



## **Markkinatutkimus sirkusteemaiselle ravintolalle**

Fiona Lindfors

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu  
Restonomi  
Tutkimus  
2024

## Tiivistelmä

<b>Tekijä</b> Lindfors Fiona
<b>Tutkinto</b> Restonomi
<b>Opinnäytetyön nimi</b> Markkinatutkimus sirkusteemaiselle ravintolalle
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 35 + 14
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tehdä markkinatutkimus sirkusteemaiselle ravintolalle. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, olisiko sirkusteemaiselle ravintolalle kiinnostusta Suomen ravintolamarkkinoilla. Opinnäytetyön ideointi ja työstäminen aloitettiin vuoden 2023 lopulla. Varsinainen opinnäytetyö kirjoitettiin vuoden 2024 tammikuun ja marraskuun välillä. Johdannossa kerrotaan, mikä on teemaravintola ja mihin teemat voivat perustua. Tietoperustassa käsitellään sirkuksen historiaa ja kehitystä pääpiirteittäin Euroopassa ja Yhdysvalloissa sekä Sirkusta Suomessa. Sirkuksen muodoista ja käyttötarkoituksista sekä sirkuksesta Suomen ravintolamaailmassa on omat lukunsa. Sirkusluvuissa avattiin sirkusta taiteenalana ja sen eri muotoja perinteisestä sirkuksesta nykysirkukseen.</p> <p>Tietoperustassa selvitetään mistä markkinatutkimuksessa on kysymys, sekä käydään läpi erilaisia tutkimustyyppisiä ja Porterin viiden voiman malli. Lisäksi on käsitelty markkinatutkimuksessa hyödynnetyt PESTEL- ja SWOT-analyysit.</p> <p>Sirkuksen ja ravintolan yhdistämisestä on kerrottu kansainvälisiä esimerkkejä hyödyntäen. Markkinatutkimuksen toteuttamisesta on kirjoitettu prosessin kuvaus- osiossa. Opinnäytetyön tutkimusprosessiin ja lähteisiin liittyvä pohdinta ja lopputulema käsitellään sen jälkeen. Tutkimuskyselyn vastauksia havainnollistamaan, liitettiin diagrammit osaksi tuotosta. Tuotoksena syntyi markkinatutkimus strukturoidun tutkimuskyselyn avulla. Tutkimuksen keskeisimmät tulokset osoittivat, että Suomessa voisi mahdollisesti olla kysyntää sirkusteemaiselle ravintolalle. 98,4 % tutkimuskyselyyn vastanneista olivat valmiita kokeilemaan sirkusteemaista illallisravintoa ja 72,6 % vastaajista osoittivat olevansa kiinnostuneita esittävästä taiteesta illallisen yhteydessä. Sirkusteemaisen ravintolakonseptin toteutukseen seuraavia askeleita olisivat konseptin tarkka suunnittelu, liiketoimintasuunnitelman luominen ja yrityksen toimintaympäristön kartoittaminen ja rahoituksen hankkiminen.</p>
<b>Asiasanat</b> Markkinatutkimus, ravintola, sirkus.

## Sisällys

1 Johdanto .....	1
2 Sirkus – historiasta nykyaikaan .....	3
2.1 Sirkuksen historiaa .....	3
2.2 Sirkus Euroopassa .....	4
2.3 Sirkus Yhdysvalloissa.....	4
2.4 Sirkus Suomessa .....	6
2.5 Sirkuksen muotoja ja käyttötarkoituksia.....	8
3 Markkinatutkimus .....	13
3.1 Porterin viiden voiman malli.....	15
3.2 SWOT-analyysi .....	16
3.3 PESTEL-analyysi .....	18
4 Ravintolan ja sirkuksen yhdistäminen.....	20
4.1 Sirkusravintolat maailmalla.....	21
4.2 Sirkusteema Suomen ravintolamaailmassa.....	24
5 Prosessin kuvaus .....	25
6 Pohdinta ja lopputulos .....	28
Lähteet.....	32
Liitteet.....	36
Liite 1. Asiantuntijahaastattelun kysymykset.....	36
Liite 2. Tutkimuskyselyn kysymykset .....	37
Liite 3. Markkinatutkimus .....	39

# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on luoda markkinatutkimus sirkusteemaiselle ravintolakonseptille. Tutkimuskysymyksenä on; onko Suomen markkinoilla sirkusteemaisen ravintolan ympärillä kiinnostusta, jotta se kannattaisi luoda Suomeen. Opinnäytetyö sisältää tietoperustan, jossa käsitellään sirkuksen historiaa, sirkuksen muotoja ja käyttötarkoituksia, ravintolan ja sirkuksen yhdistämisen ideana ja markkinatutkimusta. Lopuksi on käyty läpi prosessin kuvaus, pohdinta ja johtopäätökset. Liitteenä tuotoksena on markkinatutkimus.

Teemaravintolat yhdistävät ruoan ja viihteen tarjoten asiakkaille elämyksellisen ruokailukokemuksen. Ravintolan sisustus, ruokalista, valaistus, tarjoilijoiden asut sekä musiikki luovat yhdessä erityislaatuisen ilmapiirin. Teemaravintolan menestys riippuu paljon siitä, kuinka hyvin se tavoittaa oikean kohderyhmän, sillä erilaiset teemat kiinnostavat eri asiakasryhmiä. Ravintolan kohderyhmien eli asiakassegmenttien huolellinen valinta auttaa kohdentamaan markkinointia ja mainontaa oikealla tavalla. (Hill s.a.). Teemaravintolasta voidaan puhua silloin, kun ravintolan tila, ruokalista, annokset ja koko markkinointi pohjautuvat selkeästi tunnistettavaan kulttuuriseen, historiallisesti merkittävään tai ympäristölliseen aiheeseen. (Cameron 2019.)

Suomessa tunnettuja teemaravintoloita ovat esimerkiksi viikinkiravintola Harald, Arkade Bar, Ravintola Caverna, SantaPark, American Diner ja Pincho Nation. Suuren osan ravintoloista konsepti perustuu tiettyyn aiheeseen tai maahan laajemmassa mittakaavassa, mutta teemallisen ravintolan voisi katsoa keskittyvän esimerkiksi tarkkaan kulttuurilliseen ilmiöön, edellä mainitun tavoin.

Elämyksellisyys ravintolamaailmassa kasvattaa merkitystensä, sillä tasokas ruoka ja palvelu eivät itsessään välttämättä enää riitä kilpailijoista erottautumisessa. Ihmiset etsivät uusia mieleenpainuvia kokemuksia, mitkä halutaan jakaa kavereiden kanssa. (Suomen Ravintolat 2023.)

Sirkus aiheena on mielenkiintoinen itselleni, osaksi koska olin töissä Sirkus Tähdessä kuusi kuukautta vuonna 2023. Sirkus on ollut eri tavoin osana elämäni lapsuudesta aikuisuuteen. Lapsena harrastin sirkuskerhoa, jossa sain ensimmäisen kosketuksen sirkuksen maailmaan. Sirkus Tähti aloitti vuonna 2024 kymmenennen kiertueensa, joka oli juhlakiertue. Pääsin itse työskentelemään yhdeksännellä kiertueella sirkuksen mukana.

Puolen vuoden aikana kiinnostuin sirkuksen maailmasta entistä enemmän ja sain intoa kyseisen taiteenalan hyödyntämisestä uusissa muodoissa. Sirkustöiden ohessa heräsi mielenkiinto yhdistää sirkuksen ja ravintolamaailman parhaat puolet keskenään ja luoda jotain uutta Suomeen, analysoiden samalla sen toimivuutta. Kuvassa 1. on esimerkki kuvitteellisesta sirkusravintolasta, miltä se voisi näyttää. Kuva on luotu tekoälyllä.



Kuva 1. Openart-tekoälyllä luotu kuva kuvitteellisesta sirkusravintolasta.

## 2 Sirkus – historiasta nykyaikaan

Sirkus on laaja käsite, jonka ilmenemismuoto vaihtelee historiallisten ja kulttuuristen tilanteiden mukaan. Alkuaajoista asti sirkuksen tavoitteet ja sisältö on pyrkinyt ilmentymään tiiviimmin taiteen kentässä. (Purovaara 2008, 13.)

Sirkus on viihdettä ja speaktaakkeleita, mitkä koostuvat yleensä koulutettujen eläimien näytöksistä ja ihmisen rohkeuden, - ja taidonnäytteistä. Tästä määritelmästä on kuitenkin olemassa muitakin versioita. (Hippisley Coxe, Gerry Hoh, Lewis Parkinson, Saxon 2024.) Määritelmän muut versiot ovat hyvin samankaltaisia. Runoilija E.E Cummingsin mukaan, sirkusta voidaan kuvailla suurenmoiseksi speaktaakkeliksi yleisön keskellä, verraten teatteriin, jossa esitys ja yleisö kohtaavat toisensa. (Simon 2014, 13.)

### 2.1 Sirkuksen historiaa

Sanalla circus on myös juuret englannin kielen sanassa "circle" ja "circumference". Sana kuvaa esiintymisympäristöä, jossa näytökset esitetään. "The ring" eli näyttämö, jota myös maneesiksi kutsutaan, on ympäröity maneesiaidoilla. Maneesi voi olla sirkusteltassa, sirkukselle tehdystä rakennuksessa tai muunlaisella areenalla, joka soveltuu esiintymiselle. (Hippisley Coxe, Gerry Hoh, Lewis Parkinson, Saxon 2024.)

Sirkuksella taiteena on pitkä historia maailmanlaajuisesti. Sirkuksesta on nykyäänkin erilaisia suuntauksia kuten perinteinen sirkus ja nykysirkus (nykysirkusta käsitellään luvussa 2.5.) Molemmat sirkuksen suuntauksukset ovat suuria viihteen tarjoajia maailmalla. Euroopassa kiertäviä perinteistä sirkustaidetta esittäviä sirkuksia on yli tuhat. Euroopan sisällä sirkusala työllistää yli 300 000 henkilöä. (Nieminen 2022.)

Sirkuksen taiteenalat ovat hyvin vanhoja. Jongleeraus taiteena on ollut olemassa jo tuhansia vuosia. Kiinassa Han-dynastian ajalta on kivikaiverruksia jonglööreistä pallojen ja veitsien kanssa. Myös diabolon juuret vievät Kiinaan. Diabolo on perinteinen sirkuksen väline, joka koostuu kahdesta kädessä pidettävästä puikosta ja niiden välissä pyörivästä, koverasta kiekosta. (Vainio 2019, 42–43.)

Ensimmäisen sirkuksen, lähimpänä sen nykyistä muotoa, ajatellaan syntyneen 1700-luvulla. Nykyaajan tunnettua klassista sirkusmuotoa ajatellen, se pitääkin osin paikkaansa. Kuitenkin ensimmäiset varhaisen ajan sirkukset sijoittuvat jo Antiikin Roomaan, jolloin näyttämöllä nähtiin lavastettuja taisteluita, gladiaattoreita ja koulutettuja eläimiä. Antiikin Roomassa vaunuajojen ja muiden kilpailuiden, kuten gladiaattoritisteluiden väliaikoina, nähtiin jonglöörejä ja akrobaatteja tunnelman keventäjinä. (Simon 2014, 7.) Aikaisin antiikin ajan sirkus Roomassa oli "Circus Maximus". (History of

Circus 2024.) Circus Maximus mahdutti kapasiteettiinsa 4000 henkilöä. Satoja kissaeläimiä, karhuja ja elefanteja joutuivat kuolonuhreiksi roomalaisten festivaaleilla, Rooman sirkuksessa ja Circus Maximuksessa. (Simon 2014, 13–14.)

## 2.2 Sirkus Euroopassa

Sirkus, joka nyt tunnetaan perinteisenä sirkuksena, keksittiin Englannissa 1760-luvulla entisen sotilaan, Philip Astleyn innoittamana. Astley tunnistettiin armeijassa poikkeuksellisen taidokkaaksi hevosten kouluttajaksi ja ratsastajaksi. Armeijan jälkeen hän keksi laittaa taitonsa hyötykäyttöön lisää tienatakseen, eli temppuilla hevosten selässä. Kaupungista toiseen kiertäen ja esiintyen Astley kylästy lopulta epävarmaan tulonlähteeseen. Vuonna 1768 Astley avasi ratsastuskoulun Lontoon Westminster Bridgeen, jossa hän päivisin opetti ratsastuksen saloja. Iltaisin hän alkoi järjestää esityksiä hevosten kanssa pyöreällä maneesilla, keskipakoisvoimaa hyödyntäen. (Simon 2014, 29–31.) Astleyn esitykset kehittyivät hiljalleen ja hän päätti ottaa mukaan eri taiteenalojen esiintyjä, kuten klovneja ja akrobaatteja esitysten väliin (Rendell 2020).

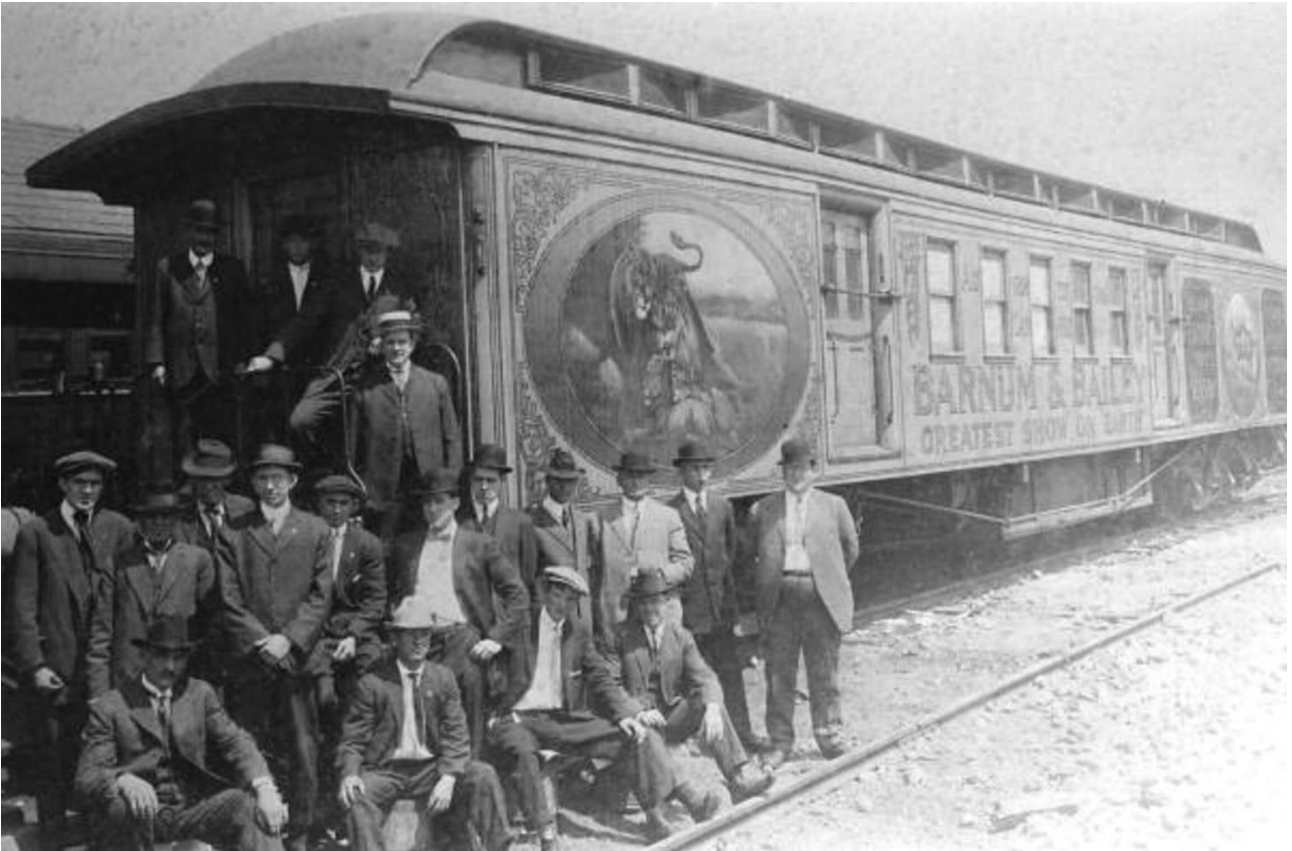
Astley ei ollut aikansa ainut esiintyjä taitoratsastuksen parissa, mutta tuli tunnetuksi pituudestaan ja taitavuudestaan. Sirkustemput eivät tietenkään olleet hänen keksintönsä, mutta hän oli ensimmäisiä, joka rakensi 1700-luvulla pysyvän paikan sirkusta sisältäville esityksille yleisön edessä. Astley kutsui näyttämö areenaa nimellä "Circle" ja itse rakennusta hän kutsui nimellä "Amphitheater". Ajan myötä kokonaisuus tunnettiin nimellä "Circus" (History of Circus 2024.) Philip Astley toi sirkuksensa Ranskaan ja lanseerasi sen nimelle "Amphithéâtre Anglais". Ranskan sirkuksen jälkeen Astley rakensi lisäksi kahdeksantoista uutta sirkusta ympäri Eurooppaa. Kaikille Astleyn Euroopan sirkuksille rakennettiin omat rakennukset, koska teltat ilmestyivät vasta myöhemmin Astleyn sirkuksien käyttöön. (History of Circus 2024.) Astleyn näytökset olivat edullisia, joka mahdollisti pääsyn näytöksiin tulotasosta huolimatta. Astley ymmärsi, että vaihtuvat esitykset toivat ihmiset takaisin yleisöön. (Simon 2014, 35.) Philip Astley oli siis Euroopassa sirkuksen uranuurtaja ja luova yksikkö. Yhdysvalloissa sirkuksen historia on oma alueensa, jota käsitellään seuraavissa kappaleissa.

## 2.3 Sirkus Yhdysvalloissa

Astleyn hevosesitysten jälkeen, vuonna 1793, John William Ricketts toi samankaltaisen esityksen Philadelphiaan ja perusti pysyvän yhden maneesin sirkuksen. Tarinan mukaan jopa presidentti George Washington kävi näytöksissä. Aika ennen radiota, elokuvia ja televisiota oli täydellinen kuokoistuskauti sirkuksille. Teatteri oli keskittynyt isoihin kaupunkeihin ja maalla sekä pienissä kylissä teatterin kaltainen viihde oli harvinaista. Tämä antoi kultaisen tilaisuuden menestykseen sirkuksille. (Shepler s.a.)

Phineas Taylor Barnumin, sirkusmaailman legendan, ura alkoi pienestä sirkuksesta, jossa hän myi lippuja ja esiintyi klovina. Barnum oli erittäin pidetty ja mielikuvituksellinen esiintyjä. (Shepler s.a.) Barnum's American Museum oli Barnumin 1842 lanseeraama viihdekonsepti New Yorkissa, joka haastoi sen ajan sosiaalisia normeja. American Museum tarjosi yleisölleen taidetta, musiikkia ja kirjallisuutta. Kyseinen museo säilytti asemansa New Yorkin suosituimpana nähtävyytenä 23 vuoden ajan. Barnum joutui Museonsa kanssa konkurssiin epäonnistuneiden liikeneuvotteluiden takia ja menetti suuromaisuutensa. Viiden vuoden taloudellisen toipumiskauden jälkeen Barnum osti takaisin osan menetetyistä omaisuudestaan, mukaan lukien American Museumin. 1870 sirkusmaailman W.C. Coup ja Dan Castello herättivät Barnumin intohimon uudestaan viihdeteollisuutta kohtaan ja niin syntyi Barnum's Grand Traveling Museum, Menagerie, Caravan, and Circus Brooklynin vuonna 1871. Vuonna 1887 James A. Bailey liittyi P.T. Barnumin sirkustoimintaan, jolloin syntyi Barnum & Bailey's Greatest Show on Earth. Bailey jatkoi kiertuetoimintaa Barnumin kuoleman jälkeen 1891 ja laajensi sirkuksen toimintaa, kunnes lopulta tien päällä oli 28 vaunua ja yli tuhat työntekijää. (Maher s.a.)

Barnum & Bailey Circus sai vuosituhatosen vaihteessa kilpailijan Wisconsinista, Ringlingin perheen. Veljekset Albert, Alfred, Otto, Charles ja John Ringling (alkuperin Rungeling) olivat saksalaissyntyisen August Frederick Rungelingin poikia. Sukunimi muutettiin yksinkertaisemmaksi. Vuonna 1882 ensimmäinen show, jossa perheen pojat olivat esiintymässä, sijoittui Mazomanieen, Yhdysvaltoihin. Ringlingin ensimmäinen, vielä silloin vaatimaton sirkus syntyi vuonna 1884. Pari vuotta perustamisen jälkeen myös kaksi muuta veljeä, Henry ja Gus, liittyivät sirkuksen toimintaan. Ringlingin sirkuksen toiminta jatkui ja kehittyi vähitellen. Vuonna 1900 Ringlingin sirkustoiminta oli kasvanut yhdeksi suurimmista ja niin veljekset alkoivat laajentaa toimintaansa ostamalla pienempiä sirkuksia. Ringling Brothers Circus ja Barnum & Bailey Circus sopivat jakavansa Yhdysvaltojen alueen, jotta järjetöntä kilpailua ei syntyisi. Ringling Brothersin tukikohta keskittyi Chicagoon ja Barnum & Bailey pysyivät New Yorkissa. Baileyn kuoleman, 1906, jälkeen Ringlingien sirkus osti Barnum & Baileyn sirkuksen, eli suurimman kilpailijansa. Ringlingien legendaarisen suuri kiskoilla kulkeva sirkus koostui jopa 92 vaunusta, 335 hevosesta, muista eläimistä, kuten kameleista ja elefanteista ja yli tuhannesta työntekijästä. Barnum & Bailey Circus oli suunnilleen samaa kokoluokkaa. (Kuvassa 2. näkyy Barnum & Bailey Circus junavaunu.) Ensimmäisen maailmansodan jälkeen yleisömäärät laskivat ja olosuhteiden määrittämänä Ringlingit yhdistivät kaksi suurinta yhdeksi; The Ringling Bros. and Barnum and Bailey Combined Shows, the Greatest Show on Earth. Vuonna 1967 Ringlingit myivät sirkuksen Feldin perheelle. Feldit säilyttivät sirkuksen nimen ja jatkoivat sen opertointia. (Wisconsin Historical Society s.a.)



Kuva 2. Barnum & Bailey Circus junavaunu ja sirkuksen henkilökuntaa. ([1221440007](#) © [State Library and Archives Florida](#) | [Dreamstime.com](#))

## 2.4 Sirkus Suomessa

Suomessa sirkuksen koulutusohjelmat tarjoavat koulutusta ja kouluttavat sirkuksen eri suuntauksissa, kuten akrobatiasa, jongleerausessa, klovneriasa ja ilma-akrobatiasa. Nämä koulutusohjelmat voivat valmistaa opiskelijoita ammattilaisurille sirkusalalla tai tarjota harrastusmahdollisuuksia. Esimerkiksi Jyväskylän Yliopistolla on mahdollisuus opiskella klovneriaa ja ääni-ilmaisua avoimen yliopiston opintojaksona (Jyväskylän yliopisto).

Suomessa sijaitsevat ammattiin valmistavat sirkuskoulut sijaitsevat Lahdessa ja Turussa. Lahden sirkuskoulu Sasak on toisen asteen perustutkinto. Turussa sirkuskoulu on Turun AMK:n Taideakatemian sirkuksen opiskelijoiden opetusharjoittelukoulu (Turku AMK s.a.). Sirkuskoulujen takia potentiaalisia kaupunkeja esittävän taiteen sirkusravintoloille voisi olla myös edellä mainitut Lahti ja Turku. Helsingissä sijaitsee uuden sirkuksen keskus Cirko.

Cirko – Uuden sirkuksen keskus ry on perustettu 2004 ja vuonna 2011 keskus avattiin Suvilahteen. Cirkon missio on nykysirkuksen kehitys ympärivuotisen residenssi- ja hanketoiminnan kautta. Cirkon kausiohjelmassa nähdään kattavasti nykysirkusta kotimaasta, kuin myös ulkomailta. (Cirko

s.a.) Muita sirkuskouluja, jotka ovat lähinnä suunnattu lapsille ja nuorille ovat esimerkiksi Circus Helsinki Suvilahdessa, Linnanmäen sirkuskoulu, Sorin sirkus, Sirkus Keikaus ja Turun AMK:n taideakatemian sirkuskoulu lapsille ja aikuisille.

Tällä hetkellä, vuonna 2024, Suomessa teltan kanssa kiertäviä sirkuksia on kaksi. Sirkus Tähti ja Suomen kansallissirkus, Sirkus Finlandia. Sirkus Tähti on perustettu vuonna 2015 ja Sirkus Finlandia taas on perustettu jo vuonna 1976. Molemmat kiertävät sirkukset ovat perinteisiä sirkuksia. Suomessa on ollut muitakin kiertäviä sirkuksia aikaisemmin, kuten Sirkus Caliba, Sirkus Florentino ja Sirkus Saarni. Kuvassa 3. näkyy Sirkus Tähtien sirkusteltoa.

Kiertävät sirkukset Suomessa voivat kiertää pääkaupunkiseudulta Lappiin saakka. Sirkus Tähtien pohjoisin esiintymispaikkakunta on Tornio. Puolen vuoden kiertueeseen mahtuu jopa 150 eri paikkakuntaa Suomen sisällä. Sirkusten muuttoväli vaihtelee paikkakunnittain. Isommilla paikkakunnilla saatetaan olla esimerkiksi viikko ja pienissä kylissä vain päivä tai pari.

Myös nykysirkusta nähdään ympäri Suomea. Erilaisia sirkustapahtumia- ja festivaaleja järjestetään Helsingistä Kittilään saakka (Circo s.a.).



Kuva 3. Sirkus Tähtien teltoa 2023. Kuvaaaja Fiona Lindfors.

## 2.5 Sirkuksen muotoja ja käyttötarkoituksia

Timo Purovaara selventää kirjassaan “ihmeen väkeä! Suomalaisen sirkuksen sankaritarinoita” sirkuksen käsitettä. Purovaara kertoo sirkuksen olevan eräänlainen esittävän taiteen muoto, jossa ilmaisuvälineenä toimii kehon liike sirkustekniikkaan perustuen, hyödyntäen sirkuslajien erilaisia esineitä ja välineitä. Purovaara mainitsee taiteilijakuvan muutoksesta sirkuslajin sisällä tarkoittaen, että sirkustaiteilijan “status” on parantunut ajan myötä. (Purovaara 2008, 14.)

Sirkustaiteita on osan aikaa historiasta pidetty “alemman tason” taiteena, koska ajateltiin ettei sirkus taiteenalana vaadi katsojalta tarkkaa ymmärrystä tai tietoa taiteesta. Oikeasti sirkus on monimuotoinen yhdistelmä useista taiteenaloista. (Divac, Krklješ & Milošević 2022, 2.)

Kaikista sirkuksen taiteista on monia erilaisia versioita, jotka vaihtelevat artistien mukaan. Esimerkiksi ilma-akrobatiasta on useita erilaisia muotoja, kuten keinutrapetsi, rengastrapetsi ja silkit (Theodore 2024).

Klovneria ja klovnit ovat sirkuksessa tuttu ja tunteita herättävä näky. Työskennellessäni Sirkus Tähdessä vuonna 2023 sain kunnian tutustua Di Lellojen klovnipariskuntaan. Di Lellojen esiintymiskokonaisuuteen kuuluvat värikkäät ja upeat esiintymisasut, puhallinsoittimet, klassinen musiikki ja erilaiset klovninumerot. Kuvassa 4. vasemmalta oikealle ovat Alan Di Lello, Sirkus Tähdessä tihettä Samir ja Jenny Di Lello.

Haastattelin asiantuntijahaastatteluna Jenny Di Lelloa hänen historiastaan sirkuksen parissa. Di Lello kertoi opiskelleensa tanssiakatemiassa tanssia ja tanssinopetusta. Valmistumisen jälkeen hän liittyi showtanssin pariin ja työskenteli Kreikan Ateenassa isossa teatterishowssa. Di Lello kertoi työskennelleensä myös New Yorkissa, Hollannissa ja useissa muissa maissa tanssin ja showbisneksen parissa ennen sirkusuraansa. Jenny Di Lello kertoi tavanneensa nykyisen aviomiehensä, Alan Di Lellon, risteilyaluksella työskennellessään. J. Di Lellon mukaan Alan esiintyi aluksi veljensä kanssa. Di Lellojen veljesten esitys koostui komediasta ja jongleerausnumeroista. Vuotta myöhemmin Jenny Di Lello kertoi löytäneensä itsensä perinteisen sirkusperheen keskeltä, Alan Di Lellon luota. Erilaisten esiintymiskokeilujen ja ideointien jälkeen Di Lellojen pariskunta esiintyi Italiassa ystäviensä sirkuksessa, Miranda Orfei Circus, ensikertaa vuonna 1992. Tämän jälkeen Di Lellot esiintyivät Norjan sirkuksissa; Meranossa, Arnardossa ja Agorassa. Norjan jälkeen useat Euroopan sirkukset saivat Di Lellot värittämään esitystensä kulkua. (Di Lello 24.10.2024.) Haastattelun kysymykset löytyvät liitteenä.



Kuva 4. Di Lellot ja tirehtööri Samir 2023. Kuvaaja Fiona Lindfors.

Kuvassa 4. näkyy “whiteface clown” eli valkeakasvoinenklovni oikealla ja “Auguste” klovni vasemalla. Klovneja on sirkusmaailmassa erilaisia.

Klovnityyppejä on pääosin kolme; Whiteface klovni, Auguste klovni ja niin kutsuttu kulkuriklovni. Whiteface valkeakasvoisen klovnin näkee usein suippohatussa ja elegantissa asussa, kun taas Auguste klovnin hahmoon kuuluvat roikkuvat housut, lyttyyn lyöty lakki ja isot pellekengät. Kulkuriklovnin persoona voi vaihdella eri tilanteissa. (Simon 2014, 180.) Kuulusimpiin Auguste-klovneihin kuuluu Albert Fratellini. Hän otti ensimmäiseksi käyttöönsä klovnin punaisen nenän, joka toimii nykyään klovniyhtenä tunnusmerkkinä. (Vainio 2008, 25.)

Whiteface klovni on tunnetuin klovnityyppi. Kun puhutaan sirkuspelleistä, mielikuva on usein valkeakasvoinen, värikkäästi sonnustautunut klovni. Whiteface klovnia pidetään klovneista älykkäimpänä ja se on tyypillisesti muiden klovniyhtien, kuten Auguste klovniyhtien, ohjaaja. Auguste klovnia pidetään “hölmönä” sen hassutteluiden takia. Kuitenkin Auguste klovniyhtien ovat ehkä jopa rakastetuimpia kaikessa hauskuudessaan. (Raymond 2012.)

Kysyin J. Di Lellolta sirkukseen ja artisteihin liittyvistä väärinkäsityksistä ja ennakkoluuloista, joihin hän on törmännyt sirkusuransa aikana. Hän kertoi, että sirkus ei koostu “friikeistä.” Idea

"friikkisirkuksesta" on vanha ja varsinkin Yhdysvaltojen elokuvateollisuus luo sirkuksesta kuvan, joka helposti vääristää kokonaiskuvaa sirkuksen maailmasta.

Syy miksi ihmisten mieliin on voinut jäädä kyseenalainen kuva sirkuksesta, on osaksi P.T. Barnum. Barnumin American Museumissa oli ihmisten nähtävänä erittäin pienikokoinen mies, Tom Thumb. Barnum veloitti ihmisiä, jotta Thumbia pääsi katsomaan. (Maher s.a.) Barnumin "Human Circus of Oddities" toi yleisön nähtäville maksua vastaan ennen 1800-luvun puoliväliä eri näköisiä, kokoisia ja erilaisia fyysisiä ominaisuuksia omaavia ihmisiä. 1950-luvun jälkeen tällaiset näytökset poistuivat markkinoilta. (Aug 2021.) Amerikassa "friikkitutkimus on edelleen hyvin aktiivista akateemisesti ja P.T. Barnumista on kirjoitettu useita historiikkeja aiheeseen liittyen. Myös Suomessa esiteltiin "poikkeavia" ihmisiä 1700-luvulta 1900-luvulle saakka. Kummajaisesityksistä kummunneet keskustelut tiivistävät samoja kysymyksiä, joita on esitetty esimerkiksi orjuudesta, siirtolaisuudesta ja ihmisoikeuksista. (Sutinen 2019, 15–17.)

Toinen vääristynyt käsitys sirkuksesta J. Di Lello mukaan on se, että sirkus olisi jotenkin teennäistä tai "feikkiä." Sirkusartistit harjoittelevat todellakin antaumuksella ja kovaa esityksiä varten. Ammattitaito sirkuksessa ja hämmästyttävät taidonnäytteet ovat kovan työn ja vuosien harjoittelun tulosta; siinä ei ole mitään teennäistä, Di Lello kertoo.

Omaan perinteisessä sirkuksessa tapahtuneeseen työkokemukseen perustuen perinteinen sirkus muodostuu seuraavista tekijöistä: akrobatiaa, musiikkia, jongleerausta, trapetsia, komediaa ja klovneriaa, kuten myös aikaisemmissa kappaleissa mainittiin. Perinteinen sirkus tarjoaa viihdettä koko perheelle ja on suosittu viihdemuoto ympäri maailmaa. Tyypillisiä sirkuksessa nähtäviä taiteenmuotoja ovat akrobatia maassa, ilma-akrobatia, taikuus ja illuusiot, nuoralla kävely, jongleeraus erilaisilla objekteilla, kuten palloilla, veitsillä ja keiloilla sekä erilaiset taidonnäytteet eläinten kanssa. Perinteiseen sirkukseen kuuluu juontava tirehtööri, joka kertoo esityksen kulusta ja esittelee esiintyjät yleisölle. Tyypillisesti perinteinen sirkus on liikkuva kiertue, johon kuuluu telttä, esiintyjät ja heidän karavaaninsa. Kiertävässä sirkuksessa kaikki mitä sirkukseen kuuluu, liikkuu karavaaniletkan joukossa. Suomessa telttasirkukset keskittyvät kesäsesonkiin lähinnä ilmaston ja haastavien talvisien sääolosuhteiden vuoksi.

On olemassa myös perinteisen sirkuksen muotoja, jotka eivät liiku kiertueena. Useat sirkukset, etenkin Euroopassa, ovat tehneet pysyviä ratkaisuja sirkuksesta usein tyylikkäisiin rakennuksiin suurissa kaupungeissa. (Hippisley Coxe, Gerry Hoh, Lewis Parkinson, Saxon 2024.) Paikallaan pysyviä sirkuksia Euroopassa ovat esimerkiksi Baku State Circus Azerbaidžanissa ja Capital Circus of Budapest Unkarissa. Asiantuntijahaastattelun yhteydessä Jenny Di Lello kertoi, että sirkusrakennuksia Euroopassa sijaitsee esimerkiksi Venäjällä, Portugalissa, Münchenissä ja Madridissa. Di Lello kertoi, että Ranskassa monissa kaupungeissa oli sirkusteattereita, jotka eivät enää nykyään

ole käytössä tai käyttötarkoitusta on muutettu. (Di Lello 24.20.2024.) Kaiken kaikkiaan sirkus voisi olla paitsi viihdettä, myös taiteellinen ilmaisumuoto ja yhteisön rakentaja, ja sen muodot ja käyttötarkoitukset jatkavat kehittymistään ajan myötä.

Lähdeaineistoa kerätessä ja tutkiessa kävi ilmi, että termejä nykysirkus, uusi sirkus ja moderni sirkus käytetään usein ristiin ja tarkoittamaan samoja asiakokonaisuuksia. Eroja varmasti löytyy, mutta eroavaisuuksia ei tässä opinnäytetyössä käsitellä syvällisesti.

1970-luvun alkupuolella Yhdysvalloissa ja Ranskassa alkoi sirkuksen institutionaalinen ja taiteellinen muutos. 1980-luvulla Ranskassa otettiin uusi taidemuoto uusi sirkus, Cirque nouveau, valtion suojelukseen, koska haluttiin tukea muun muassa uusien organisaatioiden syntyä, taiteellista uudistustyötä ja kehittyvää koulutusta. Uusi sirkus kehittyi taiteellisen kehityksen myötä siten, että uusi sirkuksen tyyli sai nimen "nykysirkus" vuonna 1996. (Purovaara 2008, 93.)

Nykysirkus, engl. contemporary circus tai circus nouveau, on sirkuksen uudempi kehittynyt muoto. Nykysirkuksessa keskitytään ihmisen tuottamaan näyttämötaiteeseen, eikä juuri ollenkaan eläimiin. (History of Circus 2024.)

Edellä mainitun mukaisesti, nykysirkus on näyttämötaidetta ihmisen tuottamana. Purovaaran mukaan nykysirkusta tekevä taiteilija keskittyy taideteoksen luomiseen ennemmin, kuin taidon esittelyyn. Nykysirkuksen ilmaisutapana voi toimia erilaiset keinot, kuten kertova tai abstrakti tyyli tanssin ja musiikin kautta tai taiteilijan sosiaalista tai poliittista maailmankuvaa korostava esitys (Purovaara 2008, 15).

Cirque du Soleil on tunnetuin nykysirkuksen edustaja. Se yhdistää akrobatian, teatterin, musiikin ja visuaalisen taiteen luodakseen ainutlaatuisia esityksiä. (DeFilippo 2019.) Cirque du Soleil on sinisen meren strategiaa hyödyntämällä inspiroinut muita sirkuksia ja jopa useita aloja kyseisellä strategiakokonaisuudella. Cirque du Soleil yhdisti teatterin ja sirkuksen uudella taiteellisella tavalla, joka toi yleisöön täysin uudenlaista asiakaskuntaa, kuten teatterista ja oopperasta kiinnostuneita asiakkaita. Cirque du Soleil rajasi esityskokonaisuutta, jättäen kokonaan pois esimerkiksi perinteisessä sirkuksessa usein nähdyt eläinesitykset. (Harvard Business Review heinäkuu 2019, 1–2 min.) Sinisen meren strategian loivat kaksi ekonomia, W. Chan Kim ja Renée Mauborgne. Strategia-assa erotellaan punainen, paljon kilpailua sisältävä meri ja sininen vapaiden markkinoiden kilpailijaton meri. Sinisellä merellä seilaavat vapaasti yritykset, jotka ovat ensimmäisiä alallaan, joilla ei ole kilpailijoita. Punaisella merellä käydään yritysten välistä valtataistelua asemista ja asiakkaista, sekä punaisen meren yritysten keskuuteen ovat juurtuneet tietyt liikemaailman lainalaisuudet. (Jurevicius 2024.)

Di Lello kertoi omasta kokemuksestaan Cirque du Soleilissa. Ensimmäinen kerta kun hän näki Cirque du Soleilin näytöksen oli Montrealissa vuonna 1990. Soleililla oli hänen mukaansa yksinkertainen telta, puupenkkinen katsomon kanssa. Soleilin valaistus oli 1990-luvun valaistukseksi todella hyvä ja ideoita oli hiottu. Di Lello kertoi, että Montrealin kaupunki tai Kanadan hallitus olivat järjestäneet jonkinlaisen kisan. Soleil voitti kyseisen kisan ja järjestivät erikoisshown, jossa tuotiin Kanadaa ja Montrealia esille maailmaan. Tämän jälkeen Cirque du Soleil aloitti Euroopan kiertueen, Di Lello kertoo. Lähdeaineistoja tutkiessani, Euroopan kiertueen alkamisajankohdasta löytyy tietoa myös Soleilin nettisivujen historiaosion kautta. We Reinvent The Circus- kiertue oli Cirque du Soleilin ensimmäinen kiertue Euroopassa vuonna 1990 (Cirque du Soleil). Euroopan kiertueessa oli nimenomaisesti kysymys nyky sirkuksen kehittämisestä nimensä mukaan.

### 3 Markkinatutkimus

Markkinatutkimus on olennainen työkalu yritysten päätöksenteossa. Se voi tarjota syvällistä tietoa markkinatilanteesta, kilpailijoista, asiakaskunnasta ja trendeistä, joita hyödyntämällä yritykset voivat muotoilla ja rakentaa strategioitaan. Markkinatutkimus auttaa esimerkiksi ymmärtämään kysynnän ja tarjonnan välisiä suhteita, seuraamaan asiakkaiden tarpeiden muutoksia sekä hahmottamaan tuotteiden ja palveluiden kehittämismahdollisuuksia. Näiden tietojen avulla yritykset pystyvät tekemään perusteltuja päätöksiä, jotka tukevat niiden kasvua ja kilpailukykyä muuttuvilla markkinoilla. (Harper 2024.)

Yrityksessä tulisi olla laaja käsitys ulkoisista tekijöistä, joihin vaikuttavat kulttuuri, lainsäädäntö, taloustilanne, poliittiset tekijät ja esimerkiksi teknologian kehitys. Näitä tekijöitä kartoittaakseen yrityksessä voidaan tehdä analysointia erilaisilla malleilla, kuten PEST- ja SLEPT-analyyseilla. Markkinointisuunnitelman luodakseen ja markkinoinnin tavoitteita asettaakseen yrityksen tulee luoda selkeä kuva oman toimialan markkinasta ja toimintaympäristöstä. (McGivern 2009,6.)

Tässä opinnäytetyössä ei käsitellä edellä mainittua SLEPT-analysointimallia. Kuitenkin luvussa 3.3 käsitellään PESTEL-mallia, joka on edellä mainitun PEST-mallin seuraaja ja kattaa samat tekijät, muutamalla lisällä.

Avaintekijät markkinatutkimuksessa koostuvat markkinoiden ja asiakkaiden segmentoinnista, tiedon keruusta ja sen analysoinnista, tutkimuksen suunnittelusta, kvalitatiivisesta tutkimuksesta, kvantitatiivisesta tutkimuksesta, kilpailija-analyysistä, kuluttajakäyttäytymisen analysoinnista, raportoinnista ja tutkimuksen tulosten esittämisestä. Nämä tekijät muodostavat markkinatutkimukselle selkeän kokonaiskuvan; sen avulla yritys voi luoda esimerkiksi tehokkaan markkinointistrategian. (Jain 2023.)

Tutkimuksen tarkoituksesta ja tyypistä riippuen voidaan tehdä kvalitatiivinen eli laadullinen tai kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kvantitatiivista dataa voidaan mitata ja sen tuloksia voidaan yleensä laskea. Kvalitatiivisen tutkimuksen data koostuu laadullisista osa-alueista. Laadullisiin osa-alueisiin voidaan lukea asiakkaan ostopolkuun vaikuttavat tekijät, kuten esimerkiksi asiakkaan tunteisiin vaikuttavat tekijät. (Denault kesäkuu 2020, 4-5min.) Yksinkertaistettuna laadullinen tutkimus antaa lauseita ja määrällinen tutkimus voi antaa numeroita. Kyseisen tutkimuksen avulla voidaan mitata, onko yrityksen tunnettuus kasvanut. (Puranen, elokuu 2018, 4-6min.)

Tunteet ovat tärkeässä osassa asiakaspolun ja näin ollen ostopolun varrella. Tunteet rakentuvat yrityksen ja asiakkaan välisessä vuorovaikutuksessa. Monesti asiakaspolun ja asiakaskokemusten

määritelmässä ja tutkimuksissa tunteiden huomioiminen jää taka-alalle. (Vuorela 2024, 83.) Näin ollen kvalitatiivisen tutkimuksen voidaan käsittää tutkivan esimerkiksi asiakkaan ostopäätöksiä ohjaavia tekijöitä. Kvalitatiivinen tutkimus tehdään tyypillisesti jopa tunteja kestävien haastattelujen pohjalta. Osallistujat ovat valmistautuneet haastatteluun hyvin ja ovat valmiita perustelemaan vastauksensa. Kvalitatiivisen tutkimukseen pohjautuen tehdään haastattelijoiden havaintoihin perustuva hypoteesi, joka varmistetaan kvantitatiivisen tutkimuksen avulla. Tämänlainen kvantitatiivinen varmistava tutkimus voi olla esimerkiksi internetissä tehty kysely suurella otoksella. (Vuorela 2024, 74–75.)

Markkinatutkimus on prosessi, jonka avulla yritykset, organisaatiot ja tutkijat keräävät ja analysoivat tietoa markkinoista, kuluttajista ja kilpailijoista. Tämän tiedon avulla voidaan tehdä päätöksiä markkinointistrategiasta, tuotekehityksestä, hinnoittelusta ja jakelusta sekä muista liiketoimintaan liittyvistä asioista. (Twin 2024) Trendianalyysi on myös olennainen osa markkinatutkimusta. Seuraamalla alan trendejä ja muutoksia kuluttajien käyttäytymisessä, yritykset voivat mukauttaa tarjontansa vastaamaan markkinoiden tarpeita. Paikallisen markkinan tutkiminen on olennaista. Alueen demografisten tietojen, kilpailutilanteen ja markkinapotentiaalın analysointi auttaa yrityksiä arvioimaan alueen markkinoiden kysyntää ja tarjontaa, sekä tunnistamaan mahdollisia markkinarakoja tai kohderyhmiä, joille tuotetta tai palvelua voidaan kohdentaa. (Dovetail Editorial Team 2024.)

Markkinatutkimuksen tekeminen ravintolalle, jolle ei ole tehty liiketoimintasuunnitelmaa on osaltaan suuntaa antava. Sirkusteemaisen ravintolan asiakassegmentti voisi koostua lapsiperheistä, koska sirkus teemana on hyvin perhevetoinen. Konseptia tarkennettaessa sirkusteemainen á la carte- ja anniskeluravintola, olisi kuitenkin täysin eri asiakassegmentille suunnattu, joka vaikuttaisi myös ravintolan muuhun olemukseen, sisustuksesta sijaintiin.

Ilman kattavaa strategiaa onnistunut markkinatutkimusprojekti on epätodennäköinen. Markkinatutkimuksen hyödyistä huolimatta, 23 % yrityksistä eivät ole tehneet selkeää markkinatutkimusstrategiaa. (Dean 2022, 12–13.) Erityyppisiä markkinatutkimuksen metodeja ovat laadullinen tutkimus (kvalitatiivinen), määrällinen tutkimus (kvantitatiivinen), tutkiva tutkimus (eksploratiivinen tutkimus), kuvaileva tutkimus, syysuhdetutkimus, poikittaistutkimus ja pitkittäistutkimus (McGivern 2009, 42). Tässä opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista tutkimuskyselyä. Esimerkkinä kuvaileva tutkimus engl. Descriptive research, auttaa rakentamaan kokonaiskuvan tutkimuksesta; kuva markkinasta, kuva asiakkaista, sosiaalisesta ilmiöstä tai kokemuksista. Kuvailevan tutkimuksen avulla pyritään löytämään vastauksia kysymyksiin ja kuvailemaan kuka, mitä, missä, milloin, miten ja kuinka paljon? (McGivern 2009, 43.)

### 3.1 Porterin viiden voiman malli

Michael Porterin viiden kilpailuvoiman strategiamalli, jonka hän esitteli vuonna 1979 Harvard Business Review -julkaisussa, on edelleen keskeinen työkalu alan analyytikoille, kun he kartoittavat teollisuuden kilpailuasetelmaa. Pyrkimyksenä kuvata todellisen strategiatyön monimutkaisuutta samalla pitäen analyysi hallittavana, Porter määritteli viisi kilpailuvoimaa, jotka vaikuttavat alaan: alan sisäinen kilpailu, uusien tulokkaiden mahdollisuus, toimittajien neuvotteluvoima, asiakkaiden neuvotteluvoima sekä asiakkaiden kyky löytää korvaavia tuotteita. (Gratton 2024.)

Porterin viiden kilpailuvoiman malli tarkastelee alan sisäistä kilpailua ja auttaa arvioimaan yrityksen kilpailuasetelmaa. Ensimmäinen tekijä on alan toimijoiden välinen kilpailu, jonka vuoksi on tärkeää selvittää, kuinka monta kilpailijaa on ja miten laadukkaita tarjolla olevat tuotteet ja palvelu on. Jos kilpailu on kovaa, yritykset usein päätyvät laskemaan hintoja ja panostavat markkinointiin houkutelakseen asiakkaita. Jos kilpailijoita sen sijaan on vähän ja yritys tarjoaa jotakin ainutlaatuista, on sillä mahdollisuus hallita markkinoita isolla "jalansijalla" ja ansaita hyvin. Toinen voima liittyy toimittajien valtaan. Tuotteiden toimittajat voivat saada huomattavan valta-aseman, jos he pystyvät nostamaan hintojaan tai "heikentämään" laatua. Mikäli markkinoilla on vain muutamia toimittajia, joilta yritys voi hankkia tarvitsemansa tuotteet tai palvelut, toimittajat voivat käyttää tätä valtaa neuvotteLUissa omaksi edukseen. Toimittajien vaihtaminen voi olla kallista, mutta jos tarjolla on useita vaihtoehtoja, yritys voi säilyttää kustannustehokkuutensa yrityksen vaihtaessa edullisempaan ratkaisuun. (Morales 2023.) Myös asiakkaiden eli ostajien neuvotteluvoima on merkittävä tekijä Porterin mallissa. Ostajan valta viittaa asiakkaiden vaikutusvaltaan yritystä kohtaan. Jos toimialalla on vahva ostajien valta, kuluttajat voivat vaatia alhaisempia hintoja, parempaa laatua tai parannettua palvelua, mikä tyypillisesti vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen (Danao 2024). Kun ostajia on vähän, he voivat käyttää valtaansa tehokkaammin. Jos asiakkaita on paljon ja kilpailijoita vähän, ostajien neuvotteluvoima heikkenee. Korvaavien tuotteiden uhka on seuraava Porterin viidestä voimasta. Tämä tarkoittaa sitä, kuinka todennäköistä on, että asiakkaat löytävät toisen vaihtoehdon, joka on halvempi, parempi tai muuten houkuttelevampi. Korvaavien tuotteiden uhka kasvaa, kun asiakkailta on matala kynnys vaihtaa vaihtoehtoihin ratkaisuihin ja markkinoille tulee houkuttelevia uusia vaihtoehtoja. Viides ja viimeinen voima on uusien tulokkaiden uhka. Jos markkinoille pääsee helposti uusia palveluntarjoajia, tämä lisää kilpailua ja voi pienentää nykyisten yritysten voittoja. Toisaalta, jos kilpailu on vähäistä ja yritys tarjoaa jotain ainutlaatuista, yritys voi hallita markkinoita ja saavuttaa korkean kannattavuuden. Yhteensä Porterin viisi kilpailuvoimaa muodostavat mallin, jonka avulla yritykset voivat ymmärtää paremmin markkinoiden dynamiikkaa ja suunnitella strategioitaan kilpailuedun säilyttämiseksi. (Morales 2023.)

Porterin viiden voiman mallin toimivuutta on kritisoitu isoissa ja kompleksisia toimintoja omaavissa organisaatioissa. Mallin eduista ja hyödyistä huolimatta, ei se aina kuitenkaan ole sopiva kaikkien yritysten tarpeisiin markkinoita analysoidessa. Porterin mallissa on heikkouksia ja rajoittavia tekijöitä. Mallin voidaan katsoa olevan liian pintapuolinen syvempää analysointia tehdessä, koska viisi voimaa tarjoavat oikeastaan listauksen toimivista ja haasteita tuottavista tekijöistä. Porterin mallilla saatu data on tyypillisesti kvalitatiivista dataa. (Garcia 2024.) Monet ovat arvostelleet sen painotusta toimialaan, mikä saattaa jättää yksittäisten yritysten ainutlaatuiset strategiat ja kilpailuedut liian vähälle huomiolle. Porterin malli keskittyy toimialan tasolla vaikuttaviin tekijöihin, mikä voi estää näkemästä, miten yksittäinen yritys voi erottua ja muuttaa kilpailutilannetta toimialan sääntöjen sijaan. Mallin lähtökohtana on ajatus selkeistä toimialoista, mutta nykyisessä liiketoimintaympäristössä eri toimialojen rajat ovat hämärtyneet. Yritykset toimivat usein monilla toimialoilla samanaikaisesti, ja eri alat ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa, mikä tekee kilpailuasetelmasta huomattavasti mallia monimutkaisemman. (Gratton 2023.) Porterin malli toimii voittoa tavoittelevien organisaatioiden keskuudessa. Voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden on haasteellista, ellei mahdotonta käyttää mallia sen alkuperäisessä muodossa, sen kilpailija, - ja tuotekeskeisyyden vuoksi. Myös mallin yksinkertaisuuden ja yksiselitteisyyden vuoksi mallia käytettäessä huomiotta jää herkästi kilpailun dynaamisuus ja kehitys, sekä huomio kilpailijoiden mahdollisesta yhteistyöstä sivuutetaan. (Garcia 2024.)

Porterin malli luotiin ennen suurta globalisaation ja nopean teknologian kehityksen aikaa. Malli luotiin alkuperin toimialakohtaisten analyysien tekemiseen, eikä niinkään yksittäisten yritysten analysointiin. Viiden voiman mallilla voidaan saada uusia näkökulmia strategisten päätösten tekemiseen, mallia kuitenkin hyödynnetään nykyään kokonaisvaltaisesti joidenkin yritysten ja organisaatioiden keskuudessa. Suositeltu analyysimalli yrityksille on SWOT-analyysi. (Beattie 2022.)

### **3.2 SWOT-analyysi**

SWOT-analyysi on työkalu yrityksille, jolla saadaan selkeä kuva yrityksen sisäisistä ja ulkoisista vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhkista. Se käsittää yrityksen tämänhetkisen tilanteen ja hahmottaa tulevaisuuden mahdollisuuksia. SWOT-analyysi mahdollistaa yritykselle uusia näkökulmia ja ideoita. Kyseisen analyysimallin avulla luodaan uutta tietoa, joka tukee strategian muodostamista. SWOT-analyysi kokoaa tietoa yrityksen sisäisistä tekijöistä sekä ulkoisista voimista, joihin yritys ei voi suoraan vaikuttaa, mutta jotka voivat vaikuttaa päätöksiin. Sisäisiin tekijöihin lasketaan tässä tapauksessa vahvuudet ja heikkoudet, ulkoisiin voimiin taas lasketaan uhkat ja mahdollisuudet. (Kenton 2024)

SWOT-analyysia voidaan hyödyntää laajasti yrityksen eri tarkoituksiin. Ensin täytyy määritellä, mitä tutkitaan ja analysoidaan ja mitä analysoinnilta halutaan. Esimerkiksi mitä päätöksiä analyysin

tekeminen tukee. (Bigelow, Pratt, Tucci s.a.) Yrityksen vahvuuksien ja heikkouksien analysointi on haastavaa, jos yrityksen toimintaympäristöstä ja toimialan markkinasta ei ole selkeää kokonaiskuvaa. Erilaisia analysointimalleja, joita ei tässä opinnäytetyössä läpikäydä sen enempää, ovat esimerkiksi Ansoffin matriisi ja taloudellisten tunnuslukujen analyysi (financial ratio analysis). (Peterdy s.a.)

Kilpailija-analyysi on olennainen ja sen voi toteuttaa monissa eri muodoissa. Se voi olla esimerkiksi kenttätyötä, laadullista tai määrällistä analyysiä. Analyysin tulokset voidaan tiivistää ja mallintaa eri tavoin, kuten SWOT-analyysinä tai Porterin viiden voiman mallin avulla. (Schwab 2021)

Organisaatiot voivat siis hyödyntää useita malleja ja työkaluja muodostaakseen kokonaisvaltaisen kuvan toimialansa markkinasta, kilpailijatilanteesta ja toimintaympäristöstä. Yhdistämällä esimerkiksi SWOT, - ja PESTEL-analyysit (PESTEL-analyysia käsitellään luvussa 3.4) tai käyttämällä niitä toistensa tukena, saadaan erilaisia näkökulmia yrityksen strategianmuodostamisen ja esimerkiksi markkinatutkimuksen tueksi.

SWOT toimii parhaiten osallistamalla sen tekoon useita yrityksen eri asemissa olevia työntekijöitä, jolloin yritys saa esiin erilaisia, realistisia näkökulmia. Analyysin tuloksia hyödynnetään yleensä tietyn asian tai päätöksen tukemiseksi. Sen avulla voidaan analysoida suoritumista, kilpailua, riskejä, yrityksen potentiaalia, toimialaa tai muuta sisäistä tai ulkoista tekijää yritykseen nähden. (Kenton 2024) Analyysin tekemisessä tulisi osallistaa eri työtehtävistä ja organisaation eri tasoilta työntekijöitä, jotta analyysi olisi kokonaisvaltaisempi, kuin jos se olisi tehty esimerkiksi vain johtotason tai muun yhden tason toimesta. (Dunne s.a.)

### **Strengths – vahvuudet**

Vahvuuksiin lasketaan ne tekijät, joissa yritys tai organisaatio suoriutuu erittäin hyvin tai tavalla, joka erottaa yrityksen sen kilpailijoista. Kilpailuedut ja lisäarvo mitä yrityksellä on, joita ei löydy muilta alan yrityksiltä. Nämä tekijä voivat olla tiettyjä prosesseja tai muuta; fyysisiä asioita tai muita, materiaaalittomia tekijöitä. (Dunne s.a.) Yrityksen tunnettu vahva brändi ja ammattitaitoinen, asian-tunteva henkilöstö, vahva ja toimiva johtotiimi ovat esimerkiksi hyviä aineettomia vahvuuksia (Holvi s.a.).

### **Weaknesses – heikkoudet**

Heikkouksiin voidaan lukea yrityksen rajallinen pääsy tiettyihin resursseihin tai yrityksen sisäiset rajalliset resurssit. Myös oman markkinan heikko tunteminen kansallisesti tai kansainvälisesti, voi olla yrityksen heikkouksiin luettava tekijä. (Sulkava 2024.) Rahoituksen ja asiakaspalvelun puutteellisuus voidaan lukea myös heikkouksiin (Holvi s.a.).

## Opportunities - mahdollisuudet

Mahdollisuuksiin voidaan luetella asioita, jotka koostuvat lähinnä yrityksen ulkopuolisista tekijöistä. Esimerkiksi teknologian kehityksen tuomat edut tuotannon tai muiden tekijöiden tehokkuuden lisäämiseksi ja uudet sosiaaliset normit, jotka saattavat synnyttää uusia asiakassegmenttejä eri markkinoille. (Peterdy s.a.) Mahdollisuuksiin voidaan esimerkiksi lukea myös kasvaminen yrityksen omassa markkinassa, tuote- ja palveluinnovaatiot ja myynnin tehostamisen toimenpiteet (Holvi s.a.).

## Threats - uhat

Uhat nähdään analyysi matriisissa myös ulkoisina riskitekijöinä yritykselle. Uhkia voidaan ajatella samankaltaisina tekijöinä kuin mahdollisuuksia, mutta päinvastaisella vaikutuksella. Esimerkkinä teknologian kehityskulku, jonka seurauksena yrityksen tuotteiden tai palveluiden kannatus laskee. (Peterdy s.a.) Lainsäädännölliset muutokset ja uudet kilpailijat ovat myös yrityksen ulkoisia uhkia (Holvi s.a.).

### 3.3 PESTEL-analyysi

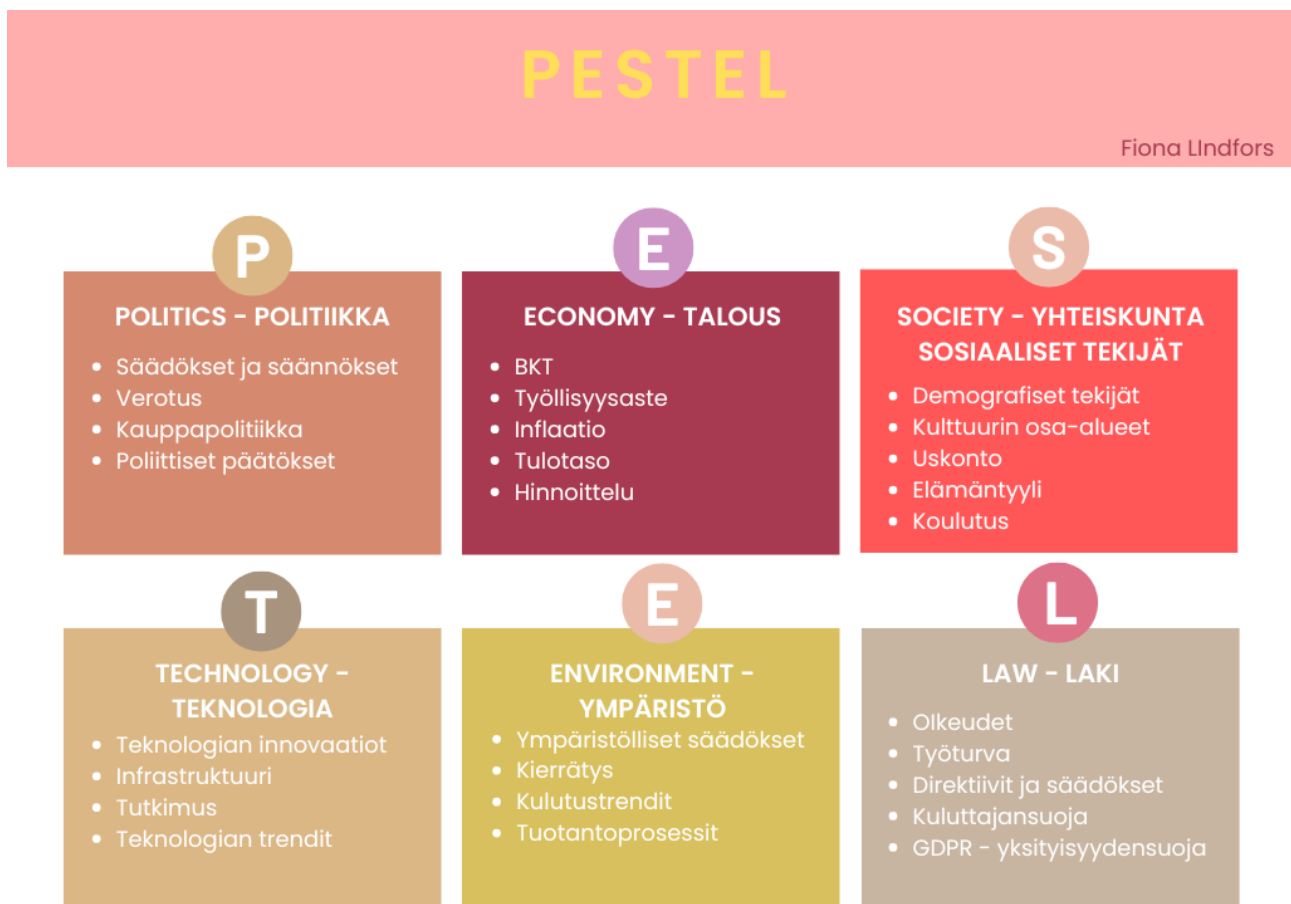
PESTEL- analyysi koostuu kuudesta tekijästä. PESTEL- sana tulee kuudesta englanninkielisestä sanasta political, economic, social, technological, environmental ja legal. Suomeksi PESTEL:in sanat kääntyvät sanoiksi poliittinen, taloudellinen, sosiaalinen, teknologinen, ympäristöllinen ja laillinen. Näiden kuuden osa-alueen mukaan määritellään ja analysoidaan organisaation tai koko toimialan ulkoiset tekijät, jotka vaikuttavat niiden toimintaan. (Makos 2022.) Kuvassa 5. havainnollistetaan analyysin mallia selkeästi erillisinä osa-alueina.

PESTEL-analyysia on laajennettu viime vuosina myös muihin tekijöihin, joilla voi olla vaikutusta alan markkinoihin; demografiset tiedot, kulttuuri, etiikka ja ekologia. Pestel-mallin avulla voidaan tunnistaa uhkia ja mahdollisuuksia liittyen ulkopuolisiin tekijöihin, joihin yritys ei suoraan voi itse vaikuttaa. (Schwab 2018.)

Asia, joka tulisi PESTEL-analyysia tehdessä tulevalle ravintolalle vastaan taloudellisissa, poliittisissa ja yhteiskunnallisissa tekijöissä, on verokantojen nousu ja siitä johtuvat muutokset liiketoiminnassa ja toimintaympäristössä. Esimerkiksi, jos 10 % alennettu verokanta nousee 14 % vuonna 2025, tämä korotus koskisi tässä tapauksessa myös sirkusravintolaa. 10 % alennetun verokannan piiriin kuuluvat sisäänpääsymaksut kulttuuri-, viihde- ja urheilutilaisuuksiin, esimerkiksi teatteriin, sirkukseen, elokuvanäytöksiin, näyttelyihin sekä huvipuistoihin, eläintarhoihin ja museoihin (Vero.fi s.a.). Yleinen verokanta nousi 1.9.2024 puolitoista prosenttia; 24 prosentista 25,5 prosenttiin.

Tämän kaltaiset muutokset koskevat kaikkia yrittäjiä, tässä tapauksessa etenkin kulttuuri-, ja viihdetoimijoita.

Päätelmänä siis, markkinoiden tutkimisessa ja kilpailijoiden kartoittamisessa PESTEL-analyysi on tehokas, koska se käsittää lähes kaikki tärkeimmät yrityksen ulkopuoliset tekijät, joiden avulla yritys saa kokonaiskuvan omasta toimintaympäristöstään. Huomioiden kuitenkin edellä mainitut rajallisuudet PESTEL:in suhteen. Toissijaisessa markkinatutkimuksessa, jossa hyödynnetään olemassa olevaa tietoa, esimerkiksi kartoitetaan ja tutkitaan kilpailijoita. Yhdistämällä PESTEL-malli markkinatutkimuksen tueksi, saadaan kokonaisvaltaisempi kuva toimialan markkinasta. Netissä olevissa lähteissä on jonkin verran eroavaisuuksia kohtien sisällöllisistä tekijöistä, mutta pääpiirteittäin ne pysyvät samoissa jalan jäljissä.



Kuva 5. PESTEL-analyysin malli mukailten Pestleanalysis.com mallia.

## 4 Ravintolan ja sirkuksen yhdistäminen

Kansainvälisesti sirkus on nykyään arvostetussa asemassa taiteenalana. Maailmalla osataan hyödyntää sirkuksen moninaisuutta myös ravintolamaailmassa. Elämyksellisiä sirkusteemaisia ruokailukokemuksia tarjoavat Yhdysvalloissa esimerkiksi Teatro ZinZanni, Circus Circus Buffet ja Le Cirque.

Sirkus voi näyttäytyä ravintoloissa monin eri tavoin. Rakennuksen arkkitehtuurista lähtien sirkus voi olla näkyvä osa kokonaisuutta. Alun perin sirkuskäyttöön rakennettuja rakennuksia Euroopassa ovat esimerkiksi Royal Theatre Carré Amsterdamissa ja Circustheater Den Haag Alankomaissa. Kööpenhaminassa vanha sirkusrakennus on muokattu ravintolakäyttöön. Paikan nimi on Wallmans Copenhagen. Wallmans on vuodesta 2003 asti järjestänyt illallisia, jossa nähdään mitä mielenkiintoisimpia esityksiä. (Divac, Krklješ & Milošević 2022, 17.) Wallmansissa neljän ruokalajin illallisen yhteydessä voi nähdä tanssia, akrobatiaa, elävää musiikkia ja erilaista viihdettä (Wallmans Copenhagen).

Ravintola Teatro ZinZannissa sirkus näkyy loistavasti. Esimerkkeinä henkilökunnan puvustus sirkustyyliin, sisustuksen arvokkuus, kulta ja värit sekä upea valaistus, joka saa esiintyjien ja miljöön parhaat puolet esille.

Sirkus voisi näyttäytyä myös ruoka-, -juomatuotteissa teemaan sopivan nimeämisen kautta. Myös raaka-aineina voisi käyttää perinteisiä sirkustuotteita, kuten hattaraa ja popcornia. Raaka-aineiden kanssa vain mielikuvitus on rajana, kuten sirkuksessakin. Ruoka-annoksissa värien käyttö monipuolisten raaka-aineiden avulla elävöittää kokonaisuutta. Sirkus voisi näkyä myös yksityiskohdissa, kuten ravintolassa käytetyissä astioissa, valaistuksessa ja tekstiileissä. Valaistus ja tekstiilit ovat erinomaisia keinoja mielenkiintoisen, houkuttelevan ja jopa yllätyksellisen ambienssin luomisessa. Haastattellessani J. Di Lelloa, hän mainitsi valaistuksen olleen hänen työssään tärkeässä asemassa. Di Lellon mukaan hän on uransa aikana saanut seurata teknologian kehitystä ja sitä, miten se on vaikuttanut hänen omaan työskentelyynsä sirkuksen parissa. Ravintolan ja sirkuksen yhdistämisessä tulisi ottaa huomioon myös paikan atmosfääri ja sisustus. Tarkkaan harkittu sisustus paikan teeman tai konseptin mukaisesti on itselleni jättänyt sellaisista ravintoloista vakuuttavan mielikuvan, jossa asiaan on huolellisesti paneuduttu ja konsepti on ajatuksella kiedottu kaikkeen asiakkaan nähtävillä olevaan.

Jenny Di Lello kertoi, että ei hän ei ole koskaan ollut ravintolassa, jossa olisi sirkusnäytöksiä. Kuitenkin hän kertoi, että on vierailut sirkustaidetta sisältävissä illallisjuhlissa. Di Lello kertoi työskennelleensä "gala-showssa" Ranskassa, jossa tarjottiin ruokaa pöytiin. Hänen mukaansa esiintyminen

siellä ei ollut paras mahdollinen kokemus. Ihmiset eivät keskittyneet ruokailunsa äärestä esitykseen ja pitivät esitystä lähinnä "taustameluna", Di Lello toteaa. Ideana hän pitää esityksiä tarjoavaa sirkusravintolaa hyvänä, painottaen kuitenkin toteutuksen laadukkuutta. (Di Lello 24.10.2024).

Laadukkaat annokset luovat perustan, mutta mieleenpainuva ravintolaelämys rakentuu myös palvelusta, esillepanosta, hintatasosta ja kokonaisuuden luomista mielikuvista. Ravintolat pyrkivät luomaan erityisiä kokemuksia, mutta elämyshakuisessa ympäristössä näistä kokemuksista tulee entistä ainutlaatuisempia. Myös tarinat ruoan alkuperästä ja ravintolakonseptin taustasta saavat uudenlaista painoarvoa. Ravintoloiden välinen kilpailu kiristyy ja asiakkaiden houkuttelemiseksi korostuvat nyt erityisesti erottuvat ja kokemukselliset tekijät. Tulevaisuuden elämyshakuisuus näkyy uusina mahdollisuuksina irrottautua arjesta, kuten esimerkiksi Helsingissä jo toteutettu elokuvateatterin ja ravintolan yhdistelmä. Lisäksi pelkästään asiakkaiden yksilöllinen huomiointi ja odottamattomien elämysten tarjoaminen voivat tehdä konseptista sosiaalisen median huomion keräävän ilmiön. (Kespro 2018.)

#### **4.1 Sirkusravintolat maailmalla**

Jo aikaisemmin mainittu Teatro ZinZanni tarjoaa asiakkailleen interaktiivisia elämyskokonaisuuksia, joissa asiakkaat ovat osana esityksiä. Teatro ZinZannin miljöö on mitä kiehtovinta, sillä antiikkinen perinteisen sirkuksen ympäristöä edustava "Spiegeltent" on pystytetty Chicagon Cambria hotellin neljänteentoista kerrokseen. Teatro ZinZannilla on Chicagossa, San Franciscossa ja Seattlessa ravintolat. Vuonna 2024 yritys on ollut toiminnassa jo yli 25 vuotta. Elämyksellisyyttä ZinZannista ei puutu, sillä asiakas saa nauttia usean ruokalajin illallisen maailmanluokan sirkustaiteilijoiden keskellä upeassa sirkusmiljöössä Chicagon parhaimmalla sijainnilla. ZinZannin ruokalista koostuu pääosin erilaisista kala-, kana-, ja liha-annoksista, sekä salaateista. Annosten nimeämisessä on hyödynnetty sirkusteemaa jonkin verran, esimerkiksi jälkiruokana on "Bibbidi-bobbidi-boo" vaniljakakku granaattimena couliksen ja kurpitsa kreemin kera. Muut annokset ovat nimetty klassisesti itse ruokien mukaan. (Teatro ZinZanni.)

Circus Circus Buffet kuuluu Circus Circus -hotelliin, - ja kasinokompleksiin. Buffetissa paikan sisustus huokuu sirkusteemaa ja asiakkaat pääsevät sirkusmaiseen tunnelmaan vilkkaassa Las Vegasin sydämessä. Kuvat 6. ja 7. ovat otettu Las Vegasista hotellin miljööstä.



Kuva 6. Circus Circus Hotel & Casino Las Vegas 2024.

Kuvassa 6. näkyy Circus Circus hotellin sisältä interiööriä ja sisustuksessa käytettyä värimaailmaa. Värimaailma on hauska ja luokseen kutsuva. Las Vegasin upeassa Circus Circus kompleksissa on Big Top Eats- buffetin lisäksi useita ravintoloita, kuten The Steakhouse pihviravintola, Blue Iguana meksikolainen ravintola, pizzeria, Quick Eats ja erilaisia anniskeluravintoloita.

Kuvassa 7. näkyy paikan kyltti, jossa mainostetaan ilmaisia sirkusesityksiä ja teemapuistoa. Circus Circus on maailman suurin rakennettu sirkus, missä nähdään kansainvälisiä sirkusartisteja muun muassa Argentiinasta, Persiasta ja Venäjältä. Sirkusesityksiä on laaja kirjo, kuten ilma-akrobatiaa silkeillä ja trapetsilla, jongleerausta, klovneja ja näyttäviä tasapainottelu numeroita. (Circus Circus Las Vegas.)



Kuva 7. Circus Circus Hotel & Casino kyltti 2024.

Le Cirque sijaitsee Las Vegasissa, Bellagio-hotellin yhteydessä. Le Cirque on yhden tähden Michelin ravintola, joka on saanut Forbes Five Star- ja AAA Five Diamond- arvostelut. Le Cirque on keittiöltänsä ranskalainen ja annoksissa yhdistellään eri maiden vaikutteita ranskalaiseen tyyliin. Le Cirquen perustaja, italialainen Sirio Maccioni, oli kovan luokan ravintoloitsija, joka kestiti New Yorkin Le Cirquessa muiden julkimoiden lomassa muun muassa presidentti Reagania ja hänen vaimoaan Nancy Reagania. (Sciaretta 2020.)

Sirkusteemaisia ravintoloita löytyy myös Euroopasta. Ruotsin Tukholmassa Cirkus nimen alla toimiva ravintolakonsepti tarjoaa asiakaskunnalleen elämyksellisyyttä bistromaisella tyyllillään sirkusteeman parissa. Cirkuksen näyttämöllä on vaihtuvia esityksiä, sirkuksen lomassa muiltakin taiteenaloilta (Cirkus Stockholm).

## 4.2 Sirkusteema Suomen ravintolamaailmassa

Suomessa sirkusteemaista á la carte- ravintolaa, jossa olisi pääosin sirkustaidetta illastamisen yhteydessä ei vielä (2024) ole kiinteällä sijainnilla. Suomessa sirkusteemalla toimiva ravintola Pincho Nation "The Dining Circus" hurmaa asiakkaansa lumoavalla sirkustyylisellä sisustuksella ja teemaan sopivilla henkilökunnan asukokonaisuuksilla. Pincho Nation on panostanut konseptin kokonaisuuteen ja ruokatuotteiden laatuun. Ravintolan aloittaessa vuonna 2012 ruokalista koostui lähinnä klassisista tapastyyllisistä pintxoista. Sittemmin ravintola on laajentanut ruokalistaansa yhdistellen makuja maailmalta. (Pincho Nation.) Pincho Nation on franchise- yritys ja ravintoloita löytyy ainakin Suomesta, Ruotsista ja Tanskasta.

Pop up- ravintolailtoja on järjestetty esimerkiksi Kulttuurikeskus Holkenissa, Inkoossa, useana vuonna. Holken tarjoaa sirkusteemaisessa miljöössä myös sesonkiluontoisesti majoitusta kesäisin esimerkiksi vanhoissa sirkus vankkureissa, joista on loihdittu majoituskäyttöön sopivia. Olen itse käynyt Holkenissa paikan päällä ja saanut majoituskokemuksen jännittävissä sirkuksen värityksessä ympäristössä. Holkenissa erilaisia esittävän taiteen iltamia on järjestänyt Pekka ja Maria Von Cräutlein, jotka ovat Holkenin perustajia. Taiteilija nimeltään Professori Bluffo, Pekka Von Cräutlein on monipuolinen taiteilija; muusikko, laulaja, klovnit ja taikuri.

"Säännöllinen nyky sirkuksen esitystoiminta Suomessa on keskittynyt pääkaupunkiseudulle, mutta esityksiä nähdään jonkin verran myös suurimpien kaupunkien teatterien ja kulttuuritalojen ohjelmistoissa." (Sirkuksen Tiedotuskeskus.) Kannattavuuden nimissä voisi siis sirkusravintolan perustamista ajatella pääkaupunkiseudulle, koska Helsingin seudulla voisi riittää asiakkaita. Ottaen huomioon Helsingissä olevat sirkusalan toimijat, jo aikaisemmin mainitut Cirko ja Circus Helsinki, voisi esityskokonaisuuksien toteuttamiseksi kokeilla yhteistyötä näiden organisaatioiden kanssa. Myös muita yhteistyö mahdollisuuksia voisi olla myös muiden toimijoiden, kuten kiertävien sirkusien kanssa, sekä yksittäisten esiintyjien kanssa.

Kilpailijoina Suomen markkinoilla toimivat erilaiset Show & Dinner- illalliset ja muut samankaltaiset toteutukset, kuten Dance & Dinner, jossa illallisen jälkeen on tanssiesitys. Kilpailijoilla ei ole suoraan samaa teemaa ravintolakonseptissa, mutta erilaisia esittävän taiteen muotoja on hyödynnetty illallisen yhteydessä. Asiakaskunta olisi siis mitä suurimmalla todennäköisyydellä samaa, kuin sirkustaiteiden tähdittämällä teemaravintolalla. Ravintola Traba järjestää Dance & Dinner- illallisia, jossa yhdistyy esitys ja ruokailu (Traba s.a.).

## 5 Prosessin kuvaus

Tavoitteena oli tutkia sirkuksen maailmaa erilaisten lähteiden kautta ja sitä kautta rikastaa ideaa ravintolan ja sirkuksen yhdistämisestä tavalla, jota Suomessa ei ole vielä laajassa mittakaavassa tehty vuonna 2024. Visiona tutkimuksen takana oli sirkusteemainen ravintola, jossa olisi laadukkaan illallisen yhteydessä maailmanluokan sirkusesityksiä. Haaveena oli alkuperin tehdä liiketoimintasuunnitelma sirkusteemaiselle ravintolalle, mutta aikataulullisista syistä opinnäytetyön aihe muuttui markkinatutkimukseksi. Markkinatutkimuksen tarkoitus on myös toimia mahdollisen tulevan liiketoimintasuunnitelman tukena.

Markkinatutkimuksen kysymykset hahmoteltiin ja kirjoitettiin ensin Microsoft Word:iin, mistä ne siirrettiin Google Forms- ohjelmaan. Lopullinen tutkimuskysely muodostui Google Forms:issa monivalintakysymyksiä sisältäväksi kyselyksi. Google Forms:ia käytettiin kyselyn tekemiseen, koska ohjelma on helppokäyttöinen, selkeä ja mahdollistaa kyselyn nopean muokkaamisen. Google Forms:iin vastauksista muodostuneet valmiit diagrammit nopeuttivat tuotoksen tekemistä ja vastausten analysointia, sillä diagrammit havainnollistivat vastauksia selkeästi prosentuaalisina osuuksina.

Ennen kysymyksiä muodostamista tarvittiin tarpeeksi kattava näkökulma tutkimuksen tulevasta sisällöstä, eli mitä haluttiin tietää ja miksi. Näihin kysymyksiin vastasivat tietoperustaan valitut analyysimallit; Porterin viiden voiman malli, PESTEL- ja SWOT- analyysi. Tietoperustassa käsitellyt analyysimallit edesauttoivat tärkeiden asioiden hahmottamista tutkimuskyselyä tehdessä. Tiedonkeruun tarkoituksena markkinatutkimuksen kannalta oli kartoittaa potentiaalista asiakassegmenttiä sirkusteemaiselle ravintolalle Suomessa, sekä ottaa selvää onko kyseiselle teemaravintolalle kysyntää Suomen ravintolamarkkinoilla. Löytyisikö teemaravintolalle kysyntää esimerkiksi pääkaupunkiseudulla tai muissa Suomen isoissa kaupunkikeskittymissä. Kyselyssä kartoitettiin paikkakuntaa, mikä kiinnostaisi sijaintina eniten ravintolaa ajatellen. Sijainnilla on myös iso merkitys asiakaskunnan suhteen, sillä väestörakenne on erilainen eri kaupungeissa ja vaihtelua väestön keskuudessa sosioekonomisessa asemassa on myös kaupunkien välillä. Ammatti ja asuinpaikkakunta vaikuttavat henkilön käyttäytymiseen, työolosuhteisiin ja toimeentuloon (THL 2024). Nämä edellä mainitut tekijät taas vaikuttavat kulutustottumuksiin

Tutkimuskysymysten laatiminen alkoi potentiaalisten asiakasprofiilien iän hahmottamisesta. Minkä ikäisiä kyseinen sirkusravintolakonsepti voisi kiinnostaa. Ikä on tärkeä tekijä markkinointistrategiassa, sillä ikä aiheuttaa merkittäviä eroja kuluttajien valinnoissa sekä heidän kulutustottumuksiinsa ja -malleissaan (Rani 2014, 52–61). PESTEL-analyysin mallia hyödynnettiin tässä

kysymyksessä sosiaalisen osa-alueen kannalta, sillä demografiset tiedot, kuten ikä tyypillisesti vaikuttaa kuluttajavalintoihin (Makos 2022).

Ravintolan tyyppiä selkeyttämään kysyttiin missä ihmiset käyvät mieluiten viihtymässä. Kysymyksellä haluttiin selvittää kiinnostaisiko ihmisiä tässä kontekstissa enemmän pieni purtava juotavan kanssa, pelkät juomat, kuten cocktailit vai kokonainen illallinen rennolla tunnelmalla tai arvokkaalla fine dining- tyyllillä. Vastauksien tarkoitus oli antaa osviittaa sille, minkä tyyppistä ravintolaa voisi lähteä luomaan. Tämän kysymyksen muodostumiseen vaikuttivat myös PESTEL:in sosiaaliset tekijät, kuten elämäntyyli ja kulutustottumusten kartoittaminen.

Sirkusteemaisen ravintolan idea alkuperin tässä opinnäytetyössä oli painottua illallisravintolaksi. Siksi yhtenä kysymyksenä oli kartoittaa, minkälaisessa illallisravintolassa mieluiten kävisi asiakkaana. Tutkimuskyselyssä haluttiin myös selvittää, minkä tyyppisestä taiteesta ihmiset olisivat kiinnostuneet illallisen yhteydessä. Tämän kysymyksen tarkoituksena oli hahmottaa kiinnostaisiko asiakkaita enemmän esittävä taide vai osallistava taide. Osallistavalla taiteella tässä yhteydessä tarkoitetaan, että yleisön jäsenet osallistuisivat jollain tapaa esitykseen. Tutkimuksessa haluttiin kerätä tietoa myös siitä, minkä tyyppiset ruokatuotteet kiinnostaisivat, mikä voisi ensimmäisen illallisen jälkeen tuoda asiakkaan takaisin ravintolaan ja olisiko ylipäätään kiinnostusta kokeilla sirkusteemaista esityksiä tarjoavaa ravintolaa? Sijainnin suhteen kyselyssä kartoitettiin, missä kaupungissa olisi tutkimuksen ravintolakonseptille eniten kysyntää. Vapaiden vastausten mahdollisuus kyselyn lopussa antoi vastaajille tilaisuuden kertoa kyselyn aikana heränneitä ajatuksia, kommentteja ja ideoita.

Koin, että halusin myös asiantuntijoita keskustelemaan kanssani ja laajentamaan omaa ymmärrystä sirkuksesta. Päätin siis kysyä J. Di Lelloa haastateltavaksi ja siten myös hyödyntää omaa verkostoa asian tiimoilta. Halusin haastatella Di lelloa sen takia, koska tiesin hänen tehneen pitkään sirkuksen parissa uraansa taiteilijana. Ajattelin, että jos joku osaa kertoa arvokasta tietoa kansainvälisellä työhistorialla sirkuksen parissa vuosikymmenien kokemuksella, se olisi hän.

Keskustelin asiantuntijahaastattelun ulkopuolella myös muiden sirkusmaailman ihmisten kanssa ja sain hyviä näkökulmia yleisesti sirkuksesta, sirkuskulttuurista ja mitä kaikkea kannattaisi ottaa huomioon, jos oikeasti ravintolaa sirkusesityksineen lähtisi perustamaan. Asioita, joita tuli esille asiantuntijahaastattelun kautta ja tutkimuskyselyn yhteydessä vapaan kommenttikentän kautta liittyivät käytännön toteutukseen. Merkittäviä nostoja olivat esimerkiksi ruoan tarjoiluun ja esitysten ajoitukseen liittyvät kysymykset toteutuksessa ja kokonaisuuden kronologinen järjestys sekä ravintolan paikan rakenteiden sopivuus käyttötarkoitukseen. Paikan rakenteista siis sen verran, että tulisi ottaa huomioon, vaikka ilma-akrobatianumeroissa kattokiinnitykset ja rakennuksen rakenteiden

kestävyys ja sopivuus tämänlaiseen toimintaan. Nämä olivat hyviä kannanottoja ja huomioita myöhempiä puita varten ravintolan perustamisessa.

Syvällisempi markkinatutkimus olisi vaatinut suuremmat ajalliset resurssit. Tässä tutkimuksessa otos ja siten vastaukset jäivät jokseenkin suppeiksi, koska ajallisten resurssien rajallisuuden vuoksi suuremman otoksen saaminen oli haastavaa. Tutkimuksen tulosta voidaan pitää tilastollisesti merkittävänä, jos vastaajia on vähintään kolmesataa (Vuorela 2024, 75). Tutkimuskyselyyn vastasi 63 henkilöä neljän päivän aikana 11.11-14.11.2024. Kysely julkaistiin Facebookissa ja Instagramissa ja se jaettiin myös kirjoittajan omalle lähipiirille. Saatesanoina Facebookissa tutkimuskyselylle oli, että tutkimus tehdään Haaga-Helian opinnäytetyönä ja tutkimuksen avulla halutaan kartoittaa ihmisten mielenkiintoa sirkusravintolaa kohtaan. Instagramissa saatteena oli kannustus vastata markkinatutkimuskyselyyn, ja linkin avatessa itse kyselyssä saatesanoina kerrottiin mistä tutkimuksessa on kysymys.

## 6 Pohdinta ja lopputulos

Lähdeaineistoa tutkiessani ja sirkusammattilaisten kanssa keskustelemisen jälkeen oma käsitys sirkuksen maailmasta ja sen historiasta laajeni. Asiantuntijahaastattelu J. Di Lellon kanssa antoi myös uusia näkökulmia asioihin, sekä kokeneen ammattilaisen tulokulman kokonaisuuksiin, joita ei ehkä olisi tullut vaadittavalla pieteetillä huomioitua, kuten ruokailujen ja esitysten oikeanlainen ajoittaminen. Lisäksi ammattilaisen haastattelu muistutti, että suuret menestystarinat usein alkavat kirkkaan vision omaavasta pienestä porukasta, joka uskoo tekemiseensä, kuten Cirque du Soleil.

Opinnäytetyön alussa lähdeaineiston hakeminen ja sirkusmaailman tutkiminen oli olennaisessa osassa. Lähdeaineistoksi löytyi kotimaisia ja ulkomaisia kirjoja, ajankohtaisia lehtiartikkeleita ja verkkojulkaisuja. E-kirjoja löytyi Haaga-Helian Finnasta ja verkkojulkaisuja internetistä hakemalla suomeksi ja englanniksi. Kirjoja etsin ja lainasin Tampereen kirjastosta ja Vihdin pääkirjastosta. Sirkuksesta löytyi laadukkaita suomenkielisiä teoksia, kuten Emma Vainion Sirkus Nyt - kirja ja Tomi Purovaaran Ihmeen Väkeä! - kirja. Molemmat kirjat antoivat kattavaa näkemystä ja katsantoa sirkuksen maailmaan ja historian käännteisiin Suomessa, kuin myös ulkomailla. Suomenkielisen luotettavan ja laadukkaan lähdeaineiston kerääminen sirkuksesta ja sen historiasta tukeutui vahvasti näihin edellä mainittuihin kirjoihin. Muu lähdeaineisto pohjautui pitkälti englanninkielisiin kirjoihin ja julkaisuihin.

Tietoperustaa tutkiessa hahmottui tarkempi kuva Suomen sirkuskulttuurista, sirkuksen kansainvälisyydestä ja etenkin sen laajuudesta. Opin sirkuksen maailmasta paljon lisää ja tietoperustan kirjoittamisessa heräsi uusia kysymyksiä sirkukseen liittyen, joita ei tässä opinnäytetyössä ollut tarpeellista kuitenkaan käsitellä. Markkinatutkimuksen tekeminen itsessään oli mielenkiintoista. Tutkimuksen olisi voinut toteuttaa aikataulullisesti johdonmukaisemmin, jolloin useat tutkimuskyselyn testaukset olisivat olleet mahdollisia. Testausten avulla olisi voinut mahdollisesti kehittää tutkimuskyselyn kysymyksiä kattavammiksi ja analyysimalleja olisi voinut hyödyntää vielä syvällisemmin tutkimuksen tukena.

Asiantuntijahaastattelun vastauksista on hyödynnetty vain niitä, jotka koettiin relevanteiksi ja hyödyllisiksi opinnäytetyön tietoperustassa. Kysymykset pyrittiin muodostamaan siten, että vastauksien sisältö tuottaisi lisäarvoa opinnäytetyössä esitettyihin näkemyksiin ja antaisi myös asiantuntevaa pitkään kokemukseen pohjautuvaa näköalaa sirkuksesta taiteenalana.

Pohdin työharjoitteluni aikana Sirkus Tähdessä, miten kiertävä sirkusravintolakonsepti toimisi sirkuskiertueen yhteydessä, esimerkiksi food truck- tyyliin. Kartoitukseni mukaan aloittavan yrittäjän investoinnit olisivat omasta näkökulmasta todella suuret. Alkuinvestointeina ravintolatasoinen ja

hygieniasäädökset täyttävä kuorma-auto keittiövaunuineen, sekä osaava henkilökunta, jonka tarvitsee sitoutua asumaan ja liikkumaan kiertueen mukana yli kuusi kuukautta. Lisäksi sirkusesityksien aikaikkuna on rajallinen, ja sirkuksessa herkut ovat tyypillisesti rajattu helppoihin ja nopeisiin vaihtoehtoihin, jotta esityskokonaisuus pysyy järkevässä aikataulussa. Johtopäätöksenä liikkuva ravintolavaunu sirkuskiertueen mukana ei ollut Suomen mittakaavalla kannattavin vaihtoehto.

Tähän johtopäätökseen tulin myös analysoituani ajankohtaisia lehtiartikkeleita. Ajatellen myös koko sirkusravintolan perustamista sain hyvää näkökulmaa ja ajatuksia Suomen yrittäjien Yrittäjä-lehdestä. Pauli Reinikainen kirjoittaa Yrittäjä-lehdessä, että pk-yritysten lainarahoituksia on kiristetty. Suomen Yrittäjien pk-yritysbarometrin mukaan 43 % pk-yrityksistä, mitkä olisivat tarvinneet rahoitusta, eivät ole saaneet tai hakeneet sitä. Suomen Yrittäjien ekonomistin, Petri Malisen mukaan, taloudellisen tilanteen heikkeneminen on vaikuttanut negatiivisesti yritysten rahoituskelpoisuuteen. Malisen mukaan on mahdollista, että tuleva EU-lainsäädäntö voi vaikeuttaa pk-yritysten rahoitusten saamista Suomessa entistä enemmän. (Reinikainen 2/24. S.10–12.)

Samassa Yrittäjä-lehdessä Eeva Pesonen kirjoittaa Markku Vierulan bisneskirjasta, jossa Vierula painottaa yrittäjyydessä erilaistamista. Vierulan viesti on, että yrittäjä alkaisi tekemään jotain uutta, joka erottaa yrityksen muista saman toimialan yrityksistä. Yrittäjät ajattelevat monesti tuotanto-, tuote- ja segmenttilähtöisesti. Markkinalähtöisessä ajattelussa pyritään löytämään ja luomaan jotain, jota asiakkaat eivät edes tiedä vielä tarvitsevansa. Vain noin 1–3 % yrityksistä omaa kilpailuedun, Vierula toteaa kirjassaan. (Pesonen 2/24. S.14.)

Yrittäjä-lehden artikkelit pohjaavat markkinalähtöistä näkökulmaa ja uusien potentiaalisten asiakkaiden tarpeita punniten. Yrityksessä tulisi siis ajatella mitä asiakkaat haluavat, ja mitä he eivät tiedä vielä haluavansa. Ei niinkään verraten, ketkä ovat suurimmat kilpailijat, vaan miten saadaan luotua jotakin uutta, jolloin kilpailijoilla ei ole isoa painoarvoa omassa markkinassa. Tämänlainen asiakas- ja markkinalähtöinen ajattelu toimii aikaisemmin mainitun sinisen meren strategian kanssa samankaltaisesti. Strategisesti ajatellen mitä uutta yritys voi tehdä ja miten, jotta yritys saisi uuden tai laajemman asiakaskunnan ja sitä kautta löytäisi kilpailuetunsa ja purjehtisi siniselle merelle.

Hyödynsin sirkuksen tietoperustaa tuotoksessa laatimalla tutkimuskysymyksiä tietoperustassa esitettyjen asioiden pohjalta, kuten minkälaista taidetta sirkusravintolassa voisi olla perustuen siihen, mitä taidetta perinteisessä- sekä nykysirkuksessa voi nähdä. Markkinatutkimuksen tietoperustaa, kuten SWOT-analyysin osia hyödynsin tuotoksen tutkimuskysymyksissä, ajatellen mitkä olisivat sirkusravintolassa suoranaisia vahvuuksia. Vahvuuksia voi olla esimerkiksi helposti markkinoitavat tuotteet ja palvelut, asiakasuskollisuus ja tuoteinnovaatiot (Holvi s.a.). Tässä kontekstissa sirkustaitteen tähdittämät illalliset voisivat mahdollisuuksien mukaan olla helposti markkinoitavissa.

Sirkusravintolan markkinatutkimusta voisi jatkaa vielä syvällisemmin ja laajemmin esimerkiksi sirkusteemaisen ravintolan liiketoimintasuunnitelman tekemisen jälkeen, jolloin kokonaisuus ja konsepti olisi kirkas ja selkeä liiketoiminnan ja toimintaympäristön suhteen. SWOT- ja PESTEL-analyysit sekä Porterin viittä voimaa voisi hyödyntää myös siinä. Liiketoimintasuunnitelman tekemisen yhteydessä voisi herätä uusia kysymyksiä markkinaan liittyen, joista voisi muodostaa uusia liiketoiminnan kannalta relevantteja markkinatutkimuskysymyksiä. Tässä opinnäytetyössä markkinatutkimus on lähinnä suuntaa antava kyseisen ravintolakonseptin markkinasta.

Tutkimustulosten perusteella Suomessa voisi olla kysyntää ja asiakaskuntaa sirkusteemaiselle ravintolalle, jossa järjestettäisiin sirkusesityksiä illallisen yhteydessä. Tutkimuskyselyyn vastanneista 72,6 % osoittivat olevan kiinnostuneita esittävästä taiteesta illallisen yhteydessä ja 98,4 % vastajista olivat valmiita kokeilemaan esityksien tähdittämää sirkusteemaista ravintolaa.

Kauas kantoisemmin ajatellen, konseptin toteutus täytyisi suunnitella hyvin huolellisesti, jotta ravintola ei olisi vain hetken aikainen ”buumi.” Ravintolan ideaa voisi kokeilla pop-up versiona, joka voisi auttaa pysyvän ravintolamuodon vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkien kartoittamisessa. Lopputuloksena tuotosta voidaan käyttää suuntaa antavana pohjana palvelukokemusten suunnittelussa sirkusteemaisessa ravintolassa. Tästä olisi siis tulosten pohjalta hyvä lähteä jatkamaan syvällisempää tutkimusta markkinasta.

Mikä voisi olla markkinatutkimuksen jälkeen seuraava askel sirkusteemaiselle ravintolalle? Kuten edellä jo sivuttiin, liiketoimintasuunnitelman tekeminen, konseptin tarkka suunnittelu ja rajaaminen, sekä kokonaisuuden suunnittelu yksityiskohdista suurempiin linjoihin ja mahdollisten yhteistyökumppaneiden ja kilpailijoiden tarkka kartoitus olisivat seuraavia askelia. Rahoituksen saaminen toiminnan investointeihin ja aloittamiseksi olisi myös yksi tärkeä askel alkuun. Myös paikkakunnan valitseminen liiketoiminnalle olisi seuraavia askelia. Markkinatutkimuksen tuloksia voisi hyödyntää esimerkiksi markkinoinnin suhteen, kun tiedetään suuntaa antavasti suurimpien potentiaalisten segmenttien ikäluokat. Jatkoa ajatellen PESTEL:in hyödyntäminen syvällisemmässä markkinatutkimuksessa olisi hyödyllistä, sillä yhteiskunnassa, teknologiassa, laeissa, säädöksissä ja taloustilanteessa muutoksia tapahtuu jatkuvasti. Suhdanteiden vaikutus ja ajan ilmiöiden sekä poliittisten päätösten ja taloustilanteen seuraaminen ovat oleellisessa suhteessa suunnitteluun. Myös asiakaskunnan demografisten tekijöiden selvitys laajemmassa mittakaavassa hyödyttäisi tulevaa ravintolaa markkinoinnin kohdentamisessa ja markkinointistrategiassa. Porterin viiden voiman malli astuisi siinä kohdassa tärkeään asemaan, kun liiketoimintaa aletaan perustamaan. Tässä markkinatutkimuksessa Porterin malli toimi lähinnä liiketoiminnan kilpailukyvyyn osa-alueita hahmottavana ja informatiivisena tekijänä.

Markkina-analyysia ja liiketoimintaa suunnitellessa erilaiset mallit, kuten tässä opinnäytetyössä käytetyt analyysimallit, antavat hyvät mahdollisuudet markkinoiden tutkimiseen ja kartoittamiseen. Tietoperustan kirjoittaminen ja lähdeaineistojen tutkiminen kehitti omaa ajattelua liiketoimintaan liittyvistä asioista ja syvensi omaa mielenkiintoa kyseisen ravintolakonseptin luomiseen. Idea on Suomessa uudenlainen ja melko erikoinen, joten henkilökohtaisesti kannustava löytö lähdemateriaalina oli Yrittäjä-lehdessä referoitu Markku Vierulan bisneskirja ”Löydä kilpailuetusi”, mikä tarjosi kannustavia ja uskaliaita ajatuksia, kuten löydä erilaistava tekijä ja usko omaan juttuusi (Yrittäjä-lehti 2/24. S.14).

## Lähteet

---

- Aug, P. 2021. "Freak shows": P.T. Barnum and the Circus of Exploitation. Historic Mysteries. Luettavissa ["Freak Shows": P T Barnum and the Circus of Exploitation - Historic Mysteries](#) Luettu 8.11.2024.
- Beattie, A. 2022. The Pitfalls of Porter's Five Forces. Investopedia. Luettavissa [The Drawbacks of Porter's Five Forces](#) Luettu 27.10.2024.
- Bigelow, S.J., Pratt, M.K., Tucci, L. s.a. SWOT analysis (strenghts, weaknesses, oppotunities and threats analysis) TechTarget. Luettavissa [What Is a SWOT Analysis? Definition, Examples and How To | TechTarget](#) Luettu 27.10.2024.
- Cameron, S. 2019. About Theme Restaurants. Bizfluent. Luettavissa [About Theme Restaurants | Bizfluent](#) Luettu 9.11.2024.
- Cirkus Stockholm. S.a. Luettavissa [Meeting and Events - Cirkus](#) Luettu 6.9.2024.
- Cirque du Soleil. S.a. Luettavissa [MENU - Teatro ZinZanni - Chicago](#) Luettu 13.11.2024.
- Cirko. S.a. Cirkosta. Cirko.fi Luettavissa [Cirkosta | Cirko](#) Luettu 9.11.2024.
- Cirko. S.a. Mitä on Suomalainen Sirkus? Luettavissa [Mitä on suomalainen sirkus • Sirkuksen Tiedotuskeskus](#) Luettu 9.11.2024.
- Circus Circus Las Vegas. Luettavissa [Free Circus Acts at Circus Circus Las Vegas | Circus Circus Hotel & Casino Las Vegas](#) Luettu 15.11.2024.
- Danao, M. 2024. Porters Flve Forces: Definiton & How to Use the Model. Luettavissa [Porter's Five Forces: Definition & How To Use The Model – Forbes Advisor](#) Luettu 27.10.2024.
- Divac, M., Krklješ, M. & Milošević, S. 2022. Circus is a Performance but it is also a building—memory of circus buildings in Europe. City Territory and Architecture. Luettavissa [\(PDF\) Circus is a performance but it is also a building—memory of circus buildings in Europe](#) Luettu 21.9.2024.
- Di Lello, J. 24.10.2024. Artisti. Sirkus Tähti. Asiantuntijahaastattelu. Helsinki.
- DeFilippo, L. 2019. A Look Back at the History of Contemporary Circus. Fringearts. Luettavissa [A Look Back at the History of Contemporary Circus – FringeArts](#) Luettu 8.11.2024.
- Denault, J.F. Kesäkuu 2020. Overview of Market Research. HSTalks. Video. Katsottavissa [Overview of market research | HSTalks](#) Katsottu 27.10.2024.
- Dovetail Editorian Team. 2024. Market Research Trend Analysis: A step-by-step Guide. Dovetail. Luettavissa [How To Do a Market Research Trend Analysis](#) Luettu 6.9.2024.
- Dean, E. 2022. Market Research is the Foundation for Experience Transformation in 2022. Qualtrics XM. [DesignXM\\_210812\\_2022\\_Market\\_Research\\_Trends\\_Report\\_V6.pdf](#)
- Dunne, K. s.a. SWOT Analysis. MindTools. Luettavissa [SWOT Analysis With SWOT Templates and Examples !](#) Luettu 6.9.2024.

- Garcia, C. 2024. Porter's Five Forces Analysis: Drawbacks and Limitations. Konsyse. Luettavissa [Porter's Five Forces Analysis: Drawbacks and Limitations — Konsyse](#) Luettu 27.10.2024.
- Gratton, P. 2024. Porter's Five Forces Explained and How to Use the Model. Investopedia. Luettavissa [Porter's Five Forces Explained and How to Use the Model](#) Luettu 13.11.2024.
- Hill, B. s.a. What Is the Target Market for Theme Restaurants? Chron. Luettavissa [What Is the Target Market of Theme Restaurants?](#) Luettu 9.11.2024.
- Hippisley Coxe, A. Gerry Hoh, L. Lewis Parkinson, R. Saxon, A.H. 2024. Circus. Encyclopedia Britannica. [Circus | Definition, History, Acts, & Facts | Britannica](#)
- History of Circus. 2024. History of the Circus. [History of Circus - From Ancient to First Modern Circus](#) Luettu 6.9.2024.
- Harward Business Review. Heinäkuu 2019. The Explainer: Blue Ocean Strategy. Youtube. Video. Katsottavissa [The Explainer: Blue Ocean Strategy](#) Katsottu 12.11.2024.
- Harper, D. 2024. Markkinatutkimusliiton rooli markkinatutkimuksessa. Markkinatutkimusliitto. Luettavissa [Markkinatutkimusliiton rooli markkinatutkimuksessa - Markkinatutkimusliitto](#) Luettu 9.11.2024.
- Helsingin kaupunki. 2022. Tilastotietoja Helsingistä 2023. Luettavissa [Tilastotietoja Helsingistä 2023](#) Luettu 15.11.2024.
- Holvi. S.a. Miten Teen SWOT-analyysin? Luettavissa [Miten teen SWOT-analyysin? | Holvipedia](#) Luettu 14.11.2024.
- Jain, N. 2023. What is Market Research? Definition, Types Process, Examples and Best Practices. Ideascale. Luettavissa [What is Market Research? Definition, Types, Process, Examples and Best Practices](#)
- Jurevicius, O. 2024 Strategic Management Insight. Blue Ocean Strategy. Luettavissa [Blue Ocean Strategy: The Ultimate Guide - SM Insight \(strategicmanagementinsight.com\)](#) Luettu 6.9.2024.
- Jyväskylän Yliopisto. S.a. Klovneri ja ääni-ilmaisu. [Klovneria ja ääni-ilmaisu | Jyväskylän yliopisto.](#)
- Kenton, W. 2024. How to Perform a SWOT Analysis. Investopedia. Luettavissa [How to Perform a SWOT Analysis](#) Luettu 6.9.2024.
- Kespro. 2018. Ulkonäkömisen tulevaisuus: elämyshakuisuus ravintolakokemuksessa. Luettavissa [Ulkona syömisen tulevaisuus: elämyshakuisuus ravintolakokemuksessa — HoReCa-tukku Kespro](#) Luettu 14.11.2024.
- Maher, K. s.a. P.T. Barnum, The Man, The, Myth, The Legend. The Barnum Museum. Luettavissa [P.T. Barnum, The Man, The Myth, The Legend - The Barnum Museum](#) Luettu 8.11.2024.
- McGivern, Y. 2009. The Practice of Market Research, 3<sup>rd</sup> edition. Pearson Education Limited. Englanti.
- Morales, J. 2023. Mitkä ovat Porterin 5 voimaa? MindOnMap. Luettavissa [Porterin viisi voimaa, jotka muokkaavat eri toimialoja \(mindonmap.com\)](#) Luettu 5.9.2024.

- Makos, J. 2022. PESTEL Framework: The 6 Factors of PESTEL Analysis. PESTLE Analysis. Luettavissa [PESTEL Framework: The 6 Factors of PESTEL Analysis](#) Luettu 5.9.2024.
- Nieminen, K. Sirkustaiteen historiaa - Tampereen Teatterimuseo. 2022.
- Peterdy, K. s.a. SWOT Analysis. Corporate Finance Institute. Luettavissa [SWOT - Definition, Examples, Process, Uses](#) Luettu 27.10.2024.
- Purovaara, T. 2008. Ihmeen väkeä! Suomalaisen sirkuksen sankaritarinoita. Sirkuksen tiedostuskeskus. Helsinki.
- Puranen, T. 2018. Markkinatutkimus – Ammattijohtaja.fi. Video. Katsottavissa [Markkinatutkimus – Ammattijohtaja.fi](#) Katsottu 14.11.2024.
- Pesonen, E. 2024. Kilpailuedun konkretisoija. Yrittäjä-lehti. Suomen Yrittäjät.
- Pincho Nation. Luettavissa [Our food || Pincho Nation](#) Luettu 12.22.2024.
- Rani, P. 2014. Factors influencing consumer behaviour. International Journal of Current Research and Academic Review. Luettavissa [Microsoft Word - IJCRAR-17.doc](#) Luettu 13.11.2024.
- Rendell, M. 2020. Who Was Philip Astley? The Father of the Modern British Circus. History Hit. Luettavissa [Who Was Philip Astley? The Father of the Modern British Circus | History Hit](#) Luettu 5.9.2024.
- Raymond, T. 2012. Different Types of Clowns. The History of Clowns and Clowning. Famous Clowns. Luettavissa [Different Types of Clowns - Famous Clowns](#) Luettu 8.11.2024.
- Reinikainen, P. 2024. "Ilmiö." Yrittäjä-lehti. Suomen Yrittäjät.
- Suomen Ravintolat. 2020. Ravintolat ja elämykset – Miten ravintolat voivat tuottaa elämyksiä. Luettavissa [Ravintolat ja elämykset – miten ravintolat voivat tuottaa elämyksiä - Suomen ravintolat](#)
- Simon, L. 2014. The Greatest Shows on Earth: A History of the Circus. Reaktion Books, Limited.
- Shepler, J. s.a. Golden Age of the Circus – The Era of Barnum & Bailey and the Ringling Brothers. Johnshepler.com. Luettavissa [Golden Age of the Circus - The Era of Barnum & Bailey and the Ringling Brothers](#) Luettu 8.11.2024
- Schwab, P.N. 2018. How to do market research? Phase 4: PESTEL and competition analysis. Into The Minds. Luettavissa [How to do market research? Phase 4: PESTEL and competition analysis](#)
- Sulkava, E. 2024. SWOT-analyysi - mikä se on ja kuinka sitä kannattaa hyödyntää? Luettavissa [SWOT-analyysi – mikä se on ja kuinka sitä kannattaa hyödyntää? - Tulos Helsinki](#) Luettu 1.11.2024
- Sutinen, V.J. 2019. Kääpiöistä kolosseihin. Into Kustannus Oy. Helsinki.
- Sciaretta, G. 2020. Sirio Macchioni, Legendary Restaurateur and Ringmaster Behind Le Cirque, Dies at 88. Wine Spectator. Luettavissa [Sirio Maccioni, Legendary Restaurateur Behind Le Cirque, Dies at 88](#)

Sirkuksen Tiedotuskeskus. s.a. Mitä On Suomalainen Sirkus. Luettavissa [Mitä on suomalainen sirkus • Sirkuksen Tiedotuskeskus \(sirkusinfo.fi\)](#) Luettu 6.10.2024

Turku AMK. S.a. Sirkus, teatteri-ilmaisun ohjaaja AMK. luettavissa [Sirkus, teatteri-ilmaisun ohjaaja AMK - Turku AMK](#) Luettu 12.11.2024.

Theodore, K. 2024. Circus Acts and What Makes Them So Interesting? Cirque du Soleil. Luettavissa [The Fascinating World of Circus Acts | Blog | Cirque du Soleil](#) Luettu 7.11.2024.

Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. 2024. Hyvinvointi ja terveyserot. Luettavissa [Hyvinvointi- ja terveyserot - THL](#) Luettu 22.11.2024.

Twin, A. 2024. How To Do Market Research, Types, and Example. Investopedia. Luettavissa [How to Do Market Research, Types, and Example](#) Luettu 21.10.2024

Teatro ZinZanni. Luettavissa [MENU - Teatro ZinZanni - Chicago](#) Luettu 12.11.2024.

Traba. S.a. Dance & Dinner. [Show & Dinner | Ravintola \(t\)raba | Helsinki](#) Luettu 17.11.2024.

Vainio, E. 2019. Sirkus Nyt. Sirkuksen Tiedotuskeskus. Helsinki.

Vuorela, K. 2024. Kadotettu Asiakas – kohti asiakaslähtöistä ajattelua. Tammi. Helsinki.

Vero.fi. s.a. Arvonlisäveroprosentit. Luettavissa [Arvonlisäveroprosentit - vero.fi](#) Luettu 24.11.2024.

Wisconsin Historical Society. S.a. Ringling Brothers: The Beginnings of the 'Greatest Show on Earth'. Luettavissa [Ringling Brothers: The Beginnings of the "Greatest Show on Earth" | Wisconsin Historical Society](#) Luettu 7.11.2024.

Wallman Copenhagen. Wallman Dinnerparty. [Wallmans Dinnerparty | Book the ultimate night out here](#)

## Liitteet

### Liite 1. Asiantuntijahaastattelun kysymykset

#### Opinnäytetyöhön laaditun asiantuntijahaastattelun kysymykset

Haastateltavana oli pitkän sirkusuran tehnyt Jenny Di Lello

- What is your history with circus? Did you study circus or theatre at some point and when did you start making performances?
- In how many circuses and countries have you worked in?
- What are the aspects in circus history that really interest you?
- Is there anything in circus history or generally in circus world that you wish people knew better? Do you feel like there are misconceptions around the circus world?
- What do you appreciate the most in Circus?
- What do you like about the most in the work/art that you do?
- Do you feel that circus as a form of art could be explored/developed more in depth in other areas/industries?
- Have you visited some type of restaurant where circus arts/acts can be seen? And was the circus permanently part of the concept?
- Do you personally feel that that type of restaurant concept would be interesting?

## Liite 2. Tutkimuskyselyn kysymykset

Markkinatutkimuksen tutkimuskysely– sirkusteemainen ravintola

Laadin Haaga-Helia amk:n opinnäytetyöksi markkinatutkimuksen sirkusteemaisesta ravintolasta. Tavoitteena on kerätä tietoa siitä, onko sirkuksen ja sirkusteemaisen ravintolakonseptin ympärillä mielenkiintoa.

Mihin ikäluokkaan kuulut?

1. 18-25
2. 25-35
3. 35-45
4. 45-55
5. 55+

Käytäkö mieluiten:

1. Rennoissa anniskeluravintoloissa, josta saa myös jotain pientä syötävää
2. Fine dining -ravintoloissa
3. Cocktailbaarissa, josta ei saa syötävää
4. "Matalan kynnyksen" À la carte - ravintola. Helposti lähestyttävä illallisravintola.
5. Jossain muussa, missä?

Menisitkö ennemmin syömään illallista

1. Elämysravintola. Tietyn teeman mukainen palvelu, annokset ja miljöö
2. Kotoisa, rauhallinen, minimalistinen ravintola
3. Ravintolaan, jossa on nopea palvelu ja helpot annokset
4. Jokin muu, mikä?

Kiinnostaisiko sinua illallisen yhteydessä:

1. Esittävä taide illastaessa/juomia nautiskellessa
2. Osallistava\* taide illastaessa (taide, jossa yleisöä voidaan osallistaa esitykseen)
3. Molemmat edellä mainituista
4. Minua ei kiinnosta taide illastaessa
5. Jokin muu, mikä?

Minkälaiset ruoka ja juomatuotteet kiinnostavat sinua?

1. Uutuudet ja erikoisuudet maailmalta
2. Helpot ja tutut klassikot
3. Olen valmis testaamaan mitä on tarjolla
4. Jokin muu, mikä?

Oletko käynyt sirkuksessa?

1. Kyllä
2. En

Olisitko valmis kokeilemaan sirkusteemaista ruoka, - tai anniskeluravintolaa, jossa esitetään sirkustaiteita, kuten esimerkiksi akrobatiaa, taikuutta tai jongleerausta?

1. Kyllä
2. En

Mikä voisi tuoda sinut takaisin ensimmäisen kerran jälkeen sirkusravintolaan?

1. Vaihtuvat esitykset ja ohjelma
2. Teemaillat/juhlat (esim. jazz-ilta, burlesque-ilta tms.)
3. Viini, - ja juomataastingit
4. Jokin muu, mikä?

Mihin kaupunkiin menisit mieluiten sirkusravintolaan?

1. Helsinki
2. Tampere
3. Turku
4. Lahti
5. Muu, mikä?

Jotain muuta mitä haluaisit teemasta kommentoida, ajatuksia, joita kysely herätti tai ideoita toiminnan kehittämiseksi?

### Liite 3. Markkinatutkimus

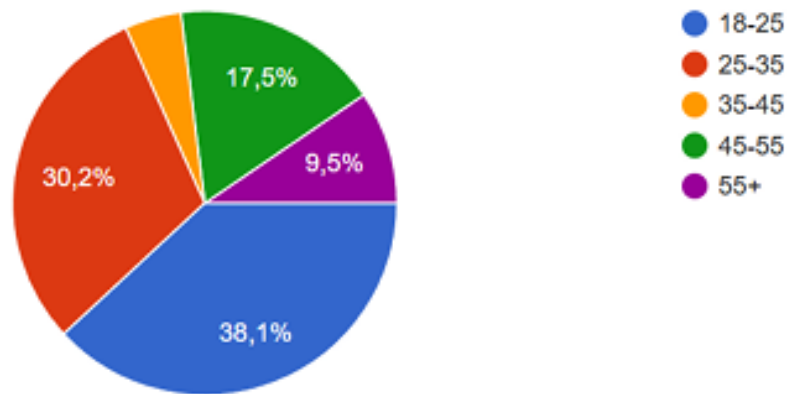
## Markkinatutkimus sirkusteemaiselle ravintolalle

Tutkimuskyselyyn vastasi 63 henkilöä. Tutkimuskysely oli avoinna 11.11.2024 - 14.11.2024.

Tutkimuksen yhteydessä tutkimuksen vastauksiin ja tietoperustaan pohjautuva SWOT-analyysi.

### Mihin ikäluokkaan kuulut?

63 vastausta



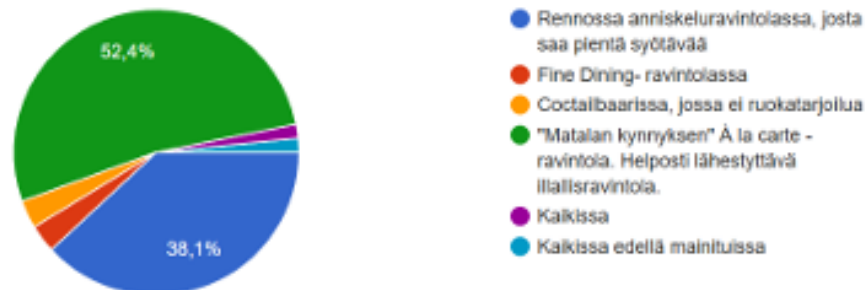
Kuva 1. Tutkimuskysymys 1.

Suurin osa, noin 70 %, vastaajista sijoittuu 18–35-vuotiaisiin. Tämä antaa viitteen suurimmista ikäluokista, jotka ovat vastanneet. Kysymys on kuitenkin muodostettu siten, ettei siitä voida suoranaisesti tehdä johtopäätöstä, ovatko ikäkysymykseen vastanneet kiinnostuneita sirkusravintolan konseptista. Kysymyksellä haluttiin selvittää vastaajien ikäluokkia suuntaa antavasti.

Käytkö mieluiten:

63 vastausta

 Kopioi kaavio



Kuva 2. Tutkimuskysymys 2.

Kysymyksen 2. tarkoituksen oli selvittää, minkä tyyppisessä ravintolassa ihmiset käyvät viihtymässä vapaa-ajalla. Yli puolet vastaajista vastasivat, että käyvät pääasiassa helposti lähestyttävissä illallisravintoloissa, kun taas hieman yli 38 % vastaajista valitsivat rennot anniskeluravintolat, joista saa pientä syötävää. Vastaajista 3,2 % kertoivat käyvänsä "mieluiten" kaikkien vaihtoehtojen tyyllisissä ravintoloissa.

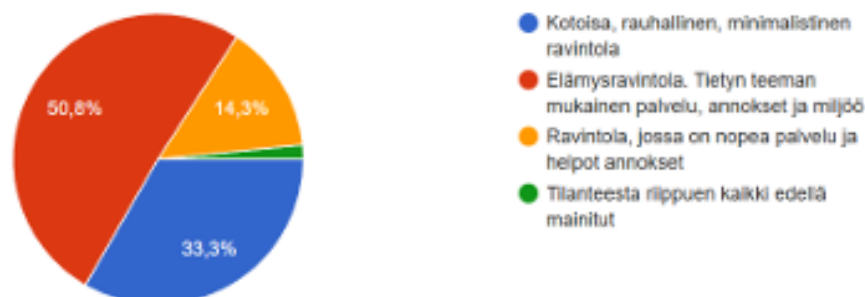
Helposti lähestyttävä illallisravintolalla tarkoitetaan ravintolaa, jossa on rento ilmapiiri, kohtuullinen ja selkeä hinnoittelu, on helposti saavutettavissa sijaintinsa puolesta ja omaa ymmärrettävän ruokalistan, jossa ei ole käytetty liian monimutkaisia termejä.

Sirkusravintolaa perustaessa, järkevin vaihtoehto voisi siis olla À la carte -ravintola, jonne asiakkaiden on helppo tulla nauttimaan illallista, ottaen edellä mainitut tekijät huomioon. Ravintola, jossa ruoka on laadukasta ja tarpeeksi yksinkertaista, jolloin tasapaino esityksien ja ruokailun välillä säilyisi, ettei ruoan liika erikoisuus veisi kaikkea huomiota esitykseltä.

### Menisitkö syömään illallista:

63 vastausta

 Kopioi kaavio



Kuva 3. Tutkimuskysymys 3.

Tutkimuskysymykseen 3. hieman yli 50 % vastasi, että menisi syömään illallista elämysravintolaan, jossa on tietyn teeman mukaan suunniteltu miljöö, annokset ja palvelu. Noin 33 % vastasi menevänsä syömään illallista kotoisaan rauhalliseen ja minimalistiseen ravintolaan. Vastaajista 14,3 % suosi vaihtoehtoista ravintolaa, jossa on nopea palvelu ja helpot annokset. Teemalliselle elämysravintolalle voisi olla kysyntää vastausten perusteella. Toisaalta teemaravintola ei sulje pois mahdollisuutta, että palvelu olisi nopeaa ja annokset olisivat helppoja, jolloin nämä kaksi tekijää voitaisiin mahdollisesti yhdistää.

Vastaukseksi tuli myös "tilanteesta riippuen kaikki edellä mainitut", mikä on vastauksena hyvä, sillä eri tilanteisiin sopivat tietyt erilaiset ravintolakonseptit.

Kysymyksen tarkoituksena oli lähinnä selvittää, minkälaiseen ravintolaan ihmiset haluaisivat lähteä illalliselle. Vastaajista selkeä enemmistö lähtisivät elämykselliseen teemaravintolaan.

Viitaten tietoperustassa olevaan Kespron vuonna 2018 julkaisemaan tutkimukseen, kuluttajat hakevat elämyksellisyyttä koko palvelukonseptista. Kespron tutkimuksessa kerrotaan, että erilaistavat ja kokemukselliset tekijät ravintolassa tuleva esiin entistä enemmän. Kuvan 3. diagrammissa näkyvät vastaukset puoltavat myös Kespron tutkimusta.

## Kiinnostaisiko sinua illallisen yhteydessä:

62 vastausta

 Kopioi kaavio


Kuva 4. Tutkimuskysymys 4.

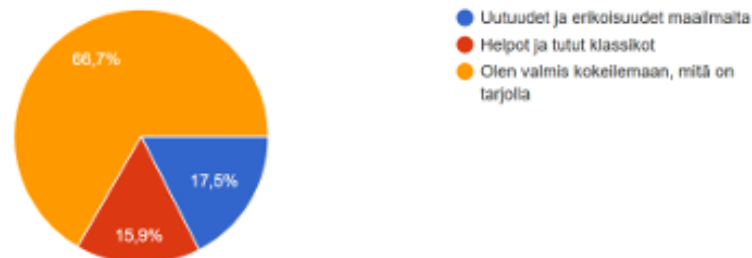
Kuvassa 4. Neljäs tutkimuskysymys havainnollistaa yli 70 % vastaajista olevan kiinnostunut esittävästä taiteesta illallisen yhteydessä. Vastaajista 6,5 % oli kiinnostunut osallistavasta taiteesta ja 16,1 % oli kiinnostunut molemmista, esittävästä ja osallistavasta taiteesta. Illallisen yhteydessä esittävästä tai osallistavasta taiteesta ei ollut kiinnostunut 4,8 % vastaajista.

Vastauksiin pohjautuen esittävä taide on erittäin kiinnostava tekijä illallisen yhteydessä. Tästä voisi tehdä johtopäätöksen, että sirkustaiteilla voisi olla jalansijaa illallisravintolakonseptin yhteydessä. Onnistunut kokonaisuus, minkä asiakas haluaa kokea uudelleen, luetaan yrityksen vahvuuksiin ja kilpailuetuihin.

Minkälaiset ruoka- ja juomatuotteet kiinnostavat sinua?

 Kopioi kaavio

63 vastausta

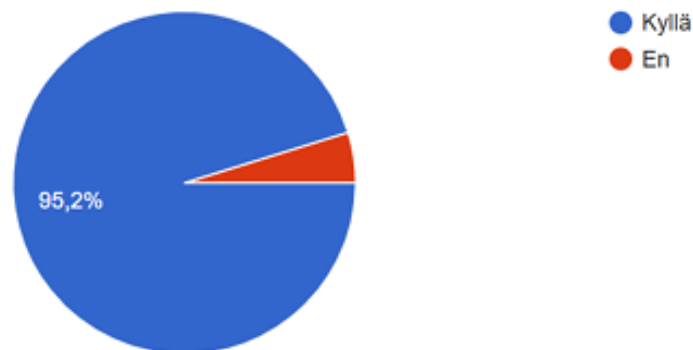


Kuva 5. Tutkimuskysymys 5.

Kuvassa 5. esitetyssä viidennessä tutkimuskysymyksessä selvitetään sitä, minkälaisia ruoka- ja juomatuotteita ihmiset yleisesti ovat kiinnostuneet käyttämään. 66,7 % kysymykseen vastaajista antoivat kuvan, että ovat kuluttajina avoimin mielin liikenteessä ja valmiina kokeilemaan uusia makuja mitä on tarjolla. Tämän diagrammin vastausten perusteella ravintolan ruokalistan ruoka- ja juomatuotteiden suunnittelussa voisi käyttää luovaa otetta. Vaihtuvat ruokalistat ja onnistunut tarjonta katsotaan vahvuudeksi.

Oletko käynyt sirkuksessa?

63 vastausta



Kuva 1. Tutkimuskysymys 6.

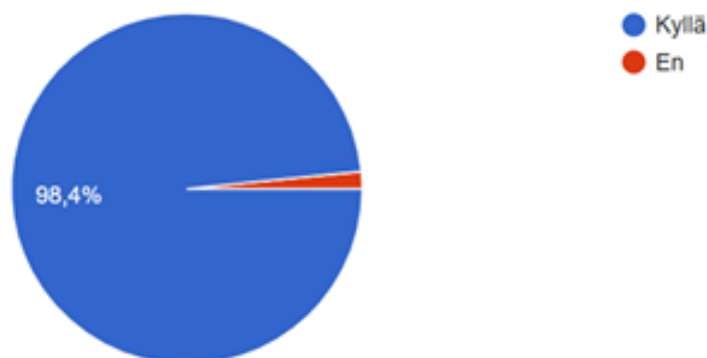
Tutkimuskysymyksessä 6. selvitetään, kuinka suuri osuus vastaajista ovat käyneet sirkuksessa. Yli 95 % vastaajille sirkus oli tuttu paikka entuudestaan. Kysymyksen vastauksista ei kuitenkaan

selviä ovatko vastaajat, jotka eivät ole käyneet sirkuksessa kuitenkin nähneet sirkustaiteita jossain muualla, kuin sirkuksessa.

Tutkimuskysymyksen vastaukset osoittavat, että suurin osa on päässyt nauttimaan sirkuksesta jossain kohdassa. Tutkimuksen kannalta vastauksista voisi päätellä, että sirkus on suosittu viihteen muoto.

Olisitko valmis kokeilemaan sirkusteemaista ruoka, - tai anniskeluravintolaa, jossa esitetään sirkustaiteita, kuten esimerkiksi akrobatiaa, taikuutta tai jongleerausta?

63 vastausta



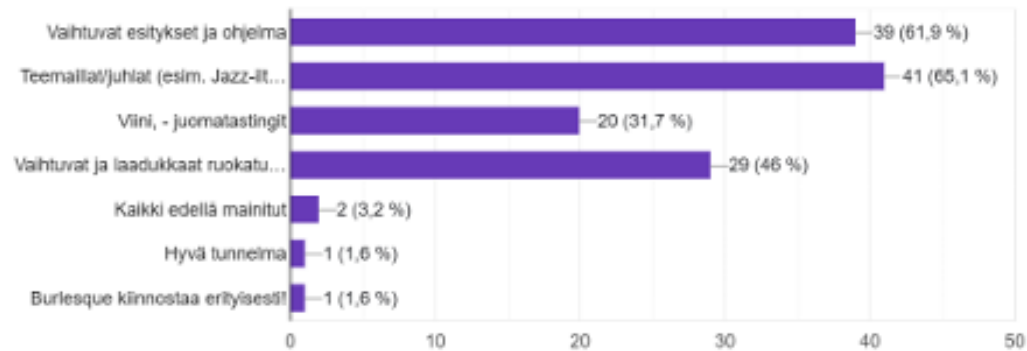
Kuva 2. Tutkimuskysymys 7.

Seitsemännessä tutkimuskysymyksessä selviää, että melkein kaikki vastaajista olisivat valmiita kokeilemaan uudenlaista konseptia. Tämä asettaa ensikokemuksen tarjonnan tavoitetason korkealle. Ensikokemuksen perusteella asiakas tekee päätöksen, haluaako hän käyttää ravintolan palveluita uudestaan. Esityksien tuoma elämyksellisyys on ravintolalle vahvuus ja kilpailuvaltti. Haasteena esityksien tasokkuuden säilyminen ravintolatiloiissa.

Mikä voisi kiinnostaa tai tuoda sinut takaisin ensimmäisen kerran jälkeen sirkusravintolaan?

 Kopioi kaavio

63 vastausta



Kuva 3. Tutkimuskysymys 8.

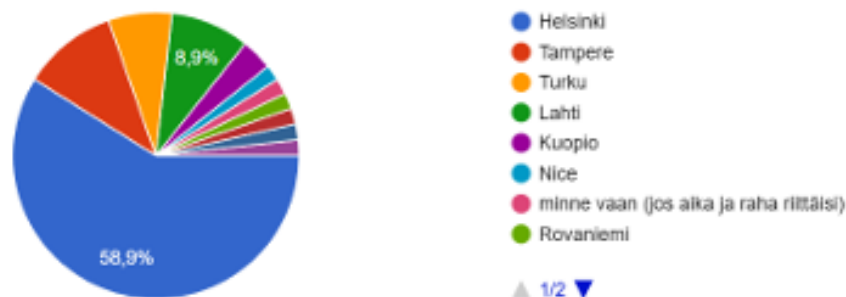
Kuva 8. Esittää tutkimuskysymyksen 8. vastauksista muodostettua diagrammia. Kuvasta selviää asiakkaiden mieltymyksiä suhteessa ohjelman tarjontaan. Diagrammissa on hyödyllistä tutkimusdataa siitä mikä toisi asiakkaat takaisin ravintolaan ja minkälaisia vaihtoehtoja voisi ravintolan muun ohjelman, kuin esitysten suhteen kokeilla. Toiminnan kannattavuuden näkökulmasta erilaiset kiinnostavat ja vaihtuvat tapahtumat voidaan kartoittaa markkinatutkimuksen avulla.

Vaihtuvat ja laadukkaat ruoka –ja juomatuotteet ovat ohjelman lisäksi tärkeässä asemassa. 46 % vastaajista ovat valinneet ruoka –ja juomatuotteiden olevan kiinnostava tekijä. Hyvä ja laadukas ruoka tuo ihmiset takaisin tasapainoisessa suhteessa ohjelmaan.

## Mihin kaupunkiin menisit mieluiten sirkusravintolaan?

Kopioi kaavio

56 vastausta



Kuva 4. Tutkimuskysymys 9.

Yhdeksäs tutkimuskysymys selvitti, mihin kaupunkiin ihmiset olisivat valmiita menemään sirkusravintolaan. Kysymyksen valmiina vastausvaihtoehtoina oli Helsinki, Tampere, Turku, Lahti ja "Muu." Yli puolet eli 58,9 % vastasivat Helsinki. 10,7 % vastasivat Tampere, 8,9 % vastasivat Lahti ja 7,1 % vastasivat Turku. Muita vastauksia ehdotetuista paikkakunnista olivat Kuopio (5,4 %), Rovaniemi (1,8 %), Joensuu (1,8 %) ja Jyväskylä (1,8 %).

Yhdeksännen tutkimuskysymyksen vastaukset tukevat Helsinkiä sijaintina sirkusravintolan perustamiselle. Helsingissä on edellä mainituista paikkakunnista suurin asukasluku. Helsingissä asukasluku vuonna 2022 oli 664 028 ja koko Helsingin seudun asukasluku 1 555 228. Helsingin seudulla asuu 28 % koko Suomen väestöstä. (Tilastotietoja Helsingistä 2023, 8.) Nämä luvut osoittavat, että Helsingin ravintolamarkkinoilla volyyymi voisi olla suurin sirkusravintolalle paikkakuntien vaihtoehtoista. Turku ja Lahti ovat "sirkuskaupunkeja", sillä molemmista löytyy mahdollisuudet sirkustaiteen opiskeluun. Näissä kaupungeissa voisi mahdollisesti olla siis kysyntää ravintolakonseptille ja myös verkostoyhteistyön sekä esiintymismahdollisuuksien suhteen, vaikka määrällinen volyyymi Helsinkiin verrattuna on pienempi.

Jotain muuta mitä haluaisit teemasta kommentoida, ajatuksia, joita kysely herätti tai ideoita toiminnan kehittämiseksi?

13 vastausta

Bändejä voisi olla välillä, Suomi on pieni maa ja monipuolisuus voisi tuoda asiakaskuntaa lisää. Taikurit kiinnostaa ihmisiä ja stand up - komiikka illat.

Kannattavuutta mietin Suomessa, eli ohjelmatarjontapohjan tulee varmaan olla laaja ja tiloja/konseptia saattaisi olla kannattavaa markkinoida myös hääseuruille, syntymäpäiville, festivaalien osaksi yms. Hieno idea.

Esitykset eivät saa olla liian ylitse pursuavia, mutta laadukasti sopivia

Hieno idea toi sirkusravintola, lapsetkin tulevat mukana katsomaan erilaista ravintolaa, viihtyvät varmasti. Sopisi tavalliseen ravintolaankin pieneksi ohjelmaksi, pönötyksen sijaan. Siis kokeilemisen arvoinen idea. Tsemppiä!

Hyvä kiinnostava teema

Kuva 5. Tutkimuskysymys 10. ja vastauksia.

Jotain muuta mitä haluaisit teemasta kommentoida, ajatuksia, joita kysely herätti tai ideoita toiminnan kehittämistä?

13 vastausta

Ei pellejä. Helposti seurattavia esityksiä, joissa ei missaa vaikka ei seuraisi koko aikaa ja pystyisi nauttimaan myös ruokailusta. Ei miekan nielentää, vie ruokahalun

Kais

Seuraan sirkustaidetta erittäin intohimoisen aktiivisesti ja valikoin esitykset sen perusteella, minkä arvioin kiinnostavaksi ja laadukkaaksi. Suhtaudun hieman epäilevästi siihen, että tyypillisessä ruokaravintolassa voidaan pitää yllä sirkusesitysten korkeaa tasoa vaihtuvalla ohjelmistolla vaikka hienoahan se olisi. Tokihan jotkut ravintolat kykenevät myös tarjoamaan livemusiikkiakin useimpina iltoina viikossa (esim. Tenho), mutta sirkuksen osalta esitysten tarjonta/hinta on rajallisempaa ja tähän oman haasteensa tuo tekniset vaatimukset, kuten teatterityyppinen tilava ja korkea näyttämö, monipuoliset kattokiinnitysmahdollisuudet, jne. Tyypillisesti esityksiin mennessäni en myöskään ole tottunut tilaamaan käytännössä koskaan show&dinner -paketteja, koska luulen aina saavani illallisen paremmalla hintalaatusuhteella muualta kuin esityspaikalta. Sinällään näkisin ravintolapalveluissa kehittämisen varaa nykyisissäkin paikoissa. Esim. Cirkon baarissa on joskus ollut toivottoman pitkiä ja hitaita jonoja (ei ruokaa) tai Tanssin talon baarissa juomat ja pikkupurtavat ovat varsin kalliita laatuunsa nähden.

*Kuva 61. Vastauksia tutkimuskysymykseen 10.*

## SWOT-ANALYYSI

Kyseinen SWOT-analyysi perustuu strukturoidun markkinatutkimuskyselyn vastauksiin ja tutkimuskyselyn lopussa esitettyihin vapaisiin ideoihin, kommentteihin ja kehitysehdotuksiin, sekä opinnäytetyössä esitettyyn tietoperustaan.

SISÄISET VAHVUUDET	SISÄISET HEIKKOUEDET/HAASTEET
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovatiivinen ja kiinnostava konsepti Suomen markkinoilla.</li> <li>• Yrityksen kilpailuvaltti olisi erilaisuus Suomen markkinoilla sirkusteeman kanssa.</li> <li>• Resursseina kontaktit ravintola-alalla sirkusmaailmaan ja sirkuksen asiantuntijatahoihin.</li> <li>• Elämyksellisyys, erilaisuus ja tunnelmallisuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esityksien ja ruoan aikataulutuksen tasapaino</li> <li>• Käytännön toteutus, kuten tilan tekniset vaatimukset</li> <li>• Tasokkuuden ylläpito esityksissä, ohjelmassa ja ravintolan puolella</li> <li>• Konseptin kiinnostavuus ja toimivuus pitkällä aikavälillä</li> <li>• Asiakasymmärryksen kartoitus</li> </ul>
ULKOISET MAHDOLLISUUDET	ULKOISET UHAT
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sijainti voisi parhaimmillaan olla saavutettavuutensa puolesta todella hyvä =&gt; asiakkaat löytävät helposti.</li> <li>• Suomen markkinoille esittävän taiteen sirkusravintola voi tarjota jotain uutta ja omalta osaltaan kehittää Suomen ravintola-alaa.</li> <li>• Voimavaroina voidaan pitää kehittyvää sirkusalaa ja aiheen kiinnostavuutta Suomen sisällä sekä kansainvälisesti.</li> <li>• Konseptin kehittyessä asiakassegmenttien laajentaminen.</li> <li>• Konkreettisia mahdollisuuksia ovat yhteistyöverkostot ja laajentuminen useampaan, kuin yhteen kaupunkiin.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suurimpiin uhkiin voi kuulua uusien samankaltaisten kilpailijoiden syntyminen.</li> <li>• Kiinnostuksen mahdollinen laskeminen avaamisen jälkeen =&gt; kannattavuusongelmat.</li> <li>• Toimintaympäristön haasteet, kuten mahdolliset korkeat ylläpitokulut, kilpailijat, asiakastarpeiden muutokset, taloudelliset muutokset, lainsäädäntö, ympäristötekijät ja teknologiset tekijät.</li> <li>• Kilpailijoiden vaihtuvat esitykset ja genret, kuten bändit, artistit ja teatteri jne.</li> <li>• Kilpailijoina erilaiset Dinner &amp; Dance ja Show &amp; Dinner- illalliset.</li> </ul>