

Henri Hakala

**FENOMENOGRAFINEN TUTKIMUS NUORTEN KO-
KEMUKSISTA LASKU- JA OSAMAKSAMISESTA
VERKKOKAUPASSA**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
INFORMAATIOTEKNOLOGIAN TIEDEKUNTA
2022

TIIVISTELMÄ

Hakala, Henri

Fenomenografinen tutkimus nuorten kokemuksista Lasku- ja osamaksamisesta verkkokaupassa

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2022, 56 s.

Tietojärjestelmätiede, pro gradu -tutkielma

Ohjaaja: Frank, Lauri

Verkkokauppa on muuttanut sitä, kuinka tuotteita ja palveluita ostetaan. Verkkokaupoista ostaessa maksamisen tavat ovat erilaisia, kuin kivijalkakaupoista ostaessa. Verkkokaupoissa ostajille tarjotaan muun muassa lasku- ja osamaksutapoja kohtalaisen aktiivisesti ja tämä on maksamisen tapana suhteellisen uusi verkkomaksutapa. Tämän tutkielman tavoitteena onkin pyrkiä ymmärtämään paremmin, kuinka suomalaiset nuoret kokevat ja suhtautuvat lasku- ja osamaksupalveluihin verkkokaupoissa. Tutkielma jakautui kahteen kokonaisuuteen, jotka ovat kirjallisuuskatsaus ja empiirinen osuus. Kirjallisuuskatsauksessa pyrittiin selvittämään, millaista tutkimusta aiheesta on toteutettu aiemmin ja millaisia ilmiötä selittäviä teorioita nousee esiin, jotka voisivat selittää ilmiötä. Kirjallisuuskatsauksessa nousi esiin innovaation diffuusioteoria ja yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2. Näiden teorioiden pohjalta rakentui tutkimuksen viitekehys. Tutkielman empiirisessä osuudessa hyödynnettiin laadullisia tutkimusmenetelmiä, kuten fenomenografista haastattelua ja kriittisten kokemusten kartoitusta. Haastatteluiden avulla voitiin saada esille, että millaisia ovat nuorten kokemukset lasku- ja osamaksupalveluista ja millaista on näiden haastateltavien suhtautumien näihin palveluihin liittyen. Haastateltavien määrä rajattiin saturaatioon ja tästä syystä haastateltavia oli yhdeksän kappaletta. Haastatteluista nousi esiin, että haastateltavien välillä on eroja kokemuksissa ja suhtautumisessa lasku- ja osamaksuihin verkkokauppojen maksutapana. Esiin nousi esimerkiksi negatiivisia kokemuksia velkaantuminen, eettisyyden puute ja tästä johtuva negatiivinen suhtautumien. Toisaalta laskuun ja osamaksuun yhdistettiin paljon myös positiivisia kokemuksia, kuten arkeen saatava jousto, turvallisuus ja helppous ja nämä loivatkin haastateltavien keskuudessa positiivista suhtautumista laskuun ja osamaksuun liittyen.

Avainsanat: lasku, osamaksu, verkkokauppa, verkkomaksamien, kokemukset

ABSTRACT

Hakala, Henri

Phenomenographic study of youth experiences with invoice and installment payment in online shopping

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2022, 56 pp.

Information Systems, Master's Thesis

Supervisor: Frank, Lauri

E-commerce has changed the way products and services are purchased. When buying from online stores, the payment methods are different than when buying from brick-and-mortar stores. In online shopping, buyers are offered moderately actively invoice and installment payment methods, and this is a relatively new online payment method. The aim of this study is to try to better understand how young Finnish experience invoice and installment services in online shopping. This study is divided into two entities, a literature review, and an empirical section. The aim of the literature review was to find out what kind of research has been done on the topic in the past and what kind of theories are known that could explain the phenomenon. In the literature review, the diffusion of innovations theory and unified theory of acceptance emerged. Based on these theories, a research framework was built. The empirical part of the study utilized qualitative research methods, such as phenomenographic interviewing and the mapping of critical experiences. The interviews revealed the young people's experiences of invoice and installment services and the attitudes of these interviewees towards these services. The number of interviewees was limited to saturation, and for this reason there were nine interviewees. It emerged from the interviews that there are differences between the interviewees in their experiences and attitudes towards invoices and installments as a method of payment for online stores. For example, negative experiences of indebtedness, lack of ethics and the resulting negative attitudes emerged. On the other hand, a lot of positive experiences were also associated with the invoice and the installment, such as the flexibility, security, and ease of everyday life, and these created a positive attitude among the interviewees regarding the invoice and the installment.

Keywords: invoice, installment, E-commerce, online payment, experiences

KUVIOT

KUVIO 1 Innovaation diffuusioteoria (Sahin, 2006)	15
KUVIO 2 Teknologian hyväksymismalli (Davis ym., 1989).....	18
KUVIO 3 Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 (Venkatesh ym., 2012)	19

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Teknologian hyväksymismalli 2 lasku- ja osamaksutapojen näkökulmasta (Venkatesh ym., 2012)	20
TAULUKKO 2 Haastateltavien demografinen jakauma	28
TAULUKKO 3 Haastattelu kysymys 9 tulokset.....	38

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVIOT JA TAULUKOT

1	JOHDANTO.....	7
2	LASKU- JA OSAMAKSUTAPA KÄSITTEENÄ JA NYKYTILANNE SUOMESSA	9
	2.1 Lasku- ja osamaksu käsitteenä.....	9
	2.2 Suomessa käytetyt lasku- ja osamaksupalvelut verkkokaupassa	10
3	LASKU- JA OSAMAKSUTAPOJEN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	12
	3.1 Aiempi tutkimus aiheesta.....	12
	3.2 Innovaation diffuusioteoria.....	14
	3.2.1 Omaksujaluokat.....	15
	3.2.2 Iän vaikutus innovaatioiden leviämiseen sosiaalisissa järjestelmissä	16
	3.3 Teknologian hyväksyminen.....	17
	3.4 Yhteenveto innovaatioiden leviämisestä ja teknologian hyväksymisestä	23
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	25
	4.1 Tutkimusmenetelmä	25
	4.2 Aineiston keruu.....	27
	4.3 Aineiston analyysi	28
5	TULOKSET.....	30
	5.1 Aloitukset ja yleiset kysymykset.....	31
	5.2 Kriittiset kokemukset lasku- ja osamaksamiseen liittyen.....	34
	5.3 Innovaation diffuusioteoria.....	36
	5.4 Koetut hyödyt.....	39
	5.5 Haastateltavien ”vapaa sana”	41
6	POHDINTA.....	43
	6.1 Rajoitteet ja jatkotutkimus.....	44
7	YHTEENVETO	46
	7.1 Mitä aiempi tutkimus kertoo nuorten lasku- ja osamaksamisesta verkkokaupoissa?	47
	7.2 Miten teoriat selittävät laskun ja osamaksun hyväksymistä nuorten keskuudessa verkkokaupan maksutapana	47
	7.3 Miten nuoret suhtautuvat lasku- ja osamaksamisen verkkokaupoissa?	48

LÄHTEET.....	50
LIITE 1 TUTKIMUKSEN HAASTATTELURUNKO.....	55

1 JOHDANTO

Verkkokauppa on muuttanut viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana suuresti sitä, kuinka kuluttajat ostavat tuotteita ja palveluita. Muutos on kasvatanut verkkokaupan merkitystä myyntikanavana yrityksille. Lisäksi monet palvelut siirtyvät verkkoon digitalisaation johdosta. Verkkokaupan yksi keskeinen osa on maksuliikenne eli verkkomaksaminen. Verkkomaksaminen tarkoittaa sitä, että hankittava tuote, palvelu tai hyödyke maksetaan käyttäen sähköisiä maksamisen keinoja.

Verkkomaksun suorittamiseksi maksajalla on olemassa useita eri vaihtoehtoisia maksamisen menetelmiä, kuten luottokortti, verkkopankki, mobiililompakat ja lasku- ja osamaksamisen vaihtoehdot (Dholakia, 2012). Nämä erilaiset maksuvaihtoehdot ovat syntyneet eri ajankohdissa ja niihin liittyy erilaisia piirteitä. Tässä tutkimuksessa keskitytään lasku- ja osamaksamiseen maksutapana, koska tätä voidaan pitää uutena maksamisen innovaationa, jonka suosio kasvaa voimakkaasti. Lasku- ja osamaksua voidaan myös pitää yleisesti maksutapana, joka muovaa maksamisen maailmaa. (Alcazar & Bradford, 2021)

Lasku- ja osamaksaminen on laaja ilmiö, koska ilmiö ilmenee eri tavoin erilaisissa ympäristöissä ja tämä tarkoittaa sitä, että tutkimusaiheen osalta tulee tehdä rajauksia, jotta voidaan saavuttaa syvällisempää ymmärrystä. Tässä tutkimuksessa aihetta rajataan kokemuksiin lasku- ja osamaksamisesta suomalaisten nuorten keskuudessa verkkokaupan kontekstissa. Lasku- ja osamaksamista on tutkittu ilmiönä maailmalla, mutta Suomessa suomalaisten näkökulmasta tehtyä tutkimusta on vähemmän. Ilmiö saa kuitenkin mediassa ja yleisessä keskustelussa kohtuullisen paljon tilaa ja huomiota, sillä se yhdistetään usein myös kuluttajien lisääntyneeseen velkaantumiseen ja muihin lieveilmiöihin. Näistä syistä johtuen onkin tärkeää tutkia tätä ilmiötä tarkemmin, jotta ilmiö voidaan ymmärtää paremmin ja käydä yhteiskunnallista keskustelua aiheen ympäriltä.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on luoda lisää ymmärrystä lasku- ja osamaksamisen omaksumisesta verkkokaupan maksutapana. Aiemmissä tutkimuksissa on noussut esiin teorioita, jotka toimivat tämän tutkimuksen pohjana. Tässä tutkielmassa pyritään vastaamaan kolmeen tutkimuskysymykseen. Nämä tutkimuskysymykset ovat:

- Mitä aiempi tutkimus kertoo nuorten lasku- ja osamaksamisesta verkkokaupoissa?
- Miten teoriat selittävät laskun ja osamaksun hyväksymistä nuorten keskuudessa verkkokaupan maksutapana?
- Miten nuoret suhtautuvat lasku- ja osamaksamisen verkkokaupoissa?

Tutkimuksen kahteen ensimmäiseen kysymykseen vastataan tutustumalla aiempaan kirjallisuuteen kirjallisuuskatsauksen muodossa. Kirjallisuuskatsauksen tavoitteena on luoda kokonaisymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä (Salminen, 2011). Kirjallisuuskatsauksessa tutustutaan, miten lasku- ja osamaksamista on tutkittu aiemmin ja millaisia huomioita aiheesta on tehty näissä tutkimuksissa. Kirjallisuuskatsaus toteutettiin tutustumalla aiempiin tieteellisiin tutkimuksiin ja artikkeleihin. Kirjallisuuskatsauksen materiaalit etsittiin pääsääntöisesti Google Scholarista ja muista tieteellisistä tietokannoista. Artikkeleiden etsimiseksi käytettiin muun muassa seuraavia hakusanoja "BNPL", "payment methods", "New technology acceptance", "new innovations" ja "E-commerce".

Kirjallisuuskatsauksen perusteella tarkennettiin tutkimuksen empiirisen osuuden tutkimuskysymyksiä, sillä kirjallisuuskatsauksessa nousi esiin tutkimuksen kannalta keskeiset teoriat, kuten innovaation diffuusioteoria ja teknologian hyväksymismalli.

Tutkimuksen empiirinen osuus toteutettiin haastatteluin eli hyödyntäen laadullisia tutkimusmenetelmiä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin fenomenografista tutkimusmenetelmää. Fenomenografista tutkimusta täydennettiin hyödyntämällä myös kriittisten kokemusten kartoitusta, jolla saatiin rikastettua haastateltavilta saatavaa informaatiota. Tutkimuksen haastattelurunko rakentui kirjallisuuskatsauksessa tunnistettujen teorioiden päälle.

Tutkimuksen tulokset olivat osittain yhteneväisiä teorioiden esittämien oletusten kanssa. Haastateltavat nostivat esiin kuitenkin lasku- ja osamaksamiseen liittyviä suhteita, joilla voi olla vaikutus käyttöönottopäätökseen. Haastateltavat kokivat tutkittavaa ilmiötä eri tavoin, mutta haastatteluiden pohjalta voitiin tunnistaa haastateltavien keskuudessa samankaltaisia kokemuksia tutkittavaan ilmiöön liittyen.

Tutkielman toinen luku keskittyy tutkimuksen kannalta keskeisimpien käsitteiden määrittelyyn. Toisessa luvussa myös tutustutaan siihen, että millaisia lasku- ja osamaksamisen ratkaisuita suomalaisissa verkkokaupoissa tarjotaan. Kolmannessa luvussa tutustutaan aiempaan tutkimukseen aiheen ympäriltä ja määritellään tutkimuksen kannalta keskeisimmät teoriat, joille myöhemmässä vaiheessa tehty empiirinen tutkimus perustuu. Tämän jälkeisessä neljännessä luvussa esitellään, kuinka tutkimus toteutettiin. Neljännessä luvussa esitellään tutkimusongelma, tutkimusmenetelmä, aineiston keruu ja aineiston analysointi. Viides luku keskittyy tutkielman tuloksiin. Kuudennessa luvussa on pohdinta ja yhteenveto tutkimuksen tuloksista, rajoitteista ja jatkotutkimusmahdollisuuksista.

2 LASKU- JA OSAMAKSUTAPA KÄSITTEENÄ JA NYKYTILANNE SUOMESSA

Tässä luvussa määritellään tutkimuksen kannalta keskeinen käsite ”lasku- ja osamaksutapa”. Lisäksi tässä luvussa tutustutaan Suomessa tarjottaviin verkkokauppojen lasku- ja osamaksamisen vaihtoehtoihin.

Tutkimuksen kannalta on merkityksellistä ymmärtää, kuinka tutkimuksen kannalta keskeisin käsite määritellään. Lisäksi oleellista on ymmärtää ja tiedostaa millaisia lasku- ja osamaksutapoja Suomalaisille kuluttajille tarjotaan, sillä tutkimuksen empiirisessä osiossa tutustutaan siihen, kuinka haastateltavat suhtautuvat näihin ja millaisia kokemuksia haastateltavilla on näistä.

2.1 Lasku- ja osamaksu käsitteenä

Verkkokaupassa tarjotaan usein yhtä tai useampaa maksutapaa. Maksutavalla tarkoitetaan keinoa, jolla ostaja voi suorittaa maksun hyödykkeen tai palvelun ostamiseksi verkkokaupasta. Maksutapa on usein ennakkomaksu tai laskutukseen perustuva maksamisen sovellus. Aiemmissä tutkimuksissa lasku- ja osamaksamisen ratkaisut on määritelty maksutavoiksi, joissa tuote tai palvelu maksetaan jälkikäteen eikä juuri hankinnan yhteydessä (Montague, 2010). Lasku- ja osamaksamisen maksutavoille on siis tyypillistä, että ostajalla on mahdollisuus saada tuote tai palvelu ja maksaa tämä vasta jälkikäteen. Lasku- ja osamaksaminen on tunnistettu aiemmissä tutkimuksissa varsin kompleksisina maksutapoina (Montague, 2010). Lasku- ja osamaksamisen haasteellisuus lasku- ja osamaksamisen palveluita tarjoavien yritysten näkökulmasta voidaan nähdä johtuvan siitä, että asiakas maksaa tuotteen tai palvelun myöhemmin, jolloin laskuttajan vaatimukset muun muassa riskienhallinnan osalta kasvavat verrattuna suoraan transaktion yhteydessä tapahtuvaan maksamiseen. Nykyään on tyypillistä, että lasku- ja osamaksamisen palvelut ovat hyödykesidonnaisia kulutusluottoja (Johannesson, 2021). Hyödykesidonnainen kulutusluotto tarkoittaa sitä, että kuluttaja saa kestoltaan lyhyen lainan, jonka kuluttaja eli

lainanottaja maksaa sopimusehtojen mukaisesti takaisin lasku- ja osamaksamisen palveluita tarjoavalla yritykselle. Tässä tutkimuksessa on äärimmäisen tärkeää käsitellä lasku- ja osamaksamisen maksutapoja yhtenä ilmiönä, sillä Suomessa tarjottavat lasku- ja osamaksamisen palvelut yleisesti toimivat siten, että kuluttaja saa ensin laskun, jonka hän voi maksaa kokonaisuudessaan tai muuttaa tämän osamaksuksi. Osamaksu tarkoittaa sellaista tapahtumaa, jossa tuote maksetaan useammassa kuin yhdessä erässä (Fisher ym., 2021).

Maksamisen historiassa on tarjottu useita maksamisen muotoja, kuten käteistä, shekkejä pankkikortteja, luottokortteja, pankkimaksuja, mobiilimaksuja, laskuja ja osamaksuja (Dholakia, 2012). Näistä kaikista on myös kehitetty monia erilaisia sovelluksia ja innovaatioita. Osa aiemmin esillä olleista maksutavoista on hävinnyt lähes kokonaan käytöstä uusien innovatiivisempien ratkaisujen syrjäyttäessä näitä (Dholakia, 2012). Lasku- ja osamaksamisen historian voidaan nähdä alkavan luottokorttimaksamisesta. Englannin kielessä käytetään termiä BNPL (Buy Now, Pay Later), joka esiintyy useissa maksamista käsittelevissä tutkimuksissa, kun puhutaan luotolla ostamisesta käyttäen luottokorttia. Nykyisten lasku- ja osamaksamisen palveluiden voidaan nähdä polveutuneen luottokorttimaksamisesta, koska kummassakin maksutavassa on mahdollista maksun viivyttäminen tai maksaminen osissa. Lisäksi kirjallisuudessa nousee esille BNPL termin ja lasku- ja osamaksamisen yhteys (Johannesson, 2021). Voidaan siis todeta lasku- ja osamaksamisen olevan maksutapana sellainen, joka vasta hakee paikkaansa yhteiskunnassa. Tutkimuksissa on kuitenkin huomattu Perinteiset luottokorttitoimijat ovat alkaneet lähentyä lasku- ja osamaksamisen kenttää. Tämä johtuu siitä, että nämä toimijat ovat tunnistaneet riskin kuluttajien siirtymisestä luottokorttien käyttämisestä lasku- ja osamaksamiseen. (Alcazar & Bradford, 2021). Lisäksi tutkimuksissa on huomattu, että lasku- ja osamaksamisen ratkaisut ovat alkaneet kasvattamaan suosiotaan vauhdilla (Fisher ym., 2021). Tästä voidaan päätellä, että lasku- ja osamaksaminen on innovaationa vasta leviämässä laajempaan käyttöön. Lasku- ja osamaksamien voidaan siis nähdä innovaationa, joka yhdistää rahoituksen tapaan tarjota tuotteita ja palveluita verkkokaupassa ja tätä kautta aiheuttaa disruptiota ihmisten tapaan maksaa verkkokaupassa tehtyjä hankintoja (Gerrans ym., 2021).

2.2 Suomessa käytetyt lasku- ja osamaksupalvelut verkkokaupassa

Suomalaisissa verkkokaupoissa on tarjottu kautta aikain monia lasku- ja osamaksamisen maksutapoja kuluttajille. Osa näistä on vakiinnuttanut asemansa ja osalle on noussut haasteeksi oman asemansa vakiinnuttaminen. Tämä tarkoittaa sitä, että tarjottavat lasku- ja osamaksamisen palvelut voivat muuttua ajan kuluessa. Tässä kappaleessa esitellään ne maksutavat, joita tarjotaan laajasti Suomessa toimivien maksunvälittäjien kautta kuluttaja-asiakkaille. Ne maksutavat, joita ei ole saatavilla maksunvälittäjien kautta tai ne on kohdistettu yritysassiakkaille, rajataan pois tarkastelusta. Kaikki tässä kappaleessa esiteltävät

maksutavat ovat luonteeltaan hyödykesidonnaisia kulutusluottoja. Näissä maksutavoissa saattaa olla eroja millaisia kuluja maksutavan käyttämisestä kuluttajalle syntyy. Lisäksi näiden maksutapojen palveluehtoihin ei oteta tässä esitellyssä kantaa.

Klarnan lasku- ja osamaksu ratkaisun on kehittänyt Klarna AB, joka on perustettu vuonna 2005. Klarnan pyrkimys on tarjota kuluttajille helpompaa verkkomaksamisen asiointikokemusta. Klarnan nykyinen missio on tarjota yksinkertainen, turvallinen ja sujuva asiointikokemus. (Klarna, 2021). Kuluttajan on mahdollista ostaa tuotteita tai palveluita Klarnan laskulla ja maksaa koko summa myöhemmin sopimusehtojen mukaisesti tai vaihtoehtoisesti kuluttajalla on oikeus maksaa lasku myös osissa.

Walley, joka tunnettiin aiemmin nimellä Collector, on Collector Bank AB:n tarjoama lasku- ja osamaksupalvelu (Walley, 2021). Walley'n avulla kuluttajan on mahdollista maksaa verkkokaupoissa tehtyjä ostoja joko laskulla tai osamaksun avulla. Walley'n tavoitteena on kehittää maksamisen ratkaisuja, jotka tekevät maksamisesta fiksumpaa, helpompaa ja turvallisempaa. (Walley, 2021).

Jousto on lasku- ja osamaksupalvelu, jonka on kehittänyt Aurajoki Nordic Oy. Jouston avulla kuluttajan on mahdollista maksaa ostoksensa laskulla tai osamaksuna. Jouston tavoitteena on olla verkkokaupan mukavin maksutapa. Aurajoki Nordic kertoo myös, että he pyrkivät olemaan kohtuullinen, Suomen paras ja luotettavin kumppani. Näitä tavoitteita pyritään täyttämään läpinäkyvällä ja kohtuullisella hinnoittelulla. (Jousto, 2021).

OP-lasku on Osuuspankin kehittämä lasku- ja osamaksupalvelu. palvelun avulla kuluttajan on mahdollista ostaa tuotteita tai palveluita laskulla tai maksamalla osissa. Osuuspankki kertoo, että OP-lasku on vastuullinen maksutapa ja luottopäätökset perustuvat maksukykyä koskevaan kokonaisarvioon. Osuuspankki myös toteaa, että heidän prosessinsa auttaa kuluttajaa arjen hallinnassa ja talouden tasapainon ylläpitämisessä. (Osuuspankki, 2021).

Svea Ekonomi tarjoaa lasku- ja osamaksamisen palveluita, joista käytetään nimiä Svea lasku tai Svea erämaksu. Svea Ekonomin mukaan nämä vaihtoehdot tuovat joustavuutta kuluttajalle maksujen suorittamiseksi, koska tämä mahdollistaa maksamisen vasta tuotteen saamisen yhteydessä. Tämä on Svea Ekonomin mukaan erittäin tärkeää, koska lasku ja erämaksun avulla voidaan varmistua summan olevan kerralla oikein esimerkiksi mahdollisista tuotepalautuksista johtuen. (Svea Ekonomi, 2021).

Avarda tarjoaa lasku- ja osamaksamisen ratkaisuja. Avarda käyttää osamaksusta nimitystä tililasku. Avardan tavoitteena on tuottaa laadukkaita ja erinomaisia palveluratkaisuja. Tavoitteena Avardalla on tarjota Suomen asiakaslähtöisin asiakaspalvelu. Avarda myös mainitsee, että heille on tärkeää parantaa jatkuvasti palveluaan asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. (Avarda, 2021).

3 LASKU- JA OSAMAKSUTAPOJEN OMAKSUMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Tietojärjestelmätieteessä on tutkittu uusien teknologioiden omaksumista. Yksi teorioista on teknologian hyväksymisteoria, jonka mukaan uusia teknologioita omaksutaan ihmisten toimesta useasta syystä, joista keskeisimpiä ovat koettu hyödyllisyys ja koettu helppous (Venkatesh & Davis, 2000). Lisäksi on tärkeää huomioida se, kuinka uudet innovaatiot leviävät ja kuinka näiden käyttö laajenee ihmisten keskuudessa. Kaikki potentiaaliset kuluttajat eivät ota samaan aikaan käyttöön kaikkia uusia teknologioita (Rogers, 2010).

Tämän luvun ensimmäisessä osiossa tutustutaan aiempaan tutkimukseen lasku- ja osamaksamisen omaksumisesta verkkokauppaympäristössä ja siihen, millaisia teorioita tähän aiheeseen liittyy. Luvun toisessa osiossa esitellään innovaation diffuusioteoria ja omaksujaluokat. Innovaation diffuusioteoria pyrkii selittämään innovaatioiden leviämistä populaatiossa (Surry & Farquhar, 1997). Kolmannessa osiossa esitellään yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2, joka pyrkii selittämään uusien teknologioiden hyväksymistä kuluttajien keskuudessa (Venkatesh ym., 2012). Luvun neljännessä osiossa on pohdinta ja yhteenveto aiemman tutkimuksen ja keskeisten teorioiden osalta.

3.1 Aiempi tutkimus aiheesta

Lasku- ja osamaksutavat liittyvät vahvasti laajempaan verkkomaksamisen kokonaisuuteen. Verkkomaksaminen nähdään taas usein kriittisenä osana verkkokauppaa. Verkkokaupan nähdään muokanneen sitä, kuinka liiketoimintaa toteutetaan nykyisessä modernissa maailmassa (Koponen, 2006). Internetin laajentuessa laajemmin kuluttajien saataville 1990-luvun loppupuolella ja 2000-luvun alussa johti tämä siihen, että yhä useammalla kuluttajalla oli mahdollisuus ostaa hyödykkeitä verkosta (O'mahony ym., 1997). Verkkokaupalla tarkoitetaan yleisesti sähköistä kaupankäyntiä, jossa myydään tuotteita ja/tai palveluita sähköisien kanavien kautta (Koponen, 2006). Vuosituhannen alussa verkkomaksamisen tutkimus keskittyi vahvasti sen ajanjakson

tyypillisiin maksutapoihin, kuten korttimaksamiseen, käteiseen, pankkimaksuihin (Sumanjeet, 2009). Lasku- ja osamaksutavoista keskustelu oli vähäisempää 2000-luvun alkupuolella kuin mitä se on tänä päivänä, sillä senhetkisessä ympäristössä ei tällaista maksamisen muotoa tunnettu yhtä laajasti, kuin korttimaksamista, käteistä ja pankkimaksuja. Tutkimuksissa on tunnistettu, että lasku- ja osamaksaminen on kasvanut ilmiönä 2010-luvulla merkittävästi aiempaan verrattuna (Johnson ym., 2021). Myös muissa tutkimuksissa lasku- ja osamaksaminen nähdään ilmiönä jonka suosio kasvaa jatkuvasti (Sng & Tan, 2022) Montaguen mukaan verkkomaksamiseen on useita vaihtoehtoja. Moni näistä nähdään Montaguen mukaan vaihtoehtoisina ja harva näistä vaihtoehtoisista maksutavoista menestyy tai laajenee laajaan käyttöön (Montague, 2010). Vaihtoehtoisten maksutapojen laajentuminen laajaan käyttöön kuluttajien keskuudessa on varsin hankala ja pitkä prosessi. Tätä ilmiötä on tutkittu innovaation diffuusioteorian pohjalta. Innovaation diffuusioteoria pyrkii selittämään, kuinka uudet innovaatiot, kuten vaihtoehtoiset maksutavat verkkokaupassa laajenevat kuluttajien keskuudessa. (Rogers, 2010). Lasku ja osamaksamisen merkitys nähdään muuttuneen 2010-luvulla. Montaguen (2010) esittämän tutkimuksen mukaan lasku- ja osamaksut voidaan nähdä vaihtoehtoisena maksutapana maksutapojen joukossa, eli lasku- ja osamaksaminen nähdään varsin vähän käytettynä maksamisen vaihtoehtona. Voidaan kuitenkin todeta, että nykyään Suomessa lasku- ja osamaksaminen verkkokaupan maksuvaihtoehtona ei ole enää vaihtoehtoinen maksutapa, jonka rooli olisi äärimmäisen pieni (Paytrail, 2019). Voidaan siis todeta, että lasku- ja osamaksaminen kasvaa ilmiönä Suomessa ja Suomen ulkopuolella voimakkaasti ja tämä aiheuttaa vaatimuksen ilmiön tarkemmasta tutkimisesta, jotta ilmiötä voidaan ymmärtää tarkemmin.

Suomen ulkopuolella tehdyissä tutkimuksissa on huomattu, että nuoremmat henkilöt voivat suhtautua lasku- ja osamaksamiseen avomielisemmin kuin vanhemmat sukupolvet (Alcazar & Bradford, 2021). Aiemmassa tutkimuksessa ei ole suurissa määrin tutkittu sitä, kuinka nuoret omaksuvat lasku- ja osamaksamista Suomessa. Tutkimuksissa on kuitenkin tunnistettu, että lasku- ja osamaksua halutaan käyttää niiden tarjoamien hyötyjen johdosta. Hyödyiksi tunnistetaan aiemmassa tutkimuksessa koettu turvallisuus ja maksuaika. (Paytrail, 2020). Nykyään suomalaisissa verkkokaupoissa tarjotaan pääsääntöisesti neljään kategoriaan kuuluvia maksutapoja: verkkopankki, korttimaksu, mobiilimaksu ja lasku & osamaksupalvelu. Näitä palveluita tarjoavat lähes kaikki Suomessa toimivat verkkomaksamista tarjoavat yritykset. Näiden yritysten mukaan lasku- ja osamaksu on kasvanut Suomessa merkittäväksi maksutavaksi (Paytrail, 2021). Lisäksi on äärimmäisen tärkeää huomata, että suomalaisten keskuudessa on eroavaisuuksia siinä, miten ja millaisia maksutapoja käytetään tiettyjen ryhmien välillä. Paytrailin julkaisemien raporttien mukaan esimerkiksi naiset suosivat miehiä enemmän laskulla ja osamaksulla maksamista (Paytrail, 2020).

Venkateshin ja Davisin (2000) teknologian hyväksymismallin mukaan kuluttajan kokemana hyöty ja helppous vaikuttavat siihen, minkä maksutavan kuluttaja valitsee. Venkateshin ja Davisin (2000) esittelemää teknologian hyväksymismallia on kuitenkin laajennettu ajan kuluessa. Yhdistetty

teknologian hyväksymismalli 2 pyrkii laajentamaan alkuperäistä teknologian hyväksymismallia pyrkimällä selittämään laajemmin teknologian hyväksymiseen vaikuttavia tekijöitä (Venkatesh ym., 2012). Yhdistettyä teknologian hyväksymismallia 2 on hyödynnetty aiemmassa tutkimuksessa, kun on tutkittu uusien mobiilimaksutapojen käyttöönottoa. Näissä tutkimuksissa on huomattu, että yhdistetyn teknologian hyväksymismallin 2 avulla voidaan pyrkiä selittämään mobiilimaksutapojen käyttöönottoa. (Wu & Lee, 2017). Voi olla siis järkevää hyödyntää teknologian hyväksymismallia, kun tutkitaan lasku- ja osamaksamista ja siihen liittyviä ilmiöitä.

Aiemmissa tutkimuksissa on huomattu, että kun toimintaympäristö muuttuu, niin tämä johtaa usein myös uusien toimintamallien muodostumiseen yhteiskunnassa (Rau, 2014). Toimintaympäristön muuttuessa syntyy usein uusia teknologioita ja uudet teknologiat leviävät toimintaympäristössään usein varhaisista omaksujista alkaen. Tätä innovaatioiden leviämistä on tutkittu paljon aiemmassa tutkimuksessa ja sitä pyritään selittämään innovaatioiden diffuusioteorian avulla (Rogers, 2010).

Tutkimuksen teoreettista viitekehystä rakennettaessa on huomattu, että suomalaisten nuorten kokemuksia lasku- ja osamaksupalveluista verkkokaupassa ei ole tutkittu riittävässä määrin. Viitekehystä rakennettaessa huomattiin kuitenkin, että lasku- ja osamaksujen suosio on kasvanut voimakkaasti viimeisen vuosikymmenen aikana. Aiempien tutkimusten pohjalta voidaan todeta, että toimintaympäristön muuttuminen voi johtaa siihen, että myös aiemmin käytetyt toimintamallit muuttuvat. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys tulee siis rakentumaan yhdistetyn teknologian hyväksymismallin 2 ja innovaatioiden diffuusioteorian pohjalta, sillä nämä teoriat pyrkivät selittämään, kuinka uudet teknologiat otetaan käyttöön ja kuinka nämä leviävät yhteiskunnassa. Aikaisemmin toteutetuissa tutkimuksissa on myös huomattu, että innovaation diffuusioteoriassa ja teknologioiden hyväksymistä selittävässä teorioissa on samankaltaisia elementtejä. (Wani & Ali, 2015). Voidaan siis todeta, että innovaation diffuusioteoria ja teknologian hyväksymistä selittävä yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 täydentävät toisiaan ja tästä syystä näiden teorioiden soveltaminen tässä tutkimuksessa on järkevää.

3.2 Innovaation diffuusioteoria

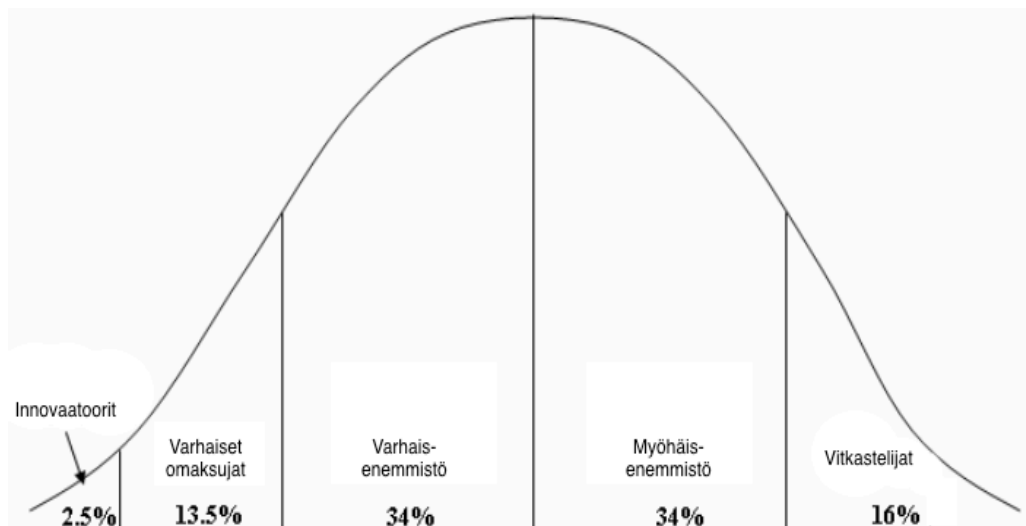
Tämän tutkimuksen kannalta on tärkeää ymmärtää, kuinka innovaatioita omaksutaan kuluttajien keskuudessa. Innovaatioiden leviämistä on tutkittu jo vuosikymmenien ajan (Sahin, 2006). Innovaation diffuusioteorian avulla on tutkittu useilla aloilla sitä, kuinka innovaatiot leviävät sosiaalisten järjestelmien kautta (Kiwanka, 2015). Rogersin (2010) mukaan innovaatio on idea, käytäntö tai esine, jonka käyttäjä kokee uutena. Innovaation diffuusioteorian mukaan nämä ideat, käytännöt tai esineet ajan kuluessa leviävät tiettyjen kanavien kautta sosiaalisen järjestelmän jäsenten keskuuteen. Innovaation diffuusioteorian mukaan innovaation omaksuminen on prosessi, joka etenee systemaattisesti. Prosessi alkaa tiedon hankkimisesta suostuttelun kautta. Tämän jälkeen

siirrytään päätöksentekoon, eli mahdollisen omaksumisen tekemiseen tai tekemättä jättämiseen. Mikäli on tehty päätös käyttää teknologiaa, niin tämän jälkeen ollaan vaiheessa, jossa teknologiaa käytetään. Prosessin viimeisenä vaiheena nähdään vahvistaminen, jossa on tyypillistä, että tehtyä päätöstä vahvistetaan. (Rogers, 2010).

Innovaation diffuusioteoriassa esitetään, että toiset ryhmät omaksuvat uusia innovaatioita aiemmin kuin toiset (Rogers, 2010). Tämä johtuu siitä, että erilaisissa sosiaalisissa järjestelmissä on erilaisia valmiuksia ottaa uusia innovaatioita käyttöön. Rogers (2010) jakaa omaksujat viiteen kategoriaan. Nämä kategoriat on esitelty seuraavassa kappaleessa.

3.2.1 Omaksujaluokat

Omaksujat voidaan jakaa Rogersin mukaan viiteen kategoriaan. Jokaiseen kategoriaan kuuluu tietyn verran ihmisiä. Kategoriat noudattavat kellokäyrämäisiä piirteitä, eli ensimmäiset ja viimeiset ryhmät ovat pienempiä kuin keskimmäiset ryhmät. Nämä Rogersin esittämät Omaksujaluokat kuvattu alla olevassa kuviossa 1.



KUVIO 1 Innovaation diffuusioteoria (Rogers, 2010)

Innovaattorit ovat ryhmä, joka ensimmäisenä omaksuu uusia teknologioita. Innovaattoreille on tyypillistä, että heillä on suhteita toisiin sosiaalisiin järjestelmiin, mikä edistää erilaisten sosiaalisten järjestelmien vuorovaikutusta ja samalla innovaatioiden leviämistä. Innovaattoreille on myös tutkijoiden mukaan tyypillistä korkea epävarmuuden sietokyky, sillä innovaatioiden ollessa uusia niiden epäonnistumisriskiä voidaan pitää korkeana. (Rogers, 2010). Tutkijat ovat myös tunnustaneet, että innovaattorit haluavat kokeilla uusia teknologioita (Wani & Ali, 2015).

Varhaiset omaksujat ovat ryhmä, jolla on vahvempi side omaan sosiaaliseen järjestelmäänsä kuin innovaattoreilla (Rogers, 2010). Tämä johtaa siihen, että sosiaalisten järjestelmien välinen vuorovaikutus on innovaattoreita vähäisempää ja tästä johtuen innovaatiot myös leviävät hitaammin. Varhaiset

omaksijat omaksuvat uudet innovaatiot kuitenkin muita ryhmiä huomattavasti nopeammin ja aiemmin, sekä ovat omien järjestelmiensä ensimmäisiä omaksujia (Kaasinen, 2005). Varhaiselle omaksujalle on tyypillistä mielipidejohtajan rooli järjestelmän sisällä. Varhaiselle omaksujalle on tyypillistä myös, että varhainen omaksuja toimii neuvonantajana muille sosiaalisen järjestelmän jäsenille (Rogers, 2010).

Varhaisenemmistöön kuuluvalle on tyypillistä, että innovaatio omaksutaan ennen järjestelmän keskivertojäsentä. Varhaisenemmistölle nähdään myös tyypillisenä vuorovaikutus ikätovereiden kanssa. Henkilö, joka kuuluu varhaisenemmistöön, on kuitenkin vain harvoin mielipidejohtaja, toisin kuin varhaisomaksuja, jolle taas mielipidejohtajan rooli on tyypillinen (Rogers, 2010). Varhaisenemmistöön kuuluva haluaa mielellään selkeitä tunnistettuja hyötyjä teknologian käytöstä. Tähän ryhmään kuuluvat kokevat uudet teknologiat mukavana asiana. (Kaasinen, 2005).

Myöhäisenemmistöön kuuluvat ovat usein skeptisiä uusia teknologioita kohtaan ja ottavat näitä käyttöön vasta siinä vaiheessa, kun suurin osa muista on ottanut uuden teknologian käyttöön (Kaasinen, 2005). Myöhäisenemmistöön kuuluvat kokevat, että uuden teknologian käyttäminen on turvallista siinä vaiheessa, kun muut ovat tämän jo ottaneet käyttöön (Rogers, 2010). Wanin (2015) mukaan myöhäisenemmistöön kuuluvat ottavat uuden teknologian käyttöön usein ryhmäpaineen vaikutuksesta (Wani & Ali, 2015).

Vitkastelijat ovat ryhmä, joka viimeisimpänä omaksuu uuden teknologian. Vitkastelijoille on tyypillistä mielipidejohtajuuden puute ja he haluavat odottaa, että teknologia on omaksuttu lähes kaikkien muiden toimesta. (Kaasinen, 2005). Vitkastelijoilla on harvoin yhteyksiä oman sosiaalisen järjestelmän ulkopuolelle (Rogers, 2010). Vitkastelijat ovat myös usein skeptisiä uusia teknologioita kohtaan (Sahin, 2006). Tutkijat ovat kuitenkin arvostelleet termiä, sillä voi olla tilanteita, että vitkastelijoiden vitkastelu ei johdu pelkästään henkilön luonteesta tai asenteesta. Vitkastelua voidaan selittää myös henkilön muilla kyvykkyyksillä. (Kaasinen, 2005).

3.2.2 Iän vaikutus innovaatioiden leviämiseen sosiaalisissa järjestelmissä

Ikää pidetään usein merkittävänä tekijänä, kun arvioidaan henkilön kyvykkyyttä ottaa uusia teknologioita käyttöön. Brancheau ja Wetherbe toteuttivat tutkimuksen, jossa tutkittiin taulukkolaskentaohjelmiston omaksumista sosiaalisessa järjestelmässä. Tässä tutkimuksessa huomattiin, että henkilöt, jotka olivat iältään muita nuorempia, korkeammin koulutettuja, sopeutuneempia joukkotiedotusvälineisiin ja enemmän vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa edustivat innovaatioiden nopeampaa omaksumista. (Brancheau & Wetherbe, 1990). Eli henkilöt, joilla oli edellä mainittuja ominaisuuksia, ovat Rogersin innovaation diffuusioteorian mukaan innovaattoreita ja varhaisia omaksujia.

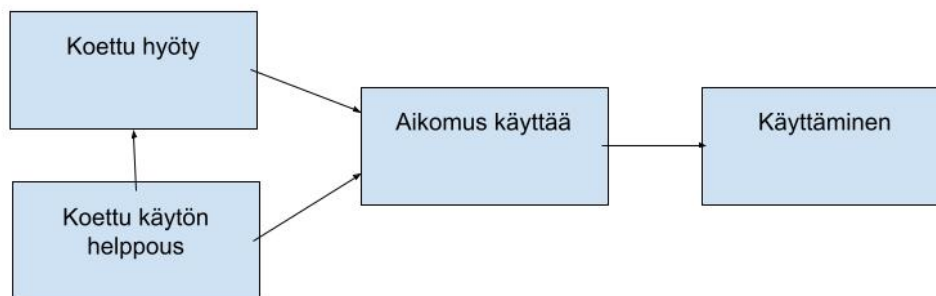
Samankaltaista ilmiötä on tutkittu myös mobiilipankkipalveluiden osalta. Kun mobiilipankkiasiointi alkoi yleistyä laitteiden tullessa saataville, toteutettiin tutkimus, jossa tutkittiin millaisia ominaisuuksia oli niillä henkilöillä, jotka olivat innovaattoreita tai varhaisia omaksujia. Tutkimuksessa huomattiin, että

innovaattoreilla ja varhaisilla omaksujilla oli korkeampi koulutustaso ja korkeampi sosioekominen asema. Iän osalta tässä tutkimuksessa ei ollut niin suurta vaikutusta, vaan myöhäisenemmistöön kuuluvat olivat suunnilleen saman ikäisiä kuin innovaattorit tai varhaiset omaksijat. (Laukkanen & Pasanen, 2008). Tutkimuksessa todettiin myös sen olevan ristiriidassa aiempien tutkimusten osalta, sillä muissa tutkimuksissa ikä on nähty merkittävänä tekijänä, kun arvioidaan uusien innovaatioiden leviämistä sosiaalisissa järjestelmissä. Laukkanen ja Pasanen nostavatkin esille lisätutkimuksen tarpeen, sillä ilmiö on kompleksinen ja voidaan tunnistaa useita muuttujia, jotka voivat vaikuttaa tutkimuksen tulokseen (Laukkanen & Pasanen, 2008). Jatkotutkimuksissa on huomattu, että eri ikäryhmillä on erilaisia prioriteetteja, jotka voivat vaikuttaa innovaation käyttöönottoon tai sen käyttöönoton jättämättä tekemiseen. (Yu, 2012).

Näiden tutkimusten pohjalta on mahdollista arvioida, että iällä saattaa olla vaikutus uusien teknologioiden käyttöönottoon, mutta on myös selvää, että ikä ei ole ainut vaikuttava tekijä, kun arvioidaan millaiset tekijät vaikuttavat kuluttajan mahdolliseen päätökseen, kuluttajan arvioidessa ottaako hän uutta teknologiaa käyttöön vai ei. Ikä voidaan nähdä kuitenkin merkityksellisenä tekijänä ja tästä syystä on tarpeen arvioida iän merkitystä myös jatkotutkimuksissa tarkemmin, jotta tämän merkitystä voidaan arvioida ja ymmärtää jatkossa paremmin.

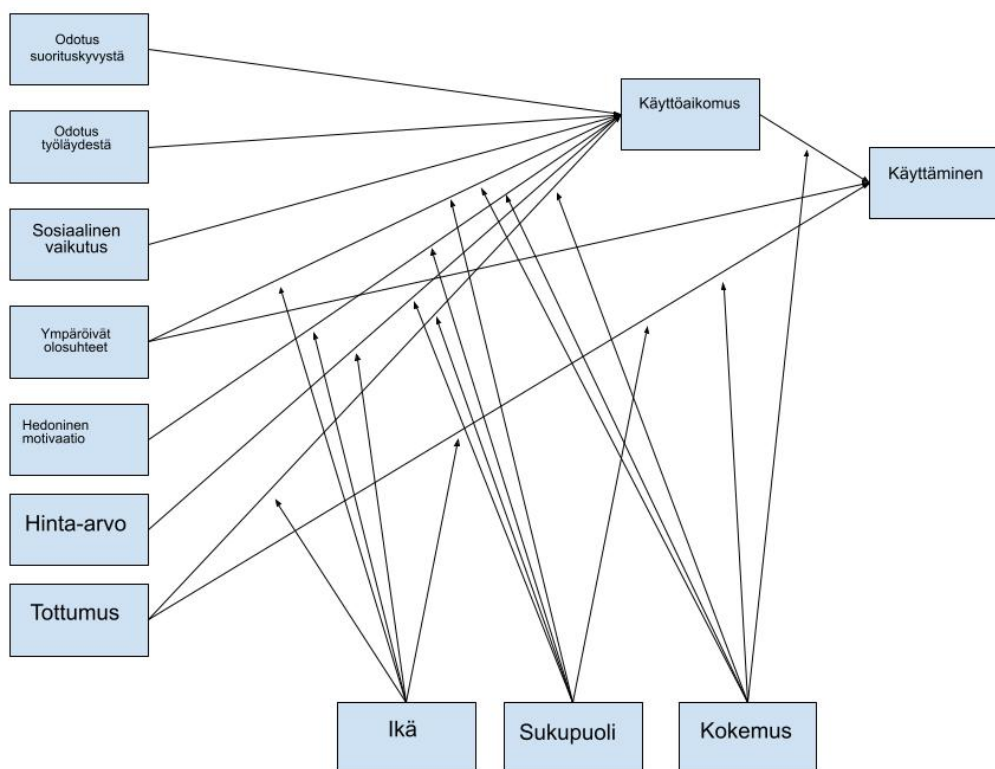
3.3 Teknologian hyväksyminen

Tämän tutkimuksen kannalta on tärkeää ymmärtää millaisilla keinoilla voidaan pyrkiä selittämään uusien teknologioiden käyttöönottoa nuorten suomalaisten keskuudessa. Yksi tietojärjestelmätieteen uusien teknologioiden käyttöönottoa selittävästä teorioista on teknologian hyväksymismalli (TAM). Teknologian hyväksymismalli on esitelty alun perin vuonna 1989 ja tällöin malli herätti suurta keskustelua, sillä mallin mukaan uusien teknologioiden käyttöönotto perustui uuden teknologian käyttöönoton koettuun helppouteen ja koettuun hyötyyn (Davis ym., 1989). Teknologian hyväksymismalli on kuvattu kuviossa 2.



KUVIO 2 Teknologian hyväksymismalli (Davis ym., 1989)

Nykyään kuitenkin tunnustetaan, että aiemmin esitetty teknologian hyväksymismalli ei välttämättä täysin selitä sitä, minkä vuoksi uusia teknologioita otetaan käyttöön ja miksi uusia teknologioita ei oteta käyttöön, vaikka teknologian hyväksymismallin pohjalta näin voitaisiin olettaa. Useat tutkijat ovatkin esitelleet tarkennuksia aiemmin esiteltyyn teknologian hyväksymismalliin. Tutkimuksen konteksti huomioiden Venkateshin, Thongin ja Xun (2012) esittelemä yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 (UTAUT2) nousee keskeiseksi teoriaksi. Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 voidaan nähdä perustuvan alkuperäisen teknologian hyväksymismallin päälle. Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 soveltuu tähän tutkimukseen, sillä yhdistettyä teknologian hyväksymismallia 2 on kehitetty siten, että se huomioi kuluttaja kontekstille tyypillisiä yksityiskohtia (Venkatesh ym., 2012). Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 on kuvattu kuviossa 3



KUVIO 3 Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 (Venkatesh ym., 2012)

Alkuperäiselle teknologian hyväksymismallille on tyypillistä, kuten myös yhdistetylle teknologian hyväksymismallille, että tietyt asiat vaikuttavat henkilölle syntyvään käyttöaikomukseen, joka saattaa johtaa käyttämiseen, eli teknologian käyttöönottoon. Näiden kahden malli välillä erona tietysti on se, että yhdistetyssä teknologian hyväksymismallissa 2 tunnistetaan useampia vaikuttavia tekijöitä, jotka saattavat vaikuttaa käyttöaikomukseen ja tätä myötä käyttöön. Yhdistetyssä teknologian hyväksymismallissa 2 on tunnistettu kymmenen erilaista tekijää, jotka voivat vaikuttaa käyttöaikomukseen ja käyttämiseen. Näillä tekijöillä on myös vaikutusta toisiinsa, eli tunnistetut tekijät ovat osaltaan myös vuorovaikutuksessa keskenään (Venkatesh ym., 2012). Teknologian hyväksymismalli pyrkii siis selittämään laajemmin teknologian hyväksymistä kuin alkuperäinen teknologian hyväksymismalli.

Yhdistetyssä teknologian hyväksymismallissa 2 tunnetut käyttöaikomusta selittävät tekijät ovat sellaisia, että niitä voidaan soveltaa käytännön tasolla, kun arvioidaan nuorten omaksumista lasku- ja osamaksujen osalta verkkokaupassa. Tässä osiossa tullaan esittelemään, kuinka yhdistettyä teknologian hyväksymismallia 2 voidaan soveltaa tutkittaessa lasku- ja osamaksutapojen omaksumista nuorten keskuudessa. Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 on esitelty lasku- ja osamaksutapojen näkökulmasta taulukossa 1.

TAULUKKO 1 Teknologian hyväksymismalli 2 lasku- ja osamaksutapojen näkökulmasta (Venkatesh ym., 2012)

Käyttöaikomusta selittävä tekijä	Määritelmä	Miten ilmiö voi näkyä lasku- ja osamaksupalveluiden kohdalla
Odotus suorituskyvystä	Kuluttajan kokema hyötyaste	Kuluttaja kokee, että hyödyntämällä lasku- tai osamaksupalvelua hän pystyy saavuttamaan hyötyä, jota ei voisi saavuttaa, mikäli ei hyödyntäisi edellä mainittua palvelua.
Odotus työläydestä	Kuluttajan kokema helppokäyttöisyys	Kuluttaja saattaa kokea lasku- ja osamaksupalvelun käyttämisen vaikeaksi tai helpoksi. Tämä koettu vaikeus tai helppous vaikuttaa siihen, onko kuluttaja halukas hyödyntämään palvelua.
Sosiaalinen vaikutus	Kuluttajan kokema sosiaalinen paine	Kuluttaja saattaa kokea, että häneltä odotetaan asioiden hankkimista ja tämä mahdollistuu hyödyntämällä lasku- ja osamaksupalveluita.
Ympäröivät olosuhteet	Kuluttajan odotukset saatavista tukiresursseista	Kuluttaja saattaa kokea, että lasku- ja osamaksupalvelut tarjoavat tukiresursseja niitä tilanteita vastaan, joissa kaikki ei suju toivotun mukaisesti, esimerkiksi tuote ei vastaa luvattua.
Hedonistinen motivaatio	Kuluttajan kokema hedonistinen nautinto	Kuluttaja saattaa kokea, että laskulla tai osamaksulla ostaminen mahdollistaa nautinnon saamista.
Hinta-arvo	Kuluttajan kokemus, saadaanko rahalle vastinetta	Kuluttaja saattaa kokea, että mahdollisista kuluista huolimatta laskun ja osamaksun tuoma turva ostaessa, sekä maksuaika tuottaa suuremman hyödyn kuin haitan.
Tottumus	Kuluttajan aiempien, jo totuttujen toimintamallien toistaminen	Kuluttajalla voi olla tottumus käyttää verkkokaupassa lasku- ja osamaksupalvelua. Entuudestaan tuttua maksutapaa käytetään herkemmin uudelleen.
Ikä	Kuluttajan ikä vaikuttaa käyttöaikomukseen ja käyttämiseen	Kuluttajan ikä voi vaikuttaa käyttöaikomukseen lasku- ja osamaksupalveluiden suhteen verkkokaupassa, koska osassa palveluista on ikärajoituksia tai asia voi olla uusi ja kiinnostava.
Sukupuoli	Kuluttajan sukupuoli voi vaikuttaa siihen, kuinka kuluttajan käyttöaikomus tai käyttäminen muodostuu	Kuluttajan sukupuoli voi vaikuttaa siihen, kuinka halukkaasti verkkokaupan lasku- ja osamaksupalveluita mahdollisesti käytetään verkkokaupassa.
Kokemus	Kuluttajan kerryttämät kokemukset voivat vaikuttaa siihen, kuinka käyttöaikomus tai käyttäminen muodostuu	Kuluttajalla voi olla kokemusta entuudestaan, mikä voi lisätä tai vähentää halua käyttää lasku- ja osamaksupalveluita verkkokaupassa.

Odotetulla suorituskyvyllä tarkoitetaan kuluttajan kokemaa hyötyastetta (Venkatesh ym., 2012). Suorituskyvyn hyötyasteella siis tarkoitetaan kuluttajan saamaa kokemusta hyödystä, joka saadaan hyödyntämällä valittua teknologiaa. Odotusta suorituskyvystä pidetään usein yhtenä merkittävimmistä käyttöaikomusta selittävistä tekijöistä ja varsinkin verkkomaksamisen maailmassa tämän merkitystä usein korostetaan (Putri, 2018). Kuluttajalla voi kokea saavansa merkittävää hyötyä hyödyntämällä lasku- ja osamaksamisen teknologiaa

Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta odotettu suorituskyky on äärimmäisen tärkeä, sillä kuluttaja saattaa kokea, että hyödyntämällä lasku- ja osamaksua kuluttaja pystyy saamaan itselleen arvoa. Arvoa on määritelty aiemmin runsaasti ja arvo voidaan määritellä sen perusteella, mistä kuluttaja joutuu luopumaan saadakseen jotain (Sweeney & Soutar, 2001). Kuluttajan kokema arvo on tietysti aina kuluttajakohtaista, sillä kuluttajat arvioivat arvon aina omasta näkökulmastaan. Lasku- ja osamaksupalveluista saatava arvo voi olla esimerkiksi turva ostolle, maksuaika, helppous ja tottumukset. Eli kuluttaja saattaa mieltää, että oston tekemisesi lasku tarjoaa suorituskykyisen tavan suorittaa maksamisen.

Odotus työläydestä tarkoittaa kuluttajan kokemaa helppokäyttöisyyttä teknologian osalta (Venkatesh ym., 2012). Kuluttajan ottaessa käyttöön uutta teknologiaa, uuden teknologian koettu haasteellisuus tai helppous korostuu kuluttajan kokemassa työläydessä. Tämä vaikuttaa käyttöaikomukseen. (Wu & Lee, 2017). Kuluttaja saattaa kokea tämän siten, että teknologian käyttäminen vaatii kuluttajalta toimia joko paljon tai vähän ja tällä voi olla vaikutusta millaiseksi koettu helppous mielletään. Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta odotus työläydestä on varsin kriittinen tekijä, sillä usein kuluttajalle tarjotaan useita erilaisia maksutapoja ja jopa useita erilaisia lasku- ja osamaksuvaihtoehtoja (Paytrail, 2020). Maksutavoille on tyypillistä, että niiden käyttöön liittyy erilaisia prosesseja, eli kuluttajan tulee tehdä asioita eri lailla riippuen käytetystä maksutavasta. Mikäli kuluttaja kokee lasku- ja osamaksamisen maksupalveluiden käytön työlääksi muihin vaihtoehtoihin verrattuna, kasvaa kuluttajan kokema työläys, joka vähentää kuluttajan kokemaa käyttöaikomusta.

Sosiaalisella vaikutuksella tarkoitetaan kuluttajan mahdollisesti kokemaa sosiaalista painetta teknologian käyttämiseksi (Venkatesh ym., 2012). Kuluttajan ympärillä olevat ihmiset saattavat aiheuttaa kuluttajalle painetta hyödyntää teknologiaa, sillä kyseinen teknologia saattaa olla ympärillä oleville ihmisille tuttu ja kuluttaja kokee, että myös hänen tulisi tätä teknologiaa hyödyntää (Wu & Lee, 2017).

Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta sosiaalinen vaikutus saattaa näkyä siten, että ympärillä olevat ihmiset ostavat tuotteita ja palveluita hyödyntäen lasku- ja osamaksupalveluita ja ohjaavat sosiaalisen paineen avulla kuluttajaa myös hyödyntämään kyseistä teknologiaa hankinnoissa. Tämä saattaa hyvin näkyä myös tilanteissa, joissa eletään yli varojen sosiaalisen paineen vaikutuksesta. Kuluttaja saattaa kokea, että hänenkin täytyy mahdollisesti saada jotain, mitä lähipiirissä saadaan ja tämän saavuttamiseksi olisi pakko hyödyntää lasku- ja osamaksupalveluita teknologiana (Venkatesh ym., 2012).

Ympäröivillä olosuhteilla tarkoitetaan kuluttajan odotuksia saatavista tukiresursseista (Venkatesh ym., 2012). Wun ja Leen (2017) mukaan tämä tarkoittaa sitä, paljonko kuluttaja kokee saavansa tukea käyttääkseen teknologiaa. Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta tämä voidaan nähdä kuluttajalle tarjottavina tukipalveluina. Tukipalveluilla tarkoitetaan muun muassa lisätietojen tarjoamista palvelusta eli teknologiasta. Lisäksi tähän liittyvät ne tukiprosessit, jotka liittyvät teknologian käytön jälkeiseen aikaan, kuten esimerkiksi laskutusportaalit ja laskutusprosessit. Mikäli kuluttaja kokee, että nämä prosessit ovat kunnossa teknologian osalta, voidaan tämä nähdä positiivisesti vaikuttavan kuluttajan kokemaan käyttöaikomukseen.

Hedonistisella motivaatiolla tarkoitetaan kuluttajan kokemaa hedonistista nautintoa teknologian käyttämisestä (Venkatesh ym., 2012). Hedonistinen motivaatio tarkoittaa sitä, että kuluttaja saa käyttämällä teknologiaa itselleen nautintoa tai arvoa (Wu & Lee, 2017). Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta hedonistisella motivaatiolla voidaan tarkoittaa tilannetta, jossa kuluttaja pystyy hankkimaan teknologiaa hyödyntämällä asioita, jotka tuottavat kuluttajalle nautintoa. Lasku- ja osamaksulle on tyypillistä, että teknologiaa hyödyntämällä kuluttaja voi saada maksuaikaa hankinnalle, jolloin hankinta on mahdollista hankkia myös tilanteessa, jossa se ei olisi muuten rahallisesti mahdollista.

Hinta-arvolla tarkoitetaan kuluttajan kokemusta siitä, saadaanko käyttämällä teknologiaa rahalle vastinetta (Venkatesh ym., 2012). Hinta-arvo siis mittaa kuluttajan kokemaa painottelua maksetun hinnan ja saadun arvon välillä (Wu & Lee, 2017). Lasku- ja osamaksuihin liittyy usein kuluja teknologian käytöstä. Nämä kulut saattavat olla esimerkiksi tilinhoitomaksuja, laskutuspalkkioita tai korkoja. Kuluttajan pohtiessa hinta-arvoa kuluttaja arvioi, tuottaako teknologian käyttäminen hänelle enemmän hyötyä kuin hän joutuu maksamaan mahdollisten kulujen muodossa. Mikäli kuluttajan kokema hinta-arvo on positiivinen, on tällä on positiivinen vaikutus kuluttajan kokemaan käyttöaikomukseen.

Tottumuksella tarkoitetaan sitä, että kuluttaja toistaa jo aiemmin opittuja toimintamalleja teknologian käytössä (Venkatesh ym., 2012). Aiempien tutkimusten pohjalta tiedetään, että kuluttajalla on taipumus hyödyntää jo aiemmin opittuja toimintamalleja, sillä näistä muodostuu rutiineja (Polites & Karahanna, 2013). Lasku- ja osamaksupalveluiden näkökulmasta, mikäli kuluttaja on tottunut käyttämään lasku- ja osamaksupalveluita tällä saattaa olla positiivinen vaikutus siihen, kuinka kuluttaja kokeilee uusia teknologioita lasku- ja osamaksamisen saralla. Tällöin kuluttaja tietää toimintamallin ja on mahdollisesti todennut sen hyväksi itselleen.

Iällä tarkoitetaan kuluttajan ikää ja tämän mahdollisia vaikutuksia teknologian käyttämiseksi (Venkatesh ym., 2012). Aiemmissä tutkimuksissa on huomattu, että iällä voi olla vaikutusta siihen, kuinka halukkaasti uusia teknologioita otetaan käyttöön (Morris ym., 2005). Tämä tukee yleistä ajatusta, että nuoret ihmiset ottavat uusia teknologioita käyttöön vanhempiaan uskaliaammin. Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta tarkasteltuna tämä tarkoittaa sitä, että nuoret saattaisivat olla alttiimpia ottamaan käyttöön uusia lasku- ja osamaksamisen maksutapoja kuin vanhemmat ihmiset. Tämä sama

huomio on tehty myös muissa aiemmissä tutkimuksissa, joissa on tutkittu lasku- ja osamaksamista (Alcazar & Bradford, 2021).

Sukupuolen merkityksellä tarkoitetaan sitä, että kuluttajan sukupuolella voi olla vaikutus siihen, kuinka halukkaasti uusia teknologioita otetaan käyttöön (Venkatesh ym., 2012). Aiemmissä tutkimuksissa on myös huomattu, että sukupuoli voidaan nähdä yhtenä muuttujana, joka vaikuttaa halukkuuteen ottaa käyttöön uusia teknologioita (Morris ym., 2005). Lasku- ja osamaksutapojen osalta voidaan siis todeta, että kun tuodaan kuluttajien saataville uusia palveluita, niin kuluttajan sukupuolella voi olla vaikutus halukkuuteen ottaa näitä uusia teknologioita (Morris ym., 2005). Aiemmin on huomattu, että sukupuoli saattaa olla vaikutus siihen mitä maksutapaa käytetään (Paytrail, 2020).

Kokemuksella tarkoitetaan kuluttajan aiemmin kerrytettyjä kokemuksia teknologioiden käyttöönottamisesta (Venkatesh ym., 2012). Mikäli kuluttajalla on positiivisia kokemuksia uusien teknologioiden käyttöönottamisesta, voi tällä olla kannustava vaikutus myös uusien teknologioiden käyttöönottamiseksi myös jatkossa (Venkatesh ym., 2012). Lasku- ja osamaksamisen näkökulmasta tarkasteltuna voidaan todeta, että mikäli kuluttajan aiemmat kokemukset lasku- ja osamaksupalveluista ovat hyviä, niin tällä voi olla positiivinen vaikutus mahdollisesti uusien lasku- ja osamaksutapojen käyttöön. Mikäli aiemmat kokemukset ovat luonteeltaan negatiivisia, niin myös tällöin vaikutus uusien lasku- ja osamaksutapojen käyttöönottamiseksi voi olla negatiivinen. Aiemmat kokemukset voivat olla siis luonteeltaan positiivisia tai negatiivisia ja näillä voi olla erisuuntainen vaikutus teknologian käyttöönottoon liittyen.

3.4 Yhteenveto innovaatioiden leviämisestä ja teknologian hyväksymisestä

Kuten aiemmissä tutkimuksissa on huomattu niin innovaatioiden leviämistä sosiaalisissa järjestelmissä sekä uusien teknologioiden omaksumiseen vaikuttavia tekijöitä on tutkittu aiemmissä tutkimuksissa. Näistä tämän tutkimuksen kannalta keskeisimpiä teorioita ovat innovaatioiden diffuusioteoria, teknologian hyväksymismalli ja tämän sovellukset (TAM, UTAUT, UTAUT2).

Tämän tutkimuksen kannalta keskeisimmät teoriat ovat innovaation diffuusioteoria ja yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2. Nämä teoriat esittävät useita muuttujia, jotka voivat vaikuttaa siihen, miksi innovaatio leviää sosiaalisessa järjestelmässä tai millainen vaikutus muuttujalla voi olla teknologian hyväksymiseen. Näiden mallien pohjalta rakentuu tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset.

Innovaation diffuusioteoria ja teknologian hyväksymistä selittävän yhdistetyn teknologian hyväksymismallin 2 yhdisteleminen voi mahdollisesti luoda laajempaa ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Aiemmissä tutkimuksissa on huomattu, että uusien teknologioiden hyväksymiseen vaikuttaa monet asiat, sillä ympäristö, jossa operoidaan on usein äärimmäisen kompleksinen (Kiwanuka, 2015).

Teknologian hyväksymistä on pyritty selittämään teknologian hyväksymismalleilla, sekä innovaation diffuusioteorian avulla. Tutkimuksissa ehdotetaan, että olisi syytä yhdistellä teknologian hyväksymismalleja ja innovaation diffuusioteoriaa, jotta tutkimuksissa voidaan korostaa tutkimuksen kannalta tärkeitä prosesseja ja selittää käytännön tasolla tarkemmin sitä, kuinka uusia teknologioita hyväksytään ja kuinka nämä leviävät sosiaalisissa järjestelmissä. (Kiwanuka, 2015).

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen eteneminen ja sen toteuttamiseen liittyvä tutkimusmetodologia. Tässä luvussa tutustutaan siis tarkemmin aiemmin esiteltyyn empiiriseen tutkimuskysymykseen, tutkimusmenetelmiin, aineiston keruumenetelmään ja aineiston analyysiin. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston työstämisen voidaan nähdä koostuvan useammasta vaiheesta. (Hirsijärvi & Hurme, 2001)

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Laadullinen tutkimus ymmärretään aineiston ja analyysin ei-numeraaliseksi kuvaukseksi. (Eskola, 1998). Tutkimus toteutettiin laadullisin menetelmin, sillä aihetta ei ole tutkittu merkittävässä määrin aiemmin, jonka vuoksi on tarpeen saavuttaa yleistä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Hirsijärven ja Hurmeen (2001) mukaan laadullisin menetelmin saadaan tutkittua valittua ilmiötä hyvin joustavasti ja tutkimusmenetelmän avulla voidaan saada syvällistä tietoa tutkittavasta ilmiöstä.

Laadullisen tutkimuksen tekemiseksi on olemassa useita erilaisia menetelmiä ja näillä menetelmillä on useita erilaisia ominaisuuksia. Tässä tutkimuksessa hyödynnetään fenomenografista tutkimusmenetelmää. Fenomenografiassa tavoitteena on saada esille mahdollisimman laaja määrä erilaisia käsityksiä tutkittavasta ilmiöstä (Niikko, 2003). Fenomenografia sopii hyvin tähän tutkimukseen, koska ilmiötä on tarpeellista tutkia laadullisesta näkökulmasta ja saavuttaa ymmärrystä kuinka ilmiöön suhtaudutaan ja kuinka ilmiö koetaan. Lisäksi tässä tutkimuksessa hyödynnetään kriittisten kokemusten kartoitusta. Kriittisten kokemusten kartoitus on hyvä keino saada lisää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä (Flanagan, 1954). Kriittisten kokemusten kartoitus mahdollistaa syvällisen informaation saamisen tutkittavasta ilmiöstä.

Fenomenografiselle tutkimukselle on tyypillistä, että ollaan kiinnostuneita tutkittavan ilmiön ilmenemisestä ihmisen normaalissa arjessa. Fenomenografia pyrkii siis kuvaamaan ihmisten kokemusten eroavaisuuksia tutkittavassa ilmiössä. Voidaan siis todeta, että fenomenografiselle tutkimukselle on tyypillistä, että ihmisten arkipäiväiset ja tieteelliset ymmärrykset tutkittavasta ilmiöstä ovat kumpikin tärkeitä tutkimuksen kannalta. (Niikko, 2003). Fenomenografinen tutkimus pyrkii tuomaan tieteellisen tutkimuksen rinnalle ihmisten arkipäiväisiä kokemuksia, joiden avulla voidaan selittää tutkittavaa ilmiötä. Kettusen (2021) mukaan fenomenografisessa tutkimuksessa on tyypillistä, että on olemassa yksi maailma, jonka tutkittavat ymmärtävät eri tavoin. Tavoitteena on siis pyrkiä kuvailemaan, ymmärtämään ja analysoimaan käsitysten välisiä eroja, sekä paljastaa kokemuksissa ja käsityksissä ilmeneviä variaatioita (Marton, 1981).

Keskeistä tutkimusmenetelmän kannalta on, että tutkimuksen ilmiötä kuvataan epäsuorasti. Ihmiselle on tyypillistä, että ilmiötä käsitellään aina tietyssä kontekstissa ja ihminen käsittää vain osan ilmiöstä. Sen takia tutkimuksen kannalta on äärimäisen tärkeää kuvata ilmiötä siten, miten ihmiset sen kokevat tai käsittävät. (Kettunen, 2021). Tästä syystä onkin tärkeää, että haastattelut toteutetaan siten, että ne muistuttavat luonnollista keskustelua, jotta haastateltava saa kuvata ilmiötä kuten sen tuntee ja ymmärtää ilman, että annetaan valmiita vastauksia.

Fenomenografisessa tutkimuksessa oletetaan, että niiden tapojen lukumäärä, joilla voidaan käsittää olisi rajallinen. Käsitukset eivät kuitenkaan ole muuttumattomia ja käsitys ilmiöstä voi muuttua myöhemmässä vaiheessa. Lisäksi on mahdollista, että tutkittavalla on useampi kuin yksi käsitys ilmiöstä. Nämä käsitykset, joita tutkittavilla on, ovat fenomenografisen tutkimuksen periaatteiden mukaan loogisessa suhteessa toisiinsa. (Kettunen, 2021). Eli on mahdollista, että haastateltavan ajatus ilmiöstä muuttuu ajan kuluessa henkilön saadessa uutta tietoa.

Fenomenografinen tutkimus ei kuitenkaan pyri kuvaamaan yksittäisen tutkittavan käsitystä tutkittavasta ilmiöstä. Fenomenografisen tutkimuksen perimmäisin tavoite on kuvata ilmiötä tutkittavien kollektiivisestä näkökulmasta. (Marton & Pong, 2005). Fenomenografinen tutkimus siis pyrkii kuvaamaan tutkittavien joukossa olevien käsitysten variaatiota tutkittavien koko joukossa (Kettunen, 2021). Tärkeää on siis saavuttaa kollektiivinen ymmärrys, kuinka ilmiötä ymmärretään tutkittavien joukossa.

Fenomenografisen tutkimusasetelman lisäksi haastatteluissa käytettiin kriittisten kokemusten kartoitusta, jolla pyrittiin laajentamaan haastateltavilta saatavien vastauksien kattavuutta ja haastettiin haastateltavia ajattelemaan asioita heidän kannaltaan useasta näkökulmasta. Kriittisten kokemusten kartoitus on pitkään käytössä ollut tapa toteuttaa laadullista tutkimusta (Butterfield ym., 2005). Kriittisten kokemusten kartoitusta pidetään yleisesti hyvänä tapana saada sisältörikkaita ja laadukkaita kokemuksia haastateltavien kontekstista, joita tutkija voi sitten käyttää ilmiön ymmärtämiseksi. Kriittisten kokemusten kartoituksessa on oleellista, että haastattelija esittää haastateltavalle tietyn kokemuksen ja haastateltava sitten kuvailee omia kokemuksiaan kyseisestä ilmiöstä ja tilanteesta. (Lipu ym., 2007). Kriittisten kokemusten kartoituksella voidaan saada

selville tekijöitä, jotka ovat kriittisiä tutkittavan ilmiön ymmärtämiseksi. Kriittisenä kokemuksena voidaan pitää sellaista kokemusta, joka vaikuttaa joko positiivisesti tai negatiivisesti tekemiseen tai ilmiön tapahtumiseen. (Flanagan, 1954). Tässä tutkimuksessa kriittisten kokemusten kartoituksella voidaan saada tarkemmin esiin niitä kriittisiä asioita, joita haastateltavat kokevat tutkittavaan ilmiöön liittyen. Tämä lisää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä ja antaa arvokasta lisätietoa ilmiön kannalta merkittävistä ja kriittisistä asioita, jotka voivat vaikuttaa ilmiön tulkintaan.

4.2 Aineiston keruu

Tutkimuksessa tutkittiin nuorten kokemuksia lasku- ja osamaksamisesta. Tutkimus rajattiin nuoriin, koska haluttiin ymmärtää paremmin nuorten kokemuksia ilmiöstä ja tästä syystä tarpeen oli tehdä rajausta tutkittavien joukkoon. Tutkimukseen valikoitiin fenomenografisen tutkimuksen periaatteiden mukaan pieni määrä henkilöitä ja aineisto kerättiin toteuttamalla haastattelu tutkimukseen osallistuneille henkilöille. Oleellista aineiston keruussa oli myös se, että osallistujat olivat nuoria (18–28-vuotiaita). Lisäksi oli tärkeää, että aineistonkeruussa käytetyt haastattelukysymykset olivat valmiiksi annettuja, mutta mahdollisimman avoimia, jotta haastateltavat saattoivat kuvata kokemuksiaan mahdollisimman persoonallisesti. Tästä syystä tutkimuksen haastatteluosio toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna. Puolistrukturoidulle haastattelulle on tyypillistä, että se muistuttaa osittain tavallista keskustelua. Haastattelua varten toteutettiin haastattelurunko, jonka pohjalta keskustelua käytiin. Haastatteluissa haastateltavia pyydettiin suhteuttamaan vastauksensa elektroniikan ja vaatteiden tuoteryhmiin, jotta voitiin saavuttaa jäsennelty kuvaus tutkittavien ajatuksista ilmiöön liittyen. Rajaaminen oli tarpeen, sillä tutkittavien joukko on rajallinen ja verkko-kaupoista voi ostaa nykyään lähes mitä tahansa. Kysymyksiä voitiin kuitenkin tarkentaa ja muokata tarpeen mukaan, mikäli tarpeen. (Hirsijärvi & Hurme, 2001). Tutkittavat rajattiin nuoriin henkilöihin. Sillä ei ollut merkitystä, oliko haastateltava jo valmiiksi omaksunut teknologian. Rajaukset tehtiin siitä syystä, että fenomenografiselle tutkimukselle on tyypillistä pieni otoskoko ja laadullisten tutkimusperiaatteiden mukaan otoskoko tulisi rajata saturaatioon. Saturaatiolla tarkoitetaan sitä, että tutkittavien lisäämisellä ei enää saavuteta uutta ymmärrystä (Aira, 2005). Rajaamalla otoskoko nuoriin voidaan saavuttaa saturaatio tutkimuksessa fenomenografiselle tutkimukselle tyypillisellä otoskoolla. Saturaatio saavutetaan siinä vaiheessa, kun uutta tietoa ei enää synny. Saturaatio tuli vastaan yhdeksännessä haastattelussa. Saturaatio ilmeni siten, että haastateltavien keskuudessa ei ilmennyt enää uutta tietoa vaan alettiin toistamaan asioita, joita on jo aiemmin noussut esiin haastatteluissa. Haastateltavien demografinen jakauma esiteltä alla olevassa taulukossa 2. Haastateltavia ei esitellä nimillä vaan järjestysnumeroilla, jolloin haastateltavien yksityisyys säilyy. Yksityisyyden säilyttäminen on tärkeää, koska lasku- ja osamaksamiseen liittyviä asioita voidaan nähdä henkilökohtaisena asiana.

TAULUKKO 2 Haastateltavien demografinen jakauma

Haastateltavan numero	Ikä	Sukupuoli
1	25	Nainen
2	23	Mies
3	25	Mies
4	26	Nainen
5	22	Nainen
6	25	Mies
7	21	Nainen
8	24	Mies
9	25	Mies

4.3 Aineiston analyysi

Tämä tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena ja menetelmänä oli fenomenografinen tutkimus. Fenomenografisen tutkimuksen analyysi voidaan nähdä koostuvan kahdesta päävaiheesta. (Kettunen, 2021).

Ensimmäinen vaihe on aineiston litteroiminen ja aineistoon tutustuminen. Tässä vaiheessa pyritään kuvaamaan ja tunnistamaan tutkittavien käsityksiä ja kokemuksia tutkittavasta ilmiöstä. Oleellista tässä vaiheessa on tutkia tutkittavien erilaisten lausumien eroja ja samankaltaisuuksia. Erilaisten käsitykset ilmiöstä ilmentyvät tämän vertailun kautta. (Kettunen, 2021).

Toisena vaiheena nähdään tarve tunnistaa merkitysten välisiä suhteita. Eli tämä tarkoittaa niitä laadullisia eroja, joiden suhteen tutkittavien käsitykset eroavat toisistaan. Tunnistettujen erojen avulla on mahdollista asettaa käsityksiä kuvaavat kuvauskategoriat hierarkian mukaiseen järjestykseen. Kuvaskategorialle on tyypillistä, että tämä pyrkii kuvamaan aina jotain erilaista tapaa kokea kyseistä ilmiötä. Kuvauskategorioilla on olemassa suhteita ja näitä pyritään analyysivaiheessa luomaan. (Kettunen, 2021). Analyysissä käydään siis toistuvaa dialogia aineiston ja tästä kehittyvien kuvauskategorioiden välillä.

Analyysin lopputulemana on jäsenneilty kuvaus tutkittavien kokemusten ja käsitysten eroista tutkittavan ilmiön osalta. Analyysin voidaan nähdä olevan onnistunut, mikäli se täyttää kolme tunnettua laatukriteeriä. Ensimmäinen kriteeri on, että jokaisen kategorian tulee selkeästi kuvata erilaista kokemusta ilmiöstä. Toinen laatukriteeri on, että kuvattujen kategorioiden tulee olla hierarkkisessa ja loogisessa suhteessa toisiinsa. Kolmantena kriteerinä pidetään, että

aineiston vaihtelua kuvaavien kategorioiden tulee olla määrältään rajattu ja mahdollisimman pieni. (Marton & Booth, 1997).

Haastatteluissa hyödynnettiin myös kriittisten kokemusten kartoitusta. Tällä menetelmällä saadut vastaukset analysoitiin kuvaamalla ja kääntämällä ne ongelman ratkaisemiseksi suhteuttamalla ne ympäröivään ympäristöön ja tutkimuksen viitekehykseen (Flanagan, 1954)

5 TULOKSET

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset. Tutkimus toteutettiin fenomenografisena haastattelututkimuksena ja lisäksi ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä tarkennettiin kriittisten kokemusten kartoituksella. Haastatteluja tehtiin yhdeksän kappaletta, koska otoskoko rajattiin saturaatioon. Aineisto analysoitiin litte-roimalla tallennetut haastattelut. Haastateltavien antamat vastaukset käsitellään nimettömänä ja siten, että vastauksia ei voida yhdistää yksittäiseen haastateltavaan henkilötasolla. Haastateltavien vastauksia esitellään siten, että jokaisella haastateltavalla on oma järjestysnumero, kuten esimerkiksi ”haastateltava 1”. Näin saadaan eroteltua haastateltavien vastaukset toisistaan ja säilytettyä anonyymiteetti. Tutkimuksen kannalta onkin äärimmäisen tärkeää, että haastateltavien vastaukset eivät sekoitu keskenään, jotta voidaan saavuttaa jäsennelty kuvaus tutkittavien kokemuksien ja käsitysten eroista tutkittavan ilmiön osalta. Lisäksi on syytä tarkentaa, että haastattelijan ja haastateltavan välillä on saatettu käydä tarkentavaa keskustelua kysymyksistä ja teemoista. Näissä keskusteluissa on saatettu mainita nimiä, joten nämä on jätetty pois ja vastaukset on muokattu anonyymiin muotoon anonyymiteetin säilyttämiseksi.

Tutkimuksen haastattelurunko rakentui tiettyjen tunnistettavien teemojen ympärille. Tämä luku on jaettu tunnistettujen teemojen mukaisiin alalukuihin. Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään haastateltavien omia kokemuksia yleisesti verkkokauppaan liittyen. Toisessa alaluvussa keskitytään haastateltavien kriittisiin kokemuksiin ostettaessa elektroniikka tai vaatteita laskulla ja osamaksulla. Kolmannessa alaluvussa pyritään ymmärtämään sitä, millainen vaikutus lähipiirin toiminnalla voi olla laskun ja osamaksun käyttämiseen. Haastateltavien vastauksia verrataan innovaation diffuusioteoriassa olevaan oletukseen, jonka mukaan lähipiirillä voi olla vaikutusta teknologian käyttöpäätökseen. Neljännessä alaluvussa selvitetään haastateltavien kokemia hyötyjä lasku- ja osamaksuista ja näitä reflektoidaan yhdistettyyn teknologian hyväksymismallin toiseen versioon (UTAUT2). Lisäksi pyritään löytämään keskeisiä koettuja hyötyä, jotka selittävät teknologian hyväksymistä laskun ja osamaksamisen ympäristössä. Viidentenä ja viimeisenä alalukuna on vapaa sana osio, jossa haastateltavilla on ollut mahdollisuus kertoa omia ajatuksiaan aiheeseen liittyen niin halutessaan.

5.1 Aloitus ja yleiset kysymykset

Aluksi haastateltavien kanssa käytiin yleistä keskustelua siitä, kuinka haastateltavat mieltävät oman verkkokauppaostamisen ja millaiseksi he mieltävät oman toimintansa, kun ostetaan verkkokaupoista. Kysymyksen avulla pyrittiin saamaan haastateltava asennoitumaan haastattelun teemaan ja saaman taustatietoa siitä, kuinka usein haastateltava ostaa verkkokaupoista ja millaiseksi haastateltava mieltää omaan käyttäytymistään.

Kaikki haastateltavat nostivat esiin sen, että olivat ostaneet verkkokaupoista tuotteita ja tai palveluita. Verkkokauppal palveluiden käyttöaste kuitenkin vaihteli haastateltavien keskuudessa. Muutama haastateltava nosti esiin, että verkkokauppal palveluita tulee käytettyä kolme tai neljä kertaa vuodessa.

”Tulee sieltä tilattua melkein kaikki laitteet kotiin, jos tarvitsee uusia. Sitten vaatteita tulee myös tilattua, mutta ei niin kuin hirveästi. Tilailtua tulee ehkä noin 3–4 krt vuodessa.” (Haastateltava 3)

” [...] ehkä noin neljä kertaa vuodessa.” (Haastateltava 4)

Haastateltavat nostivat esille erilaisia motiiveja ostaa verkkokaupoista asioita. Esille nousi usean haastateltavan keskuudessa helppous, laaja valikoima ja hyvät tarjoukset. Haastattelujen yhteydessä haastateltavia pyydettiin painottamaan vastauksiaan teknologian ja vaatteiden tuoteryhmiin. Haastatteluissa näkyi selkeästi se, että teknologian ostaminen oli helpompaa. Vaatteiden ostamista vaikeutti se, että tuotetta ei ole mahdollista testata.

”Tykkään käyttää verkkokauppal palveluita, koska ostosten tekeminen on vaivattomampaa ja matalan kynnyksen toimintaa, kun ei tarvitse lähteä kauppaan. Verkkokauppojen valikoima on myös paljon laajempi kuin kivijalkaliikkeiden.” (Haastateltava 1)

” [...] Mutta sitten taas toisinaan, jos on esimerkiksi hyviä tarjouksia tai joku mainos vie mukanaan niin sitten saatan jotain verkkokaupoista tilata ja yleensä jos tilaa niin se on sitten enemmänkin elektroniikkaa, että en ole ikinä oikein oppinut vaatteita ostaa verkkokaupoista. Siinä tulee vähän ongelmaksi ehkä se, että niitä ei pääse sovittamaan eikä näe paikan päällä. [...]” (Haastateltava 8)

Seuraavaksi haastateltavien kanssa keskusteltiin siitä, mikä on haastateltavan oma suhtautuminen siihen, että ostetaan laskulla vaatteita tai elektroniikka verkkokaupoista. Tässä pyrittiin siihen, että saadaan esille haastateltavan omaa ajattelua haastatteluteemaan liittyen. Haastateltavien vastauksista voidaan hahmotella erinäisiä tulkintoja ja ajatuksia tutkittavasta ilmiöstä.

Usealla haastateltavalla nousi esiin se, että suhtautuminen laskuun on joko neutraalia tai positiivista. Yksi haastateltava suhtautui laskuun maksutapana negatiivisesti ja koki laskun liittyvän mahdollisesti riskiin yli varojen elämisestä.

”En tykkää ostaa laskulla, koska mun mielestä siinä on riski elää yli varojensa.” (Haastateltava 1)

Muiden haastateltavien suhtautuminen oli joko neutraalia tai positiivista. Eli laskulla maksaminen ei herätä erikoisempaa suhtautumista tai se koetaan positiivisena maksamisen tapana. Positiivinen suhtautuminen laskuun voitiin yhdistää haastateltavien kokemuksiin hyötyihin laskusta, kuten esimerkiksi mahdollisuuden maksaa tuote vasta saamisen yhteydessä tai laskun koettuun turvallisuuteen.

”No sehän on siis erittäin kätevä toimintatapa. Jos vaikka vaatteita ostaa niin sun ei ole niitä pakko pitää. Ne voi vaikka palauttaa, se on musta aika kätevä systeemi. Jos sä et tykkää siitä vaatteesta niin sä voit palauttaa sen, sun ei tarvitse heti maksaa sitä. Se on erittäin hyvä.” (Haastateltava 6)

”[...] Tietty joku muutaman euron laskutuslisä siitä voi tulla, mutta tuota käytännössä ihan hyvä tapa maksaa verkkokaupoissa, ja tuota siinä mielessä turvallinen, että siinä ei tarvitse minkäänkokoisia maksutietoja syöttää verkkoon, että tuota lasku tulee sitten sähköpostiin tai postilaatikkoon ja se maksetaan sitten verkkopankissa. Turvallinen tapa maksaa. Lisäksi vaatteita ostaessa varmaankin hyvää on juuri se, että ne voi sovittaa ennen kuin maksaa niin ei sitten tule sitä kikkailua rahojen palautuksen takia tai muuta vastaavaa. [...]” (Haastateltava 8)

Seuraavaksi haastateltavien kanssa keskusteltiin siitä, että mikä on haastateltavan oma suhtautuminen siihen, kun ostetaan osamaksulla vaatteita tai elektroniikka verkkokaupoista. Tässä pyrittiin siihen, että saadaan esille haastateltavan omaa ajattelua haastatteluteemaan liittyen. Haastateltavien vastauksista voidaan hahmotella erinäisiä tulkintoja ja ajatuksia tutkittavasta ilmiöstä.

Lähes kaikki haastateltavat suhtautuivat osamaksamiseen negatiivisesti tai varauksella. Haastateltavat yhdistivät osamaksamiseen monia harmillisia ilmiöitä, kuten esimerkiksi ylivelkaantumisen.

”Oletan, että jossain tilanteessa voisi olla hyvä ostaa osamaksulla. Mutta se tuntuu pitkän päälle työläältä ja sitten se lähtee huomaamattomasti käsistä. En haluaisi ostaa osamaksulla” (Haastateltava 5)

”No sehän periaatteessa tosi huono, että ihmiset, jotka ei hallitse rahankäyttöä niin voi tulla sitten luottovelkaa ja sitten lähtee elämä hallinnasta. Niin ei mieluiten osamaksua, vaan kerralla se tuote tai ei ollenkaan” (Haastateltava 2)

Toisena merkittävänä huomiona haastateltavilla nousivat esiin osamaksamisen kustannukset ja se, että ne saattavat olla todella korkeita. Lisäksi eräs haastateltava tunnisti, että osamaksamisesta on ollut paljon myös julkista keskustelua.

”Itse en kyllä sitä harrasta. Mä en koe sitä kyllä järkevänä. Niissä saattaa olla hirveät korot, niin en koe sitä oikeastaan järkevänä.” (Haastateltava 7)

”[...] Jos mä mietin mun suhtautumista niin nyt on jotenkin ollut paljon puhetta osamaksuista ja mä tiedän, että niissä on aika isot korot. Niin en mä kyllä lähtisi tilaamaan

vaatteita, jos mä en pystyisi maksaa sitä heti ostosta. Eli ehkä mun suhtautuminen on ehkä vähän negatiivinen. En mä mielellään osamaksua ota.” (Haastateltava 4)

Haastateltavien joukossa oli myös osamaksamiseen positiivisesti suhtautuvia ja monia, jotka tunnistivat osamaksamisen positiivisia puolia negatiivisesta suhtautumisestaan huolimatta. Lisäksi haastateltavien joukossa tunnistettiin, että joissain tapauksissa osamaksu voi olla jopa koroton.

”Olen paljon ostanut osamaksulla tavara. On hyvä, että on sellainen vaihtoehto.” (Haastateltava 6)

” [...] Esimerkiksi puhelimen ostaminen osamaksulla verkkokaupasta niin en näe siinä mitään väärää, koska ne ovat nolla koroilla. [...] ” (Haastateltava 8)

” [...] Sitten taas, jos mietitään näitä korkealla korolla olevia esimerkiksi kolmansien osapuolien osamaksuja niin tuota ainakaan kovin pitkällä maksuajalla ei kyllä kannattaisi. Tietenkin jos on joku akuutti vaate tai elektroniikka hankinta, joka on pakollinen eikä muuten ole siihen varaa, niin siinä tapauksessahan se antaa ihan hyvin joustoa siihen maksamiseen, mutta muuten en näe kyllä järkevänä. [...]” (Haastateltava 8)

Teeman viimeisenä aiheena oli selvittää, millaisia ajatuksia ja tunteita lasku- ja osamaksupalveluita tarjoavan yrityksen esittämä väite tarjoamansa palvelun tuomasta joustosta arjen hankintoihin palvelusta herättävää. Väitteenä oli: ”Lasku- ja osamaksuja tarjoavat yritykset kertovat tämän maksutavan tuovan joustavuutta arjen hankintoihin”.

Esitetty väite herätti runsaasti erinäisiä ajatuksia ja paljon kommentteja. Yleinen suhtautuminen esitettyyn väitteeseen oli kovin negatiivinen ja se herätti haastateltavien keskuudessa ajatuksia, että kyseessä on puhdas markkinointikikka, jolla pyritään piilottamaan riski mahdollisesta ylivelkaantumisesta kauniin lupauksen taakse. Lisäksi yksi haastateltava nosti esiin, että lasku- ja osamaksu eivät sovellu kaikkiin arjen hankintoihin, vaan enemmän hankintoihin, jotka eivät ole arkisia. Haastateltavien vastauksien perusteella voidaan arvioida, että esitetty väite pyrkii mahdollisesti kauniilla lupauksilla tuomaan laskun ja osamaksun lähemmäksi ihmisen normaalia arkea.

”Päällimmäisenä ajatus on, että toi on tavallaan harhaanjohtava. Sinänsähän se ei valehtelee, mutta se vähän kaunistelee asioita. [...] Mä ajattelen, että sillä viitataan siihen, että vaikka sulla ei varsinaisesti olisi varaa tähän, niin sä voit ostaa. [...]” (Haastateltava 5)

” [...] Päällisin puolin siis aika petollinen väite. Jos hallitsee rahankäytön hyvin ja osaa oikeasti suunnitella ja nähdä realistisesti asioita, niin sitten osaa varmaan noita osamaksuja käsitellä hyvin ja osaa suunnitella ja nähdä asiat [kokonaisuuden] realistisesti. [...]” (Haastateltava 5)

” [...] Mä veikkaan, että nuo kohdistavat tuon väitteen niille, jotka ei oikein hallitse rahankäyttöä” (Haastateltava 5)

”Osamaksun kanssa yleensä tilanne on se, että se jousto tarkoittaa sitä, että sä voit ostaa jotain mihin sinulla ei ole varaa ja se ei välttämättä ole kovin hyvä juttu. Helposti

menee asiat vaan enempi siinä solmuun. Mun mielestä tuo ei ole kovin hyvä mainoslause osamaksujen kohdalla.” (Haastateltava 8)

”Mutta sitten mietin, että onko kyseessä arjen hankinnat pelkästään. Mä ymmärrän tuon arjen hankinnat niin että käydään ruokakaupassa, ostetaan tuota autoon bensaa ja maksetaan laskut. Ei ehkä ihan [osamaksu sovellu] kaikkiin arjen hankintoihin. Mun mielestä sitten tuo pikemminkin liittyy semmoisiin tuotteisiin mitkä ei nimenomaan ole arjen hankintoja, vaikka uusi puhelin. [...]” (Haastateltava 9)

Sen lisäksi, että yleinen suhtautuminen oli negatiivinen, niin yksi haastateltava nosti esiin suhtautuvansa positiivisesti esitettyyn väitteeseen. Haastateltavan omat kokemukset olivat yhteneväisiä esitetyn väitteen kanssa.

”Se on erittäin kätevä. Jos sulla hajoaa, vaikka joku laite ja sä tarttet heti uuden. Se on kätevää, että voit ottaa osamaksulla esimerkiksi pesukoneen, jos ei välttämättä ole tilillä sitä rahaa laittaa heti siihen. Mun mielestä se on erittäin hieno asia ja sitten maksat vaikka myöhemmin enemmän sitä pois.” (Haastateltava 6)

5.2 Kriittiset kokemukset lasku- ja osamaksamiseen liittyen

Toisena teemana haastattelussa oli kriittisten kokemusten kartoitus. Kriittisten kokemusten kartoituksella voidaan syventää haastateltavilta saatavaa informaatiota. Kriittisten kokemusten kartoituksella pyritään saamaan sisältörikkaita kokemuksia haastateltavalta. Nämä sisältöriikkaat kokemukset auttavat tutkijaa saamaan laajemman ymmärryksen haastateltavien ymmärryksestä tutkittavasta ilmiöstä.

Haastateltavia pyydettiin kertomaan, minkälaisia positiivisia tai negatiivisia kokemuksia tai ajatuksia heillä liittyi laskulla maksamiseen, kun ostetaan verkkokaupoista elektroniikkaa tai vaatteita.

Laskulla maksaminen yhdistettiin turvallisuuteen ja helppouteen. Eräs haastateltava nosti esiin oman kokemuksen, että laskulla maksaminen on helppoa, koska se ei vaadi mm. pankkikortin etsimistä ja tästä syystä maksaminen on helppoa. Kaksi haastateltavaa taas nosti esiin mahdollisuuden nähdä tuote ennen maksun suorittamista ja ostopäätöksen tekoa. Kun tuote nähdään ennen maksua, voidaan varmistua siitä, että tuote vastaa luvattua.

”Mahdollista nähdä ja kokeilla tuotetta ennen kuin sitoutuu sen ostoon, että sitten voi palauttaa, jos on väärä koko ennen kuin sen on maksanut” (Haastateltava 1)

” [...] Yleensä laskun valitseminen maksutavaksi tapahtuu silloin kun ei jaksakaan hakea pankkikorttia ja syöttää niitä numeroita nettiin. Se on maksutapa muiden joukossa. Se on helppoa, ei vaadi monta näpätystä siellä verkkokaupassa.” (Haastateltava 8)

” [...] Positiivisena on se, että mä näen sen tuotteen ensin ennen kuin maksan sen.” (Haastateltava 7)

Useampi haastateltava nosti esiin laskuun liittyen sen, että lasku on luonteeltaan kertamaksu ja hankittava tuote on laskun maksamisen jälkeen oma. Suhtautuminen oli varsin neutraalia laskuun liittyen.

”Maksutapana lasku on neutraali. Lasku on maksutapa, siinä valitaan lasku ja sitten se tulee sieltä ja maksetaan pois. Ei siinä hirveämmin ole eroa siihen, että maksaisi saman tien [...]” (Haastateltava 8)

” [...] Se on se summa minkä maksat, kun tilaat jotain. Tulee lasku ja maksat sen. [...]” (Haastateltava 3)

Yksi haastateltava nosti esiin ajattelevansa laskun lisäävän mahdollisuutta sille, että ostetaan jotain, mihin ei oikeasti ole varaa. Laskuun liittyy usein maksuajan saaminen, jolloin hankinta voidaan tehdä vaikkei tilauksen hetkellä hankintaan olisi varaa ja tästä syystä saatetaan ajatella hankinnan olevan mahdollinen.

” [...] Toki nousee esiin ajatus, että helposti saattaa lähteä tilailemaan jotain, johon ei välttämättä ole varaa. [...]” (Haastateltava 7)

Tämän teeman toisena keskeisenä kysymyksenä oli selvittää, minkälaisia positiivisia tai negatiivisia kokemuksia ja ajatuksia haastateltavilla liittyi laskulla maksamiseen, kun ostetaan verkkokaupoista elektroniikkaa tai vaatteita.

Osamaksulla maksaminen yhdistettiin usein haastateltavien toimesta negatiivisena pidettäviin ilmiöihin, kuten ylivelkaantumiseen. Osamaksujen osalta onkin käyty viime vuosina paljon julkista keskustelua ja osamaksuja pidetään yhtenä merkittävimmistä syistä ylivelkaantumiseen (Takuusäätiö, 2021).

”No negatiivisia just se, että saadaan raha-asioista ymmärtämätön kuluttaja elämään yli varojensa.” (Haastateltava 1)

” [...] Huonona puolena voi olla sitten se, että sekin voi tietty lähteä lapasesta, että sitten kertyykin hirveästi noita maksuja ja sitten lähtee lapasesta.” (Haastateltava 7)

” [...] Jos on tilannut useamman sivuston kautta verkkokaupasta tavaraa ja ottaa niitä osamaksuja niin kohta saattaa huomata, että sinulla on useampi osamaksu samaan aikaan.” (Haastateltava 9)

Useat haastateltavat nostivat esiin, että osamaksuun liittyy positiivisena puolena mahdollisuus saada tarvittaessa joustavuutta maksamiseen esimerkiksi arvokaiden tai yllättävien hankintojen tekemistä varten, joiden tekeminen muuten saattaisi olla mahdotonta tai odottaminen olisi kohtuutonta. Lisäksi yksi haastateltava tunnisti, jossain tapauksissa osamaksun voidaan yhdistää jo olemassa olevaan laskutusoppimukseen, kuten puhelimen hankkiminen osamaksulla ja tämän maksaminen osissa puhelinlaskun yhteydessä.

”No hyvähän siinä esimerkiksi voi olla se, että jos ostaa vaikka jonkun kalliimman tuotteen, niin se voi olla sitten aika iso köntti tietty kerralla maksaa, että se on tietty semmoinen hyvä puoli.” (Haastateltava 7)

” Positiivinen asia tietysti siinä osamaksulla maksamisessa on se, että pystyy pilkkomaan sen maksun pienempiin osiin, jolloin se maksaminen ja sen tuotteen saaminen itselle helpottuu.” (Haastateltava 9)

” Puhelin on ostettu aikanaan verkkokaupasta osamaksulla. Mun mielestä se oli ihan positiivinen kokemus. Se on helppo tapa, koska puhelinlasku tulee joka tapauksessa ja siitä tuli jokunen euro siihen päälle lisää laskulle. Lisäksi ei minkään näköisiä ylimää räisiä kuluja koitunut” (Haastateltava 8)

5.3 Innovaation diffuusioteoria

Kolmantena teemana haastattelussa oli pyrkiä selvittämään sitä, kuinka hyvin innovaation diffuusioteoria voisi selittää haastateltavien käyttäytymistä. Innovaation diffuusioteorian mukaan uusien innovaatioiden käyttäminen leviää ja laajenee erinäisten sosiaalisten järjestelmien sisällä. Leviämiseen voi vaikuttaa esimerkiksi henkilön sosiaalinen ympäristö, kuten lähipiiri, tai henkilön ominaisuudet, kuten ikä. (Rogers, 2010).

Haastateltavia pyydettiin kertomaan, kuinka lähipiirin toiminta laskulla maksamisen suhteen on koettu vaikuttavan haastateltavan omaan käyttäytymiseen. Vastauksista voitiin huomata, että haastateltavat kokivat lähipiirin toiminnan vaikuttavan kovin eri lailla. Aiemmissa tutkimuksissa on huomattu, että sosiaalisten suhteiden vaikutus teknologian käyttöönottoon vaihtelee ihmisten erilaisten valmiuksien ja ominaisuuksien myötä (Brancheau & Wetherbe, 1990).

Muutama haastateltava koki, että lähipiirin toiminnalla on ollut vaikutusta omaan käyttäytymiseen tai oma toiminta vastaa sitä, miten lähipiirissä toimitaan.

”No kyllähän aika paljon perheessä kaikki tavarat mitä ostetaan niin ne maksetaan suoraan [Ei laskulla tai osamaksulla]. Ja kyllähän se on tuolta tullutkin äidiltä ja iskältä se asia, että maksetaan suoraan tai sitten ei ole varaa.” (Haastateltava 2)

” Mä luulen, että lähipiirissäkin jossain määrin laskulla maksetaan kyllä ostoksia, mutta tuota en mä tiedä, varmaankin aika pitkälti samalla lailla, kun omalla kohdalla että maksutapana lasku on lasku, se tulee ja se maksetaan. Mä en usko, että siinä toimintatavassa on mitään eroa omaan tapaan” (Haastateltava 8)

Useat haasteltavat kokivat, että lähipiirin toiminta ei vaikuta heidän omaan toimintaansa. Näiden haastateltavien tapauksessa esiin nousi esiin kriittinen ajattelu lähipiirin toiminnasta tai vahva oma kanta ilmiöön liittyen. Tämän osalta voidaan olla kuitenkin kriittisiä, että mikäli haastateltavilla on huonoja kokemuksia niin voiko nämä kokemukset silti vaikuttavaa haastateltavien käyttäytymiseen vaikei haastateltava tätä itse tunnista.

” [...] Tällä hetkellä niin minä olen kantani päättänyt asiaan, niin en oikein usko, että lähipiirin toimitavoilla olisi merkitystä itselleni.” (Haastateltava 5)

”Jonkun verran esiintyy ostamista ja ei vaikuta muuten omaan toimintaan kuin ehkä herää kysymysmerkkejä toimintamallista.” (Haastateltava 1)

” [...] Itse koen, että ei ole vaikuttanut omaan toimintaan.” (Haastateltava 9)

Teeman toisena kysymyksenä oli selvittää, että kuinka lähipiirin toiminta osamaksulla maksamisen suhteen on koettu vaikuttavan haastateltavan omaan käyttäytymiseen.

Useampi haastateltava tunnisti, että lähipiirin toiminta on vaikuttanut omaan toimintaan. Näiden haastateltavien vastaukset olivat täysin vastakkaisia, koska kaksi koki, että ei käytä osamaksua, koska näin on opittu. Yksi haastateltava taas tunnisti, että hän on oppinut käyttämään osamaksua lähipiiriltä.

”No eipä lähipiirissä käytetä tuota osamaksua melkein missään tapauksessa niin tota en minäkään itse sitä käytä” (Haastateltava 2)

”Lähipiirissä on käytetty. Sieltä opittu, että on hyvä tapa ostaa. Heti ei tarvitse olla sitä rahaa vaan voi ostaa ns. ilman rahaa” (Haastateltava 6)

”Näitä ei käytetä ja se on jäänyt myös itselleni päälle. Suhtautuminen on negatiivista ja tämä johtuu siitä, että näin on opetettu.” (Haastateltava 3)

Yhdellä haastateltavalla oli asiaan hieman poikkeuksellinen näkemys muihin verrattuna: haastateltava koki, että hän pyrkii itse vaikuttamaan lähipiirin toimintaan omalla esimerkillään, koska ei pidä lähipiirin toimintaa fiksunä. Eli kokee lähipiirin toiminnan vaikuttaneen omaan toimintaansa siten, että pyrkii itse aktiivisesti vaikuttamaan oman lähipiirin toimintaan.

”Osamaksuja käytetään lähipiirissä huomattavasti enemmän. Vaikutus omaan toimintaan on sellainen, että haluan toimia fiksummin ja yritän omalla esimerkilläni haastaa maksuja käyttävät läheiset.” (Haastateltava 1)

Monet haastateltavat kokivat taas, kuinka lähipiirissä toimitaan, ei ole vaikuttanut haastateltavan omaan käyttäytymiseen, kun puhutaan osamaksulla maksamisesta. Vastauksia yhdisti haastateltavien vahva ajatus siitä, ettei muiden toiminta vaikuta heihin, oli toiminta muilla millaista tahansa.

”Ei hirveästi tietoa. Muutamilla ehkä puhelimia osamaksulla. Koen, että lähipiirin käytös ei vaikuta minuun.” (Haastateltava 5)

”Ei vaikuta omaan toimintaan.” (Haastateltava 7)

”Osalla ystävistä ollut osamaksuja, osalla mennyt ihan hyvin ja osalla vähän huonommin. Ei se kyllä ole omaan toimintaani vaikuttanut.” (Haastateltava 8)

”En ainakaan itse ole alkanut ottaa osamaksuja enempää tai vähempää sen perusteella miten omat kaverit on osamaksuja ottanut.” (Haastateltava 9)

Kolmantena kysymyksenä tässä temassa oli, että haastateltava arvioi, mikä ennalta annetuista vaihtoehtoista kuvaa itse haastateltavaa parhaiten. Ennalta annetut vaihtoehdot olivat, että haastateltava on maksanut osamaksulla aiemmin. Mikäli näin ei ollut, niin silloin valittiin vaihtoehto f, jossa haastateltava sai

itse kuvata tilannettaan. Niistä haastateltavista, jotka olivat käyttäneet teknologiaa niin yksi mielsi itsenä itsensä kuuluvaksi innovaattorien ryhmään. Kaksi haastateltavaa mieli itsensä kuuluvaksi varhaisiin omaksujiin. Yksi haastateltava koki taas kuuluvansa varhaisemmistään. Haastateltavien vastaukset kuvattu alla olevassa taulukossa 3.

TAULUKKO 3 Haastattelu kysymys 9 tulokset

Haastateltava	Vastaus
1	B: "Käytin osamaksamisen maksutapaa, koska olin kuullut kokemuksia tämän käytöstä lähipiiriin kuuluvalla henkilöltä. Saatoin silti kokea hieman epävarmuutta sen osalta, että kuinka homma toimii, mutta en antanut tämän estää. Saatan myös neuvoa muita lähipiirissäni olevia henkilöitä sen suhteen, että kuinka tämä teknologia toimii."
2	F: "En käytä kyseistä maksutapaa"
3	F: "En käytä"
4	C: "Useat henkilöt lähipiirissäni ovat käyttäneet jo osamaksamisen teknologiaa. Olen saanut tietooni, että tähän teknologiaan liittyy tiettyjä hyötyjä ja koen nämä hyödyt mielenkiintoisina ja tärkeinä itselleni."
5	F: "Alkuvaiheessa ajatukseni osamaksamista kohtaan olivat varsin positiivisia ja lähipiiriin ajatuksilla ei ollut vaikutusta siihen. Nykyään suhtaudun kuitenkin skeptisesti osamaksuihin ja välttelen niitä viimeiseen asti."
6	B: "Käytin osamaksamisen maksutapaa, koska olin kuullut kokemuksia tämän käytöstä lähipiiriin kuuluvalla henkilöltä. Saatoin silti kokea hieman epävarmuutta sen osalta, että kuinka homma toimii, mutta en antanut tämän estää. Saatan myös neuvoa muita lähipiirissäni olevia henkilöitä sen suhteen, että kuinka tämä teknologia toimii."
7	F: "En ole maksanut osamaksulla"
8	A: "Käytin osamaksamisen maksutapaa, vaikka tätä lähipiirissäni ei ollut aiemmin käytetty, enkä oikeastaan hirveästi tästä itsekkään tiennyt, kuinka tämä toimii. Koin kuitenkin mielenkiintoa testata tätä uutta teknologiaa maksamiseen."
9	F: "Osamaksut ei ole osa mun tapaa toimia verkkokauppa maksujen kanssa vaan pyrin siihen, että maksan kerralla sen tuotteen tai otan laskun ja maksan sen heti sitten."

Haastateltavien vastauksissa korostui vaihtoehto f, joka valittiin silloin kuin mikään ennalta annetuista vaihtoehdoista ei kuvannut haastateltavaa haastateltavan oman näkemyksen mukaan. Haastateltavia pyydettiin tarkentamaan vastausta, mikäli vastaus oli f. Haastateltavilta nousi esiin monenlaisia kommentteja. Yksi haastateltava tunnisti, että hänen suhtautumisensa on muuttunut ajan kuluessa positiivisesta negatiiviseksi. Toinen haastateltava tunnisti taas, että osamaksun käyttäminen ei ole hänen tapansa toimia ostoja tehdessä vaan suosii laskua ja maksaa ostoksen kerralla.

”Alkuvaiheessa ajatukseni osamaksamista kohtaan olivat varsin positiivisia ja lähimpiin ajatuksilla ei ollut vaikutusta siihen. Nykyään suhtaudun kuitenkin skeptisesti osamaksuihin ja välttelen niitä viimeiseen asti.” (Haastateltava 5)

” Osamaksut ei ole osa mun tapaa toimia verkkokauppa maksujen kanssa vaan pyrin siihen, että maksan kerralla sen tuotteen tai otan laskun ja maksan sen heti sitten.” (Haastateltava 9)

5.4 Koetut hyödyt

Neljäntenä teemana haastattelussa oli selvittää, millaisia hyötyjä haastateltavat kokivat lasku- ja osamaksamiseen liittyen. Yhdistetyn teknologian hyväksymismallin toisen version mukaan koetut hyödyt voivat myötävaikuttaa kuluttajan tekemään teknologian käyttöpäätökseen (Venkatesh ym., 2012). Haastateltavilta kysyttiin heidän kokemuksiansa tai ajatuksia liittyen koettuihin hyötyihin.

Aluksi pyrittiin ymmärtämään, millaisia hyötyjä haastateltavat kokevat laskulla maksamiseen liittyen. Haastateltavia pyydettiin kertomaan omista kokemuksista tai mielikuvista laskulla maksamisen hyötyihin liittyen.

Useat haastateltavat nostivat esiin sen, että lasku on kertamaksu. Se maksetaan kerralla ja tuote on tämän jälkeen oma.

” [...] Lasku maksetaan koko summaltaan heti ja tuote on sen jälkeen maksettu. [...]” (Haastateltava 2)

”Hyöty on se, että sä olet maksanut laskun niin sun ei tarvii enää ottaa stressiä siitä laskusta.” (Haastateltava 3)

”Se on kivaa, että kun ostaa asian niin se on kertaostos ja sitten mä en enää siitä tuotteesta maksa” (Haastateltava 4)

Muutama haastateltava tunnisti hyödyksi sen, että laskulla on mahdollista saada maksuaikaa ostolle, eli tuotetta ei tarvitse välittömästi tilauksen yhteydessä maksaa vaan maksun voi siirtää tulevaisuuteen. Tämä mahdollistaa sen, että ostaessa tuotteen tuote on mahdollista saada ennen kuin maksu täytyy suorittaa. Maksuaika voidaan kokea hyödylliseksi esimerkiksi tilanteessa, kun tilillä ei ole juuri tietyllä hetkellä maksaa hankintaa suoraan.

”Voit periaatteessa maksaa silloin, kun sinä haluat. Onhan se siinä se tietty aika, mutta kuitenkin saa vähän sitä maksuaikaa.” (Haastateltava 7)

”Laskun hyötyjä on tietty se, että saa korotonta maksuaikaa 14 tai 30 päivää” (Haastateltava 8)

”Ei tarvitse heti sitä suorana suoraan siirtää tililtä, vaan saat sen laskun jälkeenpäin maksettavaksi” (Haastateltava 9)

Muutama haastateltava tunnisti myös laskun hyödyksi sen, että tuote saadaan ennen maksun tekoa. Tämä mahdollistaa sen, että tuote on helppo palauttaa tai voidaan varmistua siitä, että tuote vastaa luvattua. Tällöin voidaan kokea, että tuotteen myyjän tulee ensin lunastaa lupaukset, jotta saa rahansa.

”Saa sen tuotteen ensin.” (Haastateltava 7)

”On mahdollisuus sovittaa ja nähdä tuote ennen päätöstä ostaa se.” (Haastateltava 1)

”Ei tarvitse maksaa ennen, kun on nähnyt tuotteen ja päättänyt haluaako sen pitää.” (Haastateltava 8)

Lisäksi muina keskeisinä huomioina haastateltavien keskuudessa nousi esille laskun helppous maksutapana. Laskulla maksaminen voi olla äärimmäisen helppoa, koska välttämättä ei vaadita vahvaa tunnistautumista. Lisäksi haastatelluissa nousi esiin, että laskulla maksaminen pistää miettimään omaa maksukykyä, koska lasku pitää maksaa kerralla.

Lisäksi on myös helppoa, ei tarte paljon näpätystä siellä verkkokaupassa, että saa maksun läpi. (Haastateltava 9)

”Laskun hyöty on siinä, että se pakottaa miettimään sitä omaa varallisuutta ja nimenomaan todellista varallisuutta eli ei osta mitään yli oman elintason. Kertamaksu pitää maksaa.” (Haastateltava 5)

Oleellista oli myös pyrkiä ymmärtämään, millaisia hyötyjä haastateltavat kokevat osamaksulla maksamiseen liittyvän. Haastateltavia pyydettiin kertomaan omista kokemuksista tai mielikuvista osamaksulla maksamisen hyötyihin liittyen.

Haastateltavien ajatukset hyödyistä olivat varsin yhtenäisiä. Haastatelluissa nousi esille hyötyinä esimerkiksi se, että osamaksu mahdollistaa maksun pilkkomisen pienempiin eriin siten, että ei tarvitse maksaa koko summaa kerralla. Osa haastateltavista tarkensi, että osamaksu mahdollistaa esimerkiksi kalliimpien hankintojen tekemisen ja osamaksu voi toimia hyvänä apukeinona, mikäli vastaan tulee akuutti tarve jollekin hankinnalle.

”Mahdollistaa kulujen jakamisen eri kuukausien välillä” (Haastateltava 1)

”Itselle se on ainakin ollut erittäin hyödyllinen keino ostaa asioita. Niin pystyt maksamaan myöhemmin. Se on se hyvä asia.” (Haastateltava 6)

”Hyötynä on se, että jos ei oikeasti sillä hetkellä ole rahaa. Esimerkiksi jokin yllättävä suuri lasku tai kulu niin sillä saa semmoista joustavuutta.” (Haastateltava 4)

”Mielikuvana nyt ehkä on semmoinen, että jos ostaa mitään kallista elektroniikkaa niin siinä se nyt on ehkä ihan järkevää. Ostaa esim. puhelimen niin niin nehan ovat niin kalliita nykypäivänä, että kyllä itsekkin voisi harkita sellaista osamaksua.” (Haastateltava 7)

5.5 Haastateltavien ”vapaa sana”

Haastattelun viimeisenä vaiheena oli mahdollistaa haastateltaville vapaa sana, jotta haastateltavat saivat vapaasti kertoa omista ajatuksistaan lasku- ja osamaksamiseen liittyen, ja jokaisella haastateltavalla olisi mahdollisuus tuoda omaa ajatteluaan ja kokemuksia tutkimuksen teemaan liittyen mahdollisimman avoimesti esille. Haastateltaville kerrottiin, että virallisia kysymyksiä ei enää ole ja nyt on mahdollisuus kertoa mitä tahansa lasku- ja osamaksuihin liittyen. Eli haastateltaville annettiin mahdollisuus kertoa ne ajatukset, joihin valmiiksi rakenneltu haastattelurunko ei tarjonnut mahdollisuutta.

Muutamalla haastateltavalla nousi esiin ajatus, että lasku- ja osamaksaminen on tehty liian helpoksi ja koukuttavaksi tavaksi toimia.

”Koen myös, että se nuorille se voi olla myös semmoinen koukuttava tekijä ja ehkä voi liian helposti ajautua semmoisen kierteeseen, kun huomaa, että on niin helppo hankkia uusia vaatteita ja teknologiaa, kun ei tarte heti maksaa sitä.” (Haastateltava 4)

”Jotenkin on sellainen mielikuva, että nuo osamaksut on tehty liian helpoksi nykypäivänä” (Haastateltava 8)

Haastateltavien vastauksissa nousi esiin myös ajatus, että lasku- ja osamaksutapojen markkinointi ei ole kovinkaan eettistä ja näitä maksutapoja tyrkytetään henkilöille, joilla ei ole osaamista tai ymmärrystä näiden käyttämisestä. Toiseksi nousi esiin ajatus, että näitä maksutapoja tarjotaan myös niille, joilla ei ole riittävää maksukykyä. Lisäksi nousi esiin myös, että yleisesti yhteiskunnassa tulisi kehittää ihmisten osaamista raha asioihin jo peruskoulusta lähtien.

”Ihmisiltä ei välttämättä sitä maksukykyä varmisteta riittävän hyvin ja sitten sitä osamaksua tyrkytetään mainonnalla.” (Haastateltava 8)

”Mun mielestä laskuja ja osamaksuja voitaisiin markkinoida vastuullisemmin, joten herää ajatus tehdäänkö se tarkoituksella se [markkinointi] sellaiseksi, että kaikilla on varaa kaikkeen?” (Haastateltava 5)

”Haluaisin lisätä peruskoulussa raha asioihin liittyvää opetusta ja tietämystä, että jokaisella kuluttajalla on faktapohjainen mahdollisuus valita oman toimintamallinsa.” (Haastateltava 1)

Haastateltavien keskuudessa tunnistettiin kritiikistä huolimatta, että lasku- ja osamaksuihin liittyy paljon hyvää. Hyvinä asioina lasku- ja osamaksamisessa nousi esiin se, että ne ovat hyvä vaihtoehto, joka mahdollistaa hankintojen tekemisen muuten haastavissa tilanteissa. Haastateltavat korostivat, että

osamaksujen kanssa on kuitenkin syytä olla varovainen ja pitää huoli, että näitä ei kerry liikaa.

" [...] Osamaksu on hyvä keino sitten ostaa sen asia ja maksaa myöhemmin. Kunhan pitää huolen, että niitä osamaksuja ei tule liikaa päällekkäin ja sitten ole hirveissä veloissa." (Haastateltava 6)

"Laskun ja osamaksujen käyttö ei ole se ensisijainen vaihtoehto itselle. Toki ne ovat mielessä ja hyvänä vaihtoehtona olemassa kuitenkin." (Haastateltava 9)

" [Lasku- ja osamaksu,] Se voi olla tietysti jollekin semmoinen pelastus ja apukeino." (Haastateltava 4)

6 POHDINTA

Tässä luvussa on pohdintaa tuloksista ja näiden käytännöllisyydestä, sekä tieteellisestä merkityksestä. Lisäksi tässä luvussa esitellään tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusmahdollisuuksia. Tässä tutkimuksessa ensimmäisenä tavoitteena oli tutustua aiemaan tutkimukseen lasku- ja osamaksamiseen nuorten keskuudessa verkkokaupan maksutapana. Toisena tavoitteena oli tutkia, että millaiset teoriat voisivat selittää laskun ja osamaksun hyväksymistä nuorten keskuudessa verkkokaupan maksutapana. Kolmantena tavoitteena oli selvittää, että millaista nuorten suhtautuminen on lasku- ja osamaksamiseen liittyen verkkokaupan maksutapana.

Aiemmassa tutkimuksessa huomattiin, että lasku- ja osamaksamisen hyödyiksi tunnistettiin turvallisuus ja mahdollinen maksuaika ostolle. Tämä sama hyöty nousi esiin tutkimuksen empiirisessä osiossa ja moni haastateltava tunnisti tämän saman ilmiön. Voidaankin siis pohtia, että voisiko lasku- ja osamaksamisen suosion kasvua selittää lasku- ja osamaksamiseen liittyvä koettu turvallisuus ja maksuajan saamisen mahdollisuus. Aiempi tutkimus Suomessa on kuitenkin suhteellisen vähäistä ja tästä syystä on syytä suhtautua varauksella liian voimakkaiden johtopäätösten tekemisestä mahdollisista syyseuraus suhteista. Voidaan kuitenkin todeta, että lasku- ja osamaksamisen suosio kasvanee, sillä aiempi tutkimus antaa tälle tukea ja tästä syystä on varmasti myös tärkeää tutkia ilmiön kasvua ja muutosta myös jatkossa.

Kirjallisuuskatsauksen yhteydessä nousi esiin teknologian hyväksymismalli 2 ja innovaation diffuusioteoria. Näiden teorioiden kautta on pyritty aiemmassa tutkimuksessa selittämään teknologioiden käyttöönottoa. Varsinkin teknologian hyväksymismallissa ja empiirisen osion tuloksissa oli yhteneväisyyksiä. Haastateltavat nostivat esiin hyötyjä, jotka selittävät heidän teknologiansa käyttöönottopäätöstä tai käyttöönottopäätöksen tekemisen jättämistä nämä hyödyt olivat koettu hyöty ja koettu helppous (työläys). Nämä samat esitellään teknologian hyväksymismallissa. Oleellista on myös, että aiemmassa tutkimuksessa nousee esiin koetun hyödyn merkitys. Voidaankin siis pohtia, että voisiko koettu hyödy olla erityisen merkittävä tekijä teknologian käyttöönottopäätöksen syntymisessä. Tätä arvioidessa tulee kuitenkin huomioida, että tämä mikä tämän tutkimuksen laajuus on. Tästä syystä ei ole mahdollista tehdä liian voimakkaita

johtopäätöksiä mahdollisesta merkittävydestä tulosten osalta. Kirjallisuuskatsauksessa nousi esiin myös innovaation diffuusioteoria, jonka mukaan sosiaaliset järjestelmät vaikuttavat teknologian käyttöönottopäätökseen. Haastateltavista noin puolet tunnisti, että se miten lähipiirissä toimitaan, on mahdollisesti vaikuttanut heidän toimintaansa, oli toiminta teknologian käyttämistä tai käyttämättä jättämistä. Onkin syytä pohtia, että kuinka paljon lähipiirin toiminta voi vaikuttaa siihen, että käytetäänkö lasku- ja osamaksupalveluita. Lähipiirin toiminta voi vaikuttaa siten, että henkilö kokee, että olisi pakko käyttää tai vaihtoehtoisesti lähipiirin huonot kokemukset saattavat toimia myös siten, ettei teknologiaa haluta käyttää.

Haastatteluissa oli tarkoitus selvittää, että kuinka haastateltavat suhtautuvat lasku- ja osamaksamiseen. Haastateltavien keskuudessa nousikin esiin monenlaisia ajatuksia ja toistaan eroavia suhtautumisia. Yksi keskeinen huomio oli, että laskuun suhtauduttiin haastateltavien keskuudessa avoimemmin ja positiivisemmin kuin osamaksuun. Tämän voidaan nähdä johtuvan siitä, että lasku voidaan mieltää yhteiskunnassa enemmän normaaliksi tavaksi maksaa hankintoja ja laskuja tulee kaikille (sähkölasku jne.). Eli voidaan pohtia voisiko lasku olla enemmän normalisoitu ilmiö kuin osamaksu, jonka vuoksi suhtautuminen on näihin erilaista. Lasku yhdistettiin usein maksuajan saamiseen, sekä turvallisuuden lisäämiseen. Nämä koetut hyödyt saattoivat vaikuttaa siihen, että haastateltavat mielisivät laskua positiivisesti, sillä maksuajan saaminen tai oma turvallisuuden varmistaminen ovat positiivisia asioita. Osamaksun osalta tunnistettiin positiivisia asioita, kuten maksuaika tilanteessa, kun kodinkone hajoaa ja uusi on saatava.

Positiivisten asioiden lisäksi osamaksua yhdistettiin negatiivisiin ilmiöihin, kuten velkaantumiseen. Voidaan pohtia, että osamaksun yhdistäminen velkaantumiseen voi liittyä siihen, että minkä vuoksi osamaksamiseen suhtautuminen oli negatiivisempaa haastateltavien keskuudessa kuin laskuun suhtautumiseen. Lisäksi esiin nousi ajatus, että osamaksuja tarjoavat yritykset eivät toimi eettisesti ja tästä voidaankin pohtia, että voiko kuluttajan suhtautumiseen ja ajatuksiin vaikuttaa myös se, kuinka lasku- ja osamaksuja tarjoavat yritykset toimivat yhteiskunnallisesta näkökulmasta tarkasteltuna. Aiemmissä tutkimuksissa on myös nostettu esiin ajatus, että monet yhtiöt lähtevät tarjoamaan lasku- ja osamaksamisen ratkaisuja, koska yrityksillä on suuri potentiaali tienata tällä toimialalla (Alcazar & Bradford, 2021). Voidaankin siis pohtia, että luopuvatko yritykset eettisestä toiminnasta, koska voivat tienata tällä suurii määriä rahaa.

6.1 Rajoitteet ja jatkotutkimus

Tuloksia tulkittaessa tulee huomioida, että tutkimus on toteutettu laadullisin menetelmin, joten tulokset edustavat rajallisen joukon kokemuksia ja ajatuksia. Tämän takia on oleellista huomioida, että tutkimuksen tuloksia ei voida suoraan sellaisenaan käyttää laajojen johtopäätösten tekemiseksi.

Tämä tutkimus voi toimia lähtökohtana mahdolliselle jatkotutkimukselle. Tutkimuksen pohjalta on tunnistettavissa useampia jatkotutkimuskohteita,

kuten esimerkiksi aiheen tutkiminen määrällisin menetelmin. Myös ymmärryksen lisääminen koetuista hyödyistä ja näiden vaikutuksesta teknologian käyttöönottoon liittyen tai lähipiirin toiminnan merkityksestä teknologian käyttöönottopäätöksessä voisivat olla jatkotutkimuksen aiheita. Lisäksi tutkimuksen yhteydessä nousi esiin lasku- ja osamaksamiseen liittyvä yhteiskunnallinen näkökulma, jonka tutkiminen myös voisi olla jatkotutkimusaihe.

7 YHTEENVETO

Tässä tutkimuksessa tavoitteena oli selvittää, mitä aiempi tutkimus kertoo nuorten lasku- ja osamaksamisesta verkkokaupoista ostettaessa. Lisäksi tavoitteena oli tutkia, kuinka yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 ja innovaation diffuusioteoria selittävät laskun ja osamaksun hyväksymistä nuorten keskuudessa verkkokaupan maksutapana. Tavoitteena oli myös pyrkiä selvittämään, kuinka nuoret suhtautuvat lasku- ja osamaksamiseen.

Näiden tutkimuskysymysten selvittämiseksi toteutettiin kirjallisuuskatsoaus, sekä empiirinen osuus. Empiirinen osuus toteutettiin fenomenografisena haastattelututkimuksena. Haastatteluja toteutettiin, kunnes saavutettiin saturaatio. Saturaatio tuli vastaan yhdeksännessä haastattelussa. Haastatteluissa käytettiin myös apuna kriittisten kokemusten kartoitusta, jotta voitiin syventää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä.

Tutkimuksessa huomattiin, että lasku- ja osamaksamista on tutkittu Suomen ulkopuolella enemmän kuin Suomessa. Suomen ulkopuolella tehdyissä tutkimuksissa on huomattu, että nuoret saattavat suhtautuvat lasku- ja osamaksamiseen avoimemmin kuin vanhemmat ihmiset. Aiheesta on kuitenkin hieman olemassa hieman yleistä tutkimusta, mutta aihetta tulisi tutkia huomattavasti enemmän, jotta ilmiötä voitaisiin ymmärtää paremmin. Aiemmissa verkkomaksamiseen liittyvissä tutkimuksissa uusien maksutapojen käyttöönottoa on pyritty selvittämään yhdistetyn teknologian hyväksymismallin 2 ja innovaation diffuusioteorian kautta. Haastatteluissa nousi esiin tukea sille, että haastateltavien joukossa yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 ja innovaation diffuusioteoria voisivat selittää lasku- ja osamaksamisen suosion kasvua. Haastateltavat tunsivat teknologiaan liittyen hyötyjä, joita esitellään myös yhdistetyssä teknologian hyväksymismallissa 2. Tästä ei voi tehdä laajaa päätelmää, selittääkö yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 ja innovaation diffuusioteoria lasku- ja osamaksun suosion kasvua.

Haastateltavien suhtautumiset lasku- ja osamaksamiseen liittyen vaihtelivat haastateltavien välillä ja haastateltavien suhtautumiseen vaikutti haastateltavien erilaiset kokemukset ja ajatukset tutkittavasta ilmiöstä. Haastateltavat nostivat esiin useita asioita, joiden voidaan nähdä vaikuttavan haastateltavien

suhtautumiseen ilmiöön liittyen, kuten esimerkiksi lasku- ja osamaksamiseen liittyvät yhteiskunnalliset ilmiöt.

Tuloksia tulkittaessa tulee huomioida, että tutkimus on toteutettu laadullisin menetelmin, joten otoskoko ei ole kovinkaan suuri ja tulokset edustavat rajallisen joukon kokemuksia ja ajatuksia. Tämän takia on oleellista huomioida, että tutkimuksen tuloksia ei voida suoraan sellaisenaan käyttää laajojen johtopäätösten tekemiseksi.

7.1 Mitä aiempi tutkimus kertoo nuorten lasku- ja osamaksamisesta verkkokaupoissa?

Aiemmissä tutkimuksissa on tulkittu, että lasku- ja osamaksamiselle on tyypillistä maksun suorittaminen vasta jälkikäteen eikä tuotteen tilaamisen yhteydessä. Lasku- ja osamaksamisen suosion nähdään kasvaneen 2010-luvulta alkaen voimakkaasti (Alcazar & Bradford, 2021). Nykyään lasku- ja osamaksamista pidetään merkittävä tapana maksaa ostoja verkossa (Paytrail, 2020). Nykyään lasku- ja osamaksamista ei pidetä enää vaihtoehtoisena maksutapana (Montague, 2010). Lasku- ja osamaksaminen on siis voimistunut merkittäväksi tavaksi maksaa verkossa viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana ja tästä syystä ilmiön tutkiminen on tärkeää.

Aiemmassa tutkimuksessa nousi esiin, että mm. henkilön ominaisuudet, kuten ikä ja henkilön sosiaaliset suhteet, voivat vaikuttaa uuden teknologian käyttöönottoon (Alcazar & Bradford, 2021). Lisäksi tutkimuksissa nostetaan esiin, että myös sukupuoli voi vaikuttaa lasku- ja osamaksamisen hyödyntämiseen (Paytrail, 2020). Myös erinäisten teknologioiden koetut hyödyt voivat johtaa teknologian käyttöpäätöksen tekemiseen (Venkatesh ym., 2012). Tästä johdettiin tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja haastattelukysymykset, jotta ymmärrystä nuorten käyttäytymisestä voidaan syventää.

7.2 Miten teoriat selittävät laskun ja osamaksun hyväksymistä nuorten keskuudessa verkkokaupan maksutapana

Tutkimuksessa nousi esiin, että yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 ja innovaation diffuusioteoria pyrkivät selittämään uusien teknologioiden käyttöönottoa. Näiden teorioiden pohjalta haastateltaville esiteltiin haastattelukysymyksiä, jotka pohjautuivat näihin teorioihin. Näin pyrittiin tutkimaan, että ovatko haastateltavien vastaukset mahdollisesti yhteneväisiä teorioiden esittämiin oletamiin nähden.

Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2 olettaa, että teknologian mahdollistamat hyödyt voivat toimia katalyyttinä mahdolliseen teknologian käyttöönottopäätökseen (Venkatesh ym., 2012). Haastateltavia pyydettiin kertomaan, minkälaisia hyötyjä he kokevat laskulla ja osamaksulla maksamiseen liittyvän.

Haastateltavat nostivat laskun hyödyiksi esimerkiksi sen, että lasku on luonteeltaan kertamaksu, eli tuote maksetaan kerralla ja tuotteelle saa maksuaikaa. Tuotetta ei tarvitse kuitenkaan maksaa ennen kuin tuote on saatu ja tämä lisää puolestaan koettua turvallisuutta. Lasku miellettiin myös helpoksi tavaksi maksaa. Yhdistetyssä teknologian hyväksymismallissa 2 esitellään käyttöaiko-
musta selittäviä tekijöitä, jotka ovat yhteneväisiä haastateltavien vastauksien kanssa, kuten odotus työläydestä (helppous), ympäröivät olosuhteet (koettu turvallisuus) ja hinta-arvo (maksuaika). Osamaksun osalta haastateltavat nostivat esille keskeisimpänä hyötynä mahdollisuuden kulujen jakamisesta pidemmälle ajanjaksolle.

Voidaan siis todeta, että haastateltavat kokevat lasku- ja osamaksamisen osalta sellaisia hyötyjä, joita esitellään myös yhdistetyn teknologian hyväksymismallissa 2. Luonnollisesti kaikkia mahdollisia hyötyjä ei haastateltavien vastauksista tullut esiin ja tämä johtuu haastateltavien rajallisesta määrästä.

Innovaation diffuusioteorian mukaan uudet teknologiset innovaatiot leviävät sosiaalisten ryhmien sisällä ajan kuluessa (Rogers, 2010). Tämä tarkoittaa sitä, että henkilön lähipiirin toiminta voi vaikuttaa siihen, kuinka henkilö itse toimii teknologian käytön suhteen. Muutamat haastateltavat kokivat lähipiirin toiminnan vaikuttavan omaan toimintaan, olipa se lähipiirin toiminta laskun tai osamaksun osalta käyttämistä tai käyttämättä jättämistä. Suuri osa haastateltavista mielsi, ettei lähipiirin toiminta vaikuta heidän omaan toimintaansa.

Innovaation diffuusioteoriassa määritellään omaksujaluokkia ja eri omaksujaluokkiin kuuluvat henkilöt omaksuvat eri vaiheessa erilaisia teknologioita. On tyypillistä, että osa henkilöistä toimii teknologian sanansaattajana ja osa henkilöistä on sellaisia, jotka mielellään kuulevat ensin kokemuksia ennen kuin ottavat uuden teknologian käyttöön (Sahin, 2006). Haastateltavia pyydettiin määrittelemään itseään omaksujaluokkiin valmiiksi annettujen esimerkkien kautta. Neljä haastateltavaa mielsi itsenä joko innovaattoreiksi, varhaisiksi omaksujiksi tai varhaisemmistöön kuuluviksi.

7.3 Miten nuoret suhtautuvat lasku- ja osamaksamisen verkkokaupoissa?

Haastateltavia pyydettiin kertomaan omasta suhtautumisestaan laskuun ja osamaksuun. Lisäksi haastattelussa hyödynnettiin kriittisten kokemusten kartoitusta laajemman ymmärryksen saavuttamiseksi. Tutkimuksessa nousi esiin, että haastateltavien suhtautuminen laskulla ja osamaksulla maksamiseen vaihteli negatiivisesta neutraaliin ja positiiviseen. Lisäksi haastateltavat suhtautuivat vielä keskenään eri lailla laskuun ja osamaksuun. Eli huomattiin että, vaikka haastateltavan suhtautuminen laskulla maksamiseen olisi positiivista niin se ei välttämättä ole positiivista osamaksulla maksamisen suhteen.

Laskun tapauksessa haastateltavat perustelivat suhtautumistaan laskuun omien koettujen hyötyjen tai haittojen kautta. Mikäli henkilöllä nousi esiin pääsääntöisesti negatiiviseksi koettavia haittoja, oli myös suhtautuminen laskuun negatiivista. Eräs haastateltava yhdisti laskun ylivelkaantumiseen ja tämän takia

haastateltavan suhtautuminen oli negatiivista laskuun liittyen. Haastateltavien keskuudessa suhtautuminen oli myös joko neutraalia tai positiivista. Suhtautumisen ollessa neutraalia tai positiivista haastateltavat kokivat laskun hyödyt suuremmiksi kuin haitat, mikä johti haastateltavien vastausten perusteella neutraaliin tai positiiviseen suhtautumiseen. Esimerkiksi neutraalia tai positiivista suhtautumista perusteltiin koetulla helppoudella ja koetulla hyödyllä.

Osamaksun osalta suhtautuminen oli haastateltavien keskuudessa negatiivisempaa kuin laskulla maksamisen suhteen. Haastateltavat kokivat osamaksuun liittyvän enemmän huonoja puolia kuin laskuun, ja tämän vuoksi suhtautuminen osamaksuun oli negatiivisempaa. Haastateltavat mielsivät osamaksujen osalta omaa suhtautumistaan heikentäviksi tekijöiksi osamaksujen haittoja, kuten korkeita korkoja ja riskin. Haastateltavien keskuudessa nostettiin esiin kuitenkin myös positiivisia asioita, vaikka suhtautuminen oli pääsääntöisesti negatiivista. Haastateltavat siis tunnistivat mahdollisesta negatiivisesta suhtautumisesta huolimatta mahdollisuuden hyödyntää osamaksua tarpeen niin vaatiessa.

Haastateltaville tarjottiin myös mahdollisuus vapaasti kertoa omista kokemuksista ja ajatuksista ilmiöön liittyen. Haastateltavien vastaukset heijastelivat osittain myös heidän suhtautumistaan tutkittavaan ilmiöön. Haastateltavat nostivat esiin huolen velkaantumisesta, liian helpoksi tehdystä osamaksun saamisesta, osamaksujen markkinoinnin eettisyydestä ja vastuullisuudesta. Lisäksi nousi esiin myös huoli siitä, että ihmisillä ei ole riittäviä valmiuksia ymmärtää lasku- ja osamaksamiseen liittyviä asioita, koska Suomessa tarjottavaa koulutusta raha-asioihin liittyen pidettiin riittämättömänä. Haastateltavat mielsivät lasku- ja osamaksamista siis henkilökohtaisen näkökulman lisäksi yhteiskunnallisesta näkökulmasta.

LÄHTEET

- Aira, M. (2005). *Laadullisen tutkimuksen arviointi*. 5.
- Alcazar, J. & Bradford, T. (2021). *The Rise of Buy Now, Pay Later: Bank and Payment Network Perspectives and Regulatory Considerations*. 6.
- Avarda. (2021). <https://www.avarda.com/fi/yritys/maksuratkaisut/>
- Brancheau, J. C. & Wetherbe, J. C. (1990). The adoption of spreadsheet software: testing innovation diffusion theory in the context of end-user computing. *Information systems research*, 1(2), 115–143.
- Butterfield, L. D., Borgen, W. A., Amundson, N. E. & Maglio, A.-S. T. (2005). Fifty years of the critical incident technique: 1954-2004 and beyond. *Qualitative Research*, 5(4), 475–497. <https://doi.org/10.1177/1468794105056924>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982–1003.
- Dholakia, R. R. (2012). Buy now, pay later: financing the future. Teoksessa *Technology and Consumption* (Vsk. 1–Book, Section, s. 143–171). Springer.
- Eskola, J. (1998). ja Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: *Vastapaino, Journal Article*.
- Fisher, C., Holland, C. & West, T. (2021). Developments in the Buy Now, Pay Later Market | Bulletin–March Quarter 2021. *Bulletin, March*.
- Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327–358. <https://doi.org/10.1037/h0061470>

- Gerrans, P., Baur, D. G. & Lavagna-Slater, S. (2021). Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements. *Australian Journal of Management, Journal Article*, 03128962211032448.
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H. (2001). Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. *Yliopistopaino.Helsinki, Journal Article*.
- Johannesson, I. (2021). *Dark Patterns in Digital Buy Now Pay Later Services. Journal Article*.
- Johnson, D., Rodwell, J. & Hendry, T. (2021). Analyzing the Impacts of Financial Services Regulation to Make the Case That Buy-Now-Pay-Later Regulation Is Failing. *Sustainability*, 13(4), 1992.
<https://doi.org/10.3390/su13041992>
- Jousto. (2021). <https://www.jousto.com/tietoa-meista>
- Kaasinen, E. (2005). No title. *User acceptance of mobile services: Value, ease of use, trust and ease of adoption, Journal Article*.
- Kettunen, J. (2021). Fenomenografia. *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja, Journal Article*.
- Kiwanuka, A. (2015). Acceptance process: The missing link between UTAUT and diffusion of innovation theory. *American Journal of Information Systems*, 3(2), 40–44.
- Klarna. (2021). <https://www.klarna.com/international/about-us/>
- Koponen, A. (2006). E-commerce, electronic payments. *Innovation in Telecommunications*, 26(Journal Article).

- Laukkanen, T. & Pasanen, M. (2008). Mobile banking innovators and early adopters: How they differ from other online users? *Journal of Financial Services Marketing*, 13(2), 86–94.
- Lipu, S., Williamson, K. & Lloyd, A. (2007). *Exploring Methods in Information Literacy Research*. Elsevier.
- Marton, F. (1981). Phenomenography – describing conceptions of the world around us. *Instructional science*, 10(2), 177–200.
- Marton, F. & Booth, S. (1997). *Learning and awareness*. Mahwah, NJ, Mahwah, NJ: L. Journal Article.
- Marton, F. & Pong, W. Y. (2005). On the unit of description in phenomenography. *Higher education research & development*, 24(4), 335–348.
- Montague, D. A. (2010). *Essentials of online payment security and fraud prevention* (Vsk. 54). John Wiley & Sons.
- Morris, M. G., Venkatesh, V. & Ackerman, P. L. (2005). Gender and age differences in employee decisions about new technology: An extension to the theory of planned behavior. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(1), 69–84.
- Niikko, A. (2003). *Fenomenografia kasvatustieteellisessä tutkimuksessa*. Joensuun yliopisto.
- O'mahony, D., Peirce, M. & Tewari, H. (1997). *Electronic payment systems*. Artech House Norwood.
- Osuuspankki. (2021).
<https://www.op.fi/henkiloasiakkaat/paivittaiset/maksaminen/op-lasku>

- Paytrail. (2019). *Verkkokauppa Suomessa 2019* | Paytrail.
<https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-suomessa-2019>
- Paytrail. (2020). *Verkkokauppa Suomessa 2020* | Paytrail.
<https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-suomessa-2020>
- Paytrail. (2021). <https://www.paytrail.com/raportti/verkkokauppa-suomessa-2020>
- Polites, G. L. & Karahanna, E. (2013). The embeddedness of information systems habits in organizational and individual level routines: Development and disruption. *Mis Quarterly, Journal Article*, 221–246.
- Putri, D. A. (2018). *Analyzing factors influencing continuance intention of e-payment adoption using modified UTAUT 2 model*. 167–173.
- Rau, A. (2014). E-payments in emerging markets. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 7(4), 337–343.
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster.
- Sahin, I. (2006). Detailed review of Rogers' diffusion of innovations theory and educational technology-related studies based on Rogers' theory. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 5(2), 14–23.
- Sng, A. & Tan, C. (2022). *Buy Now Pay Later in Singapore: Regulatory Gaps and Reform* (SSRN Scholarly Paper Nro 3819058). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3819058>
- Sumanjeet, S. (2009). Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. *Global Journal of International Business Research*, 2(2).

- Surry, D. W. & Farquhar, J. D. (1997). Diffusion theory and instructional technology. *Journal of Instructional Science and technology*, 2(1), 24–36.
- Svea Ekonomi. (2021). https://www.svea.com/fi/fi/svea-rahoitus#Ostokset_verkossa_ja_myymalassa
- Sweeney, J. C. & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220.
- Takuusäätiö. (2021). Takuusäätiö. <https://www.takuusaatio.fi/selviydyveloistasi/velkojen-maksukeinot/velkaantumisen-syyt/>
- Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly, Journal Article*, 157–178.
- Walley. (2021). <https://www.collector.fi/walley/>
- Wani, T. A. & Ali, S. W. (2015). Innovation diffusion theory. *Journal of general management research*, 3(2), 101–118.
- Wu, R.-Z. & Lee, J.-H. (2017). The comparative study on third party mobile payment between UTAUT2 and TTF. *The Journal of Distribution Science*, 15(11), 5–19.
- Yu, C.-S. (2012). Factors affecting individuals to adopt mobile banking: Empirical evidence from the UTAUT model. *Journal of electronic commerce research*, 13(2), 104.

LIITE 1 TUTKIMUKSEN HAASTATTELURUNKO

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää tutkimuksen kohteena olevien nuorten kokemuksia lasku- ja osamaksamisesta verkkokaupan kontekstissa. haastateltavat ovat nuoria 18-28-vuotiaita. Haastateltaville mainitaan, että suhteuttavat vastauksensa vaatteiden ja elektroniikan tuoteryhmiin verkkokaupan kontekstissa. Haastateltaville esitetään seuraavia kysymyksiä ja tutkittavat saavat vastata näihin avoimesti.

Aloitus & Yleiset kysymykset

1. Kerro omasta verkkokauppa ostamisestasi.
2. Kerro suhtautumisestasi laskulla maksamiseen, kun ostetaan vaatteita tai elektroniikkaa verkkokaupoista.
3. Kerro suhtautumisestasi osamaksulla maksamiseen, kun ostetaan vaatteita tai elektroniikkaa verkkokaupoista.
4. Pohdi hetki seuraavaa väitettä: "Lasku- ja osamaksuja tarjoavat yritykset kertovat tämän maksutavan tuovan joustavuutta arjen hankintoihin"
- Miten koet tämän väitteen ja millaisia tunteita se sinussa herättää?

Kriittiset kokemukset lasku & osamaksamiseen liittyen

5. Pohdi hetki ennen kuin vastaat: Millaisia positiivisia tai negatiivisia kokemuksia ja ajatuksia sinulla liittyy laskulla maksamiseen, kun ostetaan verkkokaupoista vaatteita tai elektroniikkaa?
6. Pohdi hetki ennen kuin vastaat: Millaisia positiivisia tai negatiivisia kokemuksia ja ajatuksia sinulla liittyy osamaksulla maksamiseen, kun ostetaan verkkokaupoista vaatteita tai elektroniikkaa?

Innovaation diffuusioteoria:

7. Kuinka lähipiirissäsi toimitaan laskulla maksamisen suhteen (Lähipiiri = perhe, sukulaiset, ystävät)? Miten koet tämän vaikuttavan omaan toimintaasi?
8. Kuinka lähipiirissäsi toimitaan osamaksulla maksamisen suhteen (Lähipiiri = perhe, sukulaiset, ystävät)? Miten koet tämän vaikuttavan omaan toimintaasi?
9. Mikä seuraavista vaihtoehtoista kuvastaa sinua parhaiten?
 - a. Käytin osamaksamisen maksutapaa, vaikka tätä lähipiirissäni ei ollut aiemmin käytetty, enkä oikeastaan hirveästi tästä itsekkään tiennyt, kuinka tämä toimii. Koin kuitenkin mielenkiintoa testata tätä uutta teknologiaa maksamiseen.
 - b. Käytin osamaksamisen maksutapaa, koska olin kuullut kokemuksia tämän käytöstä lähipiiriin kuuluvalta henkilöltä. Saatoin silti kokea hieman epävarmuutta sen osalta, että kuinka homma toimii, mutta en antanut tämän estää. Saatan myös neuvoa muita

lähipiirissäni olevia henkilöitä sen suhteen, että kuinka tämä teknologia toimii.

- c. Useat henkilöt lähipiirissäni ovat käyttäneet jo osamaksamisen teknologiaa. Olen saanut tietooni, että tähän teknologiaan liittyy tiettyjä hyötyjä ja koen nämä hyödyt mielenkiintoisina ja tärkeinä itselleni.
- d. Ajatukseni olivat hieman skeptisiä alkuvaiheessa osamaksamisen teknologiaan liittyen. Lähipiirissäni oli kuitenkin hieman ryhmäpainetta ja tämä vaikutti siihen, että otin kyseistä teknologiaa käyttöön.
- e. Osamaksamista ovat käyttäneet lähes kaikki lähipiirissäni, ja tämän jälkeen itse myös tätä kokeilin.
- f. Joku muu, mikä?

Yhdistetty teknologian hyväksymismalli 2

10. Kerro kokemuksistasi tai mielikuvistasi laskun hyötyihin liittyen.
11. Kerro kokemuksistasi tai mielikuvistasi osamaksamisen hyötyihin liittyen.

Lopetus:

12. Vapaa sana / haluatko vielä lisätä jotain?