

Unga investerares initiala förtroende för finansiella Robo-rådgivare

Mustafa Nourallah och Peter Öhman



Unga investerares initiala förtroende för finansiella Robo-rådgivare

Mustafa Nourallah och Peter Öhman

Denna kortrapport bygger på två delstudier som undersöker vad som kan skapa förtroende för finansiella Robo-rådgivare hos unga investerare. I ett första steg utvecklades ett teoretiskt ramverk för initialt förtroende för denna typ av rådgivare utifrån risk, information, personliga attribut och funktionalitet. Med utgångspunkt från tidigare studier utformades ett elektroniskt frågeformulär som distribuerades till investerare i åldern 18 till 29 år i Sverige respektive Malaysia. Här ingick också frågor om två kulturella faktorer: individualism och undvikande av osäkerhet. Inkomna svar analyserades statistiskt. Enligt de empiriska resultat som här redovisas av Mustafa Nourallah och Peter Öhman vid CER leder inte minst mängden information, personliga attribut som beslutsstil och användarvänliga tekniska hjälpmedel till initialt förtroende för finansiella Robo-rådgivare. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i de två internationella tidskriftsartiklarna "No trust, no use: How young retail investors build initial trust in financial Robo-advisors" (Nourallah, Öhman och Amin, 2023) respektive "One size does not fit all: Young retail investors' initial trust in financial Robo-advisors" (Nourallah, 2023).

Inledning

Avancerad teknik har gjort det möjligt för banker att utveckla nya finansiella tjänster och erbjuda dessa via elektroniska kanaler. Två exempel på detta är mobila bankapplikationer och finansiella Robo-rådgivare (så kallad maskinell rådgivning). De gör att individer kan sköta sina betalningar och få finansiell rådgivning när som helst och var som helst.¹ Tidigare var det vanligt att gå till banken för att sätta in eller ta ut pengar och för att på plats få rådgivning av en erfaren person. Rådgivningstjänsterna var dock förhållandevis dyra och sköt till och från över målet i förhållande till vad kunderna behövde.

Tack vare tekniska lösningar, som finansiella Robo-rådgivare, har privata investerare numera olika möjligheter att hantera sina finansiella portföljer och de kan dessutom rikta in sig på olika typer av investeringar. Robo-rådgivare har även gjort det möjligt för fler i den unga generationen, särskilt de som har begränsade inkomster och måttliga förmögenheter, att få tillgång till finansmarknaden.²

Syfte och tillvägagångssätt

Det konceptuella ramverk som utvecklades inom ramen för det forskningsprojektet som här redovisas beskriver hur unga investerare uppfattar relationerna mellan risk, information, personliga attribut och funktionalitet å ena sidan och attityder till och initialt förtroende för finansiella Robo-rådgivare å den andra. Dessutom visar

¹ Nourallah och Öhman (2021).

² Brenner och Meyll (2020).

litteraturen att kulturella faktorer som individualism och undvikande av osäkerhet kan påverka förtroendet för denna typ av rådgivare.³

Syftet är att utveckla en empiriskt driven modell baserad på unga investerares uppfattningar om initialt förtroende för finansiella Robo-rådgivare. Baserat på tillgänglig litteratur konstruerades två elektroniska enkäter. Dessa distribuerades till unga investerare mellan 18 och 29 år, dels i Sverige, dels i Malaysia. Frågeformulären skickades ut i omgångar från oktober 2020 till februari 2021. Noteras ska att detta sammanföll med covid-19-pandemin och de då rådande restriktionerna i Sverige respektive Malaysia samt att restriktionerna såg olika ut i de två länderna.

Sammanlagt fyllde 554 respondenter, 202 i Sverige och 352 i Malaysia, i den enkät som fokuserade på risk och information (delstudie 1). På motsvarande sätt fyllde 387 respondenter, 204 i Sverige och 183 i Malaysia, i den enkät som fokuserade på personliga attribut, funktionalitet och kulturella faktorer (delstudie 2). För att analysera insamlade enkätsvar och utveckla en empiriskt grundad modell användes strukturell ekvationsmodellering, vilket är i linje med tidigare studier.⁴

Resultat

Den beskrivande statistiken visar att ungefär hälften av de svenska respondenterna fanns i åldersintervallet 18-23 år och resten i åldersintervallet 24-29 år, medan majoriteten av respondenterna i Malaysia tillhörde den yngre åldersgruppen. De svenska respondenterna var jämnt fördelade mellan män och kvinnor, medan majoriteten av respondenterna i Malaysia var kvinnor. I båda länderna använde det stora flertalet sina mobiltelefoner för att hantera finansiella transaktioner och samtliga respondenter saknade tidigare erfarenhet av att ta hjälp av finansiella Robo-rådgivare. Endast 13 procent av de svenska respondenterna och tre procent av de malaysiska respondenterna gjorde mer än 36 transaktioner per år, vilket i genomsnitt motsvarar tre transaktioner per månad.

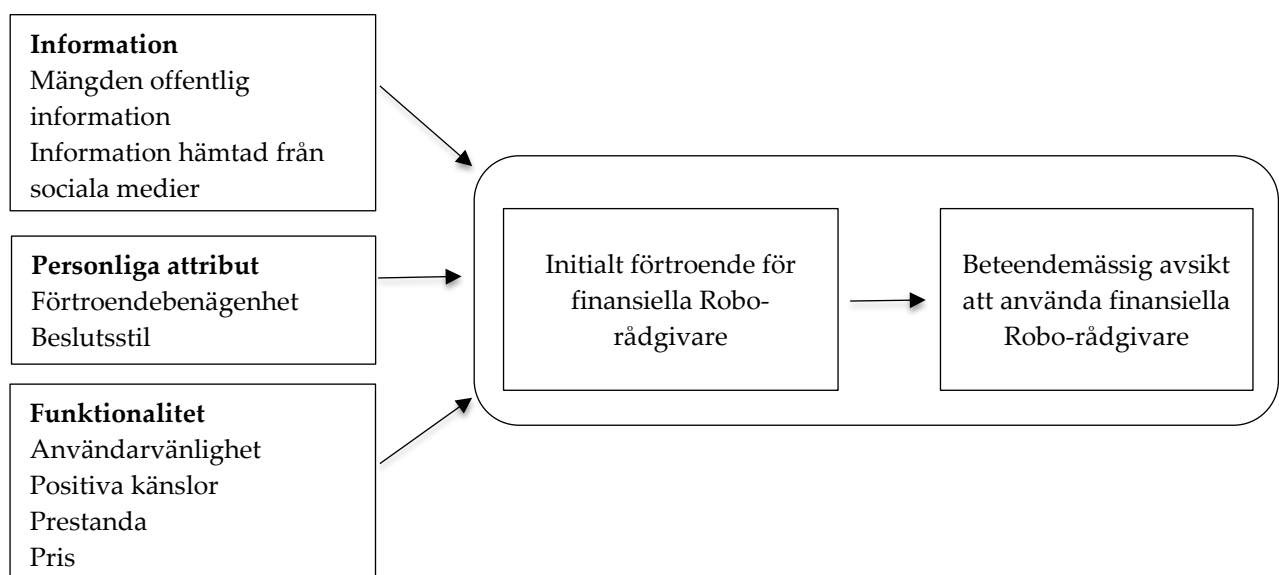
Den beskrivande statistiken visar vidare att 50 och 56 procent av respondenterna i Sverige respektive Malaysia hade heltidsanställning och att 21 respektive 12 procent hade deltidsanställning. En dryg tredjedel av de svenska respondenterna (35 %) hade en högskoleutbildning med kandidat- eller magisterexamen medan de flesta (58 %) hade en gymnasieexamen som högsta utbildning. Motsvarande siffror bland de som undersöktes i Malaysia var 69 procent respektive 22 procent, vilket betyder att dessa respondenter hade en jämförelsevis högre utbildningsnivå som grupp betraktat.

³ Tam och Olivera (2019).

⁴ Hair et al. (2019).

I den första delstudien undersöktes bland annat olika riskfaktorer och deras påverkan på unga investerares initiala förtroende för finansiella Robo-rådgivare. Riskfaktorerna täckte in finansiella, tekniska och sociala risker. Delstudien visar att upplevda risker inte påverkade dessa investerares initiala förtroende för finansiella Robo-rådgivare i någon högre grad eftersom de är programmerade för att kunna anpassa sina tjänster till unga investerares finansiella situation och förhållandevis goda tekniska kunnande. Vidare framgår att föräldrars och vänners oro för ny teknik inte avskräcker dessa ungdomar, utan snarare uppmuntrar dem att testa nya teknologier. Resultaten skiljer sig inte åt mellan de två undersökta länderna, vilket gör att riskperspektivet inte inkluderas i den empiriska modellen i figur 1.

Däremot visar de statistiskt bearbetade resultaten att information (mängden offentlig information och information via sociala medier), personliga attribut (förtroende-benägenhet och beslutsstil) och funktionalitet (användarvänlighet, positiva känslor, prestanda och pris) ligger till grund för initialt förtroende. Den empiriskt baserade modellen i figur 1 visar även att initialt förtroende för finansiella Robo-rådgivare kan relateras till unga investerares avsikt att ta hjälp av denna typ av rådgivare.



Figur 1: En empiriskt driven modell baserad på unga investerares uppfattningar om initialt förtroende för finansiella Robo-rådgivare.

Slutdiskussion

Resultaten visar att mängden offentlig information tenderar att ha stor betydelse för unga investerare. Tillgången till sådan information gör att de känner sig mer bekväma med att använda den här typen av finansiella tjänster, vilket eventuellt kan stärka både avsikten att använda denna teknologi och den faktiska användningen av teknologin.

Det visar sig också att unga investerare söker information via sociala medier och på olika online-plattformar, vilket går i linje med tidigare studier.⁵

Vidare tyder resultaten på att unga investerare har förtroende för tekniska hjälpmedel och att denna förtroendebenägenhet leder till initialt förtroende även när individerna saknar tidigare erfarenhet av att använda finansiella Robo-rådgivare. Dessa resultat kompletterar studier som vänt sig till mer erfarna investerare.⁶

Vidare tycks beslutsstilar spela in för att forma unga investerares initiala förtroende för finansiella Robo-rådgivare.⁷ Individer med en rationell beslutsstil tenderar att använda analytiska beslutsstrategier och kommer sannolikt att använda den erhållna informationen för att fatta beslut, medan personer med en intuitiv beslutsstil inte tycks göra så. Inte heller i detta fall gick det att hitta några signifikanta skillnader mellan de två respondentgrupperna.

De finansiella Robo-rådgivarnas förmåga att utföra förväntade uppgifter värdesätts av unga investerare och betydelsen av att tekniken fungerar följer generella antaganden.⁸ Det gäller såväl användarvänlighet som positiva känslor och prestanda. Även priset anses vara viktigt. Samtidigt visar resultaten att användarvänlighet är mer betydande för malaysier medan fungerande prestanda väger tyngre i Sverige. Vidare är priset viktigare för unga investerare i Sverige än för de investerare som finns i Malaysia.

När sambandet mellan förtroendebenägenhet och initialt förtroende för den här typen av rådgivare fokuseras förefaller individualism och undvikande av osäkerhet ha en påverkande roll. Resultaten visar dock att individualism endast har betydelse i Malaysia medan undvikande av osäkerhet endast är av betydelse i Sverige.

Slutligen finns ett positivt samband mellan initialt förtroende för finansiella Robo-rådgivare och avsikten att använda denna teknik. Detta samband var dock avsevärt starkare för gruppen malaysiska respondenter, vilket kan bero på skillnader i vilka omständigheter som rådde under covid-19-pandemin. I Malaysia infördes regler om strikt begränsad personlig kontakt under pandemin, vilket uppmuntrade individer att dels vända sig till och dels lita på finansiella Robo-rådgivare för sin förmögenhetsförvaltning. Följaktligen tycks förtroendet ha ökat och avsikten att använda dessa Robo-rådgivare ha växt sig starkare bland malaysier.⁹ I Sverige var restriktionerna under pandemin inte lika stränga som de var i Malaysia.

⁵ Lee och Ma (2012).

⁶ Kim (2009).

⁷ Florendo och Estelami (2019).

⁸ Venkatesh et al. (2016).

⁹ Gan et al. (2021).

En implikation för banker kan vara att lämna ut förhållandevis mycket information och att i förhållandevis stor utsträckning använda sociala medier för detta. Många unga investerare använder dessa nya medier relativt frekvent för att söka information.¹⁰

När svenska banker utformar och marknadsför finansiella tjänster via elektroniska kanaler förefaller det vara viktigt att beakta att unga investerare månar om att undvika onödigt osäkerhet. Utifrån de redovisade resultaten rekommenderas bankerna även att stimulera förtroendebenägenheten och att ta hänsyn till om unga investerare har en rationell eller intuitiv beslutsstil. En automatiserad standardlösning tycks helt enkelt inte passa alla.

Föga förvånande värderas funktionalitet högt i både Sverige och Malaysia. Inte minst viktigt är att priset på dessa tjänster kan hållas på en överkomlig nivå för de investerare som har begränsade inkomster och måttliga förmögenheter. Unga investerare behöver inte mer rådgivning än vad som är nödvändigt utifrån deras finansiella kunskaper och prisnivån tycks vara en av de finansiella Robo-rådgivarnas fördelar. Att användarvänlighet och prestanda inte visade sig vara lika betydelsefullt i Sverige som i Malaysia kan bero på att svenska ungdomar har förhållandevis goda tekniska kunskaper och därmed inte är lika känsliga för denna typ av störningar.

¹⁰ Lee och Ma (2012).

Referenser

Brenner, L. och Meyll, T. (2020). "Robo-advisors: A substitute for human financial advice?". *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, Vol. 25, s. 100275.

Florendo, J. och Estelami, H. (2019), "The role of cognitive style, gullibility, and demographics on the use of social media for financial decision making". *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 24, s. 1-10.

Gan, L.Y., Khan, M.T.I. och Liew, T.W. (2021). "Understanding consumer's adoption of financial Robo-advisors at the outbreak of the COVID-19 crisis in Malaysia". *Financial Planning Review*, Vol. 4, Nr. 3, s. 1-18.

Hair, J., Risher, J.J., Sarstedt, M. och Ringle, C.M. (2019). "When to use and how to report the results of PLS-SEM". *European Business Review*, Vol. 31, Nr. 1, s. 2-24.

Kim, G., Shin, B. och Lee, H. G. (2009). "Understanding dynamics between initial trust and usage intentions of mobile banking". *Information Systems Journal*, Vol. 19, Nr. 3, s. 283-311.

Lee, C.S. och Ma, L. (2012). "News sharing in social media: the effect of gratifications and prior experience", *Computers in Human Behavior*, Vol. 28 Nr. 2, s. 331-339.

Nourallah, M. (2023). One size does not fit all: Young retail investors' initial trust in financial Robo-advisors. *Journal of Business Research*, Vol. 156, s. 113470.

Nourallah, M. och Öhman, P. (2021). "Impact of advanced technologies on consumer finance and retail investment: Mobile bank applications and Robo-financial advisors". In Ho, R., Ng, H. H, och Nourallah, M (red.), *Impact of globalization and advanced technologies on online business models*. IGI Global: Pennsylvania. s. 1-15.

Nourallah, M., Öhman, P. och Amin, M. (2023). "No trust, no use: How young retail investors build initial trust in financial Robo-advisors". *Journal of Financial Reporting and Accounting*, Vol. 21, Nr. 1, s. 60-82.

Tam, C. och Oliveira, T. (2019). "Does culture influence m-banking use and individual performance?". *Information and Management*, Vol. 56, Nr. 3, s. 356-363.

Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., Chan, F.K.Y. och Hu, P.J.H. (2016). "Managing citizens' uncertainty in e-government services: The mediating and moderating roles of transparency and trust". *Information Systems Research*, Vol. 27, Nr. 1, s. 87-111.