

**METSÄSTYSMATKAILUTUOTE**  
Metsäkolon palveluiden kehittäminen

Suopajärvi Eija

Opinnäytetyö  
Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

**VUOSI 2021**

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

---

<b>Tekijä</b>	Eija Suopajarvi	Vuosi	2021
<b>Ohjaaja</b>	Marja Lempiäinen		
<b>Toimeksiantaja</b>	Lapin Metsäläinen Oy, Metsäkolo		
<b>Työn nimi</b>	Metsästysmatkailutuote		
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>	23 + 2		

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli hahmotella metsästyksen merkitystä ja kattavuutta luontomatkailun osana. Lopputulos eli tuotekortti on laadittu asiakkaan näkökulmasta. Toimeksiantajana on Metsäkolo, joka toimii ammattimaisena matkanjärjestäjänä luontomatkailun parissa. Yritys tarvitsi tietoa metsästyksestä yleisesti ja niistä seikoista, jotka voisivat vaikuttaa metsästyspalvelutuotteen ottamiseen valikoimaansa.

Metsästysmatkailun kaupallistaminen ei ole Suomen olosuhteissa kovinkaan yksinkertaista. Pohjois-Suomessa on vapaa metsästysoikeus valtion mailla täällä asuvilla, joka vaikuttaa merkittävästi ihmisten asenteisiin ja suhtautumiseen tämän oikeuden käyttämisessä liiketoiminnassa. Tämänhetkisenä ajankohtaisena tähän liittyvänä asiana on metsästyksen rajoittaminen luonnonsuojelualueilla, jota perustellaan turvallisuuden varmistamisella.

Työn tuotoksena on tuotekortti, jossa on esitetty esimerkinomaisesti pienimuotoisen metsästyksen liittyvän päivämatkan sisältö. Tuloksen taustana on käytetty haastatteluita asiakasryhmän kartoittamisen osalta, tutkittu miten muut alalla toimivat matkailuyritykset toteuttavat metsästysmatkailua tuotteena sekä osittain omaa kokemusta metsästyksestä käytännössä.

Metsästysmatkailun laajamittainen kaupallistaminen ei ole sosiaalisesti kestäväällä perustalla. Sen sijaan ns. ystävien kesken tapahtuva matkailukokonaisuus, jossa elämyksellisyys ja vuorovaikutus on keskeisenä tekijänä on kaikkien asiaan osallisten tahojen kannalta suositeltavampi tapa.

Avainsanat  
Muita tietoja

Matkailupalvelut, erätalous, riista  
Työhön liittyy strategiakartta ja tuotekortti asiakkaalle

Degree Programme in Hospitality  
Management  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Author</b>	Eija Suopajärvi	Year 2021
<b>Supervisor</b>	Marja Lempiäinen	
<b>Commissioned by</b>	Lapin Metsäläinen Oy, Metsäkolo	
<b>Subject of thesis</b>	Customized services for hunting trips	
<b>Number of pages</b>	23 + 2	

---

The aim of the thesis was to outline the importance and coverage of hunting as part of nature tourism. The end result, ie the product card, has been prepared from the customer's point of view. The client is Metsäkolo, which acts as a professional tour operator in nature tourism. The company needed information on hunting in general and on factors that could affect the inclusion of a hunting service product in its range.

The commercialization of hunting tourism is not very simple in Finnish conditions. In northern Finland, there is a free hunting right for those living here on state lands, which significantly affects people's attitudes and attitudes in exercising this right in business. The current issue in this regard is the restriction of hunting in nature reserves, which is justified by ensuring safety.

The output of the work is a product card, which shows, by way of example, the content of a small-day hunting trip. The result is based on interviews with customer group mapping, research on how other tourism companies operating in the field implement hunting tourism as a product, and partly on their own experience of hunting in practice.

The large-scale commercialization of hunting tourism is not on a socially sustainable basis. Instead, the so-called a tourism package between friends, in which experientialism and interaction as a key factor is a more desirable way for all involved.

**Key words** tourism, hunting economy, game  
**Special remarks** The thesis includes a strategy map and a servicecard for customer.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	METSÄKOLON TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN.....	7
2.1	Toimeksiantajana Lapin Metsäläinen Oy eli Metsäkolo .....	7
2.2	Metsäkolon palveluiden nykytilanne.....	7
3	TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMIEN VALINTA JA SOVELTAMINEN	
	9	
3.1	Luonto hyvinvoinnin lähteenä.....	9
3.2	Palvelumuotoilu .....	9
3.3	Metsäkolon strategiakartta.....	10
3.4	Benchmarking.....	11
4	METSÄSTYSMATKAILU TUOTTEENA.....	12
4.1	Metsästyksen määritelmä .....	12
4.2	Asiakaskohderyhmä .....	13
4.3	Metsäkolon asiakaslupaus.....	14
4.4	Metsäkolon tuotekonsepti .....	14
5	LAIT JA LUVAT .....	16
5.1	EU-kansalainen metsästävässä Suomessa .....	16
5.2	Metsästyslain perussäädökset .....	16
5.3	Turvallisuus .....	17
6	PALVELUTUOTE "PÄIVÄ HIRVIMETSÄLLÄ".....	18
6.1	Hirvenmetsästyksen kaupallistamisen muodot.....	18
6.2	Tuotekortti.....	19
7	POHDINTA.....	23
	LÄHTEET .....	24
	LIITE.....	26

## 1 JOHDANTO

Metsä tuottaa suomalaisille hyvinvointia ja mielekästä tekemistä monin tavoin. Luonnon merkitys ihmisille näinä erikoisina aikoina on myös kasvanut ja yksi syväkähdyttävimpiä kokemuksia luonnossa voi olla metsän eläinten kohtaaminen. Miten nämä kokemukset voisivat olla matkailijoiden saatavilla ja voisiko tässä olla luontoystävällisiä ansaintamahdollisuuksia, tämä on lähtökohtana tässä opinnäytetyössä.

Aiheeni on myös ajankohtainen ja aihe on säännöllisesti esillä jollain tavoin eri medioissa. Metsästys itsessään on marginaalinen aihe, mutta siihen liittyvät asiat, kuten mökkeily, ulkona nukkuminen, retkeily ja ulkona tekeminen, kuten ruoanlaitto näyttävät olevan nousussa. Luonto lisää ihmisen hyvinvointia, sillä se saa liikkumaan, laskee verenpainetta ja stressitasoja. Myönteinen vaikutus muodostuu vahvemmaksi, jos luonnosta löytyy mielipaikka, jossa voi käydä toistuvasti. Suurin osa ihmisistä on asunut olemassaolonsa aikana kaupunkimaisissa olosuhteissa vasta hyvin vähän aikaa, muutaman vuosikymmenen. Ihminen ei ole kaikin tavoin vielä sopeutunut tähän elämänmuotoon ja siksi kaipuu luonnon keskelle ja luonnonläheiseen elämäntapaan elää ihmisissä vahvana. Luonto ja siihen liittyvät elementit yhdistetään vahvasti vapaa-aikaan ja niistä on muodostunut vastakohta ja tasapainottava tekijä arkielämälle.

Etätöiden tekeminen on lisääntynyt monilla aloilla ja mikä olisi nautittavampaa kuin viettää taukoja esimerkiksi hiihtolenkillä tai muun oman harrastuksen parissa työn lomassa tai työpäivän päätteeksi.

Käsillä tekeminen ja itse tekeminen on suosiossa arjen ja työnteon vastapainona tulevaisuudessa, metsästyskulttuuri voisi olla myös osa tätä silloin kun saaliista käytetään ihan kaikki hyödyksi. Esimerkiksi nahan voi käyttää käsitöissä ja suolet makkaraksi – se vaatii vain hiukan enemmän viitseliäisyyttä.

Sosiaalisessa mediassa jaetaan myös luontokokemuksia. Metsästyksen kulkua ja koiran toimintaa on mahdollista seurata myös osallistumatta itse jahtiin ja olematta edes paikkakunnalla oman puhelimen välityksellä. Tämä antaa elämyksellisyydelle ihan uusia mahdollisuuksia.

Opinnäytetyöni aiheena on metsästysmatkailu ja miten sitä voisi tuotteistaa eli miten luoda metsästysmatkailutuote. Teen toimeksiantajalleni tuotekortin metsästysmatkailupalvelusta. Tuotekortin avulla palvelua on helpompaa myydä ja asiakkaiden palvelutarpeeseen kyetään vastaamaan nopeasti ja asiakas saa helpposti tietoa tarjottavasta palvelusta.

Käsittelen metsästyksen tuotteistamisen mahdollisuuksia siten, että tuotos on helposti muunnettavissa minkä tahansa matkailupalvelun tarjoamiseen. Kehittämisen kohteena on yöpymismahdollisuus metsästyskoiran kanssa metsästysmahdollisuuksien läheisyydessä ja luoda tästä palvelutuote, jota voisi alkaa aktiivisesti markkinoimaan asiakkaille metsästyksen keskittyen. Tavoitteena on saada asiakas ja tuote kohtaamaan mutkattomasti ja välittää tietoa palvelusta mahdollisimman laajalle.

## 2 METSÄKOLON TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN

### 2.1 Toimeksiantajana Lapin Metsäläinen Oy eli Metsäkolo

Toimeksiantajani on Lapin Metsäläinen Oy, Metsäkolo, jonka sijaintipaikka on Ranuan Saariharjun kylässä. Saariharju on 100 asukkaan kylä Ranuan kunnan itäosassa 33 kilometriä Ranualta ja 56 kilometriä Posiolta. (Saariharjun kylä, 2021.)

Yrityksen päätoimialana on tarjota aamiaismajoitusta rauhallisessa ja kiireettömässä ympäristössä. Lisäksi sillä on laaja valikoima luontoon liittyviä aktiviteetteja. Yritys esittäytyy turvallisenä ja luonnonläheisenä vaihtoehtona majoittua ja se tarjoaa yöpymisvaihtoehtoja hirsimökissä, huoneessa tai ulkona puuteltassa. Metsäkolo tarjoaa mahdollisuuden oleiluun omassa rauhassa luonnon keskellä hiljaisuudesta ja puhtaudesta nauttien. Sen toiminta on saanut innoituksensa olemassaololleen metsäluonnosta ja sen tarjoaman hyvinvoinnin jakamisesta myös muille. (Metsäkolo, 2021.)

Metsäkolo on perheyritys, jonka omistaja on syntyisin pääkaupunkiseudulta ja työelämätausta on vahvasti Itävallan Salzburgista. Yrittäjä on taustaltaan matkajärjestäjä ja hänellä on ollut oma matkailualan yritys Salzburgissa, jota on edelleen mahdollista käyttää myynti- ja markkinointikanavana. Pääasiallisena toiminta yrittäjällä on kuitenkin nykyinen suomalainen yritystoiminta. (Metsäkolo, 2021.)

### 2.2 Metsäkolon palveluiden nykytilanne

Metsäkolo on nuori yritys ja siltä puuttuu vielä tunnettuustekijöitä kuten esimerkiksi merkki tai logo, joka toisi mieleen vain Metsäkolon ja johon voisi liittää positiivista mainetta ja mielikuvia. (Pirinen 2018, 80.) Metsäkololla on matkailuun liittyviä yhteistyökumppaneita yrittäjän matkanjärjestäjähistorian kautta, kuten myös metsästäjätuttavia. Myöskin nykyisten asiakkaiden hyvät kokemukset ja heidän kertomuksensa niistä ovat lisänneet uusien asiakkaiden kiinnostusta Metsäkolon palveluita kohtaan. Metsäkolo on hyvin löydettävissä verkosta, sillä on omat kotisivut ja Facebook-sivut ja se on hyvin esillä eri myyntikanavissa kuten

Hotels.com, Expedia.fi ja ebookers.fi. Metsäkolo löytyy myös VisitRanuan sivuilta lomakylät ja leirintäalueet-osiosta. Metsäkololla on kattava valikoima luontoon liittyviä harrastemahdollisuuksia ja Metsäkolon metsästykseen liittyvä palvelu on mahdollisuus yöpyä koiran kanssa ja maa-alue, jossa on mahdollisuus metsästää.

Metsäkolon sijainti Saariharjun kylässä on etu, koska se voi tarjota vierailleen hiljaisuutta ja rauhaa. Sijainti myös mahdollistaa metsästystuotteen tarjoamisen, sillä siihen tarvittava maa-alue on helposti tavoitettavissa. Haitallisena tekijänä on useita kilpailevia yrityksiä alueella. Haittaava tekijä on myös tietoverkkoyhteysien tarjonnan puuttuminen, mutta toisaalta asiakkaat tarvitsevat rauhaa ja mobiilielämän tauolle laittamista, joten se voi olla myös etu. Paikallisista kilpailijoista yhdellä on metsästyspalveluita, sillä DAVVI tarjoaa niitä Salmijärven alueella Ranualla 200 hehtaarin alueella. (Eräverkko 2021.)



### 3 TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMIEN VALINTA JA SOVELTAMINEN

#### 3.1 Luonto hyvinvoinnin lähteenä

Luonto tulevaisuudessa merkitsee erilaisia asioita eri käyttäjäryhmille. Hiljaisuus tulee olemaan vetovoimatekijä varsinkin maaseutumaisissa kohteissa. Tulevaisuuden matkailuun tulevat kuulumaan teknologia-avusteiset retket, joihin kuuluu ruokailu ja majoittuminen viihtyisissä kohteissa luonnonsuojelullisia arvoja unohtamatta. (Heikkilä & Kirveenummi 2013, 15–16.)

Matkailututkimusten mukaan luonnossa retkeily ja vaeltaminen ovat kesäajan Lapin matkailun kiinnostuksen kohteena. Esimerkiksi Aurinkomatkat on lisännyt tarjontaa jatkuvasti, Aurinkomatkojen kohderyhmänä ovat perheet ja nuoret aikuiset, joiden kiinnostuksen kohteisiin myös Metsäkolo pystyisi vastaamaan. (Sonnajärvi, 2021.) Metsäkolon olisi ehkä mahdollista tehdä yhteistyötä Aurinkomatkojen kanssa, mutta metsästysmatkailutuotteen kyseessä ollen tämä ei ehkä olisi tarkoituksenmukaisin tapa toimia.

Metsäkolon tapauksessa on tavoitteena saada aikaan uusi tuote ja toimintamalli, jota voisi käyttää uusien ideoiden, aktiviteettien tarjoamisessa asiakkaille ja palveluiden monipuolistamisessa. Tämä toteutetaan siten, että haetaan olemassa olevaa tietoa metsästyksestä matkailutuotteena ja kerätään uutta tietoa siitä, miten tämä olisi Metsäkolon toimesta mahdollista toteuttaa. Lähestymistapana tässä opinnäytetyössä on sen vuoksi konstrukttiivinen tutkimus. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 65–66.) Yritykselle halutaan löytää ainutlaatuinen palvelu, jolla pystytään erottautumaan kilpailijoista ja tarjoamaan asiakkaalle poikkeuksellinen elämys luonnossa.

#### 3.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on toimintatapa, jolla yritys tuottaa asiakaslähtöisiä palveluita. Palvelumuotoilu auttaa seuraavissa asioissa: asiakkaan tunnistaminen, käyttäjän tarpeiden kartoittaminen, palvelun käyttäjät, palvelupolun määrittely ja parantaminen, keskeiset palvelut, erottautumiskeinot. Aloitetaan ideoinnista ja asiakasryhmän määrittelystä. (Pirinen 2018, 81.) Palvelumuotoilu tavoittelee asiakkaan

ja yrityksen kohtaamista siten, että tuloksena olisi toimiva, käyttökelpoinen palvelu. (Tuulaniemi 2011, 25.) Metsäkolon tavoitteena on siten metsästyksen liittyvien palveluiden saattaminen asiakkaalle helposti saataville. Sen tapauksessa palvelumuotoilua on käytetty tuotetta määriteltäessä ja tuotekorttia laadittaessa sekä asiakasryhmää määriteltäessä. (Tuulaniemi 2011, 65, 71–72.) Palvelumuotoilun käyttö tässä tapauksessa liittyy parhaan mahdollisen kokemuksen tuottamiseen asiakkaalle ja sen avulla voidaan etsiä vastausta kysymykseen, miten tuote olisi helpoimmin ja parhaimmalla tavalla asiakkaan saavutettavissa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 71–72.)

### 3.3 Metsäkolon strategiakartta

Tuotteen kehittämisprosessin tueksi ja lähtökohdaksi valittiin strategiakartta, sillä sen avulla voitiin havainnollistaa ja jäsentää tuotekehitysprosessia siten, että kaikki tarvittavat osa-alueet tulisivat huomioiduksi.

Strategiakartta on laadittu kehitettävänä olevaa tuotetta ajatellen ja sen avulla on pyritty selkeyttämään ominaisuuksia, jotka edesauttaisivat tuotteen menestymistä. (Vuorinen 2013, 82.) Talouden näkökulmasta on pohdittu asioita, jotka olisivat kannattavimpia ja saisivat asiakkaat kiinnostumaan ostamisesta. (Vuorinen 2013, 86.) Palvelutuotteen muodostaminen on aloitettu määrittelemällä Metsäkolon strategiakartta, sillä haluttiin tunnistaa yrityksen ominaisuudet, sen resurssit ja sille tärkeät asiat. Tällä on pyritty vahvistamaan perustaa ideoinnille sekä selkeyttämään keinoja vastata asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 182–185.) Strategiakarttaa käytettiin hahmottamaan yrityksen toimintaa ja löytämään seikat, joissa yritys on hyvä, muita parempi. (Hakasalo 2021.) Metsäkolon visio on olla paikkakuntansa ekologisin ja luonnonläheisin majoitus- ja harrastuskohde. Toiminta-ajatus on majoitus- ja luontopalveluiden tuottaminen. Arvoista tärkeimmät ovat vastuullisuus, turvallisuus, ympäristöystävällisyys ja eettisyys. On käytetty asiakasnäkökulmaa siten, että on ajateltu asiakkaiden hankkimista, jota voidaan mitata tulevaisuudessa uusien asiakkaiden määrällä ja metsästystuotteen myynnin kokonaismäärällä.

### 3.4 Benchmarking

Benchmarking on oman toiminnan vertailua muiden toimintaan ja menestyvien yritysten toimintavasta oppimista siten, että sovelletaan hankittua tietoa oman toiminnan kehittämiseen. (Vuorinen 2013, 158–159.)

Benchmarkingia on käytetty eri toteuttamistapojen kartoittamiseen ja niiden seikkojen huomioiseen, joita tarvitaan metsästyspalvelutuotteen toteuttamisessa. Benchmarkingilla on pyritty hankkimaan tietoa ensisijaisesti muiden tavoista toimia metsästysmatkojen järjestämistapoihin liittyen. Tavoitteena on löytää hyvä toimintatapa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 186.) Sen tavoitteena on oppiminen, voidaan käyttää jo hyviksi havaittuja tapoja toimia, olla toistamatta jo tehtyjä virheitä ja ehkä löytää omalle yritystoiminnalle alue, jossa on vähän kilpailijoita. (Tuulaniemi 2011, 138–139.) Metsäkolon sininen meri voisi olla hyvin suunniteltu metsästystuote, joka olisi asiakkaalle enemmän kuin oma-aloitteisesti varattu lupa metsästä tietyllä alueella.

Akkainjahti ry:n toimintaa tutkittiin, mutta tulos jäi heikoksi. Käytännössä sen metsästysosiossa oli listattuna vain ajankohdat, joihin tapahtumia järjestetään. Metsästyssäännöt osio oli melko lyhyt, mutta siinä oli tarvittavat asiat ajatellen koti- maista jo ennestään jonkin verran kokenutta metsästäjää. (Akkainjahti 2021.) Metsäkolon tarpeisiin se soveltuisi lähinnä suuntaa antavana ohjeistuksena, sillä yrityksen on huomioitava ulkomaalaisten asiakkaidensa tarpeet yksityiskohtaisempaan ohjeistukseen.

## 4 METSÄSTYSMATKAILU TUOTTEENA

### 4.1 Metsästyksen määritelmä

Lainsäädännössämme määritellään metsästyks seuraavasti Metsästyslain 615/1993 1:2 §:n mukaan: ”Metsästyksellä tarkoitetaan luonnonvaraisena olevan riistaeläimen pyydystämistä ja tappamista sekä saaliin ottamista metsästäjän halluun. Metsästyks on myös pyyntitarkoituksessa tapahtuva riistaeläimen houkuttelemine, etsimine, kiertäminen, väijyminen, hätyyttäminen tai jäljittäminen, koiran tai muun pyyntiin harjoitetun eläimen käyttäminen riistaeläimen etsimiseen, ajamiseen tai jäljittämiseen sekä pyyntivälineen pitäminen pyyntipaikalla viritettynä pyyntikuntoon.” (Finlex 2021.)

Metsästyslain 555/2018 1:5 §:ssä listataan Suomessa metsästettävä riista- ja rauhoittamattomat eläimet, joista käsittelen tässä yhteydessä Ranuankin eläinlajistossa metsäkanalintuja, kuten riekko, pyy, teeri ja metso ja nisäkkäistä metsäjänistä ja hirveä. (Finlex 2021.)

Meillä pohjoisessa Suomessa on vapaa metsästysoikeus, joka mahdollistaa sen, että valtion mailla voi metsästää pyyntiaikojen ja saalisrajoitusten puitteissa eläimiä, joiden metsästykseseen ei tarvita erillistä kaatolupaa. Ihmisellä on käytännössä lupa hakea lihaa metsästä, jos hän on hankkinut metsästykskortin ja tarvittavat välineet siihen. Tämä asettaa oman rajoitteensa metsästyksen kaupallistamiselle, sillä tätä oikeutta pidetään pohjoisessa loukkaamattomana. Vapaan metsästysoikeuden tärkeys on ollut suurimmillaan silloin, kun taloudellinen toimeentulo on saanut merkittävän lisän metsästyksestä joko suoraan saaliin käytöllä omaksi ja perheen ravinnoksi tai sitten saaliin myynnistä saaduilla tuloilla. Metsästyksmatkailu on entisinä aikoina ollut merkittäväkin tulonlähde silloin, kun taitava karhunmetsästäjä on pystynyt myymään karhunkaadon etelästä tulleele varakkaalle ostajalle.

Tuotteen muodostamisen lähtökohtana on idea. Sen jälkeen kartoitetaan asiakasryhmä, asiakkaan tarpeet ja asiakkaan ongelma, sitten määritellään tuotteen ominaisuudet ja sisältö, suunnitellaan toteutustapa ja määritellään toteutus eli selostetaan tuotekokonaisuus, joka on tässä tapauksessa tuotekortti. (Tonder 2013, 12.) Matkailupalvelun suunnittelu alkaa ideasta, jonka lähtökohta on yrittäjän

mahdollista toteuttaa, valitaan asiakaskohderyhmä, joka tarvitsee tuotteen. Tuotekortti ohjeistaa palvelun sisällön tuottamisen ja tiedottaa palvelun sisällöstä. (Pirinen 2018, 215–217.) Kun halutaan olla ainutlaatuisia ja erottautua kilpailijoista, on tuotteen luomisprosessissa kartoitettava oman yrityksen tekijöitä, jotka voisivat näitä olla. Metsäkololla on runsas valikoima oheispalveluita ja palveluprosessin selkeyttäminen ja tehostaminen helpottaisi asiakashankintaa, jos asiakas pystyisi valitsemaan haluamansa oheispalvelut nopeasti ja helposti (Apunen 2020. 49–50.)

#### 4.2 Asiakaskohderyhmä

Matkailupalvelujen asiakkaissa on erotettavissa kaksi arvopohjaa, toiselle on tärkeää matkailla kestävästi, hyvinvointia edistäen ja toiset ovat kiinnostuneita luonnosta ja paikallisesta tavasta elää. (Pirinen, 2018. 22.)

Metsäkolon asiakkaan arvot ovat yhtenevät Metsäkolon arvojen kanssa, hän arvostaa ympäristön huomiointia ja hyvinvointia lisääviä asioita. Metsäkolon asiakas tykkää saunomisesta ja nauttii järviympäristöstä. Vastapainona toimistoelämälle arvostaa yksinkertaista ja alkukantaista, perinteistä elämäntapaa, kuten puiden pilkkomista ja kantamista saunalle ja saunan lämmitystä. Hän palautuu arkielämän rasituksista raittiissa ulkoilmassa ja luonnonkauniissa maisemissa ja lomallaan kotoilee, hyggeilee ja elää vapaasti.

Metsäkolon kotimainen metsästävä asiakas on ns. maaton metsästäjä, joka on kiinnostunut metsästysharrastuksesta niin paljon, että on hankkinut itselleen metsästyskortin ja aseensa, mutta hänellä ei ole mahdollisuutta käydä metsällä omalla maallaan. Metsästääkseen hän joutuu hankkimaan luvan joko valtion tai yksityisen maalle.

Metsäkolon ulkomaalainen asiakas on keski-ikäinen, korkeasti koulutettu, hyvä-tuloinen ja ajattelutavaltaan konservatiivinen. Hän on kotoisin Itävallasta tai Etelä-Saksasta. Hän matkustaa perheenjäsenten tai ystävien kanssa. Hänen matkaseurueensa ei aina osallistu metsästykseseen vaan on kiinnostunut toisenlaisesta ohjelmasta luontoon, hyvinvointiin ja kulttuuriin liittyen, kuten vaelluksesta, maastopyöräilystä, marjastuksesta, itse tekemisestä ja paikallisiin nähtävyyksiin tutus-

tumisesta. Metsäkolon asiakkaat arvostavat slow living-tyyppisiä asioita ja elämän pieniä nautintoja, kuten käsityötä, laatua, lähiruokaa, viiniä, olutta ja pitkän kaavan illanistujaisia. He ovat kiinnostuneita metsästyskulttuurista ja toimintatavoista sekä vuorovaikutuksesta suomalaisten metsästäjien kanssa, joka voisi olla esimerkiksi maksullinen illallinen paikallisen metsästäjän luona. (Paulomo, 2021.) Salzburger Jägerschaft vastaa suomalaista riistanhoitoyhdistystä ja tarjoaa myös esimerkin Metsäkolon asiakaskohderyhmästä. Asiakkailla on oma persoonallinen ja kulttuurisidonnainen tapansa ja tyyliinsä metsästää, joka näkyy pukeutumisen yhdenmukaisuudessa asti. (Salzburger Jägerschaft, 2021.)

#### 4.3 Metsäkolon asiakaslupaus

Asiakkaan kannalta asiakaslupaus on syy, miksi hän valitsee juuri Metsäkolon palvelut. (Tonder, 59.) Metsäkolo vastaa asiakkaan ongelmiin, mitä tehdä vapaaajalla, mistä saada ainutlaatuinen kokemus ja missä harrastaa metsästystä ainutlaatuisessa ympäristössä turvallisesti ja helposti.

Metsäkolon palveluvaihtoehtoja voisi olla enintään kolme niiden hallinnassa pitämiseksi. Yksi perussetti voisi olla omatoimisena omalla koiralla, toinen oppaan ja lainakoiran kanssa lintu- tai jänisjahtina ja kolmas osallistuminen hirvestykseen saunoineen ja illallisineen. Kokeilun ja asiakkailta kerätyn palautteen perusteella olisi mahdollista muuttaa ja edelleen kehittää palvelua. (Apunen 2020, 31.) Asiakkaan on helpompi tehdä valintansa ja ostopäätös, jos vaihtoehtojen määrää ei ole neljää enempää. (Apunen 2020, 53.) Metsäkolon perustuote on majoittuminen. Metsästys tulee olemaan yksi vaihtoehto, sillä metsästyssezonki on lyhyt, joten on syytä harkita, että voisiko koko vuoden paketti olla majoittuminen koiran kanssa. Kaikki mökkimajoituksen tarjoajat eivät salli lemmikkejä, joka rajoittaa lemmikillisten mökkeilymahdollisuuksia. Jos ei ole tilaisuutta metsästää niin voisi koiran kanssa ulkoilla marjastaen, sienestäen tai vaikka tulistellen.

#### 4.4 Metsäkolon tuotekonsepti

Tuotekonseptin sisältö muodostetaan vastaamaan asiakkaalle asiakaslupauksessa luotoja odotuksia palvelusta. Konseptissa on useita eri palveluja, mutta

asiakas näkee ne yhtenä saumattomana kokonaisuutena. Konsepti ei joka kerralla voi olla täysin samanlainen, sillä se muuttuu asiakkaiden ja palvelutilanteiden muuttuessa. (Tonder 2013, 73.) Metsäkolon metsästyspalvelutuote on erikoisharrastematka, sillä siinä pyritään mahdollistamaan asiakkaan metsästysharrastuksen toteuttaminen. Metsäkolon asiakkaat ovat matkailumetsästäjiä ja heidän kiinnostuksen kohteekseen ei riitä pelkkä metsästäminen. Matkailumetsästäjät arvostavat helppoutta ja mutkattomuutta tuotteen kuluttamisen kaikissa vaiheissa. (Tonder 2013, 76–78.)

## 5 LAIT JA LUVAT

### 5.1 EU-kansalainen metsästävässä Suomessa

Suomen riistakeskuksen verkkosivuilla on sähköinen opas ”Suomi riistamaana”, jossa on tiivistetysti, mutta kattavasti kerrottu käytännöistä, kun metsästetään ulkomaalaisena Suomessa. Tämä opas on käännetty englanniksi, ruotsiksi, saksaksi ja venäjäksi. Tämä olisi aiheellista jokaisen Suomeen metsästävänsä tulevan lukea, sillä siinä on kerrottuna kaikki tarpeellinen perustieto metsästyskäytännöistä. (Suomen riistakeskus, 2020.)

Aseita on luvallista siirtää Euroopan unionin jäsenmaasta toiseen jäsenmaahan yksityisinä siten, että loppukäyttäjäksi on yksityishenkilö, jonka kotipaikka on EU-maassa. Toimivaltaa näihin yksityisiin siirtoihin liittyvissä lupa-asioissa Suomessa käyttävät paikalliset poliisilaitokset. Aseita kuljetettaessa EU-kansalaisilla on EU-asepassi, joka toimii kolme kuukautta aselupana. (Poliisi, 2021.)

### 5.2 Metsästyslain perussäädökset

Lainsäädännössämme Metsästyslain 504/2017 3:21 § määrää ampumakokeista, Metsäkolon tapauksessa tämä koskee hirvenmetsästystä. Riistanhoitoyhdistykset järjestävät ampumakokeita keväisin ja syksyisin siihen tarkoitukseen hyväksytyillä ampumaradoilla. Hyväksytystä kokeesta saa todistuksen, joka on voimassa kolme vuotta kokeen suorittamisesta. Hirvenlupaa hakiessa ampujiksi voidaan ilmoittaa henkilöt, joilla on voimassa oleva ampumakoe ja he ovat käytännössä tällä perusteella osallisina lihanjaolla. Metsäkolon asiakkaat eivät ole kiinnostuneet lihasta vaan metsästysmuistoista, joten heille riittää metsästyksen osallistuttaessa voimassa oleva ampumakoe.

Metsästyslain 1068/2004 6:46 §:ssä säädetään Metsähallituksen oikeudesta antaa metsästyslupia ulkomaalaisille, lisäksi siinä säädetään valtion maiden vapaasta metsästysoikeudesta pysyvän asuinpaikan perusteella. Metsähallitus myy kanalintulupia eräluvut.fi-sivuston kautta kausi- ja vuorokausilupina.



Metsästäjäliiton podcast-sarjassa Tulilla osassa 5 13.5.2020 Helsingin riistanhoitoyhdistyksen toiminnanohjaaja Paula Laukkanen kertoo ulkomaalaisista metsästäjistä Suomessa. Täällä vierailee 1700-1800 metsästäjää vuodessa ja erityisesti kanalintuja pidetään eksoottisina. Riistanhoitoyhdistys myöntää ulkomaalaisen metsästyskortin ja sen saamiseen on varattava aikaa vähimmillään kaksi viikkoa. Syksyn metsästyskortit on myös syytä laittaa hakuun viimeistään heinäkuun puolivälissä. Lupien saamiseksi on oltava paikka, jossa metsästetään eli maanomistajan lupa ja kutsu isännältä, omassa maassa maksettuna metsästyskortti, Suomen ampumakoe tai vastaavuustodistus omasta maasta.

Ulkomaan kansalainen voi metsästä, jos hänellä on suomalainen metsästyskortti, metsästysoikeus tai maanomistajan tai metsästysoikeuden haltijan myöntämä metsästyslupa, ampuma-aseen hallussapitolupa, metsästyksessä on huomioitava metsästysajan ja osaa riistaeläimiä koskevat pyyntiluvat. (Vallinheimo, 2020.)

### 5.3 Turvallisuus

Turvallisuusasiakirjamalleja saa TUKES:sta. Tähän voisi sisällyttää seikat, kuten aseiden käsittely, ampumasektori, ympäristön huomiointi, sidosryhmien tiedottaminen ja käytännöt metsästyksessä Suomessa. Muita tähän liittyviä asioita ovat vakuutus, varotoimet (liivit, muut liikkujat), riskikartoitus, metsästyseurojen säännöt, jokamiehen oikeudet, tulistelu, pukeutuminen ja varusteet. Metsäkolon metsästyspalvelutuotteelle on tehtävä turvallisuussuunnitelma, mutta tässä yhteydessä käyn sen läpi siltä osin, mitä turvallisuuteen liittyviä seikkoja on otettava huomioon tuotteessa. Turvallisuussuunnitelmassa on arvioitava metsästystuotteeseen liittyvät riskit, miten ne olisivat vältettävissä ja mikä on toimintamalli, jos riski toteutuu. Metsästyspalvelutuotteen kannalta olennaisimmat asiat ovat aluista kertominen, aseiden käsittelystä muistuttaminen, ampumasektorien selvittäminen. Tällä hetkellä luonnonsuojelualueiden turvallinen käyttö on puheenaiheena. Meillä on jo kehitetty Porokello- ja Koronaviikku-sovellukset. Kieltämättä mieleen tulee, että miksipä ei kehitettäisi metsästykseseen liittyvää sovellusta, joka varoittaisi joko metsästäjiä luonnossa liikkujista tai toisin päin.

## 6 PALVELUTUOTE ”PÄIVÄ HIRVIMETSÄLLÄ”

### 6.1 Hirvenmetsästyksen kaupallistamisen muodot

Tavoitteenani on luoda Metsäkololle palvelutuote, josta käy selkeästi ilmi kaikki yksityiskohdat, joita metsästyksen tuotteena kuuluu. Asiakkaalle muodostuu mielikuva siitä, millainen kokemus on Metsäkolon metsästystuote. (Pirinen, 82.)

Metsäkolon tarjonnasta olen ottanut tarkastelun kohteena olevaksi matkailun ohjelmapalveluksi päivän hirvimetsällä. (Pirinen, 212–213.) Perustelen tätä valintaa siten, että tämä on kolmesta vaihtoehdosta se, jossa pystytään parhaiten tuomaan esiin suomalaisen metsästyksen ominaispiirteitä ja luomaan elämyksellisyttä.

Metsästysmatkailun toimintamalleista on vuonna 2009 tehty tutkimus, mistä löytyi kaikki keskeiset hirvenmetsästyksen liittyvät asiat matkailun kannalta. Hirvenmetsästyksen liittyvillä sidosryhmillä on olennaisen tärkeä rooli hirvenmetsästyksen toteuttamisessa sosiaalisesti kestäväällä tavalla. Tärkeimmät näistä metsästysseuralle ovat maanomistajat ja ampujat, sillä ilman heitä ei hirvenkaatolupia pystyisi hakemaan.

Tutkimuksessa oli selvitetty kaupallisen hirvenmetsästyksen neljä erilaista toimintamuotoa eli

- yrityksen markkinoima metsästysmahdollisuus yhteistyönä seuran kanssa
- metsästysseuran markkinoima metsästysmahdollisuus, johon ne ostavat osan palveluista yritykseltä
- metsästysseura tarjoaa itse matkailupalvelua ottamalla asiakkaat mukaan jahtiin ja
- yritys kerää 10 henkilöä valtion maille ja saa pyyntiluvan tällä tavoin.

Metsäkolon tapauksessa noista ensin mainittu tulisi kyseeseen, sillä Metsäkololla on tarvittavat kontaktit asiakkaisiin ja koska metsästysseurat toimivat vapaaehtoisuuden periaatteella niillä ei ole osaamista eikä motivaatiota panostaa asiakashankintaan. Tapahtuman onnistuminen riippuu myös hirviporukan sisäisestä

suhtautumisesta hirvestyksen kaupallistamiseen. Metsäkolon tarkoitus on kokeilla metsästystuotetta ja kokeilijoina olisivat Metsäkolon yrittäjän ystävät. Tämän vuoksi käytännöllisin tapa toimia olisi se, että matkailijat tulevat metsästysseuralle vieraaksi, sillä he tulevat vain päiväksi ja tarvitsevat elämyksen hirvestykseen osallistumisesta. Metsästys saalisodotuksella kestäisi pitkän aikaa ja on työllistävää toimintaa, joten ei voida ajatella, että asiaan vasta perehtyvä ulkomaalainen voisi siitä selviytyä. (Keskinarkaus, Matilainen & Kurki 2019, 24–33.)

## 6.2 Tuotekortti

Tuotekortti on lyhyesti sanottuna tiedonvälityksen väline koostetussa muodossa. Tuotekortista käy ilmi palvelun tuottaja, tuotteen nimi, palvelun ajallinen kesto, toteuttamispaikka, toteutusaika, asiakasmäärä, yhteystiedot, hinta, myyntitekstit, kuvat. Tässä tapauksessa käsittelen asiakkaalle tarkoitettua tuotekorttia, joka on paitsi mainos, jolla myydään tuotetta, myös väline kertoa tuotteen ominaisuuksista. (Tonder, 82–85.) Tuotekortissa on ohjeet palvelun sisällöistä asiakkaalle kestosta vaikeusasteesta vaatimuksista tarvittavista varustuksista ja toimii viestinä tulevasta elämyksestä. Tuotekortissa esitellään tuote, miten se ostetaan, hinta, ostoehdot ja miten toteutus tapahtuu. Tuotekortti on tämän opinnäytetyön työni lopputulos. Tuotekortissa on tiivistettynä metsästystuotteen sisältö, jotka esitän laajasti ja perustellusti opinnäytetyössä. Tuotekortissa on kerättyä kaikki oleellinen tieto yhdessä paikassa eli käytännössä siinä tiivistyy koko kehittämis työ. Metsäkolon tapauksessa olen tehnyt tuotekortin Päivä hirvimetsällä-temasta, sillä hirvenmetsästyksessä on kertynyt kokemusta siten, että tyypillinen päivä aamusta iltaan, sen tavanomainen kulku on minulla tiedossa ja hyödynnän sitä tuotekortin tekemisessä.

Tuotteen nimellä kuvataan annettua asiakaslupaus. Päivä hirvimetsällä nimenä kuvaa tuotetta pääpiirteissään, mutta ei anna viestiä yksityiskohdista.

Saatavuutta rajoittaa metsästysaika ja -sesonki. Hirvenpyynnin ajankohdat ovat 1.9.–20.9. ja 10.10.–31.12. sekä ilman koiraa 1.1.–15.1. (Suomen riistakeskus, 2021.)

Hirvenmetsästyksessä ei ole keli- ja säärajoitteita, ihmisen on vain osattava sopeutua pukeutumisella säähän. Saannon kannalta paras hirvestykeli on tyyni ja

sateinen ilma. Hirvestys toteutetaan eläinten ehdoilla, koira ei voi laittaa metsään, jos on kova hankikeli, tassut voivat vahingoittua. Asiakkaille on selvennetävä oikean pukeutumisen tärkeys. Vaikka lämpötilan olisi nollan yläpuolella, passissa ollaan paikallaan ja siten tarvitaan lämmintä vaatetusta ja kerrospukeutumista.

Hirvenmetsästyksessä käytettävät alueet määrittävät sen, kuinka monta henkilöä tapahtumaan voi osallistua. Turvallisuuden kannalta on tärkeää, että jokaiselle asiakkaalle riittää oma ohjaajansa, joka huolehtii, että asiakas tietää passipaikkansa ja ampumasektorinsa eikä saata itseään eikä muita vaaraan. Tällä paikkakunnalla 5–6 henkilöä päivässä on varmasti maksimaalinen määrä, sillä hirvenmetsästys toteutetaan pienien parinkymmenen ampujan ryhmien toimesta, joten enempää määrää ei ole mahdollista toteuttaa.

Tuotteen tulee sisältää oma ohjaaja/vastuuhenkilö, joka huolehtii asiakkaastaan siten, että hänen eikä muiden turvallisuus ei vaarannu näyttämällä passipaikat ja kertomalla toimintamahdollisuudet niissä.

Tuote sisältää kuljetuksen ja opastuksen, sillä ei voida olettaa, että asiakas osaa suunnistaa oudossa ympäristössä eikä se ole tarkoituksenmukaista metsästyksen käynnissä ollessa.

Olellaisen tärkeä asia hirvenmetsästyksessä ovat sovellukset ja nämä olisi hyvä tarjota asiakkaille tuotteeseen kuuluvina seikkoina. Tämän vuoksi olen avannut sovellusten käyttötarkoitusta tässä laajemmin. Sovelluksilla on mahdollista seurata koira ja sen työskentelyä sekä nähdä muiden jahtiin osallistuvien sijainti. Hirvenmetsästys elää koiran liikkeiden mukaan, on tiedettävä minne siirtää passipaikkaa sen mukaisesti, minne koira on hirven kanssa menossa.

Eläinten seurantalaitteita valmistavat Ultracom ja Tracker Oy kuuluvat samaan Open Air Group konserniin. Tracker Oy:n metsästykseseen liittyvään valikoimaan kuuluvat tracker-ohjelmat ja tracker-koiratutkat. Tracker-ohjelmat ovat Oma riista ja Reviiri yhteensopivia eli omasta puhelimesta voi nähdä alueen missä liikkuu ja sen luvallisuuden. Ultracomin valikoimassa on kartta-aineisto, koiradata-ominaisuus, ryhmä- ja replaytoiminnot ja laitteen vaihtomahdollisuus.

Ultracomin karttapalveluissa voi seurata kohdetta kartalla ja nähdä oman ryhmän jäsenet kartalla, metsästysalueet ovat piirrettävissä ja etäisyyksiä voi mitata. Ryhmiä voi luoda liittämällä koiran ja henkilöitä ryhmään. Metsästystapahtumaa voi kelata taaksepäin ja koiran tietoja voi katsoa jälkepäin kuten

maksiminopeutta, aktiivisuutta, rasiustasoa ja kaloreiden kulutusta. Metsästyksen aikana koira voi seurata ohjelmistossa, miten se liikkuu maastossa ja haukkuuko se ja millä intensiteetillä se haukkuu.

Sovellukset saa käyttöönsä alkaen hinnalla 25 euroa kuukaudessa ja ne toimivat myös tavallisessa retkeilykäytössä. Sovellusten käyttäminen metsästyksen apuna tarjoaa aivan uudenlaisen kokemuksen ja osallistavuuden tapahtumaan. Metsäkolon tapauksessa hyvä vaihtoehto olisi Tracker Hunter 6, koska se on b-bark yhteensopiva, koska sillä on yhteinen ohjelma b-barkin ja trackerin käyttäjille, se on helppokäyttöinen sekä toimii androidilla ja iPhonella. (TrackerOfficial, 2020.)

Metsäkolon mahdollisilla yhteistyökumppaneilla ja alueen metsästäjillä on käytössään b-bark, joten olisi tarkoituksenmukaista hankkia yhteensopiva sovellus.

Tämän tuotteen tapahtumapaikaksi olen valinnut esimerkkinä oman metsästysseurani toimialueen, sillä paikka on minulle kokemuksen kautta tuttu. Eli tapahtumapaikkana on Konto-Mukan Erämiehet ry:n toimitalo ja sille kuuluvat maanvuokra-alueet.

Tuotteen kesto on nimensä mukaisesti päivä. Tuotteen kesto ei voida määrittellä tunneittain, sillä hirvenmetsästys alkaa kokoontumisella toimitalolle kello 7 aamulla ja päättyy viimeistään hämärän tullessa.

Tuotetta muodostettaessa on päätettävä, halutaanko tarjota muutaman tunnin elämystä vai todellista kokemusta, joka määrittyy säätilan, hirvien löytymisen ja koiran toiminnan mukaisesti.

Tämä on kerrottava asiakkaille siten, että he voivat valita, että ovatko mukana muutaman tunnin, esimerkiksi aamupäivän vai koko päivän, sillä koskaan ei voi tietää miten päivä menee, kun eläinten kanssa ollaan tekemisissä.

Tuotteen arvo muodostuu siitä, miten tuote pystytään toteuttamaan ja miten vuorovaikutus onnistuu ihmisten kesken päivän aikana. (Tuulaniemi 2011, 33.) Asiakkaan tarve on kokea ainutlaatuinen, pohjoissuomalainen metsästystapahtuma. Kysymyksessä on paikkakunnan ihmisille vuodenkiertoon liittyvä harrastus, jota ei voi siten hinnoitella luksustasoisena senkin vuoksi, että ympäristö ja tapahtumapaikka on arkinen ja enemmänkin alkukantaisuuteen pyrkivä.

Hinnoittelussa on huomioitava tarvittavien palveluiden kustannukset.

Lisäpalvelut ovat niitä, jotka nostavat tuotteen arvoa asiakkaalle helppouden ja mukavuuden lisääntyessä. Lisäpalveluina tarjotaan mahdollisuutta saunomiseen ja uimiseen sekä ohjelmallista illallista, näillä vastataan asiakkaiden tarpeeseen tutustumisesta metsästyskäytäntöihin. Esimerkiksi saunominen aloitetaan ihan saunan lämmityksellä, puiden pilkkomisella ja tulen sytyttämisellä, jotta asiakkaat saadaan osallistettua tekemiseen. Samoin illallinen mahdollisuuksien mukaan valmistetaan yhdessä.

Päivä hirvimetsällä-tuotteen vaativuus muuttuu sen mukaan, missä ominaisuudessa hirvestykseen osallistutaan. Hirvipassissa ollessa tarvitaan normaalia fyysistä kuntoa eli on pystyttävä helposti kävelemään vaihtelevassa maastossa noin 500 metriä maksimissaan. Passimieheksi voi osallistua myös huonompikuntoisena, mutta ainakin aseiden käsittelyyn tarvittava fyysinen kunto vaaditaan.

Tuotteen sisältö on tarkoituksenmukaisinta kuvata asiakaspalvelupolkua hyödyntäen, sillä hirvenmetsästykseseen liittyy monia vaiheita, jotka toistuvat päivän aikana.

Metsäkolo on palvelun pääasiallinen toteuttaja. Metsästysseura on alihankkijan ominaisuudessa siten, että se tarjoaa puitteet tapahtumalle ja opastajat päivän aikana.

## 7 POHDINTA

Lähtötilanne oli hankala tässä opinnäytetyössä. Vaikka aihe oli erittäin kiinnostava, siitä oli vaikeuksia saada otetta sen monitahoisuuden takia. Sen jälkeen kun aihetta alkoi ajatella konkreettisemmin siten, että tässä ollaan tekemässä tuotetta alkoi myös tekemisen tapa hahmottua. Palvelutuotteen muodostamisen prosessin selkiytyttyä oli helpompi alkaa koota eri osa-alueita yhdeksi kokonaisuudeksi. Olen soveltanut tässä työssä vapaasti innovaatioprosessin eri vaiheita tiedon hankkimista, ajatustyötä ja sen palastelua, jotta olen päässyt muodostamaan varsinaista tuotetta ja antamaan sen toteuttamiseksi ehdotuksia ja esimerkkejä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 75–76).

Opinnäytetyöraportoinnin muodoksi olen valinnut perinteisen raportoinnin, sillä olen tehnyt työni yksin ja kehittämistyön tavoite on ollut muodostaa tuote.

Työn loppuvaiheissa tuli ilmi, että Ympäristöministeriöllä on käynnissä hanke: Luonnon virkistyskäytön strategia. Tavoitteena on laatia vuoteen 2030 ulottuva toimintamalli, jossa kuullaan kansalaisia ja halutaan edistää luonnon virkistyskäyttöä. Tarkoituksena on myös edistää ihmisten terveyttä ja maan taloutta. (Oikeusministeriö, 2021.) Sain tästä tiedon metsästysseurani WhatsApp-ryhmästä Suomen Metsästäjäliiton Lapin piiri ry:n tiedotteesta. Tiedotteessa esitetään huolta siitä, että pohjoiseen ollaan perustamassa jatkuvasti uusia luonnonsuojelualueita ja samalla lappilaisten vapaaseen metsästysoikeuteen kajotaan rajoittamalla sitä näillä alueilla. Metsähallitus on esittänyt metsästysoikeuden rajoittamista perusteena metsästysturvallisuuden parantaminen. Tiedotteessa kritisoidaan asian valmistelua ja esitetään, että metsästysturvallisuuden parantamistoimenpiteeksi riittäisi maastosta erottuvan vaatetuksen vaatiminen luonnossa liikkujilta. Lapissa asenteet ovat muuttumassa sellaisiksi, että ollaan huolissaan omista ikiaikaisista oikeuksista, joten tämä ei voi olla vaikuttamatta suhtautumiseen metsästysmatkailuun. Metsästysmatkailun laaja kaupallinen lanseeraus ei millään muotoa soveltuisi tähän tilanteeseen. Metsäkolon hirvenmetsästyksen osallistuvat asiakkaat olisivat kuitenkin ensisijaisesti yrittäjän ystäviä ja vieraita. Näin ollen tapahtumassa eivät olisi taloudelliset seikat määräävässä asemassa vaan elämyksellisyys ja unohtumattoman kokemuksen hankkiminen.

## LÄHTEET

- Akkainjahti ry. Jahtiakka metsällä. Viitattu 10.5.2021 <http://www.akkainjahti.net/>
- Anand, S. 2016. Execution Excellence: Making Strategy Work Using the Balanced Scorecard. John Wiley & Sons
- Apunen, A. 2020. Haastajasta Hittipalveluksi, Tuotteista ideastasi menestyjä. Helsinki: Alma Talent.
- Eräverkko Oy 2021. Kaikki eräelämykset yhdestä osoitteesta. Viitattu 21.4.2021 <https://www.eraverkko.fi>.
- Haapamäki, J. 2021. Tiedote. Viitattu 30.4.2021. Suomen Metsästäjäliiton Lapin piiri ry.
- Heikkilä, K., & Kirveenummi, A. 2013. Tulevaisuuskuvia luontokokemusten hyödyntämisestä-luonnosta hyvinvointia, palveluja ja liiketoimintaa. Tutu e-julkaisuja 2013:4.
- Hämeenniemi, R. 2021. Turvallisempaa mökkielämää. Lapin Kansa 14.3.2021, 10.
- Keskinarkaus, S., Matilainen, A., & Kurki, S. 2009. Metsästysmatkailun toimintamallit ja niiden kestävyys valtion mailla. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti.
- Metsäkolo 2021. Metsäkolon tarina. Viitattu 10.5.2021 <https://metsakolo.fi/meista-filosofia/>
- Metsäkolo 2021. Leppoisa majoitus Ranualla. Viitattu 10.5.2021 <https://metsakolo.fi/>
- Myllylä, M. 2016. Kalastusmatkailu, Minusta kalastusmatkailuyrittäjä. Kalatalouden keskusliitto julkaisu nro 189. Vaasa: Oy Arkmedia Ab.
- Oikeusministeriö 2021. Luonnon virkistyskäytön strategia. Viitattu 30.4.2021 <https://www.otakantaa.fi/fi/hankkeet/598/>
- Ojasalo, K., Moilanen, T., & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Paulomo, A. 2021. Opinnäytetyö. Sähköposti eija.suopajarvi@gmail.com. 20.4.2021. Tulostettu 27.4.2021.
- Pirinen, H. 2018. Luonnontuoteopas. Toimintaympäristö, työskentely ja tuotteistaminen luonnontuotealalla. Opetushallitus.
- Poliisi 2021. Euroopan ampuma-asepassi. Viitattu 16.4.2021 <https://poliisi.fi/ase-mukaan-ulkomaille>.
- Saariharjun kylä 2021. Meidän kylämme. Viitattu 10.5.2021 <https://sites.google.com/site/saariharjunkyla/>



Salzburger Jägerschaft 2021. Riistanhoitoyhdistystä vastaava organisaatio. Viitattu 26.4.2021 <https://www.sbg-jaegerschaft.at>.

Sonkajärvi, E. 2021. Pakettimatkoja myyty yli odotusten. Lapin Kansa 13.3.2021, 10.

Suomen riistakeskus 2020. Suomi riistamaana. Viitattu 5.4.2021. [https://riista.fi/wp-content/uploads/2020/07/suomi\\_-riistamaana\\_2020\\_fin.pdf](https://riista.fi/wp-content/uploads/2020/07/suomi_-riistamaana_2020_fin.pdf).

Tracker Live Stream osa 2, 2020. Youtube-video. TrackerOfficial.

Tracker Oy 2020. Viitattu 10.4.2021. <https://tracker.fi/>.

Työteho-seura 2021. Viitattu 12.4.2021 [https://www.tts.fi/files/2636/Asiakaslah-toisyys\\_metsapalveluiden\\_kehittamisessa\\_aukeamittain.pdf](https://www.tts.fi/files/2636/Asiakaslah-toisyys_metsapalveluiden_kehittamisessa_aukeamittain.pdf).

Vallinheimo, E. 2020. Ulkomaalaiset jahtikaverit Suomeen? Jahtimedia 13.5.2020. Viitattu 5.4.2021. <https://jahtimedia.fi/metsastys/ulkomaalaiset-jahtikaverit-suomeen>.

Varsio, S., Nordblad, A., Linna, M., Arpalahti, I., Strömmer, P., Karhunen, T., & Huhtala, S. 2008. SUHAT-hankkeen menestystarina: Strateginen johtaminen ja benchmarking-kehittäminen 2002-2005.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja: 20 työkalua. Helsinki: Alma Talent.

Strategiamörkö. Klassinen ja Uusi. Digitalisaatio. Lean. Design. <https://www.sli-deshare.net/PetriHakanen/klassisia-kehitysmalleja-strategiasta-toiminnaksi-petri-hakanen>, <https://www.hakanen.eu/blog/2016/06/strategiamorko-klassinen-ja-uusi-digitalisaatio-lean-design/>

## LIITE

Tuotekortti ja strategiakartta

## **Metsäkolon menestystekijät / strategiakartta**

### **MISSIO**

Metsäkolo tarjoaa luonnonläheistä elämää arjen uuvuttamille ihmisille, suunniteltua ja helppoa vapaa-aikaa

### **ARVOT**

Vastuullisuus, turvallisuus, ympäristöystävällisyys, eettisyys

### **VISIO**

Paikkakuntansa ekologisin ja luonnonläheisin majoitus- ja harrastuskohde

### **TOIMINTA-AJATUS**

Majoitus- ja luontopalveluiden tuottaminen

Suomalaisen metsästyskulttuurin tunnetuksi tekeminen

\*\*\*\*\*

### **TALOUS**

Kannattava kasvu: asiakasryhmän valinta, joka tuottaa eniten voittoa

Tuotteiden muuttuminen elämäntavan muuttuessa

### **ASIAKAS**

Tavoitteena olla asiakkaan ensisijainen valinta

### **SISÄINEN NÄKÖKULMA**

Prosessi, joka mahdollistaa menestymisen: Palveluketjun saumattomuus

### **OPPIMINEN JA KASVU**

Pysytään ajan hermolla aiheessa, palvelun merkityksen ymmärtäminen, muilta oppiminen

## TUOTEKORTTI ASIAKKAALLE

Tuotteen nimi	Päivä hirvimetsällä
Tuotteen saatavuus	1. – 20.9.2021
Keli- ja säärajoitteet	Ei rajoitteita – huomioitava varustautuminen säätilan mukaan
Vähintään/enintään	2/6 henkilöä
Sisältää seuraavat palvelut	kuljetukset tapahtumapaikalle ja tapahtuman aikana, henkilökohtainen vastuhenkilö, lounas
Tapahtumapaikka	Konto-Mukan Erämiehet ry:n toimialueet ja lähimaastot
Kesto	vähintään 5,5 tuntia / 12 tuntia
Lisäpalvelut	sauna ja uinti 15 e/hlö, illallinen 55 e/hlö
Vaativuus	Normaali fyysinen kunto/kyettävä kävelemään 500 m

Tuotteen sisältö: Saapuminen toimitalolle kello 06:50. Lupien tarkastaminen ja vastuuhenkilöiden esittely kello 07:00 alkaen. Säätilan ja tuulen tarkastaminen sekä sen vaikutuksen arviointi metsästystapahtumaan. Passipaikkojen aloitusjako, koira metsään n. kello 07:45, tapahtuma jatkuu tilanteen mukaisesti passipaikkojen muutoksilla vastuuhenkilön opastamana. Lounas kello 11-12. Koko päivän varanneet jatkavat tapahtumaan osallistumista lounaan jälkeen.

Palvelun toteuttaja	Lapin Metsäläinen Oy
---------------------	----------------------