



# Käytettyjen pelilaitteiden verk- kokaupan liiketoiminnan edelly- tykset ja kasvumahdollisuudet

Case Rematch Oy

Joonas Järventie

OPINNÄYTETYÖ  
Huhtikuu 2021

Liiketalouden tutkinto-ohjelma, tradenomi

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tutkinto-ohjelman nimi

JÄRVENTIE, JOONAS:

Käytettyjen pelilaitteiden verkkokaupan liiketoiminnan edellytykset ja kasvumahdollisuudet

Case Rematch Oy

Opinnäytetyö 31 sivua, joista liitteitä 0 sivua  
Huhtikuu 2021

---

Tämän opinnäytetyön taustalla oli Rematchin aito tarve kehittää hankintaprosessiaan sekä liiketoimintaansa yleisesti. Työn kirjoittaja on toinen yrityksen perustajista, jonka liiketoiminta perustuu käytettyjen videopelitarvikkeiden ostamiseen ja myymiseen verkkokaupassa. Yritys on tuore, alkuvuodesta 2020 perustettu, eikä yrityksen liiketoimintaa oltu vielä aikaisemmin pysähdetty tarkastelemaan objektiivisesti.

Opinnäytetyön tarkoitus oli kriittisesti tarkastella Rematchin liiketoimintamallia ja toimintatapoja sekä peilata sen ansaintalogiikkaa markkinatilanteeseen. Tavoitteena oli kerätä kehitysideoita, joiden avulla parantaa yrityksen kannattavuutta.

Työ tehtiin tapaustutkimuksena. Työ sisälsi asiakastyytyväisyystutkimuksen, jossa kohderyhmänä olivat yritykselle tavaroita myyneet asiakkaat. Kohderyhmä valittiin yrityksen tarpeen mukaan. Selvitys toteutettiin kvalitatiivisena, puolistrukturoituna, haastattelututkimuksena.

Tulokset työssä osoittavat, että Rematchin liiketoiminta on vakaalla pohjalla sekä sillä on hyvät edellytykset kasvulle. Haastattelututkimus ei paljastanut mainittavia puutteita myöskään hankintaprosessissa. Selvitys osoitti, että suurin kasvun este on markkinointiin panostamisen puute.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Bachelor of Business Administration

JÄRVENTIE, JOONAS:

Business Model Assessment and Growth Projection of Second-Hand Gaming  
Hardware Webstore  
Case Rematch Oy

Bachelor's thesis 31 pages, appendices 0 pages  
April 2021

---

This thesis was inspired by a real need to develop the procurement as well as general business practices of Rematch Oy company. Rematch Oy is a company co-founded by the thesis writer, dedicated to buying and selling second-hand gaming hardware online. It is a relatively new company founded in early 2020 and its business practices have not been analysed so far.

The purpose of this thesis was to analyse business models and practices of Rematch Oy as well as to reflect the revenue logic on the current market. The objective was to gather development suggestions and eventually increase the company's profitability.

This thesis was a case-study. Also, in this thesis there was a study, which was a semi-structured interview of a group of customers who had sold some goods to Rematch Oy. The target group was picked according to the company's needs.

The results of this study showed, that Rematch Oy's business plan has a strong foundation and good premises for growth. Also, the study did not reveal any big shortcomings in the procurement process. Furthermore, the study showed that the single biggest obstacle for growth was poor marketing.

---

Key words: e-commerce, second-hand, gaming hardware

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	REMATCHIN ONGELMAT JA ONNISTUMISET .....	7
	2.1 Liikeidea ja yrityksen perustaminen .....	7
	2.2 Yhteenveto nykytilasta .....	9
	2.3 Onnistumiset .....	9
	2.4 Ongelmat .....	11
3	ANSAIN TALOGIIKKA JA MARKKINATILANNE .....	13
	3.1 Megatrendit liiketoiminnan taustalla .....	13
	3.2 Mooren laki ja mikroprosessorien kehityksen hidastuminen ....	13
	3.3 Käyttämättömäksi jääneet laitteet suomalaisissa kotitalouksissa .	14
	3.4 Käytettyjen laitteiden myynti kuluttajien kesken verkossa .....	15
	3.5 Kilpailijat.....	16
4	KEHITYSTOIMENPITEET .....	17
	4.1 Lähestymistapa ja menetelmät.....	17
	4.2 Asiakastyytyväisyystutkimus ja tutkimussuunnitelma .....	18
	4.2.1 Tutkimusongelma .....	19
	4.2.2 Toteutustapa ja kysymykset .....	20
	4.2.3 Tulokset.....	21
	4.3 Huoltopalvelu .....	22
	4.4 Pelitietokoneiden päivityspalvelu.....	24
5	POHDINTA .....	27
	LÄHTEET .....	29
	LIITTEET .....	31

## 1 JOHDANTO

Yksi julkisen vallan työllisyysstrategian keskeisimpiä keinoja on jo vuosia ollut kannustaa, tukea ja ohjata nuoria yrittäjyyteen. On laadittu erilaisia yrittäjyysohjelmia, mikro- ja startup -yritysten perustamisen kynnyksiä on laskettu ja toimintaa tuettu. Hyvä esimerkki tästä on se, että osakeyhtiön perustaminen internetissä on tehty todella helpoksi sekä osakepääoman vaatimus on poistettu.

Yrityksen perustamiseen tarvitaan kuitenkin muutakin kuin yhteiskunnan ylätasolta tuleva kannustus. On oltava idea, uskoa, itseluottamusta ja pitkäjänteisyyttä sekä ennen kaikkea tarkkaan mietitty liiketoimintasuunnitelma. Alkuvuonna 2020 perustamani käytettyjä pelaamisen tarvikkeita ja laitteita myyvän verkkokaupan Rematch Oy:n idean ydin on digitaalisen pelaamisen räjähdysmäinen kasvu ja laitteiden jatkuva kehittyminen – eikä loppua näy. Kokemuksesta tiedän, että käyttäjät haluavat hankkia uusia pelikoneita, joissa on uusia ominaisuuksia riippumatta siitä, ovatko käytössä olevat laitteet tiensä päässä. Vanhat, uudemmilla versioilla korvatut, laitteet ja tarvikkeet jäävät helposti keräämään pölyä varaston perälle, sillä niiden myyminen erinäisillä markkinapaikoilla mielletään usein hankalaksi.

Digitalisaation ohella liikeideaa tukee myös toinen kansainvälinen megatrendi: ilmastonmuutos, joka on nostanut kiertotalouden ja kestävä kehityksen korkealle eri maiden agendalla. Ruohonjuuritasolla tämä näkyy siinä, että ihan tavalliset kuluttajat ovat alkaneet yhä enemmän kierrättämään tavaroitaan. Kun näitä kehitystrendejä katsoo, niin voi hyvin päätellä, että pelikoneiden kierrätyspotentiaali on lisääntynyt. Kaikilla ei ole varaa eikä ehkä haluakaan hankkia uusinta pelikonekalustoa.

Opinnäytetyöni tarkoitus on käydä läpi ja analysoida maaliskuussa 2020 aloittamani verkkoliiketoiminnan käynnistämistä ja toiminnan määrällistä kehitystä, käytännön ratkaisujen toimivuutta, käytettyjen pelikoneiden saatavuutta ja kysyntää sekä liikevaihdon kehitystä. Tarkoitus on läpivalaista myös Rematchin liiketoimintaiden pohjana olevaa ansaintalogiikkaa, joka perustuu pelikonebisneksen

markkinakehitykseen. Tiiviisti sanottuna kyse on Suomen ensimmäisen pelkäs-  
tään käytettyjä pelikoneita (sekä tietokoneita, että konsoleita) myyvän verkkokau-  
pan onnistumisista ja kasvua jarruttavista ongelmista.

Koska liiketoiminnan kannattavuus riippuu keskeiseltä osin myynnin volyyymista,  
on koko ajan kehitettävä tapoja tavoittaa ihmisiä, jotka ovat valmiita myymään ja  
ostamaan käytettyjä pelikoneita.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on liiketoimintaa objektiivisesti ja kriittisesti tar-  
kastellen arvioida Rematchin liiketoiminnan edellytyksiä, löytää joitakin käytän-  
nönläheisiä kehityskohteita sekä nostaa yrityksen liikevaihtoa- ja voittoa hankin-  
nan prosessien kehityksen avulla. Ensisijainen ratkaistava ongelma liittyy hankin-  
taan: miten Rematch tavoittaa ihmiset, joilla on käyttämättömäksi jääneitä pelaa-  
misen laitteita ja tarvikkeita, joita he eivät halua myydä perinteisiä "C2C"-kanavia  
pitkin.

Työn lähestymistapa on perinteinen tapaustutkimus, koska sen avulla voidaan  
esittää konkreettisia kehittämissuhteita ja -ideoita. Kehittämistyön menetel-  
mäksi on valittu puolistrukturoitu haastattelu. Lähestymistavan ja menetelmän va-  
linnat perustuvat Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden teokseen Kehittämistyön me-  
netelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan (Sanoma Pro 2014)

## 2 REMATCHIN ONGELMAT JA ONNISTUMISET

### 2.1 Liikeidea ja yrityksen perustaminen

Rematch Oy:n idea syntyi vuoden 2019 Y-kampuksen innovaatiohaasteet-kurs-  
sin aikana, kun työskentelin tiimissä, jonka toimeksiantajana oli käytettyjen vaat-  
teiden verkkokauppa Rekki. Kiinnostuin tästä kiertotaloutta hyödyntävästä verk-  
kokauppakonseptista siinä määrin, että päätin ottaa selvää, onko pelikonsolien  
ja -tietokoneiden sekä niiden tarvikkeiden ympärillä vastaavaa liiketoimintaa Suo-  
messä. Tutkittuani yrityksiä huomasin, että tällaista verkkokauppaa ei Suomessa  
vielä ole.

Tampereen korkeakouluyhteisön vuosittain julkaistavan Pelaajabarometrin mu-  
kaan digitaalisia pelejä pelaavien määrä ja pelaamiseen käytetty aika ovat lisään-  
tyneet vuosi vuodelta (Kinnunen, J., Taskinen K., Mäyrä F. 2020). Myös käytet-  
tyjen laitteiden kauppa käy kuumana; Tori.fin Head of Salesin Rasmus Araviidan  
mukaan vuonna 2019 kauppa on heidän alustallaan käynyt seuraavasti: ”Vajaa  
50 000 myytyä tuotetta torissa pelikonsoleissa alaosastoineen, keskihinta 50-  
100€ välillä. Vajaa 100 000 tuotetta myyty torissa tietokoneissa alaosastoineen,  
keskihinta 100-150€ välillä.” Näiden faktojen lisäksi muutkin seikat tukevat Re-  
match Oy:n kaltaisen palvelun tarvetta Suomen kokoisella markkina-alueella,  
joista lisää luvussa 3 ”Ansaintalogiikka ja markkinatilanne”.

	Kaikista		Naisista		Miehistä	
	Pelaajia	Aktiivisia	Pelaajia	Aktiivisia	Pelaajia	Aktiivisia
Pelaaminen ylipäättään	98,2 %	88,3 %	98,5 %	85,4 %	98,0 %	91,2 %
Ei-digitaalinen pelaaminen	97,8 %	80,7 %	98,3 %	77,8 %	97,4 %	83,6 %
Digitaalinen pelaaminen	78,7 %	63,6 %	75,4 %	54,5 %	82,2 %	72,7 %

KUVA 1. Ruudunkaappaus Pelaajabarometristä 2020, 78,7% kaikista vastan-  
neista pelaa digitaalisia pelejä

Aloin muovaamaan konseptia ja laittamaan asioita ylös käyttäen pilvipohjaista Miro-palvelua. Liiketoimintasuunnitelma alkoi rakentua business model canvas -pohjan avulla, täydentäen sitä prosessikaavioilla, tehtävälistoilla, ynnä muilla.



KUVA 2. Ruudunkaappaus alkuperäisestä liiketoimintasuunnitelmasta

Esittelin raakaversiota kehittämästäni konseptista muutamalle tutulle henkilölle, joista Sami Rätty innostui ideasta siinä määrin, että halusi mukaan kehittämään konseptia. Samin kanssa muutaman pitkän palaverin aikana saimme hiottua suunnitelman toteutusvalmiiksi.

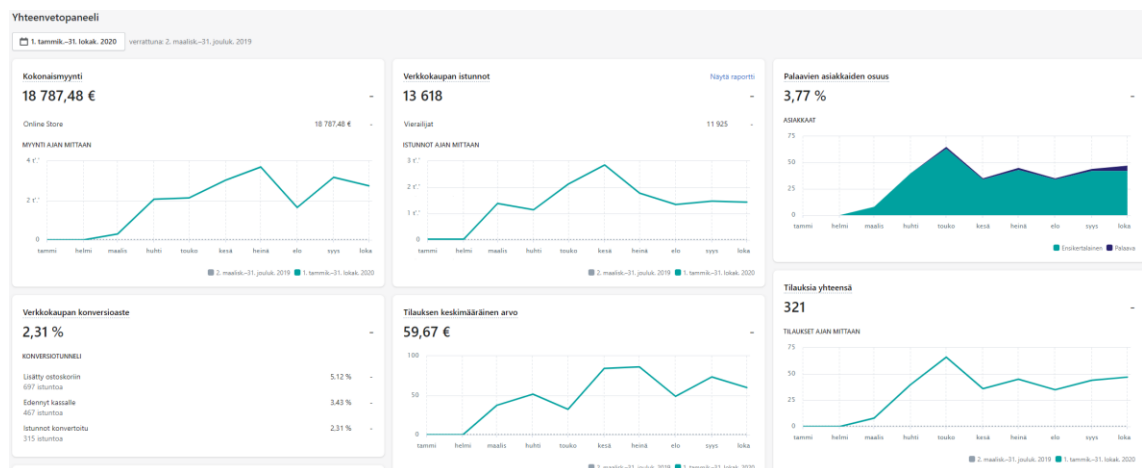
Päätimme perustaa liiketoimintaa varten osakeyhtiön, sillä halusimme erottaa liiketoiminnan talouden mahdollisimman hyvin omasta taloudestamme, ja osakeyhtiön vaatimus osakepääomasta oli vastikään poistunut (Patentti- ja rekisterihallitus). Verkkokauppa-alustaksemme valitsimme yhdysvaltalaisen Shopify-alustan, sillä tämän tutkimuksen mukaan alustan käyttäjät pitivät sen käyttöä selkeänä ja helppokäyttöisenä (Paytrail Oyj 2020, 29).

Kaupan saimme auki maaliskuun lopulla 2020, jolloin myynnissä oli muutamia tuotteita myynnissä. Olimme hankkineet myytävää tavaraa verkkokauppaan käyttämällä omat varastomme läpi sekä ostamalla tuttaviltamme heidän käyttämättömäksi jääneitä tuotteita.



## 2.2 Yhteenveto nykytilasta

Rematchin kokonaismyynti sisältäen arvonlisäveron lokakuun 2020 loppuun mennessä on 18 787,48 euroa. Sisään ostettuja tuotteita on yli 500 kappaletta ja myyntitilauksia yli 300 kappaletta. Istuntoja verkkokaupassa on ollut yli 13000 kappaletta lähes 12000 eri käyttäjältä. Konversioaste, eli myyntiin johtaneiden istuntojen suhde istuntojen kokonaismäärästä on 2,31 %, joka on Wolfgang Digitalin kansainvälisen, vuoden 2017 verkkokauppatutkimuksen mukaan keskiarvoa korkeampi. Tutkimuksen mukaan keskiarvo konversioprosentille kaikkien verkkokauppojen kesken on 1,6% ja ainoastaan verkossa toimivilla kaupoilla, kuten Rematchilla, 1,8% (Coleman, A. 2017)



KUVA 3. Ruudunkaappaus Shopify:n hallintapaneelista, jossa Rematchin myyntilukuja

Marraskuun 2020 alkuun asti logistiikka- ja toimistoasiat hoidettiin yrittäjien kodeista, kunnes saimme pienen varastotilan kerrostalon alakerrasta, jonne muuttimme. Logistiikka hoituu Pakettikaupan palvelun kautta, josta saamme tilattua kuljetukset ja toimitamme paketit itse eri kuljetusliikkeille kuljetettavaksi.

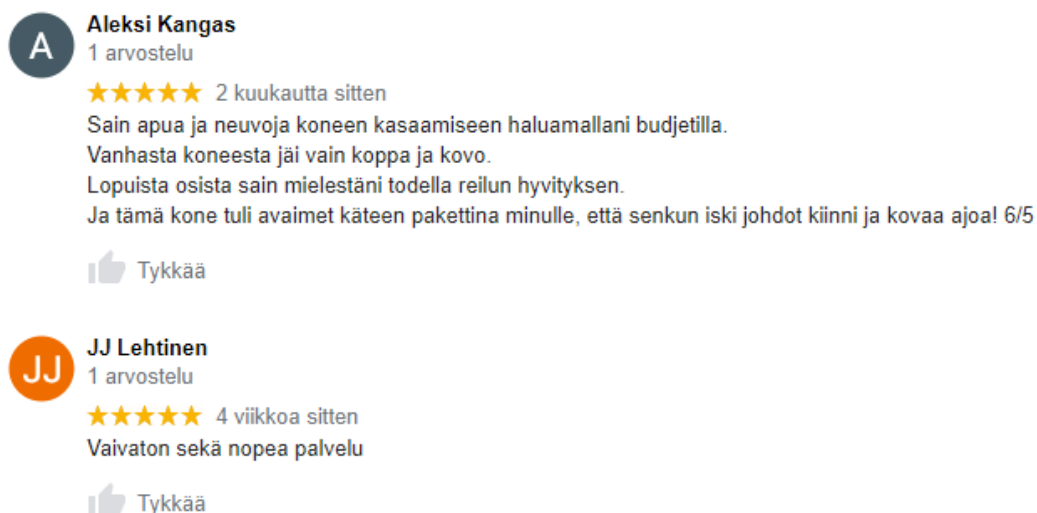
## 2.3 Onnistumiset

Yhtenä onnistumisena pidän ehdottomasti varastonhallinnan järjestelmällistä ylläpitoa. Kertaakaan ei ole tullut vastaan tilannetta, jossa olisimme myyneet tuotteen, jota ei oikeasti ole hyllyssä. Aiempien työpaikkojen kokemuksieni mukaan pidän tätä harvinaisena tilanteena. Varastonhallinnassa onnistumista on varmasti auttanut Googlen Docs-pilvipalveluun rakennettu varastonhallintataulukko.

Tilausten osittaisia tai kokonaisia palautuksia erinäisistä syistä on ollut yli kolmasosadasta tilauksesta kymmenen kappaletta. Tilauksia on tarkalleen 21.11.2020 mennessä 368 kappaletta, joten Rematchin verkkokaupan palautusprosentti on 2,7 %. Tutkimusdataa suomalaisten käyttäytymisestä verkkokauppaostotensa palautusten suhteen on vaikeaa löytää, etenkin vaatealan ulkopuolelta. Postin vuonna 2020 teettämän suuren verkkokauppatutkimuksen mukaan kuitenkin 10 % kuluttajista on palauttanut, tai aikoo palauttaa ainakin osittain viimeksi tekemänsä tilauksen. (Posti 2020) Rematchin verkkokauppatoimittajan, Shopify:n, blogitekstin mukaan yhdysvaltalaisen verkkokauppojen palautusprosentti on keskimäärin 20 % (Orendorff A 2019).

Postin ja Shopify:n lukuihin verrattuna Rematchin palautusprosentti on jopa epäuskottavan alhainen. Uskon tämän johtuvan kokonaisvaltaisesti laadukkaasta työskentelystä, eli tuotteiden huolellisesta tarkistamisesta, tarkoista tuotekuvista sekä kuvaavasti kirjoitetuista myyntiteksteistä.

Saamamme Google-arvostelut ovat olleet vähäisiä, mutta pelkästään positiivisia. Kolmen saamamme tähtiarvostelun keskiarvo on viisi tähteä viidestä. Lisäksi olemme saaneet suoraa, suullista palautetta esimerkiksi puhelimitse tapahtuvan asiakaskohtaamisen yhteydessä, joka on ollut todella positiivista.



KUVA 4. Ruudunkaappaus Rematchin saaduista Google-arvioinneista

Onnistumiset painottuvat siis korkeaan asiakastyytyväisyyteen meiltä ostaneiden asiakkaiden keskuudessa. Dataa meille myyneiden asiakkaiden tyytyväisyydestä palveluumme meillä ei juurikaan ole.

## 2.4 Ongelmat

Yllä mainittu yrittäjien kotoa toimiminen voidaan laskea yhdeksi ongelmista. Toisaalta se on mahdollistanut joustavan työskentelyn yrityksen tehtävien parissa aina kun aikaa on, joten toiminnan siirtäminen toimitiloihin pois yrittäjien kotoa luo uusia haasteita.

Molemmat yrittäjät tekevät töitä Rematchin eteen sivutoimisesti, eikä yritykseen ole sijoitettu suuria summaa rahaa. Tämä tarkoittaa sitä, että yrittäjät eivät tällä hetkellä vielä pysty nostamaan itsellensä palkkaa, vaan kaikki sisään tuleva raha käytetään yrityksen juokseviin kuluihin sekä kehittämiseen. Välillä tämä asettaa haasteita toiminnalle, sillä kuten Oulun yliopiston Mikroyrittäjyyskeskus MicroENTREN tutkimusjohtaja Anna-Mari Simunaniemi toteaa; ”Peruslogiikka on, että mitä pienempi yritys, sitä enemmän se on yhtä kuin yrittäjä ja sitä enemmän hänen jaksamisensa on yhtä kuin yrityksen tehokkuus ja tuottavuus.” (Mällinen J.

2019) Olemme todenneet tämän saman peruslogiikan toteutuvan myös Rematchin kohdalla; mitä enemmän ehdimme ja jaksamme panostaa yritykseen, sitä parempia tuloksia saamme aikaan.

Alun perin suunnitelmanamme oli hoitaa yrityksen kirjanpito itse. Pian kuitenkin huomasimme, että jos haluamme käyttää rajallisen aikamme mahdollisimman tehokkaasti yrityksen eteen, tulisi meidän priorisoida ajankäyttöämme ydinliiketoimintamme ympärille. Tämän ongelman ratkaisimme hankkimalla tilitoimiston hoitamaan kirjanpitoamme sekä taloushallintoamme.

Suurin ongelmamme on liittynyt tavaran hankkimiseen; miltei kaikki tuotteet, joiden oletammekin olevan haluttuja, menevät kaupaksi nopeallakin aikataululla. Isoin este yrityksen kasvulle on siis tällä hetkellä oikeanlaisten myyjien tavoittaminen, jotka haluaisivat myydä meille. Olemme profiloineet ”ihanneasiakkaaksemme” myyjän, joka on korkeamman keskiluokan kiireinen, mahdollisesti perheellinen, ihminen, joka ei halua käyttää aikaa vanhojen pelikoneiden myymiseen. Tällä ”ihanneasiakkaalla” on myös useampi tuote kerralla myytävänä meille, jolloin saamme jaettua mahdollisia tavaran hankkimiseen liittyviä logistiikkakustannuksia useammalle tuoteartikkelille.

### 3 ANSAINTALOGIIKKA JA MARKKINATILANNE

#### 3.1 Megatrendit liiketoiminnan taustalla

Kuten jo johdannossa todettiin, Rematchin harjoittaman käytettyjen pelikoneiden verkkokaupan ansaintalogiikan taustalla on kaksi globaalia megatrendiä. Ensinnäkin ilmaston muutoksen torjuminen on nostanut agendalle tavaroiden kierrätyksen merkityksen. Toinen megatrendi on digitalisaation ja sen myötä verkkoliiketoiminnan voimakas kasvu, joka koronapandemian aikana on kasvanut lähes eksponentiaalisesti.

Pelikonebisneksessä taas on nähtävissä käytettyjen laitteiden verkkokauppaa tukevia trendejä. Ensinnäkin pelikoneiden ominaisuudet lisääntyvät jatkuvien uusien innovaatioiden ansiosta. Laitteiden nopeatempoinen uusiutuminen on omissaan lisäämään uusien versioiden ja uudentyyppisten laitteiden myyntiä ja tämän myötä käytettyjen laitteiden kierrätyspotentiaalia. Keskeinen motivaatio Rematchin liiketoiminnan käynnistämiseksi on kuitenkin se, että lukuisten tutkimusten mukaan pelaajien määrä on lisääntynyt ja pelaamiseen käytetty aika kasvanut, kuten jo luvussa 2 todettiin. ”Niiltä, jotka olivat pelanneet jotain digitaalista peliä viimeisen kuukauden aikana, kysyttiin myös digitaaliseen pelaamiseen liittyvästä ajan ja rahan käytöstä. Muutokset verrattuna edelliseen vuoden 2018 barometriin kohdistuvat erityisesti ajankäyttöön. Vuonna 2018 pelaajat käyttivät keskimäärin (korjattu keskiarvo) 4,76 tuntia viikossa pelaamiseen, kun vuonna 2020 aikaa käytettiin keskimäärin 7,06 tuntia/viikko (korjattu keskiarvo).” (Kinnunen, J., Taskinen, K., Mäyrä, F. 2020, 103)

#### 3.2 Mooren laki ja mikroprosessoreiden kehityksen hidastuminen

Peliala on vuosikymmeniä kehittynyt poikkeuksellisen kovaa tahtia. ja pitkän aikavälin suunta on näyttäisi olevan pilvipelaaminen. Mutta onko muutos tullut käännekohtaan ja miten se vaikuttaa Rematchin tulevaisuuden näkymiin? Pelikoneiden kehitystä ja tulevaisuuden näkymiä kuvaa ns. Mooren laki.

”Mooren laki kumoutuu: Tietokoneen nopeus ei väistämättä kasva helposti”. Vuonna 2016 alettiin uutisoimaan, miten puolijohdetekniikkaan perustuvien mikroprosessorien kehitys on alkanut hidastumaan ja tulee edelleen hidastumaan 2020-luvulla. 2010-luvulle asti prosessoreiden kehitys on ollut hurjaa, alkuperäisen Mooren lain mukaan prosessorien sisällä olevien transistorien määrä tuplaantuu vuoden välein. Myöhemmin Moore päivitti aikavälin kahteen vuoteen, ja se on pitänyt aina 2010-luvulle saakka. (Paukku, T. 2016)

Prosessoreihin pakataan entistä enemmän transistoreja aina aiempaa tarkemman valmistusprosessin avulla, ja mikroprosessorimyynnin markkinajohtaja kompuroi edelleen 10 nanometrin valmistustekniikkaan perustuvan prosessorin markkinoille tuomisessa, jonka piti tulla markkinoille jo vuonna 2016 (Laine P. 2020).

Tämä prosessoreiden laskentatehon kehityksen hidastuminen on saanut aikaan sen, että mikroprosessoreihin perustuvien laitteiden (kuten pelikoneet) tehokas käyttöikä on pidentynyt, sillä uusia huomattavasti aiempaa tehokkaampia komponentteja ei tule yhtä usein markkinoille kuin ennen. Voidaan siis olettaa, että tämä pelikoneiden käyttöiän pidentyminen vaikuttaa positiivisesti Rematch Oy:n liiketoimintaan. Tätä kannattaisi hyödyntää myös yrityksen markkinoinnissa.

### **3.3 Käyttämättömäksi jääneet laitteet suomalaisissa kotitalouksissa**

Tilastokeskuksen mukaan 41 prosentilla suomalaistalouksista on kodissaan pelikonsoli ja yli 80 prosenttia kotitalouksista säilyttää kierrätyskelpoista elektroniikkajätettä. (Parikka, T. 2020) Tutkimus ei suoraan vastaa siihen mitä laitteita kodeissa on käyttämättöminä, mutta pelikonsolien yleisyys huomioon ottaen voidaan olettaa, että myös pelaamisen tarvikkeita on runsain määrin käyttämättöminä.

Rematchin toiminnan aikana olemme törmänneet myös lukuisiin asiakkaisiin, jotka ovat yllättyneet positiivisesti siitä, että heidän vanhoista tietokoneistaan tai niiden komponenteista voi saada jopa rahaa. Näillä asiakkailla on ollut jopa useita käyttämättömäksi jääneitä tietokoneita sekä komponentteja varastoissaan.

### 3.4 Käytettyjen laitteiden myynti kuluttajien kesken verkossa

Monet kuluttajat myyvät aktiivisesti itse vanhoja laitteitaan internetin eri markkinapaikoilla toisille kuluttajille. Tällaisia ns. C2C-markkinapaikkoja ovat muun muassa Tori.fi, Huuto.net ja Facebook Marketplace. Kaupankäynti tällaisella alustalla tapahtuu siis täysin kuluttajien kesken, palveluntarjoajat tarjoavat ainoastaan alustan myynti-ilmoituksille. Maksut, tavaroiden toimitukset ynnä muut käytännön järjestelyt kuluttajat sopivat keskenään.

Luvussa 2.1 mainittiin jo Tori.fi:n Rasmus Araviidalta saaduista myyntivolyymeista. Varovaisimminkin laskettuna pelkästään Tori.fi:ssä kuluttajat tekevät vuositasolla keskenään kauppaa n. 12,5 miljoonan euron edestä tietokoneilla, pelikonsoleilla sekä niihin liittyvillä tuotteilla. Huuto.net:n tai Facebook Marketplacen lukuja en saanut selville, mutta voidaan kuitenkin olettaa, että kyseessä on kymmenien miljoonien eurojen kokoinen markkina.

Ongelmatonta tällainen kaupankäynti kuluttajalle ei ole. Ensinnäkin useimmat markkinapaikat vaativat käyttäjätilin perustamisen, tuotteet täytyy valokuvata, niistä täytyy kirjoittaa tuotekuvaukset ja ne täytyy listata myyntiin markkinapaikalle. Varsinkin isoja tuote-eriä myydessä pitää varautua pakkaamaan tuotteita usealle eri ostajalle ja/tai sopimaan useita eri noutoja tai tapaamisia tavarantoimitukselle. Yllä mainitut ongelmat ovat ongelmia subjektiivisia ja jokuhan saattaa nauttiakin tämänkaltaisesta puuhastelusta. Myös oikeita ongelmia esiintyy, kuten huijareita. ”Tori.fi-verkkosivustolla on tänä syksynä liikkunut huijareita, jotka esittävät ostotilanteessa myyjälle väärennetyn kuitin tai tiliotteen, Helsingin poliisi varoittaa.” (Bjurström, E. 2020) C2C- eli vertaiskaupassa ei myöskään ostajalla ole yleisen luulon vastaisesti kuluttajansuojaa. (Raijas, A. 2018, 20)

Nämä subjektiiviset sekä objektiiviset ongelmakohdat vertaiskaupassa tukevat Rematchin kaltaisen palvelun olemassaoloa. Tätä kannattaisi käyttää yrityksen markkinointiviestinnässä esimerkiksi blogijulkaisun muodossa, kuitenkin varoen, ettei teksti mene pelkäksi kuluttajan pelotteluksi.

### 3.5 Kilpailijat

Täysin Rematchin kaltaista toimijaa, eli suoraa kilpailijaa, ei ainakaan Suomessa vielä ole. Epäsuorat kilpailijat voidaan kuitenkin karkeasti kategorisoida kahteen ryhmään; käytettyjä laitteita ostaviin sekä myyviin yrityksiin.

Jotkin pelikonsoleita myyvät liikkeet, kuten VPD, ottavat vaihdossa vanhoja pelikonsoleita ja niiden pelejä. Myös jotkin tietokone-liikkeet ottavat vaihdossa ja ostava vanhoja tietokoneita sekä niihin liittyviä tuotteita. Nämä tietokone-liikkeet kuitenkin keskittyvät usein käytettyjen yritystietokoneiden ympärille, Rematchin keskittyessä pelaamisen laitteiden ympärille. Ostajia kaikenlaisille pelaamisen laitteille ei siis markkinalla ole muita.

Kuten yllä todettiin, käytettyjä tietokoneita myyvät yritykset keskittyvät vanhojen yrityskäytöstä poistettujen koneiden kierrättämiseen. Jotkin yritykset, Taitonetti etunenässä, tavoittelevat myös pelaajia näillä vanhoilla yrityskoneilla. Konsolipuolella käytettyjä tuotteita on perinteisesti ostettu, myyty ja vaihdettu antikvari-aattityylisissä liikkeissä jo pitkään, esimerkiksi VPD on perustettu jo vuonna 1992. Nämä, jo hieman perinteisemmät, liikkeet ovat myös saaneet käytettyjä tuotteita verkkokauppoihinsa, joten kilpailua on konsolituotteiden myymisessä jonkin verran.



## 4 KEHITYSTOIMENPITEET

### 4.1 Lähestymistapa ja menetelmät

Rematch Oy:tä koskeva opinnäytetyö on case-tyyppinen kehittämishanke, jonka ensisijainen tavoite on kartoittaa keinoja, joiden avulla liiketoimintaa voidaan laajentaa ja kasvattaa liikevaihtoa ja sen myötä taloudellista tulosta - eli tuottaa nykyistä enemmän voittoa omistajilleen. Edellä on kuvattu käytettyjen pelikoneiden verkkoliiketoiminnan kaupallisia edellytyksiä ja ansaintalogiikkaa. Lisäksi on käyty läpi, missä asioissa yritys on onnistunut ja millä osa-alueella on selvästi todettu kehittämisen tarvetta.

Kehittämistyön lähestymistavaksi on valittu tapaustutkimus, case-study.

Katri Ojasalon, Teemu Moilasen ja Jarmo Ritalahden teos Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan (Sanoma Pro 2014) on ollut lähestymistavan valinnan pohjana. Tapaustutkimus soveltuu lähestymistavaksi erityisen hyvin silloin kun ”tapauksia” on vain yksi ja sitä voidaan käsitellä kokonaisuutena. ”Tapahtumatutkimus tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvasta ilmiöstä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä. Koska tapaustutkimus pyrkii tuottamaan syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta tapauksesta, sen avulla voidaan kehittää konkreettisia kehittämissuhteita ja -ideoita.” (Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2014, 52)

Edellä mainitun lähteen perusteella kehittämistyön menetelmäksi on valittu kvalitatiivisiin menetelmiin luettava puolistrukturoitu haastattelututkimus. Haastattelu on aineistonkeruumenetelmänä hyvä valinta etenkin silloin, jos kehittämiskohde on vähän tutkittu, koska haastattelulla on mahdollista saada kerätyksi uusia näkökulmia avaavaa aineistoa. Haastattelu on vuorovaikutusta, joka on etukäteen suunniteltu sekä haastattelijan alulle panema ja ohjaama. Kysymykset on etukäteen suunniteltu, mutta vuorovaikutteisessa haastattelussa vastaaja voi myös nostaa esille omia ja kehittämisen kannalta mielenkiintoisia näkemyksiä. Haastattelu suositellaan nauhoitettavan.

Tässä tutkimuksessa haastattelu toteutetaan kaksivaiheisesti: asiakkailta kysytään ensin sähköpostilla tai Whatsapp-viestillä, ovatko he halukkaita osallistumaan haastatteluun ja myönteisesti suhtautuvien haastattelu tehdään puhelimitse.

Tutkimus toteutetaan nopealla aikataululla, asiakkailta odotetaan vastausta viestiin kahden päivän ajan, jonka aikana haastateltavat valitaan. Haastattelut suoritetaan sen jälkeen yhtenä päivänä marraskuun 2020 aikana. Saman päivän aikana tavoitteena on koostaa vastaukset yhtenäiseen muotoon. Seuraavana päivänä tulokset koostetaan raportin muotoon sekä tehdään johtopäätökset sekä toimenpide-ehdotukset tuloksiin perustuen.

Haastattelututkimuksen lisäksi kehitysehdotukset- ja toimenpiteet liittyvät kahteen, jo pilotoituun, palvelukonseptiin. Näiden käsittely teoriatasolla on pintapuolisempaa, sillä vasta käytännön tasolla nähdään niiden todellinen potentiaali liikevaihdon kasvattajina.

## **4.2 Asiakastyytyväisyystutkimus ja tutkimussuunnitelma**

Kuten aiemmin tässä työssä on todettu, dataa Rematchille myyneiden asiakkaiden tyytyväisyydestä palveluun ei juurikaan ole. Jotta voisimme kehittää toimintaamme tällä osa-alueella, tulee meidän ymmärtää myyntiprosessia asiakkaan näkökulmasta

Ymmärtääkseni asiakkaita, aion suorittaa kvalitatiivisen haastattelututkimuksen muutamille Rematch Oy:lle myyneille asiakkaille. Myyntiprosessi liittyy olennaisesti tutkimukseen, joten alla prosessi kuvattuna.

- Asiakas täyttää verkkosivuillamme lomakkeen, jossa on hänen yhteystietonsa, myytävät tuotteet sekä valitsee toimitustavan tuotteilleen. Toimitustapoja ovat: tuonti itse varastolle, lähetys Postilla, tai Rematchin henkilökunta noutaa asiakkaalta korvausta vastaan.
- Asiakas saa alustavan tarjouksen tuotteistaan sähköpostiin
- Asiakas hyväksyy alustavan tarjouksen ja toimitusvaihtoehdosta riippuen joko

- Rematch henkilökunta ottaa yhteyttä sopiakseen tuotteiden tuonnista varastolle
- saa lähetyskoodin, jolla voi lähettää tuotteet paketissa meille
- Rematch henkilökunta ottaa yhteyttä sopiakseen noutoajankohdan asiakkaan kotoa
- Tuotteet tarkistetaan ja lähetetään vahvistusviesti asiakkaalle sähköpostiin tarkistuksesta ja maksusta.

Ostoja tehdään myös suorien yhteydenottojen kautta, mutta lomakkeen täyttö on pääasiallinen kanava ostojen tekemiseen, joten keskitytään tutkimuksessa siihen.

#### 4.2.1 Tutkimusongelma

Rematch ostaa käytettyjä pelaamisen laitteita ja tarvikkeita ja myy niitä verkossa eteenpäin. Yrityksen tavoitteena on kasvattaa kaupankäynnin volyymia löytämällä lisää niitä asiakkaita, jotka haluavat vanhoista pelilaitteistaan helposti ja vaivattomasti eroon. Ongelmaperusteisesti lähdetään selvittämään, miten hankintojen määrää voitaisiin lisätä. Painopiste on hankinnoissa, koska ei voi myydä, jos ei ole varastoa. Edellä on kuvattu jo käytössä oleva tapa, jolla hankintoja nykyisin tehdään: pelikoneita myyntiin tarjoava henkilö täyttää netissä lomakkeen, jonka pohjalta otetaan tai jätetään ottamatta yhteyttä potentiaaliseen laitteen myyjään. Jotta käytettyjen laitteiden tarjonta lisääntyisi, on selvitettävä, miten nykyinen prosessi toimii asiakkaan näkökulmasta.

Rematch Oy:n yrittäjät eivät ymmärrä myyntiprosessin ”pullonkauloja” asiakkaan näkökulmasta. Asiakkaat eivät ole proaktiivisesti antaneet palautetta myyntiprosessista aiemmin, joten ymmärrystä ei ole päässyt syntymään.

Tutkimuksessa halutaan nimenomaan paneutua asiakkaan tuntemuksiin prosessin eri vaiheissa. Tuntuuko prosessin jokin vaihe tarpeettomalta, vastataanko asiakkaalle hänen mielestään tarpeeksi nopeasti ym.

#### 4.2.2 Toteutustapa ja kysymykset

Tutkimus on kvalitatiivinen puolistrukturoitu haastattelututkimus. Asiakkaat, jotka ovat jo myyneet Rematchille tuotteita, kontaktoidaan sähköpostitse, tekstiviestitse, tai pikaviestinsovellus WhatsAppia käyttämällä. Kontaktoidut asiakkaat, jotka suostuvat osallistumaan tutkimukseen, haastatellaan puhelimitse, tai tietokoneella jotakin VoIP-ohjelmistoa käyttämällä (Voice over Internet Protocol). Haastattelut nauhoitetaan, josta mainitaan haastateltavalle heti alkuun.

Otantana käytetään harkinnanvaraista ns. eliittiotantaa, eli haastateltaviksi valitaan ne henkilöt, joilta uskotaan saatavan parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 88). Käytännössä valitaan tuotemäärällisesti paljon myyneitä, euromääräisesti paljon myyneitä tai henkilöitä, joiden kanssa on jo käyty dialogia itse hankintatapahtuman ulkopuolella.

Haastattelu on strukturoitu ennalta määritellyillä kysymyksillä, jotta vastaukset ovat vertailukelpoisia keskenään sekä haastattelut pysyvät mielekkäinä sekä haastateltavalle, että haastattelijalle. Haastattelu aloitetaan taustoittavilla kysymyksillä ja edetään asiakkaan tuntemusten tiedusteluun prosessin eri vaiheissa.

Kysymys 1: Demografia; sukupuoli, ikä, asuinpaikkakunta, koulutus

Kysymys 2: Olitko tehnyt myyntipäätöksen ennen kuin törmäsit Rematchiin?

Kysymys 3: Mistä kuulist Rematchista – mikä sai täyttämään lomakkeen?

Kysymys 4: Oliko lomakkeen täyttö teknisesti helppoa? Ts. latautuiko sivu ongelmitta, oliko fontti oikean kokoinen ja niin edelleen.

Kysymys 5: Koitko, että lomakkeen täyttäminen oli hyvä tapa myydä tuotteita meille?

Kysymys 6: Oliko Rematch sinuun yhteydessä mielestäsi tarpeeksi nopeasti lomakkeen täyttämisen jälkeen?

Kysymys 7: Oliko tuotteiden toimittaminen tarpeeksi helppoa?

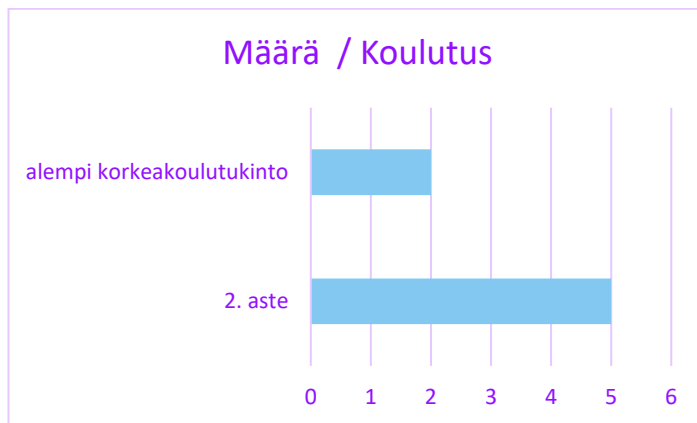
Kysymys 8: Miten koit prosessin kokonaisuudessaan vrt. esim. Tori.fissä tai Facebook Marketplacella myymiseen?

Kysymys 9: Vapaa palaute

### 4.2.3 Tulokset

Vastaajiksi saatiin hyvin eri ikäisiä ja eri koulutustaustalla olevia, sekä miehiä että naisia. Suurin osa vastaajista oli miehiä, joka vastaa myös Rematchin asiakkaiden sukupuolijakaumaa.

TAULUKKO 1. Vastaajien koulutus



TAULUKKO 2. Vastaajien sukupuoli ja ikä



Noin puolet vastaajista oli jo tehnyt myyntipäätöksen ennen tutustumistaan Rematchiin ja päätti tutustumisen jälkeen myydä juuri Rematchille. Vain yksi vastaaja kertoi tehneensä myyntipäätöksen vasta sen jälkeen, kun oli nähnyt mainoksen ja tajunnut, että vanhat tavarat ovat rahanarvoisia.

Miltei kaikki olivat kuulleet Rematchista tutultaan. Vain kaksi vastaajaa olivat saaneet ensikosketuksen yritykseen mainoksen kautta.

Sivustosta ja lomakkeen täytöstä palaute oli miltei pelkästään positiivista, ainoa kritiikki oli hieman pelkistetyt nettisivut. Myöskään tavaroiden toimittamiseen, tai prosessiin kokonaisuudessaan ei saatu juurikaan kritiikkiä, joten kehityksen suhteen hyödyllistä raportoitavaa ei siltäkään osin ole. Pääosin asiakkaiden tunteukset olivat positiivisia yrityksiä kohtaan. Yksi teema nousi kehitysehdotuksien suhteen esille; ”kivijalkakaupan” kaipuu etenkin kahden vanhimman vastaajan ehdottamana.

Vaikka yrityksen omistajan roolissa positiiviset palautteet asiakkailta ovat mukavaa luettavaa, antavat ne hyvin vähän ajatuksia kehitystyölle. Tutkimus kuitenkin vahvistaa työssä aiemmin esiin tulleita teemoja, eli hyviä edellytyksiä liiketoiminnalle ja kasvulle.

### **4.3 Huoltopalvelu**

Olemme alkaneet pilotoimaan pelikonsolien sekä tietokoneiden huoltopalvelua markkinoimalla huoltopalveluita ensin omille verkostoillemme sekä joillekin asiakkaillemme, jotka ovat maininneet omistavansa epäkunnossa olevia laitteita. Huoltotyöt ovat olleet yksinkertaisia puhdistustöitä sekä ohjelmistopuolen korjauksia, ja asiakaspalaute näistä on ollut positiivista. Ensimmäisten onnistuneiden huoltojen jälkeen tuotteistimme Playstation 4 -konsolin puhdistuksen pölystä sekä lämpötahnan vaihdon ja aloimme markkinoimaan tätä palvelua hintaan 50 € testataksemme huoltojen tekemistä hieman pidemmälle tuotteistettuna. Päädyimme juuri tähän huoltokohteeseen kyseisen konsolin ylikuumenemisongelman yleisyyden vuoksi. Esimerkiksi yhdysvaltalaisella Ifixit-sivustolla eritoten koronaviruspandemian aikana on tullut erityisen paljon kysymyksiä liittyen Playstation 4-konsolin ylikuumenemiseen (Purdy, K. 2020).

Vaikka kilpailua on ydinliiketoimintaamme enemmän huoltopalvelujen saralla, haluamme tarjota niitä sen kannattavuuden vuoksi. Esimerkiksi tuotteistamamme Playstation 4-huolto vie aikaa noin 20 minuuttia ja jokaisessa huollossa kuluu

lämpötahnaa noin 2 euron arvosta, muita suoria kuluja työn tekemiseen ei liity. Työn veroton hinta on noin 40,32 €, joten kulujen jälkeen tuntiansioksi muodostuu noin 114,96 euroa.

Huoltotöiden toteuttamiseen liittyvää, tai niiden markkinointia ja myyntiä suurempi haaste liittyy tällä hetkellä Rematchin toimintaan pelkkänä verkkokauppana. Perinteisesti huoltoliikkeillä on käyntiosoite kiinteillä aukioloajoilla, jonne asiakkaat voivat toimittaa korjattavat laitteet. Tätä teoriaa tukee haastattelututkimukseen vastanneiden kivijalkaliikkeen kaipaaminen.

Etusivu Pirkkanmaa Viihde-elektronikka Pelikonsolit ja pelaaminen Playstation 4 lä...



**Playstation 4 lämpötahnan vaihto ja putsaus 50 €**

Ilmoitustyyppi: **Myydään** Ilmoitus jätetty: **4 huhtikuuta 15:03**

Pelikonsoli: **PlayStation 4**

Toimitustapa: **Lähetys**

**Lisätiedot**

Playstation 4 tuuletin huutaa kuin pölynimuri!?

Todennäköisesti konsoli on täynnä pölyä ja/tai prosessorin ja tuulettimen välissä oleva lämpöä johtava tahna on vanhuuttaan lopettanut lämmönjohtamisen.

Ratkaisuna tuulettimen huutamiseen Rematch puhdistaa konsolin sisältä pölyt ja vaihtaa vanhat lämpötahnat uusiin laadukkaisiin, jonka jälkeen et tarvitse Peltoreita päähän pelatessa.

Voit tuoda konsolin meille, kun sovitaan etukäteen tuontiaika, tai postittaa konsolisi meille ja takaisin. Edestakaisen postituksen hinta on 14e.

Voit noutaa/lähetämme konsolin takaisin 1-4 arkipäivän kuluessa sen saapumisesta meille.

• **Tilaa työ verkkokaupastamme**

Ota yhteyttä ilmoittajaan Rematch

[Lähetä sähköposti](#)

KUVA 5. Ruudunkaappaus Rematchin huoltopalveluiden markkinoinnista Tori.fi-palvelussa

#### 4.4 Pelitietokoneiden päivityspalvelu

2020 syksyllä pilotoimme jo kesällä ideoimani (peli)tietokoneiden päivityspalvelun. Palvelun idea on tarjota vanhemman pelitietokoneen omistavalle asiakkaalle konsultoiva ”avaimet käteen”-tyyppinen ratkaisu tietokoneen päivittämiselle. Tästä hyötyy niin asiakas, joka saa omaan käyttöönsä spesifisti rakennetun tietokoneen, kuin Rematchkin, joka saa katetta palvelumaksusta, uusien komponenttien myynnistä sekä asiakkaan tietokoneen vanhojen komponenttien ostosta ja myynnistä. Palvelu toimii siis siten, että tiedustelemme asiakkaalta hänen käyttotarpeensa tietokoneella ja suunnittelemme tarvittavat päivitykset nykyiseen kokoonpanoon. Tämän pohjalta teemme ehdotuksen, jossa on päivitettävät komponentit hintoineen sekä hyvityssumma vanhoista, vaihdettavista, komponenteista. Asiakkaan hyväksyttyä ehdotelman, tilaamme osat ja teemme päivitystyön ja toimitamme koneen asiakkaalle valmiiksi asennettuna ja optimoituna.

Selatessa Facebookin PC-raudan keskustelupalstaa, törmäsin päivitykseen, jossa keskustelunavaaja tiedusteli henkilöä, joka päivittäisi hänen koneensa, tai kasaisi hänelle uuden. Otin heti yksityisviestillä häneen yhteyttä, sillä hän oli täydellisesti juuri tämänkaltaisen palvelun kohderyhmää ja sain sovittua, että Rematch toteuttaa hänen tietokoneensa päivityksen yllä kuvatun mallin mukaisesti, mutta pilottihengessä emme peri häneltä palvelumaksua. Saimme päivityksen toteutettua ilman yllätyksiä ja asiakkaan kanssa keskustellessa tuli ilmi, että hänellä oli jäänyt ylimääräiseksi myös Playstation 4-tavaraa, jotka hän myös mielellään myi meille.





KUVA 6. Päivitetty tietokone valmiina lähetettäväksi takaisin asiakkaalle

Kun alun perin sovimme asiakkaan kanssa palvelumaksun pois jättämisestä, sovimme myös, että hän suostuu antamaan palautteen palvelusta meille, jotta voimme kehittää sitä eteenpäin. Palautekeskustelussa ei tullut ilmi mitään kehitettävää prosessissa, vaan ainoastaan positiivista palautetta. Asiakas koki eniten saaneensa arvoa siitä, että palvelu tuntui aidosti vaivattomalta ja helpolta, eikä hänen tarvinnut käyttää ylimääräistä aikaa asiaan. Tärkeimpänä palautteena puhelusta oli mielestäni se, että asiakas olisi ollut valmis maksamaan 80–100 euroa tästä palvelusta.

Uusissa tietokoneen komponenteissa on erittäin vähän katetta, jos ollenkaan, ainakin Rematchin kokoisella pienellä toimijalla. Kate tässä palvelussa tehdään siis palvelumaksulla sekä asiakkaan vanhojen komponenttien myymisellä. Pilotticasessa pelkästään asiakkaan meille myymistä vanhoista tavaroista, mukaan lukien Playstation 4-tuotteet, saimme nettokatetta 167,66 euroa.

Emme ole vielä saaneet tuotteistettua tätä palvelua, jotta se olisi valmisi markkinoitavaksi ja myytäväksi, mutta tässä olisi erittäin potentiaalinen premium-luokan palvelu. Epävarmuudet tämän palvelun lanseeraamisen ympärillä liittyvät asiakkaiden riittävyteen, markkinoinnin kohdentamiseen sekä mahdollisiin takuu- ja reklamaatioasioihin, kun päivitetään vanhaa konetta. Näen kuitenkin, että tämä

palvelu kannattaisi ehdottomasti tuotteistaa ja ainakin ns. soft launchata, eli avata myyntiin rajatulle asiakaskunnalle.

## 5 POHDINTA

Työn otsikkoon, ”...liiketoiminnan edellytykset ja kasvumahdollisuudet”, voisi työn kirjoitettua vastata tiivistetysti: liiketoiminnalle on hyvät edellytykset sekä kasvumahdollisuuksiakin on hyvin. Tämänkaltaiselle liiketoimintamallille on kysyntää Suomen kokoisessa markkinassa sekä varmasti myös ulkomailla. Kaikkea potentiaalia ei olla pystytty tähän mennessä ulosmittaamaan myynnin kasvussa, eikä yrityksellä ole ollut selkeää markkinointisuunnitelmaa tukemaan kasvua.

Tätä työtä sekä Rematchin päivittäistä operatiivista työtä tehdessä olen huomannut, että ihmisten suhtautuminen käytettyjen pelitarvikkeiden ostamiseen on ollut positiivista, joka tietysti tukee myös yrityksen liiketoimintamallia. Omat havaintoni ihmisten aikaisempaa positiivisemmasta suhtautumisesta käytettyjen tavaroiden ostamiseen ovat linjassa esimerkiksi Tampereen yliopiston markkinoinnin professorin Hannu Saarijärven löydösten kanssa, joka on todennut, että ”Tavaran jälkimarkkinan – eli käytetyn tavaran ostamisen ja myymisen – valtavirtaistuminen jatkuu, sen volyyymi ja kuluttajien preferenssi sen suosimiseen kasvavat. Se on entistä varteenotettavampi, ja tulotasosta riippumaton, ostamisen ja myymisen kanava kaikille ikäluokille”. (Kaupan liitto 2018)

Tämän työn tekemisen merkitys henkilökohtaisella tasolla yrittäjänä toimivalle on ollut suuri, sillä se on pakottanut tarkastelemaan omaa yritystoimintaa objektiivisesti. Yrittäminen on usein, ainakin omien kokemuksieni mukaan, hyvin kuormittavaa, kun varmaa tietoa huomisesta ei ole. Tästä työstä, varsinkin luvusta KEHITYSTOIMENPITEET, saa kuitenkin tehtyä hyvän kehityssuunnitelman tulevaisuutta varten, tai ainakin hyvät raamit sille.

Työn tieteellinen luotettavuus on varmasti enintään kohtalaisella, ellei välttävällä tasolla. Objektiivisesti arvioituna, opinnäytetyön virallisia arviointikriteereitä käyttäen, työ ei ole mitenkään erityisen ansioitunut. Tampereen ammattikorkeakoulun opinnäytetyön arviointikriteereissä kiitettävän työn yksi tunnusmerkki on ”Opiskelija on käyttänyt ohjausta tarkoituksenmukaisesti. Opinnäytetyöprosessi on edennyt vastuullisesti suunnitellussa aikataulussa” (Tampereen ammattikorkeakoulu 2020, s 2). Muun muassa tässä kohtaa olisi ollut paljon parannettavaa, sillä työ

valmistui alkuperäisestä aikataulusta yli neljä kuukautta myöhässä. Kuitenkin, kuten aiemmassa kappaleessa totesin, työ on ollut mittaamattoman arvokas sen tekijälleen. Tässä valossa, ottaen huomioon ammattikorkeakoulun ja sen opin-  
näytetyön tarkoituksen olla työelämälähtöinen ja sitä tukeva ja kehittävä, työ on taas erittäin onnistunut.

## LÄHTEET

Araviita, R. Head of Sales, Bookers Group. Tori.fi tilastoja. Sähköpostiviesti. Luettu 10.11.2020.

Bjurström, E., Poliisi varoittaa Tori.fi-verkkokaupassa liikkuneista huijariostajista: väärentävät kuitteja ja tiliotteita, raha ei todellisuudessa liiku, julkaistu 21.10.2019, luettu 22.11.2020 <https://yle.fi/uutiset/3-11029496>

Coleman, A., e-commerce report 2017, Wolfgang Digital 2017, luettu 1.10.2020 [https://www.wolfgangdigital.com/uploads/case-studies/Wolfgang\\_Digital\\_2017\\_E-commerce\\_KPI\\_Benchmarks\\_Study.pdf](https://www.wolfgangdigital.com/uploads/case-studies/Wolfgang_Digital_2017_E-commerce_KPI_Benchmarks_Study.pdf)

Kaupan liitto, Käytetyt tavarat vaihtavat omistajaa yhä enemmän verkossa, julkaistu 2.2.2018, luettu 26.4.2021 <https://kauppa.fi/uutishuone/2018/02/02/kaytetyt-tavarat-vaihtavat-omistajaa-yha-enemman-verkossa/>

Kinnunen, J., Taskinen K., Mäyrä F., Pelaajabarometri 2020, Tampereen Yliopisto, luettu 10.11.2020, <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1786-7>

Laine, P., Intel jatkaa kompurointia valmistusprosessien parissa: 7 nanometrin prosessi tulee myöhästymään merkittävästi, julkaistu 24.7.2020, luettu 20.11.2020 <https://www.io-tech.fi/uutinen/intel-jatkaa-kompurointia-valmistusprosessien-parissa-7-nanometrin-prosessi-tulee-myohastymaan-merkittavasti/>

Mällinen, J., Mikroyrittäjän monet roolit uuvuttavat, Päivitetty 2.12.2019, Luettu 2.11.2020 <https://www oulu.fi/yliopisto/uutinen/uupuvat-mikroyrittajat>

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro

Orendorff, A., The Plague of Ecommerce Return Rates and How to Maintain Profitability, julkaistu 27.2.2019, luettu 20.11.2020 <https://www.shopify.com/enterprise/ecommerce-returns>

Parikka, T., Yli 80 prosenttia kotitalouksista säilyttää kierrätyskelpoista elektroniikkajätettä, julkaistu 26.6.2020, luettu 20.11.2020 <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2020/yli-80-prosenttia-kotalouksista-sailyttaa-kierratyskelpoista-elektroniikkajatetta/>

Patentti- ja rekisterihallitus, Osakeyhtiö, asunto-osakeyhtiö ja keskinäinen kiinteistöosakeyhtiö: Vaatimus osakepääomasta poistuu 1.7.2019. Päivitetty 24.9.2019. Luettu 12.10.2020 <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/osakeyhtio/osakeyhtion-asunto-osakeyhtion-ja-keskinaisen-kiinteistoosakeyhtion-osa-kepaaomavaatimus-poistuu-1.7.2019.html>

Paukku, T., Mooren laki kumoutuu: Tietokoneen nopeus ei väistämättä kasva helposti, Helsingin Sanomat, Julkaistu 21.7.2016, luettu 1.11.2020 <https://www.hs.fi/tiede/art-2000002911794.html>

Paytrail Oyj, Suuri verkkokauppa-alustaraportti 2020, Julkaistu 12.5.2020 Luettu 9.10.2020 [https://www.paytrail.com/hubfs/images/eBook\\_Folder/Suuri-verkko-kauppa-alustaraportti-2020.pdf](https://www.paytrail.com/hubfs/images/eBook_Folder/Suuri-verkko-kauppa-alustaraportti-2020.pdf)

Posti, Suuri verkkokauppatutkimus 2020, luettu 15.11.2020 [https://minun.posti.fi/hubfs/Tutkimukset/Suuri-verkkokauppatutkimus-2020\\_Posti.pdf](https://minun.posti.fi/hubfs/Tutkimukset/Suuri-verkkokauppatutkimus-2020_Posti.pdf)

Purdy, K., Ask iFixit: How Can I Keep My PS4 from Overheating?, julkaistu 3.7.2020, luettu 25.11.2020 <https://www.ifixit.com/News/42583/ask-ifixit-how-can-i-keep-my-ps4-from-overheating>

Raijas, A., Kuluttajansuojan tunnettuus elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien keskuudessa, 2018, luettu 22.11.2020 <https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2018/kkv-selvityksia-2-2018-kuluttajansuojan-tunnettuus.pdf>

Tampereen ammattikorkeakoulu, AMK-opinnäytetyön arviointikriteerit, päivitetty 18.11.2020, luettu 26.4.2020 [https://content-webapi.tuni.fi/proxy/public/2020-11/intra\\_opinnaytetyoamk\\_arviointikriteerit\\_muokattu\\_18112020.docx](https://content-webapi.tuni.fi/proxy/public/2020-11/intra_opinnaytetyoamk_arviointikriteerit_muokattu_18112020.docx)

**LIITTEET**