

Maija Vuorinen

**MATKAILUPALVELUT ELOKUVA-, TV- JA MEDIATUOTANTOJEN TUKENA
KAINUUSSA**

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Restonomi (ylempi AMK)
Kevät 2015



Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Maija Vuorinen	
Työn nimi Matkailupalvelut elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tukena Kainuussa	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Toimeksiantaja Cloudberry services -Elokuva ja media Kainuussa -hanke
Aika Kevät 2015	Sivumäärä ja liitteet 62 + 22
<p>Opinnäytetyö tapahtuu elokuvamatkailun kontekstissa. Elokuvamatkailu on sitä, kun elokuvan tai TV-sarjan ympärille rakennetaan matkailukonsepti. Toinen käytetty määritelmä on se, mitä tapahtuu ennen varsinaisen turismin syntyä tuotannon mennessä tiettyyn paikkaan kuvaamaan tuoden alueelle tuloja. Tässä työssä keskityttiin jälkimmäisen määritelmän mukaiseen toimintaan Kainuussa. Opinnäytetyön toimeksiantajana ollut Cloudberry services -Elokuva ja media Kainuussa -hanke tarjosi Kainuussa tehtäville elokuva-, spotti- ja muille mediatuotannoille palveluita.</p> <p>Työssä tutkittiin suomalaisten elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeita ja toiveita tuotantojen toteutuspaikan suhteen sekä kiinnostusta Kainuun aluetta kohtaan tuotantojen toteutuspaikkana. Lisäksi kerättiin tietoa elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajilta siitä, mitä he haluaisivat Kainuun alueen tarjoavan ja mikä saisi heidät valitsemaan Kainuun tuotannon toteutuspaikaksi. Työssä kartoitettiin Kainuun alueelta niitä matkailualan toimijoita, jotka ovat halukkaita yhteistyöhön elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa.</p> <p>Tutkimuksessa tehtyjen haastattelujen perusteella Kainuun kiinnostaa elokuva-, TV- ja mediatuotantoja luonnon, maisemien ja kainuulaisten ihmisten takia. Tuotantojen tarpeiksi haastatteluissa nousivat majoitus-, catering-, kuljetus-, ohjelma- ja paikallisospalvelut sekä lokaatiopankki ja avustajalista. Matkailualan toimijoille tehdyn kyselyn perusteella yhteistyöhalukkuutta tuotantojen kanssa on. Yhteistyöhalukkaista toimijoista kerättiin toimijoiden palvelut sisältävä yhteystietolista, jota tässä työssä kutsutaan palvelupankiksi. Palvelupankin tietoja hyödynnetään, kun Kainuuseen tuleville tuotannoille etsitään sopivia palveluja.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	elokuvamatkailu, elokuva-, TV- ja mediatuotanto, tuotantopalvelu
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Tourism Degree Programme
Author(s) Maija Vuorinen	
Title Tourism Services Supporting Film, TV and Media Productions in Kainuu	
Optional Professional Studies	Commissioned by Cloudberry services -Film and media in Kainuu - project
Date Spring 2015	Total Number of Pages and Appendices 62 + 22
<p>This Bachelor's thesis takes place in the film tourism context. Film Tourism encompasses a movie or TV series built around the concept of tourism. Another definition used is what happens before tourism is actually generated by the production which goes to a particular place for shooting and bringing revenue. This work focused on the definition of the latter in the activities in Kainuu. The commissioner of this thesis was Cloudberry services - Film and media in Kainuu -project. The project offered services for film, spot and other media productions.</p> <p>Finnish film, TV and media productions' needs and wishes of location of productions, as well as in terms of interest towards the Kainuu region as a location of productions were studied. In addition, information was collected from film, TV and media productions representatives regarding what they would like Kainuu region to offer and what would make them choose Kainuu for their production execution venue. In this study the tourism operators in Kainuu region who are willing to cooperate with film, TV and media productions were charted.</p> <p>Based on the conducted interviews, Kainuu is found interesting by film, TV and media productions because of nature, landscapes and local inhabitants. According to the interviews, productions' needs include accommodation, catering, transport, program service and local guide services, location bank and assistant list. Based on the questionnaire, tourism operators are willing to cooperate with the productions. The willing participants were collected to a contact list, which in this work is called the service bank. Service bank information is used when looking for suitable services for productions in Kainuu.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	film tourism; film, TV and media productions, production service
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

ALKUSANAT

Sain idean tähän työhön keväällä 2013. Idea kypsyi ja kypsyi. Työn käytännön toteutuksen aika koitti vasta reilu vuosi idean syntymisen jälkeen.

Suuri kiinnostukseni elokuvamatkailua kohtaan ja vahva uskoni siihen, että Kainuulla on sekä kansallista että kansainvälistä potentiaalia tuotantojen toteutuspaikkana elokuvamatkailukohteena, pitivät motivaationi tätä työtä kohtaan kasassa koko pitkän prosessin ajan. Työtä aloittaessani en epäillyt, enkä epäile vielääkään, etteivätkö Kainuun alueella spontaanin tai tuotetun matkailun määrä kasvaisi elokuva-, TV- tai mediatuotantojen ansiosta tulevaisuudessa. Toivon, että työstäni hyötyvät sekä matkailuala että elokuva-, TV- ja media-ala.

Kun aloitin työni ideoinnin ja työstämisen, en tullut arvanneeksi, miten suuria muutoksia tulisin kokemaan tämän työrupeaman aikana. Opinnäytetyöprosessin aikana elämänmuutokset veivät ajatukset ja voimat monesti muualle. Näiden parin vuoden aikana minusta tuli äiti ja omakotitalon omistaja. Menetin myös rakkaan maamoni. Tämän työn tekeminen ja työssä eteneminen toivat kaikesta huolimatta arkeen uutta puhtia ja vaihtelua. Tutkimuksen tekeminen ja raportin kirjoittaminen rytmittivät pitkään kotiäidin päiviä sekä työssäkäyvän äidin iltoja, viikonloppuja ja öitä.

Kiitoksen sanat tässä vaiheessa kuuluvat Antille ja Severille sekä muille tukijoukoilleni perheessä, yamk-opiskelujen parissa, työpaikalla ja ystäväpiirissä. Kiitos myös innostavalle ohjajalleni Marko Karvoselle. Mukavaa, että olitte tällä matkalla mukana.

Omistan tämän työn pojalleni Severille.

Kajaanissa Kalevalan päivänä 28.2.2015

Maija Vuorinen

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Opinnäytetyön toimeksiantaja	1
1.2 Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen yhteydet matkailualaan	3
1.3 Tuotantojen kokemuksia Suomesta kuvauskohteena	6
1.4 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen tavoitteet	7
2 TYÖN KESKEISET KÄSITTEET	9
2.1 Elokuvamatkailu	9
2.2 Elokuvakomissio	11
2.3 Elokuva-, TV- ja mediatuotannot	13
2.4 <i>Film friendly</i>	13
2.5 Lokaatio ja <i>location scouting</i>	14
2.6 Matkailualan toimija	14
3 TUTKIMUKSEN TULKINNALLINEN VIITEKEHYS	15
4 TUTKIMUSHAASTATTELUT	18
4.1 Teemahaastattelun suunnittelu ja testaus	19
4.2 Haastateltavat elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajat	21
4.3 Teemahaastattelujen toteutus, litterointi ja koodaus	24
4.4 Haastatteluista saadun aineiston analyysi ja tulkinta induktiivisesti	25
5 TUTKIMUSHAASTATTELUIJEN TULOKSET	28
5.1 Kainuun kiinnostavuus elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajien näkökulmasta	28
5.1.1 Luonto ja maisemat	28
5.1.2 Kainuulaiset elokuva-, TV- ja media-alalla toimivat sekä muut paikalliset ihmiset	29
5.1.3 Muut kiinnostavat tekijät	31
5.2 Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeet ja toiveet	32
5.2.1 Majoitus-, catering-, kuljetus-, ohjelma- ja paikallisopaspalvelut	32
5.2.2 Yhden luukun periaate ja pakettihinnoittelu	34
5.2.3 Avustajalista ja lokaatiopankki	36
6 KYSELY MATKAILUALAN TOIMIJOILLE	38

6.1 Kyselylomake ja saatekirje	38
6.2 Kyselyn aineistojen kylläntyminen	40
6.3 Kyselyn tulosten analysoinnista	41
7 KYSELYN TULOKSET	42
7.1 Miten kainuulaisten matkailualan toimijoiden palvelujen tarjonta vastaa elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeita	43
7.2 Kehittämissosio: palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin	44
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	46
8.1 Tutkimuksen luotettavuudesta	46
8.2 Laadullisen tutkimuksen etiikka	48
8.3 Tutkimuksen toteutuminen	49
8.4 Haastattelujen tulosten toteutuminen	51
8.5 Kyselyn tulosten toteutuminen	53
9 POHDINTA	55
9.1 Mitä jäi selvittämättä?	55
9.2 Seuraavat askeleet	56
LÄHTEET	58
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on tutkia suomalaisten elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeita ja toiveita tuotantojen toteutuspaikan suhteen sekä kiinnostusta Kainuun aluetta kohtaa tuotantojen toteutuspaikkana. Opinnäytetyössä kerättiin tietoa elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajilta siitä, mitä he haluaisivat Kainuun alueen tarjoavan ja mikä saisi heidät valitsemaan juuri Kainuun tuotannon toteutuspaikaksi. Tuotannon toteutuspaikalla tarkoitetaan tässä työssä kuvauspaikkaa. Elokuva-, TV- ja media-alan edustajilta saadun tiedon jälkeen opinnäytetyössä kartoitettiin Kainuun alueelta matkailualan toimijoita, jotka olisivat halukkaita toimimaan yhteistyössä elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa. Samalla selvitettiin kiinnostuneiden matkailualan toimijoiden elokuva-, TV- ja mediatuotannoille tarjolla oleva oleellinen tuote- ja palvelutarjonta.

1.1 Opinnäytetyön toimeksiantaja

Kainuun ammattiopistossa (KAO) päättyi vuoden 2014 lopussa kehittämishanke Cloudberry services -Elokuva ja media Kainuussa. Cloudberry services on Kainuussa sijaitseva elokuvan ja median palvelukeskus, jonka tavoitteena on tarjota alueella tehtäville elokuva-, spotti- ja muille mediatuotannoille palveluita. Hankkeen toiminnan ydin oli palvelukeskustoiminnassa. Cloudberry services -Elokuva ja media Kainuussa -hanke toimi tämän opinnäytetyön teettäjänä ja toimeksiantajana. Hankkeen ensimmäinen vaihe kesti vuoden 2012. Hanke sai jatko-aikaa vuoden 2013 alusta vuoden 2014 loppuun. Hankkeen teemana oli elokuva- ja media-alan osaamisen kehittäminen Kainuussa. Hankkeen aikana Kainuuseen hankittiin pysyvää kuvauskalustoa. Hankkeen kautta KAO:n kulttuurialan opiskelijat saivat työ- ja työssäoppimispaikkoja.

Hankkeessa projektipäällikkönä toimi Marko Karvonen. Hän on KAO:n kulttuurialan opettaja ja opetustyön lisäksi hän oli projektipäällikön tehtävässä. Karvosella on laaja työkokemus elokuva-, TV- ja media-alalta. Sen myötä hänellä on myös vahva näkemys alasta sekä valtakunnallisesti että kansainvälisesti. Karvonen on ollut mukana toteuttamassa Kainuussa kuvattuja elokuvia, kuten Olli Saarelan ohjaamaa Rukajärventietä (1999) ja Kari Väänäsen ohjaamaa Havukka-ahon ajattelijaa (2010). Karvonen on ollut myös perustamassa Kajaanin vuonna 2004 avattua Bio Rex -elokuvateatteria. (Karvonen

2013.) Alun perin idea tämän opinnäytetyön toteuttamiseen lähti Marko Karvosen kanssa käydyistä keskusteluista. Keskusteluissa pohdittiin, miten matkailualan toimijat saataisiin Kainuussa paremmin elokuva-, TV- ja mediatuotantojen saataville ja ylipäättään kiinnostumaan yhteistyöstä tuotantojen kanssa.

Cloudberry services -hanke oli mukana toteuttamassa erilaisia elokuva-, TV- ja mediatuotantoja Kainuussa. Lokakuussa 2014 Kajaanissa Kainuun keskussairaalassa kuvattiin Ihon alla -TV-sarjaa. 12-osainen sarja esitetään Nelosella syksyllä 2015. Kajaaniin kuvaukset päättyivät sen takia, että Marko Karvonen tapasi tuotannon pääohjaajan Miikka Oikkosen Cannesin elokuvajuhlilla. Karvonen tarjosi Kainuuta kuvauspaikaksi. Oikkosen tutustuttua Kajaanissa kuvauspaikkoihin päädyttiin sarjaa kuvaamaan Kajaaniin. (Kainuun Sanomat 2014.)

Syyskuussa 2014 Kainuussa kuvattiin pitkää psykologista trilleriä Guilt. Sotkamolainen Black Lion Pictures toimi elokuvan osatuottajana ja levittäjänä. Guilt-elokuvan ohjaaja Mara Jelinko valitsi kuvauspaikaksi Kajaanin, koska Black Lion Picturesin Miikka J. Norvanto ehdotti kaupunkia kuvauspaikaksi. Jelinko totesi Kajaanin juuri sopivan koiseksi kaupungiksi elokuvan käsikirjoitusta ja juonta ajatellen. Trillerin päähenkilönä on Thomas-niminen virolainen mies, joka tulee suomalaisen maalaiskaupunkiin etsiesään siskoaan. Thomas epäilee siskonsa joutuneen ihmiskaupan uhriksi ja alkaa selvittää asiaa. Elokuva kertoo lähinnä siitä, miten paljon ihminen voi tinkiä omasta moraalisistaan. Elokuvan ensi-ilta on syksyllä 2015. (Jelinko 2014.) Sekä Jelinko että Norvanto esitellään tarkemmin tässä työssä myöhemmin. Heitä molempia haastateltiin tutkimuksessa.

Cloudberry services -hankkeen päätyttyä vuoden 2014 lopussa ei elokuva-, TV- mediatuotantoja palvelemaan Kainuussa ollut vuoden 2015 alusta taho, joka olisi jatkanut hankkeen toimintaa. Karvonen toimi työnsä ohessa yhteyshenkilönä elokuva-, TV- ja media-alalle alkuvuoden 2015, jotta kesken jääneet neuvottelut ja tuotantojen toteutukset jatkuivat saumattomasti. Koska hankkeen aikana päästiin hyvään vauhtiin palvelukeskuksen toiminnassa, haluttiin toimintaa jatkaa ja vakiinnuttaa suunnittelemalla uutta hanketta. Karvonen valmisteli tammi-helmikuun 2015 ajan Arctic Image -hanketta. Hankkeen pääasialliseksi päämääräksi on asetettu alueellisten audiovisuaalisten sisältöjen kehittäminen. Hankkeen yksi selkeä tavoite on avata audiovisuaalisen toimialan yhteyksiä matkailualalle Kainuussa. (Karvonen 2015.)

Arctic Image -hankkeeseen haettiin rahoitusta EU-ohjelma Interreg Pohjoinen Euroopan aluekehitysrahastosta. Karvosen laatima hankesuunnitelma lähti käsittelyyn helmikuun 2015 lopussa ja hankkeen toteutuminen ratkennee huhtikuussa 2015, todennäköisesti samoihin aikoihin tämän opinnäytetyön valmistumisen kanssa.

Interreg Pohjoinen tukee rajat ylittävää yhteistyötä ja sen tarkoituksena on taloudellisen ja sosiaalisen kehityksen vahvistaminen kaudella 2014–2020. Pohjoinen -ohjelman kokonaisvaltaisen tavoite on ohjelma-alueen kilpailukyyn ja vetovoiman vahvistaminen. Ohjelman piiriin kuuluvat Pohjois-Ruotsi, Pohjois-Suomi, Pohjois-Norja sekä saamelaisalueet. Alue eroaa muista Euroopan alueista omien erityispiirteidensä kylmän ilmaston, kaamoksen, suurten luonnonalueiden ja runsaiden luonnonvarojensa vuoksi. (Interreg Pohjoinen Euroopan aluekehitysrahasto 2015.)

1.2 Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen yhteydet matkailualaan

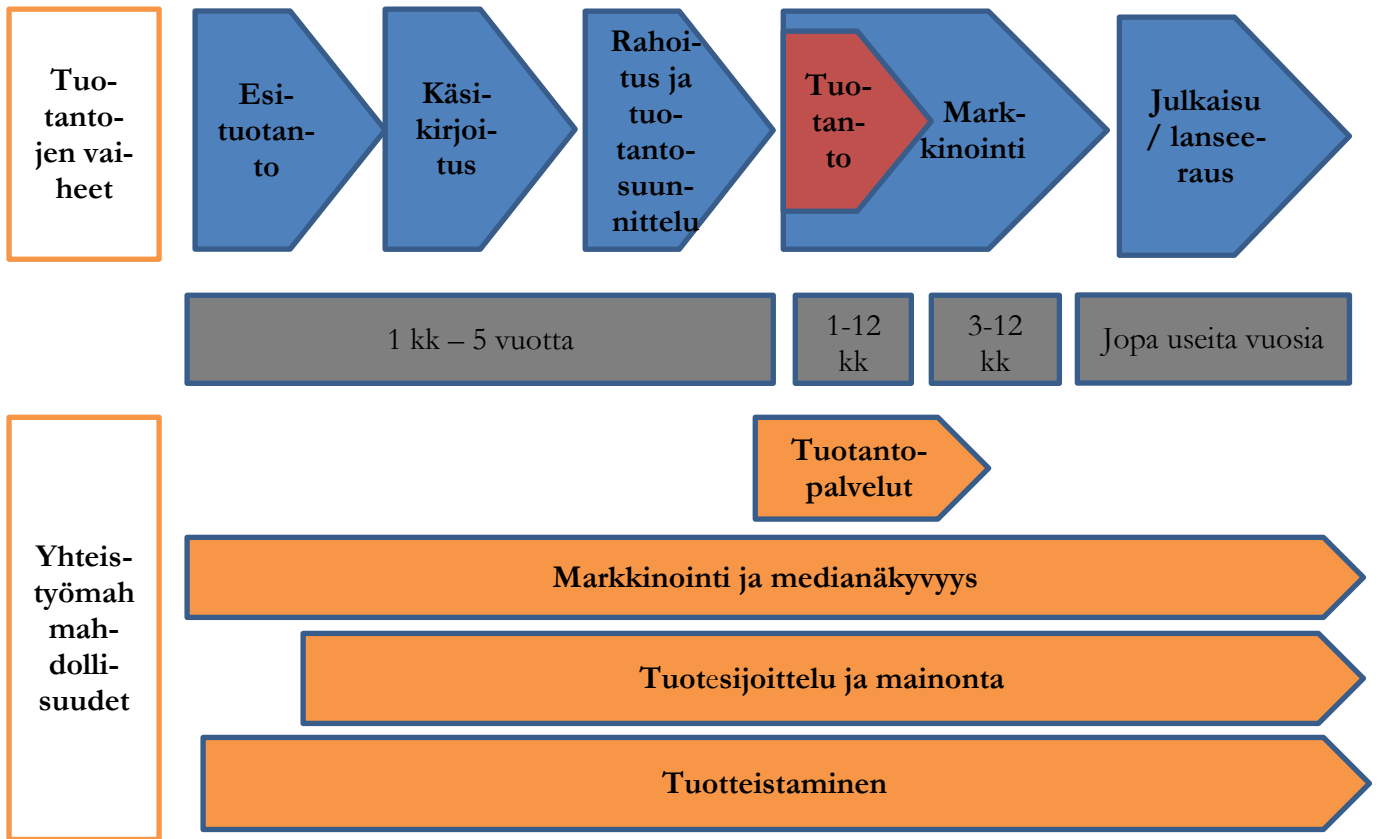
Sytä, miksi elokuva-, TV- ja mediatuotannot valitsevat juuri jonkin tietyn alueen kuvauskohteekseen, on tätä työtä varten etsittyjen ja löydettyjen tietojen ja lähteiden perusteella tutkittu vähän. Myös matkailualan ja elokuva-, TV- ja media-alan yhteistyötä elokuvatuotantojen toteutuksessa löydettiin vähän tietoa. Suurin osa tämän kehittämistyön yhteydessä löydettyistä julkaisuista käsittelee lähinnä sitä, miten elokuvatuotannot näkevät ja kokevat palvelut tuotantojen toteutusalueilla. Elokuvamatkailun vähäiset tutkimukset liittyvät lähinnä siihen, miten jostain alueesta on tullut elokuvamatkailukohde tuotannon päätyttyä. Tarkkoja tutkimuksia ja julkaisuja siitä, miksi alun perin jollain tietyllä alueella tuotantoa alettiin toteuttaa, löytyy niukasti. On ollut vaikea löytää vastauksia siihen, mikä on saanut tuotantoyhtiöt kiinnostumaan jostain alueesta.

Penttisen (2010, 59) pro gradu -työssä on kerrottu tuotantojen taloudellisista vaikutuksista alueelle. Työssä puhutaan av-tuotannoista eli audiovisuaalisista tuotannoista, joista kuvausten yhteydessä jää alueelle suoraa tai välillistä taloudellista hyötyä esimerkiksi palveluiden ja tuotteiden oston kautta. Alueella viipyvä tuotantoryhmä matkustaa, syö, juo, nukkuu, hankkii paikallisten ammattilaisten tuotteita ja palveluita, rentoutuu ja viihtyy. Tuotantojen viipymä alueella vaihtelee muutamasta päivästä useampaan viikkoon. Paras ta matkailualan toimijan kannalta on se, että tuotannot voivat vilkastuttaa sesonkien ulkopuolista aikaa. (Mujo & Ahven-Posio 2013, 3.) Penttisen (2010, 59) mukaan av-

tuotannot työllistävät alueella enimmillään kymmeniä henkilöitä. Alueella kuvatut tuotannot voivat lisäksi olla oleellisena osana matkailumarkkinointia esimerkiksi mainoksien kautta. Penttisen työhön sekä Mujon ja Ahven-Posion julkaisuun viitaten voidaan todeta, että tuotantojen alueella olemisesta on taloudellista hyötyä sekä välittömästi että välillisesti matkailualan toimijoille sekä muille alueen palvelujen ja tuotteiden tarjoajille.

Länsi-Suomen elokuvakomissio (WFFC) / Turun Seudun kehittämiskeskus ja Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (LEO) ovat julkaisseet materiaalin *Lisää bisnestä elokuva- ja TV-tuotannoista* (2013). Materiaalin tarkoitus on kannustaa ja opastaa matkailualan toimijoita yhteistyöhön tuotantojen kanssa. Materiaalissa esitetään neljä konkreettista yhteistyömahdollisuutta, joista molemmat osapuolet hyötyvät. Yhteistyömahdollisuudet ovat tuotantopalvelut, markkinointiyhteistyö ja medianäkyvyys, tuotesijoittelu ja mainonta sekä tuotteistaminen.

Tuotannon yhteydessä tarvitaan monia erilaisia tuotantopalveluja, kuten kaluston hankintaa, kuvauspaikkojen etsimistä, kuljetuksien ja majoituksen järjestämistä ja ruokapalveluja. Tässä työssä ruokapalveluista käytetään termiä cateringpalvelut. Tuotannot ovat yleensä kiireisiä aikataulultaan, joten palvelujen tuottajalta vaaditaan joustavuutta. Kun puhutaan markkinoinnin ja medianäkyvyyden hyödyntämisestä, tarkoitetaan usein sitä, että yhteistyökumppanit, esimerkiksi matkailualan toimijat, tulevat esiin elokuvan lopputeksteissä tai elokuvan markkinointimateriaalissa. Medianäkyvyyden hyödyntämisessä mahdollisuudet ovat rajattomat. Tuotesijoittelua voidaan hyödyntää tuotantojen yhteydessä niin, että elokuvassa tai TV-ohjelmassa näkyy esimerkiksi sopimuksen mukaisia tuotteita, logoja tai paikkoja. Parhaat tulokset saadaan tuotesijoittelussa niin, että kohteet liittyvät päähenkilöön tai oleellisesti juoneen. Kun tuotteissa ja palveluissa hyödynnetään tuotannon sisältöä tai näkyvyyttä, tehdään tuotteistamista. Tuotannon aikataulun ja tuotteistamisen yhteensovittaminen on aikataulullisesti huomioitava tarkasti. Kuviosta 1 käy ilmi elokuva-, TV- ja mediatuotantojen vaiheet sekä matkailualan ja muiden toimijoiden mahdollisuudet hyödyntää niitä. (Mujo & Ahven-Posio 2013.)



Kuvio 1. Tuotantojen vaiheet ja yhteistyömahdollisuudet niiden eri vaiheissa (Mujo & Ahven-Posio 2013)

Ennen kuin elokuvan tai TV-sarjan tunnetuksi tekemiä paikkoja voidaan tuotteistaa, on tuotantoja saatava tietyille alueelle synnyttämään kokemuksen ja näkemisen arvoisia paikkoja. Jotta näistä paikosta saadaan matkailukohteita, on tehtävä suunnitelmallista tuotteistamista. Petri Raivo (2011, 4) toteaa, että kaiken lähtökohdiana on oltava alueellisten tuotantoympäristöjen toimivuus. Pelkät kauniit maisemat ja kuvaukselliset miljööt eivät ole riittäviä tekijöitä, vaan koko palvelujen ketjun on oltava kunnossa. Kainuussa ei ole olemassa elokuvakomissiota tai muuta vastaavaa vakiintunutta toimijaa. Kainuun alueella palvelujen etsiminen ja organisointi elokuva-, TV- ja mediatuotannoille on toiminut viime vuodet lähinnä Marko Karvosen luotsaamana riippumatta siitä, mitä organisaatiota Karvonen on edustanut. Palvelujen tavoitettavuus on elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajien näkökulmasta ikään kuin personoitunut Karvoseen. Karvosen mukaan matkailualalla oltiin vielä keväällä 2014 hyvin tietämättömiä yhteistyömahdollisuuksista elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa. (Karvonen 2014.)

1.3 Tuotantojen kokemuksia Suomesta kuvauskohteena

Penttinen (2010) on pro gradu-työssään *NAPAPIIRIN TAKANA: Kirjallisuustutkimus elokuvamatkailun mahdollisuuksista Lapissa* tuonut esiin elokuvatuottaja Bertrand Goren kokemuksia Suomesta ja yhteistyöstä Pohjois-Suomen elokuvakomission kanssa. Gore kuvasi tuotantoyhtiöineen vuonna 2009 Kemissä hollantilaista elokuvaa *The Hell of '63*. Goren mukaan paikallinen henkilökunta oli ammattitaitoista ja motivoitunutta, mutta hän olisi odottanut alueelta parempia rahoitusmahdollisuuksia esimerkiksi verohelpotusten muodossa. Gore aikoo Penttisen työn mukaan suositella Suomea kotimaassaan kuvauskohteeksi myös muille tuotannoille. Tässä tapauksessa on otettava huomioon, että kyseessä on ulkomaalainen tuottaja ja hänen mielipiteensä Suomesta tuotantopaikkana. Hän siis katsoo asiaa eri perspektiivissä kuin ne suomalaiset tuottajat, joita tässä tutkimuksessa on haastateltu.

Penttisen työssä on kerrottu myös suomalaisten ohjaajien kokemuksista Suomesta ja nimenomaan Suomen Lapista kuvauspaikkana. Ohjaaja Antti J. Jokisella on kokemusta sekä Suomessa että ulkomailla kuvaamisesta. Jokinen toteaa, että hänen kokemuksensa mukaan esimerkiksi Rovaniemellä oli liian vähän ammattimaista kuvaushenkilökuntaa, kun hän toteutti *Nicholas North* -elokuvan kuvauksia Lapissa vuosina 2010–2011. Positiivisena asiana Suomesta kuvauspaikkana Jokinen pitää sitä, että Suomessa on uniikit kuvauspaikat ja toimiva infrastruktuuri. Jokisen mukaan tuotantoyhtiön menot jakautuvat niin, että neljännes menee palkkoihin, neljännes kuvauksiin ja puolet tuotantoryhmän asumiseen, syömiseen ja viihtymiseen. Ohjaaja Dome Karukoski toteaa myös, että Suomessa estetiikka ja maastot ovat uniikki juttu. Jokinen ja Karukoski ovat sitä mieltä, että elokuvatuotantoja ei tulla riittävästi vastaan kaupunkien tai kuvauspaikkakuntien toimesta. Karukoski puhuu tästä asiasta nimenomaan Lapin kokemuksellaan. Karukoski toivoo, että kuvauspaikkakunnilla hetken haitta nähtäisiin pitkän aikavälin hyötynä. (Penttinen 2010, 44–45, 47.) Tässä opinnäytetyössä keskityttiin tutkimaan vain suomalaisia ja Suomessa toimivia elokuva-, TV- ja media-alan edustajia sekä heidän näkemyksiinsä tuotantopaikkojen suhteen.

1.4 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksiksi asetettiin kaksi kysymystä. Vastausta lähdettiin hakemaan seuraaviin asioihin:

- Miksi Kainuu on alueena kiinnostava tuotantojen toteutuspaikka elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajien näkökulmasta?
- Miten matkailualan toimijat Kainuussa pystyvät tällä hetkellä vastaamaan elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin?

Tämän työn tavoitteet jaettiin selkeästi kolmeen osaan haastattelu-, kysely- ja palvelupankin vaiheiden mukaisesti (kuvio 2). Työn tavoitteeksi asetettiin elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeiden ja toiveiden kartoittaminen tuotantojen toteutuspaikkojen, lähinnä kuvauspaikkojen suhteen Kainuussa. Työssä asetettiin elokuva-, TV- ja mediatuotannot asiakkaan rooliin ja lähdettiin liikkeelle asiakkaan tarpeesta ja toiveesta. Toisena tavoitteena oli kartoittaa Kainuussa sijaitsevien matkailualan toimijoiden tämänhetkinen kiinnostus ja mahdollisuudet vastata elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin. Viimeisenä tavoitteena oli koota kainuulaisista matkailualan toimijoista ja heidän palveluistaan ja tuotteistaan palveluntarjoajien sähköinen palvelupankki, josta elokuva-, TV- ja mediatuotannot voisivat jatkossa löytää tarvittavat tuotteet ja palvelut.



Kuvio 2. Opinnäytetyön kolme vaihetta ja opinnäytetyön tavoitteet

2 TYÖN KESKEISET KÄSITTEET

Tässä kohtaa kerrotaan työssä esille nousevista käsitteistä. Työn keskeinen teema on elokuvamatkailu, jonka kontekstissa työssä liikutaan. Tässä osiossa painotutaan määrittelemään elokuva-, TV- ja media-alan termistöä, mutta myös matkailualan termistöä määritellään matkailualan toimija siinä merkityksessä kuin se tässä työssä on tarkoitettu.

2.1 Elokuvamatkailu

Elokuvamatkailun määritelmä ei ole yksiselitteinen ja eri lähteissä elokuvamatkailua on määritelty monin eri tavoin. Suomen kieleen elokuvamatkailu on käännetty suoraan englannin kielestä, mutta tarkkaan ei ole tiedossa, kuka alun perin on keksinyt suomalaisen termin. Arja Penttinen (2010) pitää elokuvamatkailu-sanan käännoä englannista suomeen omanaan. Tässä tapauksessa voisi kuitenkin kuvitella, että elokuvamatkailu-termiä on käytetty kielessämme kauemmin kuin viisi vuotta. Tähän viittaa muun muassa vuosina 2008–2010 toteutettu Elokuva- ja elämysmatkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa -projekti. Projekti kehitti elokuva- ja elämysteollisuuteen liittyvää matkailua, liiketoimintaa ja palvelurakennetta Pohjois-Karjalassa. SF-Filmikylä teki yhteistyötä projektin kanssa. (Elokuva- ja elämysmatkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa projektin -internetsivusto 2015.)

Elokuvamatkailu-termiä on käsitellyt elokuvamatkailun tutkija Sue Beeton vuonna 2005 ilmestyneessä teoksessaan *Film-induced tourism*. Beetonin mukaan filmimatkailu eli *film-tourism* tai *film-induced tourism* tarkoittaa television, DVD:n tai videoiden synnyttämää matkailua. *Movie tourism* ja *movie-induced tourism* eli elokuvamatkailu käsittää Beetonin mukaan vain elokuvien synnyttämän matkailun. Englannin kielessä muita samasta aiheesta käytettyjä termejä ovat *movie tourism*, *screen tourism* ja *movie-induced tourism*. (Beeton 2004, 9, 11–12.)

Elokuvamatkailua määritellään eri tavoilla, mutta pääsääntöisesti sitä kuvaillaan niin, että elokuvamatkailu koostuu tuotannon, näkyvyyden ja turismin yhteydestä, jossa osapuolet vaikuttavat toinen toisiinsa. Useasti elokuvamatkailulla tarkoitetaan sitä, että elokuvan tai tv-sarjan ympärille rakennetaan matkailukonsepti. Elokuvasta tai tv-sarjasta kiinnostu-

neet ja innostuneet matkailijat saapuvat alueelle, jotta he pääsevät kokemaan ja näkemään kiinnostuksen kohteensa hengessä jotakin. Alueelle suuntautuva matkailu on spontaania siinä tapauksessa, jos alueella on jokin pysyvä kohde, joka näkyy elokuvassa tai sarjassa tai on osa niiden tarinaa. Elokuvien tai TV-sarjojen kuvausalueille suuntautuva matkailu voi olla myös tuotettua. Tämä tarkoittaa sitä, että alueella on systemaattisesti luotu tuotteita elokuvassa näkyvien paikkojen tai tarinan ympärille. Vähemmän käytetty määritelmä elokuvamatkailusta on se, mitä tapahtuu ennen varsinaisen turismin syntyä. Elokuvamatkailulla voidaan siis tarkoittaa myös sitä, kun jokin tuotanto menee tiettyyn paikkaan kuvaamaan tuoden alueella tuloja muun muassa työryhmän majoitus- ja cateringkustannusten kautta. (Suvanto 2013, 7-8.)

Jälkimmäisen, vähemmän käytetyn määritelmän mukaan elokuvamatkailusta on olemassa vähän julkaistuja tutkimuksia ja teoksia sekä kansallisesti että kansainvälisesti. Jälkimmäinen määritelmä löytyy suoraan vain harvoista lähteistä, mutta usein elokuvan ja TV:n synnyttämästä matkailusta puhuttaessa viitataan myös ohimennen siihen matkailuun, jota tuotantoyhtiöt saavat alueella aikaiseksi jo ennen matkailijoiden paikalle tuleamista elokuvan tai TV-sarjan tuotantovaiheessa, useimmiten kuvausvaiheessa. Tästä esimerkkinä voidaan ottaa Penttisen (2010, 6) toteamus *NAPAPIIRIN TAKANA Kirjallisuustutkimus elokuvamatkailun mahdollisuuksista Lapissa* -pro gradu-työstä: kun kuvauspaikalle tulee jokin av-tuotanto, on se tavallaan jo matkailua. Penttisen mukaan tämä on elokuvamatkailua, koska elokuva- ja matkailuala hyötyvät toisistaan. Tässä kehittämistyössä käsitellään juuri tätä vähemmän tutkittua puolta elokuvamatkailusta eli sitä, mitä tapahtuu ennen kuin turistimassojen kiinnostus herää.

Elokuvamatkailu on matkailualalla kansallisesti ja kansainvälisesti kasvava trendi. Ihmisiä kiinnostaa vieraila elokuvien kuvauspaikoilla ja teemapuistoissa, jotka on rakennettu jonkin elokuva- tai TV-sarjan ympärille. (Matkailu.org -internetsivusto 2014.) Tässä yhteydessä nostettakoon esille joitakin elokuvamatkailun esimerkkitapauksia Suomesta ja ulkomailta. Pohjois-Karjalassa Kontiolahdella sijaitsee SF-Filmikylä, jossa pääsee tutustumaan muun muassa elokuvien Koirankynnen leikkaaja ja Lieksa sekä TV-sarjan Karjalan kunnalla kuvauspaikoille. Tukholmassa on tarjolla The Millenium Tour, joka on Tukholman kaupunginmuseon tuottama kävelykierros ruotsalaisen Millenium-elokuvasarjan kuvauspaikoille. Uudessa-Seelannissa Hobitti- ja Taru sormusten herrasta -elokuvien kuvauspaikat on tuotteistettu esimerkiksi kuvauspaikoille tapahtuvien kierto- matkojen ja lavasteissa vierailu -kierrosten muotoon. (Suvanto 2012, 14–15.) Vuosina

2011–2013 toteutetun silloisen Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO:n koor-
dinoima Location / Destination Finland -hankkeen tavoitteina oli vakiinnuttaa Suomeen
elokuvakomissio sekä valmentaa matkailutoimialaa palvelemaan tuotantoja ja hyödyntä-
mään niiden imagollinen arvo. (Oske 2014.)

2.2 Elokuvakomissio

Suomen elokuvakomissio tarjoaa tietoja Suomesta kuvauspaikkana Suomesta kiinnostu-
neille kansainvälisille tuotannoille. Elokuvakomission tavoite on lisätä ulkomaisten elo-
kuva-, televisio- ja mainoskuvausten määrää Suomessa. Maassamme toteutettavat kan-
sainväliset tuotannot luovat työpaikkoja kasvattaen Suomen audiovisuaalisen alan työllii-
syyttä ja osaamista. Myös matkailuala ja monet muut palvelualat hyötyvät suoraan tai
välillisesti tuotantojen kulutuksesta, todetaan Suomen elokuvakomission internetsivuilla.
Mitä parhaimpana Suomi-tietouden levittäjänä ulkomailla toimivat filmit, jotka on kuvat-
tu Suomessa. Suomen elokuvakomissio välittää tietoa Suomesta kuvauspaikkana verkos-
sa ja erilaisissa elokuva-, TV- ja mainosalan tapahtumissa. Elokuvakomissio huolehti
siitä, että maamme on esillä kansainvälisesti tärkeitä kuvauspaikkoja listaavissa verkko-
palveluissa. Suomen elokuvakomissio tekee yhteistyötä alueellisten elokuvakomissioiden
kanssa. Alueellisia elokuvakomissioita on Suomessa kuusi. Suomalaiset komissiot ovat
Lapin, Itä-Suomen, Pohjois-Suomen ja Länsi-Suomen elokuvakomissiot sekä Comission
Helsinki ja Villilä Studiot. (Suomen elokuvakomissio 2015.) Kainuun alueella ei ole omaa
elokuvakomissiota.

*Lapin elokuvakomissio edistää Lapin kilpailukykyä av-alalla ja tuo alueelle tuotantojen
kautta työtä, rahaa ja näkyvyyttä. Elokuvakomissio etsii parhaat av-alan kumppanit, valvoo
lappilaisten yhteistyökumppaneiden etua ja neuvoa tuotantojen kanssa toimimisessa. Lapin
elokuvakomissio on toiminut LEO:ssa (Lapin elämystuotanto Oy) vuodesta 2008. Tänä ai-
kana komissio on avustanut kymmeniä elokuva-, TV- tai mainostuotantoja, joiden Lappiin
jättämä suora tulo on miljoonia euroja. Tuotantojen avulla Lappi on myös saanut runsaasti
kotimaista ja kansainvälistä näkyvyyttä. Lapin elokuvakomission toiminta-aikana tuotan-
tokeselyiden ja totentuneiden tuotantojen määrä on moninkertaistunut. Lapin elokuvakomis-
sion toimintaa rahoittavat lappilaiset kunnat ja yritykset. (LEO 2015.)*

Itä-Suomen elokuvakomissio (EFFC) toimii yhteistyötahona ja koordinaattorina kansallisille ja kansainvälisille elokuva- ja televisiotuotannoille. EFFC auttaa tuotantoja toteuttamaan kuvaukset Itä-Suomessa. Elokuva- ja televisiotuotannot jättävät kuvausalueelle taloudellista ja imagollista hyötyä. Itä-Suomen elokuvakomission palvelutoimintaan kuuluvat alueellinen tuotantoneuvonta, location scouting, avustajat ja sivuroolit, alueen elokuva- ja televisioalan työntekijöiden välitys, palveluntarjoajien välitys (ravitsemus, majoitus, autonvuokraus jne.), oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet, avustaja- ja sivuroolikirjasto sekä studio ja tuotantotilojen kartoitus. Itä-Suomen elokuvakomissio on osana Joensuun Seudun Kehittämisyhtiö JOSEK:n palvelutoimintaa. (Itä-Suomen elokuvakomissio 2015.)

Pohjois-Suomen elokuvakomissio NFFC toimii Oulun, Kuusamon ja Tornion alueella. Komissio tarjoaa tuotannoille palvelut ”yhden luukun” -periaatteella. NFFC:en toimintaan kuuluu kuvauspaikkojen etsintä, tuotantopalvelujen tarjonnasta tiedottaminen alueella, yhteydenpito paikallisiin tuotantoyrityksiin ja kaluston vuokraajiin sekä neuvottelut heidän kanssaan. Komissiolla on verkostot paikallisiin viranomaisiin ja audiovisuaalisten palvelujen tarjoajiin alueella. Komissio auttaa kuvausjärjestelyissä ja alueellisen rahoituksen järjestämisessä. (Pohjois-Suomen elokuvakomissio 2015.)

Länsi-Suomen elokuvakomissio eli WFFC tarjoaa palveluja alueellisille, kansallisille ja kansainvälisille av- ja elokuvatuoannoille. WFFC toimii Turun Seudun Kehittämiskeskuksen yhteydessä ja on kansainvälisen elokuvakomissio-organisaation (AFCI) jäsen. Elokuvakomission tavoitteena on tukea paikallisten tuotantoyhtiöiden toimintaympäristön kehittymistä, lisätä paikallisesti tuotettuja tuotantoja, lisätä alan työllisyyttä ja houkuttaa seudulle kansallisia ja kansainvälisiä elokuva- ja televisiotuotantoja. Komissio pyrkii lisäämällä alueella toteutettavien tuotantojen määrää kasvattamaan alueelle jäävää taloudellista ja imagollista hyötyä. WFFC tekee yhteistyötä Turun AMK:n Taideakatemian kanssa ja pyrkii löytämään harjoittelumahdollisuuksia Turun seudun opiskelijoille alueella kuvattavissa tuotannoissa. (Länsi-Suomen elokuvakomissio 2015.)

Commission Helsinki on elokuvakomissio-palveluita tarjoava taho Helsingin alueella. Komission tarkoitus on tukea audiovisuaalisia tuotantoja ja maksimoida niiden aluetaloudellinen vaikutus. Commission Helsinki tarjoaa avustajapalveluita sekä auttaa tuotantoja etsimään tuotantohenkilökuntaa, tuotannoissa tarvittavaa kalustoa sekä kuvauspaikkoja. (Comission Helsinki 2015.)

Villilä Studiot on elokuva- ja TV-tuotantokeskus, joka sijaitsee Nakkilassa. Yrityksen palveluihin kuuluvat oleelliset TV- ja elokuvatuotantojen tarvitsemat resurssit. Yritys tarjoaa studion, kuvauspaikat, tuotantohenkilöstön, tuotantotilat ja osarahoituksen. (Villilä Studios 2015.)

2.3 Elokuva-, TV- ja mediatuotannot

Tämän työn yhteydessä puhuttaessa tuotannosta tarkoitetaan etukäteen suunniteltua, budjetoitua ja aikataulutettua elokuva-, TV- tai mediakokonaisuutta (Elokuvantaju 2014). Elokuva on yhdistetyn filmi- tai videonauhan ja siihen liitetyn äänitehosteen muodostama esteettinen tai dokumentaarinen kokonaisuus. Elokuvatyyppejä ovat esimerkiksi tieteis-, rakkaus-, rikos-, toiminta- ja draamaelokuvat. (Kuutti 2012, 35.) TV eli televisio liittyy tämän työn kohdalla TV-tuotantoihin. TV-tuotannoista puhuttaessa tarkoitetaan esimerkiksi televisioesitykseen tehtävää yksittäistä TV-ohjelmaa tai TV-sarjaa. Medialla tarkoitetaan tässä yhteydessä informaatiota, fantasiaa, unelmia tai mielihyvää viihteen keinoin tuottavaa asiaa. Mediaan kuuluvat sekä painetut että sähköiset viestin välittäjät. (Kuutti 2012, 113.) Tässä yhteydessä mediatuotantoihin ajatellaan kuuluvan television, elokuvien, radion ja joukkoviestimien lisäksi valokuvat, kirjat, sanomalehdet, mainokset ja markkinointimateriaalit sekä sähköiset materiaalit. Media käsitteenä on viime aikoina sähköisen viestinnän myötä saanut jatkuvasti uusia ulottuvuuksia.

2.4 *Film friendly*

Film friendly -sanasta suora käännös englannin kielestä suomeksi on elokuvaystävällinen. Kun jokin alue, paikka tai yritys on *film friendly*, tarkoitetaan sillä sitä, että tässä paikassa ymmärretään elokuva- ja TV-alan tuotantojen tarpeita ja osataan vastata niihin. Suomessa elokuva-alan kanssa yhteistyöstä kiinnostuneille matkailualan yrityksille *film friendly* -valmennusta järjestää muun muassa Lapin Elokuvakomissio. (Lapin elokuvakomissio 2014.)

2.5 Lokaatio ja *location scouting*

Kun elokuva-, TV- ja mediatuotantojen yhteydessä puhutaan lokaatiosta, tarkoitetaan sillä kuvauspaikkaa (Jelinko 8.9.2014). *Location scouting* tarkoittaa tässä yhteydessä suomenmennettuna kuvauspaikkojen etsintää. Tämän opinnäytetyön prosessin aikana tutkimushaastattelujen yhteydessä ja teoria-aineiston mukaan suomen kielessä elokuva-, TV- ja media-alalla käytetään kuvauspaikkojen etsinnästä yleisesti englanninkielistä termiä. *Location scouting* taipuu suomen kielessä tässä työssä tehtyjen haastattelujen perusteella alan edustajien keskuudessa usein termiksi *scouttaaminen*.

2.6 Matkailualan toimija

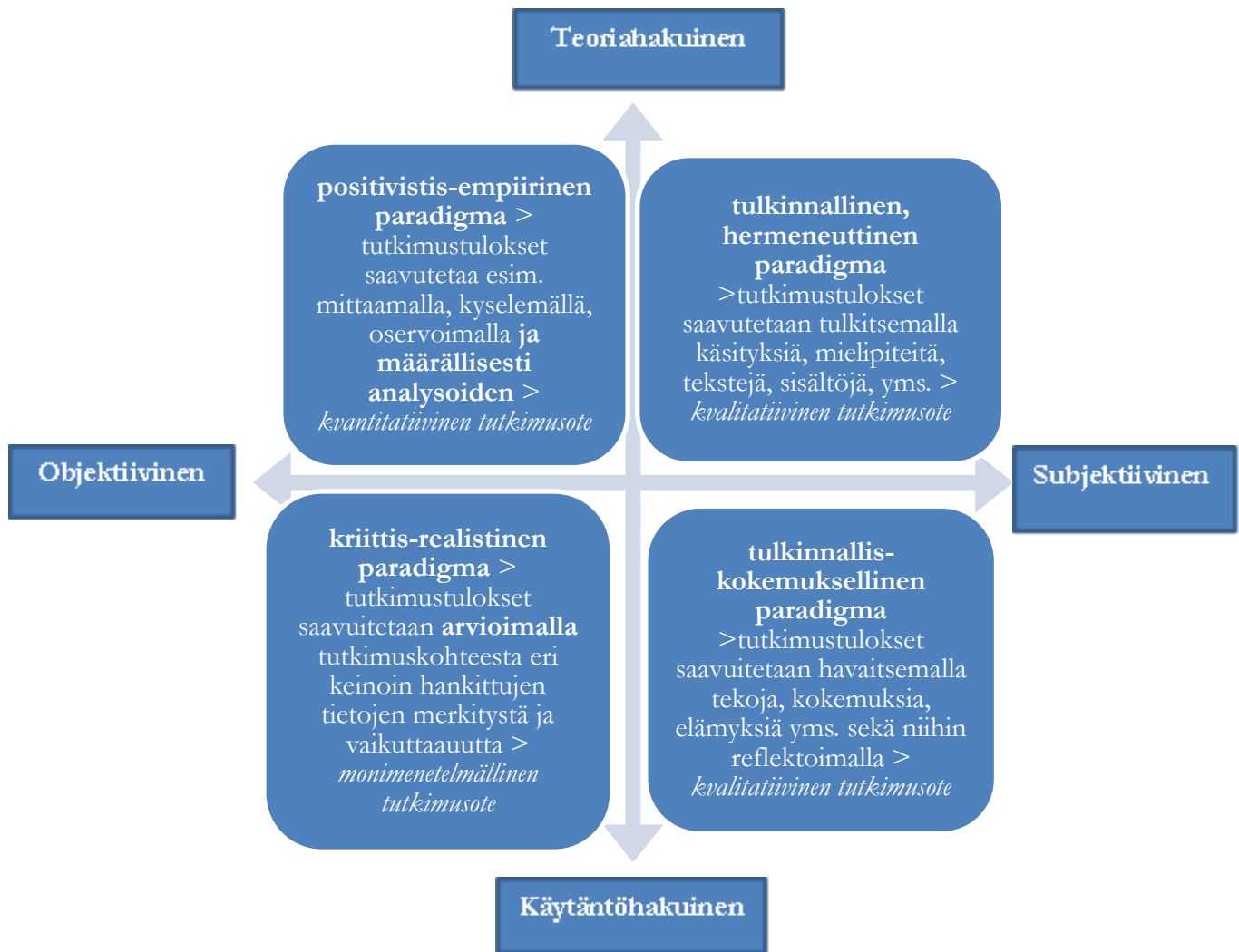
Tässä opinnäytetyössä matkailualan toimijalla tarkoitetaan matkailu- ja ravintola-alan toimijoita, matkatoimistoja, hotelleja, leirintäalueita, retkeilymajoja ja muita majoitusliikkeitä, kulttuurijuhlia ja -tapahtumia, festivaalien järjestäjiä, hiihtokeskuksia, linja-autoyrityksiä, maaseutumatkailuyrityksiä, matkaopaspalveluita tarjoavia yrityksiä ja toimijoita. Tämä määritelmä on tehty TEM:n määritelmän (2014) mukaan Suomen keskeisimmistä matkailualan toimijoista. Matkailualan toimijalla tarkoitetaan tässä yhteydessä tahoja, jotka järjestää kaupallista matkailupalvelua tai tarjoaa kaupallisessa tarkoituksessa matkailutuotteitaan.

3 TUTKIMUKSEN TULKINNALLINEN VIITEKEHYS

Tämän työn tutkimusotetta valittaessa pohdittiin sitä, millaista tietoa tässä tutkimuksessa ja sen jatkumona olevassa kehittämissosiossa tarvitaan. Tämä tutkimus oli pääasiallisesti aineistolähtöistä ja erityisesti aineiston keruuvaiheet olivat oleelliset. Tutkimuksen suunnitteluvaiheessa liikkeelle lähdettiin huolellisesti tehdystä kahdesta tutkimuskysymyksestä. Yleisesti ottaen ennen käytännön toteutukseen ryhtymistä täytyy tutkijan määritellä oma positio eli suhde tutkittavaan ilmiöön. Tässä yhteydessä tutkijan suhde tutkittavaan ilmiöön oli erityinen henkilökohtaisen kiinnostuksen ja motiivin kautta. Tällä saattaa olla vaikutusta tutkimuksen tulkintavaiheessa ja tuloksia tuottaessa. Tutkijan positiota ei voi pitää tässä yhteydessä tietoisena valintana. (Anttila 2007, 23.)

Anttilan (2007, 23) mukaan tutkimuksen suunnitteluvaiheessa toisena pitää ratkaista, saadaanko tieto tutkijan itsensä sisällä olevista, psyykkisistä seikoista vai tutkijan ulkopuolella olevista havaittavista asioista. Näiden jälkeen pohditaan, millaista tutkimusainesta tullaan käsittelemään. Tarkastellaanko mitattavia määreitä vai laatua. Kyseessä voi olla myös prosessi, jossa yhdistyy esimerkiksi useita toimijoita, tekoja ja niiden vaiheita, tavoitteita sekä tekijöitä.

Kuviosta kolme (3) käy ilmi Anttilan (2007, 23) neljä tutkimuksellista ulottuvuutta. Subjektiiivis-teoreettisessa lohkoissa, kuvion oikeassa yläalaidassa ovat tulkinnalliset ja ymmärtämiseen ja merkityksen antoon pyrkivät menetelmät. Niiden taustalla on hermeneuttinen ja fenomenologinen näkemys tieteestä. Neliön oikeassa alakulmassa on käytännöllis-subjektiiivinen lohko. Tähän lohkoon kuuluvat ne menetelmät, joiden ajatustraditio nojaa eksperimentalistisuuteen eli kokemuksellisuuteen, subjektivistisuuteen ja eksistentiaalistisuuteen. Tässä tutkimusotteessa on tavoitteena yksittäinen tapahtuma tai ilmiö. Tavoitteena on tiedostaa ilmiössä tai tapahtumassa olevan kokemuksellisuus itsereflektion keinoin. Objektiiivis-käytännöllisyyden lohko on nelikentän vasemmassa alakulmassa. Tässä tutkimuksellisessa lähestymistavassa tutkitaan tekemällä ja korostetaan yhteisöllisyyden merkitystä. Tämän lohkon taustalla ovat kriittisen realismin ja sosikonstruktivismien tieteentraditiot. Objektiiivis-teoreettinen tutkimuskenttä löytyy neliön vasemmasta yläkulmasta. Tässä lohkoissa ovat määrällisinä toteutettavat kvantitatiiviset menetelmät. Rationaalis-empiirinen ajatustraditio on tässä taustalla. Tässä tutkimuskentässä olevien menetelmien tavoitteena on tulosten yleistettävyyden. (Anttila 2006, 473.)



Kuvio 3. Kehittämishankkeen tutkimuksellisen otteen valinta (Anttila 2007, 23)

Tässä opinnäytetyössä on kolme erillistä vaihetta. Ensin tehtiin haastattelututkimus, jota seurasi kysely ja siitä lopuksi kehittämisosana palvelupankki. Anttilan (2007) määritelmän mukaan tämä opinnäytetyö on prosessi, koska tekoja ja niiden vaiheita sekä tavoitteita on useita. Tässä työssä edettiin prosessinomaisesti vaiheesta toiseen. Tämän tutkimuksen tieto saatiin tutkijan ulkopuolella olevista havaittavista asioista. Toinen vaihe eli kysely ja kolmas vaihe eli palvelupankin tietojen kerääminen olisivat molemmat onnistuneet ilman tutkimuksen muita osia, mutta se tutkimustieto, mihin molemmissa vaiheissa peilattiin, olisi pitänyt hankkia jotenkin muuten. Kaksi ensimmäistä työn osaa ovat varsinaista tutkimusta. Tutkimusote on kvalitatiivinen eli laadullinen molemmissa osissa, koska tutkimusaineisto on pääosin tulkinnanvaraista. Kyselyssä osa vastauksista on saatu kyselemällä kysymyksiä, joihin vastaus on kyllä tai ei. Näissä kysymyksissä aineisto ei ole tulkinnanvaraista, vaan analysointi tehdään määrällisesti. Vaikka tuloksia käsitellään kyselylo-

makkeen vastausten käsittelyvaiheessa määrällisin menetelmin, tilastollista yleistystä ei tehdä, eikä siihen pyritä.

Tämän työn tutkimusten paradigma on Anttilan (2006) esittämän teorian mukaan tulkinnallinen eli hermeneuttinen. Opinnäytetyön molemmissa tutkimusosassa tulkittiin käsitteitä ja mielipiteitä. Tutkimuksen ensimmäisessä osassa tulkinnallisuus korostuu teema- ja haastattelussa, joissa esiintyvillä ilmiöillä annettiin merkitykset. Haastateltavien käsityksiä ja ajatuksia Kainuun elokuvamatkailun tilasta ja toiveista tulkittiin, jotta saatiin tutkimustuloksia. Haastatteluita seuranneessa kyselylomakkeessa oli piirteitä hermeneuttisen paradigman lisäksi positivistis-empiirisestä paradigmasta. Kyselylomakkeen vastauksia analysoitiin määrällisesti. Analysoinnissa tulkittiin sitä, miten hyvin matkailualan toimijat pystyvät tuotantojen tarpeisiin vastaamaan. Tätä pohdittiin sen kautta, kuinka moni matkailualan toimija tarjoaa tuotantojen tarpeisiin palveluja. Parhaimman tai oikean ominaisuuden tai piirteen löytäminen on pyrkimyksenä positivistisessä paradigmassa. Tässä tutkimuksessa toteutettiin matkailualan toimijoille kysely. Tutkija oli asettunut tutkimuskohteensa ulkopuolelle. (Anttila 2007, 24.) Kyselylomakkeista saadun tutkimustiedon perusteella parhaimmaksi piirteeksi nousi matkailualan toimijoiden monipuolinen palvelujen tarjonnan kirjo.

4 TUTKIMUSHAASTATTELUT

Opinnäytetyön tutkimusvaihe alkoi haastattelemalla kuutta elokuva-, TV- ja media-alalla toimivaa henkilöä. Kun haastateltavia valittiin, mietittiin ensin sitä, kenellä olisi yhteyksiä Kainuuseen ja kenellä olisi mielenkiintoa kehittää yhteistyötä matkailualan kanssa. Tutkimushaastattelu toteutettiin puolistrukturoidusti teemahaastattelulla. Teemahaastattelu valikoitui työn ensimmäisen osan tutkimusmenetelmäksi, koska tässä tapauksessa haluttiin selvittää seikkoja, jotka ovat oletuksen mukaan heikosti tiedostamattomia. (Hirsjärvi & Hurme 1991, 35.) Puolistrukturoitu haastattelu on astetta vapaampi kuin strukturoitu haastattelu. Puolistrukturoiduissa haastatteluissa on mahdollista saada selville myös jotain sellaista, mitä haastattelun suunnitteluvaiheessa ei tutkija ole osannut ottaa huomioon. (Puusa & Juuti 2011, 81–82.)

Teemahaastattelu etenee etukäteen mietittyjen teemojen ja niihin liittyvien kysymysten mukaan. Teemahaastattelussa oletuksena on, että tutkija ja haastateltava puhuvat ikään kuin samaa kieltä ja tutkijalla on oltava ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. (Puusa & Juuti 2011, 81–82.) Teemat listataan esimerkiksi ranskalaisin viivoin ja haastattelutilanteessa tutkijalla on mukanaan mahdollisimman vähän kirjallista materiaalia. Nimensä mukaisesti paperilla on oleellista olla ylöskirjattuina vain teemat ja mahdollisesti muutamia kysymyksiä tai apusanoja niiden alle kirjattuna tutkijan avuksi. (KvaliMOTV internetsivusto 2014.)

Teemahaastattelussa käydään läpi ennalta suunnitellut teemat ja haastattelu etenee keskustelunomaisesti. Kaikkien haastateltavien kanssa teemoja ei välttämättä käsitellä samassa järjestyksessä eikä samassa laajuudessa. Teemahaastattelussa ei siis esitetä pikkutarkkoja kysymyksiä tietyssä tarkassa järjestyksessä, vaan keskustelussa pyritään eteneään mahdollisimman vapaasti. Tutkijan on perehdyttävä aihepiiriin ja haastateltaviin tarkasti ennen haastatteluja. Tämä edesauttaa tiettyihin teemoihin paneutumista. Teemahaastattelu luo vapautta haastateltaville. (KvaliMOTV internetsivusto 2014.) Haastattelu sopii tässä tapauksessa aineiston keruumenetelmäksi siksi, että tässä tutkimuksessa halutaan kuvaavia esimerkkejä ja tutkittava aihe on sellainen, ettei siitä ole olemassa objektiivisia testejä (Metsämuuronen 2000, 41).

Tässä työssä tehty tutkimushaastattelu edustaa laadullista tutkimusta. Laadullisessa tutkimuksessa yksi perusajatus on havaintojen teoriapitoisuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että

tutkimuksen tuloksiin vaikuttaa se, millaisia merkityksiä tutkittavalle ilmiölle annetaan ja millainen käsitys yksilöllä ilmiöstä on. Toisin sanoen tutkimustulokset eivät ole käytettyä havaintomenetelmästä irrallisia. Yhtä oikeaa ja puhdasta objektiivista tietoa ei siis ole laadullisessa tutkimuksessa olemassa, vaan tutkijan rooli korostuu hänen päättäessään tutkimusasetelmasta oman ymmärryksensä varassa. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 19–20.)

Laadullisen tutkimuksen aineistojen keräämisen tarkoituksena on yleensä pidetty hypoteesien testaamista ja todentamista. Joissain tapauksissa aineistojen tehtävä voi olla myös hypoteesien keksiminen. Silloin aineistot eivät rajoita tutkijaa, vaan luovat uusia näkökulmia ja ajattelumalleja. Laadullinen tutkimus perustuukin juuri tähän, että vastaajat luovat vapaasti oman käsityksen tutkittavasta asiasta. Tutkija voi hakea ideoita tutkimusaineistosta eikä niinkään todentaa ideoita. Tutkijan pitää selventää itselleen, mitä aineistosta haetaan ja miksi se kerätään. Tässä tutkimuksessa oli ennen aineiston keräämistä päätetty se, että analyysiä tulaisiin tekemään aineistolähtöisesti. Aineistolähtöisessä analyysissä teoria konstruoidaan aineistosta eli uusia näkökulmia haetaan kerätystä aineistoista. (Aaltola & Valli 2001, 136.)

4.1 Teemahaastattelun suunnittelu ja testaus

Tutkimushaastattelua lähdettiin toteuttamaan laatimalla ensin teemahaastattelun haastattelurunko (Liite 1), jossa oli neljä teemaa:

1. Haastateltavan taustatiedot, kytkös elokuva-, TV- ja media-alalle sekä kytkös Kainuuseen
2. Haastateltavan näkemys elokuva-, TV ja media-alan toiminnasta Kainuussa
3. Kainuu kuvaus-/tuotantopaikkana
4. Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tukipalvelut ja -tuotteet Kainuussa.

Tutkimusta suunniteltaessa oli olemassa paikkansa pitävä ja perusteltu ennakkotieto siitä, mitä palveluja ja tuotteita elokuva-, TV- ja mediatuotannot yleisesti ottaen tarvitsevat ja käyttävät sillä alueella, jossa tuotantoa kuvataan ja toteutetaan. Kuten tämän työn johdannossa ja Location / Destination Finland -hankkeen loppuraportissa todetaan, tuo-

tantojen käyttämät palvelut ovat majoitus-, ravintola-, logistiikka-, työvoima- ja vapaa-ajan palveluita. (Suvanto 2013, 7.)

Marko Karvosen kanssa käydyissä keskusteluissa on tullut moneen otteeseen ilmi se, mitä palveluja tuotannot haluavat ja tarvitsevat. Karvosen (21.2.2013) kokemuksen ja toteamusten mukaan tuotannot tarvitsevat majoitus-, catering-, kuljetus- ja ohjelmapalveluja sekä paikallisoppaiden palveluja kuvauspaikkojen etsimiseen ja paikoille opastamiseen. Mujon ja Ahven-Posion (2013) mukaan näitä edellä mainittuja palveluita kutsutaan tuotantopalveluiksi. Haastattelun suunnitteluvaiheessa todettiin, että yleisimmin käytetyt matkailutoimijoiden tarjoamat palvelut elokuva-, TV- ja mediatuotantojen toteuttamisessa ovat majoitus-, logistiikka-, ohjelma- ja cateringpalvelut sekä paikallisoppaan palvelut. Edellä esitettyyn perusteluun ja teoriaan viitaten nämä ovat itsestään selvyiksiä, joten haastattelussa ei niistä kannata enää tiedustella.

Tutkimushaastattelussa pyritään saamaan sellainen aineisto, jonka pohjalta voidaan alkaa tehdä luotettavia päätelmiä. Kun teemahaastattelua suunnitellaan, on tärkeimpänä tehtävänä suunnitella haastatteluteemat huolellisesti. Tässä teema-alueuuttelessa alueet ovat teoreettisia alakäsitteitä, yksityiskohtaisia ongelmia. (Hirsjärvi & Hurme 1991, 40–41.) Kun haastattelun teemat tässä tutkimuksessa oli laadittu, teemoista laadittiin alakysymyksiä. Teemahaastattelussa kysymykset voidaan jakaa tosiasiakysymyksiin ja mielipidekysymyksiin (Hirsjärvi & Hurme 1991, 44). Tässä tutkimuksessa kysymykset ovat lähinnä mielipidekysymyksiä. Vain haastateltavan taustatiedot ja käsitys Kainuusta maantieteellisenä alueena oli suunniteltu olevan tosiasiakysymyksiä. Tässä vaiheessa mainittakoon, että haastatteluissa kysyttäessä Kainuusta alueena, vastaukseksi saatiin sekä tosiasiallisia vastauksia että abstrakteja mielikuvia ja kuvauksia Kainuusta. Teemahaastattelun rungossa operatonaalistetaan eli puretaan auki tutkimustehtävän ja -kysymysten kannalta oleellisia asioita (Eskola & Suoranta 1998, 79). Myös tutkimukselle asetettuja tavoitteita mietittiin runkoa ja kysymyksiä laadittaessa.

Teemahaastattelurungon laatimisen yhteydessä laadittiin kirje (Liite 2), jolla potentiaalisia haastateltavia lähestyttiin sähköpostitse. Sähköposti lähetettiin ensin koehaastateltavalle kajaanilaiselle elokuvaohjaaja Niko Saarelalle. Kirjeen lähettämisen jälkeen haastateltavaa lähestyttiin puhelimitse. Saarela vastasi heti myöntävästi haastattelukutsuun, ja haastatteluaika saatiin sovittua nopealla aikataululla. Haastattelupaikaksi sovittiin Kajaanin ammattikorkeakoulun tutkijanhuone, sillä haastattelu haluttiin tehdä neutraalilla maaperällä.

Koehaastattelun teko osoittautui ehdottoman tärkeäksi. Jo koehaastattelun aikana tuli ilmi, että toiseen tutkimuskysymykseen saatiin vastaus, kuten tässä vaiheessa tutkimusta oli suunniteltukin tapahtuvan. Vastauksia ei kuitenkaan saatu muihin asioihin, joita tutkimuksen tavoitteeksi oli myös asetettu. Oletuksena oli ollut haastattelurungon laadintavaiheessa, että haastateltavat ajattelevat asiaa myös matkailualan näkökulmasta nimenomaan kohdassa neljä eli kohdassa, jossa tiedusteltiin käsitystä tuotantojen tukipalveluista ja -tuotteista Kainuussa. Tämä oletus oli väärä, huomasin asian itsekin heti. Mitään matkailualaan tai matkailutoimijoiden palveluihin liittyviä vastauksia ei saatu koehaastattelussa teemassa neljä. Teema neljä piti sisällään elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tukipalvelut ja -tuotteet Kainuussa. Näistä asioista ei suoraan kysytty, eikä näihin asioihin viitattu kysymyksissä.

Koehaastattelun aikana kehittin niin sanotusti lennossa uusia kysymyksiä kohtaan neljä. Nämä kysymykset osoittautuivat toimiviksi. Kysymyksiin saatiin vastauksia, jotka palvelivat tutkimukselle asetettuja tavoitteita sekä matkailupalveluihin että Kainuun kiinnostavuuteen liittyen. Varsinaisen haastattelun ulkopuolella käydyn keskustelun myötä koehaastateltava Saarelalta tuli myös erinomaisia vinkkejä, mihin suuntaan kysymyksiä voisi kehittää tutkimuksen matkailulliseen näkökulmaan liittyen.

Koehaastattelun jälkeen haastattelurunkoa muokattiin vielä neljännen teeman osalta. Kysymyksiä myös yksinkertaistettiin ja selkeytettiin kaikilta osin koko haastattelurungossa. Haastattelurunkoa oli tarkoitus vielä testata toisen kerran toisella koehenkilöllä, mutta varsinaisten tutkimushaastattelujen ajankohdat oli olosuhteista johtuen sovittu pidettäväksi ennen kuin haastattelu sopi toisen koehenkilön aikatauluun. Näin ollen todelliset haastattelut tehtiin testaamatta haastattelurunkoa toista kertaa. Haastattelurunko olisi ollut hyvä testata vielä uudestaan tekemällä oikea haastattelu, jotta varmuus kysymysten oikeanlaisesta sisällöstä olisi varmistunut. Teemoihin ja kysymyksiin saatiin kuitenkin kommentteja useilta eri tahoilta, joten se auttoi kysymysten muotoilussa ja niiden sisältöjen suunnittelussa toimiviksi ja tarkoitusta palveleviksi.

4.2 Haastateltavat elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajat

Kaikki kuusi haastateltavaa henkilöä ja koehaastateltava valittiin projektipäällikkö Marko Karvosen kanssa. Kaiken kaikkiaan yhdeksän henkilöä taustoineen ja kokemuksineen

käytiin läpi. Tästä yhdeksän hengen joukosta valittiin haastateltavat. Haastattelussa etuna voidaan pitää sitä, että haastateltavaksi voidaan valita juuri ne henkilöt, joilla tiedetään olevan kokemusta tutkittavasti ilmiöstä ja tietoa aiheesta. Tällaisessa tapauksessa puhutaan harkinnanvaraisesta näytteestä tai otannasta. Harkinnan varaisessa otannassa laatu on tärkeämpi kuin määrä. Tässä opinnäytetyössä teemahaastatteluun valitut henkilöt on harkinnanvaraisesti valittu ja heillä tiedetään olevan kokemusta ja tietoa tutkittavasta aiheesta. Koska haastattelussa halutaan saada mahdollisimman paljon tietoa halutusta asiasta ja monipuolinen kuva kohteena olevasta ilmiöstä, valmiit haastatteluteemat annettiin haastateltaville etukäteen. (Puusa & Juuti 2011, 76.)

Harkinnanvaraisen aineiston keruun eräs nimike on eliittiotanta (Tuomi & Sarajärvi 2013, 86). Tässä tutkimuksessa käytettiin eliittiotantaa, joka tarkoittaa sitä, että tiedonantajiksi on valittu ne henkilöt, joilta oletettiin saatavan parhaiten tietoa aiheesta. Heillä oletettiin olevan kokemusta ja näkemystä Kainuuta koskeviin elokuva-, TV- ja mediatuotanto-asioihin. Jokaisella valitulla haastateltavalla on elokuva-, TV- ja media-alalta pitkä ja monipuolinen kokemus sekä erilaisia Kainuu-yhteyksiä alan tiimoilta. Haastateltaviksi valittiin Miika J. Norvanto, Nina Laurio, Hannu Kahakorpi, Markku Heikkinen, Mara Jelinko ja Aarne Kempas.

Miika J. Norvannon ura elokuva-alalla lähti liikkeelle, kun hän vuonna 1999 aloitti Sotkamossa oman elokuvatyörytymän, silloisen Avoin Yhtiö Black Lionsin, nykyään Black Lion Pictures Oy:n. Yritys on erikoistunut kotimaisten independent-elokuvien tuottamiseen ja levittämiseen. Norvanto on tuottanut yli 200 TV-ohjelmaa ja elokuvaa. Norvanto on tällä hetkellä puheenjohtajana Versova Puu ry:ssä, jonka pääasiallisena tehtävänä on nuorisotyön tekeminen elokuvan ja median avulla. Sotkamoon perustettiin keväällä 2013 elokuvateatteri Kino Visio, joka tuo varoja yhdistykselle ja toimii nuorten hyväksi alueella. Versova Puu ry hallinnoi elokuvateatterin toimintaa. (Norvanto 18.9.2014.) Black Lion Pictures toimi dokumenttielokuva *Autolla Nepaliin - Unelmien elokuva* levittäjänä. Elokuva sai ensi-iltansa marraskuussa 2014. Internetin avulla joukkorahoitettu *Autolla Nepaliin* palkittiin yleisön suosikkina Jussi-gaalassa 1.2.2015. (Aamulehti 2015.)

Nina Laurio on koulutukseltaan taideteollisesta korkeakoulusta valmistunut kuvaamataidon opettaja. Hän tuli alalle jo opiskeluaikana tekemiensä erilaisten opetus- ja tiedotusvideoiden sekä televisio-ohjelmien kautta. TV-ohjelmien teon myötä hän löysi tiensä elokuva-alalle tuottajaksi. Laurio on myös ohjannut ja käsikirjoittanut, mutta tuottaminen on ollut hänen päätyönään noin 20 vuotta. Kevästä 2012 lähtien Laurio on työs-

kennellyt tuottajana Solar Filmsissä. Hän oli Cloudberry services -hankkeen ohjausryhmässä. (Laurio 2014.)

Hannu Kahakorpi valmistui vuonna 1969 näyttelijäksi. Kahakorpi on tehnyt lukuisia ohjaus- ja käsikirjoitustöitä TV-elokuvaan ja -sarjoihin. Suuren yleisön silmissä tunnetuin ohjaustyö lienee jatkuvajuoninen perhesarja Kotikatu, jota Kahakorpi suunnitteli, toteutti ja ohjasi vuosina 1995–2006. Kahakorpi on opettanut Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulussa. Vuodesta 2009 alkaen hän on ollut elokuva- ja televisiotuotannon professorina Pohjoisen kulttuuri-instituutissa. Myös Kahakorpi oli mukana Cloudberry services -hankkeen ohjausryhmässä. (Kahakorpi 2014.)

Markku Heikkinen on ammatiltaan dokumenttiohjaaja, jonka lisäksi hän kuvaa ja käsikirjoittaa. Koulutukseltaan Heikkinen on taiteiden maisteri. Hän on tehnyt dokumenttaarisia televisiosarjoja YLE Teemalle. Heikkinen on tehnyt sekä lyhytelokuvia että pidempiä dokumenttielokuvia. Opiskeluaikoinaan hän teki fiktio- ja animaatioelokuvia. Heikkinen on asunut viime vuodet Kainuun alueella, vaikka työnsä takia on myös paljon poissa Kainuusta muualla Suomessa. (Heikkinen 2014.)

Marton ”Mara” Jelinko aloitti alalla elokuvaajana ja teki siinä muodossa laidasta laitaan töitä elokuva-alalla. Kuvaajana hän on ollut kuvaamassa kahta pitkää elokuvaa, TV-sarjoja, mainoksia, konserttitaltiointeja, dokumenttielokuvia ja yritysvideoita. Jelinko on tehnyt myös teatteriprojisointia. Projisoinnilla tarkoitetaan sitä, kun teatteriesitykseen heijastetaan kuvaa tai videota esimerkiksi lavasteita korvaamaan tai täydentämään. Vuonna 2009 Jelinko teki uutta aluevaltausta ohjaajana. Vuonna 2013 ilmestyneen Pysyissä-elokuvan myötä hän siirtyi kokonaan ohjaamiseen. Sen jälkeen Jelinko on ohjannut lyhytelokuvia, mainoksia ja TV-realitysarja-pilotin, jota ei koskaan julkaistu. Jelinko ohjasi haastattelun tekohetkellä toista pitkää elokuvaansa Guilt. Elokuva kuvattiin Kajaanissa noin kahden viikon ajan syyskuussa 2014. Sotkamolainen Black Lion Pictures on Pysyissä-elokuvan levittäjä ja Guilt-elokuvan tuottaja. (Jelinko 2014.)

Aarne Kempas on valmistunut Kajaanin opettajankoulutusyksiköstä. Opettajaopintojen aikana Kempas osallistui TV-tuottajan koulutukseen. Koulutuksen myötä hän pääsi mukaan paikallisen kaapeli-TV:n tekemiseen ja TV-produktioihin Kainuussa. Kempas perusti sisältötuotantoyrityksen ja yrittäjyys kulki opettajan työn rinnalla. Valmistuttuaan Kempas opetti Kajaanin opettajankoulutusyksikössä av- ja TV-puolen opintoja. Vuodesta 2012 alkaen Kempas on ollut täysipäiväinen elokuva-, TV- ja media-alan yrittäjä Aar-

mark Entertainment Oy:ssä. Yritys on sisältötuotantoyritys, joka keskittyy laadukkaisiin ja elämyksellisiin TV- ja monimediatautantoihin. Kempas oli tuotantoryhmän kanssa kuvaamassa Suomalainen astronautti -elokuvaa Kainuussa. (Kempas 2014.)

Koehaastattelun ja haastattelurungon hiomisen jälkeen lähetettiin sähköposti haastateltaville: Nina Lauriolle, Mara Jelingolle, Hannu Kahakorvelle ja Aarne Kempakselle. Toimittaja ja dokumentaristi Markku Heikkinen ja Miika J. Norvanto kontaktoitiin suoraan puhelimitse. Jokainen, jota haastateltavaksi pyydettiin, vastasi heti myöntävästi haastattelukutsuun. Haastatteluajankohdat saatiin sovittua nopealla aikataululla odotettua helpommin. Ajankohtien sopiminen oli helppoa, koska haastattelut olivat yksilöhaastatteluja eikä monen eri henkilön aikatauluja ei tarvinnut sovittaa yhteen. Tämä oli positiivinen asia tutkimuksen etenemisen ja tutkimukselle asetetun aikataulun kannalta. Tyytyväisyyttä ja positiivisuutta tutkimukseen toi heti alusta asti haastateltavien myönteinen asenne aihetta ja tutkimusta kohtaan. Merkityksellistä oli, että haastateltavat oli valittu harkinnanvaraisesti niin, että tämän tutkimuksen tema ja Kainuu olivat jokaisella haastateltavalla tavalla tai toisella lähellä sydäntä ja ajankohtainen asia.

4.3 Teemahaastattelujen toteutus, litterointi ja koodaus

Haastattelutilanteessa haastattelijat toimii neutraalisti ja mahdollisimman tehtäväkeskeisesti. Liian utelias ei saa olla, mutta silti aiheesta pitää olla kiinnostunut. Haastateltavista vain kaksi, Markku Heikkinen ja Miika J. Norvanto asuvat Kainuussa ja heidän kanssaan kasvokkain tehtävät haastattelut saatiin sovittua Sotkamossa pidettäviksi. Keskustelut nauhoitettiin niiden analysointia ja tulkintaa varten. Muut neljä haastateltavaa asuu ja pääasiallisesti myös työskentelee pääkaupunkiseudulla, joten haastattelut Nina Laurion, Hannu Kahakorven ja Aarne Kempaksen kanssa hoidettiin puhelimitse niin, että puhelu nauhoitettiin jälkikäsitteilyä varten. Puhelimella tehdyistä haastattelutilanteista saatiin tunnelmaltaan rentoja ja asiantymessä pysyviä juttutuokioita, vaikka ennako-oletuksena oli, että haastattelutilanne kärsii, koska haastateltava ja haastattelijat eivät näe toisiaan. Asiaa autoivat haastateltavien kanssa etukäteen käyty sähköpostikirjeenvaihto ja puhelinkeskustelut. Pääasiassa pääkaupunkiseudulla asuva ja vaikuttava Mara Jelinko oli Kajaanissa kuvaamassa elokuvaansa juuri haastattelujen tekoaikaan, joten tämän tutkimuksen kannalta positiivisen sattuman takia myös häntä päästiin haastattelemaan kasvokkain.

Tämän tutkimuksen tallennetut haastattelut litteroitiin eli nauhoitteet muutettiin tekstimuotoon. Litterointi tehtiin jokaisen haastattelun kohdalla mahdollisimman pian haastattelun ja sen nauhoittamisen jälkeen. Kolme haastattelusta litteroitiin haastattelupäivänä tai sitä seuraavana päivänä ja loput kolme noin viikko haastattelun nauhoituksen jälkeen. Haastattelujen pituudet ja niiden sisältämän tutkimuksen kannalta oleellisen tiedon määrä vaikuttivat siihen, miten pitkään litteroinnissa meni aikaa ja miten pian se saatiin valmiiksi.

Kaikki ensimmäiseksi tehdyn haastattelun sanat, lukuun ottamatta täytesanoja kuten *noin, totanoinniin, ajatellaanpa ja tavallaan*, jotka toistuivat haastatteluissa lukuisa kertoja, litteroitiin. Tämän jälkeen litteroitu haastattelu luettiin huolellisesti ja todettiin, että näin yksityiskohtainen litterointi ei ole tässä tutkimuksessa tarpeen. Loput viisi haastattelua litteroitiin kirjoittamalla vain ne lauseet, joissa puhuttiin haastattelujen teemoista tai jotka vastasivat suoraan toiseen tutkimuskysymykseen: miksi Kainuu on alueena kiinnostava. Litteroidut aineistot käytiin toiseen kertaan läpi niin, että puhtaaksi kirjoitetuista haastatteluista poimittiin vain keskeisimmät asiat eli litteroitiin valikoiden vain tutkittavan aiheen kannalta oleelliset seikat. Tässä tapauksessa litterointimerkkejä ei käytetty lainkaan, sillä esimerkiksi taukoja, naurahduksia tai hymähdyksiä ei kirjoitettu puhtaaksi, koska ne eivät olleet tutkimuskysymysten kannalta merkityksellisiä. (KvaliMOTV internetsivusto 2014.)

Litteroinnin jälkeen aineisto koodattiin. Aineisto käytiin systemaattisesti läpi lukemalla sitä läpi useita kertoja. Aineisto pilkottiin pieniin tulkittaviin asiakokonaisuuksiin ja tekstiin merkittiin koodimerkit. Koodimerkkien tehtävänä on jäsentää tulkintoja. Tässä tutkimuksessa koodaamisella pyrittiin redusointiin eli pelkistämiseen ja klusterointiin eli asioiden ryhmittelyyn. (KvaliMOTV internetsivusto 2015.) Tämän tutkimuksen kohdalla koodimerkkeinä käytettiin tutkimushaastattelun neljän teeman mukaisesti neljää toisistaan helposti erottuvaa eri väriä: keltaista, punaista, vihreää ja sinistä.

4.4 Haastatteluista saadun aineiston analyysi ja tulkinta induktiivisesti

Tallennettua haastatteluaineistoa käytiin systemaattisesti läpi ensin kuuntelemalla kaikki haastattelut. Kaksivaiheisen litteroinnin jälkeen kirjoitetut haastattelut luettiin läpi monta kertaa. Aineisto pilkottiin pienempiin tulkittaviin asiakokonaisuuksiin ja tekstiin merkit-

tiin koodimerkit neljällä eri värillä. Jokainen väri tarkoitti haastattelun teemaa. Keltaisella värillä merkittiin tekstistä kaikki haastateltaviin liittyvät henkilötiedot ja kytkös Kainuuseen. Punaisella värillä korostettiin tekstistä kiinnostavat tekijät Kainuussa. Vihreällä värillä koodattiin elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeet ja sinisellä värillä tuotantojen toiveet. Koodimerkit helpottivat tulkintoja. Tässä tutkimuksessa koodaamisella pyrittiin redusointiin eli pelkistämiseen ja klusterointiin eli asioiden ryhmittelyyn. (KvaliMOTV internetsivusto 2015.)

Haastatteluja tehtiin aineistolähtöisesti eli tutkimuksessa luotiin teoriaa aineiston pohjalta. Haastatteluissa ei testattu mitään teoriaa, eikä hankittu tietoa jonkin hypoteesin tukemiseksi. Kuten aiemmin tässä työssä mainittiin, matkailupalveluista kuten majoitus-, catering- ja kuljetuspalveluista ei haastatteluissa suoraan kysytty. Näiden palvelujen tiedettiin olevan tuotantojen perustarpeita, eikä tämän tutkimuksen yhteydessä haluttu saada enää tietoa niihin liittyen. Tässä tapauksessa haluttiin saada nimenomaan tietoa uusista palveluista, joita matkailualan toimijat voisivat tuotannoille tarjota. Tämä valinta tukee sitä ajatusta, että analyysiä tehtiin aineistolähtöisesti. (KvaliMOTV internetsivusto 2015.) Kun aineiston analyysissä ja päättelyssä edetään yksittäisestä yleiseen ja pyrkimyksenä on yleistys, puhutaan induktiosta. Tässä haastattelututkimuksessa kuudesta haastattelusta, kuudesta tapauksesta on tehty yleistys. Yleistyksellä tässä tapauksessa tarkoitetaan sitä, että kuuden haastattelun perusteella yleistetään koko elokuva-, TV- ja media-alan toimijoiden näkemys Kainuun kiinnostavuudesta sekä alan tarpeista ja toiveista. (Kananen 2008, 20.)

Aineiston analyysitapa on hyvä miettiä ennen kuin alkaa kerätä aineistoa. Tässä tapauksessa analyysitapaa mietittiin jo ennen haastattelujen tekemistä. Kun analyysitapa on harjattu ennakkoon, se kannattaa pitää mielessä jo haastattelua tehtäessä ja sen purkamista suunniteltaessa. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 69–70.) Tässä tutkimuksessa analyysitavaksi valittiin tyypittely. Tyypittelyssä teemojen sisältä etsitään näkemyksille yhteisiä ominaisuuksia. Näistä ominaisuuksista muodostetaan yhteisistä näkemyksistä eräänlainen yleistys, tyyppiesimerkki. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 93.) Tyyppiesimerkit eli tyyppikuvaukset pitävät sisällään vastausten tyyppilliset ja näin ollen oleelliset sisällöt. Tyypittelyssä ei ole kyse vastaajien ja haastateltavien tyypeihin asettelemisesta, vaan heiltä saadun tiedon tyypittelystä. (KvaliMOTV internetsivusto 2015.)

Tässä tutkimuksessa aineisto luokiteltiin tietyksi tyypeiksi neljän ennalta asetetun teeman ja teemoihin saatujen näkemysten mukaan. Nämä neljä tyyppiä olivat

1. haastateltavien henkilöiden taustatiedot ja kytkös Kainuuseen
2. kiinnostavat tekijät Kainuussa
3. elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeet Kainuussa
4. elokuva-, TV- ja mediatuotantojen toiveet Kainuussa.

Tyypit kirjattiin ylös ja niistä tehtiin näkemysten joukkoja, joissa oli samat teemat. Nämä elokuva-, TV- ja media-ala haastatelluilta saadut näkemykset tiivistettiin yleistyksiksi. Yleistyksiä käytettiin tässä tapauksessa jatkotutkimukseen eli niiden pohjalta tehtiin kysely matkailualan toimijoille.

5 TUTKIMUSHAASTATTELUJEN TULOKSET

Tutkimushaastatteluisa saatiin selville konkreettisia asioita, joita elokuva-, TV- ja media-tuotannot pitävät kiinnostavina Kainuussa. Tässä kohtaa tutkimusta kerrotaan nämä kiinnostaviksi nousseet tekijät. Haastattelujen tuloksena esitellään myös esille tulleet tuotantojen tarpeet ja toiveet, joita Kainuun alueelta tuotantojen taholta odotetaan.

5.1 Kainuun kiinnostavuus elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajien näkökulmasta

Ne seikat, jotka tekevät Kainuusta kiinnostavan elokuva-, TV- ja mediatuotantojen näkökulmasta, voi jakaa selkeästi kahteen tyyppiin: luonto ja kainuulaiset ihmiset. Kainuulaisilla ihmisillä ei vastausten perusteella tarkoitettu pelkästään kainuulaisia elokuva-, TV- ja media-alan toimijat, vaan myös niin sanotusti tavallisia paikallisia ihmisiä. Jokainen kuudesta haastateltavasta nosti esille Kainuun luonnon ja sen tarjoamat puitteet. Tiivistettynä voisi kiteyttää niin, että Kainuu ei lähtökohtaisesti kiinnosta kuin luonnon takia. Mutta sitten kun tuotannot tulevat Kainuuseen, alueen huomataan tarjoavan paljon muuta kuin on osattu odottaa. Se jokin muu on syntynyt lähinnä ihmisten, heidän sinnikkyytensä ja yhteistyöverkostojensa kautta.

5.1.1 Luonto ja maisemat

”Maisemat on kauniit Kainuussa ja maisemia löytyy joka lähtöön.”

Haastatteluisa kävi ilmi, että elokuva-, TV- ja mediatuottajien näkökulmasta luonto eroaa positiiviseen tapaan Etelä-Suomesta. Oleellista on myös se, että Kainuu ei ihan vielä ole Lappia. Tämä on positiivista siinä mielessä, että Kainuussa näkee vaarojen ansiosta pitkälle, mutta täällä on silti metsää. Lapissa taas näkee pitkälle, mutta ei ole puita ja Pohjanmaalla näkee pitkälle ja on tasaista. Myös Kainuun etäisyyksiä pidetään sopivina esimerkiksi Lappiin verrattuna.

”Vaaramaisemat, en muista nimiä. Se on omaleimainen, jonne leffat sopivat, koska siellä on kuvauksellista maisemaa. Metsät yhdistyy tällaseen, et kun on vaaroja, niin näkee kuitenkin

pitkälle. Kainuussa on se ero, että siellä on jylhää aarniometsää, kuitenkin vaaroja. Siellä on monenlaisten kuvauspaikkojen mahdollisuus.”

Kainuulaista maisemaa pidetään haastateltavien mukaan omaleimaisena ja kuvauksellisena. Kainuussa maisemia on niin sanotusti joka lähtöön. Vaaramaisemat ovat monen mielestä kuvauksellista maisemaa, mutta haastatteluissa tuli myös ilmi se, että vaaroja ei ole hyödynnetty kuitenkaan kovin paljon. Vaarojen lisäksi Oulujärvi, vedet ja nimenomaan koskimaisemat kuten Hepoköngäs mainittiin haastatteluissa useaan otteeseen kiinnostavina ja kuvauksellisina luontokohteina. Kainuulaisina kiinnostavina maisemina pidettiin myös pitkiä, kumpuilevia, nousevia ja aaltoilevia suoria taipaleita sekä korpimetsiä. Vuodenaikojen selkeä vaihtelu ja kunnan talvi tekevät haastateltavien mielestä Kainuusta kiinnostavan moneen muuhun Suomen alueeseen verrattuna.

”Mulle semmonen arkkityyppi-maisema on pitkät suorat ja semmonen kumpuileva, nouseva ja aaltoileva. Pitkät suorat taipaleet. Kainuulainen maisema, että se voi olla vielä hiekkatiekin, jossa juoksee pystykorva.”

Tietynlaiset maatilapaikat, yksittäiset autiot talot ja esimerkiksi autiot huoltoasemat isoine tontteineen ovat nousseet viime aikoina Kainuun maisemassa kiinnostaviksi. Haastateltavien mukaan varsinkin Etelä-Suomessa alan ihmisillä on mielikuva, että Kainuu on pullollaan kyseisiä paikkoja. Tämä pitääkin todellisuudessa paikkansa. Kainuussa olevia eläimiä ja nimenomaan eläinten, erityisesti karhujen kuvausmahdollisuuksia pidettiin kiinnostavana tekijänä.

”Kiinnostavimmat ovat nimenomaan karhut esim. Hossassa ja Martinselkosessa, jos puhutaan luonnontiloista. Mutta nyt ehkä uutena, että tarvitaan tietynlaisia maatilapaikkoja tai yksittäisiä taloja, jossa on paljon isoa tonttia, niin semmosia täältä löytyy hyvin. Ja vedet ja järvet. Lähtökohteisesti eteläsuomalaisten silmissä täältä lähetään hakeen autiotaloja, maataloja, metsää ja korpea.”

5.1.2 Kainuulaiset elokuva-, TV- ja media-alalla toimivat sekä muut paikalliset ihmiset

Haastatteluissa kävi ilmi monessa yhteydessä, että Kainuuseen tulleet tuotannot ovat yleensä yllättyneet positiivisesti palvelutasosta, palveluasenteesta ja alueen tarjoamista mahdollisuuksista. Tätäkin enemmän on yllättänyt ihmisten valmius olla auttamassa ja

tekemässä asioita yhdessä ja tämän myötä asioiden jouheva eteneminen. Haastatteluissa Cloudberry services – Elokuvan ja median palvelukeskus ja sieltä Marko Karvonen saivat kiitosta aktiivisuudesta ja asioiden mutkattomasta hoitamisesta. Hanketta kuvattiin haastatteluissa tärkeänä paikallisena kontaktina, joka pystyy auttamaan kaiken järjestämisessä. Osassa haastatteluista kävi ilmi, että ilman hankkeen olemassa oloa ei jostakin Kainuussa tapahtuvista kuvauksista olisi tullut mitään.

”Tärkein juttu oli tässä, että sopivat lokaatiot löyty ja se paikallinen kontakti, joka pystyy auttamaan kaiken järjestämisessä. Onhan tää tosi iso juttu tuoda työryhmä tänne asumaan, näyttelijät, kaikki... Ja sitten vielä tuottaa elokuvaa niin, että ei ole paikallisia kontakteja. Ja toi Karvosen Marko, joka on ollut meidän yhteyshenkilö, niin ilman häntä me ei oltais pystytty tekeen tätä koskaan. Hän on toiminut täällä ja ollut tosi aktiivinen ja järjestänyt kaiken melkein valmiiksi.”

”Tässä tapauksessa tää jotenkin tosi luonnollisesti... järjesty näin Markon kautta.”

Myös Black Lion Pictures mainittiin pääkaupunkiseudun alan edustajien haastatteluissa aktiivisena toimijana, jonka kautta asiat järjestyvät mutkattomasti. Haastatteluissa tuli monelle mieleen positiivisena ja kiinnostavana seikkana myös muut kainuulaiset niin sanotusti tavalliset ihmiset, jotka ovat edesauttaneet tuotantojen toteuttamisessa esimerkiksi avustajien roolissa tai kuvauspaikkaa tarjoamalla. Kainuulaisten ihmisten avuliaisuus on ensi-ihmettelyjen jälkeen haastateltavien mielestä merkillepantavaa.

”Black Lion Pictures firmana identifioituu sinne. Yleiskuva on se, että siellä semmosta viipinää on, että en yllättyis, jos kuulisimme muutamasta muustakin yrityksestä.”

”Mutta jos tiivistän, oma mielikuva on, että Kainuu ei lähtökohteisesti kiinnosta kuin luonnon takia, mutta sitten kun tänne tullaan, niin tämä tarjoaa niin paljon muuta, kuin on osattu odottaa, sen ihmisten ja sen sinnikkyuden ja yhteistyöverkostojen kautta.”

”Ensin tulee nämä ainutlaatuiset ihmiset. Musta ihmiset on aika helposti lähestyttäviä. Musta aika monet ovet aukee... Yhteistyökykyä löytyy.”

5.1.3 Muut kiinnostavat tekijät

Green screen -tekniikka on video- ja valokuvauksessa käytettävä tekniikka. Siinä ihmistä tai jotain muuta kohdetta kuvataan yksiväristä taustaa vasten. Tietokoneavusteisesti tausta voidaan poistaa näkyvistä ja korvata se halutulla tavalla. *Green screen* -tekniikkaa käytetään erikoisefekteissä ja jälkituotannoissa asioiden poistamiseen, korvaamiseen ja lisäämiseen videokuvasta. Tällä tekniikalla voidaan tehdä esimerkiksi elokuvia ja videopelejä. Säätiedotus on hyvä esimerkki tekniikan käytöstä. Tekniikkaa voidaan kutsua myös nimillä *blue screen* -tekniikka tai *chroma key*. (Kirkko-Jaakkola 2013, 16.) Kaksi haastateltavaa mainitsi, että Kajaanissa sijaitseva *green screen* on kiinnostava ja vetovoimainen tekijä, joka mahdollistaa myös sisällä tehtävät kuvaukset. Yhdellä haastateltavista ei ollut tietoa, että Kajaanissa on jo *green screen*, mutta hän mainitsi, että jos *green screen* sijaitsisi Kajaanissa, niin se toisi lisää kiinnostavuutta.

Yksi haastateltavista nosti esille sen, että Kajaanissa on yksi maailman suurimmista servereistä. Tällä haastateltava viittasi Kajaanissa sijaitsevaan Datakeskus CSC Kajaaniin. CSC tarjoaa monipuolisia IT-palveluita tutkimuksen, tieto-, opetus- ja tutkimushallinnon sekä kirjastojen, arkistojen, museoiden ja kulttuurin tarpeisiin. (CSC - Tieteen tietotekniikkakeskuksen internetsivusto 2014). Sama haastateltava mainitsi myös sen, että Kajaanin aktiivinen ja tunnettu peliala herättää kiinnostusta myös muun media-alan keskuudessa. Peliteollisuuden kehittymistä edelleen Kainuussa toivottiin ja sen nähtiin olevan tukena koko media-alalle.

”Kainuun greenscreenit, maailman yksi suurimmista servereistä on saatavissa.”

”...voitais Kainuussa studio-olosuhteissa osittain vibrellä kankaalla toteuttaa kuvauksia.”

Kainuun infrastruktuuri sai kiitosta toimivuudestaan ja kompaktiudestaan siitä huolimatta, että Kainuu ajatellaan muualta katsottuna syrjäseutuna, metsänä, korpena. Kainuun tiet olivat pääkaupunkiseutulaisten vastaajien mielestä hyvässä kunnossa. Edellä mainituista syistä alueen sisäistä logistiikkaa pidettiin vaivattomana ja helppona. Kaksi haastateltavaa toivoi Kainuun alueen sisäisen julkisen liikenteen suhteen parannuksia. Jokainen vastaaja myös toivoi, että lentokoneyhteys Kajaaniin säilyisi. Se on ehdottoman tärkeää tuotantojen kannalta. Kaiken kaikkiaan Kainuusta tekee kiinnostavan se, että se on haastateltavien sanojen mukaan toimivuudeltaan kompakti paketti, eikä kuvauspaikkojen välillä tarvitse liikkua pitkiä matkoja. Välimatkoihin ja maantieteelliseen alueeseen liittyen

Venäjän rajan läheisyys nousi kahden haastateltavan puheista esille kiinnostavana tekijä. Venäjän läheisyyttä pidettiin elokuva-, TV- ja media-alalle mahdollisuutena.

5.2 Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeet ja toiveet

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeet ja toiveet matkailualan palvelujen suhteen eivät näiden haastattelujen perusteella olleet yksikään niin kovin monimutkaisia, ettei niitä todellisuudessa voisi toteuttaa. Haastatteluissa saatiin suuri määrä yksittäisiä tarpeita ja toiveita, mutta tässä tutkimuksessa keskityttiin nimenomaan niihin tarpeisiin, joihin matkailualan toimijat pystyvät kokonaan tai osittain vastaamaan. Tämän tutkimuksen suunnitteluvaiheessa oletuksena oli, että eniten haastetta matkailupalvelujen toimivuuteen tuotantojen yhteydessä tuo se, että matkailuala ei näe elokuva-, TV- ja media-alaa palvelujen käyttäjänä, saati sitten tunnista sille tyypillisiä tarpeita. Haastattelujen perusteella tämä oletamus osoittautui oikeaksi.

5.2.1 Majoitus-, catering-, kuljetus-, ohjelma- ja paikallisopaspalvelut

Jokainen tuotanto, joka liikkuu toimipaikastaan, tarvitsee jonkinlaisia matkailupalveluja käyttöönsä. Yleisimmin käytetyt matkailupalvelut ovat majoitus-, catering- ja kuljetuspalvelut. Lisäksi käytetään ohjelmalveluja esimerkiksi kalustovuokrauksiin sekä paikallisoppaan palveluja kuvauspaikkojen etsintään ja opastuksiin kuvauspaikoille. Näistä tarpeista nousi jokaisessa haastattelussa keskustelua kysyttäessä, mitkä ovat alan tarpeet matkailupalvelujen suhteen. Haastattelun suunnitteluvaiheessa todettiin, että edellä mainitut yksittäiset matkailupalvelut ovat itsestään selvyyksiä, eikä niistä ole tarpeellista kysyä. Matkailupalveluista keskusteltaessa nämä nousivat kuitenkin kaikki päällimmäisinä esille. Tämä vahvisti entisestään käsitystä siitä, mitkä ovat tarpeiden keskiössä.

Jokaisessa haastattelussa kävi ilmi se, että majoitus- ja cateringpalvelut ovat yleensä niin sanotusti kriittisiä pisteitä tuotantojen kannalta. Näiden palvelujen täytyy toimia ja niihin täytyy voida luottaa, jotta tuotantoryhmä saa keskittyä täysin omaan tekemiseensä. Puolet haastatelluista jopa mainitsi, että pienibudjettisten tuotantojen kanssa on saattanut käydä niin, että ruoanlaittoon onkin ajautunut jopa valoista ja muusta kuvausten kannalta oleellisesta toiminnasta vastaava henkilö. Haastatteluissa sanottiin suoraan majoitus- ja

cateringpalvelujen tarjonnan ja hinnoittelun ratkaisevan usein sen, tullaanko jollekin alueelle kuvaamaan vai ei. Koska kuvausryhmä yleensä tulee ja menee täysin omien aikataulujensa mukaan myös ilta- ja yöaikaan, oleellisena tarpeena majoituspalvelujen kohdalla nostettiin tämänkaltaisen ”vapaan liikkuvuuden” tarjoavat majoituspaikat. Valitettavan usein tuotantoryhmät jo suunnitteluvaiheessa, kun majoituspalveluja ollaan varaamassa, ovat törmänneet majoitusliikkeiden negatiiviseen suhtautumiseen tuotantoryhmän vaatimuksia kohtaan. Majoituspalveluihin liittyen tarpeeksi osoittautui sekä hyvin edullinen majoitus, esimerkiksi retkeilymaja, että erittäin korkeatasoinen majoitus, jotka haastattelujen mukaan Kainuusta puuttuvat. Pienien budjettien pienet tuotannot ja haastattelujen mukaan erityisesti dokumenttielokuvien tuotantoryhmät majoittuvat mielellään edullisesti ja jopa vaatimattomasti. Toisaalta jos Kainuuseen tavoitellaan isolla budjetilla tehtäviä ulkomaisia elokuvia, joissa on nimekkäitä näyttelijöitä mukana, tullaan myös korkeatasoista majoitusta tarvitsemaan.

Tarpeeksi ja toiveeksi haastattelujen perusteella katsottiin hinnoittelun myös muunlainen alan perustuntemus. Tässä tapauksessa perustuntemuksella tarkoitetaan sitä, että mitä elokuva-, TV- ja mediatuotannot asiakkaana ja kohderyhmänä tarkoittavat. Toisin sanoen miten majoitus-, catering-, kuljetus- ja muut palvelut käytännössä toimivat, kun elokuvan teko on keskiössä. Yleisesti matkailualan toimijoille toivottiin asenneilmapiiriin palvelualltiutta ja joustavuutta, koska tuotantojen aikana tulee paljon muutoksia aikatauluihin ja paikkoihin. Lähtökohtaisena toivottiin sitä, että voitaisiin tehdä alustavia, suuntaa-antavia sopimuksia, joita voi matkan varrella muokata niin, että siitä ei tule kompastuskiveä kummankaan osapuolen kannalta.

”Sitten myöskin alan tuntemus muuten, että mitä majoitus, catering, kuljetus yms., mitä se elokuvassa tarkoittaa. Eli toiveet ja tarpeet olis hyvä tuntea. Ja asenne tietysti sillä tavalla, että palvelualltiutus ja joustavuus... Ymmärrettäis se jo lähtökohtaisesti, että me sovitaan alustavasti näin ja aina joitain aikataulumuutoksia tulee matkan varrella. Että se olis jo tiedossa, että siitä ei tule se kompastuskivi siellä päässä. Sitten tuota semmonen tavoitettavuus, että se olis helppoa, miten näiden kanssa asioidaan. Se olis yksi toive.”

5.2.2 Yhden luukun periaate ja pakettihinnoittelu

Yksi haastateltavista käytti termiä ”yhden luukun periaate”. Tämän ympärille on helppo kiteyttää se, miten elokuva-, TV- ja mediatuotantojen näkökulmasta tuotantojen palvelut niiden toteutusalueella olisi yksinkertaisimmillaan tavoitettavissa. Tämä yhden luukun periaate linkittyy myös hinnoitteluun. Haastateltavien mukaan tänne muualta tulevien on helpompi tehdä suunnitteluvaiheessa ratkaisut, tullako Kainuuseen vai ei, jos kaikki palvelut tulevat saman katon alta ja mielellään paketoituna.

Kainuussa ei ole elokuvakomissiota, mutta Cloudberry services -hankkeen toimintamalli rinnastettiin elokuvakomission toimintaan haastatteluissa. Kainuuseen toivottiin yhtä alan palveluja tarjoavaa tahoa, jota haastatteluissa nimitettiin elokuvakomissioksi, paikalliseksi tuottajaksi tai alueen yhteyshenkilöksi. Tämän tahon kautta olisi jo valmiiksi kontaktoitu tietyt majoituspalvelut, catering-palvelujen tarjoajat ja muut palvelut. Tarpeellista olisi, että näistä palveluista olisi antaa ne tietyt valmiiksi hinnoitellut vaihtoehdot tarkkoine sisältöineen. Tarpeena nähtiin se, että elokuvakomissio tai muu Kainuun alueella toimiva koordinoija markkinoisi näitä palveluja ja kertoisi realistisesti palvelujen saatavuuden, sijainnin, tuotantojen kannalta merkittävät etäisyydet, esimerkiksi etäisyydet julkisten kulkuneuvojen asemilta, sekä majoituspalvelujen kohdalla nimenomaan myös kokoluokan. Yksinkertaisimmillaan haastatteluissa esitettiin tarpeena jokin sähköinen palvelu, jonne palvelut olisi koottu hinta- ja muine tietoineen.

Haastatteluissa saatiin matkailupalvelujen toimivuuden ja tavoitettavuuden suhteen hyvin yhdensuuntaisia toiveita. Lähes kaikki vastaajat totesivat, että joskus palvelujen tarjoajilla on väärä käsitys siitä, kuinka paljon tuotannoilla on varaa maksaa palveluista. Haastatteluista saatujen mielteiden kautta voidaan todeta, että ilmaiseksi ei olla mitään vaatimassa, mutta tosiasia on, että raha ja järkevä hinnoittelu ratkaisevat pitkälti palvelun ja jopa kuvauspaikkakunnan valinnan. Haastatteluissa esitettyjen toiveiden mukaan pitäisi lähteä liikkeelle palvelun tarjoajien realiteettista hintojen suhteen, ettei heti alkuun lähdetä liian korkealta liikkeelle. Korkea hinnoittelu syö kiinnostavuutta sekä itse yritykseltä että koko alueelta. Tähän kohtaan toivottiinkin matkailualan toimijoilta parempaa tuntemusta elokuva, TV- ja media-alan hinnoitteluperiaatteiden ja rahoitusjärjestelmien suhteen.

”Ehkä semmosta selkeempää, luontevamaan yhteistyötä. Sitten ehkä nää mielikuva-asiat. Sitten kun isot tuotannot, ns. oikeat tuotannot, niissä tietysti pyritään, että kaikki saavat tasapuolisesti. Sitten kun on pienet tuotannot, niin ei aina ymmärretä, että niissä ei liiku paljon rahaa. Silloin toivottais yhteistä pelisilmää, että koitetaan auttaa puolin ja toisin. Ei se, että ollaan ilmaiseksi vailla, vaan se, että tän verran on käytössä, mitä me voidaan tehdä. Ehkä semmosta yhteistä joustavuutta ja mahdollisuuksia semmoseen avoimeen keskusteluun, kun- ka me voitais kaikki hyödyttää toisiamme, niin että kaikki sais jotain itselleen. Oikeestaan toi elokuvan mahdollisuudet ja sen tuominen alueella, pitäisi nähdä ne kerrannaisvaikutukset ja jatkuvuus. Mä luulen, että se olis hyvä yhteisen keskustelun paikka, että mitä me voidaan tarjota kaikki toisillemme.”

Hinnoitteluun toivottiin haastattelujen perusteella paketointia, mutta jonkinlaista erittely tarvitaan myös. Elokuvien budjetit tehdään päivähinnoitteluperusteella, mikä tarkoittaa, että tuotantojen tulee laskea esimerkiksi majoitus- ja ruokakulut tuotannossa mukana olevaa ihmistä kohden per päivä. Paketoinnilla tässä tapauksessa tarkoitettiin, että kaikki palvelut tulevat paketoinnin kautta. Paketissa tulisi olla huomioitu ruoat, majoitukset, kuljetukset ja käytettävät palvelut. Tuotantojen kannalta on helpompaa, että ei tarvitse lähteä itse erikseen kilpailuttamaan, vaan kilpailutus on tehty valmiiksi alueella.

Haastatteluissa nousi esiin toive, että yhteistyössä elokuvakomission tai muun koordinoijan kanssa olevat matkailualan toimijat myös hyötyisivät yhteistyöstä saaden palvelunsa ensisijaisesti tarjolle tuotannoille. Todennäköistä nimittäin on, että tuotannot kääntyvät mieluummin valmiiksi hinnoiteltujen ja paketoitujen palvelujen puoleen kuin, että lähtisivät itse kahlaamaan ja kilpailuttamaan läpi vaihtoehtoja. Tuotannot arvostavat sitä, että alustavia hintaneuvotteluja olisi käyty valmiiksi.

”Toinen on, että olisi jonkinlainen yhden luokun periaate esim. elokuvakomission kautta olisi jo kontaktoitu tietyt hotellit, keittraajat. Et olis antaa ne tietyt vaihtoehdot ja niiden erot toisistaan. Komissio mainostais näitä majoituspalveluja, mutta kertois myös realistisesti, että tähän mahtuu tän verran jne, tämän sijainti on tuolla jne. Olisi jo niinkun tietyllä tavalla pe- dannut näille toimijoille, et kun tulet elokuvakomission kautta, niin ne jotka tekee yhteistyötä komission kautta, niin niiden kanssa olisi jo alustavia hintaneuvotteluja käyty. Nää tekevät hyviä tarjouksia teille. Sit komission ulkopuolisista taboista se on sitten up to you, mut näit- ten kanssa on jo käyty jotain neuvotteluja. Se boukuttelee, jos elokuvakomissiolta tulee val- miiksi tutkittuja majoitusvaihtoehtoja, valmiiksi tutkittuja catering-vaihtoehtoja. Ja etukäteen

on tutkittu, että osaako ne sen homman. Se on semmosta sokko-hommaa, mihin menee tubotomasti aikaa.”

Tarpeena palvelujen suhteen koettiin haastatteluissa se, että elokuvakomissio tai muu vastaava toimija on etukäteen tutkinut, osaako matkailualan toimija hoitaa palvelujen tuottamisen tuotantojen vaatimalla tavalla. Paketoinnissa nähtiin negatiivisena, jopa pelottavana puolena se, kuinka paljon pakettien hinnoissa on niin sanotusti ilmaa. Tässä kohtaa palattiin taas alan tuntemukseen. Tietyntaista avoimuutta puolin ja toisin pakettien tekemisessä ja hinnoittelussa kaivataan. Sen takia henkilö/päivä -hinnoittelu pitää voida tarvittaessa laskea. Tuotantojen kannalta olisi tärkeää tietää vertailuarvo siitä, mitä palvelut Kainuussa kustantaisivat muualle maahan verrattuna.

”Niin se, että jos pystyttäisi rakentamaan yhteistyössä esimerkiksi yhteistyösopimuksia tai kumppanuuksia, joissa pystytään yhdessä tän majoitusliikkeen kanssa ja näiden toimijoiden kanssa rakentaa pakettia. Eli pelkästään alennukset ei oo oikee tapa, vaan enemminkin se, että lähdettäis yhteistyöpakettista, jossa molemmat saa jotain, jolloin saadaan sellainen kokonaisuus, että se helpottais tuotannon tuomista alueelle. Esimerkiksi firma, ne tarjoo suoraan, että jos tuotanto tulee heille, ne antaa 5000 euroa ja vastineeksi heiltä täytyy palkata tuotantoon joku ihminen tekemään se tuotanto. Se on tämmönen kannuste, millä tavalla pystytään pienentämään molempien riskiä siinä. Sitä kautta varmistetaan tuotantojen tuleminen, sitä kautta matkailuyritys sais asiakkaita, näkyvyyttä julisteissa, kuvauspaikoissa, markkinoinnissa. Molemmat hyötyis sitten siinä.”

5.2.3 Avustajalista ja lokaatiopankki

Haastatteluissa nousi selkeästi esille kaksi muuta tarvetta: avustajalista ja lokaatiopankki, jotka voisivat olla suoraan tai osittain matkailualan toimijoiden toteutettavissa. Cloud-berry services -hankkeen aikana tehtiin ja päivitettiin avustajalistaa eli listaa henkilöistä, jotka ovat valmiita ja kiinnostuneita avustamaan elokuvan erilaisissa tehtävissä esimerkiksi näyttelijöinä tai järjestäjinä. Avustajia tarvitaan tyypillisesti elokuvissa erilaisissa joukkokohtauksissa tai joskus saatetaan tarvita esimerkiksi tietyn ulkonäkökriteerin omaavaa henkilöä. Avustajalista voisi olla jatkossa elokuvakomission tai muu koordinoijan ylläpitämä yhteystietolista, mutta ihan mahdollista olisi myös se, että jokin ohjelmapalveluyritys keskitetysti toteuttaisi tarvittavia avustajapalveluja.

Ainoa asia, joka tässä kohtaa voi aiheuttaa matkailualan puolelta negatiivista suhtautumista, on se, ettei avustajille useinkaan makseta tai korvaussumma pienehkö. Tarpeena voidaan siis nähdä avustajalistan ylläpito ja sen sisällön laajentaminen monipuolisemmaksi esimerkiksi ihmisten ulkonäköön liittyvien ominaisuuksien mukaan. Tämän kehittämistyön tekovaiheessa Cloudberry services -hankkeen tiimoilta perustettiin joulukuussa 2014 Facebook-ryhmä Elokuva-avustajat Kainuu. Elokuva-avustajat Kainuu on sivusto, jossa av-alan toimijat voivat ilmoittaa avustaja-, ammattilais-, yhteistyö- ja muista mahdollisuuksista. Ryhmässä oli maaliskuun 2015 puolella välissä noin 70 jäsentä. (Facebook-yhteisöpalvelun ryhmä Elokuva-avustajat Kainuu 2015.)

”Sellainen avustaja-lista vois olla ehkä tarpeen tehdä. Helsingissä toimii sellainen elokuva- ja TV-avustajien facebook-ryhmä tosi hyvin. Jos on joku paikallinen tabo, joka keräis näitä kontakteja tai et jos ois, että tähän voi ottaa yhteyttä, joku sellainen ehkä joku elokuvakomissio.”

Toinen selkeästi esille noussut tarve oli lokaatiopankki. Lokaatiolla tarkoitetaan elokuvan tai muun vastaavan sellaista kuvauspaikkaa, joka on oikeasti olemassa eikä sitä ole lavastettu. Cloudberry services -hankkeen aikana kerättiin tietoa ja kuvia lokaatioista. Varsinaista sähköistä pankkia ei kuitenkaan ole, ja kartoitettujen paikkojen määrä on suppea. Kainuussa lokaatioina voidaan mainita jo aiemmin käsitellyt luontokohteet, maatilat, autiotat ja muut autiot rakennukset. Lokaatioilla ei tarkoiteta tässä yhteydessä nimenomaan matkailunähtävyyksiä, turistikohteita tai tunnettuja maisemia, vaan päinvastoin mahdollisimman tavallisia paikkoja, joissa näkyy elämisen jälki. Lokaatiopankki voisi olla sähköinen palvelu, jossa erilaisista elokuvan kannalta kiinnostavista paikoista olisi valokuvat ja samalla yhteystiedot henkilöstä, joka osaa opastaa paikalle. Tämän tarpeen voisi selkeästi nähdä matkailualan tarjoamana palveluna sekä pankin ylläpidon että paikoille opastuksen suhteen.

”Toinen on ehkä lokaatiopankki. Joka tekee ne, niin sit hänellä olis ne valokuvat, mutta hänellä olis myös ne yhteystiedot, et se henkilö saattas olla se paikallinen järjestäjä. Mut nyt ei puhuta sellaisista ainoastaan turistikohteista.”

6 KYSELY MATKAILUALAN TOIMIJOILLE

Matkailualan toimijoille laadittiin kysely elokuva-, TV- ja media-alan edustajille tehtyjen haastattelujen tulosten pohjalta. Kysely (Liite 3) tehtiin lomakemuotoon Webropol-ohjelmalla. Kyselyn linkki saatekirjeineen lähetettiin potentiaalisille vastaajille eli kainuulaisille matkailualan toimijoille sähköpostilla. Perinteistä postitusta ei käytetty, koska vastaanottajissa oli vain kolme yritystä, joille ei löytynyt sähköpostiosoitetta. Kysely lähti noin 200 vastaanottajalle. Tämän tutkimuksen yhteydessä toteutettu kysely oli laadullinen. Kysely toteutettiin strukturoituna lomakehaastatteluna, koska vastaajia on paljon ja he edustavat yhtenäistä ryhmää. Kyselylomakkeessa oli kyllä/ei-väittämiä, monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä. Tässä tutkimuksessa kyselystä saatua aineistoa kvantifioitiin eli sitä käsiteltiin numeerisin keinoin. Kvantifiointi tarkoittaa tässä tutkimuksessa sitä, että valitsin itse laskemiskohteet ja laskin tuloksia. Laskemiskohteita olivat palvelut, joita matkailualan toimijat kertoivat lomakkeessa tarjoavansa. (KvaliMOTV internet-sivusto 2015.)

6.1 Kyselylomake ja saatekirje

Kysely ja haastattelu ovat hyvin samantyyppisiä tiedonkeruutapoja. Kysely voidaan kuitenkin määritellä sellaiseksi menettelytavaksi, jossa tiedonantajat itse täyttävät heille esitetyn kyselylomakkeen joko valvotussa ryhmätilanteessa ja yksin esimerkiksi kotonaan. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 72–73.) Tässä tapauksessa kyselylomake valikoitui tutkimuksen toisen osan menetelmäksi, koska kyselyn vastaanottajien määrä oli suuri ja vastaukset haluttiin suppeasta aihealueesta.

Saatekirjettä (Liite 4) laadittaessa piti ottaa huomioon matkailuala kohderyhmänä. Huomioon otettiin kyselyn ajankohtana marraskuun kiireinen pikkujoulukausi, joka on matkailualalla yksi sesongeista. Kirjeeseen mahdutettiin paljon asiaa kompaktiin muotoon. Koska oletuksena pidettiin sitä, että elokuvamatkailu on Kainuussa vielä uusi käsite, sisällytettiin kirjeeseen faktatietoa ja esimerkkejä elokuvamatkailusta Suomesta ja ulkomailta. Kyselyn tavoite saatekirjeineen oli herätellä matkailualan toimijoita näkemään elokuva-, TV- ja mediatuotannot varteenotettavina verkostoina ja yhteistyökumppaneina. Saatekirjeen tehtävä oli tässä tapauksessa merkittävä. Kirjeessä esiteltiin lyhyesti teh-

dyt tutkimushaastattelut ja niiden tulokset, yhteistyön mahdollinen hyöty matkailualan toimijoille sekä opinnäytetyön taustat. Esittelin myös itseni ja taustani lyhyesti. Kirjeen alussa tuotiin ilmi, että kyselyn vastaajat voivat jättää kyselyn yhteydessä yrityksen yhteystiedot palvelupankkia varten. Tämä oli kannustin ja houkutin kyselyyn vastaamiseen. Kirjeessä käytettiin sinuttelua. Saatekirjeen lopussa oli linkki sähköiseen kyselylomakkeeseen Webropol-verkkoalustalle.

Matkailualan toimijoita lähestyttiin jokaisessa Kainuun yhdeksässä kunnassa. Yritysten yhteystiedot saatiin internetistä kuntien omilta web-sivuilta ja KAO:n työssäoppimisen TOP-verkkopalvelun yritysrekisteristä. Kaikki oman matkailualan kokemukseni kautta tiedossa olevat matkailualan yhteistyö- ja edunvalvontajärjestöt, matkailuorganisaatiot sekä yhteismarkkinointiorganisaatiot otettiin huomioon. Näiden yhteyshenkilöiden kautta saatiin joukkopostit toimitettua organisaatioihin kuuluville toimijoille. Kuntien matkailuorganisaatioiden kautta lähetettiin joukkoposteja. Yhteensä sähköposteja lähetettiin 128, joista kuusi oli joukkosähköposteja. Osittain tapahtui varmasti päällekkäin postitusta, mutta arviolta kirje ja kysely tavoittivat noin 200 vastaanottajaa.

Kyselylomake (Liite 4) suunniteltiin ja testattiin huolellisesti ennen sen lähettämistä. Lomakkeessa oli yhdeksän kysymystä ja kymmenenteen kohtaan halukkaat saivat jättää yhteystietonsa palvelupankkia varten. Kysely mahtui sähköisesti yhdelle sivulle, kysymykset etenivät ylhäältä alaspäin. Vastaamisajaksi arvioitiin 10 minuuttia. Arvio tehtiin sen perusteella, että kyselyyn vastasi testausmielessä kolme ihmistä. Kyselyn ulkoasu oli pelkistetty ja kysymykset lyhyitä ja täsmällisiä. Kyselylomakkeessa käytettiin sinuttelumuotoa. Tutkimusongelman kannalta pyrittiin kattavaan, helppotajuiseen ja samalla yksinkertaiseen kysymystenasetteluun. Huolellisella testaamisella ja suunnittelulla varmuuden vuoksi -kysymykset saatiin poistettua. (KvantiMOTV internetsivusto 2014.) Kyselylomakkeen kysymysten ymmärrettävyys ja toimivuus testattiin noin kymmenellä henkilöllä. Jokainen lomakkeen testaaja oli matkailualalla toimiva henkilö.

Lomake aloitettiin niin sanotulla lämmittelykysymyksellä, johon oli helppo vastata. Siinä kysyttiin ainoastaan faktatietoja vastaajan palvelujen tarjonnasta. Vasta kyselyn loppupuolella esitettiin kysymys, jonka oletettiin mahdollisesti herättävän negatiivisia tunteita. Kysymykset laadittiin loogiseen järjestykseen. Kysymyksissä pyrittiin kysymään asioita mahdollisimman hienojakoisesti, mutta kuitenkin niin, että samaa asiaa ei kysytä kahta kertaa hieman eri tavalla. Hienojakoisten kysymysten vastaukset on helpompaa tiivistää analyysivaiheessa, toisin kuin liian karkeajakoisia vastauksia ei enää saa pilkkottua

pienempiin osiin. Lomakkeessa oli sekä strukturoituja kysymyksiä että avoimia kysymyksiä. Lomakkeessa oli neljä avointa kysymystä, joista mikään ei ollut kaikille pakollinen vastattava. Avoimiin kysymyksiin odotettiin vastaukseksi lähinnä faktatietoa eikä niinkään vastaajien mielipiteitä. Lomakkeessa oli yksittäisiä ja monivastauskysymyksiä. Sarjakysymyksiä ei lomakkeessa ollut. Lomakkeen vastausohjeet merkittiin yksityiskohtaisesti. Erityisesti huomiota kiinnitettiin niihin kohtiin, joihin kaikkien ei tarvinnut vastata. Webropol-ohjelma mahdollisti sen, että kyselyn ulkonäkö ja tekninen toimivuus olivat asianmukaiset. (KvantiMOTV internetsivusto 2014.)

6.2 Kyselyn aineistojen kylläntyminen

Kun puhutaan aineiston riittävydestä laadullisen tutkimuksen yhteydessä, puhutaan kylläntymisestä eli saturaatiosta. Minkäänlaista kylläntymistä ei voi saavuttaa, jos tutkija ei ole selvillä siitä, mitä aineistostaan hakee. Tarvitaan siis paljon perehtymistä ja taustatietoa tutkimusaiheesta. Saturaatiopistettä ei välttämättä osata määritellä etukäteen, mutta sitä voi tarkkailla tutkimusta tehdessään. Siihen ei kuitenkaan voi vedota, eikä sillä voi selittää tutkijan mahdollista laiskistumista tai kyllästymistä aiheeseen. (Eskola & Suoranta 1998, 62–63.)

Tässä tutkimuksessa kyselyn osalta vastauksia haettiin siihen, miten matkailualan toimijat pystyvät tällä hetkellä vastaamaan elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin. Lisäksi tavoitteena oli kartoittaa Kainuussa sijaitsevien matkailualan toimijoiden kiinnostusta ja mahdollisuuksia vastata elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin. Aineiston kylläntyminen tapahtui, kun aineisto alkoi toistaa itseään. Tässä tapauksessa se tarkoitti sitä, että kyselyn vastauksista ei enää tullut uutta tietoa asetetun tutkimuskysymyksen suhteen. Tiedossa olivat elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeet ja kyselyistä kerättiin se tieto, miten paljon kuhunkin palvelutarpeeseen on palvelun tarjoajia olemassa Kainuussa. Vaikka aineisto alkoikin toistaa itseään, oli kylläntymispistettä vaikea määrittää, sillä uusia näkökulmia tuli jatkuvasti esille. Nämä uudet näkökulmat olivat tässä tapauksessa yksittäisiä palveluja, jotka olisivat saattaneet kiinnostaa tuotantoja. Nämä uudet aineistosta tulleet tiedot eivät kuitenkaan keskeisen tutkimuskysymyksen kannalta olleet niin oleellisia, ettei kylläntymispistettä olisi voinut määrittää. (KvaliMOTV internetsivusto 2015.)

Aineiston määrään oltiin tyytyväisiä, sillä 63 saatua vastausta tuotti tarvittavan määrän tietoa. Lisää aineistoa ei katsottu tarpeelliseksi hankkia kuin yhden asian kohdalla. Tiedon puutteellisuus liittyen opastuspalvelujen tarjontaan johtui siitä, että sähköisen kyselylomakkeen asetukset eivät olleet mahdollistaneet vastaamista avoimeen kysymykseen opastettavista alueista. Näin ollen ne 22 tähän kohtaan ne vastannutta, jotka olivat ilmoittaneet tarjoavansa opastuspalveluja, saivat sähköpostin, jossa kysyttiin opastettavista alueista tarkemmin. Tähän lisäkysymykseen vastasi 13 matkailualan toimijaa.

6.3 Kyselyn tulosten analysoinnista

Joskus laadullisessa tutkimuksessa määrällinen analyysi, asioiden laskeminen, voi olla tarpeen. Tässä tutkimuksessa kyselyn tuloksia laskettiin. Tutkimuksessa laskettiin erilaisen matkailupalvelujen määrää, jotta saatiin selville, kuinka monta tuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostunutta minkäkin palvelun tarjoajaa on olemassa. Tarkemmat luvut, joita saatiin selville laskemalla, tulevat ilmi kyselyn tuloksissa. Kyselyn tuloksia analysoitaessa päästiin tuloksiin selkeästi käsiksi laskemalla niitä ennemmin kuin, että tuloksia olisi lueteltu kerta toisensa jälkeen. Laskemisella päästiin tässä tapauksessa myös varmuuteen siitä, että tuloksina esitettävät päätelmät eivät ole vain mutu-tuntumaa, vaan konkreettisesti saatiin tietoa olemassa olevien palveluntarjoajien määrästä. Tämä tieto on merkittävä, sillä tutkimuskysymyksen mukaisesti oltiin kiinnostuneita siitä, miten matkailualan toimijat pystyvät vastaamaan tuotantojen tarpeisiin. Tässä kohtaa voidaan todeta, että mitä suurempi luku palvelujen tarjoajia on, sen paremmin tarpeisiin voidaan vastata, ja sen paremmin palveluja on tarjolla. (KvaliMOTV internetsivusto 2015).

7 KYSELYN TULOKSET

Kyselyn linkki Webropol-verkkoalustalla oli alun perin auki kaksi viikkoa. Kahdelta joukkopostin saaneelta taholta, jotka eivät olleet muistaneet vastata tai eivät olleet noteeranneet kyselyä aiemmin, tuli kahden viikon jälkeen pyyntö avata kysely vielä uudestaan. Vastausaikaa pidennettiin vielä viikolla. Kyselyyn tuli vastauksia (Liite 5) kolmen viikon aikana 63 kappaletta. Vastausten määrä ylitti odotukset, sillä tavoitteeksi oli asetettu 45 vastausta. Tämä tavoitteeksi asetettu määrä määriteltiin niin, että jokaisesta Kainuun yhdeksästä kunnasta toivottiin tulevan viisi vastausta jokaisesta.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin yrityksen toimialaa. Tähän kysymykseen oli vastaajien mahdollista valita useita toimialoja. Merkitystä ei ollut sillä, kuinka monta minkäkin toimialan edustajaa on, vaan sillä, miten laajasti palvelujen tarjontaa vastaajien keskuudessa on. Majoituspalveluja ilmoitti edustavansa 47 yritystä, ravintolapalveluja 22 yritystä, kuljetuspalveluja viisi, ohjelmapalveluja 21 ja opastuspalveluja 12 yritystä. Muita palveluja tarjosi 14 yritystä. Muiksi palveluiksi oli nimetty saunakulttuuri, näyttelytoiminta, muistotalo, tervan jatkojalostaminen, hyvinvointipalvelu, kuvausmahdollisuus tilalla, sosiaalinen lomatoiminta, matkanjärjestäjä/matkatoimisto, kunta, liikuntamatkailutapahumat, kesäkahvila ja pitopalvelu, käänös ja markkinointi, luontomatkailu sekä alueellinen matkailuorganisaatio.

Vastanneista 21 toimijaa oli tietoisia yhteistyömahdollisuuksista elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa. 42 toimijoista ei ollut tietoisia yhteistyömahdollisuuksista. Tämä tulos tukee tutkimuksen ennako-oletusta, jonka mukaan matkailualalla Kainuussa ei olla vielä riittävän tietoisia yhteistyömahdollisuuksista. Ne toimijat, jotka olivat yhteistyöstä tietoisia, olivat olleet mukana jossakin tuotannossa palvelun tarjoajana. Yritykset olivat olleet mukana fiktiivisissä ja tosielämään perustuvissa sekä dokumentaarisisissa elokuva- ja TV-tuotannoissa. Muita mediatuotantoja, joissa yritykset mainitsivat olleensa mukana, olivat radio-ohjelmat, blogi ja printtimedia. Yksi vastaajista oli aiemmin ollut itse elokuva- ja TV-alalla tuotantopäällikkönä. 14 vastaajaa oli tarjonnut majoituspalveluja, 12 vastaajaa cateringpalveluja ja kahdeksan vastaajaa oli järjestänyt kuvauspaikkoja tai -tiloja. Muita yksittäisiä palveluita, joita oli tarjottu, olivat kuljetus- ja saunapalvelut. Vastaajista yksi oli ollut juontamassa TV-ohjelmaa, yksi oli ollut avustajana ja yhdestä vastaajasta oli tehty juttu TV-ohjelmaan.

7.1 Miten kainuulaisten matkailualan toimijoiden palvelujen tarjonta vastaa elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeita

Vastaajista 59 ilmoitti kiinnostuksen toimia jatkossa elokuva-, TV- ja tuotannoissa palvelun tarjoajana. 44 vastaajaa ilmoitti tarjoavansa tuotantojen tarpeisiin majoituspalveluja. Cateringpalveluja omissa tiloissaan oli valmiita tarjoamaan 26 toimijaa ja asiakkaan tiloissa 15 toimijaa. Ohjelmapalvelujen tarjoajia oli 24 ja opastuspalveluiden 22. Kuljetuspalveluja olisi tarjolla yhdeksällä vastaajalla, ja avustajan tehtävistä olisi kiinnostunut 24 vastaajaa. Muihin tarjolla oleviin yksittäisiin palveluihin vastattiin seuraavasti:

- *Viihtyisän ympäristön luonnon keskellä lähdejärven rannalla.*
- *Kysykää, niin kerron lisää*
- *rauhallisia islanninhevosta kuvauksiin*
- *erikoisosaamista Kainuun luonnosta. Geologia, kasvit, suot. Kielitaito suomi, englantti, saksa.*
- *Höyrylaiva kuvauspaikkana tai rekevisiittana*
- *fyysinen ympäristö*
- *Neljä eksootista saunaa. Erilaisia illanviettoja kaikkein lisukkeineen.*
- *Voimme vuokrata tilojamme kuvausympäristöksi.*
- *kalustoa, veneitä, laiva, ilmatyynyaluksia, moottorikelkkoja jne.*
- *tervanpolttoa, leipomista, petunteko leiväksi asti, eläimet ym.*
- *kaluston vuokraus*
- *kuvauspaikkoja, puhdasta luontoa*
- *Liikuntamatkailutapahtumista kuvausmateriaalia Kainuun kansalliseen ja kansainväliseen markkinointiin*
- *Mihin osaamistani riittää! Kaikki työt kelpaa!*
- *en tiiä vielä:)*
- *Ravintola.*

Kyselyssä tiedusteltiin niiltä, jotka eivät olleet kiinnostuneet elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä, miksi yhteistyö ei kiinnosta. Tähän kohtaan saatiin kolme asiaan liittyvää vastausta. Yhteistyöhaluttomuudesta ilmoitti neljä vastaajaa. Positiivista ja merkityksellistä oli, että kaikki yhteistyöhaluttomat perustelivat sen, miksi yhteistyö ei kiinnosta. Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että yhteistyötä ei riitä kaikille yrityksille. Vastaaja totesi, että jos Kainuussa on tehty kaksi ohjelmaa, niin juuri sen vuoksi ei kiinnosta. Yksi vastaaja totesi yrityksen liikevaihdon olevan pientä. Sama yritys toimii caravan-

alueena vain 1.6 - 30.9 välisen ajan. Vastaja perusteli kiinnostamattomuutta sillä, että alueella ei ole sähköä. Kolmas yhteistyöstä kiinnostumaton vastaja oli samoilla linjoilla edellisen kanssa: yrityksellä ei ole tarpeeksi resursseja, mökit ovat liitännäiselinkeino. Yksi vastaajista oli tähän miksi yhteistyö ei kiinnosta -kohtaan ilmoittanut olevansa kiinnostunut kaikesta ja uuden oppimisesta. Vastaajista 32 oli kiinnostunut koulutuksesta, joka antaisi matkailualan toimijoille eväitä palvella elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeita. Yhteensä 57 yritystä jätti yhteystietonsa palvelupankkia varten.

7.2 Kehittämisosio: palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin

Lapin elokuvakomissiolla on olemassa Crew & Services Directory eli Lapin elokuvakomission osaja- ja palveluhakemisto. Sen tarkoituksena on, että paikalliset yksityiset henkilöt sekä yritykset voivat tarjota osaamistaan ja palveluitaan tuotantoyhtiöille, jotka ovat kiinnostuneet Lapista. Sekä palvelujen tarjoajille että palveluista kiinnostuneille palvelun käyttö on ilmaista. Lapin elokuvakomissio pitää yllä tätä verkkopalvelua, johon yrittäjät ja yksityiset voiva rekisteröityä palveluntarjoajaksi. Hakemistossa on helmikuussa 2015 noin 140 rekisteröitynyttä. (Lapin elokuvakomissio 2015).

Tässä työssä on benchmarkattu Lapin elokuvakomission tarjoamaa palvelua. Tarkoitus on saada vastaavanlainen palveluntarjoajien palvelupankki käyttöön myös Kainuussa. Kainuulaisille matkailualan toimijoille tehdyn kyselylomakkeen lopussa vastaajilla oli mahdollisuus jättää yhteystietonsa palvelupankkia varten. Palvelupankkia varten yhteystietonsa jätti 57 matkailualan toimijaa. Palvelupankkiin yhteystietonsa ja palvelutarjontansa halunneista yrityksistä laadittiin taulukkomuotoinen lista Word-tiedostolle (Liite 6). Yksi yrittäjä, joka ei ollut huomannut kyselyä ja jättänyt vastaamatta siihen ajallaan, ilmoitti halukkuutensa olla mukana palvelupankissa. Hänen tietonsa lisättiin listaan.

Palvelupankissa on luetteloitu matkailualan toimijat yhteystietoineen ja palveluineen. Palvelupankki on tarkoitettu elokuva-, TV- ja media-alan käyttöön. Luettelo tulee tois- taiseksi Marko Karvosen ja tulevan elokuva-, TV- ja media-alaa palvelevan hankkeen käyttöön. Käytännössä luettelo, jota nyt palvelupankiksi kutsutaan, toimii tällä hetkellä niin, että Karvosen saadessa yhteydenoton elokuva-, TV- tai mediatuotannon palvelujen tarpeesta Karvonen käy ensin läpi listan yritykset ja niiden palvelujen tarjonnan. Sopivan

palvelun löytyessä listasta Karvonen toimittaa tämän matkailualan toimijan yhteystiedot tuotantojen edustajille yhteydenottoa varten.

Jatkossa matkailualan toimijoista tehdyn luettelon tiedot on mahdollista laittaa sähköiseen muotoon verkkopohjalle, jos tuotantoja palveleva sivusto toteutetaan esimerkiksi hankkeen tiimoilta. Palvelupankin jatkoa ajatellen haasteena on, kuka palvelupankin yhteystietoja ja muita tietoja jatkossa päivittää. Marko Karvonen vastaa toistaiseksi palvelupankin tietojen päivityksestä. Päivitykset voidaan tehdä jatkossa Kainuun ammattiopiston media-alan opiskelijoiden opiskelijatyönä tai hankkeen tai muun vastaavan tahon, joka jatkaa tuotantojen palvelua, toimesta.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä osiossa käsitellään ja arvioidaan tutkimuksen eri vaiheiden luotettavuutta. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan tarkka selostus tutkimuksen vaiheista parantaa luotettavuutta. Tutkimuksen aineiston keruuvaihe tulisi olla esitetty mahdollisimman seikkaperäisesti. Tutkimuksessa analyysivaiheen luotettavuudesta kertoo tarkkaan perusteltu tyypittely tai luokittelu. (Hirsjärvi ym. 2012, 232.) Tässä osiossa arvioidaan myös sitä, miten ennen tutkimusta asetetut tavoitteet toteutuivat ja miten hyvin tutkimuskysymyksiin saatiin vastauksia. Tässä yhteydessä käsitellään tutkimukselle asetettujen tavoitteiden ja tuotosten toteutuminen.

8.1 Tutkimuksen luotettavuudesta

Kun tutkimuksen valideetti on kunnossa, tutkimus mittaa juuri sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. Tämä tutkimus oli validi eli luotettava ja pätevä niiltä osin, että haastatteluissa tutkimuskysymykset oli ymmärretty oikein. Haastattelujen kysymykset oli aseteltu niin, että haastateltavat vastasivat kysymyksiin niin kuin oli ajateltu. Pyrin haastatteluissa vahvasti siihen, etten antanut oman vahvan ajattelumallini vaikuttaa haastattelutilanteissa. (Hirsjärvi ym. 2012, 232.) Haastatteluissa muun muassa kävi ilmi, että kainuulaiset paikalliset ihmiset ovat positiivinen osa Kainuun kiinnostavuutta. Tutkija ei ollut ajatellut asian olevan niin.

Matkailualan toimijoille tehty kysely oli siinä suhteessa validi, että siinäkin vastaukseksi saatiin asioita, joita odotettiin. Kyselyssä haettiin vastausta tutkimuskysymykseen *miten matkailualan toimijat pystyvät tällä hetkellä vastaamaan elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin*. Kysymyksenä miten on hyvin laaja ja moninaisesti käsitettävissä. Tässä tapauksessa tuloksia kvantifioitiin niin, että tuloksissa lueteltiin, kuinka monta minkäkin palveluntarjoajaa tarjoutuu yhteistyöhön. Lukumäärien luettelulla tavoiteltiin sitä, että vastattaisiin kysymyksiin miten. Mutta oliko tämä oikea tapa selvittää sitä, miten matkailualan toimijat tarpeisiin pystyvät vastaamaan? Pysyttelin siinä kannassa koko tutkimuksen ideointi-, suunnittelu- ja toteutusvaiheiden, että tämä tapa oli tässä tapauksessa paras. Halusin tässä tapauksessa vastauksiksi kirjon erilaisia matkailupalveluita ja muita palveluita. Näitä vastauksiksi myös saatiin. Toisaalta asiaa olisi voinut käsitellä myös siitä näkökulmasta,

miten hyvin tai huonosti tarpeisiin vastataan. Tästä analyysistä ja tuloksista ei olisi ollut käytännön kannalta hyötyä. Tieto siitä, että tarpeisiin vastataan hyvin, kohtalaisesti tai huonosti, olisi vaatinut lisätutkimusta, jotta haluttuun tulokseen olisi päästy. Validiuden kannalta voidaan siis todeta, että konkreettisia asioita haettiin ja niitä myös saatiin. Jos kysymys olisi aseteltu niin, että ”pystyvätkö matkailualan toimijat vastaamaan elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin”, olisi vastaaminen ollut vaikeampaa. Tällaiseen kysymykseen olisi ollut hankalaa vastata suoraan kyllä tai ei. Kokonaisuudessaan kaikkiin tarpeisiin ei pystytä vastaamaan, mutta voidaan todeta, että suurimpaan osaan tarpeista löytyy ratkaisu Kainuun matkailualan toimijoilta.

Tutkimukseen toivottiin vastauksia matkailualan toimijoilta. Tässä tutkimuksessa määriteltiin alussa matkailualan toimija. Matkailualan toimijaksi laskee kuitenkin itsensä moni, joka ei tässä yhteydessä määrittelyn mukaan sitä kuitenkaan ole. Matkailualan toiminta voi myös olla osa-aikaista ja sivutoimista. Tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksen kannalta harhaanjohtavaa on se, että kyselyn sai ja siihen vastasi moni muukin kuin matkailualan toimija. Ei voida tarkkaan sanoa, kuinka moni virallisen määritelmän mukaan on tässä yhteydessä matkailualan toimija. Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen palvelemisen kannalta sekä tämän työn näkyvyyden ja hyödyn kannalta on hyvä, että vastaajia oli mahdollisimman monta. Positiivista oli myös se, että vastaajien joukossa oli osajia mahdollisimman laajalta osa-alueelta.

Tutkimuksen haastattelut litteroitiin. Litterointi tehtiin työssä jo aiemmin esitellyllä tavalla monivaiheisesti. Ensimmäinen haastatteluista litteroitiin lähes sanasta sanaan, mutta kun litteroitua tekstiä luettiin, todettiin, että litterointi oli tehty liian tarkkaan. Kaikki muut haastattelut litteroitiin niin, että vain ne kohdat, jotka vastasivat tutkimuskysymykseen ja työn tavoitteisiin, kirjoitettiin nauhoitteita kuunneltaessa. Kaikki tämä valikoiden tehty litterointi on omaa näkemystäni. Joku muu litteroinnin tekijä olisi ehkä poiminut haastatteluista muita asioita ja jättänyt taas tässä tapauksessa poimittuja asioita pois. Tutkimuskysymys, miksi Kainuu on alueena kiinnostava tuotantojen toteutuspaikka elokuva-, TV- ja mediatuotantojen näkökulmasta, on kysymyksenä niin yksiselitteinen, että siihen annetut vastaukset oli helppo poimia lähes suoraan haastateltavien lausunnoista. Jotakin oli ehkä voinut lukea rivien välistäkin keskittymällä haastateltavien ilmeisiin, eleisiin ja äänenpainoihin. Mutta tässä työssä se ei ollut itse tarkoitus. Jokainen haastateltava oli ensinnäkin hyvin positiivisella mielellä, osa jopa innoissaan haastattelussa. Ei ollut mitään syytä siihen, että he olisivat kaunistelleet totuutta tai jättäneet jotain kertomatta. Ky-

seessä ei kuitenkaan ollut mikään arkaluontoinen asia, ja hyötyä tässä yhteydessä tavoiteltiin myös haastateltavien edustamalle alalle.

8.2 Laadullisen tutkimuksen etiikka

Kun tutkimusta tehdään ihmisten kanssa, kun ihmisiä haastatellaan, on otettava huomioon se, ettei kenellekään saa aiheutua haittaa tutkimuksen teosta tai tutkimuksen tuloksista. Tässä tutkimuksessa ei tullut ilmi mitään arkaluontoisia asioita eikä ketään saatettu huonoon valoon. Jokainen haastateltava suostui siihen, että heidän nimensä saa mainita tutkimuksessa. Tämä asia tiedusteltiin kaikilta haastattelun aluksi samalla, kun kerrottiin, että nauhoitus on päällä. Haastattelun tuloksissa ei ole salattavaa, asia on jopa päinvastoin. Ei pelkästään tutkimuksen onnistumisen kannalta, vaan myös elokuva-, TV- ja media-alan sekä matkailualan kannalta on tärkeää, että haastattelujen tulokset saadaan kuululle mahdollisimman monelle eri taholle. Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta olevan selvää hyötyä molemmille osapuolille. Kaikki tässä tutkimuksessa esille tuodut haastateltavien suorat sitaattit ovat positiivisia ilmauksia. Kaikissa kuudessa haastattelussa vain kahdessa haastattelussa tuli ilmi asioita, joita voidaan pitää kritiikkinä matkailualaa kohtaan. Molemmat asiat liittyivät hinnoitteluun ja nimenomaan siihen, että hinnoitteluun toivotaan joustavuutta ja paketoitua. Tätä eivät matkailualan toimijat useinkaan ole käsitäneet. Näitä kriittisiä ilmauksia ei tuotu tässä työssä suoraan esille, mutta elokuva-, TV- ja media-alan tarpeisiin tämä asia nostettiin esille.

Kyselyhaastattelussa ei matkailualan toimijoilta kysytty myöskään mitään sellaista, joka olisi arkaluontoista. Varmasti ne, jotka eivät halunneet olla asian kanssa tekemisissä tai olivat kokeneet jotain negatiivista, jättivät kyselyyn vastaamatta. Niiden muutamien vastaajien, jotka eivät tuotantojen kanssa halunneet olla tekemisissä, mutta jotka kuitenkin vastasivat, tiedot eivät millään lailla tule ilmi, eivätkä ne suuresta vastaanottajajoukosta ole tunnistettavissa. Tässä kohtaa voi miettiä, onko olemassa joku, jolla on tuotantojen kanssa huonoja kokemuksia tai joka ei ole kiinnostunut yhteistyöstä, jättänyt vastaamatta peläten esimerkiksi tunnistetuksi tulemista. Se, että matkailualan toimijoiden lista on tässä työssä näkyvissä liitteenä, ei todennäköisesti aiheuta kenellekään pahaa mieltä. Kaikki palvelupankkiin ilmoittautuneet toimijat tiesivät, että heidän yrityksensä, muu organisaationsa tai he yksittäisinä palveluntarjoajina tulevat olemaan esillä ilmoittaessaan yhteystie-

tonsa kyselylomakkeella. Matkailualan toimijoiden, varsinkin pienten sellaisten kannalta toivoisi ilmaisen mainoksen olevan pelkästään positiivinen asia.

8.3 Tutkimuksen toteutuminen

Tässä työssä tavoitteena oli ensin hankkia tietoa siitä, mitä elokuva-, TV- ja mediatuotannot odottavat ja toivovat Kainuun alueen tarjoavan tuotantojen toteutuspaikkana. Tämä tavoite toteutui, sillä tuotantojen toiveista ja tarpeista saatiin konkreettisia, luettelavia asioita. Tämä asetettu tavoite oli selkeä ja konkreettinen, joten kysymysten asettelu haastatteluissa oli helppoa vastausten saamiseksi. Sisällöltään vastaukset eivät kuitenkaan olleet mitään täysin ennalta-arvaamattomia. Ilmi ei tullut mitään sellaista tietoa, mikä ei olisi ollut pääteltävissä muista aiheeseen liittyvistä lähteistä. Haastatteluissa saadut konkreettiset tuotantojen tarpeet olivat suurelta osin jo tiedossa. Myöskään Kainuun kiinnostavuuteen liittyvissä seikoissa ei ollut mitään sellaista, mikä olisi tullut täytenä yllätyksenä. Saatuja vastauksia ja tuloksia ei pidä kuitenkaan väheksyä. Tiedoilla, joiden takana on todellinen haastattelu ja henkilö sekä tuore mielipide, on selkeästi suurempi painoarvo ja merkitys kuin viittauksella esimerkiksi johonkin kirjallisuuslähteeseen. Todennäköistä on, että myös matkailualan toimijat vastasivat kyselyyn innokkaammin ja olivat halukkaampia yhteistyöhön, koska taustalla oli tuoretta tutkimustietoa.

Toiseksi tavoitteeksi tässä työssä asetettiin se, että tuotantojen edustajilta saatu tieto välitetään Kainuun alueen matkailutoimijoille. Tämän tiedon välittämisen yhteydessä tavoitteeksi asetettiin selvittää matkailutoimijoiden kiinnostus ja mahdollisuus vastata tuotantojen tarpeisiin. Tässäkään kohtaa mitään odottamattomia palvelujen tarjoajia ja tuottajia ei tullut ilmi. Kyselyn vastausten kautta löytyi kuitenkin paljon matkailualan yrityksiä, joilla oli valmiuksia ja kiinnostusta yhteistyöhön tuotantojen kanssa, mutta jotka olisivat muuten jääneet varmasti tavoittamatta tarpeen tullen. Tämä tavoittamattomuuden epäileminen nousi esille lähinnä sen takia, että joukossa oli paljon pieniä yrityksiä, joiden pääasiallinen toimeentulo tai toiminta ei liity matkailupalvelujen tuottamiseen.

Kolmas tavoite oli koota kainuulaisista matkailualan toimijoista ja heidän palveluistaan ja tuotteistaan palveluntarjoajien sähköinen palvelupankki, josta elokuva-, TV- ja mediatuotannot voivat jatkossa löytää tarvittavat yhteistyökumppanit. Tämä tavoite toteutui määrällisesti hyvin, sillä kiinnostuneita yrityksiä oli odotettua enemmän. Yritysten palve-

lujen tarjonnasta ei kuitenkaan löytynyt kovin paljon odottamatonta erityisosaamista. Geologian ja biologian tuntijat sekä erilaisten kohteiden ja alueiden oppaat ja tuntijat olivat merkittävä löytö. Ennen tutkimusta tärkeänä pidettiin sitä, että palvelupankkiin saataisiin yhteistyöstä kiinnostuneita yrityksiä. Kiinnostusta yhteistyöhön pidettiin siis tärkeämpänä kuin sitä, mitä palveluja yhteistyöhalukkailla yrityksillä olisi tarjolla. Pääsääntöisesti palvelupankissa olevat tarjoavat majoitus-, ohjelma- tai cateringpalveluja, siis juuri niitä palveluita, joille tuotannoilla kysyntää onkin. Tässä suhteessa voidaan olla hyvin tyytyväisiä, sillä nyt tarjolla on lista, josta voi nopeasti etsiä erityyppisiä ja -tasoisia majoituspalveluita sekä cateringpalvelujen tarjoajia koko Kainuun alueelta. Tämä lista piti alun perin tehdä sähköiseen muotoon niin, että se olisi vapaasti elokuva-, TV- ja mediatuotantojen vapaassa käytössä. Tämä tavoite ei kuitenkaan toteutunut. Sähköinen palvelupankki oli ajateltu olevan hankkeen internetsivustolla. Internetsivusto ei kuitenkaan ollut käytännön syistä kovin pitkään käytössä, eikä palvelupankki näin ollen myöskään päätynyt sähköiseksi palveluksi.

Työn toivottuna tuloksena oli, että elokuva-, TV- ja mediatuotantojen edustajien haastattelujen kautta saadaan selkeitä kriteereitä ja konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä Kainuun alueelta odotetaan ja halutaan tuotantojen toteutuspaikkana, lähinnä kuvauspaikkana. Odotuksena oli, että näistä haastattelujen tuloksista saadaan tehtyä selkeä ja ytimekäs yhteenveto, jonka voi esittää Kainuun matkailualan toimijoille tutkimuksessa tehtävän kyselyn yhteydessä. Matkailualan toimijoille suunnatun kyselyn kautta oli toiveena saada kartoitettua Kainuun alueelta mahdollisimman monipuolisesti ne matkailualan toimijat, jotka ovat kiinnostuneita toimimaan yhteistyössä elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa.

Tässä työssä oma ja toimeksiantajana olevan hankkeen toive oli myös herättää kainuulaisten matkailualan toimijoiden kiinnostus elokuvamatkailua ja sen luomia mahdollisuuksia kohtaan. Edellä mainitun lisäksi odotettiin, että matkailualan yritykset Kainuussa kiinnostuisivat yhteistyöstä elokuva-, TV- ja media-alan tuotantojen kanssa. Odotuksena oli, että työn myötä saataisiin matkailualan yritykset ymmärtämään elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeita ja toiveita sekä näkemään tuotannot vakavasti otettavina yhteistyökumppaneina ja verkostoina. Tätä työtä viimeisteltäessä voidaan todeta, että tässä tavoitteessa onnistuttiin. Kysely herätti kiinnostusta, jonka voi päätellä jo suuresta vastausmäärästä. Myös työprosessin aikana saamani sähköpostit kyselyyn vastanneilta kommentteineen ja lisäkysymyksineen kertovat siitä, että asia kiinnostaa ja innostusta yhteis-

työhön on. Tässä kohtaa esimerkiksi voi nostaa muun muassa yrityksen, joka oli jo jonkin aikaa suunnitellut ja tuotteistanut elokuvamatkailupakettia omaan yritykseensä. Tässä yhteydessä yrityksen idean suojelemiseksi mainittakoon vain, että tuote liittyi kainuulaiseen tunnettuun henkilöön. Toinen kiinnostuksesta kertova esimerkki on, että sähköpostissa matkailualan toimija kertoi saaneensa yhteydenoton ulkomaiselta tuotantoryhmältä, jolla oli kiinnostusta tulla Suomeen kuvaamaan. Matkailualan toimija oli innostunut tämänkaltaisesta yhteistyöstä tuotantoryhmän kanssa.

Penttinen (2010, 77) toteaa pro gradu -työssään, että ennen tuotannon ja kuvausryhmän alueelle saapumista tulisi alueen ihmisiä informoida elokuvamatkailusta ja tuotantojen alueelle tulemisesta paremmin. Tietämättömyydellä ja ymmärtämättömyydellä saattaa olla jopa negatiivisia vaikutuksia matkailuyrityksille ja muille palvelujen tarjoajille. Tuotantoryhmät on saatava viihtymään alueella, ja hyvä valmistautuminen matkailualan toimijoiden puolelta on osa onnistumista tässä asiassa. Tästä saatiin tätä työtä tehtäessä käytännön esimerkki. Sain sähköpostiini kannanoton, joka viesti selkeästi sitä, että asiasta oltiin tietämättömiä ja alueelle saapuvat tuotannot koettiin uhkana. Myös kyselyn yhdestä negatiivista vastauksesta oli aistittavissa se, että ei välttämättä tiedetä, mitä tuotantojen tulo alueelle tarkoittaa ja millä kaikilla tavoilla siitä voidaan hyötyä. Mielessä on siis pidettävä se, että kritiikkiä ja negatiivista suhtautumista tulee. Vaikka tutkimus toteutui odotetusti ja tarkoitustaan palvelevia tuloksia saatiin, on nyt ja tulevaisuudessa olemassa epäilijöitä.

8.4 Haastattelujen tulosten toteutuminen

Haastatteluissa kävi ilmi, että niin sanottu yhden luukun periaate koettaisiin toimivana. Kainuun alueella ei ole omaa elokuvakomissiota. Karvosen (4.2.2015) mukaan elokuvakomissio ei organisaationa ole välttämättä se, mihin Kainuussa lopulta pyritään. Jonkin yhden luukun periaatteen alle toiminta olisi hyvä jatkossa sitouttaa. Tällä hetkellä toimintaa on Kainuussa olemassa komission toiminnan kaltaisilla toimintaperiaatteilla. Toiminnan taustalla Kainuussa on hanke. Hanke ja sen myötä toiminnan rahoitus ovat muuttuneet matkan varrella. Tällä ei sinänsä ole ollut vaikutusta toimintaan tai sen laajuuteen, mutta kaikkien osapuolien kannalta jokin pysyvämpi ratkaisu olisi paikallaan.

Karvosen pohdinnan mukaan Kainuussa tehty työ elokuva-, TV- ja mediatuotantoja palvelemaan on nimenomaan sitä, että tuotantojen ja toimijoiden luo mennään itse tarjoten Kainuuta tuotannon kuvauspaikkana. Karvosen toimintaperiaatteena on ollut henkilökohtaisten suhteiden luominen ja sen kautta Kainuun myynti ja markkinointi kuvauspaikkana. Elokuvakomissio ei siis ole ainoa oikeantyyppinen palveluntarjoaja. Komission pääasiallinen ajatus on, että komissio on niin sanotusti paikallaan ja palveluita tarjoavat ovat komissioon yhteydessä. Cloudberry services -hankkeen myötä hyväksi havaittu toimintamalli on ollut se, että lähdetään itse liikkeelle ja verkostoidutaan. Marko Karvosen näkemyksen mukaan alan ihmisten tapaaminen ja aidot keskustelut Kainuusta tuotantopaikkana ovat tuottaneet parhaita tulosta. Karvonen siis liputtaa verkostoitumisen ja henkilökohtaisten suhteiden luomisen puolesta. Toimintamalli on tuottanut tulosta, mikä näkyy tuotantojen lisääntyneenä määränä Kainuussa.

Tässä tutkimuksessa tehtyjen haastattelujen perusteella Cloudberry services -hankkeen luoma malli on toimiva. Haastatteluissa kävi ilmi, että useampi tuotanto on löytänyt Kainuun juuri sen takia, että täältä on lähdetty viemään niin sanotusti Kainuun ilosanomaa elokuva-, TV- ja media-alan suuntaan. Kaikille haastateltaville perinteinen komissiomalli oli tutumpi, sillä kaikilla oli kokemusta elokuvakomissioiden kanssa toimimisesta. Haastatteluissa ei kysytty tai pureuduttu siihen, kumpaa mallia haastateltavat pitivät parempana. Vastauksista kaiken kaikkiaan pystyi rivien välistä lukemaan helposti joka tapauksessa sen, että oli Kainuussa mikä rahoitus tai hanke asian taustalla, systeemi toimii tällaisenaan käytännössä tuotantojen näkökulmasta.

Toiminnan jatkoa ajatellen palvelujen tarjonnassa haastavaa on se, että vaikka toiminta pysyisi samanlaisena ja samat ihmiset sitä pyörittäisivät, voi ulkopuolisen olla hankala hahmottaa palvelun tarjoajaa. Palvelun tarvitsijalle, palvelun tuottajalle, muulle yhteistyökumppanille tai kainuulaiselle paikalliselle voisi yksi selkeäniminen ja vakiopaikkainen taho olla helposti lähestyttävämpi ja helpompi hahmottaa. Jatkuvasti vaihtuva hanke ja toiminnalla mahdollisesti vaihtuva nimi voivat johtaa harhaan ja välittää vääränlaista viestiä toiminnasta. Hankkeiden tavoitteena ylipäätään on toimintamallin luominen. Toivottavaa siis olisi, että rahoitus elokuvatuotantojen palvelutoiminnalle saataisiin Kainuussa jotakin muuta, pysyvämpää kautta jatkossa.

Lokaatiopankki on ideana erinomainen, mutta se on työläs toteuttaa, sillä kuvauspaikkoja on lukematon määrä. Kuvauspaikkoja voisi toki kartoittaa erilaisista ympäristöistä eri teemoilla ja sitten kuvata ne. Teemoina voisi olla esimerkiksi tyypilliset luonnon maise-

mat, rakennukset eri teemoilla eri aikakausilta ja taajamakuvat. Järkevin toimintatapa lokaatiopankin luomiseen lienee se, että aina kun jossain kuvauksia tehdään, paikka taltioidaan kuvin. Näin lokaatiopankin sisältöä pikku hiljaa laajennetaan. Karvonen (2015) oli myös sitä mieltä, että käytännössä kaikki kuvauspaikat pitää kuitenkin aina kuvata uudelleen tuoreilla kuvilla tietyllä valaistuksella, tiettyyn vuodenaikaan ja muin tietynlaisin toivein. Toisaalta jonkinlainen lokaatiopankki olisi hyvä olla tarjolla, sillä sieltä tuotannot saavat jonkinlaista osviittaa alueesta ja voivat tämän perusteella tehdä päätöksiä kuvauspaikasta ja tarvittaessa pyytää lisäkuvia.

8.5 Kyselyn tulosten toteutuminen

Noin 200:sta kyselyn saaneesta kolmasosa vastasi kyselyyn. Tähän tulokseen pitää olla hyvin tyytyväinen. Kaikki olosuhteet, kuten pikkujoulusesonkiin ajoittuva kysely ja matkailualan taloudellisesti epävakaa tilanne huomioiden, oli yllätys, että näin moni toimija kuitenkin vastasi. Ehkä tulos kertoo myös siitä, että matkailualalla tämä mahdollinen yhteistyö nähdään todellisena mahdollisuutena. Matkailualalta tulleiden innostuneiden viestien kautta voidaan sanoa, että tämänkaltainen yhteistyö herättää innostusta ja kiinnostusta. Toivottavaa on, että yhteistyötä todella syntyy. Ensimmäiset askeleet ovat siinä, että kyselyyn vastanneet yhteystietonsa jättäneet saavat tuotannoilta yhteydenottoja ja sitä kautta pääsevät tarjoamaan palveluitaan.

63:sta kyselyyn vastaajasta 21 toimijaa oli tietoisia yhteistyömahdollisuuksista elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa. Tämän tutkimuksen perusteella Kainuussa noin kaksi kolmesta eli 42 kyselyyn vastanneesta matkailualan toimijasta ei tiedä, että elokuva-, TV- ja mediatuotannot tarvitsevat matkailupalveluita nimenomaan tuotantojen kuvausvaiheessa. Voi olla liian jyrkkä yleistys, mutta voidaan ajatella, että kaksi kolmasosaa kainuulaisista matkailualan toimijoista ei tiedä yhteistyömahdollisuuksista.

Kuten jo aiemmin tässä työssä kyselyn tulosten yhteydessä asiaa pohdittiin, kyselyssä tuli ilmi muutamia mielenkiintoisia ja tarpeellisia palveluntarjoajia, joista tieto olisi ilman tätä tutkimusta jäänyt todennäköisesti saamatta. Majoituspalvelujen ja cateringpalvelujen tarjonnan määrään oltiin tyytyväisiä. Hyvä asia oli nimenomaan se, että majoitustarjontaa oli monentasoista ja monessa erilaisessa majoitustilassa. Cateringpalvelujen tarjonnan määrä asiakkaan haluamaan paikkaan järjestettynä oli positiivinen yllätys. 15 toimijaa oli

valmis järjestämään cateringpalveluja asiakkaan haluamaan paikkaan. Ruokailun järjestäminen kuvauspaikalle on usein kuvausten yhteydessä tuottanut hankaluuksia. Toiveena on, että tästä lähtien on helppo löytää palvelun tuottajat, jotka ovat valmiita kuljettamaan ruoan lähes paikkaan kuin paikkaan. Ruoka on helpompi siirtää tuotantoryhmän luo kuin tuotantoryhmä ruoan luo, varsinkin silloin, kun kuvausaikataulut ovat tiukkoja.

Opastuspalvelut ja nimenomaan paikallisoppaat, jotka pystyvät viemään tuotantoja kuvauskohteisiin, joista yleisesti ollaan tietämättömiä, olivat tutkimuksen kiinnostuksen kohteena. Kyselylomakkeen teknisen virheen takia kävi kuitenkin niin, että yhdeltäkään opastuspalveluja tarjoavalta toimijalta ei saatu vastausta siihen, mitkä alueet tai paikat Kainuussa ovat heidän erikoisalaansa. 22 vastaajaa ilmoitti tarjoavansa opastuspalveluja ja kun heitä lähestyttiin sähköpostilla tiedustellen lisätietoja opastettavista kohteista, 13 vastasi postiin. On vaikea sanoa, olisiko vastauksia tullut enemmän, jos kyselylomakkeen avoin kohta olisi toiminut teknisesti vastaamiseen. Voidaan ajatella myös niin, että henkilökohtainen lisätiedustelu sähköpostilla toi paremmat ja tarkemmat tulokset, syvällisemmät selvitykset siitä, mitä kaikkia alueita opastusosaamiseen kuuluu.

9 POHDINTA

Tutkimuksessa käsiteltiin hyvin konkreettista asiaa suppeassa mittakaavassa. Työn tarkoitus oli saada matkailualan toimijat kohtaamaan elokuva-, TV- ja mediatuotannot varteenotettavina kumppaneina. Tässä työssä haluttiin saada konkreettista tietoa siitä, onko Kainuussa matkailualalla mahdollisuuksia ja kiinnostusta vastata tuotantojen tarpeisiin. Työn loppumetreillä katsottaessa tutkimuksen tuloksia ja työtä kokonaisuutena voidaan todeta, että onnistuttu on. Jotain konkreettista on saatu aikaiseksi ja jotain sellaista on tehty, joka palvelee molempia kenttiä, sekä matkailualaa että elokuva-, TV- ja media-alaa. Palvelupankki yhteystietoineen on tästä esimerkkinä. Toivottavaa on, että palvelupankin tiedot tulevat jatkossa käyttöön johonkin sähköiseen järjestelmään, jotta palvelut ovat tuotantojen tavoitettavissa helpommin. Voidaan todeta, että tässä opinnäytetyössä ei luotu mitään uutta huikaisevaa tieteellistä teoriaa, vaan käytännönläheisiä konkreettisia tuloksia.

9.1 Mitä jäi selvittämättä?

Tutkimuksen ideointivaiheessa aiheen rajaaminen oli vaikeaa. Tutkimuksessa päädyttiin kahteen tutkimuskysymykseen, joista toinen koski selvästi elokuva-, TV- ja media-alaa ja toinen matkailualaa. Selvittämisen arvoista olisi ollut muun muassa se, mitä konkreettisia toimivia toimintamalleja yhteistyöstä on olemassa. Tässä yhteydessä olisi voinut tutkia, miten Suomessa tai ulkomailla yhteistyötä toteutetaan. Selvittää olisi voinut, miten esimerkiksi jossain suosituissa kuvauskohteissa kaikki on saanut alun perin alkunsa. Miten tuotannot ovat alueen löytäneet? Mikä rooli matkailualan toimijoilla on ollut suosituilla kuvausalueilla?

Myös tutkittavan maantieteellisen alueen rajaaminen on hankalaa. Tutkimuksessa piti alun perin käsitellä myös Koillismaan aluetta ja Karjalaa. Tutkimus haluttiin kuitenkin rajata koskemaan Kainuuta pelkästään jo sen takia, ettei tutkimuksesta tule liian laaja ja aineistosta hankalasti hallittava. Toisaalta myös oma mieltymykseni ja kiinnostukseni auttaa ja palvella matkailualan toimijoita Kainuussa painoivat vaakakupissa. Jälkeenpäin ajateltuna matkailualan toimijoiden näkökulmasta olikin hyvä, että tutkimus koski vain

Kainuuta. Elokuva-, TV- ja media-alaa puolestaan olisi palvellut paremmin se maantieteellisesti laajemman alueen käsittely.

Elokuva-, TV- ja media-alalta valittuja haastateltavia olisi voinut olla tutkimuksessa enemmän. Kuuteen henkilöön päädyttiin lähinnä näiden tiettyjen henkilöiden Kainuuyhteyksien takia. Heidän tiedettiin myös olevan kiinnostuneita matkailualan kanssa yhteistyön kehittämisestä. Itselläni ei ollut ennen tutkimuksen tekoa elokuva-, TV- tai media-alan tuntemusta henkilötasolla, joten tutkijan rooli oli ainoastaan hyväksyä haastateltavat, joita projektipäällikkö Karvonen ehdotti. Koska kaikkien kuuden haastateltavan vastaukset olivat melko samansuuntaisia, ei suurempi haastateltavien määrä olisi ehkä muuttanut tilannetta. Toisaalta haastateltavat oli valittu eliittiotannalla eli heillä tiedettiin olevan positiivinen suhtautuminen alan yhteistyökuvioiden kehittämiseen. Jos haastateltavaksi olisi valikoitu joku, jolla olisi ollut negatiivisia kokemuksia Kainuusta tai kielteinen suhtautuminen yhteistyöhön matkailualan kanssa, olisivat tulokset olleet täysin toisenlaiset.

9.2 Seuraavat askeleet

Kuten jo aiemmin mainittiin, seuraava askel on, että tuotantojen palvelutoiminnalle saadaan jatko ja rahoitus Kainuussa. Sen jälkeen on helpompi tehdä uusia suuntaviivoja ja kehittää toimintaa kohti pysyvää. Kuten mainittua tässä työssä tehty palvelupankki on jo käytössä, joten se askel on jo otettu. Tavoitteena tämän työn jatkumona tällä hetkellä ensisijaisesti on, että Kainuussa KAO:n toimesta suunnitellaan ja toivottavasti myös toteutetaan matkailualan toimijoille elokuvamatkailukoulutus.

Koulutuksen tarkoitus on yleisellä tasolla antaa valmiuksia tuotantojen palvelemiseen. Koulutus pyritään järjestämään vuoden 2015 aikana. Koulutuksen tavoitteena on antaa yrityksille ja muille matkailualan toimijoille eväitä vastata elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin. Matkailualan toimijoille tehdyn kyselyn tulosten perusteella koulutuksesta ollaan kiinnostuneita. Koulutus tulee olemaan lyhytkoulutus ja niin sanottu kovan rahan koulutus eli osallistuja itse kustantaa koulutuksen, eikä se johda mihinkään tutkintoon. Lapin Elokuvakomission järjestämä *film friendly* -koulutuksesta koulutuksen käynyt saa käyttää *film friendly* -statusta. Kainuun osalta ei ole vielä tiedossa, kehitetäänkö Kainuun alueen tuotantopalveluille jokin oma status tai muu vastaava.

Tässä vaiheessa on vaikea arvioida sitä, mitä koulutuksesta oltaisiin valmiita maksamaan. Koulutuksen sisältö ja siitä saatava hyöty sekä mahdollinen ”porkkana” vaikuttavat maksuhalukkuuteen. Tässä tapauksessa porkkanana voidaan pitää esimerkiksi sitä, että koulutukseen osallistujille tarjotaan mahdollisuus olla palveluntarjoajana jossakin tuotannossa. Toisin sanoen koulutukseen osallistujille luvattaisiin jonkinlainen yhteistyösopimus jonkin Kainuussa kuvattavan tuotannon kanssa.

Toivottavaa on, että palvelutoimintaa harjoittava hanke ja jatkossa toivottavasti jokin pysyvä toimija verkostoituisi mahdollisimman monen matkailutoimijan kanssa. Tässä työssä toteutettu kysely jätti varmasti ainakin osalle matkailualan toimijoista asian tuoreeseen muistiin, joten yhteistyölle ja verkostoitumiselle olisi nyt oikea aika. Marko Karvosen moni matkailualan toimija tuntee Kainuussa, mutta myös muiden elokuva-, TV- ja media-alan edustajien kanssa verkostoitumisen aika olisi. Tässä olisi jopa jatkoselvityksen ja kehittämisen paikka: miten nämä kaksi alaa saadaan käytännössä kohtaamaan? Olisiko hankkeen puitteissa mahdollisuus järjestää jokin työpaja-tyylinen kokoontuminen?

Tämän kehittämistyön tavoitteena on ollut tukea Cloudberry services -hanketta. Toiveena on, että myös tästä eteenpäin tuotantojen palvelutoimintaa jatkava hanke hyötyy tutkimuksesta ja sen tuloksista. Ja miksi ei hyötyisi, sillä samoilla toimintaperiaatteilla on tarkoitus jatkaa, samojen ihmisten toteuttaessa toimintaa. Kuten aiemmin jo mainittiin, tavoitteena on, että Kainuuseen jäisi pysyvästi elokuva- ja media-alaa palveleva taho. Tämän työn tarkoitus on olla osaltaan auttamassa tämän pysyvän tahon syntymistä. Oma toiveeni on olla jatkossakin mukana toiminnassa tavalla tai toisella. Matkailualan kokemukseni ja osaamiseni sekä tutkimuksen teon kautta tulleen elokuva-, TV- ja media-alan tarpeiden tuntemisen kautta, tulee oma positioni todennäköisesti olemaan näiden kahden alan välimaastossa. Toivottavaa on, että tämä kahden alan osaaminen ja osaamisen yhdistäminen tulee tulevaisuudessa hyötykäyttöön.

LÄHTEET

Kirjat

Aaltola, J. & Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. PS-Kustannus. Jyväskylä.

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Vastapaino. Jyväskylä.

Anttila, P. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. AKATIIMI. Hamina.

Anttila, P. 2007. Realistinen evaluaatio ja tuloksellinen kehittämistyö. AKATIIMI. Hamina.

Beeton, S. 2011. Film-induced tourism. Cromwell Press. Great Britain.

Eskola, J. & Suoranta J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Jyväskylä.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1991. Teemahaastattelu. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2012. Tutki ja kirjoita. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylän yliopistopaino. Jyväskylä.

Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. MediaDoc Oy. Jyväskylä.

Metsämuuronen, J. 2000. Laadullisen tutkimuksen perusteet. International Methelp KY. Jaabes OÜ, Viro.

Mujo, L. & Ahven-Posio, T. 2013. Lisää bisnestä elokuva- ja TV-tuotannoista. Elokuva- ja TV- tuotantojen hyödyntäminen yrityksen liiketoiminnassa ja matkailussa Power-Point-materiaali. Länsi-Suomen elokuvakomissio (WFFC) / Turun seudun kehittämissentrum, Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (LEO) ja Palvelumuotoilutoimisto Palmu.

Penttinen, A. 2010. NAPAPIIRIN TAKANA: Kirjallisuustutkimus elokuvamatkailun mahdollisuuksista Lapissa. Pro gradu. Lapin yliopisto.

Puusa, A. & Juuti, P. 2011. Menetelmäviidakon raivaajat. Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Hansaprint OY. Vantaa.

Raivo, P. (toim.) 2011. Kurkistus kulisseyhin: näkökulmia Pohjois-Karjalan elokuvamaakunnan rakentumiseen. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun julkaisusarja C :54. Joensuu.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Vantaa.

Internetsivustot

Aamulehti internetsivusto.

<http://www.aamulehti.fi/Kulttuuri/1194957761878/artikkeli/joukkorahoitettu+dokummenti+autolla+nepaliin+nousi+yleison+suosiksi+jussi-gaalassa.html> haettu 28.2.2015.

Comission Helsinki internetsivusto. <http://commissionhelsinki.fi/> haettu 5.2.2015.

CSC-tieteen tietotekniikan keskuksen internetsivusto. <https://www.csc.fi/> haettu 5.10.2014.

Elokuva- ja elämysmatkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa -projektin internetsivusto. <http://www.karelia.fi/elokuvamatkailu/projekti.html> haettu 5.2.2015.

Elokuvantaju internetsivusto.

<http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/tuotanto/tuotanto.jsp> haettu 16.5.2014.

Facebook-yhteisöpalvelun ryhmä Elokuva-avustajat Kainuu.

<https://www.facebook.com/groups/1593773130850513/?fref=ts> haettu 11.2.2015.

Interreg Pohjoinen Euroopan aluekehitysrahasto internetsivusto.

<http://www.interregnord.com/fi/> haettu 4.2.2015.

Kirkko-Jaakkola, A. Opinnäytetyö Green screen-tekniikka, internetsivusto.
https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/62921/Kirkko-Jaakkola_Aappo.pdf?sequence=1 haettu 5.10.2014.

KvaliMOTV internetsivusto. Aineisto- ja teorialähtöisyys.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_3.html haettu 8.2.2015.

KvaliMOTV internetsivusto. Koodaus.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_2.html haettu 17.3.2015.

KvaliMOTV internetsivusto. Kvantifointi.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_3.html haettu 9.2.2015.

KvaliMOTV internetsivusto. Kylläntyminen.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_2.html haettu 8.2.2015.

KvaliMOTV internetsivusto. Litterointi.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html haettu 4.10.2014.

KvaliMOTV internetsivusto. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html haettu 8.2.2015.

KvaliMOTV internetsivusto. Teemahaastattelu.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html haettu 2.10.2014.

KvaliMOTV internetsivusto. Tyypittely.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_5.html haettu 27.1.2015.

KvantiMOTV internetsivusto.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html> haettu 23.11.2014.

Lapin elokuvakomissio internetsivusto. <http://www.filmilapland.fi/home/film-commission/for-stakeholders/> haettu 2.2.2015.

LEO Lapin elämystuotanto OY internetsivusto. <http://www.leofinland.fi/lapin-elokuvakomissio/> haettu 4.2.2015.

Länsi-Suomen elokuvakomission internetsivusto. <http://www.wffc.fi/wffc/fi/cms.nsf> haettu 5.2.2015.

Matkailu.org matkailualan tutkimustiedon verkkopalvelu.

http://www.matkailu.org/ennakointi/ennakointia-tukevaa-tietoa/tulevaisuuden-asiakas/38-ennakointi/opas-ennakointiin-matkailualalla/index.php?option=com_content&view=article&id=329&Itemid=427

haettu 7.5.2014.

Oske matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelman internetsivusto.

<http://www.experiencebusiness.fi/hankkeet/kaynnissa-olevat-hankkeet/location-destination-finland.html> haettu 7.5.2014.

Suomen Elokuvakomissio internetsivusto. <http://www.filmfinland.fi/suomen-elokuvakomissio/> haettu 4.2.2015.

Suvanto, A. 2012. Selvitys elokuvamatkailun kansainvälisistä menestystarinoista ja niiden kriittisistä tekijöistä. Oske matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma internetsivusto.

http://www.experiencebusiness.fi/media/leo/locdes/final_selvitys-elokuvamatkailun-kv-menestystarinoista-ja-niiden-kriittisista-tekijoista.pdf. haettu 16.5.2014.

TEM. 23.4.2014. Keskeisimmät matkailun toimijat Suomessa.

https://www.tem.fi/files/28212/Keskeisimpia_matkailualan_toimijoita_Suomessa.pdf

haettu 13.5.2014.

Villilä Studios internetsivusto. <http://www.villilastudios.fi/index.php/villila-studios>, haettu 5.2.2014.

Haastattelut, keskustelut

Heikkinen, Markku. Dokumenttiohjaaja. 15.9.2014. Haastattelu.

Jelinko, Marton ”Mara”. Ohjaaja / Outline Studios. 8.9.2014. Haastattelu.

Kahakorpi, Hannu. Näyttelijä, ohjaaja, käsikirjoittaja ja tuottaja sekä elokuva- ja televisiotuotannon professori / Pohjoisen kulttuuri-instituutti. 16.9.2014. Haastattelu.

Karvonen, Marko. Opettaja / Kainuun ammattiopisto ja projektipäällikkö / Cloudberry services – Elokuva ja media Kainuussa -hanke. 21.2.2013, 8.5.2014 ja 4.2.2015. Keskustelut.

Kempas, Aarne. Tuottaja / Aarmark Entertainment. 16.9.2014. Haastattelu.

Laurio, Nina. Tuottaja / Solar Films. 24.9.2014. Haastattelu.

Norvanto, Miika J. Elokuvatuottaja ja -levittäjä / Black Lion Pictures Oy. 18.9.2014. Haastattelu.

Teemahaastattelun runko

Opinnäytetyö: Matkailupalvelut elokuva-, tv- ja mediatuotantojen tukena Kainuussa

Työn tekijä ja haastattelija: Maija Vuorinen

Ajankohta: syksy 2014

Kysy aluksi haastattelun ulkopuolella, saako nimen mainita opinnäytetyössä ja tuloksissa!

1. Haastattelutilanteen ja haastateltavan taustatiedot
 - a. Aika ja paikka (Haastattelija sanoo.)
 - b. Haastateltavan nimi (Haastattelija sanoo.)
 - c. Haastateltavan kytkös elokuva-, tv- ja mediatuotantoalalle (Minkälaista työtä teet elokuvan, TV:n tai median parissa? Minkälaista kokemusta sinulla on alalta?)
 - d. Haastateltavan kytkös Kainuuseen (Minkälaisia alan hommia olet Kainuussa tehnyt?)
 - e. Minkälaisen alueen käsität Kainuuna? (Ei kysytä kainuulaisilta. Ei ole tarkoitus tentata maantiedon tuntemusta, vaan käsitystä Kainuusta alueena.)
2. Näkemys elokuva-, TV- ja media-toiminnasta Kainuussa
 - a. Millaista elokuva-, TV- ja mediatuotantotoimintaa Kainuussa on mielestäsi tällä hetkellä kainuulaisten toimijoiden toteuttamana?
3. Kainuu kuvaus-/tuotantopaikkana
 - a. Mitkä tekijät Kainuussa kiinnostavat ja houkuttelevat kuvauspaikkana?
 - b. Osaatko nimetä joitain tiettyjä kohteita tai paikkoja Kainuussa, jotka erityisesti kiinnostavat kuvauspaikkana?
4. Elokuv-, TV- ja mediatuotantojen tukipalvelut ja -tuotteet
 - a. Onko sinulla jotain toiveita ja odotuksia Kainuun alueen matkailupalvelujen (tässä tapauksessa tarkoitetaan majoitus-, catering-, kuljetus- ja ohjelmapalveluja sekä paikallisoppaan palveluja) suhteen? (Jos vastaa ei, niin toteamus, että olet siis tyytyväinen tämänhetkiseen tilanteeseen? Jos vastaa kyllä, niin kysy, että mitä kehitettävää on, jos ei jo käy ilmi.)
 - b. Olisiko sinulla matkailualan toimijoille Kainuussa kehitysideoita, jotka tukisivat elokuva-, tv- ja mediatuotantojen tuleamista Kainuuseen?

- i. Jos vastaa ei, niin sano, että olet siis tyytyväinen tämänhetkiseen tilanteeseen. Mitä positiivisia kokemuksia matkailualan toimijoiden kanssa on ollut?
- ii. Jos vastaa kyllä, mitä kehitysideoita sinulla on (jos ei jo käy ilmi)?
- c. Mitä kautta haluaisit matkailupalvelujen olevan tavoitettavissa?
- d. Minkälaisia toimijoita ylipäättään toivoisit tulevaisuudessa olevan Kainuussa, jotta tuotantojen toteuttaminen täällä olisi helpompaa?
- e. Onko jotain muita toiveita tai kehittämissuhteita?

Tervehdys!

5.9.2014

Teen tutkimusta Kainuun elokuvamatkailusta ja haluaisin haastatella Sinua tutkimuksessani. Tutkimus on osa opinnäytetyötäni *Matkailupalvelut elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tukena Kainuussa*. Teen opinnäytetyön Kajaanin ammattikorkeakouluun matkailualan (restonomi YAMK) opintoihin liittyen. Haastateltavaksi toivon saavani kuusi elokuva-, tv- tai media-alan edustajaa. Työskentelen Kainuun ammattiopistossa matkailualan opettajana ja opinnäytetyöni liittyy oppilaitoksen Cloudberry services - Elokuva ja media Kainuussa -hankkeeseen, jonka projektipäällikkö on Marko Karvonen. Karvonen myös ohjaa opinnäytetyötäni.

Haastattelussa on tarkoitus keskustella seuraavista teemoista:

- Haastateltavan kytkös elokuva-, TV- ja mediatuotantoalalle sekä kytkös Kainuuseen
- Kainuun kiinnostavuus elokuva-, TV- ja media-alan näkökulmasta
- Näkemys Kainuun alueen elokuva-, TV- ja media-tuotantoihin liittyvästä toiminnasta tällä hetkellä
- Elokuva-, TV- ja media-alan odotukset Kainuun ja kainuulaisten matkailupalvelujen suhteen tuotantojen toteutuspaikkana

Haastattelu tehdään yksilöhaastatteluna ja saadut tulokset käsitellään anonyymisti niin, että haastateltavien mielipiteistä tehdään yhteenveto, jossa kenenkään mielipiteet eivät yksilöidysti tule esille. Haastatteluun tulisi varata aikaa noin 30 minuuttia. Nauhoitan haastattelun sen jatkokäsittelyä varten. Haastattelu voidaan toteuttaa joko kasvotusten tai etäyhteydellä esim. Skype Recorderilla tai nauhoittamalla puhelinkeskustelu.

Opinnäytetyössä pyrin löytämään haastattelun kautta vastauksen kysymykseen: miksi Kainuu on kiinnostava tuotantojen toteutuspaikka elokuva-, TV- ja mediatuotantojen näkökulmasta? Haastatteluista saadun tiedon perusteella teen kainuulaisille matkailualan toimijoille lomakekyselyn. Kyselyssä selvitän sitä, miten matkailuala Kainuussa pystyy tällä hetkellä vastaamaan elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin. Kyselyssä tiedustellaan myös matkailualan halukkuutta toimia jatkossa yhteistyössä elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa. Kokoaan kainuulaisista asiasta kiinnostuneista matkailualan toimijoista palveluntarjoajien sähköisen palvelupankin, josta elokuva-, TV- ja mediatuotannot voivat jatkossa löytää tarvittavat yhteistyökumppanit.

Olisin hyvin tyytyväinen ja kiitollinen, jos saisin haastatella Sinua. Olen puhelimitse asiasta yhteydessä ensi viikon aikana. Mielelläni vastaan jo aiemminkin asiasta heränneisiin kysymyksiin.

Ystävällisin terveisin

Maija Vuorinen

email. mym12smajav@kamk.fi

Kyselyy kainuulaisille matkailualan toimijoille elokuvamatkailusta

Kysely on osa opinnäytetyötä Matkailupalvelut elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tukena Kainuussa.

Opinnäytetyön tekijä: Maija Vuorinen, sähköposti mym12smajav@kamk.fi

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Kiitos vastauksesta jo etukäteen!

1. Edustamasi yrityksen toimiala. Rastita sopivat vaihtoehdot (voit valita useita).

- a) majoituspalvelu
- b) ravintolapalvelu
- c) kuljetuspalvelu
- d) ohjelmapalvelu
- e) opastuspalvelu
- f) jokin muu, mikä:

2. Ollaanko yrityksessä tietoisia yhteistyömahdollisuuksista elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa?

KYLLÄ EI

3. Onko yritys ollut mukana jossain elokuva-, TV- tai mediatuotannossa palvelujentuottajana esimerkiksi tarjoamalla majoituspalveluja tuotantoryhmälle tai vuokraamalla kalustoa kuvauksiin?

KYLLÄ EI

Jos vastasit KYLLÄ, vastaa kysymyksiin 4 ja 5. Jos vastasit EI, siirry suoraan kysymykseen 6.

4. Missä elokuva-, TV- tai mediatuotannossa edustamasi yritys on ollut mukana?

5. Mitä palveluja yritys tarjosi tuotannon tarpeisiin?

6. Onko yritys kiinnostunut jatkossa toimimaan yhteistyössä elokuva-, TV- tai mediatuotannoissa palveluntarjoajana?

KYLLÄ EI

Jos vastasit KYLLÄ, vastaa kysymykseen 7 ja jatka sitten kysymyksestä 9. Jos vastasit EI, vastaa kysymykseen 8 ja jatka sitten kysymyksestä 9.

7. Mitä palveluja tai tuotteita yrityksen olisi mahdollista tarjota elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin? Rastita sopivat vaihtoehdot ja vastaa lisäkysymyksiin kirjallisesti:

- majoituspalvelut
 - minkälaista majoitusta yritys tarjoaa:
- cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa
- cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan järjestettynä
- ohjelmapalvelut
 - minkälaisia ohjelmapalveluja yritys tarjoaa:
- opastuspalvelut Kainuun alueella luonnossa ja/tai taajamissa (tarvitaan kuvauspaikkojen etsintävaiheessa)
 - mitkä alueet Kainuussa kuuluvat yrityksen opastuspalvelujen paikallistuntemukseen:
- kuljetuspalvelut
- avustajana toimiminen roolissa tai kuvausjärjestelyissä
- jotain muuta, mitä:

8. Miksi yritys ei ole kiinnostunut yhteistyöstä elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa?

9. Onko yritys kiinnostunut koulutuksesta, joka antaisi matkailualan toimijoille eväitä palvelu elokuva-, TV- ja mediatuotantoja?

KYLLÄ EI

10. Jos yritys haluaa yhteystietonsa palvelupankkiin, joka palvelee elokuva-, TV- ja mediatuotantoja, kirjoita tähän yrityksen nimi, osoite, puhelinnumero, sähköpostiosoite ja paikkakunta.

Tervehdys!

Olen kehittämässä elokuvamatkailua Kainuussa. Tämän kirjeen alalaidassa on linkki aiheeseen liittyvään kyselyyn, johon vastaaminen kestää 10 minuuttia. Kyselyn lopussa voi jättää yhteystiedot, jotka kerätään sähköiseen palvelupankkiin, jota elokuva-, TV- ja media-ala voi jatkossa hyödyntää.

Tein elokuva-, TV- ja media-alan edustajille haastatteluja, joissa **toivottiin tiiviimpää yhteistyötä matkailualan kanssa.** Kainuu nähdään vetovoimaisena ja kiinnostavana paikkana luonnon, maisemien, kainuulaisten alalla toimivien sekä palvelualltiiden paikallisten ansiosta. Kainuuta pidetään infraltaan sopivine välimatkoineen kiinnostavana kuvauspaikkana.

Elokuvan tai TV-sarjan ympärille rakennettu matkailukonsepti on elokuvamatkailua. Elokuvasta tai tv-sarjasta kiinnostuneet matkailijat saapuvat alueelle kokemaan ja näkemään kiinnostuksen kohteensa hengessä jotakin.

Elokuvamatkailu on myös jonkin **tuotannon saapumista tiettyyn paikkaan kuvaamaan tuoden alueelle tuloja mm. työryhmän majoitus-, kuljetus- ja cateringkustannusten kautta.** Esimerkki elokuvamatkailusta on Jounin Kaupan suosion ja myynnin lisääntyminen Ylläs-TV-sarjan myötä. Ulkomailta elokuvamatkailun esimerkiksi voi nostaa Uuteen-Seelantiin suuntautuva matkailu Hobitti- ja Taru sormusten herrasta-elokuvien kuvauspaikoille.

Kainuussa on kuvattu tämän syksynä aikana mm. elokuvaa Guilt ja TV-sarjaa Ihon alla.

Tämä tutkimus on osa restonomi (YAMK) opinnäytetyötäni *Matkailupalvelut elokuva-, tv- ja mediatuotantojen tukena Kainuussa.* Teen opinnäytetyön Kajaanin ammattikorkeakouluun. Työskentelen Kainuun ammattiopistossa matkailualan opettajana ja opinnäytetyöni liittyy oppilaitoksen **Cloudberry services - Elokuva ja media Kainuussa -hankkeeseen,** jonka projektipäällikkö on Marko Karvonen.

Tätä kirjettä saa levittää eteenpäin. Pahoittelen mahdollista päällekkäin postitusta.

Tästä linkistä pääset kyselyyn:

<https://www.webropolsurveys.com/Answer/SurveyParticipation.aspx?SDID=Fin869278&SID=b018ca06-283b-4e65-9111-638fb74e247f&dy=2051266065>

Vastaa torstaihin 20.11.2014 klo: 17.00 mennessä. Suuri kiitos vastauksesta!

Vastaan mielelläni asiasta heränneisiin kysymyksiin.

Alkupalven terveisin

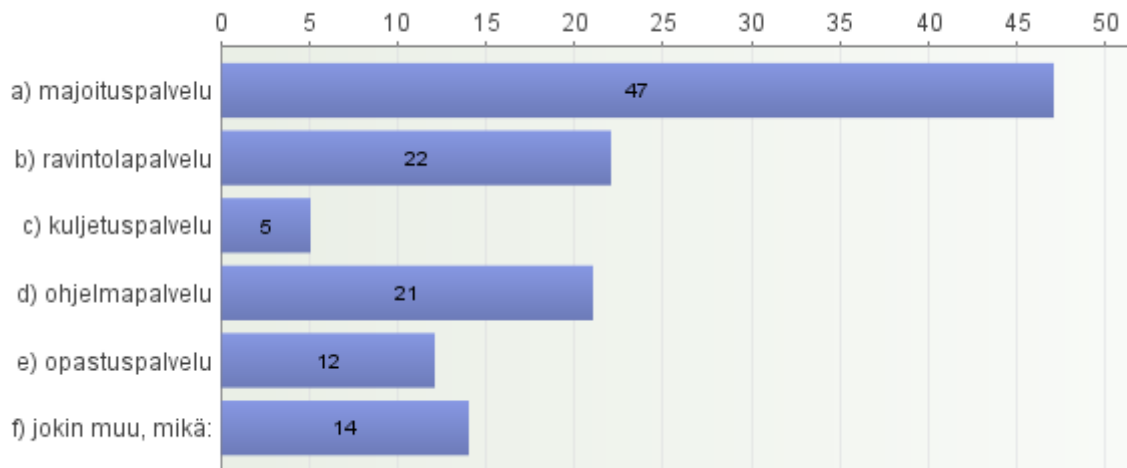
Maija Vuorinen

email. mym12smajav@kamk.fi

Kysely kainuulaisille matkailualan toimijoille elokuvamatkailusta

1. Edustamasi yrityksen toimiala. Rastita sopivat vaihtoehdot (voit valita useita).

Vastaajien määrä: 63

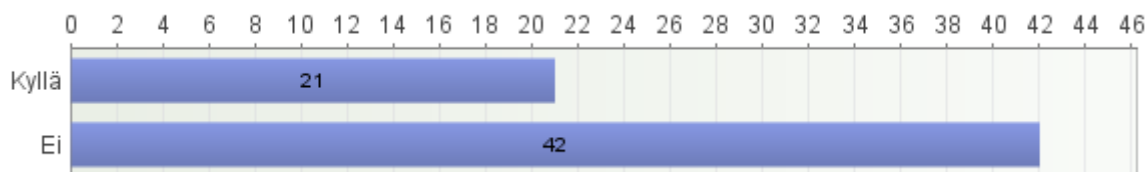


Avoimet vastaukset: f) jokin muu, mikä:

- saunakulttuuri
- näyttelytoiminta
- muistotalo
- JATKOJALOSTAMME TERWAA
- hyvinvointipalvelu
- Mahdollisuus kuvata tilalla.
- Sosiaalinen lomatoiminta
- matkanjärjestäjä/ matkatoimisto
- kunta
- Liikuntamatkailutapahtumat
- KesäKahvila ja pitopalvelu
- Käännös, markkinointi
- luontomatkailu
- alueellinen matkailuorganisaatio

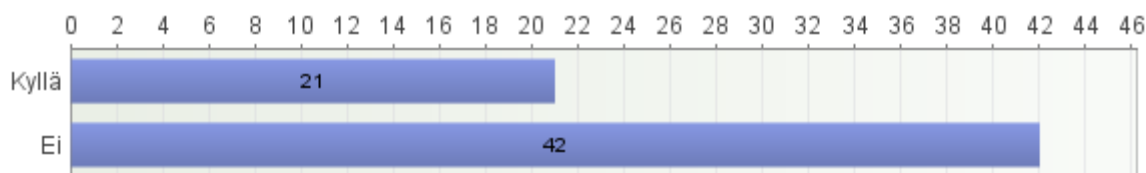
2. Ollaanko yrityksessä tietoisia yhteistyömahdollisuuksista elokuva-, TV- ja media-tuotantojen kanssa?

Vastaajien määrä: 63



3. Onko yritys ollut mukana jossain elokuva-, TV- tai mediatuotannossa palveluntuottajana esimerkiksi tarjoamalla majoituspalveluja tuotantoryhmälle tai vuokraamalla kalustoa kuvauksiin?

Vastaajien määrä: 63



4. Missä elokuva-, TV- tai mediatuotannossa edustamasi yritys on ollut mukana?

Vastaajien määrä: 24

- Maajussille Morsian Kingfisher Production
- Ainakin Havukka-ahon ajattelijassa ja joissakin pienemmissä produktioissa joiden nimeä en nyt juuri muista.
- Ei missään
- (Toivotan etelän tuotantoyhtiöt tervetulleeksi Sotkamon luontoon kuvaamaan! :-))
- Tauluvarkaat, Umur (? meniköhän nimi väärin) ja joku muu (kauan sitten)
- Havukka-ahon ajattelijana
- Jahtikuningatar Marjaana
- mm. 1980-luvulla tehdyssä TV-elokuvissa Vaaran vuodet sekä toisessa kotimaisessa elokuvassa.
- Korpi Makasiinin tuottamisessa.
- Elokuva, tv-sarja, tv mainos
- Mellä on kyllä kuvattu joihinkin medioihin, kuten Arte, ja suomalaisen Tv:n
- Yrityksessämme on käyty kuvaamassa useisiin kotimaisiin ja ulkomaalaisiin luoto-ohjelmiin ja elokuviin materiaalia.
- Pari vuotta sitten tiloissamme on kuvattu Antiikkia, Antiikkia -ohjelmaa.
- Paikallinen Nuorisuotoimi teki elokuvaa.
- Ennätystehdas, Noora Karma Show, Vuokatin Aateli Race, Matkailun Edistämiskeskus, Matkalla Lontooseen
- VIRKE ILHTISEN TUOTTAMASSA Muusikki jouluelokuva. Meikin suomea markkinoivissa filmeissä / ULKOMAILLE. Saksa, Ranska, Sveitsin ja Tanskan Tv ohjelma kuvauksissa Suomea esittelivät. Ymm. TV-ohjelmia
- Havukka-ahon ajattelijana, ennen meitä Rukajärven tie, Lotat, Rölli. Myös muissa pienemmissä tuotannoissa.
- Vuokatin urheilutapahtumat; yleisradio sekä maksukanavat.
- Guilty ja tulevassa sairaalarjassa (alkaa tv:ssä keväällä 2015)
- Rukajärven tie
- Marko Karvonen oli asiamiehenä tänä syksynä. En tiedä mikä elokuva.
- Useissa vuosien varrella
- Fox kanavan ohjelmissa Mr&Mrs Show Hau ja Jahtikuningatar Marjaana ohjelmissa
- Kansainvälisiä ja kotimaisia tv ryhmiä, printtimediaa, radiota, bloggeja.

Teemoina matkailu, luonto ja kulttuuri.

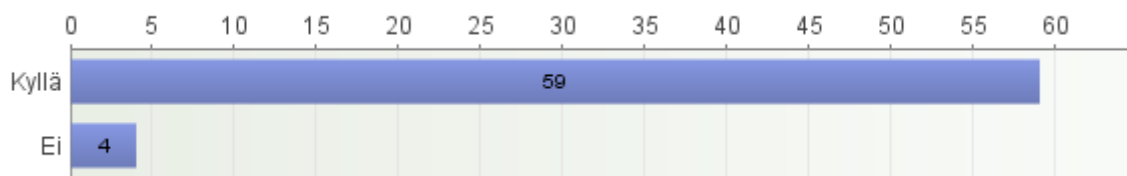
5. Mitä palveluja yritys tarjosi tuotannon tarpeisiin?

Vastaajien määrä: 23

- majoitus+ ruokailu
- Majoitus, kuvauspaikat, ruokailumahdollisuus, kahvilapalvelut, kokouspalvelut.
- ----
- Olemme olleet paikkana, jossa kuvauksia on tehty. Majoitus- ja ruokapalveluja tarjottu.
- Majoitustilat
- Majoitusta, ruokailuja maastoon/majoitukseen, sauna/savusauna/palju elämyksiä ja kuvausavustajana kuvauksissa sekä kuvauspaikoille opastamista/kuljetuksia
- Höyrylaiva historiallisena kuvauspaikkana
- Kuvauspaikat, miljöön ja Korpi Makasiinin juonnon.
- Majoitus/ravitseminen
- Mahdollisuuden kuvata petoja, majoitus ja ruokailupalvelut.
- Kuvaustiloja
- Huoneisto oli käytössä.
- Tilat, kalusto, rahoitus
-
- Tilat ja ympäristö. Majoitusta, ruokaa ja tarvittaessa avustamassa, ohjelmaa.
- Majoitusta, ateriapalveluja, ympäristön.
-
- Majoitus- ja ravintolapalveluja
- majoitus- ja ravintolapalveluita
- Järjestettiin Rukajärven tien alussa nähtävä alkukohtauksen päärakennus tuotannon käyttöön. Elokuvasa nähtävä varsa oli meidän.
- Majoitus laskutuksella, mutta laskun maksamisesta ei ole tietoa.
- Ruokailu ja kahvilapalveluita
- Majoitus- ja ravintolapalveluja
- Itsestäni ja koirista tehtiin ohjelmaa koirankoulutuksesta karhulle ja Jahtikuningatar osallistui järjestämäni tapahtumaan josta kuvattiin jakso ohjelmaan.
- Yhdistyksen jäsenyrityksiltä majoitus, kuljetus, ravintola, ohjelmapalvelut, joista etenkin eläinten kuvaus, joihin yrityksillä on kokemusta järjestää palvelut ammattilaisille.

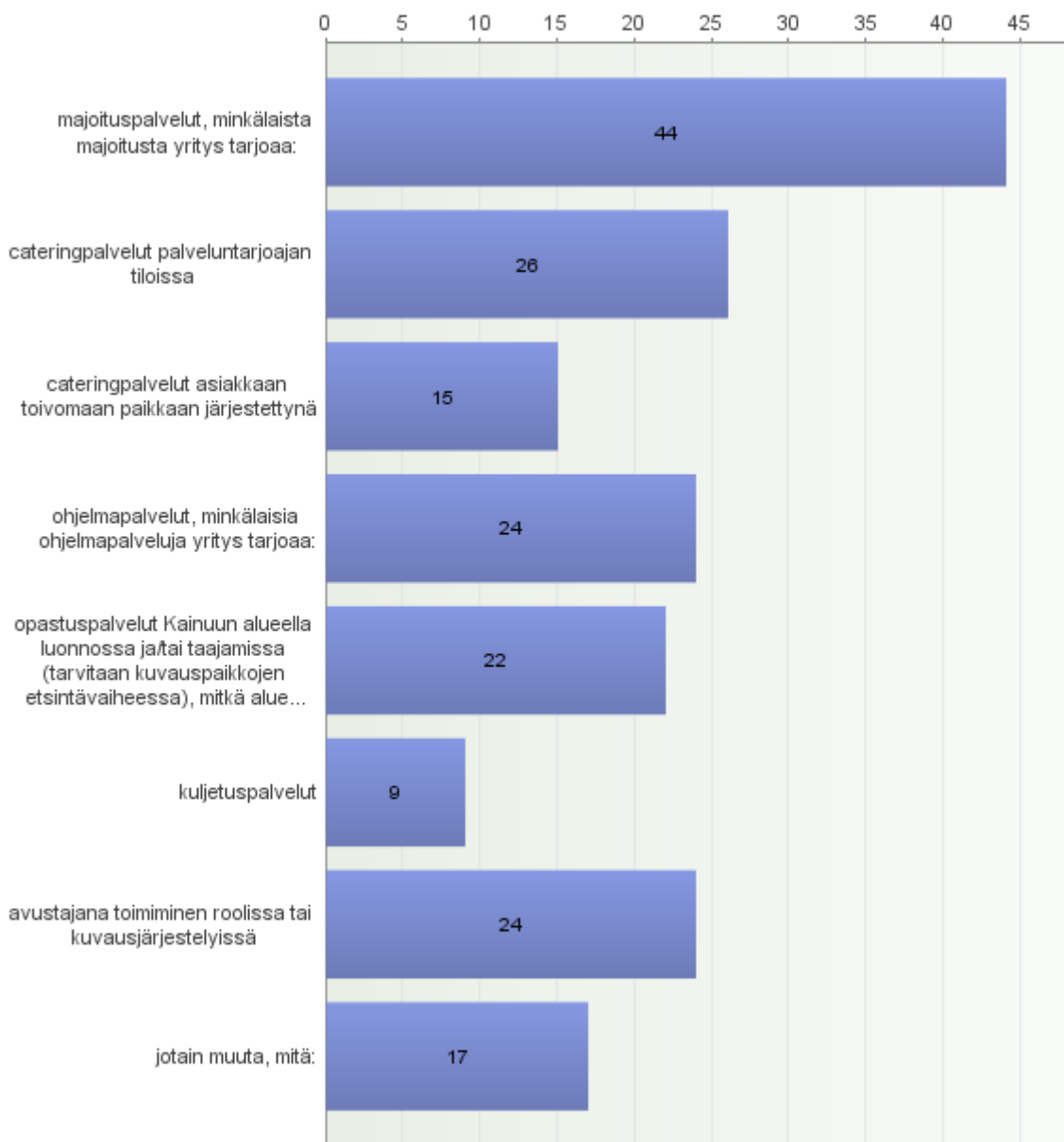
6. Onko yritys kiinnostunut jatkossa toimimaan yhteistyössä elokuva-, TV- tai mediatuotannoissa palveluntarjoajana?

Vastaajien määrä: 63



7. Mitä palveluja tai tuotteita yrityksen olisi mahdollista tarjota elokuva-, TV- ja mediatuotantojen tarpeisiin? Rastita sopivat vaihtoehdot ja vastaa lisäkysymyksiin kirjallisesti:

Vastaajien määrä: 59



Avoimet vastaukset: majoituspalvelut, minkäläistä majoitusta yritys tarjoaa:

- hotelli
- Huoneistomajoitusta
- Kaikki mukavuudet
- hotellitasoinen
- Mökkejä Auhojärvellä. Myös isompi tila, Auhon Lomarannt, johon mahtuu majoittumaan isompikin ryhmä. Normaali huone- ja petijärjestelyin 35-40 henkeä.
- mökkejä
- www.loma-hossa.fi
- suuria lomataloja ryhmille
- majatalo
- maatilamajoitus
- mökkimajoitus sekä matkailuauto ja vaunupaikkoja
- 2 kpl lomataloja a 6 h:lle Oulujärven rannalla

- mökki ja asuntovaunu- ja autopaikkoja
- Korsuhuoneita 20 hengelle.
- mökkimajoitus
- hotelli
- mökki/KÄMPPÄMAJOITUS
- eritasoisia majoitustiloja
- huonemajoitusta
- hotellimajoitus
- mökkimajoitus
- mökki
- Asuntopalveluja täysin varustelluissa kaksioissa 3 kpl. Yhteismajoitusta tarpeen mukaan.
- hotelli & loma-asunto
- hotelli, mökkejä
- lomahuoneistoja, kerrostalohuoneistoja
- Mökkimajoitus
- Matkustajakoti Kuutamo
- hotelli majoitus
- apartementos huoneistot
- Leirintämökkejä, joissa minikeittiöt, osassa sauna
- mökkejä, huoneistoja
- Huone- asunto ja mökkimajoitus
- Hotelli- ja loma-asuntomajoitusta
- mökkimajoitus
- hotellimajoitus
- Hotelli

Avoimet vastaukset: ohjelmapalvelut, minkälaisia ohjelmapalveluja yritys tarjoaa:

- Tilauksesta yhteistyökumppani
- vaellusratsastus islanninhevosilla
- huskysafareita
- koiravaljakkoajelua
- koiravaljakko
- Risteilypalvelut
- tarinoita
- luontosafareita, metsästystä, kalastusta, erilaisia tiimityöskentelyjä
- PATIKOINTI,MELONTA,KALASTUS,METSÄSTYS
- safarit(karhu,ym.)opastetut retket
- petokuvausta sekä lintujen kuvausta
- marja-, sieni-, yrtti-, tarinaretket
- hyvin laajaasti , maanläheitä
- Rentoutusta, relaamista, ruoanvalmistusta suurkeittiön puitteissa..
- ruokailuja luonnossa, vanhoissa historiallisissa paikoissa
- vesiliikuntakeskus Kaukaveden käyttö
- laulua, soittoa
- lähinnä liikunnallisia ohjelmapalveluita
- Saalisvarmaa kalastamista
- Roolihenkilöt historiasta
- aktiviteetit ja paketit
- Karhun kuvaus, metsästys, luontoretket, vaellukset
- www.wildtaiga.fi

Avoimet vastaukset: jotain muuta, mitä:

- Viihtyisän ympäristön luonnon keskellä lähdejärven rannalla.
- Kysykää, niin kerron lisää
- rauhallisia islanninhevosia kuvauksiin
- erikoisosaamista Kainuun luonnosta. Geologia, kasvit, suot. Kielitaito suomi, englanti, saksa.
- Höyrylaiva kuvauspaikkana tai rekvisiittana
- fyysinen ympäristö
- Neljä eksoottista saunaa. Erilaisia illanviettoja kaikkien lisukkeineen.

- Voimme vuokrata tilojamme kuvausympäristöksi.
- kalustoa, veneitä, laiva, ilmatyynyaluksia, moottorikelkkoja jne.
- terwanpolttua, leipomista, petunteko leiväksiasti, eläimet ymm...
- kaluston vuokraus
- kuvauspaikkoja, puhdasta luontoa
- Liikuntamatkailutapahtumista kuvausmateriaalia Kainuun kansalliseen ja kansainväliseen markkinointiin
- Mihin osaamistani riittää! Kaikki työt kelpaa!
- en tiiä vielä:)
- Ravintola

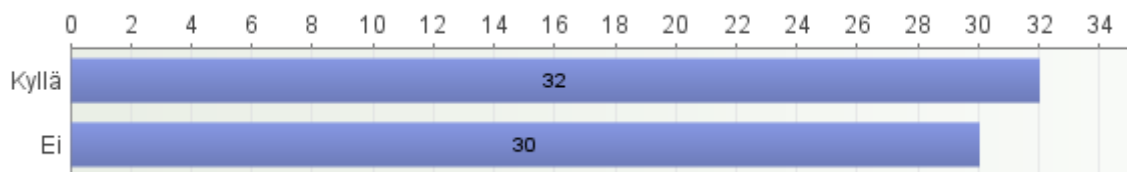
8. Miksi yritys ei ole kiinnostunut yhteistyöstä elokuva-, TV ja mediatuotantojen kanssa?

Vastaajien määrä: 6

- -
- ----
- Yhteistyötä ei riitä kaikille yrityksille. Jos Kainuussa on tehty kaksi ohjelmaa niin juuri sen vuoksi ei kiinnosta.
- Yritys toimii Caravan-alueena vain 1.6 - 30.9 välisen ajan. Alueella ei ole sähköä. Yrityksen liikevaihto on melko vähäinen.
-
- Kaikki uusi kiinnostaa ja oppii itsekin paljon.
- ei ole tarpeeksi resursseja, mökit liitännäiselinkeino

9. Onko yritys kiinnostunut koulutuksesta, joka antaisi matkailualan toimijoille eväitä palvella elokuva-, TV- ja mediatuotantoja?

Vastaajien määrä: 62



10. Jos yritys haluaa yhteystietonsa palvelupankkiin, joka palvelee elokuva-, TV- ja mediatuotantoja, jätä tähän yrityksen yhteystiedot.

Vastaajien määrä: 57

Palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen palvelemiseen

Päivitetty 5.2.2015

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

Yritys / Organisaatio	Yrityksen palvelutarjonta	Osoite	Postinumero	Postitoimipaikka	Puhelin	Sähköposti	Paikkakunta
Vuokatti Safaris Oy	ohjelmapalvelut, husky-, moottorikelkka- ja mönkijäsafarit opastuspalvelut, Sotkamo, Suomussalmen itäosissa Arola-Martinselkonen-Raate	Hyvölänkyläntie 1	88610	Vuokatti	0409115323	in-fo@vuokattisafaris.com	Sotkamo
EKJ Kähkönen Oy	majoituspalvelu, mökkimajoitus avustajana toimiminen	Kähköläntie 478	88900	Kuhmo	0400 892 194	jari.kahkonen@netti.fi	Kuhmo
Alassalmen erämökkit	majoituspalvelu kuljetuspalvelut opastuspalvelut	Viitostie 805	89760	Piispajärvi	0400-300 552	pete@vercco.fi	Suomussalmi/Oulu
Hotelli Kainuu Oy	hotellitasonen majoituspalvelu cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa avustajana toimiminen	Kainuuntie84	88900	Kuhmo	08 655 1711	in-fo@hotellikainuu.com	Kuhmo
Nature Action Centre, NAC Oy	majoituspalvelu, huone-, asunto- ja mökkimajoitus ohjelmapalvelut, saalisvarmaa kalastamista avustajana toimiminen	Viitostie 326	89600	Suomussalmi	+358405317042	pentti.tapaninen@nacoy.fi	Suomussalmi
Vuokatinmaa Oy	majoituspalvelut, mökkimajoitus	Jäätiönrinteenpolku 3	88610	Vuokatti	050 586 1444	sa-les@vuokatinmaa.com	Vuokatti
Lentuankosken leirintäalue	majoituspalvelut: mökki ja asuntovaunu- ja autopaikkoja	Lentuankoskentie 435	88900	Kuhmo	040 77 500 30	lentuankoski@lentuankoski.fi	Kuhmo
Arolan Maatila-ja Eräomat	majoituspalvelut cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa ohjelmapalvelut, safarit (karhujen katselu ja kuvaus), opastetut retket	Arolantie 5	89920	Ruhtinansalmi	050 5189775	info@arolabear.fi	Suomussalmi
Eurojopi	cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa avustajana toimiminen	Puolangantie 6	88300	Paltamo	050-3072899	ejopi@eurojopi.fi	Paltamo
Lomakoti Kuusela	majoituspalvelut lomataloissa	Nuottiniementie 3	88600	Sotkamo	040-7420531	lomakotikuusela@sotkamo.net	Sotkamo
Vuokatin Aateli	majoituspalvelut kuljetuspalvelut avustajana toimiminen kalustoa, veneitä, laiva, ilmatyynyaluksia, moottorikelkkoja jne.	Jäätiöntie 28	88610	VUOKATTI	+358 40 555 0917	markku.laanti@vuokatinateli.fi	Sotkamo
Notehill ky	majoituspalvelut, 2 kpl lomataloja a 6 h:lle Oulujärven rannalla opastuspalvelut, Paltaniemi, Eino Leino talo, Ärjän saari,	Käenpolku 4 as 6	88300	Paltamo	0404159171	pirjo@notehill.com	Paltamo

Palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen palvelemiseen

Päivitetty 5.2.2015

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

	Manamansalo, Paltamon Kivesvaara www.oulujarvi.fi avustajana toimiminen						
Camping Piis-pansaanat Ky	majoituspalvelut, mökkimajoitus sekä matkailuauto- ja vaunupaikkoja	Selkoskyläntie 19	89770	Peranka	0405916784	sinikka.komulainen@elisanet.fi	Suomussalmi
Boreal Wildlife Centre	majoituspalvelut cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa ohjelmapalvelut, petokuvasta sekä lintujen kuvausta opastuspalvelut, koko Kainuu kuljetuspalvelut avustajana toimiminen	Viiksimontie 2991	88900	Kuhmo	040 181 7570	info@viiksimo.fi	Kuhmo
Eino Leino -talo/Paltaniemen teatteri	ohjelmapalvelut, tarinoita avustajana toimiminen fyysinen ympäristö kuvauksiin	Sutelantie 28	87850	Paltaniemi	0458849350	einoleinotalo@gmail.com	Kajaani
Askan Matkailupalvelut Oy/Askan Erämajat	majoituspalvelut cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa	Pudasjärventie 217	89200	Puolanka	040-5111601	johan@aska.fi	Puolanka
Scandic Kajanus	majoituspalvelut cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan vesiliikuntakeskus Kaukaveden käyttö	Koskikatu 3	87200	Kajaani	050-5641716 +358 (0)8 61 641	heikki.kesti@scandichotels.com kajanus@scandichotels.com	Kajaani
Lomakoti Koiravuranta ry	majoituspalvelut, mökkimajoitus	Sokasaarentie 171	87100	KAJAANI		posti@lomakotikoivurantarv.com	Kajaani
RusRoad/ Elena Ollikainen	käännöstö (suomi-venäjä-suomi), markkinointi Kaikki työt kelpaa!	Hakalantie 5B	88610	Vuokatti	0405381010	elena@rusroad.fi	Vuokatti
Monitoimikeskus Virtaala, Osuus-kunta Seniorisilta	majoituspalvelut, lomahuoneistoja, kerrostalohuoneistoja cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan	Koulutie 4	88400	Ristijärvi	0442571857	virtaala@virtaala.fi	Ristijärvi
www.pykala.net	majoituspalvelut	Kekkosie 1381	88900	Kuhmo	0400507951	jari.talvio@pp.inet.fi	Kainuu
Kultahiekat Oy	majoituspalvelut cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa opastuspalvelut, Manamansalo, Oulujärvi avustajana toimiminen kuljetuspalvelut	Manamansalontie 3883	88340	Manamansalo	0407096157	kultahiekat@hotmail.com	Vaala
Kartanohotelli Karolineburg	majoituspalvelut, hotellimajoitus avustajana toimiminen kartanon tilojen vuokraami-	Karolinantie 8	87250	Kajaani	0503464737	info@karolineburg.fi	Kajaani

Palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen palvelemiseen

Päivitetty 5.2.2015

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

	nen kuvauspaikaksi						
Loma-Hossa	majoituspalvelut cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan järjes- tettynä opastuspalvelut avustajana toimiminen	Hossantie 273	89920	RUHTINAN- SALMI	0400 813 546	ire- ne.paasovaara@loma- hossa.fi	Suomussalmi Hossa
Hotelli Kalevala	majoituspalvelut, hotellima- joitus cateringpalvelut palveluntar- joajan tiloissa ohjelmapalvelut, aktiviteetit ja paketit opastuspalvelut, Kuhmoon liittyvää tietoutta ja osaamista, tervanpolttoon, uittoon ja erotteluun liittyvää tietoutta, kalevalaisuus- ja sota-tietous, erityisesti talvisota Kuhmon alueella.	Väinämöinen 9	88900	KUHMO	08 655 4100	sales@hotellikalevala.fi	Kuhmo
Ok Maakunta, Sokos Hotels /Kajaani & Vuokatti	majoituspalvelut, hotelli- ja mökkimajoitus cateringpalvelut palveluntar- joajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan järjes- tettynä	Kauppakatu 20 Kidekuja 2	87100 88610	Kajaani Vuokatti	050-5314040 08-6196625	pasi.tolonen@sok.fi hotelvuokat- ti.vuokatti@sokoshotel s.fi	Kajaani, Sotkamo
Routa Travel	ohjelmapalvelut, koiraval- jakkoojelua	Jyrkäntie 936	88900	Kuhmo	0442613389	aki.karajaoja@gmail.co m	Kuhmo
Tapio Heikkinen Oy/ Auhon Lomaranta	majoituspalvelut, mökkima- joitus, max 40 henkilöä	Hiltulanniementie 7A	89200	Puolanka	+358405573789	ta- pio.heikkinen@heikkin enoy.inet.fi	Puolanka
Tilausmatkat Oy	majoituspalvelut, hotellima- joitus kuljetuspalvelut avustajana toimiminen opastuspalvelut, Puolanka, erityisesti Puolangan koillis- osa	Kurimontie 2	89600	Suomussalmi	08713370	toimis- to@tilausmatkat.info	Suomussalmi
OK Seniorisilta/ Liljeblad Hannu	majoituspalvelut, huoneistot cateringpalvelut palveluntar- joajan tiloissa ohjelmapalvelut, liikunnalli- sia ohjelmapalveluita opastuspalvelut avustajana toimiminen	Kirkkotie 9 as 1	88400	Ristijärvi	+358440982402	hans- ki0440@gmail.com	Ristijärvi (Kainuu)
Kainuun Vael- lustalli Oy/Olga Pohjola	ohjelmapalvelut vaellusratsastus islanninhe- vosilla rauhallisia islanninhevosta kuvauksiin	Riekinrannantie 6B	88600	Sotkamo	0400 913 215	in- fo@kainuunvaellustalli .fi	Sotkamo
Hotelli-Ravintola Gasthalla	majoituspalvelut, hotelli, mökkejä cateringpalvelut palveluntar- joajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan	Ukkohallantie 5	89400	Hyrnsalmi	044 7949910	gasthalla@kolumbus.fi	Hyrnsalmi, Suomus- salmi, Puolanka, Pu- dasjärvi, Ristijärvi

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

<p>toivomaan paikkaan järjestettyinä ohjelmapalvelut, ruokailuja luonnossa, vanhoissa historiallisissa paikoissa opastuspalvelut, opastaminen Hyrynsalmen, Puolangan, Ristijärven ja Suomussalmen alueella. Lisäalueina Pudasjärvi ja Taivalkoski.</p> <p>Alueita: Hyrynsalmi: -Moisiovaaran alue (maaseutuperinnekohde) -Vuorilampi, Vorlokki, Komulanköngäs -Vonkka -Mikitanjärvi -Vanha asema -Jääkäripirtti -Ukkohallan matkailukeskus -Kaunislehdon koiseutumuseon alue -(Kivesvaaran ulkoilalueet, Paltamo) -Luvankosken alue</p> <p>Puolanka -Askanvaara -Auhon Lomaranta -Hepoköngäs -Väyrylän kylä -Suolijärvi -Paljakan luonnonpuisto -Paljakan Matkailukeskus -Metlan tutkimuskeskus -Nature Point -Pirunkirkko -Siikavaaran Sienipolku</p> <p>Suomussalmi Hossan värikalliot Hossan alue Raatteen tie, Raatteen sotamuseo Koiravaljakkoajelut Ilmari Kiannon kotipaikka Karhunkuvausalueet Venäjän rajan tuntumassa Domnan Pirtti Kotiseutumuseon alue vanha Suomussalmen keskusta Vanha Kurimo- tilausravintola , ympäristöineen Ryysyranta Hiljainen kansa</p>						
--	--	--	--	--	--	--

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

	Teatteri Retikka Ristijärvi Hiisijärvi-hiekat Saukkovaara Poikjärvellä 1800-luvun pihapiiri, asuinrakennus alkuperäisessä kunnossa Pudasjärvi Jongulla Liikasenniemen vanha pihapiiri Kynkäänkoski, Livojoki ja Iijoki Syötteen Kansallispuisto Rytivaaran torppa Kouvan kylä Syötteen laskettelukeskukset Syötteen alueen historialliset kohteet Kipinänkosket Koiravaljakkoajelut Livojoki Taivalkoski Kalle Päätalon kotipaikka ja lähiseudut Jalavan Kauppa Iijoki Soiperoinen ölkky Metsäkylä kuljetuspalvelut avustajana toimiminen						
Kemppaalan Maatilalomat	majoituspalvelut cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa opastuspalvelut	Ekolantie 3	89400	Hyrnsalmi	050-5468260	esa.kemppainen@hyrynsalmi.net	Hyrnsalmi
FEEI Environment OSK	opastuspalvelut, kasvit, metsät, suot Kuhmossa ja Suomussalmella. Esim. vanhat alkuperäiset metsät, hiljaiset alueet, joilla eivät lentokoneet tai muu melu häiritse, valosaasteettomat paikat, geologiset kohteet (esim. jääkauden jäljet, harjut, tervahaudat, metsätalous, rajavyöhyke, Oulujärvi ja Rokua, mm. geoparkin kohteita. vanhat rakennukset puolilla Kainuuta. esim. ahmojen, riekkojen, teerien, metsojen jäljille opastaminen talvisessa luonnossa. Puhun englantia ja saksaa	Metsäkatu 36 B 8	88900	Kuhmo	040 595 4117	suvitauriainen@gmail.com	Kuhmo

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

	erikoisosaamista Kainuun luonnosta, geologia, kasvit, suot Kielitaito suomi, englanti, saksa.						
Camping Piis- pansaunat Ky	majoituspalvelut, leirintämökkejä, joissa minikeittiöt, osassa sauna	Selkoskyläntie 19	89770	Peranka	0405916784	sinik- ka.komulainen@elisan et.fi	Suomussalmi
Erämatkailu Korpikorsu Ky	majoituspalvelut, huoneita 20 hlöille cateringpalvelut palvelun tarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan haluamaan paikkaan ohjelmapalvelut, luontosafareita, metsästystä, kalastusta, erilaisia tiimityöskentelyjä avustajana toimiminen Neljä eksoottista saunaa. Erilaisia illanviettoja kaikkinne lisukkeineen.	Korsutie 10	74390	Laakajärvi	0500 571 044	jarkko@korpikorsu.fi	Sotkamo
Kainuun Kuu- tamokeikat	majoituspalvelut, Matkustajakoti Kuutamoo cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan haluamaan paikkaan ohjelmapalvelut, laulua, soittoa kaluston vuokrausta	Kiannonkatu 6 c	89600	Suomussalmi	08-710751/050- 3620609	kai- nuun@kuutamokeikat. fi	Suomussalmi
EXPERIENCE KL OY	majoituspalvelut, mökit ja kämpät cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan haluamaan paikkaan ohjelmapalvelut, patikointi, melonta, kalastus, metsästys opastuspalvelut	JATKONSAL- MENTIE 8	89920	RUHTINAN- SALMI	050-3844692	OPARIHOS- SA@SUOMI24.FI	SUOMUSSAL- MI/HOSSA
Manamansalon Portti	majoituspalvelut, mökkimajoitus cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa	manamansalontie 3187	88340	manamansalo	0400-834859	in- fo@manamansalonpor- tti.fi	vaala
Askan Matkailu- palvelut Oy	majoituspalvelut, asuntopalveluja täysin varustelluissa kaksioissa 3 kpl, yhteismajoitusta tarpeen mukaan cateringpalvelut palveluntarjoajan tiloissa ohjelmapalvelut, rentoutusta, relaamista, ruoanvalmistusta suurkeittiön puitteissa	Pudasjärventie 217	89200	Puolanka	040-5111601	johan@aska.fi	Puolanka
Jarmon Eräpal- velu	ohjelmapalvelut, karhun kuvaus, metsästys, luontoretket, vaellukset opastuspalvelut, Suomussalmella Hossa ja Juntusran-	Lehtovaarantie 1a	89920	Ruhtinansalmi	0503258966	posti@erapalvelu.net	Suomussalmi

Palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen palvelemiseen

Päivitetty 5.2.2015

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

	ta, karhujen kuvaaminen, värikalliot Hossassa, Kalmosärkät Juntusranta, Hossanjoki, talvisodan aikaiset paikat Juntusrannassa. avustajana toimiminen						
Kylpylähotelli Kiannon Kuohut	majoituspalvelut, hotelli ravintola	Jalonkatu 1	89600	Suomussalmi	08-710770	hotel-li@kiannonkuohut.fi	Suomussalmi
Kajaanin Matkailuoppaat ry	ohjelmapalvelut, roolihenkilöt historiasta opastuspalvelut, Kajaanin linnanrauniot, tervakanava, luterilainen ja ortodoksinen kirkko, Raatihuone, Kaukametsän kongressi- ja kulttuurikeskus, Vesiliikuntakeskus Kaukavesi, Paltaniemen kuvakirkko, keisarintalli ja Eino Leino -talo, Paltamo, Sotkamo ja Vuolijoki. Kajaanin ja Paltaniemen hautausmaan esittelykohteet. Kajaanin julkiset veistokset ja muistomerkit jotka sijaitsevat eri kohteissa.	Voudintie 4 C 17	87200	Kajaani	044 500 4471	kajaanin.matkailuoppaat@gmail.com	Kajaani
Ristijärven kunta	majoituspalvelut, mökkejä, huoneistoja kuvauspaikkoja, puhdasta luontoa	Aholantie 25	88400	Ristijärvi	044-7159311	oi-va.jansson@ristijarvi.fi	Ristijärvi
Upitrek oy	opastuspalvelut, Kajaani, Paltamo, Suomussalmi	Kiviniementie 59	87850	Paltaniemi	0407339262	sales@upitrek.com	Kajaani ja moni muukin
www.maatilanarkki.fi	ohjelmapalvelut, marja-, sien-, yrtti-, tarinaretket opastuspalvelut, Komulan mylly, Ukkohalla, Vorlokki-Pieni Tuomivaara, Metsähallituksen ja oman tilan mailla sijaitsevat luontoreitit ja kohteet avustajana toimiminen	Hallanmaantie 48	89400	HYRYNSALMI	0407700517	liisa.misikangas@hyrynsalmi.net	Hyrynsalmi
Oulujärven Laiva-Osakeyhtiö	ohjelmapalvelut, risteilypalvelut Höyrylaiva kuvauspaikkana tai rekvisiittana	Kauppakatu 7	87100	Kajaani	044-3523479	ollis@intotalo.com	Kajaani
Kainuun Rastiviikko ry	Liikuntamatkailutapahtumista kuvuusmateriaalia Kainuun kansalliseen ja kansainväliseen markkinointiin	Kisatie 28	87250	Kajaani	044-7679533	juuka.liuha@rastiviikko.fi	Kajaani
Kemppaalan Maatilamat	majoituspalvelut, maatilamajoitus opastuspalvelut	Eskolantie 3	89400	Hyrynsalmi	0505468260	esa.kemppainen@hyrynsalmi.net	Hyrynsalmi
Raate Travels Oy/Raateen Portti	majoituspalvelut, majatalo cateringpalvelut yrityksen tiloissa	Raateentie 2	89800	Suomussalmi	0400-892 192	info@raateenportti.fi	Suomussalmi

Palvelupankki elokuva-, TV- ja mediatuotantojen palvelemiseen

Päivitetty 5.2.2015

Elokuva-, TV- ja mediatuotantojen kanssa yhteistyöstä kiinnostuneet kainuulaiset matkailualan toimijat

	cateringpalvelut asiakkaan tiloissa						
Hotelli Kajaani	majoituspalvelut cateringpalvelut yrityksen tiloissa cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan	Onnelantie 1	87100	Kajaani	0306086100	myynti@hotellikajaani.fi	Kajaani
GoVuokatti	ohjelmapalvelut opastuspalvelut	Vuokatinhovintie 15	88610	Vuokatti	044 5599077	myynti@govuokatti.fi	Sotkamo
Lentüran Lomakylä Oy	majoituspalvelut cateringpalvelut palvelun tarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan ohjelmapalvelut opastuspalvelut avustajana toimiminen tervanpolttoa, leipomista, petunteko leiväksi asti, eläimet	Petäjänientie 121	88930	LENTIIRA	0440 297 214	sales@lentiira.com	KUHMO
Wild Taiga (Idän Taiga ry)	majoituspalvelut cateringpalvelut palvelun tarjoajan tiloissa cateringpalvelut asiakkaan toivomaan paikkaan ohjelmapalvelut opastuspalvelut avustajana toimiminen kuljetuspalvelut	Jaana Keränen			050 5920 505	info@wildtaiga.com	Kainuu
Wildlife Safaris Finland Oy	karhujen, susien, ahmojen ja kotkien katselu ja valokuvaus ohjelmapalvelut, valikoima erilaisia erä- ja luontopalveluita	Kuikka Base Camp Kivikiekin- tie 938	88900	KUHMO	0400-380878	lassi.rautiainen@articmedia.fi	KUHMO