



EXAMENSARBETE

Våren 2011

Sektionen för hälsa och samhälle
Företagsekonomi

Samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder

Författare

Sofia Hansson

Joanna Lövquist

Handledare

Ola Olsson

Timurs Umans

Examinator

Bengt Igelström

Abstract

Title of the thesis:	The interaction between financial advisors and clients
Course:	Bachelor thesis, FE 6170 (15 hp), Spring 2011
Authors:	Sofia Hansson and Joanna Lövquist
Supervisors:	Ola Olsson and Timurs Umans
Background:	Previous studies focused on customer loyalty and customer satisfaction. But no studies focused on the interaction between the financial advisor and their client. Therefore we have chosen to focus on this knowledge gap.
Purpose:	The purpose of this thesis is to illustrate how the interaction between financial advisors and customers affect financial advisory in investment decision making.
Method:	The thesis philosophy was positivistic because patterns were found with help of a survey. Furthermore is the paper quantitative since the thesis is measurable and it try to explain the interaction between the financial advisors and the clients demographic characteristics and how it influence the financial advice
Conclusion:	The theories thin-slicing and similarity attraction paradigm may not apply to the interaction between financial advisor and client.
Keywords:	Thin-slicing, similarity attraction paradigm, interaction, risk and advising

Sammanfattning

Uppsatsens titel:	Samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder
Kurs:	Kandidatuppsats, FE 6170 (15 hp), VT 2011
Författare:	Sofia Hansson och Joanna Lövquist
Handledare:	Ola Olsson och Timurs Umans
Bakgrund:	Tidigare studier fokuserar på kundnöjdhet och kundlojalitet. Däremot saknas studier kring samspelet mellan finansiell rådgivare och kund. Därför har vi valt att fokusera på denna kunskapslucka
Syfte:	Syftet med uppsatsen är att belysa hur samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut.
Metod:	Uppsatsen har positivistisk undersökningsfilosofi då mönster hittades med hjälp av en undersökning. Vidare är uppsatsen kvantitativ eftersom den är mätbar och att den har undersökt om det finns några samband mellan den finansiella rådgivarens och kundens demografiska egenskaper samt om dessa påverkar rådgivningen.
Slutsats:	Teorierna thin-slicing och similarity attraction paradigm kan inte tillämpas i samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder.

Nyckelord: Thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspel, risk och rådgivning.

Förord

Vi vill uppmärksamma och tacka personerna som hjälpt oss att genomföra uppsatsen och enkätundersökningen. Vi vill rikta ett stort tack till våra handledare, Timurs Umans och Ola Olsson för deras konstruktiva kritik och för alla råd och tips vi fått under uppsatstiden. Vidare vill vi tacka vår kontaktperson på banken som gav oss feedback på enkäten samt hjälpte oss med enkätutskicket till de finansiella rådgivarna på banken.

Vi vill även rikta ett stort tack till opponentgruppen Susanne Nilsson och Andreas Nygren för deras kritiska tänkande. Slutligen vill vi tacka våra familjer för deras stöd under hela uppsatstiden.

TACK!

Denna uppsats är skriven på Högskolan i Kristianstad för Sektionen Hälsa och Samhälle våren år 2011 .

Kristianstad 2011-06-07

Sofia Hansson

Joanna Löqvist

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1. Bakgrund.....	1
1.2 Problemdiskussion	3
1.3. Problemformulering	4
1.4. Syfte	4
1.5. Avgränsningar.....	5
1.6. Kapitelsammanfattning	5
2. Metod	6
2.1. Undersökningsfilosofi.....	6
2.2. Strategi	7
2.3. Ansats.....	7
2.4. Val av teorier	8
2.5 Val av metod	8
2.6. Kapitelsammanfattning.....	9
3. Litteratur	10
3.1. Thin-slicing	10
3.2. Similarity attraction paradigm	11
3.2.1. Genus	12
3.2.2. Ålder.....	13
3.2.3. Kultur	13
3.2.4. Utbildning och kompetens	14
3.3. Relation och samspel	15
3.4. Risk och rådgivning	17
3.5. Hypoteser	19
3.6. Kapitelsammanfattning.....	20

4. Empirisk metod	21
4.1. Litteratursökning.....	21
4.2. Databesamling	22
4.3. Urval	23
4.4. Operationalisering.....	23
4.4.1. Enkätens uppbyggnad	24
4.4.2. Oberoende variabler.....	24
4.4.3. Beroende variabler	25
4.4.4. Validitet och reliabilitet	26
4.5. Teststudie	27
4.6. Svarefrekvens och bortfallsanalys	28
4.7. Analysmetoder	28
4.8. Kapitelsammanfattning.....	29
5. Empirisk analys	30
5.1. Beskrivning av datamaterial	30
5.2. Normalfördelning och signifikanstest på beroende variabler	34
5.2.1. Normalfördelning.....	34
5.2.2. Signifikanstest på beroende variabler	36
5.3. Signifikanta och icke-signifikanta oberoende variabler	38
5.3.1. Genus	38
5.3.2. Ålder.....	40
5.3.3. Modersmål	41
5.3.4. Utbildning	43
5.3.5. SwedSec - licensiering.....	44
5.4. Hypotesprövning.....	45
5.5. Kapitelsammanfattning.....	47
6. Slutsatser	48
6.1. Diskussion.....	48

6.2. Självkritik.....	50
6.3. Förslag till framtida forskning	51
Referenser	52
Bilaga 1 - enkäten	55
Bilaga 2 – redovisning av SPSS – material	58

Tabellförteckning

Tabell 4. 1 Antal och procent av svarande och bortfall	28
Tabell 5.1 Antal och procent för variabeln genus.....	30
Tabell 5.2 Antal och procent för variabeln ålder	31
Tabell 5.3 Antal och procent för variabeln modersmål	31
Tabell 5.4 Antal och procent för variabeln utbildning.....	31
Tabell 5.5 Antal och procent för variabeln SwedSec - licensiering	32
Tabell 5.6 Skillnad i risknivå mellan finansiell rådgivare och profil	32
Tabell 5.7 ANOVA - tabell för sambandssumma och skillnad i risknivå	36
Tabell 5.8 ANOVA – tabell för variabeln genus	38
Tabell 5.9 Samband mellan genus och skillnad i risknivå.....	39
Tabell 5.10 ANOVA - tabell för variabeln ålder	40
Tabell 5.11 Samband mellan ålder och skillnad i risknivå.....	41
Tabell 5.12 ANOVA – tabell för variabeln modersmål.....	41
Tabell 5.13 Samband mellan modersmål och skillnad risknivå	42
Tabell 5.14 ANOVA - tabell för variabeln utbildningsnivå	43
Tabell 5.15 Samband mellan utbildningsnivå och skillnad risknivå	44
Tabell 5.16 Skillnad i risknivå (0-5) i förhållande till sambandssumma (0-4).....	45

Figurförteckning

Figur 5.1 Normalfördelningskurva för sambandssumma	35
Figur 5.2 Normalfördelningskurva av skillnader i risknivå.....	35

1. Inledning

I detta kapitel presenteras bakgrunden kring uppsatsens ämnesval. Dessutom presenteras problemdiskussionen och frågeställningen. Därefter beskrivs syftet med uppsatsen samt vilka avgränsningar som gjorts. Kapitlet avslutas med en kapitelsammanfattning.

1.1. Bakgrund

Andelen privatägt kapital har ökat under de senaste tio åren i Europa. Detta har inneburit att finansiella institutioner varit tvungna att möta efterfrågan av investeringsalternativ. Institutionerna har mött efterfrågan genom att utveckla ett bredare sortiment av finansiella tjänster som inkluderar investeringsservice; såsom riskidentifieringen av nya och okända risker för privatpersonerna, men även för institutionerna. (Pellinen, Törmäkangas, Uusitalo & Raijas, 2010). Nofsinger och Varma (2007) menar att privatpersonerna kan känna en osäkerhet kring det breda sortimentet av finansiella tjänster. Osäkerheten leder till att privatpersonerna bokar ett finansiellt rådgivningsmöte (ibid.). Detta kräver att de finansiella rådgivarna kan identifiera och förstå kundens behov vid rådgivningsmöten (Mitussis, O'Malley & Patterson, 2006). Att skapa en god relation är därför viktigt (ibid.). Relationen mellan kunder och finansiella rådgivare kan påverkas av två olika huvudfaktorer (Bejou, Ennew & Palmer, 1998). Den första faktorn är den roll som rådgivaren intar; är rådgivaren en säljande rådgivare eller en mer förstående rådgivare. Den andra faktorn är förtroendet som finansiella rådgivare och kunder tillsammans bygger upp. Förtroendet är den mest betydande faktorn, när man bygger upp förtroendet skapar man även kundnöjdhet. Kundnöjdhet är beroende av en mängd olika faktorer såsom etik, kundkännedom, längden på relationen och ämneskunnandet (ibid.).

Bankväsendet har förändrats i betydande utsträckning världen över (Yavas & Babakus, 2010). Faktorerna som påverkat förändringen är rättsliga, strukturella och tekniska faktorer. Bankerna vill erbjuda kvalitet till sina kunder, där spelar humankapitalet en viktig roll. Humankapitalets olika egenskaper är viktiga eftersom kunderna också har olika egenskaper och uppträder på olika sätt (ibid.).

Ett finansiellt rådgivningsmöte är uppbyggt utifrån kundens livssituation (Nofsinger & Varma, 2007). En finansiell rådgivare använder sig av ett rådgivarstöd vilket innebär att de skapar en kundprofil som grundar sig på kundens livssituation och önskemål. En finansiell rådgivare finns till för att hjälpa kunden att fatta riktiga beslut, men det är fortfarande kunden som tar besluten. Rådgivningsmötet fokuserar på att ge kunden handledning utifrån sin ekonomiska situation (ibid.) Finansiella rådgivare styrs av lagen om finansiell rådgivning till konsumenter. Regleringen beskriver på vilket sätt en finansiell rådgivare ska tillhandahålla information till privatpersoner vad gäller placering av deras tillgångar i finansiella instrument (Lagen om finansiell rådgivning till konsumenter, 2003:862).

SwedSec är en licensiering som har utformats för att upprätthålla förtroendet för anställda på värdepappersmarknaden (SwedSec, 2011). Det krävs att man blir godkänd på ett test som belyser frågor kring sparande och placeringar, handel och administration, finansiell ekonomi, etik och sundhetsregler samt regelverk på värdepappersmarknaden för att kunna bli licensierad. Licensens syfte är att visa att en anställd har kunskap inom området samt inge förtroende hos kunderna (ibid.).

Rämö (2004) beskriver Aristoteles tre former av mänskligt handlande som ligger till grund för hur en professionell yrkesindivid bör arbeta. Dessa tre former är; episteme, techne och fronesis. Episteme innebär att individen definierar vilka teorier individen bör arbeta utifrån. Techne beskriver hur individer använder teorierna i praktiken. Fronesis är förmågan att använda teorierna vid rätt tidpunkt (ibid.).

Beckett, Hewer & Howcroft (2000) menar att investeringsbeslut påverkas av individers beteenden och personligheter. Kön, inkomst, ålder och förväntningar inverkar på en kunds riskbeteende (Grable, 2000). Enligt Palmer och Bejour (1995) finns det skillnader i män och kvinnors köp och sälj beteende vilket också påverkar riskbeteendet. Grable (2000) anser att kvinnor är mindre riskbenägna än män. Vidare menar författaren att åldersnivån påverkar riskbeteendet; risknivån sjunker vid en ökad ålder. Ökade inkomster och utbildningsnivåer påverkar riskbeteendet och gör individer mer riskbenägna (ibid.).

1.2 Problemdiskussion

Foxwall (1995) påtalar att konsumenter är benägna att prova nya produkter och tjänster. Konsumenternas vilja att testa nya produkter överstiger deras oroskänsla. Bankers tjänster och produkter upplevs alltmer som handelsvaror (ibid.). Detta innebär att bankerna behöver differentiera sig och detta kan ske genom att erbjuda en bättre personlig service eller en lågkostnadsstrategi. Väljer banken att differentiera sig genom den personliga servicen krävs det att de känner sina kunder. Ett annat sätt att differentiera kunderna är att dela upp dem i olika segment beroende på deras ålder, beteende, risk och köp benägenheter samt deras avkastningskrav (Wells & Wolfers, 2000).

Många artiklar fokuserar på kundnöjdheten och kundlojalitet, vilket är en viktig del för tjänsteföretag eftersom konkurrensen är hög. Uppsatsen kommer att belysa samspelet mellan kunder och finansiella rådgivare. Vidare inriktar uppsatsen sig på thin-slicing och similarity attraction paradigm och hur dessa påverkar en finansiell rådgivning. Thin-slicing innebär att man kategoriserar in människor i olika grupper genom att endast betrakta en person vid ett första möte (Croskerry, 2006). Detta är ett omedvetet beteende hos människor som ingen kan styra. Kategoriseringen kan bli felaktig när nybörjare använder sig av thin-slicing. Denna form av kategorisering kräver många års erfarenhet för att kunna ge en rättvis bild (ibid.). Mitussis et al. (2006) menar att en viktig uppgift för finansiella rådgivare är att identifiera och förstå kundens behov och önskemål. Rådgivarens primära mål är att förstå kundens önskningar. Förstår rådgivaren önskningarna kan man presentera information som är relevant för kunden. Detta kan ske genom ett automatiserat system hos rådgivaren (ibid.). Genom relevanta frågor kan systemet presentera investeringar som är anpassade för kunden (Wells & Wolfers, 2000). Similarity attraction paradigm innebär att människor med liknande demografiska egenskaper dras till varandra för att man har likartade tankar, värderingar och beteende. Studier har visat att människor som naturligt dras till varandra uppnår ett bra resultat vid ett samarbete (Goldberg, 2005). Byrne, Clore & Smeaton (1986) anser däremot att vid relationsskapande finns det två steg. I första skedet kan människor fokusera på negativa attityder och beteenden hos motparten. I andra skedet lägger människan vikt vid personerna som anses mest lämpade, det vill säga motparterna som de är mest lika (ibid.).

Athanasopoulou (2008) menar att förtroendet är det primära i relationsbyggande. Förtroendet kan byggas upp genom att erbjuda kunder anpassade erbjudande (ibid.). Bejou et al. (1998) anser att det är viktigt att förstå kunders behov och önskemål. Detta medför att finansiella rådgivare måste koppla bort thin-slicing och similarity attraction paradig.

Enligt Nofsinger och Varma (2007) bokar kunder ett finansiellt rådgivningsmöte för att man saknar relevant kunskap kring investeringsalternativ och risk. Kunden vill med hjälp av en finansiell rådgivare få fram det mest effektiva investeringsalternativet. Samtidigt måste kunderna vara uppmärksamma och kritiska gentemot rådgivaren. Rådgivaren kan presentera alternativ där bankerna tar ut höga förvaltningsavgifter på vissa portföljer och investeringar. Höga förvaltningsavgifter kan leda till att kunden inte tjänar på sin investering (ibid.).

Thin-slicing och similarity attraction paradig är teorier som inte har prövats inom bankväsendet tidigare. Teorierna är beprövade inom skolväsendet och oftast mellan handledare och studenter. Thin-slicing och similarity attraction paradig är teorier som man bör kunna användas inom många olika områden. Uppsatsen kommer därför att försöka tillämpa dessa teorier i samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder vid finansiella rådgivningsmöten vid ett investeringsbeslut.

1.3. Problemformulering

Hur påverkas den finansiella rådgivningen av samspelet mellan den finansiella rådgivarens och kundens demografiska egenskaper vid ett investeringsbeslut?

1.4. Syfte

Syftet med uppsatsen är att förklara hur samspelet mellan finansiella rådgivare och kunders demografiska egenskaper påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut. Finansiella rådgivare använder sig av ett rådgivningsstöd för att kunna presentera investeringsalternativ för kunden. Frågan är om rådgivaren väger in personliga värderingar av kunden vid presentationen av investeringsalternativ trots att

rådgivningsstödet ska användas. För att undersöka om de demografiska egenskaperna påverkar den finansiella rådgivningen kommer fokuset ligga på vilken av investeringsalternativens risknivåer och vilken risknivå som de finansiella rådgivarna presenterar för de fiktiva profilerna i enkätundersökningen.

1.5. Avgränsningar

Uppsatsen kommer att belysa den finansiella rådgivarens roll och om rådgivaren påverkas av olika kunders personliga karaktärer och egenskaper. Vidare kommer uppsatsen att fokusera på den finansiella rådgivarens presentation av investeringsalternativ som rådgivaren anser mest lämpad för den specifika kunden. Uppsatsen kommer inte att belysa frågor kring lånesituationer, vardagsekonomi och liknande frågor och diskussioner som kan uppkomma vid rådgivningsmötet.

1.6. Kapitelsammanfattning

Detta kapitel har berört bakgrunden som ligger till grund för uppsatsen. Det har presenterats fler finansiella tjänster och produkter för kunder under de senaste åren. Detta har inneburit att en finansiell rådgivare måste ha större kunskap idag med tanke på utbudet samt kring hur kunder fungerar vid beslutsfattande. Syftet med uppsatsen är att se om samhörighet mellan finansiella rådgivare och kunder påverkar ett investeringsbeslut.

2. Metod

I detta kapitel beskrivs uppsatsens tillvägagångssätt för att kunna uppnå syftet. Kapitlet introduceras med att uppsatsens undersökningsfilosofi och strategi definieras. Därefter beskrivs valet av uppsatsens ansats samt valet av teorier och metod. Avslutningsvis sammanfattas kapitlet.

I detta avsnitt kommer uppsatsens metod att presenteras men även hur uppsatsen kommer att genomföras. Först presenteras uppsatsens undersökningsfilosofi, strategi och ansats. Vidare presenteras valet av teorier och metoder. Slutligen sammanfattas metodavsnittet.

2.1. Undersökningsfilosofi

Enligt Saunders, Lewis och Thornhill (2009) finns det två huvudsakliga undersökningsfilosofier; interpretivism och positivism. Interpretivismens grundsten är att varje möte är unikt och människors beteende är olika. Interpretivister kan därför inte generalisera människor eftersom människan anses alltför komplexa i jämförelse med fysiska objekt. Positivismens grundsten är att utifrån insamlad empirisk data dra slutsatser och hitta mönster utan att lägga in personliga värderingar. Resultatet med studien är att skapa en generell bild av världen. Målet med positivistisk undersökningsfilosofi är att man ska förklara orsak och verkan (ibid.).

Undersökningsfilosofin i denna uppsats är positivistisk, eftersom uppsatsen är gjord som en empirisk undersökning varefter slutsatser är dragna. Uppsatsens primära syfte är att förklara hur finansiella rådgivares och kunders demografiska egenskaper samspelar och hur det påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut. Utifrån detta kan man ge en generell bild över hur verkligheten ser ut vad gäller finansiell rådgivning.

2.2. Strategi

Deduktion och induktion är två typer av undersökningsstrategier som används vid uppsatsskrivande (Saunders et al. 2009). Deduktion innebär att man utifrån befintliga teorier gör en undersökning. Strategin kopplas vanligen ihop med positivismen och den kvantitativa metoden. Induktionen innebär i sin tur att man utifrån intervjuer sammanställer och försöker hitta samband och därigenom skapa en teori (ibid.).

Teoriernas användbarhet har undersökts med hjälp av en enkätundersökning. Utifrån undersökningen har resultatet analyserats och reflekterats för att se om teorierna kan appliceras inom finansiell rådgivning och samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder. Med hänsyn till detta har uppsatsen undersökningsstrategi varit deduktiv.

2.3. Ansats

Saunders et al. (2009) anser att en uppsats ansats kan vara i tre olika former; förstående, förklarande eller beskrivande. En förstående ansats innebär att man utforskar ett ämne ur en ny synvinkel. Detta kan vara en förundersökning där man endast studerar en mindre grupp experter inom området för att sedan tillämpa på en större grupp. Förklarande ansatser försöker däremot hitta samband mellan olika variabler och hur dessa påverkar varandra. Beskrivande ansatser används när man vill kartlägga fakta och sakförhållanden. Denna typ av undersökning görs på en slumpmässig grupp av människor i jämförelse med denna förstående ansatser där man medvetet väljer ut gruppmedlemmarna (ibid.).

Uppsatsen har försökt förklara eventuella samband mellan finansiella rådgivares och kunder demografiska egenskaper och hur dessa påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut. Med hänsyn till uppsatsens syfte och problemformulering är en förklarande ansats den som är bäst lämpad. Det finns även möjligheter att göra samma enkätundersökning på andra respondenter.

2.4. Val av teorier

Teorierna som använts och belysts i uppsatsen är thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspel och risk. Dessa teorier används för att förklara hur samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut.

Thin-slicing är den omedvetna kategoriseringen som sker automatisk hos människor. Kategoriseringen sker främst utifrån utseende, beteende och icke-verbal kommunikation. Icke- verbal kommunikation är det en person utstrålar genom bland annat sin kroppshållning och klädsel (Croskerry, 2006; Murphy, 2005). Similarity attraction paradigmerna beskriver hur individer känner samhörighet med hänsyn till demografiska egenskaper. Gemensamma intressen, värdering och karaktärsdrag kan också leda till en samhörighetskänsla. Känner personer samhörighet tenderar deras arbete eller mötena ge positiva resultat (Ajzen, 1974; Goldberg, 2005). Samspelet är relationen mellan en finansiell rådgivare och en kund som byggts upp genom tillit och förtroende. Tillit och förtroende kan skapas genom gemensamma demografiska egenskaper, exempelvis genus, ålder, kultur, utbildning och kompetens samt inkomst och social ställning (Athanasopoulou, 2008; Wägar & Lindqvist, 2010). Finansiell risk är risken som en individ är beredd att ta i förhållande till förväntad avkastning. Finansiella rådgivare måste förstå kunders olika riskprofiler och därefter presentera relevanta investeringsalternativ. Riskbeteendet hos individer påverkas av demografiska egenskaper och individers personligheter. Det är viktigt att finansiella rådgivare förstår sina kunder för att presentera rätt investeringsalternativ för kunden (Grable, 2000; Hallahan, Faff & McKenzie, 2004).

2.5 Val av metod

Saunders et al. (2009) menar att det finns två undersökningsmetoder som man kan tillämpa i uppsatsskrivandet; kvantitativ och kvalitativ. Kvantitativ metod innebär att man samlar in data genom enkäter eller liknande för att sedan dra slutsatser utifrån materialet. Kvalitativ metod innebär i sin tur att man utifrån intervjuer drar slutsatser. Skillnaden mellan dessa är att kvantitativ data kan mätas medan kvalitativ data används för att tolka det som har sagts vid en intervju (ibid.).

Uppsatsen utgår ifrån kvantitativ metod eftersom det är en mätbar studie som har gjorts. Variablerna i uppsatsen, genus, ålder, kultur, utbildning och inkomst, har undersökts genom en enkätundersökning på en bank. Data från enkäterna har använts för att göra en mätbar studie och hitta samband. Syftet var att identifiera eventuella samband mellan variabler som kan påverka den finansiella rådgivningen. Dessutom lämpar sig en kvantitativ metod bättre till positivistisk undersökningsfilosofi och deduktiv strategi som använts i uppsatsen. Som tidigare nämnts används positivistisk undersökningsfilosofi vid empiriska slutsatser som dragits från insamlad data. Deduktiva strategin kan kopplas till kvantitativ metod eftersom man med hjälp av undersökningar kan hitta eventuella samband.

2.6. Kapitelsammanfattning

Kapitlet har berört uppsatsens tillvägagångssätt. Uppsatsen är en empirisk undersökning vars huvudsyfte är att förklara eventuella samband mellan finansiella rådgivares och kunders demografiska egenskaper, samt hur dessa kan påverka investeringsbeslutet och samspelet. Detta innebär att uppsatsen är positivistisk. Vidare kommer uppsatsen att prova befintliga teorier med hjälp av en enkätundersökning och det medför att strategin är deduktiv och metoden är kvantitativ. Sambandet kommer att försöka förklaras utifrån teorierna thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspel, risk och finansiell rådgivning.

3. Litteratur

Kapitlet kommer att belysa faktorer som är viktiga och som kan påverka den finansiella rådgivningen. De teorier som kommer att presenteras är thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder samt den finansiella rådgivningen med hänsyn till risk. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av litteraturen.

Uppsatsens litteraturgenomgång belyser först thin-slicing och dess betydelse vid relationsbyggande mellan finansiella rådgivare och kunder. Därefter diskuteras similarity attraction paradigmerna, en teori som definierar samhörighetskänslan med hänsyn till olika demografierna genus, ålder, kultur, utbildning och social ställning. Detta följt av samspelet mellan finansiella rådgivare kunder samt riskbeteendet och rådgivningen. Slutligen avslutas kapitlet med hypoteser och en kapitelsammanfattning.

3.1. Thin-slicing

Enligt Croskerry (2006) är thin-slicing ett begrepp som innebär att man utifrån ett första intryck kategoriserar in människor i olika fack och därefter bildar sig en generell uppfattning om individerna. Kategoriseringen är ett omedvetet beteende som endast erfarna och medvetna individer kan göra på rätt sätt. En oerfaren individ tenderar att kategorisera människor fel när individen använder sig av thin-slicing (ibid.). Khan et al. (2010) beskriver att människor kategoriserar individer i såkallade innegrupper och utegrupper. Vid en första anblick av en individ grupperar man individen efter ytliga egenskaper såsom klädsel, utseende, ras och genus. Med andra ord kategoriserar människan individen utifrån thin-slicing (ibid.). Murphy (2005) menar att det finns olika nivåer av thin-slicing men vanligtvis handlar det om en observation som varar i mindre än fem minuter. Nivåerna ändras utefter vilken tid som en människa får betrakta en individ och därmed kan även individen kategoriseras annorlunda. Utifrån utseendet, beteendet och den icke-verbala kommunikationen kategoriserar människan individen. Icke-verbala kommunikation påverkas av en mängd olika faktorer. En faktor är hur den finansiella rådgivaren uppträder; befinner sig rådgivaren på samma nivå som kunden eller väljer rådgivaren att uppträda på ett arrogant sätt (ibid.).

Murphy (2005) anser att thin-slicing till stor del bygger på icke-verbal kommunikation. Icke-verbal kommunikation kan vara en mängd olika faktorer, bland annat värderas människor utifrån kroppshållningen. Kroppshållningen kan visa om individen är tillbakadragen, blyg eller glad. En annan faktor är klädseln som kan göra att människor kategoriserar individer. Alla faktorer som påverkar icke-verbal kommunikation påverkar även thin-slicing och kan bidra till att en viss typ av människa sätts in i en viss kategori (ibid.). Croskerry (2006) menar att man ska vara försiktig med användandet av thin-slicing eftersom icke-erfarna individer inte använder thin-slicing på rätt sätt. Att kategorisera människor felaktigt kan vara förödande av den orsaken att exempelvis utseendet visar en viss typ av individ medan insidan visar på en helt annan individ. När en människa har kategoriserat en viss individ är det svårt att kategorisera om individen utefter det att nya egenskaper och det riktiga beteendet kliver fram (ibid.).

3.2. Similarity attraction paradigm

Similarity attraction paradigm definieras enligt Goldberg (2005) som att personer med liknande egenskaper ofta känner en gemenskap. Attraktionen som uppstår mellan individer kan leda till att bättre resultat uppnås om individerna får arbeta tillsammans. En del av samhörigheten kan vara demografiska egenskaper som individerna har gemensamt men dessa lägger inte grunden för samhörighetskänslor. Dessutom kan individer förvänta sig en samhörighet fastän det inte alltid behöver vara det. Similarity attraction paradigm är en teori vilket innebär att man inte kan generalisera alla individer eftersom alla är olika (ibid.).

Ajzen (1974) menar att individer kan känna en samhörighetskänsla med en person om det finns gemensamma intressen, värderingar eller karaktärsdrag. Dock behöver inte samhörighetskänslan vara rätt eftersom individer med gemensamma egenskaper inte alltid passar bra tillsammans (ibid.). Wetzel & Insko (1982) anser att det finns två typer av samhörighetsfaktorer. För det första känner individer samhörighet genom att en annan individ liknar våra egna ideal och för det andra genom att en individ liknar oss själva (ibid.). Perry, Kulik & Zhou (1999) menar att likväl som det är positivt med similarity attraction paradigm i relationer kan det också vara negativt. Detta innebär att en individ som inte känner samhörighet kan känna sig mindre motiverad och dessutom känna ett utanförskap. Thurban, Dougherty & Lee:s (2002) studie visar att människor

får ett första intryck av en annan människa genom att observera egenskaperna som är mest framträdande hos individer. Dessa framträdande egenskaper är genus och etnicitet. Finns det likheter vad gäller genus och etnicitet vid ett möte tenderar individerna att vara mer socialt integrerade. Dock påpekar författarna att dessa två variabler är tydligare i början av en relationsprocess medan tankar och värderingar anses viktigare när relationsprocessen går in i ett djupare stadium (ibid.).

Boyce, Jackson & Neal (2010) definierar demografiska egenskaper som etnicitet och kultur, genus, ålder, utbildningsnivå och personlig bakgrund. Några av dessa kommer att diskuteras vidare nedan eftersom tidigare artiklar benämner dessa som relevant i teorin similarity attraction paradigm.

3.2.1. Genus

Umans, Collin & Tagesson (2008) menar att grupper med både män och kvinnor, såkallade mixgrupper, arbetar effektivare eftersom beteendet och kommunikationssättet skiljer sig åt mellan män och kvinnor. Dessutom blir det ett positivt samspel eftersom mixgrupper tenderar att reducera konflikter. Konfliktreduceringen i mixgrupper medför ett positivare samspel än vid grupparbeten med endast män eller kvinna (ibid.). Enligt Palmer och Bejou (1995) har män och kvinnor speciella karaktärsdrag. Kvinnor anses vara mer beroende av starka relationer och bryr sig om varandra mer tillskillnad från män. Män å andra sidan anser att pengar och fysiska ting är viktiga och att det är kvinnorna som har huvudansvaret för relationer (ibid.).

Män och kvinnor bedöms olika beroende på vem som bedömer deras arbete (Girard & Pinar, 2009). Det viktiga i bedömandet är genuskombinationen och hur denna kombination påverkar värderingen av den andra personen. Känner bedömaren en samhörighet med den som ska bedömas är sannolikheten stor att värderingen blir bättre än när bedömaren inte känner någon samhörighet (ibid.). Løkke, Eskildsen & Jensen (2007) anser att det inte finns könsrelaterade variabler som påverkar similarity attraction paradigm i Norden. Detta eftersom Norden är ett välutvecklat område med hög grad av jämställdhet. Jämställdheten anses bero på den höga andel kvinnor som arbetar och dessutom har chefspositioner (ibid.).

3.2.2. Ålder

Ålder anses vara en variabel som också påverkar similarity attraction paradigm (Gellert & Kuipers, 2008). Dock finns det en mängd olika typer av åldrar; kronologisk ålder och psykologisk ålder med flera. Åldern som är mest relevant för uppsatsen är kronologisk ålder, det vill säga åldern som står i passet. Similarity attraction paradigm påverkas av variabeln ålder genom att individer kan känna samhörighet med människor i samma åldersgrupp. Anledningen till samhörigheten beror på att det kan vara en öppnare diskussion, ökad förståelse och produktiviteten är högre än vid möten med exempelvis personer av samma kön (ibid.).

Perry et al. (1999) menar att det kan uppstå problem när en finansiell rådgivare är yngre än kunden. När det är stora ålderskillnader kan kunden känna sig obekväma i situationen för att kunden får känslan av att rådgivaren är i samma ålder som kundens barn. Det obekväma beror framförallt på känslan av att lyssna och få råd från någon som är yngre än en själv. Beteendet kan komma att förändras när det uppstår en obekväma situation vilket gör att rådgivningen inte blir lika meningsfull som annars (ibid.).

3.2.3. Kultur

Umans (2008) menar att variabeln kultur kan definieras på en mängd olika sätt. Kultur kan vara ras, nationalitet eller etnicitet. Khan, Clear, Al-Kaabi & Pezeshki (2010) definierar kultur som en grupp människor som gemensamt tror, tycker och lever efter en gemensam tro. Utifrån tron beter sig individerna efter normer och känslor som är gemensamma (ibid.). Woods, Barker & Hibbins (2010) menar att under de senaste åren har det mångkulturella samhället vuxit sig allt större. Möte mellan människor med olika kulturella bakgrunder kan ge ett positivt resultat eftersom synsättet inte alltid är likadant. Å andra sidan kan det uppstå problem om finansiella rådgivare och kunder inte förstår varandra med tanke på olika språk och kulturer. Dessutom är normerna inom olika kulturer inte likvärdiga vilket kan leda till problem eftersom finansiella rådgivare eller kunder kan anses vara ohövliga gentemot varandra för att man inte förstår varandras normer. Detta medför att finansiella rådgivare måste ha respekt och förståelse för andra kulturer och dessutom inte värdera utifrån sin egen kultur (ibid.).

Umans (2008) anser att homogena gruppers resultat kan vara sämre än heterogena gruppers eftersom de sistnämnda ser en identisk fråga ur olika perspektiv. På så sätt kan deras gemensamma lösning bli betydligt bättre än den homogena gruppens lösning som endast ser frågan ur ett perspektiv. Visserligen kan heterogena grupper få språk- och kommunikationsproblem som kan fördröja processen (ibid.). Individer känner större samhörighet med andra individer som tillhör samma kultur (Triandis, 1961 i Berkowitz, 1969).

3.2.4. Utbildning och kompetens

Walsh, Evanschitzky & Wunderlich (2007) anser att en finansiell rådgivares kompetens påverkar beteendet och kunders beslutfattande. Genom att en finansiell rådgivare känner sig kompetent kan rådgivaren utstråla en attityd som gör att kunden följer rådgivarens presenterade råd (ibid.). Sukirno & Siengthai (2011) menar i sin förundersökning att utbildningsnivån påverkar den finansiella rådgivarens kunskap och professionalitet. Utbildningens kvalitet är också avgörande. Tidigare erfarenheter är även en avgörande faktor eftersom det kan leda till ökad förståelse inom vissa områden (ibid.). Resultatet av Sukirno & Siengthai:s (2011) studie visar att utbildningsnivå inte är en avgörande faktor vid beslutsfattande. Park & Smardon (2009) anser att individer enklare skapar relationer ifall de har liknande utbildningsbakgrund och utbildningsnivå. En anledning till att antalet högutbildade har ökat på senare tid är att individer vill ha ökad livskvalitet och vill uppnå materiellt välstånd. Det individerna uppnår genom att utbilda sig på en högre nivå kan leda till ett arbete med en högre inkomst. Beteendet och attityden påverkas också av vilken nivå av utbildning individen har (ibid.).

3.2.5. Social ställning och inkomst

Walsh et al. (2007) menar att inkomst och utbildning har ett samband. Detta samband beror på att en höginkomsttagare känner en ökad trygghet i sin livssituation. Låginkomsttagarna däremot vill förbättra sin livssituation genom att förbättra sin inkomst via en utbildning (ibid.).

(Byrne, Clore & Worchel, 1966 i Berkowitz, 1969) menar att individer känner samhörighet med andra individer med samma ekonomiska situation. Samhörigheten kan även identifieras genom klädseln som individer kopplas ihop med en viss ekonomisk

ställning. Enligt Williams (2002) påverkas förväntad risk av den sociala ställningen. Individer i olika sociala nivåer har olika beteenden. Detta innebär att individer som känner samhörighet med individer i en identisk social ställning och har oftast ett liknande beteende och förstår varandra på ett bättre sätt. En ytterligare aspekt är att individer ofta föds in i en viss social klass och detta innebär att individen redan vid unga år formas för att skapa samhörighet med likasinnade. Vidare kräver familjen att individen läser en viss typ av utbildning och väljer ett visst yrke som utstrålar deras sociala ställning. Dock finns det inget samband mellan inkomst och social klass vilket medför att det kan finnas både hög- och låginkomsttagare i varje enskild social nivå (ibid.).

3.3. Relation och samspel

Enligt Athanasopoulou (2008) är utvecklandet av en bra relation mellan den finansiella rådgivaren och kunder primärt eftersom kunderna vill känna tillit till rådgivaren. Tilliten kan byggas upp genom att den finansiella rådgivaren förstår kundens behov och därigenom kan ge kundspecifika erbjudanden (ibid.). Johnson & Grayson (2005) menar även att samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder är viktigt och detta kan främst ske genom att skapa ett förtroende. Förtroendet kan byggas upp genom att kunden känner att rådgivaren erbjuder kunden och speciella erbjudanden. Relationen mellan finansiella rådgivare och kunder bygger till stor del på tillit. Att ha en kognitiv tillit innebär att kunden litar på rådgivarens kompetens och tillförlitlighet (ibid.). Skarmeas & Shabbir (2011) anser att relationen mellan finansiella rådgivare och kunder har sin grund i det första mötet där kunden får en positiv eller negativ bild av rådgivaren och vad rådgivaren erbjuder. Utifrån det första mötet byggs relationen vidare genom nya positiva eller negativa händelser. En bra finansiell rådgivare som förstår kunden kan med andra ord skapa en bra och långvarig relation med kunden och därmed skapa tillit och förtroende (ibid.).

Enligt Wägar & Lindqvist (2010) känner individer förtroende för människor i samma åldersgrupp som man själv befinner sig i. Anledningen till detta är att äldre finansiella rådgivare förstår äldre kunders behov och likadant är det för yngre finansiella rådgivare och kunder. Detta medför att äldre kunder kan känna sig okunniga när yngre rådgivare presenterar olika lösningar för dem. Ett sätt för den finansiella rådgivaren att få kunden

att känna sig speciell och unik är att anpassa tjänster och förslag utefter kundens önskemål och behov. Kunder i olika åldersgrupper kräver olika typer av investeringsalternativ eftersom de har olika livssituationer med olika inkomster och familjeförhållanden med mera. Detta medför att den finansiella rådgivaren måste identifiera olika målgruppers primära önskemål för att därefter kunna presentera unika erbjudanden för kunden. För att kunna uppnå detta som finansiell rådgivare krävs det att man skapar en bra relation med kunden (ibid.).

Johnson & Grayson (2003) menar att man måste skapa en god relation mellan finansiella rådgivare och kunder. Rådgivarens uppgift är att behandla andra människor som rådgivaren själv vill bli behandlad. Arbetar en rådgivare utifrån denna tanke är det kanske enklare att inte döma och kategorisera människor på förhand genom deras klädsel, kroppsspråk och utseende. Relationer byggs upp genom att kunden känner tillit till rådgivaren som sedan leder till att kunden litar på rådgivarens råd och därmed investerar i de alternativen som rådgivaren har presenterat (ibid.). Bejou et al. (1998) anser att förstå kundens önskan och behov är en viktig del av rådgivningen men för att förstå kundernas underliggande behov krävs det att rådgivaren kopplar bort thin-slicing och similarity attraction paradigmet. En kund är med andra ord ett tomt papper som sedan formas allt eftersom rådgivningen fortgår och informationen läggs till efterhand (ibid.). Feingold (1990) anser att det kan uppkomma en attraktion mellan rådgivare och kund. Detta kan medföra problem dels vid rådgivningen om ena parten känner attraktion. Attraktionen kan vara relaterad till rådgivarens eller kundens partner eftersom den som känner sig attraherad ser likheter (ibid.).

Skarmeas & Shabbir (2011) anser att om samspelet mellan finansiella rådgivare och kunder är bra blir även resultatet från rådgivningsmötet bra. Detta beror på att en relation med positiva tankar och individer som har förståelse för varandras åsikter leder till bra diskussioner. I dessa diskussioner grundar sig besluten som kunden i ett senare skede tar. Diskussioner kan uppkomma om kunden ser flera möjliga alternativ som kunden inte hade tänkt på utan ett rådgivningsmöte. En dialog med en finansiell rådgivare kan därför vara meningsfull eftersom man ser samma sak ur mer än ett perspektiv. De olika perspektiven kan på lång sikt vara skillnaden mellan en bra och en dålig investering (ibid.).

3.4. Risk och rådgivning

I detta avsnitt kommer risk och finansiell rådgivning presenteras. Fokus ligger på hur riskbenägenheterna förändras beroende på olika demografiska egenskaper. Dessutom presenteras rådgivarens roll, arbetsuppgifter och hur den finansiella rådgivaren ska agera i olika situationer.

3.4.1 Risk

Thomas (2000) menar att finansiell risk är den risk som kopplats till finansiella instrument, portföljvalsteori och optionspriser. De senaste decennierna har det prognostiserats mycket kring finansiell risk. Finansiell risk är viktigt vid investeringsbeslut eftersom risk och avkastning samvarierar (ibid.). Grable (2000) definierar finansiell risk som den osäkerhet en individ är villig att ta för att ha möjlighet till en önskad avkastning. En individs personlighet och demografiska egenskaper lägger grunden för riskbeteendet (ibid.). Investeringsbeslut och köp av tjänster påverkas av människors beteende (Beckett, Hower & Howcroft, 2000). Demografiska egenskaper som påverkar riskbeteendet och risktoleransen är variabler som genus, ålder, inkomst och förväntningar (Grable, 2000). Ur ett genusperspektiv anses män vara mer riskbenägna än kvinnor. Risktoleransen påverkas även av ålder, stigande ålder minskar risknivån på en investering. Utbildningsnivå och inkomstnivå påverkar också risknivån, med en ökad utbildningsnivå och ökade inkomster ökar även risknivån och individer blir mer risktoleranta (ibid.).

Hallahan et al. (2004) menar att yngre människor är mer riskbenägna än äldre. Detta kan förklaras genom att yngre människor anser att eventuella förluster kan återbetalas. Yngre vågar investera i mer riskfyllda alternativ eftersom de har fler förväntade år att sprida ut risken på i jämförelse med en äldre människa (ibid.). Sung & Hanna:s (1996) studie tyder däremot på att det inte finns något samband mellan risknivå och ålder. Författarna menar att det är först vid åldern 55 år som risktoleransen minskar, innan dess är risktoleransen densamma.

Inkomst och social ställning har också betydelse för risktoleransnivån (Hallahan et al. 2004). Personer som har hög inkomst tenderar att vara mer riskbenägna än personer

med lägre inkomst. Anledningen till detta att höginkomsttagare anser att de har råd att förlora pengar medan låginkomsttagare är mer försiktiga och satsar i investeringsalternativ med lägre risker. Variabeln social klass följer samma mönster som variabeln inkomst; alltså personer som tillhör en högre klass är beredda att ta en högre risk än personer som tillhör en lägre social klass (ibid.).

Eckel och Grossman (2002) skriver att män och kvinnor har olika riskbenägenheter i grunden. Kvinnor anses vara mindre riskbenägna än män i alla situationer (ibid.). Maxfield, Shapiro, Gupta & Hass (2010) menar att kvinnor kan öka sin risknivå stegvis. Kvinnor vill bygga upp en stabil grund och sedan utveckla grunden. När kvinnor investerar börjar de med lågriskinvesteringar för att sedan investera i investeringar med högre risk, detta eftersom de ökar risknivån stegvis. Detta fortsätter sedan stegvis vilket innebär att kvinnorna till slut är på samma risknivå som män men att det har tagit längre tid. Män är mindre riskaverta än kvinnor och investerar i en högriskinvestering från början istället för att öka risken stegvis. En annan anledning till att kvinnor är mer riskaverta än män är att kvinnor anses påverkas mer negativt av förluster än vad män gör (ibid.).

3.4.2 Rådgivning

Nofsinger & Varma (2007) menar att anledningen till att kunder söker sig till finansiella rådgivare är att de själva saknar relevant kunskap för att kunna göra rätt investeringsval. Kunder vill kunna ta effektiva investeringsbeslut som kan leda till en önskad avkastning. Dessutom kan kunder söka sig till finansiella rådgivare för att lära sig hur risk och avkastning förhåller sig till varandra (ibid.). Stenardi, Graham & O'Reilly (2006) menar att rådgivarens roll är att förstå kundens underliggande beteende och behov. Förstår rådgivaren kunden kan rådgivningen bli effektivare. Män och kvinnor tolkar och analyserar information på olika sätt och det krävs att rådgivaren har kunskap om att det finns genuskillnader. Anledningen till genuskillnaderna kan vara att kvinnor vill ha mer information än vad män kräver. Genuskillnaderna kan medföra kommunikationsproblem mellan den finansiella rådgivaren och kunden eftersom tankesättet skiljs åt. Författarna påpekar också att kvinnor överlag är mer nöjda än män vad gäller deras sparande (ibid.).

En finansiell rådgivare har en mängd olika arbetsuppgifter (Nofsinger & Varma, 2007). Det krävs att rådgivaren har kunskap angående skatter, lagar, pensioner, försäkringar och investeringsprodukter. Kunskapen ska kunna tillämpas inom finansiella teorier såsom risk och förväntad avkastning. För att kunna bli en bra rådgivare måste man ha en analytisk förmåga. En viktig del av rådgivares arbetsuppgifter är att förstå kundens krav vad gäller risk och avkastning. Utifrån det ska rådgivaren ta fram investeringsalternativ som är lämpligt för kunden (ibid.).

Nofsinger & Varma (2007) menar att kunder måste våga vara kritiska gentemot sina finansiella rådgivare. Detta för att rådgivarna kan vilseled okunniga kunder som litar på allt som rådgivaren säger och presenterar. Kunder beskriver sin livssituation och utefter information ska den finansiella rådgivaren presentera investeringsalternativet som rådgivningsstödet visar. Vissa fonder eller portföljer kan ha dyra förvaltningsavgifter som kan leda till att kunden inte tjänar på sin investering (ibid.).

3.5. Hypoteser

I detta stycke kommer uppsatsen att skapa hypoteser utifrån de ovannämnda teorierna. För att undersöka om de demografiska egenskaperna påverkar den finansiella rådgivningen kommer fokuset ligga på vilken av investeringsalternativens risknivåer och vilken risknivå som de finansiella rådgivarna presenterar för de fiktiva profilerna i enkätundersökningen. Grable (2000) menar att riskbeteendet påverkas av olika demografiska egenskaper och individers personligheter. Croskerry (2006) anser att thin-slicing kan påverka rådgivningen. Thin-slicing är ett omedvetet beteende som innebär att man kategoriserar individer utifrån det första intrycket. Kategoriseringen kan leda till felaktig rådgivning eftersom den finansiella rådgivaren har svårt för att ändra uppfattning om kunden (ibid.). Nedan presenteras uppsatsens första hypotes.

H1: Riskspridningen blir hög när finansiell rådgivare och kund har olika demografiska egenskaper.

Goldberg (2005) definierar similarity attraction paradigm som samhörighetskänsla. Samhörighetskänslan kan uppkomma om individer har liknande demografiska variabler men även genom gemensamma intressen, värderingar och karaktärsdrag (ibid.). Boyce

et al. (2010) anser att genus, ålder, kultur, utbildning och kompetens samt social ställning och inkomst är demografiska variabler som påverkar samhörighetskänslan. Nedan presenteras uppsatsens andra hypotes.

H2: Riskspridningen blir låg när finansiell rådgivare och kund har liknande demografiska egenskaper.

3.6. Kapitelsammanfattning

För att kunna svara på uppsatsens frågeställning krävs det teorier som hypoteserna byggts från. Teorierna som använts är thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspelsteorier, risk- och rådgivningsteorier. Teorierna har belyst hur risken påverkas med hänsyn till demografiska egenskaper. Vidare hur likheterna mellan de demografiska egenskaperna hos kunder och finansiella rådgivare har påverkat den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut. Teorier tyder på att det finns skillnader i risktagande med hänsyn till genus, ålder, kultur, utbildning och inkomst. Uppsatsens hypoteser ska pröva om teorierna kan tillämpas vid en finansiell rådgivning.

4. Empirisk metod

I detta kapitel presenteras bakgrunden till enkätundersökningen. Första delen presenterar tillvägagångssättet vid litteratursökningen. Därefter beskrivs datainsamlingen och urvalet. Vidare beskrivs operationaliseringen, oberoende och beroende variabler samt reliabilitet och validitet. Dessutom presenteras teststudien, svarsfrekvensen, en bortfallsanalys samt de analysmetoder som använts. Till sist avslutas kapitlet med en kapitelsammanfattning.

I detta avsnitt beskrivs tillvägagångssättet vid litteratursökningen och enkätutskicket. Litteratursökningsdelen presenterar bland annat sökord och sökvägar som använts vid letandet av vetenskapliga artiklar. Vidare beskrivs det hur urvalet har gjorts samt hur svarsfrekvensen och bortfallet blev. Sedan beskrivs de variabler som är oberoende och beroende. Slutligen presenteras metoderna som använts vid analysen och en kapitelsammanfattning.

4.1. Litteratursökning

För att skriva en väl förankrad uppsats krävs det att man refererar till vetenskapliga artiklar. För att hitta relevanta vetenskapliga artiklar som dels berör bankvärlden, men även teorierna som uppsatsen fokuserar på har vi använt oss av specifika sökord och Internetbaserade söksidor. Sökorden som använts mest är thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspel, risk och finansiell rådgivare. Söksidorna som använts vid letandet av vetenskapliga artiklar är Google Scholar och Emerald. Dessa Internetsidor är tillgängliga via Högskolan Kristianstad.

Till metoddelen har vi använt oss av litteratur som belyser hur man kan gå tillväga vid uppsatsskrivande. Boken Research methods for business students har använts som stöd till metodkapitlet. Dessutom har vi använt litteratur som beskriver den empiriska metoden vad gäller insamling av data, bortfall och svarsfrekvens. För att på ett enklare sätt analysera i SPSS har vi använt en handbok som stöd. Handboken beskriver olika

tester och hur dessa ska utläsas. Böckerna marknadsundersökning – en handbok och Praktisk statistik har använts som stöd i den empiriska metoden.

4.2. Datainsamling

Christensen, Engdahl, Gräas & Haglund (2010) menar att samla in, analysera, tolka och presentera data är en förutsättning för att göra en undersökning. Data kan vara antingen kvantitativ eller kvalitativ. Kvantitativ data är mätbar och uttrycks i form av siffror, antal och mängd. Data kan analyseras med hjälp av statistiska metoder. Kvalitativ data är däremot svårare att mäta eftersom data ofta består av ord, text och bilder. Denna form av data handlar om att tolka och förstå vad som sagts exempelvis vid intervjuer. Den stora skillnaden är att kvantitativ datainsamling oftast består av en enkätundersökning medan kvalitativ datainsamling oftast sker i form av intervjuer som är mer djupgående (ibid.).

Det insamlade materialet kan vara antingen primärdata eller sekundärdata (Christensen et al., 2010). Primärdata innebär att man samlar in information som inte finns tillgänglig sedan tidigare, insamlingen sker exempelvis i form av frågeformulär eller intervjuer. Sekundärdata är data som finns sedan tidigare men som inte tillämpats i liknande sammanhang tidigare (ibid.).

Uppsatsens datainsamling har skett genom primärdata i form av en enkätundersökning. Enligt Christensen et al. (2010) är fördelarna med att använda sig av primärdata att informationen är anpassad efter uppsatsens problemformulering och dessutom är informationen aktuell.

För att nå ut med enkäten till respondenterna kontaktades vår kontaktperson på banken. Kontaktpersonen vidarebefordrade enkäten till alla privatrådgivarna på banken. Svaren från enkäterna kopplades direkt till Google Doc:s enkätfunktion. Med hjälp av denna funktion kunde vi på ett smidigt sätt utläsa antalet respondenter som svarat på enkäten samt vad de har svarat. Fördelarna med webbenkäten som skickades ut var att det är ett kostnadseffektivt och snabbt sätt för oss att nå ut till respondenterna. Vidare finns det en

mängd fördelar för respondenten såsom anonymitet och att de kan göra undersökningen i sin egen takt. En nackdel med webbenkäter är att bortfallet kan bli högt eftersom tekniken inte alltid fungerar, man kanske struntar i att göra den för att man är anonym och det syns inte om man inte svarar. Respondenterna hade möjlighet att besvara enkäterna under fyra arbetsdagar. Med hjälp av kontaktpersonen på banken fick vi hjälp att skicka ut en påminnelse när det hade gått tre dagar för att försöka öka antalet svar.

4.3. Urval

Christensen et al. (2010) beskriver två urvalsmetoder, dessa är sannolikhetsurval och icke-sannolikhetsurval. Sannolikhetsurval innebär att respondenterna slumpväsigt väljs och att alla har en chans att vara med i urvalet. Icke-sannolikhetsurval innebär att undersökarna själva väljer ut respondenterna.

Urvalet i denna uppsats utgår ifrån ett icke-sannolikhetsurval. Detta därför att vi valt ut en specifik banks samtliga privatrådgivare, vi gjorde med andra ord ett strategiskt urval enligt Christensen et al. (2010). Det fanns 55 privatrådgivare i urvalet som härnäst kommer att benämnas som finansiella rådgivare.

4.4. Operationalisering

Körner & Wahlgren (2002) definierar operationalisering som att man försöker översätta det omätbara till det mätbara. Med andra ord vill man länka samman teori med empiri (ibid.). Med uppsatsen vi vill försöka länka samman teorin och empirin med hjälp av en enkätundersökning. Enkäten består av beroende och oberoende variabler. Beroende variabler är variabler som beror på oberoende variabler. Genom att ändra på en oberoende variabeln kan man se hur det påverkar den beroende variabeln (Christensen et al. 2010).

Nedan kommer enkätens uppbyggnad beskrivas. Vidare förklaras och presenteras oberoende och beroende variabler samt uppsatsens kontrollvariabler. Slutligen tas uppsatsens reliabilitet och validitet upp.

4.4.1. Enkätens uppbyggnad

Enkäten består av två delar. Första delen är uppbyggd kring den finansiella rådgivarens demografiska egenskaper; kön, ålder, modersmål, utbildning samt om de är SwedSec - licensierade. Andra delen består av 8 fiktiva profiler. Varje profil särskiljer sig i form av genus, ålder, modersmål, utbildning och yrke. Gemensamt har de fiktiva profilerna identiska månadslöner, 28 000 kr, samt att alla ska börja månadsspara 2000 kr i månaden men vet inte i vilken av Swedbank:s Accessfonder. Vi har valt att presentera sex olika Accessfonder som är listade efter risknivån med hänsyn till standardavvikelseerna. Vi har valt att lista Accessfonderna efter standardavvikelsen eftersom vi ansåg att detta vara det mest rättvisande riskmättet. Utifrån detta ska de finansiella rådgivarna välja den risknivå som passar varje profil bäst. Slutligen ska de finansiella rådgivarna definiera sin egen risknivå utifrån samma förutsättningar som de fiktiva profilerna har. Syftet är att undersöka om det finns samband mellan riskspridning och samhörighetsteorierna. Med andra ord vill vi undersöka om den finansiella rådgivningen blir påverkad av uppsatsens teorier.

4.4.2. Oberoende variabler

I enkätundersökningen efterfrågades den finansiella rådgivarens demografiska egenskaper. De oberoende variablerna som efterfrågades var genus, ålder, modersmål, utbildning. Dessa fyra variablerna har efterfrågats eftersom teorierna beskriver hur dessa påverkar similarity attraction paradigm, riskbeteende och rådgivning. Exempelvis menar Grable (2000) att kvinnor är mindre riskbenägna än män, med hjälp av undersökningen vill vi kontrollera om detta stämmer. Variabeln SwedSec - licensiering efterfrågades också för att se om det fanns eventuella samband mellan licensieringen och de olika risknivåerna. Profilerna i enkäten föreställer fiktiva kunder som rådgivaren skulle presentera en enskild risknivå för. I varje profil kan man utläsa samma demografiska egenskaper som efterfrågades hos den finansiella rådgivaren för att vi ska kunna jämföra dessa i analysen.

När genus efterfrågades fanns det två alternativ att välja på, antingen är individen man eller kvinna. Vidare efterfrågades åldern, i enkätundersökningen var detta en öppen fråga. När data sammanställdes kategoriserades åldern enligt följande; 18-25 år, 26-35 år, 36-45 år, 46-55 år och slutligen 56 år och äldre. Anledningen till grupperingarna är

att vid analyser i SPSS underlättar det med kategorisering. Vi valde att åldern skulle vara en öppen fråga eftersom vi ville kunna utläsa medelålder samt kunna se om det var många finansiella rådgivare som var i ungefär samma ålder som de fiktiva profilerna. Grupperingarna är baserade på olika generella livssituationer eftersom olika åldersgrupper kräver olika investeringsalternativ (Wägar & Lindqvist, 2010). Den första gruppen är individer som fortfarande är unga och har inte den erfarenhet som äldre har. Den andra gruppen är individer som börjar stadga sig och tänka på att bilda familj. Den tredje gruppen är individer som har hemmaboende barn och vet vad de vill få ut av livet men som kan ha höga lån som hindrar dem. Den fjärde gruppen har utflugna barn och har mer ledig tid och lånen har minskat. Den femte och sista gruppen är individer som börjar fundera kring sin pension och som kanske inte har lån kvar.

Variabeln kultur mäts i enkätundersökningen i form av modersmål. Det fanns två alternativ för den finansiella rådgivaren att välja mellan; svenska eller annat. Den fjärde variabeln som mäts i enkätundersökningen är utbildningsnivån. Alternativen som fanns att välja på för den finansiella rådgivaren är grundskola, gymnasial samt akademisk utbildning. Det påpekades i enkäten att det skulle vara en avslutad utbildning. Slutligen har vi med en fråga om den finansiella rådgivaren har SwedSec – licensiering. Den kan fungera som en kontrollvariabel eftersom denna kan påverka den finansiella rådgivningen. En annan aspekt är det kan vara av intresse att se hur många finansiella rådgivare som är licensierade i banken.

4.4.3. Beroende variabler

Beroende variabler påverkas av oberoende variabler. Detta innebär att ändras en oberoende variabel ändras även de beroende variablerna. I uppsatsen är det sambandssumman för de demografiska variablerna och skillnad i risknivå som är beroende variabler.

Syftet med uppsatsens demografiska variabler är att se hur finansiella rådgivare och kunder matchar varandra. Det finns fyra olika demografiska variabler som jämförts mellan den finansiella rådgivaren och de fiktiva profilerna. Varje enskild variabel mäts med hjälp av 0 eller 1. 0 betyder att det finns likhet mellan exempelvis genus, båda är

män. Däremot betyder 1 att det inte finns någon likhet, det är en man och en kvinna. Vi mäter sedan alla fyra variabler på samma sätt och lägger samman summan, minimum 0 och maximum 4. 0 betyder att alla fyra variabler matchar varandra mellan den finansiella rådgivaren och profilen. 4 betyder att den finansiella rådgivaren och profilen inte alls matchar varandra, det vill säga ingen av de demografiska variablerna är identiska. Detta benämns vidare som sambandssumma.

Bankens finansiella rådgivare ska utifrån Accessfonder definiera risknivån för varje enskild profil. Alla profiler har samma förutsättningar men med olika demografiska egenskaper; de ska börja månadsspara 2000 kr till en långresa och deras månadsinkomst är 28 000 kr. (se profilerna i Bilaga 1). Långresan ska genomföras om fem år. Varje profil definierades som aktiv eller passiv kund, en aktiv kund ser över sina placeringar minst en gång var tredje månad. Dessutom ska de finansiella rådgivarna definiera vilken risk de själva är beredda att ta om de har samma förutsättningar. I enkäten fanns det sex olika risknivåer definierade med hänsyn till standardavvikelserna (SD). Alla sex är Swedbank Robur Access fonder; Trygg med SD 2,84 %, Försiktig med SD 4,55 %, Balanserad med SD 8,51 %, Modig med SD 12,68, Offensiv med SD 16,06 % och Emerging Markets med SD 22,36% . Siffrorna är hämtade 2011-05-05 och ingen hänsyn har tagits till eventuella förändringar.

Vi kommer att mäta skillnaden i risknivå mellan den finansiella rådgivaren och den fiktiva profilen. Detta innebär att varje finansiell rådgivare kommer att jämföras med de åtta fiktiva profiler från enkäten. Varje matchning kommer få en skillnad risknivå mellan noll och fem. Skillnaden kommer att definiera riskspridningen vid olika matchningar. Detta kommer sedan att belysas med hänsyn till summan av sambandet mellan profil och finansiell rådgivare. Med hjälp av detta kommer vi att kunna förkasta eller acceptera hypoteserna samt se om teorierna kan tillämpas inom bankväsendet.

4.4.4. Validitet och reliabilitet

Validitet innebär att man ifrågasätter undersökningen eftersom man då kontrollerar vad undersökningen mäter och jämför med vad den avser att mäta (Körner och Wahlgren, 2002). Mäter undersökningen det som avses, anses undersökningen ha en god validitet.

Systematiska fel kan uppstå när teoretiska och empiriska begrepp inte stämmer överens, då saknas en god validitet (ibid.). Syftet med uppsatsens hypoteser är att förklara samband mellan finansiella rådgivare och kunders demografiska egenskaper och hur dessa påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut. Enkäten som skickats ut bygger på hypoteserna. Med hjälp av operationalisering har vi omarbetat de omätbara variablerna till mätbara. I uppsatsen enkätundersökning är variabeln kultur ett bra exempel. För att kunna mäta kultur har variabeln omarbetats till en mätbar variabel i form av modersmål. Anledningen till detta är att kultur kan definieras på en mängd olika sätt men för uppsatsens syfte var variabeln modersmål mest lämpad.

Reliabilitet definieras som den tillförlitlighet som undersökningens resultat ger (Körner & Wahlgren, 2002). Undersökningen ska kunna upprepas och ge identiskt resultat för att uppnå en hög reliabilitet. Vidare är det viktigt att eliminera slumpmässiga fel genom att mäta noggrant och inte låta undersökningen påverkas av tillfälligheter (ibid.). För att uppnå en så hög reliabilitet som möjligt har vi skickat ut identiska enkäter till alla respondenterna. Vidare har vi varit noggranna i bearbetningen av materialet för att höja undersökningens tillförlitlighet. Reliabiliteten är nödvändig för att en god validitet ska uppnås.

4.5. Teststudie

Uppsatsens teststudie gick ut på att få feedback på enkäten, som skulle skickas ut till alla privatrådgivare på banken, av kontaktpersonen på banken. Kontaktperson ansåg att frågorna kring den finansiella rådgivarens demografiska egenskaper var bra. Dessutom tyckte kontaktpersonen att upplägget var bra men information kring profilerna behövde kompletteras. Vidare krävdes det mer specifika förutsättningar för att de finansiella rådgivarna skulle kunna göra så rättvisa bedömningar av profilerna som möjligt. Kontaktpersonen ansåg att det fanns risk för att privatrådgivarna skulle göra slumpmässiga värderingar kring risknivån för varje profil. Tidsmässigt skulle enkätundersökningen ta för lång tid för de finansiella rådgivarna, därför tyckte kontaktpersonen att vi skulle minska antalet fiktiva profiler.

Efter kritiken omformades enkäten och 16 profiler ändrades till 8 profiler. Vidare definierades tiden för investeringen tydligare och likadant syftet med investeringen. Utöver detta förändrade vi lönenivån till en specifik för alla profiler istället för att varje profil hade en viss lönenivå.

4.6. Svarsfrekvens och bortfallsanalys

Vår kontaktperson på banken har varit till stor hjälp vid enkätutskickandet. För det första har kontaktpersonen tillgång till mailadresser till alla privatrådgivarna på banken, vilket sparade en hel del tid för oss. För det andra tror vi att ett mail från vår kontaktperson kan medföra en ökad svarsfrekvens eftersom genomslagskraften ökar.

Tabell 4. 1 Antal och procent av svarande och bortfall

	Antal	Procent
Svarande	33	60
Bortfall	22	40
Total	55	100

Tabellen 4.1 visar att enkätundersökningen erhöll 33 svar av totalt 55 tillfrågade. Detta gav en svarsfrekvens på 60 %. Svartsfrekvensen kunde ha blivit högre om de finansiella rådgivarna hade haft längre tid på sig att svara. Med hänsyn till uppsatsens begränsade tid krävdes det att de finansiella rådgivarna svarade inom dessa fyra arbetsdagar. Bortfallet kan bero på att respondenter har varit på semester, utbildning eller har haft tidsbrist på ett eller annat vis. En annan anledning till att respondenterna inte har valt att svara på enkätundersökningen kan vara att det inte fanns möjlighet att använda rådgivningsstödet vilket kan ha lett till osäkerhet. Osäkerheten kan bero på att rådgivningsstödet ska användas vid en finansiell rådgivning. Med detta i åtanke anser vi att en svartsfrekvens på 60 % är bra.

4.7 Analysmetoder

För att analysera resultatet från enkätundersökningen har vi använt SPSS, ett program som användes till att göra statistiska analyser. Den första delen av analysen bestod i att beskriva data, det innebar att de finansiella rådgivarnas demografiska variabler sammanställdes. Den andra delen av analysen bestod av tester av normalfördelningen av

beroende variablerna och signifikansnivåerna för de finansiella rådgivarnas demografiska variabler. Normalfördelningen redovisas i histogram där man enkelt kan se om variabeln är normalfördelad. Signifikansnivåerna testades med hjälp av ANOVA – tabeller.

4.8. Kapitelsammanfattning

I detta kapitel har vi beskrivit hur vi har gått tillväga när vi letat vetenskapliga artiklar till uppsatsen. Med hjälp av sökorden thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspel, risk och finansiell rådgivning hittades relevanta vetenskapliga artiklar på Google Scholar:s och Emerald:s hemsidor. Vidare samlades data in med hjälp av en enkätundersökning som skickades ut till 55 finansiella rådgivare på en specifik bank. Enkätundersökningen är uppbyggd i två delar. Den första delen är frågor kring de finansiella rådgivarnas demografiska egenskaper och den andra delen är åtta fiktiva profiler som de finansiella rådgivarna ska presentera en specifik risknivå för. I kapitlet har oberoende och beroende variabler diskuterats samt validitet och reliabilitet. Med hjälp av vår kontaktperson gjordes en teststudie i form av att kontaktpersonen gav oss feedback och förslag till förbättringar av enkätens utformning. Av de 55 enkäter som skickades ut fick vi respons av 33 stycken, detta gav en svarsfrekvens på 60 %. I analysprogrammet SPSS användes funktioner som beskrev data och analyserade data. Detta kommer att beskriva med hjälp av tabeller och figurer i nästa kapitel.

5. Empirisk analys

Detta kapitel kommer att presentera resultaten från uppsatsens enkätundersökning. Vidare analyseras data för att på olika sätt prova hypoteserna. Avslutningsvis sammanfattas resultat och analys delen med en kapitelsammanfattning.

Avsnittet belyser resultatet från enkätundersökningen. Till en början presenteras de specifika demografiska variablerna för de finansiella rådgivarna. Där beskrivs fördelningen av respondenternas ålder, genus, utbildningsnivå, modersmål och SwedSec - licensiering. Vidare kommer det att analyseras kring normalfördelningen och signifikansen vid samband mellan olika demografiska variabler och skillnad i risknivå. Slutligen kommer hypoteserna att testas för att sedan förkastas eller accepteras. Avsnittet avslutas med en kapitelsammanfattning.

5.1. Beskrivning av datamaterial

Enkäten skickades ut till 55 finansiella rådgivare varav 33 svarade. Detta gav en svarsfrekvens på 60 %. I tabellerna nedan beskrivs varje demografisk variabel; genus, ålder, utbildning, modersmål och SwedSec - licensiering.

Tabell 5.1 Antal och procent för variabeln genus

Genus	Antal	Procent
Man	11	33,3
Kvinna	22	66,7
Total	33	100

Tabell 5.1 visar hur stor andel av respondenterna som är män respektive kvinnor. I undersökningen var 11 stycken av de finansiella rådgivarna män och resterande 22 respondenter var kvinnor. Detta innebär att två tredjedelar av de finansiella rådgivarna i undersökningen är kvinnor.

Tabell 5.2 Antal och procent för variabeln ålder

Ålder	Antal	Procent
18-25	2	6
26-35	5	15,2
36-45	9	27,3
46-55	14	42,4
56 >	3	9,1
Total	33	100

Tabell 5.2 visar fördelningen av variabeln ålder. Ur tabellen kan man utläsa att 42,4 % av respondenterna är i åldersintervallet 46 – 55 år. Respondenternas medelålder är 44 år. Att medelåldern inte ligger i åldersintervallet 46 – 55 år beror på att det finns respondenter som var yngre och befinner sig i åldersintervallen 18-25 år och 26-35 år, vilket medför en sänkt medelålder.

Tabell 5.3 Antal och procent för variabeln modersmål

Modersmål	Antal	Procent
Svenska	31	93,9
Annat	2	6,1
Total	33	100

Tabell 5.3 visar hur stor andel av respondenterna som har svenska som modersmål samt andelen för respondenterna som har annat modersmål. Man kan utläsa att majoriteten av respondenterna har svenska som modersmål.

Tabell 5.4 Antal och procent för variabeln utbildning

Utbildning	Antal	Procent
Grundskola	0	0
Gymnasial	21	63,6
Akademisk	12	36,4
Total	33	100

Tabell 5.4 beskriver variabeln utbildning. Av de 33 respondenterna har 21 stycken en avslutad gymnasial utbildning. De resterande 12 respondenterna har en avslutad akademisk utbildning. Noterbart är att nästan två tredjedelar endast har en avslutad gymnasial utbildning, men det är mycket internutbildning i bankvärlden.

Tabell 5.5 Antal och procent för variabeln SwedSec - licensiering

SwedSec	Antal	Procent
Ja	7	21,2
Nej	26	78,8
Pågående	0	0
Total	33	100

Tabell 5.5 visar antalet respondenter som innehar en SwedSec – licensiering. Man kan utläsa att närmare 80 procent saknar licensiering. SwedSec - licensieringen visar att en finansiell rådgivare har goda kunskaper inom sparande och placeringar, handel och administration, finansiell ekonomi, etik och sundhetsregler samt regelverk för värdepappersmarknaden.

Tabell 5.6 beskriver skillnaden mellan den finansiella rådgivaren egen riskprofil och vilken risknivå som rådgivaren presenterar för respektive profil. Det fanns sex olika risknivåer som respondenterna kunde välja mellan. Risknivåerna grundade sig på Accessfondernas standardavvikelser. Skillnaden i risknivå beräknades genom att utgå ifrån respondentens egen risknivå för att sedan jämföra det med risknivån varje fiktiv profil fick presenterad för sig.

Tabell 5.6 Skillnad i risknivå mellan finansiell rådgivare och profil

Skillnad	Antal	Procent
0	61	23,1
1	93	35,2
2	55	20,8
3	33	12,5
4	19	7,2
5	3	1,1
Total	264	100

Tabellen 5.6 visar även att de flesta skillnader i risknivåer mellan de finansiella rådgivarnas riskprofiler och de fiktiva profilerna är ett. Detta innebär att de finansiella rådgivarna har presenterat en Accessfond för kunden som har risknivån ett steg högre eller ett steg lägre i jämförelse med rådgivarens egen riskprofil. Ur tabellen kan man även utläsa att det är skillnader mellan noll och två som är den vanligaste skillnaden i

risknivå. Detta kan man tolka som att det rådgivarna själva väljer att investera i är likvärdigt med det de presenterar för kunderna.

5.1.1. Stereotypisk finansiell rådgivare

Respondenternas demografiska egenskaper i enkätundersökningen kan ligga till grund för en stereotypisk finansiell rådgivare. Utifrån de demografiska variablerna som redovisats i tabellerna ovan skapas uppsatsens stereotypiska finansiella rådgivare. Denna profil är en kvinna som är 44 år gammal och svenska. Hon har en avslutad gymnasial utbildning och saknar SwedSec - licensieringen.

Teorierna som används i uppsatsen beskriver hur riskbeteendet beror på vilka demografiska variabler en individ har. Khan et al. (2010) menar att thin-slicing är när man kategoriserar individer utifrån ytliga egenskaper i form av genus, klädsel, utseende och ras. I enkätundersökningens fiktiva profiler beskrevs genus, yrkesroll och civilstånd. En annan variabel som kan vara relevant för kategoriseringen är bostadsformen, exempelvis hyresrätt, villa och bostadsrätt. Dessa bör ha legat till grund för respondenterna när de skulle kategorisera de fiktiva profilerna i olika risknivåer. Similarity attraction paradigm är en teori som beskriver en samhörighetskänsla mellan individer med likande demografiska egenskaper (Goldberg, 2005). Ajzen (1974) menar att samhörighetskänslan också kan bero på gemensamma värderingar, intressen och karaktärsdrag. Egenskaperna som främst påverkar en samhörighetskänsla är genus, ålder, kultur, utbildning och inkomst. Risknivån bör ha påverkats av similarity attraction paradigm eftersom respondenterna har känt samhörighet med vissa profiler.

Grable (2000) menar att riskbeteendet påverkas av de demografiska egenskaperna genus, ålder, utbildning och inkomst. Eckel & Grossman (2002) anser att män är mer riskbenägna än kvinnor. Den fiktiva stereotypiska finansiella rådgivaren är kvinna vilket enligt teorin innebär att hon anses vara mindre riskbenägen. Detta kan medföra att hon presenterar investeringsalternativ med lägre risknivå än vad männen skulle ha gjort. Sung & Hanna (1996) menar att det inte finns samband mellan ålder och riskbeteende förrän individer är i 55 års ålder då risktoleransen minskar. Den stereotypiska finansiella rådgivaren är 44 år gammal och risknivån bör inte påverkas på grund av åldern. Hallahan et al. (2004) anser att inkomstnivå påverkar riskbeteendet, ju högre

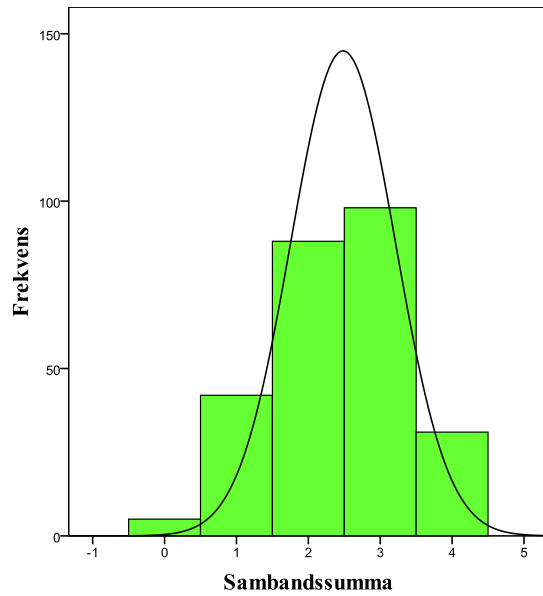
inkomstnivå desto högre riskbenägenhet. Inkomsten var identisk vid alla profiler och bör därför inte ha påverkat den stereotypiska finansiella rådgivaren beslut kring risknivåer. Utbildningsnivån påverkar riskbeteendet på samma sätt som inkomstnivån enligt Grable (2000). Den stereotypiska finansiella rådgivaren har en avslutad gymnasial utbildning vilket bör innebära att stereotypen är mindre riskbenägen än den finansiella rådgivaren med en avslutad akademisk utbildning. Sammanfattningsvis bör den stereotypiska finansiella rådgivaren enligt teorierna ha en låg riskbenägenhet med hänsyn till genus och utbildningsnivå.

5.2. Normalfördelning och signifikanstest på beroende variabler

I det kommande avsnittet kommer normalfördelningen av sambandssumma och skillnader i risknivå att presenteras. Vidare presenteras och analyseras signifikanstestet på beroende variablerna sambandssumma och skillnad i risknivå.

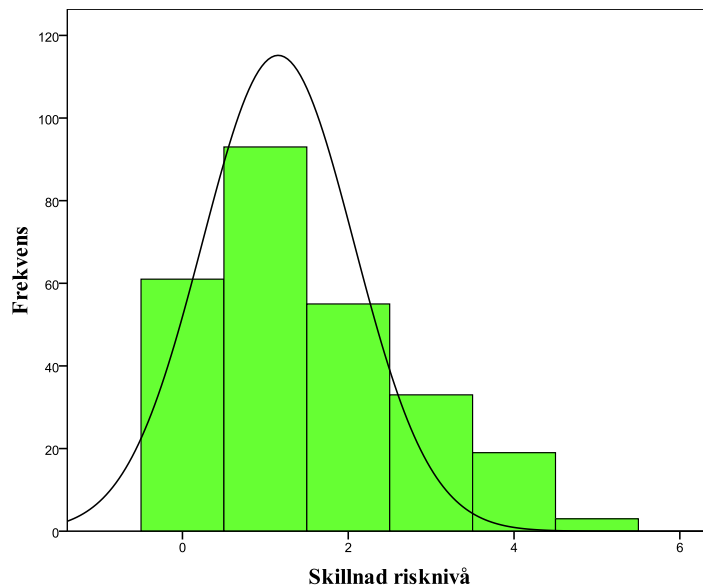
5.2.1. Normalfördelning

Enligt Körner & Wahlgren (2002) är normalfördelning ett sätt att undersöka om materialet är statistiskt säkerställt eller inte. Tanken med normalfördelningen är att det mesta av materialet ska befinna sig innanför normalfördelningskurvan samt att det inte ska finnas alltför många ytterligheter. Vidare säkerställer normalfördelningskurvan om urvalet är tillräckligt stort för just denna typ av undersökning. Normalfördelningskurvan tillämpas vanligen på beroende variabler, det vill säga variabler som påverkas av någon annan variabel (ibid.). I uppsatsen är det variablerna sambandssumma och skillnad i risknivå som är beroende variabler.



Figur 5.1 Normalfördelningskurva för sambandssumma

I figur 5.1 ser vi hur väl de finansiella rådgivarnas demografiska egenskaper samt de fiktiva profilernas demografiska egenskaper matchar varandra. Som vi kan se är sambandssumman normalfördelad, vilket innebär att underlagets resultat är statistiskt säkerhetsställt.



Figur 5.2 Normalfördelningskurva av skillnader i risknivå

Figur 5.2 visar hur skillnaden i risknivå är fördelad. Det är den finansiella rådgivarens egen risknivå jämfört med varje profils risknivå. Ur diagrammet kan man utläsa att även denna variabel är normalfördelad. Detta innebär att vi har kontrollerat att båda beroende variablerna är normalfördelade.

5.2.2. Signifikanstest på beroende variabler

Vid sammanställningen av svaren från enkätundersökningen jämfördes de finansiella rådgivarnas och de fiktiva profilernas demografiska variabler. Vid kodningen i SPSS av matchningarna mellan den finansiella rådgivaren och profilerna användes 0 och 1. 0 betyder att den enskilda demografiska variabeln är likadan medan 1 betyder att den enskilda demografiska variabeln är olika för den finansiella rådgivaren och profilen. Därefter sammanställs summan av nollorna och ettorna och bildar det som benämns som sambandssumman. Detta innebär att det finns totalt 264 matchningar mellan privatrådgivarna och de fiktiva profilerna. Tabell 5.7 visar att signifikansnivån är 71,7 % för sambandssumman i förhållande till skillnad i risknivå. Detta innebär att man kan påvisa att skillnad i risknivå inte påverkas av sambandssumman.

Tabell 5.7 ANOVA - tabell för sambandssumma och skillnad i risknivå

Skillnad i risknivå					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,262	4	,815	,525	,717
Within Groups	400,465	259	1,552		
Total	403,726	263			

Thin-slicing är en teori som innebär att man kategoriserar individer utifrån ett första möte eller intryck (Croskerry, 2006). Kategoriseringen är ett omedvetet beteende hos alla individer (ibid.). Murphy (2005) anser att det finns olika nivåer av thin-slicing som beror på hur lång observationstiden är, vid längre observationstid kategoriseras individen annorlunda än vid en kort observationstid. Man kategoriserar en individ utifrån utseendet, beteendet och den icke-verbala kommunikationen (ibid.). De finansiella rådgivarna fick i enkätundersökningen göra en kategorisering av varje fiktiv profil utifrån den information som fanns tillgänglig. Det kan ha inneburit att kategoriseringar har blivit felaktig vilket kan ha lett till att presentationen av risknivån i sin tur också har blivit felaktig. Det är detta som är problemet med thin-slicing.

Similarity attraction paradigm är en teori som belyser samhörighetskänsla mellan individer med liknande demografiska egenskaper (Ajzen, 1974). Samhörighetskänsla kan även uppkomma mellan individer med liknande karaktärsdrag, intressen och värderingar. Dock påpekar författaren att similarity attraction paradigm inte alltid ger positiva resultat eftersom individer som har gemensamma demografiska egenskaper blir för lika varandra (ibid.). I enkätundersökningen användes de demografiska variablerna genus, ålder, modersmål och utbildningsnivå. Med hänsyn till att man inte kunde påvisa något samband mellan de två beroende variablerna kan man heller inte tillämpa similarity attraction paradigm. Anledningen kan vara att de finansiella rådgivarna och profilerna är för olika eller lika varandra vilket innebär att skillnaderna i risknivåerna påverkas av detta.

Thomas (2000) menar att den finansiella risken påverkar ett investeringsbeslut. Valet av investeringsalternativet påverkas också av riskbeteendet hos individen (ibid). Individers personligheter och demografiska egenskaper lägger grunden för deras riskbeteenden (Grable, 2000). De demografiska egenskaperna som påverkar riskbeteendet är genus, ålder, utbildningsnivå och inkomstnivå (ibid). Med tanke på att respondenterna var ganska lika varandra i enkätundersökningen kan det vara anledningen till att man inte kan påvisa något samband mellan sambandssumma och skillnad i risknivå.

Sammanfattningsvis kan man inte tillämpa teorierna thin-slicing och similarity attraction paradigm i denna uppsats. Vidare kan man påvisa att samband saknas mellan skillnad i risknivå och sambandssumma. Anledningen till detta kan vara att den finansiella rådgivarens egen risknivå har varit för lik den som har presenterats för de fiktiva profilerna. En ytterligare anledning kan vara att finansiell rådgivare och de fiktiva profilerna har varit för olika varandra vilket stärker tankarna kring att similarity attraction paradigm inte kan tillämpas. Dessa skillnader i demografiska egenskaperna kan ha bidragit till att de finansiella rådgivarna har gjort ett säkerhetsval när de presenterade risknivån för varje enskild profil.

5.3. Signifikanta och icke-signifikanta oberoende variabler

Enkätundersökningens svar har analyserats i SPSS med hjälp av ANOVA - tabeller och nedan kommer varje demografisk variabel att presenteras. Signifikansnivån kommer att presenteras, beskrivas och analyseras för varje demografisk variabel.

5.3.1. Genus

Den första variabeln som efterfrågades hos de finansiella rådgivarna var genus. Som vi nämnt tidigare var 60 % av respondenterna kvinnor. I tabell 5.8 kan vi utläsa att variabeln genus inte påverkar skillnad i risknivå eftersom signifikansnivån är över 10 procent. Detta innebär att man inte kan påvisa att skillnad i risknivå beror på den demografiska variabeln genus.

Tabell 5.8 ANOVA – tabell för variabeln genus

Skillnad i risknivå					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,742	1	,742	,761	,390
Within Groups	30,227	31	,975		
Total	30,970	32			

Teorin similarity attraction paradigm beskriver samhörighetskänsla mellan människor (Goldberg, 2005). Umans et al. (2008) menar att arbetet blir effektivare i grupper med både män och kvinnor eftersom beteendet och kommunikationen skiljer sig åt mellan de olika genusen. Skillnaden i beteende och kommunikation kan leda till ett positivt samspel eftersom konflikterna kan reduceras (ibid.). Girard och Pinar (2009) anser att den värdering som den finansiella rådgivaren gör av kunden påverkas av genuskombinationen. Värderingen bör bli bättre när kund och finansiell rådgivare känner samhörighetskänslor, samhörigheten kan uppstå om individerna är av samma kön (ibid.). Däremot menar Løkke et al. (2007) att Norden är ett välutvecklat område vad gäller jämställdhet, anledning till detta är det höga antalet kvinnor som arbetar. Detta innebär att samhörighetsteorin kring genus därför inte kan appliceras i Norden (ibid.).

Beckett et al. (2000) menar att riskbeteendet påverkas av individers demografiska egenskaper, men även personligheter. Män och kvinnor har olika riskbenägenheter, män är mer riskbenägna än kvinnor (Eckel & Grossman, 2002). Maxfield et al. (2010) menar att kvinnor vill börja på en låg risknivå och sedan stegvis öka den. Däremot börjar män på en högre risknivå direkt, dock befinner de sig på samma risknivå efter en längre tid. Anledningen till denna skillnad kan vara att kvinnor berörs mer av förluster än vad män gör (ibid.).

Tabell 5.9 Samband mellan genus och skillnad i risknivå

Genus	Antal	Riskenivå
Lika	132	1,48
Olika	132	1,50
Total	264	1,49

Anledningen till att variabeln inte är signifikant kan bero på Løkke:s et al. (2007) teori kring att Norden är jämställt. Med hänsyn till detta har de finansiella rådgivarna haft likvärdig samhörighetskänsla eller ingen samhörighetskänsla alls till varje enskild fiktiv profil i enkätundersökningen. Detta medför att värderingarna som de finansiella rådgivarna gör av de fiktiva profilerna har blivit likadana eftersom genuskombinationen inte påverkas enligt denna teori. Om man antar att det skapas en likvärdig samhörighetskänsla i Norden mellan individer oavsett genus bör värderingen av kunden vara likadan för alla fiktiva profilerna i enkätundersökningen. Dock har män och kvinnor fortfarande olika beteenden som kan påverka utgången av det finansiella mötet och valet av investeringsalternativ. Riskbeteendet påverkar investeringsalternativen, teorier menar att män och kvinnor har olika riskbenägenheter. Teoretiskt sätt borde skillnaderna i risknivå vara olika beroende på genuskombinationerna. Men som tabell 5.9 visar kan man se att medelvärdet i skillnaderna i risknivån inte påverkas av variabeln genus för att skillnad i risknivå skiljer sig endast marginellt. Detta innebär att similarity attraction paradigm inte kan tillämpas på variabeln genus i uppsatsen. Detta innebär även att teorierna kring riskbeteende som är beroende av genus inte heller kan tillämpas i uppsatsen. En anledning till att teorierna inte kan tillämpas kan vara att de finansiella rådgivarna är professionella och inte bedömer riskbeteendet efter genus.

5.3.2. Ålder

Den andra variabeln som efterfrågades hos de finansiella rådgivarna var deras ålder. I enkäten var det en öppen fråga men vid sammanställningen av data kategoriserades variabeln (som kan utläsas i tabell 5.2.). I tabell 5.10 kan vi utläsa att signifikansnivån för denna variabel är 92,5 %. Detta innebär att man inte kan påvisa något samband mellan ålder och skillnad i risknivå.

Tabell 5.10 ANOVA - tabell för variabeln ålder

Skillnad i risknivå	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15,970	22	,726	,484	,925
Within Groups	15,000	10	1,500		
Total	30,970	32			

Gellert & Kuipers (2008) menar att samhörighetskänslan, similarity attraction paradigm, kan skapas genom den demografiska variabeln ålder. Författarna anser att det är individer i samma åldersgrupp som kan känna samhörighet med varandra. Samhörighetskänslan kan göra att individerna kan föra öppnare diskussioner, ha en ökad förståelse för varandra och produktiviteten kan öka (ibid.). Perry et al. (1999) anser att det kan uppstå obekväma situationer vid rådgivningsmöten på grund av åldersskillnader. Främst när den finansiella rådgivaren är yngre än kunden (ibid.).

Thomas (2000) menar att den finansiella risken är viktig vid ett investeringsbeslut. Anledningen till detta är att risk och avkastning samvarierar (ibid.). Grable (2000) anser att riskbeteendet förändras med åldern eftersom risktoleransen minskar med åren. Hallahan et al. (2004) menar att yngre är mer riskbenägna eftersom de anser att förlusterna hinner återbetala sig. Däremot anser Sung & Hanna (1996) att det inte finns något samband mellan risknivå och ålder förrän vid 55 års ålder då risktoleransen minskar.

Tabell 5.11 Samband mellan ålder och skillnad i risknivå

Ålder	Antal	Riskenivå
Lika	62	1,45
Olika	202	1,50
Total	264	1,48

Samhörighetsteorin kan inte tillämpas på variabeln ålder. Anledningen till detta kan vara att respondenterna är för likvärdiga åldersmässigt. Detta kan ha lett till att investeringsalternativen som presenterades också var för likvärdiga. En annan aspekt kan vara att riskbeteendet är som Sung & Hanna (1996) beskriver i sin studie att alla har samma risktolerans fram till dess att individer är 55 år gamla. Tabell 5.11 visar att medelvärdet i skillnaden i risknivå är i princip densamma och därför kan man tillämpa Sung och Hanna:s (1996) teori kring ålder och risktolerans i uppsatsen. En annan anledning till att det inte finns något samband mellan ålder och skillnad i risknivå kan vara som Maxfield:s et al. (2010) teori säger, att kvinnor ökar sin risknivå stegvis. Orsaken kan då vara att majoriteten av respondenterna var i åldern 36 – 55, då borde kvinnornas stegvisa ökning i risknivå vara i nivå med männens risknivå.

5.3.3. Modersmål

Det som framkommit i analysprocessen är att variabeln modersmål påverkar skillnaden i risknivå. Denna variabel hade en signifikansnivå på 3,5 % som man kan utläsa i tabell 5.12. Det som är intressant att analysera kring är hur de finansiella rådgivarna resonerar när de presenterar ett visst investeringsalternativ för en person med annan härkomst. Variabeln modersmål är med i enkätundersökningen för att mäta den demografiska variabeln kultur.

Tabell 5.12 ANOVA – tabell för variabeln modersmål

Skillnad i risknivå					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6,802	1	6,802	4,487	,035
Within Groups	397,164	262	1,516		
Total	403,966	263			

I tabell 5.13 kan man utläsa att det är 103 av de 264 möjliga matchningar som har samma modersmål. Vidare kan man se att medelrisknivån skiljer sig beroende om variabeln är lika eller olika mellan den finansiella rådgivaren och kunden.

Tabell 5.13 Samband mellan modersmål och skillnad risknivå

Modersmål	Antal	Riskenivå
Lika	103	1,69
Olika	161	1,36
Total	264	1,49

Som man kan utläsa ur tabellen 5.13 ökar medelvärdet i skillnaden i risknivå om den finansiella rådgivaren och kunden känner samhörighet inom variabeln modersmål. Man kan dock inte utläsa om variabeln ökar eller minskar risktagandet. Goldberg (2005) menar att positiva resultat kan uppnås genom similarity attraction paradig. Anledningen till det positiva resultatet är att individerna känner samhörighet och det är samhörigheten som är nyckeln till det positiva resultatet. Detta kan medföra att när en finansiell rådgivare och kund har samma modersmål tenderar risknivån på investeringsalternativet att öka i jämförelse med den finansiella rådgivarens egen riskprofil. Å andra sidan menar Woods et al. (2010) att kulturella skillnader kan leda till positiva resultat. Detta kan innebära att finansiell rådgivare och kund med olika kulturella bakgrunder får ett mer positivt slutresultat än de med lika kulturella bakgrunder. Om denna teori stämmer innebär detta att risknivån på investeringsalternativet tenderar att öka gentemot den finansiella rådgivarens riskprofil. Detta kan innebära att finansiell rådgivare och kund med lika kulturella bakgrunder väljer en lägre risknivå på investeringsalternativet än de med olika kulturella bakgrunder.

Kultur är alltså en variabel som kan skapa en samhörighetskänsla. Kulturskillnader kan leda till språk – och kommunikationsproblem mellan den finansiella rådgivaren och kunden. Språkproblemen kan visa sig i form av missförstånd och leda till felaktiga investeringsbeslut. Ett annat problem är kroppsspråket, olika länder har olika kroppsspråk och visar respekt och hänsyn för motparten på olika sätt. Detta kan leda till konflikter eftersom det blir en kulturkrock. I enkätundersökningen var 93,9 % av de finansiella rådgivarna svenskar. Av de åtta fiktiva profilerna var fem stycken av annan

härkomst. I praktiken borde det blivit ett antal kulturkrokar. Med tanke på att de flesta finansiella rådgivarna i enkätundersökningen inte känner samhörighet med de fem fiktiva profilerna borde risknivån skilja sig från de övriga tre fiktiva profilerna. Rimligtvis har de finansiella rådgivarna därför presenterat antingen investeringsalternativ med högre eller lägre risknivå. Om risknivån är högre eller lägre beror på den finansiella rådgivarens egen riskprofil.

5.3.4. Utbildning

Den fjärde variabeln som efterfrågades hos de finansiella rådgivarna var vilken avslutad utbildningsnivå de har. I tabell 5.14 kan man utläsa att variabeln utbildning inte påverkar skillnaden i risknivå eftersom signifikansnivån är 89,6 procent. Med hänsyn till detta kan man inte påvisa någon signifikant skillnad mellan variabeln utbildning och skillnad i risknivå.

Tabell 5.14 ANOVA - tabell för variabeln utbildningsnivå

Skillnad i risknivå					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,017	1	,017	,017	,896
Within Groups	30,952	31	,998		
Total	30,970	32			

Walsh et al. (2007) menar att den finansiella rådgivarens kompetens påverkar kunders beslutsfattande och beteende. Sukirno & Siengthai (2011) anser att utbildningsnivå och den finansiella rådgivarens professionalitet och kunskap hänger samman. Kvaliteten på utbildningen kan också vara avgörande (ibid.). Individer med liknande utbildningsbakgrund och nivå på utbildning har enklare för att skapa en samhörighetskänsla (Smardon, 2009). Enligt Grable (2000) påverkas risknivån av utbildningsnivån och inkomstnivån. Individer med högre utbildningsnivå tenderar att vara mer risktoleranta, en orsak är att inkomstnivån följer utbildningsnivån (ibid.). Hallahan et al. (2004) stärker Grable:s teori att inkomstnivån påverkar risknivån. Anledningen till detta är att höginkomsttagarna har råd att förlora pengar vid eventuella förluster.

Tabell 5.15 Samband mellan utbildningsnivå och skillnad risknivå

Utbildning	Antal	Riskenivå
Lika	123	1,50
Olika	141	1,49
Total	264	1,5

Similarity attraction paradigm kan inte tillämpas på variabeln utbildningsnivå. Som vi kan utläsa ur tabell 5.15 så är medelvärdet i skillnad i risknivån i stort sett densamma både vid lika utbildningsnivå och olika utbildningsnivåer. Anledningen till att utfallet blev som tabellen visar kan vara att alla finansiella rådgivarna och alla fiktiva profilerna hade gymnasial eller akademisk utbildning och därigenom blir för likvärdiga. En ytterligare anledning som kan göra dem för likvärdiga är att de finansiella rådgivarna kan ha gymnasial utbildning och intern utbildning som kan motsvara en akademisk utbildning. Med hänsyn till medelvärdet i skillnad i risknivå kan man inte styrka Grable:s och Hallahan:s teorier att risktoleransen ökar med utbildningsnivån. Detta eftersom tabell 5.15 bara visar att det finns 123 av 264 matchningar som är lika men inte på vilken utbildningsnivå sambandet finns.

5.3.5. SwedSec - licensiering

Variabeln SwedSec – licensiering fanns med i enkätundersökningen främst som en kontrollvariabel. SweSec – licensieringens syfte är att upprätthålla individens förtroende för anställda på värdepappersmarknaden. För att inneha en SwedSec – licensiering krävs det att man gör ett test som berör sparande och placeringar, handel och administration, finansiell ekonomi, etik och sundhetsregler samt regelverk för värdepappersmarknaden (SwedSec, 2011). Förtroende och tillit kan även skapas genom att den finansiella rådgivaren förstår kundens behov och önskemål (Johnson & Grayson, 2005). Om den finansiella rådgivaren förstår kunden kan rådgivaren erbjuda kundspecifika erbjudanden vilket ökar tilliten (ibid.). Skarmeas & Shabbir (2011) menar att grunden till att skapa en bra kundrelation sker vid det första mötet mellan finansiell rådgivare och kund då kunden får en positiv eller negativ upplevelse.

I enkätundersökningen framkom det att 7 av 33 respondenter innehar en SwedSec-licensiering (se tabell 5.5). Om värdepappersmarknaden vill skapa förtroende hos

individerna kan det kanske krävas att fler innehar licensieringen. Förtroendet bör kunna påverka en kunds risktagande eftersom kunden känner stor tillit för den finansiella rådgivaren. Ett annat sätt som kan skapa förtroende är långsiktiga relationer mellan finansiella rådgivare och kunder. Förtroende kan leda till att kunderna blir mer riskbenägna. Trots detta är det kunden som tar det slutgiltiga beslutet kring risknivån. En annan aspekt som är intressant är hur stor kunskap kunderna har angående SwedSec - licensieringen. Finns det en stor kunskap kan det påverka förtroendet annars bör SwedSec – licensieringen inte påverkar kundernas förtroende för den finansiella rådgivaren.

5.4. Hypotesprövning

I slutet av teoridelen skapades två hypoteser som kunde besvaras med hjälp av enkätundersökningen. Hypoteserna kommer i detta avsnitt att provas för att sedan accepteras eller förkastas. Tanken med hypoteserna var att titta på sambandssumman av de demografiska egenskaperna för att sedan sätta denna summa i förhållande till skillnaden i risknivåer för att hitta eventuella samband. Om vi måste förkasta hypoteserna kommer vi att försöka förklara varför de inte är signifikanta.

Tabell 5.16 Skillnad i risknivå (0-5) i förhållande till sambandssumma (0-4)

	0	1	2	3	4	Totalt
0	2	5	17	27	10	61
1	0	20	37	28	8	93
2	2	8	15	20	10	55
3	1	6	10	13	3	33
4	0	3	8	8	0	19
5	0	0	1	2	0	3
Total	5	42	88	98	31	264

Tabell 5.16 visar frekvensen av skillnad i risknivå vid olika sambandssummor. Som man kan utläsa är 1 den vanligaste skillnaden i risknivå i enkätundersökningen med sina 93 av 264 matchningar. Vidare kan man utläsa att den vanligaste sambandssumman är 3. Detta innebär att de flesta finansiella rådgivarna endast matchar med en demografisk variabel med profilen.

H1: Riskspridningen blir hög när finansiell rådgivare och kund har olika demografiska egenskaper.

När signifikansnivån testades för *H1* visade det sig att det inte fanns något signifikant samband mellan variablerna sambandssumma och skillnad i risknivå. Detta innebär med enkätundersökningen som gjorts kan man inte påvisa något samband mellan variablerna. Detta kan bero på att antalet respondenter var för lågt samt att respondenterna hade för likvärdiga profiler. Tabell 5.8 visar att riskspridningen till största del är mellan noll och två, detta kan också vara en anledning till att man inte kan påvisa något signifikant samband mellan hög riskspridning och olika demografiska variabler.

H2: Riskspridningen blir låg när finansiell rådgivare och kund har liknande demografiska egenskaper.

Signifikansnivån provades för *H2* och testet visade att det inte fanns något signifikant samband mellan låg riskspridning och liknande demografiska egenskaper. Anledningen till att man inte kan påvisa något signifikant samband kan vara att det endast var fem av 264 som matchade varandras demografiska egenskaper fullt ut. Vidare kan man utläsa ur tabell 5.8 att det var 42 stycken som matchade varandra på tre av fyra demografiska variablerna. Om vi lägger samman dessa två grupperna kan vi konstatera att de endast utgör en femtedel av det totala antalet matchningar, detta kan ge ett missvisande resultat.

Hypoteserna i uppsatsen kan inte påvisa något samband mellan skillnad i risknivå och sambandssumma. Detta kan bero på att antalet respondenter varit för få. En annan aspekt kan vara att de finansiella rådgivarnas demografiska egenskaper är för likvärdiga. Dock kan man påpeka att det endast var den oberoende variabeln modersmål som var signifikant.

5.5 Kapitelsammanfattning

I detta analyskapitel har vi redovisat resultatet från uppsatsens enkätundersökning. Första delen beskriver de finansiella rådgivarnas demografiska egenskaper, hur många som svarade och hur dem svarade. Utifrån det beskrivande materialet skapades en stereotypisk finansiell rådgivare. När vi analyserade resultatet visade det sig att den enda signifikanta demografiska variabeln var modersmål. De två beroende variablerna, skillnad i risknivå och sambandssumma var normalfördelade. Detta innebär att materialet är statistiskt säkerhetsställt. Avslutningsvis provades hypoteserna och vi kunde påvisa något samband mellan skillnad i risknivå och sambandssumma.

6. Slutsatser

Uppsatsens avslutande kapitel kommer att diskutera samspelet och professionalismen vid ett rådgivningsmöte mellan finansiell rådgivare och kund. Vidare kommer självkritik att riktas till uppsatsen samt förslag till fortsatt forskning att presenteras.

6.1 Diskussion

Syftet med uppsatsen var att förklara hur samspelet mellan finansiella rådgivares och kunders demografiska egenskaper påverkar den finansiella rådgivningen vid ett investeringsbeslut. Fokuset har legat på investeringsalternativens risknivåer och vilken risknivå de finansiella rådgivarna presenterat för de fiktiva profilerna i enkätundersökningen. Den presenterade risknivån har jämförts med den finansiella rådgivarens egen risknivå som också efterfrågades i enkätundersökningen.

Teorierna som belysts i uppsatsen är thin-slicing, similarity attraction paradigm, samspelsteorier samt risk- och rådgivningsteorier. Thin-slicing innebär att man omedvetet kategoriserar individer vilket kan medföra att risknivån blir densamma för alla i samma kategori. Detta behöver inte alltid stämma överens med verkligheten. Similarity attraction paradigm och samspelsteorier menar att individer som känner samhörighet eller förtroende tenderar att få positiva resultat när de samarbetar med varandra. Det innebär att risknivån kan öka med hänsyn till dessa två teorier. Likaså kan risknivån bli lägre om individer inte känner samhörighet eller förtroende för den finansiella rådgivaren. Risknivån är inte enbart beroende av samhörighet och samspel utan påverkas även av varje individs riskbeteende och risktolerans. Individers demografiska egenskaper och personlighet ligger till grund för deras riskbeteende.

Enligt teorierna borde ett finansiellt rådgivningsmöte mellan en finansiell rådgivare och en kund påverkats av samhörighetskänslan. Dock visade resultatet från uppsatsens enkätundersökning att teorierna inte kan tillämpas vid ett finansiellt rådgivningsmöte vad gäller investeringsbeslut. Anledningen till detta kan vara att respondenterna hade för lika demografiska egenskaper samt att det var för få respondenter. Det var endast en demografisk egenskap som påverkar skillnaden i risknivå, denna egenskap var

modersmål. Modersmål användes för att mäta egenskapen kultur. Det som framkom var att de matchningar som var lika hade ett medelvärde i risknivå i skillnad i risknivå på 1,69. De matchningar som var olika hade ett medelvärde i risknivå i skillnad i risknivå som var 1,36. Anledningen till dessa skillnader kan vara att person som känner samhörighetskänsla oftast väljer ett investeringsalternativ med högre risknivå jämfört med personer som inte känner någon samhörighetskänsla. De demografiska egenskaperna som inte påverkade skillnaden i risknivå var genus, ålder och utbildningsnivå. Resultatet av enkätundersökningen visade att 60 % av respondenterna var kvinnor vilken kan ha haft en betydelse. Den mest troliga anledningen till att genus inte påverkade skillnaden i risknivå är jämställdheten som råder i Norden. Jämställdheten innebär att samhörighetskänslor inte kan skapas i den demografiska egenskapen genus. Teorierna menar att riskbeteendet är olika hos män och kvinnor men vår enkätundersökning styrker inte detta med tanke på antalet kvinnor. Åldern efterfrågades också i enkätundersökningen, resultatet visade att många av de finansiella rådgivarna var i åldersspannet 36 - 55 år. Teorin om att riskbeteendet och risktoleransen är densamma för individer fram till det att man är 55 år gammal stärks av resultatet från enkätundersökningen. Utbildningsnivå var den tredje variabeln som inte påverkade skillnaden i risknivå. Alla finansiella rådgivare och alla fiktiva profiler hade avslutad gymnasial eller akademisk utbildning. Dessa kan ha varit för likvärdiga och detta kan ha inneburit att vi inte kunde påvisa något samband mellan den demografiska egenskapen kultur och skillnaden i risknivån.

Teorierna och resultatet från enkätundersökningen motsäger varandra. Kategoriseringen kan leda till att kunden kan få ett investeringsalternativ presenterat för sig som inte är rätt för kunden. Anledningen till detta kan vara att kunden blir felklassificerad eftersom den finansiella rådgivaren grundar sin riskpresentation på kundens yttre faktorer och beteende såsom kroppshållning och klädsel. Samhörighetskänslorna kan också leda till att den finansiella rådgivaren gör felaktiga riskpresentationer till kunden. Detta kan bero på att den finansiella rådgivaren tror att en kund med samma demografiska egenskaper som rådgivaren själv också har samma riskbeteende och risktolerans. En orsak till att teorierna inte kan tillämpas kan vara att de finansiella rådgivarna är professionella vilket innebär att de inte påverkas av thin-slicing och samhörighetskänslor som similarity attraction paradigm berör. Professionaliteten innebär att de finansiella rådgivarna använder sig av rådgivningsstödet och inte väger in personliga värderingar. Med andra

ord arbetar privatrådgivarna utifrån Aristoteles tre former av mänskligt handlande som ligger till grund för hur professionella yrkesindivider bör handla. Detta medför i enkätundersökningen att de finansiella rådgivarna presenterar den risknivå för varje fiktiv profil som de tror är rätt svar utifrån rådgivningsstödet. Men undersökningens syfte var inte att rådgivningsstödet skulle användas utan vill undersöka om teorierna kunde tillämpas i bankväsendet. En annan orsak till att teorierna inte kan tillämpas kan vara att de fiktiva profilernas och de finansiella rådgivarnas demografiska egenskaper i enkätundersökningen var för olika varandra. Resultatet från enkätundersökningen visade att det endast var 5 av de 264 matchningarna som hade helt identiska demografiska egenskaper. Detta kan medföra att antalet matchningar som är helt identiska är för få för att teorin similarity attraction paradigm ska kunna tillämpas. Eftersom teorierna inte kan tillämpas inom bankväsendet kunde vi inte påvisa något samband mellan riskspridning och liknande eller olika demografiska egenskaper vilket innebär att hypoteserna inte kan accepteras.

Uppsatsen försökte att tillämpa befintliga teorier på ett nytt område. Det visade sig att teorierna inte går att tillämpa utifrån undersökningsmaterialet som vi har fått fram. Undersökningsmaterialet kanske skulle ha varit mer omfattande för att eventuellt få ett annat resultat. Trots detta har vi kommit fram till att de finansiella rådgivarna är professionella i sin rådgivning vilket är bra för kunderna som söker finansiell rådgivning. Avslutningsvis innebär detta att kunderna inte blir kategoriserade eller bedömda av den finansiella rådgivaren utan rådgivningsstödet gör bedömningen och presenterar det investeringsalternativ som är mest lämpad för kunden.

6.2. Självkritik

Uppsatsen hade kunnat bli bättre och gett ett annat resultat om fler banker hade involverats i undersökningen, dock fanns inte detta som alternativ eftersom uppsatsen skrivits under en begränsad tid. Vi beräknade att detta skulle blivit alltför tidskrävande och omfattande. Ett annat sätt att förbättra uppsatsen kunde varit att haft djupgående intervjuer med finansiella rådgivare, där vi hade kunnat ställa följdfrågor. Om detta hade varit fallet hade vi haft möjlighet att välja ut ett par finansiella rådgivare från banken som är verksamma i Kristianstad kommun. Slutligen hade det kunnat vara intressant att undersöka om de finansiella rådgivarna aktiva eller passiva vad gäller sina

egna investeringar, detta kan man undersöka med hjälp av ytterligare en fråga som kan läggas i samband med vilken risknivå de själva skulle välja i enkäten.

6.3. Förslag till framtida forskning

Som nämnts i självkritiken kan enkätundersökningen utvecklas, dels genom fler variabler men även genom att skicka ut enkäten till fler banker. Undersökningen hade med hjälp av detta blivit mer trovärdig. Ett annat sätt att utföra undersökningen på är att göra djupgående intervjuer med finansiella rådgivare från olika banker i Kristianstad kommun. Denna undersökningsform kan bidra med andra resultat eftersom man kan ställa följdfrågor under intervjun. Slutligen kan man fortsätta forska kring samspel och beteende inom bankväsendet eftersom de anställda behöver förstå kunderna och på så sätt behålla sina befintliga kunder trots den tuffa konkurrensen men även bygga upp nya kundrelationer.

Referenser

- Ajzen, Icek. (1974). Effects of information on interpersonal attraction: Similarity versus affective value. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol 29, issue 3. s. 374-380.
- Athanasopoulou, Pinelopi. (2008). Antecedents and consequences of relationship quality in athletic services. *Managing Service Quality*, vol. 18, issue 5. s. 479-495.
- Beckett, A., Hewer, Paul. & Howcroft, Barry. (2000). An exposition of consumer behaviour in the financial services industry. *International Journal of Bank Marketing*, vol. 18, issue 1. s. 15-26.
- Bejou, D., Ennew, Christine T. & Palmer, Adama. (1998). Trust, ethics and relationship satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, vol. 16, issue 4. s. 170-175
- Berkowitz, Leonard. (1969) *Advances in Experimental Social Psychology*, uppl. 4. New York: Academic Press, INC.
- Boyce, Lisa A., Jackson, R. Jeffrey. & Neal, Laura J. (2010). Building successful leadership coaching relationships Examining impact of matching criteria in a leadership coaching program. *Journal of Management Development*, vol. 29, issue 10. s. 914-931.
- Byrne, Donn., Clore, Gerald L. & Smeaton, George. (1986). The Attraction Hypothesis: Do Similar Attitudes Affect Anything?. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 51, issue 6. s. 1167-1170.
- Christensen, Lars., Andersson, Nina., Gräs, Carin. & Haglund, Lars. (2010) *Marknadsundersökning- en handbok*, uppl. 3. Lund: Studentlitteratur
- Croskerry, Patrick. (2006). Critical Thinking and Decisionmaking: Avoiding the Perils of Thin-Slicing. *Annals of Emergency Medicine*, vol. 48, issue 6. s. 720-722.
- Eckel, Catherine C. & Grossman, Philip J. (2002) Sex differences and statistical stereotyping in attitudes toward financial risk. *Evolution and Human Behavior*, vol. 23, issue 4. s. 281-295.
- Feingold, Alan. (1990) Gender Differences in Effects of Physical Attractiveness on Romantic Attraction: A Comparison Across Five Research Paradigms. *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 59, issue 5. s. 981-993.
- Foxwall, Gordon R. (1995). Cognitive styles of consumer behaviour. *Technovation*, vol. 15, issue 5. s. 269-288.
- Gellert, Franz J. & Kuipers, Ben S. (2008). Short- and long-term consequences of age in work teams An empirical exploration of ageing teams. *Career Development International*, vol. 13, issue 2. s. 132-149.
- Girard, Tulay. & Pinar, Musa. (2009). An exploratory study of gender effect on student presentation evaluations Does gender similarity make a difference? *International Journal of Educational Management*, vol. 23, issue 3. s. 237-251.
- Goldberg, Caren B. (2005). Relational Demography and Similarity-Attraction in Interview Assessments and Subsequent Offer Decisions. *Group and Organization Management*, vol. 30, issue 6. s. 597-624.

- Grable, John E. (2000). Financial risk tolerance and additional factors that affect risk taking in everyday money matters. *Journal of Business and Psychology*, vol. 14, issue 4. s. 625-630.
- Hallahan, Terrence A., Faff, Robert W. & McKenzie, Michael D. (2004). An empirical investigation of personal financial risk tolerance. *Financial Services Review*, vol. 13, issue 1. s. 57-78.
- Johnson, Devon. & Grayson, Kent. (2005). Cognitive and affective trust in service relationships. *Journal of Business Research*, vol. 58, issue 4. s. 500-507.
- Khan, Tariq M., Clear, Fintan., Al-Kaabi, Ahmed. & Pezeshki, Vahid. (2010) An exploratory study of the effects of diversity dimensions and intervening variables on attitudes to diversity. *Team Performance Management*, vol. 16, issue 5. s. 289-308.
- Körner, Svante. & Wahlgren, Lars. (2002) *Praktisk statistik*, uppl. 3. Lund: Studentlitteratur
- Lagen om finansiell rådgivning till konsumenter. SFS 2003:862
- Løkke, Anna-Kristina, Eskildsen, Jacob K. & Jensen, Troels Wendelboe. (2007). Absenteeism in the Nordic countries. *Employee Relations*, vol. 29, issue 1. s. 16-29.
- Maxfield, Sylvia., Sharpio, Mary., Gupta, Vipin. & Hass, Susan. (2010). Gender and risk: women, risk taking and risk aversion. *Gender in Management: An International Journal*, vol. 25, issue 7. s. 586-604.
- Mitussis, Darryn., O'Malley, Lisa. & Patterson, Maurice. (2006). Mapping the re-engagement of CRM with relationship marketing. *European Journal of Marketing*, vol. 40, issue 5/6. s. 572-589.
- Murphy, Nora A. (2005). Using thin slices for behavioural coding. *Journal of Nonverbal Behaviour*, vol. 29, issue 4. s. 235-246.
- Nofsinger, John R. & Varma, Abhishek. (2007) How analytical is your financial advisor? *Financial Service Review*, vol. 16, issue 4. s. 245-260.
- Palmer, Adrian. & Bejou, David. (1995). The effects of gender on the development of relationships between clients and financial advisers. *International Journal of Bank Marketing*, vol. 13, issue 3. s. 18-27.
- Park, Seohyun. & Smardon, Richard C. (2009) Intergenerational differences in values and dioxin risk perceptions in South Korea. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, vol. 20, issue 5 s. 522-537.
- Pellinen, Antti., Törmäkangas, Kari., Uusitalo, Outi. & Raijas, Anu. (2010). Measuring the financial capability of investors: A case of the customers of mutual funds in Finland. *International Journal of Bank Marketing*, vol. 29, issue 2. s. 107-133.
- Perry, Elissa L., Kulik Carol T. & Zhou, Jing. (1999) A closer look at the effects of subordinate-supervisor age differences. *Journal of organizational behaviour*, vol. 20, issue 3. s. 341-357.
- Rämö, Hans. (2004) Moment of trust: temporal and spatial factors of trust in organizations. *Journal of Managerial Psychology*, vol. 19, issue 8. s. 760-775.
- Saunders, Mark., Lewis Philip. & Thornhill, Adrian. (2009) *Research methods for business students*, uppl. 5. Edinburgh: Pearson Education Limited.

- Skarmeas, Dionysis. & Shabbir, Haseeb A. (2011). Relationship quality and giving behaviour in the UK fundraising sector: Exploring the antecedent roles of religiosity and self-construal. *European Journal of Marketing*, vol. 45, issue 5. s. 720-738.
- Stendardi, Edward J., Graham, Judy F. & O'Reilly, Mary. (2006). The impact of gender on the personal financial planning process. *Humanomics*, vol. 22, issue 4. s. 223-238.
- Sukirno, Sukirno. & Siengthai, Sunuta. (2011). Does participative decision making affect lecture performance in higher education? *International Journal of Educational Management*, vol. 25, issue 5.
- Sung, Jaimie. & Hanna, Sherman. (1996) Factors Related To Risk Tolerance. *Financial Counseling and Planning*, vol. 7, s. 11-19.
- SwedSec Licensiering AB, 2011 *SwedSec Licensiering AB- startsida*. SwedSec Licensiering AB [online] Tillgänglig: <<http://www.swedsec.se/start>> (hämtad 23 maj 2011).
- Thomas, Lyn C. (2000). A survey on credit and behavioural scoring: forecasting financial risk of lending to consumers. *International Journal of Forecasting*, vol. 16, issue 2 s. 149-172.
- Turban, Daniel B., Dougherty, Thomas W. & Lee, Felissa K. (2002) Gender, Race and Perceived Similarity Effects in Developmental Relationships: The Moderating Role of Relationship Duration. *Journal of Vocational Behavior*, vol. 61, issue 2. s. 240-262.
- Umans, Timurs. (2008) Ethnic identity, power, and communication in top management teams. *Baltic Journal of Management*, vol. 3, issue 2. s. 159-173.
- Umans, Timurs., Collin, Sven-Olof. & Tagesson, Torbjörn. (2008) Ethnic and gender diversity, process and performance in groups of business students in Sweden. *Intercultural Education*, vol. 19, issue 3. s. 243-254.
- Walsch, Gianfranco., Evanschitzky, Heiner. & Wunderlich, Maren. (2008). Identification and analysis of moderator variables Investigating the customer satisfaction-loyalty link. *European Journal of Marketing*, vol. 42, issue 9. s. 977-1004.
- Wells, Nigel. & Wolfers, Jeff. (2000). Finance with a Personalized Touch. *Magazine Communications of the ACM*, vol. 43, issue 8. s. 31-34.
- Wetzel, Christopher G. & Insko, Chester A. (1982). The similarity-attraction relationship: Is there an ideal one? *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 18, issue 3. s. 253-276.
- Williams, Terrell G. (2002). Social class influences on purchase evaluation criteria. *Journal of Consumer Marketing*, vol. 19, issue 3. s. 249-276.
- Woods, Peter., Barker, Michelle. & Hibbins, Raymond. (2010). Tapping the benefits of multicultural group work: An exploratory study of postgraduate management student. *International Journal of Management Education*, vol. 9, issue 2. s. 59-70.
- Wägar, Karolina. & Lindqvist, Lars-Johan. (2010) The role of the customer contact person's age in service encounters. *Journal of Services Marketing*, vol. 24, issue 7. s. 509-517.
- Yavas, Ugur. & Babakus, Emin. (2010). Relationships between organizational support, customer orientation, and work outcomes: A study of frontline bank employees. *International Journal of Bank Marketing*, vol. 28, issue 3. s. 222-238.

Bilaga 1 - enkäten

Samspelet mellan rådgivare och kund - en enkätundersökning

Vi är två högskolestudenter från Kristianstad som läser ekonomprogram med inriktning på bank och finans. Vi skriver just nu vår kandidatuppsats och har valt att fokusera på samspelet mellan rådgivare och kund. Enkäten är uppbyggd i två delar, den första delen består av frågor kring Era demografiska egenskaper. Den andra delen består av 8 fiktiva profiler där Ni ska bedöma vilket av investeringsalternativen som är mest lämpad för varje enskild profil. Vi har beräknat att enkäten tar cirka 15 minuter att genomföra. Naturligtvis behandlas svaren konfidentiellt.

Tack på förhand!

Med vänlig hälsning
Sofia Hansson och Joanna Lövquist

Har ni frågor? Hör gärna av er till Sofia: 0768-703172 eller Joanna: 0733-920170.

* Required

1. Kön *

- Man
- Kvinna

2. Alder *

3. Modersmål *

- Svenska
- Annat

4. Utbildningsnivå *

Högsta avslutade utbildning

- Grundskola
- Gymnasial
- Akademisk

5. SwedSec-licensiering *

- Ja
- Nej

Instruktioner

Alla profiler nedan har bokat ett rådgivningsmöte för att de vill börja månadsspara 2000 kr i månaden för att kunna göra en långresa om 5 år. De är intresserade av Accessfonderna men vet inte vilken fond de ska välja. Utifrån den information Ni får ska Ni presentera den Accessfond som Ni anser mest relevant för varje profil. Månadsinkomsten är 28 000 kr för varje profil.

Profilerna kommer att benämnas som passiva eller aktiva kunder. Aktiva kunder ser över sina placeringar minst en gång var tredje månad annars anses kunder vara passiva.

OBSERVERA! Tanken är att ni, utifrån erfarenhet och kunskap skall ta ställning till, och dra slutsatser om de olika profilerna. Vi ber er därför att inte använda någon typ av rådgivningsstöd.

Profil 1 *

52-årig svensk kvinna som bor i en villa med sin man, hennes barn är utflugna. Hon arbetar som sjuksköterska och har gått högskoleutbildning. Kvinnan är en passiv kund och har tidigare endast sparat i fasträntekonto.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 2 *

En finsk kvinna i 28 års ålder bor i en hyresrätt med sin katt. Hon arbetar som snickare. I Finland gick hon yrkesförberedande högskoleutbildning för snickare. Hennes största intresse är köpa och sälja aktiefonder, detta innebär att hon är en aktiv kund.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 3 *

En svensk man i 44 års ålder. Han är fränksild och bor i en villa, han har sin son varannan vecka. Han arbetar som målare. Han gick målarlinje på gymnasiet och har arbetat sedan han tog studenten. Han är en aktiv kund som främst investerar i blandfonder som till största delen består av aktier.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 4 *

En fransk 57 årig man arbetar som kökschef. Han bor i bostadsrätt med sina fyra hundar. I Paris studerade han till kock på ett universitet. Han är en passiv kund som investerat i en kapitalförsäkring sedan tidigare, kapitalförsäkringen består till största delen av hedgefonder. Hedgefondernas utveckling har varit marginellt bättre än den 10 åriga statsobligationsräntan.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 5 *

Svensk 33 årig man bor i en bostadsrätt tillsammans med sin son. Han arbetar som banktjänsteman. Han gick ekonomisk utbildning på högskolan och började arbeta för 3 år sedan. Han är en passiv kund som har investeringar i obligationer.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 6 *

En 37 årig kvinna från Tyskland. Hon bor med sin dotter i en hyreslägenhet. Hon arbetar som tyskalärare på gymnasienivå men har ingen akademisk utbildning. Hon är en passiv kund som tidigare investerat i SPAX Bas

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 7 *

En 48 årig man från Danmark. Han bor med sin sambo och hennes tre barn i en hyresrätt. Han är utbildad civilingenjör och arbetar inom området. Han är en aktiv kund som har goda kunskaper om svenska aktiemarknaden som han tidigare har och fortfarande investerar i.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Profil 8 *

En 63 årig brittisk kvinna bor med sin man i en villa. Hon arbetar som tolk och hon har ingen akademisk utbildning. Hon har tidigare investerat i aktiefonder och är en aktiv kund.

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Vilken Accessfond hade du valt att investera i om du hade samma förutsättningar som finns i instruktionerna? *

Swedbank Robur Trygg (standardavvikelse 2,84 %) ▼

Bilaga 2 – redovisning av SPSS – material

Descriptives för variabeln genus

Genussamband			Statistic	Std. Error	
Skillnadrisknivå	Lika	Mean	1,48	,108	
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,26	
			Upper Bound	1,69	
		5% Trimmed Mean	1,41		
		Median	1,00		
		Variance	1,534		
		Std. Deviation	1,238		
		Minimum	0		
		Maximum	5		
		Range	5		
		Interquartile Range	1		
		Skewness	,689	,211	
		Kurtosis	-,342	,419	
			Olika	Mean	1,50
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound			1,29	
	Upper Bound			1,72	
5% Trimmed Mean	1,43				
Median	1,00				
Variance	1,560				
Std. Deviation	1,249				
Minimum	0				
Maximum	5				
Range	5				
Interquartile Range	1				
Skewness	,677			,212	
Kurtosis	-,134			,420	

Descriptives för variabeln ålder

Åldersgruppssamband			Statistic	Std. Error
Skillnadrisknivå	Lika	Mean	1,45	,157
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	1,14
		Upper Bound	1,77	
		5% Trimmed Mean	1,39	
		Median	1,00	
		Variance	1,530	
		Std. Deviation	1,237	
		Minimum	0	
		Maximum	4	
		Range	4	
		Interquartile Range	1	
		Skewness	,678	,304
		Kurtosis	-,402	,599
			Olika	Mean
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound			1,33
Upper Bound	1,68			
5% Trimmed Mean	1,43			
Median	1,00			
Variance	1,551			
Std. Deviation	1,245			
Minimum	0			
Maximum	5			
Range	5			
Interquartile Range	1			
Skewness	,684			,172
Kurtosis	-,194			,341

Descriptives modersmål

Skillnadsrisknivå

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
Lika	103	1,69	1,229	,121	1,45	1,93
Olika	161	1,36	1,233	,097	1,17	1,55
Total	264	1,49	1,239	,076	1,34	1,64

Descriptives för variabeln utbildning

Utbildningssamband			Statistic	Std. Error
Skillnadrisknivå	Lika	Mean	1,50	,109
		95% Confidence Interval for Lower Bound	1,28	
		Mean	1,71	
		Upper Bound		
		5% Trimmed Mean	1,43	
		Median	1,00	
		Variance	1,449	
		Std. Deviation	1,204	
		Minimum	0	
		Maximum	5	
		Range	5	
		Interquartile Range	1	
		Skewness	,712	,218
		Kurtosis	-,158	,433
	Olika	Mean	1,49	,108
		95% Confidence Interval for Lower Bound	1,27	
		Mean	1,70	
		Upper Bound		
		5% Trimmed Mean	1,41	
		Median	1,00	
		Variance	1,633	
		Std. Deviation	1,278	
		Minimum	0	
		Maximum	5	
		Range	5	
		Interquartile Range	2	
		Skewness	,662	,205
		Kurtosis	-,307	,407