

Elina Kangas

ELOKUVATEATTERIN PERUSTAMINEN JA PALVELUIDEN  
IDEOINTI PALVELUMUOTOILUN KEINOIN

Liiketalouden koulutusohjelma  
2019

# ELOKUVATEATTERIN PERUSTAMINEN JA PALVELUIDEN IDEOINTI PALVELUMUOTOILUN KEINAIN

Kangas, Elina  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
tammikuu 2019  
Sivumäärä: 103  
Liitteitä: 9

Asiasanat: elokuvateatterit, perheyrietykset, toimintaympäristö, palvelumuotoilu, rahoitus, yrityksen perustaminen

---

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä tietoa elokuvateatterin perustamisesta, rahoitusmahdollisuuksista ja toimintaympäristöstä. Tutkimuksessa haluttiin 1) selvittää elokuvateatterialan markkinatilanne Kankaanpäässä ja Pohjois-Satakunnassa, 2) selvittää elokuvateatterialan yrityksen perustamisedellytykset, 3) tutkia minkälaiset tilat soveltuvat elokuvateatterille ja löytyykö Kankaanpäästä sopivia tiloja, 4) määrittää minkälainen on asiakaslähtöinen elokuvateatterin palvelumalli sekä 5) tarkastella, miten hankitaan rahoitus ja asiakkaat. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli tekijä itse miehensä kanssa.

Opinnäytetyössä tutustuttiin teoriaan ja kerättiin tietoa sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen avulla. Laadullisessa tutkimuksessa käytettiin asiantuntija- ja teemahaastatteluita. Määrällinen tutkimus tehtiin kyselytutkimuksena. Palveluiden visualisointiin käytettiin palvelumuotoilun työkaluja. Opinnäytetyö tehtiin helmikuun 2018 ja tammikuun 2019 välisenä aikana.

Tutkielman teoreettisessa osuudessa selvitettiin taustaa elokuvateatterialan historiasta, kuluttajista ja elokuvateattereista keskittyen Suomeen ja Kankaanpäähän sekä perehdyttiin palvelumuotoiluun ja palvelumuotoilun työkalujen käyttöön palveluiden suunnittelussa, kehittämisessä ja ideoinnissa. Työssä käytiin läpi myös perheyrittäjyyttä, elokuvateatterin toimintaympäristön tarpeita sekä rahoitusmahdollisuuksia. Elokuvatteatterin oheen perustettava kahvila kulkee suunnitelmissa vahvasti mukana, mutta siihen ei keskitytty tämän opinnäytetyön teoriaosassa. Teoreettinen osuus pohjautui kirjallisiin lähteisiin sekä asiantuntija- ja teemahaastatteluihin. Empiirisessä osassa selvitettiin tulevaa asiakaskuntaa sekä sen tarpeita ja toiveita. Päättötutkimusmetodina oli kyselytutkimus. Kyselyssä vastaajia oli 540.

Tutkimustulokset osoittivat selkeän tarpeen elokuvateatterin perustamiselle Kankaanpäähän. Tavoitteet saavutettiin ja kerättyjen tietojen avulla saatiin luotua toimiva asiakaslähtöinen palvelumalli sekä tehtyä selvitys elokuvateatterin perustamisesta ja sen kannattavuudesta tukemaan tulevia yrittäjiä päätöksenteossa. Perustamistoimia tukemaan laadittiin myös liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma ja osa palvelukuvauksista ovat salaisia liitteitä.

## ESTABLISHMENT OF CINEMA AND BRAINSTORMING OF SERVICES WITH SERVICE DESIGN METHODS

Kangas, Elina

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business management

January 2019

Number of pages: 103

Appendices: 9

Keywords: cinemas, family businesses, operational environment, finance, company establishment

---

The purpose of the thesis was to gather information about the establishment of a cinema, financing opportunities and operational environment. The study questions were 1) to define the market situation of cinema trade in Kankaanpää and in North Satakunta, 2) to clarify preconditions for the establishment of a cinema company, 3) to study what kind of premises are suitable for a cinema and whether there are free premises in Kankaanpää, 4) to define a customer-oriented service model for a cinema, and 5) to examine how to acquire funding and find customers. The client of the thesis was the author and her spouse.

The answer for the study questions were researched by theoretical, qualitative and quantitative studies. The qualitative case study was performed by expert and thematic interviews, and the quantitative part was done with questionnaire survey. Service design tools were used for the visualisation of the services. The thesis was made during February 2018 and January 2019.

In the theoretical part of the thesis, the background and the history of the cinema field, the consumers and the cinemas were researched focusing on Finland and Kankaanpää. The service design concept and tools in the planning, developing and brainstorming of services was studied. The aspects of family business, operational environment of a cinema and funding opportunities were also discussed. The adjoining café is included in the plans, but this thesis was not focused on it. The theoretical part was based on written sources and expert and thematic interviews. In the empiric section, the future customers and their needs and wishes were clarified. The main method was a survey. There were 540 respondents in the questionnaire study.

The research showed a need for the establishment of a cinema to Kankaanpää. The objectives were achieved and a functional customer-oriented service model was created with help of the achieved information. The report on the establishment of the cinema and on its profitability was written to support the future entrepreneurs in the decision-making. A business plan was also created to support the establishment actions. The business plan and part of the service descriptions are secret appendices.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Tutkimuksen tarkoitus, tavoite ja tutkimusongelmat.....	7
1.2	Teoreettinen viitekehys.....	8
2	ELOKUVATEATTERIALAN HISTORIAA SUOMESSA JA KANKAANPÄÄSSÄ .....	10
3	ELOKUVATEATTERIN TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	13
3.1	Perheyrittäjäyys .....	13
3.2	Perheyrittäjäyys elokuvateattereissa.....	15
3.3	Elokuvateatterialan yrittäjän pohjakoulutus .....	16
3.4	Tilat elokuvateatterille .....	17
3.5	Alkoholitarjoilu elokuvateatterissa .....	20
3.6	Kankaanpään sijainti ja väestö.....	21
3.7	Kysyntä ja asiakkaat .....	22
3.8	Kilpailijat ja kilpailutilanne .....	26
3.9	Sidosryhmät .....	27
3.10	Elokuvateattereiden tulevaisuus.....	29
4	ELOKUVATEATTERIN RAHOITUSMAHDOLLISUUDET .....	30
4.1	Julkinen rahoitus .....	30
4.2	Lainarahoitus.....	36
4.3	Joukkorahoitus .....	37
4.4	Pääomasijoitukset .....	38
5	PALVELUMUOTOILU .....	39
5.1	Palvelumuotoilu liiketoiminnassa.....	43
5.2	Arvo ja sen muodostuminen .....	44
5.3	Palvelumuotoilun työkalut.....	45
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....	48
6.1	Käytettävät menetelmät .....	48
6.2	Aineiston kerääminen ja analysointi.....	50
7	TUTKIMUSTULOKSET.....	53
7.1	Vastaajien taustatiedot .....	53
7.2	Elokuvien katsominen.....	58
7.3	Syyt käydä elokuvissa.....	64
7.4	Elokuvateatterin palveluiden merkitys .....	65
7.5	Toiveet elokuvateatterille.....	77
7.6	Elokuvateatterin hinnat .....	80
7.7	Asiantuntijahaastattelut.....	88

7.8	Palveluiden suunnittelu.....	90
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	91
	LÄHTEET.....	97
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Suomen kulttuurirahaston vuonna 2013 teettämän tutkimuksen mukaan suosituimpina kulttuuri- ja taidekohteina pidettiin elokuvia, museoita ja teatteria. Elokuvateatteri oli kolmanneksi tärkein taide- ja kulttuuritarjonnan muoto omalla asuinpaikkakunnalla kirjaston ja kirjakaupan jälkeen. Kulttuurilaitosten tarjonnan koki omalle hyvinvoinnille tärkeäksi enemmän kuin kaksi viidestä. Kaikilla kulttuuri ei kuitenkaan edistänyt hyvinvointia ja siihen oli syynä esimerkiksi tarjonnan niukkuus ja etäisyydet palveluihin. (Suomalaisten näkemykset kulttuurista 2013 2013, 5, 18, 33.) Kirjasto ja kirjakauppa Kankaanpäässä on, mutta elokuvateatteria ei ole ollut vuosikausiin. Tämä on ollut suuri puute ja noussut puheenaiheeksi monia kertoja niin keskusteluissa kuin lehtien palstoilla. Lähitarjonnan puuttuminen varsinkin nuorisoa ajatellen olikin suurin syy, miksi halusin tehdä opinnäytetyön elokuvateatterin perustamisesta Kankaanpäähän.

Kankaanpään kaupunkistrategiaan vuodelle 2025 on pääviestiksi linjattu ”Äly, taide ja hyvinvointi asuvat meillä”. Strategiassa on tavoitteena kunnan asukkaiden hyvinvoinnin edistämiseksi hyvinvointierojen ja syrjäytymisen ennaltaehkäiseminen, yhteisöllisyys- ja osallisuustoiminnan lisääminen, asukkaiden kuuleminen sekä virikkeellisen ympäristön kehittäminen. Taiteen, liikunnan ja aktiviteettien puolelta on tavoitteena museo- ja kulttuurikampuksen toteuttaminen sekä sosiaalisen kampuksen idean vahvistaminen. Matkailupotentiaalin näkökulmasta on tavoitteena vahvistaa kaupunkikulttuuria sekä kulttuurikampuksen sisältöä ja tunnettuutta. Innovaatio- ja kehitystoiminnassa on tavoitteena varmistaa kaupungin vetovoimaa hyvillä palveluilla ja kaupunkiympäristön kehittämällä. (Kankaanpään kaupunki 2016.) Kaikki nämä kaupunkistrategiaan liitetyt tavoitteet sopivat elokuvateatterin tuottamiin hyötyihin. Lisäksi Kankaanpää on vahvasti leimautunut taidekaupungiksi, ja elokuvateatterin puuttuminen on todella suuri epäkohta tätä taustaa vasten. Kulttuurikampusta ja museon siirtoa keskustaan on suunniteltu vuosia, joten elokuvateatteri voisi olla hyvä sysäys museohankkeenkin eteenpäin viemiselle, jos nämä eri kulttuurimuodot yhdistettäisiin.

Minulla on vuosien yrittäjätausta ja elokuvateatterialan kiinnostaessa koko perhetämme, halusin selvittää elokuvateatterin perustamisen perheyriityksen näkökulmasta. Näen asiakaslähtöisyyden erittäin tärkeänä osana liiketoiminnan kehittämistä, joten päätin ottaa myös palvelumuotoilun työkalut avuksi palveluiden suunnitteluun ja visualisointiin.

### 1.1 Tutkimuksen tarkoitus, tavoite ja tutkimusongelmat

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä tietoa elokuvateatterin perustamisesta, rahoitusmahdollisuuksista ja toimintaympäristöstä sekä luoda kerätyn tiedon avulla toimiva asiakaslähtöinen Service Blueprint eli palvelumalli. Palveluiden visualisointiin käytin palvelumuotoilun työkaluja. Perustamistoimia tukemaan laadin myös liiketoimintasuunnitelman.

Opinnäytetyön tavoitteena oli auttaa tulevia yrittäjiä päätöksenteossa ja selvittää elokuvateatterin perustamisedellytykset. Tavoitteena oli saada realistinen kuva Pohjois-Satakunnan ja etenkin Kankaanpään alueen elokuvateattereiden kysyntä- ja kilpailutilanteesta. Palvelumuotoilun työkalujen avulla oli tavoitteena ideoida ja visualisoida perustettavan yrityksen tarjoamat palvelut. Vaikka liiketoimintasuunnitelma ja osa visuaalisista palvelukuvauksista ovat salaisia liitteitä, teoreettinen viitekehys tarjoaa elokuvateatterialan yrittäjyydestä kiinnostuneille tietoa elokuvateatterin perustamiseen liittyvistä taustatekijöistä. Opinnäytetyön hyötynä oli yritysideokehittäminen ja jalostaminen, sekä kysytyn ja tarpeellisen palvelumallin selville saaminen. Toimin itse mieheni kanssa opinnäytetyön toimeksiantajana.

Opinnäytetyölläni pyrin vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- 1) Mikä on elokuvateatterialan markkinatilanne Kankaanpäässä ja Pohjois-Satakunnassa?
- 2) Mitkä ovat perustamisedellytykset elokuvateatterialan yrityksen toiminnan käynnistämiseksi?
- 3) Minkälaiset tilat soveltuvat elokuvateatterin perustamiseen ja löytyykö Kankaanpäästä sopivia tiloja?

4) Minkäläinen on toimiva asiakaslähtöinen elokuvateatterin palvelumalli?

5) Mitä rahoitusvaihtoehtoja elokuvateatterin perustamiseen on tarjolla?

## 1.2 Teoreettinen viitekehys



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys

Kuvioon 1 kuvasin opinnäytetyön teoreettisen viitekehysten. Koska elokuvateatteriala oli minulle vieras, halusin teoreettisen tutkimuksen ja asiantuntijahaastatteluiden avulla perehtyä elokuvateatterin perustamiseen mahdollisimman laajasti. Työssä ei ol-



lut kuitenkin tarkoitukseni kuvata, miten perustaminen käytännössä tapahtuu. Selvitin hieman alan taustaa historiasta, kuluttajista ja elokuvateattereista keskittyen Suomeen ja Kankaanpäähän. Lisäksi tutkin elokuvateatterin toimintaympäristöä ja rahoitusmahdollisuuksia sekä perehdyin palvelumuotoiluun. Otin mukaan palvelumuotoilun työkalut yrityksen tarjoamien palveluiden suunnitteluun, kehittämiseen ja ideointiin.

Olin mukana Satakunnan ammattikorkeakoulun Yrityskiihdyttämössä sekä Kortteeri- ja Kulttuuri Kampus -hankkeissa, joista sain ohjausta ja ideoita yrityksen perustamiseen ja palveluiden kehittämiseen. Palvelumuotoilun työkalujen käyttöön perehdyin osallistumalla Turun ammattikorkeakoulun Palvelumuotoilun perusteet -kurssille keuhällä 2018 ja Saimaan ammattikorkeakoulun Storytelling palvelualojen työkaluna -kurssille syksyllä 2018.

Empiriaosassa selvitin elokuvateatterin tulevan asiakaskunnan tarpeita ja toiveita sekä palveluiden kysyntää. Kvantitatiivisen tutkimuksen tein survey-tutkimuksena verkkokyselylomakkeella. Asiakaslähtöisten palveluiden suunnitteluun käytin sekä teoreettista että kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusta. Käytin tässä opinnäytetyössä kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruutapaa asiantuntijahaastatteluiden toteuttamiseksi sekä benchmarkkausta. Päätin haastatteluista suunnitellessani toteuttaa ne yksilöhaastatteluina käyttäen teemahaastattelun tekniikkaa. Tutustuin jo etukäteen teoriatietoon, jotta pystyin suunnittelemaan haastatteluiden teemat. Kartoitin kvalitatiivisella tutkimuksella myös Kankaanpään mahdolliset elokuvateatteriksi sopivat tilat sekä lisätietoja rahoitusmahdollisuuksista.

Tein liiketoimintasuunnitelman ja kuvasin palvelumuotoilun työkalujen avulla kehitetyt palvelut vain liitteeksi, koska ne luotiin kaiken kerätyn tiedon pohjalta tukemaan yrityksen perustamistoimia. Osa laatimistani visuaalisista palvelukuvauksista sekä liiketoimintasuunnitelma sisälsivät liiketoimintasalaisuuksia ja ovat opinnäytetyössä salaisina liitteinä.

## 2 ELOKUVATEATTERIALAN HISTORIAA SUOMESSA JA KANKAANPÄÄSSÄ

Keräsin Kuvioon 2 Suomen elokuvahistorian pääkohtia. Suomen kansallisfilmografia määrittelee kotimaiseksi elokuvaksi Suomessa rekisteröidyn tuotantoyhtiön ja pääosin Suomen kansalaisten Suomessa valmistamat elokuvat. Kansainvälisiin yhteistuotantoihin on lisäksi luotu laskentatapa kotimaisuuden määrittämiseksi. Suomen kansallisfilmografia pitää arkistoa tietyt kriteerit täyttävistä pitkistä, eli vähintään 60 minuuttia kestävästä kotimaisista elokuvista. Ennen vuotta 2004 Kansallisfilmografian pitkän elokuvan keston rajana oli 37 minuuttia, mikä vastasi 1000 metriä 35 mm:n levyistä filminauhaa, jos esitysnopeus oli 24 kuvaa sekunnissa. Mykkäkauden elokuvat saattoivat tehdä tästä poikkeuksia esityskestojen ollessa huomattavastikin lyhyempiä. (Elonet Kansallisfilmografia www-sivut 2018.)



Kuvio 2. Suomen elokuvahistorian päätapahtumia (Elonet Kansallisfilmografia www-sivut 2018)

Puoli vuotta elokuvien maailman ensinäytännön jälkeen ranskalainen seurue, Cinématographe Lumière, toi ensimmäiset elokuvat Suomeen 1896 matka-arkuissa. Vuonna 1904 kotimainen insinööri ja valokuvaaja K. E. Ståhlberg avasi Helsinkiin ensimmäisen kiinteän elokuvateatterin nimeltään Maailman Ympäri – Världen Rundt. Vuosikymmenen lopulla elokuvilla oli jo katto pään päälle. Teatteritoiminta ja filmin maahantuonti olivat merkittävimpien kotimaisten elokuva-alan yritysten (Ab Atelier Apollo Oy, Oy Maat ja kansat, Ab Finlandia Film ja Nordiska Biograf Kompaniet Fernander ja Hallseth) kasvun taustalla. Myös kotimaisen elokuvan ensivaiheet olivat näiden yritysten varassa. Elokuvaesitysten kesto vaihteli, koska kameraa ja projektoraa pyöritettiin käsin. Elokuvien yleisömääristä ei noilta ajoilta ole tilastoja ja arvioita on myöhemmin määritetty esityskertojen määrien mukaan. (Elonet Kansallisfilmografia [www](http://www.elonet.fi)-sivut 2018.)

Elokuvateatterit ovat kuuluneet vahvasti Kankaanpään historiaan, vaikka tällä hetkellä elokuvateattereita ei ole lainkaan. Parhaimmillaan Kankaanpäässä on toiminut neljä elokuvateatteria samaan aikaan; Niinisalossa Kino Mars ja varuskunnan oma elokuva-teatteri, Kankaanpään keskustassa Kankaanpään Kino sekä Elokuvateatteri Sampo. (Valli 2017.) Kaikista elokuvateattereista ei ollut tietoja helposti löydettävissä, joten kysyin lisätietoja sukulaisilta ja tuttavilta. Lisäksi tiedustelin suljetussa Facebook-ryhmässä ”Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä” minulta puuttuneita valokuvia. Avaukseni herätti keskustelua ryhmässä ja tätä kautta sain lisää muistoja kankaanpääläisiltä. Kuvioon 3 kirjasin keräämäni tiedot, joitain muistoja sekä valokuvat Kankaanpäässä olleista sekä suunnitellusta elokuvateatterista.



Kuva 1. Kino Mars Niinisalossa 1940-luvulla (Korhonen 1940-luku)

1940 - 1975  
Niinisalossa, 1 iso sali  
Tuhoutui tulipalossa  
Omistajat Iivo ja Helmi Renvall  
Suosittu varsinkin sotaväen keskuudessa  
Kahvila, missä oli myös jukeboxi  
(Termala henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019; Valli 2017)



Kuva 2. Niinisalon varuskunnan oma elokuvateatteri kuvassa etualalla (Tikka 1995)

1959 - 90-luvun puoliväli  
2000-luvulla näytetty vielä opetusfilmejä ja sotahistoriaa, tila olemassa edelleen

1 sali  
"Kino Kavio",  
Eläinlääkintäkoulun ja varuskuntasoihtokunnan kasarmin alakerrassa  
Rakennettu elokuvateatteriksi  
Kovat puupenkit  
Projektoreita käyttivät kantahenkilökunnan jäsenet  
(Inkinen 2018a; Inkinen 2018b; Inkinen 2018c; Salminiemi 2018a; Salminiemi 2018b; Salminiemi 2018c; Termala henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019; Yli-Moijala 2018a; Yli-Moijala 2018b)



Kuva 3. Kankaanpään Kino (Kuvaaja tuntematon 1940-luku)

30-luvun loppu (?) - 1960-luku  
Leppäsen pihassa  
Konehuoneen ovi paloturvallisuussyistä metallinen, sateella siitä sai sähköiskun, vierellä naulassa kumihanskat  
Liiteri, halkaisijaltaan n. 2 m puilla lämmitettävä pannu takaosassa, etuosassa paleltiin  
(Haapakoski 2018a; Kangas henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019; Valli 2017)



Kuva 4. Elokuvateatteri Sampo Torikadulla (Anttila n. 1970)

1960 - 1986  
Soinin liiketalossa Torikadulla  
1 iso sali, ylhäällä aitiot, salista poistuttiin takapihan puolelle  
Ala-aulassa kioski ja 60-luvulla myös "pelihalli"  
(Laurila henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2019)



Kuva 5. Kinovintti (Anttila n.d.)

1988 - 1997  
Kauppapyhntion talossa  
Osa Sammon penkeistä siirrettiin Kino-Vintiin  
Loppui vuokrasopimuksen päättymiseen  
Omistaja Jari Uusitalo (Kuisma 2018; Valli 2017; Widen 2018)



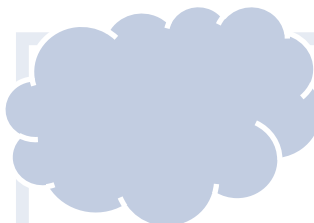
Kuva 6. Kantripalatsi (Kuntokeskus Palatsin www-sivut 2018)

90-luvun puoliväli (?) - 2000-luvun puoliväli (?)  
Hotelli Kantrin alakerrassa  
Omistaja Pasi Salonen  
Tila tällä hetkellä kuntokeskuksen käytössä, seinäkuvat jäljellä (Valli 2017)



Kuva 7. Partanen & Lamusuo Oy:n tekemä luonnossuunnitelma Kankaanpään elokuva- ja liikekeskuksesta vuodelta 2006 (Partanen & Lamusuo Oy:n www-sivut 2006)

Suunnitelma, joka ei toteutunut



Kiertävät elokuvateatterit

60-80-luvuilla kouluilla ja seurantalolla kiersi Kiertue Liimatainen (Haapakoski 2018b)

90-luvulla, kun elokuvateattereita ei ollut, kiertävä elokuvateatteri esitti näytöksiä Kankaanpään Kuntoutuskeskuksella (Toivola 2018)

## Kuvio 3. Tietoja ja muistoja Kankaanpään elokuvateattereista

### 3 ELOKUVATEATTERIN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Toimintaympäristön analyysissä tulee selvittää

- markkinat
- kysyntä
- kilpailu
- yleiset yhteiskunnalliset makrotekijät
- ympäröivään luontoon liittyvät seikat.

Toimintaympäristöstä voidaan erottaa yrityksen lähiympäristö sekä laaja makroympäristö. Potentiaalisiin asiakkaisiin, yhteistyökumppaneihin, kilpailijoihin ja muihin sidosryhmiin liittyvät asiat ovat osa yrityksen lähiympäristöä. Makroympäristöön liittyy laajemmat markkinoilla vallitsevat taloudelliset, tekniset, poliittiset ja demografiset tekijät sekä lainsäädännölliset piirteet ja edellytykset. Näitä tekijöitä yrityksen olisi kyettävä arvioimaan ja analysoimaan niiden vaikutukset omaan toimialaan ja liiketoimintaan. Toimintaympäristöt saattavat poiketa suuresti maanosasta ja maasta riippuen, jolloin muuttuvia tekijöitä ovat esimerkiksi taloudelliset, poliittiset ja lainsäädännölliset tekijät, sosiaaliset ja kulttuuritekijät, globalisaatio ja megatrendit. (Viitala & Jylhä 2013, 38-39.)

Suomen Filmikamari ry:n toimitusjohtaja Tero Koistinen on kertonut Palménille (2017) rinnakkaisia teatteritrendejä olevan kolme: salin tekninen erikoistuminen, oheispalvelujen erikoistuminen ja ohjelmistojen erikoistuminen. Teknisellä erikoistumisella tarkoitetaan käytännössä Suomessa Finnkinon Scape-saleja, joissa on käytössä laserprojektorit ja Dolby Atmos -äänentoistojärjestelmä. Pikkuteattereilla oheispalvelut muodostavat merkittävän osan tuloista ja usein oheispalvelut keskittyvät herkuteluun. Esimerkiksi Kallion Rivierassa elokuvateatterin baarista voi tilata elokuvan aikanaan ruokaa ja juomaa. (Palmén 2017.)

#### 3.1 Perheyrittäjäisyys

Suomen kauppa- ja teollisuusministeriö loi vuonna 2005 määritelmän perheyrittäjäisyydestä. Euroopan tasolle määritelmä saatiin luotua vuonna 2009 Euroopan komission

asettaman asiantuntijaryhmän tekemänä, kyseessä ei ole kuitenkaan direktiivi eikä tiedonanto. Asiantuntijaryhmän määritelmän mukaan perheyrietyksessä yli puolet äänivallasta on yhden suvun tai perheen hallinnassa ja äänivalta voi olla sekä välillistä että välitöntä. Lisäksi yrityksen hallinnossa tai johdossa tulee olla mukana perheen tai suvun jäsen. Jos yritys on listattu, tulee 25 % äänivallasta olla yhdellä suvulla tai perheellä. (Elo-Pärssinen & Talvitie 2010, 27.)

Perheyrietyks kuvitellaan tyypillisesti pieneksi ja yksinkertaiseksi. Perheyriettyjäyys on laaja termi, ja sille ei ole yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Perheyrietykselle on kuitenkin ominaista yhden perheen, suvun tai yksittäisen henkilön suuri omistusosuus sekä merkittävä vaikutusvalta päätöksentekoon ja yrityksen toimintoihin. Perheyriettyjä koskevat samat haasteet ja ongelmat kuin muita yriettyjä, mutta lisäksi heillä on perheen ja liiketoiminnan yhdistymisestä aiheutuvia erityishaasteita. (Flamholtz & Randle 2016, 23-24; Heino 2016, 1; Perttunen 2016, 30.)

Ainutlaatuisiksi perheyriettyjäyden luo yrietysoiminnan, perheen ja omistajuuden yhdistyminen. Perheen ja yrityksen välille syntyy vuorovaikutusta ja olemassaolon syistä ja tavoitteista aiheutuu jännitettä. Tunteet, sisäänpäin suuntautuneisuus ja vakaus ovat perhettä leimaavia, joten yrityksen tuleekin menestyäkseen olla tehtäväorientoitunut, suuntautua ulospäin ja olla aina valmiina muutokseen. Perheyrietyksessä päätökset yrietyksessä vaikuttavat perheeseen ja päinvastoin, ja tämän tiedostaminen auttaa yrityksen toiminnassa. (Elo-Pärssinen & Talvitie 2010, 14-15.)

Kuviossa 4 Flamholtz ja Ramble (2016, 26) ovat kuvanneet perheyrietyksen menestymisen kaavaa. Myös Euroopan Perheyrietyksen liiton ja KPMG:n tekemässä tutkimuksessa avaimet perheyrietyksen hyvinvointiin ja kasvuun todettiin löytyvän perheen ja liikeasioiden selkeästä erottamisesta, hyvästä hallintotavasta, perheen ja liiketoiminnan suunnittelusta rinnakkain sekä tehokkaasta kommunikaatiosta. (Hidden growth within family businesses 2016, 4.)



Kuvio 4. Perheyrittäjien menestymisen kaava (Flamholtz & Randle 2016, 26)

Perheomistajuus luo lisäarvoa sekä yritykselle että perheille. Kunhan omistajat ovat löytäneet yhteisen omistajatahdon ja kaikki haluavat viedä yritystä samaan suuntaan, perheessä lisäarvo näkyy:

- perheen yhdistämisessä
- yhteisenä ylpeyden aiheena
- perheen arvojen toteutusmahdollisuutena
- varallisuuden lähteenä
- mahdollisuutena kehittää johtajuutta sekä lisätä elämän mielekkyyttä.

Yritykselle perheomistajuus voi merkitä mahdollisuutta erottautua muista yrityksistä, jatkuvuuden varmistamista, vahvan kulttuurin luomista sekä identifiointimahdollisuutta kasvulliseen omistajaan. (Hannula 2012, 15.) Perheyrittäjien kilpailuetu syntyy perheen ja yrityksen erityisestä vuorovaikutuksesta, mikä tekee jokaisesta perheyrittäjästä ainutlaatuisen (Elo-Pärssinen & Talvitie 2010, 15).

### 3.2 Perheyrittäjyys elokuvateattereissa

Suomen kaksi suurinta elokuvateatteriketjua, Finnkino ja Bio Rex, ovat nykyään kansainvälisten yhtiöiden hallinnoimia. Suomen kolmanneksi suurin elokuvateatteriketju on täysin suomalaisomistuksessa oleva Savon Kinot Oy. Se on lähes 30-vuotias neljän sisaruksen pyörittämä perheyrittäjä ja toimii viidellä paikkakunnalla Itä-Suomessa. (Huuhko 2015.)

Oulussa elokuvateatteri Star on viisi henkeä työllistävä perheyrittäjä ja se on toiminut vuodesta 1938. Starissa on viisi salia ja vuonna 2018 yrityksessä oli tarkoitus tehdä

sukupolvenvaihdos. Yrittäjä Kari Kantalan mukaan kilpailu on kovaa kansainvälistä elokuvateatteriketjuja vastaan ja Staria onkin vuosien mittaan remontoitu ja uudistettu nykyajan tarpeita vastaavaksi. Perheyriyksellä menee Kantalan mukaan hyvin, laajenemissuunnitelmia ei ole, he keskittyvät nykyisen elokuvateatterin kehittämiseen. Elokuvateatteri Starille myönnettiin Oulun Yrittäjien jakama Vuoden Yrittäjä 2017 -palkinto. Kantala uskoo siistien ja toimivien elokuvasalien, ajanmukaisen tekniikan ja joustavan palvelun olevan suosion taustalla. Kantala on tyytyväinen, että voi yrittäjänä tehdä päätöksiä itsenäisesti. (Elokuvateatteri Star palkittiin... 2017.)

Elokuvateatteri Matin-Tupa on Ylistarossa sijaitseva lähes 80-vuotias perheyritys. Perheyritystä pyörittävät tällä hetkellä perustaja Matti W. Luoman pojanpojan kolme tytärtä perheineen. Perustajan pojanpojan Anssi Luoman mukaan elokuvateatterin pyörittäminen on yrittäjyyttä, mutta enemmän rakkaudesta elokuvaan kuin liiketoimintaan. Elokuvahullut yrittäjät saavat hyvän mielen antaessaan kokemuksia, tunteita ja ajateltavaa ihmisille. Matin-Tuvan pärjääminen pienellä paikkakunnalla mahdollistuu asiakaspalveluun, tunnelmaan, tilausnäytöksiin ja elokuvatapahtumiin panostamisella. Luoman mukaan kaksi - kolme huippusuositun leffaa joka vuosi takaavat toiminnan jatkuvuuden, kulut saadaan katettua 17 katsojalla per näytös. Yrittäjät uskovat pienten paikkakuntien elokuvateattereiden tulevaisuuteen Suomessa. Varsinkin paikallisesta historiasta ja elämänmenosta kertovat pienet, hyvin tehdyt elokuvat saattavat olla tulevaisuuden kulmakiviä, mutta kovaa työtä ja oikeita valintoja kuitenkin tarvitaan. (Pikkukylän kino pyörii... 2018.)

### 3.3 Elokuvateatterialan yrittäjän pohjakoulutus

Elokuvateatterialalla voi toimia monella eri koulutustaustalla. Y-Kinon yrittäjä Ilkka Peura (henkilökohtainen tiedonanto 2.3.2018) sekä Kino Piispanristin yrittäjä Henry Erkkilä (henkilökohtainen tiedonanto 9.3.18) totesivat molemmat, ettei elokuvateatterialan yrittäjällä ole mitään tiettyä pohjakoulutusvaatimusta. Nykyisten digitaalisten projektoreiden käyttö pystytään helposti opettelemaan.



Mahdollisia elokuvateatterialan yrittäjälle soveltuvia koulutuksia ovat esimerkiksi media-alan ammattitutkinto, media-alan ja kuvallisen ilmaisun perustutkinto, medianomin ammattikorkeakoulututkinto sekä ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot ja yliopisto-opinnot. Media-alan ammattitutkinnoissa laaditaan henkilökohtainen suunnitelma tutkinnon suorittamisesta, jonka laajuus on 150 osaamispistettä. Opiskeluiden kesto riippuu opiskelijan aiemmasta osaamisesta, osaamisen voi osoittaa myös näyttötutkintona. Media-alan ja kuvallisen ilmaisun perustutkinto on 180 osaamispisteen laajuinen ja sen kesto on noin kolme vuotta. Tutkintonimikkeeksi tulee mediapalvelujen toteuttaja. Medianomin ammattikorkeakoulututkinnon laajuus on 240 opintopistettä ja opiskeluiden kesto on noin neljä vuotta. Ammattikorkeakoulututkinnon suorittamisesta kolmen vuoden kuluttua voi hakea suorittamaan noin vuoden kestävää 60 opintopisteen laajuista ylempää ammattikorkeakoulututkintoa esimerkiksi media- ja kulttuuriyrittäjyydestä tai digitaalisista mediapalveluista. Yliopistoon voi hakea noin viisi vuotta kestävään taiteen kandidaatin (180 opintopistettä) ja taiteen maisterin (120 opintopistettä) koulutukseen, ja sen suoritettuaan voi hakeutua suorittamaan taiteen tohtorin tutkintoa (240 opintopistettä). (Opintopolun www-sivut 2018.)

Suomen elokuvasäätiöstä kotimaan levityspäällikkö Harri Ahokas (sähköposti 10.12.2018) suosittelee elokuvateatteriyrittäjää osallistumaan EU:n Luova Eurooppa - mediaohjelman elokuvateatteri-alan kansainvälisiin koulutusohjelmiin. Hänen mukaansa suomalaisilla on hyviä kokemuksia mm. Art Cinema = Action Management -koulutuksesta, joka on suunnattu Euroopan arthouse -teattereille, mutta toimii yhtä hyvin muillekin. Suomen Media Deskin sivuilta löytyvät siihen osallistumisen haakuohjeet. Vastaville kansainvälisille ammattilaiskursseille voi hakea Suomen elokuvasäätiön levitystoiminnan koulutustukea. (Ahokas sähköposti 10.12.2018.)

### 3.4 Tilat elokuvateatterille

Sopivan elokuvateatteritilan löytymiseen voi mennä aikaa. Jos rakennetaan kokonaan uusi elokuvateatteri, saattaa suunnitteluineen siihen mennä kokonaisuudessaan aikaa kolmesta viiteen vuotta. Kuviossa 5 kuvataan yksi esimerkki aikajanasta uuden elokuvateatterin rakentamiseksi suunnittelusta käyttöönottoon. Mikäli tilat löytyvät valmiina aikaa menee vähemmän. (Independent Cinema Office www-sivut 2018.)



Kuvio 5. Elokuvateatterin rakentamisen keskimääräinen aikajana (Independent Cinema Office www-sivut 2018)

Peuran (henkilökohtainen tiedonanto 2.3.2018) ja Erkkilän (henkilökohtainen tiedonanto 9.3.18) mukaan elokuvateatterissa tärkeässä osassa on laadukas kokemus, mihin vaikuttavat hyvät istuimet, hyvä näkyvyys, laadukas kuva ja äänentoisto sekä toimiva ilmasto. Independent Cinema Office (2018) on koonnut näiden lisäksi seuraavat tärkeät kohdat elokuvateatterin asiakastyytyvyyteen liittyen:

- kaikille hyvä näkyvyys, istuimet porrastettuina
- laadukas istumiskokemus, esimerkiksi korkeat selkänojat, säädettävät käsinojat, leveät istuimet pareille, suuri jalkatila, tärisevät penkit, laskutilaa juomille
- valinnanvaraa popcornin lisäksi, esimerkiksi drinkkejä tai kahvia saliin.

Saleja tulisi olla enemmän kuin yksi kannattavuuden parantamiseksi ja ohjelmiston laajentamiseksi. Useamman salin avulla pystytään tarjoamaan useampia ensi-iltaelokuvia heti niiden ilmestyessä. Kahden tai kolmen salin pyörittämisessä ei ole suurtaakaan eroa yhden salin aiheuttamiin kustannuksiin verrattuna. (Erkkilä 2018; Independent Cinema Office www-sivut 2018; Peura 2018.)

Elokuvateatteritilan rakentamisessa tulee huomioida Suomen rakentamismääräyskoelma, mikä sisältää maankäyttö- ja rakennuslakiin (132/1999) pohjautuvia yksityis-

kohtaisia ohjeita rakentamista koskevista säännöistä ja määräyksistä. Ympäristöministeriö on uudistanut rakentamismääräyskokoelman vastaamaan nykyaikaisia vaatimuksia ja uudet vaatimukset ovat tulleet voimaan 1.1.2018. (Ympäristöministeriön www-sivut 2018.)

Valtioneuvoston asetuksessa esteettömyydestä tulee elokuvateatterissa etenkin huomioitaviksi äänentoistojärjestelmään liitettävä induktiosilmukka tai muu vastaava äänentoistojärjestelmä. Mikäli saliin tulee kiinteät istuimet, tulee esteettömien sisääntuloväylien johtaa useammalle kuin yhdelle istuinriville, joihin on sijoitettava riittävä määrä paikkoja myös pyörätuoleille. (Asetus rakennuksen esteettömyydestä 241/2017, 12 §.)

Ympäristöministeriön asetuksessa rakennuksen käyttöturvallisuudesta on selvitetty tarkasti, miten mahdolliset portaat, tasanne, kaide ja käsijohde tulee suunnitella. Huomioitava kohta on myös sisäporrasaskelma, missä voi olla kokoontumistilassa nousu enintään 160 mm ja etenemä vähintään 300 mm. Valaistuksella, pintojen tummuuseroilla tai huomiomerkinnöillä tulee osoittaa selvästi kulkureitillä olevat luiskat, askelmat, kynnykset ja tasoerot. Kulkuväylällä vähimmäiskorkeuden tulee olla 2100 mm. Istuimet tulee kiinnittää alustaan, jos lattia on istuinalueella kalteva tai jos istuinrivien lattiat ovat eri tasoilla. Tuolit pitää kytkeä toisiinsa vähintään neljän ryhmässä, jos tilassa on yli 60 tuolia eikä niitä ole sijoitettu pöytien ympärille. Kiinteiden ja toisiinsa kytkettyjen istuimien istuinrivien sivuille on järjestettävä kulkureitti. Kulkureitin leveyden on oltava alle 60 henkilön kokoontumistilassa vähintään 900 mm ja yli 60 henkilölle tarkoitettussa tilassa vähintään 1200 mm. Istuinrivien kulkuvälin paikkalukuun suhteutettu vapaa leveys on nähtävillä erillisessä Taulukossa 1. Lattiapintojen kaltevuudeksi istuinalueella ja kulkureiteillä on määritetty enintään 8 prosenttia eli 1:12,5. (Asetus rakennuksen käyttöturvallisuudesta 1007/2017, 4 §, 10 §, 12 §, 22 §, 24 §.)

Taulukko 1. Istuinrivien kulkuvälin vapaa leveys suhteessa paikkalukuun (Asetus rakennuksen käyttöturvallisuudesta 1007/2017, 24 §)

Kulkuvälin vapaa vähimmäisleveys		400 mm	500 mm	600 mm	900 mm
<b>Kiinteät istuimet,</b>		paikkaluku rivillä			
Kulkureitit missä päissä	molem-	< 40	< 50	< 60	> 60
Kulkureitti sessä päissä	vain toi-	< 10	< 10	< 15	< 30
<b>Kytkeytyt istuimet,</b>					
Kulkureitit missä päissä	molem-	< 16	< 28	< 40	> 40
Kulkureitti sessä päissä	vain toi-	< 8	< 8	< 12	< 24

### 3.5 Alkoholitarjoilu elokuvateatterissa

Luvat alkoholijuomien vähittäismyyntiin ja anniskeluun haetaan myynti- tai anniskelupaikan sijainnin mukaisesta aluehallintovirastosta (Alkoholilaki 1102/2017, 2 luku 7 §). Anniskelualueen on oltava kooltaan ja rakenteiltaan viranomaisten ja luvanhaltijan valvottavissa ja hakijan tulee laatia omavalvontasuunnitelma. Anniskelualueelle tulee olla pääsy vain 18-vuotta täyttäneillä henkilöillä. (Alkoholilaki 2 luku 18 §.) Anniskelualue tulee myös rajata selvästi, jos alue ei muuten ole selvästi havaittavissa. Anniskelualueella saa nauttia vain anniskeluluvan haltijan myymää alkoholijuomaa ja juomia ei saa kuljettaa anniskelualueen ulkopuolelle. Anniskelupaikkaan ei saa päästää selvästi päihtyneitä asiakkaita. (Alkoholilaki 5 luku 36 §.)

Henkilökuntaa vähittäismyynti- ja anniskelupaikassa tulee olla riittävästi valvonnan ja järjestyksenpidon toteuttamiseksi. Luvanhaltijan edustajana paikalla tulee olla vastaava hoitaja tai muu luvanhaltijan tehtävään nimeämä henkilö. (Alkoholilaki 5 luku 38 §.) Alkoholijuomien vähittäismyynti on sallittu klo 9-21 ja anniskelu-aika klo 9-1.30, tietyin poikkeuksin anniskelu voi jatkua klo 3:een. Jatkoaikailmoituksella voi hakea anniskeluaikoihin pidennyksiä, esimerkiksi aloituksen alkamiseksi klo 7 tai jatkamiseksi enintään klo 4:ään. (Alkoholilaki 5 luku 42 - 44 §.) Alkoholin tarjoaminen kahdessa tai useammassa pakkauksessa tai annoksessa alennettuun hintaan on kielletty

sekä vähittäismyynnissä että anniskelussa. Myöskään alkoholijuoman hinnasta annettavia hyvityksiä ei saa tarjota tai maksaa alkoholijuomien tai muiden kulutushyödykkeiden ja palveluiden ostojen perusteella. (Alkoholilaki 7 luku 51 §.)

### 3.6 Kankaanpään sijainti ja väestö

Kankaanpää sijaitsee Satakunnassa Pohjois-Satakunnan seutukunnassa, johon kuuluvat myös Honkajoki, Jämijärvi, Karvia ja Siikainen. Taidekaupunki Kankaanpää on Pohjois-Satakunnan keskus ja seudullinen markkinapaikka. Kankaanpäässä sijaitsevat suosittu Kuninkaanlähteen karavaanarialue sekä Niinisalon varuskunta. Pohjois-Satakunnassa on pientä ja keskisuurta teollista tuotantoa, tärkeimmät tuotannon alat ovat tekstiili- ja nahkateollisuus, puutuotteiden valmistus ja kasvihuoneviljely. (Satakuntaliiton www-sivut 2018.) Kuten Kuviosta 6 näkee, Kankaanpään naapurikuntia ovat Pohjois-Satakunnan kuntien lisäksi Pomarkku, Pori, Sastamala, Ikaalinen ja Parkano (Ympäristökarttapalvelu Karpalo 2018).



Kuvio 6. Kankaanpään lähiympäristö 50 km säteellä. (Ympäristökarttapalvelu Karpalo 2018.)

Taulukkoon 2 on kerätty tiedot Kankaanpään ja Pohjois-Satakunnan väestön määrästä ja väestöennusteesta. Vuonna 2017 Kankaanpäässä oli asukkaita 11 585 ja Pohjois-

Satakunnassa 19 038. Kankaanpäässä ja Pohjois-Satakunnassa on väestöennusteen mukaan väki vähenemässä ja vuonna 2040 Pohjois-Satakunnan alueella on asukkaita enää 17 396 henkilöä. (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri, Tilastokeskus 2018; Kuntien avainluvut 2017.)

Taulukko 2. Väestön määrä ja väestöennuste (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri, Tilastokeskus 2018; Kuntien avainluvut 2017)

	Väestön lukumäärä 2017	Väestöennuste 2040 (muutos)
Kankaanpää	11 585	10 666 (-919)
Pohjois-Satakunta	19 038	17 396 (-1642)

Kankaanpään ikäjakauma vuodelta 2017 on esitetty Kuviossa 7, ja siitä näkee suurimpien ikäluokkien olevan 30-49 - ja 50-64 -vuotiaat. Kankaanpäässä oli vuonna 2017 miehiä 49 % ja naisia 51 %. (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri, Tilastokeskus 2018.)



Kuvio 7. Kankaanpään ikärakenne 2017. (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri, Tilastokeskus 2018.)

### 3.7 Kysyntä ja asiakkaat

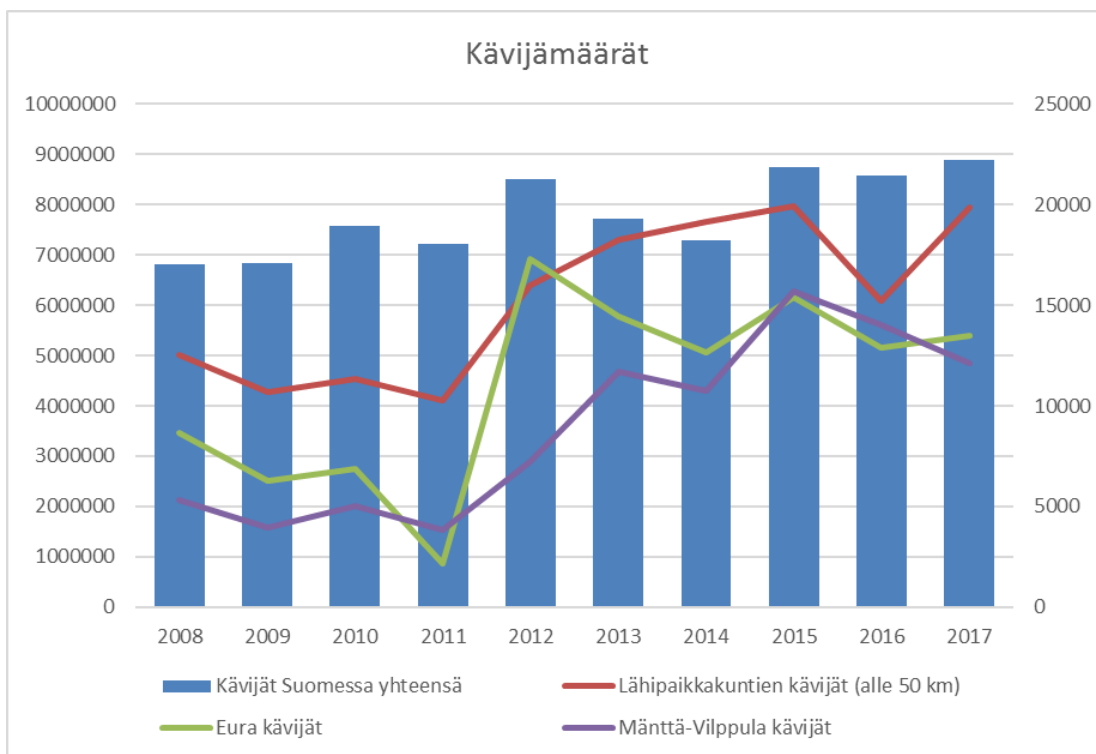
Suomen Kulttuurirahasto (Suomalaisten näkemykset kulttuurista 2013 2013, 12-16) teetti vuonna 2013 laajan kyselytutkimuksen kartoittaakseen suomalaisten suhdetta

taiteeseen ja kulttuuriin. Tutkimuksen mukaan suomalaisten mielestä taiteella on monia tehtäviä, valtaosa vastaajista sosiaalisesta asemasta riippumatta pitää taiteen tärkeimpänä tehtävänä viihdytystä sekä lohdun tuomista arkeen. Tärkeänä pidetään myös esteettisten kokemusten tuottamista, ihmisten yhdistämistä yhteisten kokemusten kautta sekä hyvinvoinnin edistämistä. Merkkejä kuluttamisen muuttumisesta aineettomammaksi on jo olemassa ja ihmisille on luotava tiloja, joihin ihmiset voivat tulla viihtymään ja viettämään aikaa yhdessä (Kalliomäki 2014, 35).

Suosituimpina kulttuuri- ja taidekohteina pidetään elokuvia, museoita ja teatteria. Elokuvateatteria pidettiin kolmanneksi tärkeimpänä taide- ja kulttuuritarjonnan muotona omalla asuinpaikkakunnalla kirjaston ja kirjakaupan jälkeen. Elokuvissa oli tutkimusta edeltävän puolen vuoden aikana käynyt kaksi viidestä (43 %) ja kahden vuoden aikana kaksi kolmesta (71 %) suomalaisesta vähintään kerran. Lukumääriin suhteutettuna elokuvissa olisi käynyt puolen vuoden aikana reilu 1,7 miljoonaa suomalaista. Tutkimuksessa käytettyjen kriteerien nojalla suomalaisista luokiteltiin kulttuurin aktiivisiksi suurkuluttajiksi kuusi prosenttia, vajaa kolmannes (30%) on aktiivisia, mutta valikoivia kuluttajia. Passiivisia yksipuolisia on lähes joka toinen (44 %) ja viidennes (19%) kuluttajista kaihtaa kulttuurikohteita lähes kokonaan. Kulttuurin kuluttamisen esteinä pidetään sisäänpääsymaksuja, etäisyyksiä sekä vähäistä kiinnostusta. Myös muiden harrastusten kilpailu ihmisten ajasta ja voimavaroista vaikuttaa, keskitytään siihen mikä kiinnostaa eniten. (Suomalaisten näkemykset kulttuurista 2013 2013, 3-8, 31-33, 36-39.)

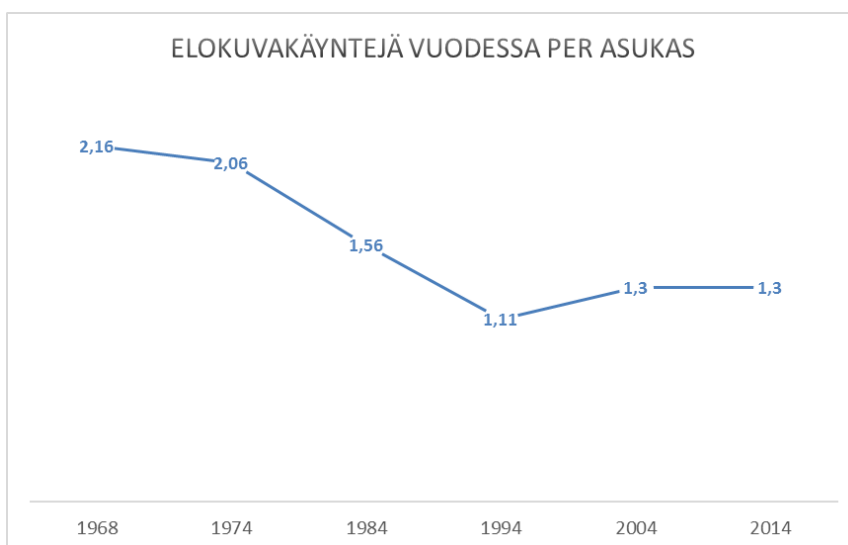
Elokuvateattereiden kävijämäärät ovat olleet nousussa. Uusia teattereita perustetaan ja ketjut jatkavat levittäytymistään. Tero Koistinen (henkilökohtainen tiedonanto 29.6.2018) Filmikamarista toteaa alalla elettävän nyt mielenkiintoisia aikoja. Koistisen mukaan elokuvateatterin perustamissuunnitelmia tehtäessä ja kävijätilastoja vertaillen kannattaa muistaa kuitenkin huomioida ja selvittää tarvittaessa kokonaisuus, koska pelkät luvut eivät kerro mitä teatterissa on tehty ja miten. Kuten Kuviossa 8 näkyy, kävijämäärät ovat vuoden 2008 6,8 miljoonasta nousseet 8,9 miljoonaan vuonna 2017. Valitsin kuvioon kävijätilastot lähikuntien Ikaalisten, Parkanon ja Pomarkun elokuvateattereista, jotka sijaitsevat alle 50 km päässä Kankaanpäästä. Lisäksi Kuviossa 8 näkyy lähes Kankaanpään kokoisten paikkakuntien, Euran ja Mänttä-Vilppulan elokuvakävijöiden tilastot. Eurassa oli vuoden 2017 lopussa 11 831 asukasta ja

Mänttä-Vilppulassa 10 152 asukasta. (Elinympäristön tietopalvelu Liiteri, Tilastokeskus 2018.)



Kuvio 8. Elokuviissa kävijöiden määrät 2008 – 2017 (Koistinen sähköposti 29.6.2018)

Elokuviskäynttien määrä Suomessa vuodessa per asukas näkyy Kuviossa 9. Jos jokainen suomalainen kävisi elokuvissa kolme kertaa vuodessa, se riittäisi pitämään alan elinvoimaisena, toteaa Koistinen (henkilökohtainen tiedonanto 29.6.2018).



Kuvio 9. Elokuvakäynnit vuodessa per asukas 1968 - 2014 (Koistinen sähköposti 29.6.2018)



Elokuvateatterin asiakkaita voi segmentoida monilla tavoilla ja usein käytetään ikään liittyviä ryhmittelyitä. Yksi segmentointivaihtoehto voi olla:

- lapset (5-11 v.)
- perheet
- teini-ikäiset/ nuoret parit/ opiskelijat
- aikuiset

Elämäntilanteen mukaan jaottelu on myös suositeltavaa eri ryhmien erilaisten tarpeiden mukaisesti; teini-ikäiset haluavat popcornia, komediaa ja jännitystä, kun taas aikuiset saattavat haluta baarista drinkin ja ikäisilleen suunnatun laatufilmin. Vaihtoehdot jaotteluun voivat olla esimerkiksi seuraavat:

- teini-ikäiset (< 16 v.)
- teinit/ sinkut/ pariskunnat (< 25 v.)
- perheet, pieniä lapsia
- perheet, vanhempia lapsia

Myös asenteen mukaan voi tehdä segmentointia, jotta löydetään pieni mutta merkittävä ryhmä innostuneita elokuvakävijöitä. He ovat usein niitä, joiden mielipiteet vaikuttavat paljon muiden ihmisten elokuvissakäyntiin.

- Elokuvaharrastajat/ vakituiset
- ”Jos ei ole mitään muuta tekemistä”
- Vastahakoiset
- Ei käy elokuvissa

Motivaatio, mutta myös mahdollisuus käydä elokuvissa vaihtelee eri ryhmissä. Maa-seudun teini-ikäiset voivat haluta nähdä elokuva joka viikko, mutta jos heillä on pitkä matka elokuvateatteriin, se ei välttämättä ole mahdollista. Perheet saattavat haluta käydä usein elokuvissa, mutta heillä ei välttämättä ole siihen mahdollisuutta matkoista, lipuista ja makeisista aiheutuvien kustannusten takia. Vanhempi väestö ei ehkä uskalla lähteä illalla elokuviin. Vapaa-ajan toiminnan valintaan vaikuttavia sosiaalisia tekijöitä otetaan nykyään yhä enemmän huomioon:

- ryhmäkoko-pano – saavutaanko elokuviin perheen tai ystävien kanssa, vai yksin?
- Henkinen ja fyysinen energia – pieni osa tulijoista on erittäin motivoituneita ja rohkaisevat ystäviään mukaan. Toiset ovat liian väsyneitä töiden jälkeen tai heillä on perhesitoumuksia.

- Sijainti – olisiko mahdollista viettää koko ilta ulkona?
- Alennukset ja tapahtumat – Ottaen huomioon suhteellisen korkeat kustannukset, voi säännöllisille elokuvakävijöille olla houkuttelevia perheliput ja jäsen-edut. (Independent Cinema Office www-sivut 2018.)

### 3.8 Kilpailijat ja kilpailutilanne

Kiinalaisomisteisen Finnkinon asema suomalaisessa elokuvateatterikentässä on merkittävä, se myy liki 70 prosenttia kaikista Suomen elokuvalipuista koko ajan laajentuvan Bio Rex Cinemasin jäädessä seitsemään prosenttiin. Virolainen Cinamon-teatteriketju on myös tulossa Suomeen tänä vuonna. Alalla kuitenkin on suurten toimijoiden ohella tilaa myös muillekin. Ei ole hyvä, jos kilpailua ei ole, muuten yksi toimija voi mielivaltaisesti nostaa lipun hintoja, toteaa Kino Jalasjärven vetäjä Mikko Jokipii. Savon Kinoista Sari Peltonen kertoo laadukkaalla kotimaisella elokuvalla olevan sitä suurempi merkitys, mitä pienemmästä paikkakunnasta on kyse. Kotimaiset elokuvat ovatkin elinehto maakuntien teattereille. Aku Jaakkola Bio Rexistä kertoo heidän teattereiden toimivan pääosin pääkaupunkiseudun ulkopuolella, missä on erityisen tärkeää, että jokaiselle paikkakunnalle ohjelmistot räätälöidään erikseen. (Vanha-Majamaa & Kantola 2017.)

Korttelikinoja syntyy vastavoimana Finnkinon kaltaisille isoille ketjuille. Finnkino on ostanut kilpailijoita pois ja käyttäytynyt aggressiivisesti, mikä voi vaikuttaa myös elokuvissakävijöiden siirtymiseen käyttämään mieluummin pienempiä kilpailijoita. Pienet elokuvateatterit panostavat palveluun ja erityisohjelmiin isojen keskittyessä volyymiin ja spektaakkeleihin. Trendeinä olevat oheispalvelut ja tapahtumallisuus näkyvät esimerkiksi Rivierassa Helsingissä, missä järjestetään klubi-iltoja, syödään ja juodaan. Korttelikinoissa luodaan kokemuksia, joihin kaikki haluavat osallistua. (Vanha-Majamaa 2017.)

### 3.9 Sidosryhmät

Yrityksen sidosryhmä on ryhmä, taho tai henkilö, jonka toiminta voi vaikuttaa yrityksen toimintaan ja menestymiseen tai jonka toimintaan ja menestymiseen yrityksen toiminnalla voi olla vaikutusta. Yritys valmistaa tuotteita tai tarjoaa palveluitaan omistajien, asiakkaiden ja yhteiskunnan tarpeisiin, joten hyväksytyt, tarpeelliset ja halutut tuotteet tai palvelut yritys saa selville kuuntelemalla sidosryhmiään. Myös vahvat ja heikot yhteiskunnalliset ja globaalit signaalit tulee huomioida. Koska luonnosta ja luonnonvaroista on tullut niiden ehtyessä erityisen merkittävä ”sidosryhmä”, tulisi yrityksen kehittää tuotteet, palvelut ja ratkaisut mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittaen. Yrityksen sidosryhmyön on hyvä olla suunnitelmallista ja sen tavoitteena olla:

- tärkeimpien sidosryhmien tunnistaminen
- aktiivisten vuorovaikutussuhteiden luominen ja ylläpitäminen tärkeimpien sidosryhmien kanssa
- sidosryhmien odotusten selvittäminen suhteessa yritykseen
- tarkoituksenmukaisen suhteen ylläpitäminen vähemmän tärkeiden sidosryhmien kanssa
- tiedottaminen yrityksen suunnitelmista ja toiminnasta
- yhteistyökumppaneiden kartoittaminen, kumppanuustyön käynnistäminen ja ylläpitäminen
- kahdenvälinen tai monen sidosryhmän yhteistyö, jolla haetaan yhdessä ratkaisuja ja innovaatioita globaaleihin sosiaalisiin, taloudellisiin ja ympäristöhaasteisiin
- yrityksen yhteiskunnallisen hyväksyttävyyden vahvistaminen. (Koipijärvi 2017).

Jokaisessa yrityksessä määritellään itselle tärkeät sidosryhmät yrityksen omista lähtökohdista, mutta jokaiselle yritykselle keskeisiä sidosryhmiä ovat:

- henkilöstö
- omistajat ja sijoittajat
- asiakkaat
- media
- kansalaisjärjestöt

- poliittiset päättäjät ja viranomaiset
- tavarantoimittajat ja alihankkijat
- paikallisyhteisöt.

Yrityksen kannattaa laatia sidosryhmästrategia tai -ohjelma, tai ainakin sidosryhmäkarta tai -matriisi, mikä auttaa sidosryhmien priorisoinnissa tai rajallisten resurssien kohdentamisessa. Taulukossa 3 esitetään yksi malli vuorovaikutuksen muodoista sidosryhmämatriisissa. (Koipijärvi 2017).

Taulukko 3. Esimerkkejä vuorovaikutuksen muodoista sidosryhmämatriisissa (Koipijärvi 2017).

Sidosryhmien kiinnostuksen taso	<b>Suuri kiinnostus</b>	Avoin viestintä <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yritysvastuutiedot verkkosivuilla</li> <li>- Kutsut esim. yrityksen järjestämiin seminaareihin</li> </ul>	Vuoropuhelu <ul style="list-style-type: none"> <li>- Osallistuminen sidosryhmän järjestämiin tilaisuuksiin</li> <li>- Säännöllisiä kahdenkeskisiä tapaamisia</li> </ul>	Yhteistyö, kumppanuus <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tuotekehitys muiden yritysten, myös asiakkaiden, kanssa</li> <li>- Yrityksen ihmisoikeusvaikutusten kartoitus yhteistyössä ihmisoikeusjärjestön kanssa</li> <li>- Osallistaminen yrityksen olennaisuusanalyysiin</li> </ul>
	<b>Kiinnostus keskitasoa</b>	Avoin viestintä <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yritysvastuutiedot verkkosivuilla</li> <li>- Kutsut esim. yrityksen avoimien ovien päville</li> </ul>	Vuoropuhelu <ul style="list-style-type: none"> <li>- Osallistuminen sidosryhmän järjestämiin tilaisuuksiin</li> </ul>	Vuoropuhelu <ul style="list-style-type: none"> <li>- Säännöllisiä kahdenkeskisiä tapaamisia</li> <li>- Yhteisiä tilaisuuksia</li> <li>- Tiedonvaihtoa</li> </ul>
	<b>Vähäinen kiinnostus</b>	Avoin viestintä <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yritysvastuutiedot verkkosivuilla</li> </ul>	Avoin viestintä <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mediatiedotejakelu</li> <li>- Kutsut yrityksen järjestämiin tapahtumiin</li> </ul>	Monitorointi <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kutsut yrityksen järjestämiin seminaareihin ja keskustelutilaisuuksiin</li> <li>- Seurataan ja analysoidaan sidosryhmän tavoitteita, toimenpiteitä ja julkaisuja</li> </ul>
		<b>Matala vaikutusmahdollisuus</b>	<b>Vaikutusmahdollisuus keskitasoa</b>	<b>Suuri vaikutusmahdollisuus</b>

Sidosryhmien nykyinen ja potentiaalinen vaikutusmahdollisuus

### 3.10 Elokuvateattereiden tulevaisuus

Suoratoistopalvelut, kuten Netflix, ovat saaneet valtavan suosion ja onkin väistämätöntä, että elokuvateollisuuden on kehityttävä vastaamaan kuluttajien tarpeita. Mileniaalien eli 1980-luvun jälkeen syntyneiden kulutustottumuksilla ja teknologiavaihtelulla on yhä enemmän merkitystä television katselun vähenemiseen liittyvän kulttuurin muotoutumisessa. Demografiset muutokset kuten suurten ikäluokkien eläköityminen, milleniaalien tarpeet, digitalisaatio, teknologian huima kehitys ja kilpailutilanne tekevät välttämättömäksi kuluttajan näkökulman huomioimisen. Teknologian nopeasta kehityksestä varsinkin virtuaalitodellisuudesta ja IoT:stä varmasti löytyy tulevaisuudessa ratkaisuja suoratoistopalveluiden kanssa kilpailuun, kun mahdollistetaan uusi elokuvakokemus katsojan päästessä osaksi elokuvaa. Istumisen ja 3D-lasien sijaan katsojat pääsisivät kokemaan ja aistimaan elokuvien kohtaukset virtuaalimaailmassa. Virtuaalimaailman ja reaali maailman yhdistämisestä tuleekin luultavasti seuraava iso askel elokuvateollisuudessa. Suoratoistopalveluiden ja elokuvateattereiden ei kuitenkaan uskota tulevaisuudessa kilpailevan keskenään, koska kuluttaja tekee valinnan kiinnostuksen mukaan, elokuvasarjaa voi katsoa kätevästi kotoa käsin mutta ystävien kanssa on mukava mennä elokuvasaliin. Tulevaisuudessa katsomisestakin voi tulla toissijaista katsojan päästessä osallistumaan. (Laurila 2016.)

Moreenimedian artikkelissa elokuva-alan keskusjärjestö Filmikamarin toimitusjohtaja Tero Koistinen kertoo ensi-iltaelokuvien merkityksen olevan suuri. Jos ensi-illat siirtyvät suoratoistopalveluihin, voi se olla kohtalokasta elokuvateatterialalle. Samassa artikkelissa haastatellun Finnkinon toimitusjohtaja Veronica Lindholmin mukaan elokuvateatterit ovat kuitenkin osa treffikulttuuria ja yhdessäoloa. Finnkinossa uskotaankin elokuvateatterin tarjoamaan kokemukseen, joka on pitänyt jo sata vuotta. (Lempinen, Pyöry, Pirinen & Talassalo 2017.)

## 4 ELOKUVATEATTERIN RAHOITUSMAHDOLLISUUDET

Yritys tarvitsee aloittaessaan usein oman pääoman lisäksi lainaa eli vierasta pääomaa (Holopainen 2018, 26). Yrityksessä pääoma muodostuu sekä omasta että vieraasta pääomasta. Rahoituspäätöksiä teossa tulee miettiä yrityksen riskienhallintaa sekä päätöksiä vaikutusta yrityksen arvoon. Rahoitusmarkkinoilta voi hankkia sekä ulkoista omaa että vierasta pääomaa. Rahoittaja asettaa rahoituspäätöksiinsä reunaehdot ja esimerkiksi vakuuksilla ja aiotun toiminnan laadulla on merkitystä rahan saatavuuteen ja hintaan. (Leppiniemi & Lounasmeri 2000.)

### 4.1 Julkinen rahoitus

Starttiraha on TE-toimiston myöntämä aloittavan yrittäjän tuki yritystoiminnan käynnistymisen ja vakiinnuttamisen ajaksi, enintään 12 kuukaudeksi. Suuruudeltaan starttiraha on 32,40 euroa eli peruspäivärahan suuruinen. Starttirahaa maksetaan enintään viideltä päivältä kalenteriviikossa. Starttirahaa voi saada, jos

- on työtön työnhakija
- siirtyy kokoaikaiseksi yrittäjäksi esimerkiksi palkkatyöstä
- laajentaa yritystoimintaa sivutoimisesta päätoimiseksi.

TE-toimisto selvittää, onko yrittäjäyys hakijalle sopiva työllistymisvaihtoehto ja vastaus sen jälkeen myöntää starttirahan. Myös yritysten kilpailutilanne ja uuden yritystoiminnan tarve paikkakunnalla selvitetään. Starttirahaa haetaan ennen yritystoiminnan aloittamista. (TE-palveluiden www-sivut 2018.)

ELY-keskuksien tehtävänä on kehittää maaseutuelinkeinoja ja turvata maaseudun elinvoimaisuutta tukemalla pk-yritysten perustamista, kasvua ja kehittymistä. Kantaanpää kuuluu EU:n kartalla maaseutualueeseen. ELY-keskus tarjoaa neuvonta-, koulutus- ja kehittämispalveluita sekä rahoitusta. Paikalliset Leader -ryhmät toimivat paikallisesti tuoden esiin ruohonjuuritason tarpeita ja toivomuksia maaseudun kehittämiseksi. Rahoitus on harkinnanvaraista valtionavustusta. Yrityksen kehittämisavustusta osarahoitetaan Kestävää kasvua ja työtä 2014-2020 Suomen rakennerahasto -ohjelmasta, minkä valintaperusteet ovat EU:n ja kansalliseen lainsäädäntöön perustuvia vaatimuksia. Tukea voidaan myöntää kehittämistoimenpiteisiin enintään 50 %:lla ja

investointeihin 10-35 %:lla avustuksen perusteena olevista menoista. Kehittämisavustukseen on jatkuva haku ja sitä on haettava ennen hankkeen aloittamista. EU:n maaseuturahastosta rahoitusta voidaan myöntää esimerkiksi yritysten perustamiseen, kehittämiseen ja investointeihin. Varat myönnetään Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelman 2014-2020 kautta. Yritystukia haetaan joko ELY-keskukselta tai Leader-ryhmältä. (ELY-keskuksen www-sivut 2018; Leader Pohjois-Satakunnan www-sivut 2018; Nummelin, henkilökohtainen tiedonanto 21.6.2018.)

Leader-ryhmä on paikallinen kehittäjätaho, jonka tehtävänä on innostaa ihmisiä, yhteisöjä ja yrityksiä oman toiminnan ja elinympäristön kehittämiseen. Päämääränä on maaseudun kehittäminen eläväksi ja elinvoimaiseksi. Suomessa on 54 Leader-ryhmää ja Kankaanpää kuuluu Leader Pohjois-Satakunnan alueelle. Vuosille 2014-2020 on laadittu Kohti kestävä kasvua -kehittämissuunnitelmaa, jota toteutetaan yhteisöjen ja mikroyritysten hankkeiden rahoittamisella. Tuki muodostuu EU:n, valtion ja kuntien rahoituksella ja ehtoina tuen saamiseen on yrityksen kannattavuus, sijainti maaseudulla ja vähintään yhden henkilön työllistäminen. Leader-ryhmät voivat tehdä päätöksiä itsenäisesti ja toteuttaa ohjelmaansa yksittäisissä kehittämissuunnitelmissa. Käsiteltyään hanke-ehdotukset, Leader-ryhmä antaa niistä lausunnon ELY-keskukselle, joka tekee lopulliset rahoituspäätökset. Leader-ryhmän on puollettava hanketta, jotta ELY-keskus voi myöntää avustuksen. Tukien hakuaika on jatkuva. (ELY-keskuksen www-sivut 2018; Leader Pohjois-Satakunnan www-sivut 2018; Vanhapaasto, henkilökohtainen tiedonanto 9.3.2018.)

Leaderin perustamistukea voi saada aloittava yritys esimerkiksi asiantuntijoiden ja konsulttien käyttöön ja jo toimiva yritys uuden liiketoiminnan perustamistoimenpiteisiin. Myös liiketoimintasuunnitelman mukaisiin kokeiluhankkeisiin on mahdollista saada tukea. Perustamistuen edellytyksenä on toteuttamiskelpoinen liiketoimintasuunnitelma toimenpidesuunnitelmineen ja kustannusarvioineen. Perustamistuki maksetaan liiketoimintasuunnitelman tavoitteiden saavuttamisen perusteella. Perustamistukea voidaan myöntää 5 000 – 35 000 euroa ja kokeiluhankkeelle 2 000 – 10 000 euroa. Investointitukea voidaan myöntää yritystoiminnan aloittamiseen, laajentamiseen ja kehittämiseen suunnattuihin aineellisiin tai aineettomiin investointeihin. Investointituen määrä on pääsääntöisesti 20 % hyväksyttävistä arvonalisäverottomista kustannuksista.

Minimituki on 2000 euroa, joten arvonlisäverottomien kokonaiskustannuksien on oltava vähintään 10 000 euroa. Toteutettavuustutkimukseen voi hakea tukea, jos suunnittelee aineellista investointia. Tuella voi hankkia asiantuntija-apua esimerkiksi investoinnin kannattavuuden selvittämiseksi sekä kannattavimman ja järkevimmin toteutettavan investoinnin suunnitteluun. Toteutettavuustutkimuksen edellytyksenä ei ole investoinnin toteuttaminen. Toteutettavuustuen määrä on 50 % hyväksytyistä kustannuksista ja minimituki on 1500 euroa. Yritysten yhteistyöhankkeisiin on mahdollista myös hakea kehittämistukea. (Leader Pohjois-Satakunnan www-sivut 2018; Vanhapaasto, henkilökohtainen tiedonanto 9.3.2018.)

Myös ProAgria Länsi-Suomi auttaa ja ohjaa maaseutualueen yrittäjiä uuden Manner-Suomen maaseutuohjelman tukien hyödyntämisessä yrityksen kehittämiseksi. ProYritys -hankkeen tehtävänä on edistää maaseudun yrittäjien innovatiivisuutta ja johtajuuden kehittymistä, lisätä Satakunnassa toimintaansa kehittäviä ja työllistäviä kilpailukykyisiä, hyvinvoivia ja osaavia maaseutuyrityksiä. ProAgrian kautta on saatavilla maksutonta yritysneuvontaa pienyrittäjille Satakunnan maaseutualueilla kahdeksan tuntia kalenterivuodessa. Yritysasiantuntijat antavat taustatukea yrityksen suunnitelmiin, apua tiedonhakuun, selvitystä rahoitustukien mahdollisuuksista sekä arviointeja suunnitelmien toteuttamiskelpoisuudesta ja riskeistä. (Luotonen, henkilökohtainen tiedonanto 15.3.2018; ProAgrian www-sivut 2018.)

Valtio, kunta tai muu julkinen taho voi myöntää yritystukea yrityksen taloudelliseen toimintaan

- avustuksena
- korkotukena
- lainana
- takauksena tai takuuna
- oman pääoman ehtoisena rahoituksena
- verotukena
- muuna taloudellista etua sisältävänä järjestelynä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 5-7.)



Kunnan myöntämät tuet voivat olla raha-avustusten lisäksi maa-alueiden ja rakennusten hinnoitteluun kohdistuvia, laina- ja takausjärjestelyitä, korkoetuja, pääomarahoi- tusta tai julkisten palveluiden, kuten tilojen, kunnallistekniikan, veden ja jäteveden tarjoamista yritykselle markkinahintaa edullisemmin. (Kuntaliiton www-sivut 2018.) Taloudellisen toiminnan tukeminen ei ole riippuvaista organisaatiomuodosta ja rahoitustavasta. Tukia pidetään yleisesti haitallisina ja markkinatalouteen kuulumattomina, mutta voi olla huonosti toimivia markkinoita, jolloin elinkeinopoliittiset tuet saattavat olla perusteltuja kasvun edistämiseksi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016, 5-7.) Valti- ontukitoimenpiteistä tulee ilmoittaa etukäteen Euroopan komissiolle, joka arvioi tuen sopivuuden yhteismarkkinoille. Ilman ennakkohyväksyntää voidaan myöntää tukia ns. ryhmäpoikkeusasetusten nojalla tai vähämerkityksellisenä tukena (de minimis). Ryh- mäpoikkeukset koskevat alueellisia ja työllisyysperustein myönnettäviä tukia, koulu- tustukia, tutkimus- ja kehitystoimintaan sekä pk-yrityksille myönnettäviä tukia. Vähä- merkityksellinen tuki on mahdollista, jos kaikkien viranomaisten myöntämä tuki jää alle 200 000 euron kolmen vuoden aikana. (Kuntaliiton www-sivut 2018.)

Taiteen edistämiskeskus (Taike) on opetus- ja kulttuuriministeriön alainen asiantun- tija- ja palveluvirasto, minkä tehtävänä on taiteen edistäminen kansallisesti ja kansain- välisesti. Taike, taidetoimikunnat ja lautakunnat jakavat vuosittain noin 34 miljoonaa euroa apurahoja ammattitaiteilijoille sekä avustuksia taiteen alan yhteisöille. Audiovi- suaalisten taiteiden toimikunta on Taiken asiantuntijaelin, joka päättää elokuvataiteen sekä valo-, ääni- ja mediataiteen apurahoista ja Taike kuulee sitä yhteisöavustuksia koskevissa asioissa. Suurin osa taiteen ja kulttuurin edistämiseen osoitetuista määrä- rahoista on veikkausvoittorahoja. Yhteisöavustuksilla voidaan tukea esimerkiksi elo- kuvatapahtumia, esitystoimintaa ja työpajoja. Alle 2000 euron eritysavustuksia ei jaeta ja toiminta-avustusten suuruus on vähintään 10 000 euroa, kattaen enintään 70 % hy- väksyttävistä kokonaiskustannuksista. (Taiteen edistämiskeskuksen www-sivut 2018.)

Elokuvien ammattimaiseen tuotantoon, esittämiseen ja levittämiseen sekä kulttuuri- viennin tarpeisiin on mahdollista hakea Suomen elokuvasäätiöltä tukea, joka perustuu elokuvataiteen edistämisestä annettuun lakiin (28/2000) ja sen nojalla annettuun ase- tukseen (843/2007). Tukeen sovelletaan myös valtionavustuslakia (688/2001) ja EU:n komission asetuksen n:o 651/2014 mukaisia säännöksiä. Säätiö saa tukivarat veikkaus- voittovaroista ja niitä on jaettavana noin 25 miljoonaa euroa. Suomen elokuvasäätiön

tavoitteena on korkeatasoisen, monipuolisen ja omaperäisen suomalaisen elokuvatuotannon edistäminen. Elokuvien esityksen ja levityksen tuen tavoitteena on elokuvaohjelmiston saatavuuden edistäminen elokuvateatterijakelussa sekä sitä täydentävissä levityskanavissa. Elokuvateattereiden esteettömyyden parantaminen on tuen erityistavoitteena. Elokuvateatteritukia ovat elokuvateattereiden toiminta-, laitehankinta- ja kunnostustuki. Lisäksi on tuki elokuvateattereiden esitystekniikan kehittämiseksi sekä arthouse- ja pienten paikkakuntien elokuvateattereiden elvyttämiseksi. (Suomen elokuväsäätiön www-sivut 2018.)

Toimintatuen avulla pyritään takaamaan alueellisesti kattava elokuvateattereiden perustarjonta ja kannustetaan elokuvateattereita kehittämään uusia toimintamalleja. Tuella aktivoitaan yleisötyötä, kuten tekijävierailuita ja paikallisten elokuvatapahtumien järjestämistä ja sitä voidaan myöntää ensisijaisesti pienten ja keskisuurten paikkakuntien elokuvateattereille. Toimintatuen määrä on enintään 6 000 euroa vuodessa elokuvateatteria kohden ja päätös tuesta tehdään toteutuneita kuluja vastaan. (Suomen elokuväsäätiön www-sivut 2018.)

Laitehankinta- ja kunnostustuen tavoitteena on laadullisesti korkeatasoisen ja ammattimaisen elokuvateatteritoiminnan takaaminen kaikkialla Suomessa. Tukea myönnetään elokuvateattereiden teknisiin laitehankintoihin sekä esitys- ja yleisötilojen kunnostamiseen ensisijaisesti pienten, alle 50 000 asukkaan kuntien elokuvateattereille. Tukea voidaan myöntää vähämerkityksisen eli de minimis-säännön mukaan yli 50 % hankkeen kustannuksista, mutta kolmen peräkkäisen verovuoden jakson aikana tuen kokonaismäärä ei saa olla yli 200 000 euroa. Muut kuin de minimis -säännön tuet voivat olla enintään 50 % hankkeen kokonaiskustannuksista ja laitehankinnoissa enintään 70 000 euroa ja kunnostushankkeissa enintään 100 000 euroa. (Suomen elokuväsäätiön www-sivut 2018.)

Pienten paikkakuntien elokuvateattereiden elvyttämiseksi on mahdollista saada tukea, jos siellä ei ole elokuvateatteria eikä omia eri taidemuotojen esittämiseen sopivia tiloja. Tukea on mahdollista saada perustamiskustannuksiin ja laitehankintoihin, jotka mahdollistavat myös muun kulttuuritarjonnan kuin elokuvien esittämisen. Kunnan tai kaupungin kanssa tehtävä yhteistyö katsotaan eduksi. Tukea voidaan myöntää myös yksityisten ja arthouse -tyyppisten teattereiden verkostoitumiseksi sekä yhteishankkeisiin

monipuolisen ja laadukkaan ohjelmiston näkyvyyden ja saatavuuden edistämiseksi. (Suomen elokuvasäätiön www-sivut 2018.)

Levitystukiin kuuluvaa koulutustukea voi hakea elokuvan esitys- ja levitystoiminnan piirissä toimivien henkilöiden ammattitaidon kehittämiseksi koulutusohjelmiin ja -tilaisuuksiin. Koulutustukea voidaan myöntää koulutuksen osallistumismaksun kattamiseen ja enintään 50 % matka- ja majoituskuluista. Tukea myönnetään samassa organisaatiossa työskenteleville samaan koulutukseen vain yhdelle hengelle vuodessa. (Suomen elokuvasäätiön www-sivut 2018.)

Teatteritukien hakuohjeet ovat muuttumassa samalla kun uusi elokuvalaki tulee voimaan vuoden 2019 alkupuolella. Suomen elokuvasäätiö tiedottaa hakuohjeista nettisivuillaan heti kun elokuvasäätiön hallitus on hyväksynyt uudet tukimuodot hakuohjeineen. Teattereita tuetaan kyllä jatkossakin. (Ahokas sähköposti 10.12.2018.)

Euroopan unionin Luova Eurooppa -ohjelmalla (Creative Europe 2014-2020) tuetaan audiovisuaalisen alan, kulttuurialan ja luovien alojen eurooppalaista yhteistyötä suojelemalla ja edistämällä Euroopan kulttuurista ja kielellistä moninaisuutta sekä vaalimalla kulttuurien kirjoa. Ohjelman budjetti on 1,46 miljardia euroa vuosille 2014-2020, josta 56 % on suunnattu median ja 31 % kulttuurin alaohjelmiin, 13 % kohdennetaan monialaiseen toimintalinjaan. Ohjelman tavoitteena on kulttuurialan ja luovien alojen auttaminen digitaaliaikaan ja globalisaatioon sopeutumisessa sekä uusien kansainvälisten mahdollisuuksien ja markkinoiden aukaiseminen. Tavoitteena on myös tavoittaa uusia yleisöjä. (Luova Eurooppa Median alaohjelman www-sivut 2018.)

Elokuvateatteriverkostoille suunnattu tuki sisältyy median alaohjelmaan ja se on tarkoitettu verkostoiksi ryhmittyneille eurooppalaisille elokuvateattereille. Europa Cinemas -verkosto on perustettu 1992 ja tällä hetkellä siinä on 1121 elokuvateatteria ja 2808 valkokangasta 677 kaupungissa ja 44 maassa. Verkoston jäseneksi voi päästä riippumaton eurooppalainen elokuvateatteri seuraavin ehdoin:

- eurooppalaisten elokuvien ensiesitysteatteri (kaikista eurooppalaisista elokuvista 70 % ensiesityksiä, esitettävä viimeistään 12 kuukauden kuluessa elokuvan kotimaisesta ensi-illasta)
- teatterin on oltava ollut auki yleisölle vähintään kuusi kuukautta

- oltava lipunmyynnin ja sisäänpääsyn seurantajärjestelmät
- vähintään yksi valkokangas ja 70 paikkaa, useampisalisissa teattereissa toisten salien minimipaikkojen määrä 50.
- vähintään 300 esitystä/ yhden salin elokuvateatteri ja vähintään 520 esitystä/ useamman salin teatteri
- teatterin katsojamäärä ollut vähintään 15 000 edeltävänä 12 kuukautena
- sijaittava Median alaohjelmaan osallistuvassa maassa ja omistajan oltava tällaisen maan kansalainen joko suoraan tai osake-enemmistön kautta. (Europa Cinemas Media Guidelines 2018; Europa Cinemas www-sivut 2018; Luova Eurooppa Median alaohjelman www-sivut 2018.)

Tuen määrä vaihtelee salien määrän mukaan. Kaksisaliselle teatterille tuki on maksimissaan 18 000 €, josta suuntautuu eurooppalaiseen ohjelmistoon 14 500 euroa ja nuorille 3 500 euroa. Lisäksi on mahdollista saada bonuksia mitä monipuolisemmin ohjelmisto sisältää Euroopan eri kansallisuuksien elokuvia. Lopulliset tukimäärät voivat vaihdella riippuen Euroopan komissiolta tulevasta tukisummasta ja hakijoiden määrästä. (Europa Cinemas Media Guidelines 2018.) Suomessa Suomen elokuvasäätiö vastaa Luovan Euroopan Median alaohjelman asiantuntijapalveluista, tiedotuksesta ja neuvonnasta. Tällä hetkellä Europa Cinemas -verkostoon kuuluvat teatterit Suomessa ovat Kino Iiris (Lahti), Kino Tapiola (Espoo), Arthouse Cinema Niagara (Tampere), Kino Engel (Helsinki) ja Kino Kuvakukko (Kuopio). (Luova Eurooppa Median alaohjelman www-sivut 2018.)

#### 4.2 Lainarahoitus

Rahoituslaitoksien lainoista pankkilainat ovat Suomessa merkittävin vieraan pääoman lähde yrityksen koosta riippumatta. Lainan saatavuus ja lainaehdot perustuvat yrityksen ja pankin välisiin neuvotteluihin, joissa asiakassuhteen laadulla ja pitkäaikaisuudella on suuri merkitys. (Niskanen & Niskanen 2013, 28.) Pankit voivat luotottaa yrityksiä tililuotoilla, lyhyt- ja pitkäaikaisilla luotoilla sekä notariaattiluotoilla. Pääsääntöisesti pankki edellyttää reaalivakuuksia, kuten kiinteistöä tai asunto-osaketta, sekä omistajan antamaa henkilötakausta. Rahoitusyhtiöiden kautta voi hankkia osamaksu-

kaupalla tai leasingsopimuksilla koneita ja laitteita, jolloin ko. koneet tai laitteet toimivat vakuutena. Myös vakuutusyhtiöt myöntävät lainoja, joista yleisin on TEL-takaisinmaksulaina, mutta se on käytössä vasta joidenkin vuosien päästä yritystoiminnan alkamisesta. (Suomen Yrittäjien www-sivut 2018.)

Valtion omistama erityisrahoittaja Finnvera tarjoaa rahoitusta yritystoiminnan alkuun, kasvuun ja kansainvälistymiseen pyrkimyksenään vahvistaa suomalaisten yritysten toimintaedellytyksiä ja kilpailukykyä. Toimintaa ohjaavat erityislainsäädäntö ja valtion asettamat elinkeino- ja omistajapoliittiset tavoitteet. Finnveralla on tarjolla lainoja, takauksia, pääomasijoituksia ja vientitakuuta. Finnvera voi ottaa suurempia riskejä kuin pankit, koska valtio osallistuu luotto- ja takaustappioiden kattamiseen. Finnveran rahoitusta hakevalla yrityksellä tulee olla mahdollisuudet kannattavaan liiketoimintaan pitkällä aikavälillä. Yleensä Finnveran rahoitusosuus on hankkeesta puolet ja lainat ovat kokonaan takaisin maksettavia. Finnveran myöntämät omavelkaiset takaukset voivat olla yrityksellä käytössä vakuutena pankki- ja rahoitusyhtiöiltä saamille luotoille ja muille vastuusitoumuksille. Finnveran takaukset ovat avuksi, jos vakuudet eivät muuten riitä rahoituksen saamiseen. (Leppiniemi & Lounasmeri 2000.)

#### 4.3 Joukkorahoitus

Joukkorahoitus on kasvattanut suosiotaan vauhdilla ja onkin varteenotettava vaihtoehto varsinkin yrityksen tähdätessä kasvuun tai uuden tuotteen lanseeraamiseen (Holopainen 2018, 27.) Joukkorahoituksella viitataan rahoituksen keräämiseen suurelta joukolta eli yleisöltä, usein rahoituskohteena on tietty hanke tai yksittäisen tuotteen rahoittaminen. Joukkorahoitus voi olla tehokas keino rahoituksen saamiseen alkuvaiheessa ja hakijana voi olla mikä yritysmuoto tahansa, saajana ei kuitenkaan voi olla pörssiyhtiö tai yksityishenkilö. Tyypillisesti keräyksessä käytetään internetin joukkorahoituspalveluita, joiden kautta rahoituksen hakijat voivat mainostaa kohdettaan ja kerätä rahoitusta. Joukkorahoitusmuotoja on tarjolla useita, mutta yleisesti käytetään jalkokahtaen pääluokkaan, sijoitusmuotoiseen ja palkkio- tai lahjoitusmuotoiseen. Lainapohjainen joukkorahoitus on myös merkittävä joukkorahoituksen muoto, jossa hankitaan luottoa yleisöltä tiettyjä vastikkeita vastaan. (Honkinen, Innanen, Lindgren, Pello, Rantanen, Siltala & Tuomala 2016.)

Jos joukkorahoitus on sijoituspohjainen, rahoitettava yritys sitoutuu maksamaan rahoittajille sopimuksien mukaan osan tuotoista tai antamaan osakkeita tai muita arvopapereita. Laina- ja sijoitusmuotoisessa joukkorahoituksessa sovelletaan joukkorahoituslakia. Lahjoituspohjaisessa joukkorahoituksessa rahoittaja osallistuu rahoittamiseen joko vastikkeetta tai symbolista vastiketta vastaan. Käytännössä tämä ei kuitenkaan ole Suomessa lain mukaan mahdollista yritystoiminnan rahoittamiseksi. Palkkiopohjainen joukkorahoitus toteutetaan usein rahoitettavan tuotteen ennakkomyynnillä, jolloin rahoittaja saa myöhemmin vastikkeeksi markkinoille tulevan tuotteen. Tämä tarkoittaakin rahoitettavan hankkeen tuotteistamista jo joukkorahoitusvaiheessa. (Honkinen ym. 2016.) Tällä hetkellä valovoimaisimpia joukkorahoitusportaaleita Suomessa lienevät Invesdor Oy, Funded by me, Grow VC Group, Kansalaisrahoitus Oy sekä Mesenaatti (Sekki & Niemi 2016).

#### 4.4 Pääomasijoitukset

Pääomasijoittajat sijoittavat kohdeyritykseen rahaa omistusosuutta vastaan. Pääomasijoittajat voivat olla bisnesenkeleitä tai pääomasijoitusyhtiöitä ja tyypillisesti heidän omistusosuutensa on alle 50 % osakkeista. Sijoitusta vastaan sijoittajat odottavat merkittävää tuottoa ja sijoituksen ehdot määritellään osakassopimuksessa. (Holopainen 2018, 26). Pääomasijoittaja pyrkii yleensä antamaan sijoitettavaan yritykseen myös muuta panosta kuin rahaa, kuten esimerkiksi asiantuntemusta johtamismenetelmien kehittämiseen tai asiakassuhteiden luomiseen. (Leppiniemi & Lounasmeri 2000.)

Bisnesenkeli on kasvuyrityksiin sijoittava yksityishenkilö, joka osallistuu yrityksen toimintaan esimerkiksi hallituksen jäsenenä tai auttamalla kontaktiverkoston ja yhteyksien luonnissa. Tavanomaisesti sijoitus on kestoaltaan 2-4 vuotta ja määrältään 10 000 – 150 000 euroa. (Suomen Bisnesenkelit ry:n www-sivut 2019.) Yritykset, jotka sijoittavat pääoman ehtoisia sijoituksia muihin hyviin kehittymismahdollisuuksiin omaaviin yrityksiin edistäen niiden toimintaa, kutsutaan kehitysyhtiöiksi. Kehitysyhtiöt omistavat yleensä enemmistöosuuden ja toiminnan vakiinnuttua ne voivat myydä osuutensa. Vähemmistöosakkuuksia omistavia, mutta vastaavaan tapaan kuin

kehitysyhtiöt toimivia yrityksiä kutsutaan ns. venture capital -yhtiöiksi. Pääomasijoitusyhtiöt ovat yleensä osakeyhtiöistä. (Leppiniemi & Lounasmeri 2000.)

## 5 PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilu ja palveluiden tuotteistaminen luovat hyvät mahdollisuudet asiakaslähtöisten palveluiden kehittämiseen (Hiltunen 2017, 4). Palvelumuotoilussa (service design) palveluita kehitetään tuomalla muotoilusta tutut toimintatavat ja yhdistetään ne perinteisiin menetelmiin, toisin sanoen siis yhdistetään vanhoja asioita uudella tavalla. Palvelumuotoilu on yleinen ajatustapa, prosessi ja työkaluvalikoima, joiden avulla päästään käsiksi palveluiden kehittämiseen. Jatkuvasti kehitettävän palvelumuotoilun avulla organisaatiot pystyvät havaitsemaan palveluiden strategisia mahdollisuuksia liiketoiminnassa, innovoimaan uusia ja kehittämään jo olemassa olevia palveluita. Palvelumuotoilun keskeinen tehtävä on tehdä palvelu näkyväksi visualisoinneilla ja prototyypeillä ja tavoitteena on luoda taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä toimivia palvelutuotteita, joissa yhdistyy sekä käyttäjien tarpeet ja odotukset että palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet. (Tuulaniemi 2011, 14-15, 30-32, 44.) Palvelumuotoilu perustuu oppimiseen kokeilujen kautta eikä prosessi etene lineaarisesti. Palvelumuotoilussa palveluiden tarkkailu ja kehittäminen on jatkuva prosessi. (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun 2013.)

Muotoiluprosessissa lähdetään ideoimaan ratkaisuja asiakkaan tarpeelle (Hiltunen 2017, 7). Palvelun keskiössä on ihminen ja palvelumuotoilussa puhutaan asiakkaan palvelukokemuksesta. Koska asiakas muodostaa jokaisesta palvelutapahtumasta henkilökohtaisen kokemuksen subjektiivisesti päänsä sisällä eikä itse palvelukokemusta pystytä suunnittelemaan, pyritään palvelumuotoilun avulla luomaan asiakkaalle mahdollisimman positiivinen palvelukokemus. Tähän päästään palveluprosessin, työtapojen, tilojen ja vuorovaikutuksen optimoinnilla sekä poistamalla palvelua häiritsevät asiat. Optimoinnissa tulee keskittyä asiakaskokemuksen kriittisiin pisteisiin. (Tuula-

niemi 2011, 15.) Käyttäjä- ja ihmiskeskeisyys sekä eri osapuolien osallistaminen suunnitteluun ovatkin palvelumuotoilussa suunnittelun lähtökohtana (Jyrämä & Mattelmäki 2015, 27).

Palvelupolku tulee kuvata vaiheittain ja se tulee aloittaa jo ajasta ennen palvelun varsinaisen käytön aloittamista, jolloin voidaan huomioida ja kehittää ratkaisuja palveluiden käytön estäviin haasteisiin (Hiltunen 2017, 14). Palvelukokonaisuuden prosessi kuvataan palvelupolulle, missä aika-akselille kuvataan vaiheittain, miten asiakas kulkee ja kokee palvelut. Kuviossa 10 nähdään, miten palvelupolku jaetaan eripituisiin palvelutuokioihin. Toinen vaihtoehto jakaa palvelupolku eri vaiheisiin on määrittellä asiakkaalle muodostuva arvo. Tällöin palvelupolun vaiheet ovat esipalvelu (arvon muodostumisen valmistelu), ydinpalvelu (asiakas saa varsinaisen arvon) ja jälkipalvelu (asiakaskontakti varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen). (Tuulaniemi 2011, 38-39.)



Kuvio 10. Palvelutuokiot palvelupolulla (Tuulaniemi 2011, 39)

Palvelupolun kuvaamisella helpottuu kontaktipisteiden hahmottaminen, joiden kautta muodostuu asiakaskokemus (Hiltunen 2017, 14). Kuviossa 11 on kuvattu, miten jokainen palvelutuokio sisältää useita kontaktipisteitä, joiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun. Ihmiset, ympäristöt, esineet ja toimintatavat voivat olla kontaktipisteitä ja näissä palveluntarjoaja voikin vaikuttaa asiakkaaseensa kaikilla mahdollisilla aistiärsykkeillä, kuten äänillä, valoilla, väreillä, tuoksuilla, mauilla ja materiaaleilla. (Tuulaniemi 2011, 38-39.)





Kuvio 11. Palvelutuokio koostuu kontaktipisteistä (Tuulaniemi 2011, 39)

Ihmiskontaktipisteissä arvoa itselleen tuottava asiakas pyritään palveluhenkilöstön toimintatavoilla ohjaamaan asiakkaille määritellyille toiminta-alueille. Asiakkaan palvelupolku ja kontaktipisteet on suunniteltu ennalta ja tyypillisimmin asiakaspalvelijoille on määritetty työasut ja käyttäytymiskoodit. Ympäristöt kontaktipisteinä voivat olla hyvin erilaisia, joko fyysisiä tiloja tai virtuaalisia, digitaalisia ympäristöjä. Näillä kaikilla on erittäin suuri merkitys siihen, että palvelu onnistuu. Fyysisellä ympäristöllä voidaan ohjata ihmisten käyttäytymistä ja vaikuttaa asiakkaiden mielialaan. Virtuaalisissa tiloissa, kuten internetsivuilla, on käyttöliittymä olennainen osa palvelun kuluttamisen onnistumista. Erilaiset fyysiset tavarat liittyvät usein myös palvelun tuotantoon ja kuluttamiseen. Usein palveluissa tavaroiden avulla myös todistetaan käyttöoikeus palveluun, kuten pankkikorteilla, matkalipuilla tai elektronisilla avaimilla. Toimintatavat kontaktipisteenä tarkoittavat palveluhenkilökunnan sovittuja ja palveluun kuuluvia toimintatapoja ja käyttäytymismalleja, joita on voitu vakioida. (Tuulaniemi 2011, 40.)

Palvelua suunniteltaessa tulisi ottaa huomioon palvelun helppo ostaminen ja käyttö, mutta myös palvelun elämyksellisyys ja kokemuksen merkityksellisyys. Palvelumuotoilussa muotoillaan konkreettisesti esimerkiksi tiloja, esineitä, työntekijöiden vaatteita ja näiden kautta kokonaisuutta. Parhaimmillaan palvelukokemus onkin liikahdus asiakkaan sisimmässä. Kun asiakkaalle jää muistijälki, hän sitoutuu ja suosittelee palvelua myös muille. Tulevaisuuden kilpailutekijöinä ovat palvelu, laatu ja kokemus

sekä näihin linkittyvä jatkuva vuorovaikutus asiakkaiden kanssa. (Kalliomäki 2014, 46, 66.)

Tunnelmamuotoilun avulla pystytään luomaan sopivia olosuhteita, tekemisen tapoja sekä vuorovaikutusta tuottavuuden, luovuuden ja tehokkuuden lisäämiseksi. Tunnelma tarttuu aina ja jos sitä ei muotoilla tai johdeta, tunnelma voi olla sattumanvaraisesti joko hyvää tai huonoa. Tunnelman kokemukset ovat yksilöllisiä, ja jotta voidaan tuottaa paremmin haluttuja kokemuksia ja tunnelmaa, pitää ymmärtää mistä erilaisuus syntyy. Tunnelmaan vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi erilaiset aistikokemukset ympäristöstä, tavat toimia, ihmisten välinen vuorovaikutus sekä yksilön odotukset, tarpeet, muistot ja mielikuvat. Tunnelmamuotoilun tarkoituksena onkin luoda tiedettä ja taidetta yhdistelemällä hetkessä syntyviä kokemuksia, ja kohtaamiseen tulee jättää tilaa myös luovuudelle, spontaaneille ratkaisuille sekä improvisaatiolle. Yksityiskohdat luovat hyvän tunnelman ja tuottavat mielihyvää, joka voi olla välitöntä, itselle syntyvää tai välillistä, toiselle tuotettua. Tulevaisuudessa tullaan varmasti kilpailemaan tunnelmalla, koska kuluttajat kaipaavat elämyksiä ja fiilistelyä. (Rantanen 2016, 11-15, 33.)

Tarinälähtöisen palvelumuotoilun eli tarinallistamisen avulla innovoidaan, kehitetään ja suunnitellaan yritykselle elämyksellinen ja tarinallinen kehys. Tarinallistamisen avulla yritys erilaistuu ja sille voidaan suunnitella uusia palvelukonsepteja tai kehittää jo olemassa olevia palveluita elämyksellisimmiksi. Tarinallistamisen prosessissa yrityksen palveluympäristö ja palvelut suunnitellaan tukemaan tarinaa, joka heijastaa yrityksen arvoja, asiakkaiden elämäntyyliä ja arvoja, yrityksen osaamista ja visiota. Asiakkaille tulisi tarjota kiehtovia kokemuksia, pelillisyyttä, yllätyksiä, viihtymistä ja uusia oivalluksia. Tarinan tullessa todeksi asiakaskohtaamisten kautta, siitä tulisi palvelussa kertoa kaikilla kerronnan keinoilla. Kun tarina on hyvin kerrottu, sen kautta kokija motivoituu osallistumaan ja uskaltaa heittäytyä osaksi tarinaa. (Kalliomäki 2014, 13-15.)

## 5.1 Palvelumuotoilu liiketoiminnassa

Palvelumuotoilulla organisaatiot saavat loogisen toimintamallin, missä liiketoiminnan ja organisaation tavoitteet on yhdistetty asiakkaan näkökulmaan. Palvelumuotoilussa kovat ja pehmeät arvot on nostettu tasavertaisiksi osapuoliksi. Asiakkaiden tarpeet ja vaatimukset ovat kasvaneet ja teknologia- ja tuotantolähtöisyydestä ollaan siirtymässä tarve- ja asiakaslähtöiseen arvoajatteluun, joten liiketoiminnassa palvelumuotoilun monikulmainen lähestymistapa on nousemassa tärkeäksi. Organisaation strategisessa suuntaamisessa, toiminnan fokusoimisessa asiakaslähtöiseksi, sisäisten prosessien kehittämässä, brändin ja asiakassuhteen syventämisessä sekä uusien ja jo olemassa olevien palveluiden kehittämässä ovat näkyvissä palvelumuotoilun liiketoiminnalliset edut. (Tuulaniemi 2011, 44-45.) Palveluiden tuotteistamisella pystytään yhtenäistämään palvelutoimintaa toistettavuuden ja tehokkuuden avulla (Hiltunen 2017, 7).

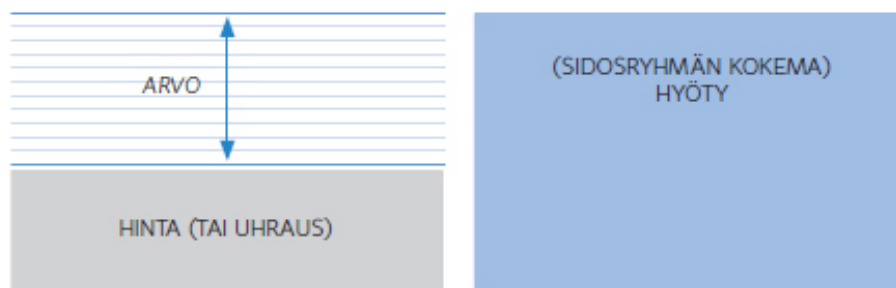
Sekä asiakkaan että palveluntuottajan on molempien oltava tyytyväisiä palveluiden tuottamisesta. Toiminnan on oltava palveluntarjoajalle taloudellisesti kannattavaa ja asiakkaan on saatava ilahduttavia palveluita. Asiakas haluaa palvelun olevan hyödyllistä, käytettävää, johdonmukaista ja haluttavaa ja näitä ominaisuuksia palveluntarjoaja voi lähestyä seuraavilla kysymyksillä:

- Hyödyllisyys – Kuinka hyvin asiakkaiden tarpeisiin vastataan palvelulla?
- Saatavuus – Mitkä ovat parhaiten toimivat jakelukanavat?
- Käytettävyys – Kuinka vaivatonta palvelun käyttö on?
- Kokemus – Millainen käyttäjäkokemus on?
- Erottuminen – Kuinka palveluista tehdään erottuva, ainutlaatuinen ja mieleenpainuva?

Näiden lisäksi asiakkaat haluavat palvelun olevan myös yksilöllistä, mieleenpainuvaa, vaivatonta, lopputulokseltaan luotettavaa, jotakin mahdollistavaa tai enemmän kuin asiakas itse saisi aikaan. Yritykset puolestaan toivovat tuloksellisuutta, tehokkuutta ja erottuvuutta. (Tuulaniemi 2011, 48-49.)

## 5.2 Arvo ja sen muodostuminen

Organisaatioiden perustehtävänä on niin merkityksellisen arvon luominen asiakkaille, että asiakkaat ovat valmiita maksamaan siitä. Yrityksen omistajat määrittelevät minkä tyyppistä yrityksen tuottama arvo asiakkailleen on. Organisaatioiden asiakkailleen tarjoamalla arvolla tarkoitetaan hyödyn ja hinnan välistä suhdetta, kuten Kuviossa 12 kuvataan. Arvo on sidosryhmän kokema hyödyllisyys ja se on aina suhteellista. Arvo määräytyy ainoastaan jonkun kokiessa asialla olevan jonkun arvon ja se voi olla niin taloudellista kuin vaivannäköä hankinnan eteen. Arvo voidaan jakaa laadulliseen sekä määrälliseen arvoon. Esimerkiksi muotoilu ja asiakaskokemus ovat laadullista arvoa, hinta ja tekninen laatu määrällistä. (Tuulaniemi 2011, 16.)



Kuvio 12. Organisaation asiakkailleen tarjoama arvo (Tuulaniemi 2011, 16)

Ymmärrettävyyttä palveluista ja niiden tuottamasta arvosta voidaan lisätä tuomalla toiminta läpinäkyväksi dokumentoidulla palvelumallilla (Hiltunen 2017, 7). Arvonmuodostumisen elementtien avulla voidaan suunnitella arvontuotantoprosessi yksityiskohtaisemmin. Elementtejä ovat brändi ja status, helppokäyttöisyys, hinta, muotoilu, ominaisuudet, tekemisen helpottaminen, saavutettavuus, säästö, tuoteräätälöinti, uutuusarvo ja riskien pienentäminen. Lisäarvon tuottaminen on kilpailutekijä ja arvon lisäämistä asiakkaalle voidaan saavuttaa joko alentamalla tuotteen hintaa tai lisäämällä tuotteesta saatua ja asiakkaan kokemaa hyötyä. (Tuulaniemi 2011, 17-20.)

Käyttöarvo sopii paremmin palveluliiketoimintaan arvon näkökulmaksi. Asiakas tuottaa itse arvoa nauttiessaan palveluntarjoajan tarjoamaa palvelua ja palveluntuottajan tehtävänä on asiakkaan arvontuotannon mahdollistaminen ja tukeminen. Palvelupro-

sessissa palveluyritys siis mahdollistaa asiakkaan arvontuotantoprosessin palvellessaan asiakkaita tarjoamalla resursseja ja palveluprosesseja. Arvon luontiin osallistuvat siis sekä asiakas että asiakas ja palveluntarjoaja yhdessä. (Tuulaniemi 2011, 20.)

### 5.3 Palvelumuotoilun työkalut

Benchmarkkauksen perustana on kiinnostus menestyvien organisaatioiden toimimiseen ja menestymiseen, joiden menestyksen syitä tai hyviä tapoja pyritään oppimaan. (Ojasalo 2014, 186). Benchmarkkauksessa on tavoitteena oppia toisten parhaista käytännöistä ja kehittää omaa toimintaa vertailemalla alan toimijoiden strategiavalintoja, tuotteita, palveluita ja toimintatapoja. Benchmarkkauksessa tutkitaan, havainnoidaan, vertaillaan, arvioidaan ja ollaan kiinnostuneita muiden organisaatioiden toiminnasta. Benchmarkkauksen avulla voidaan hyödyntää muiden jo käyttämiä hyviä toimintatapoja, välttää toisten tekemiä virheitä, hyödyntää toisen toimialan logiikkaa, tehdä strategiavalintoja, muuttaa toimialan pelisääntöjä tai erottua positiivisesti. Benchmarkkaus ei välttämättä onnistu suoraan vertailtavien yritysten kanssa, joten tietoa voi hankkia myös internetin kautta, jalkautumalla kauppoihin tai tekemällä testiostoja (mystery shopping). Aina pitää kuitenkin toimia lakien ja hyvien tapojen mukaan. (Tuulaniemi 2011, 59-60.)

Käyttäjätarinoilla voidaan palvelumalliin saada lisää syvyyttä testaamalla asiakkaan kokemuksia palvelupolun eri vaiheissa (Hiltunen 2017, 18). Asiakasprofiileihin on kiteytetty tietyn ryhmän kuvaus asiakastutkimuksissa esiin nousseista toimintamalleista ja toiminnan motiiveista. Tärkeää olisi havainnoida suurten ryhmien toteuttamat toimintamallit, joiden perustalle voidaan rakentaa ratkaisuja ja palveluita. Palvelumuotoilussa on erinomaisen asiakaskokemuksen tuottamiseksi erittäin tärkeää ymmärtää asiakkaan arkea ja arvonmuodostusta, jotta pystytään suunnittelemaan ja ymmärtämään kenelle palveluita kehitetään ja miksi. Hyvin rakennettuja asiakasprofiileja voidaankin käyttää suunnittelutyökaluna, ideoinnissa, päätöksenteossa ja palvelukonseptoinnissa. (Tuulaniemi 2011, 68.)

Palvelun liiketoimintamallin suunnittelu on erittäin tärkeää, koska liiketoimintamallin innovoinnin on todettu tuottavan yhtä kehityseuroa kohti lähes kymmenkertaisen tuoton. Business Model Canvas on työkalu, mikä on kehitetty liiketoimintamallin kehittämiseen. Se on yhdeksään osaan jaettu taulu tai piirtoalue, minkä avulla pystytään visuaalisesti käymään läpi, ideoimaan ja kehittämään liiketoimintamallia. Työkalun avulla pystytään paremmin hahmottamaan organisaation liiketoiminnan kannalta keskeisiä toimintoja sekä tuomaan havainnollisesti esiin eri toimintojen välistä vuorovaikutusta. Business Model Canvasissa tuodaan esiin myös se, kuinka organisaatio luo ja mahdollistaa arvon muodostumisen asiakkailleen. Business Model Canvasissa käsitellään seuraavat asiat:

- asiakassegmentit
- arvolupaus
- arvolupauksen jakelukanavat
- asiakassuhde
- ansaintamalli
- resurssit
- ydinprosessit
- kumppanuudet
- kulurakenne.

Näiden yhdeksän kohdan muutoksien vaikutusten arvioinneilla voidaan ideoida, arvioida ja kehittää optimaalisinta liiketoimintamallia. (Tuulaniemi 2011, 77-78.) Business Model Canvasin etuina ovat helppokäyttöisyys ja kattavuus, mallin tekoon tarvitaan vain kynä ja paperia. Liiketoimintamallien kehittämisessä kannattaakin luoda useita erilaisia malleja, joita vertailemalla ja yhdistelemällä saadaan aikaan lopullinen liiketoimintamalli. (Ojasalo 2014, 184.)

Palvelun suuri kuva ja keskeinen idea kuvataan konseptissa, missä esitetään tarina palvelun suuremmista linjoista. Palvelukonsepti sisältää palvelupolun palvelutuokioineen ja kontaktipisteineen, siinä ei ole tarkkoja yksityiskohtia. (Tuulaniemi 2011, 82.) Sisältö on konseptin kuvaamisessa tärkeää, mutta visuaalinen esitystapa auttaa kokonaisuuden hahmottamisessa ja herättää mielenkiinnon. Kuvauksella tai mallilla voidaan konkretisoida abstraktit asiat ymmärrettävään muotoon. (Hiltunen 2017, 13.)

Skenaariot eli tulevaisuuden käsikirjoitukset ovat joko visuaalisia esityksiä tai tekstiä, joilla kuvataan tulevaisuutta ja suunniteltavaa palvelua. Yleensä skenaarion luominen aloitetaan tulevaisuuden toimintaympäristön hahmottamisesta eli kuvataan paikkaa, missä palvelut tuotetaan ja ihmisten toimintaa siellä. Tämän jälkeen skenaarioon voidaan tuoda tietoa tutkimuksista saaduista asiakastarpeista. Kuvallinen skenaario helpottaa kommunikointia suunnitteluun osallistuvien osapuolten kesken. (Tuulaniemi 2011, 88-89.) Kuvakäsikirjoituksen avulla voidaan kuvata käyttäjän tarina tietyn palvelupolun alusta loppuun, jolloin saadaan selville palvelun toiminnan lisäksi myös sen käyttäjälle tuottama arvo (Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun 2013).

Service Blueprintissä eli palvelumallissa määritetään ja kuvataan palveluprosessi kronologisessa järjestyksessä toiminto toiminnolta, ja se on hyvä työkalu pitkienkin palveluketjujen kehittämiseen. Palvelumallissa kertomus siis muunnetaan toteutusmalliksi ja siinä kuvataan visuaalisesti palvelun tuottaminen, siihen vaadittavat resurssit sekä asiakkaiden kytkeytyminen tuotantomalliin. Blueprintin avulla on mahdollista laskea myös palvelun tuottamisesta aiheutuvia kuluja. Kuvauksessa jaetaan toimintalogiikkaan perustuen toiminnot näkyvään ja näkymättömään eli asiakkaan kokemiin asioihin (palvelun näyttämö) ja palveluntuottajan toimintaan näkyvän palvelun taustalla (backstage). (Tuulaniemi 2011, 90-93.) Palvelumallilla on tarkoitus kuvata palveluprosessin kokonaisuus objektiivisesti, ja kun henkilöstö, asiakkaat ja johtajat ymmärtävät sen samalla tavalla, palveluiden kehittämisestä on helpompi keskustella (Ojasalo 2014, 178).

Palvelumallin voidaan ajatella toimivan karttana opastamaan toivottuun lopputulokseen ja jotta kartasta saa riittävän informaation, se tulee kuvata tarkoituksenmukaisella tarkkuudella (Hiltunen 2017, 16). Palvelumallissa palvelun tai palveluketjun toiminnot jaetaan uimarata-kaavioon neljälle tasolle. Merkittävin hyöty saadaan ensimmäisellä radalla kuvattavasta palveluntarjoajan asiakkailleen tuottamasta arvoketjusta, missä on tärkeää kuvata kohtaamiset kaikkien aistien näkökulmasta. Kuvattujen kohtausten avulla voidaan saada potentiaalisilta asiakkailta arviointeja laadusta, hintavaihtoehtoista, elämyksellisyydestä tai siitä, ylittääkö palvelu asiakkaan ennakkoodotukset. Toisella tasolla kuvataan suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa toteutettavat palveluntuottajan teot, kolmannella asiakkaan palveluketjun aikana käyttä-

mät interaktiiviset tekniset laitteet ja neljännellä asiakkaalle näkymätön, kuitenkin toteuttamiseksi välttämätön osa palvelutuotannosta. Asiakasnäkökulmasta tehtynä Blueprintillä pystytään tuomaan esille arvontuottomahdollisuuksia, kun taas palveluntuottajanäkökulmasta tehtynä saadaan esille palvelujen tuottamiseen liittyviä haasteita. Tärkeää onkin kehittämisen lopputuloksen kannalta käydä läpi asiakasnäkökulmasta mahdollisuudet ennen toteuttamisen haasteita. (Tuulaniemi 2011, 92.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 6.1 Käytettävät menetelmät

Kyseessä oli sekä kvalitatiivinen eli laadullinen että kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa lähtökohtana on kuvata todellista elämää. Kohteen tutkimisen tulisi tapahtua mahdollisimman kokonaisvaltaisesti, koska tapahtumat eivät todellisuudessa ole irrallaan toisistaan vaan tapahtuvat samanaikaisesti muokaten toinen toistaan. Arvolähtökohdat sekä aiemmat tiedot ja ennakoasenteet muovaavat tutkijan ymmärrystä tutkimastaan ilmiöstä, koska niistä ei voi sanoutua irti. Koska tulokseksi voidaan saada vain johonkin aikaan ja paikkaan rajoittuvia ehdollisia selityksiä, todetaan kvalitatiivisen tutkimuksen pyrkivänkin löytämään tai paljastamaan tosiasioita väittämien todentamisen sijasta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen tein tapaustutkimuksena sekä kyselylomakkeessa olleilla avoimilla kysymyksillä. Hirsjärven ym. (2009, 134-135) mukaan tapaustutkimuksella saadaan yksittäisestä tapauksesta tai pienestä toisiinsa suhteessa olevasta joukosta yksityiskohtaista ja intensiivistä tietoa. Tyypillisesti tapaustutkimuksen tavoitteena on ilmiöiden kuvailu. Kvalitatiiviset asiantuntija- ja teemahaastattelut tein henkilökohtaisina tapaamisina sekä puhelinhaastatteluina. Teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit, teema-alueet, ovat tiedossa kysymysten tarkkojen muotojen, laajuuden ja järjestyksen vaihdellessa haastatteluista toiseen. Käsiteltävistä asioista tulee haastattelijalla olla jonkinlainen tukilista. (Eskola & Suoranta 1998, 63.)



Teemahaastattelussa keskeisiä ovat ihmisten tulkinnat ja heidän antamat merkitykset asioille sekä merkitysten syntyminen vuorovaikutuksessa. Teemahaastattelu ei ole syvähaastattelun tapaan täysin vapaa ja siitä puuttuu strukturoidun lomakehaastattelun tarkat kysymysmuodot ja järjestys, teemahaastattelua voikin sanoa puolistrukturoiduksi menetelmäksi. Tavallisin tapa tehdä haastattelut ovat yksilöhaastattelut, mahdollisia ovat myös ryhmä- ja puhelinhaastattelut. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 48, 61-64.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeisenä piirteenä on ajatus todellisuuden rakentumisesta objektiivisesti todettavista tosiasioista. Näitä tosiasioita havainnoimalla saadaan kaikki tieto loogisesti päättelämällä ja suorilla aistihavainnoilla. Määrällisessä tutkimuksessa keskeistä ovat aiempien tutkimusten johtopäätökset, aiemmat teorit, hypoteesit ja käsitteiden määrittelyt. Havaintoaineiston tulee soveltua määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen. Tutkimuksessa tulee määritellä pätevä perusjoukko, josta otetaan otos. Muuttujista muodostetaan taulukkoja ja aineistosta tilastoja. Havaintoaineiston tilastollisten analysointien perusteella tehdään päätelmiä ja tuloksia kuvailaan esimerkiksi prosenttitaulukoiden avulla. (Hirsjärvi ym. 2009, 139-140.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen tein kyselytutkimuksena, mikä on survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä. Survey-tutkimuksella pystytään tiedonkeruuseen standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä ja sillä pyritään tyypillisesti ilmiön kuvailuun, vertailuun ja selittämiseen kerätyn aineiston avulla. Survey-tutkimuksella kerätään standardoitua, täsmälleen samanlaista tietoa kaikilta vastaajilta. Kyselystä saatava aineisto käsitellään yleensä kvantitatiivisesti. Etuja kyselytutkimuksella on sen tehokkuus ja mahdollisuus kerätä laaja aineisto suurelta ihmisryhmältä ja kysyä monia asioita. Huolellisella suunnittelulla on mahdollista käsitellä ja analysoida aineisto nopeasti tietokoneen avulla. Aikataulu ja kustannukset ovat myös melko tarkasti arvioitavissa. Ongelmia voi kuitenkin tulla tulosten tulkinnassa ja tavallisimpana heikkoutena on pidetty aineiston pinnallisuutta. Kyselyn aineisto voidaan kerätä posti- ja verkkokyselynä tai kontrolloituna kyselynä joko informoituna tai henkilökohtaisesti tarkistettuna. (Hirsjärvi ym. 2009, 134-135, 193-196.)

## 6.2 Aineiston kerääminen ja analysointi

Kyselyn tavoitteena oli saada tietoa Pohjois-Satakunnan ja varsinkin kankaanpääläisten asukkaiden palvelutarpeista ja kysynnästä elokuvateatterin suhteen, joten valitsin kyselytutkimuksen joukoksi Pohjois-Satakunnan alueen asukkaat. Pohjois-Satakunnan alueella on asukkaita noin 19 000, joista kankaanpääläisiä 11600 asukasta (Sata-Mittari www-sivut 2018). Otantatutkimus on hyvä, jos perusjoukko on suuri ja tiedot halutaan nopeasti. Otostutkimuksissa tulisi aina käyttää todennäköisyysotantaa. Jos tutkittavia ei valita todennäköisyysotantaa käyttäen ja kysely on vapaasti saatavilla verkossa, syntyy itsevalikoitunut näyte (Heikkilä 2014, 31, 38-39). Tavoitteenani oli saada otokseksi valtakunnallisten kyselytutkimusten viitearvona pidetty 500 – 1000 henkilöä. Käytössäni ei kuitenkaan ollut perusjoukkoa kuvaavia rekistereitä tai muita tiedostoja poiminnan tekemiseen, joten varmistin asuinpaikan mukaisella kiintiöpoiminnalla, että kankaanpääläisiä vastaajia oli ainakin puolet eli vähintään 250. Kiintiöpoimintaa käytetään usein markkinatutkimuksissa ja vaaligallupeissa, jolloin etukäteen päätetään mukaan otettava otos. Tutkimusta jatketaan, kunnes tämä kiintiö tulee täyteen. (Heikkilä 2014, 39.)

Tein Satakunnan ammattikorkeakoululla käytössä olevalla Eduix Oy:n ohjelmalla sähköisesti täytettävän e-lomakkeen (Liite 2), jonka vastausvaihtoehdot koodasin. Tavoitteenani oli luoda mahdollisimman selvä, lyhyt ja helposti vastattava kyselylomake, koska Hirsjärven ym. (2009, 198) mukaan lomakkeen laadinnan ja kysymysten tarkan suunnittelun avulla voidaan tehostaa tutkimuksen onnistumista. Heikkilä (2014, 16) toteaa jopa kyselylomakkeen ulkonäön vaikuttavan päätökseen, vastaako vastaaja kyselyyn. Jotta henkilö valikoi verkkokyselyyn osallistumisen, hänen tulee ensinnäkin saada tieto kyselystä. Valikoitumiseen vaikuttavat myös mahdollisuus käyttää internetiä sekä henkilön kiinnostus kyselyyn vastaamiseen. (Laaksonen ym. 2013.) Eräkato näkyy yksittäisten muuttujien arvojen puuttumisena ja yksikkökadoksi sanotaan tilastoyksikön puuttumista kokonaan (Heikkilä 2014, 42). E-lomakkeelta ei saanut tietoja palauttamattomista, kesken jääneistä vastauksista. En myöskään antanut vastaajille mahdollisuuksia jättää vastaamatta kysymyksiin. Kyselyssäni ei siis ollut lainkaan eräkatoa, mutta yksikkökatoa eli vastaamattomuutta oli varmasti. Tutkimuksen heikkoutena oli, ettei yksikkökatoa voi tässä tapauksessa mitata. En pitänyt tätä kuitenkaan

tutkimuksessani tärkeänä, koska pidin tärkeämpänä sitä, että saan tarpeeksi kankaanpääläisiä vastaajia.

Kyselylomake laadittiin tulevien yrittäjien tarpeiden pohjalta. Kysymyksiä oli kaksikymmentä, joista viimeiset viisi sisälsivät vastaajien taustatiedot. Kysely toteutettiin nimettömänä ja henkilöitä ei pystynyt mitenkään yhdistämään vastauksiin, joten henkilökisteriselosteita ei ollut tarpeellista tehdä (Tietosuojavaltuutetun puhelinneuvonta 2018). Tyypiltään lomake oli puolistrukturoitu eli kysymyksistä osa oli avoimia, osa suljettuja monivalintakysymyksiä ja osa suljettuja mielipidetiedusteluja Likertin asteikkotyypisin vastausvaihtoehdoin. Halusin ottaa mukaan myös avoimia vastausvaihtoehtoja, koska niiden avulla voidaan saada esiin näkökulmia, joita ei tutkija ole huomannut etukäteen ajatella (Hirsjärvi ym. 2009, 199). Valitsin suljetut monivalintakysymykset, koska halusin tehdä vastaamisesta helppoa ja Heikkilän (2014, 49) mukaan suljettuihin monivalintakysymyksiin on nopea vastata. Ennen varsinaista tutkimusta lomakkeen valmistelussa on välttämätöntä käyttää pilottitutkimusta apuna näkökohtien tarkistamiseksi ja kysymysten muodon korjaamiseksi (Hirsjärvi ym. 2009, 204). Lähetinkin kyselylomakkeita etukäteen testattavaksi ystäville ja sukulaisille. Tein pilottitutkimuksen ja korjaukset viisi kertaa, ennen kuin kyselylomake oli valmis otettavaksi käyttöön.

Kyselylomake oli avoimena verkossa 15.3.-15.4.2018 ja ilmoitin vastaajille kuukauden vastausajasta, mitä olisin tarvittaessa pidentänyt tavoitteellisen otoskoon saamiseksi. Päätin mainostaa kyselyä laajasti, jotta mahdollisimman moni Pohjois-Satakunnan ja varsinkin Kankaanpään asukkaista sai mahdollisuuden vastata kyselyyn. Loin Facebook-sivun ”Elokuvateatteri Kankaanpähän?” ja Instagram-tilin ”elokuviin\_kankaanpaahan”, joilla mainostin kyselyä ja kaikki halukkaat pystyivät jakamaan vastauslomakkeen ja fb-sivujen linkkiä eteenpäin. Olin yhteydessä Kankaanpään kaupungin viestintäpäällikköön, joka jakoi kyselylinkin myös kaupungin omilla Facebook-sivuilla (Liite 3). Osallistuin näytteilleasettajana Kortteeri-hankkeen ja Kankaanpään kaupungin järjestämään Kulttuurikampuksen ja keskustan kehittämisen avoimeen työpajaan 5.4.2018. Siellä markkinoin kyselyä lisää ja tarjosin vastausmahdollisuutta niin sähköisesti kuin tulostamillani vastauslomakkeilla. Halusin tarjota vastausmahdollisuuden myös paperilla, koska verkkokyselytutkimuksissa tavoiteperus-

joukosta saattaa puuttua varsinkin vanhempi väestönosa, joilla ei ole internetin käyttömahdollisuutta (Laaksonen ym. 2013). Sain Kankaanpään museolta rekvisiitaksi työpajaan valokuvia Kankaanpään vanhoista elokuvateattereista, jotka houkuttelivat ihmisiä luokseni keskustelemaan aiheesta. Työpajan yhteydessä minua haastateltiin Kankaanpään Seutuun ja kyselystä julkaistiin juttu Kankaanpään Seudun sähköisessä ja printtiversiossa, myös Kankaanpään kaupunki kertoi hankkeestani Facebook-sivuiltaan (Liite 4).

Aineiston käsittelyn aloitin kesällä 2018. Tallensin e-lomakkeen koodattujen vastausten datatiedoston Exceliin. Analysoinnissa käytin Statgraphics XVII -tilasto-ohjelmaa, taulukot ja kuviot loin Excelillä. Kyselystä saadut tulokset olivat sekä laadullisia että määrällisiä. Määrällisessä analyysissä käytin tilastollista kuvailua, mitä havainnollistin graafisesti. Tämä analyysimenetelmä on hyvä esimerkiksi ilmiöiden määrien, yleisyyden, jakautumisen ja luokkiin jäsentymisen toteamisessa (Jyväskylän yliopiston Koppa www-sivut 2019). Laadullisessa analyysissä käytin luokittelua. Luokittelun avulla tutkimuskohteista voidaan muodostaa ryhmittelyjä, jotka muistuttavat toisiaan (Jyväskylän yliopiston Koppa www-sivut 2019).

Teoreettisen tiedon tutkimisen ja verkkokyselyn lisäksi käytin tässä opinnäytetyössä laadullisen tutkimuksen tiedonkeruutapaa asiantuntijahaastatteluiden toteuttamiseksi. Päätin haastatteluita suunnitellessani toteuttaa ne yksilöhaastatteluina käyttäen teemahaastattelun tekniikkaa. Teemahaastattelussa kysymyksillä ei ole tarkkoja muotoja tai järjestystä, mutta haastattelun teema-alueet ovat tiedossa (Hirsjärvi ym. 2009, 208). Teemahaastattelussa käytin harkinnanvaraista otantaa ja valitsin asiantuntijoita Kankaanpään kaupungilta, Satakunnan ammattikorkeakoulusta sekä eri rahoitustahoilta. Elokuvateatterialan yrittäjät valitsin asiantuntijoiksi Suomen elokuvasäätiöstä saamani vinkin avulla sekä lehtihaastatteluista saamani tietojen pohjalta. Kaupungin ja rahoituksen asiantuntijat selvitin ottamalla yhteyttä eri tahoihin ja kysymällä, kuka oli oikea asiantuntija vastaamaan kysymyksiini. Hirsjärven ym. (2009, 182) mukaan laadullisen aineiston keruussa tutkija voi alkaa kerätä tietoa päättämättä etukäteen tutkittavien tapausten määrää. Tällöin esimerkiksi haastatteluita voi tehdä niin kauan kuin ne tuovat uutta tietoa. Koska elokuva-ala oli minulle vieras ja aikatauluni olivat joustavat, pystyin haastattelemaan monia eri tahoja. Haastatteluita varten tutustuin jo etukäteen teoriatietoon, jotta pystyin suunnittelemaan haastatteluiden rungot teemoittain.

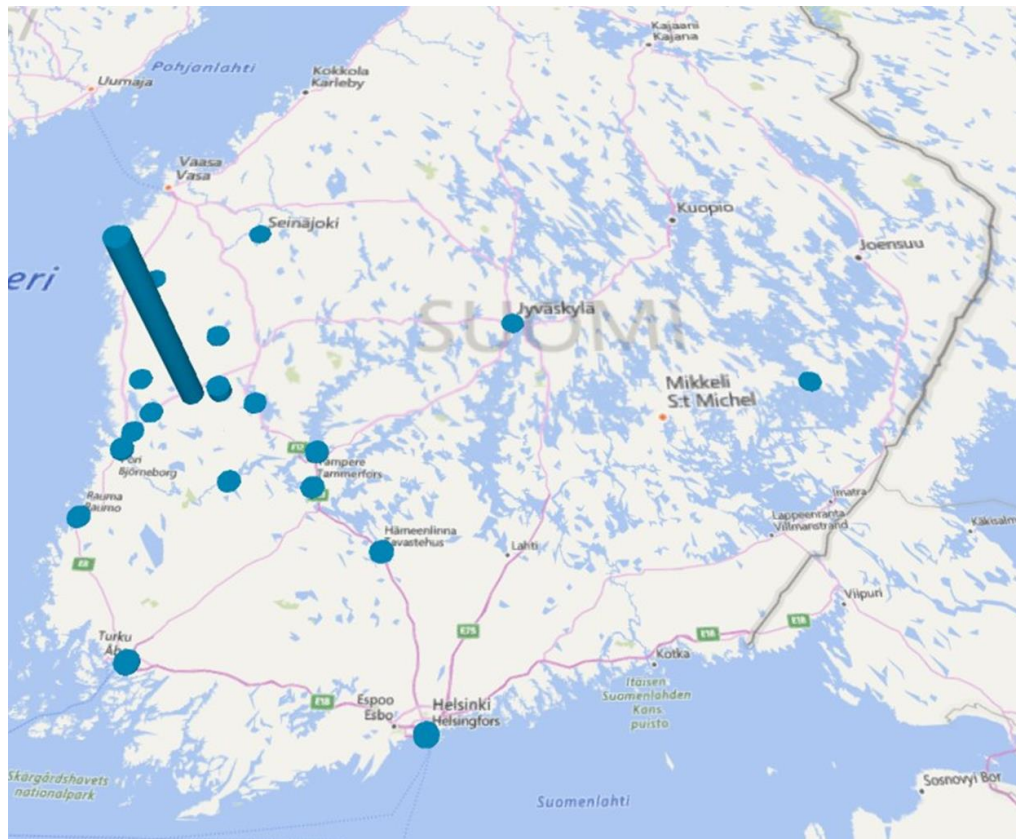
## 7 TUTKIMUSTULOKSET

### 7.1 Vastaajien taustatiedot

Kuten Taulukosta 4 käy ilmi, vastauksia tuli yhteensä 540, joista kankaanpääläisiä vastaajia oli 444 henkilöä. Vastauksia tuli useilta eri paikkakunnilta, Kuviosta 13 näkee kartalla, miten vastaukset ovat hajautuneet Suomessa.

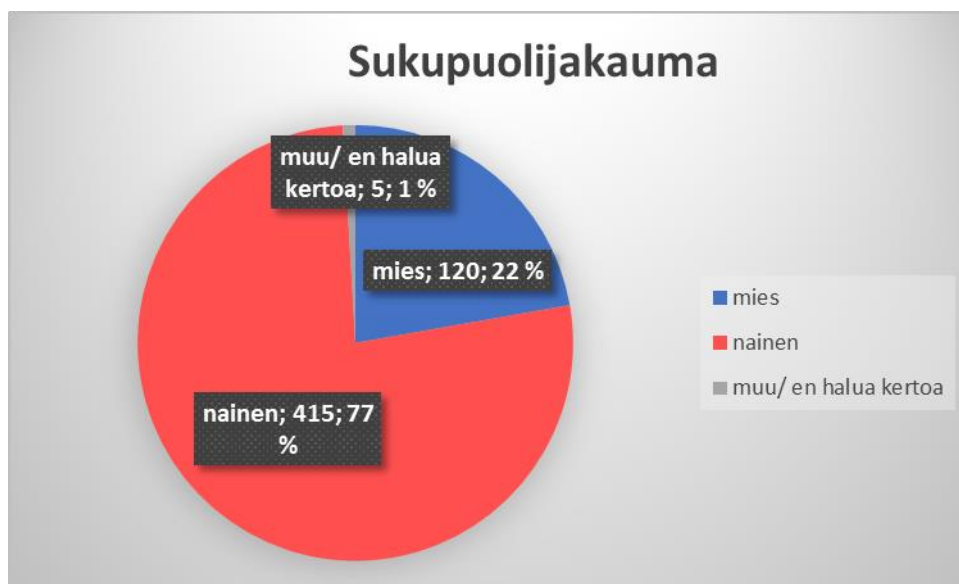
Taulukko 4. Vastauksien lukumäärä ja osuudet paikkakunnittain.

Paikkakunta	Vastaajia kpl	% vastaajista
<b>Kankaanpää</b>	444	82,22 %
<b>Jämijärvi</b>	20	3,70 %
<b>Honkajoki</b>	20	3,70 %
<b>Pori</b>	12	2,22 %
<b>Karvia</b>	6	1,11 %
<b>Turku</b>	5	0,93 %
<b>Tampere</b>	5	0,93 %
<b>Siikainen</b>	3	0,56 %
<b>Parkano</b>	3	0,56 %
<b>Seinäjoki</b>	3	0,56 %
<b>Muut, vastaajia alle 0,5 % per paikkakunta</b>	19	3,52 %
<b>yhteensä</b>	<b>540</b>	<b>100,00 %</b>



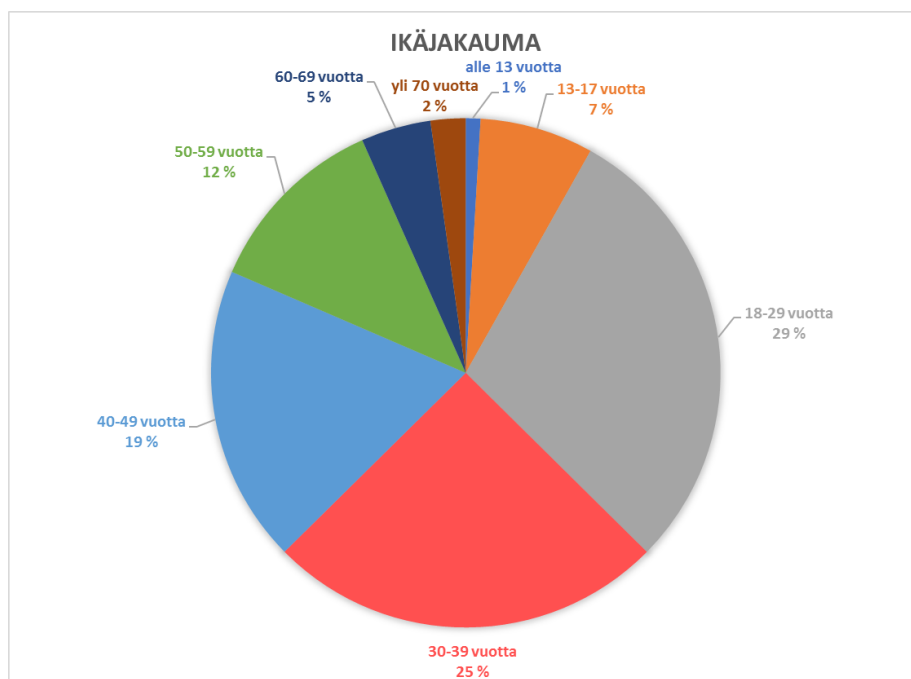
Kuvio 13. Vastausten jakauma paikkakunnittain.

Vastaajien sukupuolijakauma on kuvattu Kuviossa 14. Vastaajista suurin osa, 77 % oli naisia. Miehiä oli 22 % ja 1 % vastasi muu tai eivät halunneet kertoa.



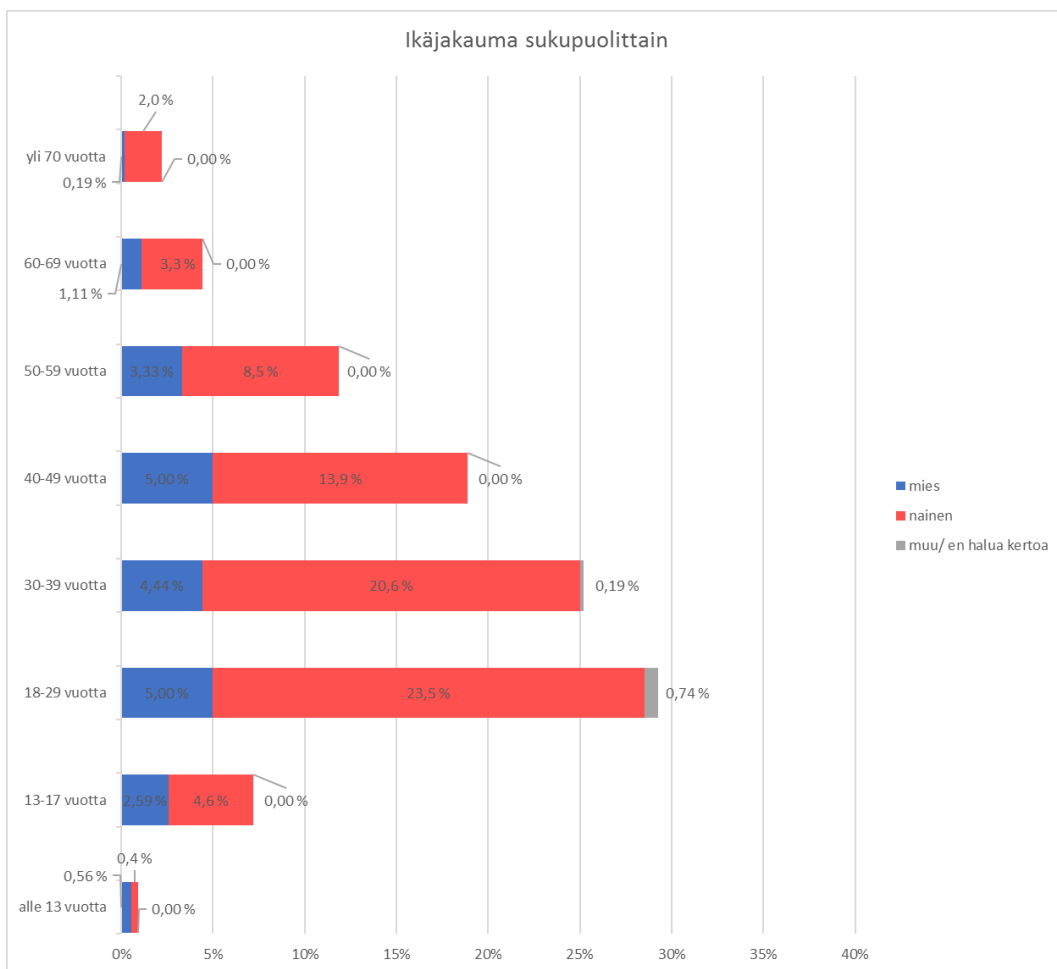
Kuvio 14. Sukupuolijakauma.

Vastaajien ikäjakaumaa tarkastellessa Kuviosta 15 nähdään, että vastaajista suurin osa, 29 % on 18-29 -vuotiaita, ja lähes sama määrä, 25 % on 30-39 -vuotiaita. Kaikkein vähiten vastauksia saatiin ikäryhmästä alle 13 -vuotiaat, vain 1 %. Yli 70 -vuotiaita vastaajia oli myös vähän, vain 2 %. Valtaosa vastaajista osuu ikäryhmään 18 – 49 -vuotiaat, yhteensä 73 %.



Kuvio 15. Ikäjakauma

Kuviosta 16 näkee vastaajien ikäjakauman sukupuolittain. Suurin osa vastaajista on naisia jokaisessa ikäryhmässä. 18-29 -vuotiaita naisia on kaikkein eniten vastaajista, 20,6 %. Miesten osuus minkään ikäryhmän vastauksista ei nouse yli 5 %:iin. Eniten miehiä oli vastannut 18-29 - ja 40-49 -vuotiaista, molemmista ikäryhmistä 5 %. Vähiten miehiä on vastannut yli 70 -vuotiaista, vain yksi henkilö (0,19 %), kuten Taulukosta 5 näkyy.



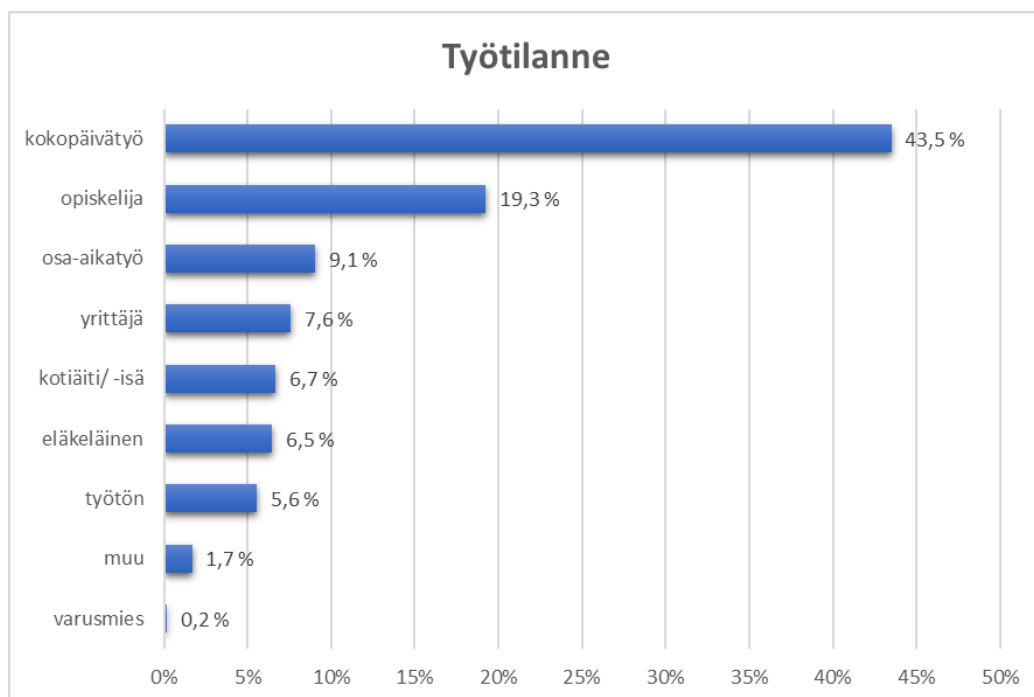
Kuvio 16. Ikäjakama sukupuolittain.

Taulukko 5. Ikäjakama sukupuolittain.

Ikäryhmä	mies	nainen	muu/ en halua kertoa
<b>alle 13 vuotta</b>	3	2	0
	0,56 %	0,37 %	0,00 %
<b>13-17 vuotta</b>	14	25	0
	2,59 %	4,63 %	0,00 %
<b>18-29 vuotta</b>	27	127	4
	5,00 %	23,52 %	0,74 %
<b>30-39 vuotta</b>	24	111	1
	4,44 %	20,56 %	0,19 %
<b>40-49 vuotta</b>	27	75	0
	5,00 %	13,89 %	0,00 %
<b>50-59 vuotta</b>	18	46	0
	3,33 %	8,52 %	0,00 %
<b>60-69 vuotta</b>	6	18	0
	1,11 %	3,33 %	0,00 %
<b>yli 70 vuotta</b>	1	11	0
	0,19 %	2,04 %	0,00 %
<b>Yhteensä, kpl</b>	120	415	5
<b>Yhteensä, %</b>	22,22 %	76,86 %	0,93 %

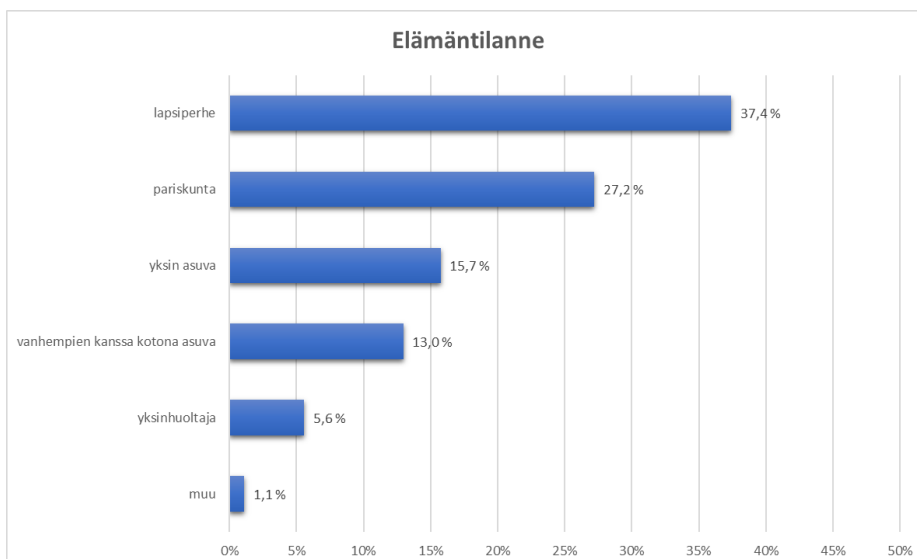


Vastaajista lähes puolet, 43,5 % ovat kokopäivätyössä, kuten kuviosta 17 ilmenee. Toiseksi eniten vastaajista on opiskelijoita, lähes 20 %. Alle 10 %:iin vastaajista jäivät osa-aikatyössä olevat, yrittäjät, kotiäidit tai -isät, eläkeläiset, työttömät, muut ja varusmiehet. Vähiten vastaajista oli muita (1,7 %) ja varusmiehiä (0,2 %).



Kuvio 17. Työtilanne.

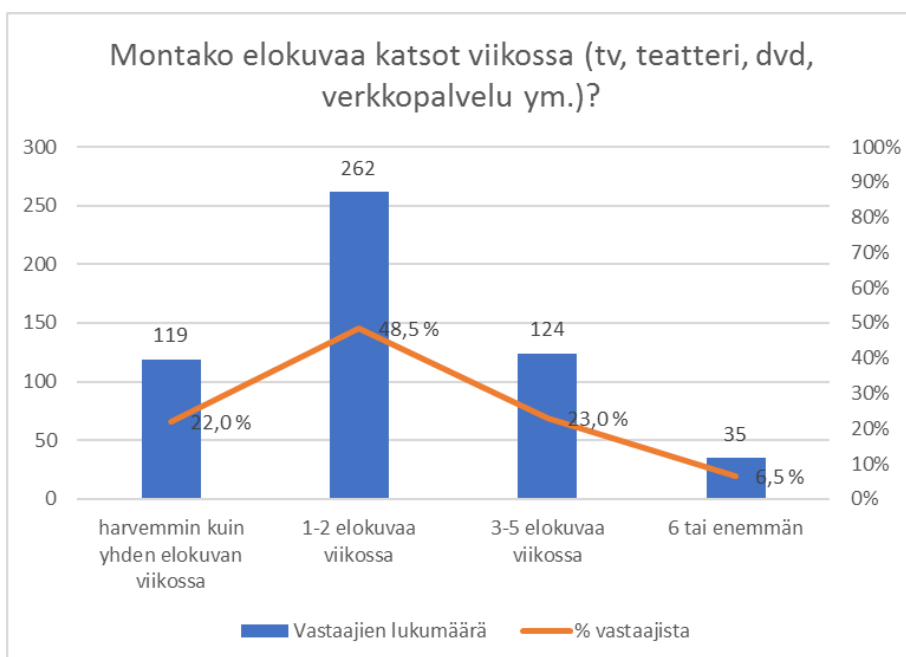
Kuviossa 18 esitetään vastaajien elämäntilanne. Vastaajista suurin osa on lapsiperheitä, 37,4 %. Pariskuntia on 27,2 %, yksin asuvia 15,7 %, vanhempien kanssa kotona asuvia 13,0 % ja yksinhuoltajia 5,6 %. Vastaajista 1,1 % elämäntilanne on joku muu.



Kuvio 18. Elämäntilanne.

## 7.2 Elokuviin katsominen

Tiedustelin vastaajilta heidän katsomiensa elokuvien määrää viikossa, riippumatta mistä kanavasta niitä katsoo. Kuviosta 19 näkee, että suurin osa vastaajista, lähes 50 % katsoo viikossa 1-2 elokuvaa. 23 % katsoo 3-5 elokuvaa ja 22 % harvemmin kuin yhden elokuvan viikossa. Vain 6,5 % katsoo kuusi tai enemmän elokuvaa viikossa.



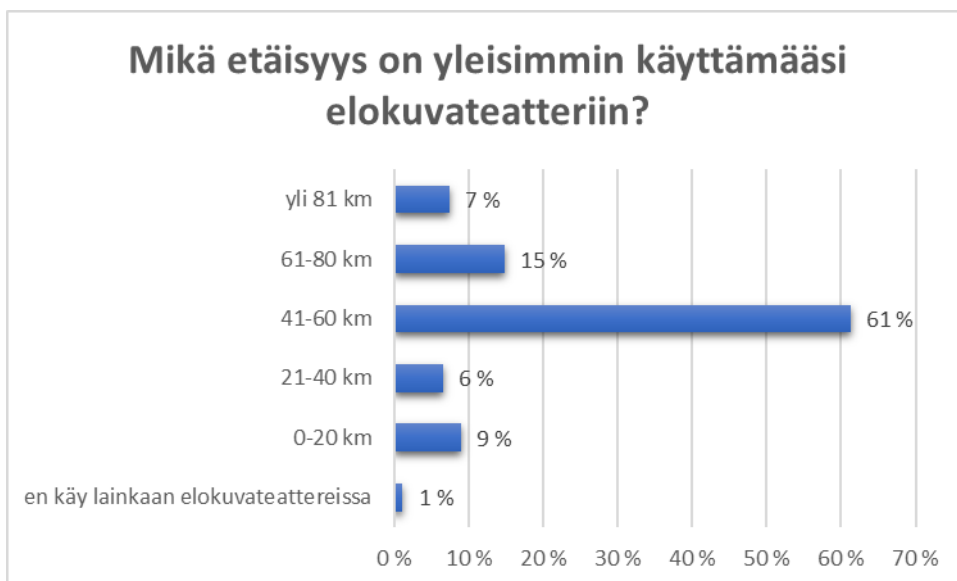
Kuvio 19. Elokuviin katselumäärät.

Halusin selvittää vastaajilta myös heidän nykyisiä elokuvissakäyntien määrää. Kuvio 20 näkyy, että eniten, 39 % vastaajista käy elokuvissa tällä hetkellä 1-2 kertaa vuodessa. 20 % vastaajista käy elokuvissa kerran joka toinen kuukausi ja lähes saman verran, 19 % vastaajista käy elokuvissa kerran vuodessa. 13 % vastaajista käy elokuvissa 1-3 kertaa kuukaudessa, 8 % harvemmin tai ei koskaan ja kaikkein vähiten vastaajista, eli 1 % käy elokuvissa kerran viikossa tai useammin.



Kuvio 20. Elokuvateatterissa käyntien määrä.

Halusin tietää miten pitkälle ihmiset ovat valmiita lähtemään elokuviin, joten tiedustelin vastaajilta etäisyyttä elokuvateatteriin, missä he yleisimmin käyvät tällä hetkellä. Suurin osa, 61 % vastaajista käy 41-60 kilometrin päässä elokuvateatterissa, kuten Kuvio 21 näkyy. 61-80 kilometrin etäisyydellä käy 15 % vastaajista ja 9 %:lle matkaa tulee 0-20 kilometriä. Yli 81 kilometrin etäisyydellä on 7 % kävijöistä, 21-40 kilometrin etäisyydellä 6 % ja 1 % vastaa, ettei käy lainkaan elokuvateattereissa.



Kuvio 21. Etäisyys käytettävään elokuvateatteriin.

Koska Kankaanpäässä ei ole tällä hetkellä elokuvateatteria, halusin selvittää vastaajien mielipiteen, onko elokuvateatterille tarvetta Kankaanpäässä. Kuviosta 22 ja Taulukosta 6 näkee, että 272 vastaajaa eli yli 50 % vastaajista kokee elokuvateatterille olevan todella paljon tarvetta. 151 vastaajaa eli 28 % vastaajista kertoo tarvetta olevan melko paljon. Jonkin verran tarvetta on vastaajista 19 %:n mielestä ja 1 % prosentti eli neljä vastaajaa kokee, ettei elokuvateatterille ole Kankaanpäässä lainkaan tarvetta.

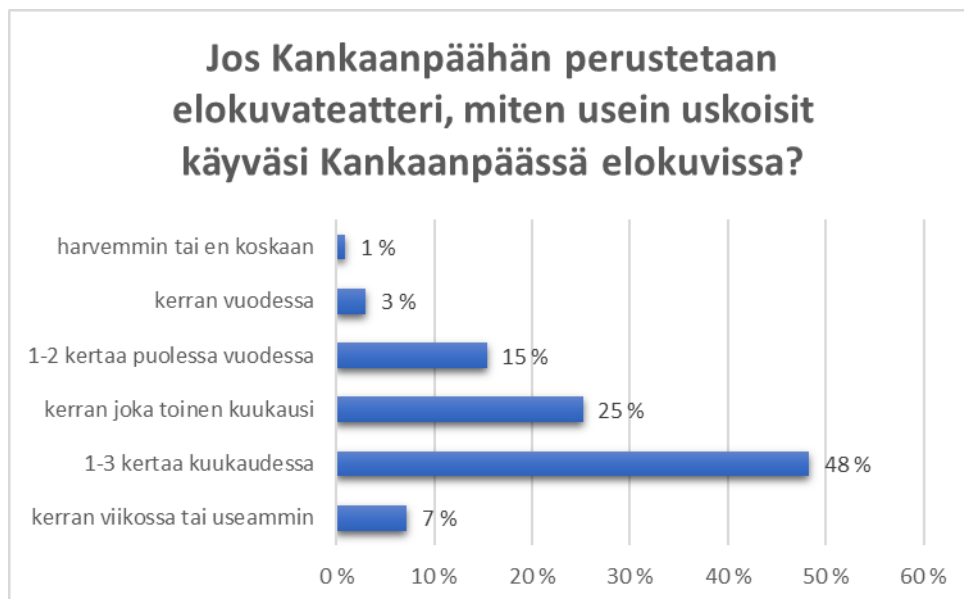


Kuvio 22. Tarve elokuvateatterille.

Taulukko 6. Tarve elokuvateatterille.

vastaus	lukumäärä	%	kumulatiivinen frekvenssi	kumulatiivinen %
<b>ei ole tarvetta</b>	4	0,74 %	4	0,74 %
<b>jonkin verran</b>	106	19,63 %	110	20,37 %
<b>melko paljon</b>	151	27,96 %	261	48,33 %
<b>todella paljon tarvetta</b>	279	51,67 %	540	100,00 %

Halusin saada tiedon, miten paljon käyntimääriin vaikuttaisi elokuvateatterin olemassaolo Kankaanpäässä. Kysyin vastaajilta, kuinka usein he uskoisivat käyvänsä elokuvateatterissa, jos Kankaanpäähän sellainen perustetaan. Kuvion 23 ja Taulukon 7 avulla näkee, että 261 vastaajaa, lähes 50 %, aikoo käydä elokuvateatterissa 1-3 kertaa kuukaudessa. 136 vastaajaa eli noin neljännes kävisi joka toinen kuukausi. Vastaajista 15 % eli 83 vastaajaa kävisi 1-2 kertaa puolessa vuodessa, kerran vuodessa 3 % ja harvemmin tai ei koskaan alle 1 %, eli viisi vastaajaa. 39 vastaajaa arvioisi käyvänsä elokuvateatterissa kerran viikossa tai useammin.

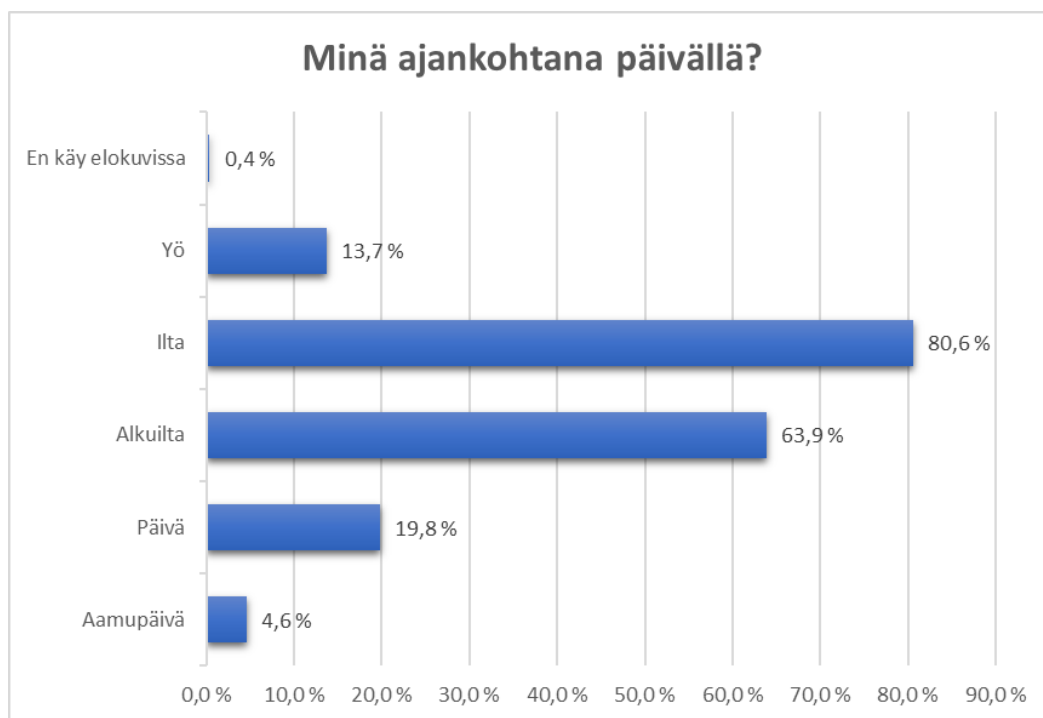


Kuvio 23. Käyntimäärien arvio Kankaanpäässä elokuvateatterissa.

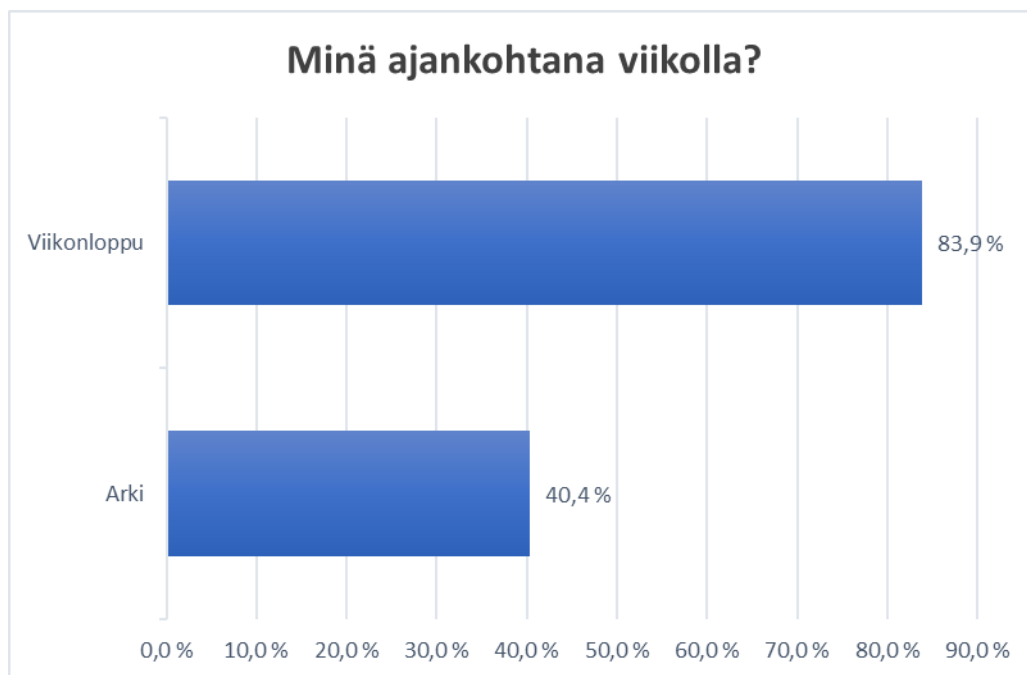
Taulukko 7. Käyntimäärien arvio Kankaanpäässä elokuvateatterissa.

vastaus	lukumäärä	%	kumulatiivinen frekvenssi	kumulatiivinen %
kerran viikossa tai useammin	39	7,22 %	39	7,22 %
1-3 kertaa kuukaudessa	261	48,33 %	300	55,56 %
kerran joka toinen kuukausi	136	25,19 %	436	80,74 %
1-2 kertaa puolessa vuodessa	83	15,37 %	519	96,11 %
kerran vuodessa	16	2,96 %	535	99,07 %
harvemmin tai en koskaan	5	0,93 %	540	100,00 %

Halusin selvittää myös vastaajille parhaiten sopivia ajankohtia elokuvissa käyntiin. Kuvioon 24 keräsin vastaukset päivää koskevista aikavaihtoehdoista ja Kuvioon 25 sopsisiko parhaiten arki vai viikonloppu. Vastaajat saivat valita useita heille sopivia vaihtoehtoja. Vastauksia tuli yhteensä 988 koskien ajankohtaa päivällä. Vastaukset suhteutettiin vastaajien kokonaismäärään (540) ja heistä 80,6 %:lle sopii kaikkein parhaiten ilta, 63,9 %:lle alkuilt ja 19,8 %:lle päivä. 4,6 % kokee sopivan ajan olevan aamupäivällä, 13,7 % yöllä ja 0,4 % vastaa, ettei käy lainkaan elokuvissa. Arkea vai viikonloppua koskevia vastauksia annettiin 671 ja nämäkin vastaukset suhteutettiin kokonaisvastaajien määrään. Vastaajista 83,9 %:lle sopii viikonloppu, 40,4 %:lle arki.

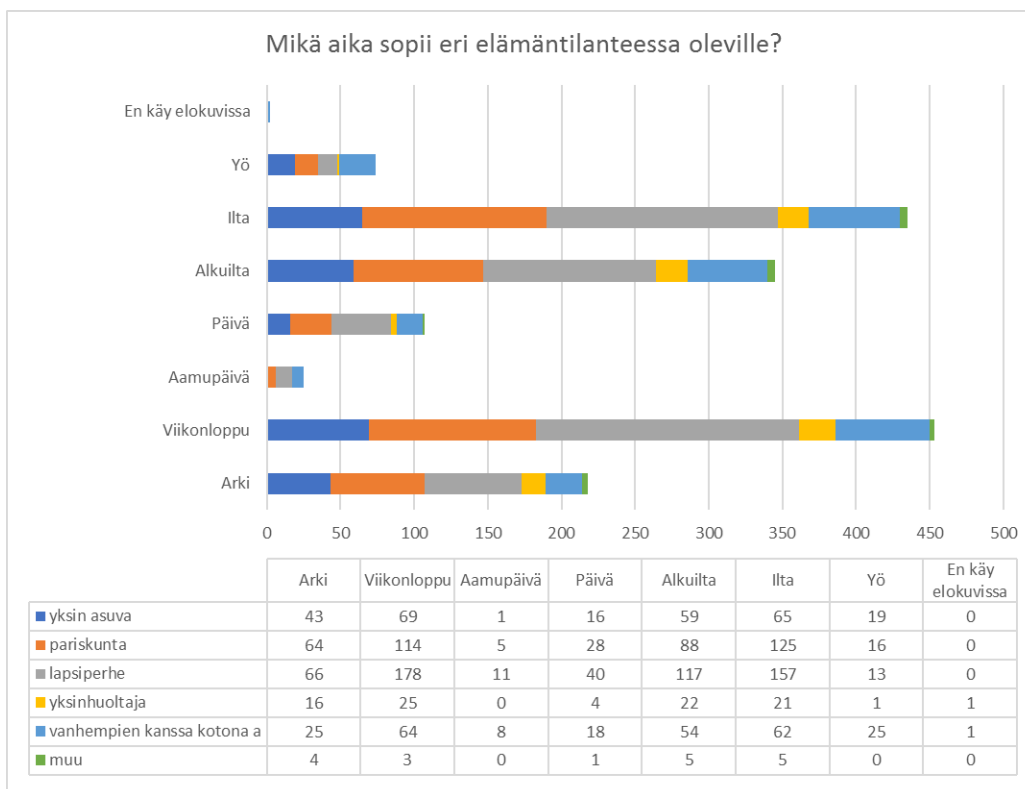


Kuvio 24. Paras ajankohta päivästä elokuvissa käyntiin.



Kuvio 25. Paras ajankohta viikolla elokuvissa käyntiin.

Halusin selvittää, onko elämäntilanteella vaikutusta elokuvissa käymisen ajankohtiin, joten ristiintaulukoin vastaajille sopivia aikoja heidän elämäntilanteensa suhteen. Kuvio 26 voidaan nähdä, että vastaajista, jotka eivät käy lainkaan elokuvissa toinen on yksinhuoltaja ja toinen vanhempien kanssa kotona asuva. Yksin asuville sopii parhaiten ilta viikonloppuna, mutta myös muut ajat sopivat paitsi aamupäivä. Pariskunnille sopivimmat ovat ilta ja viikonloppu. Lapsiperheille ja yksinhuoltajille parhaimmat vaihtoehdot ovat ilta ja alkuilta viikonloppuna. Myös vanhempien kanssa kotona asuville sopii parhaiten illat ja alkuillat viikonloppuna. Muussa elämäntilanteessa oleville sopivat alkuillat ja illat sekä arkena että viikonloppuna.

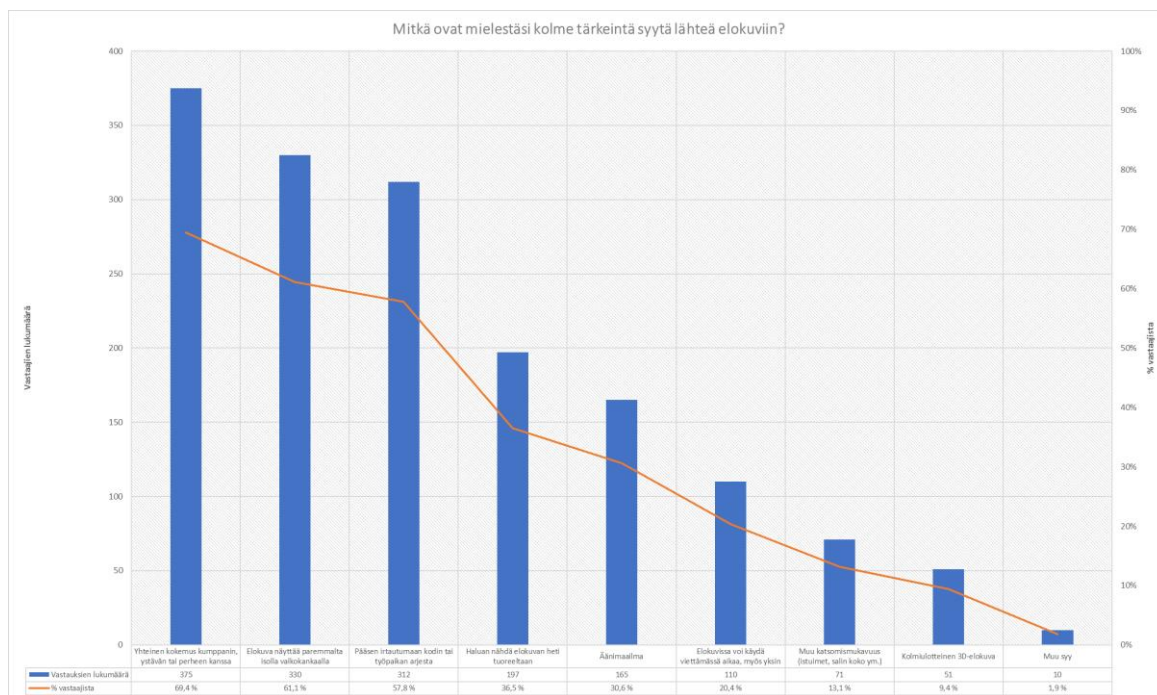


Kuvio 26. Sopivin aika eri elämäntilanteissa oleville.

### 7.3 Syyt käydä elokuvissa

Selvitin vastaajien kolme tärkeintä syytä lähteä elokuviin, ja kysymyksen vastausvaihtoehtoista piti valita vain kolme itselle sopivinta vastausta. Kuviosta 27 nähdään, että 375 vastaajaa, lähes 70 % piti tärkeimpänä syynä yhteistä kokemusta kumppanin, ystävän tai perheen kanssa. 61,1 % vastaajista piti tärkeänä syynä sitä, että elokuva näyttää paremmalta isolla valkokankaalla ja 57,8 %, että pääsee irtautumaan kodin tai työpaikan arjesta. 36,4 % vastaajista halusi nähdä elokuvan heti tuoreeltaan, 30,6 %:lle äänimaailma oli tärkeä syy lähteä elokuviin. 20,4 % halusi käydä elokuvissa vain viettämässä aikaa, myös yksin ja 13,1 %:lle tärkeänä syynä oli muu katsomismukavuus, kuten esimerkiksi istuimet tai salin koko. Kolmiulotteinen 3D-elokuva oli tärkeä syy 9,4 %:lle eli 51 vastaajalle ja 1,9 % vastasi jonkun muun syyn. Vastauskohtaan muu syy sai kirjoittaa syyn omin sanoin ja keräsin vastaukset Taulukkoon 8.





Kuvio 27. Tärkeimmät syyt lähteä elokuviin.

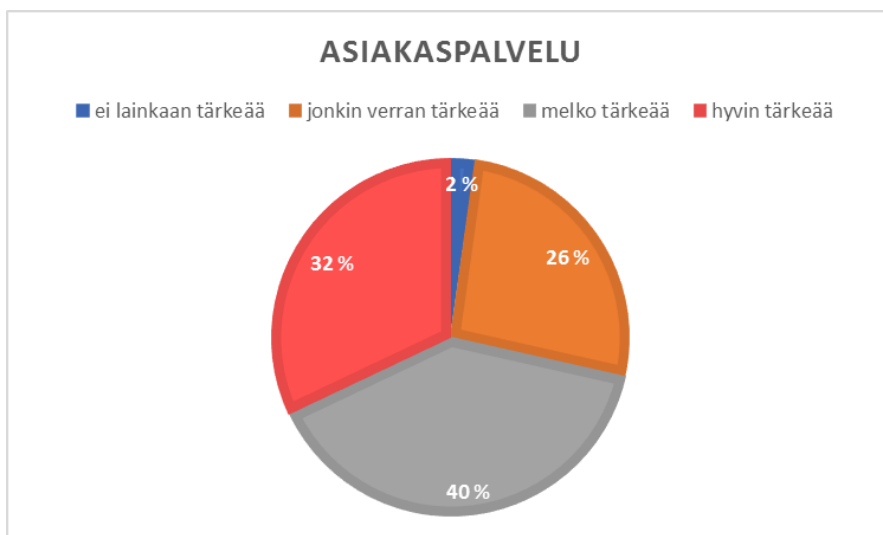
Taulukko 8. Muita syitä lähteä elokuviin.

Jos valitsit muun syyn, mikä se on?
4K-resoluutio näyttäisi valkokankaalla todella hyvältä.
Elämyksiä lapsille
Kokonaisvaltainen elokuvakokemus ilman mainoskatkoja ja muita häiriötekiöitä.
Lapsille lasten elokuvia ja siitä heille mukavia kokemuksia
Tarjottavat esim. Popcorni
Tavalliset kodin häiriötekijät ovat poissa elokuvateatterista.
Televisiota ei voi millään verrata teatteriin, teatteri on aivan oma maailmansa
elämyksellisyys
luonto- ym. elokuvat
voimakkaampi kokemus, kuin esim. tv:stä katsottuna, elämys!

#### 7.4 Elokuvateatterin palveluiden merkitys

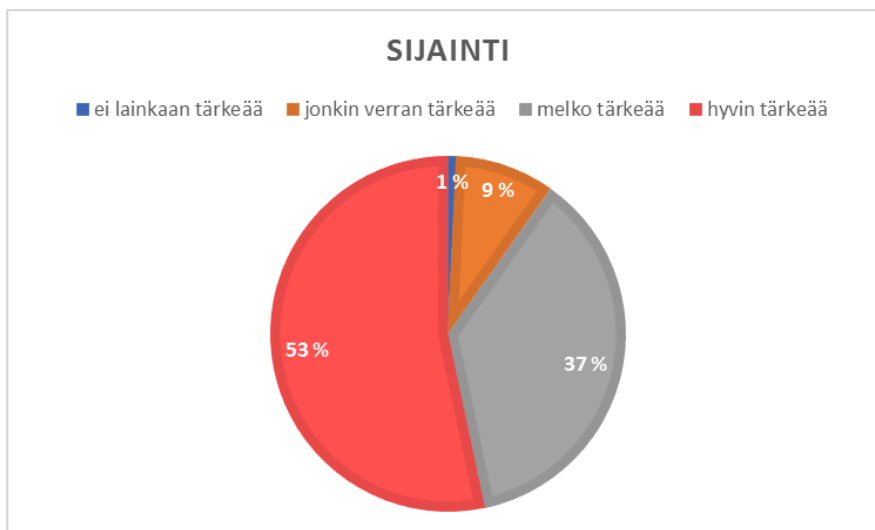
Halusin tiedustella vastaajilta myös elokuvateatterin palveluiden merkitystä heille. Kysyin vastaajilta asiakaspalvelun, sijainnin, lippujen varaamisen ja ostamisen vaivattomuuden, teknisten valmiuksien (kuva ja ääni), nettisivujen, elokuvaohjelmiston, esitysaikojen, katsomismukavuuden ja lippujen hintojen tärkeyttä asteikolla ei lainkaan tärkeää – jonkin verran tärkeää – melko tärkeää – hyvin tärkeää. Jokaiseen kohtaan pystyi vastaamaan vain yhden kerran.

Kuviosta 28 näkee asiakaspalvelun olleen 40 %:lle melko tärkeää ja 32 %:lle hyvin tärkeää. Jonkin verran tärkeänä asiakaspalvelua piti 26 % ja kaksi prosenttia ei pitänyt sitä lainkaan tärkeänä.



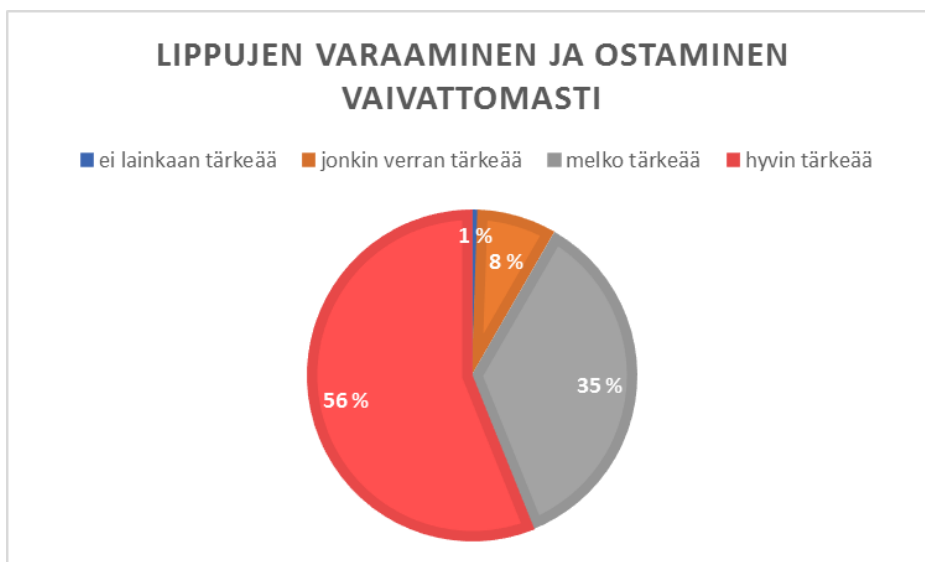
Kuvio 28. Asiakaspalvelun merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

Sijainnin merkitys näkyy Kuviosta 29. Vastaajista 53 %:lle sijainti oli hyvin tärkeää ja 37 %:lle melko tärkeää. Jonkin verran tärkeänä sijaintia piti 9 % ja 1 %:lle sijainnilla ei ollut merkitystä.



Kuvio 29. Sijainnin merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

Lippujen ostaminen ja varaaminen vaivattomasti oli 56 %:lle vastaajista hyvin tärkeää, kuten Kuviosta 30 käy ilmi. Melko tärkeänä vaivattomuutta piti 35 %, jonkin verran tärkeänä 8 % ja 1 %:lle lippujen varaamisen ja ostamisen vaivattomuudella ei ollut merkitystä.



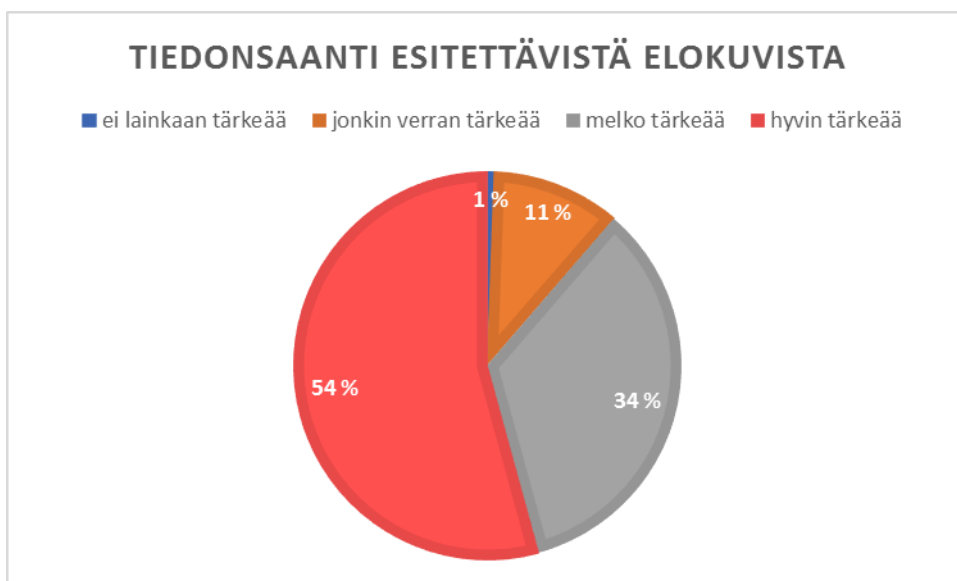
Kuvio 30. Lippujen varaamisen ja ostamisen vaivattomuuden merkitys elokuvissa-käynnin yhteydessä.

Kuviossa 31 kuvataan teknisten valmiuksien, kuten kuvan ja äänen merkitys vastaajille. 69 %:lle tekniset valmiudet olivat hyvin tärkeitä elokuvissa käynnille, 26 %:lle melko tärkeää. 4 % kokee teknisten valmiuksien olleen jonkin verran tärkeitä ja 1 %:lle niillä ei ollut merkitystä.



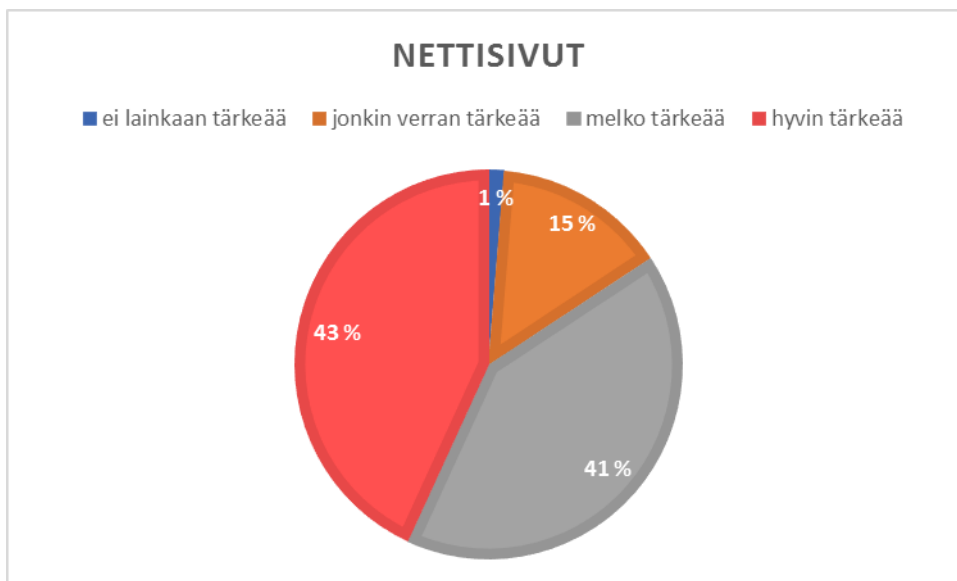
Kuvio 31. Teknisten valmiuksien merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

Tiedonsaannin tärkeys kuvataan Kuviossa 32. Hyvin tärkeää oli 54 %:lle, että he saavat tietoa esitettävistä elokuvista. 34 % piti tiedonsaantia melko tärkeänä, 11 % jonkin verran tärkeänä ja 1 %:lle tiedonsaannilla ei ollut merkitystä.



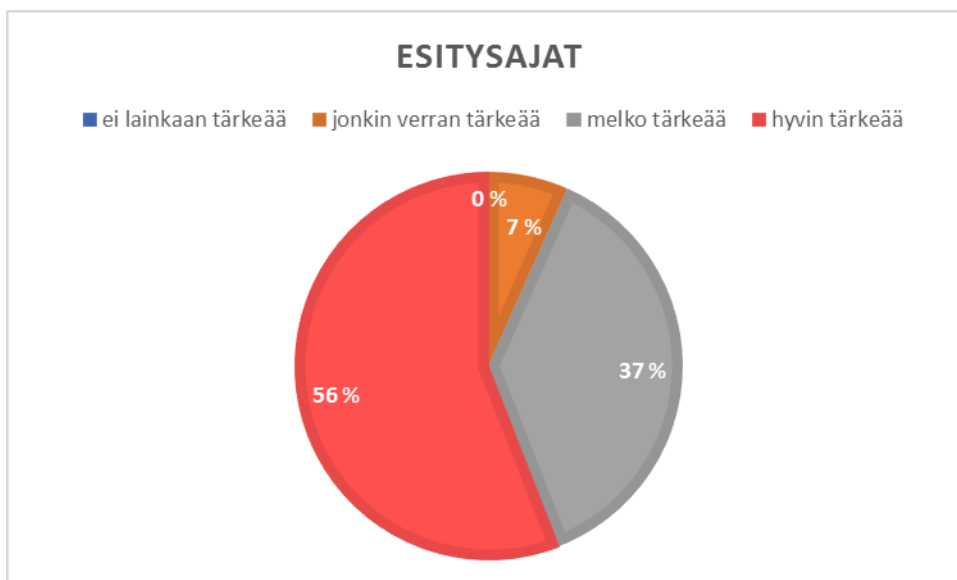
Kuvio 32. Esitettävistä elokuvista tiedonsaannin merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

Nettisivut kokivat hyvin tärkeänä 43 % vastaajista, kuten Kuviossa 33 näkyy. 41 % vastaajista piti nettisivuja melko tärkeinä, 15 % jonkin verran tärkeinä ja 1 % ei kokenut nettisivuilla olevan merkitystä.



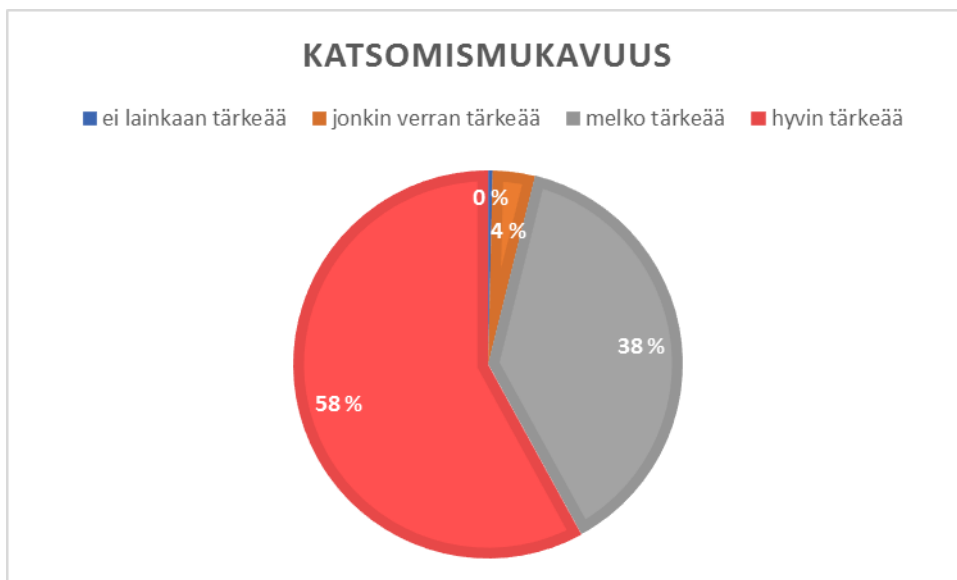
Kuvio 33. Nettisivujen merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

Kuviossa 34 näkyy esitysaikojen merkitys elokuvissa käyntiin. Yli puolet, 56 % vastaajista koki esitysaikojen oleva hyvin tärkeitä, 37 % melko tärkeitä ja 7 % koki esitysajoilla olevan jonkin verran merkitystä. Kukaan vastaajista ei kokenut, että esitysajoilla ei olisi merkitystä.



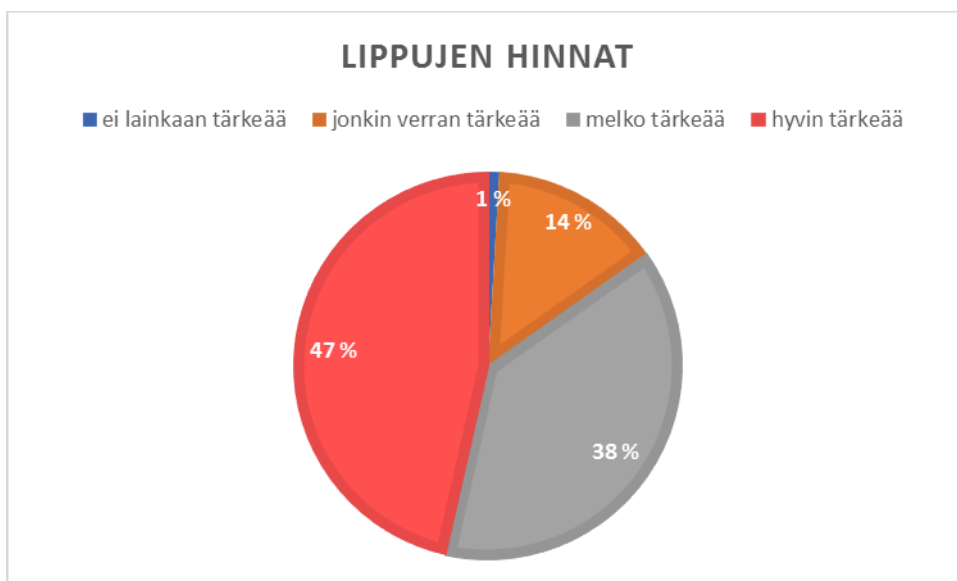
Kuvio 34. Esitysaikojen merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

Katsomismukavuuden merkitys kuvataan Kuviossa 35. Katsomismukavuus oli hyvin tärkeää vastaajista 58 %:lle ja 38 %:lle melko tärkeää. 4 %:lle katsomismukavuudella oli jonkin verran merkitystä ja 2 vastaajalle eli 0,4 %:lle se ei ollut lainkaan tärkeää.



Kuvio 35. Katsomismukavuuden merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

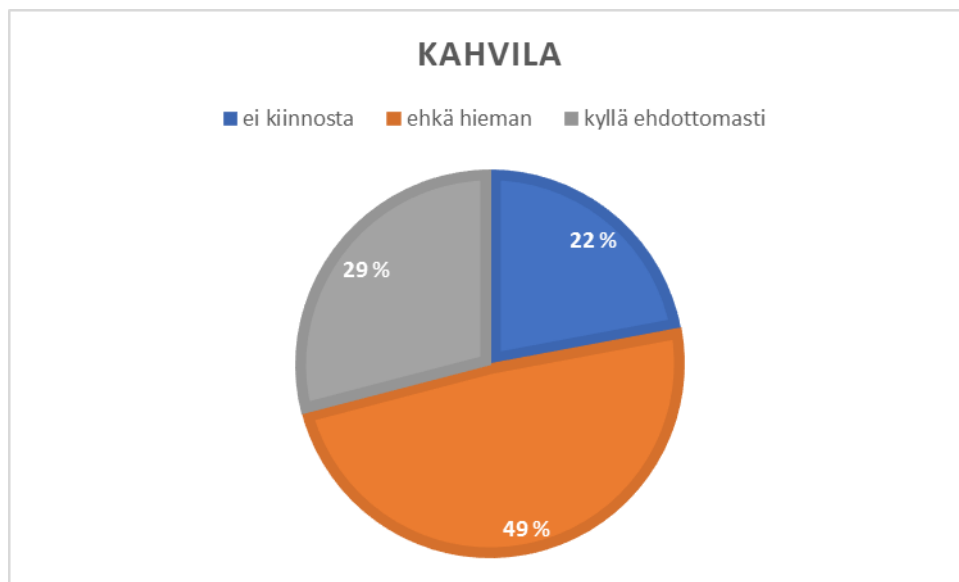
Kuviosta 36 näkee, että lippujen hinta oli hyvin tärkeää 47 %:lle vastaajista ja melko tärkeää 38 %:lle. Jonkin verran tärkeänä lippujen hintaa piti 14 % ja 1 %:lle hinnalla ei ollut merkitystä.



Kuvio 36. Lippujen hintojen merkitys elokuvissakäynnin yhteydessä.

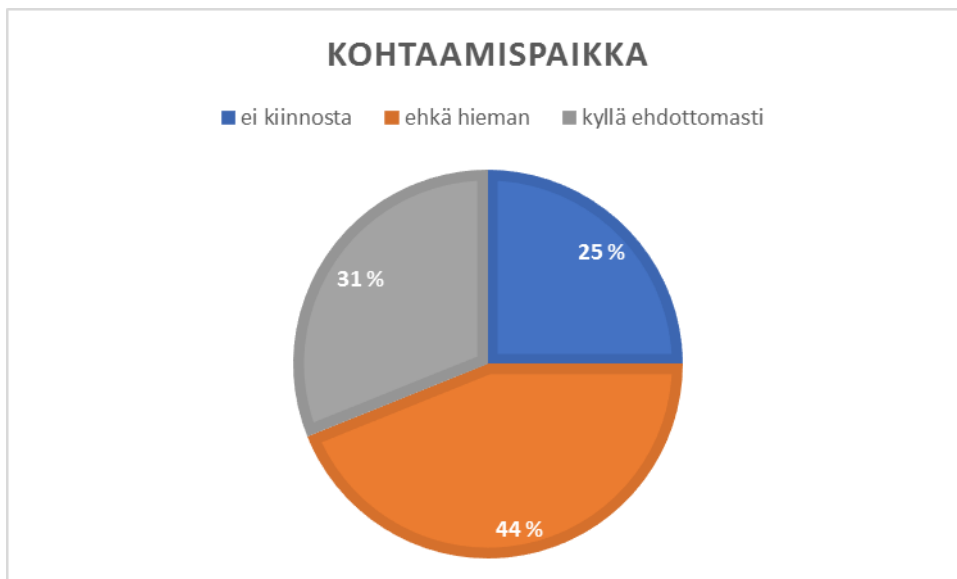
Halusin saada vastaajien mielipiteen, miten paljon heitä kiinnosti elokuvateatterin yhteydessä kahvila, kohtaamispaikka, Sing along-/ Laula mukana -näytökset, mahdollisuus järjestää juhlia, tilojen monikäyttö, livetapahtumat, näytökset VR-laseilla, baletti- ja oopperanäytökset tai näytelmät, perhenäytökset, vauvanäytökset pienten vauvojen perheille ja elokuvateatterinäytökset, joissa salissa on baari. Vastausvaihtoehdoiksi annoin ei kiinnosta – ehkä hieman – kyllä ehdottomasti ja jokaisesta kysymyksestä pystyi valitsemaan yhden vaihtoehdon.

Kuviosta 37 näkyy kiinnostus kahvilasta elokuvateatterin yhteydessä. 49 % vastaajista piti kahvilaa ehkä hieman kiinnostavana ja 29 % piti sitä ehdottomasti kiinnostavana. Vastaajista 22 % kahvila ei kiinnostanut.



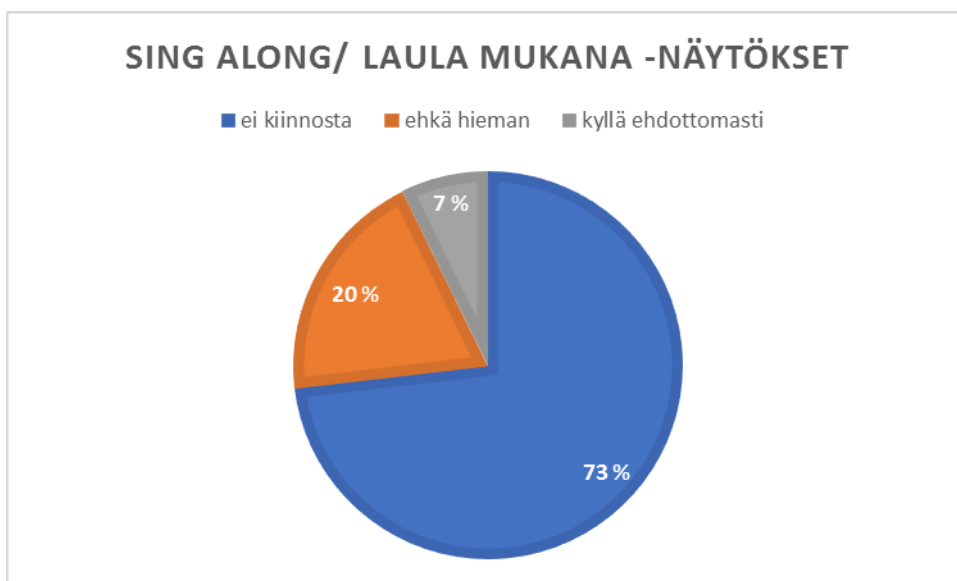
Kuvio 37. Kiinnostus kahvilasta elokuvateatterissa.

Kohtaamispaikan kiinnostavuus elokuvateatterissa on esitetty Kuviossa 38. Kohtaamispaikkaa piti 44 % ehkä hieman kiinnostavana ja 31 % oli ehdottomasti kiinnostuneita. 25 % vastaajista ei ollut kiinnostuneita kohtaamispaikasta elokuvateatterissa.



Kuvio 38. Kiinnostus kohtaamispaikasta elokuvateatterissa.

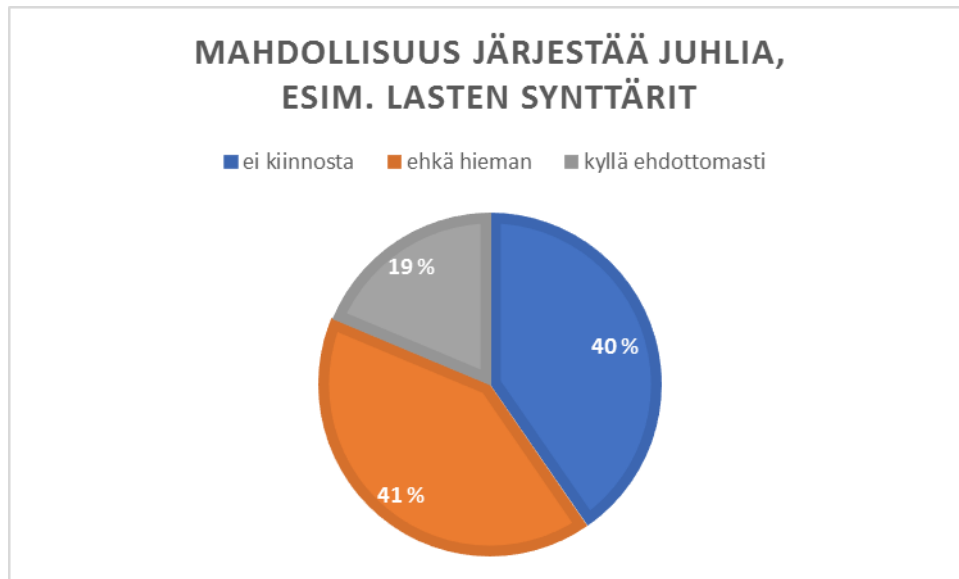
Sing along/ Laula mukana -näytökset eivät kiinnostaneet 73 % vastaajista, kuten Kuviossa 39 näkyy. 20 % oli ehkä hieman kiinnostuneita ja 7 % oli ehdottomasti kiinnostuneita.



Kuvio 39. Kiinnostus Sing along/ Laula mukana -näytöksiin.

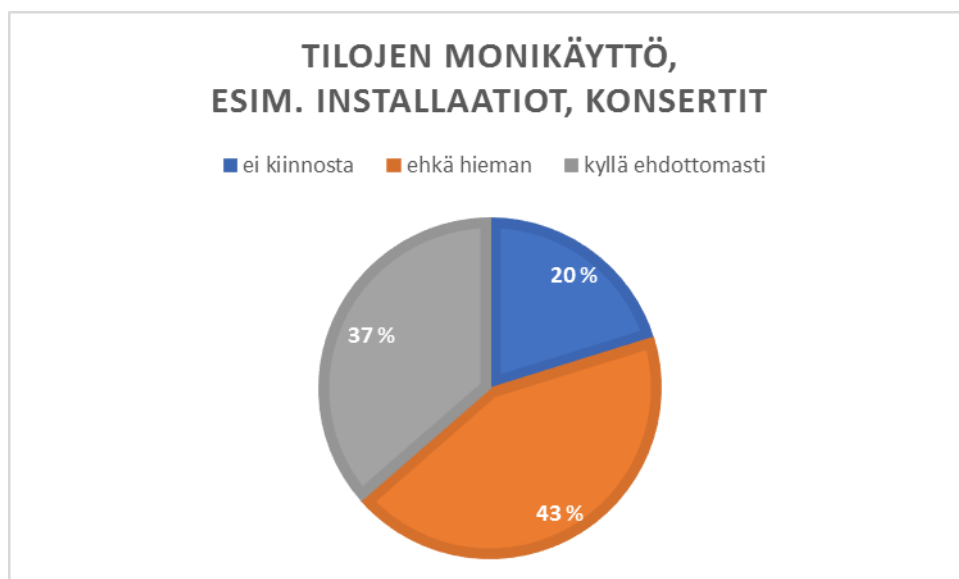
Vastaajien kiinnostus juhlien järjestämiseen elokuvateatterissa kiinnosti ehkä hieman 41 % vastaajista ja 40 % ei ollut kiinnostunut vaihtoehdosta lainkaan, kuten Kuviossa 40 näkyy. 19 % oli ehdottomasti kiinnostuneita juhlien järjestämisestä elokuvateatterissa.





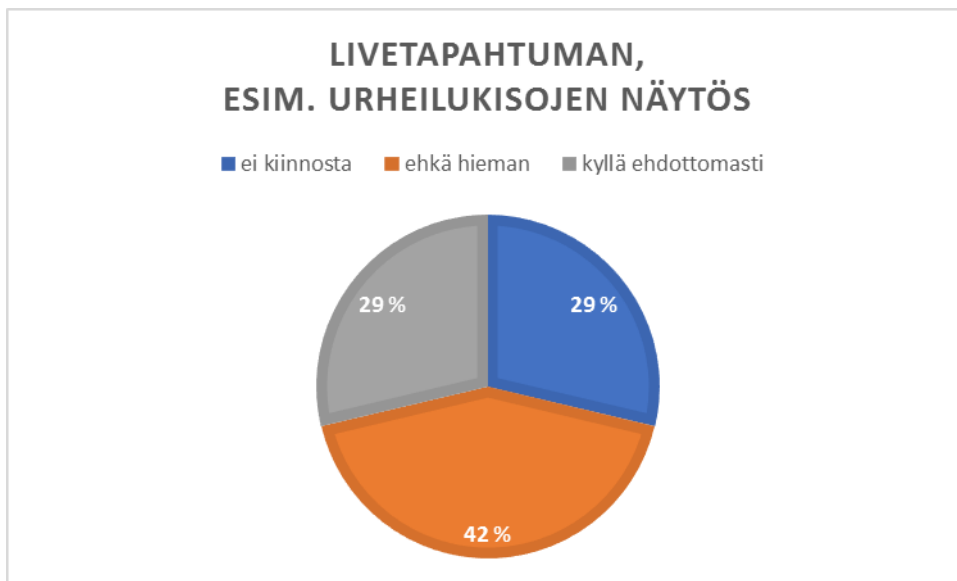
Kuvio 40. Kiinnostus mahdollisuuteen järjestää juhlia elokuvateatterissa.

Kuviossa 41 näkyy, miten tilojen monikäytöstä esimerkiksi installaatioihin tai konsertteihin oli 43 % ehkä hieman kiinnostuneita. 37 % vastaajista oli ehdottomasti kiinnostuneita tästä ja 20 % ei ollut kiinnostuneita.



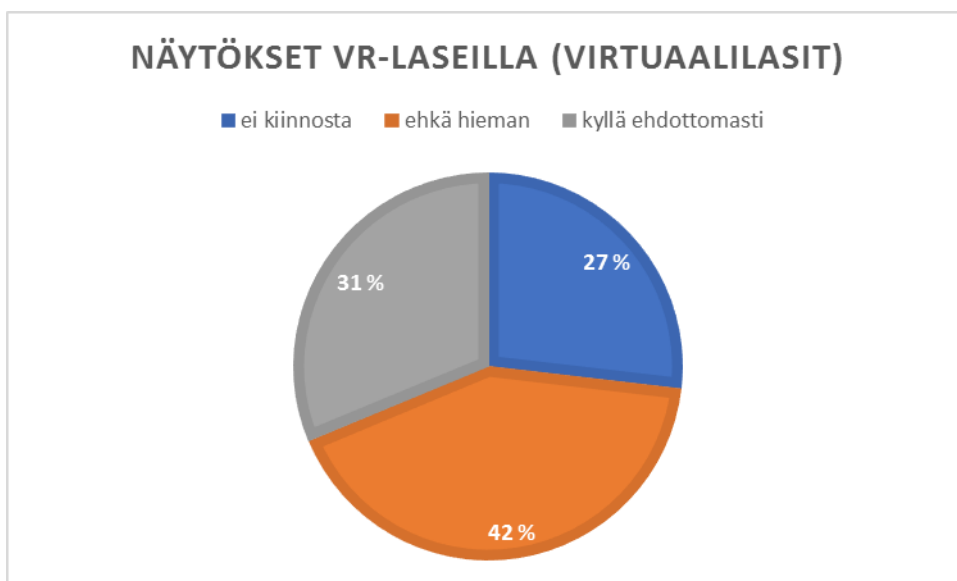
Kuvio 41. Kiinnostus elokuvateatterin tilojen monikäyttöön.

Livetapahtuman, esimerkiksi urheilukisojen näyttäminen elokuvateatterissa kiinnosti ehkä hieman 42 % vastaajista, kuten Kuviossa 42 esitetään. Saman verran oli sekä ehdottoman kiinnostuneita että ei kiinnostuneita, 29 %.



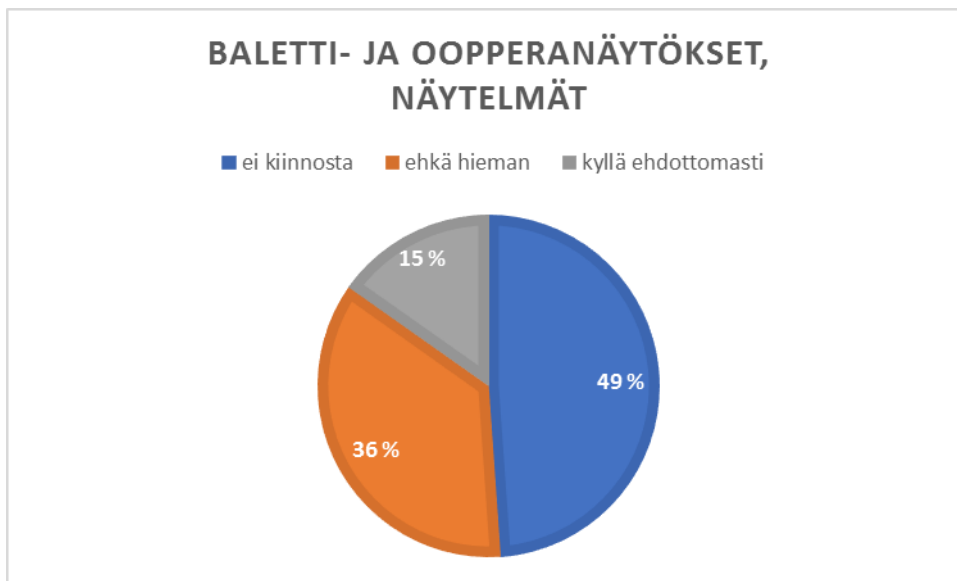
Kuvio 42. Kiinnostus livetapahtuman näytökseen elokuvateatterissa.

Kuviosta 43 näkee, että VR- eli virtuaalilasinäytöksistä oli kiinnostunut ehkä hieman 42 % vastaajista ja 31 % ehdottomasti kiinnostuneita. 27 % ei ollut kiinnostunut näytöksistä VR-laseilla.



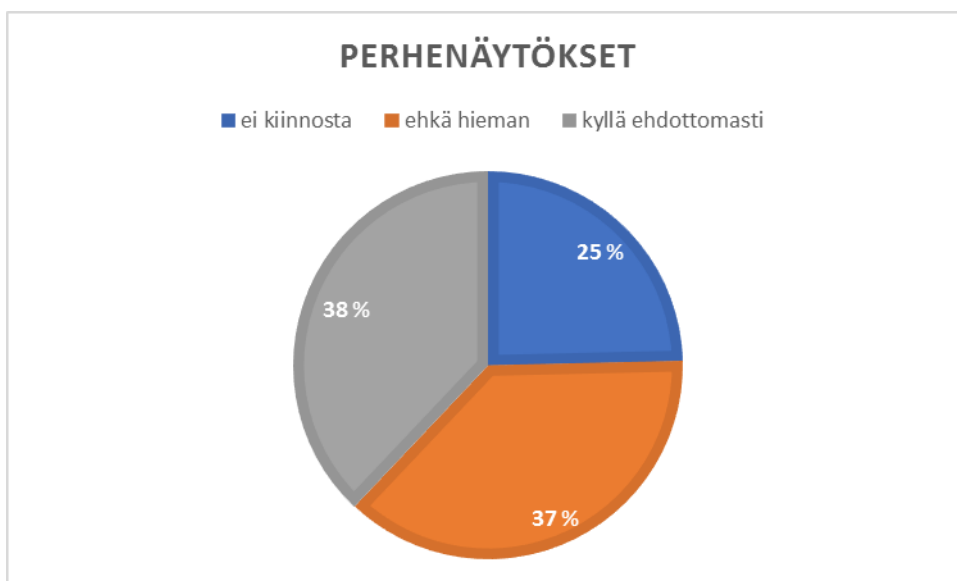
Kuvio 43. Kiinnostus näytökseen VR-laseilla elokuvateatterissa.

Baletti- ja oopperanäytökset sekä näytelmien näyttäminen elokuvateatterissa ei kiinnostanut lainkaan 49 % vastaajista, kuten Kuviosta 44 nähdään. 36 % oli ehkä hieman kiinnostuneita ja 15 % ei ollut kiinnostunut niistä lainkaan.



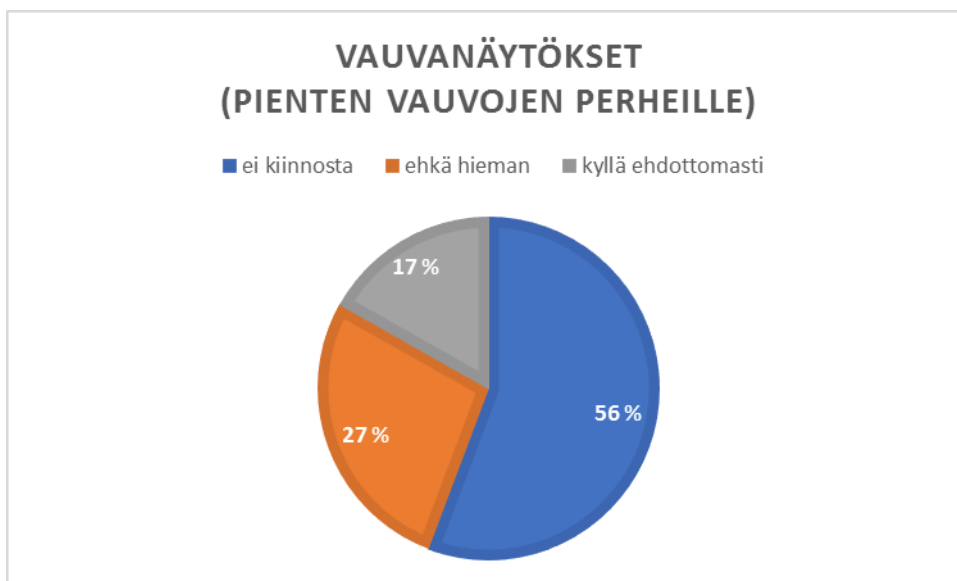
Kuvio 44. Kiinnostus baletti- ja oopperanäytösten sekä näytelmien näytöksiin elokuvateatterissa.

Kuviosta 45 nähdään, että perhenäytöksistä oli ehdottomasti kiinnostuneita 38 % vastaajista ja 37 % ehkä hieman. 25 % ei ollut kiinnostunut perhenäytöksistä.



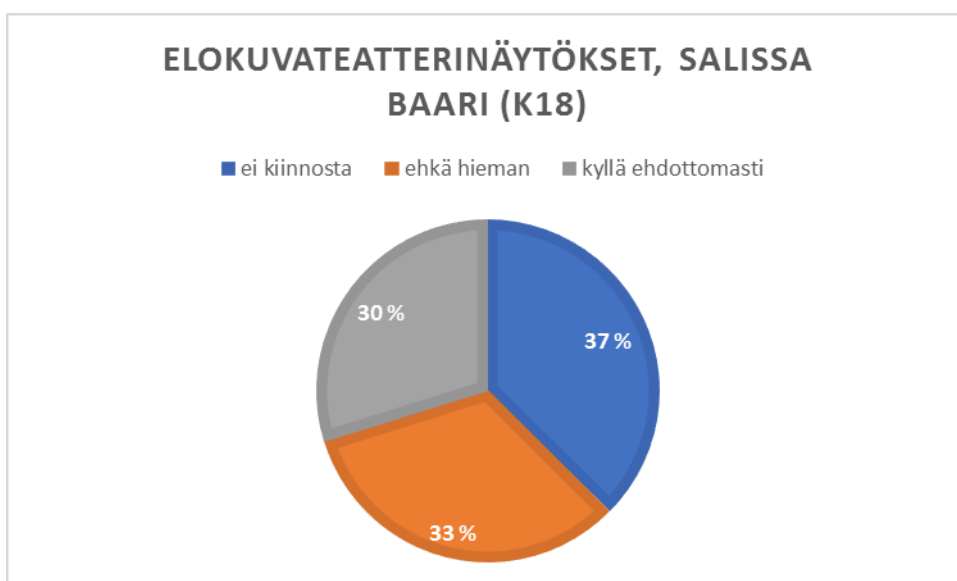
Kuvio 45. Kiinnostus elokuvateatterin perhenäytöksiin.

Yli puolet, eli 56 % vastaajista ei ollut kiinnostunut pienten vauvojen perheille suunnatuista vauvanäytöksistä, kuten Kuviosta 46 näkyy. 27 % oli ehkä hieman kiinnostuneita ja 17 % oli ehdottoman kiinnostuneita.



Kuvio 46. Kiinnostus pienten vauvojen perheiden vauvanäytöksiin.

Kuviosta 47 nähdään, että elokuvateatterinäytökset, missä on salissa baari (K18), ei kiinnosta 37 % vastaajista. 33 % oli ehkä hieman kiinnostuneita ja 30 % ehdottoman kiinnostuneita.



Kuvio 47. Kiinnostus elokuvateatterinäytöksiin, missä on salissa baari (K18).

Vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa omin sanoin ideoistaan, joita voisi heidän mielestään yhdistää elokuvateatterin yhteyteen. Vastaajat jättivät yhteensä 56 ideaa, jotka ryhmiteltiin Kuvioon 48. Kaikkein eniten, 21 ideaa tuli koskien ruokia ja juomia. Kahdeksan ideaa tuli erilaisiin teemoihin, festivaaleihin ja ohjelmistoon liittyen. Loput

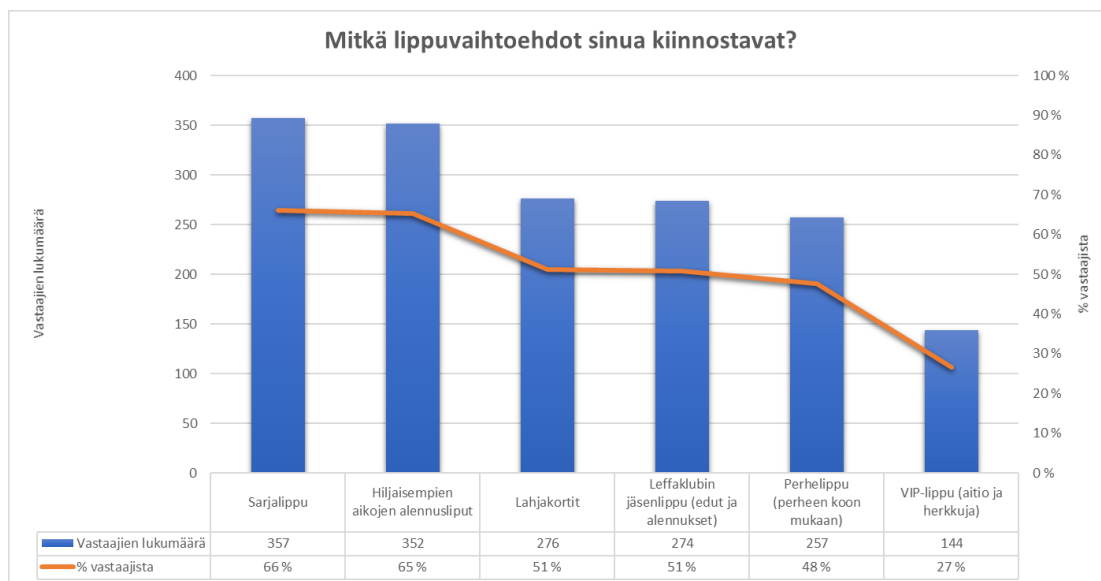
ideat koskivat musiikkia (5), pelejä (3), yritystapahtumia (3), lasten- ja nuorten tapahtumia (5), näyttelyitä ja museota (3), tiloja (4), yhteisöjä ja kouluja (2) sekä yksityistilaisuuksia (2).



Kuvio 48. Vastaajien ideat elokuvateatteriin yhdistettäväksi ryhmiteltyinä teemoittain.

### 7.5 Toiveet elokuvateatterille

Halusin selvittää myös vastaajien toiveita liittyen erilaisiin lippuvaihtoehtoihin elokuvateatterissa. Annoin vastaajille valmiina kuusi erilaista lippuvaihtoehtoa, joista he saivat rastittaa useamman vaihtoehdon. Kuviosta 49 näkee, että saman verran vastaajista, 66 % oli kiinnostunut sekä sarjalippuvaihtoehdosta että hiljaisempien aikojen alennuslipuista. Sekä lahjakortit että leffaklubin jäsenlippu alennuksilla ja eduilla kiinnostivat molemmat 51 % vastaajista. Perheliput perheen koon mukaan kiinnostivat 48 % vastaajista ja VIP-liput 27 % vastaajista.



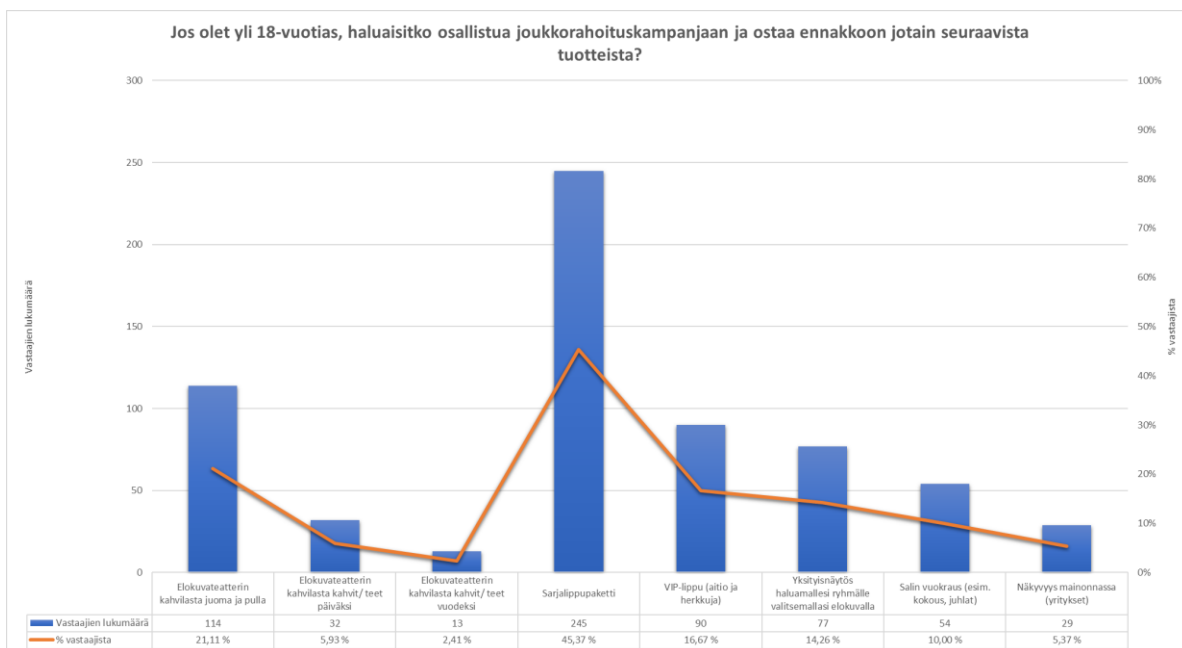
Kuvio 49. Kiinnostus eri lippuvaihtoehtoja kohtaan.

Annoin vastaajien kertoa ideoita, toiveita ja ajatuksia omin sanoin. Erilaisia vastauksia tuli yhteensä 51 kappaletta, jotka ryhmittelin teemoittain ja ne näkyvät Kuviossa 50. Eniten tuli toiveita ylipäättään elokuvateatterin perustamisesta, kahdeksan kappaletta. Viisi ideaa tuli yhteistyöhön yhdistysten, yritysten ja koulujen kanssa. Neljä toivetta tuli sekä istuinmukavuuteen, opiskelija- ja eläkeläislippuihin että maksutapoihin liittyen. Salin kokoon, keskeiseen sijaintiin, näkyvyyteen ja monipuolisuuteen liittyen tuli toiveita jokaisesta kolme kappaletta. Kaksi ideaa ja toivetta tuli lapsiparkille, äänelle sekä ilmanvaihdolle. Yhdet kommentit tulivat lipun hinnasta, viihtyisyydestä, tilavuokrauksesta, sijainnista, markkinoinnista, uutuuksien esittämisestä, kohtaamispaikasta ja aitioista.



Kuvio 50. Ideat, toiveet ja ajatukset elokuvateatterin perustamisesta teemoittain.

Halusin selvittää yli 18-vuotiailta vastaajilta heidän haluaan osallistua joukkorahoitus-kampanjaan. Vastausvaihtoehdoiksi annoin tuotteet, joista sai valita useamman vastauksen. Kuviosta 51 näkee, että eniten kiinnostusta herätti sarjalippupaketti, jota olisi 245 eli lähes puolet vastaajista valmiita ostamaan ennakkoon. Seuraavaksi eniten kiinnostusta herätti elokuvateatterin kahvilasta juoman ja pullan ostaminen ennakkoon, mitä olisi valmis ostamaan 114 vastaajaa, eli 21 % vastaajista. VIP-lipun ostaisi 90, yksityisnäytöksen 77 ja salin vuokrauksen 54 vastaajaa. Elokuvateatterin kahvilasta 32 vastaajaa ostaisi kahvin/ teen päiväksi. 29 vastaajaa olisi valmis ostamaan näkyvyyttä mainonnalla. 13 vastaajaa olisi valmiita ostamaan kahvit/ teet vuodeksi elokuvateatterin kahvilasta.



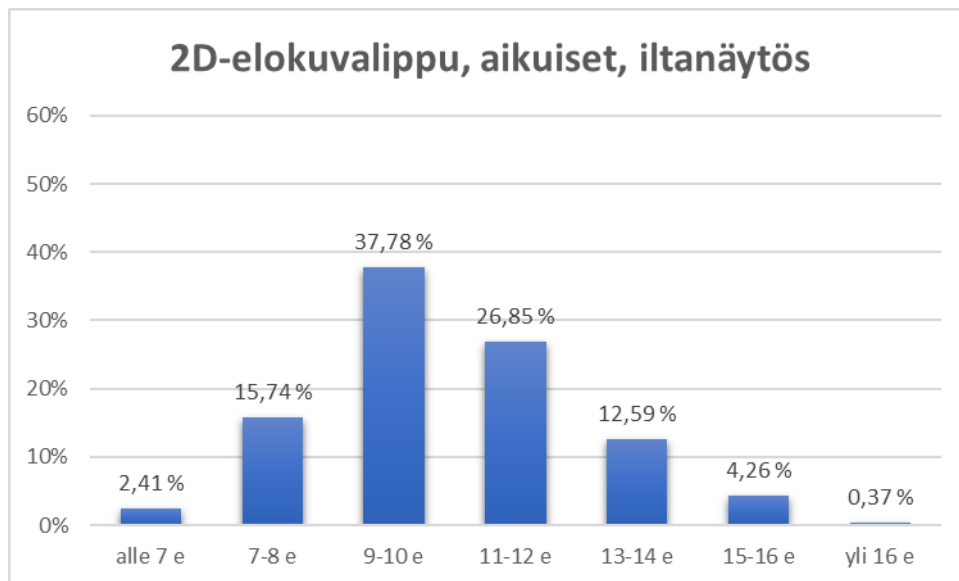
Kuvio 51. Haluavatko yli 18-vuotiaat osallistua joukkorahoituskampanjaan ja miten.

## 7.6 Elokuvateatterin hinnat

Halusin saada tiedon, paljonko vastaajat olivat valmiita maksamaan erilaisista näytöksistä. Näytöksiä oli 11 erilaista ja annoin vastausvaihtoehdot valmiina valikosta, mistä pystyi valitsemaan vain yhden vastauksen.

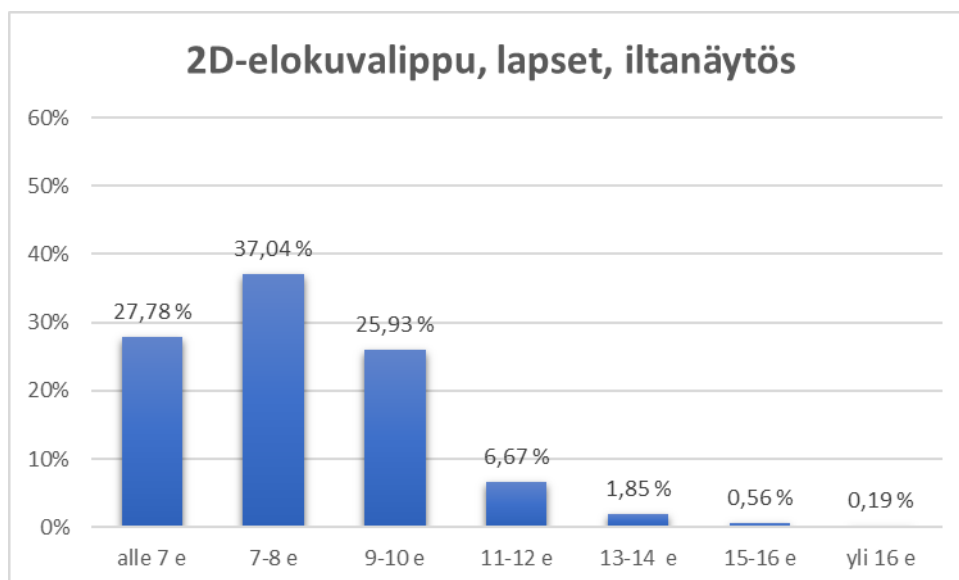
2D-elokuvalipun hinnalle vastausvaihtoehtoja oli seitsemän, mitkä näkyvät Kuvioista 52. Vastaajista 38 % oli valmiita maksamaan 9-10 euroa ja 27 % 11-12 euroa. 13 % maksaisivat 13-14 euroa ja muut vaihtoehdot saivat alle 5 % vastaajista.





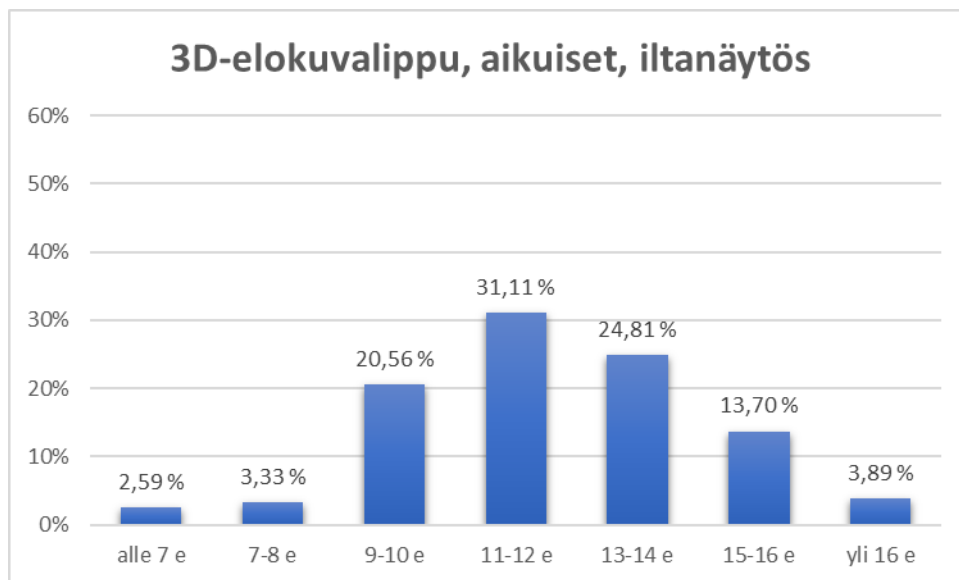
Kuvio 52. Paljonko ollaan valmiita maksamaan aikuisten lipusta 2D-elokuvateatterinäytökseen illalla.

Lasten 2D-elokuvalipusta iltanäytökseen 37 % oli valmiita maksamaan Kuvion 53 mukaan 7-8 euroa. 28 % maksaisi alle seitsemän euroa ja 26 % maksaisi 9-10 euroa. 7 % maksaisi 11-12 euroa ja loput vaihtoehdot saivat alle 2 % vastaajista.



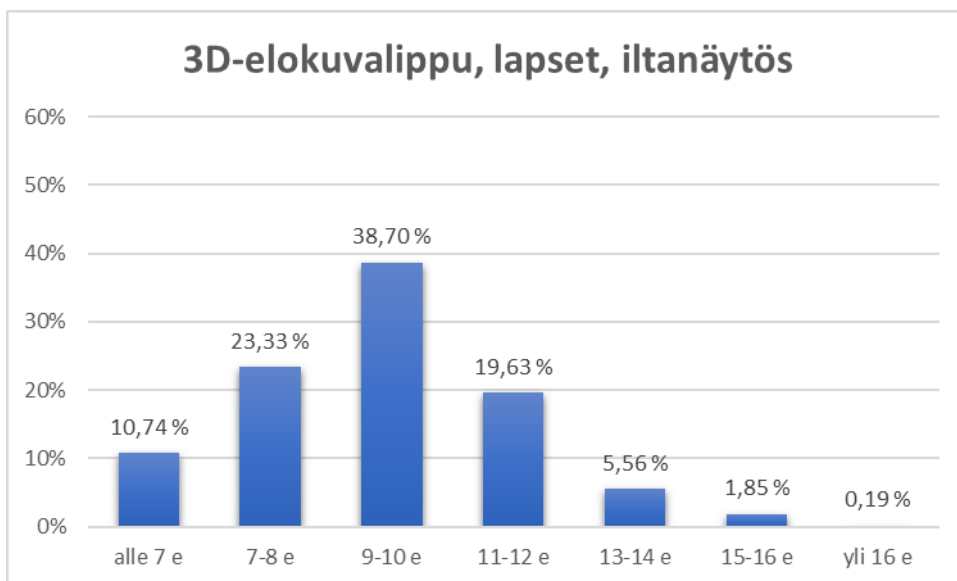
Kuvio 53. Paljonko ollaan valmiita maksamaan lasten lipusta 2D-elokuvateatterinäytökseen illalla.

Kuviosta 54 näkyy, että 3D-elokuviin iltanäytökseen aikuisten lipusta 31 % oli valmiita maksamaan 11-12 euroa ja 25 % 13-14 euroa. 21 % maksaisi 9-10 euroa ja 14 % 15-16 euroa. Loput vastausvaihtoehdot saivat alle 5 %:n vastausmäärät.



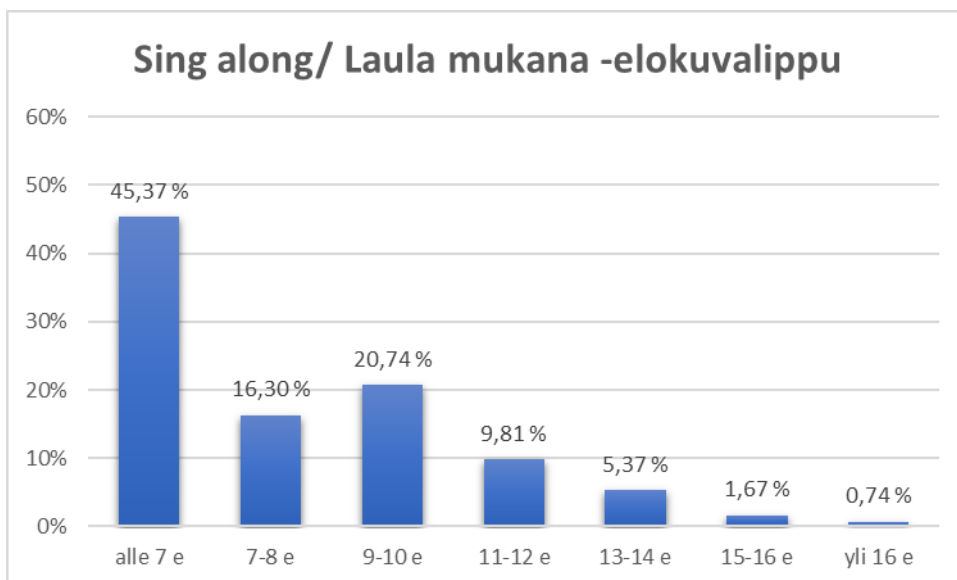
Kuvio 54. Paljonko ollaan valmiita maksamaan aikuisten lipusta 3D-elokuvateatterinäytökseen illalla.

Lasten 3D-elokuvalipuista iltanäytökseen oli 39 % valmiita maksamaan 9-10 euroa, kuten Kuviosta 55 ilmenee. 23 % maksaisi 7-8 euroa, 20 % 11-12 euroa ja 11 % alle seitsemän euroa. 13-14 euroa maksaisi 6 % ja loput vaihtoehdot saivat alle 2 %:n vastausmäärät.



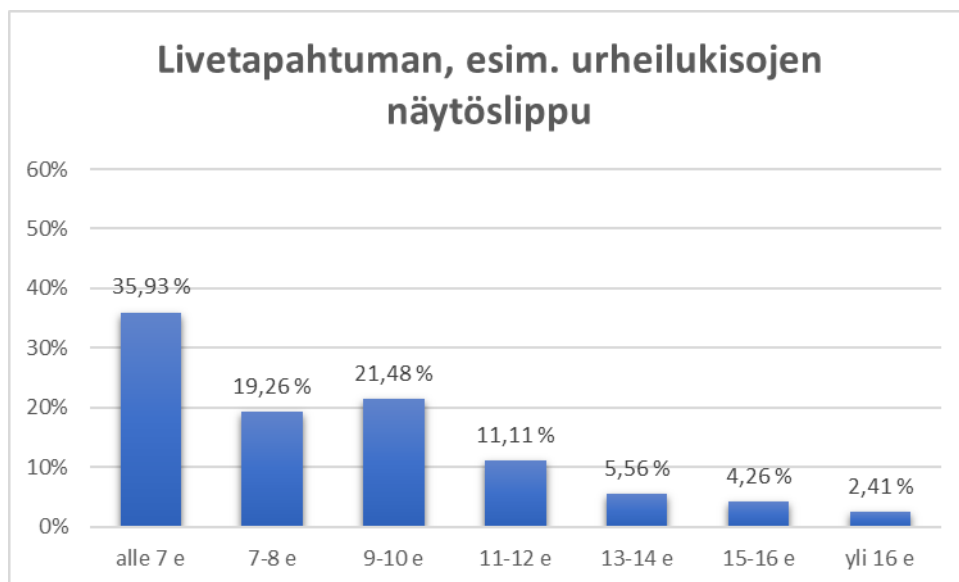
Kuvio 55. Paljonko ollaan valmiita maksamaan lasten lipusta 3D-elokuvateatterinäytökseen illalla.

Sing along/ Laula mukana -näytöksistä Kuvion 56 mukaisesti oli vastaajista lähes puolet, 45 % sitä mieltä, että maksaisivat alle seitsemän euroa. 21 % vastaajista oli valmiita maksamaan 9-10 euroa, 7-8 euroa 16 %, vastaajista 10 % maksaisi 11-12 euroa ja 13-14 euroa 5 %. Loput vaihtoehdot saivat alle 2 % vastaajista.



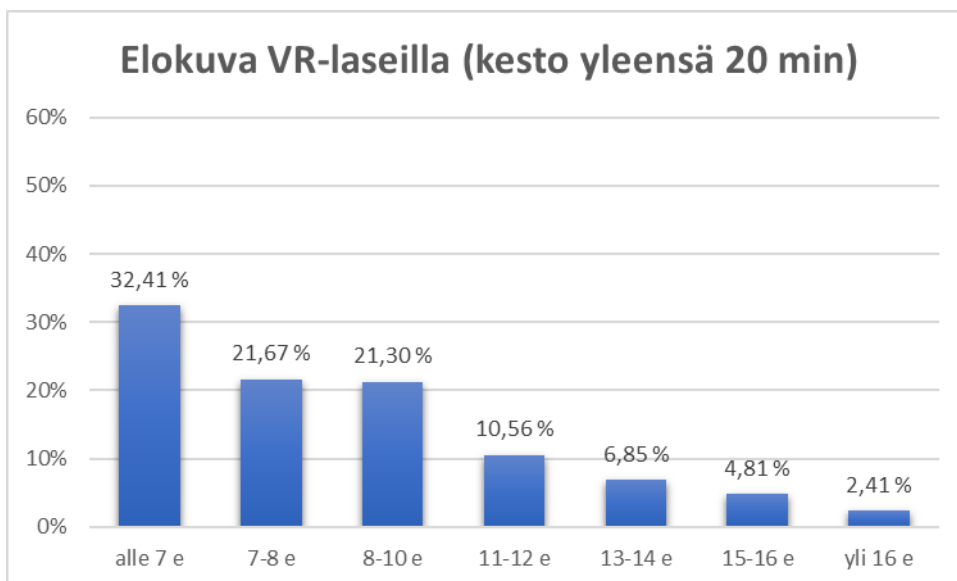
Kuvio 56. Paljonko ollaan valmiita maksamaan Sing along/ Laula mukana -näytökseen.

Kuviossa 57 on kuvattu, miten paljon livetapahtumaan, esimerkiksi urheilunäytökseen oltiin valmiita maksamaan. 36 % vastaajista maksaisi alle seitsemän euroa, 9-10 euroa 21 %, vastaajista 19 % maksaisi 7-8 euroa ja 11-12 euroa 11 %. Vastaajista 6 % oli valmiita maksamaan 13-14 euroa ja loput vaihtoehdot saivat alle 5 %:n vastausmäärät.



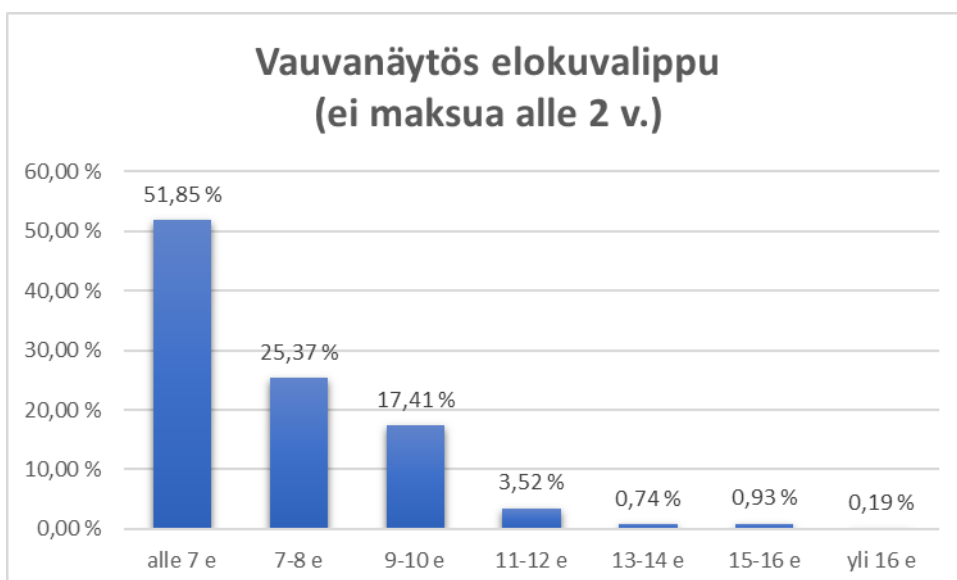
Kuvio 57. Paljonko ollaan valmiita maksamaan livetapahtuman näytökseen.

VR- eli virtuaalituodellisuuslaseilla katsottavista näytöksistä 32 % oli valmiita maksamaan alle seitsemän euroa Kuvion 58 mukaisesti. Lähes sama määrä vastaajia, reilu 20 % oli valmiita maksamaan joko 7-8 euroa tai 8-10 euroa. 11 % vastaajista maksaisi 11-12 euroa ja 13-14 euroa 7 %. Loput vastausvaihtoehdot saivat alle 5 %:n vastausmäärän.



Kuvio 58. Paljonko ollaan valmiita maksamaan elokuvanäytökseen VR-laseilla.

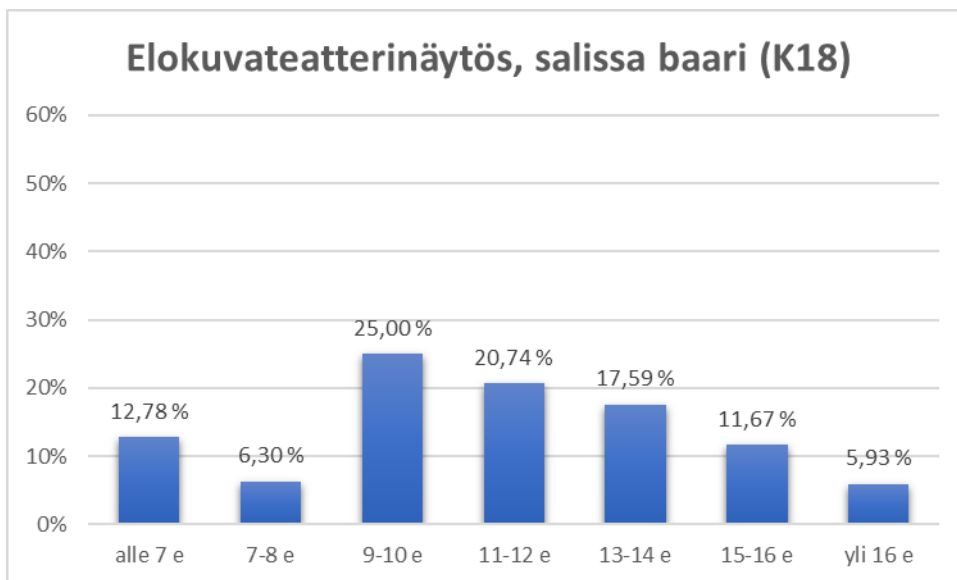
Kuviosta 59 selviää, miten paljon vastaajat olivat valmiita maksamaan vauvanäytöksen elokuvalipusta. Informoin vastaajia, ettei hintaa otettaisi alle 2-vuotiailta. Hieman yli puolet, 52 % vastaajista maksaisi alle seitsemän euroa. 25 % vastaajista maksaisi 7-8 euroa ja 17 % 9-10 euroa. Loput vastausvaihtoehdot saivat alle 5 %:n vastausmäärät.



Kuvio 59. Paljonko ollaan valmiita maksamaan vauvanäytökseen yli 2-vuotiailta.

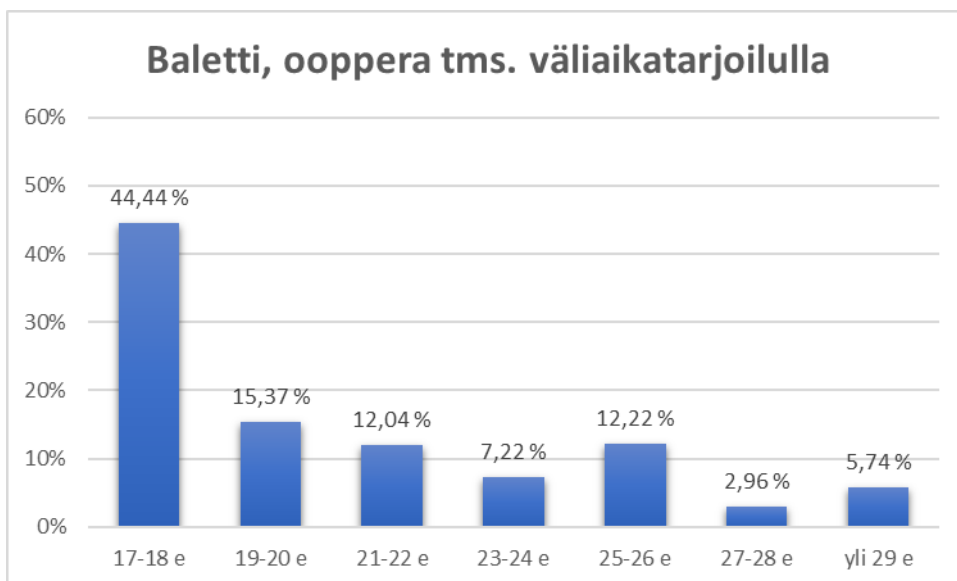
Elokuvateatterinäytökseen, jolloin salissa on baari ja näytös on ikärajalinen, vastaajien vastaukset hajautuivat enemmän, kuten Kuviosta 60 näkyy. Vastaajista 25 % oli

valmiita maksamaan 9-10 euroa, 21 % vastaajista 11-12 euroa, 13-14 euroa 18 % ja 13 % alle 7 euroa. 12 % maksaisi 15-16 euroa, 7-8 euroa 6 % ja vähiten eli hieman alle 6 % oli valmiita maksamaan yli 16 euroa.



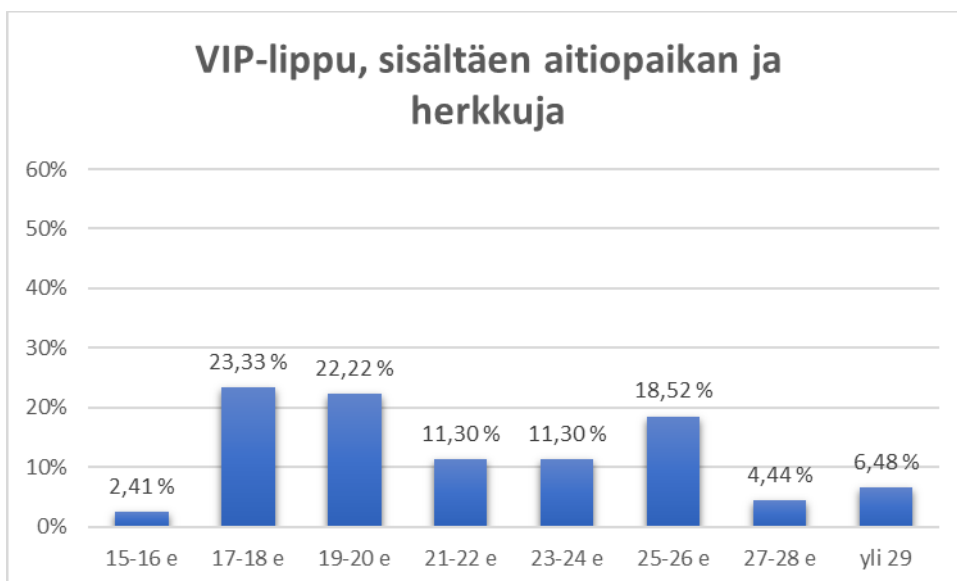
Kuvio 60. Paljonko ollaan valmiita maksamaan elokuvateatterinäytökseen, jos salissa on baari ja ikäraja 18.

Kuviosta 61 näkyy, että laitoin vastausvaihtoehdoiksi antamani hinnat korkeammiksi baletti-, ooppera tai muuhun vastaavaan näytökseen, koska siellä olisi myös väliaikatarjoilu. Informoin väliaikatarjoilusta vastaajia. Vastaajista oli 44 % valmiita maksamaan 17-18 euroa ja 15 % 19-20 euroa. Sekä 21-22 että 25-26 euroa oli valmiita maksamaan 12 % vastaajista, 7 % maksaisi 23-24 euroa, 29 euroa 6 % ja 27-28 euroa 3 %.



Kuvio 61. Paljonko ollaan valmiita maksamaan baletti-, ooppera- tai muusta vastaavasta näytöksestä väliaikatarjoilulla.

Asetin VIP-lipullekin korkeammat hinnat vastausvaihtoehdoiksi, koska VIP-lippu sisältäisi aitiopaikan ja herkkuja, minkä informoin myös vastaajille. Kuviosta 62 näkee vastausten jakautuneen suhteellisen tasaisesti. 23 % oli valmiita maksamaan 17-18 euroa ja 22 % 19-20 euroa. 25-26 euroa maksaisi 19 % vastaajista. Sekä 21-22 että 23-24 euroa maksaisi 11 % ja yli 29 euroa 6 % vastaajista. Loput vastausvaihtoehdot jäivät vastausmäärissä alle 5 %: n.



Kuvio 62. Paljonko ollaan valmiita maksamaan VIP-lipusta, jos se sisältää aitiopaikan ja herkkuja.

## 7.7 Asiantuntijahaastattelut

Otin haastateltaviin yhteyden joko sähköpostitse tai puhelimitse. Haastatteluita toteutin sekä puhelimitse että kasvotusten, osa haastatteluista oli hyvinkin lyhyitä ja osa pidempikestoisia. Osan haastatteluista nauhoitin ja osasta kirjoitin haastattelun yhteydessä muistiinpanot. En tehnyt asiantuntijahaastatteluista litterointia ja analysoin aineistoa teemoittelun kautta suoraan haastatteluiden aikana tekemistäni muistiinpanoista. Teemoittelulla voi tutkimusaineistosta hahmottaa keskeisiä aihepiirejä (Jyväskylän yliopiston Koppa www-sivut 2019). Keräsin Taulukkoon 9 tekemäni haastattelut ja haastattelun teeman. Taulukossa olevin asiantuntijoiden lisäksi otin yhteyttä puhelimitse kesän 2018 aikana paikallisiin kiinteistövälittäjiin sekä kiinteistön omistajiin tiedustellakseni vapaana olevia tiloja. Kävin tutustumassa kahteen tilaan, mutta mitkään tiloista eivät olleet soveltuvia elokuvateatterille.

Käytin haastatteluista saatua materiaalia sekä teoriaosuudessa että tukemaan liitteenä olevan liiketoimintasuunnitelman laatimista. Käytännönläheisellä tiedolla pystyin soveltamaan ja vahvistamaan opinnäytetyöhön hankkimaani teoriatietoa. Haastatteluiden tulokset tulivat esille opinnäytetyön aikaisemmissa osissa sekä liitteenä olevissa liiketoimintasuunnitelmassa (Liite 7) ja palvelumallissa (Liite 8).

Taulukko 9. Toteutuneet asiantuntijahaastattelut

<i>Päivä-määrä</i>	<i>Haastateltava</i>	<i>Taho</i>	<i>Teema</i>
<b>20.2.2018</b> <b>tapaaminen</b>	Elinkeinojohtaja Marko Rajamäki ja kaupunginarkkitehti Ilmari Mattila	Kankaanpään kaupunki	Kankaanpään kaupungin ajatukset elokuvateatterin perustamisesta, tilatarjonta sekä yhteistyömahdollisuudet
<b>1.3.2018</b> <b>tapaaminen</b>	Lehtori Tomi Kuusimäki	Samk	Kortteeri-hanke ja yhteistyömahdollisuudet Samkin Kuvataiteen kanssa



<b>2.3.2018</b> <b>puhelin- haastat- telu</b>	Yrittäjä Ilkka Peura	Y-Kino	Elokuvateatteriala ja elokuvateatterin toiminta käytännössä <i>Benchmarking</i>
<b>9.3.2018</b> <b>puhelin- haastat- telu</b>	Yrittäjä Henry Erkkilä	Kino Piispanristi	Elokuvateatteriala ja elokuvateatterin toiminta käytännössä <i>Benchmarking</i>
<b>9.3.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Toiminnanjohtaja Juha Vanha- paasto	Leader Pohjois-Sata- kunta	Rahoitusmahdollisuu- det
<b>12.3.2018</b> <b>puhelin- haastat- telu</b>	Yrittäjä Ilkka Peura	Y-Kino	Tarkentavia kysymyk- siä elokuvateatterisa- lista <i>Benchmarking</i>
<b>13.3.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Museonjohtaja Eeva-Kaisa Hai- konen ja museoamanuenssi Anu Forss	Kankaanpään museo	Yhteistyömahdollisuu- det museon kanssa
<b>15.3.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Asiantuntija, maaseutuyritykset Annina Luotonen	ProAgria	Rahoitusmahdollisuu- det
<b>21.6.2018</b> <b>puhelin- haastat- telu</b>	Yritysasiantuntija Ari Nummelin	Satakunnan ELY- keskus	Rahoitusmahdollisuu- det
<b>26.6.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Yrittäjä Henry Erkkilä	Kino Piispanristi	Tarkentavia kysymyk- siä elokuvateatte- rialasta ja teatteriin tu- tustuminen <i>Benchmarking</i>
<b>27.6.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Teatterinhoitaja Juha Elomäki	Arthouse Cinema Nia- gara	Elokuvateatteriala ja teatteriin tutustuminen <i>Benchmarking</i>
<b>29.6.2018</b> <b>puhelin- haastat- telu</b>	Toimitusjohtaja Tero Koistinen	Filmikamari	Elokuvateatteriala <i>Benchmarking</i>
<b>2.7.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Kaupunginarkkitehti Ilmari Mat- tila	Kankaanpään kaupunki	Tilatarjonta ja yhteis- työmahdollisuudet

<b>3.8.2018</b> <b>puhelin- haastat- telu</b>	Yrittäjä Minna Matila	Elokuvateatteri Lumo	Elokuvateatteriala <i>Benchmarking</i>
<b>26.11.2018</b> <b>sähköpos- tihaastat- telu</b>	Yrittäjä Minna Matila	Elokuvateatteri Lumo	Elokuvateatteriala <i>Benchmarking</i>
<b>10.12.2018</b> <b>sähköpos- tihaastat- telu</b>	Kotimaan levityspäällikkö Harri Ahokas	Suomen elokuvasäätiö	Elokuvateatteriala Elokuvasäätiön tuet
<b>11.12.2018</b> <b>tapaami- nen</b>	Yritysasiainmies Mari Raukola	Kankaanpään kaupunki	Kustannuslaskelmat

## 7.8 Palveluiden suunnittelu

Käytin palvelumuotoilun työkaluja, jotta sain elokuvateatterin palvelut kuvattua visuaaliseen muotoon. Osa palvelukuvauksista oli liiketoimintasalaisuuden alaisia ja ne tulivat työhön salaisiksi liitteiksi.

Asiakasymmärryksen parantamiseksi loin kuvitteelliset persoonat eli käyttäjäprofiilit haastatteluiden ja kerätyn tiedon analysoinnin avulla. Strategiseen suunnitteluun käytin Strategyzerin Business Model Canvas -pohjaa (Liite 1), jonka avulla kuvasin kehitettävä liiketoimintamallin (Liite 5). Elokuvateatterialan yrittäjien benchmarkkauksen avulla sain pohjaa palvelukonseptin luomiseen. Palvelukonseptin kuvasin palvelupolun avulla, missä visualisoin asiakkaan kokemat palvelutuokiot ja kontaktipisteet. Kuvakäsikirjoituksen eli skenaarion avulla visualisoin tulevaisuuden toimintaympäristöä. Palvelumallilla eli Service Blueprintillä kuvasin visuaalisesti, kuinka palvelu toteutetaan asiakkaan, palveluntuottajan ja muiden toimijoiden näkökulmasta.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Varasin aikaa työhön tutkimussuunnitelman valmistumisesta lähes vuoden, jotta aikani varmasti riittäisi perusteellisen ja laajan selvityksen tekemiseen elokuvateatterin perustamisesta. Opinnäytetyön tekeminen ja opiskelut etenivät joustavasti samaan aikaan, koska onnistuin yhdistämään monen ammattikorkeakoulun kurssin harjoitustyöt elokuvateatterin suunnitelmiin. Tein opinnäytetyötä työn ohella, joten panostin opinnäytetyön tekemiseen enemmän viikonloppuisin ja lomilla. Loppuvaiheessa opintovapaa mahdollisti keskittymisen työn valmiiksi saattamiseen.

Teoriaosassa kävin perusteellisesti läpi sekä teoreettisen tutkimuksen että asiantuntijahaastatteluiden avulla kerättyjä elokuvateatterin perustamiseen liittyviä taustatietoja. Haastatteluiden ja benchmarkingin avulla sain selville tarkennuksia soveltuvista tiloista, rahoitusmahdollisuuksista ja ylipäätään elokuvateatterialasta. Pohjois-Satakunnan alueen kilpailutilannetta kävin tarkemmin läpi liiketoimintasuunnitelmassa, missä otin huomioon Parkanon, Ikaalisten, Pomarkun ja Porin elokuvateatterit. Liiketoimintasuunnitelmassa käsittelin kilpailijoiden taustaa, salikokoja, näytösten hintoja, lippituloja, katsojamääriä ja kotisivuja. Lisäksi pohdin, miten erottautuisimme kilpailijoistamme.

Empiriaosassa selvitin verkkokyselyllä markkinatilannetta Kankaanpäässä ja Pohjois-Satakunnassa sekä tulevien asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Paperilomakkeille vastasi 20 työpajassa käynyttä henkilöä, joiden vastaukset siirsin sähköiselle kyselylomakkeelle. Verkon kautta kyselyyn vastasi 520 henkilöä, joten yhteensä vastaajia oli 540. Kiintiöpöiminnassa en käyttänyt todennäköisyysotantaa, joten Heikkilän (2014, 39) mukaan tilastollista päättelyä ja tarkkojen estimaattien laskemista ei voida tehdä vastausten perusteella luotettavasti. Mielestäni kyseessä on kuitenkin näyte, joka ei tee opinnäytetyöstä hyödytöntä tutkimusta; yli 500 vastaajan näyte, joista 444 oli kankaanpääläisiä, selvittää hyvin kankaanpääläisten mielipiteitä. Vaikka mahdollisuutta todennäköisyysotantaan ei ollut, lisäsin tasapuolisuutta tutkimukseen osallistumiseen monipuolisella kyselyn mainonnalla ja kuukauden vastausajalla. Nyt hieman kokeenempänä tutkimuksentekijänä huomioin varmasti jatkossa tarkemmin, että otos tulee otettua luotettavammin ja tuloksista yleistettävämpiä.

Taustatiedoista näkyi, että suurin osa vastaajista oli naisia. Vastaajista suurimmat ikäryhmät olivat 18-29 - ja 30-39 -vuotiaat. Eniten vastaajia oli kokopäivätyössä ja kuului lapsiperheeseen. Lähes puolet vastaajista katsoi viikossa 1-2 elokuvaa. Otoksoon viitearvoa 500 – 1000 käytetään valtakunnallisissa kuluttajatutkimuksissa, mutta jos keskitytään ryhmien väliseen vertailuun, tulisi jokaisessa ryhmässä olla ainakin 30 tilastoyksikköä (Heikkilä 2014, 43). Jos tuloksia halutaan verrata ikäryhmittäin keskenään, ryhmissä alle 13-vuotiaat (5 vastaajaa), 60-69 -vuotiaat (24 vastaajaa) ja yli 70-vuotiaat (12 vastaajaa) on liian vähän vastaajia ryhmän yleistettävyyden kannalta.

Kyselylomake oli etukäteen pilotoitu ja kysymykset antoivat hyvin vastauksia tutkimuskysymyksiin. Jälkeenpäin sain palautetta hankalista vastausvaihtoehdoista, jotka olisi kannattanut muotoilla toisin. Ajatuksenani oli saada kaikilta vastaus hintakyselyyn ”Paljonko olisit valmis maksamaan...?”, enkä antanut vastausvaihtoehtoa ”ei kiinnosta” tai hintavaihtoehtoa ”0 euroa” lainkaan. Kysymyksiä laatiessa oletuksenani oli, että jos ihmisiä ei kiinnosta, he valitsevat matalimman hinnan. Vastaajalta tulleen palautteen mukaan vastaajat saattoivat kuitenkin vastata mitä sattuu. Hintakysymysten vastaukset eivät onneksi olleet tutkimuksen kannalta merkittävimmissä asemassa, vaan enemmänkin tukemassa päätöksiäni liiketoimintasuunnitelmassa. Vastauslomakkeen loppuun olisin voinut lisätä vielä avoimen kohdan risuille ja ruusuille, jotta olisin saanut tietooni enemmän palautetta ja kehittämistarpeita vastaajilta koskien tutkimusta.

Avointen kysymysten vastaukset tukivat strukturoitujen kysymysten ja teemahaastatteluiden vastauksia, joten tutkimuksen luotettavuutta voidaan mielestäni pitää hyvänä. Kuten aiemmin jo mainitsin, kannattaa kuitenkin suhtautua tiettyjen ikäryhmien (alle 13-vuotiaat, 60-69 -vuotiaat ja yli 70-vuotiaat) vastauksiin varauksellisemmin alhaisen vastausprosenttien takia. Miesten määrä vastaajista oli jokaisessa ikäryhmässä alle 30 henkilöä, joten yleistyksiä ei voi tehdä myöskään sukupuolittain per ikäryhmä.

Kysymykseen ”Onko mielestäsi Kankaanpäässä tarvetta elokuvateatterille?” vastasi 52 % todella paljon tarvetta. Suomen elokuvateatteriliitto (2016) on teettänyt vuonna 2016 tutkimuksen elokuvateattereiden yleisöstä 13:n erikokoisen paikkakunnan elo-

kuvateatterissa (n=3073). Tässä elokuvateatteriliiton tutkimuksessa jopa 86 % piti elokuvateatteria erittäin tärkeänä paikkakunnalla. Mielestäni tarpeellisuudessa ja tärkeydessä näkyvä ero tutkimusten välillä aiheutuu siitä, että jos paikkakunnalla on jo elokuvateatteri, sitä pidetään entistä tärkeämpänä.

Elokuvateatterin suuren tarpeen lisäksi toinen merkittävä taustatiedoista saatu vastaus oli elokuvateatterin perustamisen aiheuttama elokuvissakäyntien määrän lisääntyminen. Tällä hetkellä enemmistö vastaajista, 39 % käy elokuvissa 1-2 kertaa puolen vuoden aikana. 61 % käy elokuvissa 41-60 kilometrin etäisyydellä ja 7 % vastaajista käy jopa yli 81 kilometrin etäisyydellä elokuvissa. Jos elokuvateatteri perustetaan Kankaanpäähän, 48 % vastaajista tulisi käymään elokuvissa 1-3 kertaa kuukaudessa ja 25 % kerran joka toinen kuukausi. Elokuvissakäyntien mahdollistaminen yhä useammalle, joilla ei tällä hetkellä ole välttämättä mahdollisuutta tai halukkuutta lähteä muualle elokuviin, näkyi myös selvästi vastauksista. Tällä hetkellä 8 % vastanneista ilmoittaa käyvänsä elokuvissa harvemmin tai ei koskaan ja elokuvateatterin perustamisen jälkeen määrä laskee 0,9 %:iin. Kerran vuodessa kävijöitä oli tällä hetkellä 19 %, perustamisen jälkeen vain 2 %. Tuloksissa näkyi siis selkeä lähipalvelun tarve, johon ei tällä hetkellä pystytä Kankaanpäässä vastaamaan.

Kyselytutkimuksella selvitin myös elokuvissakäyntiin sopivia aikoja, jotka osoittautuivat hyvin odotuksieni kaltaisiksi. Vastauksista näkee hyvin selvästi painotuksen alkuiltaan, ilta-aikoihin sekä viikonloppuihin. Eri elämäntilanteissa olevilla ei nähty näissä suuria eroja, mutta huomionarvoista oli, että vastauksia tuli kaikille vaihtoehdoille, ja kysyntää tulisi olemaan jopa yöllä.

Vastaajista lähes 70 % koki tärkeimmäksi syyksi elokuviin lähtemisessä yhteisen kokemuksen saamisen kumppanin, perheen tai ystävän kanssa. 61 %:lle tärkeää oli elokuvan näyttäminen paremmalta isolla valkokankaalla ja 58 %:lle päästä irtautumaan arjesta. Opinnäytetyön tulokset tukevat Suomen elokuvateatteriliiton (2016) tutkimuksen tuloksia, joissa tärkeimpänä syynä pidettiin elokuvan näyttämistä parhaimmalta isolla valkokankaalla ja seuraavaksi tärkeimpänä irtautumista kodin ja työpaikan arjesta. Palveluiden merkityksen selvittämisessä osoittautuivat tärkeimmiksi tekniset valmiudet, katsomismukavuus sekä esitysajat ja lippujen varaaminen ja ostaminen vai-

vattomasti. Vastaajilta kysyttiin myös heidän kiinnostustaan erilaisista teemanäytöksistä, kahvilasta ja kohtaamispaikasta. Eniten kiinnostusta, ”kyllä, ehdottomasti”, herättivät perhenäytökset, tilojen monikäyttö ja tapaamispaikka. Lippuvaihtoehdoista selvitin niiden kiinnostavuutta ja erilaiset paketit, kuten sarjalippupaketit ja hiljaisempien aikojen alennusliput kiinnostivat vastaajia. Huomioin nämä kaikki vastaukset liiketoimintasuunnitelmassa.

Joukkorahoituskampanjaan liittyvän kysymyksen vastauksista näki ihmisten toiveen saada elokuvateatteri Kankaanpäähän ja heidän halukkuutensa osallistua tämän mahdollistamiseen. Suosituimmaksi osallistumismuodoksi osoittautui sarjalippupaketti, mutta myös muut vaihtoehdot saivat tukea. Kysymyksillä selvitin myös hintoja, paljonko vastaajat olisivat valmiita maksamaan erilaisista näytöksistä. Käytin näitä vastauksia niin joukkorahoitukseen kuin hintoihin liittyen liiketoimintasuunnitelman kustannuslaskelmissa. Avoimien vastauksien kautta sain myös paljon erilaisia toiveita ja ideoita, joita hyödynsin liiketoimintasuunnitelmassa.

Näiden teoreettisten sekä empiiristen tutkimusten perusteella pystyin luomaan toteutettavissa olevan liiketoimintasuunnitelman perustettavalle yritykselle. Sisällytin liiketoimintasuunnitelmaan paljon tietoja, jotka eivät käy ilmi tässä opinnäytetyössä. Liiketoimintasuunnitelman sisällysluettelo on esitetty Liitteessä 9. Päädyin tutkimusten tulosten perusteella liiketoimintasuunnitelmassa ratkaisuun, että elokuvateatteriin tulee vähintään kaksi korkeatasoista ja monipuoliseen käyttöön soveltuvaa salia ja toiseen niistä tulee myös baari vastaamaan asiakkaiden kysyntään ruoka- ja juomapalveluista elokuvanäytöksen yhteydessä. Elokuvateatterin oheen tulee myös kahvila, missä voi kokea yhteisöllisyyttä ja elämyksiä. Kahvilasta tulee eri-ikäisten kaupunkilaisten yhteinen olohuone ja tapaamispaikka, missä voivat viettää aikaansa muutkin kuin elokuvateatterikävijät.

Opinnäytetyön valmistuessa yritystä ei ollut vielä perustettu, mutta tavoitteet saavutettiin. Tuleville yrittäjille eli perheelleni muodostui selkeä visio mitä elokuvateatterilta vaaditaan, jotta yritystoiminnasta saadaan luotua kannattavaa toimintaa ja tuotettua asiakaslähtöisiä palveluita. Materiaalit yrityksen perustamiseksi valmistuivat, ja saimme solmittua kontakteja ja luotua laajan yhteistyöverkoston sekä elokuvateatterialalta että rahoitus- ja tukipuolelta. Sain käytyä Kankaanpään tilavaihtoehdot läpi ja

totesin, ettei valmiita tarpeeksi korkeita tiloja ole tällä hetkellä tarjolla. Elokuvateatterin perustaminen tulee olemaan suuri investointi ja vaatii vahvaa tahtotilaa ja villedä unelmia niin yrityksen perustajilta, kaupunkilaisilta kuin kaupungilta. Kyselyn vastausten perusteella saimme kuitenkin vahvistusta suunnitelmillemme ja uskoa, että tämä tehdään yhdessä kaupunkilaisten tuella. Tulevien yrittäjien onkin opinnäytetyön valmistuttua tarkoitus hakea rahoitus elokuvateatterin perustamiseen valmiiksi saaduilla kustannuslaskelmilla ja liiketoimintasuunnitelmalla sekä aloittaa neuvottelut elokuvateatterin rakennuttamisesta.

Opinnäytetyöongelmat tulivat ratkaistuksi opinnäytetyössä. Sain selvitettyä elokuvateatterialan markkinatilanteen Kankaanpäässä ja Pohjois-Satakunnassa, osan tiedoista kirjasin laajemmin liiketoimintasuunnitelmaan. Sain selvitettyä perustamisedellytykset elokuvateatterialan yrityksen toiminnan käynnistämiseksi, kuten myös minkälaiset tilat soveltuvat elokuvateatterin perustamiseen. Kävin läpi Kankaanpään tilatarjonnan, eikä tällä hetkellä sopivia tiloja löydy. Työn avulla sain selville, minkälainen on toimiva asiakaslähtöinen elokuvateatterin palvelumalli ja kuvasin sen Liitteessä 8. Sain selvitettyä rahoitusmahdollisuuksia, joista kirjasin tiedot tarkennettuina liiketoimintasuunnitelmaan ja kustannuslaskelmiin.

Vastaavatyypistä kyselyä on mahdollista hyödyntää selvitettäessä elokuvateatterin perustamista myös muissa kaupungeissa. Teoreettinen viitekehys on hyödyksi elokuvateatterin perustamista suunnitteleville, koska elokuvateatterin perustamisesta ei ole tehty selvitystä Suomessa tällä laajuudella, eivätkä tiedot olleet helposti löydettävissä yhdestä paikasta. Liitteeseen 6 keräsin tutkimuksia, joihin en ole viitannut tässä opinnäytetyössä, mutta ne olivat mielenkiintoisia lähteitä alaan tutustumisessa.

Opinnäytetyön myötä minulle avautui kokonaan uusi maailma ja tutuksi tulivat niin konehuoneiden toiminta, popcorn-koneet, vanhat filmikelat kuin penkkien ja valkokankaiden rakenne. Prosessin aikana sain tutustua innovatiivisiin, ystävällisiin ja avoimiin elokuvateatterialan toimijoihin, jotka todella näkivät vaivaa ja käyttivät omaa aikaansa alan käytäntöjen selvittämiseksi. Myös kankaanpääläiset seurasivat aktiivisesti tutkimukseni edistymistä ja sain usein kyselyitä, koska elokuvateatteri perustetaan. Kuluneen vuoden aikana sain kysymysten lisäksi kuulla Kankaanpään vanhoista elokuvateattereista todella erikoisia, hauskoja ja ihmeellisiä sattumuksia ja tarinoita,

joista muutamia kirjasin Kankaanpään elokuvateattereiden esittelyn yhteyteen. Jatkotutkimuksen aiheena voisikin olla Kankaanpään elokuvateattereiden historian tarkempi selvittäminen ja näiden tarinoiden kokoaminen. Nyt on jo monta sukupolvea ilman omia tarinoitaan, joten toivottavasti näemmekin elokuvateatterin Kankaanpäässä mahdollisimman pian. Uusia tarinoita tarvitaan tuleville sukupolville kerrottavaksi.



## LÄHTEET

Ahokas, H. 2018. Kotimaan levityspäällikkö, Suomen elokuvasäätiö. Elokvateatterin perustaminen Kankaanpäähän. Vastaanottaja: Elina Kangas. Lähetetty 10.12.2018 klo 13:49. Viitattu 10.12.2018.

Alkoholilaki 28.12.2017/1102 muutoksineen

Anttila, M. n. 1970. Sampo Torikadulla n. 1970. Valokuva. Kankaanpään kaupunginmuseon kuvakokoelma.

Anttila, M. n.d. Kinovintti. Valokuva. Kankaanpään kaupunginmuseon kuvakokoelma.

Asetus rakennuksen esteettömyydestä 5.5.2017/ 241

Asetus rakennuksen käyttöturvallisuudesta 20.12.2017/1007

Elinympäristön tietopalvelu Liiteri, Tilastokeskus. 2018. Viitattu 29.6.2018. <https://liiteri.ymparisto.fi/>

Elokvateatteri Star palkittiin Oulun vuoden yrittäjänä – pieni perheyritys pitää pintansa ja uudistuu. 2017. Kaleva 25.11.2018. Viitattu 28.6.2018. <http://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/elokvateatteri-star-palkittiin-oulu-vuoden-yrittajana-pieni-perheyritys-pitaa-pintansa-ja-uudistuu/777308/>

Elonet Kansallisfilmografia www-sivut. 2018. Viitattu 4.3.2018. <https://www.elonet.fi>

Elo-Pärssinen, K. & Talvitie, E. 2010. Perheyritys on enemmän. Helsinki: WSOY.

ELY-keskuksen www-sivut. 2018. Viitattu 21.6.2018. <http://www.ely-keskus.fi>

Erkkilä, H. 2018. Yrittäjä, Cinemahouse Oy. Henkilökohtainen tiedonanto. 9.3.2018.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino. Viitattu 31.1.2019. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789517685047>

Europa Cinemas Media Guidelines 2018. 2018. Viitattu 28.6.2018. [https://www.europa-cinemas.org/uploads/GB\\_2018\\_Guidelines.pdf](https://www.europa-cinemas.org/uploads/GB_2018_Guidelines.pdf)

Europa Cinemas www-sivut. 2018. Viitattu 28.6.2018. <https://www.europa-cinemas.org>

Flamholtz, E. & Randle, Y. 2016. Building Family Business Champions. Stanford Business Books. Viitattu 1.4.2018. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/samk/reader.action?docID=4414780>

Haapakoski, A. 2018a. Vastaanottaja: Elina Kangas. Lähetetty 6.11.2018 klo 17:18. Viitattu 31.1.2019.

- Haapakoski, A. 2018b. Kouluilla ja seuraintaloilla kiersi... Facebook 15.12.2018 15:09, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Aimo Haapakosken kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>
- Hannula, A. 2012. Omistajaohjaus ja hallitustyö -lisäarvoa perheyrittäykselle. Viitattu 1.4.2018. <https://perheyrittys.sharefile.com/share/view/ab7337d9c4ad45f6>
- Heino, J. 2016. Uuden sukupolven omistajien kehittäminen ja perheen hallinto. Pro gradu -tutkielma. Aalto-yliopisto. Laskentatoimen laitos. Viitattu 1.4.2018. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201708176605>
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uud. p. Helsinki: Edita. Viitattu 30.1.2019. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-6495-1>
- Hidden growth within family businesses. 2016. KPMG ja European Family Businesses. Viitattu 1.4.2018. <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2016/11/hidden-growth-within-family-businesses.pdf>
- Hiltunen, P. 2017. Palvelusta tuotteeksi: Käsikirja palvelutuotteiden muotoiluun. Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu. Viitattu 20.6.2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-493-300-1>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. Viitattu 15.3.2018. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789524958868>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.
- Holopainen, T. & Jokilampi, J. 2018. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2018. Helsinki: Suomen Uusyrityskeskukset ry / SUK-Palvelu Oy. Viitattu 31.1.2019. [https://ejulkaisu.grano.fi/Uusyrityskeskus/Perustamisopas\\_2018#p=6](https://ejulkaisu.grano.fi/Uusyrityskeskus/Perustamisopas_2018#p=6)
- Honkinen, T., Innanen, A., Lindgren, J., Pello, J., Rantanen, J., Siltala, K. & Tuomala, S. 2016. Startup-juridiikan käsikirja. Helsinki: Alma Talent. Viitattu 21.6.2018. <https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/>
- Huuhko, E. 2015. Itäsuomalainen elokuvateatteriketju uskoo perheyrittäjyyteen. Yle-uutiset 2.1.2015. Viitattu 28.6.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-7712886>
- Independent Cinema Office www-sivut. 2018. Viitattu 2.4.2018. <https://www.independentcinemaoffice.org.uk/>
- Inkinen, Y. 2018a. Kyllä alakerta oli... Facebook 11.12.2018 23:42, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Yrjö Inkisen kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Inkinen, Y. 2018b. S, K-12, K-16 ja K-18 olivat... Facebook 12.12.2018 00:02, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Yrjö Inkisen kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Inkinen, Y. 2018c. 2000-luvulla varuskunnan teatterissa... Facebook 12.12.2018 00:09, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Yrjö Inkisen kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Jyrämä, A. & Mattelmäki, T. 2015. Palvelumuotoilu saapuu verkostojen kaupunkiin: Verkosto- ja muotoilunäkökulmia kaupungin palvelujen kehittämiseen. Aalto-yliopiston julkaisusarja TAIDE+MUOTOILU+ARKKITEHTUURI 1/2015. Helsinki: Aalto-yliopisto. Viitattu 20.6.2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-6060-6>

Jyväskylän yliopiston Koppa www-sivut. 2019. Viitattu 31.1.2019. <https://koppa.jyu.fi/>

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum. Viitattu 21.6.2018. <https://bisneskirjasto-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/>

Kangas, K. 2019. Puhelinhaastattelu 31.1.2019. Haastattelija Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Kankaanpään kaupunki. 2016. Kankaanpää 2025: ”Äly, taide ja hyvinvointi asuvat meillä”. Esitys kaupunkistrategiasta 8.12.2016. Viitattu 30.1.2019. <http://www.kankaanpaa.fi/attachments/gallery/Kaupunkistrategia.pdf>

Koipijärvi, T. 2017. Yritysvastuu: Johtamisen uusi normaali. Helsinki: Kauppakamari. Viitattu 28.6.2018. <https://kauppakamaritieto-fi.lillukka.samk.fi/fi/s/ak/kirjat/yritysvastuu-johtamisen-uusi-normaali-2017/>

Koistinen, T. 2018. Toimitusjohtaja, Suomen Filmikamari ry. Puhelinhaastattelu 29.6.2018. Haastattelijana Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Koistinen, T. Toimitusjohtaja, Suomen Filmikamari ry. Tilastot. Vastaanottaja: Elina Kangas. Lähetetty 29.6.2018 klo 13:02. Viitattu 29.6.2018.

Korhonen, A. 1940-luku. Kino Mars Niinisalossa 1940-luvulla. Valokuva. Kankaanpään kaupunginmuseon kuvakokoelma.

Kuisma, M. 2018. 1988 kävin katsomassa Kinovintissä... Facebook 12.12.2018 00:30, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Matti Kuisman kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Kuntaliiton www-sivut. 2018. Viitattu 28.6.2018. <https://www.kuntaliitto.fi/>

- Kuntien avainluvut. 2017. Helsinki: Tilastokeskus. Suomen virallinen tilasto, Väestörakenne. Viitattu 1.7.2018. <https://www.stat.fi/tup/alue/kuntienavainluvut.html#?year=2017&active1=SSS>
- Kuntokeskus Palatsin www-sivut. 2018. Valokuva. Viitattu 10.1.2019. <https://kuntokeskuspalatsi.fi>
- Kuvaaja tuntematon. 1940-luku. Torilta 1940-luvulla. Valokuva. Kankaanpään kaupunginmuseon kuvakokoelma.
- Laaksonen, S., Matikainen, J. & Tikka, M. 2013. Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino. Viitattu 30.1.2019. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517684101>
- Laurila, H. 2019. Puhelinhaastattelu 31.1.2019. Haastattelijana Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Laurila, T. 2016. Tulevaisuuden elokuvateattereissa seistään ja aistitaan. WAU.fi 4.8.2016. Viitattu 21.6.2018. <https://wau.fi/artikkelit/tulevaisuuden-elokuvateattereissa-seistaan>
- Leader Pohjois-Satakunnan www-sivut. 2018. Viitattu 21.6.2018. [http://www.aktiivinen.fi/leader\\_pohjois-satakunta](http://www.aktiivinen.fi/leader_pohjois-satakunta)
- Lempinen, J., Pyyny, M., Pirinen, E. & Talassalo, M. 2017. Hinta tuplaantui, katsojat jäivät – elokuvateatterit elävät ajassa. Moreenimedia 26.9.2017. Viitattu 21.6.2018. <https://moreenimedia.uta.fi/2017/09/26/hinta-tuplaantui-katsojat-jaivat-elokuvateatterit-elavat-ajassa/>
- Leppiniemi, J. & Lounasmeri, S. 2000. Yritysrahoitus. 14.2.2018 päivitetty painos. Helsinki: WSOYpro. Viitattu 21.6.2018. <https://fokus-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/>
- Luotonen, A. 2018. Yritysasiantuntija, ProAgria Länsi-Suomi. Henkilökohtainen tiedonanto 15.3.2018.
- Luova Eurooppa Median alaohjelman www-sivut. 2018. Viitattu 28.6.2018. <http://www.mediadesk.fi>
- Niskanen, J. & Niskanen, M. 2013. Yritysrahoitus. 7. uud. p. Helsinki: Edita. Viitattu 20.6.2018. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-6421-0>
- Nummelin, A. 2018. Yritysasiantuntija, Satakunnan ELY-keskus. Puhelinhaastattelu 21.6.2018. Haastattelija Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Ojasalo, K. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. p. Helsinki: Sanoma Pro. Viitattu 31.1.2019. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-63-2695-5>
- Opintopolun www-sivut. 2018. Viitattu 2.4.2018. <https://opintopolku.fi/wp/fi/>

Palmén, J. 2017. Elokuviissa käynti nosteessa – kysyntä tuo aina lisää elokuvatarjontaa. *Tekniikka ja Talous* 10.6.2017. Viitattu 28.6.2018. [https://www.tekniikkatalous.fi/talous\\_uutiset/yritykset/elokuvissa-kaynti-nosteessa-kysynta-tuo-aina-lisaa-elokuvatarjontaa-6656338](https://www.tekniikkatalous.fi/talous_uutiset/yritykset/elokuvissa-kaynti-nosteessa-kysynta-tuo-aina-lisaa-elokuvatarjontaa-6656338)

Partanen & Lamusuo Oy:n www-sivut. 2006. Kankaanpään elokuva- ja liikekeskus. Luonnossuunnitelma. Viitattu 12.9.2018. <https://pa-la.fi/projektit/kankaanpaan-elokuvakeskus/>

Perttunen, J. 2016. Perheomisteiset yhtiöt ja taloudellinen suoriutuminen. Pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto: Kauppatieteellinen tiedekunta. Viitattu 1.4.2018. <https://www.tritonia.fi/fi/e-opinnaytteet/tiivistelma/6851/Perheomisteiset+yhti%C3%B6t+ja+taloudellinen+suoriutuminen>

Peura, I. 2018. Yrittäjä, Y-Kino. Puhelinhaastattelu 2.3.2018. Haastattelijana Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Pikkukylän kino pyörii rakkaudesta elokuvaan – 17 asiakasta ratkaisee. 2018. Y-Studio Yrittäjän oppi 16.5.2018. Viitattu 28.6.2018. <https://y-studio.fi/artikkelit/pikkukylan-kino-pyorii-rakkaudesta-elokuvaan/>

ProAgrian www-sivut. 2018. Viitattu 19.3.2018. <https://www.proagria.fi/>

Rantanen, M. 2016. Tunnelmamuotoilu. Helsinki: Talentum Pro.

Salminiemi, R. 2018a. Varuskunnan elokuvateatteri sijaitsi... Facebook 11.12.2018 20:54, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Reino Salminiemen kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Salminiemi, R. 2018b. Varuskunnan elokuvateatteria kutsuttiin... Facebook 11.12.2018 21:19, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Reino Salminiemen kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Salminiemi, R. 2018c. Se oli varmaan... Facebook 11.12.2018 22:42, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Reino Salminiemen kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Satakuntaliiton www-sivut. 2018. Viitattu 29.6.2018. <http://www.satakuntaliitto.fi/>

Satamittari www-sivut. 2018. Viitattu 4.3.2018. <http://www.satamittari.fi>

Sekki, A. & Niemi, M. 2016. Menesty yrittäjänä: 68 käytännön ohjetta. Helsinki: Talentum Pro. Viitattu 21.6.2018. <https://bisneskirjasto-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/>

Sivistystoimen työkalupakki palvelumuotoiluun. 2013. Espoo: Espoon kaupunki. Viitattu 31.1.2019. [http://designresearch.aalto.fi/groups/encore/wp-content/uploads/2013/11/Sivistystoimen\\_tyokalupakki\\_palvelumuotoiluun2.pdf](http://designresearch.aalto.fi/groups/encore/wp-content/uploads/2013/11/Sivistystoimen_tyokalupakki_palvelumuotoiluun2.pdf)

- Strategyzer www-sivut. Viitattu 27.6.2018. <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/the-business-model-canvas.pdf>
- Suomalaisten näkemykset kulttuurista 2013. 2013. Viitattu 6.3.2018. Espoo: TNS Gallup. <https://docplayer.fi/1272769-Suomalaisten-nakemykset-kulttuurista-2013.html>
- Suomen Bisnesenkelit ry:n www-sivut. 2019. Viitattu 31.1.2019. <http://www.bisnesenkelit.fi/>
- Suomen elokuvateatteriliitto. 2016. Elokuvateattereiden yleisöt -tutkimus 2016. Viitattu 31.1.2019. [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvateattereidenyleisot\\_2016.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Elokuvateattereidenyleisot_2016.pdf)
- Suomen elokuvasäätiön www-sivut. 2018. Viitattu 21.6.2018. <https://ses.fi>
- Suomen Yrittäjien www-sivut. 2018. Viitattu 21.6.2018. <https://www.yrittajat.fi>
- Taiteen edistämiskeskuksen www-sivut. 2018. Viitattu 28.6.2018. <http://www.taike.fi>
- TE-palveluiden www-sivut. 2018. Viitattu 21.6.2018. [http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan\\_yrittajan\\_palvelut/starttiraha/index.html](http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/yrittajalle/aloittavan_yrittajan_palvelut/starttiraha/index.html)
- Termala, P. 2019. Puhelinhaastattelu 31.1.2019. Haastattelijana Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Tietosuojavaltuutetun puhelinneuvonta. 2018. Puhelinhaastattelu 1.3.2018. Haastattelijana Elina Kangas. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.
- Tikka, M. 1995. Varuskunnan elokuvateatteri syksyllä 1995. Valokuva.
- Toivola, J. 2018. Oli myös kiertävä elokuvateatteri... Facebook 12.12.2018 23:33, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Jori Toivolan kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäiväilykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2016. Yritystuet -mitä ne ovat ja valmistelun askeleet. TEM oppaat ja muut julkaisut 11/2016. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 28.6.2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-151-7>
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 27.6.2018. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-14-1688-0>
- Valli, J. 2017. Elokuvalla on pitkä historia myös Kankaanpäässä – Kinot toimivat Leppäsen pihassa ja Niinialossa. Kankaanpään Seutu 3.11.2017. Viitattu 20.6.2018. <https://www.kankaanpaanseutu.fi/puheenvuoro/elokuvalla-on-pitka-historia-myos-kankaanpaassa-kinot-toimivat-leppasen-pihassa-ja-niinialossa-200510155/>
- Vanha-Majamaa, A. 2017. Elokuvateatterit voivat meillä ja maailmalla hyvin – mutta miksi Finnkino terrorisoi omaa alaansa? Helsingin Sanomat 15.7.2017. Viitattu 29.6.2018. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005292216.html>

Vanha-Majamaa, A. & Kantola, A. 2017. HS selvitti: Elokvateatterit voivat Suomessa paremmin kuin aikoihin, ja se on digitalisaation ansiota. Helsingin Sanomat 20.8.2017. Viitattu 29.6.2018. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005332697.html>

Vanhapaasto, J. 2018. Toiminnanjohtaja, Leader Pohjois-Satakunta. Henkilökohtainen tiedonanto 9.3.2018.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uud. p. Helsinki: Edita. Viitattu 21.8.2018. <https://www.elibrary.com/book/978-951-37-6412-8>

Widen, H. 2018. Voi olla, että mulla muisti... Facebook 11.12.2018 23:46, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Harri Widenin kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Yli-Moijala, J. 2018a. On olemassa ja on siellä... Facebook 11.12.2018 22:13, Wanhoja valokuvia Kankaanpäästä. Janne Yli-Moijalan kommentti suljetun ryhmän sivulla Elina Kankaan tilapäivitykseen ”Teen opinnäytetyötä elokuvateatterin perustamisesta”... Viitattu 31.1.2019. <https://www.facebook.com/groups/1605288419719618/>

Yli-Moijala, J. 2018b. Vastaanottaja: Elina Kangas. Lähetetty 14.12.2018 klo 22:51. Viitattu 31.1.2019.

Ympäristökarttapalvelu Karpalo. 2018. Viitattu 29.6.2018. <https://www.p2.ymparisto.fi/Karpalo/SilverlightViewer.aspx>

Ympäristöministeriön www-sivut. 2018. Viitattu 20.3.2018. <http://www.ym.fi>

LIITE 1

### The Business Model Canvas

Designed for: 
Designed by: 
Date: 
Version:

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure			Revenue Streams	

DESIGNED BY: Strategyzer AG  
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Strategyzer

strategyzer.com

(Strategyzer www-sivut 2018)



## LIITE 2



## Elokuvateatteri Kankaanpään

Opiakseen Satakunnan ammattikorkeakoulussa tradenomiiksi. Teen opinnäytetyöni selvityksen elokuvateatterin perustamismahdollisuuksista Kankaanpään. Kartoitan tällä kyselyllä Kankaanpään ja muun Pohjois-Satakunnan asukkaiden tarpeita ja toiveita elokuvateatterin suhteen.

Olen hyvin kiitollinen, jos vastaatte lomakkeessa oleviin kysymyksiin, sillä haluan ehdottomasti ottaa teidän kokemuksenne ja mielipiteenne huomioon. Vastaamiseen menee aikaa 5-10 minuuttia.

Antamanne vastaukset käsitellään nimettömänä ja täysin luottamuksellisesti. Vastauksia käytetään vain opinnäytetyöni tekemiseen sekä mahdollisen perustettavan elokuvateatterin markkinoinnin suunnittelussa.

Ystävällisin terveisin

Elina Kangas

elina.kangas@student.samk.fi

## Elokuviin katsominen

Montako elokuvaa katsot viikossa (tv, teatteri, dvd, verkkopalvelu, ym.)?  Harvemmin kuin yhden elokuvan viikossa

- 1-2 elokuvaa  
 3-5 elokuvaa  
 6 tai enemmän

Miten usein käytät tällä hetkellä elokuvateattereissa?  kerran viikossa tai useammin

- 1-3 kertaa kuukaudessa  
 kerran joka toinen kuukausi  
 1-2 kertaa puolessa vuodessa  
 kerran vuodessa  
 harvemmin tai en koskaan

Mikä etäisyys on yleisimmin käyttämäsi elokuvateattereissa?

- en käy lainkaan elokuvateattereissa  
 0 - 20 km  
 21 - 40 km  
 41 - 60 km  
 61 - 80 km  
 yli 81 km

Onko mielestäsi Kankaanpäässä tarvetta elokuvateattereille?

- Ei ole tarvetta  
 Jonkin verran  
 Melko paljon  
 Todella paljon tarvetta

Jos Kankaanpään perustetaan elokuvateatteri, miten usein uskoisit käyväsi Kankaanpäässä elokuvissa?

- kerran viikossa tai useammin  
 1-3 kertaa kuukaudessa  
 kerran joka toinen kuukausi  
 1-2 kertaa puolessa vuodessa  
 kerran vuodessa  
 harvemmin tai en koskaan

Mitkä ovat sinulle parhaita aikoja käydä elokuvissa? Voit valita useita vaihtoehtoja. ?

- Aamupäivä  
 Päivä  
 Aikuiltta  
 Ilta  
 Yö  
 Arki  
 Viikonloppu  
 En käy elokuvissa

## Syyt käydä elokuvissa

Mitkä ovat mielestäsi kolme tärkeintä syytä lähteä elokuviin? ?

- Elokuva näyttää paremmalta isolla valkokankaalla  
 Pääsen irtautumaan kodin tai työpaikan arjesta  
 Haluan nähdä elokuvan heti tuoreeltaan  
 Yhteinen kokemus kumppanin, ystävän tai perheen kanssa  
 Elokuviessa voi käydä viettämässä aikaa, myös yksin  
 Muu katsomismukavuus (istuimet, salin koko ym.)  
 Äänimaailma  
 Kolmiulotteinen 3D-elokuva  
 Muu syy

Jos valitsit muun syyn, mikä se on?

## Elokuvateatterin palveluiden merkitys

Miten tärkeänä pidät seuraavia seikkoja käytössäsi elokuvissa?

	Ei lainkaan tärkeää	Jonkin verran tärkeää	Melko tärkeää	Hyvin tärkeää
Asiakaspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lippujen varaaminen ja ostaminen vaivattomasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekniset valmiudet (kuva ja ääni)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedonsaanti esitettävistä elokuvista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nettisivut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elokuvaohjelmisto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esitysaajat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katsomis mukavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lippujen hinnat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kiinnostavatko nämä elokuvateatterissa?

	Ei kiinnosta	Ehkä hieman	Kyllä ehdottomasti
Kahvila	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kohtaamispaikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sing along-/laula mukana -näytökset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus järjestää juhlia, esim. lasten synttäreitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilojen monikäyttö, esim. installaatiot, konsertit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Livetapahtuman, esim. urheilukisojen näyttö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Näytökset VR-laseilla (virtuaalilasit)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baletti- jaopperanäytökset, näytelmät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perhenäytökset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vauvanäytökset (pienien vauvojen perheille)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elokuvateatterinäytökset, salissa baari (K18)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Herääkö sinulla muita ideoita, mitä voisi yhdistää elokuvateatterin yhteyteen?

## Toiveet elokuvateatterille

Mitkä lippuvaihtoehdot sinua kiinnostavat? Voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. ?

- Sarjalippu  
 Perhelippu (perheen koon mukaan)  
 Leffaklubin jäsenlippu (edut ja alennukset)  
 VIP-lippu (aitio ja herkkuja)  
 Lahjakortit  
 Hiljaisempien aikojen alennusliput

Onko sinulla elokuvateatterin perustamiseen liittyviä ideoita, toiveita tai ajatuksia?

Jos olet yli 18-vuotias, haluaisitko osallistua joukkorahoituskampanjaan ja ostaa ennakoon jotain seuraavista tuotteista? ?

- Elokuvateatterin kahvilasta juoma ja pulla  
 Elokuvateatterin kahvilasta kahvit/teet päiväksi  
 Elokuvateatterin kahvilasta kahvit/teet vuodeksi  
 Sarjalippupaketti  
 VIP-lippu (aitio ja herkkuja)  
 Yksityisnäytös haluamallasi ryhmälle valitsemallasi elokuvalla  
 Salin vuokraus (esim. kokous, juhlat)  
 Näkyvyys mainonnassa (yritykset)

## Elokuvateatterin hinnat, paljonko olisit valmis maksamaan?

2D-elokuvalippu, aikuiset, iltanäytös --Valitse tästä--

2D-elokuvalippu, lapset, iltanäytös --Valitse tästä--

3D-elokuvalippu, aikuiset, iltanäytös --Valitse tästä--

3D-elokuvalippu, lapset, iltanäytös --Valitse tästä--

Sing-along/ Laula mukana -elokuvalippu --Valitse tästä--

Livetapahtuman, esim. urheilukisojen näytöslippu --Valitse tästä--

Elokuva VR-laseilla (kesto yhteensä 20 min) --Valitse tästä--

Vauvanäytös elokuvalippu (ei maksua alle 2 v) --Valitse tästä--

Elokuvateatterinäytös, salissa baari (K18) --Valitse tästä--

Baletti-, ooppera tms. valiaikatarjoilulla --Valitse tästä--

VIP-lippu, sisältäen ailiopaikan ja herkkuja --Valitse tästä--

## Vastaajan taustatiedot

Sukupuoli  mies  
 nainen  
 muu/ en halua kertoa

Ikäryhmä  alle 13 vuotta  
 13 - 17 vuotta  
 18 - 29 vuotta  
 30 - 39 vuotta  
 40 - 49 vuotta  
 50 - 59 vuotta  
 60 - 69 vuotta  
 yli 70 vuotta

Asuinpaikkakunnan postinumero

Työtilanne  Kokopäivätyö  
 Osa-aikatyö  
 Työtön  
 Kotiäiti/ isä  
 Opiskelija  
 Eläkeläinen  
 Yrittäjä  
 Varusmies  
 Muu

Elämäntilanne  Yksin asuva  
 Parisuntta  
 Lapsiperhe  
 Yksinhuoltaja  
 Vanhempien kanssa kotona asuva  
 Palvelutalossa tai asuntolassa asuva  
 Muu

## Kiitos!

Paljon kiitoksia käyttämästäsi ajasta!  
 Muistathan panna lopuksi Tallenna-nappia.

## Tietojen lähetyks

Tallenna

## LIITE 3

 **Kankaanpään kaupunki - City of Kankaanpää** jatkoi julkaisun. ...  
12. maaliskuuta · 🌐

Kaipaatko Kankaanpäähen elokuvateatteria? Nyt kannattaa vaikuttaa! SAMK - Satakunta University of Applied Sciencesin opiskelija tekee opinnäytetyönään selvitystä elokuvateatterin perustamismahdollisuuksista Kankaanpäähen. Kyselyllä selvitetään Kankaanpään ja muun Pohjois-Satakunnan asukkaiden tarpeita ja toiveita elokuvateatterin suhteen.  
[#elokuvateatteri](#) [#kulttuuritarjonta](#) [#vastaajavaikuta](#) [#kankaanpää](#)

 **Elokuvateatteri Kankaanpäähen?**  
11. maaliskuuta · 🌐

Nyt on mahdollisuutesi vaikuttaa elokuvateatterin perustamiseen liittyviin asioihin. Ole hyvä ja käy vastaamassa kyselyyn ja kerro toiveesi ja ideasi! Vastausa...

[Näytä lisää](#)

  ELOMAKE.SAMK.FI  
**E-lomake - Elokuvateatteri Kankaanpäähen**  
Opiskelen Satakunnan ammattikorkeakoulussa tradenomiksi. Teen opinnäytetyönäni selvityksen...

 Tykkää    Kommentoi    Jaa   

Kankaanpään kaupungin Facebook -sivut 12.3.2018

## LIITE 4

## Kangas selvittää, miten leffateatteri menestyisi

**Marjo Keski-Heikkilä**

marjo.keski-heikkila@almamedia.fi

**KANKAANPÄÄ** Pohjoissatakuntalaiset ovat valmiit ajamaan elokuvateatteriin pitkiäkin matkoja. Siinä on kankaanpääläisen tradenomiksi opiskelevan **Elina Kangas** mielestä yllin kyllin syytä selvittää perusteellisesti, millaisella palvelukonseptilla elokuvateatterin pyörittämisestä tulisi kannattavaa.

– Kyselyyn on vastannut jo yli 400 henkilöä. Toivoisin vielä vastauksia erityisesti alle 17-vuotiaail-

ta ja yli 50-vuotiailta, työn ohessa opinnäytetyötään tekevä Kangas haastaa vastaamaan.

Kysely on auki 15. huhtikuuta asti Satakunnan ammattikorkeakoulun sivustolla.

Kunnan elokuvateatteri tuo vasta sen nautinnon, minkä hyvin toteutetut leffat ansaitsevat. Hyvä elokuvakokemus on myös yhteisöllinen, eli Kangas näkee sielunsa silmin että samassa yhteydessä olisi myös mukava kahvila ja muitakin tukitoimintoja.

Esiselvitys on jo poikinnut kyl-



Kankaanpääläinen Elina Kangas on ideoinut elokuvateatteriaan pitkälle sopivia tiloja etsimällä. Opinnäytetyöhön liittyvä kysely on netissä 15.4. asti.

keensä mitä erilaisempia visioita.

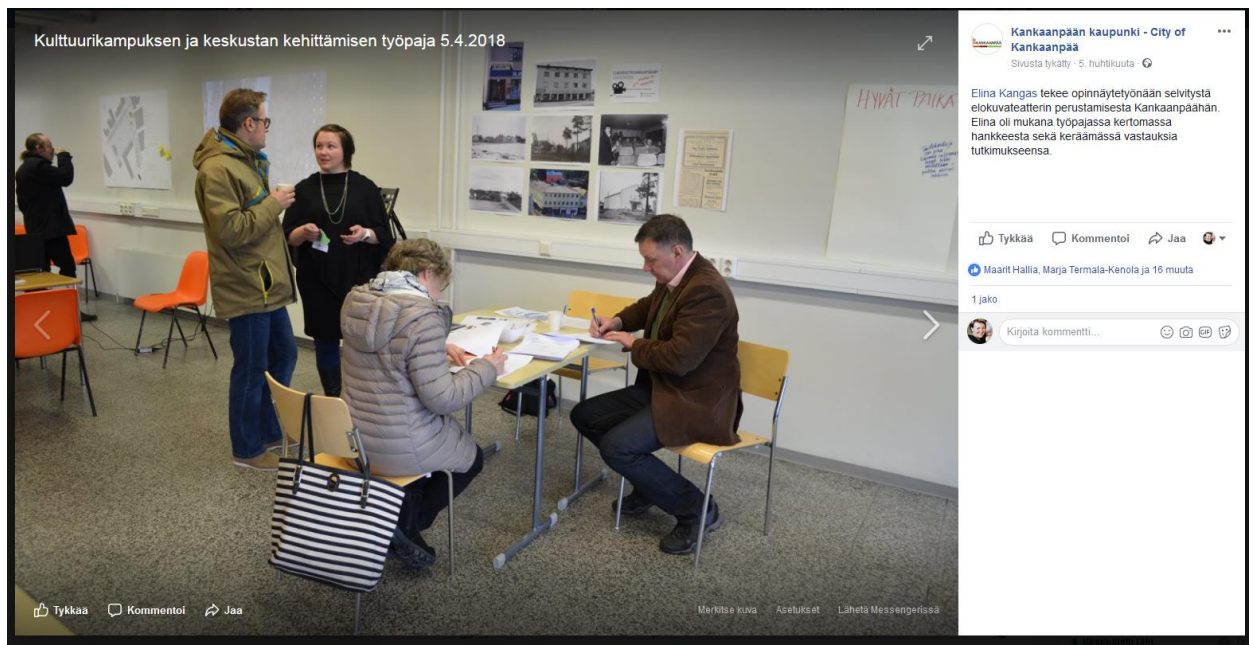
– Selvää on, että kannattavuus vaatisi kaksi eri salia. Toinen voisi olla 100-paikkainen ja toinen hieman pienempi, hän visioi.

Ajatus kulttuurikampuksesta, jossa olisi eri-ikäisten kohtaamispaikan lisäksi myös museo, saa elokuvista nauttivan Kankaan innostumaan.

– Kulttuurirahaston tutkimuksessa kävi ilmi, että kansalaiset haluavat ensisijaisesti kirjaston ja uimahallin. Heti kolmantena on elokuvateatteri, Kangas kertoo.

Kotiteattereiden lisääntymisestä huolimatta ihmisillä on yhä elämysten jano, jota halutaan sammuttaa yhteisöllisesti. Kysely löytyy <https://elomake.sank.fi/lomakeet/7882/lomake.html>

## Kankaanpään Seutu 9.4.2018



## Kankaanpään kaupungin Facebook-sivut 5.4.2018

LIITE 5

BUSINESS MODEL CANVAS, SALAINEN

## LIITE 6

## ELOKUVATEATTERIIN LIITTYVIÄ TUTKIMUKSIA, EI KÄYTETTY LÄHTEENÄ:

- Eskelinen, H. & Tuunanen, A. 2013. Finnkino Oy:n ruoka- ja juomatuotteiden sekä niiden markkinointiviestinnän kehittäminen. AMK-opinnäytetyö. Saimaan ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201302132303>
- Immonen, J. 2012. Elokvateatteri Gildan digitalisointi: Selonteko digitalisoinnin vaikutuksista. AMK-opinnäytetyö. Hämeen ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201204194689>
- Koivumäki, S. 2016. Elokvateattereiden muuttuva toimintaympäristö: case: Kino Iris. AMK-opinnäytetyö. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2016060812381>
- Kolehmainen, K., Jaalivaara, J., Talvitie, A., Viertola, A. & Westman, M. 2013. Digitalisoitumisen vaikutus elokuva-alan kannattavuuteen ja toimintatapoihin elokuvateatterijakelussa Suomessa. Tutkimusprojekti. Aalto-yliopisto. [http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Digitalisoitumisen\\_vaikutus\\_elokuva-alan\\_kannattavuuteen\\_ja\\_toimintatapoihin\\_elokuvateatteri-jakelussa\\_Suomessa.pdf](http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/Digitalisoitumisen_vaikutus_elokuva-alan_kannattavuuteen_ja_toimintatapoihin_elokuvateatteri-jakelussa_Suomessa.pdf)
- Kärkkäinen, J. 2011. Elokvateatterien digitalisoituminen Suomessa. AMK-opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2011111714744>
- Liukkonen, R. 2013. Kino Tapiola – Elokvateatteri muuttuvassa toimintaympäristössä. Pro gradu -tutkielma. Aalto-yliopisto. Taiteen laitos. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201311237862>
- Lumme, K. 2011. Kino Iiriksen uusi visuaalinen ilme. AMK-opinnäytetyö. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201105056139>
- Lönnqvist, V. 2015. Kino 2.0: vanhan ajan Hollywood glamour nykyajan saavutettavassa elokuvateatterissa. AMK-opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201505137958>
- Mielonen, M. 2016. Unelmien Tennispalatsi: Elämyksiä, kavereita ja itsetehtyä paah-tomaissia. Ylempi AMK-opinnäytetyö. Humanistinen ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201605137723>
- Outinen, H-P. 2014. Elokvateatteri Kinolinnan laajennuksen sähkösuunnitelmat. AMK-opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201402182406>
- Peltomaa, P. 2014. Espoon Kannusalin uusi konsepti.: Alueellisia kulttuuripalveluja kehittämässä. Ylempi AMK-opinnäytetyö. Humanistinen ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014120518664>
- Peura, M. 2014. Digitaalisen markkinoinnin suunnitelma. AMK-opinnäytetyö. Oulun ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014123020734>

Qvick, T. 2015. Asiakastyytyväisyyskysely sekä asiakassegmentointi elokuvateatteri Alareksille. AMK-opinnäytetyö. Seinäjoen ammattikorkeakoulu.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2015062613724>

Ryynänen, E. 2017. Markkinointiviestinnän tehostaminen Facebook-arvontojen avulla. AMK-opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017112117617>

Sjelvgren, J. 2014. Turvallisuuskoulutusmalli Helsingin Kinopalatsille. AMK-opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014052710202>

Tervonen, M. 2018. Elokuvateatteri Studion ja Oulun Elokuvakeskus ry:n markkinointi ja sisällöntuotanto. AMK-opinnäytetyö. Oulun ammattikorkeakoulu.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2018112918957>



## LIITE 7

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA, SALAINEN

LIITE 8

PALVELUMALLI, SERVICE BLUEPRINT, ERILLINEN PDF

## LIITE 9

LIIKETOIMINTASUUNNITELMAN SISÄLLYSLUETTELO

- 1            **LIIKEIDEAN JA TOIMINNAN TIIVISTELMÄ**
- 2            **PERUSTIEDOT YRITYKSESTÄ**
- 3            **LIIKEIDEA JA PITKÄN TÄHTÄIMEN TAVOITE (5-10**  
vuotta)
- 4            **TUOTTEET JA PALVELUT**
- 5            **MARKKINATILANNE**  
Asiakkaat ja markkinoiden koko  
Kilpailijat  
Tavoiteltu markkinaosuus
- 6            **MYYNТИ JA MARKKINOINTI**  
Palveluiden ja tuotteiden markkinointi  
Yhteistyö ja verkostot  
Hinnoittelu ja arvioitu myyntikate  
Myynti ja sen järjestäminen  
Myyntin jälkeiset palvelut asiakkaalle  
Markkinoinnin välineet ja panostus  
Mahdollinen tilauskanta ja tarjouskanta
- 7            **TUOTEKEHITYS**  
Immateriaalioikeudet  
Teknologia
- 8            **TUOTANTOPROSESSI**  
Miten toteutetaan  
Tuotantotoiminnan puitteet
- 9            **HENKILÖRESURSSIT**  
Johto  
Johdon tausta  
Muu henkilöstö  
Ulkopuoliset asiantuntijat ja muut            tukihenkilöt  
Osaaminen, hyvinvointi ja työterveys
- 10           **TALOUS**
- 11           **MUU LISÄINFORMAATIO**  
SWOT-analyysi

Kriittiset menestystekijät mittareineen

Riskitekijät ja niihin varautuminen

Tarvittavat luvat ja elinkeinoilmoitukset