

Olika bankkunders avsikter att fullt ut använda digitala betalningsmetoder

Irina Dimitrova och Peter Öhman



Olika bankkunders avsikter att fullt ut använda digitala betalningsmetoder

Irina Dimitrova och Peter Öhman

Tidigare studier visar att det fortfarande finns ett motstånd mot ett kontantlöst samhälle, även i digitalt välutvecklade länder som Sverige. Detta är en av utgångspunkterna för den föreliggande kortrapporten, där Irina Dimitrova och Peter Öhman vid CER beskriver och analyserar så kallade barriärer och barriärbrytare i förhållande till bankkunders användning av digitala betalningsmetoder. Resultaten visar att barriärbrytare kan inverka positivt på anpassningen till att fullt ut använda digitala betalningsmetoder. Samtidigt kan barriärer åtminstone delvis överbryggas av barriärbrytare för bankkunder som inte är odelat positiva till den pågående utvecklingen. En "personlig kontakt" tycks dock vara svår att ersätta med digitala lösningar. Det framgår också att ett scenario med påtvingad kontantlöshet tenderar att orsaka negativa kommentarer från besvikna bankkunder i sociala medier. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i två internationella tidskriftsartiklar: "Barrier-breakers' influence on full-adoption of digital payment methods" (Dimitrova, 2024) och "Flip that coin: Barriers, barrier-breakers, and full-adoption of digital payment methods" (Dimitrova och Öhman, 2024).

Inledning

Den digitala utvecklingen, påskyndad av Covid-19-pandemin, har påverkat såväl bankbranschen som bankkundernas beredskap att ta till sig nya digitala tjänster.¹ I dag använder de flesta bankkunder olika digitala betalningsmetoder i stället för sedlar och mynt, inte minst i Sverige och övriga nordiska länder där digitala betalningar många gånger är det enda alternativ som står till buds.²

Då och då stöter dessa bankkunder alltjämt på olika hinder (så kallade barriärer) när de ska göra sina betalningar. Barriärerna kan avse bristande funktionalitet i fråga om åtkomst, integritet och/eller säkerhet.³ Ett exempel är när bilister inte kan betala för bensinen vid en självbetjäningsstation på grund av driftstörningar och således inte heller kan tanka bilen. Ett annat exempel är förekomsten av så kallade "cookies" på bankernas webbplatser, vilka ofta måste accepteras för att användarna ska komma vidare (och därmed tvingas lämna digitala spår efter sig). Ett tredje exempel är risken att utsättas för bedrägerier när en vara först ska betalas digitalt och därefter levereras. Barriärer kan också vara relaterade till socialpsykologiska faktorer, såsom brist på personlig kontakt.⁴

¹ Flavián et al. (2020).

² Abikari et al. (2023); Lundberg et al. (2014); Sveriges Riksbank (2022).

³ Dimitrova et al. (2022).

⁴ Dimitrova och Öhman (2022).

För att motverka olika typer av barriärer behöver det läggas kraft på faktorer som kan stötta utvecklingen och användningen av digitala betalningsmetoder.⁵ Det kan vara förbättrad användarvänlighet, ökad användbarhet, social påverkan och trovärdighet. I den föreliggande kortrapporten används begreppet barriärbrytare som ett samlingsnamn för dessa faktorer. Initialt handlade det om guidning och direkt påverkan så att bankkunderna skulle välja digitala betalningsmetoder och därefter om hur bankkunderna skulle stimuleras till att i allt större utsträckning sköta sina betalningar utan någon personlig kontakt med banken i fråga.⁶

Det är dock relativt få studier som undersökt negativa faktorer (barriärer) och positiva faktorer (barriärbrytare) i ett och samma ramverk, vilket innebär att det saknas studier som tar hänsyn till den inverkan som både barriärer och barriärbrytare kan ha på bankkunders avsikter att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.⁶

Här fokuseras dessutom på två olika typer av bankkunder. Den första gruppen består av så kallade adopters-accepters, det vill säga unga bankkunder som redan har tagit till sig och är villiga att fortsätta använda digitala betalningsmetoder. Detta bland annat beroende på att de är mer teknologiskt drivna än många andra grupper i samhället. Samtidigt finns det bankkunder som uttrycker sitt motstånd mot att öka användningen av digitala betalningsmetoder.⁷ I Sverige går en formell sådan grupp under benämningen Kontantupproret och det som förenar medlemmarna är kravet på att kontanter ska finnas kvar som betalningsmedel. Denna grupp (där många tillhör äldre ålderskategorier) representerar så kallade adopters-resisters.

Syfte, data och tillvägagångssätt

Syften med de studier som ligger till grund för denna kortrapport var att beskriva och analysera hur barriärer och barriärbrytare förhåller sig till varandra och till olika kundgruppers intentioner att fullt ut använda digitala betalningsmetoder. Ett kompletterande syfte var att fokusera på vilka negativa beteenden som kan utlösas i ett påtvingat kontantlöst scenario.

Det empiriska datamaterialet samlades dels in via enkäter (för båda studierna), dels via observationer (för den andra av de två studierna). Först utformades en digital enkät som skickades till adopters-accepters (unga bankkunder) respektive adopters-resisters (Kontantupproret). Enkäten gick ut till totalt 913 studenter i åldern 18 till 29 år. Vid tiden för datainsamlingen hade Kontantupproret mer än 13 000 medlemmar, varav 1 600 räknades som aktiva (baserat på reaktioner och kommentarer på organisationens webbplats). Denna del av undersökningen grundade sig på 105 fullständigt ifyllda

⁵ Ng et al. (2021).

⁶ Loh et al. (2022).

⁷ Laukkanen (2016).

enkäter från respondenter tillhörande den första gruppen och 388 fullständigt ifyllda enkäter från respondenter med hemvist i den andra gruppen. Det insamlade data-materialet analyserades med hjälp av statistiska metoder och hypoteserna testades genom regression.

Det bör noteras att en intention att göra något inte alltid resulterar i faktiskt beteende.⁶ Därför genomfördes en uppföljande studie med fokus på ett kontantlöst scenario i form av en banks beslut att sluta hantera kontanter. Studien utgick från ett inlägg från banken om detta beslut och därpå följande kommentarer i sociala medier från bankkunder tillhörande gruppen adopters-resisters. Syftet var att identifiera olika typer av beteenden som svar på den påtvingade användningen av digitala betalningsmetoder. Som kompletterande datainsamlings- och dataanalysmetod användes netnografi i form av passiva virtuella observationer.⁸ Denna datainsamling byggde på 155 bankkunders kommentarer i sociala medier. Av dessa analyserades 91 kommentarer med hjälp av en tematisk analys.

Resultat

Resultaten för gruppen adopters-accepters visar en positiv korrelation mellan den barriärbrytare som åsyftar trovärdighet och avsikten att fullt ut använda digitala betalningsmetoder. Däremot råder inga samband mellan övriga tre barriärbrytare (användarvänlighet, användbarhet och social påverkan) och respondenternas avsikt att enbart välja digitala betalningsmetoder. För gruppen adopters-resisters visar sig sambanden vara fler. Användbarhet, social påverkan och trovärdighet (men däremot inte användarvänlighet) har alla ett positivt samband med intentionen att anpassa sig till en tillvaro med enbart digitala betalningsmetoder.

I tabell 1 sammanfattas dessa resultat. Barriärbrytaren användarvänlighet har ingen inverkan på intentionen att fullt ut välja digitala betalningsmetoder, vilket gör att H1 förkastas. Inte heller är ökad användbarhet till hjälp för gruppen adopters-accepters (unga bankkunder), men däremot för gruppen adopters-resisters (Kontantupproret). Det gör att H2 förkastas för den första gruppen samtidigt som den accepteras för den andra gruppen. Mönstret ovan gäller även för social påverkan som barriärbrytare, men med den skillnaden att H3 kan accepteras för bägge grupperna eftersom hypotesen indikerade att inget samband skulle råda för gruppen adopters-accepters. Den enda barriärbrytare som är signifikant för båda grupperna är trovärdighet. Sambandet mellan ökad trovärdighet och ökad sannolikhet för att enbart använda digitala betalningsmetoder ger stöd åt H4.

⁸ Dalakas et al. (2023).

Tabell 1: Hypoteser och utfall av hypotestester studie 1

Hypotes	Resultat	
	Adopters-accepters	Adopters-resisters
H1: För båda grupperna finns ett positivt samband mellan barriärbrytaren användarvänlighet och avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får inte stöd (inget samband råder)	Hypotesen får inte stöd (inget samband råder)
H2: För båda grupperna finns ett positivt samband mellan barriärbrytaren användbarhet och avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får inte stöd (inget samband råder)	Hypotesen får stöd (ett positivt samband råder)
H3a/b: Det finns a) inget samband för adopters-accepters, men b) ett positivt samband för adopters-resisters mellan barriärbrytaren social påverkan och avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får stöd (inget samband råder)	Hypotesen får stöd (ett positivt samband råder)
H4: För båda grupperna finns ett positivt samband mellan barriärbrytaren trovärdighet och avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får stöd (ett positivt samband råder)	Hypotesen får stöd (ett positivt samband råder)

I tabell 2 sammanfattas de resultat som enbart avser gruppen adopters-resisters och som handlar om huruvida barriärbrytare kan dämpa de negativa effekter som barriärer kan medföra i förhållande till användningen av digitala betalningsmetoder. Tabellen visar att i tre av de fyra undersökta fallen så dämpar barriärbrytaren barriärens negativa inverkan på avsikten att enbart använda digitala betalningsmetoder. Barriärbrytaren användbarhet har en positiv inverkan på åtkomstbarriären och barriärbrytaren trovärdighet har en positiv inverkan på såväl integritetsbarriären som säkerhetsbarriären. Det innebär att H1, H2 och H3 får stöd. Däremot får inte H4 stöd då social påverkan inte dämpar den negativa effekt som opersonlighetsbarriären har på användningen av digitala betalningsmetoder.

Tabell 2: Hypoteser och utfall av hypotestester studie 2

Hypotes	Resultat
	Adopters-resisters
H1: Barriärbrytaren användbarhet dämpar den negativa effekten av åtkomstbarriären avseende avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får stöd (barriärbrytaren dämpar barriärens negativa effekt på avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder)
H2: Barriärbrytaren trovärdighet dämpar den negativa effekten av integritetsbarriären avseende avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får stöd (barriärbrytaren dämpar barriärens negativa effekt på avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder)
H3: Barriärbrytaren trovärdighet dämpar den negativa effekten av säkerhetsbarriären avseende avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder.	Hypotesen får stöd (barriärbrytaren dämpar barriärens negativa effekt på avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder)
H4: Barriärbrytaren social påverkan dämpar den negativa effekten av opersonlighetsbarriären avseende avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder	Hypotesen får inte stöd (barriärbrytaren dämpar inte barriärens negativa effekt på avsikten att fullt ut välja digitala betalningsmetoder)

I den kompletterande analysen med fokus på gruppen adopters-resisters visar netnografiska data att bankkunder som tillhör denna grupp tenderar att uttrycka sitt missnöje när de utsätts ett scenario med påtvingad kontantlöshet. Inlägget från en bank att den skulle sluta hantera kontanter möttes av ett stort antal kommentarer i sociala medier. Inte mindre än 36 procent av de som kommenterade denna händelse uppvisade ett "bojkottbeteende" gentemot banken i fråga. Andra negativa kommentarer inkluderade aggressiva uttryck (26 procent) och anklagelser mot regeringen (14 procent). Den tematiska analysen visar vidare att de flesta skrev negativa inlägg (77 procent). Andelen neutrala inlägg var 20 procent medan de positiva kommentarerna utgjorde 3 procent.

Slutdiskussion

Med utgångspunkt från tidigare forskning undersöktes sambanden mellan ett antal barriärbrytare, å ena sidan, och avsikten att fullt ut använda digitala betalningsmetoder, å andra sidan. Två grupper av svenska bankkunder fokuserades: adopters-accepters (unga bankkunder) och adopters-resisters (Kontantupproret). På ett övergripande plan framstår trovärdighet som en viktig barriärbrytare för båda dessa grupper och således något som är värt att stärka för både riksbanken och andra banker.

Intressant är att användarvänlighet inte är en signifikant barriärbrytare för någon av grupperna, vilket går emot flera tidigare studier. Det överensstämmer dock med resultat som visar att unga bankkunder har höga förväntningar på digitala lösningar och kräver avancerade funktioner.⁹ Ytterligare förklaringar kan vara att Sverige är bland de högst rankade länderna vad gäller digital infrastruktur, att svenska bankkunder generellt har relativt god erfarenhet av digitala betalningsmetoder och att användarvänlighet är viktigare vid initial anpassning än vid fullständig anpassning till dessa betalningsmetoder.¹⁰

Ett annat resultat är att adopters-resisters tycks uppfatta barriärer som större hinder än adopters-accepters och därför är mer betjänta av att barriärbrytare kan motverka dessa barriärer. För den förstnämnda gruppen av bankkunder kan barriärbrytare som användbarhet och trovärdighet bidra till att dämpa barriärer som åtkomst, integritet och säkerhet. Samtidigt kan adopters-accepters komma att ompröva synen på både barriärer och barriärbrytare. Exempelvis kommer en person som använder digitala betalningsmetoder oftare än en annan person sannolikt att lida mer av åtkomstproblem, vilket tenderar att minska avsikten att fullt ut använda digitala betalningsmetoder om inget annat kan motverka dessa problem.

⁹ Garrouch (2021).

¹⁰ Sveriges Riksbank (2022).

Särskilt svårt förefaller det vara att komma till rätta med opersonlighetsbarriären. En möjlig förklaring är att gruppen adopters-resisters uppfattar denna barriär som så avgörande att den inte kan balanseras upp av social påverkan, särskilt om upplevelsen är att ett kontantlöst samhälle kan vara på väg att förverkligas. Omgivningens råd tycks väga relativt lätt mot en djupt rotad åsikt om det olyckliga i att bankanställda är på väg att ersättas av maskiner. Ett förslag är därför att bankerna i vissa fall skulle kunna erbjuda kunderna "flera kanaler" som alternativ till digitala lösningar enligt principen "one size fits all". På så sätt skulle adopters-resisters ges möjlighet att välja mellan digitala och fysiska alternativ i stället för att ständigt riskera att känna sig exkluderade i det finansiella systemet.¹¹

Existerande barriärer, i synnerhet bristen på personlig kontakt, kan även leda till andra negativa konsekvenser. Kognitiv dissonans är ett psykologiskt tillstånd som kan komma upp till ytan i oönskade situationer, till exempel i form av en utveckling mot ett allt mer kontantlöst samhälle samtidigt som vissa känner sig sårbara och inte redo att enbart hantera digitala betalningar. Detta kan leda till bojkotter, aggressiva beteenden och klagomål riktade mot regeringen, vilket är i överensstämmelse med resultat från studier från andra länder.¹²

Nya regleringar, med stöd av centralbanker, skulle kunna implementeras för att komma till rätta med oönskade effekter såsom enskilda bankkunders sårbarhet. Till exempel är mobilapplikationer fortfarande lokalt begränsade beroende på enskilda handlares val.¹³ Så skulle det inte behöva vara.

¹¹ Dimitrova et al. (2022); Sveriges Riksbank (2022).

¹² Marikyan et al. (2023).

¹³ Ng et al. (2021).

Referenser

- 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.
- Dalakas, V., Melancon, J.P. och Szczytynski, I. (2023), "Brands in the eye of the storm: Navigating political consumerism and boycott calls on social media". *Qualitative Market Research*, Vol. 26, Nr. 1, s. 1-18.
- Dimitrova, I. (2024), "Barrier-breakers' influence on full-adoption of digital payment methods". *Internet Research*, Vol. 34, Nr. 7, s. 139-159.
- Dimitrova, I. och Öhman, P. (2022), "Digital banking and the impersonalization barrier". I Ho, R.C., Ng, A. och Nourallah, M. (red.), *Impact of globalization and advanced technologies on online business models*, Pennsylvania: IGI Global, s. 120-133.
- Dimitrova, I. och Öhman, P. (2024), "Flip that coin: Barriers, barrier-breakers, and full- adoption of digital payment methods". *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 23, Nr. 5, s. 2367-2378.
- 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.
- Flavián, C., Guinaliu, M. och Lu, Y. (2020), "Mobile payments adoption: Introducing mindfulness to better understand consumer behavior". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 38, Nr. 7, s.1575-1599.
- Garrouch, K. (2021), "Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of mobile wallet applications". *Journal of Decision Systems*, Vol. 30, Nr. 2-3, s. 150-171.
- Kozinets, R.V. (2002), "The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities". *Journal of Marketing Research*, Vol. 39, Nr. 1, s. 61-72.
- Laukkanen, T. (2016), "Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking". *Journal of Business Research*, Vol. 69, Nr. 7, s. 2432-2439.
- Loh, X.M., Lee, V.H., Tan, G.W.H., Hew, J.J. och Ooi, K.B. (2022), "Towards a cashless society: The imminent role of wearable technology". *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 62 No. 1, s. 39-49.
- Lundberg, H., Öhman, P. och Sjödin, U. (2014), "Transaction convenience in the payment stage: The retailers' perspective". *Managing Service Quality*, Vol. 24, Nr. 5, s. 434-454.
- Marikyan, D., Papagiannidis, S. och Alamanos, E. (2023), "Cognitive dissonance in technology adoption: A study of smart home users". *Information Systems Frontiers*, Vol. 25, Nr. 3, s. 1101-1123.
- Ng, D., Kauffman, R.J., Griffin, P. och Hedman, J. (2021), "Can we classify cashless payment solution implementations at the country level?". *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol 46, s. 101018.
- Sveriges Riksbank. (2022), *Payments report 2021*. Sveriges Riksbank, Stockholm.