



Examensarbete, 15 hp, för

Kandidatexamen i företagsekonomi: Bank och Finans

VT 2021

Hur skall bankrådgivning utformas för att nå individer utan ekonomisk trygghet?

En kvalitativ studie om rådgivarens betydelse med ett utbildande syfte

Oscar Olsson och Beatrice Hellichius

Sektionen för hälsa och samhälle

Författare

Oscar Olsson och Beatrice Hellichius

Titel

Bankrådgivning, hur skall den utformas för att nå individer utan ekonomisk trygghet?

Handledare

Martin Abrahamsson

Examinator

Heléne Tjárnemo

Sammanfattning

Sveriges befolkning sparar rekordmycket men sparandet är snedfördelat eftersom det finns grupper i befolkningen som inte sparar alls. Framför allt de yngre saknar en kontantmarginal. Finansiella produkter anses som komplicerade och många i befolkningen saknar den färdighet och kompetens som krävs för att ta bra, ekonomiska beslut.

Idag förbises kundgrupper med mindre engagemang på grund av rådande strukturer inom bankbranschen. Banker som samhällsviktig funktion gör därför frågeställningen om banker kan nå ut till kundgrupper utan ekonomisk trygghet relevant. Uppsatsens syfte är bidra med kunskap om hur banker kan utveckla strategier för att nå individer utan ekonomisk trygghet. Därmed kommer frågorna Hur kan banker nå inaktiva kunder? Är sparande en lämplig ingång för banker för att komma i kontakt med inaktiva kunder? Hur kan bankrådgivning utformas så att individer sparar mer? Undersökas. Till stöd för besvarandet av frågeställningarna har även en forskningmodell utvecklats. I uppsatsen konstateras att den personliga rådgivningen som banker erbjuder idag har en effektiv påverkan på kundens sparande. Sparande är på lång sikt en lämplig ingång för banken att komma i kontakt med de inaktiva kunderna. Utbildning i skolor och sociala medier föreslås som strategier för att förhindra uppkomsten av inaktiva kunder i framtiden.

Ämnesord

Rådgivning, sparande, rådgivarens betydelse, utbildning i rådgivningsmötet, socioekonomiska grupper, ekonomisk trygghet, finansiell kompetens, inaktiv kund

Förord

Vi vill tacka vår handledare, examinator, opponentgrupper samt övriga personer som har bidragit och gett konstruktiv kritik vilket har hjälpt oss fram i arbetet. Vi vill också tacka våra respondenter som ställde upp på intervjuer som gjorde det möjligt för oss att färdigställa denna uppsats. Slutligen vill vi tacka varandra för att vi har stöttat och kompletterat varandra under arbetets gång.

Innehåll

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problematisering	3
1.3 Frågeställning	4
1.4 Syfte	4
1.5 Avgränsning	4
1.6 Disposition	5
2 Litteraturgenomgång	6
2.1 Rådgivarens betydelse	6
2.1.1 Slutsatser tidigare forskning inom rådgivarens betydelse	7
2.2 Härledning individers sparande	7
2.2.1 Slutsatser av tidigare forskning inom härledning individers sparande	8
2.3 Socioekonomiska grupper	9
2.3.1 Slutsatser av tidigare forskning inom socioekonomiska grupper	10
2.5 Forskningmodell	10
3. Metod & empiri	12
3.1 Vetenskaplig ansats	12
3.1.1 Litteratursökning	12
3.2 Urval & Empiri	13
3.2.1 Val av respondenter	14
3.2.2 Datainsamling	14
3.2.3 Dataanalys	16
3.3 Trovärdighet	17
3.3.1 Tillförlitlighet	17
3.3.2 Överförbarhet	18
3.3.3 Pålitlighet	18
3.3.4 Konfirmering	18
3.4 Forskningsetik	18
4. Diskussion	20
4.1 Varaktighet	20

4.1.1 Sammanställning varaktighet.....	21
4.2 Kontext.....	22
4.2.1 Sammanställning kontext.....	22
4.3 Förtroende	23
4.3.1 Sammanställning förtroende	25
4.4 Rådgivare med utbildande syfte	25
4.4.1 Sammanställning rådgivare med utbildande syfte.....	27
4.5 Rådgivarens påverkan på individers sparande	28
4.5.1 Sammanfattning rådgivarens påverkan på individers sparande	30
4.6 Inaktiva kunder	30
4.6.1 Sammanställning inaktiva kunder.....	33
5. Slutsatser.....	34
5.1 Besvarande av frågeställning	34
5.2 Praktisk, teoretisk & samhällelig relevans.....	36
5.3 Studiens implikationer	36
5.4 Förslag till framtida forskning	37
Litteraturförteckning	38
Bilaga 1 Intervjuguide.....	40
Bilaga 2 Samtyckesformulär	42
Figurförteckning	
Figur 1 Uppsatsens disposition.....	5
Figur 2 Studiens forskningmodell	10
Tabellförteckning	
Tabell 1 Respondenttabell	13

1. Inledning

Uppsatsens inledande kapitel redogör för bakgrund och problematisering av ämnet sparande samt relationen mellan rådgivare och kund. Därefter presenteras forskningsfråga, syfte, samt avgränsning för studien. Slutligen avslutas kapitlet med en beskrivning av uppsatsens disposition.

1.1 Bakgrund

”En av fem klarar inte en oväntad utgift på 12 000 kr” (Statistiska Centralbyrån, 2020). Statistiska centralbyrån (SCB) utförde en undersökning 2019, innan Coronapandemin bröt ut, där de ställde frågan ”Skulle du/ditt hushåll inom en månad klara av att betala en oväntad utgift på 12 000 kronor utan att låna eller be om hjälp”. Resultatet på undersökningen blev att en av fem inte skulle kunna klara av att betala denna oväntade utgift. SCB kom även fram till att drygt var fjärde person i åldern 25–34 saknade kontantmarginal. Samtidigt uppgick de svenska hushållens finansiella sparande upp till 47 miljarder kronor det fjärde kvartalet år 2020. Detta är den högsta noterade siffran för ett fjärde kvartal sedan 1996 (Statistiska Centralbyrån; Finansinspektionen, 2021).

Finansinspektionen (2021) skriver i en analys av svenska hushålls likvida tillgångar att sparbuffertarna är ojämnt fördelade. I analysen står det även att den nationalekonomiska forskningen betonar sparbuffertarnas möjlighet att hjälp hushållen hantera ett eventuellt inkomstbortfall eller oväntade utgifter. Myndigheten skriver även att för små sparbuffertar kan innebära problem för hushåll då alternativen vid ett eventuellt inkomstbortfall eller oväntad utgift blir att öka sin belåning, konsumera mindre eller hamna i betalningsproblem. I sin analys presenterar myndigheten att ca 45% av de svenska hushållen hade likvida tillgångar som understeg 100 000 kronor och för många hushåll är de likvida finansiella tillgångarna små i förhållande till inkomsterna. För att fungera i samhället krävs det tillgång till betalkonto samt betaltjänster enligt en rapport från Finansinspektion (2020) om betalkontodirektivets genomförande i Sverige. Betalkonto behövs exempelvis för att kunna ta emot studiestöd, lön, barnbidrag, bostadsbidrag men också för att exempelvis kunna betala hyra och elräkningar. Eftersom det är väsentligt att ha ett betalkonto samt betalkort från en bank finns det även möjlighet att inneha enklare sparkonto eller mer avancerade investeringssparkonton. Det ställs

inte samma krav för att erhålla dessa produkter som det är för att bli beviljad ett lån som till exempel tillräcklig inkomst för att uppnå godkänd återbetalningsförmåga. Därför undersöker denna studie om sparande som en lämplig ingång för banker att komma i kontakt med individer utan ekonomisk trygghet.

Idag erbjuder de finansiella bolagen många olika typer av sparprodukter. Det finns de enklare som ett sparkonto och de mer sofistikerade som kapitalförsäkringar och investeringssparkonton (ISK konto). Eriksson och Hermansson (2019) har skrivit en artikel om hur relationen mellan kunden och rådgivaren påverkar kundens sparbeteende. De skriver i sin studie att sparande är en viktig del av en konsuments finansiella beslutstagande och jämfört med andra produkter så anses ofta sparprodukter vara mer komplexa samt svåra att utvärdera. Eriksson och Hermansson (2019) skriver även att det är därför många konsumenter bestämmer sig för att spara efter att de har träffat en finansiell rådgivare. Författarna kommer fram till att genom att bygga upp en relation med kunden samlar rådgivaren på sig information som exempelvis kundens behov och riskprofil. Om kunderna upplever att banken och rådgivaren har samlat på sig tillräcklig kunskap om dem, kan de förvänta sig att de rekommenderade produkterna är anpassade till dem (Eriksson & Hermansson, 2019).

I en rapport som Institutet för kvalitetsindikatorer (2020) tagit fram på uppdrag av Finansinspektionen om hushållens ekonomi, kommer myndigheten fram till att många konsumenter saknar de grundläggande kunskaperna samt färdigheterna för att kunna förstå finansiell information och kunna ta goda privatekonomiska beslut. Det finns kritik och risker kring rådgivning. Finansinspektionen har (2019) utfört undersökningar och kartläggningar av investeringsrådgivning som visar att de produkter som kunder rekommenderas har påverkats av vilka produkter som ger rådgivaren eller bolaget bäst ersättning. Finansinspektionen (2019) skriver att i flera av deras rapporter har det även skett på bekostnad av vad som hade varit för kundens bästa intresse. Kunden har fått råd att köpa dyrare produkter när det har funnit billigare, likvärdiga produkter tillgängligt. Det finns en risk att rådgivaren utövar sitt kunskapsövertag för att agera i sitt eget bästa i enlighet med principal-agentteorin som Jensen och Meckling (1976) tog fram. Det har dock försvårats enligt Finansinspektionen (2019) genom EU direktivet MIFID som syftar till att öka transparensen, förbättra investerarskyddet och förstärka förtroendet för de europeiska värdepappersmarknaderna.

1.2 Problematisering

Eriksson & Hermansson (2019) studerar relationen utifrån dess kontext, varaktighet samt förtroende mellan rådgivare och kund. Författarna påpekar att numera får kunden kanske inte träffa samma rådgivare vid varje tillfälle och skaffar sig därmed en relation med banken i stället för en enskild rådgivare. För att utveckla denna relation till kunden behöver rådgivaren eller banken förstå kundens behov och situation, det vill säga kundens kontext. Om kunden tycker att banken och rådgivaren har byggt upp tillräcklig kunskap samt förståelse om dem, kan kunden förvänta sig att de rekommenderade produkterna är anpassade till dem och känner därmed en trygghet att köpa de rekommenderade produkterna.

Eriksson & Hermansson (2014) har skrivit en artikel tidigare i vilken de söker efter nya beteendeteorier gällande relationen mellan bankkunder och rådgivare samt hur det påverkar hushållens sparande som sedan sammanställs i en modell. I Hackethal, Haliassos och Jappellis (2012) studie undersöks den finansiella rådgivarens påverkan på individers sparande. Studien konstaterar att en finansiell rådgivare sänker avkastningen per riskenheter för en portfölj. Samtidigt betonas att den negativa effekten som en finansiell bankrådgivare medför är lägre för en oberoende finansiell rådgivare. Hackethals m fl (2012) studie kommer även fram till att de som utnyttjar möjligheten till finansiell rådgivning är oftast äldre, rikare, erfarna samt kvinnliga investerare. Det finns mycket forskning om den finansiella kompetensens påverkan på sparande. Författarna Meier och Sprenger (2013) undersöker individers beslut att få tag på finansiell information och deras inställning till tid och kommer fram till att de som tänker på framtiden är mer sannolika att vända sig till en rådgivare. De individer som planerade för pensionen hade större förmögenhet när de närmade sig pensionsåldern jämfört med de individer som inte planerade kom författarna Lusardi & Mitchell (2007) fram till. Den finansiella kompetensen påverkar planeringsbeteendet och det i sin tur påverkar förmögenheten. Calcagno och Monticone (2015) studerar efterfrågan på finansiell rådgivning beroende på kundens finansiella kompetens och drar slutsatsen att de med högre finansiell kompetens är mer benägna att konsultera med en rådgivare innan beslut. Hermansson (2017) har undersökt vilka sparmotiv som gör att kunder vänder sig till en rådgivare för råd och om det skiljer sig mellan de två könen. Även Hermansson (2017) kommer fram till i sin studie att de kunder som vill spara till en förmögenhet eller till pensionen söker sig mer troligen till finansiell rådgivning. Hermansson (2017) tror att dessa motiv till att spara, förmögenhet och pension, involverar längre tidshorisont och mer sofistikerade produkter.

Sammanfattningsvis menar tidigare forskning att det oftare är äldre, rikare, erfarna kunder som mer sannolikt söker råd hos en finansiell rådgivare. Det är också av stor betydelse vad individerna har för finansiell kompetens. Detta stämmer överens med Finansinspektionens (2020) och Statistiska centralbyråns (2020) rapporter att de yngre samt de som saknar finansiell kunskap inte sparar i samma utsträckning som de äldre och erfarna individerna.

1.3 Frågeställning

Hur kan banker nå inaktiva kunder? Är sparande en lämplig ingång för banker för att komma i kontakt med inaktiva kunder? Hur kan bankrådgivning utformas så att individer sparar mer?

1.4 Syfte

Det finns en del forskning om finansiella rådgivares betydelse (Migliavacca, 2019; Liu, Yilmazer, Lobil, Montalto, 2018) och socioekonomiska gruppers sparbeteende (Hugget & Ventura, 2000; Hamilton, 2020). Däremot finns det ingen forskning som besvarar hur banker ska nå ut till de individer som inte har någon ekonomisk trygghet/sparande. Syftet med uppsatsen är att bidra med kunskap om hur banker kan utveckla strategier för att nå den kundgrupp som ännu inte har någon rimlig ekonomisk trygghet. Uppsatsen undersöker därför om bankstrategierna i fråga är lönsamma för banker. Därmed har studiens kunskapsbidrag relevans för både banker och bankkunder. Studiens sökande efter bankstrategier som riktar sig till individer utan ekonomisk trygghet aktualiserar således bankers sociala ansvar.

1.5 Avgränsning

I studien intas bankens perspektiv för att nå inaktiva kunder. Således har avgränsning för att endast beakta bankers infallsvinkel genomförts. Geografisk avgränsning har även gjorts genom att endast bankrådgivare lokaliserade vid lokala bankkontor i södra Sverige intervjuats. Storbanks har inte heller intervjuats eftersom de ansetts vara mer affärsdrivna och därav innehar ett lönsamhets intresse för bankens aktieägare. Eftersom det är potentiella strategier för banker som undersöks i uppsatsen kommer bankbranschen enbart beaktas i studien. Således kommer inte strategier för att nå inaktiva kunder inom exempelvis försäkringsbranschen studeras.

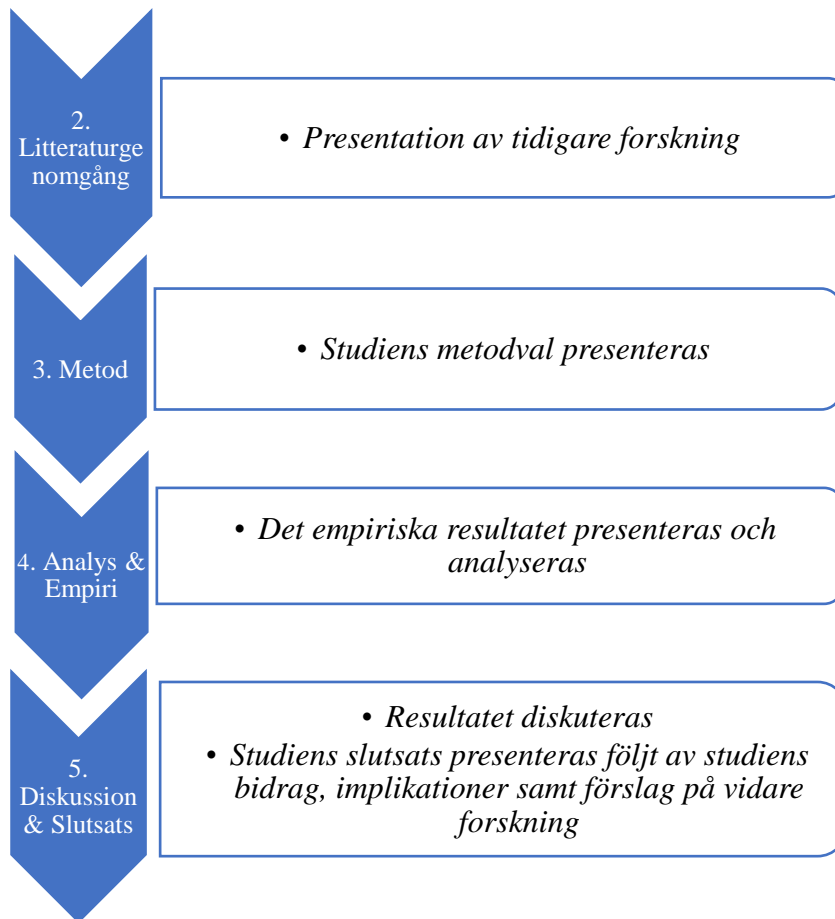
Relevant att notera är även vår definition av i uppsatsen kallat "inaktiv kund": *Individer som kan vara kund hos banken men inte får tillgång till/är i kontakt med alla produkter som banken erbjuder.*

Därmed är det inaktiva bankkunder som är i fokus för uppsatsen.

1.6 Disposition

Figur 1

Uppsatsens disposition



Kommentar: Uppsatsens fortsatta disposition beskrivs i figuren ovan.

2 Litteraturgenomgång

I nedanstående kapitel presenteras tidigare forskning inom ämnesområdena för uppsats. I litteraturgenomgången redogörs för befintlig forskning inom bankrådgivarens betydelse, härledning av individers sparande och socioekonomiska grupper. Avslutningsvis presenteras vår forskningmodell.

2.1 Rådgivarens betydelse

Migliavaccas (2019) påvisar i sin forskning att finansiella rådgivare kan på ett effektivt sätt öka den finansiella medvetenheten hos investerare. Genom hypotesprövning testar Migliavacca sina två hypoteser för forskningen. De två hypoteserna är; (1) närvaron av finansiell rådgivare ökar kundens finansiella medvetenhet samt (2) ju mer oberoende en rådgivare är desto starkare utbildande roll. Samtliga två hypoteser bekräftas av Migliavacca (2019) i hennes forskning. Vid testandet av olika individers demografiska egenskapers påverkan på finansiell medvetenhet kan resultaten härledas av "Teachable moments theory". Teorin syftar till att specifika livshändelser för en individ påverkar möjligheten hos individen att förstå ett ämne, genom att individen blir intellektuellt benägen att förstå eller om omgivningen kräver de nya förmågorna. Teorin exemplifieras i Migliavaccas (2019) forskning genom att exempelvis vara förälder ökar sannolikheten för högre nivåer av finansiell medvetenhet hos individen. Migliavacca (2019) betonar även i sin forskning att ju mindre intressekonflikt som råder gällande produkten mellan rådgivaren och kunden, desto starkare blir den utbildande rollen som en rådgivare kan ha för individen. Därmed påvisar Migliavaccas (2019) forskning att rådgivaren samt rådgivarens roll är betydelsefull genom att hypoteserna bekräftas och att en rådgivare kan besitta en utbildande roll för en kund.

I Lius, Yilmazers, Loibls och Monaltos (2018) forskning belyses hur "Professionella finansiella rådgivare" (PFA) har en positiv effekt på sparande. Den positiva effekten på sparandet som den PFA innebär, har allra störst effekt på individer som har så kallat låg "Self-controll". Med "Self-controll" syftar Liu, Yilmazer, Loibl och Montalto på hur pass benägen individen är till att spara samt undvika överskuldssättning. Låga nivåer av "Self-controll" är således förenligt med lågt sparande och hög skuldssättning för individen. Slutsatsen att PFA har positiva effekter på sparande och framför allt för individer med låg "Self-controll" bevisas genom att samtliga tre hypoteser i Lius, Yilmazers, Loibls och Montaltos forskning bekräftas. De tre hypoteserna

är; (1) individer med högre nivåer av “self-controll” har större finansiella tillgångar än individer med lägre nivåer av “self-controll”, (2) PFA är positivt associerat med sparbeteende och (3) effekten av PFA på finansiella tillgångar är större för individer med lägre nivåer av “self-controll” än för individer med högre nivåer av “self-controll” (Liu, Yilmazer, Loibl, & Montalto, 2018). Likt Migliavacca (2019) kan Liu, Yilmazer, Loibl och Montalto påvisa att specifika livshändelser för en individ kan påverka individens finansiella situation. Liu, Yilmazer, Loibl, & Montalto (2018) bekräftar det genom att äktenskap är förenligt med en genomsnittlig ökning på 129% av ett hushålls årliga sparande.

2.1.1 Slutsatser tidigare forskning inom rådgivarens betydelse

Sammantaget utifrån vår förståelse bekräftar både Migliavacca (2019) och Liu, Yilmazer, Loibl samt Montalto (2018) att en rådgivare är betydelsefull för en individs finansiella situation. De båda studierna menar på att rådgivare kan ha en utbildande effekt för individer i finansiell medvetenhet men att även “Teachable moments theory” har en positiv inverkan på individers sparande.

2.2 Härledning individers sparande

Eriksson och Hermansson (2019) undersöker i sin forskning hur relationsattributen varaktighet, kontext och förtroende mottas av bankkunder samt hur respektive attribut påverkar kundernas sparbeteende. Därmed har Eriksson och Hermansson kunnat konstruera en forskningsmodell med bankkundernas sparande som påverkas av relationsattributen varaktighet, kontext och förtroende. Genom hypotesprövning testas de tre hypoteserna; (1) ju längre varaktighet för relationen mellan kund och bank desto starkare starkare sparbeteende, (2) ju bättre kundens uppfattning är om bankrådgivarens förståelse för kundens kontext desto starkare sparbeteende och (3) ju större förtroende kunden har för bankrådgivaren desto starkare sparbeteende. Samtliga tre hypoteser bekräftas vilket gör att Eriksson och Hermansson drar en rad slutsatser. De tre relations attributerna som uppfattas subjektivt av kunder kan härleda sparbeteende. Varaktig relation med banken är det viktigaste attributet följt av kontext som har ungefär samma påverkan på sparbeteende. Förtroende utgör en förmedlande variabel, vilket innebär att längre varaktighet samt större förståelse av kontexten av rådgivaren ökar förtroendet. Forskarna drar även slutsatsen att förtroende kan ha ett utbildande syfte för sparbeteende (Eriksson & Hermansson, 2019).

Eriksson och Hermansson (2014) drog samma slutsats även i tidigare forskning när de utvecklade en modell för relationen mellan bankrådgivare och kund som kan förklara kundens sparande. I den forskningen konstaterade de att vid förtroende mellan bankrådgivare och kund kan rådgivaren nyttja förtroendet i ett utbildande syfte för kunden och därmed skapa värde för kunden. Eriksson och Hermansson konstaterar även att finansiella rådgivare har blivit mer betydelsefulla i samband med ökad komplexitet på de finansiella marknaderna och ökade courtage från finansiella tjänster (Eriksson & Hermansson, 2014). Därmed påvisar Eriksson och Hermansson likt Migliavacca (2019) och Liu, Yilmazer, Loibl samt Montalto (2018) att rådgivarens roll är betydelsefull för individen. Eriksson och Hermansson betonar även att en intressekonflikt mellan rådgivare och kund inte främjar relationen parterna emellan (Eriksson & Hermansson, 2014).

Hilkens, Reid, Klerkx och Gray (2018) har behandlat begreppet förtroende i sin forskning gällande relationen mellan lantbrukare och rådgivare. I forskningen konstateras bland annat att rådgivningen kan vara snedvriden mot bankens intresse i form av att stora låntagare prioriteras främst. Därmed kan det kopplas till vad Eriksson och Hermansson (2014) beskriver om intressekonflikter. När banken sätter sitt eget intresse i för stort fokus finns det en risk att banken går miste om vissa kundgrupper. Det kan även till viss del kopplas till Migliavaccas (2019) resonemang att rådgivarens utbildande roll blir kraftfullare när det inte råder intressekonflikt om produkten för rådgivaren och kund emellan. Vid finansiell rådgivning till lantbrukare byggs förtroende i relationen genom varaktiga relationer. Samtidigt poängteras att trust hos lantbrukaren byggs på olika vis för respektive individ. Rätt språk är även nödvändigt för relationen mellan rådgivare och lantbrukare. En annan aspekt som lyfts är att hålla klienten aktiv är viktigt för relationens skull (Hilkens, Reid, Klerkx, & Gray, 2018).

2.2.1 Slutsatser av tidigare forskning inom härledning individers sparande

Utifrån vår förståelse av befintlig forskning gällande individers sparande kan vi konstatera att det finns tre variabler som påverkar individers sparande, vilka är varaktighet, kontext och förtroende. Varaktighet och kontext anses ha störst påverkan på bankkunders sparande men förtroendet är inte helt obetydligt. En del forskning pekar på att om förtroende kan uppnås i relationen mellan rådgivare och kund kan det ha ett utbildande syfte för kundens finansiella medvetenhet.

2.3 Socioekonomiska grupper

I Huggetts och Venturas (2000) forskning om varför höginkomsthushåll som grupp allokerar en mycket större andel av sin inkomst till sparande jämfört med låginkomsthushåll, diskuteras varför denna skillnad existera bland hushållen i USA. Huggett och Ventura (2000) finner förklaringen till detta fenomen genom skillnaden i ålder och relativ permanent inkomst i samverkan med strukturen av USA:s socialförsäkringssystem. "Life-cycle modellen" som används indikerar att även utan något socialförsäkringssystem uppstår ändå stora skillnader i andelen sparande mellan inkomstskikten. Rena inkomst chocker visar sig endast påverka lite på sparandet i de båda inkomstskikten (Huggett & Ventura, 2000). Därmed går det att konstatera genom Huggetts och Venturas (2000) forskning att höginkomsttagare sparar mycket medan låginkomsttagares sparande ökar successivt med att deras inkomster ökar. Ibland har låginkomsttagare inte ens möjligheten att spara på grund av sin tillfälliga ekonomiska situation.

I Hamiltons (2020) forskning om hur låginkomsttagarfamiljers sparande påverkas av begränsnings krav i förmögenhet för beviljande av statliga transfereringar, kan kopplas till Huggetts och Venturas (2000) forskning. Hamilton konstaterar i sin forskning att ökade transfereringar leder till ökat sparande. Alltså gäller inte motsatsen som tidigare forskning visat på. Det vill säga att skärpta krav för möjlighet till bidrag skulle ge incitament för låginkomsttagarfamiljer till att spara mer. Därmed finns det en tendens att fattiga familjer förblir fattiga eftersom de inte har samma möjligheter till att spara som andra inkomstklasser. Tendensen gäller framför allt när kraven för transfereringar skärps (Hamilton, 2020). Därmed överensstämmer Hamiltons (2020) forskning med den beskrivning som Huggett och Ventura (2000) ger om att höginkomsttagare har andra förutsättningar till att spara. Hamilton konstaterar även att anledningen till att låginkomstfamiljer sparar mindre än andra inkomstgrupper ligger till viss del utanför bankens kontrollområde, eftersom möjligheterna till transfereringar har en påverkan på låginkomstfamiljernas sparande (Hamilton, 2020).

2.3.1 Slutsatser av tidigare forskning inom socioekonomiska grupper

Utifrån vår förståelse av tidigare forskning om låginkomsttagares sparande kan insikten fastställas att banker måste fånga upp låginkomsttagarfamiljer direkt vid första kontakt. Detta av anledning av att låginkomsttagares ekonomiska situation har en tendens till att inte förbättras med tiden. Därmed behöver banker göra sig beredd att ta sig an kunder i de lägre inkomstskikten mer än idag samt eventuellt vidga sina nuvarande ramar om bankerna vill nå de individer som fortfarande inte är bankkunder. Om banker inte anpassar sig finns det en risk att individerna i frågan fortsättningsvis inte blir bankkunder.

2.5 Forskningmodell

Figur 1
Studiens forskningmodell



Kommentar: Egenskapad forskningmodell

Genom tidigare relevant forskning inom ämnesområdet har en forskningmodell kunnat utvecklas. Modellen har som syfte att vara ett stöd i analysen och härledning av svaret på arbetets frågeställning. Modellen bygger på Erikssons och Hermanssons forskningmodell för hur de tre relationsattributen påverkar kundens sparbeteende (Eriksson & Hermansson, 2019) och som sedan har utvecklats för att passa den här uppsatsens frågeställning. Erikssons och Hermanssons modell har berikats på det vis att även rådgivarens roll samt utbildande funktion har implementerats i forskningmodellen. Dessutom har modellen vidgats genom teori om vad

som härleder en individs sparande kan tolkas för att se om de individer som idag inte är bankkunder kan nås.

Därmed består forskningmodellen av begreppet Varaktighet som påverkar begreppet Kontext som i sin tur påverkar begreppet Förtroende, likt det Eriksson och Hermansson beskriver. De tre begreppen härleder rådgivarens påverkan på individers sparande, även det likt Erikssons och Hermanssons modell. Däremot har forskningmodellen tagits ett steg ytterligare genom att Förtroende även kan innebära en utbildande roll för en rådgivare (Se Eriksson & Hermansson, 2014 & 2019 samt Migliavacca). När rådgivaren har förtroende i relationen med en kund kan rådgivaren påverka individens sparande. Därmed kan rådgivaren både påverka en individs sparande genom de tre begreppen som Eriksson och Hermansson beskriver samt även indirekt med enbart förtroende när fenomenet "rådgivaren med utbildande syfte" uppnås. Genom rådgivarens påverkan på individers sparande uppskattas forskningmodellen kunna nå inaktiva kunder. Forskningmodellen antar att sparande är bankers ingång att komma åt de individer som inte är bankkunder och ännu inte har någon rimlig ekonomisk trygghet. Således används forskningmodellen i uppsatsen för att bekräfta om sparande är en lämplig ingång för banker. Därav baseras forskningmodellen på sparande som en ingång för banker att nå inaktiva kunder, i ett undersökande syfte.

3. Metod & empiri

I följande kapitel redogörs för metoden som använts för datainsamlingen samt analysen av data till uppsatsen. Därtill kommenteras även trovärdighet etiska principer för uppsatsen att kommenteras.

3.1 Vetenskaplig ansats

Utgångspunkten för undersökningen är ett hermeneutiskt synsätt eftersom ett tolkande synsätt har använts. Korrekt tolkning och förståelse av data samt empiri har eftersträvats i arbetet. Tolkningarna av empirin sker genom de teoretiska utgångspunkterna. Därmed har ett abduktivt arbetssätt tillämpats i undersökningen genom att förståelsen för ämnesområdet har utvecklats till följd av parallellt beaktande av teori och empiri. Därav formar teorin arbetets helhet (Lind, 2019). Eftersom det empiriska underlaget främst framkommit genom intervjuer med individer inom bankbranschen är undersökningen att betrakta som en kvalitativ fältstudie (Lind, 2019).

3.1.1 Litteratursökning

De vetenskapliga artiklar som analyserats bidrar med en teoretisk referenspunkt för de intervjuer som genomförts. Artiklarna bidrar även med en mer varierad och nyansrik analys eftersom tidigare forskning undersökt flera banker, kunder och mönster. Genom att läsa tidigare forskning kring sparande och rådgivning byggs en grund att utgå från. Litteraturgenomgången har växt fram genom tre huvudsakliga ämnesområden. De tre ämnesområdena representerar därmed de tre teman som uppsatsen har för att besvara frågeställningen. Temana har resonerats fram genom beaktandet av frågeställningen och bakgrunden. För att förstå beteendemönstret hos inaktiva kunder har forskning inom socioekonomiska grupper studerats. Rådgivarens betydelse har observerats eftersom det anses representera den fysiska kontakten som banken har med kunden. Härledning av individers sparande har uppskattats vara en lämplig ingångsvinkel för banker att komma i kontakt med inaktiva kunder. Därav har forskning inom området sparande ansetts relevant att observera med hänsyn till uppsatsens syfte. Alla forskningsartiklar som använts i studien har varit vetenskapligt granskade för att säkerställa studiens kvalitet.

Data från dokument förekommer i form av rapporter och analyser från Finansinspektionen samt statistik från SCB. De redogjorde för statistik över hushållens sparande i Sverige, kartläggning

av rådgivningsmarknaden samt finansiella regleringar som behövdes tas i beaktande. De bidrog till studien genom att skapa en aktuell helhetsbild över den finansiella marknaden i Sverige.

3.2 Urval & Empiri

Tabell 1

Respondenttabell

Respondent	Nuvarande roll	Utbildning	Antal år i branschen	Antal år i den roll du har nu
1	Förmögenhetsförvaltare	Universitet 4 ½ år med inriktning nationalekonomi och statistik	20	13
2	Privatrådgivare	Gymnasie ekonomisk inriktning	7	2 ½
3	Placeringspecialist	Högskola internationell civilekonom, magisterexamen i organisation och ledarskap samt läst upp till kandidatnivå i handelsrätt	21	
4	Privatrådgivare	Gymnasie samhällsekonomisk inriktning	16	10
5	Privatrådgivare	Kandidatexamen i Ekonomi	3	3 månader / 0,25 år
6	Privatrådgivare	Gymnasie + fristående kurser i juridik och nationalekonomi	30	10

Kommentar: Respondenterna som har intervjuats samt deras arbetsplats är anonyma och har tilldelats en slumpmässig siffra.

3.2.1 Val av respondenter

Mejl skickades ut till lokala bankkontor som tillfrågades om banken kunde tänka sig delta i en intervju. Tre av respondenterna tillfrågades direkt medan de tre andra valdes ut av respektive chef. Med tanke på att studien är av kvalitativ karaktär har urvalet av respondenter varit målstyrt. De respondenter som tillfrågades att delta i studien var utvalda efter deras arbetsuppgifter för att säkerställa att data från intervjuerna blev relevant. Det intervjuades rådgivare med två olika roller och arbetsuppgifter, förmögenhetsrådgivare/placeringspecialist samt privatrådgivare. Förmögenhetsrådgivare samt placeringspecialister kommer inte i kontakt med den kundgrupp studien söker men kan bidra med viktig information och synpunkter eftersom de enbart arbetar med sparande och placeringar. Förmögenhetsrådgivarna och placeringspecialisterna har även större frihet i sin rådgivning av anledning att de inte är bundna till att välja bankens rekommendationer, utan de har större möjligheter till att anpassa valet av produkter till kunden. Privatrådgivare intervjuades eftersom de kommer i kontakt med kunder med mer varierande ekonomiska förutsättningar. Privatrådgivare har inte samma frihet som förmögenhetsrådgivarna och placeringspecialisterna när det kommer till val av produkter utan de har mallar att gå efter som föreslår placeringar utifrån kundens svar. Samtliga respondenter innehar en Swedsec licens.

3.2.2 Datainsamling

Vi ville undersöka fenomenet en rådgivares betydelse samt hur eller om en rådgivare påverkar en kunds sparande. Vi ville även studera strategier för att nå en viss kundgrupp och därför tyckte vi att intervjuer var en passande metod för att undersöka ämnesområdet.

Det empiriska materialet samlades in med hjälp av semistrukturerade intervjuer. I intervjuguiden (se bilaga 1) listades 31 frågor som var indelade i tre teman rådgivarens betydelse, härledning individers sparande och socioekonomiska grupper. Intervjuguiden utformades enligt litteraturgenomgången och forskningmodellens struktur. Därav fördelades intervjufrågorna enligt tre teman. Uppdelningen av intervjufrågorna bidrog till sortering av materialet och således främjade i ett senare skede analysen av data. Innan intervjuerna genomfördes kontrollerades intervjuguiden av en branschperson för att säkerställa intervjufrågornas relevans med hänsyn till uppsatsens frågeställning. Därmed har intervjuguiden utformats med precision för att främja intervjuernas bidrag till uppsatsen.

Sex intervjuer utfördes varav tre var fysiskt på plats medan resterande tre utfördes digitalt. Det hade varit fördelaktigt att utföra alla intervjuer på plats eftersom intervjuerna även kan studera exempelvis kroppsspråk och reaktioner under intervjun. På grund av rådande pandemi (Covid-19) blev en del respondenter intervjuade digitalt på deras önskemål. Intervjuerna varierade i längd från cirka 26 till 51 minuter och den genomsnittliga intervjun varade i cirka 42 minuter. Efter de första intervjuerna noterades det att en del frågor besvarades av respondenterna genom en tidigare ställd fråga. Det noterades även att en del av intervjufrågorna var problematiska för respondenterna att besvara och vissa frågor tillförde inte så mycket till uppsatsens frågeställningar. Därmed reducerades intervjuguiden till 26 frågor inför de sista två intervjuerna. Anledningen till beslutet var att intervjuerna utfördes veckan innan inlämningen. Således var tiden knapp för att genomföra transkribering och analys av materialet. Därav motiverade tidsbristen ytterligare till att intervjuguiden behövde kortas ner. Förändringen innebar därmed att intervjufrågor som ansågs som mindre relevanta uteblev. Respondenterna fick skriva på ett samtycke innan intervjun utfördes, vilket innebar att respondenterna samt deras arbetsplats garanterades anonymitet. Intervjuguiden användes som utgångspunkt för själva samtalet men respondenten fick fritt svara och det fanns möjlighet till följdfrågor för att få respondenten att utveckla ett svar. Frågorna ställdes enligt intervjuguidens ordning eftersom mer invecklade och komplicerade ämnen samt frågor positionerades mot slutet av intervjun i intervjuguiden. Strategin gjorde därför att samtalet lättare kunde komma igång genom enklare frågor medan de mer krävande frågorna kunde tas på slutet när många frågor redan var besvarade. Dessutom finns det en risk med komplicerade frågor att de kräver mer betänketid och längre svar. Därför ansågs det lämpligt att lägga dem på slutet så att resterande intervjutid kunde användas till de krävande frågorna.

Intervjuerna spelades in, med respondenternas samtycke, och när intervjuerna var utförda transkriberades materialet. Under transkriberingen kunde det upptäckas nyckelbegrepp och ståndpunkter. Detta var värdefullt för vidare arbete med analys och tolkning av det empiriska materialet.

3.2.2.1 Intervjuer

De intervjuer som genomförts har varit av semistrukturerad karaktär. Det innebär att ämnen och frågorna som ställdes under intervjuerna var förkonstruerade. Däremot användes ett flexibelt förhållningssätt gällande upplägg och ordning för intervjuerna. Anledningen till det flexibla förhållningssättet var att främja möjligheten för respondenten att utveckla sina tankar

och idéer inom aspekter som är relevanta för respondentens arbetsbefattning (Denscombe, 2018). Målsättningen har därav varit att låta intervjuerna vara naturliga i den utsträckning att samtalen positionerar sig inom ämnesområdet. Adekvat bör tilläggas att intervjuerna genomfördes i form av personliga intervjuer. Intervjukaraktern gav upphov för intervjuerna att kontrollera och styra intervjuerna i en relevant riktning för samtalen (Denscombe, 2018). Det har varit en fundamental förutsättning vid intervjuerna för att maximera datamängden i samband med intervjutillfällena.

Vid intervjuerna har intervjuerna eftersträvat att framstå som förtroendeingivande utan att väsentligt påverka respondenternas svar för att minimera negativa intervjuareffekten. Därmed har intervjufrågorna utformats för att varken lägga vikt vid intervjuarnas eller respondentens personliga identitet. Självpresentationen av intervjuerna framställdes som studenter från Högskolan Kristianstad med fokus i stället riktat åt syftet med intervjuerna och arbetet. Därav går det att betrakta forskarnas framtoning vid intervjuerna som neutral hållning. Gällande studenternas personliga engagemang har en inställning vidtagits som ska inspirera respondenten till att vilja besvara frågorna utförligt samtidigt som själva svaret inte tas ställning till direkt i intervjuprocessen. Analyserna av intervjuerna görs således efter intervjuerna för att inte påverka eller riskera att döma respondentens svar (Denscombe, 2018).

3.2.3 Dataanalys

Vid analysen av det empiriska materialet har transkribering omedelbart efter intervjun prioriterats. Anledningen till agerandet har varit att bearbeta informationsinhämtningen direkt medan intrycken var färska i intervjuarnas minne. Därefter har respektive transkribering lästs genom en gång fritt utan någon hänsyn till teori i någon form. Under läsningen diskuterades även innehållet frekvent intervjuerna emellan, vilket gjorde att första analyserna upprättades därigenom. Därefter har transkriberingarna studerats ett flertal gånger aktivt med stöd av den teoretiska referensramen. Från aktiv studerande av transkriberingarna kategoriseras och grupperas därefter intervjufrågorna efter forskningmodellens (Se figur 2) struktur. Först under 4.1 användes transkriberingen av intervjufrågorna 6, 7 och 8 kopplat till härledning individers sparande, för att analysera varaktighetens betydelse i kundmötet. Sedan under 4.2 användes transkriberingen av intervjufrågorna 9 och 10 kopplat till härledning individers sparande för att analysera rådgivarens förståelse för kundens kontext. Vidare under 4.3 användes transkriberingen av intervjufrågorna 11, 12 och 13 kopplat till härledning individers sparande

för att analysera betydelsen av förtroende. För analysen kring rådgivaren med utbildande syfte för kunden i 4.4 användes transkriberingen av intervjufrågorna 11 och 12 kopplat till rådgivarens betydelse samt transkriberingen av intervjufråga 4 kopplat till härledning individers sparande. För analysen kring rådgivarens påverkan på individers sparande under 4.5 användes transkriberingen av intervjufrågorna 5 tillhörande härledning individers sparande, 1, 2 samt 10 tillhörande rådgivarens betydelse och 6 tillhörande socioekonomiska grupper. Slutligen i 4.6 användes transkriberingen av intervjufrågorna 1 och 3 gällande socioekonomiska grupper för att analysera om rådgivarens påverkan på individers sparande kan göra att inaktiva kunder nås.

Utdragen från transkriberingarna har gjorts på temanivå snarare än bara enskilda utdrag av meningar. Det betyder således att fokus är på innehållet i formuleringarna i stället för enskilda begrepp. Analysen av det empiriska materialet har gjorts genom forskningmodellen och stöd av litteraturgenomgången. Det återspeglas i analysdelen genom att empirin analyseras steg för steg enligt forskningmodellens struktur. Forskningmodellen är konstruerad för att kunna besvara frågeställningen. Därmed har analysen kunnat härleda uppsatsens slutsatser.

3.3 Trovärdighet

Vid kvalitativ forskningsmetod är trovärdighet en relevant aspekt för att bedöma kvaliteten på metoden. Alan Bryman och Emma Bell menar på att trovärdigheten för en kvalitativ metod består av fyra olika delkriterier. Tillsammans utgör tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och konfirmering således trovärdigheten för den kvalitativa metoden (Bryman & Bell, 2017). Nedan redogörs därför för uppsatsens trovärdighet.

3.3.1 Tillförlitlighet

Tillförlitlighet syftar till att forskningen utförts enligt befintliga regler och att respondentvalidering eller liknande görs (Bryman & Bell, 2017). Under uppsatsens genomförande har ramverket för en kandidatuppsats följts. Därmed har hänsyn tagits till de kriterier och krav som ställs på en kandidatuppsats. En representativ beskrivning av den sociala verkligheten har genomgående eftersträvat under arbetets gång i den mån det har varit möjligt. Det innebär därmed att vid intervjuer och andra händelser när interaktion med branschpersoner uppstått har bekräftelse av resultaten uppmuntrats. Avsikten med agerandet har varit att försöka efterlikna en form av respondentvalidering.

3.3.2 Överförbarhet

Överförbarhet syftar till i vilken grad forskningsresultaten passar in i andra kontexter (Bryman & Bell, 2017). Utöver att resultaten har försökts bekräftas av individer i den sociala verkligheten (se 3.3.1) har data jämförts med litteraturgenomgången för att kontrollera i vilken grad resultaten kan överensstämja med andra forskningsområden. Således har resultaten beaktats i flera kontexter under arbetes gång.

3.3.3 Pålitlighet

Pålitlighet skapas genom transparens kring detaljer kopplat till forskningsmetoder (Bryman & Bell, 2017). I uppsatsen har öppenhet i metodens genomförande uppmuntrats genom detaljerade formuleringar och beskrivningar för aspekter som är väsentliga. Därigenom främjas transparensen samt replikerbarheten för uppsatsen. Exempelvis har fullständiga transkriberingar framställts tillsammans med redogörande av intervjuguiden. Intervjuernas tillvägagångssätt deklarerar även detaljerat i uppsatsen. I litteraturgenomgången framhålls utöver relevant tidigare forskning även ursprunglig forskning som kan vara av intresse för läsaren.

3.3.4 Konfirmering

Konfirmering syftar till om skribenternas personliga värderingar eller teoretisk inriktning påverkar utförandet samt slutsatserna för uppsatsen (Bryman & Bell, 2017, ss. 382-383). Studenterna för uppsatsen anser sig själva inte ha något incitament till att påverka resultaten i någon specifik riktning. Därav har inverkan av personliga värderingar lätt kunnat hållas isär från uppsatsen. Som studenter anses ingen specifik teoretisk inriktning kunna företrädas av oss. Därmed ska påverkan på uppsatsen i form av studenternas teoretiska inriktning inte vara möjligt. Däremot finns ett starkt incitament hos studenterna att få uppsatsens frågeställning besvarad.

3.4 Forskningsetik

Under arbetets gång har forskningsrådets (2021) principer funnits i åtanke. Studien i sin helhet är transparent. Metoderna för studien valdes med omsorg för att vara relevanta och givande eftersom det påverkar studiens kvalitet och tillförlitlighet. Allt som har utförts i studien från hur data samlades in till hur den presenteras är utfört på ett ärligt och transparent sätt. Inför varje

intervju fick deltagarna ta del av studiens syfte och skriva på en samtyckesblankett som de kunde ta tillbaka när som helst. De rådgivare som deltog i intervjuer till denna studie behandlades med stor respekt. Alla deltagare och dess arbetsgivare är anonyma för att säkerställa att deltagarna kan uttrycka sig ärligt utan att behöva få konsekvenser. Efter intervjuerna tackades respondenterna för deras deltagande och de blev erbjudna att ta del av det färdiga arbetet. Respekt för deltagarna visades även genom att hälften av intervjuerna utfördes digitalt på respondenternas önskan med tanke på rådande pandemi. Alla deltagare behandlades lika. All tidigare forskning har refererats till i arbetet för att undvika plagiat.

4. Diskussion

I nedanstående kapitel kommer empiri presenteras och analyseras med stöd av forskningmodellen (Se figur 2). I 4.1 kommer således varaktighetens betydelse i kundmötet diskuteras. I 4.2 kommer rådgivarens anpassning efter kundens kontext diskuteras och i 4.3 diskuteras betydelsen av förtroende i kundrelationen. Därefter redogörs för rådgivarens utbildande syfte för kunden i 4.4. Sedan kopplas de tre relationsattributen och rådgivarens utbildandefunktion till rådgivarens påverkan på individers sparande i 4.5. I 4.6 utreds om rådgivarens påverkan på individers sparande kan göra att inaktiva kunder nås.

4.1 Varaktighet

Från intervjuerna kan noteras att samtliga sex rådgivare innefattas av kundregister som avgör vem rådgivaren är kundansvarig för. Därmed är rådgivarna relativt begränsade till sitt specifika kundregister. Vidare kategoriseras de olika kundregister i olika förmögenhetsskikt hos bankens kunder. Därav är rådgivarens möjlighet att komma i kontakt med kunder utanför kundregistret begränsat. Lika begränsat är det även för kunder som inte innefattas i något kundregister att komma i kontakt med en rådgivare. Respondent 1 beskriver begränsningen i kundregistret genom sitt kundansvar;

Ja, ja, det har jag ja jag har ju bara det så jag får ju liksom inte sådär random kunder som bara dyker upp. (Respondent 1)

Vidare framkommer att den rådgivning som erbjuds till kunder i kundstocken generellt är generös. Det exemplifieras genom att Respondent 3, 4 och 5 bekräftar att kunderna kan ta kontakta när de känner behovet av en rådgivare. Dessutom beskriver respondent 5 att en kund i kundregistret ofta guidas till sin rådgivare oavsett vilken kanal den valt att vända sig till banken genom. Därmed råder det en skillnad mellan kunder som är märkta eller ej i bemötande. En märkt kund som tar kontakt med bankens kundtjänst eller telefonbank slussa således vidare till sin rådgivare medan en icke-märkt kunden får acceptera kundtjänstens eller telefonbankens service som erbjuds.

Respondent 1 och 3 säger båda att rådgivning i praktiken sker minst årligen. Övriga respondenter bekräftar en årlig målsättning för rådgivningstillfällena men är samtidigt öppna

för frekventare återkoppling med kunden. Samtliga rådgivningsrutiner gör att rådgivningen för märkta kunder anses utveckla en varaktighet i bankrådgivningen. Från resonemanget går det att konstatera att rådgivare som har en kundstock att förhålla sig till bygger upp en kontakt till kunderna i sin kundstock. Således får kunder i kundregistret en varaktighet gentemot enskilda rådgivaren snarare än med banken. Bankkunder som däremot inte har någon rådgivare eller märkning, det vill säga som befinner sig utanför rådgivarens kundstock, bygger en varaktighet mot banken i stället.

Kundstockssystem i banker kan därför kopplas till varför ofta äldre och rika bankkunder blir tilldelade en rådgivare. Därigenom härleds Hackethal m.fl. (2012) observation av vilken kundgrupp som använder sig av personlig rådgivare. Bankers kundstockkategorisering baseras på kundernas förmögenhet. Därav blir det tydligt varför just den specifika kundgruppen använder sig av bankrådgivning. Kunder i kundstocken erbjuds automatiskt en personlig rådgivare i samband med att deras förmögenhet överskrider ett visst belopp. Eftersom förmögnare individer till viss del representeras av äldre personer är det förklarligt varför kundgruppen i fråga använder sig av bankrådgivare i större utsträckning. Bankers kundstocksystem kan därav anses ligga till grund för varför inaktiva kunder inte kommer i kontakt med en personlig rådgivare.

4.1.1 Sammanställning varaktighet

Samtliga intervjuade rådgivare innefattas av ett kundregister som avgör vilka kunder som respektive rådgivare har kundansvar för. Rådgivningen beskrivs som generös för kunder som innefattas av bankrådgivning. Det innebär att kunder som innefattas i en kundstock har en personlig rådgivare som är beredd att besvara kundens frågor, oavsett vilken kanal kunden vänder sig till. Generellt sett sker rådgivningsmöten årligen eller mer frekvent för kunder som har en bankrådgivare. Kundregistret kan härleda teorin kring vilka kundgrupper som använder sig av personlig bankrådgivare.

4.2 Kontext

För samtliga intervjuade är inhämtning av information om kunden väsentligt i kundmötet. Respondent 1, 3 och 4 hänvisar den omfattande informationsinhämtningen om kunden till lagkrav. Med dagens regelverk måste information om kundens civilstånd, inkomst, livssituation med mera inhämtas av rådgivaren. Informationsinhämtningen kring kunden beskrivs av respondent 4 som automatiskt och av respondent 5 som en standardiserad process. Därav kan dagens regelverk betraktas som väl integrerat i bankrådgivarens arbetsrutiner. Informationsinhämtningen om kunden görs dock inte endast per automatik som ett krav, utan informationen används även som ett verktyg i rådgivningen. Respondent 5 menar vidare att den insamlade informationen är en viktig förutsättning för rådgivaren för att anpassa rådgivningen efter kunden. Samtidigt upplyser respondent 4 om att rådgivningen måste anpassas efter kunden eftersom det är ett lagkrav. Således tas kravet på dokumentation om kunden väl emot av bankrådgivare eftersom det hjälper rådgivaren i sin rådgivning.

Samtliga respondenter intygar även att rådgivningen är anpassad efter kundens kontext. Respondent 1 som är förmögenhetsförvaltare menar att rådgivningens anpassas efter kundens kontext genom kundens riskprofil och placeringshorisont. Övriga respondenter uttrycker sin rådgivning som individuell samt individanpassad och hänvisar till regelverkets ingående dokumentationskrav. Utöver att rådgivningen anpassas efter kundens individuella situation måste även kunden ha fullständig förståelse för rådgivning enligt respondent 3. Kundens förståelse är en förutsättning för att rådgivning ska kunna ges till kunden. Om rådgivaren bedömer att kunden inte är fullt förstående får rådgivning inte ske enligt lag (SFS 2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter. Därmed kommer rådgivarens betydelse i fokus eftersom bankrådgivningen kan anses skraddarsys för kunden. Den rådgivning som en bankrådgivare förmedlar är således inte generell, utan kompetensen hos bankrådgivaren påverkar rådgivningens utformning.

4.2.1 Sammanställning kontext

Vid rådgivningsmöten inhämtas mycket information om kunden. Samtliga intervjuade rådgivare anser att rådgivningen anpassas efter kundens kontext. Informationsinhämtningen om kunden och individanpassad rådgivning kan förklaras genom dagens regelverk. Regelverket går

dock hand i hand med bankrådgivarnas rådgivning till kunden. Således är regelverket både positivt för kunden och rådgivaren.

4.3 Förtroende

Vid intervjuerna framgick av respondenterna 2, 3, 4, 5 samt 6 att kunden bygger tillit till både rådgivaren och banken. Därmed var det bara respondent 1 som upplevde att kundens tillit endast byggdes gentemot rådgivaren. Respondent 1 förklarar att vid rådgivning är det bankrådgivaren som utgör tilliten för kunden. Vidare utvecklar respondent 1 sitt resonemang genom kreditgivning som exempel. När en kund behöver ta ett lån är det endast priset som avgör vilken bank kunden väljer. Således uppstår inte tillit i relation mellan banken och kunden. En god relation med tillit gör att kunden följer rådgivaren även om rådgivaren byter arbetsgivare, menar respondent 1. Även respondent 2 instämmer med beteendemönstret att vissa kunder väljer den bank som rådgivaren arbetar hos för att bibehålla kontakten. Däremot ser inte respondent 2 den typen av relation mellan bankrådgivare och kund som generell. En del kunder kan i stället känna sig trygga med sin bank och upplever därför en tillit till banken istället för rådgivaren. Därav anser respondent 2 att kundens tillit byggs via en kombination mellan rådgivare och bank eftersom det är olika från kund till kund.

Även respondent 6 påstår att kunden bygger sin tillit både hos rådgivaren och banken. Samtidigt instämmer respondent 6 med respondent 1 genom att tilliten mellan rådgivare och kund är viktigast. Tillit hos banken, menar istället respondent 6, är en förutsättning för att rådgivaren ska kunna behålla kunden som bankkund. Respondent 4 menar även likt respondent 6, att kunden måste ha tillit till både sin rådgivare och bank. Respondent 4 är även överens med respondent 6 om att kundens tillit till banken är en grundläggande förutsättning. Däremot anser respondent 4, till skillnad från respondent 6, att tillit till rådgivaren endast kan påverka totala den tilliten positivt. Respondent 5 betraktar kundens tillit till rådgivare och banken som en och samma enhet. Det två parterna hör samman och påverkar varandra menar respondent 5. Respondent 3 uttrycker en liknande beskrivning om rådgivare och bank som samma enhet. Vid frågan om rådgivarens relation med kunden är viktig för bankens relation med kunden formulerade respondent 3 sig enligt följande;

Oja, absolut. Det är inte, jag skulle vilja säga att det är inte bara jag utan det är en helhets begrepp egentligen faktiskt ... Och det är viktigt att alla delar, alla som möter kunden verkligen levererar till 100%. (Respondent 3)

När respondenterna tillfrågades hur en rådgivare skapar förtroende hos kunden var de olika respondenternas svar förhållandevis olika. Respondent 1, 3 och 5 ansåg båda att lyhördhet för kundens behov skapar förtroende för rådgivaren. Respondent 5 tillägger även om rådgivaren är pedagogisk mot sin kund främjar det kundens förtroende för rådgivaren. Utöver lyhördhet anser respondent 3 att personlig kontakt med kunden skapar förtroende hos kunden. Respondent 4 instämmer genom att en personlig rådgivare är viktig för att bygga tillit hos kunden. Respondent 2 beskriver att ärlighet i den rådgivning som bankrådgivaren ger till kunden skapar förtroende, även om beskedet inte är enligt kundens förhoppning. Förtroende utvecklas över tid och därför menar respondent 2 att personkemin mellan rådgivare och kund måste överensstämma.

För att en kund ska lita på sin bank är det viktigt att bankens teknik fungerar enligt respondenterna 1, 2, 4 och 6. Funktioner som exempelvis bankkort, betalningstransaktioner, internetbank, med mera måste således fungera för kunden. Respondent 4 och 6 och även 5 ansåg att en bank bör uppträda juridiskt korrekt för att bankkunderna ska lita på sin bank. Respondenterna syftar därmed på att banken ska följa de lagar och regelverk som banken innefattas av samt förhindra penningtvätt. Respondent 4 adderar till resonemanget det faktum att banken även arbetar med hållbarhet främjar kundens tillit till banken. För att tillit till banken ska kunna uppstå måste bankens budskap och arbete kommuniceras till kunden. Marknadsföring och sociala medier, anser respondent 5, är de kanaler som banken kan använda sig av för att skapa tillit hos kunderna. Kompetensutveckling för bankpersonal anser respondent 5 också är viktigt för att skapa tillit för banken hos kunden. Därmed menar respondent 5 att kunder har tillit till sin bank när bankens personal har en god utbildning. Slutligen tycker respondent 2 att tillit till banken ofta erhålls i de situationer när banken hanterar problem som uppkommit för kunden. Om exempelvis en kund utsätts för bedrägeri, ska kunden kunna känna en trygghet i att banken kommer hjälpa kunden i den uppstådda situationen menar respondent 2.

4.3.1 Sammanställning förtroende

Över lag bland de intervjuade rådgivarna anses tillit skapas hos både rådgivaren och banken för kunden. Att som bankrådgivare vara lyhörd och personlig för kunden anses skapa tillit till rådgivaren hos kunden. Generellt skapar kunden sig en tillit till banken genom att banken agerar juridiskt korrekt och ser till att alla bankens tekniska funktioner fungerar för kunden.

4.4 Rådgivare med utbildande syfte

Samtliga respondenter (frågan ställdes dock inte till respondent 3) ansåg att de har en inverkan på kundens ekonomiska medvetenhet som bankrådgivare. Respondenterna ansåg även att deras inverkan var i form av en positiv sådan för kunden. Respondent 2 och 4 nämner båda att de påverkar kunden genom att upplysa dem om vissa ekonomiska aspekter. Det blir som ett uppvaknande för kunden beskriver respondent 2 när rådgivaren belyser ett nytt perspektiv. Respondent 6 väljer att beskriva sin inverkan på kunden genom en situation när kunden kom till insikt om nya kreditlösningar under rådgivningen. Således kan respondent 6 beskrivning även kopplas till uppvaknande för kunden likt respondent 2. Respondent 4 tillägger även att bankers digitala funktioner är lite för abstrakta för att kunna påverka kunden effektivt. Därför tror respondent 4 att rådgivarens påverkan är större i det fysiska kundmötet jämfört med bankers digitala funktioner. Respondent 1 och 5 menar båda att de har en påverkan på kunden genom att de lär kunden förstå finansiell ekonomi genom sin rådgivning. Respondent 5 anser att i ju yngre ålder en kund kommer i kontakt med en rådgivare desto större inverkan har rådgivaren över kundens ekonomiska beteendemönster. Rådgivaren kan således ge upphov till nya ekonomiska rutiner menar respondent 5.

Vid diskussionen om rådgivaren upplever att den har någon påverkan på kunden beskriver respondent 1 ett mönster bland sina kunder. Respondent 1 har i sina kundrelationer noterat att det han lär ut till sina kunder, det lär kunderna sina barn som i sin tur lär barnbarnen. Således har respondent 1 en positiv påverkan ekonomiskt i flera led generationsmässigt. Respondent 1 kopplar även sin påverkan på kunderna till varför fattiga individer förblir fattiga i diskussionen;

Ja, ja, de har ju det ofta ju och de kan man ju kanske säg generellt insamlat liksom dom som har lite pengar har ju ofta en tendens att barnen också får ganska bra ekonomi och sen i nästa generation att man är liksom inne i det tänket och medan dom som oftast har dålig ekonomi kanske ofta tenderar o fortsätta. (Respondent 1)

Resonemanget som respondent 1 för överensstämmer med vad Hamiltons (2020) tidigare forskning inom socioekonomiska grupper säger. Därmed har uppsatsens empiri gett upphov till ytterligare förklaring på fenomenet varför fattiga individer förblir fattiga. Bankrådgivarens utbildande funktion har en stark positiv påverkan på kundens ekonomi. Därav innebär avsaknaden på en bankrådgivare en belastning förutsättningsmässigt för en individ ekonomiskt. Inaktiva bankkunder är ett exempel på en kundgrupp som inte innefattas av någon bankrådgivare. Således kan avsaknaden av en rådgivare för inaktiva kunder härleda varför dessa individer inte bygger upp någon ekonomisk trygghet övertiden. Därför är avsaknaden av en bankrådgivare en relevant aspekt och upptäckt för forskningsområdet socioekonomiska grupper.

När rådgivarna tillfrågades om en rådgivare har ett utbildande syfte för kunden instämde alla respondenterna, bortsett från respondent 4. Respondent 4 menar i stället att utbildning för kunden egentligen inte ingår i en rådgivares arbetsuppgifter. Däremot förklarar respondent 4 att utbildning för kunden sker indirekt genom rådgivningen. Utbildning uppkommer automatiskt vid rådgivning till kund eftersom rådgivaren råder och upplyser kunden om olika ekonomiska aspekter. Således menar respondent 4 att kunden ofta lär sig något nytt vid ett rådgivningsmöte. Respondent 5 beskriver även att vid rådgivningsmötena belyser ibland rådgivaren ekonomiska aspekter som kunden inte reflekterat över tidigare. Exempelvis när två individer flyttar ihop kan rådgivaren betona betydelsen av ett samboavtal för kunden, menar respondent 5.

Respondent 6 säger att om rådgivning med placeringar förekommer måste rådgivaren kontrollera kundens finansiella kunskaper och erfarenheter innan rådgivning kan ges. Frågor som ställs under ett sådant rådgivningsmöte är kring vilken utbildning kunden har och om kunden har några finansiella produkter sedan tidigare. Därefter anpassas rådgivningen efter kundens erfarenhets- och kunskapsnivå. Om det är något som kunden inte har insikt om måste rådgivaren utbilda kunden i det. Därmed har rådgivaren ett utbildande syfte för kunden menar respondent 6. Respondent 1, som är förmögenhetsrådgivare, besvarade samma fråga med att kunden inte får handla produkterna om de inte förstår innebörden av dessa. Således förekommer utbildning i kundmötet genom att rådgivaren måste säkerställa att kunden har tillräcklig kompetens menar respondent 1 likt respondent 6.

Respondent 2 som är privatrådgivare tycker även att det är viktigt att kunden fullständigt förstår rådgivningen. Pedagogik för kunden i rådgivningsmötet är väldigt viktigt anser respondent 2.

Vidare anser även respondent 2 att unga människor behöver utbildas mer och tidigare för att skapa en sparkultur hos dem tidigt i livet. Många unga har inte insikten gällande sparandets betydelse från början och därför gäller det att lära och förhindra dem till att fatta icke-ekonomiska beslut menar respondent 2. Speciellt viktigt är det att utbilda unga individer som ska köpa sin första bostad eftersom det är många nya aspekter att ta hänsyn till vid ett bostadsköp säger respondent 2. Det är många begrepp att hålla reda på för dessa individer när de ska införskaffa sitt första boende och det är svårt att till exempel googla sig till en förståelse. Det är därför de flesta individer vill ha fysisk rådgivning menar respondent 3 som även använder unga individer som ett exempel;

Dom flesta människor vill faktiskt prata med någon, vad ska jag tänka på, när vi har ett lånelöfte hur högt kan vi gå, hur ska vi tänka, ska vi till exempel ha någon besiktningsman på huset vi ska köpa, hur är den här trakten? (Respondent 3)

Respondent 3s uttalande stärker teorin gällande rådgivarens betydelse. Att kunna ställa frågor till en bankrådgivare uppskattas av många individer och det går även att koppla till rådgivarens utbildande syfte. Rådgivarens utbildandefunktion kan därför anses förklara varför rådgivaren är betydelsefull. Respondent 4 nämnde tidigare att rådgivarens inverkan på kunden är störst i det fysiska kundmötet. Även det styrker respondent 3s uttalande om rådgivarens betydelse. Vikten av att utbilda och hjälpa unga människor baserar respondent 2 och 3 på att rådgivaren har en stark påverkan på dessa individer. Det stämmer därmed överens med respondent 5s beskrivning av att en rådgivare har störst inverkan på unga personer. En potentiell bankstrategi kan således vara att arbeta proaktivt med ungdomar för att dessa individer senare ska bli en kund med god ekonomi.

4.4.1 Sammanställning rådgivare med utbildande syfte

Samtliga intervjuade rådgivare anser sig ha en inverkan på kundens ekonomiska medvetenhet. Avsaknaden av en rådgivare har noterats som ytterligare anledning till att fenomenet fattiga individer förblir fattiga existerar. Samtliga intervjuade rådgivare tycker även att rådgivaren har ett utbildande syfte för kunden. Utbildning till kunden sker främst i form av att rådgivaren lyfter olika nya ekonomiska aspekter för kunden i sin rådgivning. En del rådgivare tycker det är viktigt att kunden förstår innebörden av rådgivningen fullständigt medan för vissa rådgivare är kundens förståelse ett krav för att rådgivning ska kunna ges.

4.5 Rådgivarens påverkan på individers sparande

Respondenterna fick frågan om deras relation med kunden påverkar kundens sparbeteende och/eller ekonomiska medvetenhet. Respondenterna 1, 3, 4 samt 5 nämner att det sker någon form av utbildning utifrån relationen med kunden. Respondent 4 tycker att det är svårt att utbilda och upplysa kunden via digitala möten för att det blir för abstrakt för kunden. Det är enkelt samt smidigt med sms lån och pengar i en app är abstrakt. Däremot om kunden har avsatt en timme den dagen för att ta sig till kontoret och kan ge rådgivaren sitt fulla fokus menar respondenten att kunden kanske lyssnar bättre. Även respondent 1 och 5 är inne på att göra det mer konkret för kunden genom att använda räkneexempel och grafer. Respondent 5 tyckte att det var lättare att förklara pedagogiskt för en kund där relationen mellan dem var bättre. Det kan bero på att rådgivaren och kunden har träffats tidigare och därför lärt sig vad kunden redan kan samt hur kunden tar åt sig ny information bäst. Respondent 3 beskrev att det förekommer mycket förklaringar som anpassas beroende på kundens kunskapsnivå. Viktigt för respondent 3 var även att stämma av med kunderna om de tycker att mötet har varit givande. Respondenterna 2 och 6 poängterar att kundens förtroende för rådgivaren har betydelse för om kunden tar åt sig de rekommendationerna som rådgivarna ger. De två respondenterna menar att kunderna var mer benägna att ta till sig rekommendationerna om de hade förtroende för sin rådgivare. Detta stämmer överens med det Eriksson och Hermansson (2019) skrev att om kunderna ansåg att rådgivaren hade samlat på sig tillräckligt med information om dem kunde de anta att produkterna som rådgivarna rekommenderade var anpassade till dem.

Förtroende påverkar också om kunderna fortsätter att spara eller inte enligt respondent 6. Respondenterna fick frågan (respondent 3 fick inte frågan) om kunderna fortsätter att spara efter deras möte med en rådgivare. Respondent 1 säger att genom att förklara hur det fungerar och vad det kan bli i slutändan fortsätter kunderna spara. Specifikt yngre som kommer in tidigt fortsätter sitt sparande. Även respondent 2 upplever att kunderna fortsätter att spara löpande men att de kanske ibland förbrukar en del av de sparade medlen någon gång. Respondenten understryker dock att om kunden fortsätter att spara eller ej följs inte upp. Respondent 5 påpekar även att det är väldigt individuellt och att det beror på livssituationen. De kanske köper hus och har mycket utgifter, skiljer sig eller separerar, och så vidare och kanske inte har möjlighet att spara just då. Respondent 4 påpekar också att det inte följs upp, men tror att det tar emot mer för kunderna att sänka eller avsluta en stående överföring än att höja den. Det är även en viss typ av kunder som kanske har svårt att ta till sig en sparkultur;

Men jag skulle säga fortfarande att det är ju oftast tyvärr yngre människor, kanske yngre barnfamiljer, sämre ekonomi, sämre utbildningsnivå oftast hänger ju lite det ihop som stoppar det även till barnen, barnsparande och sådana som inte pensionssparar man drar in på det liksom. (Respondent 4)

Eriksson och Hermansson (2019) skrev att konsumenter börjar spara efter att de har träffat en rådgivare. Ovan beskrivs det att konsumenterna även fortsätter att spara efter mötet med rådgivarna. Rådgivarna kan alltså sägas ha påverkan på kundernas sparbeteende om kunderna finner det svårare att sänka eller avsluta ett månadssparande än att höja den. Utbildningen som förekommer under rådgivningsmötet kan ha en påverkan på sparandet, som Calcagno och Monticone (2015) samt Lusardi och Mitchell (2007) kom fram till, eftersom ökad finansiell kompetens påverkar individers sparande positivt.

Som tidigare nämnt undersökte denna studie om sparande var en möjlig ingång till att komma i kontakt med individer utan ekonomisk trygghet. När frågan ställdes till respondenterna om de trodde sparande var en lämplig ingång eller om det fanns ett annat, bättre sätt svarade respondent 1, 2 och 5 att sparande mycket väl skulle kunna fungera som en ingång. Respondent 1 förklarar att det är något som är lätt att belysa för kunden och använder pensionen som exempel. Eftersom kunderna kan få mellan 50 och 60% av slutlönen i pension behöver de flesta bidra med eget sparande också och då är det fördelaktigt att börja så tidigt som möjligt. Respondent 2 poängterar att det kan gälla sparande i form av avsätta medel till framtiden, men även sparande i form av att hjälpa kunden sänka sina kostnader. Respondenten menar att upplysa kunden om eventuella onödiga utgifter kan vara ett sätt att få kunderna att spara pengar. En annan viktig aspekt som respondent 2 tar upp är att sparande är en lämplig ingång till att komma i kontakt när de är yngre. Det är betydligt svårare att hjälpa en pensionär med en pension på 10 000 kronor och exempelvis en hyra på 6000 kronor eftersom det blir väldigt lite kapital över och att rådgivaren inte kan påverka hyran. Alltså poängterar även respondent 2 att det är viktigt att belysa sparande tidigt. Respondent 5 säger att sparande är en väldigt enkel sak att belysa. Det kan vara ett snabbt ärende i kundtjänst att poängtera saknaden av ett månadssparande.

Respondenterna 3,4 och 6 var inte lika positiva till sparande som en ingång till kontakt med kundgruppen i fråga. Respondent 3 svarade att det berodde helt på individens situation och

menar att om individen är intresserad av att köpa boende så är det kreditsidan som kommer att locka medan om individen har fått ett stort arv är det sparandesidan som lockar. Respondent 4 är också inne på samma spår som respondent 3, att det beror på vad kunden vill. Kunden kontaktar sin rådgivare när det gäller något som kunden vill göra, exempelvis köpa hus, köpa bil eller bygga pool. Respondenten trycker även på att kunder som redan har dålig ekonomi inte är lockade till att börja spara, utan det krävs någon form av lockbete och ger exempel på tidigare kampanjer som fungerat. Även respondent 6 poängterar att även om kundgruppen inte är sugen på att spara är det rådgivarens ansvar att belysa vikten av att spara. Likt respondent 1 och 2 tar respondent 6 också upp vikten av att informera kunderna om att spara till sin pension genom att utbilda kunderna. Att informera kunden om detta kan enligt Meier och Sprenger (2013), Lusardi och Michthell (2007) samt Hermansson (2017) ha en positiv påverkan på sparandet eftersom de kom fram till att de som tänker på framtiden samt planerar tenderar till att spara mer.

4.5.1 Sammanfattning rådgivarens påverkan på individers sparande

Som nämnt i 4.4 har rådgivaren en betydelse för individernas ekonomiska medvetenhet och sparbeteende. Genom att träffa kunderna fysiskt kan rådgivarna lättare belysa vikten av att spara till exempelvis pensionen med hjälp av räkneexempel och grafer för att göra det mer konkret. Även känna förtroende för rådgivaren är viktigt för att kunderna ska ta till sig rådgivarens rekommendationer och fortsätta sparandet. Rådgivningen anpassas utifrån kundens nuvarande kontext och kan behöva anpassas på nytt under nästa möte eftersom förutsättningarna kan ha ändrats. Sparandet anses kunna vara en lämplig ingång till kundgruppen, men kanske mer som ett förebyggande arbete genom att belysa och utbilda individerna så tidigt som möjligt för inte senare hamna i ekonomisk otrygghet. Sparandet kan enkelt kommenteras när kunderna besöker kontoren eller tar kontakt med kundservice som eventuellt en påminnelse för kunden att spara.

4.6 Inaktiva kunder

Det slutliga steget i vår forskningmodell är om inaktiva kunder kan nås genom sparande. Grunden för forskningmodellen och uppsatsen är att det existerar inaktiva bankkunder idag. Underförstått när således banker inte ut till alla inaktiva bankkunder. Därav råder det ett intresse bland banker kring om det finns lönsamhet i att nå ut till inaktiva kunder mer än idag.

Därmed ställdes frågan om respondenterna upplever eller tror att det finns ytterligare lönsamhetsmöjligheter för banken i att nå ut till inaktiva kunder. Respondent 3 och 5 var de enda av de intervjuade rådgivarna som svarade med ett tydligt ja på frågan. Om banken hjälper kunden blir det lönsamt även för banken menar respondent 3. Det är samverkan mellan kunden och banken förklarar respondent 3 vidare. Bankens produkter är utformade för att premiera kundens användande av bankens produkter. Efterhand som kunden använder fler av bankens produkter sänks den totala utgiften för kundens olika produkter. Respondent 3 menar därför att ju fler av bankens produkter kunden använder, desto större blir lönsamheten även för banken. Respondent 1 var den rådgivare som uppskattade att det troligtvis inte finns någon lönsamhet för banken i att försöka nå ut till inaktiva kunder mer. Den uppfattningen förklarar respondent 1 genom trender hos konkurrerande banker. Inom banksektorn försöker många banker lägga ner kundservicen på sina lokala kontor. Bankerna vill undvika spontana möten från kunder i förmån för att endast expediera bokade möten. Spontana möten är förmodligen mest en utgift för banken och det är därför kundservicen läggs ned tror respondent 1.

Respondent 4 har en uppfattning om att det inte finns någon stor lönsamhet för banken att nå ut till de inaktiva kunderna. De inaktiva kunderna har oftast varken något betydligt sparande eller lån hos banken. Därför anser respondent 4 att genom en ökning av inaktiva kunders sparande hos banken kan lönsamhet således uppstå för banken. Att banken skapar en relation med de inaktiva kunderna kan i ett längre perspektiv därför generera lönsamhet för banken. Även respondent 2 är av uppfattningen att lönsamhet för banken i att nå ut till inaktiva kunder finns möjligtvis i ett längre perspektiv. För respondent 2 handlar det om att vända en kunds situation för att få i gång ett sparande som därmed ger lönsamhet för banken. Respondent 2 anser även genom att hjälpa inaktiva kunder mer kan kundnöjdheten öka hos kundgruppen. En ökad kundnöjdhet hos inaktiva kunder kan generera fler kunder till banken som därmed ger ökad lönsamhet för banken.

Respondent 5 anser att det finns en lönsamhet för banken, men kopplar det till respondent 2 och 4 resonemang om att lönsamheten för banken i att nå inaktiva kunder finns på sikt. Genom att försöka skapa kontakt med unga individer finns det en lönsamhet på lång sikt eftersom kunden kan bli lönsam i framtiden. Respondent 5 nämner även att banken märker en kund genom att beräkna täckningsbidraget på kunden, vilket gör att banken kan avgöra vilken kund som är lönsam.

Respondent 6 ger ett annorlunda svar jämfört med de andra rådgivarna. Det är svårt att bedöma lönsamheten för banker i att nå ut mer till inaktiva kunder. Det är viktigt att hjälpa inaktiva kunder och därför menar respondent 6 att bankens uppgift i stället är att tillse att kundgruppens ekonomiska situation inte försämras. Det gör banken genom att erbjuda sina produkter till alla individer säger respondent 6. Att nå ut till denna kundgrupp är en osäker investering för banken kan utläsas av intervjun. Det kan därmed dras paralleller till Hamiltons forskning, varför låginkomstfamiljer sparar mindre än andra inkomstgrupper, att det är till viss del utanför bankens kontrollområde. Respondent 6s resonemang stödjer Hamiltons (2020) observationer genom att banker inte betraktar vissa kunder som sitt kontrollområde, vilket gör att resurser inte riktas mot vissa kundgrupper. Slutligen konstaterar respondent 6 att genom tillhandahållandet av bankens produkter till alla kunder, kan inaktiva kunder på eget initiativ påbörja ett sparande som på lång sikt ger lönsamhet till banken. Generellt anser därmed respondenterna att lönsamhet för banken i att nå ut mer till inaktiva kunder råder inom sparande och lång sikt.

När respondenterna fick frågan hur banken arbetar med socialt ansvar svarade samtliga respondenter att det var mycket fokus på hållbarhet i fondutbudet. Respondent 2 och 3 nämnde att det kommer en ny EU-förordning som kräver att rådgivarna ställer frågan hur kunderna ställer sig till hållbarhet och anpassar produktrekommendationerna efter det. Det finns även hållbarhetsprofiler på varje fond för att underlätta för kunderna att välja hållbara fonder. Respondent 1 nämnde även att de har fått gå en utbildning om detta. Ett annat sätt som bankerna arbetar med socialt ansvar är sponsring av föreningslivet med inriktning på barn och ungdomar. Respondenterna 2 och 4 berättade att banken ordnade HLR utbildningar för seniorer och barn. Respondent 2 förklarade även att banken ibland erbjöd halkkörning och tyckte att det var bra eftersom det kunde vara längesedan kunderna körde på halkbana. Det sista som respondent 2 berättade var att banken skänker julbonusarna till de anställda som fick rösta om till vilken välgörenhet pengarna skulle gå. Respondent 6 svarade att banken, för ett par veckor sedan, haft rådgivare som kopplat upp sig digitalt och föreläst för åttondeklassare om vikten av matematik i ekonomi. Respondent 1 nämnde att hos sin tidigare arbetsgivare hölls det utbildningar för ekonomer och skolklasser. Även respondent 2 uttryckte stort intresse av att nå ut till och utbilda yngre. Respondenten har lämnat förslag till sin arbetsgivare att besöka och föreläsa för gymnasieelever oavsett vilken inriktning de läser. Respondent 6 nämnde även att banken marknadsför ekonomihälsa. Bankerna försöker att synas för allmänheten med utbildningsfilmer

på sociala medier, HLR utbildningar och de försöker att nå de yngre genom sponsring av idrott och eventuell föreläsning på skolor. Det verkar inte som bankerna har fokus på att nå ut till kunder utan ekonomisk trygghet utan att det ligger mycket eget ansvar på kunden själv att ta kontakt. Däremot verkar det som om bankerna vill nå ut till de yngre och utbilda dem tidigt dels för att försöka knyta kunden till banken och skapa en lojal kund, dels för att det finns behov av finansiell kompetens.

Eriksson & Hermanssons (2019) skrev att bankerna börjar ändra sitt sätt att sälja sina produkter på grund av digitaliseringen och viljan att reducera kostnaderna. Respondent 1 bekräftar detta genom att ge exempel på en bank som slutar ta emot spontanbesök. Respondent 6 säger att kunderna fysiskt vill träffa en rådgivare och prata och fortsätter med det men även att banken behöver ha bra digitala tjänster. Respondent 6 poängterar att den bank som respondenten arbetar på är en av få banker som nyanställer rådgivare. Nämnt i kapitel 4.3 behöver banken kunna erbjuda stabila, enkla och välfungerande digitala tjänster för att kunderna ska lita på banken. Digitaliseringen bidrar även positivt till att nå ut till många. Respondent 1 berättar att banken lägger ut utbildningsfilmer på Youtube och respondent 5 berättar att banken annonserar kampanjer via sociala medier. Det är ett verktyg till att nå ut till allmänheten och göra banken tillgänglig för många. Det kan finnas kunder som föredrar att sköta det själv. Respondent 1 berättade att de som vill ha tillgång till rådgivare är de som kanske inte är så tekniskt kunniga och respondent 4 bekräftar det genom att säga att de yngre och mer välutbildade löser det själva.

4.6.1 Sammanställning inaktiva kunder

Idag nås inte inaktiva kunder fullt ut av bankerna. På lång sikt kan sparande vara en ekonomisk lönsam strategi för banker att nå inaktiva kunder. Bankernas arbete med socialt ansvar innefattar främst hållbarhetstänk inom fondutbudet och PR-aktiviteter bland kunder samt potentiella kunder. Utbildning av skolklasser betraktas som positivt bland en del av respondenterna. Utbildning för skolklasser anses även av respondenterna vara en proaktiv strategi att förebygga inaktiva kunder i framtiden. Även sociala medieplattformar anses av en del respondenter vara en proaktiv strategi för att förhindra ökning av inaktiva kunder.

5. Slutsatser

I följande kapitel besvaras först studiens frågeställningar. Därefter redogörs för studiens olika bidrag följt av en diskussion om implikationer för studien. Slutligen presenteras förslag till framtida forskning.

5.1 Besvarande av frågeställning

I denna uppsats har bankrådgivningen inom sparande och möjligheten för banker att nå inaktiva kunder studerats. Syftet med uppsatsen var att bidra med kunskap om hur banker kan utveckla strategier för att nå individer som inte har någon ekonomisk trygghet. Genom tre teman har bankernas rådgivning analyserats. Vid analyserandet av varaktigheten i rådgivningsmötet konstaterades rådgivningen som generös. Rådgivaren har en inverkan och ett utbildande syfte för kunden konstateras i studien. Det kan ses som argument för att bankrådgivning har en effektiv påverkan på kunden. Eftersom rådgivning betraktas som generös och effektiv kan slutsatsen dras att bankrådgivningen i sig fungerar. Problemet däremot är att få inaktiva kunder till ett rådgivningsmöte. I vår diskussion konstaterades att bankers kundstocksystem härleder varför inaktiva kunder inte använder sig av personlig bankrådgivning.

De bankkunder som prioriteras är kunder med större engagemang och dessa tilldelas en egen rådgivare. Detta beror på att kunder med större engagemang oftast vill ha mer hjälp av en rådgivare, det finns lagkrav på att kunder som uppnår ett visst kapital skall kontaktas årligen samt att dessa kunder är lönsamma för banken. De kunder utan tilldelad rådgivare får antingen ta hand om sina ärenden själv via digitala tjänster eller kontakta kundservice. Eftersom tidigare forskning och även denna studie har kommit fram till att rådgivaren har en påverkan på kunders sparbeteende och ekonomiska medvetenhet anser vi att det borde finnas mer tillgänglighet till rådgivare för de kunder utan ekonomisk trygghet. Det skulle kunna undersökas om det finns möjligheten att ha en strategi med två olika typer av kundstockar. En traditionell för de med stort engagemang och en för kunder med så kallad potential. Det skulle kunna ses som ett socialt ansvar av banken att ta sig till andra kunder och hjälpa dem att skapa sig en ekonomisk trygghet.

Under intervjuerna föreslog en del respondenter utbildning på skolor och sociala medier som lämplig proaktiv strategi för att förebygga skapandet av inaktiva kunder i framtiden. Därmed skulle förespråkandet av sparandets betydelse även kunna implementeras genom dessa kanaler.

Unga individer beskrivs som en viktig målgrupp för banker att nå ut till. Därav anser vi att mer utbildning på skolor av banker även är en lämplig bankstrategi för att förebygga uppkomsten av inaktiva kunder. Genom sociala medier nås fler kundgrupper än bara unga individer och således anser vi sociala medier också är en lämplig bankstrategi för att nå inaktiva kunder.

Utifrån förda slutsatser kan således frågeställningen om hur banker kan nå inaktiva kunder besvaras. Banker kan nå inaktiva kunder genom en specifik form av kundstock anpassad för inaktiva kunder. Genom framställandet av en kundstock med inaktiva kunder, möjliggörs interaktion med inaktiva kunder och rådgivare mer än vid dagens kundstockssystem.

Vid beaktandet av rådgivarens påverkan på individers sparande deklarerades till viss del sparande som en lämplig ingång för en bank att nå ut till inaktiva kunder. Sparande kan även betraktas som en proaktiv strategi för banker att förhindra uppkomsten av inaktiva kunder i framtiden. Genom att frekvent och tidigt upplysa individen om betydelsen av sparande kan ett sparande hos kunden skapas. I diskussionen om det är lönsamt för en bank att nå ut mer till inaktiva kunder bekräftades även sparande som en lämplig ingång. Lönsamhet för banken får dock ses på lång sikt. Med hänsyn till argumentationen för sparande som ingång i de två diskussionerna kan sparande på lång sikt betraktas som en lämplig strategi för banker att komma i kontakt med inaktiva kunder. Därmed besvaras frågan om sparande är en lämplig ingång för banker att nå ut till inaktiva kunder.

Från diskussionen om rådgivarens påverkan på individers sparande nämndes att vid varje tillfälle som kundkontakt uppstår kan sparandets betydelse upplysas för kund av banken. Bankrådgivningen har en effektiv påverkan på individers sparande. Således ges incitament till sparande genom bankrådgivningen, vilket styrker utformningen av dagens rådgivning som lämplig. Utmaningen är i stället att göra bankrådgivningen tillgänglig för fler individer. Därmed går det att konstatera att genom upplysande av sparandets betydelse vid varje kundkontakt och att bankrådgivningen blir tillgänglig för fler individer, har frågeställningen hur kan bankrådgivning utformas så att individer sparar mer kunnat besvaras.

5.2 Praktisk, teoretisk & samhällelig relevans

Praktiska bidraget från studien kan vara de strategier som behandlades i avsnitt 5.1. Det bör undersökas vidare om strategierna är möjliga. Studien har även bidragit med ytterligare kunskap om rådgivarens betydelse, härledning individers sparande och socioekonomiska grupper.

Det teoretiska bidraget finns i form av den utvecklade forskningmodellen. Den är utvecklad av Eriksson och Hermansson (2019) med ett tillägg om rådgivarens utbildande syfte som togs fram av Migliavacca (2019). Denna modell anser vi beskriva viktiga variabler för att beskriva rådgivarens betydelse för individernas sparande. Teoretisk nyans har även givits kring varför vissa individer associeras med användandet av personlig bankrådgivare samt varför fattiga individer tenderar att förbli fattiga.

Den samhällliga relevansen för studien är att fokus har varit på individer utan ekonomisk trygghet. Kundgruppen är inte ekonomiskt lönsam på kort sikt men kan bli det på längre sikt. En av de strategier som tas upp i avsnitt 4.5 är att börja utbilda skolungdomar om ekonomi för att öka deras finansiella kompetens. Således främjas kundgruppens ekonomiska situation genom framställandet av nämnda strategier. Tillämpande av uppsatsens föreslagna strategier stödjer bankers sociala ansvar. Vi har dels påbörjat en diskussion huruvida det är bankens ansvar eller uppgift att nå ut till dessa individer, dels påbörjat en diskussion att viss ekonomisk utbildning bör ingå för alla skolungdomar.

5.3 Studiens implikationer

Fördelaktigt för studiens kvalitet hade varit att intervjua fler branschpersoner. Dels för att försöka uppnå empirisk mättnad, dels för att under intervjuerna påpekade några respondenter att kundtjänstpersonal är de som kommer i kontakt med den undersökta kundgruppen oftast. Det hade även varit fördelaktigt med fler intervjupersoner från flera banker för att få ett bredare perspektiv eftersom det finns storbanker som vinstdrivande. På grund av att endast två banker intervjuades bidrog det till en tendens av homogena svar bland respondenterna.

Intervjuguiden som utformats för studien kan även inneha sina brister. Exempelvis kan en del frågor omformuleras och förbättras för att lämpligare besvara frågeställningen. Under intervjun var en del frågor komplicerade för respondenterna att förstå. Således exemplifieras behovet av

att omformulera intervjuguidens frågor. På grund av tidsbrist fick intervjuguiden kortas ner inför de två sista intervjuerna. De frågor som inte ställdes till de två sista respondenterna bör inte ha någon påverkan på resultatet. Däremot har studenterna för uppsatsen liten erfarenhet av att genomföra forskningsintervjuer. Det gjorde att ibland ställdes inte enstaka frågor till alla respondenter. Med mer erfarenhet och rutin hade intervjuerna kunnat vara ännu mer informationsuttömmande.

5.4 Förslag till framtida forskning

Framtida forskning skulle kunna undersöka mer djupgående förslaget om två olika typer av kundstockar. Det skulle vara intressant att höra vad banker och rådgivare tycker om detta förslag. Det hade även varit intressant att, i stället för att intervjua rådgivare, intervjua kunder som inte har ett aktivt sparande eller ekonomisk trygghet. För att förstå deras synvinkel till varför de inte sparar, om de kommer i kontakt med rådgivare och vad som händer efter de har kommit i kontakt med en rådgivare. Som tidigare nämnts kunde det även varit intressant att intervjua personalen i kundtjänst eftersom de kommer i kontakt med kunder med ännu mer varierande ekonomiska förutsättningar jämfört med privatrådgivare. Det hade kunnat vara givande att intervjua anställda högre upp i organisationshierarkin som har mer ansvar och kunskap om hur bankerna arbetar gällande socialt ansvar.

Litteraturförteckning

- ALLEA – All European Academies. (den 21 Maj 2021). *uppdrag/etik/etik-i-forskningen*. Hämtat från Vetenskapsrådet: <https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html>
- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagekonomiska forskningsmetoder*. Liber AB.
- Calcagno, R., & Monticone, C. (2015). Financial literacy and the demand for financial advice . *Journal of Banking & Finance* (50), 363-380 <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.03.013>.
- Denscombe, M. (2018). *Forskningshandboken*. Studentlitteratur.
- Eriksson, K., & Hermansson, C. (2014). Searching for new saving behavior theories : How relationships between banks' customers and advisors affect household saving. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 32 No. 4, pp. 279-299. <https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.1108/IJBM-03-2014-0040>.
- Eriksson, K., & Hermansson, C. (2019). How relationship attributes affect bank customers' saving. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 37 No. 1, pp. 156-170. <https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.1108/IJBM-09-2017-0194>.
- Finansinspektionen. (2019). *Kartläggning av rådgivningsmarknaden*. Stockholm: Finansinspektionen.
- Finansinspektionen. (2020). *Redovisning av betalkontodirektivets genomförande i Sverige (Dnr 20-28029)*. <https://www.fi.se/contentassets/7fac017e3d55453982b79383058e6340/redovisning-betalkontodirektivets-genomf-16dec2020.pdf>: Finansinspektion.
- Finansinspektionen. (2021). *Svenska hushålls likvida tillgångar (Nr 28)*. <https://fi.se/contentassets/d1254aa424dc4ccdbd21bcc01dff44db/fi-analys-28-hushalls-tillgangar.pdf>: Finansinspektionen.
- Forbes, J., & Kara, M. S. (2010). Confidence mediates how investment knowledge influences investing self-efficacy. *Journal of Economic Psychology* (31/3), 435-443 <https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.01.012>.
- Gino, F., Brooks, A. W., & Schweitzer, M. E. (2012). Anxiety, advice, and the ability to discern: Feeling anxious motivates individuals to seek and use advice. *Journal of Personality and Social Psychology* (102/3), 497-512 DOI:10.1037/a0026413.
- Hackethal, A., Haliassos, M., & Jappelli, T. (2012). Financial advisors: A case of babysitters? *Journal of Banking & Finance* (36/2), 509-524 <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.08.008>.
- Hamilton, L. (2020). Asset Limits in Public Assistance and Savings Behavior Among Low-Income Families. *Social Science Quarterly*, 454-467 <https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.1111/ssqu.12874>.
- Hermansson, C. (2017). Saving motives, gender, and the use of financial advisory services. *Managerial Finance* (43/11), 1202-1223 <https://doi-org.ezproxy.hkr.se/10.1108/MF-07-2016-0217>.

- Hilkens, A., Reid, J. I., Klerkx, L., & Gray, D. I. (2018). Money talk: How relations between farmers and advisors around financial management are shaped. *Journal of Rural Studies*, 83-95 <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.09.002>.
- Huggett, M., & Ventura, G. (2000). Understanding why high income households save more than low income households. *Journal of Monetary Economics*, 361-397 [https://doi.org/10.1016/S0304-3932\(99\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0304-3932(99)00058-6).
- Institutet för kvalitetsindikatorer. (2020). *Rapport om hushållens ekonomi 2020*. <https://fi.se/contentassets/5b622c8e76f04dbfaf390f2a72367052/hushallens-ekonomi-2020-rapport.pdf>: Institutet för kvalitetsindikatorer.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 305-360 [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X).
- Kramer, M. M. (2016). Financial literacy, confidence and financial advice seeking. *Journal of Economic Behavior & Organization* (131/A), 198-217 <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2016.08.016>.
- Lea, S. E., Webley, P., & Walker, C. M. (1995). Psychological factors in consumer debt: Money management, economic socialization, and credit use. *Journal of Economic Psychology* (16/4), 681-701 [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(95\)00013-4](https://doi.org/10.1016/0167-4870(95)00013-4).
- Lind, R. (2019). *Vidga Vetandet*. Studentlitteratur.
- Liu, F., Yilmazer, T., Loibl, C., & Montalto, C. (2018). Professional financial advice, self-control and saving behavior. *International Journal of Consumer Studies* (43/1), 23-34 <https://doi.org.ezproxy.hkr.se/10.1111/ijcs.12480>.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics* (54/1), 205-224 <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2006.12.001>.
- Meier, S., & Sprenger, C. D. (2013). Discounting financial literacy: Time preferences and participation in financial education programs. *Journal of Economic Behavior & Organization* (95), 159-174 <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.02.024>.
- Migliavacca, M. (2019). Keep your customer knowledgeable: financial advisors as educators. *The European Journal of Finance* (26/4-5), 402-419 <https://doi.org.ezproxy.hkr.se/10.1080/1351847X.2019.1700148>.
- Statistiska Centralbyrån. (den 21 April 2020). *Om SCB: Nyheter och pressmeddelanden*. Hämtat från SCB: <http://www.sbc.se>
- Statistiska Centralbyrån; Finansinspektionen. (den 18 Februari 2021). *hitta-statistik/statistik-efter-amne/finansmarknad/finansrakenskaper/sparbarometern/pong/statistiknyhet/sparbarometern-4e-kvartalet-2020/*. Hämtat från <http://www.sbc.se>

Bilaga 1 Intervjuguide

Intervjuguide

Inledning

Introducera vilka vi är. Namn, studenter på HKR, BF osv.

Introducera vår studie: Syftet till exempel

Berätta hur intervjun går till. Semistrukturerad = färdiga frågor och eventuellt följdfrågor.

Fritt svar. Detta skall sen transkriberas och analyseras. Intervjupersonerna samt deras arbetsplats är anonyma och inspelningen samt transkriberingen kommer tas bort när uppsatsen är godkänd och betyget registrerat.

Bakgrund

Nuvarande titel/Roll:

Utbildning:

Antal år erfarenhet i branschen:

Antal år erfarenhet i den roll du har nu:

Har du några certifieringar? Swedsec? Fondcertifierad?

Rådgivarens betydelse

1. Vem får tillgång till en (dig som) rådgivare? Vilka typer av kunder tar du emot?
2. Vem vill ha tillgång till en rådgivare? Några som vill ha mer "hjälp" än andra? (Utveckla mer)
3. Vem borde få mer rådgivning från en rådgivare? Någon kundgrupp som du tycker borde satsas mer på? Exempel ungdomar
4. Vad får rådgivare (du) rådge om (gällande sparande)? (fonder, aktier, obligationer osv)
5. Om kunden vill handla med produkter (Aktier, derivat) som ni inte erbjuder rådgivning till. Vad gör ni då?
6. På vilket sätt kan kan rådgivningen ges? Vad behöver rådgivaren förhålla sig till?
7. Vilken typ av rådgivning ges (ger du) oftast? Buffert, investering, mål... ?
8. Har banken någon standardregel eller råd gällande sparande?
9. Vad gör banken för att uppmuntra sparande?
10. De kunder du hjälper att sätta igång ett sparande, fortsätter dem med det? Skiljer det sig bland olika kundgrupper?
11. Har din rådgivning med kunden en inverkan på kundens ekonomiska medvetenhet (på vilket sätt i så fall)? (12) Tycker/tror/upplever du att du gör skillnad/har en påverkan? Kan du ge ett exempel?

Härledning individers sparande

1. Hur skulle ni beskriva er (din) relation med kunden?
2. Vad anser ni/du är viktigt i relationen mellan bankrådgivare och kund?
3. Är din relation med kunden viktig för den kundrelation som banken har med kunden? I så fall på vilket sätt är relationen viktig?
4. Hur tänker ni kring en rådgivare med ett utbildande syfte för kunden?
 - Förekommer utbildning för kunden i kundmötet? t.ex. ansvar, vad är ränta, hur sparprodukterna fungerar osv...?
5. Kan relationen som rådgivaren har med kunden påverka kundens sparande eller ekonomiska medvetenhet?

6. Träffar ni några kunder regelbundet? Utför ni årlig rådgivning? Följs det första mötet upp (i så fall på vilket sätt)?
7. Hur lång tid varar ett rådgivningsmöte?
8. Har ni några kunder som är "era", dvs kunder där ni "ensam" är kundansvarig?
9. Brukar ni inhämta all information kring kunden? Hur?
 - sparar ni den informationen på något sätt så att banken skapar sig en relation med kunden?
10. Anpassas rådgivningen efter kunden(s kontext)? Olika sparsätt, olika typer av fonder osv?
 - är det genom förvalda alternativ eller fri hand rådgivning?
11. Är det dig som rådgivare eller banken som kunden bygger upp tillit till?
12. Vad gör du som rådgivare för att kunden ska lita på dig?
13. Vad gör banken för att kunden ska lita på sin bank?

Socioekonomiska grupper

1. Hur arbetar banken med socialt ansvar? Sponsring idrott
2. Vilket förhållningssätt har banken till inaktiva kunder i de lägre inkomstskikten? Har ni någon erfarenhet av där ni eller banken kommit i kontakt med kundgruppen?
3. Finns det ytterligare lönsamhets möjligheter för banken i att nå ut till kundgruppen i fråga?
4. Känner banken något ansvar i att nå ut till kundgruppen i syfte att främja dessa individers ekonomiska trygghet?
5. Skulle ni anse att lägga upp bankstrategier för att nå dessa kunder vore en tillgång för banken totalt sett?
6. Tror ni att sparande är en lämplig ingång för banken att komma i kontakt med kundgruppen eller ser ni andra sätt för banken att komma i kontakt med kundgruppen?

Avslutningsvis - är det något du tycker vi skulle frågat eller något mer du vill berätta/du tycker vi borde känna till?

Annars tackar vi mycket för ert deltagande och bidrar till vår uppsats.

"Inaktiva kunder = (1) Individer som kan vara kund hos banken men inte får tillgång till/är i kontakt med alla produkter och tjänster som banken erbjuder. (2) Individer som inte är kunder hos banken."

- Preliminära frågeställningen för vår uppsats är "hur bankrådgivningen kan utformas så att inaktiva kunder idag nås?"
- Syftet med uppsatsen är att bidra med kunskap om hur banker kan utveckla strategier för att nå de kunder som ännu inte har någon rimlig ekonomisk trygghet.

Bilaga 2 Samtyckesformulär

Samtycke i samband med intervju

Vi studerar på ekonomiprogrammet och håller på med vårt examensarbete (uppsats) som handlar om hur bankrådgivningen kan utformas så att inaktiva kunder idag nås. För att få material till vår uppsats skulle vi vilja intervjua dig gällande rådgivningens utformning. Om du godkänner det skulle vi vilja spela in intervjun/vårt samtal för att sedan transkribera (skriva ut) intervjun/samtalet. Ljudinspelningen kommer att raderas efter att uppsatsen är godkänd och betyget har registrerats.

Uppgifter om dig kommer att anonymiseras i uppsatsen, d v s ditt namn, din arbetsplats och andra uppgifter som kan identifiera dig kommer inte att framgå. Det är endast vi, vår handledare på högskolan och bedömande lärare/examinator som kommer att känna till vem det är som blivit intervjuad.

Själva ljudinspelningen är en personuppgift som behandlas med stöd av ditt samtycke. Du har rätt att när som helst återkalla ditt samtycke utan att ange orsak genom att kontakta mig/oss, se kontaktuppgifter nedan. Ett återkallande av ditt samtycke påverkar dock inte den behandling som skett innan återkallandet. Ditt underskrivna samtycke kommer att sparas tills det inte längre är aktuellt, d v s tills ljudinspelningen är raderad.

Högskolan Kristianstad är personuppgiftsansvarig. Enligt dataskyddsförordningen har du rätt att kontakta högskolan för att få information om vilka uppgifter som behandlas om dig eller för att begära rättelse, överföring, radering eller begränsning av dina personuppgifter. Högskolans dataskyddsombud kontaktas via dataskyddsombud@hkr.se. Du har rätt att inge klagomål till Datainspektionen om du tycker att vi behandlar dina personuppgifter på ett felaktigt sätt.

Namn på ansvariga studenter: Beatrice Hellichius & Oscar Olsson

Kontaktuppgifter: [mail/telefon]

beatrice.hellichius0013@stud.hkr.se 0709779226

oscar.olsson0013@stud.hkr.se 0760402580

Jag godkänner ljudinspelningen och samtycker till att denna behandlas i enlighet med informationen ovan.

Ort och datum

Namnsteckning

Namnförtydligande