

Janika Schwarz

Winterdance Dog Sled Tours ja Nature Point Paljakka yritysten vertailu

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Matkailu- ja ravitsemisala
Matkailun koulutusohjelma
Syksy 2012



Koulutusala Matkailu- ja ravitsemisala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Janika Schwarz	
Työn nimi Winterdance Dog Sled Tours ja Nature Point Paljakka yritysten vertailu	
Vaihtoehtoiset ammattipinnot	Ohjaaja(t) Anne Hyvärinen
	Toimeksiantaja Nature Point Paljakka
Aika Syksy 2012	Sivumäärä ja liitteet 51 + 1
<p>Tässä opinnäytetyössä vertailen kanadalaista ja suomalaista koiravaljakkoyritystä. Nämä kaksi yritystä ovat kanadalainen Winterdance Dog Sled Tours ja suomalainen Nature Point Paljakka. Tarkoituksena on nähdä yritysten toimitatapojen eroja ja löytää parannusmahdollisuuksia Nature Point Paljakalle, joka on tämän opinnäytetyön toimeksiantaja.</p> <p>Vertailu tapahtui benchmarking -teorian avulla. Tarvittavat tiedot keräsin ollessani harjoittelussa keväällä 2012 kummassakin yrityksessä. Haastattelin yritysten omistajia ja tein itse muistiinpanoja ollessani töissä. Teoriaosuutta varten hankin tietoja Internetistä ja kirjoista.</p> <p>Vertailin yritysten tuotteita ja prosesseja. Toisin sanoen vertailin yritysten koiravaljakko-ohjelmia, työntekijöiden toimintaa/retkien läpivientiä, koirien pitoa ja markkinointia.</p> <p>Benchmarkingin kautta saadut tulokset liittyvät ohjelmiin, prosesseihin ja markkinointiin. Nature Point -yritykselle olen kehittänyt kolme uutta ohjelmaideaa. Markkinointia tulisi kohdistaa myös kotimaahan. Prosesseissa kehitettävää on esimerkiksi pieniä asioita kuten radiopuhelimien käyttö retkien aikana. Tässä opinnäytetyössä Nature Pointin kehitettävät osa-alueet tulevat tarkemmin esille.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	benchmarking, koiravaljakko
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



School Tourism	Degree Programme Tourism
Author(s) Janika Schwarz	
Title Comparison of the Companies Winterdance Dog Sled Tours and Nature Point Paljakka	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Anne Hyvärinen
	Commissioned by Nature Point Paljakka
Date Autumn 2012	Total Number of Pages and Appendices 51 + 1
<p>In this thesis I compared two dog sledding companies from Canada and Finland. These two companies were Winterdance Dog Sled Tours and Nature Point Paljakka. The purpose of this thesis was to see the differences between these two companies and see how Nature Point could improve their business. This thesis was commissioned by Nature Point Paljakka.</p> <p>The comparison was made with benchmarking theory. I was able to collect the needed information when I made my practical training in both companies in spring 2012. I interviewed the owners of the companies and I made notes while working. For the theory I collected information from Internet and books.</p> <p>I compared the products and processes of both companies. In other words I compared the dog sled programs, the working methods of the employees, the dog care and the marketing of the companies.</p> <p>The results I got through the benchmarking process were related to programs, processes and marketing. I made three new programs for Nature Point. The company could also market more in Finland. There are certain things that Nature Point could make better in their processes like using radio phones during the tours. In this thesis the results I got through the benchmarking process are told more precisely.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	benchmarking, dog sled
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input checked="" type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 KÄSITTEET	2
3 KANADA JA SUOMI	3
3.1 Rekikoirien historian merkitys	5
3.1.1 Rekikoirien historia	6
3.2 Rekikoirat	8
3.2.1 Alaskan- ja siperianhuskyn erot	8
3.2.2 Siperianhusky Suomessa ja Kanadassa	9
3.2.3 Koiravaljakkomatkailu	9
4 YRITYSESITTELYT	11
4.1 Perustietoja	11
4.2 Työntekijät	13
4.3 Koiravaljakko –ohjelmat	14
4.4 Valjakkokoirat	16
4.5 Markkinointi	17
4.6 Asiakkaat	19
4.7 Kilpailutoiminta koiravaljakolla	20
4.8 Vertailtavat asiat	21
5 BENCHMARKING	22
5.1 Benchmarking -määritelmä	23
5.2 Miksi benchmarkingia käytetään?	23
5.3 Missä toiminnoissa benchmarkingia käytetään?	24
5.4 Sisäinen, ulkoinen vai toiminnallinen benchmarking?	25
5.5 Tiedonkeruu benchmarking –kumppanilta	26
5.6 Benchmarking prosessi	28
6 YRITYSTEN VERTAILU	31
6.1 Kohteen valinta	31
6.2 Kumppanin valinta	32
6.3 Tiedon keruu	32

6.4 Tuote- ja prosessivertailu	33
7 ANALYYSI JA TULOKSET	43
7.1 Tuotteet	43
7.2 Prosessit	45
7.3 Markkinointi	47
7.4 Yritysten kilpailutoiminta	47
8 POHDINTA	50
LÄHTEET	52
LIITE	56

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on nähdä kahden eri maan koiravaljakkoyritysten toimintatapojen eroja ja löytää parannusmahdollisuuksia toimeksiantajalle. Nämä kaksi yritystä ovat kanadalainen Winterdance Dog Sled Tours ja suomalainen Nature Point Paljakka. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Nature Point Paljakka.

Idea opinnäytetyöhöni tuli ammattikorkeakoulun harjoittelun kautta. Harjoittelu oli keväällä 2012, joka kesti yhteensä viisi kuukautta. Sain harjoittelupaikan kanadalaisesta Winterdance koiravaljakkoyrityksestä ja olin siellä kolme kuukautta harjoittelusta. Loput kaksi kuukautta olin Nature Pointissa harjoittelussa. Minulla oli ainutlaatuinen mahdollisuus verrata kahden eri maan yrityksen koiravaljakkotoimintaa. Sain työskentelyn kautta tarkan kuvan yritysten toimintatavoista ja pystyin hyödyntämään sitä tässä opinnäytetyössä.

Yritysten vertailu tapahtui benchmarking teorian avulla. Tämän teorian avulla voidaan vertailla kahta eri yritystä ja saada sen kautta parannusehdotuksia. Vertailen yritysten tuotteita ja prosesseja eli työntekijöiden toimintaa, retkien läpivientiä, koirien pitoa ja markkinointia.

Nature Point Paljakka tarjoaa koiravaljakkotuotteiden lisäksi myös muita ohjelmia, kun taas Winterdance tarjoaa pelkästään koiravaljakko-ohjelmia. Benchmarkingin avulla voidaan saada kehitysideoita. Toimeksiantaja haluaakin kehittää juuri koiravaljakko-ohjelmiaan. Winterdance on menestynyt koiravaljakkoyritys, joten se soveltui hyvin benchmarking kumppaniksi. Koiravaljakkohistorialla on myös osuutensa koiravaljakkotoiminnassa, mikä tulee esille opinnäytetyössä.

2 KÄSITTEET

Koiravaljakkotuote

Koiravaljakkotuote on tuote, joka perustuu rekikoira-ajeluun. Asiakkaat joko itse ajavat rekeä tai istuvat reen kyydissä ja opas ajaa rekeä. Koiravaljakkotuotteeseen kuuluu koiriin tutustuminen, opastus koiravaljakkoajamiseen ja retkien läpivienti. (Schwarz 2012.)

Benchmarking

”Benchmarking tarkoittaa omien tuotteiden, palvelujen ja prosessien arvioimista vertailemalla niitä erinomaisiksi tiedettyihin käytäntöihin, jonka tarkoituksena on parantaa oman toiminnan tasoa.” (Lutunen 2011, 5.) ”Se on jatkuva ja systemaattinen prosessi, jonka tarkoituksena on verrata omaa tuottavuuden, laadun ja työprosessien tehokkuutta valioluokkaa edustavien yritysten ja organisaatioiden tehokkuuteen (Karlöf & Östblom 1993, 7).

Benchmarking auttaa parhaassa tapauksessa ratkaisemaan akuutteja ongelmia ja parantamaan yrityksen tuloksellisuutta aivan uudelle tasolle. Se onkin aivan erinomaista käytännöstä oppimista ja lisäksi oman toimialan ulkopuolelle katsomista. (Lutunen 2011, 4.)

3 KANADA JA SUOMI

Seuraavassa esittelen perustietoja Kanadasta ja Suomesta matkailumaina. Lisäksi esittelen maita koiravaljakkomatkailun kannalta. Kummatkin maat ovat suosittuja talvimatkailukohteita.

Suomessa käyneet ulkomaalaiset matkustajat 2011		
Asuinalue ja synnyinmaa		Lukumäärä
		000
Euroopan Unioni	Viro	708
	Ruotsi	681
	Saksa	399
	Iso-Britannia	278
	Ranska	145
	Espanja	120
	Tanska	116
	Italia	108
	Alankomaat	101
	Muut EU-maat	353
	Yhteensä	3008
	Muu Eurooppa	Venäjä
Norja		216
Sveitsi		93
Muu Eurooppa		62
Yhteensä		3632
Koko Eurooppa		6640
Pohjois-Amerikka	USA	121
	Kanada	24
	Muu Pohjois-Amerikka	1
	Yhteensä	146
Latinalainen Amerikka		35
Aasia		402
Afrikka		11
Oseania & muut maat		25
Yhteensä		7260

Kuvio 1. Suomessa käyneet ulkomaalaiset matkustajat vuonna 2011. (Matkailun edistämiskeskus a.)

Kuten kuviossa 1 näkyy, vuonna 2011 Suomessa kävi yhteensä 7 260 000 matkailijaa. Eniten matkailijoita on tullut Venäjältä, joiden määrä oli 3 261 000. Toiseksi eniten matkailijoita tulee Virosta, joiden määrä on 708 000. (MEK a.)

Overnight trips to Canada 2011	Trips '000
Total International (Total US & Overseas)	15 576
Total United States	11 471
US Leisure	9 714
US MC & IT	1 757
Core Markets	1 551
United Kingdom	623
France (territories removed)	422
Germany	290
Australia	216
Emerging/Transition Markets	925
Japan	187
South Korea	140
Mexico	124
Brazil	74
China	237
India	163
CTC Key Overseas (Core and Emerging/Transition Markets)	2 475
Other Overseas	1 630
Total Overseas	4 105

Kuvio 2. Overnight trips to Canada 2011. (Canadian Tourism Commission a, 3).

Kanadassa käy vuosittain 15 576 000 matkailijaa, kuten kuviossa 2 lukee. Eniten matkailijoita tulee Kanadaan Yhdysvalloista, joiden määrä oli vuonna 2011 noin 11 471 000. (Canadian Tourism Commission a, 3.) Vuonna 2004 kanadalaiset matkustivat talvikaudella eniten Ontario osavaltioon, jos he matkustivat maan sisällä (Statistics Canada 2005).

Kanadalaiset osallistuvat vähintään yhteen talviaktiviteettiin laskettelun ohella. Seuraavassa on aktiviteetit osallistumisprosentin mukaan viimeisen kahden vuoden ajalta: maastohiihto (47%), moottorikelkkailu (35%), pilkkiminen (34%), koiravaljakkoajo (4%) ja jääkiipeily (3%). (Canadian Tourism Commission c., 4.)

Kanadassa asui vuonna 2011 noin 34,5 miljoonaa ihmistä ja maan pinta-ala on 9 984 670 km² (Suomen ulkoasiainministeriö 2012). Suomen pinta-ala on 338 424 km² ja asukkaita on vähän alle 5,5 miljoonaa (Norden). Kanada on paljon suurempi maa kuin Suomi, joten myös matkailua on siellä paljon enemmän. Jos tämä otetaan huomioon verratessa näitä kahta yri-tystä, on selvää, että Winterdancella on paljon suuremmat markkinat kuin Nature Pointilla.

3.1 Rekikoirien historian merkitys

Kanadalla on paljon pidempi historia koiravaljakkoajossa kuin Suomella ja sen kautta Kanada on tunnetumpi maa koiravaljakkoajosta kuin Suomi. Monet ihmiset ovat esimerkiksi kuulleet seerumiajosta Nomeen ja sen kautta ovat kiinnostuneet koiravaljakkoajosta ja he haluavat sen takia koiravaljakko retkille.

Pohjois-Amerikan koiravaljakkohistoriassa Nomen seerumiajo on erittäin tärkeässä asemassa. Esimerkiksi sinne minne Balton patsas on pystytetty, ovat päässet vain William Shakespeare, Christopher Columbus ja Alexander Hamilton. (Salisbury & Salisbury 2003, 246.) Koko Pohjois-Amerikka seurasi vuonna 1925 seerumiajota ja siitä oli uutisoitu lehdissä todella paljon. Tästä huomaa, että se on tärkeässä osassa Pohjois-Amerikan koiravaljakkohistoriasta.

Huomasin harjoittelun aikana Kanadassa, että monet ihmiset tulevat juuri historian takia retkille. Varsinkin ulkomaalaiset asiakkaat tuntevat nämä vanhat tarinat koiravaljakkoajosta ja he ovat sen kautta innostuneet kokeilemaan koiravaljakkoajoa. He haluaisivat kokea samantaisia seikkailuita koirien kanssa kuin mitä tarinoita he ovat kuulleet. (McCready 2012.)

Suomesta sen sijaan puuttuu samankaltainen historia. Seppälän uroteot koirineen Alaskassa ovat kyllä myös Suomessa hyvin tunnettuja.

3.1.1 Rekikoirien historia

Siperianhusky on nimensä mukaisesti kotoisin Venäjän Siperiasta. Se on ikivanha rotu ja tarkemmin se tulee Koillis-Siperian kylmiltä tundroilta. Koillis-Siperia on yksi maailman karuimmista ja vaativimmista elinympäristöistä ja siellä ihmiset eivät olisi tulleet toimeen ilman koiria. Siperianhuskya pidetään etenkin tsuksikoirana, vaikka muidenkin heimojen koirilla on ollut vaikutusta rodun kehittymiseen Alaskan puolella. Rekikoirilla mitattiin ennen vanhaan ihmisten varallisuutta. Varakkailta oli mahdollisuus pitää useampia koiria kun taas köyhillä oli vain pari kolme rekikoira. Hyvät koirat olivat hyvinkin arvokkaita. (Kinnunen 2010.)

Siperianhusky on monipuolinen työkoira, joiden tehtäviin kuului kuljettaa miehiä kalastus tai metsästysretkille ja tuoda heidät saaliineen takaisin kotiin. (Kainulainen 2003, 8.) Valjakot liikkuvat useimmiten kävelyvauhtia syvässä lumessa ja koiria valjastettiin reen eteen sen kuorman painon mukaan. Jos lunta oli erittäin syvästi, saattoivat ihmiset kävellä lumikengillä edellä raivaten tietä. Ihmiset auttoivat myös koiria vetämällä ja työntämällä raskasta kuormaa. (Farmen 2011, 8.)

Rekikoirat eivät olleet tärkeissä rooleissa vain arjessa vaan ne liitettiin myös uskonnollisiin menoihin. Beringinsalmen molemmilla rannoilla koiria on pidetty jopa myyttisinä olentoina. Kertomuksen mukaan koirat vartioivat portteja kuolemanjälkeiseen paratiisiin. Sinne pääsi vain, jos oli elämänsä aikana kohdellut koiria hyvin. (Kinnunen 2010.)

Talvisin koirat olivat sidottuina kiinni, kun ne eivät olleet töissä. Kesällä rekikoirat päästettiin vapaiksi, jotta ne pääsisivät metsästämään laumoissa. Kun saalis kävi vähäksi ja lunta tuli maahan, niin koirat palasivat takaisin kyliin ihmisten luokse. (Salisbury & Salisbury 2003, 65.)

Siperianhuskyjen tulo Pohjois-Amerikkaan

Siperianhusky tuotiin Pohjois-Amerikkaan odottamatta. Monet muista koirista olivat tulleet maahan tavallista reittiä Atlantin yli koirien ollessa jo vakiintunut rotu kotimaassaan. Sipe-

rianhusky tuotiin Beringinsalmen yli, jossa Aasian ja Amerikan mantereet melkein kohtaavat. (Thomas, Stead & Wolfe 2000, 3.)

On vaikeaa sanoa milloin ensimmäinen siperianhusky saapui Pohjois-Amerikkaan. Alkuperäiskansat Siperiasta ja Alaskasta kävivät keskenään kauppoja ja voi olla, että kaupan teossa on ollut mukana myös koiria. Nykyään uskotaan, että ensimmäiset siperianhuskyt tuotiin Pohjois-Amerikkaan vuonna 1908. Sinä vuonna venäläinen turkiskauppias William Goosak saapui Koillis-Siperiasta valjakon kanssa Alaskan Nomeen ja seuraavana vuonna hän tuli takaisin osallistuakseen rekikoirakilpailuun. (Salisbury & Salisbury 2003, 66.)

Amerikkalaiset nimittivät näitä koiria ”siperialaisiksi rotiksi”. He olivat tottuneet Alaskanhuskyeihin, jotka ovat kookkaita, pitkäjalkaisia ja luppakorvaisia. Amerikkalaiset eivät uskooneet siperianhuskyen menestykseen koiravaljakkokisoissa. Tunnetut koiravaljakkoajajat Ramsay ja John Johnson matkustivat Siperiaan tuodakseen sieltä siperianhuskeja voittaakseen All Alaskan Sweepstakes –kilpailun. He onnistuivat tavoitteessaan ja Johnson voitti ensimmäisenä siperialaisella koiravaljakolla. (Salisbury & Salisbury 2003, 66 – 67). Johnson oli oikealta nimeltä Johan Johansson, joka oli syntynyt Suomen Turussa vuonna 1871 (Kainulainen 2003, 51).

Siperianhusky sai ensimmäisen rotumääritelmän Yhdysvalloissa vuonna 1932 (Kainulainen 2003, 133). Tästä eteenpäin siperianhuskykennelaiden määrä alkoi kasvaa Amerikassa. Kilpailut alkoivat muuttua pikkuhiljaa ja alaskalaiset työkoirat muuttuivat kilpakoiriksi. Jotkut kasvattajat alkoivat vastata haasteeseen ja siperianhuskyja alettiin jalostaa myös kilpailuita varten. Kuitenkin osa kasvattajista halusi pitää vanhan siperialaisen rodun puhtaana ja työkoirana, jolla oli hyvä avoin luonne ja jolla oli rodunomainen ulkomuoto. (Kinnunen 2010.)

Kuuluisin koiravaljakkotarina

Leonhard Seppälän (myös suomalaisia sukujuuria) siperianhusky valjakko pelasti Nome kylän kurkkumätäpäiseelta vuonna 1925. Hän ajoi 600 mailia hyytävässä kylmyydessä ja myrskyjen läpi tuodakseen pelastavan seerumin Nome kylään. New Yorkiin on pystytetty pronssinen Balto – patsas näiden urheiden koirien muistoksi. Patsaan jalustassa lukee: ”Omistettu niiden lannistumattomien rekikoirien muistolle, jotka kuljettivat lääkeseerumia Nenanasta Nomeen

600 mailia yli vaarallisten ahtojäiden peittämien vesien ja läpi pohjoisten lumimyrskyjen talvella 1925. Kestävyys - uskollisuus - älykkyys.” (Thomas ym. 2000, 10 – 11.)

3.2 Rekikoirat

Rekikoiraksi kutsutaan rodusta riippumatta koiraa, joka on pystyy ja on koulutettu vetämään rekeä. Perinteiset rekikoirat ovat arktiset rekikoirat, joita ovat muun muassa siperianhusky, alaskanmalamutti, Mackenzie-joen husky, alaskanhusky (ei rotu) ja grönlanninpystykorva. Rekikoiralle tärkein vaatimus on se, että koira haluaa ja pystyy vetämään rekeä ja juuri siperianhusky on luonnollinen rekikoira. (Kainulainen 2003, 56.)

Siperianhusky on nopein ja suosituin puhdasrotuinen rekikoira. Niillä on rekikoirille tyypillinen kasvomaski ja niiden karva on keskipitkä ja erittäin tiheä. Siperianhuskyilla on mantelinmuotoiset silmät, joiden väri voi olla joko ruskea tai jään sininen. (Pfirstinger 1997, 127.)

3.2.1 Alaskan- ja siperianhuskyn erot

Alaskanhusky tulee Alaskasta ja Pohjois-Amerikasta. Se ei ole puhdasrotuinen ja sen jalostamiseen ei ole mitään erityisstandardeja. Alaskanhuskyt ovat erityisen nopeita, kestäviä ja voimakkaita koiria, joiden väri, koko ja tunnusmerkit vaihtelevat suuresti yksilöstä toiseen. Pääkriteerinä jalostamisessa on muun muassa nopeus, kestävyys, älykkyys ja ystävällisyys ihmisiä kohtaan. ”Alaskanhuskyjä et näe näyttelyissä, mutta kylläkin maailman vaativimmissa kisoissa –rekikoirakilpailuissa.” Varsinkin kilpa-ajajat valitsevat mieluummin alaskanhuskyja kuin siperianhuskyja, koska alaskanhuskyt ovat nopeimpia rekikoira maailmassa (Pfirstinger 1997, 7, 125).

Alaskanhusky sekoituksessa on käytetty siperianhuskyja, vinttikoiria ja lyhytkarvaisia saksanseisojia. Alaskanhusky ei ole oma laji ja niitä ei ole tunnustettu missään kennelliitossa. (Vetstreeet 2012.)

Alaskanhuskyt saapuivat Suomeen 80 –luvulla ja osa kasvattajista vaihtoivat koiransa nopeampiin kilpakoiriin. Rotujärjestö alkoi voimakkaasti painottaa norjalaisen alaskanhuskyn ole-

van ainut alkuperäinen tyyppi. Siperianhuskyharrastajat halusivat pitää siperianhuskyn alkuperäisenä työkoirana ja nopeimpana arktisista roduista, jolloin kilpailut pitäisi olla vain arktisille roduille. (Kinnunen 2010.)

3.2.2 Siperianhusky Suomessa ja Kanadassa

Siperianhusky – rodun historia ei ole kovinkaan pitkä Suomessa. Vuonna 1965 rekisteröitiin ensimmäinen siperianhusky Suomen kennelliitossa. Kerttu Almin toi Sveitsistä ensimmäisen huskypennun Suomeen, joka oli ”old line” siperianhusky. Koiria tuotiin lisää Amerikasta ja pian koiria ja siperianhuskyjen harrastajia olikin jo niin paljon että voitiin perustaa yhdistys, jonka nimeksi tuli Suomalainen Siperianhusky –seura eli SHS. (Kainulainen 2003, 20.)

Kanadassa siperianhusky rotu rekisteröitiin ensimmäistä kertaa yhdeksän vuotta USA:n jälkeen eli vuonna 1941 (Korvalan Restikievari). Koiravaljakkoajokilpailut levisivät Alaskasta ensin Kanadaan ja 1960-luvulla Eurooppaan (Koirat 2012). Kanadassa siperianhuskyja on moninaisia, jossa on äärityyppejä kilpailu rekikoirista ulkomuotonäyttelykoiriin. Nykyään siellä näkyy hyvin vahvasti amerikkalaisvaikutus niin kilpailu- kuin näyttelylinjoissa. (Kainulainen 2003, 40.) Tämän päivän siperianhuskyt ovat pääosin 1900 – luvulla Siperiasta tuotujen koirien ja Leonhard Seppälän huskyen jälkeläisiä. (Korvalan Restikievari.)

3.2.3 Koiravaljakkomatkailu

Koiravaljakkomatkailusta on kehittynyt varsin nopeasti suosittu ohjelmapalvelu Pohjois-Suomessa. Asiakkaat ovat pääosin ulkomaalaisia, jotka ovat usein lapsiperheitä ja yritysvieraita. He ovat tulleet Lappiin tai Kainuuseen kokemaan uniikin arktisen pohjoisen elämyksiä. Kotimaan matkailijat käyvät myös mielellään koiravaljakkoajeluilla. (Lapin yliopisto a.) Reki-koira-ajelu on varsin tuore ilmiö Suomen matkailussa, se mielletään kuitenkin jo osaksi pohjoisen matkailu- ja ohjelmapalvelutarjontaa. Koiravaljakoilla onkin tärkeä imagomerkitys Pohjois-Suomen matkailulle ja kunnille. (Lapin yliopisto b. 2011.)

Matkailun edistämiskeskuksen kotisivuilla Suomen matkailumarkkinoiden kilpailija-analyysin mukaan Suomi on kärkitilalla koiravaljakkotuotteissa kilpailijamaista. Nämä maat olivat Ruotsi, Ranska ja Norja . Suomessa koiravaljakkoajo on jo kansainvälisesti merkittävää. Koiravaljakko-ohjelmista on kuitenkin vielä mahdollisuus kehittyä kansainvälisesti merkittäviksi tuotteiksi. Suomen päämarkkinat koiravaljakkoajolle ovat Saksa, Ranska, Alankomaat, Italia ja Sveitsi. (MEK b. 2009, 6 – 40.)

Kanadan historiassa koiravaljakot ovat olleet tärkeitä niin kuljetusmuotona kuin työapulaisena. Moottorikelkkojen yleistyttyä huskyen tarve selviytymisessä on vähentynyt. Koiravaljakkoajon suosio on kuitenkin kasvanut urheilumuotona. Talvella koiravaljakko lomien suosio on varsin suuri. Kanadassa monet mökkimajoitukset, jotka tarjoavat myös talviaktiviteettejä ovat lisänneet koiravaljakkoretkiä ohjelmapaketteihin. Kanadalaisten koiravaljakkoyritysten määrä on kasvanut jatkuvasti. (Discover Canadian Outdoors 2010.) Kanadaan tulee eniten matkustajia Yhdysvalloista ja koiravaljakkoajon osuus heidän talviaktiviteeteissä on 5 % (Canadian Tourism Commission b., 4).

4 YRITYSESIITTELYT

Seuraavassa esittelen kanadalaista Winterdance Dog Sled Tours- ja suomalaista Nature Point Paljakka –yritystä lyhyesti. Kummatkin yrityksen tarjoavat koiravaljakko-ohjelmia ja ovat toimineet jo monta vuotta tällä alalla.

Olin harjoittelussa Winterdance –yrityksessä tammikuusta maaliskuun loppuun vuonna 2012 ja Nature Pointissa olin harjoittelussa huutikuusta toukokuun loppuun vuonna 2012. Keräsin tietoja yrityksiltä ollessani harjoittelussa haastatteleamalla omistajia ja tekemällä itse havaintoja.

Yritykset ovat kilpailijoita, vaikka ne sijaitsevatkin eri maissa. Kilpailijoina molemmat yritykset tarjoavat koiravaljakko-ohjelmia. Yritykset tosin eivät ole suoranaisia kilpailijoita, mutta esimerkiksi keskieurooppalaiset asiakkaat voivat valita yritysten perusteella haluavatko he mieluummin mennä Kanadaan vai Suomeen koiravaljakkoretkille. Esimerkiksi Nature Pointia myyvät ulkomaalaiset matkatoimistot välittävät myös koiravaljakko-ohjelmia Kanadaan, mutta Winterdance ei ole näiden matkatoimistojen ohjelmissa mukana.

4.1 Perustietoja

Seuraavassa esittelen perustietoja tässä opinnäytetyössä käyttämistäni yrityksistä:

Winterdance Dog Sled Tours

Winterdance Dog Sled Tours on Kanadan Ontarion Haliburtonissa sijaitseva koiravaljakko-yritys. Haliburton on noin kolmen tunnin ajomatkan päästä Kanadan suurimmasta kaupungista Torontosta pohjoiseen päin. Haliburton on varsin pieni kylä, jossa on noin 6 000 asukasta. Winterdance sijaitsee noin 27 km päästä Haliburtonin keskustasta. (McCready 2012.)



Kuvio 3. Kanadan kartta. (Lonely planet 2012.) Kuvassa on Kanadan kartta ja Toronton pohjoispuolella oleva Haliburton on merkitty raksilla.

Yrityksen perustajat ovat Tanya McCready ja Hank DeBruin. He muuttivat 1999 pois kaupungista Haliburtoniin haaveenaan tehdä koiravaljakkoharrastuksesta yritystoimintaa. (DeBruin & McCready 2010, 6). He omistivat silloin seitsemän siperianhuskya ja pian koirien määrä alkoi kasvaa. Nykyään koiria on noin 150 ja kaikki ovat puhdasrotuisia siperianhuskyja. (McCready 2012.)

Winterdance -yrityksessä retkiä ei pystytä aloittamaan sieltä, missä yritys sijaitsee ja missä omistajat asuvat koirien kanssa. Koirat ja tarvikkeet täytyy siirtää autolla (dogtruck) ”trail-head:in” eli sinne mistä retket aloitetaan. Matka kestää noin 20 minuuttia. Omistajat ovat vuokranneet maata, jossa koiravaljakkoretket ajetaan. (McCready 2012.)

Nature Point Paljakka

Matkailuyritys Nature Point Paljakka sijaitsee Puolangalla. Puolanka on pieni kunta, jossa on noin 3000 asukasta. Yritys sijaitsee lähellä Paljakan hiihtokeskusta. Kajaanista on noin 65 km matka yritykseen ja Oulusta matkaa on noin 170 km.

Yrityksen omistajat ovat Kaisa ja Sigi Schwarz. Nykyään yrityksen omistaa myös heidän kaksi poikaa Alexander ja Daniel. Nature Point Paljakka tarjoaa erilaisia aktiviteettejä, majoitusta ja

ruokailuja. Perhe muutti vuonna 1997 Itävallasta Suomeen ja perustivat yrityksen. Yrityksen alkuvaiheessa oli vain 5 huskya.

Nykyisin yrityksellä on 43 alaskan- ja siperianhuskya. Sillä on myös muita aktiviteettejä koiravaljakkoajon ohella. Yritys tarjoaa pääasiassa viikon ohjelmia, jotka sisältävät myös majoituksen ja ruokailut. Ohjelmassa voi olla talvisin esimerkiksi lumikenkävaellusta, metsäsuksilla hiihtämistä ja saunomista perinteisessä saunassa avannon kera. Tarkoituksena on näyttää asiakkaille Suomen luontoa liikkumalla luonnossa oppaan kanssa. Asiakkaille tarjotaan myös koiravaljakkoajoa ja sen suosio on kasvanut jatkuvasti viime vuosina.

4.2 Työntekijät

Winterdance Dog Sled Tours

Winterdance -yrityksessä työskenteli harjoitteluni aikana kuusi opasta, minä sekä omistajapariskunta. Lisäksi toimistossa oli apulaisena myös eläkkeelle jäänyt rouva. Omistajat Tanya ja Hank eivät itse enää ole opastoinnassa mukana. Nykyisin he hoitavat yrityksen muita toimintoja. Tanya vastaa kaikista toimistotöistä ja Hank on keskittynyt enemmän koiravaljakko-kisa toimintaan.

Sekä Hank että Tanya olivat yrityksen alkuvaiheessa myös oppaina, mutta yrityksen laajentumisessa he palkkasivat enemmän oppaita, jolloin heille jäi enemmän aikaa muihin töihin. Tanya ottaa vastaan kaikki varaukset, hoitaa markkinointia ja tekee yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa. Lisäksi sekä Tanya että Hank pitävät koirien hyvinvointia tarkasti silmällä. He hoitavat myös eläinlääkärissä käynnit.

Pääoppaana toimii Jess, joka on ollut jo monta vuotta töissä yrityksessä. Kaikilla oppailla oli entuudestaan kokemusta seikkailu- tai luontomatkoilusta. Harvoilla kuitenkin on ollut aikaisempaa kokemusta koirien tai muidenkaan eläinten kanssa työskentelystä. Työntekijät eivät osanneet puhua muita kieliä kuin englantia.

Nature Point Paljakka

Nature Pointi -yrityksessä työskentelee yrityksen omistajat Kaisa ja Sigi Schwarz ja heidän kaksi poikaansa Alexander ja Daniel. Yrityksessä ei ole muita työntekijöitä kuin perheen jäsenet, joten yritystoiminta on varsin pienmuotoista. Alexander ja Daniel työskentelevät koirien kanssa ja ovat koiravaljakko -oppaina. Kaisa ja Sigi hoitavat yrityksen muut työt. Yrityksessä puhutaan saksaa, englantia, ruotsia ja suomea.

4.3 Koiravaljakko -ohjelmat

Winterdance Dog Sled Tours

Winterdance tarjoaa erilaisia koiravaljakko-ohjelmia. Heillä ei ole kuitenkaan majoitus- tai ruokailupalveluita. He ovat keskittyneitä täysin koiravaljakkoajoon eikä heillä ole muita ohjelmalveluita. Yritys omistaa kuitenkin yhden mökin, jota vuokrataan koiravaljakkoajajille tai muillekin halukkaille. Koiravaljakko-ohjelmissa on kahden tunnin ajo, puolen päivän ajo, koko päivän ajo ja lisäksi mahdollisuuksien mukaan täysikuu ajo. Suosituin ohjelma on puolen päivän retki. Erikoistapahtumia on myös mahdollista järjestää kuten esimerkiksi häitä ja syntymäpäiviä.

Asiakkaille tarjotaan lämmintä juotavaa (kaakao) ja leivos puolen päivän retkellä. Retken puolesta välissä pysähdytään ja opas tarjoilee asiakkaille välipalan. Koko päivän retkellä opas valmistaa nuotiolla hampurilaisia, hot dogeja, kasviskeittoa ja lisäksi on tarjolla kaakaota ja pieniä leivoksia.

Yritys tarjoaa lyhyempiä ajeluita Algonquin kansallispuiston lähellä. Se on tunnettu kansallispuisto Ontarion osavaltiossa ja sen kupeessa on hotelli joka tekee yhteistyötä Winterdance -yrityksen kanssa. Hotelli myy erilaisia ohjelmapaketteja ja koiravaljakkoajo kuuluu ohjelmaan lauantaisin. Kerran viikossa eli lauantaina kaksi opasta ajaa autolla koirien kanssa Algonquinin kansallispuistolle, jonka läheisyydessä ajetaan puolen tunnin ajeluita. (McCready 2012.)

Asiakkaat pääsevät itse ajamaan reellä oppaan jäljessä. Yhdessä reessä on aina kaksi asiakasta, joista toinen istuu kyydissä ja toinen ajaa. Asiakkaat voivat retken aikana vaihtaa näitä rooleja.

Winterdance tarjoaa myös kesällä koiratarhan tutustumiskierroksia. Siinä Hank ja Tanya kertovat asiakkaille rekikoirista ja koiravaljakkourheilusta. Ohjelmaan kuuluu tutustuminen koiriin ja Hank kertoo myös kokemuksistaan Yukon Quest ja Iditarod kilpailuista. Nämä ovat legendaarisia kilpailuja ja asiakkaat kuuntelevat mielenkiinnolla kertomuksia Hankin kokemuksista. Hän esittelee myös välineistöä mitä tarvitaan kilpailemiseen, kuten erikoisvaatteita, reen, koirien valjaat jne. Asiakkaille näytetään lisäksi video ja valkokuvia kilpailuista. Ohjelmaan kuuluu myös grilliruokaa. (McCready 2012.)

Winterdance järjestää myös erilaisia ”opetustilaisuuksia” kouluille. Ollessani harjoittelussa menimme esimerkiksi Haliburtonin ala-asteelle ajamaan lapsien kanssa pieniä kierroksia koulun pihalla. Yrityksen omistajat kertoivat koululaisille koiravaljakko urheilusta ja koirista.

Nature Point Paljakka

Nature Point tarjoaa tunnin ajeluita tai isommalle ryhmälle puolen tunnin ajeluita ja yritys tarjoaa myös viikon pituisen koiravaljakko-ohjelman. Tunnin pituisella ohjelmalla asiakkaat istuvat reen kyydissä oppaan ajaessa rekeä. Tälle retkelle voidaan ottaa enintään kaksi asiakasta. Viikon ohjelmassa voi olla enintään kuusi asiakasta.

Viikon ohjelmassa asiakkaat oppivat koiravaljakkoajon alkeet ja he pääsevät itse ajamaan rekeä. Viikon ohjelmassa on yhteensä 4 koiravaljakkoretkeä. Ensimmäisen päivän aikana asiakkaille opetetaan koiravaljakkoajon perusteita. Retket kestävät tunnista kolmeen tuntiin. Ensimmäiset reissut ovat tunnin mittaisia ja sitten käydään yksi pidempi lenkki, joka kestää noin kolme tuntia. Asiakkaat ajavat aina oppaan perässä.

4.4 Valjakkokoirat

Winterdance Dog Sled Tours

Winterdance:ssä on noin 150 siperianhuskya, joista kaikki ovat puhdasrotuisia. Omistajat eivät halua esimerkiksi alaskanhuskyja vaan he haluavat pitää kaikki koirat puhdasrotuisina.

Koirat pidetään sisätarhassa. Kilpakoirilla on kuitenkin ulkohäkit, koska niiden pitää tottua olemaan kylmässä ajatellen kilpailuita. Kanadassa on tulossa voimaan sellainen laki, joka kieltää koirien pitämisen hihnassa ulkona. Monet suuret koiravaljakkoyrityksen Pohjois-Amerikassa, pitävät koiriaan lyhyessä hihnassa ulkona. Aloittaessaan yritystoimintaa Winterdance:n omistajat päättivät rakentaa kerralla kunnollisen tarhan koirille. Kanadassa myös monet koiravaljakko omistajien naapurit ovat valittaneet meluhaitoista, joten Tanya ja Hank halusivat poistaa tämänkin ongelman ja he päättivät rakentaa sisätarhan koirille. (DeBruin 2012.)

Itse en ole koskaan aikaisemmin nähnyt sisätarhaa, sillä Suomessa ei ole sisätarhoja rekikoirille. Koirien sisällä pidossa on omat hyvät ja huonot puolensa. Tarha vaatii hyvän ilmastoinnin koska muuten haju olisi liian voimakasta sisällä. Koko tarha joudutaan pesemään kerran viikossa vedellä pitääkseen se siistinä. Lisäksi koirien häkit siistitään kaksi kertaa päivässä sekä aamulla että illalla.

Winterdancen koirat ovat pääasiassa kahdestaan yhdessä häkissä. Koirilla ei ole koppeja häkeissä vaan pelkät puiset ”lavat”, joiden päällä ne voivat nukkua. Lavat ovat vähän korotettu- ja lattiasta niiden kuivana pysymiseksi.

Nature Point Paljakka

Nature Pointissa on 43 alaskan- ja siperianhuskya. Kun yritystoiminta alkoi vuonna 1998, rekikoiria oli vain viisi kappaletta. Aluksi koirat eivät olleet ”tärkeitä” yritystoiminnalle, koska silloin panostettiin yrityksen muihin aktiviteetteihin. Ajan myötä omistajien kiinnostus kasvoi koiravaljakkoajoon ja koirien määrä lähti kasvuun. Koiravaljakkoajosta tuli myös suosittua ja Alexanderin ja Danielin lopetettua hiihtäjäuransa heille jäi enemmän aikaa koiravaljakko toimintaan. Nykyään he työskentelevät täysipäiväisesti koiravaljakkoajon parissa.

Rekikoirat pidetään ulkona tarhoissa Nature Pointissa. Yhdessä tarhassa on koirista riippuen 2 – 5 koiraa. Häkit ovat isot ja ne on sijoitettu puiden keskelle, jotta kesällä olisi varjoisaa ja viileämpää. Tarhoissa on puusta rakennetut kopit ja pehmusteina on olkia.

4.5 Markkinointi

Winterdance Dog Sled Tours

Winterdancen markkinoinnissa tärkein kanava on ehdottomasti Internet. Yrityksellä on ollut yhteistyötä matkatoimiston kanssa 2 – 3 vuotta sitten. Sen kautta ei kuitenkaan tullut juuri ollenkaan asiakkaita. Matkatoimisto joutui kaiken lisäksi konkurssiin ja nykyään Winterdancellä ei ole yhteistyötä matkatoimistojen kanssa. (McCready 2012.)

Yrityksellä on esitteitä, jotka ovat esillä esimerkiksi paikallisissa matkailuyrityksissä. Winterdance on esillä myös paikallisessa ohjelmaesitteessä. Heillä on lisäksi mainoksia lehdissä, esimerkiksi Halibrutonin Uutisissa on mainos koiravaljakko-ohjelmista. (McCready 2012.)

Toronto on tärkein markkina-alue, koska Torontossa ja sen lähialueilla asuu yhteensä noin 5 miljoona ihmistä. Lisäksi yritys on vain kolmen tunnin ajomatkan päästä Torontosta pohjoiseen. (McCready 2012.)

Sosiaalinen media facebook on nykyään myös tärkeässä osassa markkinointia. Tosin yrityksen facebook sivuilla kerrotaan enemmän kilpailutoiminnasta, mutta toki myös koiravaljakko-ohjelmista. Monet asiakkaista seuraavatkin facebook päivityksiä ja varsinkin kanta-asiakkaat ovat kiinnostuneita Winterdancen uutisista. Facebook sivuilla on tällä hetkellä yli 3 200 tykkäystä. (McCready 2012.)

Yritys on aloittanut yhteistyön Canadian Tourism:in kanssa. Sen kautta he voisivat saada aasialaisia asiakkaita, mutta Winterdancen mielestä tämä ei ole paras kohderyhmä. Heidän mielestään aasialaiset eivät sinänsä ole kiinnostuneita koiravaljakkoajosta vaan he haluavat vain ottaa valokuvia ylpeilläkseen kotimaassaan sillä, missä he ovat olleet ja mitä seikkailuita he ovat kokeneet. Canadian Tourism:in kautta olisi myös mahdollista saada eteläamerikkalaisia

asiakkaita ja Winterdance onkin kiinnostunut tästä mahdollisesta uudesta asiakasryhmästä. (McCready 2012.)

Ulkomaalaiset asiakkaat löytävät Winterdancen kotisivut usein vain googlettamalla. Jos googleen kirjoittaa esimerkiksi ”Canada dog sledding”, niin Winterdance:n sivut ovat kolmen ensimmäisten tulosten joukossa. (McCready 2012.)

Nature Point Paljakka

Nature Pointin ensimmäiset asiakkaat olivat taitelija ja luontovalokuvaaja Ranskasta. Heidän ansiostaan Nature Point sai kontaktin ranskalaiseen matkatoimistoon, joka on nykyään tärkein yhteistyökumppani. Yrityksellä oli onnea matkassa, että he saivat näin hyvän matkatoimiston yhteistyökumppanikseen. (Schwarz 2012.)

Nature Pointin markkinointi tapahtuu pääasiassa matkatoimistojen kautta. Matkatoimistoja on Ranskassa, Belgiassa, Hollannissa, Saksassa ja Itävallassa. Tärkein matkatoimisto on Ranskassa, joka on varsin tunnettu luontomatkailua tarjoavana matkatoimistona. Se välittää seikkailu- ja luontomatkoja ympäri maapalloa. Sieltä ei kuitenkaan tule niin paljon asiakkaita koiravaljakkoajoon vaan he ovat kiinnostuneita enemmän muista ohjelmista. Hollannin matkatoimiston kautta tulee eniten koiravaljakkoajajia. Matkatoimistot ovat Nature Pointin tärkein markkinointikanava ja sieltä tuleekin suurin osa asiakkaista. (Schwarz 2012.)

Yrityksellä on omat kotisivut, jotka ovat englannin ja saksan kielellä. Nature Point on saanut myös jonkun verran asiakkaita suoraan nettisivujen kautta. He ovat yleensä löytäneet nettisivut googlettamalla. Nettisivuilla on kerrottu tarkkaan ohjelmista, luonnosta, majoituksesta ja ruuasta. Ohjelmissa ei ole hintoja näkyvillä, vaan asiakkaita pyydetään ottamaan yhteyttä. Sivuilla on oma ”viestikenttä”, jonka voi täyttää tai sitten voidaan lähettää suoraan sähköpostia.

Nature Point Paljakka ei mainosta lehdissä tai muutenkaan painetussa mediassa. Yrityksen alkuvaiheessa he yrittivät mainostaa lehdissä, mutta se ei hyödyntänyt yritystä juuri lainkaan. Yrityksellä on kuitenkin omat esitteet. (Schwarz 2012.)

Markkinointia tapahtuu myös paljon ”puskaradion” kautta. Monet asiakkaista kertovat hienosta lomastaan sukulaisilleen ja ystävilleen, jotka taas kiinnostuvat ja ottavat yhteyttä. (Schwarz 2012.)

Yhteistyön tekeminen valokuvaajien ja taiteilijoiden kanssa on myös tärkeää markkinointia. Heidän kautta voi saada uusia asiakkaita. Monet valokuvaajat ovat esimerkiksi kiinnostuneet Suomen ainutlaatuisesta luonnosta ja eläimistä. Yritys on saanutkin tällä tavalla uusia asiakkaita. (Schwarz 2012.)

4.6 Asiakkaat

Winterdance Dog Sled Tours

Winterdancen tärkeimmät asiakkaat ovat kotimaiset matkailijat. Eniten asiakkaita tulee Ontario osavaltion eteläosista ja nimenomaan Torontosta. Eurooppalaisia asiakkaita on 20 – 30 % kaikista matkailijoista. (McCready 2012.)

Ulkomaalaiset asiakkaat tulevat monesta eri maasta, suurin osa tulee kuitenkin Iso-Britanniasta. Asiakkaita tulee myös esimerkiksi Saksasta, Ranskasta, Australiasta ja Uudesta-Seelannista. (McCready 2012.)

Kanta-asiakkaita on noin 10 – 15 % kaikista asiakkaista. He palaavat yleensä aina 2 – 3 vuoden välein. Monet asiakkaista kertovat myös sukulaisilleen ja ystävilleen koiravaljakko kokemuksistaan ja sen kautta tulee uusia asiakkaita. (McCready 2012.)

Asiakkaat ovat yleensä pariskuntia ja heidän ikähaarukka vaihtelee nuoresta vanhaan. Lapsiperheitä käy myös paljon, varsinkin viikonloppuisin ja loma-aikoina. (McCready 2012.)

Nature Point Paljakka

Nature Pointin asiakkaat tulevat pääsääntöisesti Keski-Euroopasta. Heistä suurin osa tulee Ranskasta, mutta myös osa tulee Hollannista, Belgiasta, Saksasta, Sveitsistä ja Itävallasta. Kotimaisia asiakkaita ei ole juuri ollenkaan. Tyypilliset asiakkaat ovat korkeasti koulutetut pariskunnat, jotka ovat kokeneita luontomatkaajia. Nykyään myös nuorten asiakkaiden määrä on

kasvanut. Lapsiperheitä käy varsin vähän ja yleensä he tulevat silloin, kun lapsilla on loma-ajat Keski-Euroopassa. Asiakkaat ovat yleensä kiinnostuneita luonnosta ja haluavat oppia myös tuntemaan Suomen luontoa. (Schwarz 2012.)

Joulun ja Uuden Vuoden aikaan on myös muutamia venäläisiä asiakkaita. He tulevat pääosin Paljakan hiihtokeskuksesta koiravaljakkoajoon. (Schwarz 2012.)

4.7 Kilpailutoiminta koiravaljakolla

Winterdancen toinen omistaja Hank DeBruin toimi yrityksen alkuvaiheessa myös koiravaljakko-oppaana, mutta nykyään hän on keskittynyt enemmän koiravaljakkokisoihin. Hank on kilpaillut muutamina viime vuosina maailman suurimmissa koiravaljakkokilpailuissa kuten Yukon Questissa ja Iditarodissa. Osallistuminen tämän tyyppisiin kisoihin vaatii täysipäiväistä harjoittelua kilpailukoirien kanssa. Hänellä on oma kilpailutiimi ja näitä koiria ei käytetä ”turistikoirina”. Hank osallistuu myös pienempiin keski- ja pitkän matkan koiravaljakkokilpailuihin.

Hank käyttää kilpailukoirina vain siperianhuskyja. Useimmat kilpailijat kilpailevat kuitenkin alaskanhuskeilla, koska ne ovat nopeampia kuin siperianhuskyt. Hank ei kilpaile voittaakseen vaan ollakseen nopein ajaja siperianhuskyvaljakolla. (DeBruin 2012.)

Viime vuosina myös Nature Pointissa Alex ja Daniel ovat aloittaneet kilpailutoiminnan. He ovat kisanneet avoimissa luokissa eli silloin valjakossa voi olla sekä siperian- että alaskanhuskyja. Nykyään heillä on enemmän alaskanhuskyja kilpavaljakossa, koska ne ovat nopeampia koiria. Kilpailut ovat johtaneet alaskanhukujen hankintoihin. Näitä koiria on tällä hetkellä 17 ja loput ovat siperianhuskyja.

He ovat voittaneet myös Suomen mestaruuden rekikoirakilpailussa. Viime talvena he osallistuivat myös Norjassa Pasvik Trail –nimiseen pitkän matkan kilpailuun. Tulevana talvena he aikovat osallistua yhdellä valjakolla Finnmarkslopet – kilpailuun. Se on Euroopan pohjoisin ja suurin koiravaljakkokilpailu, joka myös televisioidaan Norjassa.

Tänä vuonna tässä kisassa on myös mukana amerikkalainen Hugh Neff, joka yksi tunnetuimmista koiravaljakkoajajista. Hän on sijoittunut monta kertaa kärki kolmikkoon sekä Yukon Questissa että Iditarod kilpailussa. (Schwarz 2012.)

4.8 Vertailtavat asiat

Näiden kahden yritysten vertailussa benchmarking -prosessin avulla on painopiste seuraavilla asioilla:

- Koiravaljakko-ohjelmat
- Työntekijöiden toiminta
- Retkien läpivienti
- Koirien pito
- Markkinointi

5 BENCHMARKING

Ensimmäisen kerran benchmarkingia käytettiin 20- ja 30-luvulla kauppasektorilla (Deutsches Benchmarking Zentrum b.). Matkailualalla benchmarkingia ei ole käytetty kovinkaan paljon. Googlen kautta huomaa, että benchmarkingia ei ole hyödynnetty ahkerasti ja hakutulos kuvastaa enimmäkseen mitä benchmarking on. Vierailukäynnit ja matkat ovat benchmarkingin prosessia ja ne ovat usein näkyvin osa. Tutustumiskäynnit eivät kuitenkaan takaa sitä, mikä benchmarking prosessi on tärkein osa eli oppimista, muutosten toteuttamista käytännössä ja jatkuvaa kehittymistä. (Lutunen 2011, 4.)

Benchmarking auttaa parhaassa tapauksessa ratkaisemaan akuutteja ongelmia ja parantamaan yrityksen tuloksellisuutta aivan uudelle tasolle. Se onkin aivan erinomaista käytännöstä oppimista ja lisäksi oman toimialan ulkopuolelle katsomista. (Lutunen 2011, 4.) Benchmarkingin suurimpia etuja on oppimisprosessi, jonka kautta voidaan törmätä myös sellaisiin alueisiin, joita ei etukäteen pidetty tärkeinä (Karlöf & Östblom 1993, 33).

Benchmarkingia ei ole tarkoitettu vain suurille yrityksille vaan pienikin yritys voi benchmarkingin avulla esimerkiksi ratkaista jonkin konkreettisen arkipäiväisen ongelman. Ongelma kysymyksenä voisi esimerkiksi olla kuinka voisin lisätä koiravaljakkotuotteeni suosiota? Tai miten saan hotellin vastaanoton tehokkaammaksi, jos suurin osa asiakkaista on lapsiperheitä? (Lutunen 2011, 4.)

Pienillä matkailualan yrityksillä on kuitenkin harvoin mahdollisuutta tai tarvetta käynnistää kattava kehittämisprojekti. Benchmarking –projekti voidaan kuitenkin joskus käynnistää tietoisesti ratkaistakseen yksittäisen ongelman tai toiminnan tason nostamiseksi jollakin strategisesti merkittävällä osa-alueella. (Lutunen 2011, 9.)

Usein benchmarkingin tapaista työtä tehdään tiedostamatta. Tähän kuuluu messuilla kiertämistä, lukemista Internetistä kuinka kilpailijat ovat tehneet asioita tai keskustelua kollegan kanssa miten voitaisiin ratkaista joku tietty ongelma-kohta yrityksessä. Tällaisessa toiminnassa tulokset voivat kuitenkin jäädä melko mitättömiksi, jos selkeä tavoitteenasettelu, tiedonkeruuprosessi ja suunnitelma muutosten toimeenpanemiseksi puuttuvat. ”Näin ei hyviäkään vihjeitä ja käytäntöjä saada hyödynnetyksi käytännön elämässä.” (Lutunen 2011, 9.)

Benchmarking on tänä päivänä tärkeämpää kuin koskaan ennen, koska markkinaolosuhteet terävöityvät päivä päivältä enemmän. Benchmarkkauksen avulla yritykset säilyvät kilpailukykyisinä ja pysyvät elinvoimaisina. (Jankowiak 2008.)

5.1 Benchmarking -määritelmä

”Benchmarking tarkoittaa omien tuotteiden, palvelujen ja prosessien arvioimista vertailemalla niitä erinomaisiksi tiedettyihin käytäntöihin, jonka tarkoituksena on parantaa oman toiminnan tasoa.” Se on muun muassa vertailua, oppimista, arviointia, järjestelmällistä, oman toiminnan kriittistä arviointia ja oppimista oman toimialan ulkopuolelta. Lisäksi benchmarking on järjestelmällistä, toimenpiteisiin johtavaa, tavoitteellista, verkostoitumista ja hyviin käytäntöihin keskittyvää. (Lutunen 2011, 5.)

Benchmarking ei kuitenkaan ole teollisuusvakoilua, yrityssaneerausta, virheistä oppimista eikä yleisluontoista tutustumiskäymistä. Benchmarkingin luonteeseen ei kuulu myöskään seuraavat asiat: pöytälaatikkotutkimusta, johdon toteuttamaa erillisprojekteja eikä ”kaikki kerralla kuntoon” –projekteja. (Lutunen 2011, 5.)

5.2 Miksi benchmarkingia käytetään?

Benchmarkingia voi käyttää ongelmien ratkaisemiseen ja aluksi on luontevaa hakea ratkaisuja läheltä. Aina ei kuitenkaan ratkaisuja löydy läheltä, vaan sen jälkeen voidaan katsoa miten kilpailijat ja muiden saman alan yritykset toimivat. (Lutunen 2011, 7.)

Ratkaisuja joudutaan hakemaan joskus vähän kauempaa. Tämä ei tarkoita sitä, että välttämättä mentäisiin maantieteellisesti kauas. Joskus riittää, että mennään oman toimialan ulkopuolelle ja ratkaisu voi olla jotain aivan uutta oman alan sisällä. Tämän kautta voidaan saada parhaassa tapauksessa myös kilpailuetu, mikä ei olisi mahdollista jos vaihdetaan tietoa vain oman alan keskuudessa. (Lutunen 2011, 7.)

”Parhaillaan benchmarking onkin sitä, että kerätään parhaat mahdolliset tavat tehdä asioita ja kootaan niistä paketti, jonka suorituskyky ylittää kaikki kilpailijat.” Siihen ryhtyminen ei edel-

lytä sitä, että yritys olisi ongelmissa. Benchmarkingia voidaan käyttää osana päivittäistä toimintaa ja monet kokeneet benchmarkkaajat tekevätkin sitä. Siihen kuuluu strategisen suunnittelun tarpeet, ennakointi, uudet ideat, tuote- ja prosessivertailut ja tavoitteiden määrittely. (Lutunen 2011, 7.)

Strategisen suunnittelun tarpeet sisältää tuotetuntemuksen, kilpailijat ja kilpailu ja lisäksi asiakastuntemuksen. Ennakointi pitää sisällään alan trendien ennustamista, markkinatilanteen kehittymistä ja kulutustottumukset. Uusiin ideoihin kuuluu innovaatiot, uudet markkina-avaukset ja uudet tuotantotavat. Uudet tuoteideat ja prosessien tehostaminen on osaa tuote- ja prosessivertailua. Tavoitteiden määrittely pitää sisällään tavoitteiden reallisuuden arviointia ja vaihtoehtoiset visiot. (Lutunen 2011, 7.)

Silmät avautuvat näkemään toisenlaisen tavan toimia yrityksessä, kun benchmarkataan ja vertailukumppaneihin tutustutaan. Aina uusien toimintatapojen näkeminen ei johda suoraan parannukseen, mutta ainakin se tuo uuden näkökulman oman yrityksen toimintatapoihin. Kun asiaan paneudutaan tarpeeksi paljon, voi jostain syntyä oivaltava mullistus, joka parantaa yrityksen toimintaa kertaheitolla. (Lutunen 2011, 7.)

5.3 Missä toiminnoissa benchmarkingia käytetään?

Benchmarkkauksessa ei ole rajoja, sillä periaatteessa kaikki, mikä on kuvattavissa ja mitattavissa, on myös mahdollista benchmarkata. Nykyisin benchmarking olisi mahdollista suurimmalle osalle suurista ja keskisuurista yrityksistä, koska ne kuvaavat prosessejaan tarkasti, joten pohja benchmarkkaukseen on olemassa. Pienimmillä yrityksillä ei useinkaan ole prosessikuvaus. Silloin työ pitää aloittaa kuvaamalla kehitettävän alueen tuote, palvelu tai prosessi. (Lutunen 2011, 8.)

Benchmarking toiminnan onnistumisen edellytykset tulevat seuraavista toiminnoista: oikean kohteen valinta, oikea osallistujavalinta, oman käytännön tunteminen, oikean muodon valinta, benchmarkingprosessin osaaminen, sopivan yhteistyökumppanin valinta, eettisten periaatteiden noudattaminen ja johtaa toimenpiteisiin (Kaivos, Laamanen, Salonen & Valpola 1995, 79).

Benchmarkingin käyttöalueita voivat olla esimerkiksi seuraavat alueet: tuotteet ja palvelut, työprosessit, tukitoiminnot, suorituskyky tai strategia. Selvitettyä erot oman toiminnan ja vertailukumppanin välillä, tärkeä askel on selvittää miten vertailukumppani on saavuttanut erinomaisuutensa ja mitä oman yrityksen on tehtävä jotta päästäisiin samaan tulokseen tai mahdollisesti parempaan. (Lutunen 2011, 8.)

Kirjallisuudessa ei ole määritelty benchmarkkauksen muotoja. Benchmarkingia voidaan jakaa kuitenkin osiin benchmarking kumppanin ja kehitettävän kohteen kautta. Benchmarkkauksen muotoja voivat siis olla seuraavat: tuote- , prosessi- , kilpailukyky- ja strateginen- benchmarkkaus. (Deutsches Benchmarking Zentrum a.)

Kun benchmarkataan tärkeitä sanoja ovat kuinka, miten ja miksi. ”Esimerkiksi minkälaisia palveluita ja tuotteita muilla on, minkälaisia ominaisuuksia niillä on, kuinka niitä tarjotaan asiakkaille, minkälaiset tuotteet houkuttelevat asiakkaita.” Toinen esimerkki voisi olla työprosesseista: ”kuinka kyseinen tuote tai palvelu on tuotettu, suunnitteluprosessit, tuotantoprosessit, koneet ja laitteet, logistiikka ja läpimenoajat” (Lutunen 2011, 8.)

Tässä opinnäytetyössä keskityn tuote- ja prosessi benchmarkkaukseen. Tuote benchmarkkauksen kautta voidaan parantaa tuotteiden tuottavuutta. Prosessi benchmarkkauksen avulla voidaan löytää innovatiivisia ratkaisuja miten voidaan parantaa työskentelytapoja. (Deutsches Benchmarking Zentrum a.)

5.4 Sisäinen, ulkoinen vai toiminnallinen benchmarking?

Käytettävä benchmarking tapa riippuu tarkoituksesta ja tavoitetasosta. Jos yritys haluaa olla luokkansa paras omassa piirissä ja vertailla oman organisaation vastaavanlaisia toimintoja keskenään riittää, että saa yhtiön sisällä olevat työntekijät vakuuttuneiksi. Tällöin kyseessä on sisäinen benchmarking. Ulkoinen vertailu tulee kyseen, jos vallalla on mielenkiintoinen kilpailutilanne tai jos kansainvälisillä markkinoilla on vastaavanlaista ja helposti vertailtavaa toimintaa. Toiminnallisella benchmarkingilla erinomaisuutta etsitään sieltä, missä ikinä sitä onkaan. (Karlöf & Östblom 1993, 125.) Tässä opinnäytetyössä käytän ulkoista benchmarking-menettelmää.

Ulkoiseen benchmarkingiin sisältyy kilpaileva toiminta eli samoilla markkinoilla toimivat yritykset, joiden tuotos on samanlainen kuin omalla yrityksellä tai sitä korvaava. Toiminta, jonka tuotos on samankaltainen, mutta joka ei ole suorassa kilpailutilanteessa oman toiminnan kanssa kuuluvat myös ulkoisen benchmarkingin käsitteeseen. Kansainväliset ilmavaihto- ja postilaitokset ja turistikeskukset ovat tällaisia organisaatioita. (Karlöf & Östblom 1993, 127.)

5.5 Tiedonkeruu benchmarking –kumppanilta

Kun lähdetään organisaatioon ja aletaan haastatella tiedonkeruuta varten, on katsottava, että tapaa oikean ihmisen. Haastattelua voidaan tehdä kirjeitse, puhelimitse, videoneuvotteluissa tai henkilökohtaisessa haastattelussa. Benchmarking –kumppanin työntekijät, joita pidetään tärkeinä, tulisi pyrkiä tapamaan henkilökohtaisesti ainakin kerran ja mieluiten käymällä benchmarking –kumppanin luona. (Karlöf & Östblom 1993, 145 – 146.)

Tässä opinnäytetyössä kävin itse haastattelemassa yrityksen omistajia ollessani harjoittelussa kummassakin yrityksessä. Haastattelemani henkilöt olivat oikeita ihmisiä tiedonkeruuta varten, koska heillä on eniten tietoja yrityksestä.

Henkilökohtainen haastattelu, jota käytin myös tässä opinnäytetyössä, on kiinnostavin ja käytännössä tehokkain tiedonkeruumenetelmä. Tässä menetelmässä mennään tapamaan benchmarking –kumppania ja tehdään henkilökohtainen haastattelu. Tällöin on mahdollisuus tutustua yrityksen ilmapiiriin, toimintaympäristöön ja on mahdollisuus nähdä omin silmin kuinka työmenetelmät ja prosessit sujuvat. (Karlöf & Östblom 1993, 151.)

Ollessani harjoittelussa pääsin työskentelemään yrityksissä, mikä antaa paljon paremman kuvan yrityksestä kuin vain siellä vierailu olisi antanut. Pääsin tutustumaan yritysten ilmapiiriin, toimintaympäristöön ja näin miten työmenetelmät ja prosessit sujuvat todellisuudessa.

Haastattelu- ja opintokäynnin onnistuminen ja tehokkuus riippuu siitä, miten hyvin sitä on valmistettu. Ennen kuin benchmarking –kumppanin luokse voidaan mennä, on täytynyt esitellä projekti ja saada hyväksyntä benchmarking -tutkimuksen tekemiselle. (Karlöf & Östblom 1993, 152.)

Ennen ryhtymistäni benchmarking –prosessiin kysyin Winterdance –yritykseltä lupaa tähän. Haastattelukysymykset mietin myös etukäteen., jotta haastattelusta tulisi onnistunut.

Henkilökohtaisiin haastatteluihin liittyy hyviä ja huonoja puolia. Hyviksi puoliksi katsotaan sen varmistavan syvällisten ja yksityiskohtaisten tietojen saannin. Tämän kautta saatavien tietojen laatu on yleensä huomattavasti parempi kuin esimerkiksi puhelimitse tai videoneuvotte- lussa saadun tiedon. Huonoja puolia ovat esimerkiksi kustannukset. Matkustuskustannukset ovat varsin suuret, jopa maan sisällä tapahtuvissa käynneissä. (Karlöf & Östblom 1993, 152.)

Haastattelut sujuivat varsin hyvin ja sain paljon syvällisiä ja yksityiskohtaisia tietoja yrityksiltä. Itselleni ei tullut matkakustannuksia haastattelujen takia, koska pystyin työpäivän päätteeksi käymään haastattelemassa omistajia. Henkilökohtaisessa haastattelussa sain laadukkaampia tietoja, kuin jos olisin tehnyt haastattelun puhelimitse näkemättä haastateltavaa.

”Jotta henkilökohtainen haastattelu benchmarking -kumppanin luona on tuloksellinen, on tapaaminen valmisteltava huolellisesti. Tässä tapauksessa on kiinnitettävä huomiota muun muassa seuraaviin seikkoihin: varmista että tapaat henkilön, joka pystyy parhaiten välittämään tietoa kumppaniin erinomaisuudesta. Valmistaudu mahdollisimman hyvin tutustumalla kumppanin vuosikertomuksiin ja muuhun saatavilla olevaan julkiseen tietoon. Ole valmis vastaamaan vastakysymyksiin.” (Karlöf & Östblom 1993, 152 – 153.)

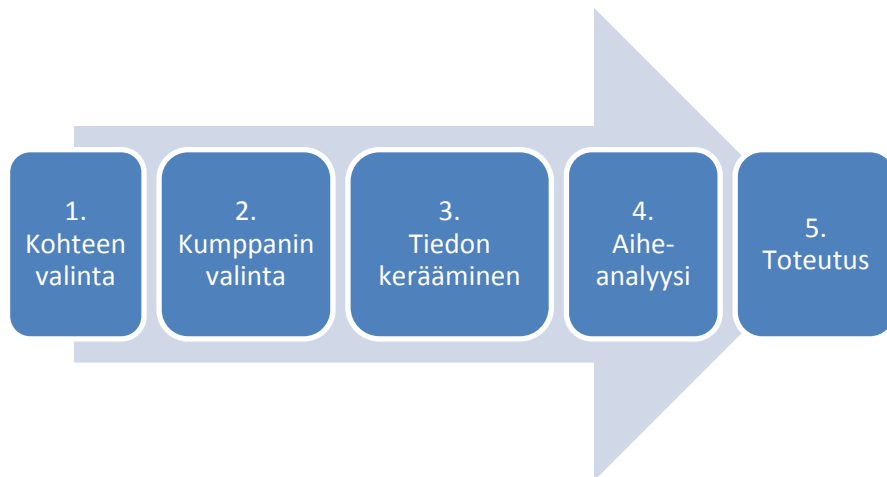
Valmistauduin haastatteluihin tarkistamalla saatavilla olevat tiedot yrityksiltä. Sen avulla mi- nulla oli jo entuudestaan tietoja yrityksistä ja sain hyvän kuvan yrityksen toiminnasta ennen itse haastattelua. Tämä esti ”turhien” kysymysten esittämisen haastattelussa.

Kerätyt tiedot tulee tarkistaa haastateltavien kanssa. Tarkistus voidaan tehdä myös tietojen puhtaaksi kirjoituksen aikana. (Karlöf & Östblom 1993, 155.)

Olen tarkistanut tiedot sekä Nature Point että Winterdance yrittäjien kanssa käymällä tärkeimmät asiat vielä läpi haastateltavien kanssa. Tämä vahvistaa oikeiden tietojen saannin.

5.6 Benchmarking prosessi

Benchmarkingilla on viisivaiheinen prosessi. Seuraavassa kuviossa on näiden vaiheiden erotelu.



Kuvio 4. Benchmarking –prosessi. (Karlöf & Östblom 1993, 92.)

Ensimmäisessä vaiheessa päätetään mitä kohteita organisaatiossa halutaan parantaa. Mikä on benchmarking kohteena? Halutaanko esimerkiksi lisätä jonkun tuotteen myyntiä? Benchmarking kohteeksi voidaan valita lähes kaikki yrityksen ”käyttäytymisen” ja suoristusten näkökohdat, jotka ovat esimerkiksi tavarat, palvelut, työprosessit, tukijärjestelmät, esikunnat, kustannukset, pääoma tai vaikka asiakkaiden kokema arvo. Benchmarkingin käyttöalueitakin on monia ja näitä on esimerkiksi uudet strategiat, kustannusten alentaminen, suorituskeskeisyys, uudet ideat, laadun parantaminen jne. (Karlöf & Östblom 1993, 92.)

Toisessa vaiheessa valitaan benchmarking –kumppani. Mistä löydetään valioyrikyksiä oman organisaation tarpeiden näkökulmasta? Tavoitteena on löytää huipputason osajia ja saada heidät osallistumaan benchmarking –tutkimukseen. ”Hyvä benchmarking –kumppani edustaa valioluokkaa omalla alueellaan ja lisäksi sen toiminta on mahdollisimman hyvin verrattavissa omaan toimintaan.” (Karlöf & Östblom 1993, 93.)

Kolmannessa vaiheessa on kerättävä tietoa benchmarking –kumppanilta. Tiedonkeruuseen kuuluu sekä laadullisen eli kvalitatiivisen tiedon että rahamääräisten tietojen keruu. Lisäksi

tulee kirjata muistiin työn sisällön ja työprosessien kuvaus. Dokumentointi selittää toiminnan suoritusta ja auttavat ymmärtämään sitä. (Karlöf & Östblom 1993, 93.)

Neljännessä vaiheessa eli analyysivaiheessa määritellään eroavaisuudet ja yhtäläisyydet sekä niiden liittyminen työn sisältöön. Vertailtavissa olevat tekijät on kartoitettava, joita ei voida vertailla, koska ne vaikuttavat analyysin tulokseen. (Karlöf & Östblom 1993, 93 - 94.) Analyysivaiheeseen sisältyvät seuraavat tehtävät: tietojen lajittelu ja kokoaminen, tietojen laadunvalvonta, vertailukelvottomien tekijöiden vaikutuksen puhdistaminen, suorituskuilujen selvittäminen parhaaseen menetelmään nähden sekä kuilun taustalla olevan työn sisällön ymmärtäminen, osto – valmistusanalyysin tarpeen selvittäminen. (Karlöf & Östblom 1993, 161.)

Viides vaihe eli toteuttaminen johtaa tulosten parantavien toimenpiteiden toteuttamiseen. Lisäksi organisaatiota kehitetään ja toiminnan suorituskeskeisyys kasvatetaan tässä vaiheessa. Yrityksen on laadittava realistiset tavoitteet benchmarkingin kautta saatujen parannusmahdollisuuksien pohjalta. Tavoitteet on määriteltävä tarkasti ja sopeutettava organisaatorakenteeseen sekä tiedotettava niistä asianosaisille. Benchmarking projekti on täysin onnistunut, kun havaitut parannusmahdollisuudet on toteutettu ja toivottuun tulokseen on päästy. (Karlöf & Östblom 1993, 94.) Tähän viidenteen vaiheeseen kuuluvat seuraavat tehtävät: tutkimuksen tuloksen varmennus, yhdistäminen liiketoimintasuunnitelmaan, muutostyötä koskevan suunnitelman laatiminen ja suunnitelman toteutus. (Karlöf & Östblom 1993, 185.)

Benchmarking –malli

On olemassa myös toisenlainen malli, joka on kehitetty sovellettavaksi liikeidean, tuotteiden, prosessien ja henkilöstön osaamisen kehittämiseen. Tämä malli on 10-vaiheinen ja seuraavassa on lueteltu benchmarking –prosessin vaiheet:

1. Määrittele benchmarking kohde
2. Tunnista benchmark –yritykset
3. Mittaa suorituskyky
4. Tunnista menestyksen taustalla olevat tekijät
5. Opi kuinka me teemme

6. Opi kuinka he tekevät
7. Aseta tavoitteet
8. Sovella ja ota käyttöön
9. Vakiinnuta ja kehitä edelleen
10. Aloita benchmarking –prosessi uusien tavoitteiden

”Benchmarking on menetelmä oppia itseä selvästi paremmilta.” Tämä ajatus ei ole uusi vaan uutta on siihen kehitelty järjestelmällinen malli, jota noudattamalla muilta oppiminen saadaan nopeammaksi. (Niva & Tuominen 2005, 33 – 35.)

6 YRITYSTEN VERTAILU

Täytyy huomioida, että olin harjoittelijan asemassa benchmarkatessa Nature Point ja Winterdance yrityksiä. Tavallisesti yrityksen edustaja saa tehtäväkseen benchmarkata, mutta tässä tapauksessa toimin sen mukaan, mikä oli mahdollista harjoittelijan asemassa.

Winterdance ja Nature Point eroavat toisistaan niin yritysten koon kuin sijainninkin perusteella. Ollessani harjoittelussa kummassakin yrityksessä pääsin tutustumaan todella hyvin yritysten toimintatapoihin ja näin sen kautta miten näiden kyseisten yritysten toimintatavat eroavat toisistaan.

Kyseiset yritykset eivät ole aivan samanlaisia, mikä pitää myös huomioida. Winterdance tarjoaa pelkästään koiravaljakkoretkiä, kun taas Nature Point tarjoaa muitakin ohjelmia ja palveluita. Winterdance on tunnettu yritys Kanadassa ja se menestyy varsin hyvin tällä toimialalla. Winterdance on esimerkiksi myös internetissä hyvin näkyvästi esillä. Googlettamalla Kanadaa ja koiravaljakkoajoa englanniksi, yritys on kolmen ensimmäisen tuloksen sisällä. Winterdance on ollut mukana myös kanadalaisissa televisiolähetyksissä kuten The Rick Mercer Report -, City TV's Breakfast Television – ja YTV's Adrenaline Project –ohjelmissa. Lisäksi yrityksen rekikoirat ovat olleet mukana TV mainoksissa, Canadian Geographic -, Country Women - ja The Toronto Star – ohjelmissa.

Seuraavassa on käyttämäni benchmarking prosessi:

6.1 Kohteen valinta

Nature Point valitsi kohteekseen kehittää tuotteitaan ja prosessejaan. Yrityksellä ei ole kovin montaa erilaista koiravaljakko-ohjelmaa, joten siinä olisi parannuksen tarvetta. Prosessivertailun avulla nähdään miten yrityksen toimintatavat eroavat toisistaan ja sen kautta nähdään mitkä toimintatavat ovat parempia, ja miten Nature Point voisi kehittää prosesseja.

Nature Point haluaisi tarjota enemmän koiravaljakko-ohjelmia, jotta se olisi mielenkiintoinen ja uudistuva yritys. Jo kerran yrityksessä käyneet asiakkaat voivat kiinnostua uusista ohjelmista ja tulla sen takia uudestaan käymään.

6.2 Kumppanin valinta

Nature Point valitsi benchmarking kumppanikseen Winterdance -yrityksen. Kanadalainen Winterdance yritys on hyvä benchmarkkaus kumppani Nature Point -yritykselle, koska Winterdance on menestynyt yritys koiravaljakkoalalla ja Nature Point haluaa kehittää juuri koiravaljakkotoimintaansa.

Kumppanin valinta tuli myös harjoitteluni kautta. Sain harjoittelupaikan Kanadasta Winterdance -yrityksestä ja sen kautta sain idean tehdä opinnäytetyöni. Kysyin Nature Pointin omistajilta jos he haluaisivat olla toimeksiantajina ja heille se kävi erittäin hyvin. Winterdance vaikutti menestyneeltä koiravaljakkoyritykseltä ja heillä on myös kokemusta kilpailutoiminnasta. Nature Point kiinnostui näkemään miten ulkomailla toimitaan rekikoirayrityksessä ja varsinkin Kanadassa, jolla on niin pitkä historia koiravaljakkoajosta.

6.3 Tiedon keruu

Keräsin tiedot ollessani harjoittelussa yrityksissä. Haastattelin kummankin yrityksen omistajia ja tein itse havainnot työskennellessäni. Haastatteluista tein muistiinpanot ja kysymykset joita käytin haastatteluissa ovat tämän opinnäytetyön liitteenä.

Ennen benchmarkingiin ryhtymistä olin kysynyt Winterdance -yritykseltä luvan, niin kuin benchmarking -prosessissa kuuluu tehdä. Lisäksi olin tehnyt haastattelukysymykset valmiiksi etukäteen.

6.4 Tuote- ja prosessivertailu

Kuten aikaisemmin on jo kerrottu, Winterdance tarjoaa pelkästään koiravaljakko-ohjelmia ja kesäisin/syksyisin myös yritysvierailuja ryhmille. Nature Point tarjoaa koiravaljakko – ohjelmien lisäksi myös majoitus- ja ruokapalveluita ja muita opastettuja aktiviteettejä. Nature Point tarjoaa myös kesäisin aktiviteettejä, muttei koiravaljakkoajoon liittyviä ohjelmia.

Winterdance -yrityksen suosituin ohjelma on puolen päivän retki (McCready 2012). Nature Point -yrityksen suosituin ohjelma on tunnin ajo. Viikon ohjelma on kuitenkin kasvattanut suosiotaan vuosi vuodelta enemmän, mikä voi johtua siitä että koiravaljakkoajosta on tullut ”trendilaji”. (Schwarz 2012.)

Prosessivertailuun otin mukaan seuraavat asiat mukaan: työntekijöiden toiminta, koirien hoito ja markkinointi. Prosessivertailun avulla nähdään miten yritykset toimivat ja nähdään miten tavalliset työpäivät hoidetaan. Sen kautta voidaan saada uusia ideoita toimintatapoihin.

Työntekijöiden toiminta Winterdance –yrityksessä

Winterdance –yrityksessä työskentelee kuusi opasta omistaja pariskunnan lisäksi. Oppaiden lukumäärä vaihtelee vuosittain jonkun verran, mutta kun itse olin harjoittelussa yrityksessä, siellä oli kuusi opasta minun lisäksi töissä. Oppaat ovat vain talvisin töissä ja kesällä omistajat pystyvät itse huolehtimaan koirista. Talvisin omistajat eivät itse juurikaan ehdi hoitamaan koiria tai vetämään retkiä muiden töiden lomasta. Tanya hoitaa toimistotöitä ja muita juoksevia asioita ja Hank on nykyään keskittynyt rekikoirakilpailuihin. (McCready 2012.)

Kenelläkään yrityksen oppaista ei ollut aikaisempaa kokemusta koiravaljakkoajosta. Osa oppaista on ollut töissä jo muutaman vuoden peräkkäin yrityksessä ja osa aloitti vasta vuoden 2011 loppupuolella. Kaikilla oli kuitenkin ennestään kokemusta luonto- ja seikkailumatkailusta. Ennen sesongin alkua uusille oppaille opetetaan toimintatavat ja miten koirien kanssa työskennellään. Yrityksellä on yksi pääopas, joka toimii muiden oppaiden ”johtajana”, mutta lopulliset tärkeät päätökset tekevät omistajat. (McCready 2012.)

Tavallinen työpäivä alkaa Winterdance -yrityksessä aamu seitsemältä. Töissä olevat oppaat tulevat ensimmäiseksi koiratarhan luokse, josta työpäivä lähtee käyntiin. Koirien vesikupit täytetään, jos ne ovat tyhjät, häkit siivotaan ja lääkittää tarvittavat koirat. Muut oppaat las-

taavat sillä aikaa autot kaikilla tarvittavilla tavaroilla, joihin kuuluu reet, liinat, valjaat, ankkurit, rekien istuinpehmusteet ja peitot, vettä jne. Koiratarha lämmitetään suurella puu-uunilla, joka pitää täyttää tai sytyttää, jos se on yön aikana sammunut. Kun kaikki tavarat on lastattu autoihin, voidaan koirat nostaa kyytiin. Yhteen autoon mahtuu noin 20 – 40 koiraa. Yleensä matkaan lähtee kaksi tai kolme autoa. Ennen matkalle lähtöä haetaan vielä päivän varauslista ja ”rahastuslaatikko”.

Päästyään perille ”trailhead”:iin alkaa autojen purku. Osa oppaista purkaa tavaroita, joku lämmittää pienen ”toimiston” (pieni puumökki) ja joku ottaa asiakkaat vastaan kun he saapuvat paikalle. Reet asetetaan valmiiksi paikoilleen, ankkurit ja liinat kiinnitetään ja pehmusteet ja peitot asetetaan reen päälle valmiiksi asiakkaille. Reet laitetaan kolmen reen riveihin. Koirat pysyvät koko toimituksen ajan vielä auton kuljetusbokseissa. Kun asiakkaat saapuvat paikalla, he maksavat varaamansa retken ja allekirjoittavat sopimuksen, jossa he hyväksyvät ehdot. Tämän jälkeen voidaan aloittaa retket.

Yrityksessä koiraurien kunnossapito kuuluu myös oppaiden tehtäviin. Urat pidetään auki moottorikelkalla ja perässä vedettävällä lanaajalla. Jos on satanut paljon lunta, urat aukaistaan yleensä aamulla ennen retkien alkua. Töihin kuuluu tietenkin myös varusteiden jatkuva kunnossapito. Hank hoitaa tämän työn ja yleensä hän korjaa kaikki tarvikkeet kesän ja syksyn aikana (McCready 2012). Talvella ei ole paljon aikaa korjailta tavaroita ja siihen ei olekaan yleensä tarvetta, koska yrityksellä on tarpeeksi paljon varatarvikkeita

Työntekijöiden toiminta Nature Point -yrityksessä

Nature Point –yrityksessä työskentelee päätoimisesti neljä ihmistä, jotka kaikki kuuluvat samaan perheeseen. Koiravaljakkopuolella työskentelee kaksi työntekijää, jotka ovat huolehtivat koirista ympärivuotisesti ja he toimivat talvella koiravaljakko-oppaina. Tarvittaessa myös muut auttavat koiravaljakko toiminnan parissa, jos siihen on tarvetta. Koska kyseessä on perheyrittäjä, niin työnjako ei ole niin tiukkaa kuin tavallisissa yrityksissä, vaan kaikki voivat auttaa toisiaan tarvittaessa. (Schwarz 2012.)

Tavallinen työpäivä alkaa antamalla koirille ”soppa”. Sopassa on paljon vettä ja makua antaa kuivamuona, kala tai liha. Soppa annetaan jotta koirat saisivat tarpeeksi nestettä (Schwarz 2012). Talvella vesikupit jäätyvät äkkiä, mutta toki ne voivat syödä lunta janoonkin. Sillä ai-

kaa toinen laittaa jo aamupäivällä valmiiksi koirien ruuat. Kuivamuona jaetaan kuppeihin valmiiksi ja liotetaan veteen. Jokaisella koiralla on oma nimetty kuppi ja jokainen saa oman määrän ruokaa.

Iltapäivällä palattuaan takaisin retkiltä koirat ruokitaan mahdollisimman nopeasti. Ruokintapian juoksun jälkeen mahdollistaa koirien palautumisen alkamisen. (Schwarz, 2012). Häkit siivotaan joka päivä ruokinnan jälkeen.

Ruokakupit pestään aina ruokinnan jälkeen. Yrityksen alakerrassa on tilat koirien tarvikkeille ja siellä on myös ”koirakeittiö”, jossa pestään kupit ja ruoka laitetaan valmiiksi.

Urien kunnossapito kuuluu myös oppaiden tehtäviin. Koiravaljakkourat kulkevat lyhyen matkan hiihtouraa pitkin ja muuten urat kulkevat Metsähallituksen ja UPM:än mailla. Kunnan kanssa on tehty sopimus hiihtouralla ajamisesta ja yrityksellä on vuokrasopimus Metsähallituksen ja UPM:än kanssa. Urat pidetään kunnossa moottorikelkan avulla. (Schwarz 2012.)

Talven aikana varusteet kuluvat ja saattavat mennä rikki. Yrityksellä ei ole paljon ylimääräisiä välineitä, joten jos esimerkiksi reki menee rikki se pitää korjata saman tein. Valjaita menee myös rikki, koska jotkut koirat pureskelevat niitä ja silloin ei auta muu kuin korjata ne. Liinat pitää myös huoltaa.

Retkien läpivienti Winterdance -yrityksessä

Winterdance -yrityksen retket ajetaan yksityisillä mailla, jotka yritys on vuokrannut (McCready 2012). Reittivaihtoehtoja ei ole kovin monta. Kaikki retket alkavat samasta kohtaa ja kahden tunnin retki tekee vain käännöksen aikaisemmin ja palaa samaa reittiä takaisin. Puolen päivän ja koko päivän retket jatkavat vielä reittiä eteenpäin ja käyvät mutkan järvellä tai suolla. Näillä pidemmällä retkillä on muutama reittivaihtoehto, kun taas kahden tunnin retki ajetaan aina samalla reitillä. Maasto reitillä on hieno, on pieniä kukkuloita ja varsin vanhaa kanadalaista metsää.

Yksi yrityksen oppaista aloittaa opetustuokion, kun kaikki asiakkaat ovat paikalla. Heille opetetaan perusasiat koiravaljakkoajosta: miten reelle seistään, miten jarrutetaan, mitkä ovat käskyt koirille ja mitä pitää tehdä, jos koira sotkeutuu liinaan. Lopuksi toistetaan vielä tärkeim-

mät asiat ja kysytään asiakkailta mitkä olivatkaan komennot koirille eli seis (wow), mene (hike), vasen (haw) ja oikea (gee).

Kun opetustuokio on ohi, oppaat alkavat valjastamaan huskyt. Koirat nostetaan yksi kerrallaan ulos bokseista ja valjastetaan, jonka jälkeen ne laitetaan paikoilleen reen eteen. Asiakkaille kerrotaan samalla oman valjakon koirien nimet. Rekeä kohden on yhteensä viisi huskyä. Johtajakoirat laitetaan kunkin reen eteen ensimmäisenä ja asiakkaat pitävät ne paikoillaan, jotta ne eivät sotkeennu toisiin valjakoihin.

Asiakkaat ajavat itse omalla reellä. Yksi ajaa ja toinen istuu kyydissä ja he voivat vaihtaa roolia retken aikana. Opas ajaa aina ensimmäisenä ja myös hänen kyydissä voi olla asiakas, jos esimerkiksi joku ei halua itse ajaa tai on pariton määrä asiakkaita. Yhden oppaan takana voi ajaa maksimissaan neljä rekeä. Jos on useampi reki ajamassa, on toisenkin oppaan oltava mukana. Kaikilla oppailla on omat radiopuhelimet, joilla voidaan helposti pitää yhteyttä toisten kanssa. Myös Tanyalla on toimistossa oma radiopuhelin ja hän kuulee myös mitä oppaat puhuvat ja Tanyalta voidaan esimerkiksi kysyä neuvoja kiperissä tilanteissa. Useamman valjakon ollessa retkellä oppaat voivat keskenään pitää helposti yhteyttä ja pyytää esimerkiksi ensimmäistä valjakkoa odottamaan, jos takana olevat valjakot eivät pysy vauhdissa mukana.

Retkellä oppaat ottavat myös valokuvia asiakkaista heidän omilla kameroilla. Valjakot pysäytetään ja opas käy ottamassa muutaman kuvan joka valjakosta ja heidän ajajistaan. Näin asiakkaille jää hieno muisto koiravaljakkoretkestään ja he ovat hyvin kiitollisia tästä tarjonnasta.

Puolen päivän retkellä asiakkaille tarjotaan myös lämmintä juotavaa ja pieni leivonnainen retken puolesta välissä. Valjakot pysäytetään ja kiinnitetään paikoilleen, jolloin asiakkaat voivat nousta reestä. Opas tarjoilee valmista kaakaota ja leivonnaisen. Kun ollaan lähdössä myös koirat saavat pienen makupala –hot dog palasen. Koirat motivoituvat näin ja ovat valmiita jatkamaan matkaa. Koko päivän retkellä asiakkaat saavat myös lounaan. Opas valmistaa nuotiolla asiakkaille kasviskeittoa, hampurilaisia, hot doggeja ja jälkiruoaksi on pieni leivonnainen.

Palattuaan takaisin retkiltä koirat laitetaan melkein heti takaisin autoihin. Koirille annetaan juotavaa ja pieni välipala heti retken jälkeen ja sitten ne nostetaan takaisin kuljetusbokseihin. Asiakkaat saavat jäädä katsomaan tätä toimitusta tai sitten he voivat lähteä. Asiakkaita kiite-

tään ja toivotetaan hyvää jatkoa. Kun kaikki valjakot ovat palanneet retkiltään, autoihin lastataan kaikki tavarat takaisin ja lähdetään ajamaan takaisin tarhalle.

Winterdance järjestää lyhyitä koiravaljakko ajoja myös Algonquin kansallispuiston kupeessa. Kaksi opasta ajaa kahden valjakon kanssa Algonquin puiston lähelle ja matka sinne kestää autolla noin 1,5 tuntia. Siellä järjestetään vain puolen tunnin retkiä, jotka ajetaan järvelä/peltoaukiolla. Ennen retkelle lähtöä kaikille asiakkaille pidetään pieni opetustuokio, missä heillä kerrotaan koiravaljakkoajosta tärkeimmät asiat. Asiakkaat saavat ajaa omalla reellä niin kuin muissakin ohjelmissa ja yhdellä kertaa voidaan ottaa maksimissaan kolme henkilöä mukaan. Näin lyhyellä retkellä asiakkaat saavat vain pienen tuntuman koiravaljakkoajoon.

Yritys järjestää myös kouluille lyhyitä tutustumisajeluita. He käyvät esimerkiksi kouluilla kertomassa koiravaljakkoajosta ja sitten koulun pihalla ajetaan pieni kierros muutamalla valjakolla. Lapset istuvat kyydissä ja oppaat ajavat. Hank ja Tanya itse pitävät esittelyn siperianhuskyista ja koiravaljakkoajosta. Lisäksi Hank kertoo vähän millaista on kilpailla rekikoirilpailuissa.

Yritys tarjoaa myös Moonlit Run eli kuutamon retkeä. Silloin ajetaan kuutamolla puolen päivän reittiä ja lisäksi opas tekee nuotion retken puolesta välissä ja tarjoaa lämmintä juotavaa. Tämä retki voidaan järjestää kuitenkin vain täysikuun aikana ja selkeän sään vallitessa. Viime talvella Moonlit pystyttiin järjestämään yhden kerran ja silloin oli yhteensä neljä rekeä liikkeellä. (McCready 2012.)

Kesällä/syksyllä yritys järjestää esittelykierroksia koiratarhalla. Hank ja Tanya esittelevät siperianhuskyja ja he kertovat yritystoiminnastaan. Asiakkaille näytetään myös lyhyt video ja valokuvia koiravaljakkoajosta. Lisäksi Hank kertoo pitkänmatkan koiravaljakkokilpailuistaan. Yukon Quest ja Iditarod ovat tunnettuja kilpailuita ja asiakkaat ovat hyvin kiinnostuneita kuulemaan tarinoita Hankin kokemuksista. Hank esittelee myös kilpailuissa käyttämiään varusteita kuten rekeä, keittovälineistöä ja erikoisvaatteitaan. Kun ollaan viikko kaupalla ulkona jopa miinus 60 asteen kylmyydessä, vaaditaan erittäin hyviä varusteita. (McCready 2012.)

Retkien läpivienti Nature Point –yrityksessä

Nature Point Paljakalla on monta erilaista reittivaihtoehtoa ja maastot ovat tyypilliset Vaara-Kainuulle. Maastot ovat ainutlaatuiset sillä reitit kulkevat myös Metlan alueella ja lähellä Pal-

jakan luonnonpuistoa. Täällä on vielä ikivanhaa kuusimetsää. Metlan alue on korkealla ja sen takia siellä vanhat puut ovat tykkylumessa, mikä tuo mieleen satumetsän varsinkin ulkomaa-laisten mielestä. (Schwarz 2012.)

Nature Pointin retket tehdään joko aamu- tai iltapäivällä. Jos on monta ajoa, niin sitten ajetaan sekä aamulla että päivällä. Toimintatavat vaihtelevat hiukan, jos asiakkailta on tunnin ajo tai viikon ohjelma. Asiakkailta joilla on viikon ohjelma majoittuvat yrityksessä. Asiakkaat saavat halutessaan olla myös mukana ”sopan” annossa tai ruokinnassa ja he saavat muutenkin mennä koirien tarhoihin silittelemään koiria. Viikon ohjelmassa asiakkaille opetetaan ensimmäisen päivän aikana koiravaljakkoajon perusteet. Heille opetetaan miten reellä seistään, miten jarrut toimivat ja mitkä ovat komennot. Asiakkailta on neljän koiran valjakko ja oma reki, jota he ajavat yksin.

Kun opetustuokio on hoidettu, laitetaan reet valmiiksi lähtöä varten. Reet laitetaan peräkkäin jonoon häkkien lähelle. Reet kiinnitetään karabiinilla puihin ja liinat kiinnitetään rekiin. Sen jälkeen laitetaan valjaat koirille. Ne puetaan päälle tarhoissa yhdessä asiakkaiden kanssa. Valjaiden ollessa kaikkien koirien päällä koirat viedään rekien eteen. Asiakkaat pitelevät oman valjakon koiria ja oppaat tuovat koirat.

Kaikkien valjakoiden ollessa valmiina voidaan lähteä matkaan. Yhden oppaan takana on enintään neljä rekeä. Viimeisenä ajaa myös opas, hän voi ongelmatilanteissa auttaa edessä olevia asiakkaita. Kun oppaat ajavat ensimmäisenä ja viimeisenä on tilanne hyvin hallinnassa. Edessä oleva ei voi jättää omaa rekeä, koska olisi liian suuri riski että koirat pääsevät irti vaikka ankkurit olisivat kuinka hyvin paikoillaan. Takana oleva opas näkee hyvin, jos asiakkailta on joku ongelma, ja hän voi mennä eteen auttamaan.

Palattuaan takaisin retkeltä oppaat ja asiakkaat irrottavat koirat liinoista ja päästävät ne takaisin tarhoihin. Oppaat hakevat koirille vettä sankkoihin. Toiset ottavat koirilta sillä aikaa valjaat pois. Sen jälkeen reet laitetaan paikoilleen katoksen alle ja liinat irrotetaan. Kaiken tämän ollessa valmista päivän retki on ohi. Seuraavana on vuorossa koirien ruokinta, jossa asiakkaat voivat olla mukana, jos he haluavat. He voivat myös mennä silittelemään koiria tai mennä sisälle takan äären lämmittämään ja odottamaan päivällistä. Jos retket ovat aamupäivällä, voivat asiakkaat osallistua muihin aktiviteetteihin kuten esimerkiksi lumikenkävaellukselle, tai hiihtoon, jotka ovat oppaan johdolla.

Tunnin retkellä asiakkaat eivät itse aja rekeä vaan istuvat oppaan ohjaaman reen kyydissä. Asiakkaina ovat yleensä talon omat vieraat tai venäläiset turistit, varsinkin Joulun ja Uuden Vuoden aikana. Oppaat laittavat reet valmiiksi ennen asiakkaiden tuloa ja kun he saapuvat heidät tervehditään, mikä jälkeen oppaat pukevat koirille valjaat päälle. Asiakkaat ovat maksaneet ajelun yleensä jo etukäteen, joten heitä ei tarvitse rahastaa. Koirat laitetaan rekien eteen ja sitten kun kaikki on valmista voidaankin jo lähteä matkaa. Ajo kestää tasan tunnin, jonka aikana ei juurikaan pysähdytä. Kun tullaan takaisin, asiakkaat voivat halutessaan auttaa riisumaan koirilta valjaat. Koirat laitetaan takaisin tarhoihin ja ohjelma päättyy siihen. Koko ohjelma vie aikaa enemmän kuin vain tunnin, sillä ajo kestää jo tunnin ja siihen kuuluu vielä alussa koirien valjastaminen ja loppujärjestelyt. Ohjelma kestää siten lähemmäksi puoli toista tuntia.

Koirien pito Winterdance -yrityksessä

Winterdance pitää koiria sisätarhassa niin kuin aikaisemmin on jo mainittu. Vaatii paljon työtä huolehtia 150:stä siperianhuskysta ja sisätarhalla on omat vaatimuksensa. Koirien hyvinvointi on todella tärkeää ja omistajat haluavatkin tehdä parhaansa koirien hyvinvoinnin eteen (McCready 2012). Sisätarhan lisäksi yrityksellä on kolme suurempaa ulkohäkkiä, jossa koirat voivat juosta ”vapaa päivinä” ja sulan kauden aikana.

Sisätarhassa on betonilattia ja jokaisessa häkissä on korotettu puinen alusta, joilla koirat nukkuvat. Sisätarhan hyviä puolia on Hankin ja Tanyan mukaan koirien nopeampi palautuminen juoksun jälkeen. Nivelet ja lihakset rentoutuvat helpommin lämmössä. Tarha pitää pestä kerran viikossa vedellä, mikä on yleensä koko päivän kestävä työ.

Sisätarhan huono puoli on, että lattia ei ole koskaan joka paikasta kokonaan kuiva. Lattia on rakennettu kyllä viistoon niin, että nesteet valuvat seinässä kulkevaan ränniin, mutta joka häkki ei ole kokonaan kuiva. Jos koirat joutuvat seisomaan kostealla lattialla koko ajan, niiden tassut voivat saada ongelmia kuten tulehduksia. Tarhan ongelma on myös haju. Sisällä on tuulettimia, mutta ne eivät ole tarpeeksi tehokkaita pitämään ilman sisällä raikkaana.

Siperianhuskyt ovat arktisia koira joten ovat tottuneet kylmyyteen ja niitä ei tarvitsisi pitää sisällä. Sisätarhalla on hyviäkin puolia, mutta haittapuolia on mielestäni enemmän.

Talvikaudella koirien hoito on pääosin oppaiden vastuulla. Uusien oppaiden on tärkeä oppia tuntemaan jokainen koira ja niiden nimet. Kun uudet oppaat tulevat töihin, heidän ensimmäisiin tehtäviin kuuluukin oppia tuntemaan koirat nimineen. Vaatii tietenkin aikaa oppia tuntemaan 150 koira, mutta kun niiden kanssa työskentelee melkein joka päivä niin tulevat koirat tutuksi yllättävän nopeasti. Koirien tunteminen on tärkeää esimerkiksi valjastaessa koirat rekien eteen. Kaikki koirat eivät tule toimeen keskenään ja tappeluiden välttämiseksi tulee tietää mitkä koirat voivat juosta vierekkäin. Muutenkin eläinten tuntemus on tärkeää tässä työssä, jotta voidaan taata koirien hyvinvointi. Esimerkiksi pitää huomata onko koira sairas vai onko sillä joku vamma, nilkuttaako koira esimerkiksi juostessaan jne. Varsinkin kun koirien hyvinvointi on pitkälti oppaiden vastuulla talvikaudella, on tärkeää että omistajat luottavat oppaidensa eläintuntemuksiin. Totta kai omistajatkin käyvät välillä tarkistamassa koirien kunnon, mutta oppaat näkevät koirat joka päivän ja heidän pitää heti raportoida omistajille jos jokin asia on vialla.

Tarhassa on lista, johon merkitään milloin kukin koira on juossut. Koirille yritetään saada kaksi vapaa päivää viikossa, mutta kiireisimmän sesongin aikana tämä ei aina onnistu. Kun valitaan päivän koirat retkille, tulee tarkistaa listasta mitkä koirat voivat juosta ja mitkä eivät. Lisäksi on oma lista, johon merkitään mitkä koiraryhmät ovat päässeet juoksemaan ulkotarhassa. Eläkkeellä olevat koirat pääsevät ulos juoksutarhaan sillä aikaa kun muut koirat ovat retkellä. Silloin tarhalla olevat työntekijät (yleensä Tanya) päästävät koirat ulos ja sisälle. (McCready 2012.)

Huskyen ruokinta tapahtuu päivän päätteeksi, kun on palattu retkiltä takaisin tarhalle. Osa oppaista menee heti järjestelemään ruokintavälineet ja osa jää purkamaan autoja. Ruokinta tapahtuu yleensä kuuden ja seitsemän välillä illalla, riippuen miten paljon retkiä päivällä on ollut. Koirille annetaan pelkästään kuivamuonaa, mutta kilpakoirat saavat lisäksi lihaa. Ruokinnassa kuivamuona laitetaan isoon sankoon ja siitä annostellaan ruoka yksitellen joka häkissä olevaan kuppiin. Kunkin häkin yläreunassa on laatta, johon on merkitty koirien ruokannoksien määrä. Ruokinnassa on mukana kaksi opasta.

Ruokinnan jälkeen samoihin tyhjiin ruokintakuppeihin laitetaan vettä. Häkit siivotaan ja sairaille koirille annetaan lääkkeitä.

Koirien pito Nature Point –yrityksessä

Nature Point pitää koiriaan ulkona tarhoissa. Kuten aikaisemmin on jo kerrottu, tarhat ovat epätavallisen isot ja siellä on paljon puita antamassa varjoa kesäisin. Tarhoissa on puusta tehdyt kopit, jotka on lämpöeristetty. Kopeissa on olkia pehmentämässä kovaa lattiaa ja antamassa lämpöä. Kopit pitää siivota aina syksyisin kun maa on jäässä. Silloin koppeihin ei enää kantaudu mukana märkää hiekkaa. Ne imuroidaan hiekasta ja sitten ne täytetään uudestaan oljilla. Talven mittaan koppeihin pitää lisätä olkia tarvittaessa.

Koirat ruokitaan kerran päivässä ja aamuisin annetaan soppaa, jotta koirat saisivat tarpeeksi nestettä. Vesikupit laitetaan sulamaan aamuisin ja iltapäivällä ruokinnan jälkeen tai heti retkien jälkeen annetaan uutta vettä sankkoihin. Kuivamuona laitetaan likoon aamulla, jotta nesteen saanti olisi riittävä. Lisäksi talvella annetaan lihaa kuivamuonan ohella. (Schwarz 2012.)

Ruokinnassa kaikki koirat laitetaan kiinni tarhoissa, jotta ne eivät voisi ryöstää toisilta koirilta ruokaa. Kaikkien koirien ollessa kiinnitettyjä niille annetaan ruokakuppi, jossa on valmiiksi kuivamuonaa ja lihaa. Ruokinnan jälkeen ne voidaan taas päästä irti.

Tarhat ovat sen verran isoja, että huskyt pääsevät juoksentelemaan vapaasti niissä. Yrityksellä on myös juoksuaitaus, joka on suuri aidattu alue pihalla/metsässä. Kesällä ja alku syksystä on liian lämmintä koirille, jotta niillä voisi ajaa. Tällöin koirat päästetään muutama tarha kerralla juoksemaan vapaina aitaukseen.

Syksyllä ilman viiletessä aloitetaan koirien treenaaminen kärryillä. Lämpötilan tulee olla reilusta alle 10 astetta, jotta voidaan aloittaa harjoittelu. Muuten vaarana voi olla ylikuumeneminen koirilla (Schwarz 2012). Koirat ovat hyvässä kunnossa kun talviesonki alkaa ja koirat pystyvät juoksemaan enemmän ja nopeammin talvikaudella, kun niitä on treenattu kunnolla syksyllä.

Yrityksen oppaat tuntevat koirat todella hyvin, koska ovathan he kasvattaneet suurimman osan pennuista asti itse. Koirien tuntemus auttaa todella paljon tällä alalla. Oppaat tietävät jokaisen koiran oman luonteen ja tavat. On helppo työskennellä koirien kanssa kun tietää esimerkiksi mitkä koirat voivat juosta vierekkäin ja mitkä koirat eivät jaksa juosta niin pitkiä lenkkejä.

Koirien juoksemista kilometrimääristä pidetään tarkkaa kirjaa. Jo syksyllä aletaan pitämään kirjaa kuinka paljon koirat ovat harjoitelleet, jotta tiedetään että ne ovat tarpeeksi hyvässä kunnossa talvisesonkia varten. Talvella kaikilla koirilla on vähintään yksi lepopäivä viikossa. (Schwarz 2012.)

Markkinointi

Kuten aikaisemmin on jo kerrottu yritysten markkinoinnista, on huomattavissa että toimintatavat eroavat toisistaan. Nature Point markkinoi enimmäkseen matkatoimistojen kautta, kun taas Winterdancen tärkein markkinointikanava on Internet. Winterdance on myös aktiivinen sosiaalisessa mediassa ja tekee yhteistyötä paikallisten matkailuyritysten kanssa.

Nature Point ei ole mukana missään ohjelmaesitteissä kun taas Winterdance on varsin näkyvästi esillä esimerkiksi paikallislehdessä. Winterdance on lisäksi mukana paikallisessa matkailupalveluesitteessä kuten aikaisemmin on jo mainittu.

Winterdance on keskittänyt markkinoimaan ohjelmiaan kotimaassaan. Internetin kautta markkinointia on tietenkin myös ulkomailla. Nature Point markkinointi on vain ulkomailla.

7 ANALYYSI JA TULOKSET

Tässä vaiheessa määritellään eroavaisuudet ja yhtäläisyydet sekä niiden liittyminen työn sisältöön (Karlöf & Östblom 1993, 93 - 94). Analyysin tarkoituksena on nähdä yritysten eroavaisuudet ja kehityksen kohteet.

7.1 Tuotteet

Winterdance tarjoaa monta erilaista koiravaljakko-ohjelmaa. Nature Point voisi kehittää ohjelmatarjontaa ja tarjota enemmän erilaisia koiravaljakko-ohjelmia. Edellä on jo mainittu mitä tuotteita yritykset tarjoavat. Winterdance tarjoaa neljä erilaista koiravaljakko-ohjelmaa ja lisäksi yritys tarjoaa myös yritysvierailuita sesonkiajan ulkopuolella ja räätälöityjä tuotteita. Esimerkiksi syntymäpäivien tai kihlajaisten johdosta voidaan järjestää erikoisohjelmia. Asiakkaiden toiveiden mukaisesti voidaan järjestää ohjelma, esimerkiksi haluaako asiakas ruusun reen päälle, syntymäpäiväkakun tai hienon illallisen. Yritys tarjoaa myös yksityisiä retkiä. Silloin asiakkaat menevät retkille vain oman oppaan kanssa ja heidän mukanaan ei ole muita asiakkaita. (McCready 2012.)

Nature Point tarjoaa kaksi erilaista ohjelmaa ja niiden lisäksi on myös mahdollista järjestää puolen tunnin retkiä isommalle ryhmälle. Isomman ryhmä koko on 3 – 9 henkilöä.

Nature Point voisi kehittää palvelutarjontaansa, jotta asiakkaat voisivat valita monesta ohjelmasta juuri sen mieluisimman vaihtoehdon. Tässä pitää kuitenkin huomioida yrityksen resurssien rajallisuus. Heillä ei ole niin paljon koiria ja työntekijöitä kuin Winterdance yrityksessä. Nature Pointilla olisi mahdollista kuitenkin tarjota enemmän vaihtoehtoja ja sitten toteuttaa niitä ohjelmia mitä pystytään.

Winterdancen suosituin ohjelma on puolen päivän retki. Myös Nature Point voisi tarjota pidemmän ohjelman, johon sisältyisi myös tauko, jolloin voitaisiin tarjota pientä purtavaa ja juotavaa.

Ohjelmaidea voisi olla seuraavanlainen: kolmen tunnin retki, jolloin asiakkaat ajavat itse omaa rekeä ja heille tarjotaan pientä välipalaa retken puolesta välissä. Koko ohjelma kestäisi kolme tuntia eli siihen kuuluisi myös opetustuokio, koirien valjastaminen, itse retki ja ruokailu ja paluu.

Toinen ohjelmaidea voisi olla kahden päivän kestävä retki, johon kuuluisi yöpyminen erämassa. Koska historialla on tärkeä asema varsinkin Kanadan koiravaljakkomaailmassa, voitaisiin historiaa käyttää myös Nature Pointin ohjelmissa hyödyksi. Oppaat voisivat kertoa asiakkaille rekikoirien historiasta ja niihin liittyvistä jännittävästä tarinoista. Se elävöittäisi ohjelmaa ja antaisi siihen syvemmän näkökulman.

Nature Point voisi tarjota uuden viikon ohjelman jo olemassa olevan lisäksi. Tähän uuteen ohjelmaan kuuluisi yksi yöpyminen erämaassa. Nature Pointilla olisi hyvät puitteet tähän, koska oppaat omistavat vanhan mökin Paltamossa, joka olisi sopivan matkan päässä näin pitkälle retkelle. Sinne olisi myös mahdollista järjestää koiravaljakkoreittejä. Ohjelmaan kuuluisi 35 km ajo Paltamoon ja siellä pysähdyttäisiin yöpymistä varten. Asiakkaiden tehtävänä olisi myös huolehtia koirista, niille pitäisi antaa esimerkiksi olkia nukkumista varten. Lisäksi koirat pitäisi ruokkia ja antaa vettä. Oppaat keittäisivät asiakkaille päivällisen mökissä, jossa myös yövyttäisiin. Samalla oppaat kertoisivat tarinoita rekikoirien historiasta ja kuuluisimmista tarinoista. Asiakkaat saavat tämän kautta edes jonkunlaisen kuvan millaista oli ennen koiravaljakkoajo ja he voivat tuntea samanlaista seikkailuhenkisyyttä, koska ovat erämaassa yöpymässä oman koiravaljakon kanssa. Koiravaljakkohistoriasta kertominen selkeyttää asiakkaille miten tärkeässä roolissa rekikoirat ovat olleet historian ajan Pohjois-Amerikassa. Illalla olisi mahdollista käydä myös pihasaunassa. Seuraavan päivän aamuna lähdettäisiin liikkeelle aamupalan jälkeen.

Kaikki asiakkaat eivät kuitenkaan halua yöpyä erämaassa, koska he haluavat nauttia hotellimajoituksen tasoista mukavuuksista. Näin on varisinkin vanhempien asiakkaiden kohdalla. (Schwarz 2012).

Kolmas ohjelmaidea voisi olla lyhyiden koiravaljakkoajeluiden järjestäminen Paljakan hiihtokeskuksessa. Koirien kanssa voitaisiin mennä hiihtokeskukselle ja siellä järjestettäisiin noin 2 km pituisia ajeluita varsinkin hiihtokeskuksen sesonkiaikoina. Joulun ja Uuden Vuoden ai-

kaan hiihtokeskuksessa on myös paljon venäläisiä asiakkaita, jotka voisivat kiinnostua tästä tuotteesta. Asiakkaat istuisivat kyydissä ja oppaat ajaisivat.

Valokuvaaminen retken aikana on todella hyvä idea, jota Winterdance käyttää. Nature Point voisi myös hyödyntää tätä ja ottaa retken aikana asiakkaiden kameralla kuvia heistä. Näin asiakkaille jäisi hieno muisto retkestään.

Jos on viikon ohjelma käynnissä, on hankalaa järjestää pitkiä retkiä samalla viikolla, koska koirat tarvitsevat myös lepoa. Nature Point tarvitsisi enemmän koiria, jotta voitaisiin järjestää enemmän erilaisia ohjelmia. Se taas johtaa siihen, että työntekijöitäkin tarvittaisiin enemmän.

7.2 Prosessit

Prosessivertailun kautta nähdään miten yritysten toimintatavat eroavat toisistaan. Prosessit vaihtelevat Winterdancen ja Nature Pointin välillä selvästi. Erot toimintatavoissa johtuvat suurimmaksi osaksi siitä, että kyseessä on vain koiravaljakko-ohjelmia tarjoava yritys ja toinen yritys tarjoaa myös muita ohjelmia. Muutama vuosi sitten Nature Pointille koiravaljakko ohjelmien osuus ei ole ollut kovin merkittävä yrityksen menestykselle. Nykyään koiravaljakko ohjelmien osuus kaikista ohjelmista on merkittävin. Vuosi vuodelta koiravaljakko –ohjelmien suosio kasvaa (Schwarz 2012).

Prosessit eroavat suuresti Winterdancessa ja Nature Pointissa myös sen takia, koska Winterdance joutuu kuljettamaan koirat sinne missä asiakkaat ovat ja mistä retket aloitetaan. Siihen menee todella paljon ylimääräistä aikaa ja rahaa. Yrityksen omistajat haluavat pitää oman elämän erillään yritystoiminnasta. He eivät halua, että asiakkaat tulisivat heidän luokseen ja retket aloitettaisiin suoraan yrityksen edestä. Näin olisi muutenkin hankala toimia, koska Kanadassa ei ole jokamiehen oikeuksia. Ihmiset eivät myöskään mielellään pidä siitä, että heidän maitaan käyttää joku muu. (DeBruin 2012). Nature Pointissa retket voidaan aloittaa suoraan yrityksen edestä, mikä säästää paljon aikaa ja vaivaa.

Opetustuokio oli järjestetty todella hyvin Winterdance –yrityksessä. Opetus oli jaettu selkeisiin osiin ja tärkeimmät asiat toistettiin lopussa. Opetuksessa painotettiin ihmisten ja koirien

turvallisuutta ehdottoman tärkeänä asiana. Tärkeimmät säännöt ovat: ”älä ikinä päästää rekeä irti, jarruta alamäessä ja auta ylämäessä.”

Radiopuhelimien käyttö työpäivän aikana on todella hyvä asia Winterdancessa, koska siellä on monta työntekijää, jotka ovat monessa eri paikassa. Informaatiota saadaan helposti jaettua radiopuhelimien avulla ja niiden avulla pystytään myös kysymään apua ongelmatilanteissa. Mielestäni Nature Point voisi hankkia myös radiopuhelimia, koska se helpottaisi oppaiden yhteydenpitoa retken aikana. Varsinkin ongelmatilanteissa radiopuhelimet olisivat hyödyllisiä.

Koirien sisätarhassa pito ei ole suositeltava vaihtoehto Nature Pointille. Koirilla on hyvät ja isot tarhat Nature Pointissa ja muutenkin sisätarha vaatisi paljon työtä. Kokemukseni kautta ulkona pito on paljon parempi vaihtoehto huskyeille.

Itse koirien pidossa Nature Point tekee todella hyvää työtä ja selkeitä parannus kohteita en löytänyt verratessa näitä kahta yritystä. Oikeanlainen ruokinta on todella tärkeää koirien hyvinvoinnin kannalta ja koirien hyvinvointi heijastuu suoraan niiden kuntoon ja miten ne jaksavat juosta retkillä. (Schwarz 2012.)

Winterdancen koirat olivat hitaampia kuin Nature Pointin koirat. Asiakkaat joutuivat auttamaan todella paljon ylämäessä, jopa kävelemään koska koirat eivät jaksaneet vetää rekeä. Yhtä rekeä veti vain viisi koira kahden asiakkaan ollessa kyydissä. Nature Pointissa asiakkaat sen sijaan ajavat yksin reellä ja koirat jaksavat vetää rekeä paljon paremmin. Vaikka Winterdance -asiakas ajoi yksin reellä, olivat koirat silti paljon hitaampia kuin Nature Pointissa. Tämä voi johtua siitä, että Nature Pointissa aloitetaan koirien treenaaminen hyvin varhaisessa vaiheessa syksyllä, heti silloin kun ilma on tarpeeksi viileä. Näin koirien kunto kasvaa ja kestää paremmin koko sesongin ajan (Schwarz 2012). Koirien kuntoon vaikuttaa kuitenkin monta asiaa kuten ruoka ja riittävä lepo.

Koirien kunto heijastuu retkiin ja sen kautta asiakkaiden tyytyväisyyteen. Nopeammat ja kestävämmät koirat takaavat onnistuneemman retken, ja asiakkaiden ei tarvitse olla huolissa koirien jaksamisesta.

7.3 Markkinointi

Winterdance on hyödyntänyt jo sosiaalista mediaa ollessaan facebookissa ja Nature Pointissa on jo kauan keskusteltu siihen liittymisen mahdollisuudesta. Sosiaalisen median suosio kasvaa jatkuvasti ja sen merkitys mainonnassa on kasvamassa koko ajan (Mainostajien liitto 2011). Nature Pointin tulisikin tehdä facebook –sivut, joiden kautta vuoropuhelu lisääntyisi asiakkaiden kanssa. Kanta-asiakkaiden kanssa voitaisiin pitää näin paremmin yhteyttä ja he voisivat seurata yrityksen uutisia.

Nature Point markkinoi vain ulkomailla ja yrityksellä olisi paljon mahdollisuuksia markkinoida myös kotimaassa. Winterdancen asiakkaista 70 – 80 % on kotimaisia asiakkaita. Nature Pointissa ei käy juuri lainkaan kotimaisia asiakkaita. Yritys tekee yhteistyötä paikallisen laskettelukeskuksen kanssa ja sen kautta se saa muutamia venäläisiä asiakkaita varsinkin Joulun ja Uuden Vuoden aikoihin. Nature Point voisi olla aktiivisempi markkinoimaan koiravaljakko-ohjelmia kotimaassa. Yritys voisi esimerkiksi olla mukana paikallisissa matkailulehdissä ja omia esitteitä voitaisiin jakaa hiihtokeskuksissa ja turisti infoissa.

Nature Pointin saavutettavuus on nykyään hankaloitunut, koska lentoyhteydet Helsingin ja Kajaanin välillä ovat selvästi heikentyneet. Yritys on menettänyt tämän takia ulkomaalaisia asiakkaita. (Schwarz 2012.) Tästä syystä olisi hyvä markkinoida enemmän kotimaassa.

7.4 Yritysten kilpailutoiminta

Kilpailutoiminta vaikuttaa positiivisesti yrityksen maineeseen. Winterdancen omistaja on ollut mukana Pohjois-Amerikan ja maailman suurimmissa ja tunnetuimissa rekikoirakilpailuissa. Kanadassa nämä kilpailut ovat varsin näkyvästi esillä mediassa ja Winterdance saa sen kautta tunnettuutta koiravaljakkomaailmassa. Suurin osa Winterdancen asiakkaista tulee Kanadasta, joten on hyvin todennäköistä, että he tuntevat nämä suuret kilpailut ja se vaikuttaa heidän ostospäätöksiin, jos he valitsevat kahden eri yrityksen välillä. Asiakkaat valitsevat mieluummin yrityksen, jolla on kokemusta myös kilpailutoiminnasta kuin sellaisen yrityksen, jolla ei ole ollenkaan kokemusta siitä. Kilpailutoiminta lisää nimenomaan tunnettavuutta ja ammattimaisuutta. (McCready 2012.) Myös ulkomaalaiset asiakkaat tuntevat nämä suuret

kilpailut. Yleensä kun he osallistuvat koiravaljakkoajoon, heillä on kiinnostusta tätä lajia kohtaan ja sen kautta he tuntevat nämä suuret kilpailut.

Ollessani harjoittelussa Winterdance yrityksessä huomasin monien asiakkaiden tuntevan nämä suurimmat kilpailut ja he tiesivät yrityksen omistajan Hank DeBruin olleen mukana niissä. Heitä kiinnosti myös todella paljon hänen kokemuksensa näistä kilpailuista.

Winterdance on osannut hyödyntää hyvin kokemustaan kilpailutoiminnasta. Heidän yrityksen nettisivuilla on heti ensimmäisenä lause: ”Tervetuloa Winterdance Dog Sled Tours – yritykseen! Kanadan ainut siperianhusky kennel, joka on ajanut sekä 1000 mailin pitkän Iditarod kilpailun sekä 1000 mailia pitkän Yukon Quest –kilpailun.”. Tämä luo mielestäni ammattimaisen kuvan yrityksestä ja lisää asiakkaiden mielenkiintoa yritystä kohtaan.

Winterdance hyödyntää myös ohjelmissa Hankin kisakokemusta. Esimerkiksi kesällä ja syksyllä järjestettävillä yritysvierailulla vetonaulana ovat Hankin tarinat kilpailuista ja hän näyttää myös hänen kilpailuissa käyttämiään varustuksiaan. Kotisivuilla Moonlit Run- ohjelmassa on maininta Iditarod- ja Yukon Quest -kisaaja Hank DeBruin toimivan henkilökohtaisesti oppaana retkellä. (McCready 2012.)

Nature Point ei ole juurikaan hyödyntänyt menestystään koiravaljakkokilpailuissa. Yrityksen omistajat ovat voittaneet yhden kerran pitkämatkan suomenmestaruuden East Point Openissa 2010 ja yhden kerran keskipitkän matkan Ruuna Race –kilpailussa 2011. Monessa muussakin kilpailussa on tullut hyviä menestyksiä. Norjassa Daniel sijoittui viidenneksi 300 kilometrin pituisella Pasvik Trail –kilpailussa. Tulevaisuudessa kisatoiminta tulee lisääntymään ja he ottavat enemmän osaa kansainvälisiin kisoihin. Kanta-asiakkaat ovat hyvin kiinnostuneita kilpailutoiminnasta ja he seuraavat yrityksen kotisivujen uutissivuilta miten he menestyvät kilpailuissa. (Schwarz 2012.)

Nature Point voisi hyödyntää kilpailumenestystään markkinoidessa koiravaljakko-ohjelmia. Kotisivuilla voitaisiin kertoa enemmän menestyksestä. Sinne voitaisiin tehdä oma välilehti, jossa kerrottaisiin kilpailutoiminnasta tarkemmin ja lisättäisiin useita valokuvia. Koiravaljakko-ohjelmia mainostettaessa voitaisiin mainita oppaiden kokemus kilpailutoiminnasta ja heidän menestyksestä. Tämä lisäisi yrityksen ammattimaisuutta ja toisi esille myös koirien hyvän huolella pidon.

Täällä Suomessa tai Pohjois-Euroopassa ei ole niin tunnettuja koiravaljakkokilpailuja kuin Pohjois-Amerikassa. Winterdance saa enemmän tunnettuutta, kun se on mukana maailman suurimmissa kilpailuissa. Tulevaisuudessa Nature Pointin omistajat haluavat kisata Pohjois-Euroopan suurimmassa kisassa Finnmarkslopetissa. Tämä tuo tunnettuutta, jota voidaan hyödyntää markkinoidessa koiravaljakkotuotteita tulevaisuudessa.

8 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön kautta näin miten toimitavat voivat erota kahden eri maan koiravaljakkoyrityksen välillä. Sen kautta opin mitkä toimittavat ovat hyviä ja miten toimeksiantaja Nature Point voisi kehittää toimintaansa. Ollessani töissä molemmissa yrityksessä pääsin hyvin sisälle yrityksiin ja näin konkreettiset toimintatavat. Olen suurimman osan elämästäni työskennellyt koiravaljakkoajon parissa ja halusin nähdä miten ulkomailla työskennellään ja samalla löytää parannusehdotuksia toimeksiantajalle.

Yritysten toimintatapojen erot tulivat esille benchmarkingin avulla ja sen kautta saatiin parannusehdotuksia Nature Pointille. Koirien pidossa en löytänyt juurikaan parannusehdotuksia Nature Pointille. Sen sijaan yritys voisi kehittää ohjelmatarjontaansa ja tarjota enemmän vaihtoehtoja asiakkaille. Prosesseissa on jotain pieniä parannusehdotuksia kuten esimerkiksi radiopuhelmien käyttö. Markkinoinnissa Nature Point voisi vielä kehittyä ja markkinoida enemmän kotimaassa. Varsinkin lentoyhteyksien heikennettyä Helsingin ja Kajaanin välillä olisi hyvä miettiä olisivatko esimerkiksi suomalaiset ja venäläiset potentiaalisia asiakasryhmiä.

Nature Pointin tulisi kehittää jatkuvasti ohjelmiaan, jotta yritys säilyisi kilpailukykyisenä ja vanhoja asiakkaita saataisiin houkuteltua kokeilemaan uusia ohjelmia. Koiravaljakkohistoriaa voitaisiin hyödyntää tarjotessa uudenlaisia ohjelmia. Rekikoirien historialla on oma roolinsa Pohjois-Amerikan historiassa pelastaen muun muassa kokonaisia kyliä. Suomessa rekikoiria on käytetty vain harrastuksena, kun taas Pohjois-Amerikassa se oli selviytymisen kannalta erittäin tärkeässä asemassa. Tämä heijastuu siihen, että Suomessa rekikoirien historiaa tunnetaan varsin heikosti ja koiravaljakkoretkille osallistuvat eivät tule Nature Pointiin historian takia kuten Winterdancessa. Nature Point voisikin hyödyntää historiaa tarjoamalla sellaisia koiravaljakko-ohjelmia, johon kuuluisi myös koiravaljakkohistorian tarinoita maailmalta.

Tämän opinnäytetyön avulla saadaan myös pieni pilkahdus siitä, miten Kanadassa työskennellään koiravaljakkoyrityksessä. Tietenkin tätä ei voida yleistää, koska kyseessä on vain yksi yritys Kanadasta. Mielestäni myös muut suomalaiset koiravaljakkoyritykset voisivat oppia juuri benchmarkingin avulla uusia asioita koiravaljakkoajosta Pohjois-Amerikasta, koska siellä on paljon pidempi historia tältä alalta kuin Euroopassa.

Koiravaljakko yrityksen toimintaan vaikuttaa myös hyvin paljon ilmastonmuutos. Ollessani harjoittelussa Kanadassa sesonki jäi paljon lyhyemmäksi kuin aikaisempina vuosina. Sesonki alkoi paljon myöhemmin kuin tavallisesti, vasta joulukuun lopulla pystyttiin ajamaan reellä ja sesonki loppui jo maaliskuun alku-/puolivaiheessa. Winterdance joutui perumaan retkiä maaliskuussa, koska ilma oli jo liian lämmin koirille ja urat sulivat. Normaali talvisesonki Winterdancessa on joulukuun alusta maaliskuun loppuun. Sesongin lyhentyminen näin suuressa yrityksessä on todella taloudellisesti merkittävä asia.

Myös Nature Pointiin vaikuttaa ilmastonmuutos, koska nykyään ei ole aina varmaa, voidaanko ajaa jo joulukuussa, mikä oli ennen itsestäänselvyys. Viime vuosien ajan lumitilanne on ollut aika heikko joulukuussa, mutta retket on pystytty järjestämään tähän asti.

Sesonkien lyhentyessä on mietittävä mitä vaihtoehtoisia ohjelmia voitaisiin tarjota asiakkaille. Voitaisiin järjestää esimerkiksi patikkaretkiä koirien kanssa tai tarjota ”kärryajeluita” sulan kauden aikana. Kärryajeluita voitaisiin järjestää kuitenkin vain ilman ollessa tarpeeksi viileää arktisille koirille.

Koiravaljakkoyrityksen pitäminen on ennemminkin elämäntapa kuin työtä. Molempien yrityksen koiravaljakkotoiminta sai alkunsa rekikoira harrastuksesta. Winterdancelle ja Nature Pointille ensisijaisen tärkeää on koirien hyvinvointi ja sen eteen tehdään myös paljon työtä. Koirien hyvinvointi heijastuu suoranaisesti koiravaljakkoretkiin ja asiakkaiden tyytyväisyyteen. Jos nähdään vaivaa koirien hyvinvoinnin ja kunnan eteen, niin retkistä tulee onnistuneempia ja asiakkaat ovat tyytyväisiä.

Benchmarking kautta tuli esille Nature Pointin tekemä hyvä työ koiravaljakkotoiminnassa, mutta vain pieniä muutoksia, joita mainitsin jo edellä, voitaisiin tehdä. Näiden parannusehdotuksien täytäntöön pano jää tietenkin yrityksen omaan harkintaan. Benchmarkingin avulla Nature Point näkee myös, että he toimivat varsin mallikkaasti tällä alalla verrattuna toiseen suureen koiravaljakkoyritykseen Kanadasta.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

DeBruin, H. & McCready, T. 2010 Iditarod Dreamer A Rookie Team's Journey

Farmen, K. 2011 A HISTORY OF DOG MUSHING IN ALASKA ANT IT'S ORIGINS IN THE WIDER WORLD. Mushing Magazine 143, 8.

International Siberian Husky Club. 2000 The Siberian Husky USA: spake printing service

Karlöf, B. & Östblom, S. 1993. Benchmarking Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Kainulainen, A. 2003 Siperianhusky –rekikoira. 3. painos Helsinki: EiriPrint

Kaivos, P., Laamanen, K., Salonen, L. & Valpola, A. 1995 Benchmarking Huipputasosta oppiminen Tampere: Tampere-paino Oy

Niva, M. & Tuominen, K. 2005 Benchmarking käytännössä Itsearvioinnin työkirja

Pfirstinger, R. 1997 Huskyt ja vauhdin hurma Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Salisbury, G. & Salisbury, L. 2003 The Cruellest Miles Great Britain: Clays Ltd

Thomas, P. Stead, A. & Wolfe, N. 2000 International Siberian Husky Club The Siberian Husky U.S.A: Spake printing service

Painamattomat lähteet:

Canadian Tourism Commission –kotisivut a. Tourism Snapshot 2011 Year-in-review

http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Stats-figures/Year-in-review-facts-figures/Tourism%20Snapshot%20-%20Year%20in%20review/2011_year-in-review_en.pdf luettu 30.10.2012

Canadian Tourism Commission –kotisivut b. U.S. Winter Outdoor Activity Practicipants
http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Product-knowledge/TAMS/US%20Outdoor%20Activity/tams_report_U.S._winter_outdoor.pdf

luettu 30.10.2012

Canadian Tourism Commission –kotisivut c. Canadian Winter Outdoor Activity Practicipants
http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Product-knowledge/TAMS/Canadian%20Travellers%20Outdoor%20Activity/tams_Canadian_winter_outdoor.pdf

Deutsches Benchmarking Zentrum –kotisivat a. Arten

<http://www.benchmarkingforum.de/benchmarking-arten.html> luettu 29.10.2012

Deutsches Benchmarking Zentrum –kotisivat b. Historie

<http://www.benchmarkingforum.de/benchmarking-historie.html> luettu 29.10.2012

Discover Canadian Outdoors –kotisivut 2010 Dog sledding in Canada

<http://outdoors.ca/en-CA/Articles/DogSleddingInCanada.aspx> luettu 25.10.2012

Jankowiak, S. 2008 Controlling-Portal –kotisivut

<http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Grundlagen/Benchmarking-Orientierung-am-Besten.html> luettu 25.10.2012

Kinnunen a. 2010. Siperianhusky –kotisivut

<http://www.siperianhusky.net/historia.htm> luettu 2.10.2012

Kinnunen b. 2010 Siperianhusky –kotisivut

<http://www.siperianhusky.net/suomessa.htm> luettu 2.10.2012

Koirat –kotisivut 2012 Siperianhusky

<http://www.koirat.com/rodot/siperianhusky> luettu 10.10.2012

Korvalan Restikievari –kotisivut Siperianhuskymme

http://www.korvala.fi/Suomeksi/Siperianhuskyt_Usvatanssin_Kennel.iw3

luettu 10.10.2012

Lapin yliopisto –kotisivut a. Koiravaljakkoyritykset laadulla menestykseen –hanke

<http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Yksikot/Koulutus- ja kehittämispalvelut/Koulutus- ja kehittämishankkeet/Koiravaljakkoyritykset laadulla menestykseen.iw3>

luettu 30.11.2012

Lapin yliopisto -kotisivut b. Koulutusta koiravaljakkoyrittäjille

<http://www.ulapland.fi/Suomeksi/Ajankohtaista/Uutisarkisto/2011.iw3?showmodul=149 &newsID=4fad30ea-df62-451a-a4f8-e10b6937e9ec> luettu 25.10.2012

Lonely planet –kotisivut 2012 Map of Canada

<http://www.lonelyplanet.com/maps/north-america/canada/> luettu 19.11.2012

Lutunen 2011. Laadun kehittämisen työkaluja matkailuyrityksille

http://www.luonnonvoimaa.net/filebank/3386-Laadun_kehittamisentietopaketti.pdf luettu 10.10.2012

Mainostajien liitto –kotisivut Sosiaalinen media on mainostajille ensisijaisesti vuoropuhelua asiakkaiden kanssa 2011

http://www.mainostajat.fi/mlitto/sivut/Sosiaalinen_media_ja_mainostajat2011.htm luettu 1.11.2012

MEK –kotisivut a. RAJAHAASTATTELUTUTKIMUS Osa 25 2011

[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8daddf68c2257a1e001c95e6/\\$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8daddf68c2257a1e001c95e6/$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf) luettu

30.10.2012

MEK –kotisivut b. Suomen matkailumarkkinoiden kilpailija-analyysi –Tiivistelmä 2009

[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/5092ac9a57a74cedc225759a0030319f/\\$FILE/Kilpailija-analyysi%2019032009_2%20versio.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/5092ac9a57a74cedc225759a0030319f/$FILE/Kilpailija-analyysi%2019032009_2%20versio.pdf) luettu

30.10.2012

Norden –kotisivut Tietoa Suomesta

<http://www.norden.org/fi/tietoa-pohjoismaista/pohjoismaat-sekae-ahvenanmaa-faersaaret- ja-groenlanti/tietoa-suomesta> luettu 5.11.2012

Statistics Canada –kotisivut 2005. Domestic travellers boost tourism industry
http://www41.statcan.gc.ca/2007/4007/ceb4007_000-eng.htm luettu 30.10.2012

Suomen ulkoasiainministeriö –kotisivut 2012 Maatiedosto Kanada
<http://www.finland.ca/Public/default.aspx?nodeid=43003&culture=fi-FI&contentlan=1&displayall=1> luettu 5.11.2012

Vetstreet –kotisivut 2012 Alaskan Husky
<http://www.vetstreet.com/dogs/alaskan-husky#history> luettu 22.10.2012

Winterdance –kotisivut 2012
http://winterdance.com/pack_dogsledtoursMoonlitrun.php luettu 22.10.2012

Haastattelut

DeBruin, H. 2012 Keskustelu

McCready, T. 2.3.2012 Haastattelu

Schwarz, A. 2.10.2012 Haastattelu

LIITE

Haastattelun kysymykset

1. Miten yritystoiminta alkoi?
2. Koirien pito?
3. Millainen on asiakaskunta?
4. Millaisia ohjelmia tarjoatte?
5. Miten historia vaikuttaa koiravaljakon kiinnostukseen?
6. Markkinointi?

