmistamiseksi, että puitteet ovat kunnossa. Tuotekehityksen lähtökohtana voi olla ajatus siitä, että asiakas haluaa itse esimerkiksi oppia syöttämään nuotion tai hakemaan vettä järvestä. On kuitenkin hyvä pitää mielessä, että osa asiakkaista ovat ja tulevat aina olemaan sellaisia, jotka haluavat kaiken valmiina. (Carcía-Rosell ym. 2010.)

Mielestäni myös kanssatuottajuuden mahdollistamisessa räätälöinnillä on iso merkitys. Kuten todettu, asiakkaiden toiveet monesti eroavat toisistaan, eikä näin ollen esimerkiksi liiallinen käytännön tekeminen sovi kaikille. Ihmiset ovat jo lähtökohtaisesti hyvin erilaisia ja kokemukseni mukaan monet tekevät, mitä rekikoirien ympärille liittyy, ovat fyysisesti

raskaita. Tuotteet olisi helppo rakentaa täysin kanssatuottajuuden näkökulmasta, mutta jo suunnitteluvaiheessa tulisi ottaa huomioon yksilölliset erot esimerkiksi ihmisten fyysisessä kunnossa ja mielenkiinnon kohteissa. Esimerkiksi minä henkilökohtaisesti nautin nimenomaan aktiivisista, fyysisesti haastavasta tekemisestä. Olen aktiivinen osallistuja, lomallakin. Joku toinen saattaa karttaa vapaa-ajallaan kaikenlaista ylimääräistä ponnisteluja ja haluaa lomalla päästää irti suorittamisen paineista ja esimerkiksi päätöksenteosta. Kuitenkin nämä erilaiset ihmistyytit saavat tavoitella samankaltaista kokemusta – vaikkapa jotain, mikä vahvistaa luontosuhdetta ja kartuttaa erätaitoja. Jos samaan ryhmään tulee ihmisiä eri paikoista, on mahdollista, että yhden asiakasryhmän sisällä on eri asioita toivovia ihmisiä. Koen, että tämä on haaste, mihin palveluntarjoajan tulisi pystyä vastaamaan.

Ihmiset kiinnittyvät vahvasti arvoihin ja merkityksiin ja ottavat eteen tulleet kokemukset vastaan kokonaisvaltaisesti. Kuitenkin ihminen vaihtaa mieltymyksiään jatkuvasti. Mieli elää muutosta. Matkailijalle matka on ennen muuta matka omaan itseensä, elämäntapaansa ja yhteisöön, minkä sillä hetkellä kokee omakseen. Aina uutta luodessa tulee punnita, miten palvelun tarjoaja voisi tukea asiakasta näissä pyrkimyksissä. (Carcía-Rosell ym. 2010.)

## 8 Hiljaisen sesongin tuotteet

Kota-Husky OY:n hiljainen sesonki tarkoittaa lumetonta aikaa, eli 6-8 kuukautta vuodesta. Yrityksen koko liikevaihto kertyy käytännössä talviaikana. Kuitenkin sama määrä nelijalkaisia asuu samassa pihassa vuoden ympäri, kaivaten yhtä lailla ihmisten huomiota myös turistikauden ulkopuolella. Kokemukseni mukaan koirien perustarpeiden tyydyttäminen ja hyvien elinolojen takaaminen elinympäristön osalta on suhteellisen yksinkertaista eikä ole nykyisen laumakoon vuoksi erityisen aikaa vievää – siis silloin, kun kyseessä on nimenomaan ainoastaan perustarpeet, eli ruoka ja puhdas koti. Yksilöllisen huomion tarjoaminen ja sosiaalisten kokemusten mahdollistaminen sen sijaan ottavat aikansa ja vaativat työntekijöitä. Koirien ruokinta ja häkkien siivoaminen vievät päivästä ainoastaan muutaman tunnin, kun taas kokemukseni mukaan koirien juoksuttaminen, aktiviteettien tarjoaminen ja yksilöllinen huomio vaativat vähintään kokonaisen työpäivän – mitä enemmän tunteja on antaa, sen parempi.



Sama pohjoinen luonto, elämäntapa ja koirien seikkailuhenki ovat yhtä lailla olemassa keskikesällä kuin sydäntalven kovassa pakkasessakin. Keskikesän mahdollinen kuumuus tuo uusien tuotteiden ideointiin ja kehittämiseen omat haasteensa. Kesä yleisesti on kaikista hiljaisinta aikaa myös tarhalla: rekikoirat viettävät ansaittuja lomapäiviä kaikenlaista yleistä rehkimistä ja kehon ylikuumenemista vältellen. Kuitenkaan mielestäni ei saa olla niin, että aktiiviset ja sosiaaliset elävät olennot viettävät kuukausia niin sanotusti tylsyydessä, ilman sen merkittävämpiä ihmiskontakteja.

Varsinaisia asiakkaille tarjottavia tuotteita lähestyin sekä itselleni karttuneen tietopohjan, työkokemuksen ja yrittäjän kanssa käydyn haastattelun kautta. Lisäksi aiheen tiimoilta on käyty lukuisia avoimia keskusteluita yrityksen kotona sekä asiakkaiden että työntekijöiden kanssa.

Olen työskennellyt yrityksen toiminta-alueen matkailuyhdistyksessä nimenomaan lumetomalla ajalla kokopäiväisenä työntekijänä ja sitä myötä kartuttanut tietopohjaa myös alueella liikkuvista matkaajista. Saatujen kokemusten ja matkailuyritysten kanssa käytyjen keskustelujen myötä voin sanoa, että talviaikaan suuriosa matkaajista tulee Hollannista ja Britanniasta, kun sen sijaan kesäkävijät koostuvat pitkälti kotimaan kulkijoista.

## 8.1 Lähtökohdat

Kuten pienyritykselle on tyypillistä, tapahtuu kokemukseni mukaan myös Kota-Huskyn tuotekehitystyö perinteisesti osana jokapäiväistä arkea. Tuotteiden ja palveluiden sisältö muokkaantuu asiakkaiden tarpeiden mukaan. Yrittäjän takaraivolla hioutuu jatkuvasti toiminnan kehittämiseen ja uudistamiseen liittyvät asiat. Sanoisin, että varsinainen ideointityö on käynnistynyt jo vuosia sitten, kauan ennen kuin tämä opinnäytetyö sai alkunsa. Kuitenkin kokemukseni mukaan kaiken kehittämistyön suhteen asia menee monesti niin, että ajatuksista harvemmin tulee valmiita ennen kuin niille varataan erikseen aikaa.

Tämän opinnäytetyön tekeminen aloitettiin syksyllä 2018. Yhdessä yrittäjäperheen kanssa jaoimme toistemme kanssa ajatuksia siitä, mitä lumetomalla kaudella tarjottavat aktiviteetit voisivat olla. Ensimmäisten ideoiden syntyemisestä ei ole esittää mitään kirjallisia lähteitä, sillä kehittämistyö sai alkunsa vapaamuotoisista, avoimista keskusteluista.

Tuotekehityksen tärkeimpiä lähtökohtia olivat vastuullisuus ja se, että tuote on helposti muunneltavissa erilaisiin tarpeisiin ja tuotteen pystyisi tarjoamaan järjestelyiden osalta

lyhyelläkin varoitusaajalla. Tuotekehityksen lähtökohtana ei ole uusien tuotteista saatavan voiton maksimointi. Uudet ideat ja ajatukset voivat olla utopistisiakin, virallisesti myyntiin tulevat tuotteet auki kirjoitetaan vastaamaan yrityksen olemassa olevia resursseja. Uusien tuoteideoiden pohjalla on ajatus siitä, että hyvinvoiva koira on yhtä kuin tyytyväinen asiakas. Näiden ajatusten ympärille lähdin opinnäytetyötä rakentamaan.

Kesä- ja syystuotteita on kysytty Kota-Huskyltä matkanjärjestäjien, paikallisten majoitusyritysten ja myös yksittäisten matkustajien osalta aikaisemminkin, jo vuosien ajan. Sassalin (2018) mukaan alueen matkailijamäärät ovat kasvaneet runsaasti viimeisen kymmenen vuoden aikana, eikä muutosta ole odotettavissa. Tuotteille on tilausta, kunhan lumettoman kauden tuotteet saadaan tarjolle mahdollisimman monipuolisesti eri jakelualustoille. Kota-Huskylle on toiminta-aikansa myötä kertynyt laaja moniammatillinen yhteistyöverkosto, jonka kautta tieto kulkee matkanjärjestäjille asti. Lisäksi täysin uudenlaisia asiakassegmenttejä voidaan pohtia, onhan kyseessä uudet tuotteet. (Sassali 2018.)

## 8.2 Asiakkaat

Suomalaiseen kulttuuriin ja –tapoihin tutustuminen on monelle asiakkaalle tärkeää, jopa ostopäätökseen merkittävästi vaikuttava elementti. Visit Finlandin (2014) mukaan mökkiloma on monen tänne matkaavan toivelistalla ja yksi mahdollisuus erottautua tarjonnan paljoudesta on se, että mökin vuokraajana on isäntä itse – ei vaikkapa välittäjäyrityksen työntekijä.

Suomen matkailun edistämiskeskus Visit Finland (2014) on määritellyt markkinoinnin tärkeimmäksi kohderyhmäksi ”modernit humanistit”, jotka ovat kiinnostuneita ennen kaikkea toiminnan vastuullisuudesta. Moderni humanisti ei odota matkalta mitään erityistä, vaan haluaa kokea suomalaisen elämäntavan ja kulttuurin juuri sellaisena, kuin se on:

”Moderni humanisti on seikkailija ja löytöretkeilijä. Hän on massaturismia karttava, avoin ja utelias matkailija, joka on maailman metropolit jo kertaalleen kolunnut. Nyt modernia humanistia kiinnostaa omaperäinen ja eksoottinen Suomi” (Visit Finland 2014).

Tämän asiakasryhmän mielenkiinnon kohteisiin voidaan luokitella esimerkiksi kalastus, pyöräily, vaellus, paikalliseen elämäntapaan tutustuminen, koiravaljakot, suomalainen ruokakulttuuri sekä rentoutumishoidot. Luontomatkailun kehittämisstrategiassa Visit Fin-

land (2015–2018) nostaa erikseen esille, että ympärivuotisuutta voidaan kohdentaa erityisesti aktiivisille perhe-elämysmatkailijoille. Potentiaalisia kohdemaita ovat esimerkiksi Saksa, Ranska ja Iso-Britannia. (Visit Finland 2015.) Tämä asiakasryhmä sopii talven lisäksi lumettoman ajan tuotteisiin erinomaisesti. Lisäksi kokemuksiin mukaan kesällä kannattaa suunnata markkinointia myös kotimaan matkailijoille, joita alueella on lumetomaan aikaan runsaasti.

### 8.3 Ideointityöpaja

Osana kulttuurituotannon opiskelijoiden tutkimuksellisen kehittämistyön kurssia oli mahdollisuus hyödyntää kanssaopiskelijoiden mielipiteitä oman opinnäytetyön tukena. Minä pidin osuuteni 17.9.2018 Helsingissä. Lähtökohtana työpajalle oli esittää alustavat tuotteideat lähes täysin normaalista asiakaskunnasta poikkeavalle kohderyhmälle. Ideointityöpajaan osallistui yhdeksäntoista helsinkiläistä kulttuurialan opiskelijaa.

Loin ideoinnin tueksi PowerPoint-esityksen. Esityksen alussa virittäydettiin tunnelmaan rekikoirakuvien myötä. Kuvat on otettu yrityksessä kesän 2018 aikana yrityksen fyysisessä toimintaympäristössä Jaksamon kylässä Posiolla.

Kokosin tuotteiden raakaversiot PowerPoint-esitykseen ideointityöpajan tueksi. Menetelmäkokeilun aluksi toteutin assosiaatioharjoitteen, mikä PowerPoint-esityksen lisäksi auttoi kokeiluun osallistuvaa ryhmää virittäytymään tunnelmaan. Jaoin osallistujat neljän hengen ryhmiin, jokaisella ryhmällä oli kaksi minuuttia aikaa kerätä A4-paperille mahdollisimman monta syytä matkustaa Lappiin.

Assosiaatioiden myötä saa osviittaa siitä, minkälaiset asiat kyseisen kohderyhmän (nuori aikuinen, opiskelija pääkaupunkiseudulla, kulttuuriorientoitunut) mielessä yhdistyy Lappiin. Vaikka kokeilu oli lyhykestoinen, tulokset toimivat ideointivaiheen tukena. Assosiaatiotehtävän päätteeksi pyysin ryhmiä nostamaan tekemästään listasta kolme tärkeintä, jotka esitetään tässä dokumentissa vahvennetulla fontilla.

RYHMÄ 1: **Luonto**, lumi, revontulet, söpöt koirat, porot, ruska, tunturit, vaellus, puhdas ilma, laskettelu, talviurheilu, suomalaisuus, Sodankylän elokuvafestivaalit, kullanhoidonta, kalastus, metsästys, **avaruus**, itsensä löytäminen, marjastus, hillat / lakka, valokuvaus, **inspiroituminen**, irtiotto, valo kesällä

RYHMÄ 2: **Husky**, tunturi, **ruska**, poro, sienet, shamaanit, jäämeri, portti Norjaan, mökit, vaellus, lumi, rauha, laskut, hiljaisuus, lordi, joulupukki, tonttu, sauna, avanto, **luonto**, notski, kalastus, revontuli, elokuvafestivaali

RYHMÄ 3: **Luonto, urheilulajit**, porot, revontulet, kotimaanmatkailu, raha pysyy Suomessa, ruska, joulupukki, paluu juurille, tunturit, lapsuuden muistot, lumi, talvi, **ilmastonmuutos**, tikkupulla, kuksakahvi, vaellus, hullu poro, Levi

RYHMÄ 4: Ruska, **luonto**, laskettelu, husky-ajelut, patikointi, joulupukki, joulu, **valokuvaus**, laskettelu, tunturit, Posio, Sodankylä, Muikkumarkkinat, mökki, lyhyt matka rajalle, kalliokiipeily, Film Festival, **rauha ja hiljaisuus**, alkuperäiskansat, kulttuuri, kalastus, kalansyönti, Norjassa käynti, rakkaus, puhdas vesi

Assosiaatiotehtävä toimi varsinaisen ideointityöpajan aloituksena. Kahden minuutin aikana kerätyistä syistä matkustaa Lappiin löytyy toistuvana tekijänä etenkin erilaiset luontoon liittyvät asiat. Se, että taustalla olevassa PowerPoint-esityksessä oli taustalla reiki-koirien kuvia, toimi varmasti osittain ohjailevana tekijänä ryhmäläisten vastauksissa. Lisäksi työpajan pitäjä, eli minä, oli kohderyhmälle ennestään tuttu henkilö ja ryhmäläiset esimerkiksi tiesivät minun juurten olevan Sodankylässä ja koirasafaritöiden Posiolla. Kuitenkin sanoisin, että toistuvana tekijänä luonto voidaan nostaa listoista esiin kyseenalaistamalla asian todenmukaisuutta.

Menetelmäkokeilun toisessa osassa kävin läpi kokoamieni ideoiden raakaversioita. Aluksi ryhmä luki tuotekuvauksen, jonka jälkeen arvioi tuotetta vapaamuotoisemmassa keskustelussa ja lopuksi lyhyesti esitti kommenttinsa kyseisestä tuotteesta kirjallisesti. Lisäksi havainnoin ryhmäläisiä ja seurasin heidän käymiä keskusteluita etäältä. Vaikka tässä kehittämistyössä luon uusia ideoita ja tuotteita kannattavuutta pohtimatta, pyysin ryhmäläisiä pohtimaan, paljonko he olisivat valmiita maksamaan kustakin tuotteesta. Tämä kohta oli työpajassa puhtaasti mielenkiinnon vuoksi. Vaikka otanta on hyvin pieni, sillä työpajaan osallistui ainoastaan 19 henkilöä, voidaan sen perusteella tehdä pieni-muotoisia johtopäätöksiä pääkaupunkiseudulla asuvien opiskelijoiden rekikoiratoimintaan liittyvistä toiveista ja ajatuksista.

Varsinaiseen ideointi- ja arviointityöhön virittäydettiin jälleen PowerPoint-esityksen koirakuvien myötä. Ryhmäläiset suorittivat tehtävän samoissa neljän hengen ryhmissä. Alustussanat diaesityksessä olivat:

Olet matkannut viikoksi pohjoiseen lomailemaan kaveriporukkasasi kanssa. Löydätte netistä koiravaljakko-urheilijan mainostamia retkiä, joista kiinnostutte. Kuitenkin ennen retken varaamista mietitte porukalla, paljonko olisitte maksimissaan valmiita maksamaan kyseisestä tuotteesta ja mietitte, minkälaisia ajatuksia tuotteet yleisesti herättävät.

Yrittäjän kanssa käytyjen vapaamuotoisten keskusteluiden pohjalta olin koonnut työpajaa varten kuusi erilaista ideaa Kota-Huskyn kesä- ja syystuotteiksi. Seuraavissa kappaleissa esittelen ideat otsikkoineen juuri sellaisena kuin ne testiryhmälle näytettiin ja nostan esille työpajaan osallistuneiden kommentteja ja mielipiteitä.

### 8.3.1 Koirien koti

Ensimmäiselle tuotteelle lähtökohtana toimi se, että yksi lumettoman ajan tuotteista tulee varmuudella olemaan tarhavierailuiden järjestäminen. Nimi ”Koirien koti” tulee suoraan yrityksen käyttämästä tunnuslauseesta. Sekä tämä, että myöhemmin esiintyvät alustavat tuotteet on kirjoitettu auki ainoastaan työpajaa varten, ei myynti- tai markkinointimielessä. Tässä kohtaa pitää myös huomioida, että tuoteajatukset ovat ensimmäisiä raakaversioita. Tarhavierailun puin sanoiksi seuraavalla tavalla:

Tervetuloa huskyfarmille, koirien kotiin. Kuulet tarinoita meidän elämästä ja opit asioita rekikoirien elämästä. Tutustut meidän laumaan ja näet, minkälaisissa oloissa koirat elävät. Ymmärrät eettisen koiravaljakkoyrityksen piirteitä ja opit pohjoisen rekikoirien historiasta. Tarinoiden myötä opit asioita oppaan, koiraperheen ja itse huskyjen arjesta. Lopuksi keittelemme kodassa nokipannukahvit. Kesto noin 2-3 tuntia. Mitä olisitte valmiit maksamaan, hinta per henkilö? Tulisitteko? Miksi tulisitte?

Kaikki ryhmät nostivat erikseen esille sen, että hintoja pitäisi olla vähintään kaksi. Normaalihintaisen lisäksi alennusryhmille tulisi olla oma lippunsa. Ryhmistä kaksi laittaisivat normaalihintaiseksi 25 euroa per henkilö, alennusryhmille hieman halvemmin. Keskusteluiden pohjalta esiin nousi se, että opetuksellisuus tuotteissa on tosi hyvä lisä, kunhan se ei tunnu luennoimiselta tai arvojen tuputtamiselta. Tarinallistamisella kuitenkin tärkeät asiat voitaisiin sisällyttää tekemiseen niin, että mielenkiinto asiaa kohtaan säilyy. Työpajaan osallistuneet poikkeuksetta kirjasivat tai sanoivat ääneen, että 2–3 tuntia kuulostaa pitkältä ajalta. Yksi ryhmistä kirjoitti paperille, että kaikista mukavinta olisi se, että ollaan fyysisesti koirien luona ja nähdään asioiden tapahtuvan käytännössä.

### 8.3.2 Ruskaretki

Lyhytkestoinen koiraretkely puettiin Ruskaretki -nimiseksi tuotteeksi. Tausta-ajatuksena oli, että yksi tarjottavista tuotteista voisi olla erittäin helposti järjestettävissä oleva muutamien tunnin kestoisen vaellus, missä asiakkaat kulkevat maastossa koirien kanssa joko

niin, että olisi yksi koira per pari tai kaikilla omat koirat. Tästä tuotteesta olisi voinut kirjoittaa vielä yksinkertaisemman version, johon ei kuulu tarjoiluja ollenkaan jolloin tuotteen maksimikesto olisi esimerkiksi 2 tuntia. Eritelty alustava tuote:

Vaellamme Riisitunturin huipulle, josta näkyy naapurikyliin – ja kauas niiden toiselle puolen. Huipulla keitämme nokipannukahvit ja syömme paikallisia herkkuja samalla kun kuullaan tarinoita rekikoirien elämästä. Vaellettava matka on joko 5 tai 10 kilometriä. Kesto reitin pituuden mukaan 3–5 tuntia. Mitä olisitte valmiit maksamaan, hinta per henkilö? Tulisitteko? Miksi tulisitte?

Yksi ryhmistä nosti vahvasti esille näkökulman siitä, että miksi kukaan maksaisi tällaisesta, kun saman voisi tehdä ilmaiseksikin itse. Sama ryhmä kirjoitti, että jos tähän yhdistettäisiin muita sisältöjä, kuten valokuvausta, eräkokkausta tai yrttitietoutta, olisivat he valmiit maksamaan tästä isoja summia. Hintaa ei kuitenkaan eritelty.

Neljästä ryhmästä kolme nosti esille opetuksellisuuden, eri elementtien yhdistämisen ja retkien teemoittamisen. Tietoretki, valokuvausmatka, historiallinen kävely, marjanpöytä tai eräkokkauskurssi sopisivat työpajaan osallistuneiden mielestä ruskavaelluksen yhteyteen. Yksi henkilö käytti puheenvuoron sanoen, että jos retkeen kuuluisi mielestön lappilainen ruokakokemus tunturin huipulla, hän olisi valmis maksamaan satasen lyhyestäkin vaelluksesta. Muuten hinta pysyi ryhmien kesken lähes samankaltaisena; työpajaan osallistuneet maksaisivat keskimäärin viiden kilometrin vaelluksesta 40 euroa ja kymmenen kilometrin vaelluksesta 60 euroa.

### 8.3.3 Yötön yö

Koiraretkeilyn harrastaminen keskikesällä voi olla haastavaa säiden vuoksi. Sade, kova tuuli tai sumuinen keli ei niinkään ole huonoa keliä, mutta paahtava auringonpaiste sen sijaan on. Koska retkeilyä ei voi harjoittaa kaikista kuumimpaan aikaan, loin päivävaelluksille viileämmän vaihtoehdon, iltana tapahtuvan vaelluksen:

Elämme aikaa, jolloin aurinkokin nauttii elämästä niin, ettei käy ollenkaan horisonin toisella puolella. Lapin kesäyössä vaellamme tunturiin, minkä laelta tähyilemme pitkälle tulevaisuuteen. Lähtö klo 22:00, paluu klo 01:00. Lähtöaika räätälöitävissä toiveidenne mukaan. Mitä olisitte valmiit maksamaan, hinta per henkilö? Tulisitteko? Miksi tulisitte?

Tämä tuote herätti samankaltaisia ajatuksia kuin edeltäjänsä. Työpajaan osallistuneet kaipasivat tuotteeseen muutakin sisältöä kuin pelkkää vaeltamista. Yksi ryhmistä toivoi,

että omat erä- ja retkeilytaidot karttuisivat matkan aikana jotenkin. Paperiin oli myös kirjattu, että tähän voisi liittää muinaissuomalaista mystiikkaa ja tarinoita. Vaelluksen jälkeen pitäisi olla tarjolla majoitusvaihtoehtoja. Yötön yö -nimi aiheutti ”turistiviboja”, ja yksi ryhmä olisi saattanut jättää tulematta pelkän nimen vuoksi. Hintahaarukka pelkälle vaellukselle oli 30–60 euroa. Ryhmä, joka laittoi hinnaksi 60 euroa, oli maininnut, että työntekijälle maksettava erilliskorvaus yötyöstä pitää ottaa hinnassa huomioon.

#### 8.3.4 Yön yli vaellus

Tiesin tuotetta luodessa, että pidempikestoinen vaellus tarvitsee muita tuotteita enemmän runsaasti ennakkovalmisteluita ja retkeilyyn orientoituneen työntekijän. Karttuneen kokemuksen ja saadun teoriapohjan myötä tiedostin myös, että kuljettavan matkan vuoksi olisi hyvä, että tuote kohdennettaisiin enemmän kokemusta omaaville retkeilijöille. Tai sitten tarjolla olisi hyvä olla samasta tuotteesta haastavuudeltaan erilaisia versioita. Vaikka mielestäni kyseessä oli marginaali tuote, halusin sen mukaan työpajaan. Reitiksi valikoitui yksinkertaisesti Riisitunturin kansallispuiston valmis, merkitty reitti. Vielä mielekkäämpää olisi ollut koostaa oma reitti ja saada sen myötä tuotteesta vielä ainutkertaisempi. Yön yli vaellus:

30 kilometrin mittainen matka läpi aapasoiden, kuusimetsien ja tunturilakien, Kirintövaarasta Karitunturin kautta Riisitunturin korkeimmalle kohdalle. Aurinko ei laske, eikä nukkuminenkaan ole pakollista, mutta nelijalkaisten ystävien vuoksi mukana kulkee myös telttä. Mahdollisuus yöpyä myös avolaavussa, koirakaverin vierellä. Kesto 24 tuntia. Mitä olisitte valmiit maksamaan, hinta per henkilö? Tulisitteko? Miksi tulisitte?

Tuote sai selvästi eniten kannatusta ja herätti innostuksen poikkeuksetta kaikissa työpajaan osallistuneissa. Ainoastaan yksi ryhmä epäröi, pitkän vaellusmatkan tueksi tarvittaisiin jykevämmin turvallisuuden takaamista ja lisävakuutteluja siitä, ettei retkellä satu mitään. Pitäisi olla mahdollisuus halutessaan osallistua ruuanlaittoon ja yhtä lailla mahdollisuus olla osallistumatta niin halutessaan. Eräruuissa voitaisiin hyödyntää metsän antimia kuten kasveja ja yrttejä. Yksi ryhmistä nosti esille, että koiriin olisi hyvä tutustua etukäteen ja retken aikana kantamuksia pitäisi olla mahdollisimman vähän. Toinen ryhmä taas toivoi pääsevänsä kokemaan fyysisestikin raskaan ”aidon seikkailun”. Ryhmäläiset laittoivat vaelluksen hintahaarukaksi 150–200 euroa per henkilö. Hintaan vaikuttaisi esimerkiksi reissussa tehtävän ruuan laatu.

### 8.3.5 Vauhdikas koirajuoksulenkki

Minä harrastan koirajuoksua ja koen sen erittäin mielekkääksi tavaksi urheilla. Jo ideointivaiheessa kuitenkin tiedostin, että tämänkaltainen tuote todennäköisesti kiinnostaa vain harvaa. Lisäksi tämän kaltainen tuote voi olla myynnissä ainoastaan, jos joku työnantajista on juoksuharrastaja. Tuote kuitenkin olisi järjestettävissä erittäin nopealla aikataululla. Dia-esityksessä luki:

Valjastamme sinulle rekikoirakaverin, joka kiinnitetään sinulle säädettyyn lannevyöhön ja juoksuhihnaan. Omat hyvät lenkkarit on must! Lenkki ei lähtökohtaisesti ole kevyttä hölkkää, vaan saat valmistautua reippaaseen askellukseen. Retki sopii lähinnä juoksuharrastajille ja vauhdin rakastajille. Koirien lempipaketti! Saat takuuvarmasti uuden ystävän. Pituus 5 tai 10 kilometriä.

Sekä käydystä keskustelusta että ryhmien kirjoittamista perusteluista kävi ilmi, että osallistujien mielestä kyseessä on erittäin marginaaliselle kohderyhmälle sopiva tuote. Vastaukset vaihtelivat ilon kiljahduksista siihen, että yksi osallistujista kirjasi paperille tuotteen olevan hänen henkilökohtainen painajaisensa. Lisäksi osallistujat olivat huolissaan, mitä tapahtuu, jos lenkillä sattuu jotain. Yksi ryhmistä nosti esille, että olisi hyvä, jos vaikka lapset voisi jättää lenkin ajaksi tarhalle niin, että aikuiset voisivat käydä juoksemassa sillä aikaa. Työpajaan osallistuneista kaksi innostui tuotteesta tosissaan, sillä tämänkaltaisella tekemisellä voisi kohottaa omaa kuntoaan huomattavasti. Molemmat näin vastanneet harrastavat aktiivisesti liikuntaa jo ennestään. Hinta vaihteli 10–20 euron välillä.

### 8.3.6 Day as a musher

Sana ”musher” on suomeksi ”koiravaljakon ajaja”, eikä käännös minun mielestäni vastaa alkuperäistä sanaa täysin. Englanninkielisen termin sisälle lukeutuu paljon muutakin kuin pelkkä koiravaljakolla ajaminen. En kuitenkaan keksinyt sanalle parempaa käännöstä ja ”päivä musherina” ei ole suomen kieltä, saati kuulosta hyvältä, joten päädyin kirjoittamaan koko yläotsikon vieraalla kielellä. Minun mielestäni tämä on kaikista mielenkiintoisin ja arvokkain tuote, nimeä ja sisältöä tulee kuitenkin kehittää.

Päiväksi kokeneen oppaan rinnalle, koirien keskelle, osaksi laumaa. Pääset mukaan kaikkiin päivän askareisiin, kuulet tarinoita ja tutustut koiriin. Päivä sisältää vuodenajasta riippuen erilaisia aktiviteetteja; ruokinnan ja perushoidon lisäksi saatat löytää itsesi syystreeneistä, tunturiretkeltä, juokсутuslenkiltä, metsän siimeksestä tai vaikka pentujen ensimmäisistä valjakkokokeiluista.



Yksi ryhmistä kirjasi, että tällaiselle tuotteelle sopisi hyvin vapaaehtoinen maksu. Asiakkaat jättäisivät päivän päätteeksi taloon sen verran, minkä parhaaksi näkevät. Neljästä ryhmästä ainoastaan yksi innostui tuotteesta tosissaan, olivat kirjanneet paperiin tuotteen olevan jo lähtökohtaisesti elämys. Toivottiin, että tästä saisi jonkun todistuksen. Tuotteesta innostunut ryhmä maksaisi 150 euroa henkilöltä, yksi ryhmä teilasi tuotteen kokonaan eikä edes harkitsisi tulevansa, yksi maksaisi omantunnon mukaan ja yksi ryhmistä kirjoitti, että hinnan tulisi elää toteutuneiden aktiviteettien mukaan. Jos ryhmä pääsisi mukaan koiratreeniin, maksaisivat he tuotteesta enemmän kuin normaalisti. Lopuksi ryhmäläiset valitsivat alla näkyvistä (kuva 7) yhden, minkä kokivat tärkeimmäksi. Kuva on suoraan diaesityksestä.



Kuva 7: Ostopäätökseen merkittävimmin vaikuttava asia. Osallistujat valitsivat yhden.

RYHMÄ 1: Kokemuksellisuus.

RYHMÄ 2: Kokemuksellisuus.

RYHMÄ 3: Koirien elinot.

RYHMÄ 4: Kokemuksellisuus.

Viimeisen tehtävän tarkoituksena oli selvittää, onko edellä mainituista sanoista mahdollisesti joku sellainen, mikä nousee muita tärkeämmäksi seikaksi ostopäätöksen hetkellä.

Jokainen ryhmä nosti kokemuksellisuuden tärkeimmäksi asiaksi, ainoastaan yksi ryhmä nosti ensimmäiseksi koirien elinolot. Keskustelussa tuli ilmi, että elinoloja toki pidetään merkityksellisenä, eikä huonoa kohtelua suvaita, mutta lähtökohtana on se, että ihminen saa itse henkilökohtaisesti kokemuksesta jotain irti. Peruskäsitys oli, että eläimiä kohdellaan muutenkin suomalaisissa matkailuyrityksissä hyvin. Ryhmäläiset eivät matkustaisi varta vasten hyvien elinolojen vuoksi – tai niitä tarkastaakseen.

Keskustelussa nostettiin esille se, että jokainen tuote itsessään olisi uusi kokemus kaikille työpajassa olleille. Suurin osa osallistujista ei ollut koskaan käynyt Lapissa ja vielä harvempi oli vierailut rekikoiratarhalla. Nuoret, pääkaupunkiseudulla asuvat kulttuuriosastopiskelijat näkivät itsensä omien sanojensa mukaan potentiaalisena asiakaskuntana. Yksi ryhmäläisistä sanoi, että ei ole tullut ajatelleeksi sitä itsekään, sillä on aina aikaisemmin mieltänyt rekikoiratuotteet turistien asioiksi.

### 8.3.7 Yhteenveto

Mielestäni työpaja oli todella onnistunut. Ajattelin kokeilun jälkeen, että olisi vielä hedelmällisempää tehdä samankaltainen työpaja sellaiselle kohderyhmälle, joka vaikuttaisi lähtökohtaisesti vielä vähemmän potentiaaliselta ostajakunnalta. Kun kehittämistyötä tekee siellä, mihin sitä ei perinteisesti mieltäisi, voi syntyä uudenlaisia oivalluksia ja omat ajatukset saattavat liikahtaa uusille urille perinteisen ajattelutyylin sijaan.

Esittelin työpajaan osallistuneille mahdollisten kesä- ja syystuotteiden ensimmäiset versiot. Kyseessä oli siis todella lyhyet koosteet tuoteajatuksista, joissa ei ole vielä erityisemmin pureuduttu toiminnan tai tuotteen vastuullisuuteen. Kokosin palvelukuvaukset omien ajatusten, yrittäjän kanssa käydyn keskustelun ja kertyneen työkokemuksen myötä.

En toteuttanut vertaisarviointia, joten en pysty osoittamaan, että työpajaa varten koostamani tuoteideat olisivat syntyneet benchmark-menetelmän myötä, mutta on selvää, että näiden versioiden syntymisen taustalla on vaikuttanut muut saman toimialan yritykset. Esimerkiksi Norjassa tekemiäni opintojen aikana tutustuin kymmeneen eri rekikoirayritykseen ja heidän tuotteisiinsa; Siellä hankkimani tieto on varmasti alitajuisesti vaikuttanut näiden alustavien tuoteideoiden syntyyn. Lisäksi alustavien tuoteideoiden nimet, kuten ”Yötön yö” ja ”Ruskavaellus”, eivät kuulosta mitenkään erityisen ainutlaatuisilta tai innovatiivisilta, vaan juuri siltä, millaisena lappilainen matkailukuvasto mielessäni näyttäytyy.

Nämä alustavan ideointityön pohjalta syntyneet tuoteideat ovat tyypillisiä, sellaisia, joilla voi erottua ainoastaan, jos ne sisältävät lisäksi muita elementtejä, ovat tarinallisesti houkuttavia tai erottuvat jostain muusta syystä edukseen.

Mielestäni nämä tekemäni alustavat tuotekuvaukset vastaavat tyypillisiä rekikoirayritysten lumettoman ajan tuotteita. Kesä- ja syyskuukausilla perinteisesti ajatellaan rekikoiratuotteen liittyvän esimerkiksi retkeilyyn tai tarhavierailuun ja uusia tuotteita lähdetään rakentamaan niiden ympärille – kuten itsekin tein.

Työpajan tarkoituksena oli selvittää, minkälaisia ajatuksia rekikoiratuotteet yleisesti herättävät nuorissa pääkaupunkiseudulla asuvissa opiskelijoissa: Ryhmässä, joka ei lähtökohtaisesti ole kohderyhmää. Oli mielenkiintoista, että yön yli kestävä vaellus oli osallistujien keskuudessa selkeästi kaikista suosituin. Jokaiseen tuotteeseen toivottiin lisää myös muita elementtejä, kuten valokuvausta, eräruokailua tai villiyrttien keräämistä. Lisäksi hyvänä huomiona esiin nousi ajatus siitä, että vastuullisuusnäkökulmia tai eettisyyden pohdintaa ei saa tuputtaa, sillä lomalla kuuluu olla lomalla, ei oppitunnilla. Tämän perusteella totean, että asiakas ei halua tuntea syyllisyyttä tai huonoa omaatuntoa vietäessään aikaa arjen ja mahdollisesti normaalin elämän ulkopuolella. Vaikka itse olen sitä mieltä, että silmiä ei saa pahuudelta koskaan sulkea, niin ehkä monet menevät lomalle juuri pakoilemaan todellisuutta.

Työpajan jälkeen käydyssä avoimessa keskustelussa eräs osallistujista mainitsi, että tämän tyylliset tuotteet voisi koota yhteen sellaiseksi kokonaisuudeksi, että se toimisi ikään kuin matalana kynnyksenä tulla tutustumaan Lappiin ilman ”tyypillisiä turistielementtejä”. Kaikki edellä mainittu olisi nivottu yhteen ja paketti sisältäisi myös majoituksen. Se olisi vaihtoehto hiihtokeskusten vilinälle – jos tuotteessa pääsisi tutustumaan aitoon elämään ja etsimään omaa luontosuhdetta. Oli mielenkiintoista, että työpajan jälkeen käytyyn avoimeen keskusteluun osallistuneiden toiveet ja ajatukset vastasivat hyvin yrittäjä Sassalin haastattelussa kuvaamia ajatuksia siitä; kuinka ihmiset kaipaavat rauhaan ja hiljaisuuteen ja kaipaavat oman luontosuhteen vahvistamista (Sassali 2018).

### 8.3.8 Pohdintaa

Järjestetty työpaja auttoi minua oivaltamaan sen, ettei tyypillinen vaihtoehto välttämättä ole oikea ratkaisu, vaikka tie näyttäisikin helposti kuljettavalta. Työpajan jälkeen pureuduin entistä syvemmälle rekikoiratoiminnan eettisyyteen, kotimaiseen luontomatkailuun

ja kulttuurimatkailun tuotteistamiseen. Oivalsin, että minä olin luonut nämä ensimmäiset tuotekuvaukset enemmän järjestämisen helppouden ja myynnin edistämisen näkökulmasta, en niinkään koirien ehdoilla. Työpajan jälkeen käydyt keskustelut ohjasivat minun ajatukseni tämän kehittämistyön suhteen uusille urille niin, että kapean, tyypillisen ajattelun sijaan pyrin tarkastelemaan asioita laajemmassa mittakaavassa.

Näiden ajatusten pohjalta pääsin tarkemmin käsiksi yksittäisten tuotteiden vastuullisuusnäkökulmiin ja lappilaisten ihmisten luontosuhteen ainutlaatuisuuteen. Oivalsin, että ehkä vastuullisuusnäkökulman lisäämisessä on yksittäisten tuotteiden kehittämisen sijaan kyse enemmänkin kokonaisuudesta, sen läpinäkyvyydestä ja yrityksen kokonaisvaltaisesta ulkoisesta viestinnästä.

Pohdin sitä, voisiko lumettoman ajan tuotteiden kanssa toimia sellainen tee se itse – paketti. Yksittäisiä tuotteita ei kirjoitettaisi sellaisenaan auki yrityksen nettisivuille, vaan matkaaja saisi itse rakentaa reissunsa erilaisista elementeistä. Ikään kuin sillä ajatuksella, että kaikki on mahdollista ja räätälöitävissä. Myynnissä olisi niin sanotusti syksyn paras viikonloppu, mikä koostuu siitä, mitä ihmiset itse haluavat. Jos esimerkiksi yrityksen nettisivuilta löytyisi erikseen tähän asiaan keskittyvä myyntipuhe, voisi mahdollisesti useampi yksittäinen asiakasryhmä saapua paikalle.

Kokemukseni mukaan kuitenkin tiedän sanoa, että tämänkaltainen epämääräisyys ei kuitenkaan sovi matkanjärjestäjille tai ohjelmapalveluyrityksille, vaan ainoastaan pienille ryhmille ja itsenäisille matkaajille. Ehkä pitäisi ottaa tiukempaan tarkasteluun, että kenelle palveluita oikeastaan halutaan tarjota. Tie matkanjärjestäjien ja majoitusyritysten viikko-ohjelmien myyntitilistalle on oletetusti helpompi kuin tie yksittäisen kuluttajan lomasuunnitelmiin, mutta kumpi on tärkeämpää ja miksi? Jos vastuullisuutta ja toiminnan eettisyyttä olisi korostettu myyntiteksteissä, olisivatko osallistujat nostaneet viimeisessä tehtävässä ”eläinten elinolot” tärkeimmäksi asiaksi tuotteita valitessa?

#### 8.4 Tuotetestaus

Koiravaellusta kokeiltiin syksyllä 2018 yhden kansainvälisen asiakasryhmän kanssa Riisitunturin kansallispuistossa. Ryhmän kanssa vaellettiin viiden kilometrin mittainen matka valmiiksi merkityllä reitillä. Lähtöpisteenä toimi Riisitunturin kansallispuiston lähtöpaikka. Kuljettu reitti on nimeltään ”Riisin Rääpäsy”, joka on erittäin helppo kulkuinen

ja helposti saavutettavissa. Asiakasryhmä saapui paikalle Kota-Huskyn yhteistyöyrityksen kautta. Ryhmässä oli seitsemän henkilöä. Kaiken kaikkiaan Sassalin (2018) mukaan samankaltaista toimintaa on eri majoitus- ja ohjelmapalveluyrityksiltä kysytty Kota-Huskyltä ennenkin.

Valitsimme retkelle mukaan yli kymmenenvuotiaita koiria, sekä muutaman nuoremman, mutta luonteeltaan rauhallisemman. Koiria laskettiin mukaan niin, että jokaista asiakasparia varten oli yksi koira. Asiakkaat saivat vyötärölleen vetovyön, josta lähtee hihna, joka kiinnitetään koiran valjaisiin.

Kokeilukerta oli ryhmän näkökulmasta onnistunut. Yksikään asiakas ei antanut huonoa palautetta, ihmiset olivat silmin nähden kiitollisia ja onnellisia. Vaikutti siltä, että myös koirilla oli mukava päivä – tekeminen toi varmasti vaihtelua eläinten arkeen.

Meitä lähti reissuun kaksi opasta, mikä osoittautui hyväksi ratkaisuksi, vaikka ryhmäkoko oli pieni. Liiketoiminnallisesti ei tietysti ole kannattavaa laittaa kahta opasta töihin, kun kyseessä on vain pieniä ponnisteluita vaativa retki. Nyt kun kyseessä oli ensimmäiset kerrat, kun vaellusta toteutetaan, oli perusteltua, että retkelle lähtee yhden sijaan kaksi henkilöä. Kummempaa ennakkovalmistelua ei tarvittu, sillä reitti oli molemmille oppaille ennestään tuttu, eikä matkan aikana tarjottu eväitä. Koirienkin puhdas juomavesi löytyi luonnosta reitin varrelta.

#### 8.4.1 Kehitysideoita

Kokeilun jälkeen tähdentyi ajatus siitä, että reitin ollessa lyhytkestoinen ja helppo, on vaeltaminen hyvää liikuntaa ja mukavaa tekemistä myös eläköityneille koirille. Lisäksi huomiona se, että koiravaellukselle ei ylipäättäen kannata ottaa kaikista vauhdikkaimpia ja voimakkaimpia koiria, etenkin jos maasto on vaihtelevaa ja haastavaa. Vanhan, ei niin voimalla vetävän koiran kanssa kulkeminen on turvallisempaa ja helpompaa.

Jos koiraretkelle lähdetäisiin suoraan yrityksen kotipihasta, putoaisi tuotteesta merkittävä turistielementti pois ja tällöin tuotteesta tulisi aidomman oloinen. Mielestäni tällöin asiakas voi kokea pääsevänsä mukaan aitoon elämään sen sijaan, että ostaa yksittäisen, erikseen luodun tuotteen. Kun asiakas vierailee paikallisten ihmisten kotona, on tuote oikeastaan yhteydessä arkielämään – eikä tuote ala ja pääty asiakkaan käynnin mukana.

Yrityksen kotipihasta myös kansallispuiston rajalle on lyhyt matka. Virallinen Riisitunturin reittien lähtöpaikka, mitä nyt tuotetestauksessa hyödynsimme, on lähes tunnin ajomatkan päässä yrityksen kotoa. Ylimääräinen matkustaminen on aina rasittavaa sekä työntekijöille, että koirille.

Mielestäni esimerkiksi yrityksen erämökki sopii lähtö- ja/tai paluupaikaksi koiravaelluksille erittäin hyvin. Erämökki sijaitsee muutaman kilometrin päässä kotitalosta. Mökin pihassa on tulipaikka, jossa olisi mahdollista valmistaa ruoka, ryhmäkoon sen salliessa. Alueen etuna on myös se, että mahdollisten mökkiläisten lisäksi ei ole muita kulkijoita. Riisitunturin kansallispuiston merkityt vaellusreitit ovat kokemukseni mukaan suosittuja.

Tällä kokeilukerralla mukana oli kaksi opasta, mikä ei toki aina ole mahdollista, eikä kannattavaa. Kuitenkin saadun kokemuksen perusteella totean, että jos mukaan lähtee vain yksi opas, tulee ryhmäkoon olla entistäkin pienempi, eikä oppaalla itsellään tule olla koiraa mukana. Vaikka mukaan valitut koirat ovat niin sanotusti tasalaatuisia vauhdin ja voiman suhteen, eroaa asiakkaiden kuntotaso toisistaan. Näin ollen toiset kulkevat väistämättäkin nopeammalla tahdilla kuin toiset. Oppaan tulee kulkea ensimmäisenä samalla varmistuen siitä, että viimeinenkin asiakaspari tulee samaan tahtiin perässä.

## 9 Vastuullisuusnäkökulmien lisääminen

Kun tarkastellaan aluksi tekemiäni tuotteita tarkemmin vastuullisuuden kautta, palvelukuvauksista ei ilmene toiminnan eettisyys tai eläinten huomioon ottaminen. Yhtä lailla edellä mainitut asiat eivät tule ilmi Kota-Huskyn tämän hetkisistä talviajan tuotekuvauksista, eikä yrityksen nettisivuilta. Kokemukseni ja hankitun teoriapohjan perusteella totean, että vastuullisessa eläinmatkailussa on kyse enemmän siitä, että yritys itsessään toimii vastuullisesti vuoden jokaisena päivänä, kuin siitä, että yksittäinen asia, hetki tai tuote hoidetaan oikea oppisesti. Tämä pitäisi osata tuoda ulos myös markkinointiviestinnän näkökulmasta. Opinnäytetyön tekemisen aikana tulin tulokseen, että myös tässä tuotekehitysprosessissa tulee keskittyä olemassa olevien asioiden tarkasteluun ja kuvaamiseen ettei käy niin, että luodaan liikaa uutta liian nopealla tahdilla. Vastuullisuusnäkökulmat eivät saa jäädä ainoastaan teorian tasolle.

Näin ollen sen sijaan, että mahdollisten uusien kesä- ja syksytuotteiden tuotekuvauksiin lisätään lauseita, jotka kielivät eettisyydestä, pitäisi minun mielestäni yrityksen arkea avata kuluttajille viestinnällisesti kokonaisuudessaan. Vaikka yksittäinen tuote olisi pitkälle mietitty, mielekäs ja eettinen, se merkitsee erittäin vähän sen rinnalla, mitä ennen ja jälkeen tuotteen tapahtuu tosielämässä.

## 9.1 Teoriasta käytäntöön

Aiemmin käsittelemäni teorian sekä kehittämistyön tutkimusmenetelmien ja pohdinnan pohjalta ehdotan tilaajaorganisaatiolle seuraavia asioita, jotka tukevat eläinmatkailun vastuullisuuden toteutumista:

- Avoimuus viestinnässä. Kota-Huskyn nettisivuille lyhyehköt tuotekuvaukset siitä, mitä kesä- ja syksyajan tuotteita yrityksessä on tarjolla, sillä selvää on, että toimintaa tulee olemaan. Ehdotan, että näin aluksi yritys keskittyy esimerkiksi kolmeen tuotteeseen; tarhavierailuihin, retkiin sekä tutustumispäivään ("Day as a musher").
- Tuotekuvausten yläpuolelle tarvitaan yhtenäinen teksti, joka avaa tuotteita ja tarkoitusperiä kokonaisuutena. Tässä ingressissä tulee ilmi vastuullisuuteen liittyvät näkökulmat, kuten esimerkiksi lämpötilojen vaihtelun merkitys ja se, miten yritys joka päiväisessä elämässään edesauttaa koirien hyvinvoinnin tukemista.
- Nettisivuille maininta yhteistyö- ja aktiviteettimahdollisuuksien loputtomasta kirjosta, muutenkin kuin mainitsemalla yhteistyöyritykset. Kota-Husky toimii todella monen alueen matkailuyrityksen kanssa ja näin ollen matkailija voi yhdistää reisuunsa useita eri elementtejä. Matkailullisesti Kota-Husky on erittäin tärkeä, aktiivinen ja monipuolinen toimija, jota kautta alueelle saapunut turisti saa paljon enemmän palveluita, mitä ehkä osasi etukäteen edes ajatella.
- Internet-sivuilla kannattaa todellisen elämän kuvaamisen lisäksi hyödyntää asiakkaiden kirjoittamia arvosteluita paikasta, jotka liittyvät nimenomaan asiakkaiden kokemuksiin paikan vastuullisuuden toteutumisesta. Esimerkiksi yrityksessä vierailut Mini Adventures (2019) kertoo blogissaan vakuuttuneen Kota-Huskyn toiminnan eettisyydestä.

- Ehdotan kesä- ja syksyajan tuotteille lämpötilarajaa. Reissut tapahtuvat säävarauksella siten, että reissu toteutuu ainoastaan viileällä ilmalla, yläraja esimerkiksi +10 astetta. Tarhavierailulle ei tarvitse olla lämpötilarajaa.
- Yön yli kestävässä retkissä tulee keskittyä eläinten hyvinvointiin myös esimerkiksi majoituksen ja turvallisuuden kautta. Koiralla pitää olla retken ajanakin mahdollisuus mukavaan ja lämpimään lepopaikkaan, laadukkaaseen ruokaan ja jatkuvaan vedensaantiin. Mahdolliset vaellusreitit pitää suunnitella tämän pohjalta.
- On tärkeää, että työntekijät osaavat antaa koirille ensiapua. Kannustan yrittäjää järjestämään koirien hätäensiapukurssin kaikille työntekijöilleen, jossa käydään läpi yleisimpiä vaaranpaikkoja ja niissä toimimista. On tärkeää, että vastuuhenkilöt osaavat toimia muun muassa silloin, jos koiran keho ylikuumenee, jos koira meinaa tukehtua, saa allergisen reaktion tai esimerkiksi merkittävästi vuotavan haavan. Moni yrittäjä vaatii työntekijöiltään ensiapukortin asiakkaiden turvaksi, mutta minun mielestäni sama pitää tulevaisuudessa yltää koskettamaan myös matkailueläimiä.
- Tulokulmana tuotteille ja toiminnalle on paikallisuus ja vastuullisuus. Aito elämäntyyli näyttäytyy kaikessa toiminnassa vahvana. Kun kesäajan tuotteissa keskitytään ennen kaikkea kulttuurimatkailun mahdollisuuksiin, vähentää se painetta eläinten hyödyntämisestä matkailutarkoituksessa – eläin on tärkeä osa matkailutuotetta, mutta ei sen ainoa toteuttaja.

Huolimatta siitä, minkälaisia palveluita yritys tulee lumettomalla ajalla tarjoamaan, tukevat edellä listatut asiat vastuullisuuden toteutumista jokaisessa tuotteessa. Kuten aiemmin todettu, on kyse kokonaisuudesta ja jokapäiväisestä elämästä, ei yksityiskohdista.

### 9.1.1 Resurssit

Kota-Huskyn tulee tarkastella lumettoman ajan tuotteita ja suhteuttaa ne olemassa oleviin resursseihin. Kesä- ja syksyajan myyntiä ei mielestäni kannata kovin suuressa mitakaavassa aloittaa, jos talossa on vähän työntekijöitä. Jokainen asiakkaiden kanssa tarhan ulkopuolella vietetty hetki on pois koirilta, eikä näin ollen palvele vastuullisuusnäkökulmia. Jo nyt 79 koiran päivittäisten perustarpeiden tyydyttäminen vie yhdeltä työntekijältä useamman tunnin päivässä – ja kyse on nimenomaan ainoastaan perustarpeista.



Jos sama työntekijä toteuttaa retket asiakkaiden kanssa, hyötyy tästä eläinten näkökulmasta ainoastaan muutama yksilö, asiakasryhmäkokojen ollessa väistämättä pieniä.

Loin prosessin alussa järjestettyä työpajaa varten kuusi erilaista lumettoman ajan tuotetta, jotka kantoivat nimiä Ruskaretki, Yötön Yö, Koirien koti, Vauhdikas koirajuoksu-lenkki, Day as a musher ja Yön yli vaellus. Kuitenkin kannustan yritystä nykyisten työntekijäresurssien vuoksi keskittymään toistaiseksi ainoastaan muutamaaan helposti järjestettävään ydintuotteeseen, joita voisivat olla esimerkiksi tarhavierailut, lyhyet päiväretket, tutustumispäivät sekä yhden tai kahden yön yli kestävät omatoimimatkat, missä opas on läsnä lähinnä tarvittaessa. Yksikin hyvä tuote riittää, jos se on aidosti mielenkiintoinen, toimiva ja arvokas. Seuraavissa alaluvuissa avaan tarkemmin kolme lumettoman ajan ydintuotetta, joihin suosittelen yritystä keskittymään.

## 9.2 Tervetuloa koirien kotiin

Kurkistus suomalaiseen elämäntapaan tuotteistetaan kulttuurimatkailutuotteeksi. Matkailijoille tarjotaan mahdollisuus tutustua lappilaiseen kotiin ja elämäntyyliin ison rekikoiralauman keskellä, kaukana kaikesta. Visit Finlandin (2018) mukaan kulttuurimatkailun ydinkohderyhmä, modernit humanistit, etsivät arkikulttuurikokemuksia; elä hetki kuin paikallinen –ajatuksen alle sopivia tuotteita.

Kokemuksesta voin sanoa, että alueella käy erittäin paljon kotimaan kesämatkailijoita. Tällä hetkellä yrityksessä toimitaan Sassalin (2018) mukaan niin, että vierailulle saa tulla, jos osaa soittaa ja kysyä, ja joku sattuu olemaan kotona. Kuitenkin minusta tarhavierailu kannattaa tuotteistaa, se on tärkeä osa ihmisten tietoisuuden lisäämistä ja se tarjoaa vieraille mahdollisuuden matkailukokemuksen syventymiseen.

Koiratarhan jatkuva aukiolo on nykyisillä resursseilla haastava ja raskas ylläpitää. Paikka voisi olla avoinna vieraille esimerkiksi kerran viikossa päivän ajan ja sen lisäksi sopimuksen mukaan. Tällä hetkellä nettisivuilla ei ole mainintaa siitä, onko Kota-Huskyllä lumettoman ajan palveluita lainkaan. Nykyisillä resursseilla ehdotan seuraavaa:

- Kota-Husky on kesäaikaan ennen treenikautta avoinna jokaisena maanantaina (tai muuna yksittäisenä viikonpäivänä) avoinna kello 10-15 (tai esimerkiksi 12-17). Opastettuja kierroksia toteutetaan kello 10 ja kello 13 (tai 12 ja 15). Muina aikoina vierailulle pääsee sopimuksen mukaan.

Vierailusta saa enemmän irti oppaan kanssa, joka kertoo koirien arjesta ja esittelee heidät yksilöllisesti. Kierroksilla keskitytään vastuullisuusnäkökulmiin ja paikallisuuteen, todellisen elämän esittämiseen sellaisena kuin se on. Kierroksella kerrotaan aitoja tarinoita perheen arjesta.

Tuotteeseen yhdistetään mahdollisuus maistaa paikallista ruokaa, jota valmistetaan nuotiolla. Yrityksessä tarjoillaan talviaikaan ruokaa eri kokoisille ryhmille, joten ammattitaitoa tarjoiluiden valmistamiseen löytyy. Tarjottavat valmistetaan paikallisista tai suomalaisista raaka-aineista, mahdolliset juhlapyhät ja vuoden kiertoon liittyvät perinteet huomioidaan; metsästysaikaa, sienisatoa ja marjakausia hyödynnetään.

Tarjottavat vaihtelevat viikoittain sen mukaan, mitä isäntäväki päättää valmistaa. Ruokaa on tarjolla sen aikaa, kun sitä riittää. Jos avoimissa ovissa työskentelee vain yksi henkilö, voi tarjottava olla yksinkertaisesti paikallinen herkku (kampanisu) perinteisestä juomastiasta (kuksasta) nautittavien nokipannukahvien kanssa. Tarjoiluiden ei tarvitse olla kiinteä osa avoimia ovia, vaan resurssien mukaan järjestettävä asia.

Kokemuksesta tiedän, että suuri osa Posion alueen kesämatkailijoista ovat suomalaisia. Kansainvälisten vieraiden lisäksi myös kotimaanmatkailijoita kiinnostanee, minkälaista on aito pohjoinen elämä rekikoiralauman keskellä kaukana kasvukeskuksista. Yrityksen tunnuslause, koirien koti, on mielestäni erinomainen nimi tarhavierailun ympärille rakennetuille ajatuksille.

### 9.3 Pidemmät retket

Lukemani ja oppimani perusteella jaottelin kolme erilaista pidempää retkeä toisistaan irralleen jatkokehitystyötä varten:

1. Kota-Husky tarjoaa mökkimajoitusta erämaisissa maisemissa luonnon äärellä. Asiakas itse päättää vierailunsa keston, hinnoittelu on vuorokausiperusteinen. Jokaiselle majoituksen varanneelle tarjotaan mahdollisuutta opastettuun tarhavierailuun. Jälkimmäisenä mainittua hyödynnetään markkinoinnissa. Tuote ei sido työntekijöitä, eikä tällöin ole koirien kanssa vietetystä ajasta pois.

2. Tulevaisuudessa: Omatoimimajoituksen lisäksi tarjotaan yön yli kestäviä retkiä, joihin opas lasketaan mukaan. Retkellä yövytään yrityksen eräkämpällä, minne vaelletaan yhdessä koirien kanssa. Yksi koira per asiakaspari turvallisuuden takaamiseksi. Eräkämpällä vietetään asiakkaiden toiveiden mukaan yksi tai kaksi yötä. Opetukselliset oheisaktiviteetit kuuluvat tuotteeseen. Vuodenajasta riippuen retkeen liittyy kalastusta, marjastusta, sienestystä ja eräruokailua, vieraiden toiveiden mukaan. Tärkeänä näkökulmana erätaitojen karttuminen ja se, että asiakas toimii itse toteuttajan roolissa. Opas on mukana ainoastaan mahdollistajana. Tuote on samaan aikaan ”kesän/syksyn paras viikonloppu” että ”matala kynnyksellä tulla Lappiin”. Vieraille järjestetään opastettu tarhavierailu, resurssien ja ryhmäkoon pienuuden sen salliessa myös mahdollisuus osallistua koirien treenaukseen.
3. Tulevaisuudessa: Omatoimimajoituksen ja yön yli kestävien opastettujen retkien lisäksi Kota-Husky tarjoaa vieraille mahdollisuuden lähteä yön yli kestäväälle vaellukselle, missä kuljetaan Riisitunturin reittiä pitkin Kirintövaarasta tunturin huipulle, yhteensä noin 30 kilometriä. Retkikunnalta odotetaan tiettyä kuntotasoa, erätaidot karttuvat matkan aikana. Kokemukseni ja lukemani lähdekirjallisuuden perusteella totean, että pidempien opastettujen retkien jatkuva toteuttaminen on lähtökohtaisesti vastuullisesti mahdollista vasta sitten, kun yrityksen työntekijäresurssit kasvavat.

Ehdotan, että kaikissa pidemmissä Kota-Huskyn lumettoman ajan tuotteissa asiakas saa itse mahdollisuuden esimerkiksi pilkkoa puut, sytyttää nuotion, lämmittää saunan, kantaa vedet ja ruokkia koirat. Kokemus ruokkii kaikkia aisteja ja toimii kaupunkilaisille matalana kynnyksenä tulla tutustumaan pohjoiseen elämään – tuotteet ovat kulttuurimatkailua aidoimmillaan:

Retkillä kerrotaan todellisia, aitoja tarinoita paikallisesta elämästä, historiasta ja nykyhetkestä. Lisäksi koirien arjesta puhutaan todenmukaisesti. Vieras saa mahdollisuuden elää pohjoista elämää, kokeneiden olevansa osa jotain suurempaa. Luonto- ja eläinsuhde vahvistuu, kulttuurinen ymmärrys kasvaa ja henkilökohtaiset retkeilytaidot karttuvat. Retket ovat parhaimmillaan vieraan matka omaan itseensä.

Eräruokailuissa käytettävät raaka-aineet ovat paikallisia tai suomalaisia, mahdollisimman luonnonmukaisia. Riistaa, kalaa, sieniä, marjoja ja villiyrtejä hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan. Mielestäni on tärkeää, että eräruokailut toteutetaan tarpeen mukaan myös vegaanisena – se voisi olla jopa reseptisuunnittelun lähtökohta. Yrityksellä on mahdollisuus erottautua korostamalla tätä mahdollisuutta.

Nettisivuilta tulee käydä ilmi, että tuote on räätälöitävissä asiakkaan toiveiden mukaan. Asiakas saa vaikuttaa muun muassa haastavuustasoon, vaellettavan matkan pituuteen sekä retken keston (1-2 yötä). Kaikki asiakkaiden toiveet toteutetaan mahdollisuuksien mukaan. Englanninkielisen markkinoinnin avainsanoja voisivat olla esimerkiksi *”slow destination”*, *”digital detox”* ja *”live like a local”*.

#### 9.4 Tutustumispäivä

Osallistavassa työpajassa tutustumispäivä oli nimellä *”Day as a musher”*. Ajatus on, että päivän aikana vieras pääsee mukaan rekikoiratarhan arkeen ja lappilaiseen elämäntapaan niin, ettei hän vastaanota tuotetta, vaan toteuttaa sen itse. Tutustumispäivä ei rakennu ainoastaan koiratarhan ja rekikoiraelämän ympärille, vaan takaa vieraalle aitoja arkikulttuurikokemuksia lappilaisesta arjesta ja elämäntyylistä.

Vuodenajasta riippuen tarjolla on erilaista rekikoiratarhaan liittyvää ohjelmaa; koirien treenausta, vapaana juoksutusta, lenkillä käymistä ja pentujen sosiaalistamista. Tuotteeseen liitetään esimerkiksi marjastusta, sienestystä, kalastusta, hiihtämistä, saunomista, suunnistusta tai moottorikelkalla/mönkijällä ajamisen opettelua – tai kyydissä istumista. Täten tutustumispäivä on enemmänkin *”Live like a local”*, eikä keskity ainoastaan koiriin tai eräoppaan töihin tutustumiseen. Tuotteen nimen ja tarinallisen kuvauksen tulee viitata lappilaiseen elämäntyyliin laajemmin; tutustumispäivä on samaan aikaan sekä koiravaljakko-oppaan töihin tutustumista, että paikalliseen elämään sukeltamista.

Tutustumispäivään otetaan maksimissaan kaksi henkilöä kerrallaan. Hinta sisältää koko päivän opastuksen sekä ruokailut. Kotimajoitus on lisämaksusta mahdollista; se tuo todella paljon lisäarvoa tuotteelle ja avaa markkinoinnissa lukuisia mahdollisuuksia. Ruoka on paikallisia tai suomalaisia, perinteisiä raaka-aineita hyödyntävää ja reseptit rakentuvat vuodenaikojen mukaan luonnollisesti. Uskon, että tämänkaltainen tuote on monelle erittäin hieno ja ainutlaatuinen kokemus. Tämä on samalla erinomainen tilaisuus lisätä

tietoa koirien vastuullisesta kasvatuksesta. Vieraat saavat tutustumispäivästä todistuksen muistoksi.

## 9.5 Yhteenveto

Kaiken lukemani, oppimani, havainnoimani ja kertyneen työkokemukseni myötä totean, että Kota-Huskyllä on edellytykset kasvattaa liiketoimintaa eläinten ehdoilla niin, että asiakkaiden kanssa tapahtuvaa toimintaa on talven lisäksi muinakin vuodenaikoina. Pystyn toteamaan, että Kota-Huskyllä koirat saavat elää täysipainoista elämää pennusta pitkälle vanhuuteen ja kivuttomaan poistumiseen. Elinympäristö uusine hähkeineen on turvallinen ja koiria kohdellaan oikeudenmukaisesti. Liikkumatilaa on laajasti ja koirat vaikuttavat tyytyväisiltä.

Edellä luettelin muutamia asioita, jotka tukevat tilaajaorganisaation vastuullisuutta koirien näkökulmasta. Kuitenkin asia ei ole niin yksioikoinen, mitä aluksi saattaisi ajatella. Opinnäytetyöprosessin aikana olen oivaltanut, että eläinten oikeuksien toteutuminen ja hyvinvoinnin tukeminen sisältävät monia huomioitavia asioita. Tärkeimpänä huomiona itse nostan tuotekehityksessä esiin sen, että yksittäistä tuotetta merkityksellisempää on, mitä yrityksessä tapahtuu vuoden jokaisena päivänä eläinten arjessa – tuotteen toteuttamisen ulkopuolella. Jos eläinten arkielämä keskittyy hyvinvoinnin tukemiseen ja jokapäiväisiä toimia on pohdittu esimerkiksi erilaisten oikeuksien toteutumisen kautta, on vastuullisuus ehdottomasti syytä tuoda läpinäkyväksi. Tiedonjakaminen lisää vastuullisuusnäkökulmien pohdintaa myös toimialalla laajemmin. Avoimuus on ainoa keino, joka vie vastuullisuutta kohti. Koiriin liittyvää informaatiota ei voi olla liikaa esillä. Olen sitä mieltä, että yritys tarvitsee uudet internetsivut, jotka sisältävät runsaasti kuvia eri vuodenaikoina, esittelyt koirista, tarhasta, toimintaperiaatteista ja työntekijöistä.

Uusien tuotteiden lähtökohtana pitää olla se, että tuotteet toteutetaan vain, jos ne juuri siinä hetkessä tuntuvat koirien hyvinvointia tukevilta ja esimerkiksi sääolosuhteiden puolesta olosuhteet tukevat eläinten turvallisuutta. Huomioon otettavat asiat tulee kirjoittaa auki lyhyeen ingressiin uusien tuotteiden yläpuolelle, tällöin viesti välittyy myös asiakkaalle ja mahdollisesti alan muille toimijoille.

Kota-Huskyltä on erinomaiset mahdollisuudet toteuttaa lukuisia menestyviä kulttuurimat-kailutuotteita; myös sellaisia, mitkä eivät suoranaisesti keskity eläinmatkailuun. Paikal-listuntemus on vahvaa, työntekijöiden henkilökohtaiset taidot ja tietämys luovat pohjan mielenkiintoisille tuotteille.

Mielestäni uusissa lumettoman ajan tuotteissa kannattaa ehdottomasti yhdistää eri ele-menttejä ja aktiviteettimahdollisuuksia toisiinsa. Esimerkiksi erätaitojen kartuttaminen on erittäin tärkeä lisä yön yli kestäväillä retkillä. Vieraat oppivat sytyttämään nuotion, kulke-maan luonnossa ja tunnistamaan muutamia puu- ja kasvilajeja. Lappilaiseen tapaan luonnonantimia hyödynnetään. Valokuvaus on luonnollisena osana tuotteita, jotta ret-kestä jää ikuisesti säilyviä aineellisia muistojälkiä; muuten yön yli kestäväillä retkillä ollaan digitaalisista välineistä irrallaan. Yrityksen eräkämpällä ei ole puhelinkuuluvuutta: Vieraat pääsevät irti hektisestä arjesta ja omassa elämässä vallitsevista erilaisista paineista.

Mahdollisuudet Kota-Huskyn tuotekehityksessä ovat rajattomat. Kun tulevaisuudessa yrityksellä tulee olemaan käytössä useampi erämökki, voi lumettoman ajan toiminta kes-kittyä pääsääntöisesti majoituksen tarjoamiseen ja erilaisten helposti järjestettävissä ole-vien aktiviteettien mahdollistamiseen. Tällöin paine eläinmatkailutuotteiden myynnistä vähenee. Myöhemmin kun erämökkien ympärillä oleva toiminta vakiintuu, voi mukaan lisätä erilaisia elementtejä kuten pitkäkestoisia opastettuja retkiä sekä esimerkiksi use-AMMAN päivän mittaisia eri-ikäisille suunnattuja erätaitoleirejä. Toivon, että tulevaisuu-dessa yrityksellä on mahdollisuus kasvattaa resursseja toiminnan mukana niin, ettei vie-raiden kanssa vietetty aika ole pois koirilta.

## 10 Pohdinta

Teoriaa voi opiskella lähes rajattomasti, mutta ennen kuin asian voi tunnustaa todeksi, tulee hankittu tieto elää käytäntöön todellisen elämän kautta. Parhaat käytänteet syntyvät ajan kanssa, kokemusten myötä. Ne ovat sellaisia, jotka elävät arjen mukana. Sellaisia, mitkä ovat yhdessä tehtyjä. Olen sitä mieltä, että alan sisältä tulevat säädökset ja ohjeistukset ovat aina hyödyllisempiä, kuin ulkopuolelta sanellut. On tärkeää, että eläinmatkailun vastuullisuuteen vaikuttavista seikoista puhutaan avoimesti, toiminta on läpinäkyvää ja käytänteet jaetaan eteenpäin.

Sekä vastuullisuus että eläinmatkailu ovat jo yksinään haastavia käsitteitä ymmärtää, etenkin kun valitettavan moni aihealueeseen liittyvä seikka on ihmisten mielipiteiden varassa. Maailmasta löytyy iso joukko väkeä, joiden mielestä rekikoirat ja turismi eivät sovi samaan lauseeseen edes teorian tasolla. On niitä, joiden mielestä on mahdollista löytää vastuullinen palveluntarjoaja ja sitten on niitä, jotka eivät uskalla ottaa kantaa, tai eivät ole aiheesta lainkaan kiinnostuneita. Minun mielestäni toimialalle ei edes tarvitse etsiä kultaista keskitietä, ainakaan jos se on ihmissilmin etsitty. Ainoa oikea tie on mennä sieltä, mistä eläin itse menisi. Mutta kun kysytään, mitä se sitten tarkoittaa, päädytään takaisin alkupisteeseen – ja taas ollaan ihmisten mielipiteiden varassa.

Olisin voinut aloittaa näkökulmien pohdinnan nostoen tarkasteluun sen, onko eläinten käyttö matkailutarkoituksissa lainkaan hyväksyttävää. Yrittää kuumeisesti etsiä vastauksia siihen, onko eettisesti oikein, että koira ylipäätään valjastetaan vastaamaan ihmisten itsekkeitä tarpeita ja toiveita. Onko olemassa valjakkoajoa, mitä ei tehdä ihmisen toiveesta ja mielihaluista? Entä mistä tietää, että koira on onnellinen? Mihin perustuu se väite, että rekikoirasta näkee, kuinka se oikeasti nauttii vetämisestä ja tahtoo mennä?

Eettisyyden pohtimisen olisi voinut aloittaa vielä edellä mainittuakin kauempaa, vuosisatojen takaa. Se, että esimerkiksi koirarodut sellaisena, kuin me ne nykypäivänä tunnemme, ovat erittäin kaukana suden alkuperästään. Nämä rodut, yhtä kaikki, ovat aikojen alussa olleet jotain muuta kuin ihmisen parhaita ystäviä. Se, että nykyisin pystyy oikeasti silmin nähden todistamaan, että rekikoira vetää mielellään, ei tuo vastausta siihen kysymykseen, onko se seurausta kauan sitten tapahtuneesta ehdollistamisesta vai ei.

En hyväksy eläinten kaltoinkohtelua missään muodossa. Tarkastelen rekikoiratoimintaa, etenkin matkailuyritysten tuottamaa, erittäin kriittisin silmin. Olen vuosien saatossa ollut



useita kertoja järkyttynyt ihmisten välinpitämättömyydestä ja todennut sen valitettavan tosiasian, että liian usein raha ratkaisee. Toivon, että vielä joskus tulevaisuudessa jokainen safarikoira saa elää täysipainoista ja onnellista elämää pysyvässä ja turvallisessa laumassa, tullen kohdelluksi kotikoiran tavoin. Lepopäivät pitää pyhittää ympäri vuoden. Ei niin, että viisi kuukautta makoillaan ilman ihmiskontakteja ja loppuaika eletään yksitoikkoista arkea, johon vahvasti liittyy jatkuva hälinä ja turistien miellyttäminen.

Nykyisin olen saanut itseni vakuuttumaan siitä, että matkailuyritys ja rekikoirat mahtuvat samaan lauseeseen. Juuri tästä syystä tämän opinnäytetyön tutkimuskysymys aseteltiin siltä pohjalta, että vastuullista eläinmatkailua on olemassa – kysymys kuului, mitä siihen liittyy. Vastaus on, että loputtomasti asioita. Varmasti myös sellaisia, mitä me ihmiset emme ole koskaan vielä tulleet edes ajatelleeksi.

Läheskään kaikkia toiminnan vastuullisuuteen liittyviä asioita ei pystytty käsittelemään tässä opinnäytetyössä ajan ja sivumäärän rajallisuuden vuoksi. Teoriapohja rakentuu jo nyt useamman kokonaisuuden ympärille, mutta pohdinnan olisi voinut viedä vielä pidemmälle – esimerkiksi kauemmas historiaan tai vertaillen naapurimaiden käytänteisiin. Myös vertaisarviointi tai muiden toimialalla työskentelevien yrittäjien haastatteleminen olisi varmasti tuonut lisäarvoa opinnäytetyön vastuullisuusnäkökulmiin. Kuitenkin valitettavasti raja oli suunnitteluvaiheessa vedettävä jonnekin ja päädyin nykyisiin ratkaisuihin. Vielä prosessin aikanakin olisin halunnut mennä koko ajan syvemmälle aineistonkeruussa ja tietopohjan kartuttamisessa, mutta pidin mielessä kyseessä olevan ammattikorkeakoulun opinnäytetyö, jonka rakentumiselle on määriteltä valmiiksi työhön käytettävissä oleva tuntimäärä.

Koen merkittäväksi eduksi sen, että aihealue oli minulle läheinen ja tuttu sekä henkilökohtaisen elämän, että työn puolesta. Aihealueen määrittäminen ja rajaaminen oli täten helpompaa: Tiesin, mitkä asiat ovat merkityksellisiä, jotta haluttuun lopputulokseen päästään.

Koin ajoittain haasteeksi sanoittaa omat kokemukseni ja karttuneen tietotaitoni. Ymmärrän, ettei lopputyö voi rakentua omien käsitysten ja mielipiteiden ympärille. Kuitenkin ellei opinnäytetyön rakenne ja sisältö olisi systeemin puolesta niin tarkoin määriteltä, kuuluisi tässä kirjoitustyössä oma ääneni vielä vahvemmin. Käytin melko paljon aikaa sanoittaakseni jonkun toisen kertomana sellaisia asioita, mitkä itse tiesin jo ennestään. Vaikka niin

se taitaa olla, että jokainen aiheeseen liittyvä oma ajatus on oletus, kunnes asia perustuu viralliseen lähteeseen ja omakohtainen kokemus on yhden ihmisen tulkinta tilanteesta.

Oli tietoinen päätös kirjoittaa opinnäytetyön aikana myös kiiresesongista, koirien kasvatamisesta ja lumisesta ajasta, vaikka kehittämistyön kohteena oli lumeton aika ja tavoitteena uusien matkailutuotteiden luominen. Tuotekehitystyön pohja ei olisi vastuullinen, ellei yritys toimisi koirien hyväksi vuoden jokaisena päivänä – koirien elämän ensimmäisestä hengenvedosta haudanlepoon saakka. Tämä oli mielestäni erittäin tärkeää tuoda esiin tässä opinnäytetyössä. Prosessin aikana nostin esiin huomionarvoisia asioita, joita kannustan yrittäjää huomioimaan tulevaisuudessa. Tässä opinnäytetyössä kaikista tärkeintä oli tuoda vastuullisuusnäkökulmia osaksi matkailutuotteiden kehitysprosessia.

Tuotekehitysprosessin lähtökohtana oli uudet eläinmatkailutuotteet, joita prosessin aikana kehitettiin enemmän kulttuurimatkailun suuntaan vastuullisuuden tukemiseksi. Esimerkiksi kuumana kesänä vallitsevat sääolosuhteet tuovat haasteita eläinmatkailulle ja koiraretkeilylle, jolloin on parempi, että lumettomat tuotteet ovat vähemmän riippuvaisia koirista itsestään. Kulttuurimatkailun näkökulmat rakentuvat paikallisuuden ja luonnon-elementtien ympärille. Uusissa ehdottamissani tuotteissa rekikoirat ja heidän elämä ovat läsnä, mutta toisarvoisena toteuttajana. Eläintä ei pidä rasittaa turhaan. Kota-Huskyn elinympäristö tarjoaa erinomaiset puitteet tuotteille, jotka yhdistävät eläin- ja kulttuurimatkailua.

Opinnäytetyö nivoo yhteen neljä vuotta kestäneet kulttuurituotannon opintoni. Suoritin itsenäisen projektin rekikoiriin liittyen jo ensimmäisenä opiskeluvuonna. Työskentelin kulttuurimatkailun parissa Pohjois-Vietnamissa työharjoittelun ajan ja suoritin opiskelijavaihdon Norjassa talvimatkailuun ja kestävään turismiin syventyen. Työllistyin opintojen aikana kolmannelle sektorille kehittämään Etelä-Lappilaisen kylän kulttuurimatkailua ja viimeisen työharjoittelun suoritin tämän opinnäytetyön tilaajaorganisaatiossa, Kota-Huskylä talvikautena 2018-2019.

Haluan tällä toiminnallisella opinnäytetyöllä osoittaa sen, että kulttuurituottajan on mahdollista työllistyä rajapinnoille – myös sellaiselle toimialalle, mihin valtaosa ei mielessään tuottajaa välttämättä yhdistäisi. Minulle pakkasen kyllästävä koiravaljakkoreitti ja kestävään kulttuurimatkailuun keskittyminen on ollut selkeää opintojen alusta alkaen.

Kulttuurituotannon opinnot ovat mahdollistaneet osaamisen syventämisen omien mielenkiinnon kohteiden mukaan. Näen tuottajan projektiosaajana, kehittäjänä ja mahdollistajana. Koen valmistuvani miljoonien mahdollisuuksien ammattiin, jonka toimialaa on tulevaisuudessa entistä haastavampi yrittää määrittää kapeasti. Kannustan työlläni myös muita tuottajia ajattelemaan niin, että töitä on siellä, minne itse tahtoo mennä. On tärkeää löytää työ, minkä kokee merkitykselliseksi.

Kaiken lukemani, kokemani ja oppimani jälkeen yksi tärkeimmistä oivalluksista on, että eläinmatkailun parissa toimivan yrityksen vastuullisuus- ja eettisyysnäkökulmat korreloivat erittäin vahvasti työntekijäresurssien kanssa. Eikä ainoastaan työntekijöiden määrän vaan myös sen, kuinka asialleen omistautunut työntekijä itse on. Kun motivoituneita työntekijöitä on tarpeeksi, tarhan fasilitteetit ovat kunnossa ja lajityyppillinen käyttäytyminen mahdollistetaan, ollaan jo pitkällä. Kuitenkin jos eläinten hyvinvoinnin lisääminen ja onnellisuuden maksimointi eivät ole aidosti yrittäjän ja työntekijöiden tärkein intressi, voi mielestäni olla harhaanjohtavaa kutsua toimintaa vastuulliseksi.

Se, että koira juoksee kaltaistensa rinnalla valjakossa mielellään, on kiinni tosi monesta asiasta, joihin me ihmiset voimme joka päiväisellä toiminnalla vaikuttaa. Koiria pitää olla tasan sen verran, että heidät voi kohdata yksilöinä ihmisiä hyödyttävän massan sijaan. Jos ei ole varaa palkata työntekijöitä, niin sitten ei missään nimessä ole varaa kasvattaa laumakokoakaan. Jos minulta kysyttäisiin, pitäisi eläinmatkailun toimialalla määrittää minimihoitajamitoitus.

Eläinmatkailuun liittyvän vastuullisuuden suhteen matkailukentän täytyy päästä irti muutoksiin reagoivasta toimintatavasta. Sen sijaan muutokset tulee mahdollisuuksien mukaan ennakoida ennen kuin ne ovat väistämättömänä edessä. Eläinten kanssa työskentelevien yritysten työntekijöineen pitäisi ottaa hetki aikaa ja pohtia, että miksi ja kenelle tätä loppujen lopuksi tehdään. Koira on ehdoitta ihmisen paras ystävä – ja täysin meidän armoilla. Rekikoirien jalkojen tahdissa lyö minunkin sydämeni.

## Lähteet

Blinnikka, Petra & Hauvala, Hanna (toim.). 2014. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. Kestävyyden kompassi. Verkko-osoite: <<http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-830-362-9>> (luettu 12.10.2018).

Carcia-Rosell, José-Carlos & Salmela-Leppänen, Tarja. Aamulehti. 2017. Verkko-osoite: <[https://lacris.ulapland.fi/files/3337875/Aamulehti\\_11.6.2017.JPG](https://lacris.ulapland.fi/files/3337875/Aamulehti_11.6.2017.JPG)> (luettu 9.10.2018).

Carcia-Rosell, José-Carlos & Salmela-Leppänen, Tarja. Maaseudun Tulevaisuus. 2016. Verkko-osoite: <[https://lacris.ulapland.fi/files/1959615/Maaseudun\\_Tulevaisuus\\_Animals\\_Responsible\\_Tourism\\_12.10.2016.pdf](https://lacris.ulapland.fi/files/1959615/Maaseudun_Tulevaisuus_Animals_Responsible_Tourism_12.10.2016.pdf)> (luettu 9.10.2018).

Carcia-Rosell, José-Carlos & Salmela-Leppänen, Tarja. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. Lapin Yliopisto. 2018. Lapin matkailijoiden käsityksiä eläinmatkailusta. Verkko-osoite: <<https://blogi.eoppimispalvelut.fi/elma/files/2018/02/Lapin-matkailijoiden-k%C3%A4sityksi%C3%A4-el%C3%A4inmatkailusta.pdf>> (luettu 9.10.2018).

Eläintieto. 2016. Verkko-osoite: <<https://www.elaintieto.fi/wp-content/uploads/2016/02/shehvnk-hyvinvoinnin-m%C3%A4%C3%A4ritelm%C3%A4.pdf>> (luettu 9.10.2018).

Hankesuunnitelma. 2016. Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa. Lapin ammattikorkeakoulu Oy. Verkko-osoite: <<https://blogi.eoppimispalvelut.fi/elma/files/2016/06/Hankesuunnitelma-El%C3%A4inten-hyvinvointi-matkailupalveluissa.pdf>> (luettu 5.2.2019).

House Of Lapland. 2018. Lapin matkailun kasvu on vasta alussa. Verkko-osoite: <<https://www.lapland.fi/fi/business/lapin-matkailu-kasvaa-vakaasti/>> (luettu 18.9.2018).

House Of Lapland. 2019. Matkailun kasvuskenaario 2026. Verkko-osoite: <<https://www.lapland.fi/fi/business/faktat-ja-tilastot/infograafi-matkailun-kavuskenario-2026/>> (luettu 17.5.2019).

Kairamo, Helena. 2006. Lapin matkailun lähitulevaisuus 2010-2015-2020. Tutkimus matkailun trendien vaikutuksesta Lappiin. Verkko-osoite: <[http://87.108.50.97/reliis/REL\\_LIB.NSF/0/37FB67497136E908C22574FE0026D7CB/\\$FILE/Lapin\\_matkailun\\_\\_2010\\_-\\_2015\\_-\\_2020.002.pdf](http://87.108.50.97/reliis/REL_LIB.NSF/0/37FB67497136E908C22574FE0026D7CB/$FILE/Lapin_matkailun__2010_-_2015_-_2020.002.pdf)> (luettu 10.11.2018).

Kalliomäki, Anne. 2013. Elämyspalveluiden tarinallistaminen. Pro Gradu –tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Verkko-osoite: <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-201401281150>> (luettu 11.10.2018).

Kalliomäki, Anne. 2014. Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka. Talentum.

Kauppalehti. 2019. Verkko-osoite: <<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/pohjoisen-matkailu-kasvaa-rajusti-kuusamo-viimeisena-lapin-imuun/8827d2fc-5ba9-4ec5-99ac-0a50dd332e0a>> (luettu: 5.5.2019).

Kauppinen, Tiina. 2017. Eläintieto. Verkko-osoite: <<https://www.elaintieto.fi/elainten-hyvinvointi-kiinnostaa-turisteja/>> (luettu 25.2.2019).

Kinnunen, Laura. 2005-2018. Verkko-osoite: <<http://www.siperianhusky.net/>> (luettu 9.9.2018 & 3.3.2019).

Kärki, Katja. Satakunnan Kansa. 2017. Verkko-osoite: <<https://www.satakunnankansa.fi/kotimaa/lapin-matkailu-elaa-nyt-allistyttavan-kasvun-aikaa-myos-paikallisten-arjen-on-toimittava-muistuttaa-tutkija-200631571>> (luettu 5.5.2019).

Lapin Kansa. 2016. Vetokoira ajelut kiinnostavat erityisesti aasialaisia turisteja. Verkko-osoite: <<https://www.lapinkansa.fi/lappi/vetokoira-ajelut-kiinnostavat-erityisesti-aasialaisia-turisteja-15830127>> (luettu 10.10.2018).

Liiketoimintasuunnitelma. 2018. Kota-Husky, Sassali Lauri.

Mini-Adventures. Verkko-osoite: <https://mini-adventures.com/2019/03/husky-dog-sled-ding-in-finland-with-kota-husky.html> (luettu 10.5.2019).

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ojuva, Jaana (toim.). 2018. Sarja D. Muut julkaisut 4/2018. Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja. Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa. Verkko-osoite: <[https://issuu.com/lapinamk/docs/d\\_4\\_2018\\_elainten\\_hyvinvointi\\_matka](https://issuu.com/lapinamk/docs/d_4_2018_elainten_hyvinvointi_matka)> (luettu 25.1.2019).

Opetushallitus. 2018. Tuotantoeläinten terveys ja hyvinvointi. Eläinten 5 vapautta. Verkko-osoite: <<http://www.e-oppikirja.fi/oph/tuotantoelainten-terveys-ja-hyvinvointi/hyvinvoinnin-ja-terveyden-maeaeritelma/>> (luettu 8.10.2018).

Peltoniemi, Sanna. 2016. Rahoitusta kahdelle eläinten matkailukäyttöä kehittäväälle hankkeelle. Verkko-osoite: <<https://www.lapinamk.fi/news/Rahoitusta-kahdelle-elainten-matkailukayttoa-kehittavalle-hankkeelle/fuu3sfdb/3a7959c1-fbf8-45d2-a1f2-c92f51c3c129>> (luettu 5.2.2019).

Saavalainen, Eija. 2010. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Suojelevatko eläinsuojelusäädökset rekikoiria? Verkko-osoite: <<https://blogi.eoppimispalvelut.fi/elma/files/2016/10/Saavalainen.pdf>> (luettu 1.10.2018).

Salmela-Leppänen, Tarja & Äijälä, Mikko. University of Lapland. 2018. Multidimensional tourism institute. Quality monitoring practices in animal-based tourism. Animals and responsible tourism. Final report. Verkko-osoite: <<http://animaltourismfinland.com/wp-content/uploads/2017/06/FINAL-4.5.-WP1-report.pdf>> (luettu 9.10.2018).

Sassali, Lauri. 9.9.2018. Haastattelu.

SEY. 2019. Verkko-osoite: <<http://www.elainsuojelulaki.fi/seyn-tavoitteet/elainten-hoito-ja-kohtelu/>> (Luettu 10.5.2019).

Tarssanen, Sanna. 2009. Elämystuottajan käsikirja. LEO. 6. Painos. Verkko-osoite: <[http://87.108.50.97/re-lis/REL\\_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/re-lis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf)> (luettu 11.10.2018).

Vilkkä, Hanna. Airaksinen, Tiina. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Gummerus kirjapaino Oy. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Visit Finland. 2014. Verkkosoite: <<http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2014/06/2014-Modernit-humanistit-ty%C3%B6kirja.pdf?dl>> (luettu 3.5.2019).

Visit Finland. Culture Finland. 2016. Verkkosoite: <<https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/cf-kriteerit.pdf>> (luettu 5.2.2019).

YLE. 2002. Uutisten artikkeliarkisto. Matkailu muuttaa Lapin luontoa. Verkkosoite: <<https://yle.fi/uutiset/3-5124806>> (luettu 5.5.2019).

YLE. 2016. SEY: Alaskanhusky kuoli ulos 36 asteen pakkasessa. Verkkosoite: <<https://yle.fi/uutiset/3-8618052>> (luettu 21.1.2018).

YLE. 2019. Lapin matkailu rikkoi taas ennätyksen: 3 miljoonaa yöpymistä. Verkkosoite: <<https://yle.fi/uutiset/3-10640379>> (luettu 5.5.2019).

YLE. 2015. Kiistelty House Of Lapland alkaa sittenkin. Verkkosoite: <<https://yle.fi/uutiset/3-7729648>> (luettu 11.10.2018).



## IDEOINTYÖPAJA

Ideointityöpaja. 17.9.2018. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon opiskelijat. Aikio Katri, Astikainen Karoliina, Ballis Janne, Eloranta Iija, Heiskanen Hilja, Hoppo-  
nen Maria, Immonen Sonja, Isokääntä Roosa, Kaukua Tuure, Koli Suvi, Korpela Nea,  
Laine Oona, Madetoja Laura, Matinaho Anniina, Puustelli Sirja, Virkkunen Karoliina, Hei-  
nilä Jemi, Klemetti Maaria.

## HAVAINNOINTISUUNNITELMA

9.9.2018

Havainnointi toteutetaan kaksi kertaa; sulanmaan aikaan ja talvikaudella. Havainnoinnin aikana tullaan tarkastelemaan tässä lomakkeessa esiteltyjä asioita. Ensimmäiseen neljään kohtaan pureudutaan lähinnä yläotsikoiden kautta, alaotsikot tukevat kokonaisuutta. Havainnointipäivistä pidetään päiväkirjaa ja havainnoinnin tueksi otetaan valokuvia.

### 1. ELINYMPÄRISTÖ:

- Tarhojen kunto
- Koirankopit ja kuivikkeet
- Yleinen siisteys
- Liikkumatila ja monipuolisuus
- Sääolosuhteiden vaihteluihin vastaaminen

### 2. PERUSTARPEET:

- Ruoka, määrä, laatu, vaihtelu
- Vesi; onko saatavilla, onko puhdasta ja raikasta
- Yksilölliset tarpeet ravinnonsaannissa; pennut, juoksevat, vanhukset

### 3. TERVEYS JA TURVALLISUUS:

- Koirista on tietoa saatavilla ja tieto on ajankohtaista (esim. Kiimat)
- Yksilölliset tarpeet, käyttäytymismallien tunnistaminen (pitkäaikaissairaudet, venähdykset, sairaslomat)
- Koiran elinkaari, onko tapahtunut luonnollista muutosta

### 4. TYÖNTEKIJÄT:

- Määrä
- Motivaatio

### 5. YLEINEN ILMAPIIRI:

- Miltä koirat vaikuttavat?
- Miltä tarhalla yleisesti näyttää?
- Minkälaisia ääniä alueelta kuuluu?
- Ovatko koirat aktiivisen vai passiivisen oloisia?
- Hakeutuvatko koirat seuraan?
- Onko koiramäärä muuttunut?
- Vaikuttavatko koirat väsyneiltä?
- Vaikuttavatko koirat onnellisilta?
- Onko koirilla virikkeitä?
- Miltä sinusta itsestä tuntuu?

## HAASTATTELURUNKO

9.9.2018

Kota-Husky OY, yrittäjä Lauri Sassali. Haastattelijana Sonja-Maarit Leppänen.

### 1. MENNEISYYS / HISTORIA:

- Mistä kaikki sai alkunsa?
- Kuinka monta koiraa teillä oli alussa?
- Minkälainen tausta sinulla itsellä on?
- Kuinka monta vuotta kokemusta koirien kanssa toimimisesta?

### 2. NYKYHETKI:

- Mikä on yrityksen toiminta-ajatus tällä hetkellä?
- Paljonko koiria on tällä hetkellä?
- Mistä asiakkaat tulevat?
- Kuinka paljon asiakkaita käy?
- Mikä on paras tuote?
- Miten yrityksellä menee?

### 3. TULEVAISUUS:

- Mikä on koiramäärä mahdollisesti tulevaisuudessa?
- Minkä verran näet työntekijöitä teillä tulevaisuudessa?
- Miten näet toiminnan eri vuodenaikoina tulevaisuudessa?

### 4. UUDET TUOTTEET:

- Minkälaisia ajatuksia sinulla on uusien lumettoman ajan tuotteiden suhteen?
- Mitä toivoisit tältä opinnäytetyöltä?