

Jori Vuorio

# KONSOLIPELIEN VERKKOKAUPANKÄYNTI

Liiketalouden koulutusohjelma  
2014

# KONSOLIPELIEN VERKKOKAUPANKÄYNTI

Vuorio, Jori  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Helmikuu 2014  
Ohjaaja: Heidi Varpelaide  
Sivumäärä: 30  
Liitteitä:

Asiasanat: konsolipelit, verkkokauppa

Opinnäytetyön aiheena oli konsolipelien verkkokaupankäynti. Tavoitteeni oli selvittää kuluttajalle verkkokaupankäynnin periaatteita ja konsolipelien kauppaa koskevia asioita ja tarkastella, mitä verkkokaupankäynnissä kannattaa ja tulee ottaa huomioon.

Opinnäytetyön alussa selvitettiin, mitä on verkkokauppa, miten se on kehittynyt Suomessa ja mitä tulee ottaa huomioon verkkokaupasta tilatessa kotimaasta tai ulkomailta. Opinnäytetyössä tarkasteltiin myös yleisesti verkkokaupan mahdollisuuksia, rajoituksia ja tuontirajoituksia ulkomailta tilattaessa. Teoriaosuuden toinen vaihe käsitteli konsolipelien verkkokauppaa, kuten konsolipelien määritelmä, markkinointia, maksutapoja ja toimitusehtoja sekä mitä eroa on konsolipelin fyysisellä ja digitaalisella kopiolla. Pelikonsoleista tutkittiin kahden suosituimman valmistajan, Sony ja Microsoft, pelikonsoleiden omia kauppasivuja ja niiltä pelien ostamista.

Työn tutkimusosiossa perehdyttiin kahteen suomalaiseen ja kahteen ulkomaalaiseen verkkokauppaan ja tutkittiin näiden verkkokauppojen luotettavuutta Howard-verkkokauppa-apurin ja kuluttajaliiton verkkosivujen avulla. Selvityksen perusteella voitiin kuluttajan näkökulmasta arvioida, onko verkkokauppa luotettava vai ei. Lisäksi tutkittiin kauppojen verkkosivujen toimivuutta ja tilaamisen tekemisen helppoutta kuluttajan näkökulmasta.

Tutkimustulokset osoittivat, että kyseessä olevat verkkokaupat ovat syystäkin suosituimpien verkkokauppojen joukossa. Verkkosivuilta löytyi kuluttajan kannalta tärkeä ja olennainen tieto, verkkosivut olivat ymmärrettävät ja tilausten tekeminen oli nopea ja helppoa.

## CONSOLE GAMES E-COMMERCE

Vuorio, Jori  
Satakunta University of Applied Sciences  
Business economics  
February 2014  
Supervisor: Heidi Varpelaide  
Number of pages: 30  
Appendices:

Matter word: console games, e-commerce

The subject of this thesis was console games e-commerce and survey of console games online shopping. My goal with this thesis was to clarify the principles of online shopping and console games shopping for the consumer and examine what one should take in consideration while online shopping.

At the beginning of this thesis was told what is e-commerce, how it has developed in Finland and what one should notice when ordering products from homeland or abroad. Possibilities, limitations and import restrictions of online shopping were also examined. The second theoretical part covered online shopping of console games, the definition of console games, console games marketing, payment methods, terms of delivery and the difference between digital and physical copy of games. The two most popular games consoles manufacturers, Sony and Microsoft, were explored.

The research part of this thesis was focused on two Finnish and two overseas online shops. These online shops were examined with the help of Howard the online shopping assistant and the web page of the Consumers' Union of Finland. Based on the examination one was able to estimate if the online shop is reliable or not on consumer's point of view. The ease of using website and order placement was also looked into as a potential customer.

The results of the research showed that these online shops are among the more popular online shops for a reason. All the relevant information from the customer's point of view was found from respective websites, each website was comprehensive to use and order placement was fast and easy.

## SISÄLLYS

|       |                                                                   |    |
|-------|-------------------------------------------------------------------|----|
| 1     | JOHDANTO.....                                                     | 5  |
| 2     | VERKKOKAUPPA KAUPANKÄYNTIMUOTONA.....                             | 6  |
| 2.1   | Verkkokaupan määritelmä.....                                      | 6  |
| 2.2   | Internet ja verkkokauppa Suomessa .....                           | 6  |
| 2.3   | Verkkokaupan kehitys .....                                        | 7  |
| 2.4   | Verkkokaupan mahdollisuudet .....                                 | 9  |
| 2.5   | Verkkokaupan rajoitukset.....                                     | 9  |
| 2.5.1 | Ulkomaisen verkkokaupan ostopäätökset .....                       | 10 |
| 2.5.2 | EU-, Eta-, Efta- ja Schengen-maat.....                            | 11 |
| 3     | KONSOLIPELIEN OSTAMINEN VERKOSTA.....                             | 13 |
| 3.1   | Konsolipelien määritelmä.....                                     | 13 |
| 3.2   | Konsolipelien ostaminen Internetistä.....                         | 14 |
| 3.3   | Konsolipelien aluekoodit .....                                    | 17 |
| 4     | KONSOLIPELIEN MARKKINOINTI.....                                   | 18 |
| 4.1   | Verkkomainonta.....                                               | 18 |
| 4.2   | Mobiililaitteiden yleistymisen ja mobiilimainonta.....            | 19 |
| 5     | KONSOLIPELIEN MAKSUTAVAT, TOIMITUSEHDOT JA<br>PERUUTUSOIKEUS..... | 20 |
| 5.1   | Maksutavat ja maksaminen.....                                     | 20 |
| 5.2   | Toimitusehdot .....                                               | 21 |
| 5.3   | Peruutusoikeus .....                                              | 21 |
| 6     | TUTKIMUS PELIEN VERKKOKAUPASTA.....                               | 24 |
| 6.1   | Konsolinet Oy .....                                               | 24 |
| 6.2   | VPD .....                                                         | 25 |
| 6.3   | Play-Asia.....                                                    | 26 |
| 6.4   | Zavvi .....                                                       | 28 |
| 7     | TUTKIMUKSEN JOHTOPÄÄTÖKSET .....                                  | 30 |
|       | LÄHTEET.....                                                      | 31 |
|       | LIITTEET                                                          |    |

# 1 JOHDANTO

Internetin tavoittaessa suuren osan maapallon ihmisistä, myös kaupankäynti Internetin välityksellä on yleistä. Taustana tälle opinnäytetyölle on juurikin Internetin yleistymisen johdosta mahdollistunut monipuolinen verkkokaupankäynti. Lähes mitä tahansa tuotetta ja palvelua voidaan myydä Internetin välityksellä. Opinnäytetyössä perehdytään erityisesti konsolipelien verkkokauppaan.

Verkkokaupankäynti on yksi etämyynnin muodoista. Tässä työssä pyritään selvittämään, mitä verkkokauppa käytännössä tarkoittaa ja minkälaisia mahdollisuuksia ja rajoituksia siinä on. Lisäksi tarkastellaan kuluttajan oikeuksia verkkokaupankäynnissä, kuten toimituksissa tai palautuksissa. Työssä esitellään myös verkkokauppojen yleisimmät maksutavat.

Tutkimusosiossa perehdytään konsolipelien verkkokauppaan ja tarkastellaan alan verkkokauppojen toimintaa käyttäen Howard-verkkokauppa-apuria ja kuluttajaliiton www-sivuja. Lisäksi tutkitaan tilauksen laatimista kyseisissä verkkokaupoissa.

Työn aiheeksi valitsin verkkokaupankäynnin ja konsolipelit, koska videopelaaminen on yllättävän yleistä nykyään sukupuolesta tai iästä riippumatta, ja esimerkiksi juuri peliostoksia tehdään Internetin kautta todella paljon.

Verkkokaupankäynti on nykypäivää ja siksi ajankohtaista. Konsolipelien kohdalla eletään mielenkiintoista aikaa, koska uuden sukupolven pelikonsolit, PlayStation 4 ja Xbox One, löytävät tiensä kauppojen hyllyille. PlayStation 4 ja Xbox One ovat tulleet jo myyntiin esimerkiksi Yhdysvalloissa. Suomessa PlayStation 4 on tullut virallisesti myyntiin, mutta Xbox One odottaa vielä virallista julkistamista. Tämä saattaa osaltaan vaikuttaa vanhojen konsolipelien hinnanalennuksiin ja myyntimäärien kasvuun lähitulevaisuudessa, kun uusille peleille ja laitteille tarvitsee saada varastotilaa.

Tämä työ toivottavasti auttaa kuluttajaa selvittämään, mitä kaikkea tulee ottaa huomioon jos päättää tilata konsolipelin verkkokaupasta ulkomailta.

## 2 VERKKOKAUPPA KAUPANKÄYNTIMUOTONA

### 2.1 Verkkokaupan määritelmä

Verkkokaupan perusidea on myydä erilaisia hyödykkeitä verkon välityksellä ihmisille. Nimityksiä verkkokaupalla on monia, esimerkiksi: sähköinen kauppa, nettikauppa tai online-kauppa. Verkkokauppa on etäkauppaa ja siihen sovelletaan etämyyntiä koskevia säännöksiä.

Etämyyntiin kuuluvat posti- ja puhelinmyynti, tv-myynti sekä verkkokauppa. Käytännössä etämyynti on kaupankäyntiä, jossa myyjä ja ostaja eivät välttämättä ole samanaikaisesti läsnä. Kaupanteko ja mahdollinen tuotteen markkinointi tapahtuu kokonaan sähköisesti. Verrattaessa normaaliin kaupankäyntiin, etämyynnissä on olemassa poikkeussääntöjä, esimerkiksi valtaosalla etämyynnin kaupan tuotteilla on kaupan peruuttamisoikeus. Kaikilla etämyynnin tuotteilla ei kuitenkaan ole peruutusoikeutta ja peruutusoikeus vaihtelee maittain. (Kuluttajaviraston www-sivut 2014.)

Jotta verkkokaupankäynti olisi mahdollisimman turvallista ja luotettavaa, tulisi verkkokaupan nettisivuilta selvittää ainakin seuraavat asiat:

- Kauppiaan tiedot
- Yrityksen nimi
- Yrityksen kotipaikka
- Yrityksen käyntiosoite
- Puhelinnumero
- Tuotetiedot, ehdot, hinta, toimitus jne.

Mikäli oheiset tiedot ovat epäselviä tai puuttuvat, kyseisessä verkkokaupassa ei välttämättä kannata asioida. (Kuluttajaliiton www-sivut 2014.)

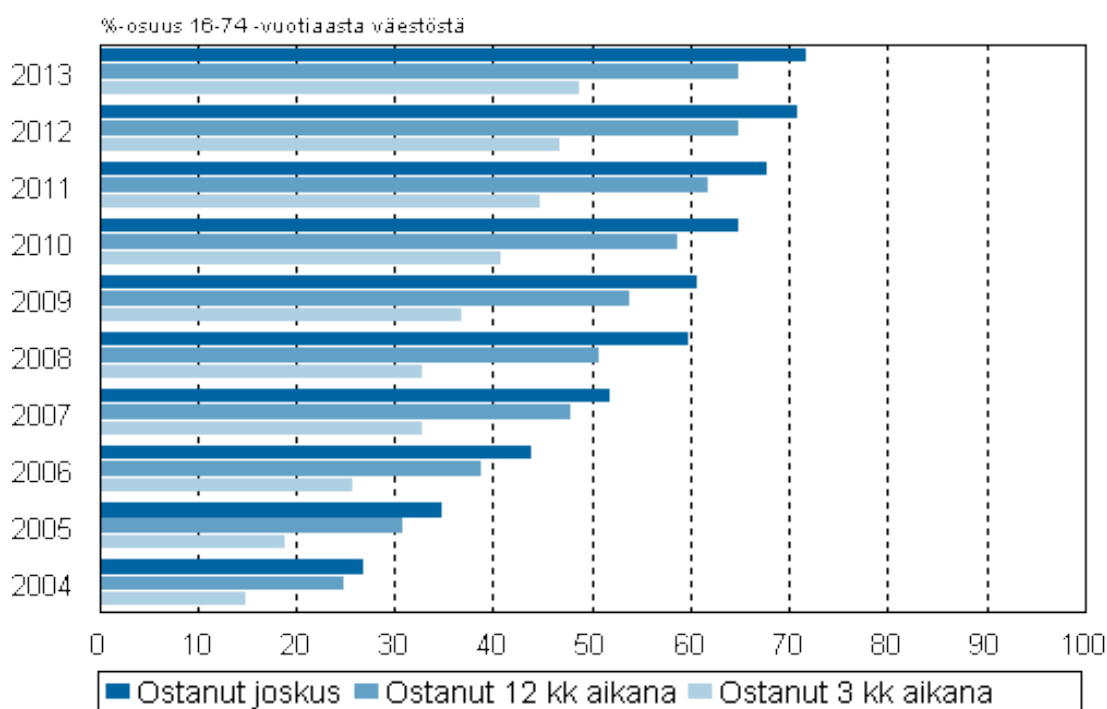
### 2.2 Internet ja verkkokauppa Suomessa

Internetin käyttö Suomessa yleistyy enää hitaasti. 16-74 vuotiaista henkilöistä vuonna 2012 90 prosenttia käytti Internetiä. Kasvua edellisvuoteen verrattuna oli vain yksi prosenttiyksikkö. Verkkokaupan käyttäjien määrä on kuitenkin kasvussa. Viimei-

sen vuoden aikana kaksi kolmasosaa suomalaisista osti jotakin verkkokaupasta. Internetin joitakin yhteisöpalveluita käyttää puolestaan puolet suomalaisista. (Tilastokeskus 2012.)

### 2.3 Verkkokaupan kehitys

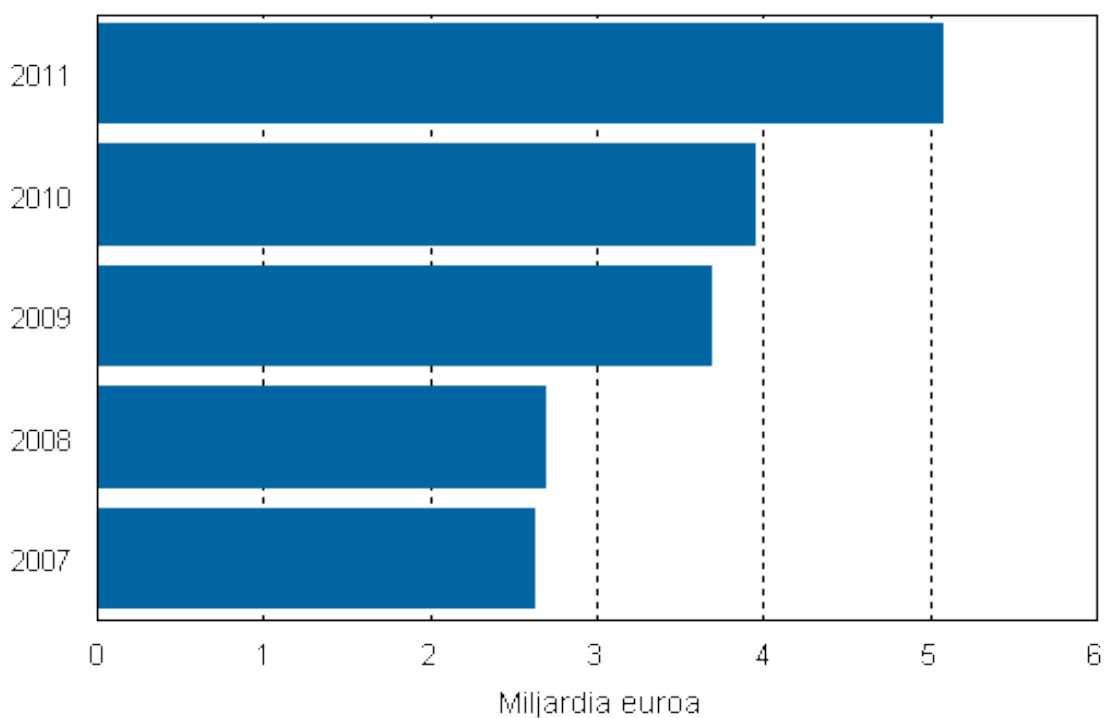
Verkkokaupan asiakasmäärä kasvaa jatkuvasti, vuodesta 2007 vuoteen 2011 Internetin kautta joskus tilanneiden määrä on kasvanut 20 prosenttiyksikköä. Viime aikoina ostotahti on kuitenkin jatkuvasti kiihtynyt ja osoittaa verkosta ostamisen olevan yhä säännöllisempää. Tutkimus osoitti viimeisen kolmen kuukauden aikana tapahtuneiden ostojen kasvun olevan suhteellisesti voimakkaampaa, kuin vuosien 2007 ja 2011 välinen 20 prosenttiyksikköä. (Kuvio 1.) Kokonaisuudessaan viimeisen kymmenen vuoden aikana verkkokaupan asiakasmäärä on kolminkertaistunut.



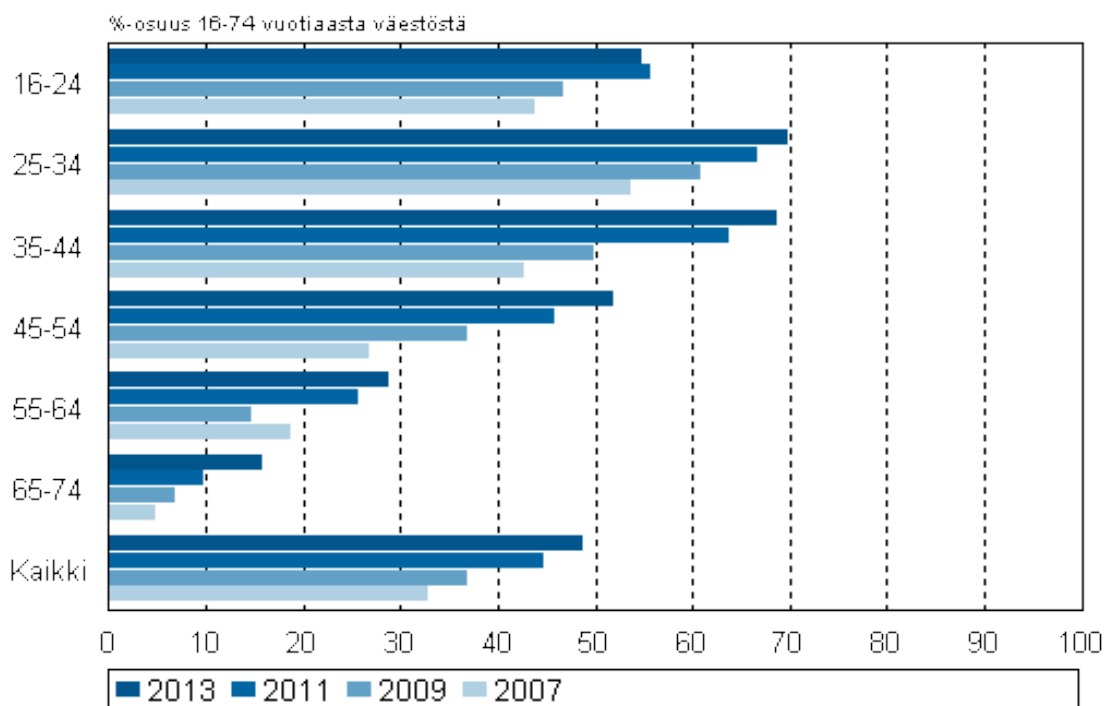
Kuvio 1. Internetin kautta tilauksia tai ostoja tehneet 2004–2013 (Tilastokeskuksen www-sivut 2014.)

Kuluttajaverkkokaupan kokonaisarvon laskettiin vuonna 2011 olevan noin 5,1 miljardia euroa, josta noin 280 miljoonaa euroa tulee rahapelaamisesta. Eli varsinaisen verkkokaupan osuus oli noin 4,8 miljardia euroa. Kasvua edellisvuoteen verrattuna tuli yli miljardi euroa. (Kuvio 2.) Kuluttajien käyttämä rahamäärä verkko-ostoksiin

on kuitenkin vaikeata tutkia: laskentamalli ja tiedonkeruutapa aiheuttavat aina ongelmia.



Kuvio 2. Kuluttajien verkkokaupan kokonaisarvo 2007-2011 (Tilastokeskuksen www-sivut 2014.)



Kuvio 3. Internetin kautta 3kk aikana tilauksia tai ostoja tehneet 2007, 2009, 2011 ja 2013. (Tilastokeskuksen www-sivut 2014.)

## 2.4 Verkkokaupan mahdollisuudet

Verkkokaupankäynti yleistyy jatkuvasti, mutta suomalainen verkkokaupankäynti haakee vielä muotoaan ja paikkaansa Suomessa. Osa kaupoista on irrallisia kokonaisuuksia perusliiketoiminnasta verkkosivuihin, mutta asian oivaltaneet toimijat menestyvät hyvin ja koko organisaatio tekee vahvaa yhteistyötä. Vaikka suuri osa ostotapahtumista tehdään kivijalkaliikkeessä, itse hankintaprosessi on jo aloitettu verkosta. Verkkokaupassa tulee muistaa ainakin seuraavat asia: päätöksenteon minimointi, käyttäjäkokemus ja navigointi, asiakaspalvelu, integrointi, *closing* sekä muistaminen. (Leino 2010, 170–171.)

Internetin yleistyminen on mahdollistanut verkkokaupan lisääntymisen. Verkkokaupankäynti on helppoa ja vaivatonta, eikä se ole sidottu perinteisissä kivijalkaliikkeissä oleviin aukioloaikoihin. Monesti verkkokaupoissa myytävät tuotteet ovat myös halvempia kuin perinteisissä kivijalkaliikkeissä. Hintoja tutkiessa kannattaa kuitenkin ottaa huomioon mahdolliset lisäkulut. Esimerkiksi postikulut voidaan tulkita lisäkuluiksi. Postikulut voivat määräytyä tuotteen hinnan mukaan tai tarjolla voi olla erilaisia toimitustapoja, jotka maksavat eri summan, esimerkiksi nouto lähimmästä postista tulee todennäköisesti halvemmaksi kuin kotiin asti toimitettava paketti. Verkkokaupasta voidaan yrityksen niin halutessaan myydä tuotteita ympäri maailman, toisin kuin kivijalkaliikkeestä.

## 2.5 Verkkokaupan rajoitukset

Olennaisena rajoituksena verkkokaupoille on Internet-yhteyden puuttuminen asiakkaalta tai asiakkaan tottumus perinteiseen kaupankäyntiin. Verkkokauppa on myös alttiina jatkuvasti kehittyvälle ja lisääntyvälle verkkorikollisuudelle, joka voi huomattavasti hankaloittaa kaupankäynnin sujuvuutta tai jopa karkottaa asiakkaita. Tuotevalikoimaa on syytä harkita tarkkaan, sillä jos tuotevalikoimassa on tuotteita joita myyjän on hidasta tai vaikeata saada käsiinsä, voi asiakkaan ostokokemus kärsiä tästä. Ulkomailta tilatessa rajoituksena voi olla myös kielimuuri. (Ylen www-sivut 2014.)

### 2.5.1 Ulkomaisen verkkokaupan ostopaikat

Tavaroita tilatessa EU:n veroalueen ulkopuolelta, kuten esimerkiksi Ahvenanmaa, Kanarian saaret tai Jersey saari, on ostoksista maksettava tullia ja arvonlisäveroa. Vuoden 2012 loppuun asti arvonlisäveroa piti maksaa tullille, mikäli tilauksen hinta ylitti 43,47 euroa. Vuoden 2013 alusta alkaen EU:n veroalueen ulkopuolelta ostettavasta tuotteesta pitää maksaa arvonlisäveroa, kun tilauksen arvo ylittää 22 euroa. (Ylen www-sivut 2014.)

Tullialueen sisällä tuonnissa ja viennissä kaikissa maissa maksetaan samat tullit ja tullialueen ulkopuolelta tuotaviin tavaroihin sovelletaan samoja kiintiöitä ja tuontirajoituksia. Veroalueen sisällä sovelletaan puolestaan arvonlisä- ja valmisteverotuksen yhteisölainsäädäntöä. Tämä lainsäädäntö on siirretty osaksi jokaisen jäsenvaltion omia arvonlisä- ja valmisteverolakeja. On kuitenkin olemassa myös jäsenvaltioiden omia kansallisia valmisteveroja, joita ei jäsenvaltioiden yhteiset säädökset koske. (Tullin www-sivut 2014.)

Taulukko 1. Valtiot ja alueet, jotka kuuluvat EU:n tulli- ja/tai veroalueeseen.

| EU-maat ja niiden alueet                                                       | kuuluu EU:n tullialueeseen | kuuluu EU:n veroalueeseen |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Alankomaat (Euroopassa sijaitsevat alueet)                                     | kyllä                      | kyllä                     |
| Belgia                                                                         | kyllä                      | kyllä                     |
| Bulgaria                                                                       | kyllä                      | kyllä                     |
| Espanja                                                                        | kyllä                      | kyllä                     |
| Kanariansaaret                                                                 | kyllä                      | ei                        |
| Ceuta ja Melilla                                                               | ei                         | ei                        |
| Irlanti                                                                        | kyllä                      | kyllä                     |
| Italia                                                                         | kyllä                      | kyllä                     |
| -- Livigno ja Campione d'Italia                                                | ei                         | ei                        |
| Lugano-järven Italialle kuuluvat vesialueet                                    | ei                         | ei                        |
| Itävalta                                                                       | kyllä                      | kyllä                     |
| Kreikka                                                                        | kyllä                      | kyllä                     |
| Agio Óros                                                                      | kyllä                      | ei                        |
| Kypros                                                                         | kyllä                      | kyllä                     |
| Kyproksen pohjoisosa                                                           | ei                         | ei                        |
| Latvia                                                                         | kyllä                      | kyllä                     |
| Liettua                                                                        | kyllä                      | kyllä                     |
| Luxemburg                                                                      | kyllä                      | kyllä                     |
| Malta                                                                          | kyllä                      | kyllä                     |
| Portugali                                                                      | kyllä                      | kyllä                     |
| Puola                                                                          | kyllä                      | kyllä                     |
| Ranska                                                                         | kyllä                      | kyllä                     |
| -- merentakaiset departementit Guadeloupe, Ranskan Guyana, Martinique, Reunion | kyllä                      | ei                        |

|                                                                                                                                                                                          |                                          |                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| -- muut merentakaiset alueet Mayotte ja Saint Pierre-et-Miquelon sekä Uusi Kaledonia, Wallis ja Futunasaaret, Ranskan Polynesia, Ranskan territoriot Australaasiassa ja Etelämantereella | ei                                       | ei                                                                |
| Romania                                                                                                                                                                                  | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Ruotsi                                                                                                                                                                                   | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Saksa                                                                                                                                                                                    | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Helgoland ja Büsingen                                                                                                                                                                    | ei                                       | ei                                                                |
| Slovakia                                                                                                                                                                                 | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Slovenia                                                                                                                                                                                 | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Suomi                                                                                                                                                                                    | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Ahvenanmaa                                                                                                                                                                               | kyllä                                    | ei                                                                |
| Tanska                                                                                                                                                                                   | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Tšekki                                                                                                                                                                                   | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Unkari                                                                                                                                                                                   | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Viro                                                                                                                                                                                     | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Ison-Britannian ja Pohjois-Irlannin yhdistynyt kuningaskunta                                                                                                                             | kyllä                                    | kyllä                                                             |
| Gibraltari                                                                                                                                                                               | ei                                       | ei                                                                |
| <b>EU:n ulkopuoliset valtiot ja alueet</b>                                                                                                                                               | <b>kuuluu EU:n tullialueeseen</b>        | <b>kuuluu EU:n veroalueeseen</b>                                  |
| Färsaaret                                                                                                                                                                                | ei                                       | ei                                                                |
| Grönlanti                                                                                                                                                                                | ei                                       | ei                                                                |
| Kanaalisaaret                                                                                                                                                                            | kyllä                                    | ei                                                                |
| Mansaari                                                                                                                                                                                 | kyllä                                    | Ks. °) ja °°)                                                     |
| Monaco                                                                                                                                                                                   | kyllä                                    | Ks. °) ja °°)                                                     |
| Vatikaani                                                                                                                                                                                | ei                                       | ei                                                                |
| <b>EU:n ulkopuoliset valtiot ja alueet</b>                                                                                                                                               | <b>muodostaa tulliliiton EU:n kanssa</b> | <b>kuuluu EU:n veroalueeseen</b>                                  |
| Andorra *)                                                                                                                                                                               | kyllä (nimikeryhmien 25-97 osalta)       | ei                                                                |
| San Marino **)                                                                                                                                                                           | kyllä (paitsi nimikeryhmät 72 ja 73)     | kuuluu valmisteveroalueeseen°°) ; ei kuulu arvonlisäveroalueeseen |

(Tullin www-sivut 2014.)

## 2.5.2 EU-, Eta-, Efta- ja Schengen-maat

- Euroopan Unioni (EU) on jäsenmaidensa muodostama taloudellinen ja poliittinen liitto, jonka alueella tuotteet, palvelut, henkilöt ja raha liikkuvat vapaasti ilman tulleja ja muita esteitä. EU syntyi vuonna 1993 ja Suomi liittyi EU:hun vuonna 1995.
- Euroopan talousalue eli Eta muodostuu Euroopan unionin jäsenmaista ja Efta-maista lukuun ottamatta Sveitsiä. Eta-sopimus tehtiin vuonna 1994.
- Euroopan vapaakauppaliitto eli Efta perustettiin edistämään jäsenvaltioidensa välistä vapaata tavarakauppaa. Suomi ei enää kuulu Eftaan, vaan erosi siitä vuonna 1995.

- Schengen-maat muodostavat alueen, johon kuuluvien maiden välillä ei ole matkustusrajoituksia eikä rajatarkastuksia, kattaen lähes kaikki EU-maat. Suomi on ollut mukana vuodesta 2001. (Tullin www-sivut 2014.)

Taulukko 2. EU-, Eta-, Efta-, ja Schengen-maat.

| EU-maat       | Eta-maat      | Efta-maat     | Schengen-maat |
|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Alankomaat    | Alankomaat    |               | Alankomaat    |
| Belgia        | Belgia        |               | Belgia        |
| Bulgaria      | Bulgaria      |               |               |
| Espanja       | Espanja       |               | Espanja       |
| Irlanti       | Irlanti       |               |               |
|               | Islanti       | Islanti       | Islanti       |
| Iso-Britannia | Iso-Britannia |               |               |
| Italia        | Italia        |               | Italia        |
| Itävalta      | Itävalta      |               | Itävalta      |
| Kreikka       | Kreikka       |               | Kreikka       |
| Kroatia       |               |               |               |
| Kypros        | Kypros        |               |               |
| Latvia        | Latvia        |               | Latvia        |
|               | Liechtenstein | Liechtenstein | Liechtenstein |
| Liettua       | Liettua       |               | Liettua       |
| Luxemburg     | Luxemburg     |               | Luxemburg     |
| Malta         | Malta         |               | Malta         |
|               | Norja         | Norja         | Norja         |
| Portugali     | Portugali     |               | Portugali     |
| Puola         | Puola         |               | Puola         |
| Ranska        | Ranska        |               | Ranska        |
| Romania       | Romania       |               |               |
| Ruotsi        | Ruotsi        |               | Ruotsi        |
| Saksa         | Saksa         |               | Saksa         |
| Slovakia      | Slovakia      |               | Slovakia      |
| Slovenia      | Slovenia      |               | Slovenia      |
| Suomi         | Suomi         |               | Suomi         |
|               |               | Sveitsi       | Sveitsi       |
| Tanska        | Tanska        |               | Tanska        |
| Tšekki        | Tšekki        |               | Tšekki        |
| Unkari        | Unkari        |               | Unkari        |
| Viro          | Viro          |               | Viro          |

(Tullin www-sivut 2014.)

### 3 KONSOLIPELIEN OSTAMINEN VERKOSTA

#### 3.1 Konsolipelien määritelmä

Vuoden 2013 lopulla markkinoille on ilmestynyt konsolipelikoneiden jo kahdeksas sukupolvi. Konsolipelejä on pelattu 1970-luvulta alkaen, jolloin oli konsolipelikoneiden niin sanottu ensimmäinen sukupolvi. (Video Game Console Libraryn www-sivut 2014).

Nykyään on monenlaisia pelejä ja pelilaitteita. On konsolipelejä, käsikonsolipelejä, tietokonepelejä ja mobiilipelejä. Konsolipelien olennaisin ero muihin peleihin on se, että niitä pelataan lähes yksinomaan kotona ensisijaisesti pelitarkoitukseen kehitetyllä laitteella. Tähänkin on teknologian kehityksen mukana tulossa muutos. Kuluttaja tarvitsee vain oikeanlaisen pelikonsolin (Xbox 360, Xbox One tai PlayStation 3 Slim) ja jonkinlaisen virtalähteen jonka jälkeen pelikonsoliaan voi pelata missä vain. GAEMS on nimittäin kehittänyt eräänlaisen pelaajan matkasalkun, PGE:n (Personal Gaming Environment), joka sisältää kannettavan monitorin ja tarvittavat johdot laitteen käyttämiseksi. (Gaems PGE:n www-sivut 2014).

Konsolipelaamiseen aloittamiseen ei tarvita kuin pelikonsoli ja jokin näyttölaite kuten televisio tai monitori. Uuden pelikonsolin mukana tulee kaikki tarvittava jonka pelaamiseen tarvitsee: itse pelikonsoli, vähintään yksi peliohjain ja laitteen käyttöön tarvittavat virta- ja liitäntäjohdot. Näyttölaite, esimerkiksi monitori tai televisio, ja itse pelit on ostettava erikseen. Nykyään pelikonsoleita saa ostettua tietynlaisina pakettiratkaisuina, johon sisältyy itse pelikonsolin lisäksi esimerkiksi jokin peli ja/tai toinen peliohjain. Käsikonsolit ovat puolestaan kannettavia laitteita, joissa on kiinteä näyttö ja pelien ohjaamiseen tarvittavat nappulat kiinni itse konsolissa. Tällaisia konsoleita ovat esimerkiksi PlayStation Portable (PSP) ja PlayStation Vita.

Konsolipelaamisella voi nykyään myös ansaita rahaa, toki kilpapelaaamista on myös tietokoneella. Konsolikilpapelaaamisen suosio on kuitenkin viime aikoina jatkuvasti kasvanut ja erilaisia rahaturnauksia järjestetään jatkuvasti. Hyvä esimerkki tästä on kahteen kertaan (2011 ja 2013) järjestetty Call Of Duty Xp – tapahtuma, jossa kum-

mallakin kerralla palkintorahaa on jaettu miljoonan Yhdysvaltain dollarin edestä. Neljän hengen voittajajoukkue on tienannut itselleen 400 000 Yhdysvaltain dollaria pelaamalla konsolipeliä. Kilpailupelaamiselle on omat verkkosivunsa, jossa järjestetään päivittäisiä turnauksia pienistä palkinnoista tai mahdollisuudesta osallistua isompiin turnauksiin. Johtava kilpailupelisivusto on [majorleaguegaming.com](http://majorleaguegaming.com). Nämä turnaukset ja rahapalkinnot voivat houkutella uusia, nuoria pelaajia kokeilemaan onlineaan, mutta todellisuudessa kilpailu on todella kovaa. Suurimmat turnaukset kuitenkin pelataan Pohjois-Amerikassa, jossa kilpapelaminen konsolipuolella on muutenkin askeleen muuta maailmaa edellä.

### 3.2 Konsolipelien ostaminen Internetistä

Mahdollisuus ostaa konsolipelejä Internetistä on laajentanut pelien kauppaa. Osa pelaajista asuu sellaisella alueella tai paikkakunnalla, jossa ei yksinkertaisesti ole pelikauppaa. Verkkokaupan yleistyttyä näillä pelaajilla on mahdollisuus ostaa pelinsä helpommin, ilman matkustusta. Posti tuo toivotun pelin postilaatikkoon asti. Tietysti tämä syö kivijalkaliikkeiden myyntiä, mutta nyt pelit tavoittavat kuluttajat helpommin. On myös mahdollista ostaa pelinsä digitaalisessa muodossa, jolloin ei tarvita edes postin palveluita. Pelejä voi myös katsella esimerkiksi suoratoiston välityksellä Internetissä muiden pelaajien pelaamina ennen oman pelin ostopäätöksen tekemistä. Yksi suosituimmista pelien suoratoistoon keskittyvistä sivustoista on [twitch.tv](http://twitch.tv).

Videopelaamista on yleisesti pidetty miesten harrastuksena. The Entertainment Software Associationin (Theesa) tekemän tutkimuksen mukaan kuitenkin lähes puolet (45 %) videopelaajista Yhdysvalloissa on naisia. Tutkimuksen mukaan pelaajien keski-ikä on 30 vuotta. (Theesa 2013.) Naisten lisääntynyt mielenkiinto pelejä kohtaan näkyy osittain myös itse peleissä. Uudemmissa peleissä esiintyy lisääntyvissä määrin naisia keskeisissä rooleissa. Esimerkiksi uudessa Call of Duty: Ghosts -pelin verkkopelissä voi omaksi pelihahmokseen valita naisen. Tämä ei ole ennen ollut mahdollista Call of Duty -pelisarjassa.

Miehet ostavat kuitenkin Suomessa selkeästi enemmän (15 % väestöstä) konsolipelejä verkon kautta kuin naiset (6 % väestöstä). Vertailun vuoksi esimerkiksi 16 % mie-

histä osti musiikkia ja 13 % miehistä osti elokuvia Internetin kautta. Naisilla vastaavat luvut olivat musiikissa 12 % ja elokuvissa 11 %. Huomattavaa on, että jopa 65-74 vuotiaista 1 % osti konsoli- tai tietokonepelejä Internetistä. (Taulukko 3.)

Taulukko 3. Ostokset ja tilaukset verkon kautta tuoteryhmittäin iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunkimaisuuden ja sukupuolen mukaan 2013.

|                                  | 16-24v           | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | 65-74v | 75-89v | Miehet | Naiset | Kaikki 16-89v | Kaikki 16-74v |
|----------------------------------|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|---------------|
|                                  | %osuus väestöstä |        |        |        |        |        |        |        |        |               |               |
| Musiikkia                        | 20               | 25     | 24     | 14     | 7      | 1      | 0      | 16     | 12     | 14            | 15            |
| Elokuvia                         | 18               | 22     | 22     | 12     | 5      | 1      | 0      | 13     | 11     | 12            | 13            |
| Pelikonsoli- tai tietokonepelejä | 22               | 17     | 19     | 9      | 1      | 1      | 0      | 15     | 6      | 10            | 11            |

(Tilastokeskus 2013.)

Konsolipelejä myydään verkossa kahdessa muodossa: perinteinen fyysinen kopio, pelikotelo ja –levy, tai digitaalinen versio pelistä. Olennaisena erona näiden kahden eri version välillä on ostopaikka ja pelin ”muoto”. Fyysinen kopio ostetaan perinteiseen tyyliin jostakin kaupasta, oli se sitten verkkokauppa tai jokin kivijalkaliike, ja kuluttaja saa itselleen fyysisen kopion pelistä. Digitaalinen versio ostetaan pelijärjestelmien Xbox 360 ja PlayStation 3, (tulevaisuudessa myös uuden sukupolven konsolit Xbox One ja PlayStation 4) omista kaupoista. Näillä konsoleilla kauppapaikat ovat Xbox Live Marketplace ja PlayStation Store. Pelin voi ostaa joko suoraan konsolilta käsin tai Internetistä kummankin konsolin omilta kauppasivuilta. Osti digitaalisen version sitten itse pelikonsolilta tai tietokoneen välityksellä, pelikonsolin kuitenkin joutuu käynnistämään itse pelin latausta varten. Digitaalinen kopio ladataan suoraan pelikoneen kovalevylle. Peliä vaihtaessa ei siis tarvitse vaihtaa levyä erikseen, vaan voi valita kovalevyltä halutun pelin. Tämän lisäksi digitaalisen pelin säilyttäminen ei tarvitse tilaa muualta kuin pelikonsolin omalta kovalevyltä.

Pelintekijät tuottavat uusien pelien lisäksi lisäsisältöä peleihin, mm. moninpeliin uusia pelattavia kenttiä, hahmoja tai aseita. Tämä lisäsisältö tulee pääsääntöisesti ostaa konsolien omalta kauppapaikalta. Uusista ja vanhemmista peleistä julkaistaan myös erikoisversiota, jotka sisältävät itse pelin lisäksi kaiken tai osan peliin julkaistusta tai tulevaisuudessa julkaistavasta lisäsisällöstä.

Digitaalisen pelin maksutapoja Xboxilla ja PlayStationilla on kaksi. Molempien verkko-ostokset pystyy maksamaan luottokortilla, aivan kuten minkä tahansa muunkin verkko-ostoksen. PlayStationin toinen maksutapa on PlayStationin oma PlayStation Network Card. PlayStation Storesta ostaessa ei siis välttämättä tarvitse luottokorttia. PlayStation Network Card -kortteja voi ostaa tavallisista hyvin varustetuista marketeista (esimerkiksi Prisma ja Citymarketit) tai muilta jälleenmyyjiltä, kuten pelikaupat. Saatavilla Suomessa on 20 euron ja 50 euron arvoisia kortteja. PlayStation Network Card on siis joko 20:en tai 50:en euron arvoinen fyysinen kortti, joka sisältää 12 merkin mittaisen koodin. Tämä koodi syötetään PlayStation Storessa sille tarkoitettuun paikkaan ja Storen lompakkoon siirtyy joko 20 tai 50 euroa, riippuen kortista.

PlayStation 4:n julkaisu oli Yhdysvalloissa ja Euroopassa vuoden 2013 lopussa. Tämä tarkoittaa sitä, että osa jo julkaistuista tai tulevista uusista PlayStation 3 -peleistä tulee saataville myös PlayStation 4 -pelikonsolille. PlayStation tarjoaa mahdollisuuden ”päivittää” PlayStation 3 -pelin uuden sukupolven versioon huomattavasti alennettuun hintaan. Pelien fyysisen tai digitaalisen kopion mukana tulee 12-merkin koodi, jolla kyseisen pelin voi lunastaa PlayStation Storesta alennettuun hintaan. (Virallinen PlayStation-sivusto 2014).

Xboxin kaupassa käytetään Microsoft-pisteitä, joilla maksetaan ostokset Xbox marketplacessa. Microsoft-pisteet ovat siis käytännössä rahaa. Pisteitä voi lunastaa luottokortilla Xbox Livestä tai sitten samalla tapaa, kuin PlayStation Network-kortit toimivat. Microsoft-pisteiden ja euron välinen arvo riippuu jälleenmyyjästä. Saatavilla kaupoista on 800, 2100 ja 4200 pisteen kortteja. Microsoft-pisteiden arvo on määritetty Yhdysvaltojen dollareissa, joten pisteiden arvo vaihtelee valuutan mukaan. Lähelläköhtana yksi Yhdysvaltojen dollari vastaa 80 Microsoft-pistettä. (Taulukko 4.)

Taulukko 4. Microsoft pisteiden arvo valuutan mukaan.

| Count-<br>ry/Regio<br>n | 80  | 160  | 240  | 400  | 800  | 1200  | 1600  | 2400      |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| USA                     | \$1.00                                                                               | \$2.00                                                                                | \$3.00                                                                                | \$5.00                                                                                | \$10.00                                                                               | \$15.00                                                                                  | \$20.00                                                                                  | \$30.00   |
| Canada                  | \$1.24                                                                               | \$2.48                                                                                | \$3.72                                                                                | \$6.20                                                                                | \$12.40                                                                               | \$18.60                                                                                  | \$24.80                                                                                  | \$37.20   |
| UK                      | £.68                                                                                 | £1.36                                                                                 | £2.04                                                                                 | £3.40                                                                                 | £6.80                                                                                 | £10.20                                                                                   | £13.60                                                                                   | £20.40    |
| EU                      | € .96                                                                                | €1.92                                                                                 | €2.88                                                                                 | €4.80                                                                                 | €9.60                                                                                 | €14.40                                                                                   | €19.20                                                                                   | €28.80    |
| Norway                  | 6.56 kr                                                                              | 13.12 kr                                                                              | 19.68 kr                                                                              | 32.80 kr                                                                              | 65.60 kr                                                                              | 98.40 kr                                                                                 | 131.20 kr                                                                                | 196.80 kr |
| Sweden                  | 9.60 kr                                                                              | 19.20 kr                                                                              | 28.80 kr                                                                              | 48.00 kr                                                                              | 96.00 kr                                                                              | 144.00 kr                                                                                | 192.00 kr                                                                                | 288.00 kr |
| Australia               | \$1.32                                                                               | \$2.64                                                                                | \$3.96                                                                                | \$6.60                                                                                | \$13.20                                                                               | \$19.80                                                                                  | \$26.40                                                                                  | \$39.60   |
| Japan                   | ¥118.40                                                                              | ¥236.80                                                                               | ¥355.20                                                                               | ¥592.00                                                                               | ¥1184.00                                                                              | ¥1776.00                                                                                 | ¥2368.00                                                                                 | ¥3552.00  |

(Microsoft pisteiden arvotaulukko 2014).

### 3.3 Konsolipelien aluekoodit

Ulkomaisista ja miksei kotimaisistakin verkkokaupoista konsolipelejä ostettaessa on syytä ottaa huomioon pelien ja pelikonsolien aluekoodit. PlayStation 3 ja PlayStation 4 –pelit ovat aluekoodivapaita, joten esimerkiksi pelin Yhdysvaltalainen versio pelistä toimii Eurooppalaisessa konsolissa. Vaikka PlayStation 3 ja PlayStation 4 ovat aluekoodivapaita ja pelit toimivat kaikissa PlayStation 3 ja PlayStation 4 –konsoleissa, eri aluekoodin pelien mahdollinen lisäsisältö tulee ostaa kyseisen alueen PlayStation Storesta. Näille konsoleille voi kuitenkin itse luoda monta käyttäjää, eri aluekoodeja varten ja ostaa kyseisen alueen PlayStation Network – kortteja tai digitaalisia, sähköpostiin toimitettavia latauskoodeja, Internetistä.

Xbox 360 ja Xbox One ovat aluekoodattuja, joten lähtökohtaisesti Yhdysvalloista ostetut pelit eivät toimi Eurooppalaisessa pelikonsolissa. Tähänkin on toki poikkeuksia ja kattava lista aluekoodivapaita Xbox 360-peleistä löytyy esimerkiksi Play-

Asian verkkosivuilta. Xbox Onesta ei vielä vastaavaa kattavaa listaa ole tehty, koska konsoli on juuri julkaistu ja pelejä ei vielä paljoa ole.

Konsolipeleillä aluekoodeja on neljä

- NTSC-U/C, Amerikka
- NTSC-J; Aasia ja Japani
- NTSC-C; Kiina
- PAL, PAL/E; Eurooppa ja Oseania

## 4 KONSOLIPELIEN MARKKINOINTI

Oli kyseessä sitten verkkokauppa tai perinteinen kivijalkaliike, on markkinointi tärkeää. Erityisesti aloittavan yrityksen on panostettava markkinointiin, jotta tieto yrityksen olemassaolosta tulee mahdollisimman monen tietoisuuteen. Nykyään konsolipelien markkinointi on siirtynyt lisääntyvässä määrin Internetiin ja markkinoinnissa hyödynnetään yhä enemmän sosiaalista mediaa, kuten: Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn ja Flickr. Älypuhelisten yleistymisen taas mahdollistaa tehokkaamman markkinoinnin mobiililaitteisiin. Uusien konsolipelien markkinointi televisiossa on vähäistä, mutta niin sanottujen suurien pelien julkaisujen lähestyessä televisiota markkinointikanavana hyödynnetään jonkin verran, esimerkkinä mainittakoon hiljattain julkaistu Battlefield 4. Konsolipelien markkinoinnissa hyödynnetään myös julkisuuden henkilöitä. Uuden Call Of Duty: Ghosts -konsolipelin mainoksessa esiintyi esimerkiksi Megan Fox.

### 4.1 Verkkomainonta

Tiedon digitaalinen siirtäminen mahdollistaa monet erilaiset konsolipelien mainontamuodot. Mahdollisuudet erilaisten mainosten tekemiseen ovat lähes rajattomat, tarvitaan vain mielikuvitusta ja osaamista.

Esimerkiksi tietokoneen näytöllä esiintyvä digitaalinen mainos voi olla:

- pelkkä mainoskuva
- videopätkä
- ääniraita
- tekstilinkkimainos
- avautuva pikkuikkuna
- sisällön päälle ilmestynvä graafinen elementti
- kaikkien yllä mainittujen yhdistelmä

Digitaalisen mainonnan valikoima kasvaa sitä mukaa kun perinteiset keinot alkavat tuntua vanhentuneilta. Koska kuluttajatkin ovat siirtyneet verkkoon, mainonnan on siirryttävä perässä. (Leino 2010, 36–37.)

#### 4.2 Mobiililaitteiden yleistymisen ja mobiilimainonta

Suomessa 16-74 -vuotiaista 49 prosenttia väestöstä käyttää älypuhelinta. Suurin käyttö on 25-34 -vuotiaiden keskuudessa (69 prosenttia väestöstä), kun taas pienin käyttöprosentti on 65-74 -vuotiailla (15 prosenttia väestöstä). Miehistä älypuhelinta käyttää 54 prosenttia väestöstä, naisista 45 prosenttia väestöstä. (Tilastokeskus 2012.)

Matkapuhelin on ylivoimaisesti eniten levinnyt teknologialaite. Matkapuhelimia on 20 kertaa enemmän kuin videopelilaitteita; 30 kertaa enemmän kuin iPodeja. Matkapuhelin on ainoa universaali laite, ja nyt siitä on tullut mediakanava. Ensimmäinen media, joka hyödynsi matkapuhelinta oli musiikki. Musiikkimedia ilmestyi matkapuhelimiin yli kymmenen vuotta sitten ja nykyään noin 31 prosenttia kaikesta myydyistä musiikista käytetään matkapuhelimeissa. Videopelit löysivät seuraavana matkapuhelimet ja yli 20 prosenttia peliteollisuudesta hyödyntää matkapuhelimia. TV, uutiset, Internet ja sosiaalinen media hyödyntävät nykyään matkapuhelinta, uusinta ja tehokkainta massamedian kanavaa. Mainostaminen tekee tuloaan matkapuhelimiimme. (Ahonen 2008, 1.)

Ei ole kuitenkaan helppoa luoda kannattavia palveluita matkapuhelimille. Internetiä ja muita medioita ei voi vain suoraan kopioida matkapuhelimiin ja odottaa niiden olevien menestyviä. Tulevia mediaimperiumeja saavutetaan ymmärtämällä seuraava asia; mikä tekee matkapuhelimista ainutlaatuisen, tehokkaimman mediavälineen kai-

kista kuudesta muusta massamedioista. Siksi meidän kaikkien tulee ymmärtää mikä laite matkapuhelin oikeasti on, ja mihin se pystyy. (Ahonen 2008, 10.)

Mobiilimainonta ja sen merkitys kasvaa jatkuvasti kehittyvien matkapuhelinten ansiosta. Ongelmana kuitenkin on ollut kehittää sopivia mainoksia mobiililaitteisiin. Nyt kun puhelimet ovat kehittyneet siihen pisteeseen, että niissä on Internet-selain, iso kosketusnäyttö ja aiempaa nopeampi yhteys, on mobiilimainonnasta tullut helpompaa. Internet yhteydellä varustetussa älypuhelimessa on periaatteessa saatavilla kaikki tietokoneellakin olevat Internet-palvelut. Puhelin on suurella osalla ihmisistä aina mukana, nykysukupolvelle kännykästä on tullut lähes välttämättömyys. Tämä mahdollistaa jatkuvan Internetin selailun, ja se taas mahdollistaa jatkuvan mainonnan. Älypuhelimet ovat tehokas markkinoinnin kanava, koska se on: henkilökohtainen, tunnistettava ja nopea (Leino 2010, 188–194).

Tottumukset ja tavat, joilla käytetään Internetiä muuttuvat nopeammin kuin ennen. Kotikoneilta ja kannettavilta tietokoneilta ihmiset siirtyvät älypuhelimien ja muiden mobiililaitteiden ääreen, meneillään on mobiilimurros. Tämä tietää konsolipelien mainostajille lisää mahdollisuuksia ja huolenaiheita. Mahdolliset asiakkaat voidaan menettää käyttötottumusten muuttuessa. Mahdollisuutena kuitenkin on saada lisää asiakkaita olemalla oikeassa paikassa oikeaan aikaan. Yllättävää ei ole, että Apple on mobiilin eturintamassa. (Jansson 2012.)

## 5 KONSOLIPELIEN MAKSUTAVAT, TOIMITUSEHDOT JA PERUUTUSOIKEUS

### 5.1 Maksutavat ja maksaminen

Nykyään maksutapoja on todella monia ja ostaja voi valita itselleen sopivimman maksutavan. Ostettavan tuotteen hinta voi kuitenkin riippua maksutavasta ja esimerkiksi ennakkomaksu on useimmiten edullisempi vaihtoehto, kuin jälkikäteen maksaminen. Yleisimpiä maksutapoja ovat: luottokortti, tilisiirto, lasku ja osamaksu. Jokaisella maksutavalla on omat hyvät ja huonot puolensa. Turvallisin tapa maksaa ostok-

sensa on tuotteen mukana toimitettava lasku. Laskun voi maksaa sitten, kun on todennut tuotteen olevan juuri sellainen, kuin luvattiinkin. Luottokortilla maksaessa kannattaa muistaa, että myös luottokorttiyhtiö on tietyllä tapaa vastuussa joistakin kuluista. Esimerkiksi kulut jotka aiheutuvat myyjän viivästyksestä tai virheestä on luottokorttiyhtiön vastuulla. (Kuluttajaliiton www-sivut 2014).

Monet verkkokaupat käyttävät maksuliikenteen salaamiseen SSL-protokollaa varmistaakseen turvallisen maksamisen. Salauksen lisäksi SSL-protokolla palveluntarjoaja todennetaan varmenteiden avulla hyödyntäen palvelimien omia palvelinvarmenteita. Näin varmistetaan käyttäjän kommunikointi oikean www-palvelimen kanssa. Internet selain kertoo varmennetusta yhteydestä selaimen osoitekentässä, joka on varmennetussa tilassa muotoa <https://> normaalin <http://> sijaan (Vakuutusyhtiö If:n www-sivut 2014.)

## 5.2 Toimitusehdot

Jokaisella verkkokaupalla on omat toimitusehtonsa, jotka mainitaan kaupan verkkosivuilla. Yleisesti konsolipeleillä on 1-4 arkipäivän toimitusaika, mikäli tilattu tuote löytyy varastosta. Jos tilattu tuote on tilaustuote tai ennakkotilaustuote, toimitusaika voi vaihdella muutamasta päivästä viikkoihin. Ennakkotilaustuotteet pyritään toimittamaan asiakkaalle viimeistään tuotteen julkaisupäiväksi tai vaihtoehtoisesti tuote lähetetään, kun se on virallisesti julkaistu. Tämä vaihtelee kauppakohtaisesti ja asia ilmoitetaan tuotetiedoissa. Joskus tuotteensa voi saada jopa paria päivää ennen virallista julkaisupäivää.

## 5.3 Peruutusoikeus

Kuluttaja voi useimmiten peruuttaa sopimuksen syytä ilmoittamatta ja ilman seuraamuksia; seitsemän arkipäivän kuluessa tavarán tai vahvistuksen vastaanotosta, tai palvelun sopimuskentekopäivästä. Peruutusaika voi kuitenkin vaihdella eri maissa seitsemästä päivästä neljääntoista päivään. (Taulukko 5.) Kuluttajan käyttäessä peruutusoikeuttaan, myyjän on palautettava mahdollisesti jo saatu maksu mahdollisimman pian tai 30 päivän kuluessa. Postikulujen maksu on tapauskohtaista, joissa-

kin tapauksissa kuluttaja joutuu itse maksamaan palautuspostituksen. Suomessa palautuksen postikuluista vastaa myyjä, mikäli tavara voidaan palauttaa postitse. Esimerkiksi Saksassa puolestaan palautuskuluista vastaa myyjä, kun tavarán arvo ylittää 40 euroa. (Euroopan kuluttajakeskuksen www-sivut 2014.)

Taulukko 5. Peruutusoikeus ja virhevastuun kesto aika EU-maissa sekä Norjassa ja Islannissa.

| <b>Maa</b>    | <b>Peruutusaika</b> | <b>Lakisääteisen virhevastuun kesto aika</b>                                                  |
|---------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Belgia        | 14 päivää           | Ei erityistä aikarajaa. Kohtuullisessa ajassa.                                                |
| Espanja       | 7 työpäivää         | 3 vuotta                                                                                      |
| Hollanti      | 7 työpäivää         | 6 vuotta                                                                                      |
| Irlanti       | 7 työpäivää         | Ei aikarajoja                                                                                 |
| Islanti       | 14 päivää           | 2 vuotta ja viiteen vuoteen asti pitkäkestoisissa tuotteissa.                                 |
| Iso-Britannia | 7 työpäivää         | Ei aikarajoja                                                                                 |
| Italia        | 10 työpäivää        | 2 vuotta                                                                                      |
| Itävalta      | 7 työpäivää         | 3 vuotta                                                                                      |
| Kreikka       | 10 työpäivää        | 2 vuotta                                                                                      |
| Kypros        | 14 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |
| Latvia        | 14 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |
| Liettua       | 7 työpäivää         | 2 vuotta                                                                                      |
| Luxemburg     | 7 työpäivää         | 2 vuotta                                                                                      |
| Malta         | 15 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |
| Norja         | 14 päivää           | 2 vuotta ja viiteen vuoteen asti pitkäkestoisissa tuotteissa.                                 |
| Portugali     | 14 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |
| Puola         | 10 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |
| Ranska        | 7 työpäivää         | 2 vuotta                                                                                      |
| Ruotsi        | 14 päivää           | Tuotteissa, jotka ostettu 1.4.2005 jälkeen 3 vuotta.                                          |
| Saksa         | 14 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |
| Slovakia      | 7 työpäivää         | 2 vuotta. Vähintään yksi vuoksi käytetyissä tavaroissa. 5 vuotta pitkäkestoisissa tavaroissa. |
| Slovenia      | 14 päivää           | 2 vuotta                                                                                      |

|        |             |                                                   |
|--------|-------------|---------------------------------------------------|
| Suomi  | 14 päivää   | Suomen lainsäädäntö ei tunne erityistä aikarajaa. |
| Tanska | 14 päivää   | 2 vuotta                                          |
| Tšekki | 14 päivää   | 2 vuotta                                          |
| Unkari | 8 työpäivää | 2 vuotta                                          |
| Viro   | 14 päivää   | 2 vuotta                                          |

Kaupan peruutusoikeus ei kuitenkaan koske seuraavia tuotteita tai palveluita:

- Lennot
- Majoituspalvelut
- Auton vuokraaminen
- Lehtitilaukset
- Vedonlyöntipalvelut
- Arvontapalvelut
- Tuotteet, jotka ovat tehty kuluttajan ehtojen ja määritysten mukaisesti, esimerkiksi mittatilaustyöt ja kaiverrukset
- Tavara tai palvelu, jonka hinta on rinnastettavissa rahoitusmarkkinoiden vaihteluihin
- Palvelu, joka on kuluttajan suostumuksella aloitettu seitsemän päivän sisällä

Kuluttajan avattua sinetöitynä toimitettuja ääni- tai kuvataallenteita tai ohjelmia ei voi enää palauttaa. Jos jossakin tavarassa on tutustumisoikeus, tavaraa ei voi kuitenkaan ottaa käyttöön ja peruuttaa tämän jälkeen. Kuluttaja on kuitenkin oikeutettu saamaan virheellisen tavaran korjauksen, vaihdon virheettömään, hinnanalennuksen tai kaupan purun ilman lisäkustannuksia. Uudet konsolipelit toimitetaan muoveissa. Kuluttajan poistettua muovit, peruutusoikeus on poistunut ellei peliä ole käyttöön otettaessa todettu vialliseksi. (Euroopan kuluttajakeskuksen www-sivut 2014.)

Ostoksen ilmainen palautusoikeus päättyy kesällä 2014. Tästä eteenpäin kauppias voi tarjota ilmaisen palautuksen 14 vuorokauden sisällä tuotteen vastaanottamisesta, mutta velvollisuutta tähän ei ole. Jatkossa palautuksesta tulee ilmoittaa 14 vuorokauden sisällä tuotteen vastaanotosta ja palautettava tuote 14 vuorokauden sisällä. Taustalla muutokselle EU:n lainsäädännön muutos. (Ilta-Sanomien www-sivut 2014.)

## 6 TUTKIMUS PELIEN VERKKOKAUPASTA

Tutkimuksessa mukana olevilla kotimaisilla verkkokaupoilla (Konsolinet ja VPD) on molemmilla myös kivijalkaliikkeet pääkaupunkiseudulla. Toiminta kuitenkin on vahvaa Internetin puolella ja suuri osa asiakkaista käyttää liikkeiden palveluja nimenomaan Internetin välityksellä. Ulkomaalaisia verkkokauppoja tässä tutkimuksessa edustavat Play-asia ja zavvi.com. Tutkimuksen toteuttamisen apuna käytettiin Internetistä löytyvää Howard-verkkokauppa-apuria ja kuluttajaliiton www-sivuja, joiden avulla tavoitteena oli selvittää kyseessä olevien verkkokauppojen kykyä täyttää turvallisen ja luotettavan verkkokaupankäynnin ominaispiirteet. Howard-verkkokauppa-apuri auttaa tunnistamaan luotettavan verkkokaupan sivujen perusteella. Lähtökohtana luotettavalle kaupankäynnille on yrityksen perustiedot; jos verkkosivuilla ei ole mainintaa yrityksen perustiedoista, kannattaa siirtyä asioimaan muille sivustoille.

### 6.1 Konsolinet Oy

Yrityksen perustiedot (nimi, osoite, aukioloajat ja puhelinnumero) löytyvät heti etusivun vasemmasta reunasta ja tarkemmat tiedot löytyvät ”Info & Toimitusehdot” -linkin takaa. Tietosuojaseloste löytyy myös edellä mainitun linkin takaa, eikä Konsolinet Oy luovuta asiakkaan tietoja eteenpäin, ellei asiakas itse sitä ole erikseen pyytänyt. (Konsolinetin www-sivut 2014.)

Tilaaminen on helppoa ja nopeaa. Tilauksen yhteydessä asiakkaalle luodaan käyttäjätili, josta näkee myöhemmin mm. tilaushistorian. Kaikki oleellinen koskien tilausta on yhdellä sivulla: toimitusosoite, toimitustapa ja maksutapa. Sivun oikeassa laidassa näkyy koko ajan tuotteen kokonaishinta, joka muuttuu toimitustavan hintamuutosten mukaan. Yksittäistä peliä tilatessa toimitustapoja on monia: nouto myymälästä, kirje-toimitus kotiin tai paketti postiin, postiautomaattiin tai kotiin. Halvin vaihtoehto on nouto myymälästä, jolloin ylimääräistä maksua pelille ei tule. Kirjeestä veloitetaan 0,45 euroa ja pakettien hinnat vaihtelevat kuudesta eurosta kolmeentoista euroon. Maksutapoja on myös monia: maksu noudon yhteydessä, ennakkomaksu tilisiirtona,

verkkopankki-, luottokortti- tai mobiilimaksu, PayPal sekä Klarna Tili tai Klarna las-ku. (Konsolinetin www-sivut 2014.)

Konsolinetistä ostetuilla kaikilla peleillä on 14 päivän palautusoikeus, mikäli tuote ei ole avattu. Peliä ja tarvikkeita saa tutkia, mutta ei ottaa käyttöön. Käytännössä siis pelikoteloaa saa ihastella suojamuovin läpi. Jos muovi poistetaan, peli tulkitaan käyttöön otetuksi ja palautusoikeus ei ole voimassa. Ennen tuotteen palauttamista pyydetään kuitenkin ottamaan yhteyttä ensin liikkeeseen joko puhelimitse tai sähköpostilla. Käytettyihin peleihin saa liikkeestä palautusoikeuden, mutta tämä edellyttää pyyntöä pelin sinetöimisestä tilauksen tekemisen yhteydessä. (Konsolinetin www-sivut 2014.)

## 6.2 VPD

VPD on valittu vuoden pelikaupaksi vuosina 2007 ja 2010 Suomen peliohjelmisto- ja multimediasyhistys FIGMA ry:n toimesta. Suomen johtava yritysten riski- ja luotto- luokituksia tekevä Asiakastieto Oy myönsi 2011 VPD:lle Suomen Vahvimmat – sertifikaatin. (VPD:n www-sivut 2014.)

Yrityksen perustiedot (nimi, osoite, aukioloajat, puhelinnumero ja sähköpostiosoite) löytyvät etusivun alareunasta ja sivun vasemmassa reunassa olevan ”Yhteystiedot” -linkin takaa. VPD kauppa pelejään myös huuto.net –sivuston kautta. ”Toimitusehdot”-linkin takaa löytyy paljon tietoa toimitusehdoista, maksutavoista, toimitusku- luista, takuusta ja palautusehdoista. Henkilörekisterin alta löytyy tuotesuojaseloste, jossa kerrotaan henkilötietojen tarkoituksella hyvän asiakaspalvelun ja kerrotaan tie- tojen olevan luottamuksellisia eikä niitä luovuteta ulkopuolisille. (VPD:n www-sivut 2014.)

Tilausta tehdessä VPD:n sivut luovat automaattisesti asiakkaalle käyttäjätilin, jonka avulla voi seurata mm. tilauksien käsittelyä ja ostohistoriaa. VPD:llä on käytössä verkkosivuillaan pikakassa, joka tulee esille välittömästi tuotteen ostoskoriin lisäämi- sen jälkeen. Sivujen selaamista voi kuitenkin jatkaa normaalisti pikakassasta huoli- matta. Pikakassalle pääsee nopeasti takaisin ostoskorin kautta. Pikakassassa kysytään kaikki tarvittava: sähköpostiosoite, nimi, osoite, puhelinnumero, henkilötunnus (va-

linnainen, pois jättäminen rajoittaa maksutapoja), puhelinnumero sekä maksu- ja toimitustapa. Maksutapoja on nykyisin jo yleiset verkkopankki, luottokortti, lasku, ennakkomaksu ja maksu noudon yhteydessä. VPD käyttää sivuillaan tilausprosessin maksuvaiheessa SSL-suojasta, joka takaa tietojen pysymisen salaisina. (VPD:n www-sivut 2014.)

VPD lupaa kaikille myydyille peleille vähintään kuukauden takuun. Käsikonsolien peleille luvataan kolmen kuukauden takuu. Takuu koskee uusia ja käytettyjä pelejä. Palautusoikeus koskee vain käyttämättömiä tuotteita. Peleissä suojamuovin tai sine-tin tulee olla siten avaamaton. Tällöin pelillä on 14 päivän palautusoikeus tuotteen vastaanottamisesta lukien. Palautusten yhteydessä on otettava yhteyttä asiakaspalveluun joko puhelimella tai sähköpostitse. VPD:llä on kaksi kivijalkaliikettä ja palautukset tulee lähettää Vantaalla sijaitsevaan myymälään. (VPD:n www-sivut 2014.)

### 6.3 Play-Asia

Vuonna 2006 Aasialainen kansainvälinen verkkokaupankäynti kohtasi ongelmia, joka on vieläkin läsnä Aasian ja Euroopan välisessä pelikonsolikaupassa. Sony haastoi Hong Kongissa toimineen Lik-Sang.comin oikeuteen syyttäen yrityksen kaupankäyntiä lainvastaiseksi myydessään PSP- (PlayStation Portable) käsikonsolia Eurooppaan. Perusteena syytteelle oli suojella kuluttajia tuotteilta, jotka eivät välttämättä täyttäneet Iso-Britannian ja Euroopan Unionin turvallisuusstandardeja. Seurauksena tästä Lik-Sang.com joutui lopettamaan toimintansa. (Lik-Sangin www-sivut 2014.)

Play-Asia myy jokaisen aluekoodin omaavia pelejä, joka tulee ottaa huomioon Xbox-pelejä tilatessa. Pelien tuotekuvauksessa kyllä mainitaan, minkä aluekoodin peli on kyseessä ja onko se aluekoodattu. Kaupassa myydään myös paljon pelien erikoisversioita, joita ei kotimaisista verkkokaupasta ole mahdollista ostaa. Hinnat ovat alhaisia varsinkin tarjouspelien osalta, mutta tulee olla tarkkana tilauksen kokonaishinnan kanssa. Yli 22 euron tilauksesta EU:n tullialueen ulkopuolelta voidaan periä tullimaksu, joista vastaa aina tuotteen ostaja. Seurauksena Sonyn ja Lik-Sang.comin oikeustaistelun, Play-Asia ei toimita PSP/PS3 – pelikonsoleita tai oheistarvikkeita,

esimerkiksi virtajohtoja, joillekin tietyille Euroopan alueille. (Gamespot.com 2006.) Konsolipelien myyntiin Eurooppaan tapaus ei kuitenkaan suuremmin vaikuttanut. (Play-Asian www-sivut 2014.)

Lähes kaikki tarvittava tieto turvalliseen ja luotettavaan kaupankäyntiin löytyy helposti verkkosivujen yläreunassa olevan ”Help”-linkin takaa. Ainoa tieto, jota en heti löytänyt, oli yrityksen kotiosoite ja puhelinnumero. Pienen tutkiskelun jälkeen tämä tieto kuitenkin löytyi ”Privacy policy”-linkin takaa. Tuotesuojaseloste selvitetään todella laajasti ja kerrotaan tarkalleen mitä tietoja kerätään, miten ne kerätään ja mihin tietoja käytetään. Henkilötietoja ei kuitenkaan luovuteta eteenpäin lukuun ottamatta muutamaa poikkeusta:

- Muiden yhtiöiden edustajat, jotka toimivat yhteistyössä Play-Asian kanssa ja edesauttavat esimerkiksi maksuliikenteen sujuvuutta.
- Liiketoiminnan muutosten myötä. Play-Asian myydessä tai ostaessa muita yrityksiä asiakastiedot voidaan siirtää liiketoiminnan siirron myötä.
- Play-Asian ja heidän yhteistyökumppaneiden ja/tai asiakkaiden turvallisuuden takaamiseksi. Jos jokin tilanne edellyttää tietojen luovuttamista viranomaisille, Play-Asia voi niin halutessaan tehdä.
- Asiakkaan suostumuksesta tietoja voidaan luovuttaa eteenpäin.

Play-Asian verkkosivut käyttävät SSL-suojausta. (Play-Asian www-sivut 2014.)

Tilaaminen on suhteellisen helppoa ja asiakasta opastetaan koko tilausprosessin ajan. Rekisteröityminen on pakollista ja sen pystyy helposti tekemään ensitilauksen yhteydessä. Rekisteröinnin yhteydessä lähetetään varmistussähköposti ilmoitettuun sähköpostiosoitteeseen. Tilausta tehdessä rekisteröitymisen ja osoitetietojen täyttämisen jälkeen kysytään haluttua maksuvaihtoehtoa. Maksuvaihtoehtoja on tarjolla viisi kappaletta: luottokortti, PayPal, Moneybookers, Western Union ja tilisiirto. Maksuvaihtoehtosivulta löytyy lyhyt kuvaus jokaisesta maksuvaihtoehdosta. Maksuvaihtoehdon valinnan jälkeen tulee yhteenveto tilauksesta ja siihen liittyvistä kustannuksista. Tämän jälkeen tilauksen voi vahvistaa ja suorittaa maksun. Koemielinen tilauksen tarkastelu loppuu tähän vaiheeseen. (Play-Asian www-sivut 2014.)

Perustoimitustapoja pelitilauksiin on valittavana kaksi vaihtoehtoa: lentoposti joko pahvikotelossa tai kuplamuovikirjeessä. Lisäksi tarjolla on kolme kuriiripalvelua

(EMS Speedpost, Fedex ja UPS), mutta nämä vaihtoehdot ovat huomattavasti kalliimpia, kuin perusvaihtoehtona oleva lentoposti. Toimitusajallisesti kuriiripostin luvataan olevan toimitettu 1-4 päivässä, kun taas lentopostissa voi kulua sivujen mukaan jopa 21 päivää. (Play-Asian www-sivut 2014.)

Palautusoikeus koskee avaamattomia tuotteita, mutta myös jo avattuja viallisia tai virheellisiä tuotteita. Tämän lisäksi tuotteen voi palauttaa jos: asiakas on täyttänyt palautuspyyntölomakkeen, jos tuote on tilattu verkkosivuilta aikaisintaan kuusi kuukautta ennen palautuspyyntölomakkeen toimittamista, myyjä on sähköpostilla vahvistanut asiakkaalle mahdollisuudesta palauttaa tuotteen tai tuote on palautettu myyjälle hyvin pakattuna ja uutta vastaavassa kunnossa. Kuluttaja vastaa itse palautusten mahdollisista posti- ja tullimaksuista. (Play-Asian www-sivut 2014.)

#### 6.4 Zavvi

Zavvi.com on rekisteröity Iso-Britanniaan ja myy konsolipelien ohella mm.; vaatteita, leluja ja pienielektroniikkaa. Zavvi.com kuuluu The Hut Groupiin, joka voi joidenkin tilausten osalta tuottaa ongelmia toimitettaessa Suomeen, The Hut Group on nimittäin rekisteröity Jerseyyn Saarelle. Koska Jerseyyn Saari ei kuulu EU:n tullialueeseen ja sivustolta ei löydy suoraa tietoa lähetetäänkö zavvi.comista tilatut tuotteet Iso-Britanniasta vai Jerseyyn Saarelta, on syytä ottaa huomioon Suomessa voimassa oleva EU:n tullialueen ulkopuolelta ostettavien tuotteiden 22 euron tuontiraja. (Zavvin www-sivut 2014.)

Kaikki oleellinen tieto, pois lukien puhelinnumero, koskien luotettavaa ja turvallista kaupankäyntiä löytyy sivuston alareunasta. Play-Asian tapaan Zavvi kerää jatkuvasti tietoja sivujen käyttäjistä esimerkiksi evästeiden avulla mahdollistaakseen mahdollisimman kohdistetun asiointikokemuksen jokaiselle käyttäjälle. Evästeet eivät kuitenkaan tallenna mitään tietoja liittyen maksuliikenteeseen tai salasanoihin. Henkilökohtaisia tietoja ei kerätä muuta, kuin mitä tarvitaan luotettavaan kaupankäyntiin. Henkilökohtaisia tietoja ei luovuteta ulkopuolisille toimijoille, ellei:

- Poliisi tai joku muu viranomainen niitä jostain syystä tarvitse.

- Liiketoimintaa laajennetaan tai myydään, jolloin vastaanottava yritys voi saada tässä yhteydessä asiakkaiden tietoja käyttöönsä.
- Yhteistyökumppanit tarvitsevat tietoja esimerkiksi maksuliikenteen sujuvuuden takaamiseksi.

Henkilökohtaisia tietoja suojaa myös Iso-Britanniassa oma ”Data Protection Act”, joka käytännössä edellyttää kaikkia tietojen käsitteleviä yrityksiä toimimaan reilusti, lain edellyttämällä tavalla. Zavvi käyttää sivustoillaan maksuliikenteen yhteydessä SSL-suojasta, joten kukaan ulkopuolinen ei pysty tarkastelemaan lähetettyjä tietoja. (Zavvin www-sivut 2014.)

Tilauksen tekeminen edellyttää rekisteröitymistä sivustolle, mutta se ei vie paljoa aikaa ja on vaivatonta. Itse tilauksen tekeminen on yksinkertaista: kaikki vaadittava tieto on yhdellä sivulla, joten tilauksen tiedot on helppo tarkistaa ennen tilauksen vahvistamista. Suomeen toimitettavista tuotteista ei peritä normaalilla toimitustavalla lainkaan postikuluja, joka varmasti on mieluinen asia monelle asiakkaalle. Toimituksensa saa kyllä halutessaan seurattuna lähetyksenä, mutta tästä peritään 9.99 euron lisämaksu. Toimitusaika on toimitustavasta riippuen 4-10 työpäivää. Maksutapoina tilauksiin kelpaa yleisimmät luottokortit ja PayPal. PayPalia käytettäessä veloitetaan asiakkaalta ylimääräinen 1% lisämaksu tuotteen hinnasta. (Zavvin www-sivut 2014.)

Palautuksissa Zavvi vastaa postikuluista vain, jos: tuote on viallinen, Zavvi on toimitannut väärän tuotteen tai asiakkaan palauttaessa vaihtoehtoinen tai korvaava tuote jonkin toisen tuotteen tilalle. Tuotteilla on 14 päivän peruutusoikeus alkaen tuotteen vastaanottamispäivästä. Palautettavien tuotteiden tulee olla avaamattomia. Erikoistarjouksissa, kuten esimerkiksi ”kaksi peliä kymmenellä punnalla”, asiakkaan tulee palauttaa molemmat pelit, vaikka ei haluaisi palauttaa kuin toisen. Jos kuitenkin kyseisen tarjouksen toinen peli on viallinen, tulee asian tiimoilta ottaa yhteyttä asiakaspalveluun. Kaikki palautetut tuotteet tarkastetaan ja jos asiakas on oikeutettu palautukseen, palautetaan tälle koko tuotteen hinta mukaan lukien mahdolliset postikulut 30 päivän kuluessa. (Zavvin www-sivut 2014.)

## 7 TUTKIMUKSEN JOHTOPÄÄTÖKSET

Verkkokaupoista tilaaminen pyritään tekemään mahdollisimman vaivattomaksi, jotta asiakkaat voivat jopa hetken mielijohteesta tilata nopeasti haluamansa tuotteet. Play-asian tapauksessa jopa sähköpostiini tuli noin viikko koetilauksen tekemisen jälkeen viesti, jossa opastettiin hyvinkin yksityiskohtaisesti tilauksen loppuun asti viemisessä. Mitä helpompaa tilaaminen on, sitä todennäköisemmin asiakas palaa myös myöhemmin ostoksille kyseiseen verkkokauppaan. Toki asiakkaiden palaamiseen vaikuttavat myös tuotteiden toimitusajat ja asiakaspalvelu mahdollisissa ongelmatapauksissa. Näihin asioihin ei kuitenkaan tutkimuksessa otettu kantaa, koska ne olisivat väärinteet tuotteiden tilaamista. Internetistä kuitenkin löytyy monia keskustelupalstoja, joista voi lukea muiden asiakkaiden kokemuksia eri verkkokaupoista, oli kyseessä sitten positiivinen tai negatiivinen palaute.

Verkkokauppojen sivurakenne ja sivujen selkeys ovat myös tärkeitä. Jos sivut ovat yksinkertaiset, kaupankäyntikin on helpompaa ja edesauttaa uusien asiakkaiden löytämistä sekä vanhat asiakkaat palaavat mielellään asioimaan verkkokauppaan. Tutkimuksen verkkokaupoilla kaikilla oli selkeät sivut ja esimerkiksi mahdolliset tarjoustuotteet löytyivät helposti. Play-Asia ja Zavvi keräävät evästeiden avulla tietoa esimerkiksi käyttäjän tarkastelemista tuotteista ja näiden tietojen avulla pystyvät optimoimaan verkkosivuilla näkyvät tiedot suoraan tietyille asiakkaille.

Asiakkaiden turvallisen asioinnin takaamiseksi monet verkkokaupat käyttävät SSL-suojausta. Tutkimuksen verkkokaupoista kolme neljästä ilmoitti sivuillaan käyttävänsä kyseistä suojausta ja uskoisin myös Konsolifinin käyttävän sitä. Käytännössä SSL-suojaus salaa käyttäjän yhteyden www-selainohjelman ja www-palvelimen välillä, jolloin ulkopuolinen taho ei pysty näkemään lähetettyjä tietoja.

Omien kokemusteni perusteella VPD ja Konsolifin tekevät sen minkä lupaavat verkkokauppojen näkökulmasta. Kokonaisuudessaan tutkimustulokset osoittivat, että tutkitut verkkokaupat ovat syystäkin suosittuja, ja todennäköisesti kaupankäynti verkossa jatkuu vilkkaana ja turvallisena jatkossakin.

## LÄHTEET

Ahonen T. 2008. Mobile as the 7<sup>th</sup> mass media. Viitattu 13.3.2013. Saatavilla: <http://siteresources.worldbank.org/EXT/DEVELOPMENT/Resources/TomiAhonen-Mobile7thMassMediaExcerpt.pdf>

Gaems pge:n www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <https://gaemspge.com/personal-gaming-environments/vanguard>

Gamespot 2006. Play-Asia suspends Euro Sony imports. Viitattu 10.12.2013. Saatavilla: <http://www.gamespot.com/articles/play-asia-suspends-euro-sony-imports/1100-6160738/>

Euroopan kuluttajakeskus. Viitattu 17.10.2013. Saatavilla: <http://www.ecc.fi/verkkokauppa>

Howard – verkkokauppa-apuri. Viitattu 21.6.2013. Saatavilla: <http://fi.theshoppingassistant.com/index.php?id=25#c50>

Iltä-Sanomat: Verkkokauppojen palautusoikeus heikkenee – tämä ostajan tulee tietää. 2014. Viitattu 11.2.2014. Saatavilla: <http://www.iltasanomat.fi/digi/art-1288652625950.html>

Leino, A. 2010. Dialogin aika: Markkinoinnin & viestinnän digitaaliset mahdollisuudet. Porvoo: Infor

Jansson J. 2012. Mobiilimurros on täällä, olethan valmis? Viitattu 13.3.2013. Saatavilla: <http://www.searchbox.fi/Artikkelit/mobiilimurros-on-taalla-olethan-valmis/>

Konsolinetin www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.konsolinet.fi/>

Kuluttajaliiton www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: [http://www.kuluttajaliitto.fi/teemat/kuluttajan\\_oikeudet/verkkokauppa](http://www.kuluttajaliitto.fi/teemat/kuluttajan_oikeudet/verkkokauppa)

Kuluttajaviraston www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/kuluttajan-oikeudet/etamyynti-postipuhelinverkkotv/>

Lik-Sangin www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.lik-sang.com/index.html>

Microsoft Pisteiden arvotaulukko. Viitattu 15.7.2013. Saatavilla: <http://xboxlive.ign.com/points.html>

Olin K. 2011. Facebook-markkinointi – Käytännön opas. Helsinki: Talentum

Play-Asian www-sivut 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.play-asia.com/>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2011, 5. Verkkokauppa . Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 13.3.2013. Saatavilla: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi\\_2011\\_2011-11-02\\_kat\\_005\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_005_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2012. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu: 19.3.2013. Saatavilla: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi\\_2012\\_2012-11-07\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2012/sutivi_2012_2012-11-07_tie_001_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2013, Liitetaulukko 25. Ostokset ja tilaukset verkon kautta tuoteryhmittäin iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunkimaisuuden ja sukupuolen mukaan 2013, %-osuus väestöstä. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 19.12.2013. Saatavilla: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi\\_2013\\_2013-11-07\\_tau\\_025\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_tau_025_fi.html)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2013, 3. Verkkokaupan kasvu hidastui. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 17.2.2014. Saatavilla: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi\\_2013\\_2013-11-07\\_kat\\_003\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_kat_003_fi.html)

Theesa 2013. Essential facts about the computer and video game industry. Viitattu 28.10.2013. Saatavilla: [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2013.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2013.pdf)

Tullin www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: [http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/netista\\_ostaminen/tullit\\_ja\\_verot/index.jsp](http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/netista_ostaminen/tullit_ja_verot/index.jsp)

Vakuutusyhtiö If: SSL-suojaus 2013. Viitattu 28.12.2013. Saatavilla: <http://www.if.fi/web/fi/henkiloasiakkaat/ifkansio/pages/ssl-suojaus.aspx>

Video Game Console Libraryn www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.videogameconsolelibrary.com/>

Virallinen PlayStation-sivusto 2013. Viitattu 20.10.2013. Saatavilla: <http://fi.playstation.com/ps4upgrade/>

VPD:n www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.vpd.fi/>

Wikipedia: Regional lockout. Viitattu 2.12.2013. Saatavilla: [http://en.wikipedia.org/wiki/Regional\\_lockout](http://en.wikipedia.org/wiki/Regional_lockout)

Yle: Kielimuuri ja toimitusrajoitukset suomalaisen verkkokaupan esteinä Venäjällä. 2014. Viitattu 17.2.2014. Saatavilla: [http://yle.fi/uutiset/kielimuuri\\_ja\\_toimitusrajoitukset\\_suomalaisen\\_verkkokaupan\\_esteina\\_venajalla/6853105](http://yle.fi/uutiset/kielimuuri_ja_toimitusrajoitukset_suomalaisen_verkkokaupan_esteina_venajalla/6853105)

Ylen www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: [http://yle.fi/uutiset/yha\\_useamman\\_netshoppailijan\\_asioitava\\_pian\\_tullin\\_kanssa/6348541](http://yle.fi/uutiset/yha_useamman_netshoppailijan_asioitava_pian_tullin_kanssa/6348541)

Zavvin www-sivut. 2014. Viitattu 28.2.2014. Saatavilla: <http://www.zavvi.com/home.dept>