

București, 6 iunie 2017

Nouă din 10 persoane nu ar lăsa un robot să le programeze finanțele personale

- 91% dintre europeni nu ar lăsa un software să ia decizii de ordin financiar în locul lor
- Roboții consultanți sunt mai puțin populari printre preferințe decât consultanții financiar, prietenii sau chiar decât website-uri
- Unul din trei europeni (36%) sunt împotriva oricărei activități automatizate când vine vorba despre finanțele personale

Deși atenția publică asupra roboților și deciziilor financiare automatizate a crescut, noi studii arată că, de fapt, clienții nu se simt prea confortabil să își lase finanțele pe mâna tehnologiei.

Conform celui mai nou studiu ING International Survey Mobile Banking 2017 – Noi Tehnologii, care a chestionat aproape 15.000 persoane din 15 țări, nouă din 10 europeni (91%) nu ar lăsa robo-consultanții – programe digitale ce învață preferințele consumatorului și investesc banii bazându-se pe modele comportamentale – să le gestioneze finanțele unilateral.

Păstrăm controlul

Totuși, pentru **26% dintre respondenți aceasta ar fi o opțiune dacă aprobarea finală a deciziei este dată de ei**. Cu toate acestea, numai 3% sunt dispuși să renunțe complet la control și să lase un robo-consultant să ia deciziile fără aprobarea lor. **În România, 38% ar fi dispuși să apeleze la robo-consultanți, dar numai dacă ei iau hotărârea finală, și 30% ar citi recomandările trimise de astfel de programe.**

Studiile comportamentale arată că oamenii sunt reticenți în a ceda controlul – sau percepția controlului – chiar dacă ar putea obține un rezultat mai bun prin externalizare sau delegare. Oamenii declară că s-ar simți mult mai confortabil dacă robo-consultanții ar oferi numai consultanță, fără a lua decizii în numele lor.

În căutarea unui sfat

Atunci când au nevoie să se sfătuiască, oamenii preferă tot interacțiunea umană, cu doi din cinci (40%) europeni mărturisind că vor solicita recomandările unui specialist atunci când iau decizia să investească. Pe locul următor în topul preferințelor este internetul, cu 16% fiind dispuși să caute informațiile pe website-uri specializate și 14% fiind deschiși la sfatul familiei sau prietenilor.

Pe ultimul loc este recomandarea oferită de un software, probabil din cauza aversiunii față de algoritmi de calcul, dobândită în urma unei experiențe neplăcute. Odată ce încrederea în capacitățile unui software este pierdută, cei mai mulți vor abandona aceste opțiuni în favoarea interacțiunii umane – chiar dacă rezultatele primelor sunt mai bune. Aceasta poate fi o explicație pentru care 36% dintre europeni nu vor să interacționeze cu software-uri financiare deloc, în timp ce în România numai 22% resping sfaturile financiare din partea unui software.

Familiaritatea cu operațiunile online

Întrebați ce i-a determinat să folosească serviciile de mobile banking, 55% dintre românii chestionați aleg comoditatea și 23% au început să îl folosească pentru că a fost făcut disponibil de către banca lor. Pe de altă parte, principala rețineră pentru care nu ar alege să folosească mobile banking este grija față de securitatea operațiunilor – 47% față de media europeană de 56%.

Românii folosesc mobile banking cel mai des pentru a verifica soldul din conturi (52% dintre utilizatorii de mobile banking), plata facturilor – 46% și pentru a primi alerte privind activitatea bancară – 41%.

Încrederea în necunoscut

Europenii devin cu atât mai neîncrezători cu cât suma de bani este mai mare. Spre exemplu, respondenții se simt relativ confortabili să lase o aplicație să transfere bani din contul de economii (34%) sau să cumpere online lapte de la un magazin alimentar (32%), dar mai puțin confortabil să își facă noi asigurări de sănătate (21%) sau să facă investiții (13%).

Încrederea redusă în tehnologie devine un impediment și în fața dezvoltării aplicațiilor software, iar furnizorii de servicii financiare trebuie să găsească răspunsuri la îngrijorările consumatorilor, demonstrând calitatea serviciilor și securitatea, dar contribuind și la educația privind modul lor de funcționare.

„Posibilitatea de a lăsa algoritmi să ia decizii financiare în locul nostru poate aduce beneficii reale și ne poate elibera de multe griji. Am remarcat, totuși, că oamenii sunt reticenți să reducă controlul asupra acestor decizii. Pe măsură ce apar noi tehnologii, robo-consultanții devin din ce în ce mai des întâlniți iar oamenii mai deschiși la soluții mai personalizate și comode, însă nevoia de control va rămâne și se va vedea cel mai probabil în dorința de a lua decizia finală.

Luând în calcul faptul că de multe ori software-urile pot avea un randament mai bun decât deciziile oamenilor, e important ca industria să înțeleagă unde se pierde încrederea. Doar așa putem ajuta oamenii să își îmbunătățească deciziile financiare”, a declarat Nathalie Spencer, cercetător comportamental în ING.

Figura 1: Răspunsurile la întrebarea „Ai lăsa un robo-consultant să ia decizii financiare pentru tine?”

Țară	Nu doresc niciun fel de activitate financiară automatizată	Aș vrea ca un software să îmi ofere consultanță, dar să nu ia decizia finală	Doar dacă decizia finală este aprobată de mine	Aș fi de acord ca un software să ia decizii financiare fără aprobarea mea	Nu sunt sigur
Turcia	21%	29%	40%	4%	6%
România	22%	30%	38%	2%	8%
Polonia	24%	29%	33%	2%	12%
Italia	29%	35%	26%	3%	6%
Cehia	32%	38%	22%	1%	7%
Olanda	33%	37%	19%	2%	9%
Spania	36%	23%	26%	4%	11%
Marea Britanie	42%	28%	21%	3%	6%
Belgia	46%	27%	17%	2%	8%
Germania	47%	31%	16%	2%	4%
Franța	51%	23%	17%	2%	6%
Austria	51%	30%	13%	1%	4%
Luxemburg	52%	30%	12%	1%	4%
Consumatorul European	36%	29%	26%	3%	7%

Pentru mai multe detalii, contactați

Iosefina Frolu
Corporate Communication Director
T: 021 209 11 39; M: 0742 292 456;
iosefina.frolu@ing.ro

Silvia Jalea
Senior Corporate Communication Specialist
T: 021 209 30 76; M: 0745 509 822;
silvia.jalea@ing.ro

ING

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, care oferă servicii bancare unui număr de peste 34 de milioane de clienți individuali, companii sau instituții din peste 40 de țări. Înființată în 1994, ING Bank România este în prezent o bancă universală, oferind produse și servicii tuturor categoriilor de clienți – companii mari și mici, instituții financiare, mici antreprenori și persoane fizice.

Misiunea ING este aceea de a-i susține pe oameni să fie cu un pas înainte, în viață și în afaceri