

Elmeri Karnasaari

ELEKTRONISEN URHEILUN EKOSYSTEEMI



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
INFORMAATIOTEKNOLOGIAN TIEDEKUNTA
2020

TIIVISTELMÄ

Karnasaari, Elmeri
Elektronisen urheilun ekosysteemi
Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2019, 21s.
Tietojärjestelmätiede, kandidaatin tutkielma
Ohjaaja(t): Kyppö, Jorma

Tämän tutkielman aiheena on elektronisen urheilun tai e-urheilun ekosysteemi. Elektroninen urheilu on ilmiönä melko tuore, vaikka sen juuret johtavatkin vuosikymmenien päähän. E-urheilun suosio ja yhteiskunnallinen asema on viime vuosina kasvanut suuresti ja siksi aihe vaatii huomiota.

Tämä tutkielma on suoritettu kokoavana kirjallisuuskatsauksena paneutuen elektronista urheilua ja sen ekosysteemiä käsitteleviin tieteellisiin ja ei-tieteellisiin julkaisuihin. Ei-tieteellisiä julkaisuja on otettu tarkasteluun mukaan tutkimustiedon määrän vähyyden, sekä laajemman näkökulman vuoksi.

Tutkielman tarkoituksena on tarkastella elektronisen urheilun ekosysteemiä, liiketoimintaekosysteemiä ja vertailla näitä kahta keskenään niiden samankaltaisuuden toteamiseksi.

Avainsanat: elektroninen urheilu, ekosysteemi, liiketoimintaekosysteemi

ABSTRACT

Karnasaari, Elmeri

Electronic sports ecosystem

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2019, 21 pp.

Information Systems, Bachelor's thesis

Supervisor(s): Kyppö, Jorma

The subject of this thesis is the ecosystem of electronic sports or e-sports. Electronic sport is a fairly recent phenomenon, although its roots date back decades. The popularity and societal role of e-sports has grown tremendously in recent years, and therefore the topic needs attention.

This thesis has been completed as a compilation of literature reviews on scientific and non-scientific publications on electronic sport and its ecosystem. Non-scientific publications have been considered because of the limited amount of research information available and to accomplish broader view.

The purpose of this study is to examine the ecosystem of electronic sport, the business ecosystem, and to compare these two to establish their similarity.

Keywords: electronic sports, ecosystem, business ecosystem

Kuva 1 Mooren (1996) liiketoimintaekosysteemi Winterin (2014) kuvaamana.	10
Kuva 2 Elektronisen urheilun ekosysteemi.	12
Kuva 3 Elektronisen urheilun ekosysteemin toiminta.	14
Kuva 4 Elektronisen urheilun ekosysteemi.	14

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS.....	5
1 JOHDANTO.....	6
2 KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELYÄ	8
2.1 Elektronisen urheilun määritelmä.....	8
2.2 Liiketoimintaekosysteemin määritelmä	9
3 ELEKTRONISEN URHEILUN EKOSYSTEEMI	11
3.1 Sidosryhmät.....	11
3.2 Tulkintoja	15
4 VERTAILU	16
4.1 Elektronisen urheilun ekosysteemi liiketoimintaekosysteeminä	16
4.2 Johtopäätös	18
5 YHTEENVETO	19
LÄHTEET	21

1 JOHDANTO

Elektroninen urheilu eli e-urheilu (eng. esports) on yleisesti kuvailtu kilpailulliseksi videopelien pelaamiseksi (Hamari & Sjöblom, 2016). Vaikka elektronisen urheilun varhaiset juuret ulottuvat vuosikymmenten taakse, on se nykyisellä mittakaavalla kohtuullisen tuore ja nopeasti kasvava ilmiö. ”Elektroninen urheilu on nyt valtavirtailmiö” ja maailmanlaajuinen yleisö tulee saavuttamaan 443.1 miljoonaa katsojaa tänä vuonna (Pannekeet, 2019). Näistä syistä aihe on hyvin ajankohtainen nyt ja tulevaisuudessa ja vaatii tarkempaa tarkastelua.

Elektronisen urheilun nopean kasvun ja tuoreen suosion vuoksi aiheesta löytyy kohtuullisen vähän tieteellistä tutkimusta, joka luo haasteita aiheen tarkastelulle. Lähdemateriaaleja on kuitenkin saatavilla ja uutta tutkimustietoa luodaan tällä hetkellä.

Tämän tutkielman tarkoituksena on tarkastella elektronisen urheilun ekosysteemiä, siihen kuuluvia toimijoita ja sidosryhmiä ja niiden suhteita toisiinsa. Elektronisen urheilun ekosysteemin luonteen selvittämiseksi sitä verrataan tutkielmassa liiketoimintaekosysteemiin (eng. business ecosystem), koska varhaisessa tarkastelussa on huomattu näillä kahdella olevan paljon yhteistä. Tutkielman tavoitteena on erilaisten lähteiden suoman tiedon mukaan saada vastaus seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä elektronisen urheilun ekosysteemiin kuuluu?
- Onko elektronisen urheilun ekosysteemi liiketoimintaekosysteemi?

Tutkielman tutkimusmenetelmänä on käytetty systemaattista kirjallisuuskatsausta, sekä vertailua ja pohdintaa. Lähdekirjallisuutta on etsitty käyttämällä tieteellisiä hakukoneita ja tietokantoja, kuten JYKDOK ja Google Scholar. Aineiston etsimiseksi on käytetty ainakin seuraavia hakusanoja: esports, ecosystem, e-urheilu, elektroninen urheilu, business ecosystem. Tieteellisen lähdemateriaalin vähäisen määrän vuoksi on jouduttu turvautumaan myös eittieteellisiin lähteisiin tutkimuksen suorittamiseksi ja laajemman näkökulman saavuttamiseksi.

Seuraavassa eli toisessa luvussa keskitytään keskeisten käsitteiden määrittämiseen tutkielman ymmärrettävyyden helpottamiseksi. Luvun määriteltäviin käsitteisiin kuuluu elektroninen urheilu ja liiketoimintaekosysteemi. Kolmannessa luvussa esitellään elektronisen urheilun ekosysteemi ja tarkastellaan erilaisia tulkintoja sen sisällöstä vastaten ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Neljännessä luvussa suoritetaan elektronisen urheilun ekosysteemin ja liiketoimintaekosysteemin vertailua. Vertailun tuloksena saadaan vastaus toiseen tutkimuskysymykseen. Viimeisessä luvussa eli yhteenvedossa summataan aikaan saadut tulokset ja pohditaan niiden merkitystä ja jatkotutkimuksen tarpeellisuutta.

2 KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELYÄ

Tässä luvussa keskitytään pääkäsitteiden määrittelyyn. Elektroniselle urheilulle ei ole virallista määritelmää, mutta useat tahot ovat antaneet termille oman määritelmänsä ja tässä luvussa koostetaan annetuista kuvauksista yksi mahdollisimman tarkka määritelmä. Seuraavaksi määritellään liiketoimintaekosysteemi ja elektronisen urheilun ekosysteemi.

2.1 Elektronisen urheilun määritelmä

Cambridge Dictionaryn (2019) määritelmän mukaan e-urheilu on tietokonepelien pelaamista toisia ihmisiä vastaan, usein rahasta ja muiden käyttäjien seuraamana internetin välityksellä ja joskus erityisissä järjestetyissä tapahtumissa. (Cambridge Dictionary, 2019).

Suomen Elektronisen Urheilun Liitto ry (2019) määrittelee e-urheilun seuraavasti:

”Elektroninen urheilu (englanniksi esports) on tietotekniikkaa hyödyntävää kilpaurheilua. Elektronista urheilua harrastetaan niin joukkue- kuin yksilömuodossakin riippuen pelistä ja pelimuodosta. Tavallisimmat elektronisen urheilun pelit ovat tietokoneella tai konsolilla toimivia viihdepelejä, jotka jakautuvat useampaan alalajiin, eli genreen.” (Suomen Elektronisen Urheilun Liitto ry, 2019).

Techcopedian (2019) määritelmän mukaan termi e-urheilu on erittäin kattava digitaalisen maailman ja kuluttajamarkkinoilla kehitettävän tekniikan kannalta. E-urheilua voidaan yleisesti soveltaa kaikkiin digitaalisiin peleihin, jotka ovat kilpailullisia niiden tarkasta formaatista tai teemasta riippumatta. E-urheilu on saanut paljon huomiota kasvavana alana ja monia viimeisen kymmenen vuoden tärkeimmistä innovaatioista on sovellettu erityisesti pelaamiseen ja e-urheiluun. (Technopedia, 2019).

Tietokone- ja internet-termien määrittämiseen erikoistunut sanakirja Techterms (2012) määrittää e-urheilun seuraavalla tavalla: e-urheilu on yleinen termi, jota käytetään kuvaamaan videopelikipailuja, jotka usein tavallisen urheilun tapaan pelataan oikean yleisön edessä ja suora toistetaan internetin välityksellä. Kilpailut etenevät perinteisen urheilun tavoin ja käytössä on sovitut säännöt, joita valvoo tuomari(t). Kilpailuihin kuuluu myös reaaliaikaiset selostajat. (Techterms, 2012).

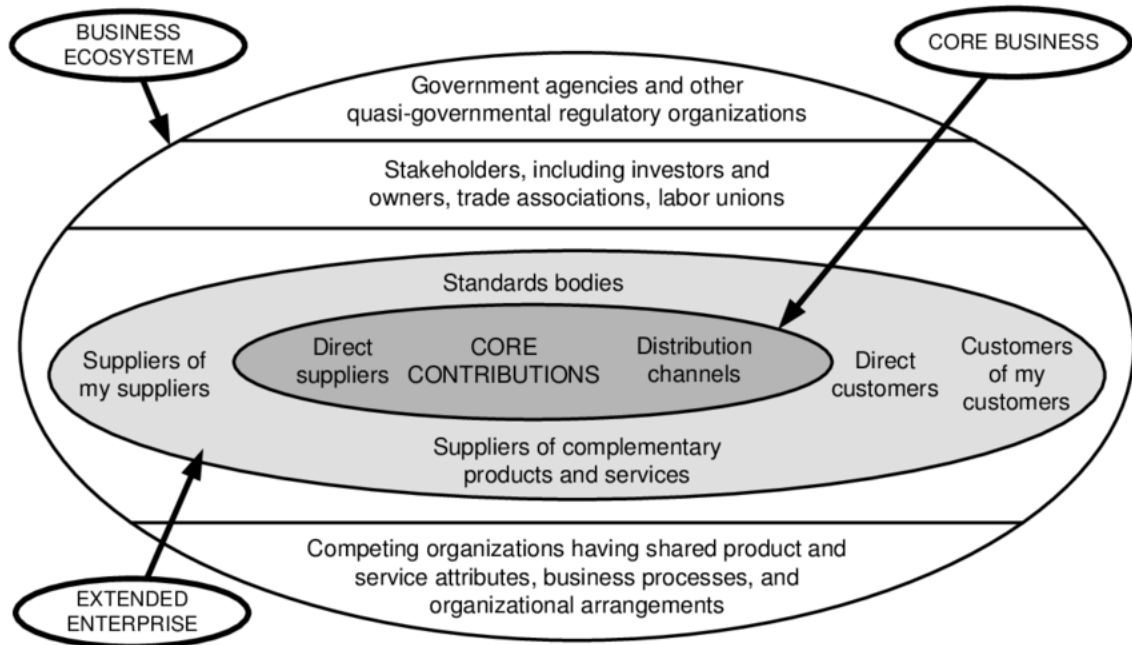
Wagnerin (2006) perinteisen urheilun määritelmästä muokkautuneen e-urheilun määritelmä ehdottaa, että e-urheilu olisi ”urheilutoiminnan alue henkilökohtaisten fyysisten ja henkisten kykyjen kehittämiseen tieto- ja viestintätekniikan käytössä.” (Wagner, 2006).

Elektronisen urheilun virallisen määritelmän puuttuessa voidaan tarkastella esimerkiksi edellä esitettyjä määritelmiä ja koostaa niistä mahdollisimman kuvaava ja laaja määritelmä kuvaamaan elektronista urheilua nykypäivän ilmiönä. Jokaisen määritelmän perustana on joko suorasti tai epäsuorasti tietotekniikkaa hyödyntävien digitaalisten pelien pelaaminen kilpailullisesti. Pelattavan pelin genrestä ja itse pelistä riippuen pelaaminen tapahtuu yksilönä tai joukkueena muita pelaajia vastaan. Urheilun määritelmän myötä oleellista on myös, että kilpaileminen tapahtuu korkealla tasolla institutionaalisesti ja ammattillisesti.

2.2 Liiketoimintaekosysteemin määritelmä

Mooren (1996) mukaan liiketoimintaekosysteemi (eng. business ecosystem) on ”taloudellinen yhteisö, jota tukee vuorovaikutuksessa olevien organisaatioiden ja yksilöiden perusta - yritysmaailman organismit.” Tämä taloudellinen yhteisö tuottaa arvokkaita tuotteita ja palveluita asiakkailleen, jotka ovat kyseisen ekosysteemin osa. Muita ekosysteemin jäseniä ovat esimerkiksi tuottajat, toimittajat, kilpailijat jne. Jäsenorganismit pyrkivät lopulta yhtenäistämään kykynsä ja roolinsa pyrkimyksenään yhteinen linjaus keskiössä olevien yritysten asettamien ohjeiden kanssa. Vaikka johtoasemassa olevat yritykset saattavat vaihtua yhteisön sisällä ajan myötä, ekosysteemin johtoasemassa olevia toimijoita arvostetaan, koska ne mahdollistavat ekosysteemin jäsenten yhteisten näkemysten tavoittelun sijoitustensa mukauttamiseksi ja yhteisten tukiroolien löytymiseksi. (Moore, 1996).

Dedehayir ja Mäkinen (2012) kokoavat kirjallisuuskatsauksessaan Bahramin ja Evansin (1995), Basolen (2009), Luschin (2010), Teecen (2007), sekä Agerfalkin ja Fitzgeraldin (2008) määritelmän, jonka mukaan liiketoimintaekosysteemi kuvaa ”yritysten muodostamaa verkostoa, jonka tuotteena on kokonaisvaltainen, integroitu teknologinen järjestelmä arvon luomiseksi asiakkaille”. (Dedehayir & Mäkinen, 2012).



Kuva 1 Mooren (1996) liiketoimintaekosysteemi Winterin (2014) kuvaamana.

Kuva 1 kuvaa Mooren (1996) liiketoimintaekosysteemin rakennetta ja jaottelee siihen kuuluvia erilaisia sidosryhmiä. Tätä kuvaa käytetään tutkielmassa liiketoimintaekosysteemin määrittämiseen, sekä myöhemmin vertailun kohteena liiketoimintaekosysteemin ja elektronisen urheilun ekosysteemin välillä.

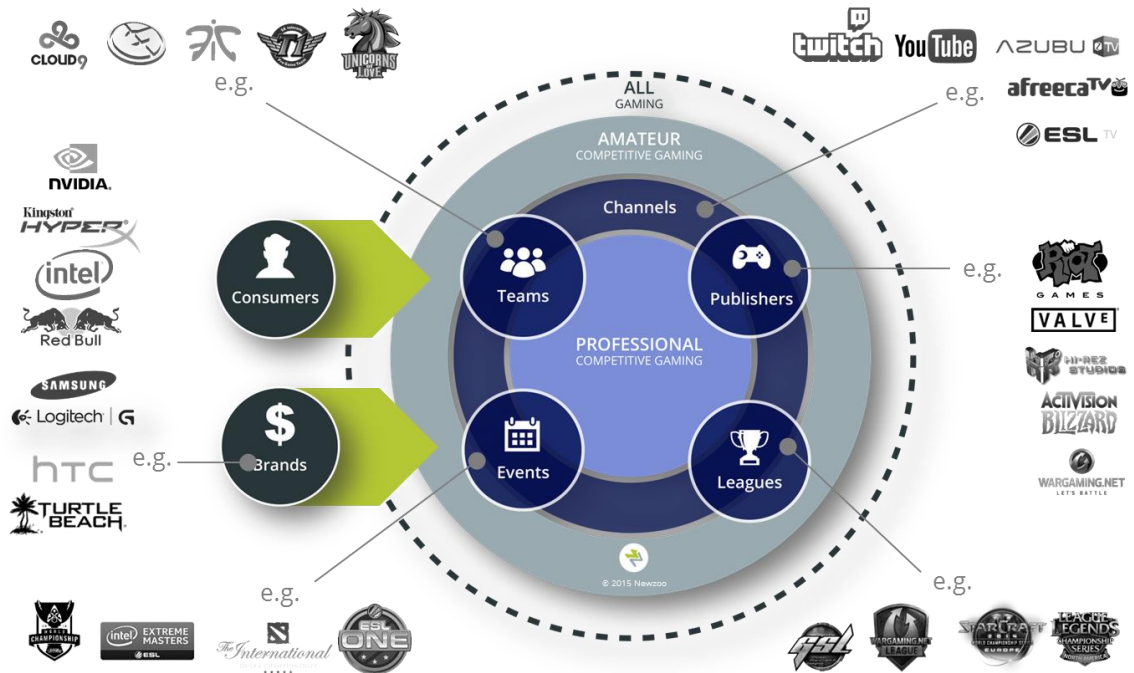
3 ELEKTRONISEN URHEILUN EKOSYSTEEMI

Tässä luvussa käsitellään elektronisen urheilun ekosysteemiä. Luvussa käydään läpi mistä elektronisen urheilun ekosysteemi muodostuu ja mitkä ovat sen sidosryhmät vastaten ensimmäiseen tutkimuskysymykseen: ”Mitä elektronisen urheilun ekosysteemiin kuuluu?”. Lisäksi tutustutaan yksinkertaiseen esimerkkiin ekosysteemin toiminnasta.

3.1 Sidosryhmät

Elektronisen urheilun ekosysteemistä on tunnistettavissa tietyt pääsidosryhmät tulkitsijasta riippumatta ja Newzoon (2015) mukaan ekosysteemi pitää sisällään ainakin seuraavat sidosryhmät:

- Ammattipelaajat
- Amatööriammattipelaajat
- Muut pelaajat
- Kanavat/alustat
- Joukkueet
- Julkaisijat/pelinkkehittäjät
- Liigat
- Tapahtumat
- Brändit
- Kuluttajat



Kuva 2 Elektronisen urheilun ekosysteemi (Newzoo, 2015).

Ammattipelaajat pelaavat videopelejä ammatikseen, he solmivat yleensä sopimuksen jonkin organisaation kanssa, jota edustavat erilaisissa turnauksissa ja liigoissa. He kilpailevat säännöllisesti näissä yhteisön turnauksissa (Faust, Griffiths & Meyer, 2013). Ammattipelaajat pelaavat suurista palkintorahoista ja saavat palkkaa tekemästään työstä. He myös harjoittelevat päivittäin taitojaan pelaamansa pelin parissa.

Catalyst Sportsin (2017) mukaan julkaisijat/pelinkehittäjät luovat ja jakelevat videopelejä ja pääosa yritysten tuloista muodostuu pelien ja niiden lisäosien myynnistä. Julkaisijoita löytyy suurista julkisesti noteerattavista erilaisien genrejen pelejä kehittävästä yrityksistä (esim. EA Games) aina yksityisesti omistettuihin muutamaaan avainpeliin keskittyvään yritykseen (esim. Valve). Pelien omistus ja oikeudet kuuluvat julkaisijalle ja siksi muut sidosryhmät tarvitsevat julkaisijan hyväksynnän kilpailujen järjestämiseen, suoratoistolähetysiin ja jopa itse pelin pelaamiseen. Tässä elektroninen urheilu eroaa suuresti perinteiseen urheiluun verrattuna, sillä esimerkiksi NFL omistaa oikeudet ammattiliigaansa, mutta ei itse amerikkalaisen jalkapallon lajiin. Näin ollen julkaisijat ovat avainasemassa vallan ja rahan suhteen elektronisen urheilun ekosysteemissä. (Catalyst Sports, 2017).

Catalyst Sports (2017) kertoo, että kanavat/alustat koostuvat elektronisen urheilun ekosysteemissä suoratoistopalveluista ja sosiaalisen median alustoista. Näihin toimijoihin kuuluu markkinajohtaja Twitchin lisäksi mm. YouTube Gaming, Facebook ja Mixer. Nämä kanavat tuottavat reaaliaikaista suoratoistoa ja usein sponsoroivat elektronisen urheilun joukkueita, yksittäisiä pelaajia ja kil-

pailuja tavoitteenaan saada haltuunsa sisällön lähettämisen yksinoikeudet. Lisäksi kanavien/alustojen toimintaan kuuluu mainoksien, kustomoitujen sisältöintegraatioiden ja ns. premium-tilauspalvelujen myynti. (Catalyst Sports, 2017).

Catalyst Sports (2017) toteaa, että elektronisen urheilun joukkueet ovat organisaatioita, joita edustavat usein usean eri pelin pelaajat, toisin sanoen monen eri pelin pelaajien muodostamia joukkueita pelaa saman brändin alla. Organisaatioilla on myös yleensä sopimuksia erilaisen sisällön tuottamisesta ammatturansa lopettaneiden pelaajien kanssa. Tämä on yksi e-urheilun ja perinteisen urheilun suurista eroista: e-urheilun organisaatio voi käyttää brändiään monessa eri lajissa (pelissä), eikä ole sidottu vain yhteen. Suuret joukkueet ja pelaajat keräävät suuren fanikunnan, joka antaa heille enemmän vaikutusvaltaa ja sponsorituloja muiden brändien, alustojen, turnausjärjestäjien ja julkaisijoiden keskuudessa. Joukkueiden tulot ovat koostuneet lähinnä sponsoroinnista, mutta alan kehittymisen myötä on syntynyt myös uusia tulonlähteitä, kuten mediaoikeuksien jakaminen, käyttöoikeusmyynti ja yksinoikeudelliset sisällönjakomaksut eri alustoilta/kanavilta. (Catalyst Sports, 2017).

Catalyst Sportsin (2017) mukaan liigat ja turnaukset (tapahtumat) luo ja isännöi erilaiset tapahtumajärjestäjät. Nämä kilpailut johdetaan joko suoraan pelinkehittäjän tai kolmannen osapuolen tapahtumanjärjestäjän toimesta. Tapahtumanjärjestäjiltä vaaditaan pelinkehittäjän lisenssi pelattavan pelin käyttämiseen ja lähettämiseen tapahtumassa. Kilpailuista saadut ensisijaiset tulonlähteet ovat mediaoikeusmaksut, sponsorointi, käyttöoikeussopimukset ja lipunmyynti. (Catalyst Sports, 2017).

The Esports Observer (2019) kertoo, että brändit ovat ylivoimaisesti suurin tulolähde elektronisen urheilun jokaisella osa-alueella, mutta huomioitavaa on, että kumppanuuden luonne on vahvasti riippuvainen kyseessä olevasta kokonaisuudesta. Pelaajat tuovat sponsoreitaan esille erilaisilla tavoilla, esimerkiksi logoilla varustetuilla vaatteilla, käyttämällä sponsoreiden tuotteita tai sosiaalisen median vaikuttamisella. Suoratoistoalustat voivat varata näyttötilaa, vaikuttajia tai kokonaisen kanavan yhdelle brändille. Tapahtumajärjestäjät puolestaan voivat tarjota brändeille näkyvyyttä tuotesijoittelun tai laitemallistojen hyödyntämisen avulla. Markkinatutkimuksien kerrotaan osoittaneen, että esim. oheislaitteiden myynti on kasvanut merkittävästi katsojien halutessa parantaa omia pelisuorituksiaan uusilla varusteilla. Tämän myötä kerrotaan syntyneen ainutlaatuisen kuluttajaryhmä pelialalla. (The Esports Observer, 2019).

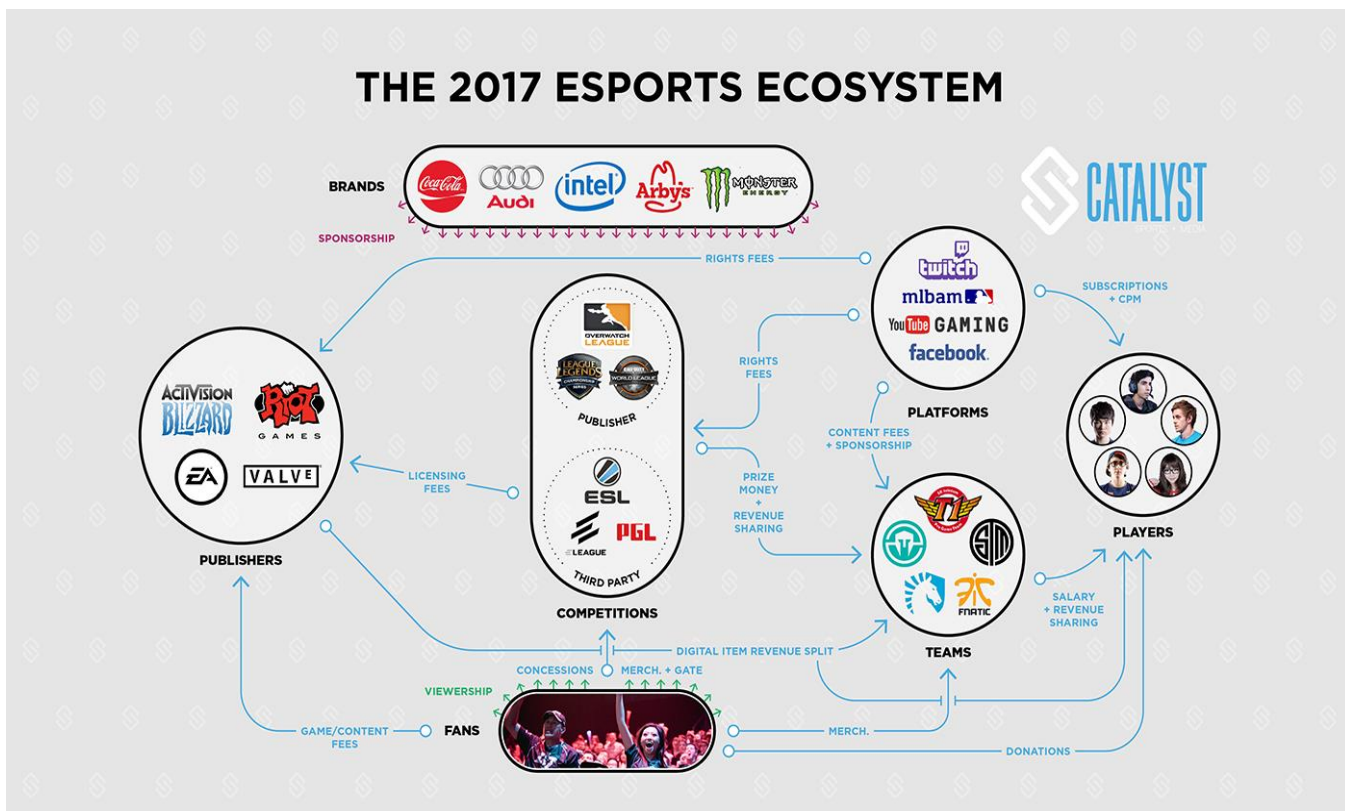
Yksinkertaisimmillaan esitettynä elektronisen urheilun ekosysteemi ja sidosryhmien väliset suhteet toimivat Kuvan 3 esittämällä tavalla: Ammattijoukkueet pelaavat pelinjulkaisijoiden pelejä tapahtumajärjestäjien organisoimissa turnauksissa, jotka on jaettu jonkun alustan kautta faneille (The Esports Observer, 2019).

How the Industry Works
Simplified Overview of the Esports Ecosystem



The Esports Observer

Kuva 3 Elektronisen urheilun ekosysteemin toiminta (The Esports Observer, 2019).



Kuva 4 Elektronisen urheilun ekosysteemi (Catalyst Sports & Media, 2017).

3.2 Tulkintoja

Newzoon (2015) esittämät amatööriammattipelaajat ja muut pelaajat ovat osa ekosysteemiä, mutta keskiö on kuitenkin ammattipelaajissa. Nämä toimijat esiintyvät myös esimerkiksi Kraneisin & Rantalan (2018) e-urheilun ekosysteemissä, mutta hieman eri nimillä: harrastekilpapelaminen ja pelaaminen. Kraneisin & Rantalan (2018) mallissa esitetään muista poiketen sidosryhmänä myös ”yleishyödylliset toimijat”, joihin kuuluu esimerkiksi Suomen Elektronisen Urheilun Liitto ry ja kansainvälinen olympiakomitea. (Kraneis & Rantala, 2018).

Elektronisen urheilun ekosysteemin mallien huomataan eroavan hieman toisistaan tulkitsijasta riippuen, mutta yleisesti ne pitävät sisällään samoja toimijoita ja sidosryhmiä, joskin hieman eri tavalla nimettyinä tai esitettyinä. Koska elektroninen urheilu kokonaisuutena kasvaa ja kehittyy, tulee elektronisen urheilun ekosysteemikin todennäköisesti kasvamaan ja kehittymään muuttaen sen tulkintaa. Tällä hetkellä kuitenkin tässä tutkielmassa käytettyjen mallien ja esimerkkien (Kuvat 2, 3 ja 4) pohjalta vastaus ensimmäiseen tutkimuskysymykseen on, että elektronisen urheilun ekosysteemiin kuuluu:

- Ammattipelaajat
- Kanavat/alustat
- Joukkueet
- Julkaisijat/pelinkkehittäjät
- Liigat
- Tapahtumat
- Brändit
- Kuluttajat/fanit
- Yleishyödylliset toimijat

4 VERTAILU

Tässä luvussa verrataan elektronisen urheilun ekosysteemiä perinteisempään liiketoimintaekosysteemiin. Vertailu suoritetaan käyttämällä aiemmin esitettyjä määritelmiä ja kuvauksia molempien ekosysteemien toimijoista, sidosryhmistä, sekä niiden välisistä yhteyksistä ja vertaamalla niitä toisiinsa samankaltaisuuksien ja erojen tunnistamiseksi. Lisäksi näkökulman laajentamiseksi tuodaan esille elektronisen urheilun toimijoita, joita ei aikaisemmissa ekosysteemin toimijoissa välttämättä ole erikseen mainittu. Vertailun tuloksena syntyy vastaus toiseen tutkimuskysymykseen: ”Onko elektronisen urheilun ekosysteemi liiketoimintaekosysteemi?”

4.1 Elektronisen urheilun ekosysteemi liiketoimintaekosysteeminä

Mooren (1996) mukaan liiketoimintaekosysteemin keskiössä on päämyötävai-kuttajat, kuten suorat toimittajat ja jakelukanavat. Elektronisen urheilun ekosys-teemissä keskiössä on ammattipelaaminen (Kraneis & Rantala, 2018), joka sisäl-tää niin ikään alan päämyötävai-kuttajat: julkaisijat ja pelinkehittäjät, joukkueet ja pelaajat, sekä tapahtumat. (Kraneis & Rantala, 2018). Liiketoimintaekosys-teemin malliin verrattaessa huomataan, että julkaisijat ja pelinkehittäjät toimi-vat keskeisen liiketoimijan roolissa ja, että pelaajien pelatessa pelejä syn-tyy ”tuote”: ammattipelaaminen. Julkaisijoita ja pelinkehittäjiä voidaan näin ollen pitää myös tuotteen eli pelin toimittajana, jotka tekevät lisenssisopimuk-sen tapahtumajärjestäjien kanssa pelin pelaamiseksi erilaisissa turnauksissa ja liigoissa. Jakelukanavien roolia vastaa puolestaan erilaiset suoratoistoalustat, kuten Twitch, joiden kanssa tapahtumajärjestäjät puolestaan solmivat sopimuk-

sen suoratoistaakseen eli jakaakseen elektronisen urheilun tapahtuman kuluttajille kotikatsomoihin.

Mooren (1996) mallia kuvaavassa Kuva 1:ssä seuraavassa tasossa on toimijoita kuten suorat asiakkaat, asiakkaideni asiakkaat ja täydentävien tuotteiden ja palveluiden toimittajat. Elektronisen urheilun näkökulmasta suorita asiakkaita ovat ensi sijassa kuluttajat, jotka ostavat pääsylippuja tapahtumiin ja seuraavat tapahtumia suoratoistolähetysten kautta, sekä ostavat ja pelaavat pelinkehittäjien pelejä. Toisaalta myös ammattipelaajia voidaan pitää suorina asiakkaina pelinkehittäjien peleille ja näin ajateltuna kuluttajista tulee "asiakkaideni asiakkaita", kun he seuraavat pelaajia ja heidän edustamiaan organisaatioita. Täydentävien tuotteiden ja palveluiden toimittajat elektronisen urheilun ekosysteemissä ovat aiemmin mainitut erilaiset brändit ja sponsorit, kuten laitevalmistajat. Valmistamalla pelaamiseen tarvittavia laitteita kuten tietokoneita, hiiriä, näppäimistöjä jne. sponsoreina toimivat laitevalmistajat täydentävät elektronisen urheilun ekosysteemiä.

Moore (1996) kuvaa liiketoimintaekosysteemin mallissaan yhtenä sidosryhmänä kilpailevat organisaatiot, jotka jakavat saman tuotteen ja palvelukonaisuuden. Elektronisen urheilun tapahtumajärjestäjät, kuten ESL, PGL tai FaceIT tarjoavat kaikki samanlaista palvelua ja tuotetta: elektronisen urheilun kilpailuja. (lähde jne) Samalla tavalla eri pelinkehittäjät ovat kilpailevia organisaatioita, joiden tuote, liiketoimintaprosessit ja organisaatiolliset järjestelyt ovat samankaltaisia Mooren (1996) mallin mukaisesti.

Aiemmin mainittujen sidosryhmien lisäksi Mooren (1996) malliin kuuluu sidosryhmät: sijoittajat, omistajat, kauppayhdistykset ja ammattiliitot. Sijoittajat ovat osa myös elektronisen urheilun ekosysteemiä ja he "haluavat ekosysteemin kasvavan lisätäkseen sijoitetun pääoman tuottoaan". (The Esports Observer, 2019). Elektronisen urheilun sijoittajiin kuuluu isoja nimiä, kuten viime aikoina liittyneet Microsoft, Coca-Cola, Amazon ja Tencent. Vastaavanlaisen kasvun jatkumiseksi täytyy kuitenkin tavoittaa yhä suurempi määrä sijoittajia, jotta elektroninen urheilu voisi saavuttaa paremman yleisen hyväksynnän ja vaikutusvallan. (Marques, 2019). Omistajiin kuuluviksi puolestaan voidaan elektronisen urheilun ekosysteemissä laskea esimerkiksi joukkueiden ja organisaatioiden omistajat. Elektronisen urheilun saralla toimii niin ikään myös ainakin yksi kauppayhdistys. Elektronisen urheilun kauppayhdistys ESTA (Electronic Sports Trade Association) "ajaa, suojelee ja edistää e-urheiluyhteisön laajempia etuja". (Esports Trade Association, 2019). Myös erilaisia "ammattiliittoja" on alettu muodostamaan elektronisen urheilun saralla, esimerkiksi ensimmäisen persoonan räiskintäpelin Counter-Strike: Global Offensiven ammattipelaajat ovat muodostaneet pelaajayhdistyksen CSPPA:n (Counter-Strike Professional Player's Association) vuonna 2018. (Fitch, 2018).

Viimeisenä kokonaisuutena Mooren (1996) mallissa liiketoimintaekosysteemin sidosryhmänä toimii valtion virastot ja muut valtion tukemat, mutta yksityisesti toimivat säätelevät organisaatiot. Esimerkiksi Suomen elektronisen urheilun liitto SEUL siirtyi vuonna 2018 liikunnan järjestöavustuksen piiriin ja Suomen Eurooppa-, kulttuuri- ja urheiluministerin Sampo Terhon mukaan "e-

urheilua aletaan hallinnollisessa mielessä kohdella liikuntana” (Keskisuomalainen, 2018). Näin ollen myös viimeinen Mooren (1996) liiketoimintaekosysteemin mallin sidosryhmäosio voidaan katsoa täyttyneeksi.

4.2 Johtopäätös

Vertailun myötä huomataan, että tulkintatavan mukaan elektronisen urheilun ekosysteemi vastaa suurilta osin liiketoimintaekosysteemiä. Liiketoimintaekosysteemin mallin jokaiseen osa-alueeseen löytyi vertailussa vastine elektronisen urheilun ekosysteemin tulkinnoista, suoraan tai epäsuorasti. Voidaan myös todeta, että elektronisen urheilun ekosysteemi on tulkinnasta riippuvainen ja siihen kuuluu paljon tekijöitä, joita ei välttämättä erikseen eritellä erilaisissa malleissa. Vertailun perusteella voidaan kuitenkin vastata toiseen tutkimuskysymykseen, että elektronisen urheilun ekosysteemi voidaan nähdä liiketoimintaekosysteeminä.

5 YHTEENVETO

Tutkielman tarkoituksena oli tutkia elektronisen urheilun ekosysteemiä, sen erilaisia sidosryhmiä ja näiden sidosryhmien välisiä suhteita. Tutkielmassa haluttiin myös ottaa vertailuun jokin muu ekosysteemin määritelmä ja tähän rooliin valikoitui varhaisessa vaiheessa liiketoimintaekosysteemi, koska huomattiin näillä kahdella olevan paljon samankaltaisuuksia. Tutkielman rakenteen ja ymmärrettävyyden kannalta nähtiin tärkeänä määrittää käsitteet elektroninen urheilu ja vertailukohteena oleva liiketoimintaekosysteemi. Elektronisen urheilun määrittämiselle huomattiin olevan haasteita, mutta lopputuloksena saatiin aikaan melko kattava ja keskeinen määritelmä. Eri tahojen muodostamat mallit elektronisen urheilun ekosysteemistä, sen sidosryhmistä ja rooleista loivat pohjan ensimmäiselle tutkimuskysymykselle ja sen vastaukselle. Eri tahojen muodostamat mallit täydensivät toisiaan ja näin saatiin kattava kokonaiskuva siitä, mitä elektronisen urheilun ekosysteemiin ainakin kuuluu.

Tutkielmassa suoritettiin vertailua elektronisen urheilun ekosysteemin mallien ja liiketoimintaekosysteemin mallin välillä. Toisin sanoen elektronisen urheilun ekosysteemin erilaisia toimijoita ja sidosryhmiä verrattiin liiketoimintaekosysteemin malliin kuuluviin sidosryhmiin ja toimijoihin. Vertailussa huomattiin, että elektronisen urheilun ekosysteemin toimijat ja sidosryhmät sopivat liiketoimintaekosysteemin malliin tulkintatavan mukaan. Näin saatiin vastaus toiseen tutkimuskysymykseen. Vertailussa tuotiin esiin elektronisen urheilun toimijoita ja tahoja, joita ei käytetyissä malleissa ollut erikseen mainittu, mutta jotka tulkintatavan mukaan ovat olennainen osa elektronisen urheilun ekosysteemiä. Edellä mainitulla tavalla saatiin muodostettua laajempi näkökulma asiaan tulosten tulkitsemiseksi.

Tutkielma tarjosi vastauksen esitettyihin tutkimuskysymyksiin elektronisen urheilun ekosysteemistä tällä hetkellä, mutta ilmiön ollessa kohtuullisen tuore, ainakin nykyisellä mittakaavalla, sen tarjoamat vastaukset eivät välttämättä ole täsmällisiä tai relevantteja enää tulevaisuudessa. Elektronisen urheilun ala kehittyy ja kasvaa jatkuvasti, joten ilmiötä on syytä tutkia jatkossakin ja tieteellisin menetelmin. Elektronisen urheilun ekosysteemi tulee todennäköises-

ti tulevaisuudessa muuttumaan ja sen sidosryhmät, toimijat ja suhteet tulevat kehittymään ja kasvamaan määrällisesti.

LÄHTEET

- Agerfalk, P.I, Fitzgerald, B. 2008. Outsourcing to an unknown workforce: Exploring open sourcing as a global sourcing strategy. *MIS Quarterly* 32(2), 385-409.
- Bahrami, H., Evans, S. 1995. Flexible Re-Cycling and High-Technology Entrepreneurship. *California Management Review* 37(3), 62-89.
- Basole, RC. 2009. Visualization of interfirm relations in a converging mobile ecosystem. *Journal of Information Technology* 24, 144-159.
- Cambridge Dictionary. (2019). Meaning of e-sports in English. Haettu osoitteesta <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/e-sports>
- Catalyst Sports. (2017). The meta report: Special edition: The 2017 esports ecosystem. Haettu osoitteesta <https://meta.catalystsports.com/2017/09/26/577/>
- Christensson, P. (2012). eSports definition. Haettu 2019 osoitteesta <https://techterms.com>
- Dedehayir, O. & Mäkinen, S. *Business Ecosystem Evolution and Strategic Considerations: A Literature Review*. Haettu osoitteesta <https://ieeexplore-ieee-org.ezproxy.jyu.fi/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6297653>
- Esports trade association (2019). Overview. Haettu osoitteesta <https://esportsta.org/about-the-esta/>
- Faust, K., Meyer, J. & Griffiths, M. D. (2013). Competitive and Professional Gaming: Discussing Potential Benefits of Scientific Study. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning (IJCPL)*, 3(1), 67-77.
- Fitch, A. (2018). Esports insider: Counter-Strike Professional Players' Association announced. Haettu osoitteesta <https://esportsinsider.com/2018/06/counter-strike-professional-players-association-announced/>
- Hamari, J. & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it?. *Internet Research*. 27(2), 211-232.
- Kraneis, S. & Rantala, K. (2018). *Kaikki e-urheilusta*. Helsinki: Urheilumuseo.
- Lusch, RF. 2010. Reframing Supply Chain Management: A Service-Dominant Logic Perspective. *Journal of Supply Chain Management* 47(1), 14-18.

- Marques, N. (2019) The role of breakthrough technologies in the growth of esports. Haettu osoitteesta <https://ieeexplore-ieee-org.ezproxy.jyu.fi/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=8707045>
- Moore, J. (1996). *The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems*. New York: HarperCollins.
- Newzoo. (2019). Global esports market report (preview). Haettu osoitteesta <https://newzoo.com/solutions/standard/market-forecasts/global-esports-market-report/>
- Pannekeet, J. (2019). Zooming in on the Biggest Franchises in Esports: 71% of Fans Watch Only One Game. Haettu osoitteesta <https://newzoo.com/insights/articles/zooming-in-on-the-biggest-franchises-in-esports-71-of-fans-watch-only-one-game/>
- Suomen Elektronisen Urheilun Liitto ry. (2019). Mitä on e-urheilu? Haettu osoitteesta <https://seul.fi/mita-on-e-urheilu/>
- Technopedia. (2019). Definition – What does Esports mean? Haettu osoitteesta <https://www.techopedia.com/definition/33141/esports>
- Teece, D. 2007. Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal* 28, 1319-1350.
- The esports observer. (2019). An introduction to the Esports ecosystem. Haettu osoitteesta <https://esportsobserver.com/the-esports-eco-system/>
- Keskisuomalainen (2018). Ministeri Sampo Terho: Elektroninen urheilu pääsee liikunnan järjestöavustusten piiriin. Haettu osoitteesta <https://www.ksml.fi/urheilu/olympialaiset/Ministeri-Sampo-Terho-Elektroninen-urheilu-p%C3%A4%C3%A4see-liikunnan-j%C3%A4rjest%C3%B6avustusten-piiriin/1188345>
- Wagner, M. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. 437-442. Haettu osoitteesta https://www.researchgate.net/profile/Michael_Wagner12/publication/220968200_On_the_Scientific_Relevance_of_eSports/links/00b4952589870231be000000.pdf
- Winter, J. (2014). Success Factors of Mobile Business Ecosystems: From Hardware-Centric to Content and Advertising Based Business Models. Scientific Figure on ResearchGate. Haettu osoitteesta https://www.researchgate.net/figure/Moores-business-ecosystem_fig6_275956664

