

# Interaktionen mellan människor och AI i handeln

– Vad skapar acceptans för AI-lösningar inom handeln?



Vi lever i en tid av omfattande förändring där AI och digitalisering omvandlar handeln snabbt. AI erbjuder nya möjligheter men kan också vara skrämmande för många. Det är viktigt att förstå vad som skapar acceptans för AI och vad som orsakar aversion.

Denna rapport utforskar hur människor interagerar med AI inom handeln, med fokus på acceptans och aversion mot AI-teknologier. Projektet genomfördes med tre datainsamlingar som undersökte allmänhetens attityder till AI-applikationer inom handeln. Rapporten innehåller följande slutsatser:

## Allmän acceptans och riskuppfattning

- AI-applikationer inom handeln har en liknande nivå av acceptans som inom hälso- och sjukvården, men riskerna uppfattas som lägre inom handeln.
- Individanpassad reklam och politisk reklam hade de lägsta acceptansnivåerna och högsta upplevda riskerna inom handeln.

## Individuella skillnader

- Män och yngre personer visar högre acceptans för AI jämfört med kvinnor och äldre personer.
- Självs kattad erfarenhet av AI är negativt korrelerad med acceptans inom detaljhandeln.

## Påverkan av digital självkontroll och digital kunskap

- Högre digital självkontroll är kopplat till mindre positiva attityder mot digital handel.
- Subjektiv digital kunskap är en starkare indikator för positiv attityd mot AI än objektiv kunskap. Det viktiga är inte vad man faktiskt kan, utan vad man tror att man kan. Därför kan det vara viktigare att öka individens digitala självförtroende än att enbart fokusera på att ge dem faktisk kunskap för att undvika att vissa kundsegment, som kännetecknas av AI-aversion, hamnar i digitalt utanförskap.

## Etiska aspekter och integritet

- Upplevelsen av integritet är en av de viktigaste faktorerna för både acceptans och användning av AI. Därför är transparens och delaktighet kring hur AI fungerar och dess målfunktioner avgörande.
- Transparens och tydlig kommunikation kring hur AI fungerar och används är avgörande för att bygga acceptans. ▶

## Praktiska implikationer

- För att framgångsrikt integrera AI måste handeln anpassa sig till de ökande kraven och möjligheterna som AI erbjuder, både internt och för kundservice.
- Det är viktigt att erbjuda utbildning och stöd för att minska digitalt utanförskap, särskilt bland äldre konsumenter.
- Att utveckla användarvänliga och etiska AI-lösningar kan öka kundernas engagemang och acceptans.
- För att öka acceptansen är det viktigt att ständigt utveckla digitala lösningar som är användarvänliga och lätta att förstå, vilket bidrar till att bygga digitalt självförtroende. Stödverktyg och kundtjänstinitiativ kan spela en avgörande roll för att hjälpa personer som känner en ogrundad rädsla mot AI och digitala lösningar i handeln att navigera i digitala handelsmiljöer. Genom att erbjuda dessa resurser kan företag bidra till att minska osäkerheten och öka tryggheten bland sina kunder. ■

**Projektname:** Interaktionen mellan människor och AI i handeln – Vad skapar acceptans för AI-lösningar inom handeln?

**Projektledare:** Gustav Tinghög

**Övriga projektdeltagare:** Erik Gråd, Mats Bergman, Magnus Engström, Robert J Westerbomb, Peder Berentsen

**Beviljat anslag:** 1 995 926 kronor

**Projektid:** november 2021 – april 2024



Handelsrådet | 103 29 Stockholm  
Besöksadress: Regeringsgatan 60  
Telefon växel 010-471 85 80  
[www.handelsradet.se](http://www.handelsradet.se)