

# Unga välutbildade bankkunder, upplevd risk och digitala banktjänster

*Masoom Abikari*



# Unga välutbildade bankkunder, upplevd risk och digitala banktjänster

Masoom Abikari

Känslor påverkar våra beslut avseende riskbedömning och anpassning i förhållande till det omgivande samhället i högre grad än vad vi hittills känt till. Syftet med denna rapport, skriven av Masoom Abikari vid CER, är att beskriva och analysera olika samband mellan unga välutbildade bankkunders känslor, deras riskupplevelser och anpassningen till framväxande tekniska lösningar. Det empiriska underlaget består av enkätsvar från 224 bankkunder som alla är bekanta med digitala banktjänster. Studien påvisar olika samband mellan dessa bankkunders känslor och riskupplevelser samt, i förlängningen, deras intentioner att använda nya digitala banktjänster. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i den internationella tidskriftsartikeln "Emotions, perceived risk, and intentions to adopt emerging e-banking technology among educated young consumers" (Abikari, 2024).

## Inledning

"Elektronisk bank" eller "e-banking" är några paraplybegrepp som brukar användas för att beskriva tillhandahållandet av digitala produkter och tjänster inom bankområdet.<sup>1</sup> Dessa produkter och tjänster erbjuder flera fördelar, men innebär också potentiella utmaningar eftersom bankkunder kan uppleva risker kopplade till den digitala tekniken. Begreppet upplevd risk delas normalt upp i två huvudkategorier: prestationsrisk och psykosocial risk. Riskerna i den förstnämnda kategorin (där prestationsrisk även täcker in finansiell risk, integritetsrisk och tidsrisk) anses normalt vara de mest framträdande när det handlar om känslan av upplevd risk.<sup>2</sup>

Att betrakta upplevd risk som ett multidimensionellt begrepp är ett försök att i psykologiska termer beskriva och analysera hur en produkts eller tjänsts upplevda prestanda kan påverka individer negativt. Detta kan komma till uttryck i form av frustration och förlorad självkänsla.<sup>3</sup> Beträffande riskbedömning kan beslutsfattandet påverkas av olika känslor. Risk som känsla hänvisar till det emotionella medan risk som analys hänvisar till logiken. Den känslomässiga aspekten kännetecknas av en intuitiv och automatisk process i förhållande till riskfyllda situationer. Känslors inverkan på upplevd risk beror således på typen och graden av osäkerhet i varje riskfylld situation. Dessutom kan olika känslomässiga reaktioner uppstå vid olika riskbedömningar.<sup>4</sup>

Givet en riskfylld situation kan känslor som rädsla och ilska uppstå till följd av utebliven säkerhet och kontroll.<sup>5</sup> En specifik produkt eller tjänst kan väcka känslor

---

<sup>1</sup> Abikari et al. (2023).

<sup>2</sup> Featherman och Pavlou (2003).

<sup>3</sup> Martins et al. (2014).

<sup>4</sup> Lerner et al. (2015).

<sup>5</sup> Lerner och Keltner (2001).

som härleds tillbaka till tidigare erfarenheter och upplevelser om denna eller snarlika produkter eller tjänster.<sup>6</sup>

Ett försök att implementera en ny digital tjänst kan med andra ord utlösa en rad känslor baserat på användarnas förväntningar på vilken prestanda den tekniska lösningen har.<sup>7</sup> Om upplevelsen av befintliga tjänster har varit mestadels negativ, kan ny teknik medföra känslor av upplevd risk och därmed bidra till ett motstånd mot att vilja ta till sig denna teknik. Förhållandet är det motsatta om tidigare erfarenheter har varit mestadels positiva eftersom det då är lättare för en individ att ha förtroende för och vilja anamma ny teknik.

### Syfte, data och tillvägagångssätt

Studiens syfte är att beskriva och analysera potentiella samband mellan bankkunders känslor, riskupplevelser och deras intentioner att anpassa sig till framväxande digitala banktjänster. Studien utgår från att individens känslomässiga informationsbearbetning, vid sidan av logisk informationsbearbetning, är central för den upplevda risken och, därefter, för avsikten att använda nya digitala banktjänster.

Den konceptuella modellen i figur 1 illustrerar tänkta samband mellan tre olika typer av känslor och bankkunders upplevda risk samt sambandet mellan upplevd risk och intentionen att använda nya digitala banktjänster. Dessutom illustrerar modellen den modererande effekt som positiva känslor kan ha på sambanden mellan de två olika typerna av negativa känslor (avskräckande känslor och vilsenhetskänslor) och upplevd risk.

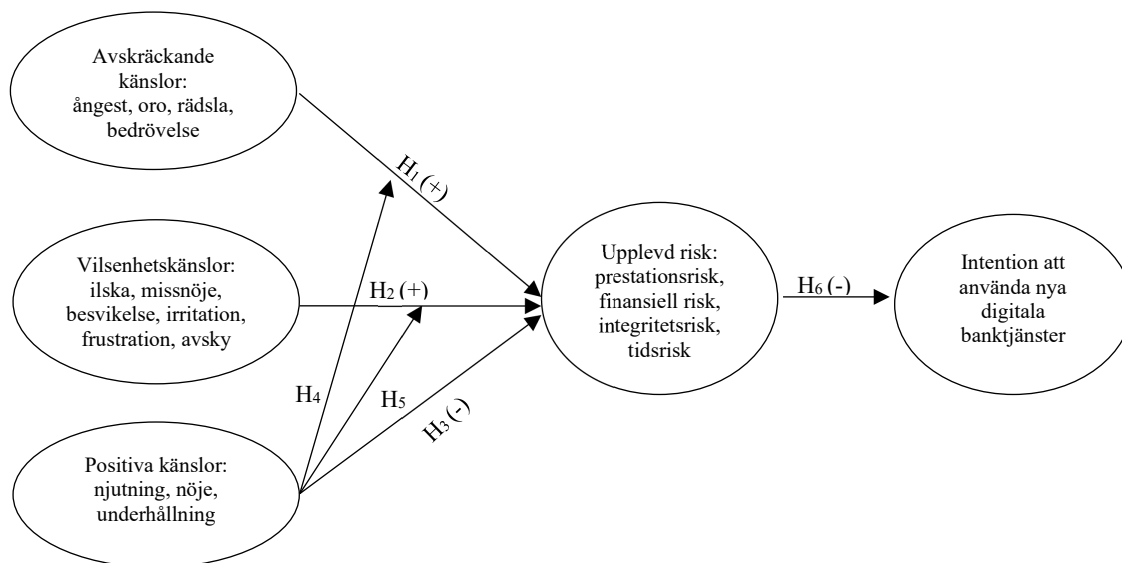
Avskräckande känslor som ångest, oro, rädsla och bedrövelse kan upplevas när individer ser ny teknik som ett hot samtidigt som de tycker sig ha viss kontroll över konsekvenserna av att använda tekniken. På samma sätt kan vilsenhetskänslor som ilska, missnöje, besvikelse, irritation, frustration och avsky upplevas när individer ska ta sig an obekant teknik. Även sådana känslor utgår från uppfattningen att en händelse kan utgöra ett hot, men innefattar också en brist på kontroll vad gäller händelsens konsekvenser.<sup>8</sup> Positiva känslor som njutning, nöje och underhållning kan kopplas till individens förkunskaper och förväntningar i fråga om att använda ny teknik. Som framgår av figuren täcker upplevd risk in prestationsrisk, finansiell risk, integritetsrisk och tidsrisk. Intention är ett mått på individens intresse av att anta framväxande tekniska lösningar.

---

<sup>6</sup> Chaudhuri (2001).

<sup>7</sup> Beaudry och Pinsonneault (2010).

<sup>8</sup> Beaudry och Pinsonneault (2010).



Figur 1: Den konceptuella modellen.

För att säkerställa att deltagarna i studien skulle kategoriseras som unga välutbildade bankkunder och ha en rimlig förståelse för ny teknik inom bankområdet valdes universitetsstudenter som respondentgrupp samtidigt som enkätundersökningen genomfördes i Sverige, ett land känt för avancerade digitala tjänster.<sup>9</sup>

Datainsamlingen pågick under sex månader från april till september 2020. Detta resulterade i 252 svar och en svarsfrekvens på 26 procent. Totalt kunde 224 fullständigt ifyllda frågeformulär analyseras. Hypoteserna testades med hjälp av flera statistiska metoder och gavs stöd om t-värdet var  $\geq 1,96$  och p-värdet  $< 0,05$ .

Först undersöktes de fyra orsakssambanden (avbildade som H1, H2, H3 och H6 i figur 1). Här togs ingen hänsyn till de positiva känslornas modererande roll, men däremot inkluderades respondenternas demografiska egenskaper (det vill säga kön, ålder, utbildningsnivå, medborgarskap och inkomstnivå) som kontrollvariabler i syfte att identifiera möjliga mönster gällande olika respondenters intentioner att anpassa sig till nya digitala banktjänster. I ett andra steg undersöktes i vilken mån positiva känslor har en modererande roll på sambanden mellan negativa känslor och upplevd risk (avbildade som H4 och H5 i figur 1).

## Resultat

Resultaten utan hänsyn tagen till kontrollvariabler visar att avskräckande känslor är positivt relaterade till upplevd risk. Ju starkare dessa känslor är, desto större upplevd

<sup>9</sup> Chandana et al. (2020).

risk. Därmed får H1 stöd (p-värde < 0,001). Det finns dock inget empiriskt stöd för H2, vilket innebär att vilshetskänslor inte kan relateras till upplevd risk på samma sätt som avskräckande känslor. Däremot bekräftas att positiva känslor reducerar den upplevda risken, vilket gör att H3 får stöd (p-värde < 0,05). Slutligen bekräftas H6, det vill säga att upplevd risk är negativt förknippad med respondenternas intentioner att använda nya digitala banktjänster (p-värde < 0,001).

Detta betyder att såväl avskräckande känslor som positiva känslor är förknippade med unga välutbildade bankkunders upplevelser av risk och deras avsikt att anamma ny teknik. Resultaten visar också att den konceptuella modellen i figur 1 förklarar 22 procent av bankkundernas riskupplevelser och 9 procent av deras avsikt att använda nya digitala banktjänster.

Vidare framgår att kontrollvariablerna kön, utbildningsnivå, medborgarskap och inkomstnivå saknar betydelse i sammanhanget. Däremot tycks bankkundernas ålder inverka på intentionen att ta till sig framväxande digitala banktjänster. Eftersom resultaten visar liknande värden utan och med kontrollvariabler, gjordes analysen i det andra steget utan att kontrollvariablerna inkluderades.

Hypotestesterna beträffande H4 och H5 avser alltså den modererande roll som positiva känslor kan ha på sambanden mellan avskräckande känslor och upplevd risk (H1) respektive vilshetskänslor och upplevd risk (H2). Analysresultaten visar att det saknas empiriska belägg för ett modererande samband mellan avskräckande känslor och upplevd risk, vilket gör att H4 lämnas utan stöd. Positiva känslor tenderar dock att dämpa sambandet mellan vilshetskänslor och upplevd risk (p-värde < 0,10). Det innebär att H5 får stöd.

## Slutdiskussion

Studien undersöker påverkan av negativa och positiva känslor i förhållande till unga välutbildade bankkunders riskupplevelser och deras intentioner att anamma ny teknik. Resultaten visar att avskräckande känslor har ett positivt samband med upplevelsen av risk, vilket innebär att dessa känslor sannolikt påverkar användningen av digitala banktjänster. Detta ger stöd åt tidigare studier som påvisat att negativa känslor ger upphov till en högre upplevd risk.<sup>10</sup> Det tyder i sin tur på att nya digitala banktjänster kan ses ett hot mot den personliga integriteten, även om bankkunderna anser sig ha viss kontroll över de eventuella konsekvenser som kan följa av den framväxande tekniken.

Tvårt emot förväntningarna finner studien inget samband mellan vilshetskänslor och riskupplevelser. Avsaknaden av ett sådant samband tyder på att individer kan

---

<sup>10</sup> Burns et al. (2012).

känna ilska eller frustration, men att detta inte nödvändigtvis påverkar deras riskuppfattning i samband med nyttjandet av digitala banktjänster. Tidigare studier har dock visat att vilsenhetskänslor både direkt och indirekt kan påverka avsikten att använda ny teknik.<sup>11</sup>

När det gäller positiva känslor visar resultaten inga tecken på att njutning, nöje och/eller underhållning skulle dämpa effekten av avskräckande känslor när det gäller upplevelsen av risk. Det finns dock en indikation på att positiva känslor kan ha en mildrande inverkan på sambandet mellan vilsenhetskänslor och upplevd risk. Dessa till synes motstridiga resultat belyser komplexiteten i känslomässiga influenser och antyder att positiva känslor inte påverkar upplevelser av risk på ett enhetligt sätt i fråga om intentionen att anpassa sig till nya digitala banktjänster.

Vidare bekräftar studien att upplevelsen av risk har en negativ inverkan på avsikten att ta till sig digitala banktjänster. Resultaten understryker således vikten av att ha kännedom om att, och hur, olika känslor, både negativa och positiva, kan påverka upplevelsen av risk och i slutändan sambandet med framväxande digitala banktjänster.

Det ska också noteras att bankkunder löpande utvärderar sina digitala banktjänster.<sup>12</sup> Utifrån sina respektive känslor, baserade på tidigare erfarenheter och förväntningar, gör olika individer olika bedömningar, inte minst beträffande säkerhet och kontroll. Vid sidan av logiskt resonerande spelar dessa känslor in när bankkunder har att bedöma sina upplevelser av risk och, därefter, sina avsikter att använda nya digitala banktjänster. Denna studie understryker den roll som negativa känslor spelar även för unga välutbildade bankkunder.

Med tanke på att motståndet mot att använda digitala banktjänster kan grunda sig på bristande funktionalitet likaväl som på känslor, förefaller det vara betydelsefullt att på olika sätt försöka motverka att bankkunder upplever negativa känslor i samband med implementeringen av ny teknik.<sup>13</sup> Det kan handla om att prioritera riskreducerande strategier och att vidta åtgärder för att stärka kundnöjdheten, kanske i form av en "pengarna-tillbaka-garanti", för att bygga förtroende för de digitala banktjänster som tas fram.

---

<sup>11</sup> Abikari et al. (2023).

<sup>12</sup> Dimitrova et al. (2022).

<sup>13</sup> Santos och Ponchio (2021).

## Referenser

- Abikari, M. (2024), "Emotions, perceived risk, and intentions to adopt emerging e-banking technology among educated young consumers". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 42, Nr. 5, s. 1036-1058.
- Abikari, M., Öhman, P. och Yazdanfar, D. (2023), "Negative emotions and consumer behavioural intention to adopt emerging e-banking technology". *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 28, Nr. 4, s. 691-704.
- Beaudry, A. och Pinsonneault, A. (2010), "The other side of acceptance: Studying the direct and indirect effects of emotions on information technology use". *MIS Quarterly*, Vol. 34, Nr. 4, s. 689-710.
- Burns, W.J., Peters, E. och Slovic, P. (2012), "Risk perception and the economic crisis: A longitudinal study of the trajectory of perceived risk". *Risk Analysis*, Vol. 32, Nr. 4, s. 659-677.
- Chaudhuri, A. (2001), "A study of emotion and reason in products and services". *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 1, Nr. 3, s. 267-279.
- Chauhan, V., Yadav, R. och Choudhary, V. (2022), "Adoption of electronic banking services in India: An extension of UTAUT2 model". *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 27, Nr. 1, s. 27-40.
- Dimitrova, I., Öhman, P. och Yazdanfar, D. (2022), "Barriers to bank customers' intention to fully adopt digital payment methods". *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 14, Nr. 5, s. 16-36.
- Featherman, M.S. och Pavlou, P.A. (2003), "Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective". *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 59, Nr. 4, s. 451-474.
- Lerner, J.S. och Keltner, D. (2001), "Fear, anger, and risk". *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 81, Nr. 1, s. 146-159.
- Lerner, J.S., Li, Y., Valdesolo, P. och Kassam, K.S. (2015), "Emotion and decision making". *Annual Review of Psychology*, Vol. 66, s. 799-823.
- Martins, C., Oliveira, T. och Popovič, A. (2014), "Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application". *International Journal of Information Management*, Vol. 34, Nr. 1, s. 1-13.
- Santos, A.A. och Ponchio, M.C. (2021), "Functional, psychological and emotional barriers and the resistance to the use of digital banking services". *Innovation & Management Review*, Vol. 18, Nr. 3, s. 331-348.