

Opinnäytetyö (AMK)

Myyntityö B2B

2022

Rahmat Akbari

# PELIALAN LIIKETOIMINNAN KEHITYS JA TULEVAISUUS

Rahmat Akbari

# PELIALAN LIIKETOIMINNAN KEHITYS JA TULEVAISUUS

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten pelialan liiketoiminta on kehittynyt ja minkälaiseksi se kehittyi tulevaisuudessa.

Teoriaosuudessa käydään läpi, kuinka esimerkiksi pelit olivat vain cd-levyjä, joita myytiin ja siirryttiin seuraavan pelin kehitykseen ja kuinka nykyään pelit itsessään voivat olla ilmaisia, mutta myynti tapahtuukin pelin sisällä ja tuotot voivat silti olla moninkertaisia. Mobiilipelit tuottavat yli puolet koko pelialan liikevaihdosta, vaikka noin 90 prosenttia mobiilipeleistä ovat ilmaisia. Sisällön ostaminen voi olla erilaisten hahmojen tai kausipääsysten ostamista pienillä rahasummilla, jota kutsutaan mikromaksamiseksi. Mikromaksaminen on erittäin yleistä nykyään.

Markkinoinnin johtava tapa on pelivaikuttajat, jotka voivat helposti jakaa ja vaikuttaa heidän seuraajien ostopäätökseen aina uuden pelin julkaistessa. Näillä vaikuttajilla on tuhansia ja miljoonia seuraajia.

Pelialan tulevaisuus näyttää valoisalta varsinkin Metaversen ja VR-maailman kannalta. Myös pilvipelaaminen on mahdollista päätyä valtavirtaan, mutta siihen voi mennä muutama kymmenvuosi vielä, sillä teknologia ei ole kehittynyt vielä tarpeeksi.

Tutkimusosuudessa tehty kyselytutkimus oli tarkoitettu pelaajille tai pelialasta kiinnostuneille. Kyselyssä käydään läpi muun muassa pelaajien ajan käyttöä pelaamiseen viikossa sekä rahojen käyttöä ilmaisiin peleihin.

## ASIASANAT:

Markkinointistrategia, myynti, palveluliiketoiminta, Metaverse,

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

B2B Sales

2022 | 39 pages, 2 pages in appendices

Rahmat Akbari

# THE DEVELOPMENT AND FUTURE OF GAMING BUSINESS

The purpose of this thesis was to find out how the gaming business has developed and how it will continue in the future.

The theoretical part goes through how, the games were just copies of CD's that were sold and moved on to next one to develop, and how today the games themselves can be free, but the actual money is made inside videogames. The free to play games can still revenue multiple. Mobile games generate over half of the gaming industry's revenue although about 90 percent of the mobile games are free to play. Buying content can mean purchasing different characters or season passes for small amount of money. This is also called microtransactions, which are quite common nowadays.

The leading way to market is with gaming influencers who can easily share and influence their follower's decision whether to buy newly released games or not. These influencers have thousands and millions of followers.

The future of gaming industry looks bright and specially for the metaverse and VR-world. It's also possible for cloud gaming to end up in the mainstream, but it may take few more decades to achieve it due to undeveloped technology.

The survey conducted in the research section was intended for players or those interested in gaming industry. The survey covers, among other things, The use of player's time playing videogames per week and the use of money for free to play games.

KEYWORDS:

Marketing strategy, Sales, Service businesses, Metaverse

# SISÄLTÖ

<b>KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO</b>	<b>6</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>7</b>
<b>2 PELIALA</b>	<b>9</b>
2.1 Mobiili	12
2.2 Pelikonsoli	13
2.3 Pc	14
<b>3 MARKKINOINTI</b>	<b>16</b>
<b>4 LIIKETOIMINTA</b>	<b>18</b>
4.1 Pay to Play	20
4.2 Free to Play	21
<b>5 PELIALAN TULEVAISUUS</b>	<b>23</b>
5.1 Virtual Reality	23
5.2 Augmented Reality	24
5.3 Artificial Intelligence	24
5.4 Cloud Gaming	25
5.5 The Metaverse	25
5.5.1 Non-Fungible Token (NFT)	26
5.5.2 Play to Earn (P2E)	27
<b>6 KYSELYTUTKIMUKSEEN SYVENTYMINEN</b>	<b>28</b>
6.1 Taustatiedot	28
6.2 Vastaukset ja arviointi	28
6.3 Luotettavuuden ja toistettavuuden arviointi	34
<b>7 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>35</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>37</b>

## LIITTEET

Liite 1. Kysely

## KUVAT

Kuva 1. Pelialan visualisoitu liikevaihto. (visualcapitalist.com)	10
Kuva 2 USA:n pelimyynti eri muodoissa. (medium.com)	19
Kuva 3 Videopelien markkina-arvo jakelutyypin mukaan.(Medium.com)	21
Kuva 4 pelialustan käyttö.	28
Kuva 5 rahan käyttö yhteen ilmaisen peliin.	29
Kuva 6 pelialan tulevaisuus.	30
Kuva 7 pelivaikuttajan seuraaminen.	30
Kuva 8 pelivaikuttajan vaikutus ostopäätökseen.	31
Kuva 9 peliaika viikon aikana.	32
Kuva 10 kuukausittainen pilvipelaamisen tilaaminen.	32
Kuva 11 VR-lasien tai välineiden omistaminen tällä hetkellä.	33
Kuva 12 VR-välineiden hankkiminen tulevaisuudessa.	34

# KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

AI	Artificial Intelligence (Bultin.com)
AR	Augmented Reality (bultin.com)
DLC	downloadable Content (cyberdefinitions.com)
Esports	E-urheilu (investopedia.com)
F2P	Free to Play (techcrunch.com)
VR	Virtual Reality (iberdrola.com)
GUI	Graphical user interface (omnisci.com)
FPS	First Person Shooter
PC	Personal Computer (Collinsdictionary.com)
PS	PlayStation (lifewire.com)
PSN	PlayStation Network (lifewire.com)
NFT	Non-Fungible Token (Forbes.com)
P2E	Play to Earn (airnfts.com)
NPC	Non-playable Character (bultin.com)

# 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, miten pelialan liiketoiminta on muuttunut ja kuinka se voi vielä kehittyä tulevaisuudessa.

Videopelit ovat elektroninen peli, jota voi pelata tietoteknisellä laitteella, kuten tietokone, pelikonsoli tai mobiililaitte. Nykyään videopelit voidaan jakaa tietokone- ja konsolipeleihin. Viime vuosien aikana sosiaaliset verkostot, kuten tabletit ja älypuhelimet ovat tuoneet uusia luokkia, joita on mobiili- ja sosiaaliset pelit.

Nykyinen peliala on jakautunut kolmeen pääluokkaan, joita ovat tietokonepelit, konsolipelit ja mobiilipelit. Nämä kaikki on suunnattu eri kohderyhmälle. Mobiilipelejä suosivat satunnaiset pelaajat, jotka voivat pelata vain muutaman minuutin kerrallaan esimerkiksi, työmatkalla tai töissä tauolla. PC- tai tietokonepelit on tarkoitettu kovemman luokan pelaajille tai nykyään sellaisille, jotka tekevät työkseen sitä. PC tarjoaa paremmat grafiikat ja mukaansa tempaavat linkit kuten VR. Konsolipelit taas ovat näiden väliltä ja ovat usein sosiaalisempia pelaajia varten, koska samaan konsoliin voidaan liittää useita ohjaimia. (thegamehaus.com)

Videopelit eivät ole enää vain lasten ja teinien viihdettä, vaan ovat nousseet viihdealan suurimmaksi tekijäksi. Pelaajien keski-ikä on tällä hetkellä 34 ja kaikista pelaajista jopa 26 prosenttia on yli 50-vuotiaita, ja tämä luku vain kasvaa seuraavien sukupolvien aikana. (magazine.washington.edu)

Peliala kasvaa kasvamistaan ja on nykyään suurimpia viihdealan tekijöitä. Esimerkiksi viihdeteollisuudessa peliala on suurempi kuin elokuva- ja musiikkiala yhteensä. Videopelit ovat kulkeneet hyvin pitkän matkan verrattuna siihen, kun niitä alkoi ilmestyä ensimmäistä kertaa noin 1970-luvulla. Nykypäivän videopelit voivat olla grafiikaltaan hämmästyttävän realistisia.

Pelimaailma on muuttunut hyvin paljon 1970-luvulta ja varsinkin viimeisen vuosikymmenen aikana. Videopelit ovat suurin viihdealan tekijä ja oli markkina-arvoltaan noin 178,73 miljardin arvoinen vuonna 2021. Erytisesti älypuhelimet ovat kehittyneet huomasti ja tuottavatkin noin 52 % pelialan liikevaihdosta. (wepc.com). Pelialan tulevaisuus voi täysin muuttua pilvipelaamisen kehittyessä, vaikka tämä voi viedäkin vielä kymmeniä vuosia. Tämän lisäksi pelimaailman tulevaisuudessa on odotettavissa suuria saavutuksia, kun

tällä hetkellä on kehitteillä tekoäly, Metaverse ja vielä korkeampilaatuisia ja realistisia grafiikoita sekä lisää VR:ää. (bultin.com)



## 2 PELIALA

Vuonna 1971 julkaistiin arcade-peli Computer Space, jonka jälkeen tuli Atari Inc.:in ensimmäinen kaupallisesti menestynyt videopeli, Pong. Videopelit tulivat säännöllisesti markkinoille, kun ensimmäinen pelikonsoli Magnavox Odyssey julkaistiin vuonna 1972. (cleverism.com) Magnavox Odyssey-pelikonsoli oli grafiikaltaan rajallinen ja konsolin mukana tuli myös ei-elektronisia tarvikkeita kuten pelikortit, peliraha ja pokerin chipsit. Pelikonsoli ei kuitenkaan menestynyt hyvin, vaikka noin 350 tuhatta kappaletta oli myyty. Suurin syy tähän oli huono markkinointi. (americanhistory.si.edu)

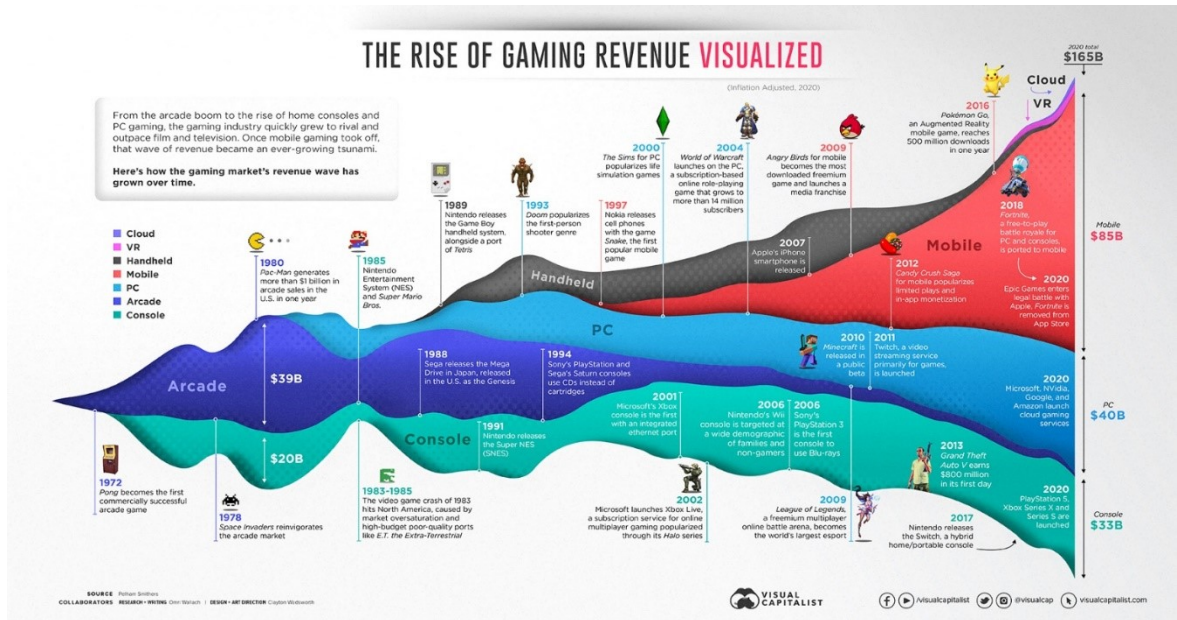
Vuonna 1978 ilmestynyt Space invaders oli menestys ja tämän mukana arcade-pelikooneet ilmestyivät pikkuhiljaa kaikkialle muun muassa Ostoskeskuksiin, ravintoloihin ja kauppoihin. Vuonna 1982 Space invaders saavutti huikeat 2 miljardia dollaria. 1970-luvun lopulla myös henkilökohtainen tietokoneella pelaaminen lähti nousuun ja tietojenkäsittelyn kehitys johti peliteknologian kehitykseen. (cleverism.com)

Esports tai "elektroninen urheilu" on kilpailullista videopelien pelaamista esimerkiksi erilaisissa turnauksissa. Ensimmäinen valtakunnallinen Esports järjestettiin 1980-luvulla Space Invaders-pelillä, jossa oli mukana 10 000 osallistujaa. (siue.edu) Nykyään näitä turnauksia näytetään esimerkiksi Twitch striimauspalvelussa, jossa katsojia voi olla miljoonia. (investopedia.com) Twitch oli alun perin yhden miehen tosi-tv kanava, mutta on nykyään suosituin interaktiivinen suoratoistopalvelu pääsääntöisesti videopeleille, vaikka sieltä löytyy myös muuta viihdettä kuten musiikkia ja urheilua. (streamscheme.com)

Vuonna 1982 pelialan tulot olivat huikeat 8 miljardia dollaria ja jo silloin enemmän kuin musiikki ja Hollywood-elokuvat yhteensä. Markkinat kaatuivat kuitenkin tämän menestysvuoden jälkeen liiallisista huonolaatuisista peleistä, jotka olivat Pohjois-Amerikan markkinoilla. NES tai Nintendo Entertainment System elvytti markkinat kuitenkin nopeasti. Tämä pelikonsoli oli aikansa myydyin ja sitä myytiin jopa 60 miljoona kappaletta. NESin markkinointi oli onnistunut, ja vuonna 1985 Pohjois-Amerikassa julkaistiin myös tunnettu klassikko Super Mario Bros. (pocket-lint.com)

Ensimmäinen käsikonsoli Game Boy ilmestyi 1989 ja oli jättimenestys Nintendolle. Niitä myytiin 120 miljoona kappaletta. Silloinen hinta oli 90 dollarin paikkeilla. (pocket-lint.com)

Myyntihinta on nykyään noin 140 dollaria. Alla olevan Kuvan 1. mukaan Game Boy perusti kokonaan uuden pelialustan, käsikonsolin.



Kuva 1. Pelialan visualisoitu liikevaihto. (visualcapitalist.com)

1990-luvulla opittiin Cd-levyn käyttöä, mikä helpotti ohjelmistojen tallentamista ja jakelua. Tämä taas tarkoitti sitä, että pelistä toiseen voidaan siirtyä nopealla tahdilla ja näin myös myöskin liikevaihto kasvaa. (cleverism.com) Tämä tarkoitti sitä, että voitiin tehdä yksi pelikone, joka pyörittää useita eri pelejä. Näin kuluja ei tule uuden koneen rakentamisesta, jos halutaan uuttaa peliä. CD:t ovat jopa vielä käytössä, vaikka suurin osaa peleistä onkin digitaalista nykyään.

GUI tulee englannin kielen sanoista Graphical User Interface, joka tarkoittaa tekstiin, kuviin ja käyttöliittymäelementteihin perustuva tapaa käyttää tietokonetta tai tietokoneohjattua laitetta. GUI-pohjaisten käyttöjärjestelmien laajamittainen käyttö alkoi 1990-luvun alussa. (omnisci.com)

3D-grafiikan kehityksen myötä, visuaalisten pelien standardiksi tuli 3D. Tietokoneiden prosessinopeudet kehittyivät edelleen ja tämä vaikutti laitteiston koon pienenemiseen merkittävästi. Internetin suosio oli myös kasvanut ja mahdollistikin esimerkiksi moninpelit ja kilpailemisen. Teollisuus tuottikin merkittäviä tuloja, kuten vuonna 1994 tulot olivat noin 7 miljardia dollaria pelkästään pelihalleista ja noin 6 miljardia dollaria kotikonsoleista.

Tämä kaikki vain Yhdysvalloissa, mikä oli silloin 2,5 kertaa enemmän kuin elokuvien tuotto samana ajanjaksona. (cleverism.com)

2000-luvun alussa 3D-grafiikan todellinen tarina alkoi, kun muun muassa roolipelit ja avoin maailmapelit alkoivat menestyä erittäin hyvin. Näitä pelejä, joista tuli myöhemmin sarjaa, olivat esimerkiksi GTA eli Grand Theft Auto ja Fallout. (blog.academyart.edu) Nämä ovat edelleen suosittuja pelimuotoja. Kuvan 1. mukaan GTA V teki jopa 800 miljoona ensimmäisen päivän aikana. (viusalcapitalist.com)

Online-roolipelit kehittivät pelialaa vielä entisestään. Konsoli- ja pc-videopelit alkoivat saada online-peliominaisuuksia, joiden avulla pelaajat saivat tehdä yhteistyötä tai kilpailla keskenään. (academyblog.dev.onpressidium.com)

Vuonna 2001 Microsoft julkaisi Xbox Live online-pelialustan, jossa käyttäjä pääsi pelaamaan Onlinessa ja käyttämään muita online-ominaisuuksia, kuten äänipuhelua. Tämä palvelu oli maksullinen ja käyttäjä pääsi käyttämään tätä palvelua kuukausittaisista tilausmaksua vastaan. Blizzard toi kuukausitilauksen tietokoneisiin ja julkaisi World of Warcraft pelin, jossa maksavia kuukausittaisia pelaajia oli noin 14 miljoona, kuten kuvassa 1. myös näkyy. (visualcapitalist.com)

Puhelimien kehittyessä monet yritykset näkivät mobiilipelin tulevaisuuden kirkkaana, ja esimerkiksi Nokia ja BlackBerry sijoittikin omiin puhelimiinsa pelejä, kuten matopelin, josta on tullut klassikko nykyään. Mobiilipelit lähtivät vasta kunnolla liikkeelle, kun Apple julkaisi ensimmäisen iPhoneen vuonna 2007. Apple julkaisi iPhoneihin oman sovelluskaupan, josta käyttäjät voivat ostaa tai ladata ilmaisia tai maksullisia sovelluksia ja pelejä. Tästä seurasi myös Googlen oma Google Play sovelluskauppa Android puhelimille. Tämä on ollut suurin askel kohti mobiilipelejä, sillä nyt kehittäjät voivat luoda ilmaisia, maksullisia tai DLC sisältäviä pelejä ja muita sovelluksia. (visualcapitalist.com) DLC tulee sanoista Downloadable Content, mikä tarkoittaa pelin lisäosaa tai lisäsisältöä, jota voi ostaa varsinaisen pelin lisäksi. DLC voi sisältää uusia hahmoja, aseita, asuja, tarinoita ja tehtäviä. Monien pelaajien mielestä DLC tuo peliin parannuksia, kun toiset taas sanovat sen olevan tapa tuoda pelin kehittäjille lisää rahaa. Kumpikin on tässä tilanteessa oikea väite, joten win-win tilanne. (cyberdefinitions.com)

Pandemia on hidastanut raaka-aineiden ja tarvikkeiden tuotantoa maailmalla, mutta tämä ei ole kuitenkaan hidastanut pelialan kehitystä, koska nykyään ei tarvita kokonaan uutta peliä tai laitteistoa vaan uusi "kausi" kasvattaa yhtä todennäköisesti tuloa. (venturebeat.com)

VR eli Virtual Reality-pelit ovat kehittymässä pikkuhiljaa. VR tai virtuaalitodellisuus on ohjelmistolla luotu keinotekoinen ympäristö, jossa käyttäjä kokee sen ns. todellisena ympäristönä. Tietokone simulaatio luo ympäristön, jossa käyttäjä voi olla vuorovaikutuksessa 3D:n avulla. Virtuaalimaailmassa on tällä hetkellä käytössä vain näkö- ja kuuloaisti, mutta kosketuksen ja hajun tunteminen on vielä kehitteillä. (iberdrola.com)

Jos keskitymme tiukemmin virtuaalitodellisuuden määritelmään niin, tarkoitus on luoda illuusio siitä, että olemme läsnä jossain missä emme ole. Varhaisin yritys VR-maailmasta oli 1800-luvun 360 asteen seinämaalaukset. Nämä maalaukset täyttivät katsojan koko näkökentän ja saivat tämän tuntemaan olevansa jossain historiallisessa tapahtumassa. (vrs.org.uk)

Vuonna 1989 NASA kiinnostui VR-maailmasta ja loi VR-laseja ja hansikkaita, joilla voi olla kosketuksessa VR-maailmassa. Tämän avulla NASAn astronautit harjoittelivat avaruudessa olemista. Tämä keksintö inspiroikin Nintendon tekemään omat Nintendo Power Glove-hansikkaat. (vrs.org.uk)

VR-headsettien hinta on laskenut huimasti viime vuosien aikana ja tietokonelaitteistot, jotka pystyvät käyttämään VR-headsettejä ovat yleistyneet. VR-maailman tulevaisuus näyttää hyvältä kun esimerkiksi Varifocal-tekniikka, äärimmäiset laajat näkökentät ja katseen seuranta ovat muutamia esimerkkejä tärkeistä kehityksistä. Suurten yritysten kuten Applen ja Facebookin huhutaan työskentelevän VR-maailman uusia headsettejä. Tämän uskotaan olevan sekoitusta todellisen ja Virtuaaliseen maailmaan välillä. (vrs.org.uk)

## 2.1 Mobiili

Älypuhelinien saatavuus ja teknologian kehitys sekä trendikkäiden tekniikoiden lisääntyvä käyttöönotto pelien kehittämisessä ovat tärkeitä tekijöitä mobiilipelialan kehittämisessä. Peliala laajenee maailmanlaajuisesti ja älypuhelimilla on merkittävä rooli tämän laajentumisessa. (globenewswire.com) Nykyään mobiilipelien osuus koko pelialasta on yli puolet. Tämä tarkoittaa sitä, että pelikonsolien ja PC:n yhteenlaskettu arvo ei yllä mobiilipelien tasolle.

Vuonna 1997, Nokia julkaisi ensimmäisen suosituksen pelinsä Snake, josta tuli klassikko. Teknojättien kuten Applen ja Samsungin älypuhelimien julkaisun jälkeen mobiilipelit lähtivät rakettimaiseen nousuun. Varsinkin viimeisen parin vuoden aikana älypuhelimien grafiikka ja prosessorit ovat kehittyneet. Mobiiliipiirisarjat ovat suorituskykytehokkaita ja

näin saadaan paremmat suorituskyvyt pienemmällä akun kulutuksella. Älypuhelimien resoluutio on myös parantunut huomattavasti osasyynä mobiilipelit. 5G verkon ansiosta puhelimet voivat saada uskomattomat nopeudet ja alhaiset latenssit, jotka mahdollistavat yhä korkeamman laatuista mobiilipelejä. (globenewswire.com) Yhä vaativampia pelejä, joita ennen pystyttiin pelaamaan konsoleilla ja PC:llä, voidaan pelata nykyään älypuhelimilla.

Mobiilipelit ovat edelleen tärkein ja käsittävät suuren osan pelialasta. Uusien pelaajien määrää nousi huimasti. Tämä kasvu viime vuodesta johtuu todennäköisesti COVID19-pandemiasta ja maailmanlaajuisista rajoituksista. Pelaamisesta ja erityisesti mobiilipelelaamisesta tuli niin sanotusti helppo harrastus ja ajanviete. (venturebeat.com) Etätöiden lisääntyttyä, ihmisillä oli enemmän aikaa pelata, varsinkin kun ulos ei voinut mennä. Vaikka tämä kasvu on ollut pandemian aiheuttama, suurin osa uusista pelaajista varmasti jää koukkuun peleihin ja jatkaa pelaamista jatkossakin. Nykyään melkein jokaisella on älypuhelin ja esimerkiksi työmatkoilla ja tauoilla pelaaminen onnistuu. Maailmanlaajuisesti aktiivisten älypuhelimien määrä on noussut 4,6 miljardiin.

Z-sukupolvi ja tulevat sukupolvet pitävät älypuhelimet ja mobiilipelaaminen itsestään selvänä, joten tulevaisuudessa mobiilipelaajien määrää nousee entisestään.

## 2.2 Pelikonsoli

Pelikonsolit tuottavat noin 33 miljardia dollaria pelialan liikevaihdosta. Pelimaailman alusta tähän päivään konsoleita on ollut jopa 70 erilaista ja usein onkin ollut ns. sodassa toistensa kanssa, jota myös tunnetaan nimellä "konsolisota".(hongkiat.com) Vaikka termi "konsolisota" luotiin alun perin kuvaamaan Segan ja Nintendon välistä kilpailua Videopelimarkkinoilla 1980-1990 luvuilla. Nykyaikainen käyttö viittaa taisteluun hallitsevimpien pelikonsolien välille, joita ovat Sonyn valmistama Playstation-pelikonsoli, Microsoftin Xbox ja Nintendo Co:n Nintendo Switch. Pelikonsolien sodan loppu hämmöittää ja Sony näyttää voittaneen ainakin myynnin perusteella, kun PS5 on myyty 50 miljoona kappaletta ja Xboxin Series X vain 3,3 miljoona. (statista.com)

Pelikonsolien liikevaihto laskenut noin 7 prosenttia viime vuodesta. (Venturebeat.com) Yksi vaikuttava tekijä voi olla globaali pandemia. Esimerkiksi Sony on julkaissut PlayStation 5 yli vuosi sitten ja tuntuu vieläkin mahdottomalta löytää kauppojen hyllyiltä tai verkosta.

Microsoftin Xbox tarjoaa kuluttajilleen kuukausittaista tilausmaksua vastaan online-pelialustan, jossa pelaaja pääsee pelaamaan verkossa ja käyttämään muita verkko-ominaisuuksia kuten äänipuheluita. Kuluttajat voivat ostaa yksittäisiä pelejä normaalisti tai ladata joitakin ilmaisia pelejä normaalisti. Tämän lisäksi kuluttajat voivat myös tilata kuukausittaista maksua vastaan Xbox Game Passin. Xbox Games Passin jäsenenä voi ladata ja pelata satoja erilaisia pelejä kirjastosta. Xboxilla on myös PC Game Pass tietokoneille, sillä valikoima pelikoneille on eri kuin pelikonsoleille. (engadget.com)

Sonyn PS eli PlayStation sarjaa on vähän samanlainen palveluistaan kuin Xbox, ja tuotavat yhdessä noin 33 miljardia dollaria liikevaihdossa. Tämä johtuu jatkuvasta taistelusta ja kilpailusta, mikä on myös saanut aikaan pelikonsolien huiman kehityksen. Niin kuin Xboxilla myös PS:llä on oma online-alusta, vaikka ei niinkään laaja. PSN eli PlayStation Network on online-pelien ja mediasisällön jakelupalvelu. Sony loi alun perin PSN:n tukemaan PS3 pelikonsoliaan. Yritys on sitten laajentanut palvelua vuosien varrella seuraaville PS sukupolville. PSN-palvelu voi olla ilmainen tai maksullinen, vaikka tietyt pelit vaativat maksullisen version. (lifewire.com)

Nintendo Corporationin Nintendo Switch on perheelle ja lapsille suunnattu pelikonsoli. Nintendo kilpaili myöskin "konsolisodassa" 2000-luvun alussa, mutta löysi pikkuhiljaa kohdeyleisönsä lasten ja perheiden keskeltä. Pelikonsoli on hyvin perhe- ja lapsiystävällinen ja tämä näkyy myös peleissä. Suurin osaa peleistä on moninpelejä, joita voidaan pelata porukan kesken. Pelikonsoli Nintendo Switchin myynti kuitenkin saavutti 78 miljoonan kappaleen maailmanlaajuisesti ja tämä olikin myydyimpiä pelikonsoleita parin viime vuoden aikana. (statista.com)

### 2.3 Pc

Tietokoneet oli luotu vain tiettyä peliä varten eikä ollut mahdollisuutta pelata muita pelejä tietokoneella. Vasta vuonna 1962 tuli ensimmäinen peli, jonka voi asentaa ja pelata monella eri tietokoneella. (thegamehaus.com) Nykyään PC on tehokkain pelikone, jolla voi

pelata realistisia ja grafiikoiltaan vaativampia pelejä teknologian kehityksen ansiosta. Mobiilipelien jälkeen Pc-pelit on tuottanut eniten liikevaihtoa.

Suurimpia syitä pelata mieluummin PC:llä kuin konsolilla on vaativien grafiikoiden mahdollistaminen ja FPS-pelien eli First Person Shooterin tuki ja helppous hiirellä kuin ohjaimella. Lisäksi jotkut FPS-pelit eivät välillä tue konsolia täysin ja tämä antaa PC-pelaajille suuren edun. PC:llä myös saa alhaisimmat latenssit riippuen netin nopeudesta ja koneosien tasosta. Niin kuin konsolilla myös PC:llä on kilpailua. PC:n puolella kilpailu tapahtuu prosessorien ja grafiikkakortti tuottavien yritysten välillä, jotka on Intel ja AMD sekä Nvidia ja Rodeon. Nykyään PC:t joko ostetaan koottuna tai ostetaan osat erikseen ja kootaan itse. Näin voidaan vaikuttaa siihen osa-alueeseen, mikä itselle on tärkeintä.

PC:llä pelit voidaan ostaa suoran verkosta toimittajalta tai ladata ilmaiseksi sekä vastavasti tehdä kuukausittaisia tilauksia kuten esimerkiksi Xboxin Game Pass. Suurimmat Esport kilpailut ovat PC:llä pelattuja. Teknologian kehittyessä pelialalla kilpailusta on tullut osa arkea. Esimerkiksi muutama vuosi sitten on tullut uusi genre Battle Royale, jossa pelaaja tai pelaajatiimi yrittää selviytyä pelikentällä muita Online pelaajia vastaan pelikentän pienentyessä ajan myötä ja viimeinen pelaaja/joukkue pystyessä voittaa pelin. Tämän genren edelläkävijöistä on PlayerUnknown's Battleground eli PUBG, josta myöhemmin julkaistiin myös mobiiliversio. Myös mobiiliversio oli hitti ja tuottikin 7 miljardin vuositulon.

### 3 MARKKINOINTI

Markkinointi tarkoittaa aktiviteetteja, joissa yritys mainostaa tuotteen tai palvelun ostoa tai myyntiä. Markkinointiin sisältyy mainostaminen, myynti ja tuotteiden tuottaminen asiakkaille tai yrityksille. Markkinoinnin ammattilaiset yrittävät saada potentiaalisen yleisön huomion mainonnan avulla. Kampanjat on yleensä suunnattu tietyille yleisöille. Nämä saattavat sisältää tarttuvia iskulauseita, julkkisten suosituksia tai mieleenpainuvia logoja ja graafisia malleja. (investopedia.com)

Markkinointi tietohaarana sisältää kaikki toimet, joihin yritys ryhtyy houkutelukseen asiakkaita ja ylläpitääkseen suhteita heihin. Markkinointi pyrkii yksinkertaisesti edistämään yrityksen tuotteet ja palvelut asiakkaisiin, jotka haluavat päästä käsiksi kyseisiin tuotteisiin. Tuotteiden sovittaminen asiakkaille varmistaa viime kädessä kannattavuuden. (investopedia.com)

Markkinointistrategia viittaa liiketoiminnan suunnitelmaan, jolla yritetään tavoittaa tietty kohderyhmä, josta voi tulla heidän asiakkaansa. Strategia yleensä kiteytyy yrityksen arvoihin, ja sen perimmäinen tavoite on saavuttaa ja antaa kestävä kilpailuetu kilpaileviin yrityksiin ymmärtämällä asiakkaiden halut ja tarpeet. (investopedia.com)

Peliala on äärimmäisen kilpailukykyinen, sillä kilpailijoita on paljon alalla. Markkinoijien suurin kysymys onkin, kuinka maksimoida oman brändinsä näkyvyyttä. Pelialalla käytetään paljon vaikuttajamarkkinointia strategiana. Niin sanotusti ”pelivaikuttajat” eivät vain pelaa peliä, joita monet seuraavat esimerkiksi Twitchissä ja muissa sosiaalisessa mediassa. Vaikuttajamarkkinointi ei ole mikään salaisuus, sillä kaikkien toimialojen suuret brändit ovat tukemassa sosiaalisen median julkkisten mainetta useilla eri alustoilla tavoittaakseen laajemman yleisön. Kaikki mitä tarvitaan, on vain oikea kumppanuus asiankuuluvan toimijan kanssa ja tuotteiden ja palveluiden näkyvyys voi muuttua hetkessä. Monet pelialan suurimmista vaikuttajista aloittivat kuten kuka tahansa keskiverto teini-ikäinen pelaaja, pelailleen myöhään illalla protestoivista vanhemmista huolimatta. Jotkut saattavat sanoa, että pelaajat ovat vain laiskottelijoita, ja heidän kuuluisi mennä oikeisiin töihin. Näin Red Bull teki yhteistyötä luultavasti maailman suosituimman pelivaikuttajan kanssa. Red Bull julkaisi Tyler ”Ninja” Blevinsin mukaan Red Bull Ninja-tölkit. (digitalmarketinginstitute.com)



Twitchin ohella pelialan vaikuttajien suuri näyttämö on YouTube. Vaikka on olemassa joitain jatkuvasti läsnä olevia vaikuttajia kuten Ninja, Shroud ja PewDiePie, kilpailu on myös kovaa. Maailmanlaajuisen yleisön ja jatkuvan taistelun ylivallan ansiosta pelivaikuttajat tarjoavat runsaasti markkinointimahdollisuuksia. ([digitalmarketinginstitute.com](http://digitalmarketinginstitute.com))

Markkinointistrategioita on lukuisia pelialalla. Strategioiden käyttö riippuu pelistä ja sen kohdeyleisöstä. Pelimarkkinointi on muuttunut dramaattisesti niistä ajoista, jolloin se merkitsi jännittäviä mainoksia miespuolisille pelaajille, jotka odottavat seuraava suurta konsolimenestystä. Nyt peliteollisuus on levinnyt uusille alustoille, kuten mobiililaitteille, ja siirtynyt vähittäiskaupasta digitaliseen. Pelaajia tulee kaikilta elämänaloilta. Painopiste ei ole vain saada pelaajia ostamaan tiettyä peliä tiettyyn hintaan. Pääpaino on saada pelaaja palaamaan uudestaan ja uudestaan ja pysymään sitoutuneena yhdistettyyn kokemukseen ja yhteisöön. ([venturebeat.com](http://venturebeat.com))

Yksi parhaista markkinointistrategioista on vaikuttajamarkkinointi. Vaikuttajamarkkinoinnissa mainostetaan tuotteita ja palveluita tunnettujen henkilöiden suositusten ja muiden menetelmien kautta. Yleensä suurilla sosiaalisen medianalustoilla ja videopalveluilla on paljon vaikuttajia. Nämä persoonallisuudet ovat yleensä mukana samanlaisessa markkinaraossa kuin brändit, joiden kanssa he työskentelevät. Näillä vaikuttajilla on yleensä omistautunut seuraajakunta, joka rakastaa olla tekemisessä heidän postauksien kanssa. ([gamemarketinggenie.com](http://gamemarketinggenie.com))

## 4 LIIKETOIMINTA

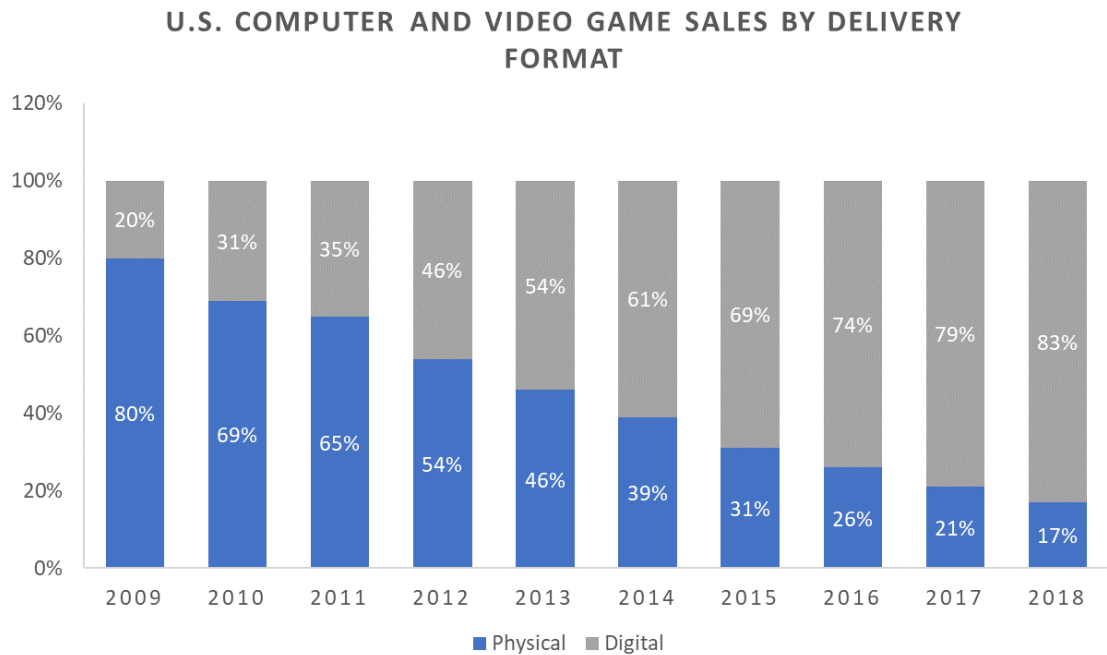
Termi liiketoiminta voi tarkoittaa kahta eri asiaa. Ensimmäinen viittaa yksikköön, joka toimii kaupallisista, teollisista tai ammatillisista syistä. Kokonaisuus alkaa yleensä käsitteellä ja nimellä. Yritykset vaativat usein liiketoimintasuunnitelmia ennen toiminnan aloittamista. Liiketoimintasuunnitelma on muodollinen asiakirja, jossa esitetään yrityksen tavoitteet ja tehtävät. Siinä luetellaan strategiat ja tavat, joilla se aikoo saavuttaa nämä tavoitteet. Lisäksi liiketoiminta suunnitelma on lähes aina välttämätön, jos halua lainata pääomaa toiminnan aloittamiseksi. Useimmat yritykset voivat olla voittoa tavoittelevia, mutta voittoa tavoittelemattomia yrityksiä on myös olemassa. Nämä yritykset voivat ajaa tiettyä asiaa. Näitä voivat olla esimerkiksi taide-, kulttuuri- ja hyväntekeväisyysjärjestöt. (investopedia.com)

Toinen liiketoiminnan määritelmä voi viittaa kaikkiin tavaroiden ja palveluiden myyntiin ja ostamiseen liittyvä toimintaa. Liiketoiminta voi harjoittaa missä tahansa, olipa kyseessä fyysinen myymälä, verkossa tai tien varrella. Jokainen, joka harjoittaa jonkinlaista liiketoimintaa saadakseen tuloa on luonnollisesti ilmoitettava nämä tulot verohallinnolle. (investopedia.com)

Lyhyesti liiketoiminta on toimintaa, jossa yritykselle tehdään voittoa tuottaen palveluja tai tuotteita asiakkaalle. Liiketoimintamalleja on useita erilaisia, jossa yrittäjä valitsee itselleen juuri sen sopivan. Tässä luvussa käydään muutamia olennaisia liiketoimintamalleja läpi. Kaikkia ei tule mainittua, eikä sanota, ettei niitä käytettäisiin tänä päivänä, vaan kuinka se on muuttunut teknologian kehityksen myötä. (medium.com)

Ensimmäiset videopelit juontavat juurensa 70- ja 80-luvuilta pelihallien muodossa. Silloin jokainen peli oli omassa erillisessä laitteessaan videopelien laitteistovaatimusten vuoksi. Näin yritykset luottivat fyysiseen sijaintiin ja korkeisiin kustannuksiin tarjotakseen kuluttajille rajoitetun määrän pelivaihtoehtoja. (medium.com)

Digitaaliaikakausi muutti monet toimialat, ja vielä suuremmin pelialaa kuten kuvassa 2 nähdään. Digitaalisen muutoksen ansiosta julkaisijat voivat myydä pelejään suoraan kuluttajille digitalisesti esimerkiksi verkkokaupan kautta. Kuluttajat eivät tarvitse enää fyysisiä kopioita pelistä vaan saivat kaiken suoraan netin kautta jonottamatta paikallisille jälleenmyyjille. Tämä toi enemmän voittoja pelin kehittäjille ja julkaisijoille, kun he saivat leikata jälleenmyynti- sekä pakkaus- ja jakelukustannuksia.



Source: Statista, Breakdown of U.S. computer and video game sales from 2009 to 2017, by delivery format, <https://www.statista.com/statistics/190225/digital-and-physical-game-sales-in-the-us-since-2009/>

Kuva 2 USA:n pelimyynti eri muodoissa. (medium.com)

Digitaalisuus kasvoi tasaisesti alla olevan kuvan 2 mukaan niin, että vuonna 2009 USA:n peleistä vain 20 % myynnistä olivat digitaalisia, kun kymmenen vuotta myöhemmin vuonna 2019 vastaava luku oli 80. On turvallista sanoa, että digitaaliset pelit muuttivat pelien jakelu- ja myyntitapaa ikuisesti ja se myös avasi tien F2P eli Free to Play-toimintamalleille, josta nykyään suurin osa pelialan liikevaihdosta syntyy. (medium.com)

Suurimmat konsolin valmistajat sijoittivat paljon digitaalisuuteen ja digitaalisen kaupan ylläpitoon. Pelin julkaisijat myös loivat oman digikaupan, josta pelejä ja DLC:tä eli ladattavia pelin lisäosia voi ostaa. Suosituimpia ovat Activision Blizzardin Battle.net, Electronic Artsin Origin ja Valven Steam. Näiden avulla voitiin ottaa osan pois arvoketjusta pelien myynnistä, kuten kulutusten leikkaaminen kolmansien osapuolten kuten Microsoftin myynti prosessista. Pelien jakelu ja myynti onnistui niin kätevästi, että esimerkiksi Steamistä tuli verkkokauppa muillekin pelin julkaisijoille niin kuin Applen Appstore tai Googlen Play Store. Steam tarjoaa pääsyn ykköspaikalle kauppaan, josta kaikki pelaajat tietävät. Steam pyytää vastineeksi 30 % liikevaihdosta. Tämän avulla Steam ei saa vaan uutta tulovirtaa, vaan myös uusia pelaajia ekosysteeminsä. (medium.com)

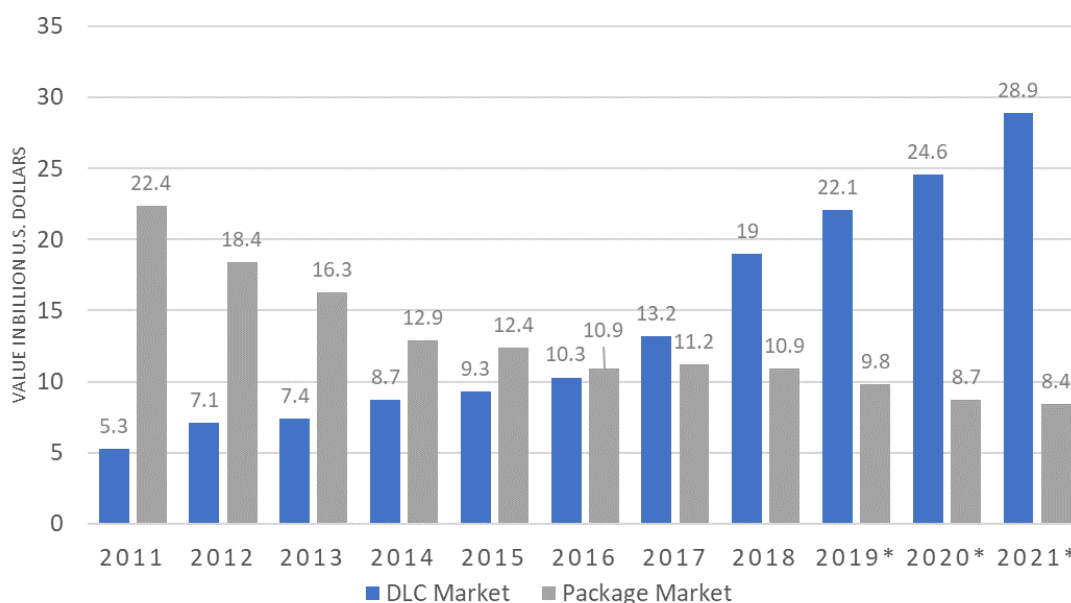
#### 4.1 Pay to Play

Pay to Play tai P2P-liiketoimintamallin mukaisesti pelihallin kolikkokäyttöiset koneet loivat ensimmäiset mikrotapahtumat, jossa pelaaja joutuu syöttämään kolikoita vastineeksi ajasta tai elämästä pelissä. Tämä liiketoimintamalli johti villiin menestykseen, jossa esimerkiksi Namcon Pacman tuotti yli 3,5 miljardia dollarin liikevaihdon vuoteen 1990 mennessä. Vaikka mikrotapahtumat ovat edelleen suosittuja nykypäivän videopelimaailmassa ja tulevat todennäköisesti vielä jatkumaan myös tulevaisuudessa, on kaupallistamisstrategia käytetty vuosikymmeniä. (Medium.com)

Tietokoneiden kehityksen myötä 80-luvulla tuli niin sanottu Boxed revenue-toimintamalli, jossa julkaisijat myivät fyysisiä kopioita peleistään esimerkiksi kasetti- tai CD-levyinä. Tämä oli kertaluontoinen tulo julkaisijalle. Pelaajat pelasivat pelin läpi ja ostivat sitten seuraavat pelit ja näin ostosykli jatkui. Pelaajat saivat kaikki peliin kuuluvat sisällöt kerrallaan peliostoksen yhteydessä. Tässä toimintamallissa julkaisija tai pelin kehittäjä menetti noin 25 % tuloistaan jälleenmyyjille, samalla kun maksavat pakkaamiseen ja jakelun liittyvät kustannukset. Liiketoimintamalli on ollut käytössä vuosikymmeniä. (Medium.com)

Pelien digitaalisen jakelun ansiosta julkaisijat ovat saaneet enemmän tuloja peilitynitystään, jonka lisäksi he ovat pystyneet ansaitsemaan vielä enemmän erilaisten mikrotapahtumien ansiosta. Näitä mikro-ostoksia voivat olla DLC:t, loot boxit ja kausipassit. DLC:n avulla julkaisijat voivat myydä pelin julkaisun jälkeen lisäsisältöä peliin. Tämä sisältö voi olla uusia skinejä, esineitä tai hahmoja. Vuonna 2017 DLC-tulot ylittivät itse pelien myynnistä ja tämä ero on sen jälkeen kasvanut räjähdysmäisesti seuraavien vuosien aikana kuten alla olevasta kuvasta 3. nähdään. (medium.com)

### CONSUMER VIDEO GAME MARKET VALUE BY DISTRIBUTION TYPE



Source: Statista, Video game consumer market value worldwide from 2011 to 2021, by distribution type, <https://www.statista.com/statistics/292460/video-game-consumer-market-value-worldwide-platform/>

Kuva 3 Videopelien markkina-arvo jakelutyyppin mukaan. (Medium.com)

Kausipassi on yksi esimerkeistä, miten DLC on kehittynyt. Kausipassi toimii niin, että pelaajat voivat ostaa pääsyn halvemmalla uuteen karttaan tai ”pelipaikkaan”, skineihin ja hahmoihin. Esimerkiksi erittäin suosittu Battle Royale pelin Fortniten ”taistelupassi” toimii niin, että pelaajat voivat avata sisältöä suorittamalla erilaisia haasteita. Parhaimmillaan Fortnite myi noin 50 miljoonan dollarin edestä ensimmäisen päivän aikana kausipassia. Kausipassit helpottavat sekä pelin julkaisijan että pelaajien elämää. Julkaisijat saavat ennakkoon tulot ja pelaajat voivat ostaa yhden DLC:n ja saada monia sisältöjä kuin yksi ja lisäksi voivat pelata kaverin kanssa, vaikka toinen ei olisikaan kausipassia ostanut. Ennen kaverin piti myös hankkia DLC:tä, jotta yhdessä pelaaminen olisi voinut jatkua. (medium.com)

#### 4.2 Free to Play

F2P eli Free to Play on sellaiset pelit, jota voi kuka tahansa ladata ja pelata ilmaiseksi. Nämä pelit ovat juuri sopiva satunnaisille pelaajille, jotka eivät halua ostaa kallista peliä. Monet online-pelit ovat nykyään ilmaisia. Suosituimpia ilmaisia pelejä markkinoilla ovat kuten esimerkiksi Fortnite, Apex Legends, CS: GO, Call of Duty Warzone ja League of

Legends. Näistä kuluttaja voi nauttia ilman maksua. Melkein kaikilla ilmaisilla peleillä on premium taso tai taso, josta voi nauttia vielä enemmän ja nämä ovat luonnollisesti maksullisia. Nämä ovat yleensä vain kosmeettisia eikä niillä ole vaikutusta pelien pelaamiseen. (dotesports.com)

Mikrotapahtumat eivät jääneet vain konsoli- ja PC-peleihin, vaan valloittivat myös mobiilipeli-maailman. Suurin osa mobiilipeleistä ovat F2P-tyyppisiä eli niitä voi ladata ilmaiseksi sovelluksien verkkokaupasta. Mobiilipelien liikevaihto kuitenkin muodostuu pelien aikana ostavista virtuaalisista tuotteista. Jotkut pelit voivat tarjota vain kosmeettisia tuotteita kuten uuden hahmon tai skinin kun taas toiset voivat tarjota ”pay to win” – menetelmä, jossa ostettava tuote antaa pelaajalle lisätua. Esimerkiksi huippusuosittu Clash of Clans käyttää tätä menetelmä, jossa pelaajat voivat ostaa pelin sisällä resursseja ja kehittää rakennukset ja sotajoukot. Tämä peli olikin pari vuotta tuottoisin peli verkkokaupassa. (medium.com) F2P-pelien koti on mobiilissa ja tämä muodostaakin yli puolet pelialan liikevaihdosta eli ilmaiset pelit tuottavat sisällöllään enemmän tuloja kuin maksulliset pelit.

Edellä oleva menetelmä on niin tehokas ja mikrotapahtumat niin hallitseva, että mobiilipelit tuottavat yli puolet koko pelialan liikevaihdosta. 88 miljardin dollarin liikevaihtoa on tuottanut F2P-pelit. Suurin osa F2P:n liikevaihdosta on tullut Aasian puolelta, jossa suuret yhtiöt kuten Tencent on julkaissut useita mikrotapahtumaan perustuvia pelejä.

## 5 PELIALAN TULEVAISUUS

Pelialan suosio on noussut tasaisesti vuosien aikana. Ihmisten etsiessä uusia tapoja sosiaalisoitua ja viihdyttää itsensä on kasvattanut vain lisää pelialaa pandemian aikana. Vuoden 2020 tehdyn tutkimuksen mukaan USA:ssa jopa neljä viidestä olivat pelanneet videopelin viimeisen kuuden kuukauden aikana. Ennen kyse oli siitä, että mitä (elokuva) tekisi mieli katsoa, kun nykyään on mitä sitä pelaisi. Peliala muuttuu innovatiivisen teknologian kehityksen myötä. (builtin.com)

### 5.1 Virtual Reality

VR eli Virtual Reality tai virtuaalitodellisuus on ohjelmistolla luotu keinotekoinen ympäristö, jossa käyttäjä kokee sen ns. todellisena ympäristönä. Tietokone simulaatio luo ympäristön, jossa käyttäjä voi olla vuorovaikutuksessa 3D:n avulla. VR on vuosi kymmenten ajan houkuttellut pelaajia, mutta tekniikka on ollut liian hidasta toteuttamaan lupaamiaan. VR on edelleen pieni muuhun pelialustan verrattuna. Vuonna 2020 VR on tuottanut vain alle puoli prosenttia pelialan liikevaihdosta. (builtin.com)

Vaikka VR ei ole vielä pystynyt vastamaan VR hypetykseen, suuret teknologia yritykset kuten Facebook, Valve ja Sony yrittävät edistää alaa ja investoivat huomattavia resursseja VR-laitteiden ja -pelien kehittämiseen. Lupaava kehitystä on näköpiirillä, mutta ensin on muutamia haasteita ratkaisevana. Näitä ovat muun muassa isot kuulokkeet ja kalliit hinnat. (builtin.com)

Useimmat VR-kuulokkeet painavat yli kilon ja niitä on tiukasti kiinnitettävä kasvoihin. Tämä ei ole hirveän miellyttävä, sillä painon lisäksi ihminen alkaa hikoilemaan jo puolen tunnin sisällä. Tämä kokemus hankaloittaa pelitapaa, joka on tyypillistä pelien harrastajille, jotka viettävät tuntikausia esimerkiksi mukavan sohvan pohjalla. Yrityksillä on kiire tehdä VR:stä houkuttelevampaa laajemmalle yleisölle, ja laitteiden hinnat ovat pikkuhiljaa laskemassa. (builtin.com) Vuonna 2020 VR tuotti 1,1 miljardia pelialan liikevaihdosta. (statista.com) Vaikka edellä mainittuja haasteita poistettaisiin, tosiasia on se, että tyypillinen VR kokemus on hyvin eristäytynyt sosiaalisesti, mikä voi rajoittaa sen positiivisia puolia. Esimerkiksi toisen ollessa samassa huoneessa, sosiaalisesti on vaikeampi käyttää VR Headsettejä, koska toinen jää täysin ulkopuolelle. VR on tulevaisuudessa jossain

roolissa mukana, oli se peli tai muu sosiaalinen tapahtuma virtuaalimaailmassa. (builtin.com)

## 5.2 Augmented Reality

Augmented Reality tai AR on paranneltu versio todellisesta fyysisestä maailmasta, joka saavutetaan käyttämällä digitaalisia visuaalisia elementtejä, ääntä tai muita tekniikan kautta toimitettuja aistiärsyksiä. Tämä on kasvava trendi mobiilisovelluksien parissa toimivien yritysten keskuudessa. (investopedia.com)

Tästä hyvä esimerkki on vuoden 2016 kesällä kuuluisuuteen noussut Pokemon Go, jossa ihmiset jahtasivat pokemoneja ympäri kaupunkia. Siitä asti Pokemon Go on tuottanut 5 miljardia dollaria. Pelin salaisuus oli kieltämättä digitaalisten hahmojen yhdistäminen fyysiseen sijaintiin. Tämä onkin suurin syy miksi AR on suosittu kuin VR: se yhdistää digitaalista maailmaa todelliseen eikä poista todellista kokonaan niin kuin VR. Tähän hetkeen, AR-pelit ovat olleet vain mobiilipeleissä, mutta teknojättien kuten Facebook, Apple ja Snapin mielestä AR:n tulevaisuus on erityiset AR-lasit. (builtin.com)

## 5.3 Artificial Intelligence

Artificial Intelligence (AI) eli tekoäly on digitaalisen tietokoneen tai tietokoneohjatun robotin kyky suorittaa älykkäisiin olentoihin yleisesti liittyviä tehtäviä. Termiä käytetään usein hankkeisiin, jossa kehitetään järjestelmiä, joissa on ihmisille tyypillisiä älyllisiä prosesseja, kuten kyky järjellä tai löytää merkitystä, edistää ja oppia menneistä kokemuksista eli lyhyesti sanottuna järjestelmä, joka yrittää toimia niin kuin ihmisten aivot. (britannica.com)

Ajatus lisätä tekoäly pelimaailman on ollut esillä jo vuosikymmeniä useimmiten hahmoissa, jotka eivät ole pelattavissa. Tästä käytetään lyhennettä NPC, joka tulee englannin kielen sanoista Non-Playable character. Tästä hyvä esimerkki on värilliset haamut PC-Man-pelissä. Vielä NPC:t voivat tehdä vain sen, mitä koodin kirjoitetaan. Vaikka toiminnot olisivat älykkäitä, ne ovat silti päättäneet ennakkoon pelinkehittäjät. Tulevaisuudessa voidaan kuitenkin mahdollisesti laittaa NPC:t tekemään itsepäätökset, mutta tämä voi hankaloittaa pelin läpäisyä pelaajille. NPC:t kuitenkin pystyisivät oppimaan pelaajien tekemästä toiminnoista ja virheistä. (builtin.com)



Pelit voivat kerätä tietoa pelaajista, esimerkiksi vuonna 2009, tutkijat keräsivät tietoa Super Mariossa. Kuinka pelaajat läpäisevät tason, onko pelissä liika hyppyjä ja onko vihollista liian helppo päihittää. Tutkijat sitten syöttivät tiedot koneelle ja julkaisivat uuden ja haastavamman version pelistä. AI ei ehkä ole vielä valmis luomaan kokonaisia korkealaatuisia pelejä tyhjästä, mutta se voi antaa arvokasta palautetta pelin suunnittelijoille, jotka voivat hienosäätää pelejään. (builtin.com)

#### 5.4 Cloud Gaming

Cloud Gaming tarjoaa käyttäjilleen pääsyn striimata pelejä Teknoyritysten servereillä, jotka ovat eri puolilla maapalloa. Tämä toimisi vähän samalla tavalla kuin elokuvien katselu Netflixistä. Teoriassa käyttäjä voi pelata, mitä tahansa peliä mistä tahansa laitteesta. Tämä tarkoittaa sitä, ettei pelin pyöriminen ole enää kiinni laitteen suorituskyvyistä. Pelaajien ei tarvitsisi enää omistaa pelejä vaan voivat niin sanotusti lainata digitaalisesti. Palvelu olisi käytössä luonnollisesti kuukausittaisesta tilausmaksua vastaan. (builtin.com)

Parin viime vuoden aikana Sony ja Microsoft, jotka tuottavat konsoleita, ovat tuoneet ovat Cloud Gaming-palvelun. Myös Grafiikkakortin tekijä Nvidia on tuonut omansa markkinoille. Nyt myös muut suuret yritykset kuten Amazon ja Google ovat tuoneet Cloud Gaming palvelunsa markkinoille. Jopa Netflix, joka tähän asti on toiminut elokuvien ja sarjojen striimauspalveluna yrittää päästää tähän palvelun käsiksi. Cloud Gaming liikevaihto oli kuitenkin 1,6 miljardia vuonna 2021 ja maksavia asiakkaita 23 miljoonaa. (builtin.com)

Suuria haasteita on kuitenkin vielä selätettävä, jotta pilvipelaamisesta voi tulla menestyksekkäs. Näitä haasteita ovat muun muassa pelin korkeat latenssit ja lagaamis-ongelmat. Lisäksi Cloud Gaming on kallista ja teknologia ei ole vielä kehittynyt niin paljon, että se voisi pyörittää raskaita pelejä.

#### 5.5 The Metaverse

Metaverse ymmärretään ehkä parhaiten Kyberavaruutena, rinnakkaisena virtuaalisena valtakuntana, jossa jokainen voi kirjautua sisään ja ”elää” (toista) toista elämänsä. Ihanetapauksessa, Metaverse voi yhdistää sekä virtuaalisen et AR:n, ja sillä olisi oma toimiva taloutensa ja tämä mahdollistaisi täydellisen yhteen toimivuuden. Metaverse on

enemmän kuin internet, jota käytetään muuhunkin kuin peleihin, kuten työelämään. (builtin.com)

Vaikka voidaan olla vielä kaukana siitä kaikesta, todisteitä kehityksestä löytyy. Esimerkiksi pelialusta Roblox on pitänyt Fashion Show'ta Guccille. Fortnite-pelissä, pelaajat voivat käyttää lempi elokuvahahmonsa tai osallistua virtuaaliseen konserttiin. Itse pelaaminen laajentaa määritelmänsä. Kyse ei ole enää kilpailusta vaan yhteydestä. Jos pelialan tämänhetkiset trendit ja tulvaisuuden ennusteet antavat meille vihjeitä. Se on, että halumme olla yhteydessä on suurempi kuin halumme paeta. (builtin.com.)

### 5.5.1 Non-Fungible Token (NFT)

NFT tulee englannin kielen sanoista Non-fungible token. NFT on digitaalinen resurssi, joka edustaa todellisia esineitä, kuten taidetta, musiikkia. pelin sisäisiä esineitä ja videoita. Niitä ostetaan ja myydään verkossa kryptovaluutoilla, ja ne ovat yleensä koodattu samanlaisella ohjelmistoilla kuin kryptovaluutat. NFT:t ovat yleensä ainutlaatuisia tai ainakin erittäin rajoitettuja, ja niillä on yksilölliset tunnistekoodit. (forbes.com)

Vaikka NFT:t ovat olleet käytössä vuodesta 2014, niistä on tullut hiljattain suosittuja. Pelikästään vuonna 2021 NFT-markkinoiden arvo oli 41 miljardia dollaria, mikä on hyvin lähellä jo koko maailman taidemarkkinoiden kokonaisarvoa. (forbes.com)

NFT:t ovat lohkoketjussa, joka on hajautettu ”julkinen pääkirja”, joka tallentaa tapahtumat. Erityisesti NFT:t pidetään Ethereum-lohkoketjussa, vaikka myös muut lohkoketjut tukevat niitä. NFT:t luodaan digitaalisista esineistä, jotka edustavat sekä aineellisia että aineettomia esineitä. (Forbes.com)

NFT-pelit tuli kannattavaksi vasta 2017 virtuaaliseen Kitten's Crazen jälkeen. NFT-pelit ovat blockchain-pelejä, joiden avulla käyttäjät voivat ostaa pelin esineitä keräilyesineitä käytettäväksi, vaikka aseina tehtävien suorittamiseksi tai myytäväksi eteenpäin toisille käyttäjille pelissä ja muilla NFT-markkinapaikoilla. NFT-pelit eivät ole vain jännittäviä vaan mahdollisesti palkitsevia. (airnfts.com)

Yhä useat Blockchain-pelit ovat vasta tulossa niin sanotusti ”NFT-junaan” muuttamalla esimerkiksi pelin aseita tai hahmoja NFT:iksi. Pelit voivat olla mallinnutettu perinteisten pelien mukaan. Pelissä NFT:nä voivat olla mitä tahansa, kuten esimerkiksi radat, autot,

hahmot ja asut. Virtuaalimaailmoissa tai simulaatiopeleissä käyttäjät voivat ostaa virtuaalimaata, kehittää kiinteistöjä ja harjoittaa yrityksiä sekä olla tekemisissä muiden käyttäjien kanssa avatarien avulla. Jokaisessa pelissä on omat ainutlaatuiset keräilyesineet ja tuotteet, jotka tekevät pelistä miellyttävämpää. Toisin kuin perinteiset pelit, nämä keräilykohteet eivät ole pelien kehittäjien, vaan niitä ostaneiden omistuksessa. Nämä voidaan myydä NFT-markkinapaikoilla tai vaihtaa toisen pelaajan kanssa. Suosituin markkinapaikka NFT:lle on Opensea. ([airnfts.com](https://airnfts.com))

### 5.5.2 Play to Earn (P2E)

Play to Earn tai P2E tarkoittaa, että pelaamalla pelin voi ansaita digitaalista käteistä tai NFT:tä. Parin viime vuoden aikana Blockchain-tuetut pelit ovat siirtyneet valtavirtaan, ja niistä on tullut lähes kaikkien Metaversen ydinkomponentti, ja jokaisella alustalla on oma kryptovaluuttansa maksaakseen online-pelaajille heidän ajastaan. ([gobankingrates.com](https://gobankingrates.com)) P2E-pelit voivat olla myös ilmaisia pelattavaksi. ([coinmarketcap.com](https://coinmarketcap.com))

Todellista arvoa omaavan valuutan ansaitseminen hauskanpidon aikana on yksi tärkeimmistä syistä, miksi Axie Infinity-pelistä on tullut niin suosittua. Toinen asia on NFT:n luominen, josta voi tulla kannattavaa omaisuutta. ([gobankingrates.com](https://gobankingrates.com))

## 6 KYSELYTUTKIMUKSEEN SYVENTYMINEN

Kyselytutkimus oli suunnattu pelaajille tai pelialasta kiinnostuneille. Kysely tehtiin keväällä 2022 ja kyselyyn vastasi 41 henkilöä ja se toteutettiin Webropol-alustalla. Kysely laadittiin tukemaan ja auttamaan ymmärtämään teoreettisen osuuden käsiteltäviä aiheita kuten markkinoinnin vaikutusta kuluttajien ostopäätöksen ja rahan kulutusta sekä aja käyttöä viikossa pelien parissa.

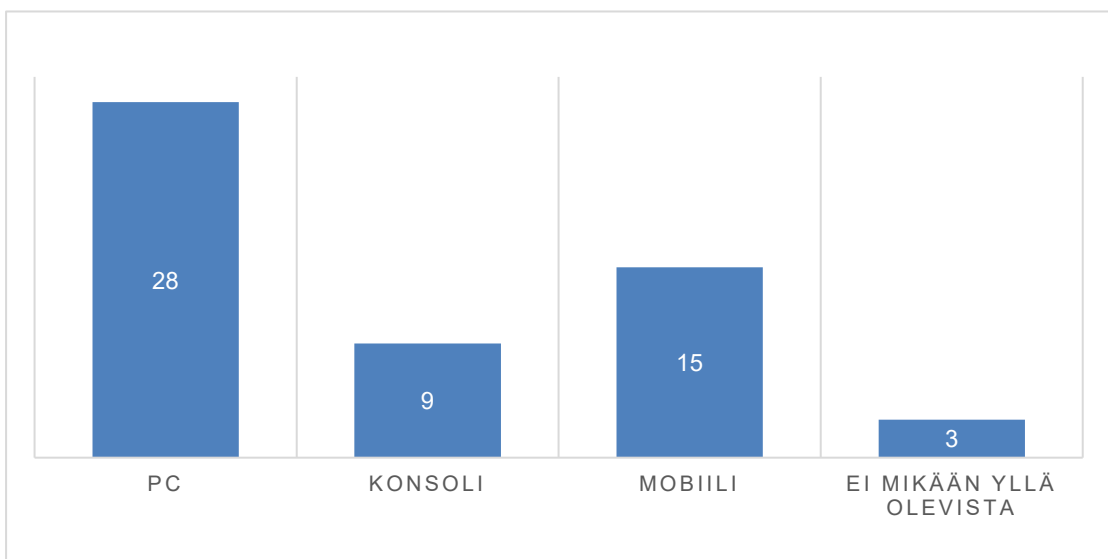
### 6.1 Taustatiedot

Kyselyyn osallistujista 78 prosenttia oli miehiä, 19,5 prosenttia naisia ja 2,4 prosenttia muu sukupuolta. Suurin osa vastaajista olivat iältään 20–25-vuotiaita ja tämä prosentteina oli 53,7, kun toiseksi eniten oli 26–30-vuotiaita 31,7 prosentilla. 4,9 prosenttia vastanneista olivat yli 50-vuotiaita.

### 6.2 Vastaukset ja arviointi

#### Pelialusta

Alla oleva kuva kertoo, kuinka moni pelaa milläkin pelialustalla ja välineellä.

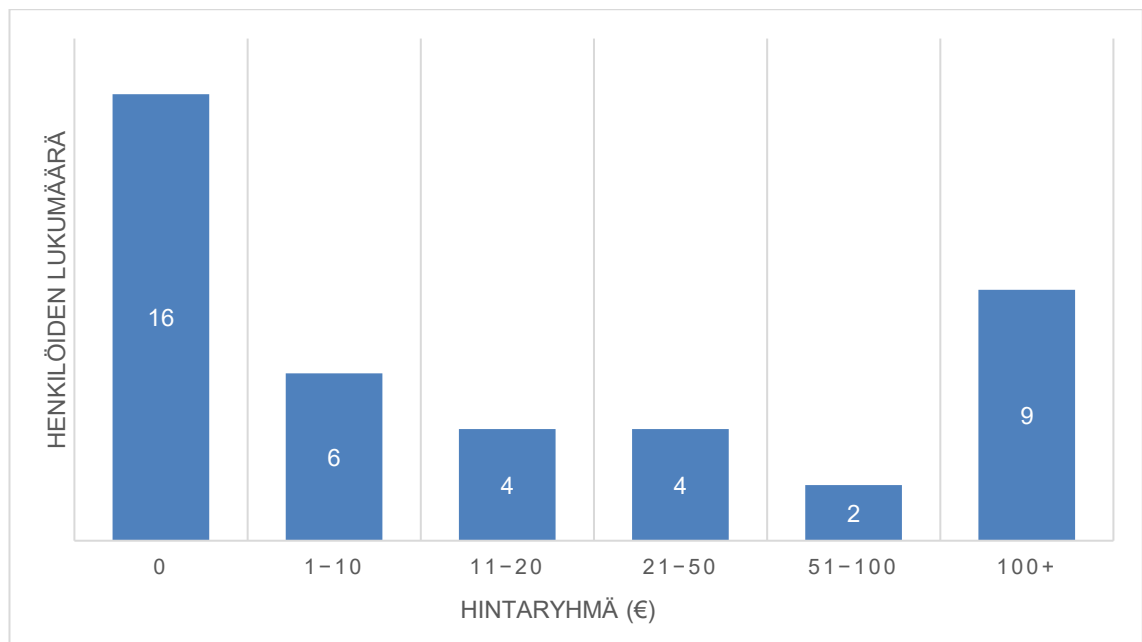


Kuva 4 pelialustan käyttö.

Kuten kuvasta 4 nähdään, oli PC-pelaajia 68 % (28) vastaajista. Toisen paikan vie mobiili- ja vasta kolmanneksi konsolipelaaminen. kolme vastaajista ei kuitenkaan pelaa millään edellä mainituilla alustoilla. Tämä voi johtua siitä, että nämä eivät pelaa ollenkaan tai pelaavat muulla alustoilla ja välineillä kuten VR:llä.

### Rahan käyttö

Alla oleva kuva kertoo rahan käytöstä ilmaisiin peleihin ja tässä nimenomaan yhteen ilmaisen peliin käytettyä rahaa euroissa.

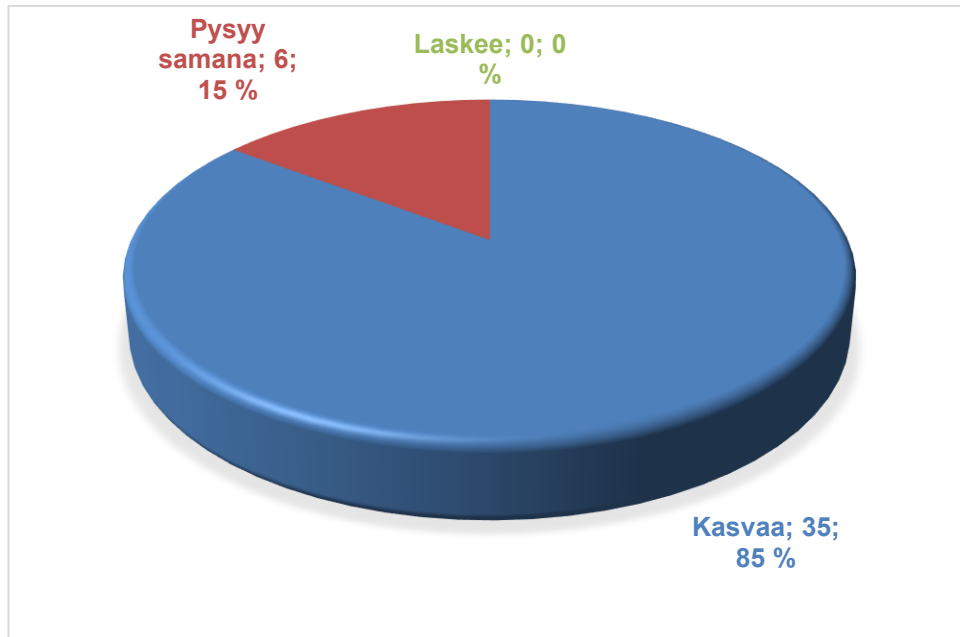


Kuva 5 rahan käyttö yhteen ilmaisen peliin.

Vastaajista jopa 39 prosenttia ei maksaa ilmaisesta pelistä, mikä ei ole yllättävä, sillä pelaaja melkein ei koskaan saa etuasema, vaikka kuluttaisi satoja tai tuhansia euroja. Yhdeksän vastanneista oli kuluttanut ilmaisen pelin sisältöostamiseen yli 100 euroa. Neljä yhdeksästä vastaajista pelaavat mobiilipelejä, mikä selittääkin mobiilipelien liikevaihdon olevan hieman korkeampi kuin pc ja konsolin liikevaihto.

### Pelialan tulevaisuus

Alla oleva kuva kertoo pelialan tulevaisuuden trendiä, että mihin suuntaan ollaan menossa. Kuten teoreettisessa osuudessa käytiin läpi, kuinka pelialaa kasvaa tasaisesti.

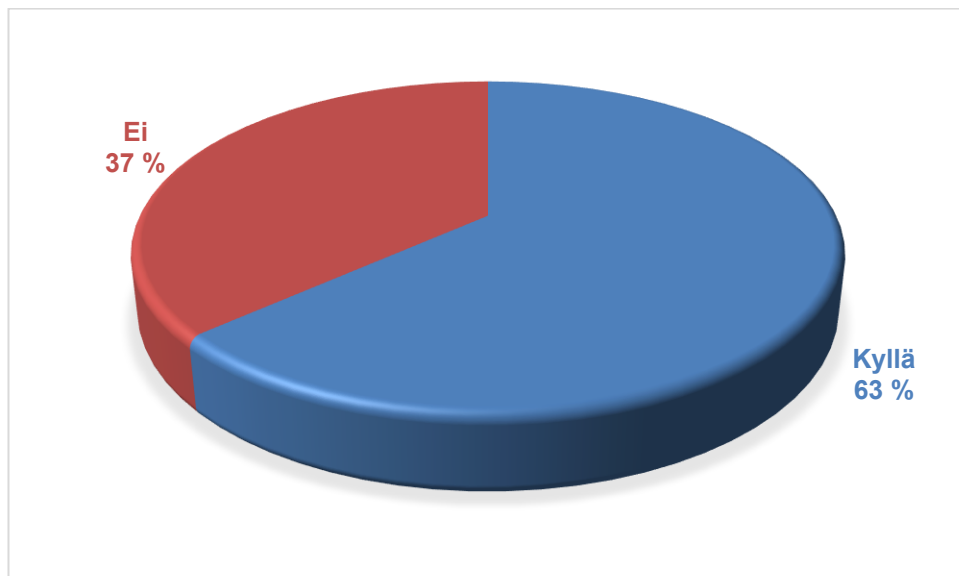


Kuva 6 pelialan tulevaisuus.

Myös kyselyyn vastaajista suurin osa uskoo sen kasvavaan ja vain 15 % (kuusi vastaaja) uskoo sen pysyvän samana ja nolla uskoo pelialan laskuun.

### Pelivaikuttaja

Kuvasta 7 nähdään pelialan vaikuttajien seuraajien osuus siitä, että seuraavatko nämä pelivaikuttajia.

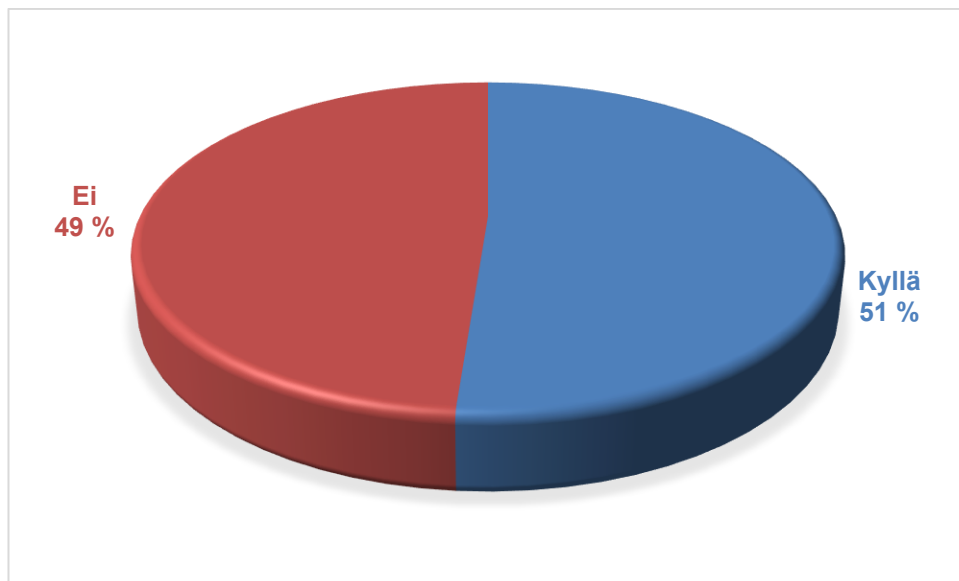


Kuva 7 pelivaikuttajan seuraaminen.

63 % vastaajista katsoo tai seuraa pelivaikuttajia ja 37 % taas ei seuraa. Tämä ei ollut yllättävää tulosta, sillä yhteisöön kuulumisen ja vaikuttajien seuraaminen on osaa pelialaa ja pelaajia.

### **Pelivaikuttajan vaikutus**

Alla oleva kuva näyttää pelivaikuttajien vaikutusta pelaajien ostopäätökseen uuden pelin hankkimisessa.

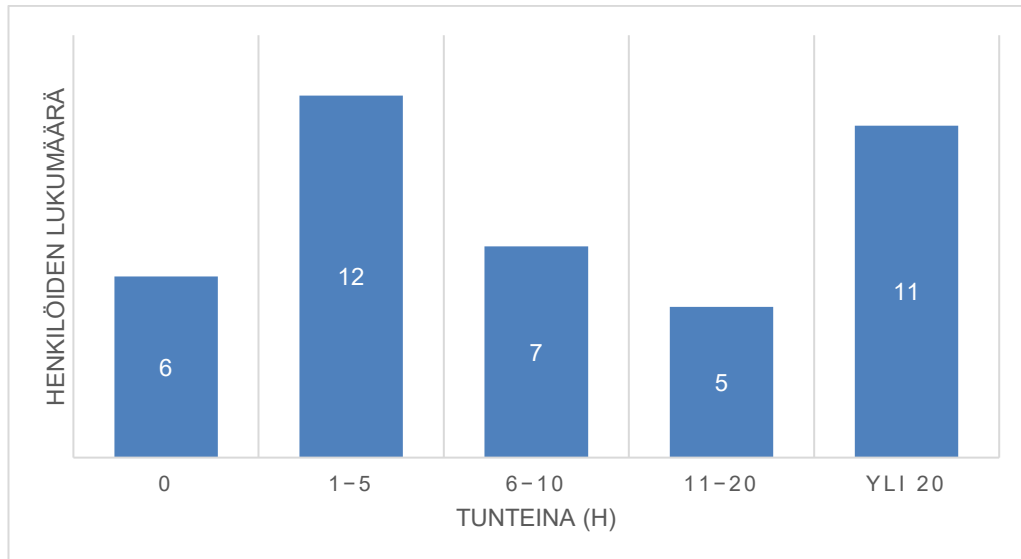


Kuva 8 pelivaikuttajan vaikutus ostopäätökseen.

21 vastaajista kertoo pelivaikuttajan vaikuttavan heidän ostopäätöksensä uuden pelin hankkimisessa, kun taas 20 vastaajien ostopäätöksen pelivaikuttajat ei vaikuta. Tämä kertoo markkinointiryhmien olevan oikeilla jäljillä ja palkkaamalla uuden pelin julkaisun yhteydessä oikean pelivaikuttajan, myyntiä voi tulla rutkasti.

### **Peliaika viikoittain**

Alla oleva kuva kertoo kuinka monta tuntia kyselyn vastaajat kuluttavat videopelien pelaamiseen viikoittain tunteina.

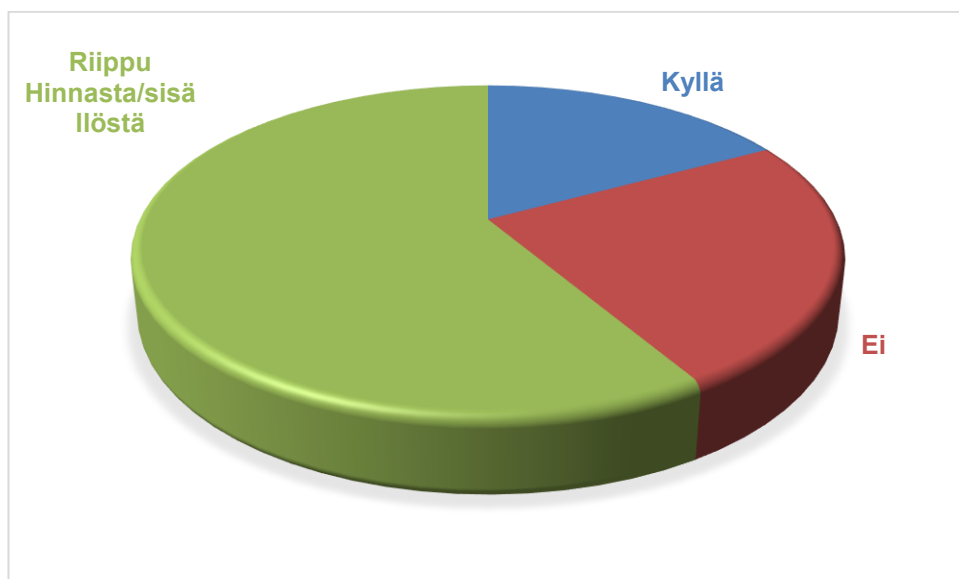


Kuva 9 peliaika viikon aikana.

Kyselyyn vastanneista 12 kuluttaa aikaa pelaamiseen 1–5 tuntia viikossa. Seuraavaksi eniten vastanneita oli 11, jotka kuluttavat yli 20 tuntia viikossa pelaamiseen. Kuusi vastanneista kuitenkin kuluttivat alle tunnin pelaamiseen viikoittain. Vähiten vastanneita oli viisi, jotka kuluttivat 11–20 tuntia viikossa.

### Pilvipelaamisen tilaaminen

Alla oleva kuva kertoo, kuinka moni olisi valmis tilaamaan pilvipelaamisen palveluita kuukausittaisena palvelumaksuna Netflixin tapaan.



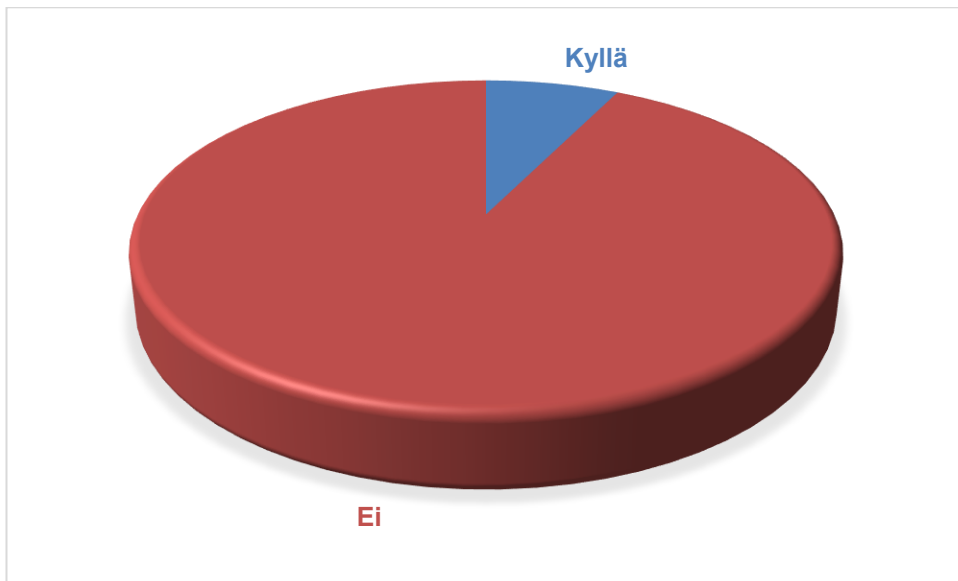
Kuva 10 kuukausittainen pilvipelaamisen tilaaminen.



Suurin osaa vastaajista kertoo sen riippuvan hinnasta ja sisällöstä, mikä on ihan järkevä. 10 vastaajista kertoo ettei harkitse tilaavansa ja seitsemän taas kertoo tilaavansa palvelua.

### **VR-välineiden omistaminen nykyhetkellä**

Alla oleva kuva kertoo, omistaako kyselyn vastaajat VR-välineitä.

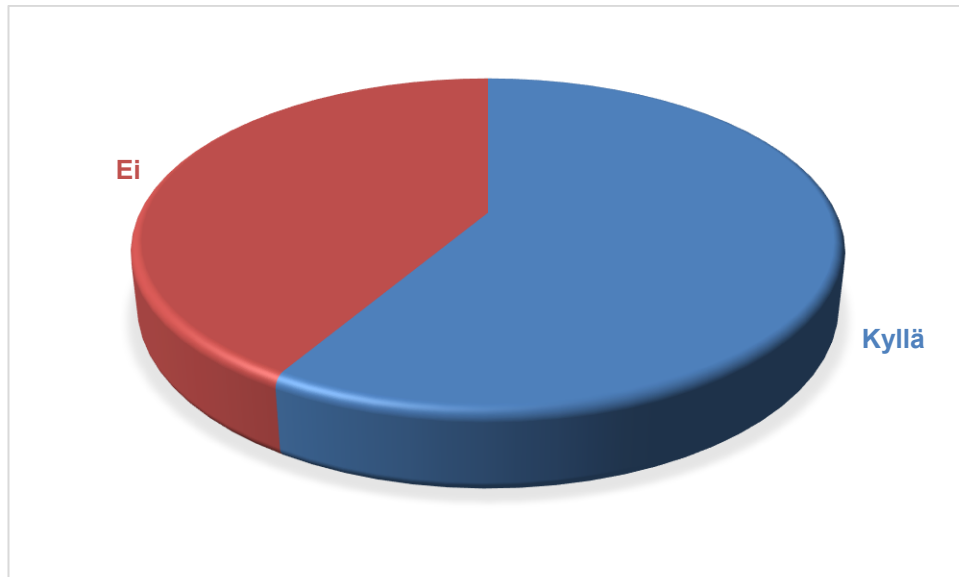


Kuva 11 VR-lasien tai välineiden omistaminen tällä hetkellä.

VR-välineitä ei omistanut yli 90 prosenttia. Syitä tähän voi olla esimerkiksi välineiden korkea hinta ja muut haasteet, joita käytiin läpi teoriaosuudessa. Vain kolme vastaajista kertoi omistavansa VR-välineitä.

### **VR-välineiden hankkiminen tulevaisuudessa**

Alla oleva kuva kertoo, hankkivatko kyselyn vastaajat VR-välineitä tulevaisuudessa



Kuva 12 VR-välineiden hankkiminen tulevaisuudessa.

59 prosenttia vastaajista uskoo hankkivansa VR-välineitä tulevaisuudessa, kun taas 41 prosenttia kertoo, etteivät hanki VR-välineitä tulevaisuudessakaan. Tähän syytä voivat olla edelleen VR-välineiden kalleus ja toimivuus. Toisaalta monet kuitenkin uskovat haasteiden olevan ohi tulevaisuudessa. Syynä voivat olla esimerkiksi Metaversen kehittyminen pelialustaksi ja siitä kautta VR-välineiden lisääntyminen.

### 6.3 Luotettavuuden ja toistettavuuden arviointi

Opinnäytetyössä ei ole käytetty varsinaisia luotettavuuden mittareita. Kaikki lähteet, jotka on käytetty teoriaosuudessa, on käynyt läpi plagioinnintunnistamisohjelmiston. Teoriaosuus on kirjoitettu lähteitä käyttäen, joten lähteiden luotettavuus tuo luotettavuutta opinnäytetyöhön. Opinnäytetyö on läpäissyt plagioinnintarkastamisohjelman ennen julkaisua. Lisäksi hakusanat vastasivat opinnäytetyössä käytettyjä avainsanoja.

Tutkimusosuudessa kysely oli toteutettu Webropolin kautta ja tutkimuksen osallistujat olivat pelaajia tai pelialasta kiinnostuneita. Tutkimuksen kysymykset olivat suljettuja kysymyksiä, joten saatiin suoraviivaiset vastaukset. Tutkimuksen tuloksia peilattiin teoriaan, jotka tukivat teoriaa hyvin.

Teorian ja tutkimuksen tuloksia voidaan suoranaisesti reflektoida yrityksiin, sillä esimerkiksi Suomessakin on näitä markkinointitapoja käytetty. Vaikka tutkimuskyselyn vastaajat eivät olleet kaikki suomalaisia, niin uskon suomalaisten käyttävän esimerkiksi enemmän aikaa ja rahaa peleihin.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tekemistä helpotti erittäin paljon oman aiheen valinta mielenkiinnon mukaan. Työ eteni tasaisesti ainakin alussa ja lisätietojen etsiminen oli jopa hauskaa. Opinnäytetyön aiheesta opin paljon uutta esimerkiksi erilaisista liiketoimintamalleista ja markkinointistrategioista. Lisäksi hieman valaistui pelaamisen kehittyminen tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia liiketoiminnan kehitystä ja tarkastella myöskin pelialan tulevaisuuden vaihtoehtoja. Pelialan toimintamalli on muuttunut entuudestaan. Enää ei olla vaan myymässä Cd-levyillä olevia pelin kopioita, vaan pelit ovat suurelta osiin digitaalisia, joita voi ladata tai ostaa verkosta. Eniten tuottavat pelit ovat kuitenkin ilmaisia itsessään, mutta lisäsisältöä ihmiset ostavat mielellään. Esimerkiksi kuten teoriaosuudessa käytiin läpi, Mobiilipelit, jotka ovat yli 90 prosenttia ilmaisia, tuottavat yli puolet koko pelialan liikevaihdosta. Ihmiset ostavat pienillä rahasummilla lisää sisältöä peliin, kuten hahmot, aseet yms. Tutkimusosuudessa kävi ilmi, että 9/41 vastaajista on kuluttanut yhteen ilmaisen peliin jopa yli 100 euroa. Tämä tarkoittaa, että toimintamalli toimii ja tulevaisuudessa yhä useammat julkaisevat ilmaisen pelin, ja myyvät sisältöä pikkurahalla.

Johtavana ja toimivana markkinointitapana on pelivakuuttajien kautta saatu yhteys kohderyhmään. Kyselyn vastanneista yli puolet vastanneista kertoi seuraavansa jotain pelivaikuttajaa. Pelivaikuttajan työtehtäviin kuuluu muun muassa pelin arvosteleminen ja mahdollisesti läpikäyminen ennen julkaisua tai julkaisun yhteydessä. Pelivaikuttajat vaikuttavat yli puolet vastaajien ostopäätökseen, uuden pelin hankkimisessa.

Pelialan tulevaisuus näyttää valoisalta, tämä myös kävi ilmi kyselyssä jossa 35/41 uskoi pelialan kasvavan vielä. Lisäksi peliala on kasvanut tasaisesti viimeisen parin vuoden aikana, vaikka muilla aloilla on ollut vaikeuksia taloudellisesti vallitsevan Covid19-pandemian vuoksi.

Metaversen vaikutus ja myös VR-välineiden käyttö alkaa näkymään tulevaisuudessa, sillä 3/41 jo omistaa VR-välineitä 24/41 kyselyn vastanneista aikovat hankkia niitä tulevaisuudessa. Uskon tämän kuitenkin johtuvan suurilta osin pelkästään Metaversen vaikutuksesta ja sen lupaamista peleistä ja ”elämisestä” virtuaalimaailmassa.

Toinen tulevaisuuden pelaamismuoto voisi olla pilvipelaaminen. Koska teknologia ei ole kehittynyt niin hyvin, monet kyselyn vastanneet aikovat harkita asiaa sisällön ja hinnan mukaan. Sanotaan, että ehkä 20 vuoden päästä voidaan olla jo siinä asemassa, missä Netflix on nykyään leffojen ja sarjojen suhteen, eli suuri valikoima pelejä striimattavana. Tämä voi olla hieman spekulatiota, mutta verrataanpa tähän, kuinka paljon peliala on kehittynyt pelkästään jo viimeisen kymmenen vuoden aikana.

Kyselytutkimuksen ja teorioiden avulla voidaan todeta, että pelit itsessään tulevat olemaan joko täysin maksuttomia tai pienellä summalla ostettuja tulevaisuudessa, mutta suurimmat liikevaihdot tuovat kuitenkin pelin lisäsisällön ostaminen ja DLC:t.

## LÄHTEET

Cyberdefinition, What does DLC mean? Viitattu 31.1.2022 <https://www.cyberdefinitions.com/definitions/DLC.html>

Videogame Industry Statistics, Trends and Data in 2022. Viitattu 31.1.2022 <https://www.wepc.com/news/video-game-statistics/>

Virtual Reality: Another World within sight. Viitattu 31.1.2022 <https://www.iberdrola.com/innovation/virtual-reality>

Twitch history – When was Twitch Created? Viitattu 2.2.2022 <https://www.streamschemer.com/twitch-a-brief-overview-and-history/>

Esports, what is Esports? Viitattu 2.2.2022 <https://www.investopedia.com/terms/e/esports.asp>

National museum of American history. Viitattu 2.2.2022 [https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah\\_1302004](https://americanhistory.si.edu/collections/search/object/nmah_1302004)

Every Nintendo console from 1980 to now: A complete history. Viitattu 2.2.2022 <https://www.pocket-lint.com/games/news/nintendo/139380-nintendo-games-consoles-from-1980-to-now-which-is-your-favourite>

University of Washington Magazine, The business of gaming: It's bigger than you might think, And it's growing. Viitattu 3.2.2022 <https://magazine.washington.edu/feature/the-business-of-gaming-its-bigger-than-you-might-think-and-its-growing/>

What's is a Graphical User Interface? Viitattu 3.2.2022 <https://www.omnisci.com/technical-glossary/graphical-user-interface>

Southern Illinois University Edwardsville – About Esports. Viitattu 7.2.2022 <https://www.siu.edu/esports/about/history.shtml>

Academy of Art University – A decade of development and innovation: Major Milestones from 2000 to 2010. Viitattu 7.2.2022 <https://blog.academyart.edu/a-decade-of-game-development-major-milestones-from-2000-to-2010/>

Academy of Art University – Game Development in retrospect: Reliving the Last Twenty Years. Viitattu 7.2.2022 <https://academyblog.dev.onpressidium.com/game-development-in-retrospect-eight-milestones/>

50 Years of gaming History, by Revenue Stream (1970-2020). Viitattu 8.2.2022 <https://www.visualcapitalist.com/50-years-gaming-history-revenue-stream/>

GlobeNewsWire, Mobile gaming market – Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021-2026). Viitattu 9.2.2022 <https://www.globenewswire.com/news-release/2021/12/15/2352382/0/en/Mobile-Gaming-Market-Growth-Trends-COVID-19-Impact-and-Forecasts-2021-2026.html>

Collins, Definition of PC. Viitattu 7.2.2022 <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/pc>

Engadget, Xbox Game Pass for PC is now just 'PC Game Pass. Viitattu 9.2.2022 [https://www.engadget.com/xbox-game-pass-pc-rebrand-035131086.html?guccounter=1&guce\\_referer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xLmNvbS8&guce\\_referer\\_sig=AQAAAKubqvCwBo1w5GygVw-waxb6HjDzSYzi1FaDpmNn-fZrXXJJsCN\\_aqSvxsxoUAKHSyMxXZH1viQzj10btRePPhealxEnR8g5o6kCcYGekbyojhr\\_JE1wCGwUHwekaUEYw6DX5QNWkO1tP03fq7nE2\\_AsvglqJ5oxNCYTTasjLGSw](https://www.engadget.com/xbox-game-pass-pc-rebrand-035131086.html?guccounter=1&guce_referer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xLmNvbS8&guce_referer_sig=AQAAAKubqvCwBo1w5GygVw-waxb6HjDzSYzi1FaDpmNn-fZrXXJJsCN_aqSvxsxoUAKHSyMxXZH1viQzj10btRePPhealxEnR8g5o6kCcYGekbyojhr_JE1wCGwUHwekaUEYw6DX5QNWkO1tP03fq7nE2_AsvglqJ5oxNCYTTasjLGSw)

LifeWire, What IS the PlayStation Network (PSN)? Viitattu 9.2.2022 <https://www.lifewire.com/the-playstation-network-psn-817483>

Statista, Current generation video game console unit sales worldwide from 2017 to 2021. Viitattu 10.2.2022 <https://www.statista.com/statistics/276768/global-unit-sales-of-video-game-consoles/>

Hongkiat, Evolution of Home Video Game Consoles (1967-2011). Viitattu 10.2.2022 <https://www.hongkiat.com/blog/evolution-of-home-video-game-consoles-1967-2011/>

Virtual Reality Society, History of Virtual Reality. Viitattu 10.2.2022 <https://www.vrs.org.uk/virtual-reality/history.html>

GameHaus, A complete History of PC gaming. Viitattu 15.2.2022 <https://thegamehaus.com/gaming/a-complete-history-of-pc-gaming/2020/09/17/>

Builtin 2021, What does the future of gaming look like? Viitattu 15.2.2022 <https://builtin.com/media-gaming/future-of-gaming>

Digital Marketing Institute, 2020. The secrets to marketing in Gaming Industry. Viitattu 28.2.2022 <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/how-gaming-influencers-sway-marketing-in-the-gaming-industry>

TechCrunch 2019, Free to play games rule the entertainment world with \$88 billion in revenue. Viitattu 28.2.2022 <https://techcrunch.com/2019/01/18/free-to-play-games-rule-the-entertainment-world-with-88-billion-in-revenue/?guccounter=1>

VentureBeat 2018, How game marketing has changed in the era of digital, community, and influencers. Viitattu 28.2.2022 <https://venturebeat.com/2018/04/30/how-game-marketing-has-changed-in-era-of-digital-community-and-influencers/>

game marketing genie 2021, The ultimate guide to game marketing: Everything you need to know. Viitattu 28.2.2022 <https://www.gamemarketinggenie.com/blog/game-marketing-everything-you-need-to-know>

FourWeekMBA 2020, Understanding the gaming industry and its business models. Viitattu 2.3.2022 <https://fourweekmba.com/gaming-industry/>

Medium 2020, Business models of video games: Past, present, And Future. Viitattu 2.3.2022 <https://medium.com/@mjperrotta46/business-models-of-video-games-past-present-and-future-2b2aafe8ade1>

DOTESPORTS 2021, what does F2P mean in gaming? Viitattu 3.3.2022 <https://dotesports.com/general/news/what-does-f2p-mean-in-gaming>

Investopedia, what is Augmented Reality? Viitattu 10.3.2022 <https://www.investopedia.com/terms/a/augmented-reality.asp>

Builtin 2022, What does the future of gaming look like? Viitattu 10.3.2022 <https://builtin.com/media-gaming/future-of-gaming>

Statista 2022, Virtual Reality (VR) gaming revenue Worldwide from 2017 to 2024. Viitattu 30.2.2022 <https://www.statista.com/statistics/499714/global-virtual-reality-gaming-sales-revenue/>

Investopedia 2021, What is a business? Viitattu 12.4.2022 <https://www.investopedia.com/terms/b/business.asp>

Forbes 2022, What is an NFT? Non-Fungible Tokens Explained, Viitattu 14.4.2022 <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/nft-non-fungible-token/>

Airnfts, What are game NFTs? Viitattu 14.4.2022 <https://www.airnfts.com/nft/game-nft>

Gobokinrates 2022, What are the play-to-earn games? here are the 9 best crypto NFT games of 2022, Viitattu 14.4.2022 <https://www.gobankingrates.com/investing/crypto/play-to-earn-games/>

Coinmarketcap 2021, Top Free P2E NFT games in 2021. Viitattu 14.4.2022 <https://coinmarketcap.com/alexandria/article/top-free-p2e-nft-games>

## KYSELY

Hello there!

My name is Rahmat and I'm studying my bachelor's degree in Turku University of Applied Sciences. I am writing my thesis about the development and future of gaming business. By answering these questions, you are helping me with my thesis. The survey will take only 2 minutes. The answers are completely anonymous and will be used only for this study. Thank you in advance!

1. How old are you?
  - 15-19
  - 20-25
  - 26-30
  - 31-40
  - 41-50
  - 50+
2. What's your gender?
  - Male
  - Female
  - Other
3. What do you game on?
  - PC
  - Console
  - Mobile
  - none above
4. How much have you spent on a single free to play game (f2p)?
  - 0 €
  - 1-10 €
  - 11-20 €
  - 21-50 €
  - 51-100 €
  - over 100 €
5. How do you see the future of gaming industry?



- growing
  - stays the same
  - drop off
6. Are you watching/following gaming influencers?
- No
  - Yes
7. Do the gaming influencers affect your decision on buying new games?
- No
  - Yes
8. How many hours do you play weekly?
- 0
  - 1-5
  - 6-10
  - 11-20
  - over 20
9. Would you be willing to pay monthly subscription if cloud gaming would work like Netflix?
- No
  - Yes
  - Depends on content/cost
10. Do you own a VR headset/equipment?
- No
  - Yes
11. Would you consider buying one in the future?
- No
  - Yes

Liitä tälle sivulle liitteenä oleva dokumentti omana kokonaisuutenaan. Ohjeita erityyppisten liitteiden liittämiseksi (esim. docx ja pdf) löytyy Messin opinnäytetyön ohjeista.