

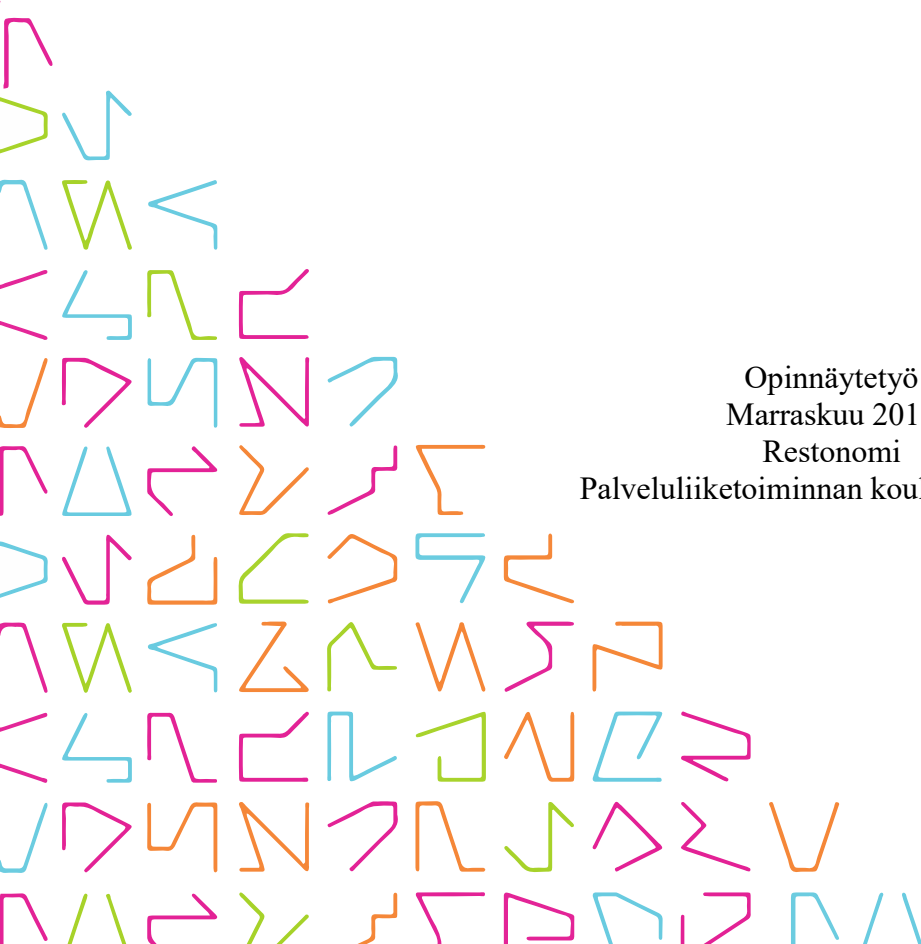


TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

ELÄMYKSEN TUOTTAMINEN JA KANNAT- TAVUUS JAPANI-/ANIMETEEMAISESSA KAHVILASSA

Jenna Mäki

Opinnäytetyö
Marraskuu 2016
Restonomi
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Restonomi
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

MÄKI, JENNA:

Elämyksen tuottaminen ja kannattavuus Japani-/animeteemaisessa kahvilassa

Opinnäytetyö 39 sivua, joista liitteitä 10 sivua
Marraskuu 2016

Opinnäytetyön taustana on kirjoittajan oma kiinnostus japanilaista kulttuuria, animea ja kahvilaliiketoimintaa kohtaan. Työn tavoitteena oli selvittää, kuinka mahdollistaa asiakkaalle elämys Japani-/animeteemaisessa kahvilassa kannattavasti. Tavoitetta lähestyttiin laadullisella tutkimuksella, jonka avulla selvitettiin millainen kahvilan tulee olla, jotta se tuottaisi asiakkaalle elämyksen. Opinnäytetyön teorialuvuissa käsitellään anime- ja kahvilakulttuuria Japanissa, elämyksen tuottamista ja kannattavaa liiketoimintaa.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin verkkolomakkeella, jota jaettiin kahdessa opinnäytetyön aiheen kohderyhmään kuuluvassa Facebook-ryhmässä. Tutkimus oli laadullinen, ja siihen vastasi 17 henkilöä. Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen tutkimus, koska sillä mahdollistettiin vastauksien monipuolisuus.

Tutkimustulosten mukaan kahvilassa tulee olla hyvä tasapaino Japani- ja animeteeman välillä. Kahden kuukauden välein järjestetään eri animeihin perustuvia teemaviikonloppuja. Animeviikonloppuina kahvilaan on pieni sisäänpääsymaksu. Kahvila on sisustettu aidosti teeman mukaiseksi. Kahvilan tuotteet ovat suurimmaksi osaksi japanilaisia makeisia ja leivonnaisia. Kahvilassa on pöytiintarjoilu. Kahvilan musiikkina kuullaan rauhallista japanilaista pop-musiikkia ja animeviikonloppuina tietenkin teemana olevan animen musiikkia. Kahvilan asiakaspalvelu on aidon japanilaisen kahvilan tapaan erittäin ystävällistä. Henkilökunnalla on aito kiinnostus kahvilan liikeidea kohtaan. Kahvila on tunnelmaltaan kuin toinen maailma. Se on paikka, jossa voi vieraila ystäviensä kanssa ja tavata uusia, Japanista tai animesta kiinnostuneita ihmisiä.

Tutkimuksen johtopäätöksissä on katetuottolaskelma yhdeltä animeteemaiselta viikonloppulta. Katetuottolaskelma on laskettu palkkakatteeseen asti ja se antaa suuntaa kahvilan kannattavuudesta animeviikonlopun ajalta. Laskelman perusteella huomattiin, että kahvilan toiminta animeviikonlopun aikana ei ole kovinkaan kannattavaa. Kahvilan kannattavuutta mietittäessä tulee kuitenkin muistaa, että laskelma tehtiin vain kahden päivän ajalta.

Asiasanat: anime, Japani, teemakahvila, elämys, elämyksen tuottaminen, kannattavuus

ABSTRACT

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

MÄKI, JENNA:

Production of Experience and Profitability in Japan/Anime Themed Café

Bachelor's thesis 39 pages, appendices 10 pages
November 2016

The object of this study was to find out how to enable customers to experience a Japan/anime themed café and how to do it in a profitable way. The theoretical section of this study deals with the anime and café culture in Japan, production of experiences and business profitability..

This qualitative research was executed with an online form and distributed to two anime related Facebook groups. The online form was responded by 17 people. A diverse range of responses were received.

The cafe has a good balance between the Japan and the anime theme. There are theme weekends held every two months based on various anime. The cafe is decorated genuinely according to the theme. The products in the cafe are mostly Japanese sweets and pastries. Music heard in the cafe is peaceful Japanese pop-music. According to the Japanese manner, customer service in the cafe is very friendly. The staff has a genuine interest in the business idea of the cafe. The cafe atmosphere is like another world. It is a place which you can visit with your friends and meet new, Japan or anime interested people.

A contribution margin calculation for one anime theme weekend can be found in the conclusions of the study. The contribution margin calculation is calculated to salary coverage and it gives an indication of the profitability of the café during the anime theme weekend.

Key words: anime, Japan, theme cafe, experience, production of experience, profitability

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	ANIME- JA KAHVILAKULTTUURI JAPANISSA.....	6
2.1	Anime ja manga.....	6
2.2	Kahvilakulttuuri ja teemakahvilat Japanissa.....	7
3	ELÄMYKSEN TUOTTAMINEN.....	11
3.1	Elämyksiä asiakkaalle.....	11
3.2	Elämyskolmio, kokemuksen tasot ja elämyksen elementit.....	12
4	KANNATTAVA LIIKETOIMINTA.....	16
4.1	Kannattavuuden suunnittelu ja tuloksellisuuden elementit.....	16
4.2	Katetuottoajattelu.....	18
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	20
6	TUTKIMUSTULOKSET.....	21
7	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	23
	LÄHTEET.....	28
	LIITTEET.....	30
	Liite 1. Tutkimuksen e-lomake.....	30
	Liite 2. Kaikki tutkimuksen vastaukset.....	31
	Liite 3. Tutkimustulokset kategorioittain.....	35
	Liite 4. Halloween -teemamenu.....	39

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön taustana on oma kiinnostukseni japanilaista kulttuuria, animea ja kahvila-liiketoimintaa kohtaan. Ajatus Japani-/animeteemaisesta kahvilasta on ollut mielessäni jo pitkään. Valitsin elämyksen tuottamisen opinnäytetyön pääaiheeksi, sillä kokemusten tuottaminen muille on minulle tärkeää. Opinnäytetyön tarkoituksena on toimia oppaana mahdollisen kahvilan perustamiselle.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millä elementeillä asiakkaalle mahdollistetaan elämys Japani-/animeteemaisessa kahvilassa kannattavasti. Tavoitteena on selvittää millaisia elementtejä kahvilassa on, ja mikä tekee näistä elementeistä elämyksellisiä. Opinnäytetyön teorialuvuissa käsitellään Japanin anime- ja kahvilakulttuuria, elämyksen tuottamista ja kannattavaa liiketoimintaa. Teorialuvut luovat hyvän pohjan tutkimukselle ja auttavat myös aiheesta tietämätöntä lukijaa ymmärtämään kahvilan perustamiseen ja pyörittämiseen liittyviä elementtejä.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin verkkolomakkeella, joka jaettiin kahdessa kohderyhmään kuuluvassa Facebook-ryhmässä. Tutkimus oli laadullinen ja siihen vastasi 17 ihmistä. Tutkimuksella haluttiin selvittää, mitkä elementit tekevät kahvilasta elämyksellisen. Jokaisen tutkimusvastauksen sisältö jaettiin värikoodien avulla yhdeksään kategoriaan. Tutkimustulosten pohjalta kirjoitettiin johtopäätökset siitä, millainen kahvila on. Tutkimustuloksista selvinneiden kannattavuustekijöiden pohjalta tehtiin esimerkkimenu ja katetuottolaskelma yhdelle kahvilan teemaan sopivalle animeviikonlopulle.

Tutkimustuloksissa selvisi, että kahvilassa tulee olla hyvä tasapaino Japani- ja anime-teeman välillä. Tästä johdettuna kahvilassa järjestetään kahden kuukauden välein pelkätään animeen painottuvia viikonloppuja. Katetuottolaskelmasta selvisi, että kahvilan toiminta yhden teemaviikonlopun aikana ei ole kovin kannattavaa. Kahvilan perustamista ja jatkuvaa toimintaa ajatellen tulee kuitenkin muistaa, että laskelma tehtiin vain kahden päivän pohjalta.

2 ANIME- JA KAHVILAKULTTUURI JAPANISSA

2.1 Anime ja manga

Japanissa manga tarkoittaa sarjakuvaa. Japanin ulkopuolella nimitystä käytetään nimenomaan japanilaistyyppiselle sarjakuvulle. Mangaan liittyy olennaisesti myös käsite ”anime”, joka tarkoittaa japanilaista animaatiota. (Valkama, Valleala & Niskanen 2010, 235.) Termi ”anime” on syntynyt englannin kielen sanasta ”animation” (Kehr 2002). Monet tuntevat animen länsimaalaisittain eksoottisesta piirrostyylistä, jossa usein korostetaan hahmojen tunnetiloja tavallista suuremmilla silmillä. Animessa on useita erilaisia tyyllilajeja, kuten komedia, urheilu, seikkailu, ja kauhu. Suomalaisen käsitys sarjakuvasta ja animaatiosta ei kuitenkaan vastaa mangan ja animen laajaa maailmaa. Hahmottamista helpottaa vertaaminen esimerkiksi televisioon. Noin 40 prosenttia Japanin painotuotteista on mangaa. (Valkama ym. 2010, 235.) Kehr (2002) arvioi, että 60 prosenttia Japanin elokuvatuotannosta on animea.

Anime tehdään usein jonkin suosituksen mangasarjakuvan pohjalta, jotta sarjalla olisi heti alusta alkaen katsojakuntaa (Valkama ym. 2010, 235). Esimerkkinä ovat muun muassa maailmanlaajuisesti hyvin tunnetut One Piece ja Naruto. Mangasarjat ovat yleisesti jatkuvajuonisia tarinoita ja saattavat olla pituudeltaan jopa useita kymmeniä sarjakuvakirjoja. Mangan pohjalta tehdyt animesarjat taas voivat olla pituudeltaan monta sataa jaksoa. Animen ja mangan suosio perustuukin suurilta osin sen jatkuvajuonisuuteen, jota länsimainen kulttuuri ei tarjoa laajasti. Kohdeyleisön mukaan käytetään samaa jaottelua kuin mangassa. Pojille tarkoitetuista sarjoista käytetään nimitystä shounen-anime ja tytöille suunnattuja sarjoja kutsutaan shoujo-animeiksi. Seinen-animet ovat aikuisille miehille suunnattuja ja josei-animet aikuisille naisille suunnattuja sarjoja. (Demi 2010.)

Vaikka anime onkin maailmanlaajuinen ilmiö, sen juuret ovat Japanissa. Animen luullaan usein syntyneen 1990-luvun alussa, mutta nykyään tunnettu piirrostyylisi sai alkunsa jo 1960-luvulla. Animekulttuurin on synnyttänyt useita alakulttuureita, joihin kuuluvat muun muassa roolipelaaminen, tietokonepelit ja cosplay. Kaikilla näillä alakulttuureilla on suuri harrastajakunta niin Japanissa kuin sen ulkopuolellakin. Animen vaikutus Japanissa näkyy patsaina ja muina maamerkkeinä, jotka on omistettu animeille ja niiden luojille. Japanissa järjestetään vuosittain animeen painottuneita tapahtumia (coneja). Suurin

näistä on Anime Japan, jossa vuonna 2016 vieraili yli 135 000 ihmistä kolmessa päivässä. (Tokyo Treat 2016.)

Ihmisestä, joka harrastaa yli-innokkaasti japanilaista populaarikulttuuria, käytetään nimitystä otaku. Alkuperäinen sana on Japanissa hieman negatiivinen. Termi ”otaku” tulee sanasta koti ja sitä alettiin käyttää 1980-luvulla kuvaamaan kotonaan harrastuksensa parissa liiaksi istuvia nörttejä, jotka uppoutuvat esimerkiksi animen tai videopelien maailmaan. Otakun leimaan kuuluu epäsosiaalisuus, nuhjuisuus ja vetäytyneisyys. Länsimaissa innokkaat japanilaisen populaarikulttuurin harrastajat kutsuvat itseään vapaaehtoisesti otakuiksi, ja Japanissakin sanan negatiivinen merkitys on lieventynyt. Otakujen suosikkipaikkoja Tokiossa ovat Akihabaran ja Nakanon kaupunginosat. Erilaisiksi anime- ja videopelihahmoiksi pukeutuvat cosplayn (costume play) harrastajat viihtyvät myös Harajukussa ja erityisesti naispuoliset mangafanit vierailevat mielellään Ikebukurossa. (Valkama ym. 2010, 236.)

2.2 Kahvilakulttuuri ja teemakahvilat Japanissa

Tee on Japanissa joka paikan juoma. Teetä juodaan Japanissa koko ajan, minkä takia kahviloita vastaavat kaupalliset teetuvat eivät ole yleisiä. Teen juonti on yhtä yleistä kuin veden juonti, joten siitä ei ole totuttu maksamaan erikseen. Tästä poikkeuksen tekevät perinteiset teehuoneet, joissa nautitaan jokin perinteinen japanilainen makeinen teen kera. Kahviloita Japanissa on enemmän. Perinteisiä japanilaisia kahviloita edustavat kissatenit, joiden nimi tarkoittaa kauppaa, jossa voi juoda teetä. Kissa tarkoittaa teen juontia ja ten tarkoittaa kauppaa. (Valkama ym. 2010, 113.)

Kissaten on japanilaistyylinen kahvila, joka tarjoaa teetä, kahvia ja muita virvokkeita sekä pieniä ruoka-annoksia ja kakkuja. Kissateneissä on yleensä pöytiintarjoilu. Suuret kahvilaketjut ovat syrjäyttäneet kissatenejä, eikä uusia juuri enää perusteta. Sanan käyttö on vähentynyt ja kahvilat kulkevat nykyään japanissakin usein nimellä café. Tokiosta voi vielä kuitenkin löytää unohtuneita kissatenejä, jotka muistuttavat 1970-luvun japanilaisia elokuvia. (Valkama ym. 2010, 114.)

Kissaten-kahvilakulttuurin suosio hiipui kun pikakahvin ja kahvinkeitin käyttö yleistyivät. Japanin talouskasvu toi mukanaan kiireisen elämäntahdin ja kahviloista tuli pikakahvipaikkoja, joista kahvi napattiin nopeasti mukaan. 2000-luvulla tokiolaiset alkoivat arvostaa rauhallista ja yksilöllistä elämäntapaa. Tämä näkyi myös kahvilakulttuurissa muotiin tulleen hidasteluna. Kahvilat ovat japanilaisista niin mieluisia paikkoja, että moni japanilainen muuttaa asuntonsa kahvilaksi ystävilleen vaikka vain yhdeksi päiväksi. (Valkama ym. 2010, 114.)

Japanilaiset ovat hyvin kohteliaita ja hyvätapaisia ihmisiä. He ovat hyvin tarkkoja siitä mikä on kohteliasta ja mikä ei. Japanin yhteiskuntaan kuuluu olennaisena osana sosiaalisten tilanteiden arvojärjestys. Se ohjailee arkielämää ja sillä on juuret syvällä japanilaisissa yhteiskuntarakenteissa. Arvojärjestyksen opettelu alkaa jo koulussa, mutta hierarkisuus alkaa toden teolla vasta aikuiselämässä. Seurauksena tarkasta kohteliaisuusetiketistä japanilainen oppii jo pienenä suhteuttamaan oman asemansa muihin ihmisiin hyvin tarkasti. Japanilaisten kohteliaisuussäännöt ovat joskus niin vaikeita toteuttaa, että he joutuvat itsekin opiskelemaan niitä ahkerasti, jos pyrkivät asiakaspalvelutöihin. (Laine 2013.)

Japanissa sijaitsevissa mangakahviloissa asiakas saa maksua vastaan viettää tietyn ajan nauttien vapaasti kahvilan manga- ja virvoikevalikoimasta. Mangaa on kahvilassa paljon, joten lukeminen ei lopu kesken vaikka kahvilassa vierailisi joka viikko. Internet-kahvilat toimivat samalla periaatteella kuin mangakahvilat. Asiakas saa maksua vastaan virvoikeiden ohella käyttöönsä nettiyhteyden. Joissain nettikahviloissa tietokoneet ovat yksittäisissä huoneissa, jotta asiakas saa olla omassa rauhassa. Internet-kahvilat ovat auki läpi yön, joten niissä nukutaan yleensä muutaman tunnin yönet, jos illan viimeinen metro on sattunut menemään. Tuntitaksa on halpa ja tietyllä summalla voi saada nettiyhteyden ja oman tilan käyttöön koko yöksi. Internet-kahvilat käyvät näin myös halvoista hotelleista ja koska yön viettäminen Internet-kahviloilla on niin suosittua, löytyy niistä myös suihkutilat asiakkaan käyttöön. (Stenberg 2011, 147–148.)

Nimimerkki ”Masumoto” kertoo blogikirjoituksessaan vierailleen Tokion Akihabarassa sijaitsevassa Eorzea Final Fantasy -kahvilassa. Final Fantasy –pelisarjan teemaisessa kahvilassa tema näkyi sisustuksessa, ruokalistassa ja jopa lasinalusissa. Jokainen yksityiskohta oli suunniteltu herättämään pelien tunnelma henkiin. Kahvilassa oli myös

mahdollista pelata Final Fantasy XIV –peliä. Pelin teema näkyi myös ravintolan ruokalistoissa, sillä annosten hinnat oli merkitty listoihin Final Fantasy maailmasta tutulla valuutalla. (Masumoto 2015.)

Nimimerkki ”Appetite for Japan” kirjoittaa blogissaan vierailuistaan Akihabarassa sijaitsevissa Gundam- ja AKB48 –kahviloissa ja Ikebukurossa sijaitsevassa Characro –kahvilassa. Akihabarassa sijaitsee yksi monista Gundam –kahviloista, joita on perustettu suosittuun Gundam –animesarjan katsojakunnalle. Gundam Cafessa voi syödä ja juoda samalla nauttien suurelta näytöltä toistettavasta Gundam –animesta. Kahvilan tuotteet oli nimetty teemaan sopivilla nimillä. Kahvilasta oli mahdollista ostaa myös alkoholijuomia kello 17 jälkeen. (Appetite for Japan 2014. Gundam Cafe: an anime cafe in Akihabara.)

Akihabarassa sijaitsevan AKB48 Cafen teemana on käytetty Japanissa hyvin tunnettua AKB48 –tyttöbändiä. Kahvilan tuotteet ovat kevyitä lounasannoksia ja jälkiruokia. Kahvila on sisustettu muistuttamaan koulun luokkahuonetta, sillä monet bändin jäsenistä ovat lukioikäisiä ja heidän esiintymisasunsa muistuttavat usein koulupukuja. (Appetite for Japan 2014. AKB48 Cafe: the J-Pop themed restaurant in Akihabara.)

Tokion Ikebukurossa sijaitsee Characro –animekahvila. Characron teema vaihtuu kuuden kuukauden välein. Vuoden 2013 heinäkuun ja 2014 tammikuun välisenä aikana kahvilassa oli teemana Macross Frontier –anime. Teemakahvilat voivat joskus olla ylihintaisia ja huolettomasti sisustettuja, mutta Characro kuuluu teemakahviloiden parempaan päähän. Teemaan sopivat annokset olivat suloisia, juomat herkullisia ja kahvila on sisustettu hyvin. Kahvilassa saa vapaasti kierrellä ja ottaa kuvia. Kahvilan lasinalusissa esiintyi Macross Frontier –animen hahmoja. Kahvilassa oli myynnissä paljon Macross Frontier –animen oheistuotteita. (Appetite for Japan 2014. Anime cafe in Tokyo: Characro feat. Macross Frontier.)

Tokion Ikebukurossa sijaitsee cosplay-kahvila Love-all, joka on tunnettu otaku-tyttöjen paratiisina. Love-all on Megane-Suit –kahvila, (silmälasit ja puku -kahvila) jossa tyylikkäästi pukeutuneet asiakaspalvelijat silmälaseissa palvelevat asiakkaita hymyillen. Kahvilan asiakaspalvelijat ovat komeita miehiä, jotka ovat ottaneet roolikseen älykkään liikemiehen. Love-all kahvilassa luodaan mielikuva kuvitteellisesta liike-elämän henkilös-

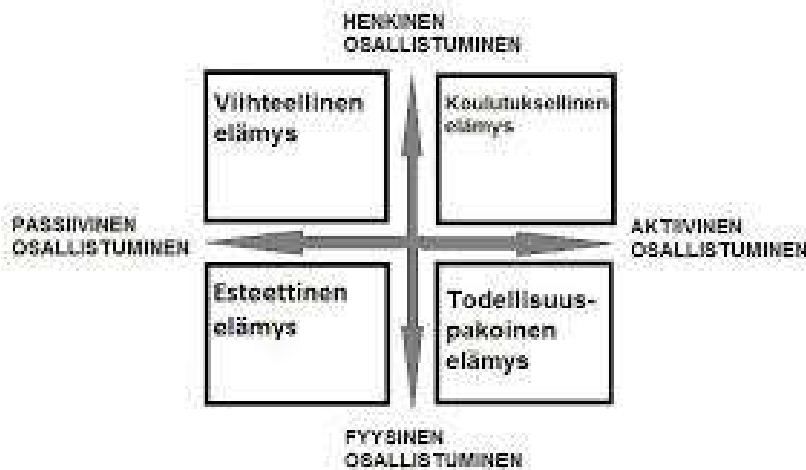
töruokalasta. Asiakkaat saavat valita roolikseen esimerkiksi kollegan, esimiehen tai uuden tulokkaan ja asiakaspalvelijan tehtävänä on palvella asiakasta hänen valitsemaansa rooliin sopivalla tavalla. (Ayakawa 2014.)

Japanin teemakahviloista suosituimpia ovat maid-kahvilat, joissa sisäköiksi (meidoiksi) pukeutuneet nuoret naiset palvelevat ja viihdyttävät ”isäntiään” ja ”emäntiään”. Vastaava kahvila, joka on kohdistettu naisasiakasryhmälle, on butler-kahvila, jossa meidojen tilalla asiakaspalvelijoina toimii hovimestareiksi pukeutuneita miehiä. Maid-kahvilat ovat suosittuja miesten, mutta myös treffiparien keskuudessa. Toisin kuin monet saattavat kuvitella, maid-kahvilat eivät ole millään tapaa likaisia paikkoja, vaikka ne saattavat tietynasteista fantasiaa joillekin toteuttaa. Meidoihin koskeminen ja heidän yksityisyytensä loukkaaminen on ehdottomasti kiellettyä. Pientä rahasummaa vastaan asiakas voi ottaa kuvan itsestään meidon seurassa tai pelata heidän kanssaan esimerkiksi erilaisia korttipelejä. Erityisesti Tokiossa maid-kahviloiden ulkopuolella on usein sisäänheittäjämeidoja, jotka houkuttelevat ohikulkevia ihmisiä asiakkaikseen. (Japaninmatka.info n.d.; Valkama ym. 2010, 238.)

3 ELÄMYKSEN TUOTTAMINEN

3.1 Elämyksiä asiakkaalle

Pinen ja Gilmoren (1998, 101–102) mukaan elämystä voidaan analysoida neljänä eri osa-alueena, joita ovat viihteellinen, koulutuksellinen, esteettinen ja todellisuuspakoinen elämys (kuvio 1). Näiden elämysten eroavaisuuteen vaikuttavat palvelutapahtumaan osallistuvan asiakkaan aktiivisuus tai passiivisuus ja asiakkaan henkinen tai fyysinen osallistuminen. Asiakkaan aktiivisuus tarkoittaa sitä, että hän osallistuu itse tuotteen tai palvelun kokemiseen. Asiakkaan passiivisuus voi tarkoittaa sitä, että hän on mukana tuotteen tai palvelun kokemisessa sivustaseuraajana. Henkinen osallistuminen tarkoittaa kiehtovan asian seuraamista ja fyysinen osallistuminen tarkoittaa asiakkaan liittymistä osaksi tapahtumaa. (Tarssanen & Kylänen 2006, 6–7.)



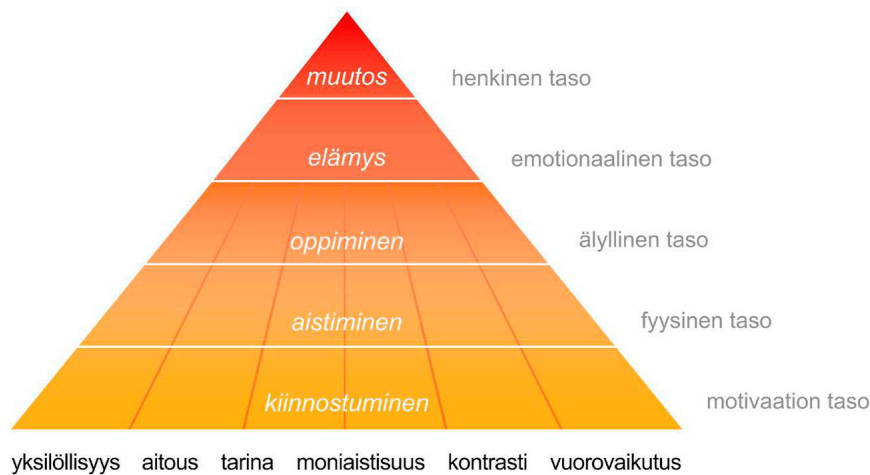
KUVIO 1. Elämyksen nelikenttä (Pyyhtiä 2013.)

Borgin, Kiven ja Partin (2002, 26–28) sekä Kompulan ja Boxbergin (2002, 29) mukaan yrityksen tavoite elämystentuottajana toteutuu vasta asiakaspalvelutilanteessa, ja siksi tuotteen tai palvelun tuottajien on tunnettava erilaisia keinoja johdattaa asiakas elämyskokemuksensa. Palveluntarjoaja voi kuitenkin toimia vain tiettyyn pisteeseen asti. Asiakas määrittää itse oman elämyskokemuksensa, mutta siihen vaikuttavat sekä vuorovaikutustilanne asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä että asiakkaan taustatekijät, kuten hänen kulttuurinsa ja se, mihin hän on tottunut arkielämässään. (Tarssanen & Kylänen 2006, 7.)

Elämys on viimekädessä henkilökohtainen kokemus, eikä elämyksiä voida taata, mutta niiden syntymiselle voidaan luoda edellytykset palvelukonseptin, -prosessi ja -järjestelmän avulla (Komppula & Boxberg 2002, 29). Tarssasen ja Kyläsen (2005) mukaan elämys on kokonaisvaltainen tunnekokemus, joka voi parhaimmillaan tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoskokemuksen.

3.2 Elämuskolmio, kokemuksen tasot ja elämyksen elementit

Elämuskolmion malli mahdollistaa tuotteiden ja palvelujen elämyksellisyyden analysoinnin ja ymmärtämisen. Malli kuvaa täydellistä tuotetta, jonka kaikilla tasoilla kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. Malli on selkeä työkalu tuotteen kriittisten kohtien tai puutteiden löytämiseksi. Mallissa on kuvattu asiakkaan kokemuksen rakentuminen kiinnostuksen, kokemisen, ja tietoisien prosessoinnin kautta tunnepitoiseen elämykseen, joka johtaa henkiseen muutoskokemukseen (kuvio 2). Toimivassa elämystuotteessa tai -palvelussa kaikki peruselementit ovat mukana jokaisella kokemisen tasolla. (Tarssanen & Kylänen 2006, 8.)



KUVIO 2. Elämuskolmio (Tarssanen 2005)

Elämyksen kokemisen tasoista alimpana on motivaation taso. Se tarkoittaa asiakkaan kiinnostuksen herättämistä. Motivaation tasolla tuodaan tuote tai palvelu asiakkaan tietoisuuteen ja luodaan asiakkaan odotukset tuotetta kohtaan, kuten halu osallistua ja kokea. Jo tässä vaiheessa mahdollisimman monen elämuskriteerin tulisi täyttyä, joten tuotteen markkinoinninkin tulisi sisältää elämyksen syntymiseen tarvittavia elementtejä. Seuraavana on fyysinen taso. Fyysisellä tasolla asiakas kokee ympäristöään aistiensa avulla.

(Tarssanen & Kylänen 2006, 12.) LaSallen ja Brittonin (2003, 9) mukaan tällä tasolla tuote tai palvelu otetaan vastaan, koetaan, tunnetaan ja tiedostetaan. Fyysisten aistimusten avulla tiedostamme missä olemme, mitä tapahtuu ja mitä teemme. Fyysisellä tasolla hyvä tuote takaa miellyttävän ja turvallisen kokemuksen. Kolmantena on älyllinen taso. Sillä prosessoimme ympäristön antamat aistiärsykkeet ja toimimme niiden mukaan. (Tarssanen & Kylänen 2006, 13.) Tällä tasolla päätämme olemmeko tyytyväisiä tuotteeseen vai emme (LaSalle & Britton 2003, 9). Älyllisellä tasolla hyvä tuote tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden oppia jotakin uutta, kehittyä ja saada uutta tietoa joko tiedostetusti tai tiedostamatta. Neljäs taso on emotionaalinen taso. Tällä tasolla tapahtuu varsinainen elämyksen kokeminen. Yksilöiden tunnereaktioita on vaikea ennustaa ja hallita, mutta jos tuotteessa on tähän saakka otettu hyvin huomioon kaikki peruselementit on hyvin todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion. Viimeinen ja ylin tasoista on henkinen taso. (Tarssanen & Kylänen 2006, 13.) Ahon (2001, 25) mukaan elämyksen kaltainen positiivinen ja voimakas tunnereaktio saattaa johtaa henkilökohtaiseen muutuskokemukseen, joka johtaa melko pysyviin muutoksiin kohdehenkilön fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. Tällöin yksilö kokee muuttuneensa ihmisenä, omaksuneensa osaksi persoonaansa tai maailmankuvaansa jotakin uutta ja kehittyneensäkin. Elämyksen kautta voi omaksua uuden harrastuksen, ajattelutavan tai löytää itsestään uusia voimavaroja. (Tarssanen & Kylänen 2006, 13–14.)

Vaikka elämystä on mahdotonta taata, voidaan tuotteeseen sisällyttää elementtejä, joiden avulla elämys todennäköisesti syntyy. Näillä elementeillä varmistetaan elämyksen kriteerien täyttyminen, tuote niin sanotusti elämyksellistetään. Tällöin elämyksen syntymiselle luodaan mahdollisimman suotuisat puitteet. Elämyksen elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus, jotka näkyvät elämyskolmiomallin alareunassa (kuvio 2). (Tarssanen & Kylänen 2006, 9; LUC.fi 2010.)

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen ainutlaatuisuutta ja ainutkertaisuutta tarkoittaen että samanlaista tuotetta tai palvelua ei löydy muualta. Tämä näkyy tuotteen tai palvelun asiakaslähtöisyydessä ja joustavuudessa asiakkaan mieltymysten ja tarpeiden mukaan. Tuotteen tai palvelun yksilöllisyyttä voidaan lisätä lähes loputtomiin, mutta yksilöllisyyden lisääntymisen myötä myös kustannuksilla on taipumus nousta. Yksilöllisyyden haasteena on tuottaa helposti personoitavia tuotteita, joiden peruskonsepti on monistettavissa. (Tarssanen & Kylänen 2006, 9.)

Brunerin (1994) mukaan tuotteen tai palvelun aitouden määrittää loppujen lopuksi asiakas itse. Aitous tarkoittaa tuotteen uskottavuutta eli tuote on aito, jos asiakas kokee sen uskottavana. Ehdotonta ja universaalialta aitoa ja oikeaa ei ole olemassa, vaan kyse on aina jonkin auktoriteetin määrittelemästä versiosta paikallisuudesta ja siitä kenen näkökulmasta se määritellään. Aito tuote perustuu tekijöidensä kulttuuriin ja sen tuottajat kokevat sen luontevaksi osaksi omaa, paikallista identiteettiään. (Tarssanen & Kylänen 2006, 9–10.)

Tarina liittyy läheisesti tuotteen tai palvelun aitouteen. Kokemuksesta tulee tiivis ja mukaansatempaava, kun kokonaisuuden eri elementit sidotaan toisiinsa yhtenäisellä ja uskottavalla tarinalla. Tällainen tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja sisällön, ja asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote tai palvelu. Hyvä tarina on sekoitus faktaa ja fiktiota. Tarina voi sisältää esimerkiksi vanhoja uskomuksia tai legendoja. Uskottava ja aito tarina houkuttelee asiakkaan osalliseksi kokemusta myös tunnetasolla. Tämä saa asiakkaan kokemaan tuotteen myös älyllisellä ja emotionaalisella tasolla. Tarinan vaikuttavuutta ei kannata jättää sattuman varaan. Tuotteen tai palvelun tarinan tulisi olla huolellisesti suunniteltu kohdeyleisön tarpeet huomioon ottaen. Tarinan on oltava loppuun asti mietitty ja toteutettu niin, etteivät sen yksityiskohdat ole ristiriidassa keskenään. (Tarssanen & Kylänen 2006, 10–11.) Pine ja Gilmore (1999) nimittävät tätä elämyksen harmonisoinniksi ja teemoitteluksi. Johdonmukainen teemoittelu on olennainen osa elämystuotetta. Teemojen ja tarinan on oltava läsnä kaikissa tuotteen kokemisen vaiheissa, markkinoinnista kokemiseen ja kokemisesta jälkimarkkinointiin. (Tarssanen & Kylänen 2006, 11.)

Moniaistinen tuote tai palvelu on koettavissa mahdollisimman monin aistein. Kaikkien aistiärsykkeiden tulisi olla harmoniassa keskenään niin, että ne vahvistavat haluttua teemaa ja tukevat tuotteen tai palvelun mukaansatempaavuutta. Mikäli aistiärsykeitä on liikaa tai ne ovat häiritseviä saattaa kokonaisvaikutelma kärsiä. (Tarssanen & Kylänen 2006, 11.)

Kontrastilla tarkoitetaan erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta. Tuotteen tai palvelun on oltava erilainen suhteessa asiakkaan arkeen. Asiakkaan on voitava kokea jotakin uutta ja tavallisesta poikkeavaa. Uuden ja erilaisen kokeminen mahdollistaa oman itsen näkemisen toisesta näkökulmasta. Tämä vapauttaa asiakkaan kokemaan erilaisella tavalla vapaana arjen rajoituksista. Kontrastin luomisessa on huomioitava asiakkaan kansallisuus

ja kulttuuri, sillä yhdelle eksoottinen voi olla toiselle arkipäivää. (Tarssanen & Kylänen 2006, 11.)

Viimeisenä elämyksen elementeistä on vuorovaikutus tuotteen tai palvelun ja asiakkaan välillä. Se on onnistunutta viestintää tuotteen tai palvelun ja sen tuottajien kanssa. Vuorovaikutukseen liittyy olennaisena osana yhteisöllisyyden tunne, eli koetaan jotakin yhdessä, osana yhteisöä. Elämyksen voi kokea toki yksinkin, mutta yhteisöllisyyteen liittyy tietoisuus siitä, että kokemus on yleisesti hyväksytty ja näin nostaa kokijan sosiaalista statusta tai liittää häntä tiiviimmin tiettyyn ryhmään. Elämyksistä puhuttaessa vuorovaikutuksen elementti on erityisen tärkeä yksilöllisyyden luomisessa. Henkilökohtaisella vuorovaikutuksella on ratkaiseva rooli kokemuksen, tuotteen tai palvelun fyysisten puitteiden ja niiden tarjoamien haasteiden välittämisessä asiakkaalle mahdollisimman onnistuneella tavalla. (Tarssanen & Kylänen 2006, 11–12.)

4 KANNATTAVA LIIKETOIMINTA

4.1 Kannattavuuden suunnittelu ja tuloksellisuuden elementit

Kannattavuutta on suunniteltava niin yksittäisen päivän kuin koko tilikaudenkin tasolla. Suunnitelmien toteutumista on seurattava jälkikäteen laadittavilla laskelmilla. Mahdolliset poikkeamat suunnitelmien ja toteuman välillä on selvitettävä ja analysoitava ja ne otetaan jatkossa huomioon liiketoimintaa suunniteltaessa. Katetuottoajattelu ja -laskenta ovat taloudellisen toiminnan suunnittelun ja tarkkailun perustyökaluja. Katetuottolaskentaa käytetään monissa laskennallisissa arviointia vaativissa ongelmatilanteissa. Tavallisia katetuottoajattelun hyväksikäyttömuotoja ja -alueita ovat esimerkiksi liiketoiminnan tuloslaskenta, budjetointi, tuotekehittely ja hinnoittelu. (Heikkilä & Saranpää 2009, 60.)

Tuottavuus, taloudellisuus ja kannattavuus ovat taloudellisen toiminnan tavoitteita. Näitä kolmea voidaan kutsua tuloksellisuuden elementeiksi. Tuottavuuden, taloudellisuuden ja kannattavuuden kautta yritys pyrkii toteuttamaan taloudellisesti tärkeintä tavoitettaan eli voittoa ja sitä kautta jatkuvaa liiketoimintaansa. (Heikkilä & Saranpää 2009, 65.)

Tuottavuudella tarkoitetaan sitä kuinka paljon tuotosta saadaan aikaan tietyllä määrällä panoksia. Tuottavuus kuvastaa toiminnan panos-tuotos-suhdetta. Tuottavuudesta käytetään usein myös nimitystä tehokkuus. Tuotos tarkoittaa esimerkiksi tuotettujen tuotteiden kokonaismäärää kappaleina ja tuotantopanos tarkoittaa esimerkiksi tuotantoon käytettyjä työtunteja. Tuottavuuden periaate voidaan muotoilla eri tavoin. Periaate on saavuttaa tietyillä panoksilla mahdollisimman suuri tuotos, saavuttaa tietty tuotos mahdollisimman pienillä panoksilla ja saavuttaa mahdollisimman pienillä panoksilla mahdollisimman suuri tuotos. Hotelli- ja ravintola-alan yrityksen tärkeimpiä tuotantopanoksia ovat raaka-aineet, työvoima ja sitoutunut pääoma eri omaisuuserien muodossa. Tuottavuutta voidaan laskea joko kokonaistuottavuutena koko yritykselle tai eri tuotantopanojen ns. osatuottavuutena, jos jakajana on vuorollaan vain yksi tuotannon tekijä. Näin voidaan määrittellä esimerkiksi kokonaistuottavuus, raaka-ainekäytön tuottavuus tai pääoman tuottavuus. Jos kokonaistuottavuus paranee, samoilla panoksilla on lisätty tuotantomääriä, samoilla panoksilla on valmistettu parempilaatuisia tuotteita tai tuoteyksikköä kohden

on käytetty vähemmän panoksia kuin aikaisemmin. Hotelli- ja ravintola-alalla tuottavuudesta puhuttaessa tarkoitetaan yleisemmin henkilöstön käytön tehokkuutta. Tuottavuuden näkökulmasta tavoitteena on saada aikaan esimerkiksi maksimaalinen liikevaihdon määrä uhrautuilla työtunneilla. (Heikkilä & Saranpää 2009, 66.)

Taloudellisuus tavoitteena merkitsee sitä kuinka suurin taloudellisin uhrauksin joku tuotost määrä saavutetaan. Tavoitteena on luonnollisesti saada tuotos aikaan mahdollisimman pienin taloudellisin panoksin. Taloudellisuus on sellaista tuottavuutta, jossa panokset on ilmaistu rahana ja tuotokset määrinä. Hotelli- ja ravintola-alan yrityksissä taloudellisuudella tarkoitetaan yleensä raaka-ainekäytön taloudellisuutta, mutta myös muiden kulujen euromäärää suhteessa yksittäisen tuotteen tai tuoteryhmän tuotantomääriin tulee seurata. Hotelli- ja ravintola-alan taloudellisuuden yleisimmin käytettyjä tunnuslukuja ovat esimerkiksi muuttuvat kustannukset, työvoimakustannukset ja kiinteät kustannukset. (Heikkilä & Saranpää 2009, 67.)

Yrityksen on kyettävä kattamaan myyntituloillaan kaikki toiminnasta aiheutuvat kustannukset pystyäkseen toimimaan pitkällä tähtäimellä. Toiminnan absoluuttisella kannattavuudella, jota mitataan rahayksiköissä, tarkoitetaan tuottojen ja kustannusten erotusta. Suhteellisella kannattavuudella, joka ilmaistaan usein prosentteina, tarkoitetaan toiminnallisella tasolla esimerkiksi katteiden tai jonkun kuluerän suhdetta liikevaihtoon. Lisäksi suhteellista kannattavuutta mitataan yritystoimintaan sijoitetulle pääomalle saatuna tuotona. Kannattavuuden tunnuslukuja ovat esimerkiksi myyntikateprosentti, palkkakateprosentti ja käyttökateprosentti. (Heikkilä & Saranpää 2009, 67.)

Tuottavuus, taloudellisuus ja kannattavuus ovat saman asian eri näkökulmia. Yritys voi toimia tuottavasti ja taloudellisesti vaikka toiminta ei olisi kannattavaa, sillä tietyllä työpanoksella aikaansaatu tuotanto, voi olla tietyllä ajanjaksolla onnistuneen työvoimankäytön ennakkosuunnittelun vuoksi tuottavaa. Samoin raaka-ainekäyttö voi hyvin toteutetun tuotekehittelyn ja tarkkailujärjestelmän ansiosta olla taloudellista. Silti yrityksen kannattavuus voi heiketä samalla aikajaksolla, jos laskeneet kokonaistuotot eivät pysty kattamaan kokonaiskustannuksia. Tuottavasti ja taloudellisesti järjestetty tuotantotoiminta on erän kannattavan toiminnan perusedellytyksistä. (Heikkilä & Saranpää 2009, 69.)

4.2 Katetuottoajattelu

Kannattavuuden selvittämiseksi ja varmistamiseksi käytetään apuna katetuottolaskentaa. Sitä hyödynnetään erityisesti katetuoton hallinnan apuvälineenä haluttaessa laskea esimerkiksi kannattavan toiminnan minimiliikevaihtoa. Katetuotolla tarkoitetaan hotelli- ja ravintola-alan yrityksissä usein myyntikatetta, vaikka katetuottolaskennassa katetuotto ei aina tarkoita myyntikatteen käsitettä. Katetuottolaskennalla pyritään yksinkertaistamaan kannattavuuden hallintaa. Yksinkertaistaminen auttaa ymmärtämään kannattavuusongelmiin liittyvät olennaiset tekijät ja helpottaa ratkaisujen löytymistä. On kuitenkin varotettava, ettei oikeiden päätösten teko vaarannu liiallisen yksinkertaistamisen vuoksi. (Heikkilä & Saranpää 2009, 53.)

Katetuottolaskenta soveltuu joustavuutensa ja monipuolisuutensa ansiosta monien taloushallinnon laskentatilanteiden kuvaamiseen ja päätöksenteon avustamiseen, minkä vuoksi onkin ehkä paikallaan puhua katetuottoajattelusta jäykän laskentamallin sijaan. Katetuottoajattelu on tapa laskennallisesti kuvata erilaisia liiketoiminnan tilanteita toiminnan suunnittelun ja tarkkailun helpottamiseksi. Katetuottoajattelua voidaan soveltaa niin koko yrityksen kuin sen osienkin kannattavuuden arviointiin. Näitä osia voivat olla esimerkiksi eri osastot, toimipaikat, tuoteryhmät ja tuotteet. Laskentamallin hyödyntämiselle erilaisissa tilanteissa ei ole rajoitteita, joten sen on oltava luonteeltaan joustavaa. Katetuottoajattelun mukaan yrityksen kustannukset jakautuvat kahteen pääryhmään: muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. Jakoon vaikuttaa kunkin kuluerän suhde yrityksen toiminta-asteessa tapahtuneisiin muutoksiin. Määrittely ei aina ole täysin yksiselitteinen. (Heikkilä & Saranpää 2009, 53.)

Muuttuvat kulut ovat myynnin määrästä riippuvaisia. Myynnin kasvu kasvattaa muuttuvia kustannuksia ja myynnin lasku vähentää niitä. Perusolettamuksena on, että muutokset myynnissä muuttavat kustannuksia samassa suhteessa. Käytännön liiketoiminnassa muuttuvien kustannuksien muutos ei välttämättä ole lineaarista. Myynnin määrän ja tehokkuuden lisääntyessä muuttuvien kulujen tulee laskea suhteessa myyntiin. Tällöin myyntikateprosentti vastaavasti kasvaa. Esimerkki tämän tyyppisistä muuttuvista kustannuksista ovat raaka-ainekustannukset, joiden oletetaan pienenevän suhteessa tuotantoyksikköön tuotannon määrän kasvaessa. Esimerkkejä muuttuvista kuluista ovat raaka-ainekulut, suoraan myynnin määrästä riippuvaiset työvoimakulut ja liikevaihtoon sidottu vuokra. (Heikkilä & Saranpää 2009, 53–54.)

Kiinteät kulut ovat myynnin määrästä riippumattomia pienillä tuotantomäärien muutoksilla ja lyhyellä aikavälillä ja yleensä sidonnaisia aikaan. Tiettyt kustannukset on katettava, vaikka myyntiä ei syntyisi yhtään. Tällaisia kustannuksia ovat esimerkiksi kiinteät kuukausivuokrat, vakuutukset ja perusmiehityksen aiheuttamat työvoimakulut. Näidenkään kuluerien osalta kiinteys ei tarkoita euromääräistä muuttumattomuutta vaan kiinteyttä suhteessa myynnin volyymin vaihteluihin. Euromääräiset summat muuttuvat hintojen, palkkojen ja muiden erien kohotessa esimerkiksi inflaation vaikutuksesta. (Heikkilä & Saranpää 2009, 54.)

Tuloksellisuuden suunnittelu ja siihen vaikuttaminen edellyttävät laskennallisten osien yksinkertaistamista. Katetuottoajattelun laskennallisten työkalujen määrittely edellyttää sisäisen laskentatoimen tulosraporttia yksinkertaisemmän tuloslaskelmakaavan käyttöönottoa. Tuloslaskelmakaavassa lähdetään liikkeelle liikevaihdosta eli arvonlisäverottomasta myynnistä. Liikevaihdosta vähennetään kaikki kulut sen mukaisesti ovatko ne muuttuvia vai kiinteitä. Koska laskelma alkaa arvonlisäverottomalla liikevaihdolla, kaikkien siitä vähennettävien muuttuvien ja kiinteiden kustannuksien on oltava arvonlisäverottomia. Mikäli muuttuvina kuluina on pelkkiä raaka-ainekustannuksia, katetuoton sijaan voidaan käyttää termiä myyntikate. Kiinteät kulut käsitellään yhtenä kokonaisuutena, joka sisältää muun muassa kiinteät työvoimakustannukset, vuokrat, poistot ja korot. (Heikkilä & Saranpää 2009, 55.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen tutkimus. Laadullisella tutkimuksella mahdollistettiin vastausten yllättävyys ja monipuolisuus. Kysymysten muotoilua mietittiin hyvin tarkasti. Kysymykset haluttiin muotoilla mahdollisimman avoimiksi, jotta vastaajia ei johdatella tietynlaisiin vastauksiin, eikä heidän mielipiteitään ja ajatuksiaan rajata. Tutkimus toteutettiin verkkolomakkeella (liite 1) 23.9.–2.10.2016 välisenä aikana. Tutkimuslomake jaettiin Suomen cosplaypiiri ja Suomen Animefanit, SAF Facebook-ryhmissä. Näiden ryhmien jäsenet ovat tutkimuksen kohderyhmää. Lomake jaettiin myös kirjoittajan Japani- ja animekulttuurista kiinnostuneille ystäville.

Tutkimuksella haettiin vastausta kysymykseen: Millä elementeillä mahdollistetaan asiakkaalle elämys Japani-/animeteemaisessa kahvilassa kannattavasti? Lomakkeessa oli valmiiksi määritelty kahvilan sijainti, asiakaspaikkojen määrä ja aukioloajat. Kahvila sijaitsee Tampereella, siellä on 30 asiakaspaikkaa ja se on avoinna arkisin kello 10–20, lauantaisin kello 10–22 ja sunnuntaisin kello 12–22. Lomakkeessa kysyttiin millaisia elementtejä, kuten tuotteita ja palveluja, kahvilassa on, mikä tekee kyseisistä elementeistä elämyksellisiä ja millainen vastaaja on kahvilan asiakkaana. Vastaajaa opastettiin, viimeiseen kysymykseen vastatessaan, kuvailemaan esimerkiksi rahankäyttöään kahvilassa. Tutkimukseen vastasi vain 17 henkilöä, mutta koska kyseessä oli laadullinen tutkimus, vain vastausten sisällöllä oli merkitystä.

Kaikki vastaukset käytiin läpi tarkasti ja niiden sisältö jaettiin värikoodien avulla kategorioihin (liite 2). Esimerkiksi kahvilan tuotteita koskenut osuus vastauksesta väritettiin sinisellä värillä, tunnelmasta kertovat asiat väritettiin punaisella ja niin edelleen. Kategorioita syntyi yhteensä yhdeksän: Japani-teema, anime-teema, sisustus, tuotteet, musiikki, henkilökunta, tunnelma, oheistuotteet ja -toiminta ja hintataso (liite 3). Jokainen kategoria auttoi rakentamaan kokonaiskuvaa siitä, millainen kahvila on. Kun kaikki vastaukset saatiin käytyä läpi ja eri aiheet väritettyä, yhdistettiin kaikki samasta kategorista kertovat asiat omaksi taulukokseen.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Perinteinen Japani-teema mahdollistaa vastaajien mielestä laajemman asiakaskunnan ja vetoaa paremmin myös iäkkäämpiin ihmisiin. Japani-teemainen kahvila on helpommin lähestyttävä kuin anime-teemainen kahvila, koska pelkistetty anime-teema saattaa pelästyttaa monet aiheesta tietämättömät asiakkaat. Tutkimuksen vastauksissa huomattiin risiiriitaa Japani- ja anime-teeman välillä. Syntyi kolmenlaisia vastauksia: keskittyminen perinteiseen Japani-teemaan, hyvä tasapaino Japani- ja anime-teeman välillä ja keskittyminen anime-teemaan. Kahvilaan halutaan anime- ja mangatyylisiä ruokia ja söpöjä anime-tyttöjä. Tietyt päivät kahvilassa voivat olla enemmän painottuneita anime-teemaan ja vastaajat uskovat anime-teemaisen kahvilan houkuttavan asiakkaikseen animen ja cosplayn harrastajia sekä Japanista kiinnostuneita.

Sisustuksella oli melko suuri osuus tutkimusvastausten sisällössä. Vastauksista ilmeni selkeitä ideoita kahvilan ulkonäöstä. Sisustus jakoi mielipiteitä voimakkaasti. Kahvilan sisustuksen tulee toisten mielestä olla värikäs ja näyttävä, kun taas toiset olivat sitä mieltä, että sisustuksen tulee olla hillitty ja täynnä vaaleita sävyjä. Kahvilan sisustuksesta halutaan sekä perinteisen japanilainen että länsimaalainen. Vastauksista huomataan, että kahvilan teeman tulee näkyä sisustuksessa. Mieleeni painui erityisesti yksi vastaus koskien kahvilan elämyksellisyyttä: ”Kun astutaan ovesta sisään, astutaan toiseen maailmaan.” Tutkimusvastauksissa huomio kiinnittyi sisustuksen lisäksi eniten kahvilan tuotteisiin. Tuotevalikoimasta oli selkeitä ideoita. Vastaajien mielestä kahvilan tuotevalikoimasta tulee löytyä sekä japanilaisia että suomalaisille tutumpia tuotteita. Vaikka kyseessä on kahvila, muutamissa vastauksissa ehdotettiin myös lounasnoutopöytää kahvilaan. Vastaajat uskovat teemaan sopivien tuotteiden erottavan kahvilan muiden joukosta.

Tutkimusvastauksissa ei keskitytty paljoa kahvilan musiikkiin. Suurin osa vastausten sisällöstä keskittyi kahvilan tuotteisiin ja ulkonäköön. Vastauksista, joissa musiikista mainittiin, käy ilmi, että kahvilassa soiva musiikki vaikuttaa tunnelmaan suuresti. Vastauksissa mainittiin, että japanilaisen musiikin kuuleminen ravintolassa tai kahvilassa on hyvin harvinaista. Jo tämänkin takia teemaan sopiva musiikki on tärkeää. Henkilökunnasta ja asiakaspalvelusta puhuttaessa nousivat ystävällisyys ja laatu vastaajille tärkeimmiksi.

Vaikka kahvilan sisustuksesta halutaan räikeä ja näyttävä, tunnelman tulee silti pysyä rauhallisena. Kahvilan tunnelmasta vastauksissaan kirjoittaneet haluavat kahvilaan rauhallisen ilmapiirin. Tunnelman rauhallisuus saisi vastaajien mielestä houkuteltua kahvilaan myös anime-teemaa vieroksuvia asiakkaita. Vastaajat kertovat, että kahvilassa valitsee oma tunnelma ja että kahvilan teema ja tunnelma saa heidät irrottautumaan arjesta. Tutkimusvastauksissa ehdotettiin kahvilaan erilaisia oheistuotteita. Kahvilan oheistuotteiksi ehdotetaan monenlaisia asioita, kuten värityskuvia, mangaa ja pelejä. Kahvilan hintatasosta ei mainittu vastauksissa paljoa. Vastauksissaan hintatasosta mainitsevat henkilöt olivat sitä mieltä, että kahvilan hintojen pitää olla edullisia. Vastauksissa lueteltiin myös konkreettisia hintoja, joiden niiden perusteella huomataan, että hintatason tulisi vastaajien mielestä pysyä melko alhaisena. Erityisesti opiskelijaystävällisistä hinnoista ja opiskelijalennuksista mainitaan.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kahvilassa on hyvä tasapaino Japani- ja animateeman välillä. Kahvilassa järjestetään kuusi kertaa vuodessa anime-teemaviikonloppuja. Animeviikonloppuina kahvila muunnetaan valitun animen teeman mukaiseksi. Animeviikonloppuna kahvila on auki sekä lauantaina että sunnuntaina kello 12–18. Animeviikonloppuja vietetään helmikuussa, huhtikuussa, kesäkuussa, elokuussa, lokakuussa ja joulukuussa. Animeviikonloppujen aiheet on lueteltu taulukossa 1. Ystävänpäivä-viikonloppuna teemaksi valitaan romantiikka-anime, Halloween-viikonloppuna teemaksi valitaan kauhuanime ja niin edelleen. Animeviikonloppuina kahvilaan on pieni sisäänpääsymaksu. Seuraavan animeviikonloppun teema julkistetaan heti edellisen päätyttyä mahdollisten varausten varalta. Meido/butler-päivien järjestämistä pohdittiin kauan, sillä ne tulivat esiin useassa tutkimuksen vastauksessa. Lopulta kyseinen elementti päätettiin jättää pois kahvilasta, sillä sopivan aikavälin löytäminen oli haastavaa ja kahvilassa on muutenkin niin paljon muita elementtejä. Yhtenä syynä oli myös kahvilan kulujen lisääntyminen, jos henkilökunnalle pitäisi hankkia meido- ja butler-asuja.

Helmikuu	Ystävänpäivä
Huhtikuu	Komedia
Kesäkuu	Urheilu
Elokuu	Back to school
Lokakuu	Halloween
Joulukuu	Joulu ja uusivuosi

TAULUKKO 1. Animeviikonloppujen aiheet

Kahvilan sisustuksessa perinteinen japanilaisuus kohtaa modernin länsimaalaisuuden. Kahvilan värit ovat voimakkaat mutta hillityt. Kahvilan värimaailmaan kuuluu muun muassa ruskeaa, vihreää, vaaleanpunaista ja burgundinpunaista. Valaistuksena käytetään mahdollisimman paljon luonnonvaloa. Kahvilassa on 30 asiakaspaikkaa. Kahvilassa on kuusi seinän vieressä sijaitsevaa neljän hengen pöytää ja neljä kahden hengen pöytää. Pöytiä koristavat sirot kukat. Istuimet on valittu kahvilaan asiakkaan mukavuutta ajatellen. Neljän hengen pöydissä on seinän vieressä pitkä sohva ja toisella puolella pöytiä yksittäiset tuolit. Kahden hengen pöydissä on yksittäiset tuolit. Kahvilassa on hylly, johon

asiakkaat voivat tuoda käytettyjä manga-pokkareitaan ja lehtiään. Asiakkaat voivat lainata luettavaa tästä hyllystä. Hyllyn päällä on tunnelmaa luomassa animefiguureja.

Suurin osa kahvilan tuotteista on japanilaisia makeisia ja leivonnaisia. Pieninä makeisina kahvilasta löytyy muun muassa dangoja ja erilaisilla täytteillä täytettyjä daifukuja. Kahvilasta löytyy sekä japanilaisia että suomalaiseseen makuun tutumpia leivonnaisia. Kahvilassa on suolaisina tuotteina tarjolla myös esimerkiksi riisiomeletti, onigirejä ja erilaisia piiraita. Monia kahvilassa tarjottavia tuotteita on havaittu myös animessa. Kahvilassa on pöytiintarjoilu. Kuumina juomina kahvilan tuotteisiin kuuluu tee ja kahvi ja hieman erikoisempina juomina muun muassa machalatte. Maustamaton vihreä tee keitetään teemaan sopiviin japanilaisiin teepannuihin. Kahvilasta löytyy myös pussiteetä esimerkiksi mustan teen juojille, mutta päähuomio on maustamattomassa vihreässä teessä. Kylminä juomina kahvilassa on tarjolla mehua ja Ramune-limonadeja. Kahvilan kassalta voi ostaa Pockyja. Laadin esimerkkimenun yhdelle animeviikonlopulle. Vuodenajan huomioon ottaen käytin esimerkkimenussa Halloween-teemaa, (liite 4) johon valitsin animen Attack on Titan. Kyseinen anime on hyvin verinen ja traaginen, joten se sopi Halloween-teemaan täydellisesti. Listan tuotteet ovat helposti toteutettavia muunnoksia kahvilan päivittäisistä tuotteista.

Kahvilassa soi päivittäin rauhallisia japanilaisia pop-kappaleita. Musiikki on kahvilan ainoa asia jossa ei ole yhtään länsimaalaisuutta. Kaikki kahvilassa soitettava musiikki on japanilaista. Toki kappaleiden sanoituksessa saattaa olla seassa esimerkiksi englantia, mutta kyseessä on silti japanilainen musiikki. Animeviikonloppuina kahvilassa soi luonnollisesti teemana olevan animen musiikki. Esimerkiksi Attack on Titan -viikonloppuna kahvilassa soi animesta muun muassa tutut kappaleet Guren no Yumiya ja Jiyuu no Tsukuba.

Henkilökunnan asun värityksellä luodaan asiakkaalle japanilaista tunnelmaa. Tarjoiluhenkilökunnalla on keväällä ja kesällä yllään musta t-paita, mustat suorat housut ja machanvihreä puoliessu. Syksyllä ja talvisin henkilökunnalla on yllään musta kauluspaita, mustat suorat housut ja burgundinpunainen puoliessu. Henkilökunnalla voi olla asun väritykseen ja kahvilan tunnelmaan sopivia hiuskoristeita. Asiakaspalvelijat tervehtivät asiakasta reippaasti heti, kun hän astuu sisään kahvilaan. Asiakas myös hyvästellään hänen lähtiessään. Animeviikonloppuina henkilökunnan asu on teemaan sopiva. Tarkoi-

tuksena on, että asiakaspalvelijat ottavat teemana olevan animen hahmon roolikseen. Esimerkiksi Attack on Titan -viikonloppuna asiakaspalvelijoina eivät toimi kahvilan työntekijät Ville ja Leena, vaan animesta tutut Eren ja Mikasa. Kaikilla asiakaspalvelijoilla on nimikyltit, joka rentouttaa asiakaspalvelijan ja asiakkaan välistä suhdetta entisestään. Animeviikonloppuna nimikylteissä lukee tietenkin hahmon nimi.

Kahvilassa on hyvä ilmapiiri ja rauhallinen ja lämmin tunnelma. Kahvilaan voi tulla tapaamaan ystäviään ja pitämään hauskaa, mutta myös rentoutumaan. Kahvilan tunnelman pitää olla sellainen, että myös Japanista ja animesta tietämättömät ihmiset uskaltavat asiakkaaksi. Animeviikonloppuna tunnelma muuttuu, mutta tietty rauhallisuus säilyy. Kahvilassa voi tavata kaltaisiaan ihmisiä. Tunnelma on ainutlaatuinen ja jättää tilaa asiakkaan omille kuvitelmille. Kahvilan teema ja tunnelma saavat irrottautumaan arjesta. Kun asiakas astuu kahvilaan, astuu hän toiseen maailmaan.

Kuten aikaisemmin mainittiin, kahvilassa on hylly, josta asiakkaat saavat lainata mangaa ja lehtiä luettavaksi. Kahvilassa on muutamia pehmoleluja, joita yksinistuvat voivat halutessaan lainata viereensä. Pehmoleluja annetaan myös asiakkaiksi mahdollisesti tulevien lasten leikkikavereiksi. Animeviikonloppuna henkilökunta voi pelata nopeita kortitipelejä asiakkaiden kanssa. Kahvilassa on ilmainen WiFi.

Suuri osa kahvilan asiakkaista on todennäköisesti opiskelijoita, joten hintatason tulee mahdollisuuksien mukaan olla opiskelijalle sopiva. Erillisiä opiskelija-alennuksia kahvilassa ei ole. Tein Attack on Titan – teemaviikonlopulle katetuottolaskelman palkkakatteeseen asti (taulukko 2). Koska raaka-ainekustannuksia ei tähän laskelmaan ollut mahdollista tarkasti selvittää, niiden on arvioitu olevan 30 prosenttia liikevaihdosta. Katetuottoaskelmassa ei ole otettu huomioon esimiehen kuukausipalkkaa. Tavallisesti kahvilassa on samaan aikaan töissä 1-2 tarjoilijaa ja yksi kokki. Animeviikonloppuna sekä lauantaina että sunnuntaina on töissä kaksi tarjoilijaa, kaksi kokkia ja kuukausipalkkainen esimies. Laskelmassa käytetty tuntipalkka on 10,50 €. Palkka ei ole täysin oikea, mutta lähellä totuutta. Palkkojen sivukulukertoimena käytettiin lukua 1,5. Työntekijöiden määrän kasvaessa työvoimakustannukset luonnollisesti nousevat. Asiakaspalvelijoita on hyvä olla useampi kuin yksi, jotta teemana olevasta animesta on useampi hahmo palvelemissa asiakkaita. Animeviikonloppuna kahvilaan on kolmen euron sisäänkäymä. Tutkimuksessa selvisi, että asiakkaat ovat valmiita maksamaan animeviikonlopun kaltaisista tapahtumista hieman ylimääräistä. Asiakkaita on kahvilassa molempina päivinä arviolta 30.

Suurimman osan asiakkaista oletetaan saapuvan animeviikonloppuna kahvilaan varauksella. Varauksen tehneellä asiakkaalla on kolme tuntia aikaa kahvilassa. Koska animeviikonloppuja on niinkin usein, kuin kahden kuukauden välein, kahvilan ei uskota tulevan täyteen. Moni kahvilan kohdeasiakkaista asuu varmasti toisessa kaupungissa ja heidän ei voi olettaa matkustavan Tampereelle jokaisena animeviikonloppuna. Tuotteiden myyntimäärät on mietitty mahdollisimman realistisesti ja niiden perusteella on laskettu kahvilan liikevaihto. Tässä katetuottolaskelmassa on käytetty arvonlisäverottomia myyntihintoja. Jos katetuottolaskelmaan lisättäisiin vielä muut kiinteät kustannukset, kuten vuokra ja korot, kahvilan toiminta ei animeviikonloppun aikana olisi kovin kannattavaa. Tulee kuitenkin muistaa, että laskelma on tehty vain kahdelle päivälle, joten esimerkiksi kokonaisen kuukauden katetuottolaskelma näyttäisi varmasti erilaiselta.

	YHT-€	%			
				aukiolotunnit/pvä	6
Liikevaihto	800,00 €	100,00 %		henkilöä töissä/pvä	4
- muuttuvat kustannukset	240,00 €	30,00 %		tuntipalkka/hlö	10,50 €
Myyntikate	560,00 €	70,00 %		sivukulukerroin	1,5
- työvoimakulut	378,00 €	47,25 %		sisäänkäymäsymaksu/asiakas	3,00 €
Palkkakate	182,00 €	22,75 %		asiakkaita/pvä	30
			KPL/vkl	A-HINTA	YHT-€
Erenin, Mikasan ja Arminin daifukut			20	3,00 €	60,00 €
Levin chili-suklaakakku			25	4,50 €	112,50 €
Erwinin kulmakarvat			40	2,00 €	80,00 €
Sashan paistinperunasalaatti			10	4,00 €	40,00 €
Hanjin kinkkupiiras			10	4,50 €	45,00 €
Vihreä tee			35	3,50 €	122,50 €
Kahvi			20	3,50 €	70,00 €
Machalatte			20	4,50 €	90,00 €
YHTEENSÄ					620,00 €

TAULUKKO 2. Halloween -animeviikonloppun katetuottolaskelma

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millä elementeillä mahdollistetaan asiakkaalle elämys Japani-/anime-teemaisessa kahvilassa kannattavasti. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käytiin läpi anime- ja kahvilakulttuuria Japanissa, elämyksen tuottamista ja kannattavaa liiketoimintaa. Opinnäytetyön pääaiheena oli elämyksen tuottaminen ja siitä kertovassa teorialuvussa saatiin tietoa elämyksen kokemisen tasoista ja siitä, mitä elementtejä vaaditaan elämyksen toteutumiseen.

Tutkimuksen tuloksista ja johtopäätöksistä huomataan elämyksen elementtien toteutuvan. Kahvila on erittäin yksilöllinen, sillä samankaltaista kahvilaa ei löydy muualta Suomesta. Aitous nousi esiin erittäin tärkeänä tutkimuksen tuloksissa. Kahvilan tulee olla

täynnä aitoa japanilaista tunnelmaa. Tarinallistamisella on kahvilassa suuri merkitys etenkin animeviikonloppujen tapauksessa. Animeviikonloppujen aikana asiakkaalle välitetään teemana olevan animen tarina ja tunnelma. Japani-/anime-teemainen kahvila on koettavissa moniaistisesti. Kahvilan ulkonäöllä, musiikilla ja herkullisilla tuotteilla mahdollistetaan asiakkaalle moniaistinen kokemus. Koska kaikilla asiakkailla on erilaiset taustat, kahvilan kontrastia on vaikeaa etukäteen arvioida. Suurin osa asiakkaista kuitenkin kokee kahvilan uutena ja erilaisena kokemuksena. Vuorovaikutus asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä on kahvilassa ensiarvoisen tärkeää.

Olen henkilökohtaisesti tyytyväinen opinnäytetyöhöni kokonaisuutena. Aiheen valinta oli minulle helppoa, sillä minulla on suuri intohimo japanilaista kulttuuria ja animea kohtaan. Toivon sen välittyneen myös kaikille opinnäytetyöni lukijoille. Opinnäytetyön teorialuvut tukevat hyvin tutkimusta. Tämä oli ensimmäinen kerta, kun toteutan laadullista tutkimusta, ja etenkin tulosten analysointi oli erittäin mielenkiintoista. Olen erittäin tyytyväinen saamiini tutkimustuloksiin ja niistä johdettuihin johtopäätöksiin. Uskon tämän opinnäytetyön olevan avuksi, jos joskus tällaisen kahvilan perustaminen tulee ajankoh-
taiseksi.

LÄHTEET

Aho, S. 2001. Matkailuelämys prosessina: elämysten synnyn ja kehityksen vaiheet teoksessa Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Toim. Aho, Honkanen, Saarinen. Lapin yliopiston matkailun julkaisuja B 6, Rovaniemi, 34.

Appetite for Japan. 2014. Anime cafe in Tokyo: Characro feat. Macross Frontier. Luettu 12.11.2016. <https://appetiteforjapan.com/2015/01/06/cafe-bar-characo-feat-macross-frontier-an-anime-themed-cafe-in-ikebukero/>

Appetite for Japan. 2014. AKB48 Cafe: the J-Pop themed restaurant in Akihabara. Luettu 12.11.2016. <https://appetiteforjapan.com/2016/04/10/akb48-cafe/>

Appetite for Japan. 2014. Gundam Cafe: an anime cafe in Akihabara. Luettu 12.11.2016. <https://appetiteforjapan.com/2015/05/30/gundam-cafe-akiba/>

Ayakawa Y. 2014. All You Need Is Love-All. Otaku USA 09/2014, 102.

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva. WSOY.

Bruner, E. M. 1994. Abraham Lincoln as Authentic Reproduction: A Critique of Post-modernism. American Anthropologist, 96.

Demi. 2010. Anime ja Manga. Julkaistu 13.03.2010. Luettu 12.11.2016. <http://www.demi.fi/demilat/oma-planeetta/anime-ja-manga>

Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2009. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskentatoimi. 2. painos. Vantaa. Hansaprint Direct Oy.

Japaninmatka.info. n.d. Maid-kahvilat. Luettu: 05.09.2016. <http://www.japaninmatka.info/matkavinkit/maid-kahvilat/>

Kehr, D. 2002. The New York Times. FILM; Anime, Japanese Cinema's Second Golden Age. Julkaistu 20.06.2002. Luettu 12.11.2016. <http://www.nytimes.com/2002/01/20/movies/film-anime-japanese-cinema-s-second-golden-age.html>

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Matkailuyrittäjä-sarja. Helsinki. Edita.

Laine, J. 2013. Japanilainen kohteliaisuus. Japan pop 07/2013, 30–31.

Lapin korkeakoulukonserni LUC. 2010. Palvelusta elämykseksi työkalut: teema, draama ja massaräätälöinti. Luettu: 06.09.2016. <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Palvelusta-elämykseksi>

LaSalle & Britton. 2003. Priceless. Turning Ordinary Products into Extraordinary Experiences. Harvard Business School Press.

Masumoto – Matkalla Japanissa. 2015. Eorzea Final Fantasy Kahvila -blogi. Julkaistu: 12.10.2015. Luettu: 05.09.2016. <http://masumuoto.blogspot.fi/search/label/teemakahvilat>

Pine II, J. B. & Gilmore, J. H. 1998. Welcome to the experience economy. Harvard Business Review.

Pine II, J. B. & Gilmore, J. H. 1999. The Experience Economy. Work Is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business School Press. Boston.

Pyyhtiä, M. 2013. Winter Activity Day. Tapahtumasuunnitelma Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijakunnalle. Lahden ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Stenberg, L. 2011. Vuosi Japanissa. Opas arkeen ja elämään vieraassa kulttuurissa. Oy Finn Lectura Ab.

Tarssanen, S. 2005. Elämys: Miten se tehdään? DVD. LEO – Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2005. A Theoretical Model for Producing Experiences – a Touristic Perspective. Teoksessa Articles on Experiences 2. Lapin yliopistopaino. Rovaniemi, 103-149.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2006. Elämystuottajan käsikirja. 4. painos. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (LEO).

Tokyo Treat. 2016. Japanese Anime Culture. Julkaistu 27.06.2016. Luettu 11.11.2016. <https://tokyotreat.com/blog/japanese-anime-culture/>

Valkama, H., Valleala, S. & Niskanen, E. 2010. Mondo matkaopas: Tokio. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuksen e-lomake

Alkutilanne: Suomeen on avattu japanilais-/animeteemainen kahvila. Kahvilassa on 30 asiakaspaikkaa ja se sijaitsee Tampereella. Kahvila on auki arkisin kello 10-20, lauantaisin kello 10-22 ja sunnuntaisin kello 12-22. Mitä sellaista tässä kahvilassa on, mikä mahdollistaa sinulle elämyksen? Tähän kysymykseen haluan sinulta vastauksen tämän kyselyn avulla. Tervetuloa!

Millä elementeillä mahdollistetaan asiakkaalle elämys japanilais-/animeteemaisessa kahvilassa kannattavasti?

Olen viimeisen vuoden restonomiopiskelija Tampereen ammattikorkeakoulusta ja teen opinnäytetyöhöni tutkimusta elämyksen tuottamisesta. Koska japanilainen kulttuuri ja anime ovat lähellä sydäntäni, haluan tutkia, millä elementeillä mahdollistetaan asiakkaalle elämys japanilais-/animeteemaisessa kahvilassa. Haluan rohkaista kaikkia vastaajia päästämään luovuutenne valloilleen. Tässä kyselyssä ei ole väärää vastauksia.

Tutkimuskysymykset

Millainen kahvila on? ?

Mikä tekee luettelemistasi kahvilan elementeistä elämyksellisiä? ?

Millainen sinä olet kahvilan asiakkaana? ?

Liite 2. Kaikki tutkimuksen vastaukset

VÄRIKOODIT:

Japaniteema Animeteema Sisustus Tuotteet Musiikki

Henkilökunta Tunnelma Oheistuotteet Hintataso

Millainen kahvila on?	Mikä tekee luettelemistasi kahvilan ominaisuuksista elämyksellisiä?	Millainen sinä olet kahvilan asiakkaana?
Täynnä aitoa japanilaista tunnelmaa, enemmän vanhanai-kaista japanilaisuutta kuin anime-teemaa, erikseen lista animeteemaisista annoksista esim. hyvistä anime-sarjoista, tietyt päivät animepainotteisia	Kahvilan tunnelma ulkonäöllisesti ja musiikillisesti tekee paljon. Eksoottiset listat. Japanilainen lounasbuffet voisi olla hyvä idea.	Haluan kokea eksoottisimman tuotteen, jota ei saa muualta Suomesta. Ainutlaatuisuus ja eksoottisuus. Haluan eksoottisia annoksia ja aitoja japanilaisia cocktaileja.
Tarjoilijoilla mahdollisesti asut, anime-, manga- ja japanilaistyylliset ruoat, musiikki.	Luettelemat ominaisuudet ovat vastaajan mielestä elämyksellisiä.	Ystävällinen ja rauhallinen.
Ihana. Paljon söpöjä animetyttöjä.	Tykkään animetyttöistä.	
Rento kohtaamispaikka. Pääsääntöisesti suunnattu nuorille, mutta kaikki aiheesta kiinnostuneet ovat tervetulleita. Sisustus on värikäs, muttei yliampuva . Henkilökunnan asu on vapaa, mutta aito kiinnostus liikeideaan kohtaan on suotavaa ja näkyy myös pukeutumisessa. Lehtiä, pelejä ja ilmainen wifi. Viikoittain teemaan liittyviä kisoja, iltamia, jne. Tuotevalikoima painotettu makeannälkäisille mutta listalta löytyy myös esim. riisimelehti. Pöytiintarjoilu. Teemaan sopiva musiikki. Asiakkaat toivotetaan tervetulleeksi ja hyvästellään reippaasti. Hylly johon voi tuoda/ottaa käytettyjä lehtiä yms.	Kahvilassa on helppo tavata kaltaisiaan ihmisiä ja mukava viihtyä myös pidempään. Kuin olohuone. Hintataso kohtuullinen ja opiskelijalle sopiva. Pirteät värit ja rento henkilökunta piristävät asiakasta ja viikoittaiset visat yms. muodostavat hyvän kanta-asiakas-pohjan.	Tulen omana itsenäni, kenties viikoittain. Harrastukseni takia kahvilan ilmapiiri olisi juuri minulle sopiva. Jos haluaa, voi vaikka cossata.

<p>Rauhallinen, henkilökunta ystävällistä, teemaan sopivia tarjottavia ja teemapäiviä. Japanissa eräessä kahvilassa annettiin yksinistuville kaveriksi muumipehmoletu, joten olisi kiva jos täälläkin saisi seuraa pehmoista tai muista yksinistuvista. Eristyksissä olevia pöytiä esim. työntekoa varten.</p>	<p>Samantyyllisiä ihmisiä, hyvä valikoima ja ystävällinen henkilökunta. Olen introvertti joten olisi mukavaa jos ympärillä on ystävällisiä ihmisiä. Keskustelu ei ole välttämättä, jos viereen saa vaikka pehmon.</p>	<p>Riippuu hinnoittelusta. Jos on hyvä hinta/laatu –suhde, niin todennäköisesti vierailen ainakin muutaman kerran viikossa. Yleensä ostan jotain juotavaa ja pientä purtavaa.</p>
<p>Animateemainen. Näyttävä. Uniikki. Asiakasryhmän mukaisesti suunniteltu. Edelläkävijä. Kallis. Väärässä kaupungissa. Inspiroiva. Rauhallinen paikka tehdä töitä idearikaassa oppimisympäristössä. Onnistunut japanilainen tuotevalikoima. Opintomatka Japaniin toimii.</p>	<p>Yksilöllinen käyttäytyminen. Suomesta ei tällä hetkellä ole aitoa japanilais- / animehenkistä kahvilaa, josta voisi oikeasti ääneen sanoa: ”ei ole todellista miten hieno paikka.”</p>	<p>Se ärsyttävä asiakas joka tilaa yhden kahvin ja vie asiakaspaikan moneksi tunniksi. Mikäli työnteko tai opiskelijaraportin kirjoittaminen sujuu mallikkaasti, saatan tilata vielä jotain muuta.</p>
<p>Sisustettu aidosti tietyllä teemalla. (esim. steampunk, maid cafe, jne.) Ei siis vain animekuvia/piirustuksia seinällä.</p>	<p>Kun astutaan ovesta sisään, astutaan toiseen maailmaan.</p>	<p>Jokseenkin osallistuva, tai ainakin haluaisin olla. Pukeutuisin teemaan sopivasti ja eläytyisin tunnelmaan. Kahvilalla voisi olla jotain asusteita joita saa lainata.</p>
<p>Pelkän anime-tyylin sijaan kahvila, joka edustaa japanilaista populaarikulttuuria yleisesti. Söpöt hahmot miellyttäsivät myös animeen totuttoman silmää. Lautapelejä, lehtiä, mangaa. Kavereiden ja harrastajien yhteen tuominen valttikorttina. Mukavat istuimet. Tuotteet ja hinnoittelu tärkeää. Hyvä sisustus ja hyvät hinnat. Kunnollisia tuotteita ja annoksia, ei vain Pockeja ja Ramuneja. Kunnolla haudutettu tee. Ei yhtä huonokuntoinen kuin huonosti menestynyt Manga Cafe.</p>	<p>Yhtenäinen, hyvin toteutettu teema, joka näkyy sisustuksessa ja tuotteissa. Näiden avulla luodaan uniikki kokemus. Estetiikka. Palvelu ja yleinen ilmapiiri ovat hyviä.</p>	<p>En ole niinkään kiinnostunut animeesta. Enemmän japailaisesta musiikista ja muodista. Näin juuri esteettinen elämys on tärkeä. Hyvä paikka kavereiden kanssa kokoontumiseen.</p>
<p>Rauhallinen ja hiljainen. Sisustus eleganttia ja muodollista, unohtamatta kuitenkaan fandomeja. Loosseja. Tuolit mieluiten kaikki sohvia. Ei epämukavia ja kovia puu- tai muovituoleja. Itse suosisin enemmän japani- kuin anime-teemaa. Japani-teema vetoaisi paremmin myös iäkkäämpään väkeen.</p>	<p>Sisustus hillityn rauhallinen. Yhteensopivat värit, ei kuitenkaan liian räikeät. Pöytien välissä tarpeeksi tilaa. Esteettömyys tulisi ottaa huomioon. Oheistuotteita (esim. mangaa ja animea) ei mielestäni tarvitse olla.</p>	<p>Jokaisen oman tilan tarve. Fyysisesti estyneet asiakkaat huomioitu. Palvelu nopeaa ja ystävällistä, muttei liian tungetelevaa. Rauhallinen ilmapiiri hyvin tärkeä. Pääsisin käymään kahvilassa kerran tai kaksi vuodessa. Kalliita herkkuja en osta, mutta jos hinnat pysyvät 2-3 eurossa per tuote, ostan varmasti useamman. Pysyviä tarjouksia. Kahvilaan</p>

		on helppo päästä (esim. Tampereen keskusta).
Ei pelkästään japanilaisia tarjottavia, jotta jokainen löytäisi itselleen jotain. Hillityt värit. Seinillä kehystettyjä animejulisteita. Hyllyillä kasveja ja animefiguureja. Kahvilaan tulee Anime-lehti. Tunnelma on hillitty, mutta lempeä. Lämmin.	Tunnelma on ainutlaatuinen ja jättää tilaa omille kuvitelmaille.	Katselen ihailevasti sisustusta ja juttelen aiheesta muiden ihmisten kanssa. Mahdollisesti kassalla työskentelevän henkilön kanssa. Myöhemmin myös ystäväieni kanssa.
Sisustettu tietyn teeman mukaisesti, esim. perinteistä japanilaista tyyliä tai animekrääsää, riippuen asiakaskunnasta. Eri alueet olisi hauskoja, esim. samurai henkeä yhdessä nurkassa ja idolipoikia toisessa. Musiikkina japanilaista rauhallista poppia, teema- ja taustamusiikkeja animeista. Teetä, machalattea, mocheja, söpöjä leivoksia yms.	Teema ja tunnelma saa irrottautumaan arjesta. Jos listalla on kantavaan teemaan sopivia tuotteita, se saa kahvilan erottumaan muiden kahviloiden joukosta. Sisustuksella, tunnelmalla, musiikilla ja maku-maailmalla saa vaikutettua niin moneen aistiin, että kahvilassa vallitsee oma maailma.	Käyn kahvilla kavereiden kanssa koulupäivän jälkeen. Valitsemme kahvilan fiiliksen mukaan. Tulis japanikahvilaan, jos mieleni tekisi kahvilan tarjoamaa tiettyä herkkua ja helpon elämyksen. Jos kahvila miellyttää, vierailisin siellä 1-2 kertaa viikossa ja ottais samanhenkiset kaverini mukaan. Otan kakkukahvit, viipyisin 1-2 tuntia. Jos kahvilassa on erillinen hengailuhuone, vierailu saattaisi venähtää.
Pirteät värit, anime-aiheisia tarjottavia (ei kuitenkaan liikaa). Oma maskotti ja tarjonnassa ehkä joku teema. Sekä tuontituotteita että itse tehtyjä. Tarjottavaa myös vegaaneille. Mangaa. Hyvä asiakaspalvelu. Japanilaista ja/tai anime opening-musiikkia. Anime- ja manga-aiheisia värityskuvia.	Elementit ovat elämyksellisiä koska niitä ei löydy muista kahviloista. Maskotti tekisi juuri tästä kyseisestä kahvilasta erityisen, vaikka muita samankaltaisia kahviloita olisikin. Itse tykkään piirtää joten olisi mukavaa jos jossain kahviloissa olisi esim. aikuisten värityskirjoja. Japanilaisen musiikin kuuleminen kahvilassa tai ravintolassa on harvinaista.	Käyn kahvilassa aina välillä parin kaverin kanssa lähinnä nauttimassa tuotteista. Ei suurta rahankäyttöä, erikoiskahvi alle 4 euroa. Kakkuja ja muuta 3-4 euroa per pala. Mukava asiakaspalvelija vaikuttaa käyntiin todella paljon ja saa useammin asiakkaaksi.
Tee oikeasta japanilaisesta pannusta. Meido/butler päiviä esim. kerran viikossa.	Meidokahvilassa käyn palvelun (ja hienojen asujen) takia. Meidon kanssa voi jutella ja pelata jotain esim. vain 5 minuuttia. Ehkä ottaa kuvia. Arvostan itse kovasti oikein keitettyä pannuteetä! Maukas menu. Sisustus houkuttelee. Ei sushia, suosisin lounasbuffetia. Koska kahvila, lautasanokset olisivat paras vaihtoehto. Opiskelija-alennukset.	Melko rahaton. Kun on rahaa ja mahdollisuus, niin mielelläni kävisin japanilaisessa kahvilassa.

<p>Kahvila tekee näkyvästi yhteistyötä paikallisten tapahtumien kanssa ja siellä myydään teemaan sopivia oheistuotteita ja pikkumakeaa.</p>	<p>Luettelemani elementit luovat tunnelman jollaisen saat kun käyt conissa.</p>	<p>Vierailen kaikissa uudentyyppisissä liikkeissä tuesta, mutta minusta tulee vakioasiakas vasta, jos tarjolla on jotain mitä ei saa muualta.</p>
<p>Myytävät tuotteet noudattavat teemaa. Onigireja ja päivän bento. Taiyakit, vohvelit, crepet sekä perinteisemmät makeiset, kuten dangot. Vihreä tee, ilman muuta. Pockyt ja ramunet ja muut modernit japanilaiset herkut/karkit. Tasa-paino anime- ja japaniteeman välillä.</p>	<p>Japanilainen ruoka on omanlaisensa elämys. Vaihtuva valikoima. Facebook-sivut. Animeista tuttuja makuja. Sisutus ja tunnelma eroavat tavallisesta kahvilasta. Ympäristö vetäisi paikalle cosplay-harrastajia, anime-faneja ja Japanista kiinnostuneita. Kahvilan teema ja tunnelma mahdollistaa asiakkailleen yhdistävän tekijän. Luettavaa ja pelejä. Satunnaisia meido/butler-eventtejä joista voisi pyytää vähän lisähintaa.</p>	<p>Rakastan japanilaista ruokaa ja saan sitä liian harvoin. Japanissa sai onigirejä n. eurolla joka lähikaupasta, niitä jäin kaipaamaan. Kaikki machan makuinen ja azuki-tahna täytteen on herkkua. Tulisin kurkkaamaan uutta paikkaa ja nauttimaan herkuista. Oletan kahvilan vetävän enemmän yläaste-ikäisiä ja lukiolaisia.</p>
<p>Tavanomaiset erikoiskahvit ja japanilaisemmat tuotteet esim. tee ja leivonnaiset. Suuri osa valikoimasta japanilaista, mutta osa myös ns. tuttua ja turvallista. Viihtyisiä sekä porukoille että yksin istuville. Isolta näytöltä animea.</p>	<p>Mahdollisuus kokoontua kavereiden kanssa, katsoa animea ja tutustua japanilaisiin herkkuihin.</p>	<p>Tavallisen kahvilan asiakkaana tykkään kokeilla erilaisia kahveja, mutta leivonnaiset jätän yleensä rauhaan. Käyn kahvilla harvoin yksin ja valitsemme kahvilasta aina mahdollisimman ”suojaisan” paikan.</p>
<p>Muistuttaisi tunnelmaltaan Tampereella sijaitsevaa Marusekia. Ruokailuun hiljentynyt ja rauhallinen tunnelma. Ulkoasultaan moderni. Kirkkaita, pastellisia tai vaaleita sävyjä ja hieman länsimaalaistuneempaa sisustusta. Meido-kahvilat ovat hyvä esimerkki. Työntekijöillä sopiva vaatetus, esim. lolita-tyyliset mekot tai kevyet kimonot. Tai kenties cosplay-pukuja. Japanilaisia ruokia ja juomia ja mahdollisuus ostaa tuotteita mukaan.</p>	<p>Rauhallisuus saisi houkuteltua niitäkin ihmisiä jotka mahdollisesti hieman vierastavat japanilaista meido-kulttuuria. Asut virittäisivät asiakkaan japanilaiseen tunnelmaan, vaikka kahvilan sisustus olisi tutun ja turvallisen oloinen länsimaalaisen asiakkaan näkökulmasta.</p>	<p>Työskentelen paljon kahviloissa ja siksi vietän paljon aikaa erilaisissa paikoissa. Suosin paikkoja jotka ovat rauhallisia mutta suosittuja. Hiljentymiseen kannustava ympäristö. Samaan aikaan pystyy keskustelemaan kaverin kanssa ja rentoutumaan muuten niin hektisessä kaupungissa.</p>

Liite 3. Tutkimustulokset kategorioittain

	Millainen kahvila on?	Mikä tekee luettelemistasi kahvilan ominaisuuksista elämyksellisiä?	Millainen sinä olet kahvilan asiakkaana?
Japani-teema	<ul style="list-style-type: none"> - Täynnä aitoa japanilaista tunnelmaa, enemmän vanhanaikaista japanilaisuutta kuin anime-teemaa. Japani-teema vetoaisi paremmin myös iäkkäämpään väkeen. - Tasapaino anime- ja japaniteeman välillä. 		
Anime-teema	<ul style="list-style-type: none"> - Tietyt päivät animepainotteisia. - Anime-, manga- ja japanilaistyylliset ruoat. - Paljon söpöjä animetyttöjä. - Meido/butler –päiviä esim. kerran viikossa. - Tasapaino anime- ja japaniteeman välillä. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tykkään animetyttöistä. - Ympäristö vetäisi paikalle cosplay-harrastajia, anime-faneja ja Japanista kiinnostuneita. 	
Sisustus	<ul style="list-style-type: none"> - Värikäs muttei yliampuva, hillityt värit, kirkkaita, pastellisia tai vaaleita sävyjä, pirteät värit. - Eristyksissä olevia pöytiä esim. työntekoa varten. - Näyttävä. - Sisustettu aidosti tietyllä teemalla. - Loosseja. Mukavat istuimet. - Seinillä kehystettyjä animejulisteita. Hyllyillä kasveja ja animefigureja. - Eri alueet olisi hauskoja, esim. samurai henkeä yhdessä nurkassa ja idolipoikia toisessa. - Ulkoasultaan moderni. Hieman länsimaalaistuneempaa sisustusta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pirteät, yhteensopivat värit piristävät asiakkasta. - Kun astutaan ovesta sisään, astutaan toiseen maailmaan. - Teema näkyy sisustuksessa. - Pöytien välissä tarpeeksi tilaa. Esteettömyys tulisi ottaa huomioon. - Sisustus tutun ja turvallisen oloinen länsimaalaisen asiakkaan näkökulmasta, kuin olohuone. 	<ul style="list-style-type: none"> - Katselen ihailevasti sisustusta. - Erillinen hengailuhuone pidentäisi vierailua.

Tuotteet	<ul style="list-style-type: none"> - Erikseen lista animetee- maisista annoksista esim. hyvistä anime-sarjoista. - Anime-, manga- ja japani- laistyylliset tuotteet. - Kunnollisia tuotteita ja an- noksia, ei vain Pockeja ja Ramuneja. - Riisiomeletti, mochit, onigirit, ”päivän bento”, tai- yakit, vohvelit, crepet, dan- got. - Tee (vihreä tee), macha- latte, erikoiskahveja. - Pockyt ja ramunet ja muut modernit japanilaiset her- kut/karkit. - Sekä tuontituotteita (Pockyt ja Ramunet), että itse tehtyjä. - Tarjottavaa myös vegaa- neille. - Tee oikeasta japanilaisesta pannusta. - Suuri osa valikoimasta ja- panilaista, mutta osa myös ns. tuttua ja turvallista. - Mahdollisuus ostaa tuot- teita mukaan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Eksoottiset listat. Ja- panilainen lounasbuffet, ei sushia. - Hyvä valikoima. - Teemaan sopivat tuot- teet saavat kahvilan erottumaan muiden kah- viloiden joukosta. - Oikein keitettyä pan- nuteetä! Maukas menu. Lautasannokset olisivat paras vaihtoehto. - Japanilainen ruoka on omanlaisensa elämys. Vaihtuva valikoima. Animeista tuttuja ma- kuja. - Tutustuminen japani- laisiin herkkuihin. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ainutlaatuisia ja ek- soottisia annoksia ja ai- toja japanilaisia cock- taileja. - Yleensä ostan jotain juotavaa ja pientä pur- tavaa. - Se ärsyttävä asiakas joka tilaa yhden kahvin ja vie asiakaspaikan moneksi tunniksi. - Otan kakkukahvit. - Kaikki machan ma- kuinen ja azuki-tahna täytteenä on herkkua. - Kokeilen erilaisia kahveja, mutta leivon- naiset jätän yleensä rauhaan.
Mu- siikki	<ul style="list-style-type: none"> - Teemaan sopivaa musiik- kia esim. japanilaista rauhal- lista poppia, teema- ja taus- tamusiikkeja animeista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kahvilassa soiva mu- siikki vaikuttaa tunnel- maan paljon. - Japanilaisen musiikin kuuleminen kahvilassa tai ravintolassa on har- vinaista. 	
Henki- lökunta	<ul style="list-style-type: none"> - Henkilökunnan aito kiin- nostus liikeideaa kohtaan on suotavaa ja näkyy myös pu- keutumisessa esim. lolita- tyyliset mekot tai kevyet ki- monot. Tai kenties cosplay- pukuja. - Ystävällinen henkilökunta ja hyvä asiakaspalvelu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ystävällinen ja rento henkilökunta piristää asiakasta. - Satunnaisia meido/butler-eventtejä. Meidon kanssa voi ju- tella ja pelata jotain esim. 5 minuuttia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Palvelu nopeaa ja ys- tävällistä, muttei liian tungettelevaa. - Mukava asiakaspalve- lija vaikuttaa käyntiin todella paljon ja saa useammin asiakkaaksi.

Tunnelma	<ul style="list-style-type: none"> - Asiakkaat toivotetaan tervetulleeksi ja hyvästellään reippaasti. - Uniikki. - Rauhallinen, hiljainen, hiljitty, lempeä ja lämmin. - Oma maskotti. - Muistuttaisi tunnelmaltaan Tampereella sijaitsevaa Marusekia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kahvilassa on helppo tavata kaltaisiaan ihmisiä ja mukava viihtyä myös pidempään. - Yhtenäinen, hyvin toteutettu teema ja hyvä ilmapiiri. Tunnelma on ainutlaatuinen ja jättää tilaa omille kuvitelville. - Teema ja tunnelma saa irrottautumaan arjesta. - Sisustuksella, tunnelmalla, musiikilla ja makumaailmalla saa vaikuttua niin moneen aistiin, että kahvilassa valitsee oma maailma. - Parhaassa tapauksessa kahvilassa voi saavuttaa samanlaisen tunnelman kuin käymällä conissa. - Rauhallisuus saisi houkuteltua niitäkin ihmisiä jotka mahdollisesti hieman vierastavat japanilaista meido-kulttuuria. 	<ul style="list-style-type: none"> - Harrastukseni takia kahvilan ilmapiiri olisi juuri minulle sopiva. - Rauhallinen ilmapiiri, jokaisen oman tilan tarve huomioitava, rauhallisia mutta suosittuja ja hiljentymiseen kannustava ympäristö.
Oheistuotteet ja -toiminta	<ul style="list-style-type: none"> - Mangaa, lehtiä (kahvilaan tulee Anime-lehti), lautapelejä ja ilmainen wifi. Viikoittain teemaan liittyviä kisoja, iltamia, jne. - Hylly johon voi tuoda/ottaa käytettyjä lehtiä yms. - Teemapäiviä. - Yksin istuville esim. pehmolelu kaveriksi. - Anime aiheisia tavaroita (ei kuitenkaan liikaa). - Teemaan sopivia värityskuvia. - Isolta näytöltä animea. 	<ul style="list-style-type: none"> - Viikoittaiset visat yms. - Keskustelu ei ole välttämätöntä, jos viereen saa vaikka pehmon. - Oheistuotteita (esim. mangaa ja animea) ei mielestäni tarvitse olla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kahvilalla voisi olla jotain asusteita joita saa lainata.

Hinta- taso	<ul style="list-style-type: none"> - Hinnoittelu tärkeää. - Hyvät hinnat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hintataso kohtuullinen ja opiskelijalle sopiva (opiskelija-alennukset). - Satunnaisia meido/butler-eventtejä joista voisi pyytää vähän lisähintaa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jos on hyvä hinta/laatu –suhde, niin todennäköisesti vierailen ainakin muutaman kerran viikossa. - Jos hinnat pysyvät 2-3 eurossa per tuote, ostan varmasti useamman. Pysyviä tarjouksia. - Erikoiskahvi alle 4 euroa. Kakkuja ja muuta 3-4 euroa per pala. - Kun on rahaa ja mahdollisuus, niin mielelläni kävisin japanilaisessa kahvilassa.
------------------------	---	---	---

Attack on Titan

進撃の巨人

MENU

Erenin, Mikasa & Arminin daifukut – 3 €

Eren, Mikasa ja Armin päättivät täyttää daifukut macha-, azuki- ja mansikka täytteillä. Osaatko arvata mikä täytteistä oli kenenkin valinta?



Levin chili-suklaakakku - 4,5 €

Et pääse karkuun! Kuten Levikin, tämä kakku on vastustamaton, täynnä potkua ja saa pääsi takuulla pyörälle.

Erwinin kulmakarvat – 2 €

Kaikki tuntevat Erwin Smithin ja hänen kuuluisat kulmakarvansa. Ei tarvitse kauaa miettiä mistä nämä herkulliset keksit ovat saaneet muotonsa.



Sashan paistinperunasalaatti – 4 €

Sasha on löytänyt uuden tavan nauttia perunoista. Herkullinen valinta pieneen suolaisen nälkään. Tämä salaatti sopii myös vegaaneille.

Hanjin titaanipiirakka – 4,5 €

Titaanit paloiksi ja piiraaseen! Tämä herkullinen kinkkupiirakka sammuttaa kenen tahansa suolaisen nälän.

