Det sovande folket
Konsumentens information på bankmarknaden för fonder och sparkonton

The sleeping people
Consumers’ information on the financial service market for mutual funds and savings accounts

Daniel Kling
Ivar Olofsson

Vårterminen 2015
Handledare: Hans Sjögren

Kandidatuppsats i nationalekonomi
Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling
Sammanfattning

<table>
<thead>
<tr>
<th>Chapter</th>
<th>Section</th>
<th>Page</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>Inledning</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1.1 Problemformulering</td>
<td>1</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1.2 Syfte</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1.3 Frågeställningar</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1.4 Avgränsningar</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Metod</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2.1 Enkät</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2.2 Statistisk metod</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2.3 Marknadsanalys</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2.4 Metodkritik</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>2.5 Etiska aspekter</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Teoretisk ramverk</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1 Structure-Conduct-Performance-modellen</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1.1 Grundläggande förutsättningar</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1.2 Offentlig policy</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1.3 Marknadsstruktur</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1.4 Beteende</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1.5 Prestation</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.1.6 Avslutande motiveringar</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.2 Effektiva marknader</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.3 Principal-agent-teori</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.4 Asymmetrisk information</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.4.1 Signalering</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.5 Byteskostnader</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.5.1 Procedurkostnad</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.5.2 Finansiell byteskostnad</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3.5.3 Relationskostnad</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Bankmarknaden och tidigare forskning</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.1 Aktörer</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.2 Utbud av tjänster</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.3 Fondprestation</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.4 Konkurrens situation</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.5 Marknadsföring</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.6 Teknik</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.7 Lokalisering</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.8 Skalekonomi</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.9 Offentlig policy</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.10 Konsumentens information</td>
<td>17</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>4.11 Byteskostnader och inlåsningseffekter</td>
<td>18</td>
</tr>
</tbody>
</table>
5 Resultat av enkätundersökning

5.1 Demografi .................................................. 20
5.2 Banker .................................................. 20
5.3 Fonder .................................................. 21
5.4 Sparkonto ............................................... 24
5.5 Övrigt .................................................... 26

6 Analys och diskussion

6.1 Informationsläget ......................................... 27
  6.1.1 Kunskap .............................................. 27
  6.1.2 Konsumenternas styrka .............................. 28
6.2 Marknadsandelar .......................................... 29
6.3 Byten .................................................... 29
  6.3.1 Byteskostnader ....................................... 30
  6.3.2 Flytt mellan fonder .................................. 31
  6.3.3 Byte av bank för sparkonto ........................ 31
6.4 Marknadsföring ........................................... 32
  6.4.1 Urval av fonder ..................................... 33
6.5 Andel aktiva fonder ...................................... 34

7 Slutsatser .................................................. 35

7.1 Inläsningseffekter ....................................... 35
7.2 Skillnader mellan åldersgrupper ........................ 35
7.3 Möjligheter till förbättringar ........................... 36
7.4 Fortsatt forskning ....................................... 36

Referenser .................................................. 37

Bilagor ...................................................... 41

A Enkät ...................................................... 41

B Enkätdata och testresultat .............................. 45

C Figurer över enkätresultat .............................. 51
Figurer

3.1 Structure- Conduct- Performance-modellen ................. 7
5.1 Kundandelar per bankkategori ................. 21
5.2 Första kontakt med huvudsaklig bank ................. 21
5.3 Informationskällor inför fondval ................. 22
5.4 Kunskap om finansiella begrepp ................. 23
5.5 Informationsgrad för fonders marknadsföring, periodicitet i
bevakning, aktivitet i förvaltning samt kunskap om utbud ........ 23
5.6 A. Om fondflytt genomförts samt viktiga faktorer för beslut
om flytt ........................................ 24
5.7 Informationkällor inför val av sparkonto ................. 25
5.8 Om sparkonto byte genomförts samt viktiga faktorer för be-
slut om byte ........................................ 25
5.9 Intresse och möjligheten att påverka villkor för finansiella
tjänster ........................................ 26
C.1 Könsfördelning och sysselsättning ................. 51
C.2 Fördelning av åldersgrupper ................. 51
C.3 Högsta slutförda utbildning och utbildningsinriktning .... 51
C.4 Antal banker per kund och om kunden bytt sin enda bank ... 52
C.5 Kundandelar för fonder per storbank ................. 52
C.6 Nöjdhet med information från förvaltare ................. 52
C.7 B. Om fondflytt genomförts samt viktiga faktorer för beslut
om flytt ........................................ 53
C.8 Kundandelar för sparkonto per bankkategori ................. 53
C.9 Aktivitet, kunskap om utbud samt lätthet att byta sparkonto 53

Tabeller

B.1 Skillnader mellan åldersgrupperna 18 – 30 och övriga äldre
bland studerande och högutbildade utan ekonominriktning. ... 45
B.2 Skillnader mellan ekonomstuderande och övriga studerande. ... 46
B.3 Medelvärde och antal svarande per fråga för ekonomstudenter,
övriga studenter samt äldre högutbildade utan ekonominrikt-
ning. ........................................ 47
1 Inledning


Att som privatperson göra ett informerat val på denna marknad kan kännas överväldigande. De fonder och sparkonton som är bäst för privatkunden är inte nödvändigtvis de som kunden faktiskt har valt. Även ifall man vet att ett bättre alternativ finns, existerar hinder och kostnader för att byta. Även okunskap och ointresse kan vara förklaringar\(^1\). Detta skiljer sig från den ideala marknaden där köpare och säljare har fullgod information om tjänsten och fritt kan välja den tjänst som är mest förmånlig.


1.1 Problemformulering


Med utgångspunkt i det som nämnts ovan är det av intresse att undersöka hur utvecklingen på internet påverkat kundernas informationstillgång, samt huruvida det existerar skillnader i beteende och attityder mellan olika åldersgrupper. Andra områden att utforska är kundernas rörlighet på bankmarknaden, samt bankernas marknadsföringsstrategier och marknadsföringens inflytande över kundernas val.

\(^{1}\)Det sovande folket är titeln på en kort bok skriven av en då 27-årig civilekonom, idag före detta statsminister. En välciterad tes från boken lyder Svenskarna är mentalt handicapade och indoktrinerade att tro att politiker kan skapa och garantera välfärd (Grahn 2013). Denna uppsats placeras större tilltro till statens roll i att garantera välfärd på en fungerande bankmarknad, oavsett hur ointresserade vissa konsumenter må vara.
1.2 Syfte

Uppsatsens syfte är att analysera bankmarknaden för de finansiella tjänsterna sparkonto och sparande i fonder från ett konsumentperspektiv, med fokus på informationsasymmetri och inlåsningseffekter.

1.3 Frågeställningar

Uppsatsen kommer att besvara följande frågeställningar för att uppnå syftet:

- Hur ser informationsläget ut mellan konsument och bank?
- Vilka inlåsningseffekter finns på bankmarknaden?
- Vilka skillnader i attityd och beteende finns mellan olika åldersgrupper?
- Vilka möjligheter finns till förbättringar?

1.4 Avgränsningar

I uppsatsen och enkäten undersöks enbart de finansiella tjänsterna sparkonto och fondförvaltning. Övriga finansiella tjänster tas ej upp ingående. Då bankmarknaden delvis säljer tjänster i paket finns möjligheten att inlåsningseffekter beror mer på andra tjänster än de som undersöks inom uppsatsen. Om samtliga finansiella tjänster som konsumenten utnyttjar i större utsträckning täcktes av undersökningen skulle troligtvis mer precisa slutsatser kunna dras om inlåsningseffekter. För att undvika sänkt kvalitet på enkätsvaren till följd av för många frågor, har undersökningen fått denna begränsning.
2 Metod

Uppsatsens syfte ska uppfyllas genom en teoretisk genomgång av forskningsområdet kring informationsasymmetri på bankmarknaden, en statistisk analys av insamlad enkätdata från ett antal olika målgrupper, samt en marknadsanalys med utgångspunkt från en variant av Structure- Conduct-Performance-modellen.


2.1 Enkät

Enkätundersökningen genomfördes som en tvärsnittsstudie där en enkät delades ut och besvarades av personer från olika målgrupper. Urvalet gjordes ej representativt för hela landets befolkning, utan dominerades av högutbildade eller personer som för tillfället studerade en högre utbildning. Denna begränsning minskar skillnaderna mellan de svarande och stärker möjligheten att koppla skillnader till specifika egenskaper så som utbildningsnivå och generationstillhörighet. Begränsningen medför att ett givet antal svarande kan ge tydligare skillnader än om de svarande skiljde sig mer.

Målgrupperna för enkäten är

- studerande vid högskola med inriktning mot ekonomi, i åldersgruppen 18 – 30
- studerande vid högskola liksom högskoleutbildade, med annan inriktning i åldersgruppen 18 – 30
- studerande vid högskola liksom högskoleutbildade, med annan inriktning äldre än 30.

För att skilja kunskapseffekter från generationseffekter, testades grupperna ekonomistuderande och övriga studerande mot varandra liksom grupperna yngre och äldre, där ekonomistuderande exkluderats, mot varandra. Indelningen i ålder gjordes vid 30 eftersom inga skillnader kunde påvisas mellan svarande i åldersgruppen 31 – 43 och övriga äldre. Vidare var de tillfrågade studerande främst i åldersintervallet 19 – 24, då de flesta började studera direkt efter gymnasiet. Sammantaget gjorde detta att åldersindelningen ansågs vara lämplig för syftet.

2.2 Statistisk metod

Gruppernas svar testades för skillnader med Mann-Whitneys U-test med korrektion för kontinuitet. Detta test testar för skillnader i rank mellan två grupper, vilket kan tillämpas för att testa för skillnader i frekvens bland kategoriska svarsalternativ likväl som skillnader i gradering på skalan 1 – 5. Testet kan ses som tillämpligt om grupperna har åtminstone 20 oböndande observationer vardera och kan ge ett dubbelsidigt \( p \)-värde likväl som enkelsidigt under antagande om att test-värdet är asymptotiskt normalfördelet. Till skillnad mot \( t \)-test är detta test icke-parametriskt och kräver heller inget antagande om samma variation inom båda grupperna.

Då enkätfrågorna är många till antalet, är det mindre lämpligt att använda en fast signifikansnivå att testa svaren mot. Många tester mot en fast nivå motsvarar en högre signifikansnivå tillsammans, varför testresultaten presenteras med angivna \( p \)-värden för att bättre kunna spegla inbördes signifikans och undvika krav på en betydligt lägre signifikansnivå för de enskilda testen än vad som kan vara brukligt. Starkt signifikanta resultat kan då urskiljas från mindre starka, och eventuella tvetsamma testresultat kan identifieras enskilt. Testerna kommer främst att mätas på 5 procents signifikansnivå för att avgöra om skillnader förekommer. Eventuella svagare signifikansnivåer näms i förekommandefall tydligt.

2.3 Marknadsanalys

Resultatet av enkäten och tidigare forskning analyserades utifrån SCP-modellen och teori om informationsasymmetri och inläsningseffekter på bankmarknaden. En anpassad variant av SCP-modellen användes för att tillåta ett fokus på de egenskaper som är mest relevanta för uppsatsens syfte. Den anpassade modellen presenteras i teoriavsnittet.

\(^2\)Mann-Whitneys U-test är i fallet med två grupper och två svarsalternativ i det närmaste identiskt med ett \( \chi^2 \)-test, där den största skillnaden är att \( \chi^2 \) är parametriskt. De skillnader som uppförsas i \( p \)-värden är för våra tester marginella till storleken.
2.4 Metodkritik

Vid mätning av abstrakta begrepp så som kunskap och rörlighet är det viktigt att metoden tillåter åtminstone skattningar av vad som eftersöks. För att möjliggöra mätning av konsumentens kunskap och rörlighet har begreppen brutits ned och representeras av ett flertal kortare frågor. För att tillåta mätning av vad som söktes utfördes en översiktlig genomgång av tidigare forskning för att identifiera delfaktorer som kunde anses betydande och var möjliga att angripa genom specifika frågor. Vidare är frågorna formulerade på ett kortfattat men konkist sätt för att minska risken för missförstånd hos de svarande vilket skulle leda till opålitlig data. Den kvalitativa analysen av den insamlade data kan även komma att färgas av de som analyserar den, vilket är viktigt att vara medveten om för att kunna minimera effekten genom att tydligt redovisa alla tankegångar och inte diskriminera forskning som går emot den egna uppfattningen.

Undersökningens resultat är troligtvis inte generaliserbart till hela landets befolkning då det endast undersöker högutbildade, vilka på gruppnivå kan antas skilja sig i vissa egenskaper. Dock kan resultaten troligtvis generaliseras till den högutbildade gruppen, givet att svarsfrekvensen inte är uppseendetäende låg och riskerar att ge ett snedvridet urval inom gruppen. Vidare är enkäten helt anonym för de svarande; det finns inget utrymme att ange identifierande personuppgifter, och åldern anges endast i grov noggrannhet. Detta minskar risken att de svarande inte är sanningsenliga i sina svar på grund av att inte vilja uppge känslig information som kan kopplas till individen.

2.5 Etiska aspekter


\footnote{De som inte får nämnas vid namn. Se omslag för namn.}
3 Teoretiskt ramverk


3.1 Structure-Conduct-Performance-modellen

SCP är en modell för att underlätta systematisk analys av marknader beträffande främst marknadsstruktur, aktörers beteende, reglering och policy samt prestation. Hela detta avsnitt samt delavsnitt är ett återgivande av den framställning som görs av Carlton och Perloff (ibid.). I ett avslutande delavsnitt ges motiveringar för urvalet av faktorerna utifrån vår syn på bankmarknaden.

Faktorerna marknadsstruktur, beteende, offentlig policy samt prestation kan samtliga anses påverka varandra i olika utsträckning. Detta speglar slutligen i marknadens prestation i form av bland annat priser, effektivitet och vinster. För olika marknader gäller att vikten hos modellens enskilda faktorer varierar, vilket motiverar inskränkningar i de faktorer som tas med i analysen. De faktorer som har ansetts vara viktigast för att beskriva bankmarknaden utifrån syftet har valts ut och faktorer som bedöms vara mindre relevanta har utelämnats.


Grundläggande förutsättningar på marknaden medför krav på marknadsstrukturer som i sin tur sätter gränserna för aktörernas beteende; offentlig policy kan ställa krav på struktur och beteende; aktörernas beteende bestämmer marknadens prestation. Återkopplingseffekter ger påverkan i motsatt riktning; marknadens prestation kan inverka på aktörernas beteende och marknadsstrukturen; beteende kan påverka strukturen.

3.1.1 Grundläggande förutsättningar

De grundläggande förutsättningarna för marknaden omfattar faktorer som bestämmer efterfrågan och produktion. Teknik, lokaliserings- och skalakonomi är samtliga faktorer som påverkar möjlighet till produktion av finansiella tjänster. Teknik bestämmer produktionens effektivitet och hur mycket som kan produceras, liksom hur företag kan nå ut till kunder. Lokalisering kan kräva
Figur 3.1: *Structure- Conduct-Performance*-modellen med dess fem block, med bortvalda faktorer överstrukna. Modellens dynamik beskrivs med pilar som visar hur de olika blocken påverkar varandra.
geografisk placering i närhet till kunder för att kunna sälja tjänster. Skalekonomi kan medföra hinder för mindre aktörer att göra entré på marknaden, liksom påverka det optimala antalet företag.

Efterfrågan antas främst bero på kunders priskänslighet, möjlighet att välja substitut och lokalisering. Priskänslighet och möjlighet att välja substitut beskriver kundernas rörlighet, vilken påverkar företagens möjlighet att sätta priserna över sina marginkostnader.

3.1.2 Offentlig policy

Beskattning, bidrag och avdrag likväl som makroekonomisk politik är viktiga verktyg för staten att påverka marknaden med. Dessa faktorer kan påverka kassaflöden och marginaler, vilket ger möjlighet att styra strategier och beteende på marknaden från något oönskat till något mer samhällsekonomiskt optimalt.

Inträdeshinder ger också kontroll över aktörerna och underlättar uppehållandet av en lägstastandard. Om det finns stora skillnader i exempelvis informationstillgång mellan kund och företag skulle opportunistiska företag kunna rasera förtroendet för marknaden eller minska seriösa aktörers möjlighet att verka. Genom att ställa strikta krav som kontrolleras av myndigheter kan opportunistiskt beteende begränsas. Konkurrenslagar som förhindrar beteende som riskerar att påverka konkurrensen negativt ger möjlighet att styra aktörerna på marknaden så att bland annat prissättning inte kan kontrolleras av enskilda aktörer.

3.1.3 Marknadsstruktur


Diversifiering inom företagen kan ge synergieffekter mellan närbesläktade tjänster, liksom vertikal integration kan minska kostnader och säkra tillgång på tjänster från underleverantörer. Liknande tjänster kan få gemensam administration för att minska kostnader och få en bredare gemensam kundbas.

3.1.4 Beteende

Marknadsföring kan påverka kundernas beslutsförmåga i olika riktning. Trovärdig korrekt information om tjänsten gör att kunderna lättare kan välja
den tjänst som passar dem bättre, medan vilseledande marknadsföring istället kan orsaka suboptimala val. Om marknadens aktörer inte själva får till en god marknadsföring kan statligt ingripande vara motiverat.

Prissättning av tjänster är kopplat till efterfrågan och priskänslighet, vilket i vissa fall kan vara till kundens nackdel. Om exempelvis en stor andel kunder inte har tillräcklig kunskap om utbud, kan företag prisdiskriminera genom att sälja samma tjänst till olika priser beroende på kund. Valet av tjänster och i vilken utsträckning dessa erbjuds (liksom hur dessa marknadsförs relativt varandra) kan ge fördelar gentemot andra företag likväl som mot kunden. Vidare kan dominerande aktörer i större utsträckning ignorera övriga aktörer och konsumenter på grund av sin starka ställning, vilket kan minska konkurrensnivån. Hur anläggningskapital används och utvecklas kan även detta påverka marknadsständhningen. Om kontor och IT-system lämnas att förfalla eller inte uppdateras i tillräcklig takt kan marknadsandelar antas förloras till andra. Vidare måste anläggningsstillgångar löpande utvärderas för huruvida de fortfarande tjänar sitt syfte.

3.1.5 Prestation
Marknadens effektivitet eller dess grad av samhällsoptimalitet kan anses bestämmas av främst följande faktorer: priset på tjänster till kunder och hur effektivt dessa tjänster produceras eller erbjuds; hur fördelningen mellan olika produkter är och hur denna skiljer sig från vad som anses optimalt; kvaliteten på tjänsterna och hur väl de uppfyller sina syften; tekniska framsteg som underlättar för kunder och företag; samt vinst och konsumentöverskott.

3.1.6 Avslutande motiveringar
Modellen har, för att begränsa omfånget till vad som bedömts vara mest väsentligt, anpassats för att effektivt kunna spegla bankmarknaden utifrån uppsatsens syfte. Bedömningen av vilka faktorer som var viktiga har delvis grundats på den empiri som presenteras i följande avsnitt. Nedan följer ett antal motiveringar för några av de faktorer som bedömts vara viktiga.

Bankernas marknadsföring varierar i informationsgrad och vederhäftighet, varför denna faktor bedöms vara väsentlig för konsumentens beslutsförmåga. Då bankmarknaden är en vital funktion i samhället bedöms regleringar från staten vara viktiga för att styra marknaden från olämpligt beteende. Storbanker med ett brett utbud av finansiella tjänster och med integrerade tjänsteleverantörer skiljer sig möjligtvis från mindre aktörer genom möjlighet till paketerbjudanden och samordningsvinstar, vilket motiverar att faktorerna vertikal integration och diversifiering bör ses som väsentliga. Vidare, olika risknivåer bland sparformer gör att dessa kan antas konkurrera om olika kundgrupper och sparkapital. Tjänsterna är då varandras substi-tut i begränsad utsträckning, varför differentiering och utbud av tjänster
är av betydelse. Då bankkontor och internetbank kan ses som viktiga att förvalta och nyttja på ett bra sätt, är anläggningskapital en faktor som är intressant att studera. Bankkontor kan även komma att avvecklas på grund av förändringar i struktur hos marknaden och i beteende hos konsumenter.

3.2 Effektiva marknader


Malkiel (2003) skrev att på en perfekt effektiv marknad sprids informationen utan fördröjning. En lägre grad av effektivitet kan innebära en fördröjning vilket tillåter vinster på tidigare okänd information. Han uppmärksammar även att psykologiska egenskaper kan ge upphov till tillfällig felaktig prissättning, vilket öppnar upp för möjlighet till vinst. Dessa effekter kan dock ofta antas vara så små att de transaktionskostnader som finns på marknaden överstiger den potentiella vinsten. Marknadspriset jämfört med det effektiva priset kan variera mellan att vara högre likvälv som lägre, vilket ytterligare försvarar en systematisk vinst. Överlag kan de mönster som tycks finnas i de historiska prissättningarna ses som information, vilken vid spridning förhindrar långsiktiga vinster genom dessa mönster. (ibid.)

3.3 Principal-agent-teori

3.4 Asymmetrisk information

Begreppet asymmetrisk information avser informationsförhållandet vid ingående av avtal där en part har ett informationsövertag gentemot den andra parten. Detta avsnitt beskriver teori kring hur detta fenomen kan hanteras.

3.4.1 Signalering


3.5 Byteskostnader


3.5.1 Procedurkostnad

3.5.2 Finansiell byteskostnad

Den andra underkategorin till byteskostnad benämns finansiella byteskostnader och är huvudsakligen av monetärt slag. Exempel på dessa är kostnader vid uppsägning av tjänster liksom indragning av bitjänster i samband med byte.

3.5.3 Relationskostnad

4 Bankmarknaden och tidigare forskning

I detta avsnitt redovisas grundläggande information om bankmarknaden samt tidigare forskning och undersökningar om konsumentens information och rörlighet. Strukturen för beskrivningen av bankmarknaden följer till stor del SCP-modellen som presenterades i tidigare avsnitt och innehållet kan kopplas till faktorerna som anges i SCP-modellen.

4.1 Aktörer

Den svenska bankmarknaden domineras av de fyra storbankenerna Swedbank, Handelsbanken, Nordea och SEB. Dessa fyra är universalbanker och tillhandahåller de flesta tjänster från finansmarknaden som efterfrågas (Svenska Bankföreningen 2015a). Swedbank samverkar med sparbankerna som är mindre fristående banker som är verksamma i närheten av sina kunder (Sparbankernas Riksförbund 2014; Sparbankernas Riksförbund 2013). Samarbetet ger sparbankerna tillgång till mycket av Swedbanks tjänsteutbud, och har förekommit under en längre tid.

4.2 Utbud av tjänster


I antalet fysiska bankkontor dominerar Handelsbanken och Swedbank med 462 respektive 305. Totalt finns 1822 bankkontor i Sverige. Med internetbankens utbredning har dessa kontor tappat i betydelse och istället har kontoren bland annat ett större fokus på att ge råd om tjänster som banken tillhandahåller samt att sälja dem (Svenska Bankföreningen 2015a).

Storbankernas marknadsandel på inlåningsmarknaden var 63 procent 2012. Marknadsandelen har minskat för storbankenerna sedan strax före milleniumskiftet på grund av att mindre aktörer har vunnet mark. Avanza och Nordnet förekommer bland de senare mindre aktörerna som har etablerat sig på marknaden (ibid.).

De inlåningsräntor som erbjuds av bankerna varierar kraftigt. En jämförelse av utbudet av konton betecknade sparkonto, med rörlig ränta och fria uttag, gav i april 2015 räntor från 0 procent till 1,30 procent. Överlag erbjuder de mindre bankerna högre ränta än de större (Compricer 2015). Även Söderström (2013) noterade att storbankernas sparränta oftast var lägre än de mindre bankernas, vilket tyder på att många kunder inte väljer bank baserat på inlåningsräntan. Han påpekade dock att kunder på senare tid ofta flyttat sparkonto från storbankenerna till de mindre bankerna med bättre
I slutet av 2014 hade 76 procent av svenskarna fondsparande utanför PPM, till en förmögenhet av 2243 miljarder kronor. Av den totala fondförmögenheten på 3002 miljarder kronor var 56 procent placerade i aktiefonder, 19 procent i räntefonder, 24 procent i blandfonder och 1 procent i hedgefonder. Storbankernas fondbolag förvaltade 60 procent av den totala förmögenheten (Svenska Bankföreningen 2015c).


4.3 Fondprestation


Finansinspektionen (2015) skrev att det har förekommit att fonder beskrivits som aktivt förvaltade när fonderna närmast borde ha betraktats som passivt förvaltade indexfonder. Detta innebar att möjligheten att lyckas överavkasta index varit mycket låg på grund av höga avgifter, vilket inneburit att konsumenter betalat för mycket för produkter som inte kunnat uppfylla vad de utlovat.

Ett par nyckeltal som sammanfattar fonders placeringar och förvaltningsavgift är active share (aktiv andel) och Norman-belopp. Norman-beloppet ger en prognos för hur mycket förvaltningsavgiften summeras till vid ett månadssparande om 1000 kr under 10 år (Morningstar 2012). Aktiv andel anger hur mycket fondens innehav avviker från jämförelseindex, och kan anta värden från 0 till 100 procent och ge en fingervisning om fonden följer sin placeringssstrategi (Cohen m.fl. 2014).
4.4 Konkurrenssituation

Söderström (2013) påpekade att hinder för nyetablering samt stationära konsumenter var några av anledningarna som motverkade en potentiell avgiftssänkning hos förvaltningsbolagen. Mängden fonder och verksamma bolag som fanns i Sverige hade ökat kraftigt vilket han ansåg borde ha lett till en avgiftssänkning.

Dell’Ariccia (2001) beskrev hur banker samlar på sig information om kreditvärdighet hos sina kunder vilket leder till informationsasymmetri gentemot konkurrenter. I ett spel med flera perioder leder detta till att den långsiktiga marknadsjämlikheten har ett begränsat antal spelare även om fasta kostnader utan koppling till kund saknas. Detta skiljer sig från modeller för horisontellt differentiering i vilka antal spelare ökar över tid. Dell’Ariccia menade att högre låneräntor skulle kunna komma av fler aktörer.(ibid.)

4.5 Marknadsföring


Pick (2014) undersökte marknadsföringsstrategier på bankmarknaden i Storbritannien där låga bytestkostnader framhändes. De olika typerna av bytestkostnader betonades inte lika mycket, då fokus låg främst på startkostnaden för bytet och mindre på exempelvis enkelheten att använda tjänsterna.

4.6 Teknik


4.7 Lokalisering


4.8 Skalekonomi

På den svenska bankmarknaden finns stordriftsfördelar då det bland annat förekommer stora fasta kostnader som enbart marginellt påverkas av antalet kunder eller tjänster. Ett exempel på en sådan kostnad är utveckling och underhåll av de IT-system som är en essentiell funktion för bankerna (Frisell och Noréus 2002). Ett ytterligare exempel på en sådan kostnad är förvaltning av fonder, enligt Söderström (2013). Även kostnaden för funktioner som återkommer inom flera avdelningar och geografiska placeringar kan samordnas eller undvikas helt (Frisell och Noréus 2002). Detta drar bland annat sparbankerna nytta av i sitt samarbete med Swedbank, inte endast inom IT utan även inom en del övriga tjänster (Sparbankernas Riksförbund 2014).

4.9 Offentlig policy

För att reglera fondförvaltning finns det idag två lagar som tillämpas i Sverige. Den första är lagen om värdepappersfonder och innefattar bestämmelser om värdepappersfonder. Den andra är lagen om förvaltare av alternativa investeringsfonder och berör samtliga fondtyper utöver värdepappersfonder. Lagarna ställer bland annat krav på skydd av det förvaltade kapitalet och beskriver sanktioner som kan riktas mot förvaltare. Lagarna för respektive fondtyp baseras till stor del på riktlinjer från EU.(Fondbolagens Förening 2015a)

Idag är det UTICS 4 (Undertakings for Collective Investment in Transferable Securities) för värdepappersfonder som används som riktlinjer från EU. Direktivet reglerar utformningen av, samt vilken, information som ska ges till potentiella köpare av en fond. Några exempel på sådan information
är olika typer av avgifter samt vilken risknivå fonden har. (Fondbolagens Förening 2015b)

Investeringssparkonto (ISK) är ett nytt sparsätt sedan 2012 som infördes för att minska inlåsningseffekter som annars uppstår vid flytt på grund av kapitalvinstskatt. Beskattningen av ISK görs istället årligen på ett schablonbelopp motsvarande en värdeökning lika stor som statslåneräntan. (Skatteverket 2015)

4.10 Konsumentens information


Det bristfälliga kunnandet kan leda till att en del befintliga bankkunder tror att svårighetsgraden av ett byte av bank är högt och därför ej byter. I dagens läge är ett byte väldigt enkelt; den enda aktiva handlingen konsumenten behöver genomföra är att besöka bankkontoret för banken som bytet sker till och begära en flytt av tjänster (Svenska Bankföreningen 2014).

Finansinspektionen (2015) skrev att rådgivning i många fall var provisionsbaserad, vilket medförde att konsumenten rekommenderades produkter som var i bankens intresse genom att ge provisionsintäkter, istället för produkter som bättre uppfyllde konsumentens behov. För att stärka konsumentenhetsskyddet rekommenderades ett provisionsförbud för all finansiell rådgivning, och att kostnader istället fakturerades direkt till konsumenten. Detta skulle minska incitamenten för att sålja dyrare produkter från andra företag, men inte fullt ut motiven för att premiera företagets egna produkter. För detta skrev Finansinspektionen att regler var på väg att implementeras. Reglerna förbjuder företag att rekommendera produkter om det finns andra produkter de kan rekommendera som skulle passa kundens behov bättre.

En marknad för finansiella tjänster där informationsasymmetrin har en avgörande roll är fondmarknaden. Söderström (2013) menade bland annat att konsumentens kunskap om möjligheten att jämföra olika alternativ och avgifter från förvaltningsbolagen liksom grundläggande kunskap om fondmarknaden var för låg och behövde ökas.

En debatt rörande fondmarknaden som kan kopplas till informationsbrist hos konsumenter är valet mellan indexfonder och aktivt förvaltade fonder.

---

4 Om innehavet förhorat i värde måste förlusten tas vid bytet, vilket leder till att vinstskatten blir högre vid senare försäljning. Även om innehavet ökat i värde fram till flytten och sedan sjunker i värde fram till försäljning, blir vinstskatten högre.
Nobelpristagaren William F. Sharpe menade att det bästa valet för majoriteten av fondsparare är att investera i indexfonder. Detta på grund av höga förvaltningsavgifter som bör resultera i en lägre snittavkastning för aktivt förvaltade fonder. Hans slutsats var att indexfonderna är bättre för de flesta fondsparare samtidigt som det för förvaltarna är svårt att slå index på längre sikt. (Dahlberg 2013)

4.11 Byteskostnader och inläsningseffekter

En undersökning av Degerman och Wallin (2009) visade att merparten av bankkunder stannade kvar hos sin bank av gammal vana och för att de vant sig vid användningen av bitjänster som exempelvis internetbank. Det största hindret för byte av bank upplevdes vara transaktionsskostnader så som sökning av alternativen och ny inlärning av rutinuppgifter. Omställningen omfattade bland annat kortkod, användning av internetbanken, personliga relationer till bankpersonalen och automatiska överföringar.


Ytterligare en omständighet som kan påverka marknaden negativt är att företag som är verksamma på marknaden och erbjuder flera tjänster kan erbjuda paketlösningar, vilket försvårar jämförelse av de enskilda tjänsternas kostnad var för sig. Banker erbjuder ofta rabatt på bolån, men med kravet att övriga finansiella tjänster flyttas till dem, vilket bidrar till minskad rörlighet. Andra faktorer som kan bidra till den bristande rörligheten på bankmarknaden är ränteskildnersättning5 vid lån och konsumenter som ej

5Ränteskildnersättning är en kostnad för att bryta ett lån med bunden ränta. Vid

18
kan använda eller saknar tillgång till internet. (ibid.)

avräknings av lån innan lånetiden har löpt ut har banken rätt till en begränsad ersättning
för förlorad framtida ränteinkomst.(Konsumenternas Bank- och finansbyrå 2013)
5 Resultat av enkätundersöknings

Enkäten besvarades av 158 personer på digital väg samt genom utdelning och insamling av utskrivna pappersenkäter. Digitala respondenter kontaktades via personliga kontakter, epost till kurskamrater samt via det digitala sociala nätverket Facebook. Av 58 tillfrågade personliga kontakter svarade 40, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 69 procent. De andra digitala vägarna gav 40 svar, vilket dock är svårare att bedöma svarsfrekvens för då ingen kontroll av huruvida mottagaren läste meddelandet på Facebook skett.

Utdelning och insamling av pappersenkäter utfördes genom resande med kollektivtrafiken på Campusbussen mellan Linköping och Norrköping samt pendeltåget Östgötapendeln. Av 128 tillfrågade besvarade 78 enkäten, vilket gav en svarsfrekvens på 61 procent för pappersenkaterna. Dessa svarsfrekvenser bör överlages som bra och inte innebär några betydande snedvidringningar av urvalet.

De olika grupperna benämnings enligt följande i figurer och text. Studerande med ekonomiinriktning i åldersgruppen 18 – 30 benämns ekonomstuderande, övriga studerande i åldersgruppen 18 – 30 benämns studerande, och högutbildade äldre än 30 benämns högutbildade.

För respektive fråga finns antal svarande liksom medelvärde presenterat gruppvisa och sammantaget i Bilaga B på sida 45. Figurer över resultat som ej presenteras i detta avsnitt finns i Bilaga C på sida 51.

5.1 Demografi


5.2 Banker

Bland de svarande var Swedbank den absolut vanligaste banken. Nästan hälften av de svarande var vid svarstillfället kund där. Detta motsvarade ungefär en lika stor andel som de tre övriga storbankerna tillsammans. Omkring hälften angav också att de enbart var kund hos en bank, se Figur 5.1.

6En av de svarande angav både studier och arbete som huvudsaklig sysselsättning, varför antalet i figuren kan verka sommera till 159 i stället för 158.
Ekonomstuderande var kund hos fler banker än vad studerande var. De hade även ett större intresse för att vara kund hos småbanker och nischbanker som Avanza. Respondenterna hade ofta introducerats till sin dåvarande bank genom familj eller föräldrar. Detta var väntat eftersom många av de svarande var studenter och förhållandevis unga och därför inte haft lika stor möjlighet att byta. Av de studerande hade endast ett fåtal av de som var kund hos endast en bank bytt bank, se Figur C.4 på sida 52. Vidare hade endast ett fåtal studerande kontaktat banken på egen initiativ, se Figur 5.2. Bland de högutbildade hade många tagit kontakt med sin nuvarande huvudsakliga bank själva. Men även i denna grupp fanns det en del som introducerats av familj och föräldrar.

5.3 Fonder

Precis som för bankerna generellt var Swedbank den mest förekommande av storbankernas fondförvaltningsbolag som respondenterna vid svartillfället hade fonder hos, se Figur C.5 på sida 52. De respondenter som ägde fonder utöver pensionsfonder hade inför ett val av fonder angett vilka informations-
källor de använde sig av. Överlag var det främst banken och internetbanken som de svarande använde som medel för att införskaffa sig den information de ansåg sig behöva. En stor andel av de svarande hade heller ej köpt sina fonderna själva, utan någon annan hade köpt fonder åt dem. Detta gällde framförallt unga.

På grund av detta var det för få svarande bland de unga på frågan om informationskällor inför fondval för att kunna dra några statistiskt säkerställda slutsatser. De svar som dock gavs visade på några tendenser. Bland de unga som angav informationskälla tenderade ekonomstuderande att använda sig av jämförelsetjänster på internet i större utsträckning än vad studerande gjorde, se Figur 5.3. Ytterligare en tendens var att de ekonomstuderande använde sig mer av övriga internetkällor.

Angående marknadsföring av fonder har tidigare studier påvisat att den kunde utelämna vissa detaljer. Därför var det intressant att se huruvida marknadsföringen upplevdes som informerande eller vilseledande. För samtliga grupper dominerade åsikten att marknadsföringen varken var vilseledande eller informerande, se Figur 5.5 på sida 23. Bland högutbildade upplevde dock fler marknadsföringen som vilseledande än informerande.

En annan typ av information de svarande skulle ta ställning till var den information om sitt fondinnehav som förvaltaren lämnade till dem angående de tre begreppen förvaltningsavgift, historisk avkastning och risknivå. Uppfattningen om hur nöjd de svarande var om de olika begreppen skiljde sig åt mellan de olika grupperna, se Figur C.6 på sida 52. För samtliga grupper ansågs informationen de fick av fondförvaltaren variera beroende på vilket begrepp det rörde sig om. Den vanligaste upplevelsen var att respondenten varken var missnöjd eller nöjd. För begreppen risknivå och historiska avkastning var fler nöjda än missnöjda. När det syftades på förvaltningsavgiften var dock fler missnöjda med informationen. Mellan studerande och högutbildade skiljde sig inte nöjdheten med information från förvaltaren. Emellertid visade det sig att de högutbildade upplevde sig ha en större förståelse för begreppet förvaltningsavgift jämfört med de studerande.
Ekonomstuderande var något mer nöjda med informationen rörande begreppen förvaltningsavgift och risknivå än vad studerande var. Dock var det endast svaga skillnader med p-värden på 6,14 procent respektive 7,10 procent. De angav också att deras förståelse för de olika begreppen var klart högre än övriga studerande, se Figur 5.4. Av enkätsvaren att döma var även de ekonomstuderandes kunskap om utbudet på fondmarknaden högre än de studerandes.

Ekonomstuderande var betydligt mer aktiva på fondmarknaden än vad de studerande var. Ungefär hälften av de ekonomstuderande angav att de följde sina fonder veckovis, medan studerande följde fonderna mer sällan, se Figur 5.5.
förvaltningsavgift, risknivå och tidigare avkastning de viktigaste faktorerna. Även förvaltningsbolaget och kapitalvinstskatten ansågs vara viktiga av en del ekonomstuderande. De studerande prioriterade knappat alls förvaltningsavgiften. Emellertid ansåg de att faktorerna risknivå och tidigare avkastning var viktiga i likhet med de ekonomstuderande. De högutbildade delade de ekonomstuderandes och de studerandes syn på risknivå och tidigare avkasting, men de ansåg att förvaltningsavgiften var något viktigare än vad de studerande gjorde.

5.4 Sparkonto


Det vanligaste sättet att inhämta information inför ett val av sparkonto var genom banken eller internetbanken, se Figur 5.7 på sida 25. Precis som för fonder fanns det en del respondenter som inte hade valt sparkonto själva utan blivit tilldelade det de fortfarande använde genom familj och föräldrar. Information inför ett val av sparkonto inhämtades för högutbildade främst genom banken och internetbanken. Även studerande hade banken som främsta informationskälla, men den var inte lika vanlig som för högutbildade. En stor andel av de studerande hade ej valt sparkonto själv utan blivit tilldelade.

Bland de ekonomstuderande som hade valt sparkonto själva var fördelningen av informationskällor förhållandevis utströdd bland alternativen. Källorna banken och internetbanken, jämförelsetjänst på internet samt öv-
riga internetkällor var de mest frekventa alternativen till informationsinhämtning inför sparkontoval inom denna grupp. Mellan ekonomstuderande och övriga studerande fanns en svag skillnad, $p = 9.1\%$, i användandet av jämförelsetjänster inför ett val av sparkonto, där ekonomstuderande använde dem något mer.

**Figur 5.7:** Informationkällor inför val av sparkonto för de som valt sparkonto själva.

Kunskapen om utbudet på sparkontomarknaden var lågt bland de studerande, omkring 2 på en skala 1 – 5. Ekonomstuderande och högutbildade hade betydligt större kunskap om utbud. Rörande hur aktiva respondenterna var i val av sparkonto på sparkontomarknaden så fanns inga skillnader mellan grupperna.

**Figur 5.8:** Om sparkonto byte genomförts samt viktiga faktorer till beslut om byte.

Endast ett fåtal besvarade frågan om vilka faktorer de ansåg vara avgörande om de bytt bank för sparkonto eller ej. Mellan grupperna ekonomstuderande och studerande fanns ingen tydlig skillnad mellan alternativen. Mellan högutbildade och studerande fanns det däremot tendenser till olika prioriteringar, men dessa kunde ej testas på lämpligt sätt då antalet svar var för lågt, med entart omkring 10 svar per grupp. De högutbildade verka-
de dock anse att kundbemötande var en viktig faktor medan de studerande fokuserade mer på kostnad och tid för byte, se Figur 5.8 på föregående sida.

### 5.5 Övrigt

Mellan grupperna ekonomstuderande och studerande fanns som förväntat skillnader i intresse och tro på att förändra villkoren, vilket går att utläsa ur Figur 5.9.

![Diagram](image.png)

Figur 5.9: Intresse och möjligheten att påverka villkor för finansiella tjänster.

Högutbildade och studerande skiljde sig inte i intresse för finansiella tjänster. Emellertid fanns en svag skillnad i tron till möjligheten att förändra sina finansiella tjänster hos exempelvis banker, där de studerande var något mer optimistiska.
6 Analys och diskussion

I detta avsnitt relaterar vi resultaten från enkätdata till övrig empiri och diskuterar likheter och skillnader mellan grupper likväl som mer generella tendenser, samt hur dessa skillnader och tendenser kan förklaras med utgångspunkt i det teoretiska ramverket. Skillnader mellan ekonomstuderande och övriga studerande används för att påvisa vikten av kunskap och intresse, och skillnader mellan övriga studerande och äldre högutbildade används för att säga något om skillnader mellan unga och äldre.

6.1 Informationsläget


Ekonomstuderande och övriga studerande skilde sig i intresse för finansiella tjänster. Ekonomstuderande upplevde sig även ha en större möjlighet att påverka villkoren för finansiella tjänster, men denna skillnad var betydligt mindre. Dessa skillnader kan tyda på att konsumenten, intresse och kunskap till trots, anser sig ha en svag förhandlingssituation. En faktor som troligtvis bidrar till detta är att banker i många fall ger bättre villkor för exempelvis bolån om man flyttar samtliga tjänster till samma bank. Att använda paketlösningar som förutsättning för ett förmånligt bolån är en tydlig strategi för att minska rörligheten. Även en bristande aktivitet från banker för att locka kunder med bättre erbjudanden är en tänkbar orsak.

6.1.1 Kunskap

Bland icke-ekonomer hade de yngre mindre kunskap om utbud av sparkonto samt förvaltningsavgift. Detta förklaras troligtvis av att de i betydligt större utsträckning inte har valt sparkonto själv och heller inte har köpt fonder själva. Ytterligare en förklaring är att de yngre inte har lika mycket tillgångar att förvalta, vilket kan förklara deras lägre aktivitet och bidra till mindre efterforskning.

Det har förekommit att fondbolagen lämnat ut missvisande information om vilken typ av förvaltning som sker inom fonden. Fonder som skiljt sig mycket lite från index har i vissa fall presenterats som aktiva, vilket ligger i strid med aktuella lagar och riktlinjer. Rapportering om detta i media har förhoppningsvis uppmärksammat många konsumenter på detta, vilket bör leda till ökad misstro mot förvaltningsbolag och förhoppningsvis mer rörliga kunder. Detta är en möjlig anledning till att nöjdheten med informationen om förvaltningsavgiften var betydligt lägre än för historik och risk.

Som mest nöjd med den information som fondförvaltaren ger till fondandelägare var gruppen ekonomstuderande, vilket kan tyda på att de kunde tillgodogöra sig informationen bättre än övriga. Detta kan tyda på att informationen skulle kunna framföras på ett tydligare sätt för att konsumenter ska förstå den, men det kan också bero på att intresset är lågt.

6.1.2 Konsumenternas styrka

Ekonomer, som har större kunskap om utbud och om finansmarknaden generellt, kan antas göra bättre val än övriga kundgrupper. Bankernas kundandelar bland ekonomer kan antas ligga närmare den optimala fördelningen än vad fördelningen bland övriga gör. Att ekonomstuderande använder jämförelsetjänster mer än övriga styrker detta påstående, vilket pekar på att småbanker liksom finansinriktade banker bör kunna få en betydligt större andel av övriga grupper som kunder om rörligheten kunde ökas. I nuläget bör det dock ses som osannolikt att en liten aktiv kundgrupp i någon större utsträckning kan förbättra övriga kunders villkor.

6.2 Marknadsandelar

Storbankernas kundandelar bland respondenterna överensstämde i stort med tidigare undersökningar; Swedbank var enskilt störst aktör med närmare hälften av respondenterna som kunder hos dem eller sparbankerna, och de tre andra storbankerna var ungefär lika stora tillsammans. Småbankerna hade ungefär en tredjedel av icke-ekonomerna som kunder, men bland ekonomstuderande var andelen mer än två tredjedelar. Detta tyder på att de mindre bankerna åtminstone inom vissa områden erbjuder tjänster med bättre villkor än storbankerna. Särskilt utmärkte sig uppstickarna Avanza och Nordnet, där nästan hälften av ekonomerna var kunder vilket ska jämföras med bara en tjugondel av de övriga studenterna. Detta är en tydlig indikation på att storbankerna inte alltid erbjuder tjänster som tål att jämföras mot konkurrenter. Storbankerna, som de flesta är kund hos, kan troligtvis erbjuda sämre villkor för vissa tjänster då de har en så pass stor kundbas i motsats till de mindre aktörerna som först måste vinna kundens uppmärksamhet.

Bland fonderna var inbördes fördelning mellan Swedbank och de tre andra storbankerna snarlik, där de hade ungefär lika höga kundandelar. Nästan två tredjedelar av respondenterna angav att de ägde fonder, vilket ligger inom förväntningarna utifrån tidigare empiri. Av de tillfrågade som ägde fonder hade nästan samtliga fonder hos någon av storbankernas förvaltningsbolag. Här fanns inga signifikanta skillnader mellan ekonomstuderande och övriga studerande, vilket gick emot våra förväntningar. Om studenter är så pass unga att de ännu inte har sett över sitt fondinnehav är det dock sannolikt att fördelningen av ägandet är en direkt följd av sparande från föräldrar.

Många av de yngre respondenterna hade inte köpt fonder själva, och enkäten tog inte upp fonder hos övriga fondbolag — delvis på grund av att de svarandes kunskap om sina fondplacerings antogs vara lägre än om sin bank. Fördelningen bland storbanker skulle därför kunna förklaras av att byte till andra fondbolag ej ännu skett. Ifall ekonomernas ideala fondplacering, som skulle kunna värnas närmast vid högre ålder, skiljer sig från den som syns i enkätdatan, är åldern hos urvalsgruppen en möjlig begränsande faktor. Möjligheten att finna lämpliga fonder hos storbankerna är dock stor på grund av deras stora utbud, men avgiften på deras indexfonder är fortfarande överlag betydligt högre än de billigare på marknaden, varför en skillnad föväntades.

6.3 Byten

Ingen större skillnad i aktivitet mellan åldersgrupper kunde påvisas; vad som skiljer mest är hur individen har introduceras till sin nuvarande bank. De äldre hade själva kontaktat banken, medan en klar majoritet av de unga
hade introducerats av familjen. Skillnaden kan antagligen kopplas till att en stor andel av de äldre någon gång har bytt bank, och gjort detta själva.

Mellan ekonomistuderande och övriga studerande fanns det signifikanta skillnader i hur ofta de följer sina fonder, hur aktiva de är i förvaltningen av dem samt hur lätt eller svårt respektive grupp uppfattar ett byte av sparkonto. Skillnaden var till fördel för de ekonomistuderande och bör ses som en konsekvens av skillnaden i kunskap och intresse.

6.3.1 Byteskostnader


Den bank som har konsumenten som kund har ett informationsövertag gentemot sina konkurrenter, då banken har större information om kundens finansiella situation. Detta ger enligt tidigare forskning bankerna möjlighet att erbjuda sina kunder erbjudanden till mer korrekt pris genom att utnytt- ja det asymmetriska informationsförhållandet gentemot sina konkurrenter. De finansiella byteskostnaderna drivs då upp vilket är till nackdel för konsumenten och kan bidra till en inlåsningseffekt.

Eftersom nästintill samtliga var kund hos någon storbank är det svårt att avgöra i vilken utsträckning detta förekommer. Emellertid var det vanligare att ha flera banker bland ekonomistuderande än bland övriga. Eftersom ekonomistuderande hade bättre kunskap om utbuden på respektive marknad och deras beslut bör ses som mer ekonomiskt rationell, kan det då troligen vara lönsamt att inte vara så bunden till endast en bank.

Ekonomistuderande var kund hos betydligt fler banker än övriga; ekonomerna hade i snitt 2,25 banker jämfört med 1,43 bland övriga studerande och 1,57 bland äldre. Detta kan troligtvis kopplas till att de också har större kunskap och högre intresse av finansiella tjänster. De med kunskap och intresse är rimligen mindre benägna att vara trogen sin bank, och söker gärna bättre villkor hos andra banker. Detta motsvarar en lägre byteskonstnad hos gruppen.
6.3.2 Flytt mellan fonder


En andra faktor som ekonomer ansåg viktig vid beslut om flytt var kapitalvinstskatten. Var fjärde ekonomstuderande ansåg den som viktig, men ingen bland övriga. Vid flytt utanför individuellt investeringssparkonto (ISK) eller kapitalförsäkring måste innehavet först säljas av och värdeökning skattas, vilket innebär bland annat en riskkostnad och i slutändan en tröskel och inläsningseffekt. Att endast ekonomstuderande anggett detta kan delvis bero på en högre kunskap om risk, men även en högre aktivitet och att tillfälle för flytt bara funnits för de studerande under ett fåtal år.

6.3.3 Byte av bank för sparkonto


Att många unga uppfattade byte av bank för sparkonto som tidsödande går emot den verkliga tidsåtgången som minimerats genom krav på rutiner för bankbyte mellan bankerna. Tidskostnad som huvudsaklig orsak till frånvaro av byte får dock ställas i proportion till hur stor vinst som kan göras genom byte. Vid en väl fungerande marknad skulle den huvudsakliga orsaken till frånvaro av byte vara att man redan har ett bra val. Antagandet att unga har mindre tillgångar än äldre ter sig rimlig, vilket skulle kunna förkla-

Bland de äldre tenderade kundbemötande spela en större roll för om byte av sparkontobank skett eller inte. Detta skulle kunna innebära att de äldre föredrar en mer personlig relation med sin bank. Om kundbemötande ses som en faktor som speglar en personlig relation med banken eller bankanställda är det då möjligt att de äldre har en större känslosamma kostnad vid ett uppbrott från sin bank än de studerande har. Detta innebar i så fall en högre relations byteskostnad bland de äldre. Detta skulle kunna bero på att de äldre med stor sannolikhet har varit bankkunder under en period då flertalet banktjänster utfördes på bankkontor snarare än via internetbanken eller liknande.

Tidigare forskning om trögrörlighet på bankmarknaden betonar bland annat betydelsen av sociala relationer med bankpersonalen, vilket överensstämmer med viken av kundbemötande för de äldre. Andra orsaker som har nämnts är passivitet och att stanna av gammal vana. Detta motsvarar i termer av byteskostnader att procedurkostnaderna är för höga. Andra undersökningar menar att det är det stora utbudet av sparformer som gör det svårt för konsumenterna på marknaden att ta beslut, vilket följdaktigen leder till passivitet. Att passivitet specifikt skulle bero på storleken av utbudet av sparformer och bristen på helhet är inte något som kan ses i enkätsvaren. Dock är det fortfarande möjligt att det är en faktor. Om marknaden och de olika typerna av sparformer funnits i mindre skala hade procedurkostnaderna troligtvis varit lägre och möjligen hade några ytterligare sparares tidskostnad varit lägre och möjligheten att ett byte hade skett hade varit större.

6.4 Marknadsföring

Marknadsföringen för fonder har kritiserats för att relevant information ofta har utelämnats. Detta kan förklara varför merparten av de svarande inte uppfattade marknadsföringen som informativ. Det fanns inga signifikanta skillnader mellan ekonomer eller övriga grupper, vilket tyder på att det inte är mottagarens kunskap som är orsaken till hur marknadsföringen uppfattas. De flesta angav att marknadsföringen varken var informerande eller vilseledande, men fler såg den som vilseledande än informerande. Detta skulle kunna tolkas som att det är svårt att bedöma den information som ges i marknadsföringen, huruvida den är korrekt eller inte. Att kräva jämförelse-
index när historisk avkastning anges skulle troligtvis göra marknadsföringen mer informativ, vilket borde vara åtminstone ett delmål för all marknadsföring.

En annan intressant jämförelse är *active share* (aktiv andel) som anger hur mycket fondens innehav avviker från index. Detta bör för konsumentens skull framhåvas i marknadsföringen för att tydliggöra vad som kunden betalar för. En hög avgift i kombination med låg aktiv andel är ett enkelt varningstecken som de flesta konsumenter skulle kunna förstå. Ett krav på angivelse av aktiv andel skulle hjälpa kunden att bedöma vilken möjlighet till mervärde man betalar för, jämfört med passiv förvaltning. Detta skulle också minska risken för att fondbolag kommer undan med att sälja vad som motsvarar indexfonder under benämningen aktivt förvaltade.

Banker och fondförvaltare får antas ha mycket god kunskap om marknaden och betydligt mer än sina kunder. Kostnaden för att signalera sina fördelar genom marknadsföring måste skilja mellan fondförvaltarna för att det ska vara en bra taktik. På grund av konsumenternas låga kunskap kan det dock vara svårt för aktörer med bättre villkor att vinna kunder. Om merparten av kunderna inte kan bedöma huruvida information är visseledeande, exempelvis vid angivande av ett vinklat urval av historisk avkastning, är det osäkert om kostnaden för visseledeande marknadsföring är tillräckligt hög för att aktörerna ska se det som en god strategi att ange avkastning mer korrekt. För att aktörerna ska ha incitament att förbättra informationen bör kostnaden för visseledeande eller falsk marknadsföring vara mer än en tillsägelse från exempelvis Konsumentverket, om för många konsumenter är ointresserade eller likgiltiga.

Att aktörerna tolkat krav på varningstexten och riskinformation som frivillig i webbannonser och i andra fall anger denna i oläsbart liten teksten, är en indikation att aktörerna själva saknar incitament att informera kunden. Varningstextens förekomst är av uppenbara skäl inte vad aktörerna prioritserar i annonserna, men då historisk avkastning i många fall anges högst selektivt vid vad som kan liknas vid en försäkran om hög avkastning är varningen högst befogad. Att jämförelseindex ej specificeras är även det en faktor som tyder på låga vinster i trovärdighet för korrekt information. Hur marknadsföringen utvecklas i framtiden kan visa på omfattande tillsägelser är tillräckliga styrmedel från statligt håll eller om andra effektivare metoder måste tillämpas.

6.4.1 Urval av fonder

Jämförelse mot index är intressant för aktivt förvaltade fonder som ju har som målsättning att upptäcka information som ej speglas i priset och därigenom göra en bättre avkastning än snittet. För indexfonder är jämförelsen mindre relevant, då definitionen kräver att fondens innehav ligger mycket nära snittet. Indexfonder marknadsförs relativt lite, delvis då indexfonder är
förhållandevis tråkiga för förvaltare, men främst för att få är villiga att beta-
lå någon större avgift för passiv förvaltning. Förvaltningsbolagen har istället
alla incitament att marknadsföra sina egna aktiva fonder istället, som med
sina högre avgifter ger större intäkter.

Detta blir en tydlig motsättning mot kunden som för given risk söker
maximal avkastning till minimala avgifter. I fallet med vanlig marknadsfö-
ring kan motsättningen ses som mild då liknande förhållanden kan finnas
på de flesta marknader. Bankmarknaden är dock en annorlunda marknad
på grund av en låg ämneskunskap kombinerat med svalt intresse. Att från
bankens sida erbjuda finansiell rådgivning är vanligt förekommande. Stor-
bankerna med ett brett utbud av tjänster, inklusive det idag snart livsviktiga
debit-kortet, har förhandstur på många potentiella fondplacerare. I detta fall
can ett tydligt principal-agent-scenario urskiljas: banken vill sälja sina bästa
fonder med högst avgift och kan framhålla en av sina fonder som haft över-
avkastning jämfört med index. Kunden som får anses befinna sig i underläge
kunskapsmässigt, och vidare överlag kan anses ha svag förhandlingsställning
som ensam konsument, har här svårt att hävda sina egna intressen effektivt.
Här är Finansinspektionens förslag om provisionsförbud en del av lösningen,
men förbudet får ej bort rekommendationen av egna produkter helt. För kun-
den vore istället den bästa lösningen att rådfråga en aktör som är oberoende
av enskilda banker och förvaltningsbolag.

6.5 Andel aktiva fonder

På en optimalt fungerande fondmarknad bör andelen aktivt förvaltade fon-
der endast förekomma till den grad att de tillför mervärde över passivt för-
valtade indexfonder. Malkiel (2013) och andra har visat att aktivt förvaltade
fonder i snitt går sämre än indexfonder på grund av höga avgifter kombinerat
med för litet tillfört mervärde. Andelen aktivt förvaltade bör därför minska
så att de når den nivå som krävs för att marknaden ska vara tillfredsställan-
de effektiv, vilket Malkiel anser är betydligt lägre andel än idag. Att aktivt
förvaltade fonder trots detta fortsätter att dominerar som det främsta valet,
tyder på att sparare inte har kunskap nog för att utvärdera sina val, eller
att de är för optimistiska kring hur väl förvaltare kan förutsäga framtidiga
utveckling. Oförmåga att utvärdera resultatet av sitt fondval i kombination
med att ha svårt att bedöma vilka fonder som är lämpligast för sin situation
gör att konsumenten har en mycket svag handlingskraft på fondmarknaden.
Att de aktiva fondernas dåliga dåliga prestation inte speglas mer i avgifterna,
visar på en ineffektiv fondmarknad.
7 Slutsatser


7.1 Inläsningseffekter


7.2 Skillnader mellan åldersgrupper

Unga och äldre kunde inte påvisas skilja sig i beteende angående hur de använde internet för att välja bank för finansiella tjänster. Detta gick emot våra förväntningar att unga skulle ha en lägre tröskel för att använda internet och därför skulle använda jämförelsetjänster oftare. Resultatet kan delvis förklaras av att de studenter som valt fonder själva bara var 15 till antalet, vilket minskade möjligheten till statistiska tester. Den yngre åldersgruppen hade i betydligt större utsträckning inte valt fonder eller sparkonto själva, liksom hade de inte heller bytt bank i lika stor utsträckning. Vidare hade de en betydligt sämre kunskap om utbudet av sparkonton. Dessa skillnader kan ses som en direkt följd av att de har varit på marknaden väldigt kort tid och att de ännu inte har lika stora tillgångar att förvalta.
7.3 Möjligheter till förbättringar

Eftersom marknadsföringen för fonder har präglats av felaktigheter och utelämnade av information finns stora möjligheter till förbättringar. Även den information som lämnas till fondplacerare har i vissa fall varit missledande. För att komma till rätta med detta kan ett strikta regelverk med fler krav på informationen och tydligare åtgärder vid överträdelser krävas.

Dock är frågan om inte framförallt mindre banker har incitament att försöka genom mer informerande marknadsföring locka kunder från sina konkurrenter genom bättre villkor. Eftersom ekonomstuderandes val bör anses vara mer optimala och deras tjänster var utspridda över fler banker skulle ett byte kunna motiveras utifrån konsumentens intressen.


7.4 Fortsatt forskning

Referenser


Pick, Doreén (2014). "‘Switching is easy’—Service firm communications to encourage customer switching”. I: Journal of Retailing and Consumer Services 21, s. 502–509.


A Enkät

Enkäten som delades ut under undersökningen följer.
Denna enkät läses automatiskt av ett datorprogram. Vänligen använd en penna för att fylla i era svar.
Markera svar: ☑ Du kan markera så många rutor du vill i flervalsfrågor.
Fyll för att korrigera: ☑ För frågor med ett intervall (1–5) markera den ruta som passar bäst.

Denna enkät är en del av en undersökning som syftar till att studera bankmarknaden utifrån konsumenters informationstillgång och inlåsningseffekter till banker. Enkäten kan även besvaras online via länken nedan:
http://goo.gl/HcJJfy

1 Personuppgifter

1.1 Kön
☐ Man ☐ Kvinna

1.2 Ålder (år)
☐ 18 – 30 ☐ 31 – 43 ☐ 44 – 56 ☐ 57 – 69 ☐ 70 –

1.3 Huvudsaklig sysselsättning
☐ Studerande ☐ Arbetande ☐ Arbetssökande ☐ Pensionär
☐ Annat

1.4 Högst slutförda utbildning
☐ Grundskola ☐ Gymnasium
☐ Högskola/Universitet ☐ Annan eftergymnasial utbildning

Om du inte studerar eller har eftergymnasial utbildning går du vidare till nästa avsnitt, utan att svara på frågan nedan.

1.5 Inriktning på utbildning
☐ Ekonomi ☐ Annan inriktning

2 Banken

2.1 Hur många banker är du kund hos?
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 eller fler

2.2 Om du bara är kund hos en bank: har du någon gång bytt bank?
☐ Ja ☐ Nej

2.3 Vilka av följande banker är du kund hos? Om du inte markerar något alternativ, vänligen skriv in din bank vid Annan bank.
☐ Swedbank ☐ Handelsbanken ☐ Nordea ☐ SEB
☐ Avanza ☐ Nordnet ☐ Annan bank:

2.4 Hur kom du först i kontakt med din nuvarande huvudsakliga bank?
☐ Förälder/Familj ☐ Bekant ☐ Eget bevåg
## 3 Fonder

Om du inte äger fonder utöver pensionsfonder behöver du inte svara på frågorna i detta avsnitt.

### 3.1 Äger du fonder hos något av förvaltningsbolagen nedan? Markera vilka.

- [ ] Swedbank Robur
- [ ] SEB
- [ ] Nordea
- [ ] Handelsbanken

### 3.2 Hur får du information inför val av dina fonder?

- [ ] Inte köpt fonder själv
- [ ] Bekant
- [ ] Jämförelsetjänst på internet/internetbanken
- [ ] Banken/internetbanken (ej jämförelsetjänst)
- [ ] Internet (övrigt)
- Annat:

### 3.3 Hur informerande eller vilseledande upplever du att marknadsföring av fonder, exempelvis reklam är?

- [ ] Vilseledande
- [ ] Informerande

### 3.4 Hur ofta följer du utvecklingen för dina fonder?

- [ ] Veckovis
- [ ] Månadsvis
- [ ] Kvartalsvis
- [ ] Årsvis
- [ ] Mer sällan

### 3.5 Hur aktiv anser du att du är i förvaltningen av dina fonder?

- [ ] Inte alls aktiv
- [ ] Mycket aktiv

### 3.6 Hur nöjd är du med den information om dina fonder som din förvaltare ger dig inom följande områden:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Område</th>
<th>Inte alls nöjd</th>
<th>Mycket nöjd</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Historisk avkastning</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Risknivå</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Förvaltningsavgift</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 3.7 Hur god kunskap upplever du att du har om utbudet av fonder?

- [ ] Ingen kunskap alls
- [ ] Mycket god kunskap

### 3.8 Hur god kunskap har du om följande begrepp?

<table>
<thead>
<tr>
<th>Begrepp</th>
<th>Ingen kunskap alls</th>
<th>Mycket god kunskap</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Förvaltningsavgift</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Risknivå</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Normanbelopp</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Investeringsparkonto</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

### 3.9 Har du någon gång flyttat tillgångar från en fond till en annan?

- [ ] Ja
- [ ] Nej

### 3.10 Vilka av följande faktorer var viktiga för beslutet?

- [ ] Ointresse
- [ ] Redan bra fondval
- [ ] Förvaltningsavgift
- [ ] Marknadsförändring
- [ ] Risknivå
- [ ] Tidigare avkastning
- [ ] Kapitalvinstskatt
- [ ] Förvaltningsbolag

Annat:
4 Sparkonto

4.1 Har du ett sparkonto hos en bank? I så fall hos vilken bank?

☐ Swedbank   ☐ SEB   ☐ Nordea   ☐ Handelsbanken

Annan bank: ____________________________

4.2 Hur får du information inför ditt val av sparkonto?

☐ Inte valt sparkonto själv   ☐ Bekant

☐ Jämförelsetjänst på internet/internetbanken   ☐ Banken/internetbanken (ej jämförelsetjänst)

☐ Internet (övrigt)   Annat: ____________________________

4.3 Hur aktiv anser du att du är i ditt val av sparkonto?

Inte aktiv alls   ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mycket aktiv

4.4 Hur bra kunskap upplever du att du har om utbudet av sparkonton?

Ingen kunskap alls   ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mycket god kunskap

4.5 Hur omständigt eller lätt upplever du att det är att byta bank för sparkonto?

Mycket omständigt   ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Mycket lätt

4.6 Har du någon gång funderat på att byta bank för sparkonto?

☐ Ja   ☐ Nej

Om du svarade Nej på föregående fråga går du vidare till nästa avsnitt, utan att svara på frågorna nedan.

4.7 Har du bytt bank för sparkonto?

☐ Ja   ☐ Nej

4.8 Vilka faktorer var viktiga vid beslutet?

☐ Kostnad/tid för byte   ☐ Kundbemötande   ☐ Sparränta   ☐ Avgifter

Annat: ____________________________

5 Allmänt


Här tar enkäten slut. Tack för att du tog dig tid att svara på frågorna!

5.1 Till vilken grad upplever du att du kan påverka villkoren för dina finansiella tjänster?

Ingen möjlighet   ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Stor möjlighet

5.2 Hur stort intresse har du för finansiella tjänster?

Inget intresse   ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Stort intresse
B Enkätdata och testresultat

I detta avsnitt presenteras kortfattat statistiska testresultat från Mann-Whitney U-test, medelvärden för svar samt antal svar för enkätfrågor. I tabellerna Tabell B.1 och Tabell B.2 på nästa sida anges testvärdet $U$, dubbelsidigt $p$-värde under antagande om asymptotisk normalfördelning av testvärdet samt medelvärde $m_i$ och antal svar $n_i$ för respektive serie. $p$-värdet markeras med * för $p < 5\%$ och med ** för $p < 1\%$. Tabellerna är begränsade till resultat för vilka $p$-värdet är mindre än 10 procent. Medelvärde och antal svarande per fråga ges på gruppnivå i Tabell B.3 på sida 47. $m_i$ anger medelvärde och $n_i$ anger antal svar för indexen ekonomstuderande (E), övriga studerande (S) samt äldre högutbildade (H).

Tabell B.1: Skillnader mellan åldersgrupperna 18–30 och övriga äldre bland studerande och högutbildade utan ekonominriktning.

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>$U$</th>
<th>$p$ [%]</th>
<th>$m_S$</th>
<th>$m_H$</th>
<th>$n_S$</th>
<th>$n_H$</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>_1_2_18___30</td>
<td>0</td>
<td>0,0**</td>
<td>1,00</td>
<td>0,00</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_31___43</td>
<td>682</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,00</td>
<td>0,33</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_44___56</td>
<td>616</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,00</td>
<td>0,39</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_57___69</td>
<td>770</td>
<td>0,1**</td>
<td>0,00</td>
<td>0,24</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_arbetande</td>
<td>292</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,14</td>
<td>0,85</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_pensionar</td>
<td>946</td>
<td>8,9</td>
<td>0,00</td>
<td>0,07</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_studerande</td>
<td>204</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,86</td>
<td>0,07</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_grundskola</td>
<td>897</td>
<td>2,0*</td>
<td>0,11</td>
<td>0,00</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_gymnasium</td>
<td>481</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,57</td>
<td>0,04</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_hogskola</td>
<td>411</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,34</td>
<td>0,93</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_2_sant</td>
<td>240</td>
<td>1,9*</td>
<td>0,22</td>
<td>0,54</td>
<td>27</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_4 eget_bevag</td>
<td>553</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,07</td>
<td>0,52</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_4_familj</td>
<td>578</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,86</td>
<td>0,43</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_avgift</td>
<td>244</td>
<td>8,5</td>
<td>0,05</td>
<td>0,22</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_banken</td>
<td>345</td>
<td>7,4</td>
<td>0,37</td>
<td>0,60</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2 inte_kopt_sj</td>
<td>270</td>
<td>0,1**</td>
<td>0,50</td>
<td>0,10</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_8 avgift</td>
<td>348</td>
<td>3,7*</td>
<td>2,23</td>
<td>2,81</td>
<td>31</td>
<td>32</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_2_banken</td>
<td>589</td>
<td>0,2**</td>
<td>0,37</td>
<td>0,70</td>
<td>41</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_2 inte_valt_sj</td>
<td>600</td>
<td>0,0**</td>
<td>0,37</td>
<td>0,05</td>
<td>41</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_4 utbud</td>
<td>710</td>
<td>3,8*</td>
<td>2,07</td>
<td>2,53</td>
<td>42</td>
<td>45</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_8 bemotande</td>
<td>44</td>
<td>8,1</td>
<td>0,20</td>
<td>0,57</td>
<td>10</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_8 kostnad_tid</td>
<td>45</td>
<td>6,9</td>
<td>0,50</td>
<td>0,14</td>
<td>10</td>
<td>14</td>
</tr>
<tr>
<td>_5_1 paverka</td>
<td>728</td>
<td>7,3</td>
<td>2,78</td>
<td>2,49</td>
<td>41</td>
<td>45</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Tabell B.2: Skillnader mellan ekonomistuderande och övriga studerande.

<table>
<thead>
<tr>
<th>_1_3_arbetande</th>
<th>U</th>
<th>p [%]</th>
<th>mE</th>
<th>mS</th>
<th>nE</th>
<th>nS</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>_1_3_studerande</td>
<td>836</td>
<td>1.2*</td>
<td>0.00</td>
<td>0.14</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_eftergymn</td>
<td>902</td>
<td>8.2</td>
<td>0.00</td>
<td>0.07</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_grundskola</td>
<td>880</td>
<td>9.4</td>
<td>0.02</td>
<td>0.11</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_gymnasium</td>
<td>704</td>
<td>0.5**</td>
<td>0.84</td>
<td>0.57</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_hogskola</td>
<td>770</td>
<td>2.6*</td>
<td>0.14</td>
<td>0.34</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_5_annan</td>
<td>110</td>
<td>0.0**</td>
<td>0.00</td>
<td>0.89</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_5_ekonomi</td>
<td>0</td>
<td>0.0**</td>
<td>1.00</td>
<td>0.00</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_1_banker</td>
<td>549</td>
<td>0.0**</td>
<td>2.25</td>
<td>1.43</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_finansbank</td>
<td>572</td>
<td>0.0**</td>
<td>0.45</td>
<td>0.05</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_smabank</td>
<td>550</td>
<td>0.0**</td>
<td>0.70</td>
<td>0.27</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_smabanker</td>
<td>481</td>
<td>0.0**</td>
<td>1.23</td>
<td>0.32</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_avgift</td>
<td>100</td>
<td>0.0**</td>
<td>0.68</td>
<td>0.05</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_vinstskatt</td>
<td>209</td>
<td>1.6*</td>
<td>0.24</td>
<td>0.00</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_banken_sj</td>
<td>94</td>
<td>2.1*</td>
<td>0.33</td>
<td>0.73</td>
<td>21</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_internet</td>
<td>381</td>
<td>8.2</td>
<td>0.41</td>
<td>0.20</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_jamforeselj</td>
<td>364</td>
<td>3.2*</td>
<td>0.38</td>
<td>0.13</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning</td>
<td>298</td>
<td>2.1*</td>
<td>2.06</td>
<td>2.86</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_veckovis</td>
<td>325</td>
<td>2.6*</td>
<td>0.48</td>
<td>0.21</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv</td>
<td>263</td>
<td>0.4**</td>
<td>2.97</td>
<td>2.00</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift</td>
<td>282</td>
<td>6.1</td>
<td>3.55</td>
<td>2.89</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk</td>
<td>288</td>
<td>7.1</td>
<td>3.83</td>
<td>3.30</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud</td>
<td>231</td>
<td>0.0**</td>
<td>3.52</td>
<td>2.21</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_8_avgift</td>
<td>183</td>
<td>0.0**</td>
<td>4.09</td>
<td>2.23</td>
<td>33</td>
<td>31</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_8_isk</td>
<td>166</td>
<td>0.0**</td>
<td>4.24</td>
<td>2.40</td>
<td>33</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_8_norman</td>
<td>314</td>
<td>0.8**</td>
<td>3.03</td>
<td>1.87</td>
<td>33</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_8_risk</td>
<td>241</td>
<td>0.0**</td>
<td>4.24</td>
<td>2.94</td>
<td>33</td>
<td>31</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_1_smabank</td>
<td>748</td>
<td>1.2*</td>
<td>0.34</td>
<td>0.11</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_1_smabanker</td>
<td>740</td>
<td>0.9**</td>
<td>0.41</td>
<td>0.11</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_2_jamforeselj_sj</td>
<td>228</td>
<td>9.1</td>
<td>0.32</td>
<td>0.12</td>
<td>22</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_4_utbud</td>
<td>405</td>
<td>0.0**</td>
<td>3.37</td>
<td>2.07</td>
<td>38</td>
<td>42</td>
</tr>
<tr>
<td>_4_5_byta</td>
<td>536</td>
<td>1.8*</td>
<td>3.39</td>
<td>2.75</td>
<td>38</td>
<td>40</td>
</tr>
<tr>
<td>_5_1_paverka</td>
<td>672</td>
<td>3.2*</td>
<td>3.18</td>
<td>2.78</td>
<td>44</td>
<td>41</td>
</tr>
<tr>
<td>_5_2_intresse</td>
<td>365</td>
<td>0.0**</td>
<td>3.77</td>
<td>2.38</td>
<td>43</td>
<td>42</td>
</tr>
</tbody>
</table>

46
Tabell B.3: Medelvärde och antal svarande per fråga för ekonomistudenter, övriga studenter samt äldre högutbildade utan ekonomiriktning.

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>mE</th>
<th>mS</th>
<th>mH</th>
<th>m</th>
<th>nE</th>
<th>nS</th>
<th>nH</th>
<th>n</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>_1_1_kvinna</td>
<td>0,39</td>
<td>0,48</td>
<td>0,48</td>
<td>0,43</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_1_man</td>
<td>0,61</td>
<td>0,52</td>
<td>0,52</td>
<td>0,57</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_18_30</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,58</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_31_43</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,33</td>
<td>0,15</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_44_56</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,39</td>
<td>0,15</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_57_69</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,24</td>
<td>0,11</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_2_70</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,04</td>
<td>0,02</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_arbetande</td>
<td>0,00</td>
<td>0,14</td>
<td>0,85</td>
<td>0,41</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_arbetssökande</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,04</td>
<td>0,01</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_pensionar</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,07</td>
<td>0,03</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_3_studerande</td>
<td>1,00</td>
<td>0,86</td>
<td>0,07</td>
<td>0,55</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_eftergymnasium</td>
<td>0,00</td>
<td>0,07</td>
<td>0,02</td>
<td>0,07</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_grundskola</td>
<td>1,00</td>
<td>0,57</td>
<td>0,04</td>
<td>0,49</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_gymnasium</td>
<td>0,14</td>
<td>0,34</td>
<td>0,93</td>
<td>0,42</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_4_utbildad</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>0,87</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_5_annan</td>
<td>0,00</td>
<td>0,89</td>
<td>0,80</td>
<td>0,53</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_1_5_ekonomi</td>
<td>1,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,32</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_1_banker</td>
<td>2,25</td>
<td>1,43</td>
<td>1,57</td>
<td>1,70</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_1_banker_1</td>
<td>0,32</td>
<td>0,61</td>
<td>0,59</td>
<td>0,53</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_1_banker_2</td>
<td>0,27</td>
<td>0,36</td>
<td>0,26</td>
<td>0,29</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_1_banker_3</td>
<td>0,25</td>
<td>0,00</td>
<td>0,15</td>
<td>0,12</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_1_banker_4</td>
<td>0,16</td>
<td>0,02</td>
<td>0,00</td>
<td>0,06</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_2_sant</td>
<td>0,21</td>
<td>0,22</td>
<td>0,37</td>
<td>0,36</td>
<td>14</td>
<td>27</td>
<td>26</td>
<td>83</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_finsbank</td>
<td>0,45</td>
<td>0,05</td>
<td>0,09</td>
<td>0,17</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_smalbank</td>
<td>0,70</td>
<td>0,27</td>
<td>0,35</td>
<td>0,43</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_smalbanker</td>
<td>1,23</td>
<td>0,32</td>
<td>0,48</td>
<td>0,65</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_storbank</td>
<td>0,64</td>
<td>0,52</td>
<td>0,41</td>
<td>0,48</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_storbanker</td>
<td>0,70</td>
<td>0,57</td>
<td>0,43</td>
<td>0,53</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_storswedspar</td>
<td>0,95</td>
<td>0,95</td>
<td>0,91</td>
<td>0,92</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_storswedsparer</td>
<td>1,05</td>
<td>1,02</td>
<td>1,04</td>
<td>1,01</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_svedbank</td>
<td>0,41</td>
<td>0,50</td>
<td>0,50</td>
<td>0,47</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_svedsparbank</td>
<td>0,41</td>
<td>0,50</td>
<td>0,63</td>
<td>0,53</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_3_svedsparbanker</td>
<td>0,41</td>
<td>0,50</td>
<td>0,67</td>
<td>0,54</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_4_bekant</td>
<td>0,02</td>
<td>0,07</td>
<td>0,07</td>
<td>0,06</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_4_eget_bevag</td>
<td>0,09</td>
<td>0,07</td>
<td>0,52</td>
<td>0,27</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_2_4_familj</td>
<td>0,89</td>
<td>0,86</td>
<td>0,43</td>
<td>0,68</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_avgift</td>
<td>0,68</td>
<td>0,65</td>
<td>0,22</td>
<td>0,30</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_bolag</td>
<td>0,24</td>
<td>0,09</td>
<td>0,07</td>
<td>0,12</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_historisk</td>
<td>0,40</td>
<td>0,45</td>
<td>0,41</td>
<td>0,43</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_ifylld</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_marknadsf</td>
<td>0,16</td>
<td>0,18</td>
<td>0,19</td>
<td>0,18</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_oimtresse</td>
<td>0,12</td>
<td>0,18</td>
<td>0,19</td>
<td>0,17</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_redan_bra</td>
<td>0,12</td>
<td>0,09</td>
<td>0,19</td>
<td>0,11</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_riskniva</td>
<td>0,52</td>
<td>0,41</td>
<td>0,41</td>
<td>0,45</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_10_vinstskatt</td>
<td>0,24</td>
<td>0,00</td>
<td>0,00</td>
<td>0,08</td>
<td>25</td>
<td>22</td>
<td>27</td>
<td>89</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_1_handelsbanken</td>
<td>0,16</td>
<td>0,11</td>
<td>0,09</td>
<td>0,11</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_1_ifylld</td>
<td>0,55</td>
<td>0,59</td>
<td>0,57</td>
<td>0,56</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_1_nordea</td>
<td>0,05</td>
<td>0,14</td>
<td>0,15</td>
<td>0,11</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_1_seh</td>
<td>0,16</td>
<td>0,09</td>
<td>0,07</td>
<td>0,09</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_1_svedbank</td>
<td>0,25</td>
<td>0,27</td>
<td>0,35</td>
<td>0,31</td>
<td>44</td>
<td>44</td>
<td>46</td>
<td>158</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_banken</td>
<td>0,22</td>
<td>0,37</td>
<td>0,60</td>
<td>0,43</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_banken_sj</td>
<td>0,33</td>
<td>0,73</td>
<td>0,67</td>
<td>0,61</td>
<td>21</td>
<td>15</td>
<td>27</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_bekant</td>
<td>0,06</td>
<td>0,07</td>
<td>0,20</td>
<td>0,11</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_bekant_sj</td>
<td>0,10</td>
<td>0,07</td>
<td>0,22</td>
<td>0,14</td>
<td>21</td>
<td>15</td>
<td>27</td>
<td>77</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fortsatt på nästa sida
Tabell B.3: Medelvärde och antal svarande per fråga för ekonomistudenter, övriga studenter samt äldre högutbildade utan ekonomiriktning.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Fråga</th>
<th>m_E</th>
<th>m_S</th>
<th>m_H</th>
<th>m</th>
<th>n_E</th>
<th>n_S</th>
<th>n_H</th>
<th>n</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>_3_2_ifylld</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>1,00</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_inte_kopt_sj</td>
<td>0,34</td>
<td>0,50</td>
<td>0,10</td>
<td>0,29</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_internet</td>
<td>0,41</td>
<td>0,20</td>
<td>0,23</td>
<td>0,28</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_internet_sj</td>
<td>0,62</td>
<td>0,40</td>
<td>0,26</td>
<td>0,29</td>
<td>21</td>
<td>15</td>
<td>27</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_jamforelsjc</td>
<td>0,38</td>
<td>0,13</td>
<td>0,17</td>
<td>0,19</td>
<td>32</td>
<td>30</td>
<td>30</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_2_jamforelsjc_sj</td>
<td>0,52</td>
<td>0,27</td>
<td>0,19</td>
<td>0,26</td>
<td>21</td>
<td>15</td>
<td>27</td>
<td>77</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_3_reklam</td>
<td>2,94</td>
<td>2,85</td>
<td>2,69</td>
<td>2,84</td>
<td>34</td>
<td>27</td>
<td>32</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_3_reklam_1</td>
<td>0,09</td>
<td>0,11</td>
<td>0,03</td>
<td>0,07</td>
<td>34</td>
<td>27</td>
<td>32</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_3_reklam_2</td>
<td>0,18</td>
<td>0,15</td>
<td>0,38</td>
<td>0,23</td>
<td>34</td>
<td>27</td>
<td>32</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_3_reklam_3</td>
<td>0,53</td>
<td>0,59</td>
<td>0,50</td>
<td>0,54</td>
<td>34</td>
<td>27</td>
<td>32</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_3_reklam_4</td>
<td>0,12</td>
<td>0,07</td>
<td>0,06</td>
<td>0,11</td>
<td>34</td>
<td>27</td>
<td>32</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_3_reklam_5</td>
<td>0,09</td>
<td>0,07</td>
<td>0,03</td>
<td>0,05</td>
<td>34</td>
<td>27</td>
<td>32</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_arsvis</td>
<td>0,10</td>
<td>0,14</td>
<td>0,23</td>
<td>0,13</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning</td>
<td>2,06</td>
<td>2,86</td>
<td>3,23</td>
<td>2,76</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning_1</td>
<td>0,48</td>
<td>0,21</td>
<td>0,19</td>
<td>0,31</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning_2</td>
<td>0,19</td>
<td>0,21</td>
<td>0,13</td>
<td>0,17</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning_3</td>
<td>0,16</td>
<td>0,28</td>
<td>0,19</td>
<td>0,19</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning_4</td>
<td>0,10</td>
<td>0,14</td>
<td>0,23</td>
<td>0,13</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_bevakning_5</td>
<td>0,06</td>
<td>0,17</td>
<td>0,26</td>
<td>0,20</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_kvartalsvis</td>
<td>0,16</td>
<td>0,31</td>
<td>0,19</td>
<td>0,20</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_4_mansvis</td>
<td>0,19</td>
<td>0,21</td>
<td>0,13</td>
<td>0,17</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_vekovis</td>
<td>0,48</td>
<td>0,21</td>
<td>0,19</td>
<td>0,31</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv</td>
<td>2,97</td>
<td>2,00</td>
<td>1,84</td>
<td>2,27</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv_1</td>
<td>0,16</td>
<td>0,31</td>
<td>0,52</td>
<td>0,35</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv_2</td>
<td>0,26</td>
<td>0,48</td>
<td>0,26</td>
<td>0,31</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv_3</td>
<td>0,19</td>
<td>0,14</td>
<td>0,13</td>
<td>0,15</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv_4</td>
<td>0,23</td>
<td>0,03</td>
<td>0,06</td>
<td>0,11</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_5_aktiv_5</td>
<td>0,16</td>
<td>0,03</td>
<td>0,03</td>
<td>0,08</td>
<td>31</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift</td>
<td>3,55</td>
<td>2,89</td>
<td>2,54</td>
<td>3,08</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift_1</td>
<td>0,03</td>
<td>0,19</td>
<td>0,14</td>
<td>0,11</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift_2</td>
<td>0,17</td>
<td>0,07</td>
<td>0,29</td>
<td>0,17</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift_3</td>
<td>0,34</td>
<td>0,56</td>
<td>0,46</td>
<td>0,43</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift_4</td>
<td>0,17</td>
<td>0,04</td>
<td>0,11</td>
<td>0,13</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_avgift_5</td>
<td>0,31</td>
<td>0,15</td>
<td>0,00</td>
<td>0,17</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_historik</td>
<td>3,83</td>
<td>3,37</td>
<td>3,23</td>
<td>3,50</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_historik_1</td>
<td>0,03</td>
<td>0,07</td>
<td>0,07</td>
<td>0,05</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_historik_2</td>
<td>0,07</td>
<td>0,11</td>
<td>0,20</td>
<td>0,12</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_historik_3</td>
<td>0,30</td>
<td>0,37</td>
<td>0,33</td>
<td>0,35</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_historik_4</td>
<td>0,23</td>
<td>0,26</td>
<td>0,23</td>
<td>0,24</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_historik_5</td>
<td>0,37</td>
<td>0,19</td>
<td>0,17</td>
<td>0,24</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk</td>
<td>3,83</td>
<td>3,37</td>
<td>3,37</td>
<td>3,50</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk_1</td>
<td>0,03</td>
<td>0,07</td>
<td>0,07</td>
<td>0,05</td>
<td>30</td>
<td>27</td>
<td>30</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk_2</td>
<td>0,14</td>
<td>0,22</td>
<td>0,24</td>
<td>0,22</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>29</td>
<td>102</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk_3</td>
<td>0,17</td>
<td>0,04</td>
<td>0,11</td>
<td>0,13</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>29</td>
<td>102</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk_4</td>
<td>0,14</td>
<td>0,07</td>
<td>0,07</td>
<td>0,05</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>29</td>
<td>102</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_6_risk_5</td>
<td>0,41</td>
<td>0,11</td>
<td>0,07</td>
<td>0,21</td>
<td>29</td>
<td>27</td>
<td>29</td>
<td>102</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud</td>
<td>3,52</td>
<td>2,21</td>
<td>2,19</td>
<td>2,63</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud_1</td>
<td>0,12</td>
<td>0,34</td>
<td>0,23</td>
<td>0,24</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud_2</td>
<td>0,15</td>
<td>0,28</td>
<td>0,45</td>
<td>0,28</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud_3</td>
<td>0,12</td>
<td>0,24</td>
<td>0,26</td>
<td>0,20</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud_4</td>
<td>0,30</td>
<td>0,10</td>
<td>0,03</td>
<td>0,16</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_7_utbud_5</td>
<td>0,30</td>
<td>0,03</td>
<td>0,03</td>
<td>0,12</td>
<td>33</td>
<td>29</td>
<td>31</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>_3_8_avgift</td>
<td>4,09</td>
<td>2,23</td>
<td>2,81</td>
<td>3,07</td>
<td>33</td>
<td>31</td>
<td>32</td>
<td>113</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Fortsatt från föregående sida

48
Tabell B.3: Medelvärde och antal svarande per fråga för ekonomistuderter, övriga studenter samt äldre högutbildade utan ekonominriktning.

| _3_8_avgift_1  | 0,09 | 0,45 | 0,12 | 0,20 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_avgift_2  | 0,06 | 0,16 | 0,25 | 0,19 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_avgift_3  | 0,09 | 0,19 | 0,34 | 0,19 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_avgift_4  | 0,18 | 0,10 | 0,25 | 0,17 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_avgift_5  | 0,58 | 0,10 | 0,03 | 0,25 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_isk_1     | 4,24 | 2,40 | 2,62 | 3,10 | 33  | 30  | 32  | 112  |
| _3_8_isk_2     | 0,09 | 0,33 | 0,28 | 0,23 | 33  | 30  | 32  | 112  |
| _3_8_isk_3     | 0,06 | 0,23 | 0,16 | 0,17 | 33  | 30  | 32  | 112  |
| _3_8_isk_4     | 0,03 | 0,17 | 0,22 | 0,12 | 33  | 30  | 32  | 112  |
| _3_8_isk_5     | 0,73 | 0,07 | 0,06 | 0,30 | 33  | 30  | 32  | 112  |
| _3_8_norman_1  | 3,03 | 1,87 | 1,74 | 2,27 | 33  | 30  | 32  | 110  |
| _3_8_norman_2  | 0,33 | 0,60 | 0,61 | 0,48 | 33  | 30  | 32  | 110  |
| _3_8_norman_3  | 0,12 | 0,13 | 0,16 | 0,15 | 33  | 30  | 32  | 110  |
| _3_8_norman_4  | 0,09 | 0,00 | 0,13 | 0,07 | 33  | 30  | 32  | 110  |
| _3_8_norman_5  | 0,36 | 0,10 | 0,00 | 0,15 | 33  | 30  | 32  | 110  |
| _3_8_risk_1    | 4,24 | 2,94 | 3,00 | 3,35 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_risk_2    | 0,03 | 0,26 | 0,12 | 0,13 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_risk_3    | 0,12 | 0,26 | 0,31 | 0,21 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_risk_4    | 0,21 | 0,23 | 0,31 | 0,24 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_8_risk_5    | 0,58 | 0,16 | 0,06 | 0,27 | 33  | 31  | 32  | 113  |
| _3_9_sant      | 0,62 | 0,43 | 0,62 | 0,58 | 32  | 30  | 32  | 111  |
| _4_1_smabank   | 0,34 | 0,11 | 0,17 | 0,21 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_smabanker | 0,41 | 0,11 | 0,17 | 0,23 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_storbank  | 0,48 | 0,43 | 0,33 | 0,38 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_storbanker| 0,48 | 0,43 | 0,37 | 0,39 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_storswedspar| 0,73 | 0,84 | 0,83 | 0,79 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_storswedsparer| 0,77 | 0,86 | 0,89 | 0,84 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_swedbhank | 0,30 | 0,43 | 0,39 | 0,39 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_swedbhanker| 0,30 | 0,43 | 0,52 | 0,44 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_swedbhankerbanker| 0,30 | 0,43 | 0,52 | 0,44 | 44  | 44  | 46  | 158  |
| _4_1_utbud     | 3,37 | 2,07 | 2,53 | 2,67 | 38  | 42  | 45  | 149  |
| _4_1_utbud_1   | 0,16 | 0,36 | 0,13 | 0,20 | 38  | 42  | 45  | 149  |
| _4_1_utbud_2   | 0,16 | 0,33 | 0,42 | 0,30 | 38  | 42  | 45  | 149  |

Fortsatt på nästa sida
Tabell B.3: Medelvärde och antal svarande per fråga för ekonomistudenter, övriga studenter samt äldre högutbildade utan ekonomiriktning.

| 4.4 utbud_3 | 0.18 | 0.19 | 0.27 | 0.24 | 38 | 42 | 45 | 149 |
| 4.4 utbud_4 | 0.16 | 0.12 | 0.13 | 0.13 | 38 | 42 | 45 | 149 |
| 4.4 utbud_5 | 0.34 | 0.00 | 0.04 | 0.12 | 38 | 42 | 45 | 149 |
| 4.5_byta_1  | 3.39 | 2.75 | 2.93 | 3.07 | 38 | 40 | 43 | 145 |
| 4.5_byta_2  | 0.08 | 0.12 | 0.12 | 0.09 | 38 | 40 | 43 | 145 |
| 4.5_byta_3  | 0.13 | 0.17 | 0.14 | 0.14 | 38 | 40 | 43 | 145 |
| 4.5_byta_4  | 0.87 | 0.53 | 0.49 | 0.48 | 38 | 40 | 43 | 145 |
| 4.5_byta_5  | 0.16 | 0.17 | 0.21 | 0.17 | 38 | 40 | 43 | 145 |
| 4.6_sant    | 0.26 | 0.09 | 0.05 | 0.11 | 38 | 40 | 43 | 145 |
| 4.6_sant    | 0.47 | 0.31 | 0.38 | 0.37 | 38 | 42 | 45 | 149 |
| 4.7_sant    | 0.44 | 0.17 | 0.38 | 0.36 | 16 | 12 | 16 | 50  |
| 4.8_avgifter| 0.14 | 0.20 | 0.14 | 0.19 | 14 | 10 | 14 | 43  |
| 4.8_bemotande| 0.14 | 0.20 | 0.57 | 0.40 | 14 | 10 | 14 | 43  |
| 4.8_ifylld  | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 14 | 10 | 14 | 43  |
| 4.8_hostnad_tid | 0.50 | 0.50 | 0.14 | 0.35 | 14 | 10 | 14 | 43  |
| 4.8_cintresse| 0.14 | 0.17 | 0.38 | 0.36 | 16 | 12 | 16 | 50  |
| 4.8_sparranta| 0.71 | 0.60 | 0.29 | 0.53 | 14 | 10 | 14 | 43  |
| 5.1_paverka | 3.18 | 2.78 | 2.49 | 2.84 | 44 | 41 | 45 | 153 |
| 5.1_paverka_1| 0.09 | 0.10 | 0.11 | 0.10 | 44 | 41 | 45 | 153 |
| 5.1_paverka_2| 0.11 | 0.20 | 0.42 | 0.25 | 44 | 41 | 45 | 153 |
| 5.1_paverka_3| 0.39 | 0.56 | 0.36 | 0.41 | 44 | 41 | 45 | 153 |
| 5.1_paverka_4| 0.34 | 0.12 | 0.09 | 0.20 | 44 | 41 | 45 | 153 |
| 5.1_paverka_5| 0.07 | 0.02 | 0.02 | 0.05 | 44 | 41 | 45 | 153 |
| 5.2_intresse | 3.77 | 2.38 | 2.33 | 2.83 | 43 | 42 | 45 | 154 |
| 5.2_intresse_1| 0.02 | 0.21 | 0.18 | 0.16 | 43 | 42 | 45 | 154 |
| 5.2_intresse_2| 0.16 | 0.33 | 0.44 | 0.28 | 43 | 42 | 45 | 154 |
| 5.2_intresse_3| 0.21 | 0.33 | 0.29 | 0.29 | 43 | 42 | 45 | 154 |
| 5.2_intresse_4| 0.23 | 0.10 | 0.04 | 0.12 | 43 | 42 | 45 | 154 |
| 5.2_intresse_5| 0.37 | 0.02 | 0.04 | 0.15 | 43 | 42 | 45 | 154 |
C Figurer över enkätresultat

Figur C.1: Könsfördelning och sysselsättning.

Figur C.2: Fördelning av åldersgrupper.

Figur C.3: Högsta slutförda utbildning och utbildningsinriktning.
Figur C.4: Antal banker per kund och om kunden bytt sin enda bank.

Figur C.5: Kundandelar för fonder per storbank.

Figur C.6: Nöjdhet med information från förvaltare för tre begrepp.
Figur C.7: B. Om fondflytt skett samt viktiga faktorer för beslut om flytt.

Figur C.8: Kundandelar för sparkonto per bankkategori.

Figur C.9: Aktivitet, kunskap om utbud samt lätthet att byta sparkonto.