

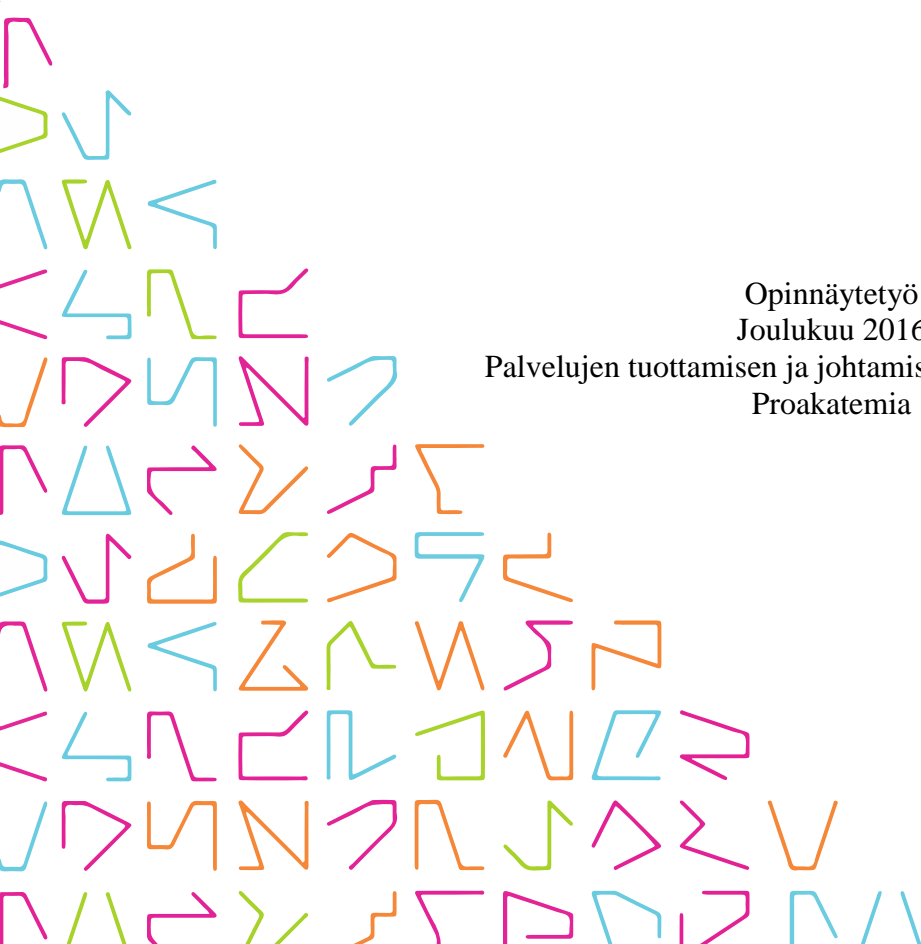


TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

eSport kahvila-baari

Kannattaako yrittää?

Ville Timola



Opinnäytetyö
Joulukuu 2016
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Proakatemia

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Proakatemia

Ville Timola:
eSport kahvila-baari
Kannattaako yrittää?

Opinnäytetyö 89 sivua, joista liitteitä 35 sivua
Marraskuu 2016

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää, olisiko elektronisen urheilun ympärille konseptoitua kahvila-ravintolaa kannatavaa perustaa Suomeen ja Tampereelle. Yrityksen lopullinen muoto hioutui tutkimusta tehtäessä ja sen tuloksia analysoitaessa.

Opinnäytetyö koostuu elektronisen urheilun yleisesittelystä ja pelikahviloiden tilannetta sekä Suomessa että maailmalla kartoittavasta teoriaosuudesta. Teoriaosuudessa käsitellään myös kannattavuuslaskennan perusteet ja tutkimuksen teko sekä sen validiuden arviointi. Teorian empiirisessä osuudessa esitellään tutkimuksen, sen rakentaminen ja tulokset. Niiden jälkeen on tulosten analyysi, kahvila-baari konseptin esittely ja tutkimuksen yhteenveto ja konseptiin vertailu. Lopussa vielä johtopäätösten veto ja pohdinta.

Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimusmetodia, tarkemmin Internetkyselylomaketta. Kyselytutkimus suoritettiin SurveyMonkey-palvelun avulla, ja kyselyä jaettiin erilaisissa elektronisen urheilun parissa toimivissa sosiaalisen median kanavissa. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 112.

Työn toimeksiantajan toimii TESK ry, jonka puheenjohtajana tekijä itse toimi. TESK ry pyrkii edistämään elektronisen urheilun tunnettuutta Tampereella ja Suomessa. Elektronisen urheilun suosio kasvaa vuosittain 43% ja aktiivisia harrastajia on Tampereellakin kymmeniä tuhansia. Tälle joukolle ei kuitenkaan ole tarjolla palveluita itse pelien ulkopuolella.

Tutkimuksen tulokset ja sen myötä saatu palaute potentiaalisilta asiakkailta rohkaisevat yrityksen perustamiseen. Tämä tutkimus ei kuitenkaan vielä vastaa liiketoimintasuunnitelmaan vaadittuja laskelmia joista yrityksen päivittäistä toimintaa voisi arvioida. Tutkimus kuitenkin osoittaa asiakassegmentin suuren koon ja sen kiinnostuksen tämän kaltaista palvelukonseptia kohtaan. Lopulliset haasteet muodostuvat kuitenkin asiakkaiden paikalle houkuttelusta ja vaativan asiakassegmentin pitkäjänteisestä palvelusta.

Asiasanat: elektroninen urheilu, kahvila, kyselylomake, kannattavuus, pelit

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Hospitality Management
Proakatemia

VILLE TIMOLA
eSports café-bar
Profitable or Not?

Bachelor's thesis 89 pages, appendices 35 pages
November 2016

This thesis aims to find out, if a café-restaurant concept developed around digital gaming and eSports would be profitable in Finland and in Tampere. The final form of the concept was molded while doing the study.

The thesis consists of a theoretical section, which explains electronic sports and looks at the current state of eSport globally. The basics of profitability calculations, quantitative research and validity assessment are also explained in the study. The empiric section explains the creating of the questionnaire. The results are then analyzed, the concept presented, an attempt to merge these and to draw conclusions from that is made.

A quantitative research method, specifically an Internet questionnaire form is used in the thesis. The questionnaire was distributed through eSport and gaming related social media groups. The survey received 112 answers.

The study was commissioned by TESK ry. TESK advances the knowledge of eSports in Finland and in Tampere. The popularity of eSports grows 43% yearly. There are tens of thousands of active gamers in Tampere, but no services are provided for them.

Feedback and results gained from this study give encouraging signals towards founding a service concept. However, this study alone is not enough to create a comprehensive business plan. It provides the size of the customer segment and its interest towards these kinds of services. The final challenge will be in the advertisement and reaching out to the customers the business requires to function.

Key words: eSport, café, profitability, questionnaire, games

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	TEORIATAUSTA.....	10
2.1	Elektroninen urheilu ja digitaaliset viihdepelit.....	10
2.1.1	Elektronisen urheilun suosio.....	11
2.1.2	Elektroninen urheilu Suomessa.....	12
2.2	Kahvila.....	13
2.2.1	Kahvilakulttuurin kehitys.....	13
2.2.2	Kahvilat Suomessa.....	13
2.2.3	eSport kahvilat.....	14
3	KANNATTAVUUS.....	16
3.1	Kannattavuuden määrittely.....	16
3.1.1	Kannattavuuden arviointi yrityksessä.....	16
3.1.2	Kannattavuuden tekijät.....	17
3.2	Kannattavuuslaskenta.....	17
4	TUTKIMUS.....	20
4.1	Tutkimuksen esittely.....	20
4.1.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	21
4.1.2	Tutkimuksen luominen.....	21
4.1.3	Tutkimuksen aineisto.....	22
4.2	Tutkimuksen suorittaminen.....	23
4.2.1	Tutkimuksen validointi.....	23
4.2.2	Kyselyn rakentaminen.....	23
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	25
5.1	Otannan kahvilakäyttäytyminen.....	25
5.2	eSport Kahvila / Baari.....	29
5.3	Otannan soveltuvuus.....	35
5.4	Tulosten yhteenveto ja luotettavuuden arviointi.....	37
6	KANNATTAVUUDEN ARVIOINTI.....	39
6.1	Konseptin esittely.....	39
6.2	eSport kahvila-baari.....	39
6.3	Tutkimuksen ja laskelman vertailu.....	45
7	POHDINTA.....	47
	LÄHTEET.....	Error! Bookmark not defined.
	LIITTEET.....	54
	Liite 1. Kyselytutkimus.....	54
	Liite 2. Kyselytutkimuksen vastaukset.....	60

Liite 3. Liiketilän vuokrausilmoitus	85
Liite 4. Liiketilän alkuperäinen pohjapiirustus	88
Liite 5. Liiketilän kellarikerroksen alkuperäinen pohjapiirustus	89

ERITYISSANASTO

TAMK = Tampereen ammattikorkeakoulu

TESK = Tampereen eSports Klubi

Yksinpeli = Yhden pelaajan peli

Moninpeli = Pelataan internetin yli sekä muiden ihmisten kanssa että heitä vastaan

Mobiilipeli = Mobiililaitteella (älypuhelin, tabletti) pelattava peli

Hotseat = Pelataan yhdellä laitteella vuorotellen samaa peliä

Split screen = Pelataan yhdellä laitteella yhtä aikaa yhtä peliä jaetulla ruudulla

BYOC = Bring Your Own Computer = Tuo oma tietokoneesi

non-BYOC = Tietokoneet toimitettu järjestäjän toimesta

LAN = Local Area Network = paikallinen sisäverkko jossa pelilaitteet kytketty toisiinsa

FPS = First Person Shooter = ensimmäisen persoonan (yleensä) ammuskelupeli

MOBA = Multiplayer Online Battle Arena = ylhäältä kuvattu strateginen joukkue taistelupeli

RTS = Real Time Strategy = reaaliaikainen strategiapeli

MMO = Massively Multiplayer Online = massiivinen moninpeli (useita satoja tai tuhansia pelaajia)

RPG = Role Playing Game = roolipeli

1 JOHDANTO

Digitaalisia viihdepelejä kuluttaa vuoden 2015 pelaajabarometrin mukaan, jopa 75% Suomen väestöstä jossain muodossa. Pelaajien keski-ikä on barometrin mukaan 42 vuotta. Erilaisten tietokone ja videopelien pelaaminen ei ole vain lasten harrastus, vaan iso osa yhteiskuntaamme. (Pelaajabarometri 2015, 2-4.)

Peliharrastus aloitetaan usein lapsuudessa ja vielä nykyäänkin se mielletään usein lapselliseksi leikkiin verrattavaksi toiminnaksi. Yhteiskunnan asenteiden muuttuessa, pelien monipuolistuessa ja teknologian kehittyessä pelaamisesta on kuitenkin kehittymässä yhä vakavammin otettava, tai ainakin hyväksyttävämpi harrastus. Tähän vaikuttaa myös peliteollisuuden huima kehitys. Peliteollisuus on kasvanut tasaisesti jo useita vuosia ja kasvun ennustetaan jatkuvan tasaisena. Vuonna 2016 peliteollisuuden kokonaisarvo on lähes 2 miljardia dollaria. (Statista.)

Yleisesti pelejä eniten käyttävä ryhmä on nuoret aikuiset miehet, joille suurin osa peleistä on siten suunnattu. Myös suurin osa pelien tekijöistä on nuoria, tai entisiä nuoria miehiä. Väkivalta, toiminta ja seksuaaliset viittaukset ovat digitaalisten viihdepelien arkea. Niiden rinnalle on kuitenkin kehitetty myös vaihtoehtoisia tuotteita. Hyvä esimerkki läpi kentän vedonneesta digitaalisesta viihdepelistä on Pokemon Go, joka villitsi koko maailman elo-syyskuussa 2016.

Tytöt, osa aikuisista, nuoret lapset ja vanhukset ovat kaikki potentiaalista asiakaskuntaa peleille, mutta jotka ovat jääneet suurilta osin paitsioon. Peliteollisuuden kasvaessa myös näihin asiakassegmentteihin on panostettu yhä enemmän ja enemmän resursseja. Koko Suomen väestön pelaamista kartoittavat pelaajabarometrit vuosilta 2011, 2013 ja 2015 osoittavat, että tietokoneella pelattavien pelien, eli digitaalisten viihdepelien, aktiivisia harrastajia on noin 30% Suomen väestöstä. Satunnaisten pelaajien määrä on pysynyt noin 50 %:n tasolla. Kyse ei siis ole tilastollisesta heilahduksesta tai marginaali-ilmiöstä. (Pelaajabarometri 2011; Pelaajabarometri 2013; Pelaajabarometri 2015, 9.)

Pelaajia on paljon. Palveluita heille ei itse pelien ja niiden oheistuotteiden ja -laitteiden myynnin lisäksi Suomessa juuri ole. Vuosittain järjestettäviä yksittäisiä tapahtumia on kuitenkin tarjolla ympäri Suomea. Suurimpana näistä on kerran vuodessa järjestettävä

Assembly Summer, joka vetää vuosittain puoleensa yli viisi tuhatta kävijää Helsingin messukeskukseen. Lähes sadan euron pääsylippuineen ja muine matkustamisesta ja osallistumisesta aiheutuvine kuluineen, se ei palvele kuin pientä yleisöjoukkoa, ja sitäkin vain hetkellisesti.

Näen tässä selkeän markkinaraon. Peliharrastajat ovat paitsioon jäänyt potentiaalinen asiakaskunta, jolle ei ole tarjolla muita keinoja harrastaa kuin internetin keskustelufoorumit, satunnaiset tapahtumat ja pelien sisäiset kanssakäymiset. Internetin vallankumouksen myötä myös pelit ovat nykyään pääasiassa sosiaalisia virtuaalimaailmoja, joissa kanssakäyminen muiden ihmisten kanssa on avainasemassa niissä pärjäämiseen.

Elektroninen urheilu, eli digitaalinen ammattipelaaminen, elää juuri nyt erityistä kasvukautta. Globaali liikevaihto eSportin ympärillä kasvaa 40% vuodessa. Kuten perinteisiä urheilulajeja, myös digipelejä, pelataan sekä harrastetasolla että ammattilaistasolla. Jo vuosia eksponentiaalista kasvukautta elänyt eSport on saanut myös Suomen valtamediassa huomiota Yle TV2 alettua näyttää otteluita suorina TV-lähetyksinä.

TESK, eli Tampereen eSport Klubi, pyrkii edistämään elektronisen urheilun tunnettuutta Tampereen alueella ja muualla Suomessa. Olen itse yksi TESKin perustajajäsenistä ja toimin tällä hetkellä sen puheenjohtajana. Erilaisia tapahtumia järjestäessämme olemme huomanneet suuren kiinnostuksen elektroniseen urheiluun ja tarpeen erilaisille palvelumuodoille sen parissa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on toteuttaa markkinatutkimus, jossa pyrin selvittämään kohderyhmän, eli digitaalisten viihdepelien aktiivikäyttäjien, mielipiteitä ja toiveita juuri heille suunnatusta palvelusta. Painotuksena palvelussa on elektroninen urheilu, sen käyttäjät, pelaajat, fanit, yritykset ja urheilujokkueet.

Elektroninen urheilu tarjoaa taloudellisesti selkeän lähtökohdan, sillä eri pelejä, urheilujokkueita, sponsoreita ja supertähtiä on runsaasti. Kaikki nämä tahot myös sijoittavat rahaa toimintaan omia tavoitteita edistääkseen.

Konseptoin kahvila-baarin, ja suoritan internetkyselyn konseptin pohjalta. Konsepti perustuu ulkomailla oleviin esimerkkiyrityksiin, kuten Meltdown-ketjuun, joiden

toimintaa sovellan Suomen lainsäädäntöön, ihmismäärään ja hintatasoon. Pyrin arvioimaan toiminnan kannattavuutta saatujen vastausten pohjalta. Mikäli konsepti herättää kiinnostusta asiakaskunnassa, ja palvelu laskelmien perusteella osoittautuu kannattavaksi, voi tutkimusta käyttää hyödyksi todellisen liiketoimintasuunnitelman luonnissa ja idean realisoinnissa.

2 TEORIA

2.1 Elektroninen urheilu ja digitaaliset viihdepelit

Tietokoneiden ja tietokonepelien historia on kulkenut käsi kädessä alusta pitäen. Alunperin Yhdysvaltojen armeijan ja NASAn tarpeisiin luotuja tietokoneita alettiin kehittää yhteistyössä MIT (Massachusetts Institute of Technology) kanssa 1950- ja 1960-lukujen taitteessa. Insinööriopiskelijat kehittivät teknologioita ja erilaisia sovelluksia laitteille harjoitustöinä, jotka eivät suoranaisesti vastanneet tietokoneiden aiottua käyttötarkoitusta. Nämä harjoitustyöt kuitenkin kehittivät teknologiaa ja loivat uusia mahdollisuuksia tietokoneiden käytölle. Myöhemmin näistä harjoitustöistä syntyi ensimmäisiä interaktiivisia tietokonepelejä, digitaalisia viihdepelejä. Hyvin nopeasti opiskelijat alkoivat myös kilpailla peleissä pärjäämisessä pisteitä vertailemalla. (Huhtamo & Kangas 2002, 14-50.)

Elektronin urheilu, englanniksi eSports tai e-sports, on tietokoneella tai muulla digitaalisella alustalla harjoitettua kilpaurheilua, eli pelaamista tavoitteellisesti, vakavissaan ja muita vastaan kilpaillen. Digitaalisten viihdepelien eri alalajeja kutsutaan genreiksi. (SEULa; Visionist.)

Yleisimpiä peligenrejä ovat RTS (Real-Time Strategy) eli reaaliaikastrategiapelit, FPS (First Person Shooter) eli ensimmäisen persoonan ammuntopelit ja MOBA (Multiplayer Battle Arena) eli moninpelattavat areena joukkuetaistelupelit sekä uusimpana suosiotaan kasvattaneet digitaaliset korttipelit. (SEULb; Visionist.)

Nykymuotoisen elektronisen urheilun voidana katsoa alkaneen 1980-luvulla, jolloin peleissä menestymisestä alettiin Yhdysvalloissa pitää erilaisia kansallisia listauksia. Internetin myötä listaukset levisivät yhä nopeammin ja omien taitojen vertaaminen muihin tuli helpommaksi. 1990-luvulla myös pelintekijät lähtivät mukaan kilpapelamiseen tuoden kaupallisuuden osaksi turnauksia. (SEULa.)

2.1.1 Elektronisen urheilun suosio

Elektronisen urheilun suosio on kasvanut tasaisesti uusien pelaajasukupolvien ja pelin kehityksen myötä. Jos kilpapelaaminen oli alkujaan opiskelija- ja kaveriporukoiden hupia, oli se 2000-luvulle tultaessa jo niin suuri ilmiö, että vuonna 2001 järjestettyjen ensimmäisten World Cyber Gamesin palkintojen arvo oli jo yli 300 000 dollaria. Suuret palkinnot ja erilaisten pelitapahtumien yleistyminen mahdollisti myös ammattimaisen pelaamisen. (SEULA; ESPN.)

Nykyään elektroninen urheilu on suosittumpaa kuin koskaan ja se sopii täydellisesti nykyaikaiseen globaaliin infomaatioyhteiskuntaan. Internetin kautta seurattavan ja siellä pitkälti myös harrastetun e-urheilu liiketoiminnan ennustetaan kasvavan vuonna 2016 43% verrattuna vuoteen 2015. Kokonaisliikevaihto elektronisessa urheilussa on alaa seuraavan Newzoon mukaan 493 miljoonaa dollaria ja palkintoja vuonna 2016 jaetaan 61 miljoonan dollarin edestä. Aktiivisia seuraajia elektronisella urheilulla on 148 miljoonaa ja erilaiset isot tapahtumat vetävät puoleensa vielä 144 miljoonaa lisäkatsojaa. (Newzoo.)

Kuten ”perinteisen urheilun”, myös elektronisen urheilun lajeja, genrejä tai pelejä voidaan pelata sekä ammatillisessa ja vakavassa mielessä että viihteellisessä ja puhtaasti pelillisessä mielessä. Kun pelaaminen muuttuu tavoitehakuiseksi ja ammattimaiseksi voidaan sitä kutsua e-urheiluksi. (SEULA; SEULc.)

Eräs oleellisimmista elektronisen urheilun mahdollistavista tekijöistä ovat erilaiset streamauspalvelut, joista suuri yleisö voi seurata pelitapahtumia sekä yksittäisten pelaajien pelejä kaikkialta maailmasta. Näistä palveluista ehdottomasti suosituin ja isoin on Twitch.tv –sivusto (Streamingmedia). Twitch, kuten YouTube, on sivusto, jossa käyttäjä voi katsella muiden tuottamaa videosisältöä, tai luoda omaa sisältöä muiden katsottavaksi. Toisin kuin YouTube, Twitch on lähtökohtaisesti tarkoitettu pelien suoratoistoa, eli streamausta varten. Twitchin kautta seurataan niin ammattimaisia peliturnauksia kuin yksittäisten pelaajien epä-ammattimaisia suorituksia. Vuoden 2015 aikana Twitch palvelun kautta katseltiin yhteensä 459 tuhannen vuoden edestä streameja ja yhtäaikaisia katsojia oli kellon ympäri maailmanlaajuisesti keskimäärin 550 tuhatta. (Twitch.)

2.1.2 Elektroninen urheilu Suomessa

Miljoonayleisöjä Internetissä ja täpötäyisiä urheilustadioneita maailmalla täyttävä elektroninen urheilu (ESPN) on vielä verrattain tuntematon marginaali-ilmiö Suomessa. Viimeisten kahden vuoden aikana Suomessakin on tapahtunut huomattavaa kehitystä. Yle ja TV2 ovat lähettäneet suoria TV lähetyksiä niin Yle Areenan kuin TV2 kautta eri pelitapahtumista ja useilla suurilla mediataloilla kuten Ylellä ja Iltasanomilla on omat elektroniseen urheiluun erikoistuneet toimituksensa. Monia vain elektronisen pelaamisen ympärille keskittyneitä uutispalveluita on syntynyt ja myös alan koulutusta on alettu järjestämään. (Ylea; Yleb; Ahlman; Iltasanomat.)

Suomalaiset kilpapelajaajat menestyvät kansainvälisesti verrattain hyvin lajin tunnettuuteen verrattuna. Lokakuussa 2016 Suomalainen ENCE CS:GO joukkue voitti elektronisen urheilun MM-kultaa ja kansainvälisen elektronisen urheilun liiton IESFn tilastoissa Suomi on toiseksi menestynein heti Etelä-Korean jälkeen (IESF). Elektronisen urheilun ammattilaisten palkkioita seuraavan e-sports earnings sivuston tietojen mukaan Suomi on 11. eniten tienannut maa elektronisen urheilun saralla. Suomen hieman yli 2 miljoonan dollarin tulot jaettuna 751 ammattilaispelaajan kesken ovat kuitenkin huomattavan pienet verrtuna listan ensimmäisenä olevan Kiinan lähes 48 miljoonan dollarin tuloihin. Kiinalaisia ammattipelaajia listauksessa on otettu huomioon 1799. Ruotsi on listauksessa neljäntenä 17 miljoonan dollarin tuloilla ja 1509 pelaajalla. (Esportsearnings.)

Suomessa toimii useita elektronista urheilua edistäviä yhdistyksiä ja tahoja, jotka pyrkivät edistämään lajin tunnettuutta Suomessa ja luomaan sen ympärille menestyvää liiketoimintaa. Suurimpina kattojärjestönä SEUL, eli Suomen Elektronisen Urheilun Liitto, johon suurin osa muista pienemmistä ja paikallisista toimijoista kuuluu. Sekä SEUL että FEL (Finnish Esports League) alkoivat vuonna 2016 järjestää Suomalaisia elektronisen urheilun ammattilaisliigoja. (FEL; SEULd.)

2.2 Kahvila

2.2.1 Kahvilakulttuurin kehitys

Alunperin Afrikan itäosista kotoisin olevaa kahvia on käytetty laajasti sekä Afrikassa että Lähi-Idässä jo hyvin kauan. Lähi-Idästä kahvi ja kahvilakulttuuri levisivät myös Eurooppaan 1500-luvulla. Kahvihuone lunasti helposti paikkansa kapakoihin ja viinitupiin tottuneiden eurooppalaisten arjessa. Kahvilat olivat kuitenkin vain miehille tarkoitettuja kokoontumispaikkoja. Naiset joivat kahvinsa kotona. (Jaatinen 2006, 12-13; Ojala 1998, 16-17.)

Hyvin nopeasti kahvihuoneista kehittyi kahviloita, jotka olivat erikoistuneet kirjallisuuteen, politiikkaan tai liike-elämään. Myös viihde-elämä löysi nopeasti paikkansa kahviloista. Musiikkiesitykset, yhteislaulut ja pelit viihdyttivät asiakkaita. Myös ensimmäiset elokuvat esitettiin kahviloissa. Kahvila on siis ollut aina jotain enemmän, kuin vain kahvin nauttimiseen keskittynyt myymälä.

(Ojala 1998, 17-19; Jaatinen 2006, 18-21.)

2.2.2 Kahvilat Suomessa

Suomi on eräs maailman eniten kahvia kuluttavista maista. Suomessa kulutetaan 12,2 kiloa kahvia henkilöä kohden (ICO). Kahvin tie suomalaisten suurkulutukseen on kuitenkin ollut kivinen. Erilaisista syistä ja eri perustein kahvi on määrätty joko säännösteltäväksi tai kielletyksi useita kertoja Suomessa. Viimeisin säännöstely loppui vasta 1954. (Ruokatieto.)

Suomalainen kahvin kulutuskulttuuri eroaa maailmalla tavallisesta aromikkaiden ja tummien kahvien juonnista. Suomessa arvostetaan ja kulutetaan erityisesti kevyesti paahdettuja vaaleita kahveja. Erään lähteen mukaan tämä johtuu Suomen erityisen puhtaasta vedestä joka parantaa kahvin makua. Vaikka suomalaiset juovat runsaasti kahvia, ei kahviloissa käynti ole Suomessa perinteistä. (Nordic Coffee Culture.)

Yhteensä kahvila-ravintola yrityksiä on Suomessa Tilastokeskuksen tietojen mukaan 3866, joista baarit ja kahvilat -luokkaan kuuluu 1468 yritystä, ja kahvilat ja kahvibaarit -

luokkaan 1088 yritystä. Tampereella kahvila-ravintoloita on 184. Baarit ja kahvilat -luokkaan kuuluvia yrityksiä 94 ja kahvilat ja kahvibaarit -luokkaan kuuluvia 66 (Tilastokeskus). Vuosittain kahvilayrityksiä perustetaan useita satoja, mutta niitä myös lopetetaan lähes yhtä paljon (Toimialaraportit).

2.2.3 eSport kahvilat

Kuten aiemmin mainittu, kahviloilla on pitkät perinteet kahvinjuonnin oheistoiminnan kehittämisessä. Kahviloissa on puhuttu politiikkaa, pelattu biljardia ja tehty töitä. Internetin, tietokoneiden ja pelien myötä myös tietotekniikka saapui kahviloihin. Maailmallakin erikoinen Internetkahvila Compu Café Oy avattiin Helsingissä jo vuonna 1993 (Nyt).

Elektronisen urheilun seuraamisen kahviloissa tai baareissa, voidaan katsoa alkaneen BarCraft-tapahtumista. Yhdysvalloissa 2011 kehittynyt ilmiö keräsi Star Craft pelin ystäviä seuraamaan pelin otteluita vaihtuviin baareihin. Reddit-foorumien Star Craft 2 alaforumilla nimimerkin o_Oskar alulle panema BarCraft-konsepti keräsi ympärilleen paljon innostuneita osallistujia heti ensimmäisestä tapahtumasta lähtien. (Reddit, Wall Street Journal, SEULA, SETT). Suuren suosion saavuttaneet tapahtumat levisivät maailmalle ja pian BarCraft tapahtumia järjestettiin Suomessakin. Suomen ensimmäiset viralliset BarCraft tapahtumat järjestettiin Tampereen Pub Höyryssä vuonna 2012. (Starcraft2.fi.)

BarCraft ilmiön levittäytyessä ympäri maailmaa vain muutaman kuukauden aikana, alkoi ensimmäisiä erityisesti elektroniseen urheiluun erikoistuneita baari-kahviloita syntyä ympäri maailmaa. 2011 perustetulla, Keski-Euroopassa menestyksekkäästi levinneellä Meltdown-ketjulla on tällä hetkellä 18 kahvilaa kuudessa eri maassa (Meltdown). Myös tätä ennen on ollut peliaiheisia baareja, kuten 2010 perustettu Mana Bar Australiassa (Escapist Magazine; Kotaku). Maailman suurimman digitaalisten viihdepelien keskuksen titteliä on pitänyt jo vuodesta 2010 hallussaan Ruotsalainen Inferno Online Stockholm. Sen toiminta keskittyy kuitenkin itse pelaamiseen, eikä toiminta ole suoraan verrattavissa kahvilaan tai baariin. (Inferno online; Guinness World Records.) Tanskassa toimivalla DSRack eSports Cafélla on nimestään huolimatta yli 600 neliöiset tilat, eikä senkään toiminta ole aivan kahvilan määritelmän mukaista (DSRack).

Sekä Tukholman Inferno Online että Kööpenhaminan DSRack perustavat toimintansa pelikoneiden ja pelimahdollisuuden vuokraamiseen. Pelaamiskeskuksissa on useita satoja yksittäisiä peli-tietokoneita ja –konsoleita joilla sisäänpääsymaksun, tai klubijäsenyyden lunastaneet harrastajat voivat pelata yksin tai yhdessä muiden kanssa. (Inferno online; DSRack.)

Suomessa erilaisia pelikahviloita on perustettu useita, mutta ne eivät ole pysyneet kannattavina. Tietynlaista legendan asemaa hallussa pitänyt Level7-pelikahvila lopetti toimintansa kuuden vuoden jälkeen vuonna 2011 (Level7). Pisimpään pystyssä pysynyt jyvaskyläläinen Bar Launch sulki ovensa marraskuussa 2014. (BarLaunch.) Suurin vaikeus tuntuu, tarkemman tutkimuksen puuttuessa, olevan ihmisten kulutuskulttuuri. Baari houkuttelee kyllä asiakkaita ja sinne tullaan pelaamaan, mutta kahvilatuotteita ei osteta, eikä yrittäjä saa riittävästi tuloja. (BarLaunch.)

3 Kannattavuus

3.1 Kannattavuuden määrittely

Opinnäytetyöni tavoitteena on tutkia, olisiko elektroniseen urheilun ja digitaalisten viihdepelien ympärille konseptoitu kahvila tai baari Suomessa ja Tampereella kannattava. Kannattavuudella tarkoitetaan yrityksen taloudellista menestystä, eli tuottojen ja kustannusten erotusta. Jos erotus on positiivinen, tuottaa yritys rahaa ja on näin ollen kannattava. Tällä laskutoimituksella (€ tulot - € menot) saadaan tulokseksi absoluuttinen voitto, joka ei vielä yksinään riitä määrittämään kannattavuutta. (Eskola & Mäntysaari 2006, 19.) Kannattavuutta arvioitaessa täytyy huomioida paljonko absoluuttisen tuloksen tekemiseen on vaadittu työtä ja uhrauksia. Absoluuttista voittoa paremmin yrityksen kannattavuutta voidaan arvioida suhteellisen kannattavuuden avulla. Suhteellinen kannattavuus pyrkii kertomaan sijoitetun pääoman tuottaman voittoprosentin, eli suhteuttamaan absoluuttinen voitto sijoitettuun vaivaan, työhön ja pääomaan. (Alhola & Lauslahti 2000, 50-51.)

3.1.1 Kannattavuuden arviointi yrityksessä

Eri alojen ja yritysten välisistä eroista johtuen kannattavuuden, kustannusten ja tulosten suhteuttaminen voi olla vaikeaa. Kustannusten ja tulosten laskemiseksi joudutaankin tekemään aina tilannekohtaisia päätöksiä ja valitsemaan arvioitavia tulosyksiköitä, eli asioita joita laskelmassa otetaan huomioon. Kustannusten ja tuloksen laskennassa valinnoilla on lopputuloksen kannalta suuri merkitys. Koska kannattavuuden arvioinnissa on kyse laskennasta, täytyy kaikilla arvioitavilla yksiköillä olla numeerinen arvo. (Pellinen 2006, 53-55.)

Kannattavuutta laskettaessa pyritään selvittämään tuloksen ja muiden hyötyjen tuottamiseen käytettävien resurssien palautuvuutta. Luonnontieteissä tätä periaatetta kutsutaan syy- ja seuraus-suhteeksi, eli kausaalisuudeksi. Jos yritys sijoittaa rahaa asiaan X, se tuottaa, tai ei tuota aikavälillä Y, Z-määrän voittoa. Pellinen kuitenkin huomauttaa (2006, 56), ettei tällainen ”aiheuttamisperiaate” välttämättä kuvaa todellisuutta, sillä havaintojen välisten yhteyksien selitykset keksimme itse. Muuttujia, jotka vaikuttavat tulokseen, mutta joita laskelmissa ei kyetä ottamaan huomioon, on lukemattomia. Vaikka tulokset eivät absoluuttiseen tarkkuuteen kykenekään, on niillä käytännöllistä merkitystä

yrityksen tulevaisuutta suunniteltaessa. Kannattavuuslaskelmista saatavan tiedon tarkoitus on tuottaa yrityksen johdolle apua organisaation nykyistä ja tulevaa linjaa suunniteltaessa. Laskelmien tuottaminen vie aikaa ja resursseja, eikä niitä kannata aina tehdä. Suurempia päätöksiä tehtäessä ei järkevästi toimivalla yritysjohdolla kuitenkaan ole varaa, jättää laskelmia tekemättä. (Pellinen 2006, 56, 165-166.)

3.1.2 Kannattavuuden tekijät

Yrityksen kannattavuutta arvioitaessa on tärkeä analysoida niitä tekijöitä, joista tulot ja menot muodostuvat. Kuten edellä Pellisen mukaan mainittu, on näiden yksityiskohtainen arviointi hankalaa, mutta oleellista. Palveluyrityksen, joka myy tuotteita onkin hyvä huomioida laskelmissaan niin yksittäisen asiakassegmenttien aiheuttamat kulut, kuin myös yksittäisten tuotteiden aiheuttamat kulut, sekä näistä molemmista saatavat tulot. Näitä laskelmia kutsutaan asiakas- ja tuotekannattavuuslaskelmiksi. (Alhola & Lauslahti 2000, 79-85.)

Asiakaskannattavuutta tarkastellessa on tärkeää selvittää eri asiakasyksiköiden toimintoja. Mitä yrityksen palveluita he käyttävät ja kuinka paljon. Toisten asiakassegmenttien aiheutuksessa enemmän muuttuvia kuluja, eli enemmän työtä, täytyy heille suunnattujen tuotteiden ja palveluiden hinnan kasvaa samassa suhteessa. Näin toiminta pysyy absoluuttisesti kannattavana. (Eskola & Mäntysaari 2006, 40-41.) Tuotteita myytäessä tulee yrityksen soveltaa samaa periaatetta. Jos erään tuotteen esimerkiksi varastointikustannukset ovat korkeammat kuin toisen, tulee sen hintaa nostaa sopivasti siten, ettei tuoteyksikkö ole yritykselle tappiollinen. Jos tuote- ja asiakaskannattavuuslaskelmat jätetään tekemättä voi helposti käydä niin, että jokin yksikkö hukkuu massaan, eikä sen tappiollisuutta huomata. Tällöin yrityksen kokonaiskannattavuus vääristyy eivätkä korjaustoimet osu oikeaan paikkaan. (Ahola & Lauslahti 2000, 79-81; Eskola & Mäntysaari 2006, 36-42.)

3.2 Kannattavuuslaskenta

Kannattavuutta arvioitaessa, yrityksen toimintaa suunnitellessa ja tuotteita hinnoiteltaessa hyvä ja yleisesti käytetty työkalu on katetuottolaskenta. Katetuottolaskennassa on neljä muuttuvaa tekijää: myyntimäärä, myyntihinta, muuttuvat kustannukset sekä kiinteät kustannukset (Eskola & Mäntysaari 2006, 36). Myyntimäärän

ja myyntihinnan yhdessä muodostamasta tulosta vähennetään muuttuvien kustannusten määrä, jolloin saadaan katetuotto. Yksikön hintaa määriteltäessä täytyy siis ottaa huomioon menekki, eli kuinka monta tuotetta tietyn ajanjakson sisällä saadaan myytyä. Menekin määrä suhteutetaan yksikön hintaan siten, että tuotto riittää kattamaan tuotteen hankinnasta ja myynnistä aiheutuvat, niin kutsutut muuttuvat kulut. Katetuotto on hyvä välimittari liiketoiminnan kannattavuutta arvioitaessa, sillä sen avulla laskettava katetuottoprosentti mahdollistaa todellisen voiton arvioinnin. Katetuottoprosentti lasketaan jakamalla asiakkaalta saatavan rahan määrä, eli tuotto, katetuotolla ja kertomalla jaos sadalla.

$$\text{Katetuottoprosentti (KTP)} = \text{Katetuotto} / \text{Tuotto} \times 100$$

Esimerkiksi, jos tuotto on 1000€ ja muuttuvat kustannukset (muku) 400€, on katetuotto on tällöin 600€ (1000€-400€). Katetuottoprosentti on tällöin (600 / 1000 x 100) 60%.

Tämä tarkoittaa sitä, että jokaisesta yritykseen tuotettavasta eurosta 60% jää kiinteiden kustannusten kattamiseen. Katetuottoa kutsutaan myös bruttotuotoksi tai bruttokatteeksi. Tässä esimerkissä kiinteät kustannukset (kiku) ovat 350€, jolloin liiketoiminta tuottaa 250€ voittoa.

$$1000€ - 400€ - 350€ = 250€$$

Kun tulo, kiku ja muku ovat tunnettuja, voidaan laskea kannattavuuden arvioinnissa käytettävä kriittinen piste, eli Break Even Point. Kriittisen pisteen (KRP) kohdalla katetuotto on yhtä suuri kuin kiinteät kustannukset. Tällöin liiketoiminta ei tuota voittoa tai tappiota. Kriittinen piste lasketaan jakamalla kiinteät kustannukset katetuotolla ja kertomalla jaos sadalla.

$$\text{Kriittinen piste} = \text{Kiinteät kulut} / \text{Katetuottoprosentti} \times 100$$

Edellisen esimerkin mukaisesti, jos kikut ovat 350€ ja KTP 60, on kriittinen piste 583,33€

Kriittinen myyntipiste on liiketoiminnan kannattavuuden mittari. Jos tulos on enemmän kuin KRP arvo, on toiminta kannattavaa ja voittoa tuottavaa. Jos tulos on KRP arvon alapuolella, tuottaa yritys tappiota.

Kriittisen pisteen avulla voidaan laskea myös se määrä, joka yksittäisiä tuotteita täytyy myydä, että kriittinen piste saavutetaan. Tätä laskutoimitusta varten täytyy tietää kriittisen pisteen lisäksi yksittäisen tuotteen myyntihinta.

$$\text{KRP kpl} = \text{KRP} / \text{kpl myyntihinta}$$

Esimerkkiyrityksessä myytävien tuotteiden keskihinta on 5€. Tällöin $583,33\text{€} / 5\text{€} = 116,66$ (kpl)

Yrityksen täytyy siis myydä vähintään 116,66 kappaletta tuotetta saavuttaakseen kriittisen pisteen. (Eskola & Mäntysaari 2006, 38; Pellinen 2006, 206-207; Ahola & Lauslahti 2000, 66-69.)

4 Tutkimus

4.1 Tutkimuksen esittely

Opinnäytetyöni tarkoituksena on muodostaa käsitys siitä, millainen palvelukonsepti parhaiten palvelisi tavoiteltua asiakaskuntaa. Tutkimuksen aineiston keruu metodiksi valitsin kvantitatiivisen tutkimuksen, tarkemmin Internetkysely-lomakkeen, jolla pyrin kartoittamaan asiakaskunnan mielipiteitä ja toiveita.

Tutkimuksen perusjoukkona toimii koko tavoiteltu asiakaskunta, 10-50 vuotiaat suomalaiset jotka pelaavat aktiivisesti digitaalisia viihdepelejä. Pelaajabarometri 2015 osoittaa, että ikäryhmässä 40-49 vuotiaat, 25,8% pelaa digitaalisia viihdepelejä viikottain tai useammin. Nuoremmissa ikäryhmissä prosenttiosuus on huomattavasti korkeampi, 10-19 vuotiaista jopa 81,6% pelaa aktiivisesti. Perusjoukoksi muodostuu siis näiden neljän ikäryhmän (Taulukko 1.) aktiivisten pelaajien keskiarvo, eli 51,8 % $((81,6 + 56,2 + 43,6 + 25,8) / 4 = 51,8)$. (Pelaajabarometri 2015, 27.)

Ikäryhmä	Pelaa päivittäin digitaalista viihdepeliä	Pelaa viikottain tai useammin digitaalisia viihdepelejä	Ei pelaa lainkaan digitaalisia viihdepelejä
10-19 v	52,2 %	81,6 %	1,5 %
20-29 v	31,4 %	56,2 %	8,5 %
30-39 v	18,7 %	43,6 %	15,5 %
40-49 v	16,1 %	25,8 %	38,7 %
50-59 v	8,3 %	17,9 %	56,2 %
60-69 v	11,3 %	20,8 %	66,1 %
yli 70 v	6,3 %	14,5 %	71,4 %

Taulukko 1. Viihdepelien pelaamisen aktiivisuus eri ikäryhmissä. (Pelaajabarometri 2015, 27)

Suhteutettuna Tampereella asuviin ikäryhmän asukkaisiin 127691 (Tampereen Väestö 2015, 13.) se tarkoittaa 66143,94 potentiaalista asiakasta ($127691 \times 0,518 = 66143,94$).

4.1.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus pyrkii yleistämään. Sen perusajatuksena on kysyä suurelta joukolta tutkimusongelmiin liittyviä kysymyksiä. Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa perusteltua, luotettavaa ja yleistävää tietoa. (Kananen 2008, 10-12.) Määrällisessä tutkimuksessa keskeistä on havaintoaineiston numeerinen mittaaminen ja aineiston saattaminen tilastollisesti käsiteltäväksi. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2004, 131). Mittaamisessa käytetään mittareita. Mittarin tarkoituksena on muodostaa arvo jollekin ominaisuudelle jota tutkija haluaa mitata. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitteet määritellään niin, että ne voidaan mitata. Tätä kutsutaan operationalisoinniksi. Muuttujalla tarkoitetaan arvoa joka asialle annetaan kun sitä mitataan. Muuttuja muutetaan kvantitatiivisessa tutkimuksessa kysymykseksi, johon tutkimuskohteelta halutaan vastaus. (Kananen 2008, 16-18.)

Määrällisen tutkimuksen pitää olla sekä pätevä että luotettava, jotka yhdessä muodostavat kokonaisluotettavuuden. Pätevyys, eli validiteetti, tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata tarkoituksenmukaisia asioita. Tutkittavan täytyy siis ymmärtää kyselylomakkeen kysymykset oikein. Luotettavuus, eli reliabiliteetti taas tarkoittaa tulosten tarkkuutta, eli että mittaus ei anna sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksesta saatujen vastausten on siis oltava linjassa vanhojen kanssa, jos se toteutetaan uudelleen. (Vilka 2007, 193-194.) Tutkimukseen on järkevää ottaa mukaan vain ne kysymykset, jotka ovat oleellisia ongelman ratkaisun kannalta. Ylimääräiset ”olisi-kiva-tietää” –kysymykset pitää jättää pois selkeyden ja mitattavuuden nimissä. Kysely on tarkoituksenmukainen kun se on mahdollisimman lyhyt, mutta tarpeeksi kattava. (Kananen 2008, 15.)

4.1.2 Tutkimuksen luominen

Jotta validiteetti ja reliabiliteetti toteutuvat, täytyy tutkimusta laadittaessa pyrkiä luomaan selkeä, mutta tarpeeksi kattava kysymyspatteristo. Tämän tutkimuksen kysely suunnattiin perusjoukolle, eli digitaalisten viihdepelien aktiiviharrastajille. Mielestäni tältä perusjoukolta voidaan odottaa peli- ja peliharrastus aiheisen sanaston tuntemusta. Siksi käytin kysymyksissä kieltä ja lyhenteitä, jotka eivät välttämättä aukea muulle yleisölle. Ydinjoukolle ne kuitenkin luovat tunteen, että kyselyssä puhutaan heidän kieltään.

Käytetyt lyhenteet avataan opinnäytetyön alussa olevassa erityissanasto osassa ja itse kyselylomakkeen saatekirjeessä.

Tutkimuksen eettisyyttä pohdittaessa on arvioitava tutkimuksen kohdetta, sen merkityksellisyyttä, hyödynnettävyyttä ja käytännöllisyyttä (Hirsjärvi 2009, 24-25). Tutkimukseen osallistuvilla on oikeus tietää mihin annettuja tietoja käytetään ja mitä tutkimuksesta seuraa. Lisäksi tutkijalta edellytetään avoimuutta ja rehellisyyttä. (Mäkinen 2006, 65-66.)

Kysymykset ovat tutkimuksen perusta ja raaka-ainetta. Kysymyksien laadusta ja esitystavasta riippuu tutkimuksen luotettavuus ja laatu. Kysymysten on oltava selkeitä, eikä niissä saa olla erikoiskieltä, jotta jokainen vastaaja ymmärtää kysymykset samalla tavalla. Lomakehaastattelussa kysymykset ovat yleensä strukturoituja. Kun vastausvaihtoehdot ovat valmiiksi annettuja, on tuloksia helpompi ja selkeämpi tulkita. (Kananen 2010, 25-26.)

Huolimatta siitä, että tutkittavat joskus muuntelevat totuutta, täytyy tutkijan lähteä oletuksesta, että annetut vastaukset ovat todenmukaisia. (Pitkäranta 2004, 89.)

4.1.3 Tutkimuksen aineisto

Kyselylomake on tavallisin määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keräämisen tapa. Vilkan mukaan (2007, 94.) kyselylomakkeen tyypillisimpänä haittana on kuitenkin riski siitä, että vastausprosentti jää alhaiseksi. Koska tässä tutkimuksessa perusjoukko on valtavan iso, eikä koko perusjoukon vastausten kerääminen ole mahdollista, toteutetaan tutkimus otantatutkimuksena. Otantatutkimuksessa perusjoukkoa edustaa otos. Otoksen avulla saadut tulokset voidaan sitten yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Otoksen tavoitteena on olla mahdollisimman kattava peilikuva koko perusjoukosta. (Kananen 2010, 70.)

Tätä tutkimusta varten ei ole mahdollista saada luetteloa tai rekisteriä perusjoukon yksiköistä, niinpä otosta varten täytyy soveltaa ei-todennäköisyysotantaa, tarkemmin harkinta- ja kiintiöpoimintaa. Harkinnan varaisessa otannassa valitaan havaintoyksiköitä

tutkijan harkinnan varaisesti. Nämä harkitut yksiköt valikoidaan niin, että niiden uskotaan edustavan perusjoukkoa erityisen hyvin. (Kananen 2008, 73-74.)

Resurssien rajallisuudesta johtuen, en pysty valitsemaan yksittäisiä vastaajia, mutta pystyn vaikuttamaan kyselyn leviämiseen jakamalla sitä tietyissä harkituissa kanavissa. Kananen esittelemän Kiintiöpoiminnan mukaisesti tällä toimenpiteellä otos saadaan näyttämään populaation peilikuvalla. Kiintiöpoiminnan käyttö edellyttää tietoja perusjoukosta jotta kysely voidaan kohdistaa ja rakentaa juuri heille soveltuvaksi. Otoksen edustavuus voidaan varmistaa kyselytutkimuksessa kysymällä vastaajilta tarkentavia taustamuuttujia, eli varmistamalla heidän kuulumisensa perusjoukkoon. Yleisiä kysymyksiä ovat ikään, sukupuoleen, työllisyystilanteeseen ja siviilisäätyyn liittyvät kysymykset. Tällä tavoin saadaan varmimmin edustavia tutkimustuloksia, sillä otoksen ja perusjoukon vastaavuus on varmistettu. Menetelmää käytetään yleisesti kaupallisissa markkinatutkimuksissa. (Kananen 2008, 74-75.)

4.2 Tutkimuksen suorittaminen

4.2.1 Tutkimuksen validiuden varmistaminen

Tutkimuksen pääjoukon, digitaalisia viihdepelejä pelaavien 10-50 vuotiaiden suomalaisten voidaan olettaa käyttävän Internetiä sujuvasti (NetTrack 2015, 5). Suomen virallisen tilaston mukaan (SVT) alle 45-vuotiaista yhdeksän kymmenestä käyttää nettiä useasti päivässä. Näin ollen Internetkyselylomake on hyvä tapa tavoittaa pääjoukko resurssien ja aikataulun kannalta. Aktiivisesti Internetiä käyttävät pääjoukon edustajat osallistuvat myös digitaalisten viihdepelien ympärille keskittyneisiin sosiaalisen median kanaviin. Pääjoukko on siis tavoitettavissa niiden kautta.

4.2.2 Kyselyn rakentaminen

Tutkimuksen alustaksi valikoin Surveymonkey-palvelun, koska sen käyttö on minulle tuttua aiemmin toteuttamieni kyselytutkimustoimeksiantojen takia ja kokemukset palvelusta ovat olleet positiivisia. Palvelu tarjoaa hyvät työkalut vastausten analysointiin ja sitä on helppo käyttää.

Strukturoitua kyselytutkimusta tehtäessä täytyy kysymysten asetteluun kiinniittää erityistä huomiota. Kysymysten toimivuus tiedon kerääjänä riippuu Kanasen mukaan (2010, 25.) seuraavista kolmesta seikasta:

- Vastaaja ymmärtää kysymykset oikein.
- Vastaajalla on kysymysten edellyttämä tieto.
- Vastaaja haluaa antaa kysymyksiin liittyvän tiedon.

Koska kysymykset ovat tutkimuksen tiedon lähteitä ja raakadataa, riippuu tutkimuksen luotettavuus ja laatu kysymysten hyvydestä. Kaikkien kolmen edellä mainitun ehdon on täytyttävä kaikissa tutkimuksen kysymyksissä. Lisäksi on tärkeää, että kaikki vastaajat ymmärtävät kysymykset samalla tavalla. (Kananen 2008, 25; Vilka 2015, 194.)

Kyselylomakkeen rakenteen perustin Kanasen esittelemään (2008, 31) suppilotekniikkaan. Lomakkeen kysymykset a ryhmitellään aihealueittain ja ne etenevät loogisesti. Kyselytutkimusta rakennettaessa oleellista on myös lomakkeen testaus. Onhan onnistunut kysely tutkimuksen perusta, eikä siinä tapahtuneita virheitä tai lapsuksia pysty enää kyselyn julkaisemisen jälkeen korjaamaan. (Vilka 2015, 78.) Omassa opinnäytetyössäni testasin kyselyä kahdesti TESK ry:n jäsenillä ennen tutkimuksen julkaisua.

Kyselylomakkeen alussa olevalla saatekirjeellä ja saatesanoilla avaan kyselyn tarkoitusta siihen osallistujille. Koska kyseinen tutkimus ei ole erityisen arkaluontoinen, ei saatekirjeessä avata koko tutkimusta. Tietoa täytyy kuitenkin olla tarpeeksi, jotta vastaaja voi tehdä päätöksen vastaamisesta tai vastaamatta jättämisestä sen perusteella. Oleellista on myös saatekirjeen tyylillinen suuntaaminen perusjoukolle, eli kyselyyn vastaajille. Saatekirjeessä tulee käyttää selkeää ja arkikielistä tekstityyliä kohderyhmän palvelemiseksi. Muita saatekirjeessä esille tuotavia tärkeitä seikkoja ovat tutkimuksen tekijän tiedot ja yhteistyötahojen maininta. Saatekirjeessä tulee myös kiittää vastaajaa tutkimukseen osallistumisesta ja ilmoittaa aika jonka se vastaajalta vie. (Vilka 2015, 81-87.)

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

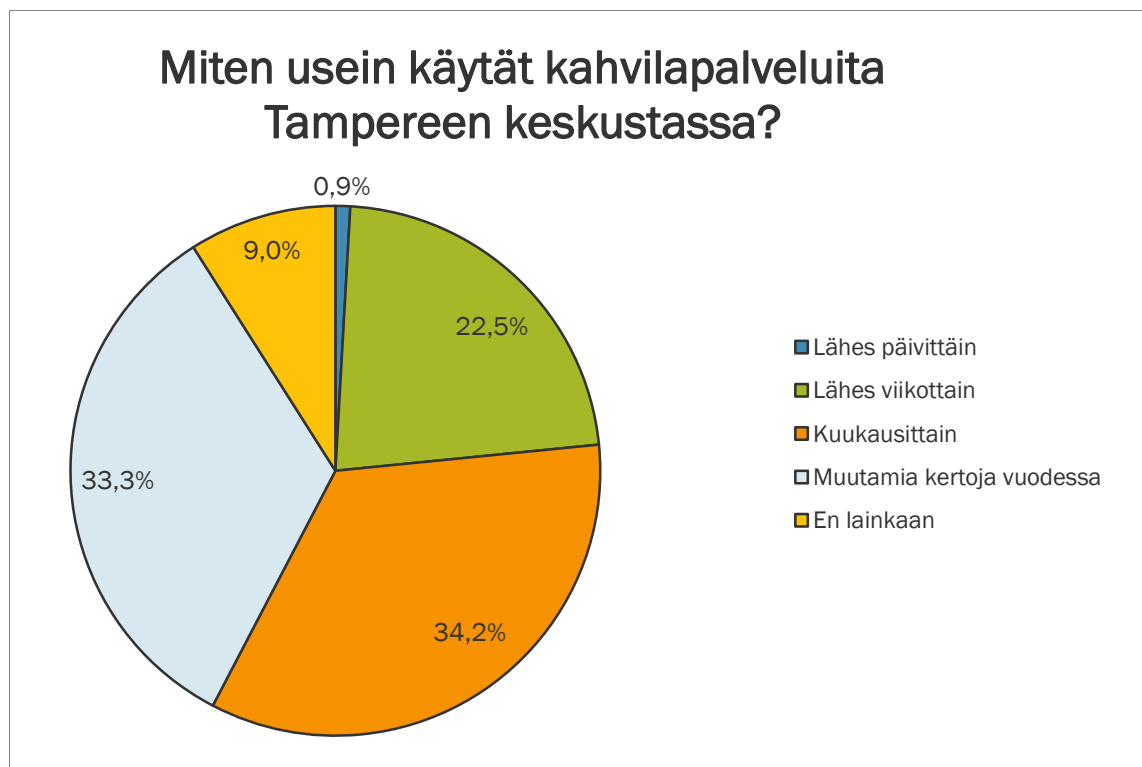
5.1 Otannan kahvilakäyttäytyminen

Kyselytutkimuksen (Liite 1) ensimmäiset kysymykset pyrkivät kartoittamaan vastaajan kahvilakäyttäytymistä. Näiden pohjalta voidaan päätellä, millaista asiakaskuntaa kahvila todennäköisesti tulisi palvelemaan toteutuessaan.

Kysymys 1:

Kysymyksessä 1. kysyttiin, miten usein vastaaja käyttää kahvilapalveluita Tampereen keskustassa. Kuten kuviosta 1. voidaan havaita, eivät vastaajat ole erityisen aktiivisia kahvilakävijöitä, yli $\frac{3}{4}$ vastaajista käy kahvilassa joko kuukausittain tai harvemmin. Kysymykseen saatiin 111 vastausta ja yksi osallistuja ohitti sen.

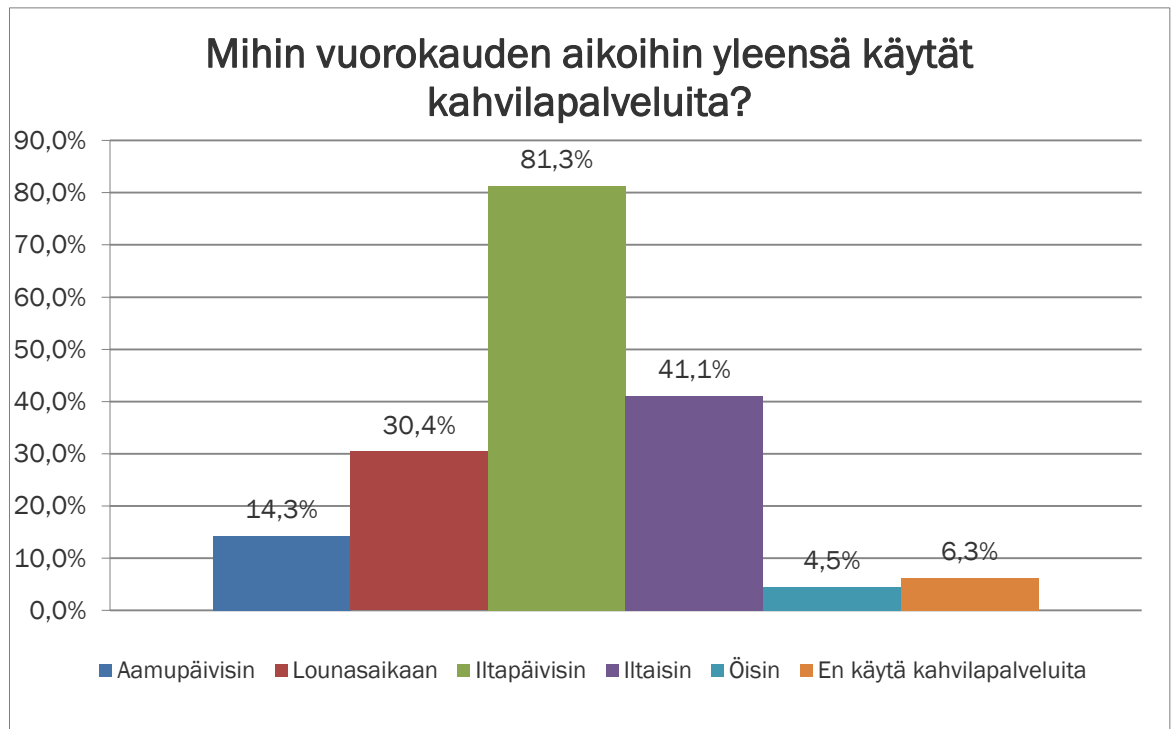
Kysymyksen yhteydessä ollutta ”Haluatko tarkentaa vastaustasi?” optiota käytti 13, 111:sta vastaajasta. Vastaustaan tarkentaneet selittivät vähäistä kahvilakäyntiään korkealla hintatasolla ja mieluisen kahvilakulttuurin puutteella.



Kuvio 1. Miten usein käytät kahvilapalveluita Tampereen keskustassa? (Liite 2)

Kysymys 2:

Kysymyksessä 2. kysyttiin vuorokaudenaikaa, jona vastaaja yleensä käyttää kahvilapalveluita. Vastauksia kysymykseen tuli 112, ja kuten kuviosta 2 voidaan helposti havaita, painottuu vastaajien kahvilakäyttö iltapäiviin ja iltoihin. Myös lounasaikaan ja aamulla käydään kahviloissa, mutta huomattavasti vähemmän. Öisin kahviloita käytetään hyvin vähän.



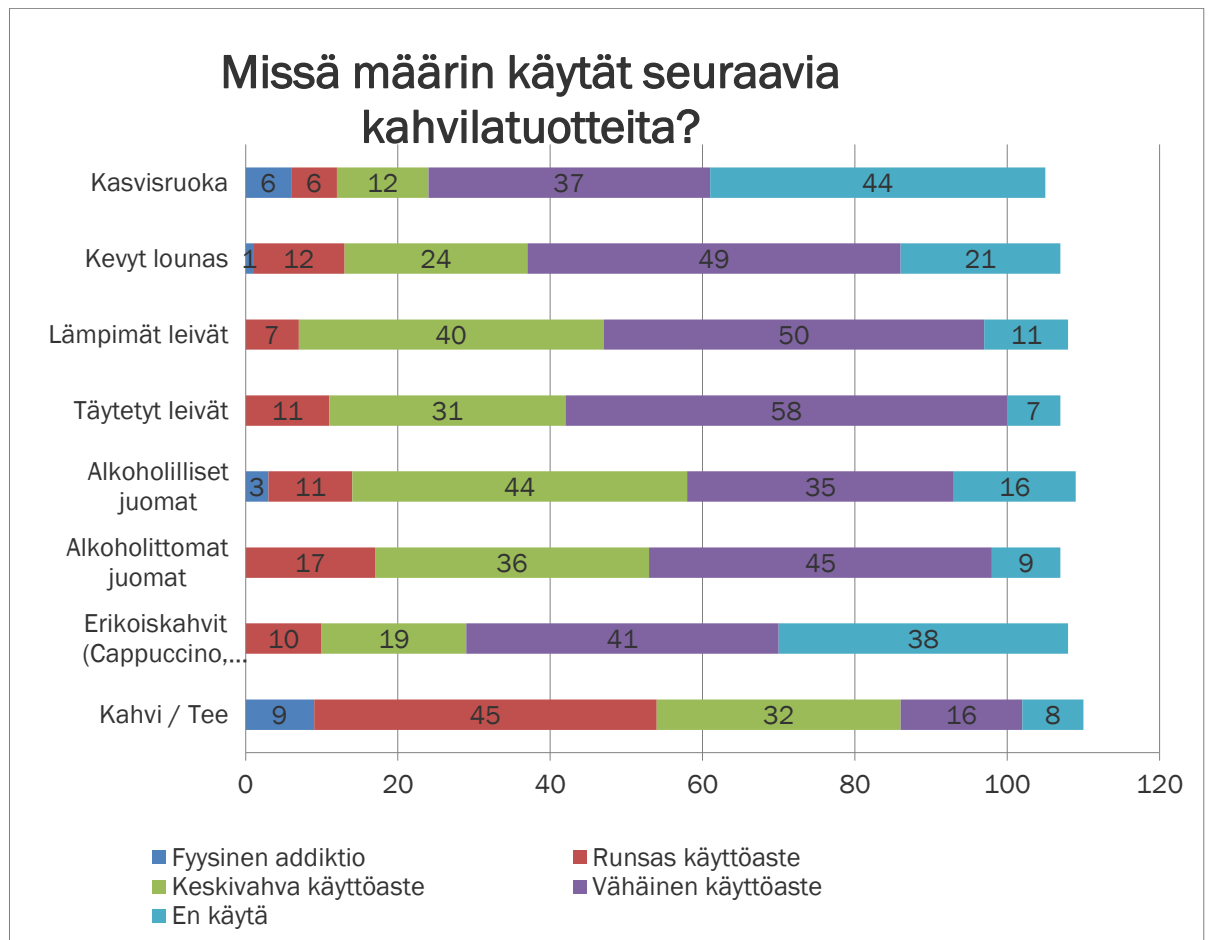
Kuvio 2. Mihin vuorokauden aikoihin yleensä käytät kahvilapalveluita? (Liite 2)

Kysymys 3:

Kysymys 3. käsitteli eri kahvilatuotteiden käyttöä. Kysymykseen vastasi 111 henkilöä ja sen ohitti yksi henkilö. Kysymyksen vaihtoehtojen asettelussa pyrittiin välittämään humoristista sävyä vastaamisen mielekkyyden lisäämiseksi.

Tuloksista on havaittavissa (Kuvio 3), että erityisesti perinteiset suomalaiset kahvilatuotteet, eli kahvi ja tee ovat suuressa suosiossa käyttäjien keskuudessa. Kasvisruokaa ei suurin osa vastaajista käytä lainkaan tai vain vähän. Toisaalta niille jotka kasvisruokaa syövät, on kasvisvaihtoehto ehdoton. Tämä oli havaittavissa myös avoimeen lisäkysymykseen ”Mikä on tärkein kahvilasta saatava tuote? Entä palvelu?”

saaduissa sanallisissa vastauksissa. Sanallisissa vastauksissa korostui erityisesti kahvin laatu sekä eri kahvilaatujen monipuolisuus. Palvelun on oltava ystävällistä, rentoa ja asiakkaat huomioon ottavaa. Hieman yllättäen WC tilojen laatu nousi esille useassa vastauksessa (Liite 2) vaikuttavana tekijänä.



Kuvio 3. Missä määrin käytät seuraavia kahvilatuotteita? (Liite 2)

Kysymys 4:

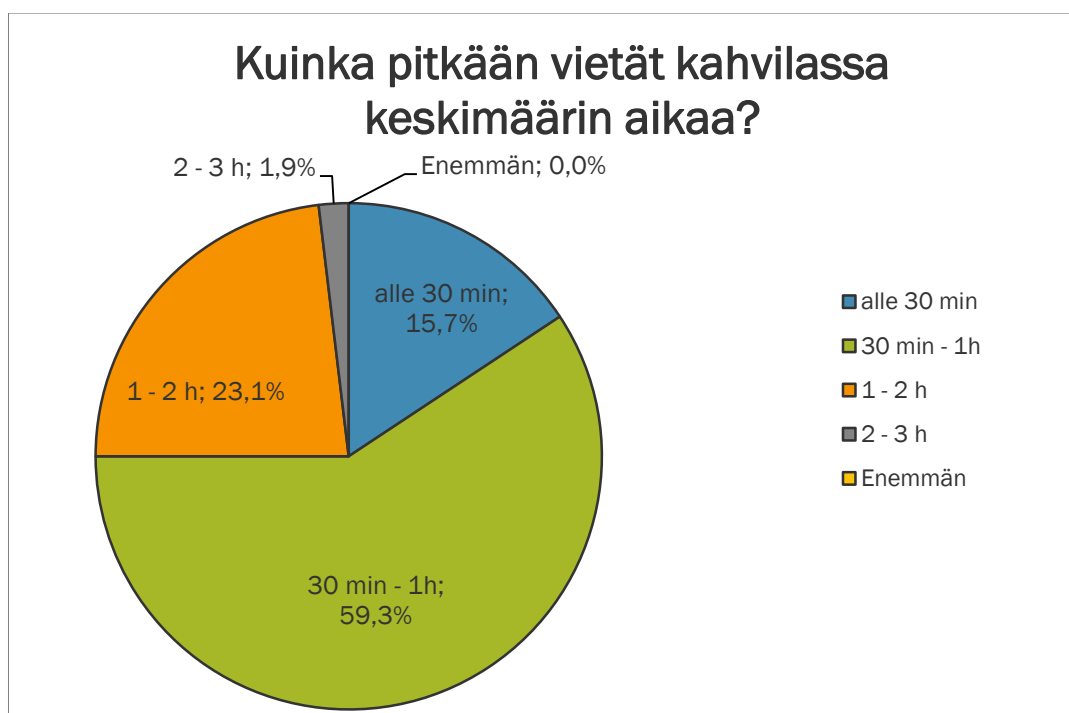
Kysymyksessä 4. tiedusteltiin rahasummaa jonka asiakas keskimäärin kahvilassa käydessään kuluttaa. Vastaajien käyttämän rahasummat eroavat huomattavasti toisistaan, toisten käyttäessä vain muutamia euroja, käyttävät toiset useita kymmeniä euroja kahvilakäynnillään. Keskiarvoksi muodostui hieman vajaa 10€ joka vaikuttaa realistiselta summalta.



Kuvio 4. Kuinka paljon rahaa keskimäärin kulutat käydessäsi kahvilassa? (Liite 2)

Kysymys 5:

Kysymyksessä 5. kartoitettiin vastaajien yksittäisen kahvilakäynnin kesto. Kysymykseen vastasi 108 henkeä ja 4 ohitti sen. Selkeästi suurin osa, lähes 60% vastaajista viettää kahvilassa aikaa puolesta tunnista tuntiin. Pidempään kahvilassa viihtyy neljäsosa vastaajista, mutta kukaan ei tunnusta viettävänsä siellä aikaa yli kolmea tuntia. Alle puolituntia kahviloissa viettäviä on noin 16%. Vastauksista ei voida päätellä ovatko nämä kahvinhaku käyntejä, vai istuvatko vastaajat hetkeksi alas nauttimaan kahvinsa.



Kuvio 5. Kuinka pitkään vietät kahvilassa keskimäärin aikaa? (Liite 2)

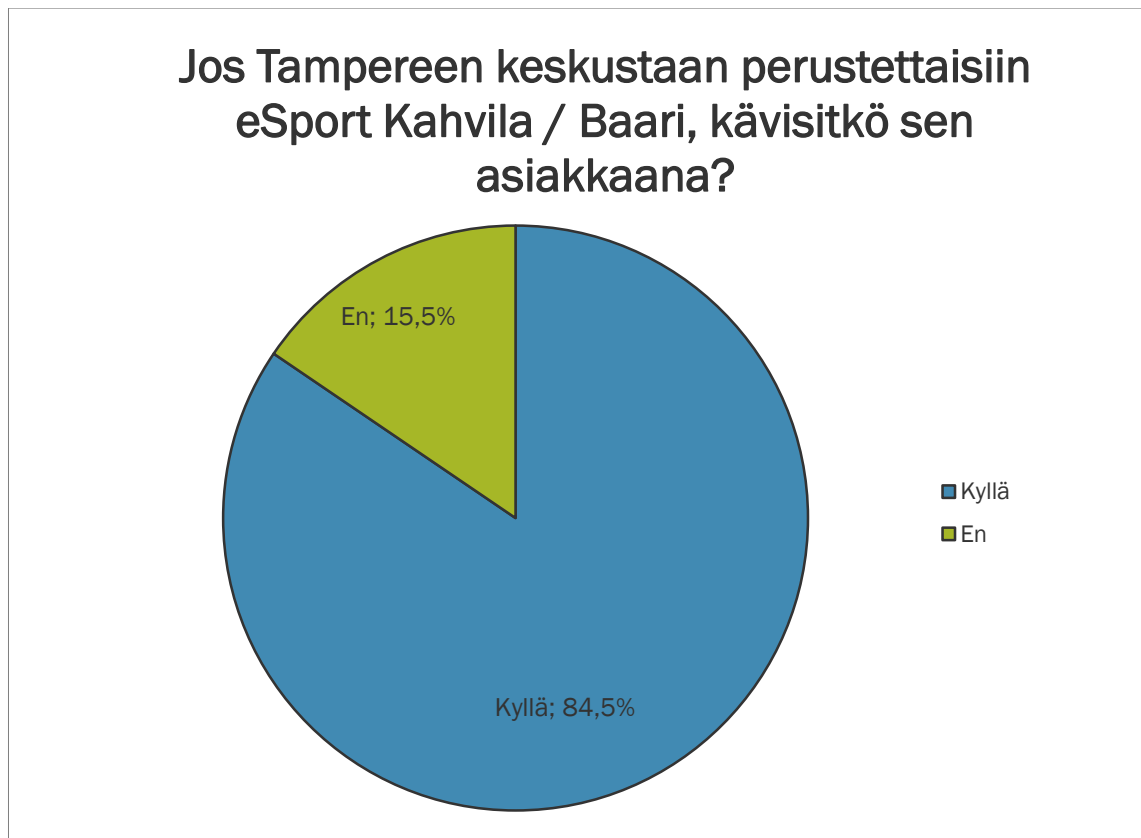
5.2 eSport Kahvila / Baari

Suoraavat kysymykset pyrkivät kartoittamaan vastaajien mielipiteitä ja mielenkiinnonkohteita elektroniseen urheiluun ja peleihin liittyen. Kysymysten vastausten perusteella tulevan kahvila-baari –konseptin sisältöä voidaan muokata paremmin tavoiteltua asiakaskuntaa palvelevaksi.

Kysymys 6:

Kysymyksessä 6. tiedusteltiin elektronisen urheilun ja pelaamisen ympärille konseptoidun kahvilan-baarin suosiota vastaajien keskuudessa. Vaikka kysely pyrittiin suuntaamaan lähtökohtaisesti juuri tavoitellulle asiakasryhmälle, vastasi 15,5% ettei tällainen palvelu ole kiinnostava. Suurin osa kuitenkin piti ajatusta hyvänä. Kysymykseen vastasi 110 henkilöä ja sen ohitti 2 vastaajaa.

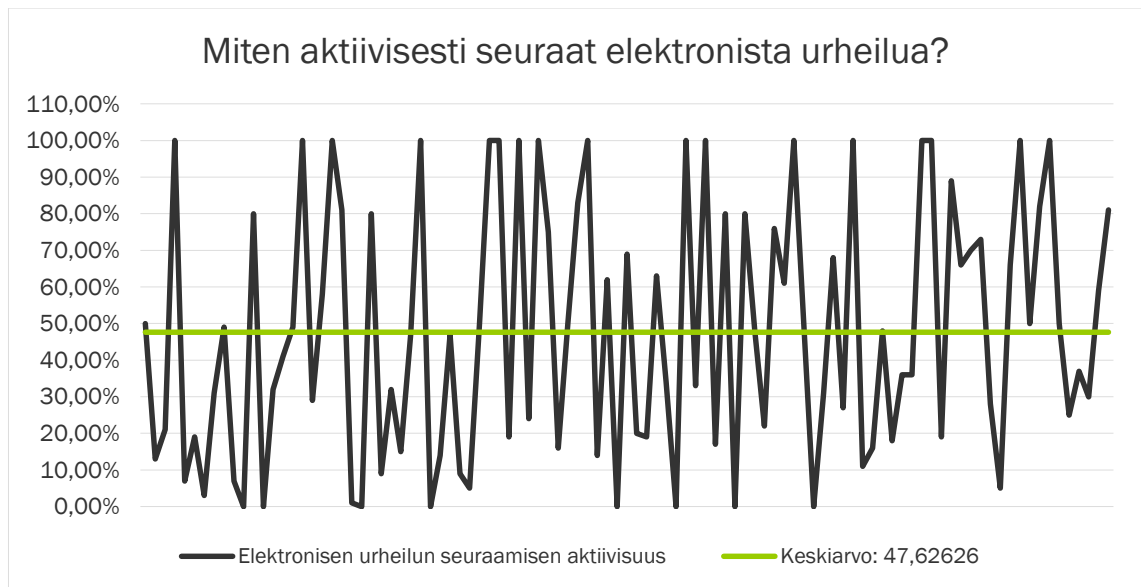
Vapaaseen lisäkysymykseen ”Miten usein uskoisit käyväsi eSport kahvilassa / baarissa?” vastasi 64 henkilöä. Useimmat sanallisesti vastanneista uskovat käyvänsä mahdollisessa kahvilassa muutamia kertoja kuukaudessa, kuten nykyäänkin ei-pelikahviloissa. Useat ilmaisivat kiinnostuksensa ja totesivat tekevänsä päätöksen vasta ensimmäisen käyntikerran jälkeen.



Kuvio 6. Jos Tampereen keskustaan perustettaisiin eSport Kahvila / Baari, kävisitkö sen asiakkaana? (Liite 2)

Kysymys 7:

Kysymyksessä 7 kysyttiin elektronisen urheilun seuraamisen aktiivisuutta. Vastauksia kerättiin liukuvalla asteikolla, jonka ääripäät olivat ”En seuraa” (numeerisesti 0) ja ”Seuraan päivittäin” (numeerisesti 100). Vastausten numeerinen keskiarvo oli 47,63. Kuten kuviosta 7 voidaan nähdä, vastasivat monet joko 100 tai 0, mutta myös väliarvoja oli paljon. Osa vastaajista siis seuraa elektronista urheilua hyvinkin aktiivisesti, mutta monet vastaajista eivät seuraa joko lainkaan tai vain vähän.

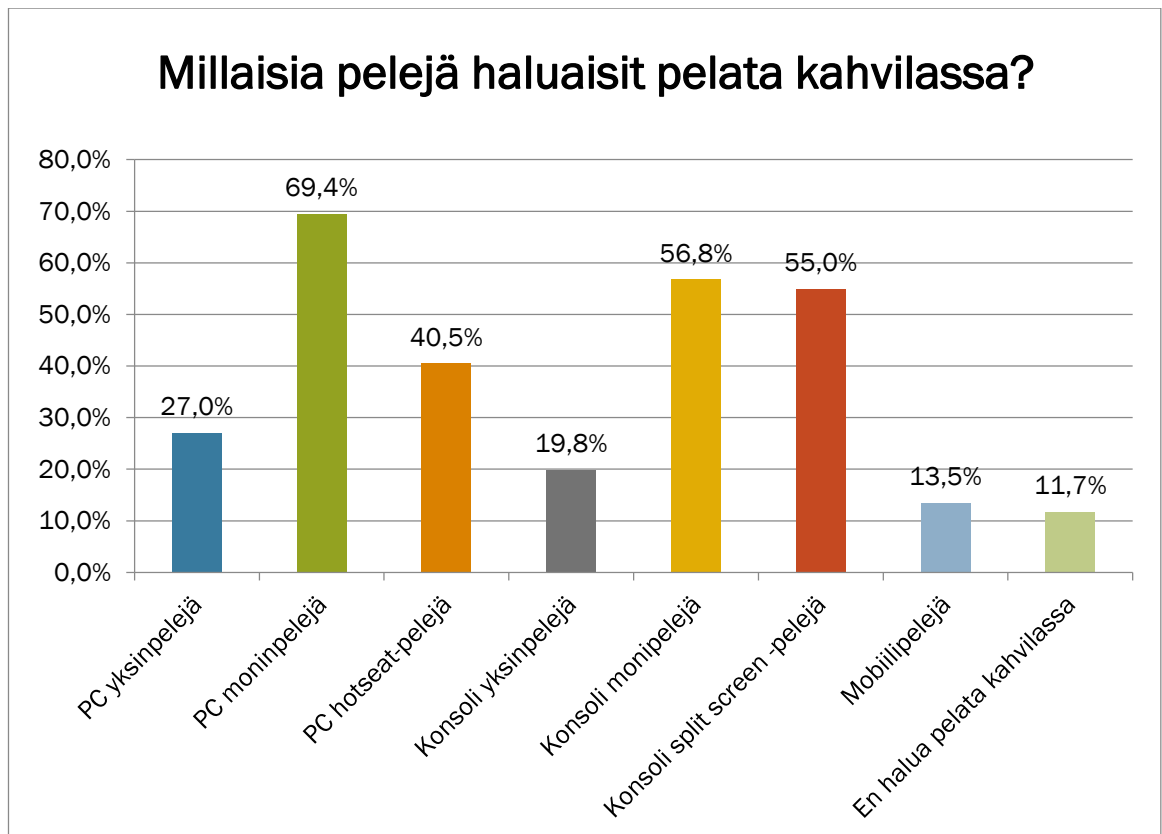


Kuvio 7. Miten aktiivisesti seuraat elektronista urheilua? (Liite 2)

Kysymys 8:

Kysymyksessä 8. kartoitettiin eri peligenrejen kiinnostavuutta vastaajien keskuudessa. Kysymykseen vastasi 111 henkilöä ja yksi ohitti sen. Vastauksissa korostuivat erityisesti PC monipelit, joita suurin osa elektronisen urheilun kärkilajeista on. Myös konsolipelit olivat vastaajien suosiossa, erityisesti ne joita voidaan pelata yhdessä kavereiden kanssa. Yksinpelien suosio jäi muita genrejä vähäisemmäksi. Yllättäen nykyään hyvin suosittu mobiilipelit eivät herättäneet vastaajissa suurta intohimoa. 11,7% vastaajista ei halua pelata kahvilassa.

Kysymyksen yhteydessä ollut vapaa lisäkysymys ”Mikä näistä on tärkein?” keräsi 44 vastausta. mutta kysymyksen heikosta asettelusta johtuen eivät ne tarjoa juurikaan lisätietoa. Yksi vastaajista kertoi, ettei itse pelaaminen kahvilassa niinkään kiinnosta, vaan suurempi arvo on muiden pelaamisen seuraamisella.



Kuvio 8. Millaisia pelejä haluaisit pelata kahvilassa? (Liite 2)

Kysymys 9:

Kysymyksessä 9. kysyttiin vastaajien kiinnostusta ruokaan pelaamisen yhteydessä. Vastauksia kerättiin liukuvalla asteikolla jonka ääripäät olivat ”Ei kiinnosta” (numeerisesti 0) ja ”Ruoka kiinnostaa aina” (numeerisesti 100). Vastaajia kysymyksellä oli 106 ja 6 ohitti sen. Vastausten numeerinen keskiarvo oli 70,839. Kuten kuviosta 9 voidaan nähdä, painottuivat vastaukset selkeästi asteikon yläpäähän. Ruoka voidaan siis todeta kiinnostavan vastaajia pelaamisen yhteydessä.



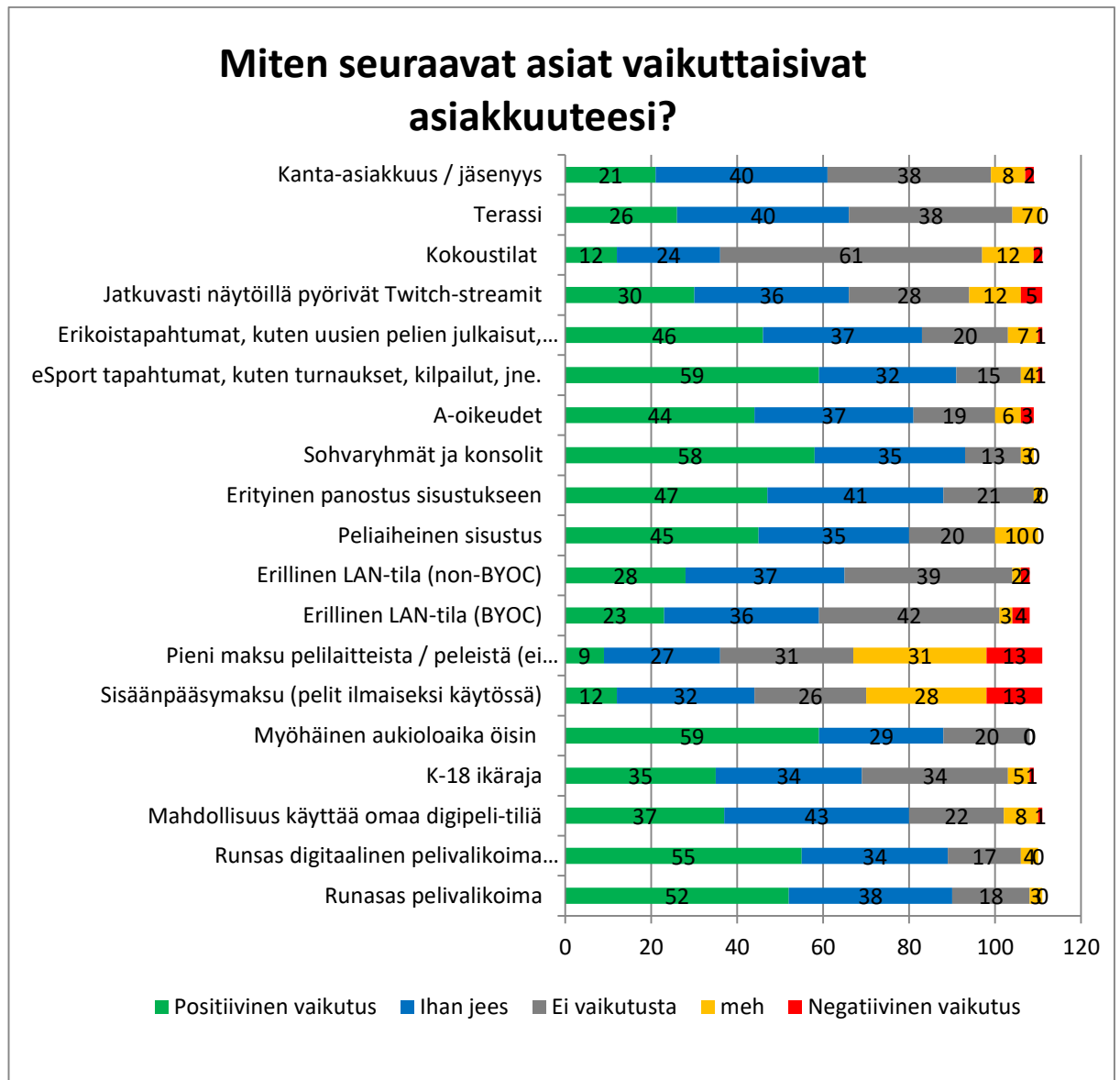
Kuvio 9. Kiinnostaako ruoka pelaamisen yhteydessä? (Liite 2)

Kysymys 10:

Kysymys numero 10. oli tutkimuksen laajin ja tulevaa konseptin kehittämistä silmälläpitäen myös mielenkiintoisin kysymys. Vastauksia kysymykseen tuli 111 ja yksi tutkimukseen osallistuneista ohitti sen. Kysymys toteutettiin moni valinta matriisi-kyselynä jossa kutakin aihetta pyydettiin arvioimaan 5 –portaisella mieltymysasteikolla. Kyselytutkimuksen testaus vaiheessa saadun palautteen pohjalta alun perin 3 –portaiseen kyselyyn lisättiin kaksi lisävaihtoehtoa niin sanotuiksi puolivälin vastauksiksi. Myös tässä kysymyksessä pyrittiin lisäämään vastaajien vastausmielenkiintoa humoristisilla ja Internetkulttuuriin kuuluvilla sanamuodoilla. ”Meh” tunnetaan Internetkulttuurissa olankohautusta simuloivana äännähdyksenä, kun taas ”ihan jees” pyrkii olemaan hieman positiiviseen kallellaan oleva vastausvaihtoehto joka ei kuitenkaan herätä sen suurempia tuntemuksia vastaajassa.

Yleisesti kysymyksessä esitettyihin vaihtoehtoihin suhtauduttiin positiivisesti, erityistä mielenkiintoa herätti myöhäinen aukioloaika, runsas pelivalikoima sekä panostus sisustukseen. Negatiivisia mielipiteitä nousi oikeastaan vain sisäänpääsymaksun ja pelien käyttömaksun kohdalla. Toisaalta nämäkin ajatukset saivat osakseen lähes yhtä paljon positiivisia mielipiteitä. Suurin osa mielipiteistä sijoittui näiden ääripäiden väliin.

Kysymyksen 10 osana ollut avoin kysymys ”Mitkä muut asiat vaikuttaisivat asiakkuuteesi merkittävästi?” sai 29 vastausta. Avoimissa vastauksissa peräänkuulutettiin tilojen sijaintia ja muokattavuutta asiakkaiden tarpeisiin. Valaistuksen säätäminen tarpeiden ja vuorokaudenaikojen mukaisesti, yksityistilojen varaaminen ja käyttö sekä ”jonnettomuus”, eli meuhkaavien teinien hallinta muiden asiakkaiden viihtyvyyden takaamiseksi. Myös virtuaalitodellisuuden tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntäminen nousi avoimissa vastauksissa esille.



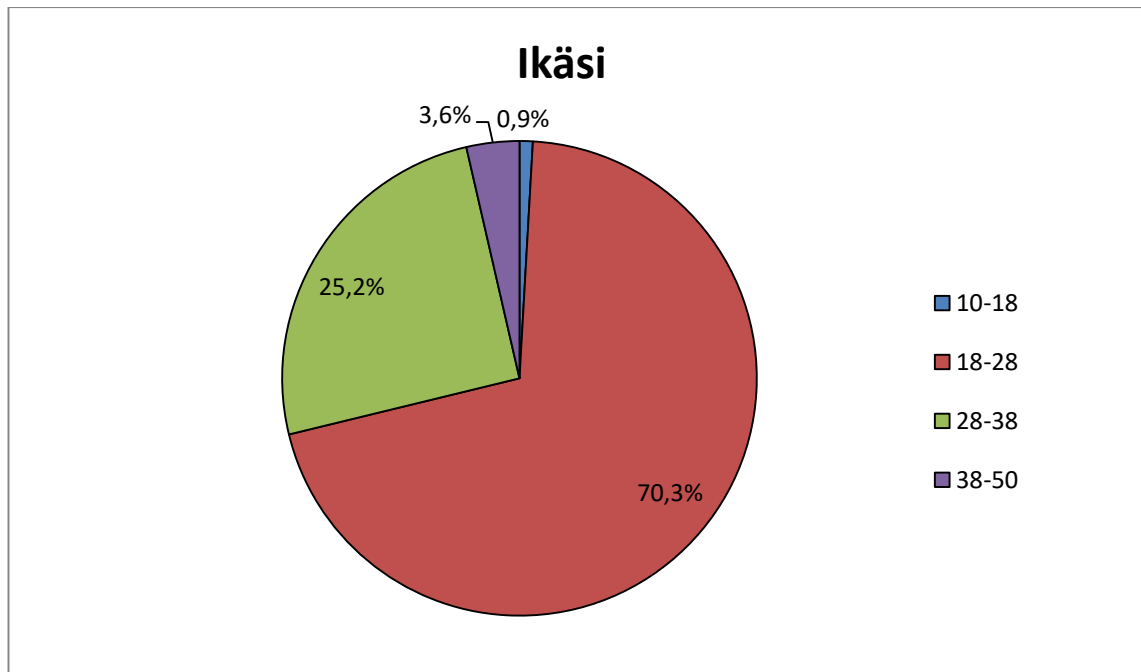
Kuvio 10. Miten seuraavat asiat vaikuttaisivat asiakkuuteesi? (Liite 2)

5.3 Otannan soveltuvuus

Kyselylomakkeen lopussa kysyttiin vielä kolme vastaajaa itseään koskevaa kysymystä, joiden avulla voidaan tutkia otannan validiteettia ja vastaajien pelitottumuksia.

Kysymys 11:

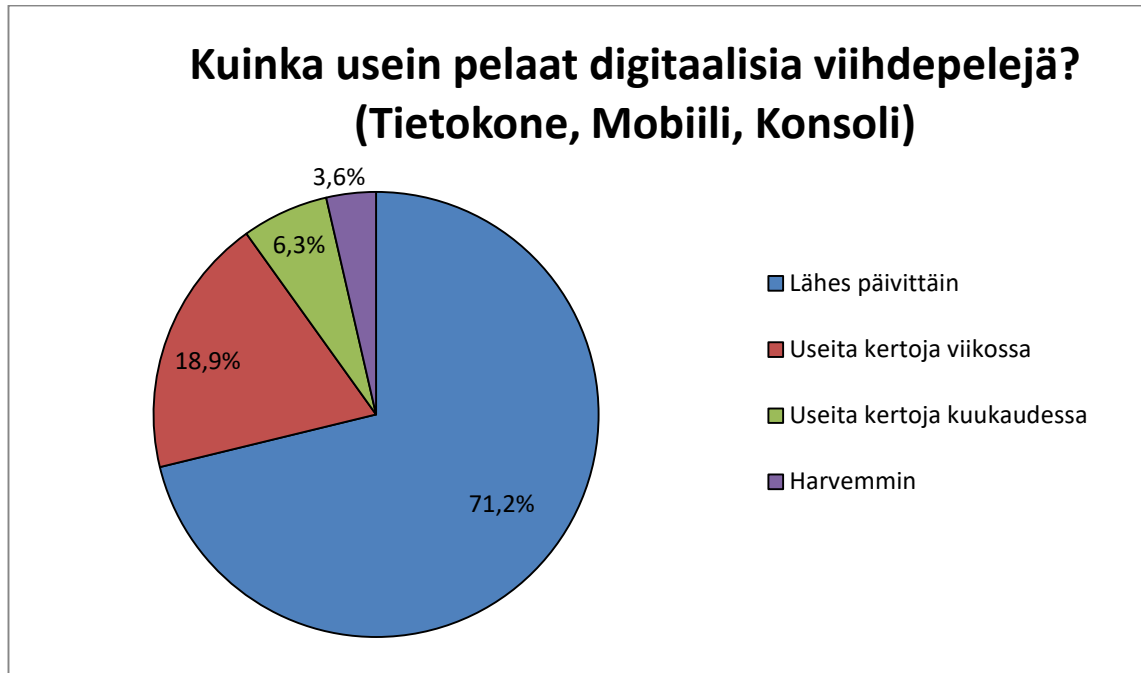
Kysymyksessä 11 kysyttiin vastaajan ikää. Kysymykseen vastasi 111 vastaajaa ja yksi osallistuneista ohitti sen. Kuten kuviosta 11 voidaan nähdä, neljäsosa vastaajista kuului ikäryhmään 28-38. Selkeästi suurin osa vastaajista, yli 70% kuului nuorempaan 18-28 ikäryhmän. Sitä nuorempia vastaajia oli vain 0,9% ja 38-50 vuotiaisiin kuului 3,6% kyselyyn osallistujista.



Kuvio 11. Ikäsi (Liite 2)

Kysymys 12:

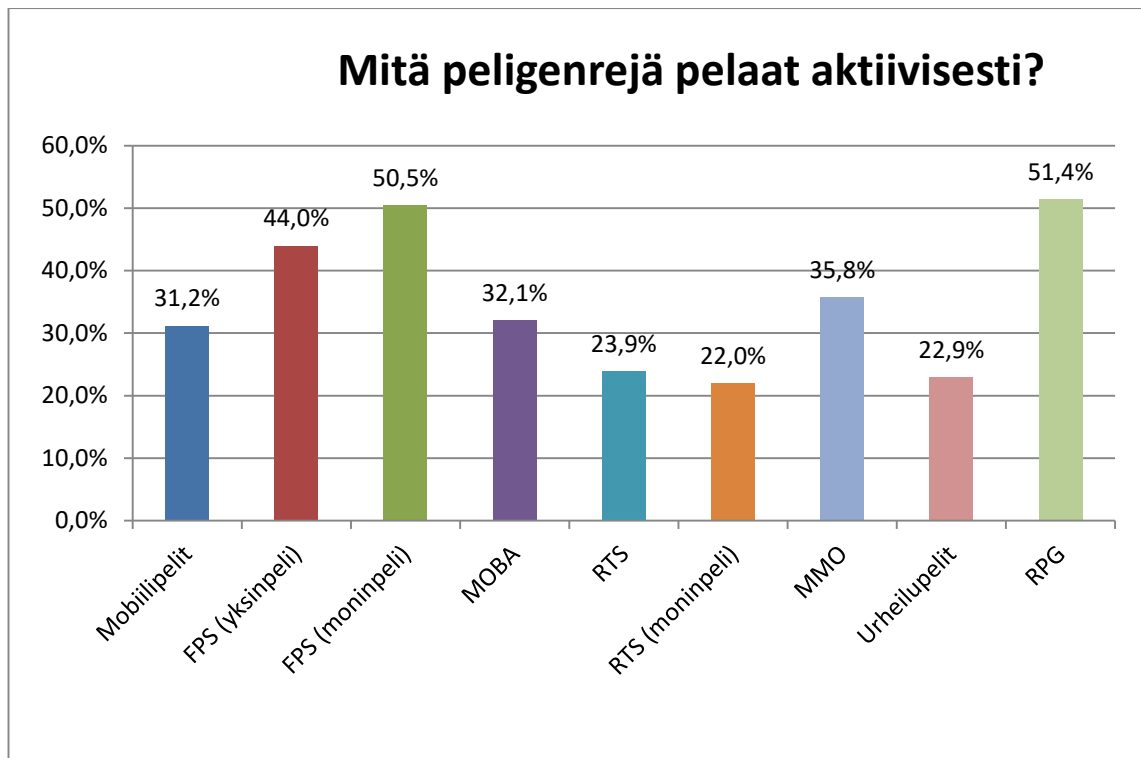
Kysymyksessä 12 pyrittiin selvittämään vastaajien pelaamis-aktiivisuutta. Pelaajabarometrin mukaisesti aktiivisena pelaajana voidaan pitää niitä pelaajia, jotka pelaavat digitaalisia viihdepelejä viikottain tai useammin. Tähän joukkoon vastaajista kuuluu 90,1%, joten tutkimusta voidaan siltä osin pitää validina. 9,9% vastaajista ei pelaa aktiivisesti. Kysymykseen vastasi 111 henkilöä ja 1 henkilö ohitti sen.



Kuvio 12. Kuinka usein pelaat digitaalisia viihdepelejä? (Tietokone, Mobiili, Konsoli) (Liite 2)

Kysymys 13:

Kysymyksessä 13 vastaajia pyydettiin määrittelemään mitä eri peligenrejä he aktiivisesti pelaavat. Kysymykseen vastasi 109 henkilöä ja 3 ohitti sen. Vaikka kysymys ei sinänsä tuota lisäarvoa tälle tutkimukselle, syventää se asiakaskunnan profiilia ja kertoo eri peligenrejen kiinnostuksesta vastaajien joukossa. Erityisen korkealle vastauksissa nousi FPS moninpelien suosio, joihin esimerkiksi erittäin suositut Counter Strike ja Overwatch kuuluvat. Hieman yllättäen mobiilipelit ovat suosittuja pelaajien keskuudessa, vaikka niiden pelaaminen kahvilassa ei vastaajia kiinnostanut.



Kuvio 13. Mitä peligenrejä pelaat aktiivisesti? (Liite 2)

Kysymys 14:

Kyselyn lopussa oli vielä avoin palautteen ja ideoiden jättö mahdollisuus. Kysymys keräsi yhteensä 24 vastausta ja 88 vastaajaa ohitti sen. Suuri osa vastaajista koki eSport kahvila idean positiivisena ja jätti kannustavia viestejä. Myös epäileviä ja epäoleellisia vastauksia tuli muutamia. (Liite 2)

5.4 Tulosten yhteenvedo ja luotettavuuden arviointi

Kyselyn tulokset kerättiin Facebookissa toimivien elektroniseen urheiluun ja pelaamiseen liittyvien yhteisöjen jäsenille SurveyMonkey-linkkiä jakamalla ja saatetekstin saattelemana. Jakelukanavilla kyselyä pystyttiin ohjaamaan suoraan pääjoukkoon kuuluville ihmisille, ja kysymyksessä 11 tiedusteltu ikä ja kysymyksessä 12 kysytty peli-aktiivisuus varmistivat tämän. Kysymyksessä 11 ei ollut mahdollista vastata pääjoukon ulkopuolista ikää, joten kaikkien vastaajien voidaan olettaa kuuluvan ryhmään. Kysymys 12 osoittaa, että yli 90 prosenttia vastaajista on aktiivisia pelaajia. Vastauksia kerättiin yhteensä 112, joista 111 vastaajaa vastasivat lähes kaikkiin kysymyksiin. Vaikka pääjoukko on kooltaan useita kymmeniä tuhansia, voidaan yli sadan osuvan vastaajan otoksen katsoa edustavan pääjoukkoa varsin hyvin. Kysymyksissä ja niiden vastauksissa

ei myöskään ole havaittavissa väärinkäsityksiä tai suuria poikkeamia odotetuista vastauksista.

Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma ei ole tasainen, eikä se vastaa Pelaajabarometrin tilastoja pelaajien ikäjakaumasta. Pelaajabarometri 2015 mukaan (2016, 27.) aktiivisimpia pelaajia ovat nuorimpaan, 10-18 vuotiaiden ryhmään kuuluvat henkilöt. 10-18 vuotiaita kyselyyn vastaajia oli kuitenkin hyvin vähän. Yliedustettuina sen sijaan olivat 28-38 vuotiaiden ja erityisesti 18-28 vuotiaiden ryhmät. Tätä epäsuhtaa selittää erityisesti korkeakouluopiskelijoista koostuvilla Facebook-yhteisöillä joissa kyselyä jaettiin. Elektroniseen urheiluun keskittyneen kahvila-baari -konseptia varten vastaukset sopivat kuitenkin hyvin, sillä tavoiteltu asiakasryhmä on täysi-ikäistä. (Kuvio 11.)

Saturaatiopisteen saavuttamista kyselyssä tukee myös Kartanon ja Luotosen (2016, 30, 32.) toteuttaman tutkimuksen tulosten samankaltaisuus ihmisten kahvilakäyttäytymisestä. Kartanon ja Luotosen tutkimuksessa todetaan suurimman osan kahvila-kävijöistä käyttävän rahaa yhdellä käyntikerralla 6-10 euroa. Myös aika, jota kahvilassa vietetään on tutkimusten välillä yhtenevä. (Kartano & Luotonen 2016, 30, 32; Kuvio 4; Kuvio 5.)

Tutkimuksen kokonaisluotettavuutta voidaan pitää hyvänä. Tuloksia analysoitaessa on kuitenkin ilmeistä, etteivät kaikki kyselyn kysymykset tarjoa lisätietoa tutkimuksen aihetta silmälläpitäen. Monet kysymyksistä tarjoavat lisätietoa palvelukonseptin kehittämiseksi, kannattavuusanalyysin sijaan.

6 KANNATTAVUUDEN ARVIOINTI

6.1 Konseptin esittely

Tampere on eräs Suomen suurimmista kaupungeista. Yliopistokaupunkina ja maantieteellisen sijaintinsa vuoksi Tampereelle muuttaa jatkuvasti uusia nuoria aikuisia. Suuri osa näistä, ja paikkakunnalla jo asuvista nuorista pelaa digitaalisia viihdepelejä. Nämä samat nuoret aikuiset ovat viihderavintoloiden pääasiallista asiakaskuntaa, ja kuluttavat huomattavia määriä rahaa sosiaalisiin- ja viihde-aktiviteetteihin. Pelaajille ei kuitenkaan ole tarjolla muita harrastusmahdollisuuksia pelaamisen itsensä lisäksi. Koska pelaajien keski-ikä on jo niin korkea, voidaan aikuisille peliharrastajille keskittää omia palveluita.

Perinteiset eSport kahvilat ovat keskittyneet pitkälti pelaamiseen itseensä. Myös KeskiEuroopassa toimivat eSport kahvilat ovat arcade-peliluolan ja baarin yhdistelmiä. Tässä tutkimuksessa käytetty eSport kahvila-baari –konsepti eroaa näistä ja pyrkii sopeutumaan perinteiseen Suomalaiseen ravintolakulttuuriin.

Suomessa ja maailmalla suositut sporttibaarit toimivat yhdistämällä urheilun kotisohvalta seuraamisen mukavuuden ja hallittavuuden urheilustadionien sosiaaliseen kokemukseen. Nyt elektronisen urheilun voidaan katsoa lyöneen itsensä läpi ja oman näkemykseni mukaan tämä mahdollistaa myös e-sporttibaarin perustamisen. Pelaaminen on kuitenkin hyvin pitkälti itse-tekemiseen liittyvää toimintaa. Niinpä koin, että digitaalisten viihdepelien ympärille rakentuvassa kahvila-baarissa täytyy pystyä myös pelaamaan. Oletukseni on, että kahvila-baarin pääasiallinen tulonlähde täytyy kuitenkin olla lähempänä perinteistä anniskeluravintolaa tai kahvilaa, kuin peliluolaa.

6.2 eSport kahvila-baari

Konseptoitu eSport kahvila-baari sijaitsee Tampereen keskustassa. Konseptia varten käytin Oikotie-palvelusta 23.9.2016 löytämäni liiketilan vuokra-ilmoitusta (Liite 3). Hämeenpuistossa sijaitseva 101.3 m² tilan kuukausivuokra on ilmoituksen mukaan 955€ kuukaudessa. Tila ei sovellu tarkoitettuun käyttöön ilman mittavia remontteja, mutta sen tarkoitus on antaa vain esimerkkikustannus laskelmiin.

Rahoituslaskelmassa (Laskelma 1) arvioin erilaisia kuluja ja investointeja joita kahvila-ravintolan perustaminen vaatii. Esimerkkinä käytin Ravintola-alan ABC opasta (NewCo Yritys Helsinki 2015, 8). Oppaaseen on kerätty käytännön neuvoja ja ohjeita ravintola-alan yrityksen perustamiseen. Useat rahoitus- ja kannattavuuslaskelmien hinta-arviot on johdettu oppaan esimerkki laskelmien avulla.

Laskelmassa pyrin ottamaan huomioon kustannuksia joita yrityksen perustaminen aiheuttaa. Tätä tutkimusta varten on mielekästä olettaa, että rahoitus on saatu kuntoon ja yritys perustettua suunnitelmien mukaisesti. Rahoituslaskelman pääasiallinen funktio on tarvittavan lainan määrän ja sen lyhennyserien arviointi.

Suuri osa tarvittavasta rahasta menee tällaisessa teknologiapainotteisessa yrityksessä ATK laitteistoon. Myös tarjoiltavien myyntiartikkelien tuotantovälineet vievät suuren osan budjetista. Uutta yritystä perustettaessa täytyy myös huomata, ettei yritys ala automaattisesti tuottamaan voittoa heti avaamisen jälkeen. Niinpä rahoituslaskelmaan on sisällytetty kolmen kuukauden käyttöpääoma jolla alun kustannukset katetaan.

Rahan lähteet nojaavat pitkälti Finvera- ja pankkilainoihin. Osa rahoituksesta voi olla mahdollista saada asiakaskunnalta erilaisten joukkorahoituspalveluiden kautta.

Rahoitus

RAHAN TARVE

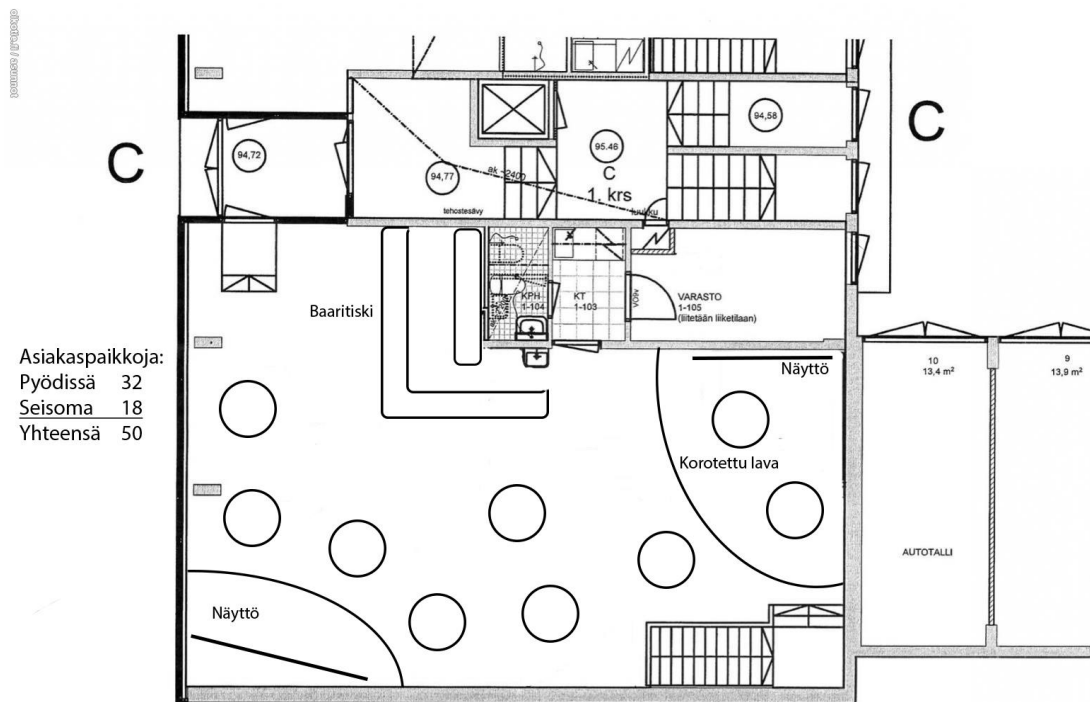
INVESTOINNIT			
Aineettomat hyödykkeet	perustamismenot	400	
	muut a-oikeudet	2000	
Koneet ja kalusto	atk	20000	
	hankittavat tuotantovälineet	15000	
	apporttiomaisuus	2000	
	auto		
	kalusteet	10000	
	puhelin/fax/internet asennuksineen	100	
	kone- ja laiteasennukset	2000	
	toimitilan kunnostus	9090	
	Liikeirtaimisto	toimistotarvikkeet	500
		muut laitteet	
Käyttöpääoma	3kk alkumainonta/esitteet	5000	
	Toimitilakulut vuokra ja takuuvuokra	1910	
	Laitekulut laitevuokrat/leasing	500	
	Palkat henkilöstökulut	10000	
	yrittäjän oma toimeentulo	15000	
Vaihto- ja	alkuvarasto	8000	
Rahoitusomaisuus	Käyttöpääomavaraus/kassa	500	
RAHAN TARVE YHTEENSÄ		102000	

RAHAN LÄHTEET		
Oma pääoma	osakepääoma	5000
	omat rahasisiöt	5000
	omat tuotantovälineet ja tarvikkeet	2000
	muut	
Lainapääoma	osakaslaina	
	pankkilaina	60000
	Finnveran laina	20000
	muut Kickstarter kampanja	10000
	lainat tavarantoimittajilta	
Muu rahoitus		
Erotus		0
RAHAN LÄHTEET YHTEENSÄ		102000

Laskelma 1. Kannattavuuslaskelma. (liiketoimintasuunnitelma.com)

Kuvassa 1 on kahvila-baari konseptin hahmoteltu pohjapiirustus. Kuvassa liiketilaan sijoitetut ympyrät symboloivat pöydän ja asiakkaiden viemää tilaa. Jokaisessa pöydässä on 4 asiakaspaikkaa. Pohjapiirustuksessa on esillä baaritiski, asiakaspaikkoja,

päänäyttöjen sijainnit sekä korotettu peliareena. Liiketilän takakulmassa on portaat alakerran varastoon (Liite 5).



Kuva 1. eSport kahvila-baari pohjapiirustus hahmotelma. (oikotie.fi, muokattu)

Yhteensä asiakaspaikkoja on $4 \times 8 = 32$, lisäksi baaritiskille ja seisomaan mahtuu 18 asiakasta. Tällöin asiakaspaikkoja on 50. Kun asiakaspaikkoja on 50 tai vähemmän, tarvitaan alkoholia anniskelevassa elintarvikehuoneistossa yksi WC molemmille sukupuolille (NewCo YritysHelsinki 2015). Nyt huoneistossa on yksi WC. Toisen WC rakentamiseen vaadittavan remontin hintaan varataan laskelmissa 10 000€ joka jyvitetään vuokraan. Vuokra-aika tilassa on vähintään 12 kuukautta. Niinpä yhden kuun vuokraksi muodostuu:

$$10\,000\text{€} / 12 = 833,33\text{€}$$

$$833,33\text{€} + 955\text{€} = 1788,33\text{€}$$

Käytän laskelmissa myynnin katteena 70%. Ravintola-alalla tuotteissa on tavallisesti korkea kateprosentti, sillä toiminnan kustannukset ovat verrattain suuria myytävien yksittäisten tuotteiden hintaan. Tarkkaa katetta ei kuitenkaan ole mielekästä laskea, sillä tässä tutkimuksessa ei tarkastella yksittäisten tuotteiden hintoja tai myyntiä. Tutkimusta

varten arvioin, että keskimääräinen yhden tuotteen hinta on asiakkaalle 5€. Kahvikuppi on tätä halvempi, mutta drinkki tai lounas ovat kalliimpia.

Palkka ja muut kulut arvioin mahdollisimman totuudenmukaisiksi.

Palkkakustannukset ovat realistisia arvioita joilla kustannuksia pyritään hahmottamaan laskelmia varten. Yksittäisen työntekijän kuukausipalkka on laskelmissa 2000€ johon lisätään palkan sivukustannukset 50%. Todellisuudessa palkan sivukustannukset eivät luultavasti tulisi olemaan näin suuria, mutta luku käy tutkimuksen tarkoituksiin. YEL piirissä olevalla yrittäjällä palkan sivukulut ovat pienet.

Kannattavuus laskelmia tehtäessä käytin liiketoimintasuunnitelma.com sivun kannattavuuslaskuria. Laskurin kenttiin syötetään arvioituja summia ja laskuri näyttää kokonaiskustannusten määrän. Kustannuksia ja aikaa jolle ne jakaantuvat voidaan vaihtaa ja näin hakea realistisia arvioita kuukausi- ja päivälaskutustavoitteista.

Laskelma 2 näyttää liiketoimintasuunnitelma.com palvelun avulla muodostetun kannattavuuslaskelman. Laskelmiin on huomioitu yrittäjä, sekä kaksi palkallista työntekijää. Laskelman yläosassa A-kirjaimen kohdalla näkyy asetettu voittotavoite, eli käyttökate. Käyttökateen alla kiinteät kulut erikseen ja niiden alla yhteenlasketut kiinteät kulut, eli myyntikatetarve. Suunnitelmassa rahoitus on saatu kuntoon ja lainoille on sovittu viiden vuoden maksuaika.

Laskelman muut kulut –kohdassa oleva Pelipalvelut tarkoittaa erilaisia pelien kuukausimaksuja ja hankintakuluja. Arvolisäkanta on alkoholituotteilla 24% ja ei-alkoholillisilla ruoka- ja juomatuotteilla 14%, niiden keskiarvo on 18% jota laskelmassa on käytetty. Muut nettotulot kohdassa oleva 500€ tulee erilaisista yksityistapahtumista, tilavuokrasta ja sponsoroinneista.

Kahvila-ravintola on vuodessa auki 360 päivää, eli keskimäärin 30 päivää kuukaudessa. Päivässä kahvila-ravintola on auki 10 tuntia.

Kannattavuus

Yritysmuoto: ▼

Yrittäjiä: 1

		Kuukaudessa	Vuodessa
= TAVOITETULOS (netto)		500	6000
+ lainojen lyhennys	Laina-aika 5 v / määrä 70000	1167	14000
= TULOT VEROJEN JÄLKEEN		1667	20000
+ verotus	yhteisövero % 20	417	5000
= RAHOITUSTARVE		2083	25000
+ yrityslainojen korot	% 2	117	1400
A = KÄYTTÖKATE		2200	26400
+ Kiinteät kulut (ilman alv:ia)			
+ YEL %	24 YEL-työtulo 24000 Ale % 22	374	4493
+ muut vakuutukset		200	2400
+ palkat		4000	48000
+ palkkojen sivukustannukset	% 50	2000	24000
+ yrittäjän oma palkka		2000	24000
+ yrittäjän palkan sivukustannukset	% 3	60	720
+ toimitilakulut		1788	21456
+ leasingmaksut		500	6000
+ viestintäkulut (puhelin, internet)		100	1200
+ kirjanpito, tilintarkastus, veroilmoitus, jne.		200	2400
+ toimistokulut			0
+ matka- ja autokulut, päivärahat			0
+ markkinointi		500	6000
+ koulutus, kirjat, lehdet			0
+ korjaukset ja ylläpito		150	1800
+ työttömyyskassamaksu		28	336
+ muut kulut	Pelipalvelut	400	4800
B = KIINTEÄT KULUT YHTEENSÄ		12300	147605
A+B = MYYNTIKATETARVE		14500	174000
+ ostot (ilman alv:tä)	Kate % 70 tai EUR	6214	74568
= LIIKEVAIHTOTARVE		20714	248568
- muut nettotulot		500	6000
+ alv	% 18	3819	45828
= KOKONAISMYYNTI-/LASKUTUSTARVE		24033	288396
Valitsemalla sopivan vaihtoehdon, voit kartoittaa minimilaskutustavoitteesi, tai tuotteen hinta/määrä suhteen.			
		Veroton	Sis. alv
Kuukausilaskutustavoite	kk/v	12	20367
<input type="text" value="Päivälaskutustavoite"/> ▼		30	679
<input type="text" value="Tuotteen/palvelun hintatavoite"/> ▼ *		4.1	165

*Tuntilaskutustavoite vain jos päivälaskutustavoite on valittuna.

Laskelma 2. Rahoituslaskelma (liiketoimintasuunnitelma.com)

Laskelma 2:n alareunassa näkyy liiketoimintasuunnitelma.com -palvelun arvioimat kuukausi-, päivä- ja tuotemääräkohtaiset myyntitavoitteet. Kuukaudessa myyntiä pitäisi siis tapahtua 24033 eurolla, päivittäin 801 eurolla ja keskihintaisia 5 euron tuotteita yhteensä 198 kappaletta päivässä. Koska kyselytutkimuksessa kysyttiin asiakkaan

käyttämää rahaa, on otettava huomioon, että asiakkaalle näkyvässä rahasummassa on aina arvolisävero mukana. Viidestä eurosta on siis vähennettävä arvolisävero 18%, jolloin keskiverto tuotteen hinta on 4,1 euroa.

Kannattavuuslaskelma kohdassa esitellyllä kriittisen pisteen laskentakaavalla: kiinteät kulut / katetuottoprosentti x 100 = kriittinen piste.

$$12300 / 70 \times 100 = 17571,43.$$

Kriittisen pisteen avulla voidaan laskea myös tuotemyyntitavoite. Esimerkissä keskimääräisen tuotteen hinta on 4,1 euroa. Kriittinen piste / keskiarvotuotteen hinta = myyntimäärä tavoite.

$$17571,43 / 4,1 = 4285,71.$$

Kuukaudessa pitää siis myydä lähes 4300 kappaletta asiakkaalle 5 euron arvoisia tuotteita. Kahvila on laajasti auki, joten kuukaudessa on keskimäärin 30 työpäivää, joten päivässä tuotteita pitää myydä 143 kappaletta (4300 / 30).

Liiketoimintasuunnitelma.com -palvelun kaavat ottavat huomioon useampia eri muuttujia, joten laskelmien tulokset eroavat hieman toisistaan. Ne ovat kuitenkin riittävän lähellä toisiaan, että niiden voidaan katsoa tukevan laskelmia.

6.3 Tutkimuksen ja laskelman vertailu

Kannattavuuslaskelmasta ilmenee, että yrityksen täytyy myydä tuotteita yli 800 eurolla päivittäin.

Kyselytutkimuksen tulosten mukaan keskiverto asiakas kuluttaa asioidessaan 10 euroa ja kuluttaa aikaa puolesta-tunnista tuntiin. Tästä voidaan karkeasti johtaa, että yksi asiakas tuo yritykselle tunnissa kymmenen euroa. Yksittäisen tuotteen keskihinta yrityksessä on 5 euroa. Asiakas siis ostaa keskimäärin 2 tuotetta tunnissa.

Asiakaspaikkoja yrityksessä on 50. Jos kaikki asiakaspaikat ovat täynnä, ja kaikki asiakkaat toimivat odotetusti, eli ostavat tuotteita kymmenellä eurolla tunnissa, saavutetaan myyntitavoite jo kahdessa tunnissa. $50 \times 2 = 100$ ja $100 \times 10 = 1000$. Kannattavuusarviota ei kuitenkaan voida perustaa näin optimistiselle laskelmalle. On oletettava, ettei kahvilan kaikkia asiakaspaikkoja ole täytetty kuin erikoistapahtumissa.

Laskelmasta 2 voidaan nähdä, että päivässä tulee myydä 195 kappaletta asiakkaalle 5 euron arvoista tuotetta. Kahvila-baari on auki 10 tuntia vuorokaudessa. Tunnissa tulee siis myydä 19,5 tuotetta ($195 / 10$).

Keskivertoasiakkaita yritys tarvitsee tunnissa 14,65 kappaletta. Tämä saadaan kun laskemalla päivittäinen asiakkaiden sisään tuoman rahan määrä, $195 \times 5 = 975$. Tunnissa tämä tarkoittaa 97,5 euroa ($975 / 10$) ja koska jokaisella asiakkaalla on 10 euroa, on vaadittujen asiakkaiden määrä 9,75 ($97,5 / 10$). Päivässä asiakkaita täytyy siis käydä 97,5.

Tutkimuksen kysymyksessä 7, kysyttiin vastaajien elektronisen urheilun seurausinnokkuutta. Vastaajien eSportin seuraamisinnokkuus oli hieman hieman alle puolivälin, 47,6 (Kuvio 7). Voidaan siis johtaa, että noin puolia pelaajista ei elektroninen urheilu kiinnosta. Niinpä, jos ravintola erikoistuu erityisesti eSportille, on potentiaalisia asiakkaita eSport kahvila-baarille Tampereella 31484,5 ($66143,94 \times 0,746$). 97,5 asiakasta päivässä on tästä 0,0031 prosenttia.

Näiden laskelmien mukaan konseptoidun kahvila-baarin toiminta olisi kannattavaa, jos noin kolme promillea Tampereella elektronista urheilua seuraavista potentiaalisista asiakkaista saataisiin houkutelua asiakkaaksi yritykseen päivittäin. Alle sata asiakasta päivässä ei vaikuta erityisen haastavalta tavoitteelta tämän kaltaiselle yritykselle, varsinkin jos kivijalkaliikkeen sijainti on yhtä keskeinen kuin esimerkissä.

7 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää elektronisen urheilun ympärille konseptoidun kahvila-baarin kannattavuutta. Tulokset joita laskelmista sain, osoittavat mielestäni melko hyvin liikeidean kannattavuuden. Koen siis tutkimuksen onnistuneen ja saatujen tulosten kannustavan konseptoidun yrityksen perustamiseen.

Kahvila- tai baari-yrittäjäys on alalla toimivien yritysten määrästä päätellen kannattavaa toimintaa, mutta siitä johtuen kilpailu alalla on todella kovaa. Erilaiset kustannuslaskelmat ja suunnitelmat voivat huonosti tehtyinä aiheuttaa yrityksen kaatumisen, mutta lopulta kyse on siitä, että houkutteleeko yritys tarpeeksi asiakkaita. Erityisesti tähän seikkaan tutkimus antoi arvokasta informaatiota.

Kysymyksestä 10 sain hyvän kuvan asiakkaiden mielipiteistä joita vasten peilata omia ajatuksia kahvila-baarin muodosta. Vastauksissa nousi esille erityisesti kiinnostus laajaan pelivalikoimaan, eli itse pelaamaan pääseminen, sekä sisustus ja ”nörttikansalle” soveltuva myöhäinen aukioloaika. Kysymyksessä 10 olleet kysymykset sisäänpääsy ja pelilaitemaksuista sai aikaan suurimman negatiivisen palautteen. Tämä vahvistaa ajatusta siitä, ettei pelaaminen voi olla itsessään myytävä tuote, vaan pelaamisen tulee olla asia joka houkuttelee muita tuotteita ostavat asiakkaat paikalle. Analyysi aiemmin alalla toimineista yrityksistä tukee tätä ajatusta. Syöminen pelaamisen yhteydessä kiinnosti myös monia vastaajia, ja kahvilakäynti oli tutkimuksen mukaan vilkasta lounasaikaan.

Erityisen paljon ajatuksia heräsi kysymysten yhteyteen jätetyistä sanallisista vastauksista. Ihmiset tuntuvat arvostavan viihtyisää kahvilaa joka sijaitsee kätevässä paikassa, jossa ladata puhelinta ja käydä vessassa. Kahvila valitaan omien arvojen ja mieltymysten mukaan, hintataso ei ole niin tärkeä. Tämä rohkaisee perustamaan kahvila-baaria ja tukee omia ajatuksiani suuresta käyttäjäryhmästä jolle palveluita ei vielä tarjota. Asiakkaille tulee rakentaa palvelu joka houkuttelee heidät käymään ja tulemaan myös uudelleen.

Todellinen haaste tämän kaltaisen yrityksen menestymiselle on asiakkaiden houkuttelu ja juuri oikeanlaisen palvelukonseptin hahmottaminen. Pelaajat ovat yleisesti hyvin laatu tietoisia asiakkaita. Peliharrastajat käyttävät myös ahkerasti eri sosiaalisen median kanavia ja foorumeita, joilla huonosti hoidettu asiakaskohtaaminen voi saada

räjähdyksmäisen vastaanoton. Jos kahvilan maine pilataan asiakaskunnan keskuudessa, voivat seuraukset olla yrityksen kannalta katastrofaaliset.

Nuorten syrjäytyminen on mediassa usein esillä. Tavat, joilla näitä syrjäytyneitä pyritään sosiaalistamaan yhteiskuntaan, ovat kuitenkin auttamatta vanhentuneita tai epäsopivia kohderyhmälle. Tarvitaan palveluja, jotka motivoivat ihmisiä heidän omilla ehdoillaan. Pelit ovat iso osa monien syrjäytyneiden arkea niiden tarjoaman eskapismin, eli todellisuuspaon, ja helposti hallittavien kokonaisuuksien ansiosta. Peliaiheinen kahvila-baari voi myös auttaa tällaisen syrjäytymisen ehkäisyssä. Pelaamista ja sen seuraamista harrastetaan yleensä kotoa. Se ei vaadi sosiaalista kanssakäymistä vieraiden ihmisten kanssa eikä epäsosiaalisen pelaajan tarvitse poistua omalta mukavuusalueeltaan kotoa. Laaja sosiaalinen tila ja toiminta voivat pelotella osan potentiaalisista asiakkaista pois. Mutta kun syrjäytymisriskissä olevalle nuorelle tarjotaan paikka jossa tutustua muihin samankaltaisista asioista kiinnostuneisiin ihmisiin, voi nuori saada taas otteen yhteiskunnasta. Ainakin prosessi voi helpottua.

Tampereen keskustassa on tällä hetkellä kaksi eri peliharrastajia suoraan palvelevaa kahvilaa. Lautapelikahvila Taverna avasi ovensa syksyllä 2016 ja tarjoaa laajan valikoiman lauta- ja roolipelejä. Lisäksi kahvilasta saa perinteisiä kahvilapalveluita. Ravintola 931 kehräsaassa on taas perinteisempi kahvila-baari, joka sekkin on varustettu runsaalla lautapelivalikoimalla. Jo useita vuosia toiminnassa ollut Ravintola 931 tarjoaa pelaajille sisältöä erilaisilla peli-tapahtumilla joita tiloissa usein järjestetään. Yhtään digitaalisten viihdepelien ympärille keskittynyttä yritystä sen sijaan ei ole.

Tutkimusta tehdessä huomasin, ettei kaikkea tarvittavaa tietoa yrityksen perustamiseksi ole saatavilla ainakaan kovin helposti. Eri alueiden keskimääräistä kahvilan tai baarin kävijämääristä ei ilmeisesti ole tutkimusta lainkaan. Myöskin eri päiväkohtaiset kävijämäärät ovat täysin arvailujen pohjalla. Voidaan olettaa että viikonloppuillat ja yöt ovat vilkkaimpia aikoja, mutta tilastoja asiasta ei tunnu löytyvän.

Projektin jatkon kannalta on oleellista laskea tarkempia tuotehintoja ja niiden katteita. Tämä tutkimus osoittaa kuitenkin omasta mielestäni yritysideoan kannattavuuden ja minimi-asiakasmäärän realistisuuden.

Jatkotutkimuksen aiheeksi tämän tutkimuksen pohjalta nousee myös juuri aktiivisille digitaalisten pelien harrastajille suunnattu mainoskampanja joka tavoittaa epätavallisia medioita seuraavan asiakassegmentin.

LÄHTEET

Alhola, K., Lauslahti, S. 2000. Laskentatoimi ja kannattavuuden hallinta. Vantaa: Dark Oy.

Eskola, A., Mäntysaari, A. 2006. Menestys: Kannattavuuden hallinnan perusteet. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 1997. 15., uudistettu painos. Tutki ja kirjoita Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Huhtamo, E., Kangas, S. 2002. e-kirja. Mariosofia – Elektronisten pelien kulttuuri. Gaudeamus.

Jaatinen, S. 2006. Kahvilan pöydässä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kananen, J. 2008. Kvantti: Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampereen yliopistopaino.

Ojala, J. 1999. Niinikankaan kulmalta Café Eloseen: Muistelua Jyväskylän kahvilaelämästä 1930-luvulta 1990-luvulle. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Pellinen, J. 2006. 2., uudistettu painos. Kustannuslaskenta ja kannattavuusajattelu. Gummerus Kirjapaino Oy.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Juva: Bookwell Oy.

INTERNETLÄHTEET

Ahlman. Peliala – eSport. Koulutusinfo. Luettu 19.10.2016. <http://www.ahlman.fi/peliala-esport>

BarLaunch 2012. Suomen viimeinen pelikahvila? Blogi. Luettu 2.11.2016. <http://barlaunch.blogspot.fi/2012/05/suomen-viimeinen-pelikahvila.html>

DSRack. Velkommen til DSRack eSports Café. Luettu 2.11.2016. <http://esportscafe.dk/>
Escapist 2013. Mana Bar Melbourne Closes its Doors. Artikkel. Luettu 22.10.2016. <http://www.escapistmagazine.com/news/view/126549-Mana-Bar-Melbourne-Closes-Its-Doors>

ESPN 2015. Resistance is futile: eSports is massive ... and growing. Artikkel. Luettu 25.10.2016. http://www.espn.com/espn/story/_/id/13059210/esports-massive-industry-growing

Esportearnings. Highest Earnings By Country. Lista. Luettu 17.10.2016.
<http://www.esportearnings.com/countries>

FEL. Finnish eSports League. Luettu 18.10.2016. <https://fel.gg/#>

Guinness World Records 2010. Largest online gaming center. Uutinen. Luettu 2.11.2016.
<http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/largest-online-gaming-center/>

ICO 2016. Latest facts and figures about the global coffee trade from the International Coffee Organization. Raportti. Luettu 16.10.2016.
https://infogr.am/_/MfxFZV7EC2bMtTyvZjjM

IeSF 2016. Tournament Ranking. Lista. Luettu 8.11.2016. <http://ie-sf.com/>

Iltasanomat 2015. Vidoin! SEUL aikoo järjestää vuonna 2016 kilapelaamisen SM-kisat. Artikkel. Luettu 25.10.2016. <http://www.iltasanomat.fi/digitoday/esports/art-2000000950879.html>

Inferno Online. Inferno Online. Luettu 2.11.2016.
<http://www.infernoonline.com/information/om-oss/>

Kartano, L., Luotonen, A. 2016. Kulutusvalintojen vaikutus kahvilakulttuuriin. Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy. Opinnäytetyö.
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/112544/Kulutusvalintojen%20vaikutus%20kahvilakulttuuriin.pdf?sequence=1>

Kotaku 2012. A Brisbane Brew: The Mana Bar Story. Artikkel. Luettu 22.10.2016.
<http://www.kotaku.com.au/2012/04/a-brisbane-brew-the-mana-bar-story/>

Level7. Level7 lopettaa. Luettu 3.11.2016. <http://www.level7.fi/>

Meltdown. The Franchise. Luettu 21.10.2016. https://www.meltdown.bar/front_resources/doc/doc_franchise_en.pdf

NetTrack 2015. Tietoa suomalaisten internetin käytöstä. Raportti. Luettu 15.10.2016.
http://www.iab.fi/media/pdf-tiedostot/nettrack-2015_iabkooste.pdf

NewCo YritysHelsinki 2015. Ravintola-alan ABC: ohjeita kahvilan tai ravintolan perustajalle. Verkko-opas. Luettu 5.11.2016.
http://www.newcohelsinki.fi/application/files/8514/4525/3148/Ravintolaopas_2015_08.pdf

Newzoo. 2016. August's top games on Twitch: Dota 2 and Overwatch eSports events drive viewership. Luettu 19.10.2016. <https://newzoo.com/insights/articles/august-top-esports-games-twitch/>

Nordic Coffee Culture. Maxed Out: A Closer Look at Coffee Consumption in Finland. Blogi. Luettu 16.10.2016. <http://nordiccoffeeculture.com/maxed-out-a-closer-look-at-coffee-consumption-in-finland/>

Nyt 2016. Tällainen oli Helsingin CompuCafé, ”maailman ensimmäinen nettikahvila”, jota esiteltävää videota ihastellaan nyt ulkomaillakin. Artikkel. Luettu 20.10.2016.
<http://nyt.fi/a1475035053314>

Pelaajabarometri 2011. Karvinen, J., Mäyrä, F. 2011. Pelaajabarometri 2011: Pelaamisen muutos. Tutkimusraportti. Luettu 15.10.2016.
https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65502/pelaajabarometri_2011.pdf?sequence=1

Pelaajabarometri 2013. Mäyrä, F., Ermi, L. 2014. Pelaajabarometri 2013: Mobiilipelaamisen nousu. Tutkimusraportti. Luettu 15.10.2016.
https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/95150/pelaajabarometri_2013.pdf?sequence=1

Pelaajabarometri 2015. Mäyrä, F., Karvinen, J., Ermi, L. 2016. Pelaajabarometri 2015: Lajityyppien suosio. Tutkimusraportti. Luettu 3.11.2016. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/99003/978-952-03-0153-8.pdf?sequence=1>

Reddit. Watch Professional StarCraft at a Bar this Wednesday (May 11) in Seattle. Foorumi. Luettu 21.10.2016.
https://www.reddit.com/r/starcraft/comments/h892n/watch_professional_starcraft_at_a_bar_this/

Ruokatieto. Toisen maailman sodan vaikutus ruokakulttuuriimme. Blogi. Luettu 18.10.2016. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-jatapakulttuuri/nykypaiva-rakentuu-historian-paalle/toisen-maailman-sodan-vaikutus-ruokakulttuuriimme>

SEUL. Tekstissä viitattu SEULb. Peligenret. Luettu 17.10.2016.
<http://seul.fi/esports/peligenret/>

SEUL. Tekstissä viitattu SEULa. eSport. Luettu 17.10.2016. <http://seul.fi/esports/>

SEUL. Tekstissä viitattu SEULc. Harrastepelaaminen. Luettu 17.10.2016.
<http://seul.fi/esports/harrastepelaaminen/>

SEUL 2016. Tekstissä viitattu SEULd. Elektronisen urheilun kansallinen mestaruus. Luettu 18.10.2016. <http://seul.fi/esm-2016/>

SETT 2011. BarCraft – StarCraftia tunnelmalla baareissa. Uutinen. Luettu 20.10.2016.
<http://www.sett.fi/uutiset/sc2/barcraft-starcraftia-tunnelmalla-baareissa>

Starcraft2.fi 2012. [Tampere] IPL 4 @ Pub Höyry. Foorumi. Luettu 20.10.2016.
<http://starcraft2.fi/forum/viewtopic.php?f=87&t=1145>

Statista. 2016. Value of the global entertainment and media market from 2011 to 2020 (in trillion U.S. dollars). Raportti. Luettu 25.10.2016.
<https://www.statista.com/statistics/237749/value-of-the-global-entertainment-and-media-market/>

Streamingmedia. 2015. Esports: Is This the Next Big Thing in Streaming Video? Artikkel. Luettu 25.10.2016.

<http://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/Featured-Articles/Esports-Is-This-the-Next-Big-Thing-in-Streaming-Video-104325.aspx>

SVT 2014. Suomen virallinen tilasto. Internetin käytön yleiset muutokset (korjattu 25.11.2014). Tilastoraportti. Luettu 15.10.2016.
http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_001_fi.html

Tampereen Väestö 2016. Kaupunkiseudun kunnat: Tampereen kaupunkiseudun kunnat asukasluvun mukaan (1.1.2016). Lista. Luettu 15.10.2016.
http://www.tampereenseutu.fi/tampereen_kaupunkiseutu/kunnat/

Tilastokeskus. Tekstissä viitattu Tilastokeskusa Kunnittainen toimipaikkalaskuri. Taulukko. Luettu 18.10.2016.
http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/Toimipaikkalaskuri/Toimipaikkalaskuri_Toimipaikkalaskuri/tmp_1km_kunta.px/?rxid=fab32079-995c-4f95-985a-49e3106ed125

Toimialaraportit 2016. Ravitsemistoiminta: Toimialaraportti ennakoi liiketoimintaympäristön muutoksia. Toimialaraportti. Luettu 18.10.2016.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2576/1_2016_TOIMIALARAPORTTI_ravitsemistoiminta.pdf

Twitch. Welcome home: The 2015 retrospective. Vuosiraportti. Luettu 25.10.2016.
<https://www.twitch.tv/year/2015>

Wall Street Journal 2011. Geeks Beat Jocks as Bar Fight Breaks Out Over Control of the TV. Artikkel. Luettu 21.10.2016.
<http://www.wsj.com/articles/SB10001424053111904070604576516462736084234>

Yle 2014. Tekstissä viitattu Ylea. Kakkonen ja Assembly: Elektronisen urheilun tv-historiaa! Artikkel. Luettu 26.10.2016. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/07/17/kakkonen-ja-assembly-elektronisen-urheilun-tv-historiaa>

Yle 2015. Tekstissä viitattu Yleb. E-urheilun juhlaa: kesän DreamHack ja Assembly Kakkosella ja Areenassa. Artikkel. Luettu 26.10.2016.
<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/06/02/dreamhack-summer-ja-assembly-summer-2015>

LIITTEET

Liite 1. Kyselytutkimus

1(6)

eSport Kahvila / Baari
Markkinatutkimus kahvilasta digitaalisten viihdepelien ja elektronisen urheilun harrastajille
<p>Hyvä vastaaja!</p> <p>Olen Ville Timola. Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jossa toteutan markkinatutkimuksen peli- ja eSport- kahvila konseptista. Olen Tampereen Ammattikorkeakoulun opiskelija ja valmistun Palvelujen tuottamisen ja -johtamisen opinnoista restonomiksi. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii TESK ry.</p> <p>Kyselytutkimuksen kohderyhmä ovat 10-50-vuotiaat suomalaiset digitaalisten viihdepelien aktiiviharrastajat. Eli jos pelaat pelejä jollain tietoteknisellä laitteella, kuulut tähän ryhmään!</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa potentiaalisen asiakaskohderyhmän mielipiteitä ja toiveita, sekä selvittää, olisiko tällaiselle kahvilalle tai baarille tilausta Tampereella.</p> <p>Kahvilan tai baarin lopullinen konsepti hakee vielä muotoaan ja se tarkentuu tämän tutkimuksen tulosten perusteella. Konseptin luomisen lähtökohtana on käytetty Keski-Euroopassa menestyksekkäästi jo vuosia toiminutta Meltdown-pelibaariketjua. Myös muista onnistuneista ja epäonnistuneista pelibaareista on pyritty ottamaan opiksi.</p> <p>Kaikessa yksinkertaisuudessaan konseptia voisi kuvailla sporttibaarina, jossa jokaiselta asiakaspaikalta on hyvä näköala näyttöruuduille, joissa pyörii erilaisia TV-lähetyksiä urheilutapahtumista. eSportti-baarissa perinteinen urheilu on vain korvattu e-urheilulla ja streameilla. Lisäksi useissa näytöissä on kiinni myös erilaisia pelikoneita, joita asiakkaat voivat käyttää. Sisustuksessa panostetaan kohderyhmän miellyttämiseen ja jatkuvaan kehitykseen uusien meemien mukaisesti. Palvelu on sisällöllisesti perinteisen kahvilan kaltaista eli kevyiden ruokatuotteiden ja kahvien myyntiä tiskiltä. Lisäksi konseptiin kuuluu viikottaiset järjestetyt tapahtumat ja teemapäivät.</p> <p>Tutkimus valmistuu lokakuussa 2016 ja sen tuloksiin on myöhemmin mahdollista tutustua Theseus opinnäytetyöpankissa.</p> <p>Vastaa alla oleviin kysymyksiin omien mieltymystesi perusteella. Kyselyn lopussa kysytään muutamia tarkentavia kysymyksiä vastaajasta tulosten profiloinnin helpottamiseksi. Vastaamiseen kuluu aikaa muutamia minuutteja.</p> <p>Kaikkiin tutkimusta koskeviin kysymyksiin vastaa Ville Timola puhelimitse 050 3746508 tai sähköpostitse ville.timola@biz.tamk.fi / ville.timola@eventa.fi .</p> <p>Ystävällisin terveisin</p> <p>Ville Timola, TESK ry</p> <hr/> <p>Termien selityksiä:</p>

Yksinpeli = Peli jota pelataan yksin

Moninpeli = Peli jota pelataan sekä muiden ihmisten kanssa että heitä vastaan, yleensä Internetin yli

Mobiilipeli = Mobiililaitteella (älypuhelin, tabletti) pelattava peli

Hotseat = Pelataan yhdellä laitteella vuorotellen samaa peliä

Split screen = Pelataan yhdellä laitteella yhtä aikaa samaa peliä jaetulla ruudulla

BYOC = Bring Your Own Computer = Tuo oma tietokoneesi

non-BYOC = Tietokoneet toimitettu järjestäjän toimesta

LAN = Local Area Network = paikallinen sisäverkko jossa pelilaitteet kytketty toisiinsa

FPS = First Person Shooter = ensimmäisen persoonan (yleensä) ammuskelupeli

MOBA = Multiplayer Online Battle Arena = ylhäältä kuvattu strateginen joukkue taistelupeli

RTS = Real Time Strategy = reaaliaikainen strategiapeli

MMO = Massively Multiplayer Online = massiivinen moninpeli (useita satoja tai tuhansia pelaajia)

RPG = Role Playing Game = roolipeli

KYSELY:

1. Miten usein käytät kahvilapalveluita Tampereen keskustassa?

- Lähes päivittäin
- Lähes viikottain
- Kuukausittain
- Muutamia kertoja vuodessa
- En lainkaan

Haluatko tarkentaa vastaustasi?

2. Mihin vuorokauden aikoihin yleensä käytät kahvilapalveluita?

- Aamupäivisin
- Lounasaikaan
- Iltapäivisin
- Iltaisin
- Öisin
- En käytä kahvilapalveluita

3. Missä määrin käytät seuraavia kahvilatuotteita?

	En käytä	Vähäinen käyttöaste	Keskivahva käyttöaste	Runsas käyttöaste	Fyysinen addiktio
Kahvi / Tee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoiskahvit (Cappuccino, Espresso jne)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alkoholittomat juomat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alkoholiset juomat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Täytetyt leivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lämpimät leivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kevyt lounas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kasvisruoka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikä on tärkein kahvilasta saatava tuote? Entä palvelu?

4. Kuinka paljon rahaa keskimäärin kulutat käydessäsi kahvilassa?

0 € 25 € 50 € tai enemmän

5. Kuinka pitkään vietät kahvilassa keskimäärin aikaa?

alle 30 min

30 min - 1h

1 - 2 h

2 - 3 h

Enemmän

6. Jos Tampereen keskustaan perustettaisiin eSport Kahvila / Baari, kävisitkö sen asiakkaana?

Kyllä

En

Miten usein uskoisit käyväsi eSport kahvilassa / baarissa

5(6)

	Negatiivinen vaikutus	meh	Ei vaikutusta	Ihan jees	Positiivinen vaikutus
Erillinen LAN-tila (BYOC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erillinen LAN-tila (non-BYOC)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelaiheinen sisustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eriyinen panostus sisustukseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sohvoryhmät ja konsolit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A-oikeudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
eSport tapahtumat, kuten turnaukset, kilpailut, jne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoistapahtumat, kuten uusien pelien julkaisut, tuote esittelyt, ammattilaisvieraat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jatkuvasti näytöillä pyörivät Twitch-streamit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokoukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terassi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kanta-asiakkuus / jäsenyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikä muut asiat vaikuttaisivat asiakkuuteesi merkittävästi?

11. Ikäsi

10-18

18-28

28-38

38-50

Jokin muu

12. Kuinka usein pelaat digitaalisia viihdepelejä? (Tietokone, Mobiili, Konsoli)

- Lähes päivittäin
- Useita kertoja viikossa
- Useita kertoja kuukaudessa
- Harvemmin

13. Mitä peligenrejä pelaat aktiivisesti?

- Mobiilipelit
- FPS (yksinpeli)
- FPS (moninpeli)
- MOBA
- RTS
- RTS (moninpeli)
- MMO
- Urheilupelit
- RPG

Jokin muu

14. Kiitos osallistumisesta tutkimukseen! Tähän kommenttiruutuun voit jättää palautetta, ideoita, kysymyksiä, ja kommentteja!

Liite 2. Kyselytutkimuksen vastaukset.

1(25)

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q1 Miten usein käytät kahvilapalveluita Tampereen keskustassa?

Vastattuja: 111 Ohitettuja: 1

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
Lähes päivittäin	0,90%	1
Lähes viikottain	22,52%	25
Kuukausittain	34,23%	38
Muutamia kertoja vuodessa	33,33%	37
En lainkaan	9,01%	10
Yhteensä		111

#	Haluatko tarkentaa vastaustasi?	Päivämäärä
1	Lian kallista käyttää useammin.	4.10.2016 12:37
2	Ennen useammin, mutta olen juuri muuttanut Tampereelta pois.	4.10.2016 9:56
3	Rahatilanteen vaihdellessa saattaa väli kahviläkäyntien välillä olla pidempi.	4.10.2016 1:30
4	Ehkä kerta vuoteen tai jos sitäkään	3.10.2016 22:35
5	Riippuen vähän kuukaudesta, joskus lytiä lähes viikottain, mutta joskus taas harvakseltaan.	3.10.2016 21:12
6	Suomesta puuttuu keskieurooppalainen kahvilakulttuuri, jonka takia kahviloissa vierailu on satunnaista. Myös hintataso on epäedistävää tekijä.	3.10.2016 17:52
7	Olen ulkopaikkakuntalainen	3.10.2016 15:28
8	aika harvoin	3.10.2016 14:51
9	Kahvila on ylimääräistä rahanmenoa: kun minulla on rahaa, käytän usemmin.	3.10.2016 12:50
10	Hyvin vaihtelevasti / kausittain.	3.10.2016 12:46
11	Yliopiston lähelsyydessä	3.10.2016 12:37
12	Kahviloissa käyntini vaihtelee siitä miten paljon jaksan sosialisoida. Viihdyn myös paljon kotona (pelaaminen on kivaa)	3.10.2016 11:37
13	En erityisemmin käytä kahvilatuotteita. Kahvin juonin "puute" asetta osaltani kahvilalle tarpeen erityispalveluille, joita ei juurikaan Tampereella ole tällä hetkellä tarjolla.	3.10.2016 11:21

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

**Q2 Mihin vuorokauden aikoihin yleensä
käytät kahvilapalveluita?**

Vastattuja: 112 Ohitettuja: 0

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
Aamupäivisin	14,29%	16
Lounasaikaan	30,36%	34
Iltapäivisin	81,25%	91
Iltaisin	41,07%	46
Öisin	4,46%	5
En käytä kahvilapalveluita	6,25%	7
Vastaajat yhteensä: 112		

Q3 Missä määrin käytät seuraavia kahvilatuotteita?

Vastattuja: 111 Ohitettuja: 1

	En käytä	Vähäinen käyttöaste	Keskivahva käyttöaste	Runsas käyttöaste	Fyysinen addiktio	Yhteensä
Kahvi / Tee	7,27% 8	14,55% 16	29,09% 32	40,91% 45	8,18% 9	110
Erikoiskahvit (Cappuccino, Espresso jne)	35,19% 38	37,96% 41	17,59% 19	9,26% 10	0,00% 0	108
Alkoholittomat juomat	8,41% 9	42,06% 45	33,64% 36	15,89% 17	0,00% 0	107
Alkoholilliset juomat	14,68% 16	32,11% 35	40,37% 44	10,09% 11	2,75% 3	109
Täytetyt leivät	6,54% 7	54,21% 58	28,97% 31	10,28% 11	0,00% 0	107
Lämpimät leivät	10,19% 11	46,30% 50	37,04% 40	6,48% 7	0,00% 0	108
Kevyt lounas	19,63% 21	45,79% 49	22,43% 24	11,21% 12	0,93% 1	107
Kasvisruoka	41,90% 44	35,24% 37	11,43% 12	5,71% 6	5,71% 6	105

#	Mikä on tärkein kahvilasta saatava tuote? Entä palvelu?	Päivämäärä
1	Kahvi. Hymy ja silmiin katsominen.	7.10.2016 18:52
2	kahvi	5.10.2016 0:33
3	Leivokset	4.10.2016 19:14
4	tärkein tuote hyvä kahvi ja joku hyvä leivonnainen. tärkein palvelu mäjöö	4.10.2016 16:24
5	Kahvi ja leivonnainen (suolainen)	4.10.2016 16:06
6	Mokkapala. Mukavat ja pehmeät tuolit ja sohvot.	4.10.2016 12:37
7	Kahvi, tarjolla	4.10.2016 10:22
8	Tärkeintä on, että syömistä löytyy sekä suolaisia että makeista. Myös virvoitusjuomia on hyvä olla.	4.10.2016 9:56
9	Sokerittomat energijuomat. Energijuomien myynti.	4.10.2016 8:55
10	Erikoiskahvi ja wc	4.10.2016 2:17
11	Tärkein tuote on peruskahvi tai haudutettu (mieluiten vihreä) tee. Tärkein palvelu on wc, asiakkaille ilmaiseksi.	4.10.2016 1:30
12	-kahvi -myyjän valloittava hymy	3.10.2016 23:38
13	Iso kuppi kahvia (5dl tai isompi). Palvelu positiivista ja kotosan olon ei mikään kyllästynyt elämänsä eläkettä odottaen asenne tämä siis tärkeä valinta kriteeri kahvilassa käydessä.	3.10.2016 22:35
14	Kahvi, tumma, pehmeä.	3.10.2016 21:32
15	Laatu-kahvit ja -leet ovat tärkeintä, mutta on hyvä, jos ostettavissa on myös suolaisia tai makeaa juoman seuraksi. Palvelussa on tärkeää sujuvuus ja yleinen ystävällisyys.	3.10.2016 21:12
16	Kahvi ja leivonnainen. Santsikupin saaminen pöytään iso plussal	3.10.2016 20:57
17	Latte. Wifi. Laturi tai vähintään pistorasia	3.10.2016 20:50
18	Hyvä leivos.	3.10.2016 20:45
19	Vegaaninen tarjonta. Usea esimerkki jo Tampereeltäkin (esim. 3d crush cafe) osoittaa vegaanisen tarjonnan välttämättömyyden ja hyödyn asiakkaita vetävänä tekijänä.	3.10.2016 20:41
20	kahvi tai tee	3.10.2016 20:05

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

21	Positiivisen kuvan antaa, jos kasvismaito on samanhintaista JA kasvismaidon laatu. Lisäksi luomu ja eettisesti tuotettu / lähituotteet kiinnostavat	3.10.2016 20:03
22	Kahvi tai tee ja sen kanssa jokin makeahko syötävä. Palveluna olen lähinnä kaivannut mahdollisuutta ladata omia laitteita.	3.10.2016 19:31
23	jäälatte makusirapilla, vessa	3.10.2016 19:25
24	Kahvi ja jotain suolaista purtavaa tai kevyttä välipalaa	3.10.2016 18:01
25	Lämpimät juomat ja herkut. Ravintolatyylinen pöytätarjoilu olisi suuri plussa.	3.10.2016 17:52
26	Kahvi.	3.10.2016 17:14
27	Tila ja mukavuus.	3.10.2016 16:36
28	Nestotankkaus jotain pientä että jaksaa, ja hetki rauhaa.	3.10.2016 16:06
29	kahvi	3.10.2016 15:42
30	Monipuolinen teevalikoima. Iso plussa jääteevalikoimasta.	3.10.2016 15:28
31	Tärkein on kahvi.	3.10.2016 15:13
32	Hyväntasoinen peruskahvi. Useissa kahviloissakin peruskahvi on pannussa seissyttä "tuottiskahvia". Toki hienon kahvilan hinnoilla.	3.10.2016 15:06
33	Juustonakset t.ville, ja komeat tarjoilijat :3 t.tila	3.10.2016 14:51
34	Kahvi, kahvin keitto	3.10.2016 14:31
35	Kunnon kahvi ja kaveriksi tarvittaessa jotain pientä suolaista purtavaa	3.10.2016 13:53
36	Vinokkeet	3.10.2016 13:41
37	Kahvilaan saa lähemmään etenkin tunnelmaa ja erikoiskahvit. Ja tietenkin tietokonepelit, jos tänne nörttikahvila saadaan!	3.10.2016 13:11
38	Valitsen usein kahvilan ensisijaisesti tunnelman / kokonaiskuvan perusteella, esim. jos ystävä toisesta kaupungista tulee Tampereelle, miehen mitalista paikkaa hän arvostaisi ja vien sen pohjalta johonkin suosikkikahviloihini. Lounasaikaan taas tärkein tuote on itse ruoka, valitsen usein lounaalla kevyempää / kasvisruokaa, joten esim. Gopal Café tulee usein valittua. Palvelu ei varsinaisesti ole toissijaista, sillä jos koen saaneeni huonoa palvelua uudessa kahvilassa asioidessani, on yleensä palaa paikkaan.	3.10.2016 12:46
39	Perusjuomat ja ruoat, salaattit ja leivät. Palvelun pitää osata kertoa mitä tuotteissa on ja muokata niitä tarvittaessa ja kysynnän mukaan	3.10.2016 12:37
40	Kahvi	3.10.2016 12:16
41	Kahvi, ja hyvä asiakaspalvelu. Riittävän rento ilmapiiri ja tarvittava määrä monitilalustoja	3.10.2016 12:10
42	Tavallisesti ostan kahviloista juotavaa ja leivoksen, joten valitsen kahvilan usein makean valikoiman perusteella.	3.10.2016 11:59
43	Kahvi maidolla ja pöytä mihin istua	3.10.2016 11:51
44	Hyvä espresso.	3.10.2016 11:50
45	Kahvi + purtavaa	3.10.2016 11:50
46	Kahvi ja leivonnaiset	3.10.2016 11:49
47	Kahvi ja täytetty leipä. Wlan ja santsikuppi.	3.10.2016 11:44
48	Täytetty patonki ja iloinen asiakaspalvelu.	3.10.2016 11:42
49	Hyvän makuinen kahvi maidolla. Tärkeintä on henkilökunnan ystävällisyys/asiakaslähtöisyys	3.10.2016 11:37
50	Laadukas tee, ei vain halvin pussitee. Saa heti kahvilasta laadukkaamman oloisen, kun tarjoilla ei ole vain kahvia tai pussiteetä.	3.10.2016 11:37
51	Gluteenittomuus! Olen niin sokeriherkkä, että minun tekee aivakutuksen kun asiakaspalvelija näkee vaivaa löytääkseni tai KEHITTÄÄKSEEN minulle sopivan vaihtoehdon	3.10.2016 11:36
52	Tee hymyillä, kiitos	3.10.2016 11:26
53	Palvelu	22.9.2016 18:32

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q4 Kuinka paljon rahaa keskimäärin kulutat käydessäsi kahvilassa?

Vastattuja: 108 Ohitettuja: 4

Vastausvaihtoehdot	Keskimääräinen lukumäärä	Kokonaismäärä	Vastaukset
	10	1 075	108
Vastaajat yhteensä: 108			

#		Päivämäärä
1	10	23.10.2016 19:07
2	7	7.10.2016 18:52
3	10	5.10.2016 10:37
4	5	5.10.2016 0:33
5	13	4.10.2016 19:14
6	10	4.10.2016 19:04
7	10	4.10.2016 16:24
8	6	4.10.2016 16:06
9	10	4.10.2016 12:37
10	10	4.10.2016 12:33
11	5	4.10.2016 11:16
12	10	4.10.2016 10:22
13	15	4.10.2016 9:56
14	25	4.10.2016 9:09
15	4	4.10.2016 8:55
16	8	4.10.2016 8:54
17	5	4.10.2016 6:02
18	10	4.10.2016 2:17
19	5	4.10.2016 1:35
20	10	4.10.2016 1:30
21	10	4.10.2016 0:56
22	3	3.10.2016 23:38
23	20	3.10.2016 22:35
24	5	3.10.2016 21:32
25	11	3.10.2016 21:14
26	4	3.10.2016 21:12
27	12	3.10.2016 21:05
28	6	3.10.2016 20:57
29	15	3.10.2016 20:55
30	6	3.10.2016 20:50
31	20	3.10.2016 20:45
32	15	3.10.2016 20:41
33	0	3.10.2016 20:21
34	5	3.10.2016 20:19
35	6	3.10.2016 20:05

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

36	31	3.10.2016 20:03
37	10	3.10.2016 19:41
38	5	3.10.2016 19:31
39	10	3.10.2016 19:25
40	8	3.10.2016 19:23
41	16	3.10.2016 18:52
42	6	3.10.2016 18:01
43	15	3.10.2016 17:52
44	3	3.10.2016 17:20
45	6	3.10.2016 17:14
46	10	3.10.2016 16:54
47	8	3.10.2016 16:47
48	8	3.10.2016 16:38
49	10	3.10.2016 16:36
50	20	3.10.2016 16:29
51	20	3.10.2016 16:08
52	10	3.10.2016 16:06
53	8	3.10.2016 15:42
54	7	3.10.2016 15:28
55	5	3.10.2016 15:13
56	10	3.10.2016 15:12
57	10	3.10.2016 15:10
58	3	3.10.2016 15:06
59	13	3.10.2016 14:51
60	10	3.10.2016 14:32
61	6	3.10.2016 14:31
62	6	3.10.2016 14:24
63	8	3.10.2016 14:21
64	2	3.10.2016 14:15
65	10	3.10.2016 14:08
66	10	3.10.2016 13:53
67	6	3.10.2016 13:49
68	7	3.10.2016 13:41
69	10	3.10.2016 13:40
70	10	3.10.2016 13:35
71	5	3.10.2016 13:26
72	6	3.10.2016 13:15
73	12	3.10.2016 13:11
74	8	3.10.2016 12:50
75	8	3.10.2016 12:50
76	10	3.10.2016 12:48
77	12	3.10.2016 12:46
78	14	3.10.2016 12:40
79	7	3.10.2016 12:37

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

80	9	3.10.2016 12:36
81	17	3.10.2016 12:16
82	20	3.10.2016 12:10
83	10	3.10.2016 12:07
84	5	3.10.2016 12:03
85	20	3.10.2016 11:59
86	10	3.10.2016 11:57
87	10	3.10.2016 11:55
88	5	3.10.2016 11:51
89	7	3.10.2016 11:50
90	30	3.10.2016 11:50
91	13	3.10.2016 11:49
92	7	3.10.2016 11:45
93	4	3.10.2016 11:44
94	5	3.10.2016 11:44
95	20	3.10.2016 11:42
96	12	3.10.2016 11:37
97	10	3.10.2016 11:37
98	15	3.10.2016 11:36
99	6	3.10.2016 11:35
100	10	3.10.2016 11:33
101	10	3.10.2016 11:31
102	8	3.10.2016 11:26
103	10	3.10.2016 11:25
104	10	3.10.2016 11:21
105	5	3.10.2016 11:21
106	12	3.10.2016 11:21
107	25	3.10.2016 11:20
108	5	3.10.2016 11:19

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q5 Kuinka pitkään vietät kahvilassa keskimäärin aikaa?

Vastattu: 108 Ohitettu: 4

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
alle 30 min	15,74%	17
30 min - 1h	59,26%	64
1 - 2 h	23,15%	25
2 - 3 h	1,85%	2
Enemmän	0,00%	0
Yhteensä		108

#	Enemmän	Päivämäärä
	Vastauksia ei ole.	

Q6 Jos Tampereen keskustaan perustettaisiin eSport Kahvila / Baari, kävisitkö sen asiakkaana?

Vastattuja: 110 Ohitettuja: 2

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
Kyllä	84,55%	93
En	15,45%	17
Yhteensä		110

#	Miten usein uskoisit käyväsi eSport kahvilassa / baarissa	Päivämäärä
1	Kerran parissa kuukaudessa	23.10.2016 19:07
2	0-2 krt / kk.	7.10.2016 18:52
3	Muutaman kerran vuodessa	5.10.2016 10:37
4	1x vk	5.10.2016 0:33
5	Kerran parissa kuukaudessa	4.10.2016 19:14
6	Utelaisuudesta jos joskus kävisin Tampereella.	4.10.2016 19:04
7	pari kertaa vuodessa	4.10.2016 16:24
8	Muutaman kerran kuukaudessa	4.10.2016 16:06
9	useita kertoja kuukaudessa	4.10.2016 13:03
10	Rippuu siitä miellyttäväkö paikka ja mitä sisältöä sielä esitetään.	4.10.2016 12:37
11	Pitäisihän tuo ainakin kerran nähdä!	4.10.2016 11:16
12	1-5 kertaa vuodessa	4.10.2016 9:56
13	Pari kertaa vuodessa	4.10.2016 9:09
14	Useamman kerran kuukaudessa, ehkä jopa viikoittain.	4.10.2016 8:55
15	Rippuu täysin pelaista ja paikan viihtyisyydestä	4.10.2016 8:54
16	N. Kerran viikossa	4.10.2016 6:02
17	Muutaman kerran vuodessa	4.10.2016 2:17
18	Viikoittain, vähintään kerran kuukaudessa	4.10.2016 1:30
19	viikoittain	4.10.2016 0:56
20	muutamia kertoja vuodessa	3.10.2016 23:38
21	aika harvoin tulisi käytyä en oo niin seurapiiri ihminen	3.10.2016 22:35
22	Kerran ainakin tutustumassa.	3.10.2016 21:32
23	Ainakin aluksi varmasti tosi usein, myöhemmin voisin kuvitella että kerran viikossa tai kahdessa.	3.10.2016 21:14
24	Ainakin haluaisin tutustua, en osaa sanoa kuinka usein kävisin	3.10.2016 21:12
25	Muutaman kerran vuodessa.	3.10.2016 20:57
26	Niin usein kuin kiinnostavia eSports-turnauksia tai tapahtumia järjestettäisiin. Ehkä kerran parissa viikossa	3.10.2016 20:50
27	harvemmin, ei oikein minun juttu. Toki jos on miellyttävä paikka muuten, niin miksi ei	3.10.2016 20:05
28	Muutaman kerran kuussa	3.10.2016 20:03
29	Mahdollisimman usein, jos ilmapiiri tuntuu hyvältä.	3.10.2016 19:31
30	Muutaman kerran vuodessa	3.10.2016 19:23
31	kerran viikossa tai joka toinen viikko	3.10.2016 18:01
32	Ainakin kokeilemassa. Jatko rippuu siitä miellyttäväkö paikka.	3.10.2016 17:52

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

33	Rippuu eventtien määrästä	3.10.2016 17:14
34	niin usein kun ystävätkin sinne päätyisivät	3.10.2016 16:36
35	ehkä kerran kävisin zakaamassa meiningit...	3.10.2016 16:06
36	muutaman kerran vuodessa	3.10.2016 15:28
37	Rippuu ihan tasosta. Potentiaalisesti paljon	3.10.2016 15:06
38	Kuukausittain	3.10.2016 14:51
39	2-3 kertaa vuodessa	3.10.2016 14:31
40	Harvakseltaan. Rippuen paikan viihtyvyydestä ja pelitarjonnasta	3.10.2016 13:53
41	Aina jos on tapahtumia, tai satunnaisesti kavereiden kanssa noin kerran kuussa	3.10.2016 13:40
42	kuukausittain	3.10.2016 13:35
43	Useita kertoja viikossa	3.10.2016 13:11
44	No ainakin Worldsit katsomassa :D Sijainti on varmasti tärkein yksittäinen tekijä.	3.10.2016 12:50
45	Ainakin kävisin tarkistamassa millainen paikka on, siitä riippuen :)	3.10.2016 12:46
46	En sen useammin tosin kuin muissakaan kahviloissa	3.10.2016 12:36
47	En kovin usein	3.10.2016 12:16
48	Rippuu millanen kahvila on käynnin jälkeen	3.10.2016 12:03
49	viikottain	3.10.2016 11:57
50	kerran viikossa	3.10.2016 11:55
51	Muutaman kerran vuodessa	3.10.2016 11:51
52	Ainakin katsomassa.	3.10.2016 11:50
53	1-2 kertaa/kk	3.10.2016 11:50
54	riippuen paljon hintatasosta ja käyvätkö kaveritkiit, myös aukioloajat vaikuttaa, eli onko kahvila auki muutenkin kuin arkipäivisin keskeellä päivää	3.10.2016 11:49
55	Kerran-pari viikossa.	3.10.2016 11:44
56	Kerran viikossa	3.10.2016 11:44
57	Vuorotyön takia 1-2 kertaa viikossa.	3.10.2016 11:37
58	muutaman kerran kuukaudessa kavereita moikkaamassa	3.10.2016 11:36
59	5*kk	3.10.2016 11:35
60	Satunnaisesti tilanteen salliessa tai hyvien tapahtumien perässä	3.10.2016 11:26
61	Muutaman kerran kuukaudessa	3.10.2016 11:21
62	muutaman kerran kuussa	3.10.2016 11:20
63	kerran kuukaudessa tai vähemmän. riippuen tapahtumista	22.9.2016 18:45
64	24/7	22.9.2016 18:32

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q7 Miten aktiivisesti seuraat elektronista urheilua?

Vastattuja: 99 Ohitettuja: 13

Vastausvaihtoehdot	Keskimääräinen lukumäärä	Kokonais määrä	Vastaukset
	48	4 715	99
Vastaajat yhteensä: 99			

#		Päivämäärä
1	50	23.10.2016 19:07
2	13	7.10.2016 18:52
3	21	5.10.2016 10:37
4	100	5.10.2016 0:33
5	7	4.10.2016 19:04
6	19	4.10.2016 16:24
7	3	4.10.2016 16:06
8	31	4.10.2016 13:03
9	49	4.10.2016 12:37
10	7	4.10.2016 12:33
11	0	4.10.2016 11:16
12	80	4.10.2016 10:22
13	0	4.10.2016 9:56
14	32	4.10.2016 9:09
15	41	4.10.2016 8:55
16	49	4.10.2016 6:02
17	100	4.10.2016 2:17
18	29	4.10.2016 1:35
19	58	4.10.2016 1:30
20	100	4.10.2016 0:56
21	81	3.10.2016 23:38
22	1	3.10.2016 22:35
23	0	3.10.2016 21:37
24	80	3.10.2016 21:14
25	9	3.10.2016 21:12
26	32	3.10.2016 21:05
27	15	3.10.2016 20:57
28	47	3.10.2016 20:55
29	100	3.10.2016 20:50
30	0	3.10.2016 20:45
31	14	3.10.2016 20:41
32	47	3.10.2016 20:21
33	9	3.10.2016 20:19
34	5	3.10.2016 20:05
35	50	3.10.2016 20:03

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

36	100	3.10.2016 19:31
37	100	3.10.2016 19:25
38	19	3.10.2016 19:23
39	100	3.10.2016 18:52
40	24	3.10.2016 18:01
41	100	3.10.2016 17:20
42	75	3.10.2016 17:14
43	16	3.10.2016 16:54
44	50	3.10.2016 16:47
45	83	3.10.2016 16:38
46	100	3.10.2016 16:08
47	14	3.10.2016 16:06
48	62	3.10.2016 15:28
49	0	3.10.2016 15:13
50	69	3.10.2016 15:12
51	20	3.10.2016 15:10
52	19	3.10.2016 15:06
53	63	3.10.2016 14:51
54	34	3.10.2016 14:32
55	0	3.10.2016 14:31
56	100	3.10.2016 14:24
57	33	3.10.2016 14:21
58	100	3.10.2016 14:15
59	17	3.10.2016 13:53
60	80	3.10.2016 13:49
61	0	3.10.2016 13:41
62	80	3.10.2016 13:40
63	48	3.10.2016 13:35
64	22	3.10.2016 13:26
65	76	3.10.2016 13:11
66	61	3.10.2016 12:50
67	100	3.10.2016 12:50
68	50	3.10.2016 12:48
69	0	3.10.2016 12:46
70	31	3.10.2016 12:40
71	68	3.10.2016 12:36
72	27	3.10.2016 12:10
73	100	3.10.2016 12:07
74	11	3.10.2016 12:03
75	16	3.10.2016 11:59
76	48	3.10.2016 11:57
77	18	3.10.2016 11:55
78	36	3.10.2016 11:51
79	36	3.10.2016 11:50

eSport Kahvila / Baari		SurveyMonkey
80	100	3.10.2016 11:50
81	100	3.10.2016 11:49
82	19	3.10.2016 11:45
83	89	3.10.2016 11:44
84	66	3.10.2016 11:44
85	70	3.10.2016 11:42
86	73	3.10.2016 11:37
87	28	3.10.2016 11:37
88	5	3.10.2016 11:36
89	66	3.10.2016 11:35
90	100	3.10.2016 11:31
91	50	3.10.2016 11:26
92	82	3.10.2016 11:25
93	100	3.10.2016 11:21
94	50	3.10.2016 11:21
95	25	3.10.2016 11:21
96	37	3.10.2016 11:20
97	30	3.10.2016 11:19
98	59	22.9.2016 18:45
99	81	22.9.2016 18:32

Q8 Millaisia pelejä haluaisit pelata kahvilassa?

Vastattuja: 111 Ohitettuja: 1

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
PC yksinpelejä	27,03%	30
PC monipelejä	69,37%	77
PC hotseat-pelejä	40,54%	45
Konsoli yksinpelejä	19,82%	22
Konsoli monipelejä	56,76%	63
Konsoli split screen -pelejä	54,95%	61
Mobiilipelejä	13,51%	15
En halua pelata kahvilassa	11,71%	13
Vastaajat yhteensä: 111		

#	Mikä näistä on tärkein?	Päivämäärä
1	Konsoli split	5.10.2016 10:37
2	pc mp	5.10.2016 0:33
3	Monipeli kuin monipeli	4.10.2016 19:14
4	konsoli monipeli	4.10.2016 16:24
5	Split screen.	4.10.2016 12:37
6	En osaa sanoa.	4.10.2016 9:56
7	Klassiset PC hotseatit (HOMM3 ym.)	4.10.2016 8:55
8	Konsoli monipelit	4.10.2016 8:54
9	Ei väliä onko PC vai konsoli-, mut monipelit. Yksinpelejä saa pelata ihan tarpeeks himassakin. :)	4.10.2016 6:02
10	PC monipelit	4.10.2016 2:17
11	PC yksin- ja monipeli	4.10.2016 1:30
12	konsoli split screenit, kotonakin voi pelata yksin	4.10.2016 0:56
13	ihan sama mikä pc peli mut kuhan on pc	3.10.2016 22:35
14	PC-monipeli	3.10.2016 21:14
15	Konsoli split screen -pelit	3.10.2016 21:12
16	Konsolipelit yksin tai seurassa.	3.10.2016 20:57
17	Pc hotseat	3.10.2016 20:41
18	PC monipeli	3.10.2016 20:19
19	Sosiaaliset pelit	3.10.2016 20:03
20	Rippuu mielialasta. Ehkä PC monipelit.	3.10.2016 19:31
21	Konsoli yksinpelit	3.10.2016 17:52
22	No tuskin tulisin kahvilaan pelaamaan. Enemmänkin katsomaan muiden pelaamista.	3.10.2016 16:06
23	konsolimonipelit esim mario kart	3.10.2016 15:28
24	ryhmäpelit ja kaksinpelit	3.10.2016 14:51
25	PC monipelit	3.10.2016 14:24
26	PC monipeli	3.10.2016 14:21

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

27	pöikänpäällä pelattavat moninpelit, esim fifa, marioparty nhl etc	3.10.2016 13:49
28	PC-pelit, Rocket League ja tappelupelit	3.10.2016 13:11
29	Konsolipelit, myös lautapelejä tulee usein pelattua kahviloissa joten voisivat olla hyvä lisä varustukseen (vaikkeivät pääosassa olekaan)	3.10.2016 12:46
30	Konsolimonipelit	3.10.2016 12:37
31	Konsoli yksinpeli	3.10.2016 12:16
32	Konsoli split screen	3.10.2016 12:03
33	pc master race ja quake live	3.10.2016 11:57
34	Sohva monipelit	3.10.2016 11:55
35	PC monipelit	3.10.2016 11:51
36	Pc yksin	3.10.2016 11:50
37	Yhdessä pelaaminen.	3.10.2016 11:44
38	Konsoli split screen	3.10.2016 11:44
39	konsoli split screen	3.10.2016 11:37
40	Pc ja konsoli monipelit	3.10.2016 11:37
41	Konsoli-monipeli, pöpot huolestuttaa jos pitäis syyä samaa aikaa :D	3.10.2016 11:36
42	PC hotseat	3.10.2016 11:33
43	Konsoli monipelit	3.10.2016 11:21
44	PC Monipelit	22.9.2016 18:32

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q9 Kiinnostaako ruoka pelaamisen yhteydessä?

Vastattuja: 106 Ohitettuja: 6

Vastausvaihtoehdot	Keskimääräinen lukumäärä	Kokonaismäärä	Vastaukset
	71	7 509	106
Vastaajat yhteensä: 106			

#		Päivämäärä
1	80	23.10.2016 19:07
2	47	7.10.2016 18:52
3	100	5.10.2016 10:37
4	53	5.10.2016 0:33
5	49	4.10.2016 19:14
6	83	4.10.2016 19:04
7	74	4.10.2016 16:24
8	12	4.10.2016 16:06
9	79	4.10.2016 13:03
10	61	4.10.2016 12:37
11	14	4.10.2016 12:33
12	52	4.10.2016 11:16
13	45	4.10.2016 10:22
14	98	4.10.2016 9:56
15	100	4.10.2016 9:09
16	100	4.10.2016 8:55
17	51	4.10.2016 8:54
18	75	4.10.2016 6:02
19	100	4.10.2016 2:17
20	100	4.10.2016 1:35
21	98	4.10.2016 1:30
22	100	4.10.2016 0:56
23	0	3.10.2016 23:38
24	100	3.10.2016 22:35
25	72	3.10.2016 21:32
26	100	3.10.2016 21:14
27	65	3.10.2016 21:12
28	50	3.10.2016 21:05
29	16	3.10.2016 20:57
30	100	3.10.2016 20:55
31	76	3.10.2016 20:50
32	47	3.10.2016 20:45
33	100	3.10.2016 20:41
34	41	3.10.2016 20:05
35	74	3.10.2016 20:03

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

36	27	3.10.2016 19:31
37	97	3.10.2016 19:25
38	100	3.10.2016 19:23
39	48	3.10.2016 18:52
40	71	3.10.2016 18:01
41	90	3.10.2016 17:52
42	100	3.10.2016 17:20
43	100	3.10.2016 17:14
44	100	3.10.2016 16:54
45	22	3.10.2016 16:47
46	90	3.10.2016 16:38
47	100	3.10.2016 16:36
48	100	3.10.2016 16:29
49	100	3.10.2016 16:08
50	100	3.10.2016 16:06
51	35	3.10.2016 15:28
52	100	3.10.2016 15:13
53	100	3.10.2016 15:12
54	31	3.10.2016 15:10
55	98	3.10.2016 15:06
56	98	3.10.2016 14:51
57	33	3.10.2016 14:32
58	100	3.10.2016 14:31
59	74	3.10.2016 14:24
60	70	3.10.2016 14:21
61	70	3.10.2016 14:15
62	100	3.10.2016 14:08
63	22	3.10.2016 13:53
64	45	3.10.2016 13:49
65	100	3.10.2016 13:41
66	78	3.10.2016 13:40
67	49	3.10.2016 13:35
68	100	3.10.2016 13:26
69	100	3.10.2016 13:15
70	78	3.10.2016 13:11
71	100	3.10.2016 12:50
72	100	3.10.2016 12:50
73	100	3.10.2016 12:48
74	96	3.10.2016 12:46
75	18	3.10.2016 12:40
76	100	3.10.2016 12:37
77	74	3.10.2016 12:36
78	27	3.10.2016 12:10
79	100	3.10.2016 12:07

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

80	30	3.10.2016 12:03
81	20	3.10.2016 11:59
82	48	3.10.2016 11:57
83	47	3.10.2016 11:56
84	73	3.10.2016 11:51
85	100	3.10.2016 11:50
86	75	3.10.2016 11:50
87	27	3.10.2016 11:49
88	42	3.10.2016 11:45
89	100	3.10.2016 11:44
90	80	3.10.2016 11:44
91	95	3.10.2016 11:42
92	100	3.10.2016 11:37
93	100	3.10.2016 11:37
94	30	3.10.2016 11:36
95	33	3.10.2016 11:35
96	100	3.10.2016 11:33
97	56	3.10.2016 11:31
98	37	3.10.2016 11:26
99	29	3.10.2016 11:25
100	100	3.10.2016 11:21
101	20	3.10.2016 11:21
102	0	3.10.2016 11:21
103	100	3.10.2016 11:20
104	51	3.10.2016 11:19
105	100	22.9.2016 18:45
106	63	22.9.2016 18:32

Q10 Miten seuraavat asiat vaikuttaisivat asiakkuuteesi?

Vastattuja: 111 Ohitettuja: 1

	Negatiivinen vaikutus	meh	Ei vaikutusta	Ihan jees	Positiivinen vaikutus	Yhteensä
Runasas pelivalikoima	0,00% 0	2,70% 3	16,22% 18	34,23% 38	46,85% 52	111
Runasas digitaalinen pelivalikoima (Steam/Origin/PS/Xbox) esiasennettuja pelejä	0,00% 0	3,64% 4	15,45% 17	30,91% 34	50,00% 55	110
Mahdollisuus käyttää omaa digipeli-tiliä	0,90% 1	7,21% 8	19,82% 22	38,74% 43	33,33% 37	111
K-18 ikäraja	0,92% 1	4,59% 5	31,19% 34	31,19% 34	32,11% 35	109
Myöhäinen aukioloaika öisin	0,00% 0	0,00% 0	18,52% 20	26,85% 29	54,63% 59	108
Sisäänpääsymaksu (pelit ilmaiseksi käytössä)	11,71% 13	25,23% 28	23,42% 26	28,83% 32	10,81% 12	111
Pieni maksu pelilaitteista / peleistä (ei sisäänpääsymaksua)	11,71% 13	27,93% 31	27,93% 31	24,32% 27	8,11% 9	111
Erillinen LAN-tila (BYOC)	3,70% 4	2,78% 3	38,89% 42	33,33% 36	21,30% 23	108
Erillinen LAN-tila (non-BYOC)	1,85% 2	1,85% 2	36,11% 39	34,26% 37	25,93% 28	108
Pelilaitteen sisustus	0,00% 0	9,09% 10	18,18% 20	31,82% 35	40,91% 45	110
Erityinen panostus sisustukseen	0,00% 0	1,80% 2	18,92% 21	36,94% 41	42,34% 47	111
Sohvoryhmitt ja konsolit	0,00% 0	2,75% 3	11,93% 13	32,11% 35	53,21% 58	109
A-oikeudet	2,75% 3	5,50% 6	17,43% 19	33,94% 37	40,37% 44	109
eSport tapahtumat, kuten turnaukset, kilpailut, jne.	0,90% 1	3,60% 4	13,51% 15	28,83% 32	53,15% 59	111
Erikoistapahtumat, kuten uusien pelien julkaisut, tuote esittelyt, ammattilaisvieraat	0,90% 1	6,31% 7	18,02% 20	33,33% 37	41,44% 46	111
Jatkuvasti näytöillä pyörivät Twitch-streamit	4,50% 5	10,81% 12	25,23% 28	32,43% 36	27,03% 30	111
Kokoustilat	1,80% 2	10,81% 12	54,95% 61	21,62% 24	10,81% 12	111
Terassi	0,00% 0	6,31% 7	34,23% 38	36,04% 40	23,42% 26	111
Kanta-asiakkuus / jäsenyys	1,83% 2	7,34% 8	34,86% 38	36,70% 40	19,27% 21	109

#	Mitkä muut asiat vaikuttaisivat asiakkuuteesi merkittävästi?	Päivämäärä
1	Arcadepelikabinetti.	23.10.2016 19:07
2	Asiakkaiden asiallinen käytös	7.10.2016 18:52
3	Miten ois vr-tila nyt kun oculus ja vive ovat avanneet markkinat teknologiaan?	4.10.2016 19:14

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

4	Tuolien ja sohvien mukavuus, hyvä ilmastointi, mahdollisuus desinfoida peliohjelmat ja näppäimistö halutessaan sekä myös wc-istuinten renkaiden desinfiointi ennen istumista (ilmaisia kosteuspyyhkeitä), A-olueudet, isokokoinen kamppailutajaja osaava järjestyshenkilö, korkea asiakaskunnan kollektiivinen tunnealy, yleinen siisteys, mokkapalat...	4.10.2016 12:37
5	Yleisesti hyvä tunnelma ja fiilis.	4.10.2016 9:56
6	Pelaaminen ei välttämättä aina kiinnosta, mutta esports turnauksensaporttibaarien tapaan	4.10.2016 9:09
7	Tilojen tilavuus ja ilmavuus & rentous, viihtyvyys. Ruokailualue erillään peleistä. Lokaatio. Helppous.	4.10.2016 8:55
8	Etäisyys kahvilaan	4.10.2016 1:35
9	Pokemō GO stoppi ja kahvilan aukkoloaikoina jatkuva lure päällä. Lisäksi olisi hyvä olla erikseen ladies night jotta naiset saisivat pelata rauhassa ilman paapomista tai vähättelyä.	4.10.2016 1:30
10	Jonnekon tila olis joes.	3.10.2016 21:32
11	Mahdollisuus verkostoitumiseen.	3.10.2016 21:14
12	Milainen tilanjako tiloissa on, eli onko mahdollista parin kaverin kanssa pelata ilman, että muut häirinyvät/häiritsevät ympäristä liikaa.	3.10.2016 21:12
13	Hinta	3.10.2016 20:50
14	Pöytäkohtainen asiakkaan säädettävissä oleva valaistus (varsinkin pimeään aikaan).	3.10.2016 20:19
15	Hintataso on aina pottava aihe.	3.10.2016 17:52
16	Rytmipelit	3.10.2016 17:14
17	Ehdottomasti olisi hienoa pystyä vuokraamaan LAN tiloja ja laitteita sinne.	3.10.2016 16:36
18	Että kahvila on nurkilla, missä tulee muutenkin pyörittyä. (Hämeenkatu, Kunkkari, Koskari jne..) ja että paikan tarjoilut ovat sellaiset että viitsii viedä luttavansakin sinne.	3.10.2016 16:06
19	Tuskin vierailisin paikassa jonka ovat vallanneet vain 10-15vee nuoret.	3.10.2016 15:10
20	Söpöt työntekijät, rento meininki, mahdollinen yökerhon korvike ehkäpä = yöaukiot	3.10.2016 14:51
21	Paikan pitää olla helposti lähestyttävä. Jos paikasta tulee ns "hörttiluola" niin sitten saattaa rajata asiakkaita aikalailla. Jos paikasta saisi vaikka sellaisen että kaveriponukat tulevat pelaamaan önärinä isoja joukolla ja ottamaan pohja, niin sitten olen myös minäkin kiinnostunut!	3.10.2016 13:41
22	Mahdolliset tappelupeli-illat, kiinnostukseni "tyypillisiä" klippapelejä, kuten CS:GO ja HS on laskenut. Lisäksi Tampereen harrastajilla valkeaa löytää tiloja ja esim. näyttöjä omiin mielteihin.	3.10.2016 13:11
23	Kuten jo edellä mainittu, kahvilan yleisilme / tunnelma. Palvelu mielellään rentoa, mutta ystävällistä, ei liian "fiiniä". Digipolien lisäksi myös lauta(rooli)pelit ja niihin liittyvät taomallat houkuttavat, toisaalta niihin erikoistunut Taverna on jo olemassa eli nimenomaan digipelaus on se juttu mihin kannattaa panostaa !	3.10.2016 12:46
24	Vegaanisten tuotteiden saatavuus	3.10.2016 12:37
25	Fifa/nhl	3.10.2016 12:03
26	Riittävästi tehokkaat tietokoneet ja ehkä mahdollisuus vaihtaa esim. oma hiri ja kuufokkeet pelaamisen ajaksi käyttöön	3.10.2016 11:51
27	Tilojen vuokraaminen 'pel juhliin'	3.10.2016 11:50
28	Aukkolo ja A-olueudet.	3.10.2016 11:44
29	Kuuluuko siellä ihmisten melati vai kevyt puheensorina vai musiikkia?	3.10.2016 11:36

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q11 Ikäsi

Vastattuja: 111 Ohitettuja: 1

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
10-18	0,90%	1
18-28	70,27%	78
28-38	25,23%	28
38-50	3,60%	4
Yhteensä		111

#	Jokin muu	Päävämmää
	Vastauksia ei ole.	

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

Q12 Kuinka usein pelaat digitaalisia viihdepelejä? (Tietokone, Mobiili, Konsoli)

Vastattuja: 111 Ohitettuja: 1

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
Lähes päivittäin	71,17%	79
Useita kertoja viikossa	18,92%	21
Useita kertoja kuukaudessa	6,31%	7
Harvemmin	3,60%	4
Yhteensä		111

Q13 Mitä peligenrejä pelaat aktiivisesti?

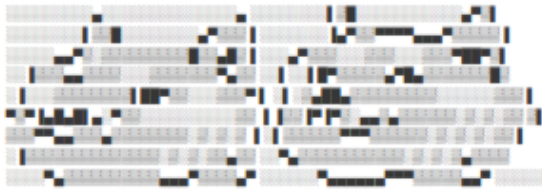

Vastattuja: 109 Ohitettuja: 3

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
Mobiilipelit	31,19%	34
FPS (yksinpeli)	44,04%	48
FPS (moninpeli)	50,46%	55
MOBA	32,11%	35
RTS	23,85%	26
RTS (moninpeli)	22,02%	24
MMO	35,78%	39
Urheilupelit	22,94%	25
RPG	51,38%	56
Vastaajat yhteensä: 109		

#	Jokin muu	Päivämäärä
1	Toiminta- ja seikkailupelit.	7.10.2016 18:52
2	Tasolohkat, seikkailupelit	4.10.2016 12:37
3	world of tanks, forza horizon 3, gw2	3.10.2016 22:35
4	Vuoropohjaiset strategiapelit	3.10.2016 20:03
5	Korttipelit (Hearthstone)	3.10.2016 19:31
6	Turn-based strategy, autopelit	3.10.2016 17:52
7	Rytinpelit	3.10.2016 17:14
8	Openworld, sandbox, survival	3.10.2016 16:06
9	Strategia, simulaatio	3.10.2016 15:10
10	lol ja risk ja fairy kindom ^^	3.10.2016 14:51
11	Strategia	3.10.2016 11:55
12	Autopelit.	3.10.2016 11:50
13	tasohyppely	3.10.2016 11:37
14	VR (HTC Vive)	3.10.2016 11:33
15	tappelupelit (Street Fighter, Super Smash Bros. Melee)	3.10.2016 11:19

**Q14 Kiitos osallistumisesta tutkimukseen!
Tähän kommenttiryutuun voit jättää
palautetta, ideoita, kysymyksiä, ja
kommentteja!**

Vastattuja: 24 Ohitettuja: 88

#	Vastaukset	Päivämäärä
1	Arcadepelit olisi mahtavuutta, tampereella niitä myy ja huoltaa reprocade.	23.10.2016 19:07
2	Toivottavasti pelikahvia tai -baari toteutuu.	7.10.2016 18:52
3		4.10.2016 16:06
4	Hyvä idea. Toivon, että tämä idea saa kannatusta ja mahdollisesti joku päivä vielä toteutuisi.	4.10.2016 13:03
5	Toivottavasti idea toteutuu! Kävin itsekin aikanaan Tampereen Barcraft-illoissa ja niitä on ollut kova ikävä: tutustuin kyseisissä illoissa moniin nykyisin kavereihini ja kaljan/sliderin lomassa oli mahtavaa katsoa isoita näyttöjä e-urheilua. toivottavasti saatte a-okeudet ilaksi. :)	4.10.2016 6:02
6	Erittäin hyvä aihe! Uskoisin että kyseiselle kahvilalle on kysyntää.	4.10.2016 1:30
7	Loistava idea kahvilalle, toivottavasti toteutuu!	4.10.2016 0:56
8		3.10.2016 23:38
9	Meinasin täyttää lomakkeen, mutta siinä oli ihan liikaa epätarkkoja kysymyksiä, joita ei pitäisi markkinatutkimuksessa olla. Ei saa luotettavaa yhäenmukaista tietoa tästä.	3.10.2016 21:37
10	Meh	3.10.2016 17:52
11	Kivalta idealta vaikuttaa	3.10.2016 17:14
12	Pelikahviloiden ongelma on se läänkuinen haju joka niissä on, ehkä tähänkin jonkin ratkaisun keksii?	3.10.2016 16:36
13	Tässä maailmanajassa äärimmäisen tärkeää, että pelejä ja niiden ympärillä pyörivää kulttuuria tutkitaan, tuetaan ja kehitetään.	3.10.2016 16:06
14	Pääsenkö kahvilaan töihin? T.lla ^^	3.10.2016 14:51
15	Tämmönen kahvila ois ihan huikea, pystyyyn vaan! Kaikkea hyvää! T.anomuuni	3.10.2016 14:24
16	:3 Mitä tällainen kahvila tarjoaisi, jota baari 931 ja Tavema eivät toisi? Uskon että a-okeudet olisi ihan pakollinen juttu, pelkkä kahvilana olo ei riittäisi.	3.10.2016 12:50
17	Aiemmin tulikin täytlelyä muita kommentteja noihin vastauslaatikoihin, mutta tsemppiä vielä opinnäytetyön tekoon! :)	3.10.2016 12:46
18	Moro vilke rasse tässä. Jos alku läsnät voi tiivistää/sirtää loppuun, niin voi olla et porukka ei pelästys hirveätä määrää tekstiä	3.10.2016 12:03
19	Jee Kiavaa Hyvä Vile!	3.10.2016 11:55
20	Mahdollisuus omien yksityisten LAN-tapahtumien järjestämiseen olisi iso plussa. Laneja varmasti haluavat monet järjestää, mutta tilan puute on usein rajoitteena. Non-BYOC vieläpä olisi varsin jees.	3.10.2016 11:51

eSport Kahvila / Baari

SurveyMonkey

21	Ei mitä muuta kuin että kiva kerrankin nähdä hyvin tehty kysely.	3.10.2016 11:50
22	Eiku perustamaan	3.10.2016 11:50
23	Hyvä kysely	3.10.2016 11:37
24	Rocket League tumaus niin tulisin käymään!	3.10.2016 11:21

Liite 3. Liiketilän vuokrausilmoitus

1(3)

4.11.2016 101,3m² Hämeenpuisto 17-19, 33210 Tampere Muu yksilö vuokrattavana | Oikofie 13324935

ASUNNOT KIRJAUDU KIRJAUDU SISÄÄN

Myytävät Vuokrattavat Toimitilat Välittäjähaku Kotiin ^{Artikkelit & Blogit} JÄTÄ ILMOITUS

Takaisin hakutuloksiin

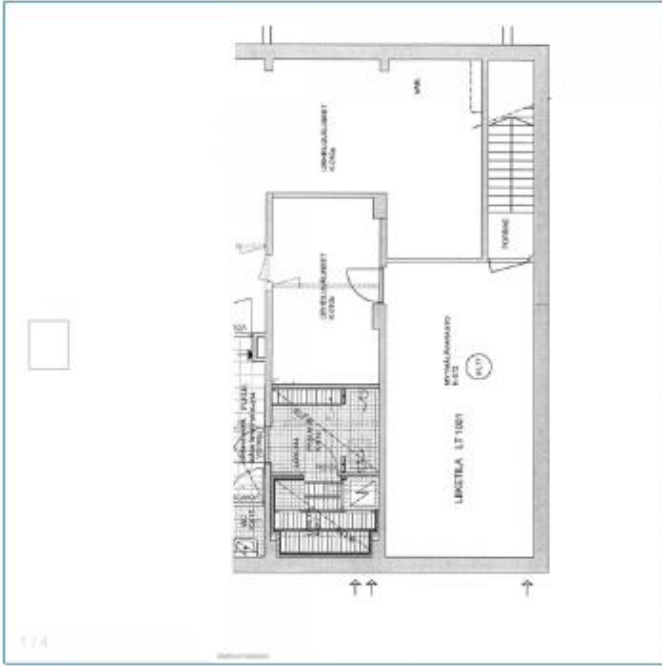
LEUKU

101,3 m² | 955 € / kk |

Hämeenpuisto 17-19, 33210 Tampere

Lisää suosikkeihin

Kuvat Kohde kartalla



1/4

Nimesi

Puhelinnumerosi

Sähköpostisi

Olen kiinnostunut kohteestanne Hämeenpuisto 17-19, 33210 Tampere.

Lähetä viesti ilmoittajalle

Katso kaikki kuvat (2) (4)

file:///D:/Kummallisia%20uttuja/Koulu%20a%20T%C3%A4rkeet/101,3m%C2%B2%20H%C3%A4meenpuisto%2017-19,%2033210%20Tampere%20Muu... 1/5

4.11.2016

101,3m² Hämeenpuisto 17-19, 33210 Tampere Muu yksilö vuokrattavana | Oikofie 13324935

Katutason liiketilaa keskeiseltä paikalta Hämeenpuiston varrella

Katutason liiketilaa keskeiseltä paikalta Hämeenpuiston varrella. Katutason pinta-ala on 101,3 m² ja vuokra 709,10 euroa + alv. Kellarin pinta-ala on 26,2 m² ja vuokra 61,13 euroa + alv. Vuokra yhteensä 955,09 euroa / kk sis. alv 24 %. Vapautuu 1.10.2016. Autopaikka 40,32 euroa / kk + alv. Kahden kuukauden vuokratakuu. Tiedustelut Jarmo Koskinen 050 5518100 / jarmo.koskinen@leuku.com.

Tykkää Jaa Ole kavereistasi ensimmäinen, joka tykkää tästä.

Ota yhteyttä ilmoittajaan ja sovi näytöstä.

Perustiedot

Sijainti	Hämeenpuisto 17-19, 33210 Tampere
Kaupunginosa	Keskusta
Kohdenumero	7701621
Pinta-ala	101,3 m ²
Toimitilan tyyppi	Liiketila
Kokonaispinta-ala	127,5 m ²
Kuvaus	Liiketila LT 1001
Huoneita	1
Vapautuminen	Vapautuminen sopimuksen mukaan
Parveke	Ei
Sauna	Ei
Vuokralaistyyppi	Päävuokralainen
Muut ehdot	Lemmikit ei sallittu. Tupakointi ei sallittu.
Lisätiedot	Katutason liiketilaa keskeiseltä paikalta Hämeenpuiston varrella. Katutason pinta-ala on 101,3 m ² ja vuokra 709,10 euroa + alv. Kellarin pinta-ala on 26,2 m ² ja vuokra 61,13 euroa + alv. Vuokra yhteensä 955,09 euroa / kk sis. alv 24 %. Vapautuu 1.10.2016. Autopaikka 40,32 euroa / kk + alv. Kahden kuukauden vuokratakuu. Tiedustelut Jarmo Koskinen 050 5518100 / jarmo.koskinen@leuku.com.



Katso kaikki tilat (1400+)

3(3)

4.11.2016

101,3m² Hämeenpuisto 17-19, 33210 Tampere Muu yksilö vuokrattavana | Oikotie 13324935

Hintatiedot ja muut kustannukset

Vuokra	955,09 € / kk
Muut kustannukset	Oma sähkösopimus, vesi kulutuksen mukaan..
Vuokravakuus	1910.18
Vuokrankorotus	Vuokra sidotaan elinkustannusindeksiin.
Vuokra-aika	Toistaiseksi voimassaoleva. Sopimus voidaan irtisanoa päättymään aikaisintaan 12 kk:n päästä sopimuksen alkamisesta.

Talon ja tontin tiedot

Taloyhtiön nimi	Asunto Oy Hämeenpuisto 17-19
Kiinteistö	Ei
Rakennusvuosi	1962
Kiinteistön asuinpinta-ala yhteensä	8604 m ²
Taloyhtiön sauna	Ei
Hissi talossa	Ei
Isännöinti	Olli Lilja

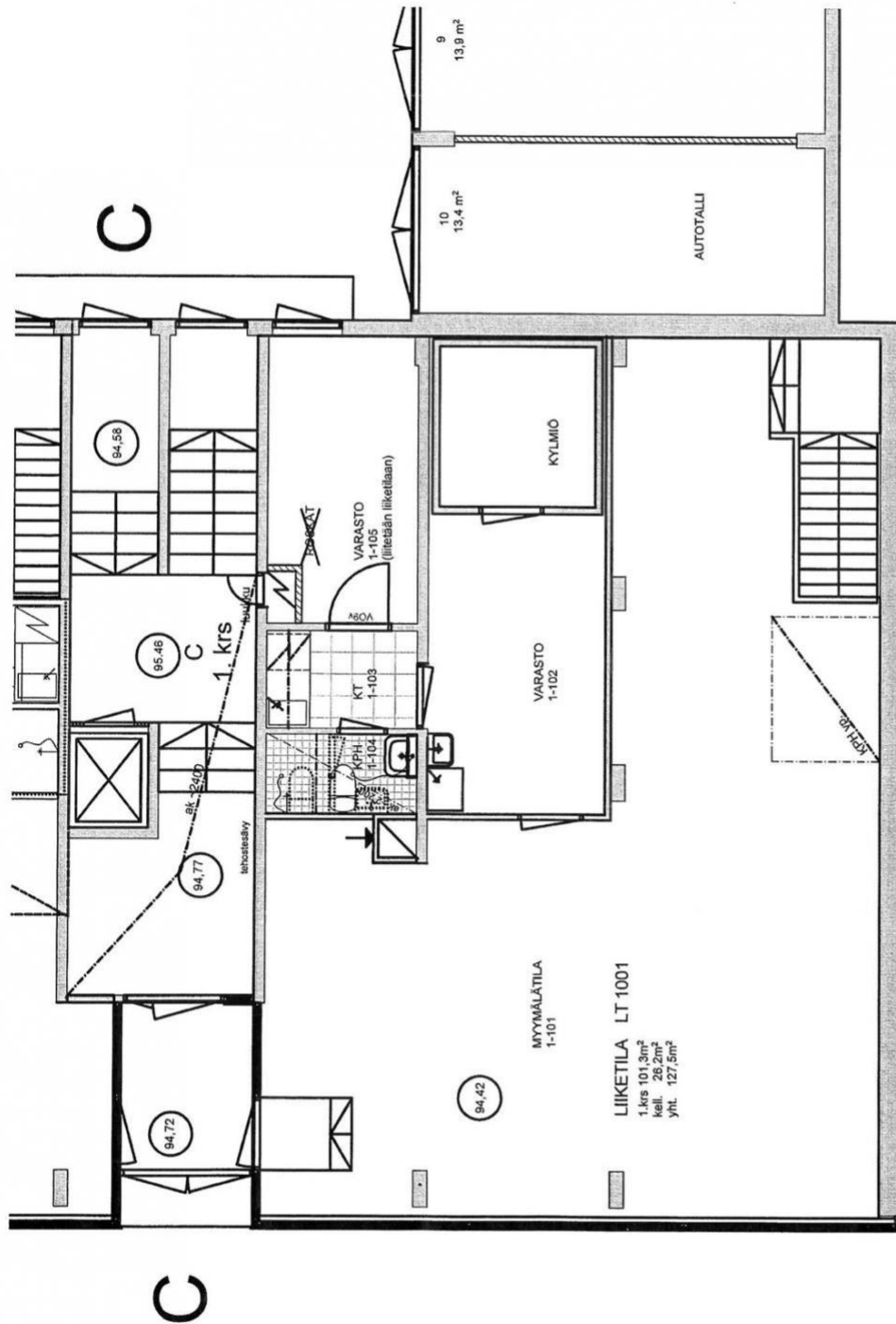
Tilat ja materiaalit

Pysäköintitilan kuvaus	10 tallia, 9 lämpöpistokeikkaa liiketilojen käytössä
------------------------	--

Alueen palveluita

Esimerkkejä alueen julkisista palveluista	P-Hämeenpuisto (410 pysäköintipaikkaa) SISÄÄNAJO Kauppahalli Pääkirjasto Metso - Pirkankatu 2 Tallipiha - Kuninkaankatu 4 P-Keskusta (600 pysäköintipaikkaa) SISÄÄNAJO
---	--

Liite 4. Liiketilan alkuperäinen pohjapiirustus



Liite 5. Liiketilan kellarikerroksen alkuperäinen pohjapiirustus

