



EKONOMI- HÖGSKOLAN

Företagsekonomiska institutionen

FEKH29

Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå

HT 2021

Investeringar i fonder - en känslomässig affär

En kvalitativ intervjustudie om svenskars konsumtion av finansiella tjänster och emotionella aspekter av konsumentbeteende

Författare:

Sandra Sovré

Hanna Åstrand

Dejan Maletic

Handledare:

Peter Svensson

Förord

Författarna av denna studie har studerat Ekonomie kandidatprogrammet med inriktning marknadsföring vid Lunds Universitet. Vi vill tacka samtliga respondenter som har bidragit till och möjliggjort genomförandet av denna studie. Vi vill även rikta ett stort tack till vår handledare, Peter Svensson, som har väglett, inspirerat och stöttat oss under arbetets gång.

Lund, 2021-01-11



Sandra Sovré



Hanna Åstrand



Dejan Maletic

Sammanfattning

Examensarbetets titel: Investeringar i fonder - en känslomässig affär - En kvalitativ intervjustudie om svenskars konsumtion av finansiella tjänster och emotionella aspekter av konsumentbeteende.

Seminariedatum: 2021-01-13

Ämne/kurs: FEKH29, Examensarbete i marknadsföring på kandidatnivå, 15 högskolepoäng

Författare: Sandra Sovré, Hanna Åstrand, Dejan Maletic

Handledare: Peter Svensson

Nyckelord: konsumentbeteende, fondsparande, emotioner, köpprocess

Syfte: Syftet med studien är att öka förståelsen för vilka emotionella aspekter som påverkar de svenska fondspararnas konsumentbeteende och köpprocess i konsumtion av finansiella köp.

Metod: Studien är en kvalitativ intervjustudie med ett fenomenologiskt förhållningssätt och induktiv forskningsansats.

Empiri: Det empiriska materialet består av semistrukturerade intervjuer med svenska fondsparare. Samtliga respondenter har erfarenhet av fondsparande och har blivit givna figurerade namn.

Teoretiska perspektiv: I denna studie har tre teoretiska perspektiv applicerats på det empiriska materialet. Dessa är femstegsmodellen för konsumentbeteende, fyra faktorer som påverkar konsumentbeteende av Kotler och Armstrongs och Maslows behovspyramid.

Resultat: Svenska fondsparare påverkas av ett flertal emotionella aspekter under köpprocessen och inför investeringsbeslut. Dessa innefattar känslor av trygghet, rädsla, glädje och tillfredsställelse samt uppskattning och självförverkligande. Fondsparare påverkas av dessa aspekter i olika utsträckningar och effekten av dem skiljer sig åt beroende på individen.

Abstract

Title: Investing in Mutual Funds - an Emotional Affair - A qualitative interview study on the Swedes' consumption of financial services and emotional aspects of consumer behavior.

Seminar date: 2021-01-13

Course: FEKH29, Business Administration, Bachelor's Degree Project in Marketing Undergraduate Level, 15 University Credit Points

Authors: Sandra Sovré, Hanna Åstrand, Dejan Maletic

Advisor: Peter Svensson

Key words: Consumer behavior, fund savers, mutual funds, emotion, buying process

Purpose: The purpose of the study is to increase the understanding of which emotional aspects affect the Swedish fund savers' consumer behavior and buying process in the consumption of financial purchases.

Methodology: This study is a qualitative interview study with a phenomenological approach and inductive research approach.

Empirical foundation: The empirical material consists of semi-structured interviews with Swedish fund savers. All respondents have previous experience of fund saving and have been given figurative names.

Theoretical perspectives: In this study, three theoretical perspectives have been applied to the empirical material. These are the Five-stage Model of Consumer Behavior, Four Factors That Influence Consumer Behavior and Maslow's Hierarchy of Needs.

Conclusions: Swedish fund savers are affected by a number of emotional aspects during the buying process and before investment decisions. These include feelings of security, fear, joy and satisfaction as well as appreciation and self-realization. Fund savers are affected by these aspects to different extents and the effect of them differs depending on the individual.

Innehållsförteckning

1. Bakgrund och problemformulering	1
1.1 Bakgrund till fonder och konsumentbeteende	1
1.2 Tidigare forskning konsumentbeteende och emotioner	2
1.2.1 Sammanfattning av tidigare forskning	4
1.3 Problemformulering	6
1.4 Syfte	7
1.5 Studiens avgränsningar	7
2. Metod	8
2.1 Val av ämne	8
2.2 Forskningsstrategi	8
2.3 Forskningsansats	9
2.4 Vetenskapligt förhållningssätt	10
2.5 Forskningsdesign	10
2.6 Datainsamlingsmetod	11
2.6.1 Primärdata	11
2.6.2 Urval	12
2.6.3 Utformning av intervjuguide	13
2.6.4 Tillvägagångssätt vid intervjuer	14
2.6.5 Intervjuernas genomförande	15
2.7 Analys av data	15
2.8 Studiens trovärdighet	16
2.8.1. Studiens tillförlitlighet	16
2.8.2 Reliabilitet och validitet i kvalitativa studier	17
2.9 Metodkritik	19
3. Teori	20
3.1 Femstegsmodellen för konsumentbeteende	20
3.1.1 Tillämpning och kritik	22
3.2 Fyra faktorer som påverkar konsumentbeteende	24
3.2.1. Tillämpning och kritik	26
3.3 Maslows behovspyramid	27
3.3.1. Tillämpning och kritik	29
4. Analys	30
4.1 Trygghet	31
4.1.1 Trygghet i en stabil privatekonomi	31
4.1.2 Trygghet i nyckeltal, fakta och expertbedömningar	33

4.1.3 Trygghet i andra	36
4.1.4 Trygghet i marknaden	42
4.1.5 Trygghet i tro	43
4.2 Rädsla	44
4.2.1 Rädsla för den osäkra framtiden	45
4.2.2 Rädsla för att fatta fel beslut	47
4.2.3 Rädsla för att bli lurad	49
4.2.4 Rädsla för att vara passiv	52
4.3 Glädje	54
4.3.1 Glädje i gemenskap	54
4.3.2 Glädje i att investera för nöjes skull	55
4.3.3 Glädje i meningsfulla investeringar	57
4.4 Känsla av uppskattning och självförverkligande	58
4.4.1 Känsla av uppskattning	58
4.4.2 Känsla av självförverkligande	61
5. Diskussion	63
6. Slutsats	65
6.1 Slutsats	65
6.2 Teoretiskt bidrag	66
6.3 Praktiskt bidrag	67
6.4 Förbättringar och framtida studier	67
Referenser	68
Appendix	71

1. Bakgrund och problemformulering

Följande avsnitt består av bakgrund till det valda ämnet, tidigare forskning, problemformulering och frågeställning. Vidare redogörs för syftet med studien samt avgränsningar.

1.1 Bakgrund till fonder och konsumentbeteende

En fond består av olika typer av värdepapper som gemensamt ägs av fondens samtliga investerare. Fonder sköts av fondbolag och administreras ofta av en eller flera fondförvaltare som bland annat beslutar vilka värdepapper fonden ska bestå av. Fondförvaltarens grundläggande målsättningen är att, genom en positiv utveckling, generera avkastning till ägarna (Avanza, u.å.). Det finns många olika typer av fonder och de kategoriseras bland annat efter vilka tillgångar som fonden investerar i, såsom aktiefonder, räntefonder och blandfonder eller efter vilka marknader som investeras i. Det kan innebära en typ av marknad, en särskild region eller en kombination av flera olika marknader. Vidare finns branschfonder som enbart placerar inom en specifik bransch och ämnesspecifika fonder som exempelvis etikfonder eller hållbarhetsfonder (Swedbank, u.å.). För investerare finns det många valmöjligheter och ett brett urval av fonder att investera i eftersom fondkategorierna kan kombineras på många olika sätt samt att uppkomsten för nya fonder utvecklas i hög takt. Fondratinginstitutet Morningstar listade år 2016 över 3 000 fonder i över 300 kategorier (Avanza, u.å.). Fonder kan betraktas som en konsumtionsvara och är något som många i Sverige ägnar sig åt, inte i något annat land i världen är fonder en lika populär sparform. Utöver det obligatoriska sparandet till premiepensionen sparar åtta av tio svenskar i fonder (Fondbolagens Förening, u.å.). I Sverige uppgick den totala fondförmögenheten till 6 122 miljarder kronor i slutet av tredje kvartalet 2021 (SCB, 2021).

Det finns en gängse uppfattning kring hur fondköpsbeslut fattas, vilken bygger på rationalitet, kognitiv verksamhet, riskbedömning och beslut som baseras på all befintlig information. Detta skapar bilden av fondinvesteringar som kalla och hårda, likt mycket annat i den finansiella världen, vilket lämnar ett mycket begränsat utrymme för emotioner. Exempelvis är uppmaningen att ha "is i magen" ofta förekommande i investeringssammanhang. Denna uppfattning leder till funderingar kring vilken roll som emotioner faktiskt spelar inom fondsparande och till varför

rationalitet och emotioner inte kan kombineras. Studiens författare anser att fondköp, precis som köp av andra konsumtionsvaror, är påverkade av konsumentens behov, erfarenheter och känslor. Konsumenten ses generellt som en individuell person som fattar köpbeslut baserat på identifierade behov (Solomon, Russell-Bennett & Previte, 2013). Av Kotler och Keller (2016) definieras konsumentbeteende som hur individer, grupper och organisationer väljer, köper, använder och gör sig av med produkter, tjänster, idéer och erfarenheter i syfte att tillgodose sina behov. Precis som marknadsförare måste förstå konsumenters tankar, känslor och ageranden för försäljning av andra typer av produkter, måste samma aspekter förstås för fonder. Russell Belk beskriver vikten av att förstå den innebörd som konsumenter tillmäter produkter enligt följande:

We cannot hope to understand consumer behavior without first gaining understanding of the meaning that consumers attach to possessions. A key to understanding what possessions mean is recognizing that, knowingly or unknowingly, intentionally or unintentionally, we regard our possession as parts of ourselves (Belk, 1988, s.139)

En viktig förutsättning för att förstå konsumentbeteende är att förstå vad köpbeslut betyder för konsumenten. Konsumentbeteende är ett komplext område och det finns mycket forskning om konsumentbeteende och emotionella aspekter.

1.2 Tidigare forskning konsumentbeteende och emotioner

Hill (2010) beskriver, med hjälp av genombrott inom neurovetenskap, att människor i första hand är känslomässiga beslutsfattare. Känslor är centrala för konsumentbeteende och företag som lyckas identifiera och kvantifiera dessa har möjligheten att uppnå en enorm konkurrensfördel. Dock menar Hill att den känslomässiga komponenten ofta ignoreras då den lätt upplevs som stökig, svårfångad och irrationell. Trots att känslor är centrala inom konsumentbeteende betraktas de som, mer eller mindre, omöjlig att kvantifiera eller hantera.

Schmitt (1999) förklarar att traditionell marknadsföring baseras på uppfattningen om att människan är rationell. Det har resulterat i att den emotionella aspekten, som är den huvudsakliga drivkraften i beslutsprocessen, har försumrats. Inom experimentell

marknadsföring anses konsumenter däremot vara både emotionellt och rationellt drivna. Det vill säga att även om kunder gör rationella val, drivs de lika ofta av känslor då konsumtion många gånger är kopplad till emotionell tillfredsställelse och nöje. Schmitt menar att denna breda syn på konsumenter har haft en relativt liten inverkan på marknadsföring. Vidare hävdar han att denna syn medför ett viktigt budskap för dagens marknadsförare. Kunder bör inte behandlas som endast rationella beslutsfattare utan vill bli underhållna, stimulerande, känslomässigt påverkade och kreativt utmanande.

Lerner, Li, Valdesolo och Kassam (2015) menar att emotioner i stor grad påverkar beslutsfattande. Författarna menar även att det inte går att förbise att känslor påverkar processen och att påverkan är kraftfull och genomgripande. Vidare behandlar författarna känslor utifrån olika kategorier och kategorin "integrala känslor", det vill säga inre känslor, är en av de starkaste när det kommer till emotionell inverkan. Integrala känslor kan härledas till bedömningar och val som gjorts tidigare och därefter tydligt och rutinmässigt hjälper konsumenter att nya fatta beslut. Detta gäller såväl medvetet som omedvetet (Lerner et al. 2015).

Keynes (2012) lyfter en aspekt av att människan är skapad så att hon ofta grundar finansiella beslut på spontan optimism snarare än en matematisk förväntan. Enligt Keynes är det däremot inte en irrationell handling utan grundar sig i människors långsiktiga förväntningar på marknaden. Dessa förväntningar neutraliserar risken för instabilitet på marknaden som optimismen annars kunnat resultera i. Vidare hävdade Keynes att beslut som påverkar framtiden såväl ekonomiskt, politiskt eller personligt aldrig helt kommer kunna göras på matematiska grund, eftersom grunden för att göra den sortens beräkningar inte existerar. Keynes argumenterar dessutom för att vårt rationella jag, som ständigt står i valet mellan olika alternativ, beräknar så gott som möjligt men ofta faller tillbaka på ett infall från känslor eller slump i slutändan.

Ackert, Church och Deaves (2003) skriver att känslor hjälper oss att navigera men den grundläggande roll som känslor spelar i beslutssituationer förstods först med hjälp av Damasio forskning inom det neurologiska området. Damasio drog slutsatsen att känslor har ett mycket starkt inflytande på resonemang samt att rationellt beslutsfattande och känslor behövs för att komplettera varandra (Ackert, Church & Deaves, 2003). Vidare skriver författarna att en persons

nuvarande känslomässiga tillstånd, allt från glädje till ånger, har någon påverkan på det ekonomiska beslutsfattandet. Traditionella finansiella modeller har däremot antagit att investerares köpbeslut förväntas grunda sig i rationella, logiska resonemang underbyggda av information, sannolikhetsregler och statistik. Detta antagande lämnar mycket lite utrymme för den emotionella aspekten av köpbeslutet (Ackert, Church & Deaves, 2003).

Marknadsföring har utvecklats under årens lopp och har numera blivit alltmer värdestyrd (Kotler, 2010). Detta innebär att marknadsförare numera betraktar kunder som hela människor med sinnen, hjärtan och själar snarare än endast som konsumenter. Konsumenter letar i allt högre grad efter lösningar både för att minska den upplevda oron och för att göra den globaliserade världen till en bättre plats (Kotler, 2010). I en värld full av förvirring söker konsumenter företag och produkter som, i sin vision och värderingar, tillgodoser djupa behov av social, ekonomisk och miljömässig rättvisa. Dessutom menar Kotler att konsumenter inte bara söker funktionell och känslomässig tillfredsställelse utan även mänsklig andeuppfyllelse i de produkter och tjänster de väljer. Undersökningar har visat att företag som levererar värde genom att positioner sig som hållbara presterade bättre än konkurrenterna under finanskrisen 2008. I 16 av de 18 industrier som undersöktes överträffade hållbara företags aktiekurser branschgenomsnittet med 15 procent från maj till november 2008. Undersökningen visade att det fanns ett tydligt samband mellan hållbart företagande och stark aktiekursutveckling.

1.2.1 Sammanfattning av tidigare forskning

Figur 1 återfinns en sammanställning av de mest relevanta fynd som uppkommit i tidigare forskning inom ämnet.

	Undersökningsområde	Resultat
Ackert, Church & Deaves (2003)	Emotioner och finansiella marknader	Känslor och humör har viss påverkan på ekonomiska beslut. Traditionellt ses finansiella köpbeslut däremot som logiska och rationella med endast lite utrymme för

		det emotionella.
Hill (2010)	Människor som känslomässiga beslutsfattare	Konsumenter är i högsta grad känslomässiga beslutsfattare men den känslomässiga aspekten anses ofta vara svår att greppa och kvantifiera.
Keynes (2012)	Rationalitet och känslor i finansiella beslut	Finansiella köp kan aldrig helt grundas på matematiska beräkningar. Trots rationell avvägning mellan alternativ fattas beslut ofta på känslomässiga infall, spontan optimism eller slump.
Kotler (2010)	Konsumenter styrs av värde	Konsumenter söker numera företag och produkter som skapar värde och tillgodoser djupa behov av sociala, ekonomisk och miljömässig rättvisa. Det finns ett tydligt samband mellan hållbart företagande och stark aktiekursutveckling. Däremot drivs investerare främst av att hållbarhetsinitiativ kommer att leda till en värdeökning snarare än andra känslomässiga behov.
Lerner, Li, Valdesolo & Kassam (2015)	Emotioners inverkan på beslutsfattande	Känslor påverkar oss kraftfullt och genomgripande. Genom att undersöka olika kategorier av känslor förstår vi hur till exempel bedömningar och val vi gjort tidigare påverkar våra rutinmässiga beslut idag.
Schmitt (1999)	Konsumenter inom traditionell och experimentell	Traditionell marknadsföring utgår från att människan är rationell medan experimentell marknadsföring ser

	marknadsföring	konsumenten ur en bredare synvinkel. Konsumenter gör ofta rationella val men drivs lika ofta av känslor på grund av att konsumtion kopplas emotionell tillfredsställelse och nöje.
--	----------------	---

Figur 1. Sammanfattning av tidigare forskning.

1.3 Problemformulering

Tidigare forskning om konsumentbeteende har visat att synen på konsumenten som en mer eller mindre rationell varelse varierar. Traditionella teorier inom konsumentbeteende utgår från att konsumenten är rationell i sitt beslutsfattande och följer en strukturerad köpprocess. Däremot menar många forskare inom ämnet idag att konsumenter till stor del är känslomässigt styrda och att köpbeslut präglas av känslor och emotionella behov. Dessutom har tidigare forskning till stor del behandlat kopplingen mellan konsumentbeteende och känslor för icke-finansiella köp, exempelvis inom dagligvaruhandel och detaljhandel. Samtidigt bygger många av de traditionella finansiella teorierna och modellerna på antagandet att investerare agerar rationellt och beaktar all tillgänglig information i beslutsprocessen. Klassiska investeringsteorier bygger på föreställningen att investerare alltid agerar på ett sätt som maximerar deras avkastning, vilket resulterar i att den emotionella aspekten av beslutsfattande försummas.

Då fondsparande är en populär sparform i Sverige är det intressant att undersöka hur teorier om konsumentbeteende kan appliceras på, samt vilka emotionella aspekter som påverkar, svenska fondsparare. Inom forskningsområdet konsumentbeteende har tidigare forskning till stor del handlat om att undersöka vad konsumenter påverkas av i köpprocessen, hur rationella konsumenter är och vilken roll känslorna spelar i köpbeslutet. Det finns även tidigare forskning om konsumentbeteende i finansiella köp som hävdar att människan inte är eller kan vara rationell i sina resonemang och beslut. Studiens författare anser att den emotionella aspekten av fondsparande är av betydelse och att det saknas forskning om detta. Därför undersöker denna studie vilka emotionella faktorer som påverkar svenska fondsparare i investeringsbeslut och

således svenskars konsumentbeteende på fondmarknaden. Studien bidrar till forskningen genom att analysera konsumentbeteende ur ett nytt perspektiv.

Studiens frågeställning har utformats enligt följande:

- Vilka emotionella aspekter påverkar svenska fondsparare?

1.4 Syfte

Syftet med studien är att öka förståelsen för vilka emotionella aspekter som påverkar de svenska fondspararnas konsumentbeteende och köpprocess i konsumtion av finansiella köp. Vi upplever att det hittills är ett relativt outforskat område och vill lyfta in emotionella aspekter för att bredda perspektivet från de traditionella finansiella teorierna. Marknadsförare är eniga om att emotioner är högst betydelsefulla för konsumtionsbeslut och då finansiella köp är ett köpbeslut av en konsumtionsvara bör den emotionella påverkan tas i beaktning även här.

1.5 Studiens avgränsningar

Följande studie kommer endast att beröra finansiella köp i form av fondinvesteringar. Andra investeringstyper eller sparformer kommer ej behandlas. Däremot tas olika typer av fonder upp och studien exkluderar till exempel inte storbanksfonder, indexfonder eller pensionsfonder. De fondtyper som tas upp i studien styrs av det insamlade materialet och respondenternas svar. Vidare kommer studien endast titta på privatpersoner och fondinvesteringar, alltså kommer fondförvaltare och företag som investerar i fonder ej beröras. Detta anses vara en relevant avgränsning utifrån studiens syfte.

I denna studie syftar emotionella aspekter på återkommande teman i det insamlade materialet som författarna av studien bedömer grundas i en specifik känsla eller ett emotionellt behov. Innebörden av begreppet *emotionella aspekter* har således utformats efter det som respondenterna tagit upp under intervjuerna.

2. Metod

I följande avsnitt presenteras studiens metod. Avsnittet innefattar ämnesval, forskningsstrategi, studiens forskningsansats, det vetenskapliga förhållningssättet samt forskningsdesign.

Sedermåra beskrivs hur datainsamlingen av primärdata utförts. Här lyfts urval, utformning av intervjuguide och tillvägagångssätt vid intervjuer samt analys av data. Därefter analyseras studiens trovärdighet och slutligen kritiseras metoden som helhet.

2.1 Val av ämne

Val av ämne för studien grundar sig i viljan att undersöka investerares konsumtionsbeteende gällande köp av finansiella tjänster. Tidigare forskning inom ämnet behandlar främst kopplingen mellan konsumentbeteende och känslor för icke-finansiella köp, exempelvis inom dagligvaruhandel och detaljhandel. Intresset för ämnesvalet grundar sig i en önskan att undersöka hur principer inom konsumentbeteende kan appliceras på köpbeslut som förväntas basera på, till synes, rationella resonemang. Emotionella aspekter kan upplevas som svåra att identifiera och kvantifiera, vilket gör ämnet såväl intressant som relevant att studera på ett djupare plan. Det är inte självklart vad som kategoriseras som en emotionell aspekt, vilket bidrar till ett ökat intresse för att undersöka ämnet. Utöver detta grundas ämnesvalet i ett intresse av att förstå fondspararnas inställning samt vilka aspekter de själva anser spelar roll i investeringsbeslut. Studiens författare anser att emotionella aspekter av fondinvesteringar är ett intressant ämne eftersom det bidrar till djupare förståelse och nya perspektiv på konsumentbeteende i sin helhet. Dessutom kan forskning inom ämnet ge stöd till marknadsförare att förstå hur fondsparare påverkas av emotionella aspekter vid investeringar.

2.2 Forskningsstrategi

Då studien behandlar konsumentbeteende kopplat till fondinvesteringar anses det kvalitativa metodvalet lämpligt. Eftersom syftet är att urskilja emotionella aspekter av investeringsbeslut har följaktligen en kvalitativ forskningsstrategi valts då författarna anser att det är nödvändigt för att lämna utrymme för förståelse och tolkning av materialet.

Det går även i linje med vad Bryman, Bell och Harley (2019) skriver om kvalitativa studier. Studier inom företagsekonomisk forskning kan grunda sig i kvalitativt eller kvantitativt metodval. Val av forskningsstrategi påverkar antaganden som styr forskningsdesignen, val av forskningsfrågor och val av metod för att besvara dem. Studier som utförs med kvantitativ metod fokuserar på teoriprövning genom hypoteser som prövas mot av kvantifierbara data, vilket gör den kvantitativa metoden olämplig i vår studie. Kvalitativ metod genererar teorier genom undersökning och interpretation av material med fokus på ord och annan icke-numeriska data.

2.3 Forskningsansats

En induktiv ansats har valts för studien då författarna anser att denna metod går i linje med studiens syfte, att lyfta fondspararnas perspektiv på de emotionella aspekter som påverkar investeringar. Relationen mellan metod och teori kan antingen vara av induktiv eller deduktiv ansats, beroende på om studiens utförande grundas i teorin eller i metoden (Bryman, Bell & Harley, 2019). Genomförande enligt den induktiva metoden grundas i att studera omgivningen och därefter välja ut en eller flera relevanta teorier som lämpar sig för att analysera observationerna. Således blir teorierna ett resultat av den insamlade datan. Denna studie föranleds inte av en hypotes, vilket de deduktiva studierna gör, utan av ett fenomen som observeras. Fenomenet är i detta fall emotionella aspekter i finansiella köp.

När kvalitativa studier utförs är det enligt Bryman, Bell och Harley (2019) vanligt att utgå från det induktiva förhållningssättet. Svagheter med denna metod är bland annat att den är mindre rak och strukturerad än den deduktiva, då utgångspunkten inte är en hypotes. Kvalitativa studier lägger generellt tyngdpunkten på, samt strukturerar studien efter, respondentens åsikter snarare än det som forskarna till studien tycker är av vikt. Detta kan motivera och förklara ett mer ostrukturerat upplägg. För att navigera denna studie efter vad respondenterna anser vara betydelsefullt kommer induktivt förhållningssätt därför användas.

2.4 Vetenskapligt förhållningssätt

I denna studie har ett hermeneutisk-fenomenologiskt förhållningssätt valts. Då studien är av kvalitativ karaktär är ett hermeneutiskt förhållningssätt lämpligt (Bryman, Bell & Harley, 2019). Bryman, Bell och Harley beskriver hermeneutiken som läran om tolkning och fokuserar på att skapa förståelse för människor och deras handlingar. Hermeneutiken skiljer sig från positivismen, som handlar om att söka förklaringar till handlingar och beteenden, och fokuserar enbart på att uppnå en djupare förståelse, vilket går i enlighet med studiens syfte.

Det fenomenologiska perspektivet innefattar att personliga förutfattade meningar åsidosätts i syfte att skapa en förståelse för omgivningen och hur människor finner mening i denna omgivning (Bryman, Bell & Harley, 2019). Fenomenologin menar att den sociala verkligheten är av betydelse för människor och därmed är mänskligt handlade meningsfullt. Enligt det fenomenologiska perspektivet måst forskare förstå och tolka individen utifrån dennes upplevda sociala verklighet för att till fullo förstå innebörden av en persons beteende. Utifrån ovanstående resonemang bedömer studiens författare att det hermeneutiskt-fenomenologiska förhållningssättet är högst lämpligt i denna studie då det går i enlighet med studiens syfte.

2.5 Forskningsdesign

Denna studie har intervjustudie som forskningsdesign. Syftet med intervjustudien är att tolka och analysera respondenternas berättelser för att få en förståelse för deras upplevelser och erfarenheter av fondsparande. Kvale och Brinkmann (2009) beskriver forskningsintervjun som ett professionellt samtal, mellan respondenten och intervjuaren, utifrån ett tema som båda parterna har ett gemensamt intresse i. Vidare söker den kvalitativa intervjustudien förståelse för ämnet genom att ta del av respondentens perspektiv och lärdomar av dennes erfarenheter. Den kvalitativa intervjun kan användas för att få inblick i individens tankar, känslor och erfarenheter (Johnsson, 2007). Studiens författare bedömer att intervjustudien är en väl lämpad metod för att uppnå syftet med studien.

2.6 Datainsamlingsmetod

Insamlingen av data till denna studie har utgjorts av primärdata i form av kvalitativa, semistrukturerade intervjuer med privata fondsparare. Intervjuerna har genomförts i person samt via telefonsamtal och videosamtal och utgått från förutbestämda frågor i en intervjuguide.

2.6.1 Primärdata

Intervjuerna har följt en guide med förutbestämda frågor men likt sedvana för semistrukturerade intervjuer har utrymme funnits för följdfrågor utifrån respondenternas svar. En intervjuguide är fördelaktig då svaren från de olika investerarna ska kunna jämföras i syfte att hitta likheter och skillnader mellan individernas tankar. Samtidigt ger upplägget utrymme för investerarna att få tala om det de själva tycker är viktigt. Dessutom kan följdfrågor användas för förtydliganden av såväl frågor som svar, för att undvika missförstånd under intervjun. Denna möjlighet menar författarna har bidragit till förbättrade intervjuer och en mer sanningsenlig bild av omständigheterna.

Intervjuer är en vanlig metod för insamling av primärdata och kan vara strukturerade, semistrukturerade eller ostrukturerade (Bryman, Bell & Harley, 2019). Vid en strukturerad intervju följs ett färdigt schema eller frågeformulär och intervjuaren får inte avvika från detta eller följa upp med följdfrågor, förutom om de ingår i schemat, utan ska endast lyssna och observera. Denna struktur används vanligtvis i kvantitativa studier med till exempel tvärsnittsdesign där standardiserade svar söks och generella slutsatser står i centrum. För en kvalitativ studie är svagheterna med strukturerade intervjuer bland annat risk för missförstånd mellan intervjuaren och respondenten samt frånvaron av de individuella dragen hos en individ. Missförstånden kan bero på att det finns olika tankar om en frågas innebörd eller användning av vissa ord medan avsaknaden av det unika kommer från att individuellt anpassade följdfrågor inte ska ställas. För att undvika detta kan den ostrukturerade intervjumetoden användas, där intervjuaren har en intervjuguide bestående av en eller flera frågor eller teman som respondenten nästintill fritt får tala utifrån. Bristerna i den ostrukturerade intervjun är till exempel den begränsade möjligheten att dra generella slutsatser samt att återskapa studien då intervjuer är unika utifrån vad varje respondent tar upp.

Med ovanstående aspekter i åtanke har den semistrukturerade intervjuemetoden valts, vilket innebär att intervjuaren utgått frågor enligt en intervjuguide men kan utifrån respondentens svar ställa individuella följdfrågor (Bryman, Bell & Harley, 2019). Detta görs för att anpassa intervjun efter de svar som är viktigast för datainsamlingen. Frågorna som ställs är mer generella än i den strukturerade intervjun men vanligtvis med tydligare riktning än det ostrukturerade upplägget, utan att flexibiliteten och öppenheten försvinner.

2.6.2 Urval

Enligt Bryman, Bell och Harley (2019) görs datainsamling till kvalitativa studier vanligtvis genom målstyrt urval. Urvalsprocessen handlar om att hitta relevanta personer som anses kunna ge bidrag till undersökningen. I denna studie har datainsamlingen genomförts genom generiskt målstyrt urval. Respondenter väljs vid den urvalsmetoden utifrån kriterier som är anpassade till studiens syfte. Dessa kriterier ska respondenterna uppfylla för att forskningsfrågan ska kunna besvaras. Studien utgick efter två kriterier: att respondenterna ska vara minst 18 år gamla och ha någon typ av erfarenhet av fondsparande. Med erfarenhet menades att respondenterna själva ska ha gjort minst ett aktivt investeringsbeslut. Kriteriet att intervjuobjekten ska vara minst 18 år handlar främst om att kunna anta en viss mognad hos respondenterna. För att få ett så brett urval som möjligt varierar respondenternas ålder, erfarenhet, kön och etnicitet. Målsättningen var att datainsamlingen skulle representeras av lika många män som kvinnor i ett brett åldersspann för att utesluta att studiens resultat eventuellt påverkas av bland annat åldersspecifika, socioekonomiska eller könsrelaterade faktorer. Utifrån ovanstående kriterier identifierades ett antal möjliga intervjuobjekt, vilket därefter reducerades till 15 intervjupersoner. Då detta är ett icke-sannolikhetsurval är studiens författare medvetna om och konstaterar att generaliseringar för hela populationen inte kan göras.

Studiens författare har valt att låta intervjuobjekten vara anonyma för att utifrån uppfattningen att detta kan gynna transparensen i svaren. Detta kommuniceras tydligt till respondenterna och bedöms vara fördelaktigt för att tillåta ärlighet och trovärdig i svaren samt undvika att respondenternas svar präglas av viljan av att passa in i det som anses vara socialt önskvärt.

Således har respondenterna blivit givna fingerade namn. Samtliga respondenter presenteras i figur 2 nedan.

Namn	Ålder	Kön	Erfarenhet	Intervjulängd
Adam	56 år	Man	30 år	20 min
Ali	25 år	Man	2,5 år	14 min
Amir	24 år	Man	4 år	18 min
Annika	54 år	Kvinna	25 år	20 min
August	20 år	Man	6 månader	30 min
Dragana	58 år	Kvinna	15 år	13 min
Emma	24 år	Kvinna	3 år	28 min
Hanna	48 år	Kvinna	23 år	23 min
Klara	46 år	Kvinna	20 år	22 min
Lovisa	31 år	Kvinna	7 år	23 min
Mathilda	23 år	Kvinna	1 år	20 min
Mats	41 år	Man	6 år	14 min
Michael	54 år	Man	30 år	33 min
Peter	77 år	Man	25 år	21 min
Zacharias	24 år	Man	4 år	27 min

Figur 2. Sammanställning av respondenter.

2.6.3 Utformning av intervjuguide

Intervjuguiden är en mer eller mindre strukturerad plan för hur intervjuerna ska genomföras samt i vilken ordning respektive tema ska behandlas i intervjuerna (Bryman, Bell & Harley, 2019). Bryman, Bell och Harley beskriver att det är viktigt att frågorna i intervjuguiden ska behandla ämnet som undersöks men inte för detaljerat för att möjliggöra flexibilitet. Intervjuguiden för denna studie består av tio huvudfrågor som framställdes i syfte att behandla studiens ämne och

frågeställning. De inledande frågorna behandlar relevant bakgrundsinformation om respondenterna. Dessa handlar om hur mycket kunskap respondenterna har om fondmarknaden samt hur mycket erfarenhet intervjuobjekten anser att de har. Bryman, Bell och Harley (2019) menar att bakgrundsinformation är en viktig utgångspunkt för att svaren ska kunna sättas i ett sammanhang. Resterande frågor formulerades i syfte att låta respondenterna själva få beskriva bland annat vad som är av vikt vid investeringsbeslut och hur respondenternas investeringsbeslut går till. Frågorna tillät respondenterna att resonera fritt och var inte ledande, vilket Bryman, Bell och Harley (2019) menar är av avgörande vid kvalitativa studier. Intervjufrågorna formulerades på ett sätt som till stor del var i enlighet med de frågor som Bryman, Bell och Harley (2019) anger att kvalitativa intervjuer brukar bestå av. Indirekta frågor som genererade svar till frågeställningen ställdes, utan att ställa själva frågan i frågeställningen. Detta för att ge respondenterna en chans att svara på frågor utan att samtalets riktning styrdes. Frågor som var indirekta, sonderande, specificerande och tolkande ställdes. Tystnad användes för att ge respondenterna en chans att utveckla sina svar utan att avbrytas. Intervjuguide bifogas och återfinns i appendix A.

2.6.4 Tillvägagångssätt vid intervjuer

I kvalitativa studier med semistrukturerade intervjuer är intervjuguiden en viktig utgångspunkt samtidigt som det finns plats för flexibilitet genom individuellt anpassade följdfrågor (Bryman, Bell & Harley, 2019). Intervjuerna i denna studie har följt den förutbestämda guide som skrivits samt inkluderat följdfrågor där det ansetts betydande för en djupare insikt i respondenternas åsikter, såväl för att få mer utvecklade svar som för att klara upp svar som varit motsägelsefulla eller tvetydiga. Författarna har lett intervjuerna objektivt utan att styra respondenterna genom ledande frågor. Intervjuerna har genomförts såväl på plats som över telefon, somliga genom videosamtal och somliga genom vanliga telefonsamtal. I kvalitativa studier är det viktigt med såväl *vad* respondenten svarar som *hur* det sägs (Bryman, Bell & Harley, 2019). Därför är inspelning av intervjuerna en viktig del, så att svaren ska bli korrekt återgivna och inga detaljer ska missas. För att detta ska lyckas har intervjuerna spelats in med respondenternas tillåtelse.

Utöver att inspelade intervjuer möjliggör en djupare analys av respondentens svar beskriver Bryman, Bell och Harley (2019) andra fördelar med att spela in. En sådan fördel är intervjuarens möjlighet att föra intervjun framåt, mer likt en dialog med respondenten, genom att bli del av samtalet men utan att avbryta, vilket försvåras av transkribering under tiden. Dessutom minskar inspelade intervjuer risken för anklagelser mot att forskarens värderingar ska ha påverkat analysen genom möjlighet till efterhandsgranskning.

2.6.5 Intervjuernas genomförande

Intervjuerna genomfördes till största del över telefonsamtal, några med video och några utan, och några i person. De första intervjuerna som genomfördes var relativt korta, intervjuerna utökades med fler relevanta följdfrågor allt som tiden gick. Intervjuguiden följdes för samtliga respondenter och författarna försökte föra intervjuerna framåt utan att styra för tydligt i någon riktning. Vissa respondenter hade bråttom och svarade mycket koncist medan andra la längre tid på att väga sina svar, samt förde emellanåt en diskussion med sig själva innan det slutgiltiga svaret kom. De intervjuer som genomfördes i person eller genom videosamtal fick en tydligare dialog, följdfrågor lades in mer naturligt och kortare tystnader samt naturliga responser som nickningar från intervjuaren efter ett svar kunde få respondenten att fortsätta prata om frågan. När intervjuerna genomfördes över telefon utan video blev dessa responser mindre tydliga och till mindre hjälp, tystnad var svårare att tolka och kunde leda till nästa fråga i stället för att fungera som extra betänketid. Inspelning av intervjuerna var till stor hjälp då närvaron vid intervjun ökade samtidigt som detaljerna fanns med till transkriberingen.

2.7 Analys av data

För att underlätta för sorteringen av datan används forskningsmetoden Grounded Theory, en metod framtagen av Glaser och Strauss, som Bryman, Bell och Harley (2019) beskriver i tolv olika steg. Studiens tillvägagångssätt baseras således på dessa tolv steg. Först skapades en forskningsfråga som vi utgick ifrån. Individer som var relevanta för forskningsfrågan valdes ut för provtagning, och från dessa samlades data in. Efter insamlingen av material transkriberades

intervjuerna för att möjliggöra kodning. Kodandet utfördes genom att applicera forskningsfrågan på samtliga materialet i syfte att urskilja återkommande teman, i vårt fall emotionella aspekter, som sorterades ut. Sättet detta gick till på var att vi tillsammans läste de transkriberade intervjuerna mening för mening och identifierade emotionella aspekter som vi ansåg framfördes.

Efter att datan kodats och överliggande koncept tillkommit, kunde underliggande kategorier skapas. Dessa kategorier bestod av specifika känslor som påverkade individernas investeringsbeslut. Alla känslor som kunde identifieras i intervjuerna togs med, inte bara från investeringsbeslutsfrågan. Detta gjordes genom att på en tavla skriva upp alla känslor som vi ansåg yttrats, för att sedan identifiera återkommande teman och korrelerande aspekter mellan de olika känslorna. När känslorna identifierats kunde de sammanställas i fyra olika emotionella aspekter: trygghet, rädsla, glädje samt självförverkligande och uppskattning. Eftersom dessa känslor kunde upplevas vid olika scenarion fick underrubrikerna skildra de olika situationerna där känslorna dyker upp samt på vilket sätt de yttras. De fyra olika emotionella aspekterna är vad Bryman, Bell och Harley (2019) kallar koncept och kategorierna är hur känslorna tagit sig uttryck hos respondenterna.

2.8 Studiens trovärdighet

Studies trovärdigheten bedöms genom en granskning av intervjuer och källor. Granskningen utförs med hjälp av begreppen trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och anpassningsbarhet. Utöver detta undersöks studien utifrån begreppen reliabilitet och validitet.

2.8.1. Studiens tillförlitlighet

Bedömning av trovärdighet i en kvalitativ studie skiljer sig något från kvantitativa studier. Detta beror på att kvalitativ forskning är forskning vars resultat inte är produkter av statistiska processer eller andra kvantitativa ansatser. Bryman, Bell och Harley (2019) lyfter *tillförlitlighet* som ett viktigt begrepp i bedömningen av kvalitativa studiers trovärdighet. Lincoln och Guba (1994) beskriver att detta förhållningssätt grundar sig i att de kvantitativa kriterierna förutsätter att en enda redogörelse för den sociala verkligheten är möjlig.

En studies tillförlitlighet bedöms efter fyra olika kriterier: trovärdighet, överförbarhet, pålitlighet och anpassningsbarhet (Bryman, Bell & Harley, 2019). Trovärdighet handlar om att studien ska utföras på ett korrekt sätt, i enlighet med de regler som utförandet ska följa, och att studiens resultat ska rapporteras till samtliga personer som är inblandade i studien. Studien utförs i enlighet med samtliga regler, följer processen för kvalitativa studier och resultatet delas med samtliga intervjuobjekt. Då kvalitativ forskning undersöker ett urval av studieobjekt eller individer som delar specifika egenskaper tenderar kvalitativa fynd att vara orienterade mot den kontextuella unikheten. Därav bedöms studiens *överförbarhet* på hur väl och djupgående studien beskriver analysen och slutsatserna (Bryman, Bell & Harley, 2019). Analysen beskrivs tydligt och utförligt och slutsatserna motiveras utifrån de valda teorierna. Studiens *pålitlighet* grundar sig i en tydlig redogörelse för samtliga faser av forskningsprocessen och inkluderar problemformulering, urval av forskningsdeltagare, intervjuutskrifter och dataanalys (Bryman, Bell & Harley, 2019) Samtliga aspekter beskrivs och motiveras utförligt i studien i syfte att stärka studiens teoretiska slutsatser. Bryman, Bell och Harley (2019) skriver att *anpassningsbarhet* handlar om att säkerställa att, även om fullständig objektivitet är omöjligt, forskaren har handlat i god tro. Det vill säga att forskaren inte tillåtit personliga värderingar eller teoretiska böjelser påverka studien och slutsatserna. Studien utförs med så hög grad av objektivitet som möjligt. Val av teori tas fram utifrån resultatet av intervjuer i syfte att lyfta fram respondenternas egna tankar. Intervjuobjekten får utrymme att resonera fritt och öppet vilket möjliggörs genom de semistrukturerade intervjuerna. Med ovanstående kriterier i åtanke bedöms studien ha en hög trovärdighet.

2.8.2 Reliabilitet och validitet i kvalitativa studier

Reliabilitet och *validitet* är begrepp som används för att granska forsknings trovärdighet och är tillämpliga på all forskning (Bryman, Bell & Harley, 2019). Bryman, Bell och Harley (2019) lyfter dessa som två viktiga kriterier för att fastställa och undersöka forskningens kvalitet i främst kvantitativa sammanhang men reliabilitet och validitet kan även användas för att bedöma kvalitativa studier. Den främsta skillnaden mellan användandet av begreppen i kvalitativa och kvantitativa studier är att validitet och reliabilitet, i kvantitativa sammanhang, används för att bedöma relevansen och trovärdigheten av olika mätningar, vilket inte är relevant inom kvalitativ

forskning (Bryman, Bell & Harley, 2019). Validitet kan definieras som giltighet och relevans men Bryman, Bell och Harley (2019) menar att validitet i kvalitativa studier hänvisar till om studien undersöker det den hävdar att undersöka. Studien bedöms ha en hög validitet eftersom slutsatserna i stor grad svarar på frågeställningen och analysen fokuserar på att undersöka det som studien hävdas undersöka.

Begreppet *reliabilitet* handlar om huruvida resultatet av en studie är repeterbart, det vill säga om undersökningens resultat skulle bli detsamma om den genomförs på nytt med samma förutsättningar (Bryman, Bell & Harley, 2019). Inom kvalitativ forskning är detta ett svårt kriterium att möta eftersom omständigheter konstant förändras och slutsatserna beror på unika förutsättningar samt intervjuobjekten. Vidare skriver Bryman, Bell och Harley (2019) om reliabilitet och validitet i relation till kvalitativ forskning genom att till viss del omdefiniera begreppen. Bryman, Bell och Harley (2019) lyfter att LeCompte och Goetz skiljer på extern och intern reliabilitet samt extern och intern validitet. Extern reliabilitet handlar om huruvida en studie kan replikeras medan intern reliabilitet syftar på, då studien utförs av ett flertal medlemmar, huruvida man är överens om vad som observeras i materialet. Utifrån denna aspekt bedöms denna studie ha en hög intern reliabilitet då materialet undersökts och diskuterats av samtliga författare i syfte att identifiera återkommande teman. Författarna är eniga kring observationerna av materialet. Vidare beskriver Bryman, Bell och Harley (2019) att intern validitet handlar om det ska finnas en tydlig och relevant koppling mellan observationerna och de teoretiska slutsatserna som framställs. Den interna validiteten bedöms vara hög eftersom teorin, som tidigare nämnts, i och med den induktiva ansatsen tagits fram efter grundlig analys av det insamlade materialet. Slutligen syftar extern validitet på om studiens slutsatser är generaliserbara. Bryman, Bell och Harley (2019) lyfter även denna aspekt som ett svåruppnåeligt kriterium då datainsamling inom kvalitativ forskning många gånger utförs i andra syften än att samla generaliserbara svar. Dessutom kan kvalitativa studier genomföras med ett mindre urval än kvantitativa studier, vilket leder till lägre grad av generaliserbarhet. Med ovanstående resonemang i åtanke bedömer studiens författare att studien, trots dess kvalitativa karaktär, har en hög validitet och reliabilitet utifrån omständigheterna.

2.9 Metodkritik

Den kvalitativa forskningsmetoden tillåter en djupare förståelse och flexibilitet i forskningsarbetet och i tolkningen av undersökningsfrågor (Bryman, Bell & Harley, 2019). Trots detta har metoden ett flertal nackdelar. Den kvalitativa metoden har kritiserats för att vara för subjektiv då forskningens slutsatser i stor grad påverkas av vad forskaren anser vara betydelsefullt och relevant.

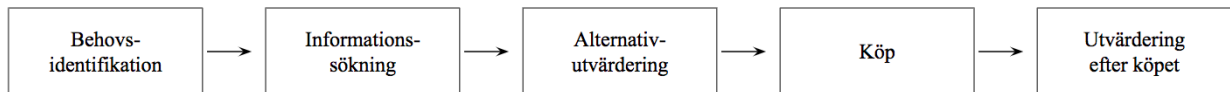
Bryman, Bell och Harley (2019) kritiserar även att omfattningen av resultatet i kvalitativ forskning är begränsade. Detta beror på att kvalitativa studier endast undersöker ett fåtal individer samt genomför intervjuer som inte är strikt strukturerade vilket innebär att det är omöjligt att bedöma om resultatet av den kvalitativa studien är generaliserbart. Studiens resultat baseras på svaren från femton intervjuobjekt som har individuella egenskaper, tankar och kunskap. Studien kan således inte representera alla aspekter och inställningar som påverkar investeringsbeslut. Därmed är det omöjligt att bedöma om studien kan replikeras och få samma resultat. Forskarna är medvetna om denna begränsning och att resultatet inte är generaliserbart för en hel population.

Även genomförandet av intervjuerna kan kritiseras då studiens intervjuer genomfördes både i person och via telefonsamtal. Det finns både för- och nackdelar med intervjuer via telefonsamtal (Bryman, Bell & Harley, 2019). Fördelarna är att intervjuerna tillåter flexibilitet då intervjuobjektet och intervjuaren inte behöver befinna sig på samma plats. Utöver detta minimeras risken att respondenternas svar påverkas av kroppsspråk hos intervjuaren vid telefonintervjuer. Nackdelarna innefattar bland annat att intervjun ofta inte pågår längre än 20–25 minuter samt finns det en generell uppfattning om att svarsfrekvensen ofta är något lägre vid telefonintervjuer. Intervjuaren kan inte läsa av respondenternas ansiktsuttryck, en komponent som kan vara hjälpsamt för en djupare förståelse av respondenterna. Studiens författare är medvetna om att genomförandet av intervjuerna i viss grad påverkar det insamlade materialets kvalitet. Trots detta bedömer författarna att det insamlade materialet från respondenternas svar är tillräckligt utvecklat och djupgående för att analysera med hjälp av teorierna.

3. Teori

I detta avsnitt presenteras och beskrivs samtliga teorier samt presenteras en motivering av teoriernas relevans tillsammans med kritik av respektive teori.

3.1 Femstegsmodellen för konsumentbeteende



Figur 3. Femstegsmodellen för konsumentbeteende (Kotler & Keller, 2016)

Marknadsföringsforskare har, i syfte att förstå sig på konsumenters köpprocess, tagit fram den så kallade femstegsmodellen (Kotler & Keller, 2016). Femstegsmodellen beskriver vad som händer från att ett konsumtionsbehov har identifierats till det att köpet genomförs och utvärderas. Modellen grundar sig i idén att köpprocessen börjar långt innan det faktiska köpet och att köpet för med sig konsekvenser. Syftet med modellen är att få en djupare förståelse för samtliga överväganden som kan uppstå inför och under ett köp. Sedermera har marknadsförare, genom en tydlig förståelse av de fem stegen, möjligheten att påverka konsumenter under hela köpprocessen. Modellen består av behovsidentifikation, informationssökning, alternativutvärdering, köp och utvärdering efter köp. Dahlén, Lange och Rosengren (2017) menar att femstegsmodellen är en viktig utgångspunkt för att utveckla effektiv marknadskommunikation.

Kotler och Keller (2016) beskriver att köpprocessen inleds med att ett behov identifieras. Behoven kan uppstå genom interna stimuli, till exempel hunger och törst, eller externa stimuli, till exempel beundran av en väns nya köp eller reklam, som väcker intresse hos konsumenten.

Graden av informationssökning hos konsumenter varierar och beror på engagemangsnivå och typ av köp. Kotler och Keller (2016) skiljer på ökad uppmärksamhet och aktiv informationssökning som två typer av engagemang i informationssökningen. Vid ökad uppmärksamhet har konsumenten en ökad mottaglighet för information om en specifik produkt. Aktiv

informationssökning innebär att konsumenten självmant läser på, pratar med vänner och besöker butiker för att lära sig mer om produkten.

De fyra typerna av informationskällor som Kotler och Keller (2016) skiljer på är personliga, kommersiella, offentliga och experimentella. Beroende på personlighetstyp och produktkategori tenderar konsumenter att använda sig mer av vissa källor. Informationssökningen påverkas även av initiala köpkriterier och den hierarkiska ordningen av dessa. Av alla möjliga alternativ på marknaden kommer endast ett fåtal att möta de initiala kriterierna. När konsumenten söker ytterligare information om de olika alternativen kommer endast ett fåtal alternativ kvarstå.

Alternativutvärderingen baseras på tre grundläggande aspekter. Den första aspekten är huruvida ett alternativ möter det avsedda behovet. Den andra aspekten handlar om att konsumenten söker specifika fördelar. Den sista aspekten är hur stor förmåga ett alternativ har att leverera fördelarna. Även individuella attityder och övertygelser spelar roll när konsumenten utvärderar alternativ. Konsumenter tenderar exempelvis att handla i enlighet med produkter och idéer man har en positiv inställning till. Kotler och Keller (2016) lyfter även förväntningsvärdemodellen som påstår att konsumenter väger olika de alternativens attribut och väljer det alternativ som förväntas leverera störst värde.

Vid köpbeslutet har konsumenten landat i det alternativ som föredras och kan också bilda en intention att köpa det mest föredragna alternativet. Vidare presenterar Kotler och Keller (2016) ett antal aspekter som påverkar det slutgiltiga köpbeslutet. Konsumenter kan bland annat ta så kallade mentala genvägar, heuristik, för att landa i ett beslut. Detta innebär att konsumenten isolerar attribut och utvärderar dessa separat för att underlätta beslutsfattandet. Kotler och Keller (2016) lyfter konjunktivheuristik, lexikografisk heuristik och eliminering-genom-aspekter heuristik som tre genvägar vid köpbeslut. Konjunktiv heuristik innebär att konsumenten har ett minimikrav för samtliga attribut och väljer det första alternativet vars attribut möter minimikravet. Lexikografisk heuristik medför att konsumenten väljer det bästa alternativet baserat på det upplevt viktigaste attributet. Eliminering-genom-aspekter heuristik betyder att konsumenten jämför alternativ baserat på ett val av attribut. Det attribut som valts är med största sannolikhet det viktigaste och samtliga alternativ som inte möter grundkraven på attributet

elimineras. Två generella faktorer som kan komma emellan köpintentionen och köpbeslutet är andras attityder och oväntade situationsspecifika faktorer. Huruvida andra personers attityder påverkar ett beslut beror på intensiteten i någon annans negativa attityd till det föredragna alternativet samt motivation att följa den andras önskemål. Detta inkluderar även andras utvärderingar i form av objektiva expertgranskningar. Konsumenter påverkas onekligen i hög grad av externa utvärderingar. Den andra faktorn är oväntade händelser som påverkar köpintentionen. En konsuments beslut att ändra, flytta fram eller undvika ett köp påverkas i mycket hög grad av uppfattad risk. Risk kan delas upp i funktionell, fysisk, finansiell, social, psykologisk och tidsmässig risk. Graden av uppfattad risk varierar och beror på andelen pengar som står på spel, osäkerhet i attribut och konsumenters självsäkerhet. Det är vanligt förekommande att konsumenter bildar strategier för att minimera osäkerhet och negativa konsekvenser av risk. Exempelvis kan konsumenter undvika att ta beslut, söka information från vänner samt preferera välkända varumärken och garantier.

Utvärderingen efter köpet kan utmynna i besvikelse, tillfredsställelse eller glädje. Desto större gapet är mellan förväntning och prestation, desto större är besvikelsen. Nöjda konsumenter väljer ofta att återköpa produkten och talar även gott om den till andra. Missnöjda kunder kan överge eller returnera produkten samt varna vänner. Konsumenter som är missnöjda med den köpta produkten kan söka efter information som bekräftar dess höga värde.

3.1.1 Tillämpning och kritik

Modellen är användbar för att analysera det empiriska materialet då modellen bidrar till att skapa en djupare förståelse för konsumenters köpprocess i fondinvesteringar. Femstegsmodellen förklarar hur stegen hänger samman och påverkar köpbeslut men kan även brytas ned för att undersöka beståndsdelarna separat. Utifrån studiens syfte bedöms modellen vara av relevans eftersom den bidrar med ett perspektiv på hur aspekter påverkar investeringsbeslut i fondinvesteringar.

Femstegsmodellen har kritiserats av forskare som anser att modellen inte alltid stämmer överens med konsumentens köpprocess. Kotler och Keller (2016) menar att konsumenter inte alltid går

igenom samtliga steg utan ibland hoppar över eller vänder på steg i modellen. Vid rutinköp går konsumenter från behovsidentifikation direkt till köpbeslut. Kritiken förstärks av Hoyer (1984) som menar att konsumenter är mindre villiga att lägga tid på frekventa och relativt oviktiga köp. Konsumenter kan även hoppa över informationssökning beroende på individ, engagemangsnivå och den upplevda risken av ett köp. Olshavsky och Granbois (1979) hävdar att konsumenter baserar beslut på tidigare erfarenheter i valsituationer, framförallt inom livsmedel, där konsumenter frekvent gör val av liknande slag. I dessa situationer baseras beslutsfattandet ofta på enkla kriterier som gör köpet tillfredsställande men inte särskilt energikrävande.

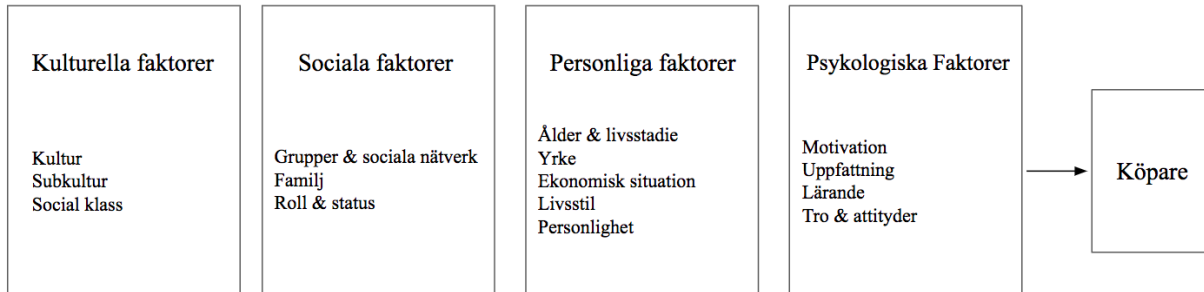
Även Nordfält (2007) ifrågasätter, utöver att konsumenter inte alltid går igenom alla fem steg, om stegen nödvändigtvis måste komma i angiven ordning. Människans begränsade minnesstruktur och kognitiva kapacitet bör göra det svårt för konsumenten att minnas och följa stegen i modellen. Vidare poängterar Nordfält (2007) att majoriteten av köp är spontana och att dessa köpbeslut endast går på ett fåtal sekunder, vilket talar emot konsumentens köpprocess enligt femstegsmodellen.

Petty och Cacioppo beskriver med hjälp av deras modell, Elaboration Likelihood Model (ELM), att konsumentens utvärderingsprocess skiljer sig beroende på engagemangsnivå (Kotler & Keller, 2016). De menar att konsumenten endast fattar beslut på rationella överväganden om konsumenten har tillräckligt med motivation, förmåga och möjlighet. I situationer då någon av dessa faktorer saknas tenderar konsumenten att basera köpbeslut på perifera positiva eller negativa ledtrådar. Ytterligare möjlig kritik som kan tillämpas på teorin är det faktum att modellen utgår från att människan är rationell i sina köpbeslut (Nordfält, 2007). Forskning har visat att, för bland annat oplanerade köp, konsumenter kan påverkas av andra aspekter och agera mindre rationellt i köpprocessen.

Trots ovanstående kritik bedömer studiens författare att modellen är applicerbar på det empiriska materialet. Denna bedömning grundas i att det empiriska materialet har visat att fondinvesteringar, bortsett från månadsvisa köp av ytterligare fondandelar i befintliga innehav, varken är rutinmässiga, frekventa, spontana eller oviktiga köp. Det övergripande engagemanget och den upplevda risken hos respondenterna indikerar att sannolikheten att investerare helt och

hållet skulle hoppa över informationssökning är mycket liten. Modellen bedöms i sin helhet vara användbar och relevant i studien.

3.2 Fyra faktorer som påverkar konsumentbeteende



Figur 4. Faktorer som påverkar konsumentbeteende (Kotler & Armstrong, 2016)

Kotler och Armstrong (2016) beskriver i deras modell fyra faktorer som påverkar konsumentbeteende. Modellen om konsumentbeteende lyfter egenskaper hos köpare, hur egenskaperna påverkar konsumentbeteende samt köparens beslutsprocess. Då studien behandlar konsumentens köpprocess med hjälp av femstegsmodellen är syftet med denna del av studien att presentera Kotlers och Armstrongs teori om de fyra faktorer som påverkar konsumentbeteende. Kotler och Armstrong beskriver att konsumentköp i stor utsträckning påverkas av kulturella, sociala, personliga och psykologiska faktorer. Det är av vikt för marknadsförare att förstå och ta hänsyn till dessa faktorer.

Kotler och Armstrong (2016) identifierar kultur, subkultur och social klass som särskilt viktiga i konsumentens köpbeteende. Kultur är den avgörande faktorn för dels hur en person betar sig och dels det som personen vill ha. Genom påverkan från familj och nyckelinstitutioner kommer ett barn som växer upp i Sverige och ett barn som växer upp på en annan plats skilja sig åt i sättet de ser sig själva och andra på samt vilka ritualer de har. Varje kultur utgörs i sin tur av mindre subkulturer, vilka bidrar med att ge en mer utförlig bild av personens specifika identifikation samt socialiseringsmöjligheter för medlemmarna. Nationalitet, religion och geografiska regioner är exempel på subkulturer. Social klass är en typ av stratifiering av det mänskliga samhället.

Individer från samma sociala klass delar liknande intresse, värden och beteende och har inom flera produktområden visat sig ha liknande varumärkespreferenser.

Konsumentbeteendet påverkas även av diverse sociala faktorer. Bland dessa återfinns smågrupper i konsumentens närhet, familj, sociala nätverk samt konsumentens sociala roll och status (Kotler & Armstrong, 2016). Det finns ett antal olika grupper som påverkar konsumenters köpbeslut. Grupper som har en direkt eller indirekt påverkan på köpbeslutet kallas för referensgrupper. Den grupp som har en direkt påverkan och som konsumenten också tillhör kallas medlemsgrupp. Kotler och Keller (2016) skiljer också på primära och sekundära grupper. De primära grupperna är de grupper där konsumenten interagerar ofta med och på ett mer informellt sätt, exempelvis familj, vänner och kollegor. De sekundära grupperna personen tillhör har å andra sidan en mer formell karaktär där kontakten är mer ojämn. Dessa kan vara i en professionell miljö eller i religiösa sammanhang. Det finns även referensgrupper som konsumenten inte behöver tillhöra men som ändå påverkar köpbeslutet (Kotler & Armstrong, 2016). Aspirationsgrupper är grupper som konsumenten önskar att de tillhörde, disassociativa grupper innehar normer som konsumenten tar avstånd från (Kotler & Keller, 2016). Kotler och Armstrong (2016) har även identifierat opinionsledare. Dessa är individer inom referensgrupperna som med speciella förmågor, kunskap, personlighet utövar inflytande på andra. Sociala nätverk online är ställen där personer tar del av information, åsikter och socialiserar. Sådana ställen kan vara sociala medier såsom Facebook, Instagram eller bloggar. Familjen kan ha ett starkt inflytande på konsumenters köpbeslut (Kotler & Armstrong, 2016). Familjen som grupp är intressant för marknadsförare då inflytandet från make, fru och barn varierar från köp av olika produkter eller tjänster. Kotler och Armstrong lyfter en studie som visade att barn har inflytande på familjens köpbeslut, från vilken bil som ska köpas till kläder och mat (Kotler & Armstrong, 2016). Vidare kan en person tillhöra många olika grupper, såväl familjen som klubbar och nätverk (Kotler & Armstrong, 2016). Inom varje grupp har personen olika roller. En roll kan definieras av aktiviteter personen förväntas utföra, varav dessa är givna av personer i ens omgivning. Kotler och Armstrong (2016) tar upp mammans roll som ett exempel. Hemma kan hon vara en fru och mamma, på jobbet en chef och på sportevent ett fan. Kotler och Armstrong (2016) menar att man handlar utefter dessa roller och väljer produkter som speglar ens roll och status.

Köpbeslutet påverkas vidare av personliga faktorer såsom yrke, ekonomisk situation, stadium i livscykel, livsstil, ålder och personlighet (Kotler & Armstrong, 2016). Under vår livstid ändras våra preferenser kontinuerligt. Ändringar i familjen såsom giftermål, barnafödelse och skilsmässa påverkar köpbeslut. Maten vi föredrar, kläderna vi har på oss och sättet vi underhåller oss på är saker vi ändrar på i takt med att vi blir äldre. Individens yrke påverkar också köpbeslutet.

Arbetare tenderar att köpa arbetskläder medan chefer köper kostymer. Personlighet är en annan faktor som har påverkan på en persons köpbeslut. Kotler och Armstrong (2016) menar att varje varumärke har en personlighet och att konsumenter sannolikt väljer ett varumärke som matchar deras personlighet.

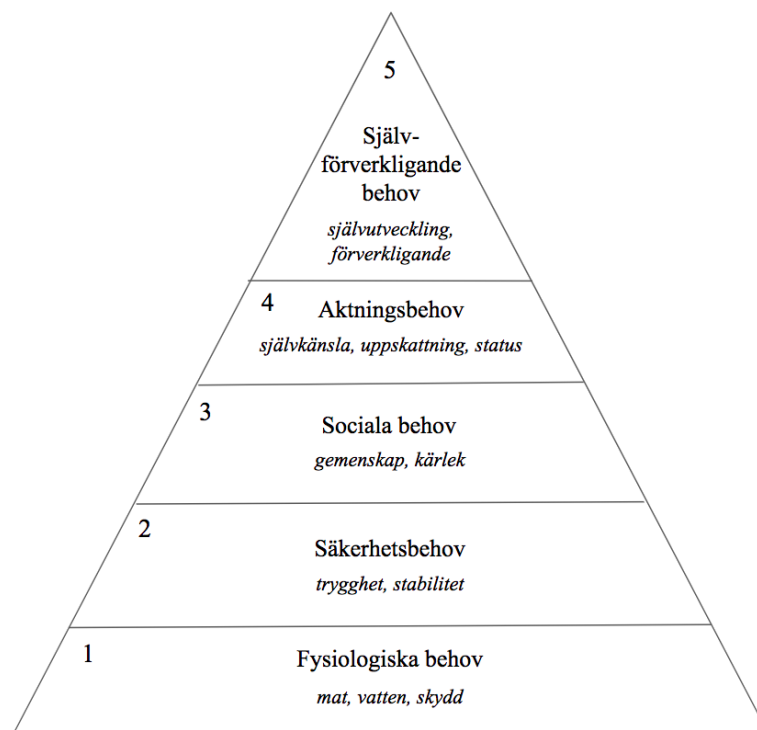
Konsumenten påverkas också av psykologiska faktorer. Kotler och Armstrong (2016) delar upp de psykologiska faktorerna i fyra kategorier. Dessa är motivation, uppfattning, lärande samt tro och attityd. Med motivation menas drivkraften att tillfredsställa ett behov. Freud menar att valen vi gör är högst omedvetna och härstammar från vårt undermedvetna (Kotler & Armstrong, 2016). En äldre herre som påstår att köpet av en ny BMW är för att han gillar vinden i håret när han kör, kan i själva verket härstamma från viljan att imponera på andra. Vid djupare analys av köpbeslutet menar Freud att valet kommer från att herren vill känna sig ung igen. Människors uppfattning av världen skiljer sig åt då olika stimuli ger olika responser hos personer (Kotler & Armstrong, 2016). Med uppfattning menas hur människor väljer att uppfatta, sortera och organisera för att bygga upp en världsbild. Lärande är också en faktor i köpbeslutet. Människor utför handlingar och får med sig erfarenhet som de lär sig av (Kotler & Armstrong, 2016). En person som köper en produkt som funkar bra kommer vid nästa köpbeslut föredra samma varumärke. Tro och attityd kommer efter handlande och lärande. Dessa kommer i sin tur påverka köpbeslutet (Kotler & Armstrong, 2016). Attityden är konsistent och ändras sällan. Den beskriver hur personer ställer sig till olika objekt och idéer.

3.2.1. Tillämpning och kritik

Svaret på *varför* konsumenter köper varor hittas djupt i konsumentens sinne och är därför svårare att undersöka (Kotler & Armstrong, 2016). Teorin om de fyra faktorerna som påverkar

konsumentbeteendet tillkom i syfte att svara på denna fråga. Modellen bedöms vara användbar i studien eftersom samtliga respondenterna har individuella egenskaper och skiljer sig från varandra. Då respondenterna bland annat är av olika åldrar, bakgrund och har olika sysselsättningar är det av intresse att undersöka hur dessa faktorer eventuellt påverkar respondenternas investeringsbeslut. Studiens författare poängterar att en begränsning med teorin är att dessa faktorer kan vara svåra att analysera då respondenterna inte alltid tar hänsyn till vikten av dem. Faktorerna som Kotler och Keller skriver om kan vara mer eller mindre undermedvetna, därav antas inte respondenterna kunna uttrycka de fulla effekterna av dessa konsekvent. Trots att respondenterna motiverar orsakerna bakom investeringsbeslut kan underliggande faktorer påverka konsumentbeteende. Denna teori är därav användbar för att uppnå en djupare förståelse för respondenternas konsumentbeteende. Ytterligare en begränsning med teorin är att det kan finnas andra faktorer som också påverkar konsumentbeteende. Därav används denna teori i kombination med andra teorier för att bidra till en djupare analys av materialet.

3.3 Maslows behovspyramid



Figur 5. Maslows behovspyramid (Kotler & Keller, 2016)

Maslow (1970) noterade att det finns vissa basbehov som gäller för samtliga människor. Dessa behov driver människors motivation och kan variera i olika tider. Denna iakttagelse utvecklade Maslow till sin teori om mänskliga basbehov och motivation, den så kallade behovspyramiden. Behoven som presenteras i pyramiden kan rangordnas nerifrån och upp i såväl följd som i storlek, se figur 3 ovan (Kotler & Keller, 2016).

Det första behovet som beskrivs i pyramiden är det fysiologiska behovet (Maslow, 1970). Denna nivå är såväl den första som den största. Detta behov inkluderar de mest elementära behoven hos människor såsom behovet av mat, vatten och skydd mot fara. Behoven är absolut essentiella och uteblivande av dem leder till fysiska problem av kroppens olika organ och funktioner. Enligt Maslow syns en tendens av att underskatta behovet när det är tillfredsställt, trots att det är den mest avgörande nivån för liv och välmående. Behovet av mat och skydd mot direkt fara får alla andra behov att bli sekundära, till och med oviktiga. Det är i den stunden viktigare att stilla hungern än att söka efter högre status eller kärlek (Maslow, 1970).

När de fysiologiska behoven till stor del är tillfredsställda uppkommer nya behov, nästa nivå i Maslows hierarki är säkerhetsbehovet. Här berör Maslow (1970) behov som trygghet och stabilitet, struktur genom gränser och lagar samt frihet från ångest och oro. Tryggheten kan beröra såväl det stora i livet som det lilla, strukturer som upprätthålls av allt från samhällets styre till vardagens ordning och reda. Maslow beskriver hur vissa människor söker trygghet i jobbet medan vissa får sitt behov av trygghet och stabilitet uppfyllt av tro på vetenskap och intellekt medan andra söker trygghet i spänning och äventyr.

Efter säkerhetsbehovet beskrivs människans sociala behov (Maslow, 1970). Det innefattar behovet av att känna tillhörighet, gemenskap och kärlek. Kärlek och tillhörighet är ovanliga teman inom vetenskapen. Trots att det finns forskning på till exempel hur destruktivt det är för barn med rotlöshet eller brist på tillhörighet, underskattas ändå vikten av familjer, släkter, grannskap, klaner och liknande gemenskaper. Maslow menar att brist på kontakt, intimitet och djupa vänskaper leder till sämre hälsa och för att garantera överlevnad måste varje välfungerande samhälle eller gemenskap på något sätt kunna uppfylla dessa behov.

Det fjärde behovet i pyramiden är aktningens behovet. Här skriver Maslow (1970) att behovet för uppskattning är ett behov med två bottnar. Dels en önskan av att prestera inför ens omgivning, att visa på styrka, kompetens och liknande egenskaper i sig själv, som är aktningens värda, och dels en önskan om att bli aktad av andra. Denna del av aktningens behovet utgår från betraktarens ögon, vilken respons som människor i personens omgivning ger. Det kan handla om bland annat gott rykte eller att uppfattas som en respektingivande och kunnig person.

Maslow (1970) beskriver i det femte och sista steget behovet av självförverkligande. Det definierar Maslow som vårt behov av självutveckling och förverkligande. Vad som gör denna nivå extra viktig är enligt Maslow att den innehåller ideal och höga sociala standarder och att människor kan ge upp vad som helst för att uppnå specifika ideal eller värden.

Basbehov är de mest elementära behoven hos människor och vid avsaknad av dem kan såväl psykopatologiska symptom som andra sjukdomar uppkomma (Maslow, 1970). De första fyra behoven: fysiologiska, säkerhet, sociala och aktning, är av tyngst vikt och benämns ibland bristbehov. Den femte nivån, självförverkligande, kan ses som ett tilläggsbehov och är inte lika essentiell som de övriga. Maslow beskrev att det snarare kan ses som en del av evolutionär utveckling.

Senare under sitt liv lade Maslow (1970) till ytterligare två nivåer i pyramiden mellan steg fyra och fem. Dessa två var det kognitiva behovet och det estetiska behovet. Det kognitiva behovet innefattar utveckling av kunskap och förstånd samt att förstå och upptäcka världen människor har runt sig. Det estetiska behovet är ett behov av skönhet och kreativitet.

3.3.1. Tillämpning och kritik

Idag används teorin av marknadsförare för att få ökad förståelse av konsumentbeteenden (Kotler & Keller, 2016). Maslow själv förespråkade användning av teorin även utanför det traditionella psykologiska området (Neher, 1991). Kotler och Keller (2016) skriver att det mest grundläggande för att förstå konsumenter är att förstå de psykologiska processer som sker och

där är Maslows behovspyramid en av nycklarna. Utifrån det empiriska material som studerats är denna teori applicerbar för att analysera hur olika konsumentbeteenden motiveras av underliggande behov. Maslows teori blir i studien relevant utifrån att den kan peka på vilka behov som ligger bakom motivationen människor har till att investera i fonder. Aspekter som framkommer i empirin visar att motivationen oundvikligen är grundad i något behov, vilket kan förklaras genom modellen. Liksom Kotler och Keller (2016) använder sig av behovspyramiden i fem steg, kommer även denna studie göra det.

Maslow (1970) analyserar sin teori och beskriver att en del människors behov inte verkar följa den givna ordningen, till exempel där aktning är viktigare än kärlek. Däremot menar Maslow att anledningen till att aktning är så viktigt för dem är för att de inte vet hur de ska söka efter kärlek och därför blir deras sökande efter aktning ett sökande efter kärlek, fast i annan skepnad. Dessutom skriver Maslow (1970) att de som befinner sig högt upp i pyramiden inte nödvändigtvis förstår vikten av de lägre behoven. Många som har mat och stabilitet i överflöd kan tro att gemenskap och kärlek är viktigare än mat, för att de själva inte upplever avsaknaden av den. Det innebär inte att behoven skulle vara mer eller mindre viktiga utan endast att människor upplever sin nuvarande position starkast.

Neher (1991) skrev i sin kritik mot Maslows teori om motivation att många forskare är eniga kring Maslows övertygelse gällande att de grundläggande behoven i teorin är medfödda. Däremot ifrågasatte han att även de högre behoven i pyramiden skulle vara medfödda, vilket Maslow hävdade. Utifrån denna diskussion kring medfödda behov gav Neher Maslow kritik för att inte ha tagit med kulturell inverkan under barns uppväxt i teorin. Detta ansåg Neher ligga till grund för de behov som senare kommer utvecklas i livet.

4. Analys

I följande avsnitt analyseras det insamlade materialet av studiens författare med hjälp av teorierna. Avsnittet delas upp i fyra övergripande emotionella aspekter bestående av olika underkategorier. Dessa är trygghet, rädsla, glädje och tillfredsställelse samt uppskattning och självförverkligande.

4.1 Trygghet

I det insamlade materialet finns flera bevis på att svenska fondsparare påverkas av emotionella aspekter. Ett återkommande tema som urskiljs är att flera respondenter uttrycker ett tydligt behov av trygghet. Det insamlade materialet indikerar att trygghet är en viktig komponent som har många dimensioner. Denna emotionella aspekt har således delats upp i trygghet i en stabil privatekonomi, trygghet i nyckeltal, fakta och expertbedömningar, trygghet i andra, trygghet i marknaden och trygghet i tro.

4.1.1 Trygghet i en stabil privatekonomi

Flera respondenter menar att syftet med att investera i fonder är ekonomisk trygghet. Med ekonomisk trygghet menas att ekonomin ska vara tillräckligt stabil för att täcka sina egna och familjens grundläggande levnadsomkostnader och eventuella ekonomiska bekymmer. En respondent berättar att hon investerar i ett antal fonder som hon månadsvis köper ytterligare fondandelar i. När vi frågade hur hon känner kring sitt fondsparande beskrev hon följande:

Nu tänker jag inte så mycket på det, det är fördelen med automatiskt sparande. Men generellt sett så har ju alla fonderna gått upp över tid i alla fall så jag tycker det känns rätt tryggt att veta att man har pengar där. (Lovisa, 31 år)

Maslow behovspyramid beskriver att alla människor har basbehov, det vill säga grundläggande behov som är väsentliga för individen. Trygghetsbehovet är det andra steget i behovspyramiden och är essentiellt för individen. Avsaknad av trygghet och stabilitet påverkar individens välmående i hög grad. Människan har ett behov av trygghet i samtliga avseenden i livet. Detta

innefattar såväl trygghet i samhället som ekonomisk trygghet. Från detta perspektiv kan man förklara Lovisas fondinvesteringar som en åtgärd hon vidtar i syfte att tillfredsställa behovet av säkerhet. I det insamlade materialet finns bevis på att respondenternas behov av trygghet är en viktig komponent och motiverar investeringsbeslut i stor grad. Lovisas resonemang kan även tolkas med hjälp av femstegsmodellen som beskriver att köpprocessen inleds med att ett behov identifieras. I detta fall har Lovisa identifierat ett behov av trygghet vilket har lagt grunden till hennes investeringsbeslut. En respondent berättade att hon har utökat sitt fondsparande på senare år med följande motivation:

Det senaste året har jag börjat expandera mitt sparande, jag har lagt in mer kapital i fonderna det senaste året i och med Corona. Det är för att vara lite strategisk och inte välja företag så kändes det lätt att gå in i fonder. (Emma, 24 år)

Enligt femstegsmodellen uppstår behov eller problem hos konsumenten på grund av externa eller interna stimuli. Emmas grundläggande behov av trygghet kan betraktas som ett internt stimuli som i Emmas fall nått tröskelnivån, på grund av externa omständigheter, och blivit en drivkraft. I Emmas fall utmanas hennes behov av trygghet av externa omständigheter vilket motiverar henne att vidta en åtgärd. Därav har Emma valt att utöka sitt fondsparande i syfte att tillgodose hennes trygghetsbehov. Emma indikerar även att hon valt att investera i fonder snarare än aktier då hon upplever att det är ett tryggare alternativ. Ett flertal respondenter berättar att man generellt upplever att fonder är en trygg sparform. En respondent motiverade valet att investera i fonder snarare än aktier på följande sätt:

Anledningen till att jag började investera (i fonder) är för att jag ville ha ett sätt att öka mina pengar. Fonder kändes säkrare än att bara ha aktier. De tenderar att inte sjunka lika mycket som aktier. Jag vill ha till framtiden, så som insats till lägenhet och allt annat man behöver i livet. (Ali, 25 år)

Ali uttrycker att han valt att investera i fonder med motivationen att han upplever att det är en säkrare sparform i förhållande till aktier. Då Ali beskriver att syftet med hans sparande är att förbereda sig inför framtiden, som i sig kan upplevas otrygg och osäker, är fondsparande ett naturligt alternativ. Valet att investera i fonder i stället för aktier kan beskrivas som en åtgärd han

vidtar i syfte att tillgodose behovet av trygghet. Detta kan även tolkas, enligt femstegsmodellen, som en generell attityd eller övertygelse då andra respondenter delar denna uppfattning. Respondenter som sparar på grund av trygghetsskäl och har en stark tro om att fondsparande är en trygg och stabil sparform är mer troliga att dras till fonder.

4.1.2 Trygghet i nyckeltal, fakta och expertbedömningar

Trots att fonder i stor utsträckning uppfattas som en trygg sparform, visar materialet att respondenterna upplever en osäkerhet i investeringsbeslut. Detta beror på att fondinvesteringar är ett relativt abstrakt köp då utfallet av köpet inte går att förutse. I andra typer av köp, som exempelvis en hårtork eller ett klädesplagg, kan konsumenten ofta uppskatta vad produkten kommer att leverera för värde. I detta fall upplevs produkten i sig som osäker då det inte finns några garantier för fondinvestering. Den grundläggande osäkerheten i produktens konstruktion bidrar således till att behovet av trygghet hos konsumenten utmanas och därav är alla faktorer som kan bidra till att skapa trygghet hos konsumenten viktiga. Ett flertal respondenter svarade att man utvärderar ett antal indikatorer och egenskaper när de fattar investeringsbeslut. En respondent berättar följande om vad han baserar sina investeringsbeslut på och hur han får information om investeringsmöjligheter:

Jag brukar kolla på Avanza eller Morningstar med ett antal KPI: er, avkastning, risk, avgift, rating och lite annat. Jag har gjort lite kriterier som filter. Till exempel vill jag inte ha högre avgifter än X och jag vill ha en högre avkastning... (Michael, 53 år)

Respondenterna ger flera olika exempel på faktorer som bidrar till trygghet i investeringsbeslut. Michael är ett tydligt exempel på en respondent som beskriver att han finner trygghet i specifika fakta om fonder, expertbedömningar och nyckeltal. Däremot visar det insamlade materialet att detta inte gäller för samtliga respondenter. Detta kan förklaras med hjälp av Maslows behovspyramid som poängterar att individer tenderar att finna trygghet i olika saker. Michael kan således tolkas som en person som finner trygghet i konkreta fakta och egna analyser av investeringsmöjligheter. Femstegsmodellen förklarar att konsumenter, beroende på personlighet, produktkategori och engagemangsnivå, använder sig av olika informationskällor. Enligt

femstegsmodellen bedöms Michael ha en hög engagemangsnivå och söker därför aktivt information för att lära sig mer om olika investeringsmöjligheter. Utifrån denna teori använder sig Michael främst av experimentella informationskällor, i form av egen analys och nyckeltal, och offentliga informationskällor, som rating. Informationssökning och avvägning mellan alternativ påverkas också av konsumentens individuella, förutbestämda köpkriterier. Michael har, som han själv konstaterar, tydliga kriterier som han baserar sina investeringsbeslut på. Den hierarkiska ordningen av dessa kriterier påverkar hur Michael söker information och underlättar avvägningen mellan olika investeringsmöjligheter. Michael beskriver följande om varför han har valt att investera i de fonder han äger fondandelar i:

Jag har valt dem för att jag har tittat på avkastning och avgift men ibland också vilka papper som finns i fonden. Men det har jag inte alltid gjort för det tar ganska lång tid. Men har tittat på de största och hur hög risken är. Jag brukar kolla Morningstars rating som en indikator, men jag vet inte hur bra det är. (Michael, 53 år)

Detta kan tolkas som att de viktigaste kriterierna för Michael är fondens avkastning och avgift. Han berättar även att han tittar på objektiva expertgranskningar. Femstegsmodellen menar att detta är en faktor som påverkar konsumenter i hög grad inför köpbeslut. Trots detta visar Michael att han är osäker på expertgranskningens kvalitet och uppfattas finna störst trygghet i konkreta fakta. Michael nämner även att han, i och med att avkastning är ett av de kriterier han utvärderar, tar hänsyn till den fonders historiska utveckling. Andra respondenter uttrycker, likt Michael, att man finner trygghet i fondens historiska avkastning och utveckling. En respondent motiverar varför han har valt att investera i just de fonder han har investerat i på följande sätt:

Jag har valt att investera i dem [fonderna] för att de har haft bra utveckling. Jag brukar kolla på hur det har gått för fonden historiskt, både månaden innan men också upp till tre år tillbaka. Jag tittar också på avgifterna inte är för dyra. (Adam, 56 år)

Adam tolkas som en person som finner trygghet i stabilitet. Han berättar att han ofta tittar på ett antal olika faktorer, som exempelvis branschens utveckling och avgifter, men uttrycker också att historia är en viktig komponent i investeringsbeslut. Michael och Adams resonemang tolkas som att dom upplever att fondens stabila historiska utveckling bidrar till en känsla av trygghet, trots

att respondenterna inte uttryckligen påstår detta. Michaels och Adams sätt att resonera kan förklaras med hjälp av Maslows behovspyramid. Utifrån detta perspektiv tolkas Michael som en person som finner trygghet i fakta och intellekt medan Adam är en person som finner trygghet i stabilitet och historik. Ytterligare en respondent uttrycker tydligt att fondens historik är väldigt viktigt för honom. Han beskriver en attraktiv fond så här:

Hur det har sett ut förr i tiden, det känns betryggande att se att det ändå är något som varit med ett tag, bra grejer liksom. Jag kollar väldigt mycket på historia, om den är stabilt uppåt liksom... och något som varit med länge gillar jag också för det är ändå någon slags trygghet. (August, 20 år)

Även August kan beskrivas som en individ som finner trygghet i stabilitet. Han nämner även att han upplever trygghet i väletablerade fonder som har funnits länge. Fonder med god historik och stabilitet kan indikera kvalitet vilket bidrar till trygghet inför investeringsbeslut. En annan respondent som också uppger att historik är en viktig faktor inför hennes investeringsbeslut är Mathilda. Hon berättar följande:

Jag brukar också läsa på historiken, om det går kasst eller det har gått jättebra. Eller där vet jag faktiskt inte vad jag brukar tänka. Det är ju trevligt om det ser ut att vara en ganska stabil. Det känns bättre även om man vet att det kan gå hur som helst. (Mathilda, 23 år)

Under intervjun berättar Mathilda, likt Michael, att hon ofta tittar på fakta som en indikator inför investeringsbeslut och uttrycker att detta är något hon finner trygghet i. Trots att hon är medveten om att historiken inte påverkar utfallet av hennes investering uppger hon att fondens historik är en särskilt viktig faktor när hon fattar investeringsbeslut. Detta kan tolkas som att Mathildas behov av trygghet är så pass viktigt att hon söker efter fakta som tillgodoser hennes behov, trots att hon är medveten om att det inte är en garanti för att hennes investering kommer ha ett positivt utfall. Vidare berättade en respondent att fondens tidigare utveckling även kan bidra till en lättnad av oro. Klara berättade om sitt senaste investeringsbeslut i en fond och berättade att hon i stunden kände så här:

Det kändes som ett väl genomtänkt beslut och lite “är det här verkligen rätt” med lite tvivel, men tittat man på historik så har det gått väldigt bra. (Klara, 46 år)

Klara berättar att hon har testat en ny typ av fond och beskriver att hon inte känner sig helt trygg i sitt beslut. Citatet ovan kan tolkas som att Klara, i en situation där hon tvivlar på sitt beslut, söker trygghet i fondens historiska utveckling i syfte att bekräfta att hon fattat ett bra beslut. Fakta om fonden kan alltså även tillgodose individens behov av trygghet och bidra till frihet från oro efter det att investeringen genomförts. En annan aspekt som lyfts i det insamlade materialet är att fondförvaltarens och segmentets historik också är av vikt. En respondent berättade följande när vi frågade vad han anser är en attraktiv fond:

Det är en fond som aktivt förvaltas av förvaltare med god historik, i ett segment som rent historiskt har presterat bra... (Zacharias, 24 år)

Även personerna som står bakom fonden samt branscher och dess tidigare goda utveckling kan också bidra till en upplevd trygghet. Trygghet kan således finnas i olika typer av information som exempelvis nyckeltal, expertbedömningar och fondens tidigare utveckling. Den kan också finnas i fondförvaltare som besitter särskild kunskap och presterat väl i historiskt. En del respondenter kombinerar denna typ av information med andra faktorer som bidrar till en upplevd trygghet.

4.1.3 Trygghet i andra

På grund av osäkerheten i investeringens utfall finner en stor del av respondenterna trygghet i råd och rekommendationer från olika personer i sin omgivning. Det insamlade materialet visar att man ofta litar på andras omdömen och att det kan bidra till lugn och trygghet i inför och efter investeringsbeslut. Respondenterna beskriver att tryggheten återfinns i olika typer av personer. Dessa kan spela olika roller för investeraren och investeringsbeslutet. En respondent berättar att han, tillsammans med sin fru, brukar besöka en ekonomisk rådgivare som hjälper dem att fatta investeringsbeslut i fonder. Han berättar följande:

Vi brukar besöka den här rådgivaren en gång om året, då har han sett över hur det går och hur det ligger till, vi får en rapport om detta. Säger han att de tror att en fond kommer få problem längre fram och föreslår ett byte till en annan fond så gör vi så. Har ingen anledning att tvivla på rådgivarens råd. Han har erfarenhet och kunskap som är vida överlägsen vår. (Peter, 77 år)

En återkommande åtgärd som respondenterna nämner är att ta hjälp av ekonomiska rådgivare. En ekonomisk rådgivare fungerar i praktiken som en sorts återförsäljare och kan därav betraktas som en kommersiell informationskälla enligt femstegsmodellen. Peter indikerar att han i hög grad påverkas av externa bedömningar i form av en ekonomisk rådgivare, vilket går i enlighet med femstegsmodellen. Vidare kan Peters svar tolkas som att han upplever att köpet är av relativt stor risk vilket grundar sig i graden av självsäkerhet hos konsumenten. Peter uttrycker att hans kunskap inom ämnet är begränsad i förhållande till den ekonomisk rådgivaren. I detta fall kan Peters begränsade kunskap tänkas påverka hans nivå av självsäkerhet. Därav kan Peters val att ta hjälp av en ekonomisk rådgivare motiveras som ett sätt att minimera den upplevda risken. Peter beskriver att användandet av den ekonomiska rådgivaren har resulterat i en känsla av trygghet och lättnad:

Det kändes väldigt tryggt, för jag hade haft funderingar om man borde göra någonting. Alla andra pratar om aktier och sparande och investeringar. Min fru hade lite investeringar sedan tidigare men jag hade inga fonder utan jag lät det bara gå. Jag kände en lättnad när jag hade tagit det här beslutet att låta de finansiella rådgivarna ta hand om det hela. (Peter, 77 år)

Peter uttrycker tydligt att kunskap spelar en central roll i den upplevda tryggheten i investeringsbeslut. Då Peter inte själv besitter den kunskapen som han bedöms krävs för att vara trygg i köpbeslutet använder han sig av ekonomiska rådgivare som en strategi för att tillgodose sitt trygghetsbehov. Peter finner trygghet i att överlämna en stor del av investeringsbeslutet till den ekonomiska rådgivaren genom att följa hans råd. Kotler och Armstrong beskriver att konsumenter bland annat påverkas av diverse sociala faktorer. Från detta perspektiv kan den ekonomiska rådgivaren beskrivas som en opinionsledare, det vill säga en person som besitter speciella förmågor och kunskap och har inflytande på konsumenter. En annan respondent

beskriver att, trots att ekonomiska rådgivare känns trovärdiga, det även kan uppstå tvivel. Annika uttrycker tvivel på följande sätt:

Jo men det kändes väl bra, samtidigt som jag satt med en pensionsrådgivare och de enda orden som ekade i mitt huvud var från en föreläsning av en man som själv hade investerat väldigt mycket och lyckats väldigt, väldigt bra. Det han sa det var: när ni sitter där på banken mitt emot en rådgivare och de ger er tips så tänk på “varför jobbar han eller hon fortfarande med det här om nu hans eller hennes tips är så bra?”. (Annika, 54 år)

Annika uttrycker en viss skepsis till den ekonomiska rådgivaren trots att hon i detta fall agerade på rådet hon fick. Detta kan förklaras med hjälp av femstegsmodellen som att Annika, likt Peter, upplever att köpet är av stor risk och att hon inte känner sig självsäker i köpbeslutet. Annikas bristande självsäkerhet resulterar i en del tvivel fastän hon tillslut följde rådgivarens råd. Det skulle också kunna beskrivas som att Annikas motivation att följa andras önskemål och utvärderingar inte är särskilt hög. Då användandet av olika informationskällor bland annat beror på konsumentens personlighet är en möjlig förklaring att Annika föredrar att bilda sig en egen uppfattning om olika investeringsmöjligheter snarare än att lyssna på en utomstående person. Annikas agerande kan även tolkas påverkas av den ekonomiska rådgivarens roll som en inflytelserik opinionsbildare. Trots Annikas egna preferenser av informationskällor påverkas hon ändå av den ekonomiska rådgivaren och agerar därefter. Fastän personlighet är en betydande komponent som påverkar konsumentbeteende är det vanligt att konsumenter tar del av andras åsikter och omdömen inför köp. Michael, som tidigare berättat att hans investeringsbeslut till stor del grundar sig i olika typer av fakta säger också att han gärna lyssnar på vad andra säger:

Jag är inte med på några forum direkt, jag kan kolla på nyhetsflödet på Avanza för att se vad folk skriver där. Jag lyssnar gärna på folk som har koll och tips och sånt där också. (Michael, 54 år)

Det förekommer alltså att Michael använder sig av personliga informationskällor utöver experimentella och offentliga informationskällor. Personliga informationskällor innefattar åsikter eller tips från vänner, familj eller bekanta. Det insamlade materialet visar att personliga informationskällor är ofta förekommande hos respondenterna. Några respondenter berättar att

man lyssnar på nära och kära för råd om investeringsmöjligheter. En respondent berättade följande om sitt fondsparande:

Jag har investerat i några olika [fonder], i tre olika privat, sen andra i pensionslösningar jag inte har koll på. Privat så är en för investmentbolag, en som är mer generell och Avanza Zero utan avgift. De två första fick jag råd av min man att investera i... (Klara, 46 år)

Kotler och Armstrong beskriver hur konsumenter påverkas av diverse sociala faktorer. Detta är ett tydligt exempel på familjens inflytande på köpbeslut. Klaras beskriver hur hon tidigare har baserat investeringsbeslut på råd från hennes man. Klaras agerande kan förklaras med hjälp av Maslows behovspyramid. Då en persons respektive är en naturlig trygghetspunkt är det inte helt ovanligt att man även känner en viss trygghet i hans eller hennes råd och tips. För Klara betyder det att tryggheten hon finner i hennes man även bidrar till att investeringsbeslut, som grundar sig i hans råd, upplevs tryggt. Detta betyder således att fondspararens emotionella koppling till en person kan påverka investeringsbeslut i hög grad. En respondent berättade följande om sitt senaste investeringsbeslut:

Det var nog den som var med förnybar energi. Då hade min fästman fått tipset att den fonden gick väldigt bra, i kombination med att jag väldigt gärna vill investera i hållbara fonder och andra hållbara medel så då valde jag att investera i den. (Lovisa, 31 år)

Detta är ytterligare ett exempel på en respondent vars investeringsbeslut påverkats av en närstående. I intervjun berättar Lovisa att hon baserat sina tidigare investeringsbeslut på tydliga kriterier och främst är intresserad av olika typer av hållbara fonder. Lovisas senaste investeringsbeslut baserades på ett tips hon fick av sin fästman. Hon beskriver att hon agerade på tipset hon fått från sin fästman då det även gick i linje med den typ av investeringar hon själv var intresserad av. På grund av det inflytande familjemedlemmar har på köpbeslut, enligt Kotler och Armstrong, tolkas det som att fästmannens råd bekräftar investeringsbeslutet vilket bidrar till en känsla av trygghet. Ytterligare ett exempel på detta är Emma som berättar följande om vad som är viktigt när hon fattar sina investeringsbeslut:

Utöver det som jag har nämnt, avkastning är alltid viktigt, känns det viktigt att få beslutet bekräftat. Om jag tvekar på något så ringer jag pappa eller min bror för att få en annan synvinkel. Jag är mottaglig för råd men det beror på från vem. (Emma, 24 år)

Som Emma beskriver kan närstående och anhöriga bidra till trygghet genom att bekräfta eller förkasta ett investeringsbeslut. I de fall då Emma upplever oro eller osäkerhet i olika investeringsbeslut vänder hon sig till anhöriga. Närstående och anhöriga är följaktligen en tydlig trygghetskälla som spelar en viktig roll i investeringsbeslut. Vidare kan respondentens personliga koppling till en bekant eller vän bidra till en känsla av trygghet. En respondent berättar följande om hur han sköter sitt pensionssparande:

Pensionssparande är det mer långsiktighet och trygghet. Då ska det förvaltas på ett tryggt sätt fram till pensionsåldern. Då är det rådgivare från banken eller pensionsrådgivare. Det har känts bra. Jag gick i skolan med honom som hjälpte oss med vårt pensionssparande så det känns bra. Har känt honom länge så det är någon man kan lita på. (Adam, 56 år)

Som Adam beskriver är trygghet viktigt för honom när det kommer till pensionssparandet och vänder sig därför till en ekonomisk rådgivare. Utöver att Adam upplever att pengarna kan förvaltas på ett tryggt sätt med hjälp av rådgivare beskriver han även att han känt rådgivaren personligt under en längre tid. Adams förtroende för rådgivare kan därför beskrivas bero delvis på kunskap som rådgivaren besitter och delvis på den emotionella kopplingen. Den sociala aspekten av trygghet kan även kopplas till det tredje steget i Maslows behovspyramid om sociala behov. Människans sociala behov innefattar såväl behov av kärlek som gemenskap och tillhörighet. Kommunikation med andra om investeringsmöjligheter kan vara ett sätt för fondsparare som ett sätt att tillgodose både säkerhetsbehov och sociala behov. En respondent berättar att hon får information om investeringsmöjligheter på följande sätt:

Det är den informationen jag söker upp i så fall. Jag följer också några på sociala medier. Exempelvis "hundramiljonerkrönmannen", det känns ju som en lagom nivå! En kille som har kommit väldigt långt med sina mål. Det finns ju andra, jag är med i någon grupp på Facebook med pensionstips och tricks och jag följer några olika kvinnor på Instagram också som tipsar. Jag är också med i någon grupp för kvinnor på Facebook,

“ekonomisten” eller något sådant heter den. Så jag läser en hel del men agerar väldigt dåligt därefter men där finns mycket tips och hjälp och råd att få. (Annika, 54 år)

Femstegsmodellen nämner att konsumenter kan vända sig till andra för att söka information inför ett köpbeslut, då risken av ett köp uppfattas som hög. Då femstegsmodellen menar att fondsparare till stor del påverkas av andra personers attityder kan fondsparare finna trygghet i att veta att andra delar samma uppfattning. Annika nämner, utöver att hon är medlem i ett antal grupper på sociala medier, att hon även följer några inflytelserika personer. Mannen som Annika nämner upplevs som framgångsrik inom fondsparande och är ett tydligt exempel på en opinionsledare. En annan respondent berättar hur hon påverkats av en inflytelserik person i hennes investeringsbeslut så här:

De två första fick jag råd av min man att investera i, Avanza Zero har jag valt själv utifrån att jag har läst Tony Robbins bok om hur man ska spara pengar... Han har intervjuat dom främsta i världen och därför har jag valt att gå in i den. (Klara, 46 år)

Klara berättar att hon även agerat på den kunskap hon har fått genom att läsa Tony Robbins bok som bland annat handlar vilka typer av fonder man som fondsparare bör välja. Klara beskriver att investeringsbeslutet hon fattade, baserat på Tony Robbins bok om sparande, väckte en del tvivel. Som hon själv beskriver, beror detta på att fonden hon investerat har en lägre risknivå vilket gör att hon ifrågasätter om det verkligen är en bra investering. Trots tvivel valde Klara ändå att agera i linje med det hon lärt sig från Tony Robbins bok och hon beskriver att hon i slutändan är nöjd med sitt investeringsbeslut. Tony Robbins är ett ytterligare ett exempel på en tydlig opinionsledare då han både besitter kunskap om den finansiella världen och intervjuat framgångsrika finansmän om sparande. Klara indikerar att hon även har en emotionell koppling till personen då hon följt Tony Robbins en längre och tagit del av hans seminarier om självutveckling. Tony Robbins kan därför tolkas som en person som Klara finner trygghet i och har förtroende för.

4.1.4 Trygghet i marknaden

I det insamlade materialitet finns fynd som indikerar att det råder en generell uppfattning om hur marknaden fungerar. Ett flertal respondenter gav exempel på hur denna generella övertygelse påverkar deras inställning till fondsparande. Femstegsmodellen lyfter, i det tredje steget av modellen, att individuella attityder och övertygelser påverkar konsumentbeteende och spelar roll i utvärdering av alternativ. En respondent beskriver följande:

Men hur ser jag på framtiden när det kommer till aktier och fonder? Jag tror att mina kommer gå sakta men säkert uppåt för att marknaden alltid kommer göra det för det har den alltid gjort tidigare. (August, 20 år)

Detta kan tolkas som att August har en uppfattning och övertygelse om att marknaden på sikt alltid kommer ha en positiv utveckling. Denna uppfattning grundas i Augusts tidigare erfarenhet av investeringar då han beskriver att hans positiva inställning beror på observationer han gjort. Kotler och Armstrong beskriver det som en psykologisk faktor i vilket handlande och lärande hos konsumenten resulterar i attityder och övertygelser som i sin tur påverkar köpbeslut. August bedöms finna trygghet i hans uppfattning om hur marknaden fungerar och är därmed positivt inställd till utvecklingen av hans fondinnehav. En annan respondent berättar hur han ser på framtiden så här:

Det skulle säkert kunna komma något jätteras på börsen men jag investerar på längre sikt. (Michael, 53 år)

Detta är ytterligare ett exempel på hur den psykologiska aspekten påverkar fondspararnas inställning. Michael tolkas, likt August, ha en tydlig uppfattning om hur marknaden fungerar. Citatet ovan indikerar även, eftersom marknaden fungerar på ett visst sätt, att det alltid kommer gå bra för fondsparare som investerar på lång sikt. Oavsett huruvida denna uppfattning stämmer överens med verkligheten, bidrar den till en trygghet hos fondsparare. Michaels resonemang tolkas som att han finner trygghet i det faktum att han investerar på längre sikt och därav är risken för ett ras på börsen inte är särskilt skrämmande. Detta kan även tolkas med hjälp av femstegsmodellen då Michael antyder att den upplevda risken av hans investeringar inte är

särskilt hög. Då Michael har en tydlig uppfattning om marknaden kan hans långsiktighet beskrivas som en strategi han vidtar för att minimera den upplevda finansiella risken av hans investeringar. En annan respondent beskriver sin inställning till marknaden på följande sätt:

Är inte så oroad när det går ner lite för jag tänker att det alltid går upp igen på sikt.
(Matts, 41 år)

Matts resonemang är ytterligare ett exempel på hur inställningen till marknaden bidrar till en känsla av trygghet. Han beskriver, likt August och Michael, att han har en tydlig bild av hur marknaden fungerar. Vidare beskriver Matts att denna övertygelse resulterar i ett lugn och frihet från oro.

4.1.5 Trygghet i tro

Ett flertal respondenter indikerar en stark tro på något som kan bidra till en upplevd trygghet. Ett exempel på detta är respondenter som uttrycker en stark tro på en specifik branschs positiva utveckling. En respondent motiverar valet av fonder så här:

Jag valde mina fonder då jag tror på denna marknad mest. Valde teknikfonder då jag tror teknik är en stor del av framtiden. Spel, utveckling, program och teknik går ständigt fram.
Teknologifonder är väldigt lovande. (Ali, 25 år)

Som Kotler och Armstrong beskriver är attityder och övertygelser en psykologisk faktor hos konsumenten. Ali har valt att investera i olika teknikrelaterade fonder en positiv inställning till Tech industrin vilket går i enlighet med vad Kotler och Armstrong beskriver. Detta kan även tolkas som ett sätt för Ali att tillgodose sitt behov av trygghet. Då olika människor finner trygghet i olika saker kan Ali betraktas som en person som finner trygghet i en stark egen tro på en specifik bransch. En annan respondent beskriver en attraktiv fond på följande sätt:

Om jag ser något innovativt runt klimatfrågor, kan vara allt möjligt, teknik, flyg... Olika branscher som jag tror på. Jag har kollat på medicin de senaste två åren. (Adam, 56 år)

Detta är ytterligare ett exempel på en respondent som har en stark tro på något. Adam har en stark tro på att hållbarhet och att företag och branscher som på olika sätt är fokuserade på hållbarhet. Adam, likt Ali, tolkas finna trygghet i specifika branscher som han tror mycket på. En tredje respondent beskriver att hur hon fattar investeringsbeslut på följande sätt:

Jag har under några få tillfällen läst på en hel del men sen så använder jag mig av sunt förnuft kan man säga. Det kanske inte är sunt förnuft men att det är baserat på kunskaper och erfarenheter. Jag tror att jag oftast lyssnar på proffsanalytiker. Då blir jag inspirerad, mer sällan att jag lyssnar på vänner. Jag får inspiration från banker eller DI. Sen köpte jag det som känns bra i magen. (Hanna, 48 år)

Hanna beskriver att hon ofta fattar beslut på vad hon själv kallar för sunt förnuft. När vi bad Hanna utveckla vad hon menar med sunt förnuft beskriver hon, enligt citatet, att hon syftar på erfarenhet och kunskap. Detta är ytterligare ett exempel på en tro på något kan resultera i en känsla av trygghet. I Hannas fall kommer denna tro inifrån då hon beskriver att hon fattar investeringsbeslut baserat på magkänsla. Hanna kan således tolkas som en person som, till skillnad från exempelvis Ali, finner trygghet i magkänsla.

4.2 Rädsla

Ytterligare en emotionell aspekt som urskiljs i det insamlade materialet är rädsla. Rädsla är en känsla och reaktion som kan grundas i en brist på, eller oro inför eventuell avsaknad av, de behov som Maslow presenterar i sin teori. Exempelvis kan individen uppleva en känsla av rädsla vid avsaknaden av trygghet, som är ett av grundbehoven i Maslows behovsteori. Det indikerar att tryggheten enkelt kan vändas till rädsla när ett behov inte kan uppfyllas. Av det insamlade materialet ser vi att rädslan har flera dimensioner vilka grundas i olika saker. Denna emotionella aspekt har delats upp i rädsla för den osäkra framtiden, rädsla för att fatta fel beslut, rädsla för att bli lurad samt rädsla för att vara passiv.

4.2.1 Rädsla för den osäkra framtiden

I det insamlade materialet har rädsla, osäkerhet och oro dykt upp upprepade gånger. Det har varit rädsla som grundats i Corona, instabilitet på marknaden och risk för tillbakagång och recession. I osäkra tider är det eftersträvansvärt med ekonomisk stabilitet som ett sätt att lugna sin oro, något som kan kännas som en stabil punkt i tillvaron. En respondent beskriver tillvaron så här:

Just nu är marknaden väldigt volatil, så just nu känns det oklart i och med pandemin. Samtidigt som att vi är på en av de högsta topparna någonsin. Så det är lite läskigt.
(Zacharias, 24 år)

Här beskriver respondenten en rädsla inför framtiden tillsammans med en hjälplöshet som grundas i att själv inte vara den som styr. Denna rädsla är vad Maslow beskriver i det andra steget i behovspyramiden, säkerhetsbehovet. Stabilitet, säkerhet och frihet från rädsla är några av delarna i Maslows beskrivning som kan synas i flera dimensioner. Coronapandemin är en faktor som bidrar till rädsla hos respondenterna då framtiden upplevs oförutsägbar och risken för att individens ekonomi påverkas negativt förhöjs. Tillvaron kan ändå upplevas mer eller mindre riskfylld och läskig, bland annat utifrån fondspararnas riskaptit, vilken tidshorisont de tänkt för sitt sparande och om deras omgivning generellt får dem att känna mycket rädsla. En annan respondent beskriver hur rädslan för den osäkra framtiden minskat efter ett investeringsbeslut:

Då vi är i en pandemi känns det lite mer osäkert och jag känner en oro då det alltid kan krascha. Efter att jag investerade kände jag mindre oro över framtiden, det är ett sätt att säkra framtiden. Innan jag gjorde detta visste jag inte detta var ett sätt att säkra framtiden.
(Ali, 25 år)

Respondenten beskriver här ett sätt som delvis fått honom att komma över rädslan han känt för den pågående situationen. Det här är ett exempel på Kotlers och Armstrongs beskrivningen av lärande som en av underkategorierna i den psykologiska faktorn. Innan valet av investering i fonden visste han inte att det kunde vara ett sätt att stilla sin oro. Nu när beslutet är fattat och han känner tryggheten som investeringen bidragit med har han lärt sig ett sätt att hantera samma känsla i framtida situationer. Svaret i oroliga situationer behöver inte alltid vara att spara i fonder

men som tidigare nämnt kan en stabil punkt i tillvaron, ekonomisk stabilitet i det här fallet, ge en trygghet. Ytterligare en återkommande rädsla för framtiden har varit klimatet. Här har responsen i intervjuerna varierat mycket, en del uppger att klimataspekter inte ska få påverka ens investeringsbeslut medan andra anser att, utifrån rädslan de känner inför klimatets framtid, de aspekterna är en helt avgörande faktor. Så här beskriver en respondent rädslan han känner för den osäkra framtiden:

Det enda jag faktiskt oroar mig för är klimatet för att främst Kina och USA inte är så bra på att ta hand om det där. Att de inte bara kommer överens om något fattar jag inte, men det verkar de inte vilja göra. Eller ta ansvar för någonting. (August, 20 år)

När August ser Kina och USA agera mindre ansvarstagande än vad han personligen önskar ser vi hur rädslan också tar sig uttryck genom frustration. För varje person finns det olika sätt att förhålla sig till och agera på denna frustration. Samtidigt som frustrationen tyder på en stark önskan om förändring säger August senare i intervjun att han inte bryr sig om klimataspekten när han investerar i fonder. Han beskriver att han skiljer på investeringar och att köpa företagens produkter och förklarar att han i så fall hellre avstår från deras produkter än deras aktier och fonder. I följande citat beskriver en annan respondent sin känsla för klimatet, framtiden och sin delaktighet på ett annorlunda sätt:

Jag kan ju pendla lite mellan hopp och förtvivlan när jag tänker på framtiden... Jag är ganska orolig men försöker att inte låta det styra mig för mycket. Alltså i att leva så bra och medvetet som jag kan och samtidigt tänka på att ha en liten plan om det inte går så bra som man hoppas att det ska göra. Då tänker jag både klimat och investeringar. (Lovisa, 31 år)

Lovisa beskriver en strategi hon har för att hantera den oro hon upplever. När oron grundas i något som ligger utanför ens egen kontroll, till exempel klimatförändringar, kan känslan av hopplöshet eller handlingsförlamning också hanteras genom att agera utifrån något som bidrar med hopp eller lugn. Det kan på ett finansiellt plan vara investeringar i något personen tror på, något som ger glädje eller som här, en generell strävan efter att handla medvetet. Trots att kärnan till problemet inte kommer ändras av sådana investeringar kan inställningen till framtiden ändras.

Rädslan kan kontrolleras och precis som Lovisa beskriver ovan kommer inte längre rädslan styra henne, vilket gör att den blir mindre påtryckande. Rädslan kan också betraktas som ett internt stimuli i femstegsmodellens första steg, behovsidentifikationen. Att känna sig rädd och orolig kommer skapa ett behov av lugn eller trygghet hos konsumenten och informationssökningen påbörjas för att hitta något som får rädslan att avta. Som vi ser ovan kan medvetna köp och finansiella planer för framtiden vara sådana steg bort från rädslan, till en plats där oron inte längre har övertaget. Skillnaden mot Augusts svar är att den rädsla och frustration han känner hanterar inte väcker samma interna stimuli som får Lovisa att välja hållbara fonder. Han kan däremot se påverkan som kommer från produkterna som säljs och avstå från att köpa dem. På så vis kan rädslan hanteras genom att göra mer medvetna val men skilja det från de investeringar han gör.

4.2.2 Rädsla för att fatta fel beslut

Att ta steget till att börja investera kan vara stort och skrämmande, det är svårt att veta vad man gett sig in på, vem kan man lita på och vilka råd man ska följa. Köpbeslut kan upplevas läskiga oavsett om det är första gången ett sådant investeringsbeslut ska fattas eller om det är resultatet av en väl genomarbetad process gjord utifrån många års erfarenhet. Materialet som samlats in visar att rädslan för att fatta fel beslut finns bland många och att det finns många sätt att hantera den. Det kan bland annat handla om att hitta någon man litar på som kan ge råd, att få ökat självförtroende genom att se utvecklingen i de fonder man valt eller bli bekväm med risken det innebär att investera. En av respondenterna beskrev känslan som ny investerare enligt följande:

När jag började kändes även små investeringarna som världens mest riskabla och det var ganska länge som de höll sig väldigt små. (Mathilda, 23 år)

Här beskriver Mathilda en känsla av risk som var svårhanterbar när hon var ny i fondsparandet. Fondköp kräver stort engagemang och tillsammans med bristande självförtroende inom området kan rädslan förklaras genom femstegsmodellen. När personen är ny finns det risk att köpprocessen inleds utan att behovet är identifierat och då görs alternativutvärderingen utan att fondspararen är medveten om vilka specifika fördelar som söks, vilket i sin tur gör att köpet

känns extra riskfyllt. Konsumenter kan vid upplevd risk agera för att undvika köp eller ändra dem för att få köpen att kännas mindre riskabla, till exempel att göra som Mathilda, minska risken genom att göra små köp. Ett annat sätt att minimera risken vid fondinvesteringar är att hitta alternativa metoder till köpbeslut som mer eller mindre avsäger personen ansvaret, utan lägger det på någon annan i stället. Peter beskriver just en sådan situation med sin ekonomiska rådgivare:

Han sa "så här gör vi, vi föreslår detta och detta och detta" och vi sa okej. Så det var rådgivarens förslag vi följde och det har vi gjort alla år sedan dess. (Peter, 77 år)

Rädslan som Peter känner för att fatta egna beslut resulterar i att han låter den ekonomiska rådgivaren ta samtliga beslut åt honom. Tidigare i intervjun framkommer det att Peter i hög grad baserar sina beslut på kunskap, något som rådgivaren besitter och inte han själv. Det blir lätt en tröskel för att fatta egna beslut senare, om rädslan inte arbetas bort kommer kunskapen och därmed också självförtroendet stanna på en låg nivå, vilket gör att rädslan skapar ett beroende hos Peter efter någon annan omdöme. Generellt är okunskap en vanlig grund för rädsla och på så vis är rädslan starkt sammankopplad med vad ens trygghet sätts i. Peter fattar således beslut, precis som Mathilda, på sätt som får risken och därmed rädslan att kännas mindre.

En annan aspekt av rädslan i att fatta fel beslut kommer från rädslan i att inte veta vem man bör lyssna på och inte. Det finns många olika röster och idag när rekommendationer kommer från alla möjliga håll kan det vara svårt att urskilja de som vet vad de talar om från de som gissar. Dessutom dyker frågan upp vad som säger att en person kommer ha rätt bara för att den är kunnig inom ett område. När en av respondenterna fick frågan vad som är mindre viktigt vid ett investeringsbeslut svarade hon så här:

Vem som förvaltar. Är det något jag bör tänka på? Vad någon annan tycker bryr jag mig inte, om det inte är något proffs såklart. Då bryr jag mig skitmycket. (Hanna, 48 år)

Fondspararna vet att framtiden inte är förutsägbar men mitt i stormen behövs ett ankare, något som vänder rädslan till trygghet eller ro. Hanna säger att hon inte bryr sig om andras åsikter när

det kommer till investeringsbeslut, förutom om det är någon som är professionell inom området. Det kan i sig vara svårt att avgöra, vad som krävs för att klassas som ett proffs. I Hannas fall kan det innebära att hon inte vill ha råd från vänner eller familjemedlemmar med samma mängd kunskap som sig själv, medan någon som till exempel arbetar med fondförvaltning gärna får ge henne en hjälpsam hand. Här tolkar vi det som att poängen inte är hur avgränsningen görs utan vad som ger henne lugn, hennes ankare i stormen. Om lugnet kommer från rådgivarens professionalitet kan det i själva verket betyda att Hanna är en av de personer som finner trygghet i kunskap. I så fall kan rädslan i själva verket bygga på att hela marknaden till stor del är en gissningslek eftersom ingen kan förutsäga framtiden, oavsett vilken erfarenhet personen besitter. I enlighet med hur Kotler och Armstrong beskriver de olika faktorerna som påverkar köpprocessen tyder Hannas svar på att hon till stor del är säker på sitt eget omdöme men att det finns psykologiska faktorer som kan komma emellan. Den främsta faktorn är hennes uppfattning av proffs, en tro på att de vet vad de gör och därför förtjänar ens förtroende, oavsett om det är rätt eller fel i verkligheten.

4.2.3 Rädsla för att bli lurad

Flera respondenter talar om att fondinvesteringar upplevs som ett tryggare sparalternativ än aktier. Känslan av ökad trygghet kan höra ihop med den långsiktighet många beskriver kring sitt sparande samt att risken för stora ras under kort tid minskas till följd av den bredd som fonden ger. Trots den upplevda känslan av säkerhet i fonder finns det en del aspekter som skapar tvivel hos respondenterna. En sådan aspekt är klassificeringen av fonder. Till exempel kan det vara svårt för konsumenterna att veta vad det innebär med en fond som ska vara hållbar. Så här uttryckte en av fondspararna denna svårighet:

Jag har inte alltid jättestor insikt i exakt vilka kriterier som man ställer på de fonder som ingår och jag har inte tittat mer ingående än att de satt en etikett på den liksom och att jag handlar efter det, till exempel att det är hållbara företag som ingår. (Lovisa, 31 år)

Faktumet att en etikett inte behöver säga hela sanningen är flera konsumenter medvetna om, samtidigt som det blir enklare att fatta beslut med ett sådant avgörande attribut. Vi tolkar att det

Lovisa talar om går i linje med konjunktivheuristik som Kotlers och Keller beskriver i femstegsmodellen. I Lovisas beslutsprocess var hållbarhet det avgörande attributet, därför kunde hon utifrån sina övriga attribut, till exempel risknivå och tidshorisont, välja det första alternativ som stämde in på dem, så länge fonden var hållbar. I och med att hon beskriver att hon inte gräver djupare i vad etiketten innebär finns det en risk att bli lurad. Rädslan för det kan vägas upp i tillit och tro, hon har valt att investera i något hon tror på och det kan väga upp för risken att ha blivit lurad. Ytterligare en fondsparare uttrycker samma rädsla för vad som kan finnas bakom etiketten:

Men när jag väljer något nytt att investera i ska det vara etiskt försvarbart, bra för miljön, inte massa skitgrejer. Sedan är det svårt att veta i det stora hela, det kan vara fonder som ser jättebra ut men som ändå har massa skit. (Mathilda, 23 år)

Återigen märks rädslan av att en etikett på fonden kan vara missvisande och med det en oro att investera i något man inte står bakom. Likt tidigare är detta ett tillfälle där rädsla och trygghet står nära varandra. Om tryggheten bara kommer när Mathilda är helt säker på vad fonden innehåller finns möjligheten för henne att djupdyka i företagen som är representerade, den tidigare nämnda tryggheten i fakta. Om hon kan leva med en liten ovisshet kan tron på hennes beslut bidra med samma trygghet som för Lovisa och förhoppningsvis väga upp för rädslan. En annan aspekt av rädslan för att bli lurad som uppdagats i materialet är varumärken. Det säger en av våra respondenter följande om:

Storbanksfonder kan jag vara lite skeptiskt mot. Det känns som att de inte är så mycket värde utan att de blir populära för att de har ett starkt varumärke... Fonder som har något klatschigt namn men så kollar man aktierna och ser att det egentligen inte är speciellt. Att den har ett flashigt namn i syfte av att kunna ta högre betalt men så är det inget speciellt egentligen... Det känns som att man blir lurad. Som att man betalar för någonting man inte får. En hög avgift ska speglas av att man har gjort ett gediget arbete... En indexfond kan ju vem som helst plocka ihop i princip. (Michael, 53 år)

Michael berättar hur rädslan han känner kommer från en skepticism mot storbanker och andra starka varumärken, att priset han betalar för en investering där är uppblåst till följd av

varumärkets popularitet och inte motsvarar fondens värde. Vidare går Michael också in på avgifter i fonder. För en hög avgift ska det finnas ordentligt arbete bakom fonden, avgiften ska inte få föra en bakom ljuset om den i själva verket är som vilken indexfond som helst. Vad som avgör fondens värde är en individuell bedömning, inte minst om det är ett varumärke med emotionell koppling till konsumenten. Utifrån förväntningsvärdemodellen väljer konsumenter, efter att de vägt attributen hos de olika alternativen mot varandra, det alternativ som förväntas ge dem högst värde. På samma sätt är det upp till var och en att avgöra vad som är värdefullt i en fond. Därför går det inte att säga att priset på en fond inte motsvarar dess värde på ett generellt plan. Känslan av att bli lurad kan följaktligen snarare komma från att fonden inte uppfyller de attribut som konsumenten anser vara viktigast och mest värdeskapande. En respondent berättar om känslan vid hennes senaste investeringsbeslut när rädslan av att bli lurad snarare grundas i utomstående personers råd:

Jo men det kändes väl bra, samtidigt som jag satt med en pensionsrådgivare och de enda orden som ekade i mitt huvud var från en föreläsning av en man som själv hade investerat väldigt mycket och lyckats väldigt, väldigt bra. Det han sa det var: när ni sitter där på banken mitt emot en rådgivare och de ger er tips så tänk på “varför jobbar han eller hon fortfarande med det här om nu hans eller hennes tips är så bra?”. (Annika, 54 år)

Här beskriver Annika bakgrunden för den rädsla och skepticism hon känner för att blint följa någon annans råd, trots att det är någon med mycket erfarenhet och kunskap inom området. Bakom rädslan av att bli lurad kan alltså rädslan att förlora en stor del av hennes besparingar finnas. Det skulle påverka hennes liv utifrån samtliga av Kotlers och Kellers fyra faktorer, beroende på hur omfattande förlusten skulle vara. Först och främst skulle hennes ekonomiska situation och livsstil förändras. Hennes sociala klass kan skifta samt hennes status i de grupper och nätverk hon är del av. Dessutom skulle hennes det hon lärt sig förändras, hennes sätt att förhålla sig till finansiella investeringar skulle vara annorlunda i framtiden.

4.2.4 Rädsla för att vara passiv

Som tidigare nämnts har en rädsla för att fatta beslut varit återkommande i materialet. Ytterligare en aspekt som återkommit och delvis grundas i samma problematik är rädslan att vara passiv. Eftersom fondinvesteringar kan handla om riskfyllda beslut som kräver stort engagemang har beslutsfattandet förhindrats av önskan om att göra ett välgrundat beslut. Detta kommer från en känsla av att sakna den kunskap de upplever krävs för att ta rätt beslut. Risken som kommer med att behöva ta ett beslut som eventuellt inte är tillräckligt genomtänkt kan undvikas genom att inte fatta något beslut alls. Trots att det alternativet kan verka lockande beskriver en respondent hur det i sin tur kan leda till en rädsla för att vara passiv:

Jag har tänkt att ibland är det lätt att vara passiv för att men inte vill göra fel beslut. För min del handlar det om att jag vill lägga pengar men att jag inte gör det för att jag inte har tid eller tillräckligt med kunskap... Ekonomiskt plan så har jag känt ibland att det är ett problem att jag undviker att ta ett beslut eftersom jag vill vara påläst... Det är ju den eviga jakten på att man ska träffa rätt i tiden och vill vara påläst. Grundar sig i att genomföra de stegen gör att jag känner mig självsäker annars skulle det kännas rätt jobbigt. Jag vill känna att jag gör ett bra beslut för så kan jag släppa det efteråt. (Emma, 24 år)

Det Emma berättar går helt i enlighet med femstegsmodellen. Varje fas i modellen tar olika lång tid för människor att komma igenom och om köpsituationen kommer innan hon är säker på att hon vägt in samtliga alternativ kan ett beslut kännas förhastat. Samtidigt är det inte alla situationer där möjligheten att väga samtliga alternativ finns, eller där beslutet till slut bli bättre för att det tog lång tid. Att Emma vill göra ett bra beslut för att sedan kunna släppa det kan anses vara essensen i hennes svar. Det handlar inte nödvändigtvis om hur många timmar hon lägger på informationssökning eller vilka hon rådfrågar utan Emma tolkas som en person som finner trygghet i kunskap, vilket står i vägen för att hon ska känna sig säker i beslutssituationen. Om hon varken finner trygghet i sin egen kunskap, de analyser hon kan göra eller information hon kan få från experimentella informationskällor som ratingsidor kan till exempel en ekonomisk rådgivare tillfrågas, vilket kan betraktas som en kommersiell informationskälla. Om passiviteten inte försvinner utan leder till att personen aldrig påbörjar något fondsparande finns det risk för ånger när man ser tillbaka på sitt sparande. Så här säger en respondent:

Jag har alltid valt att spara mina pengar på vanligt bankkonto för jag vill kunna ha tillgång till dem. Sen har jag ju gjort en stor förlust genom att inte investera i fonder, men tyvärr. (Annika, 54 år)

Annika berättar senare i intervjun att hon genom pensionssparande har blivit introducerad till fondmarknaden. Hon säger också att de som började spara tidigt har haft en fantastisk utveckling som hon förstår att hon missat men att det aldrig är för sent att börja fonsdspara. Hon har ännu inte tagit tag i det men uppger att hon har det som mål för året som kommer. Detta kan enligt femstegsmodellen tolkas som en extern stimulus som väckt ett intresse hos Annika. Detta intresse blir en drivkraft till att påbörja processen mot att fonsdspara. Fonsdspararna har även förmedlat en känsla av skam som de kunde uppleva innan de kom igång med sina investeringar. Många har upplevt att de borde göra det ena eller det andra, de borde fonsdspara eller på liknande sätt förvalta sina pengar. Här återkommer ett citat som tidigare tagits upp i avsnittet trygghet i någon annan. På frågan hur det kändes inför att påbörja sparande i fonder svarar Peter:

Det kändes väldigt tryggt, för jag hade haft funderingar om man borde göra någonting. Alla andra pratar om aktier och sparande och investeringar. Min fru hade lite investeringar sedan tidigare men jag hade inga fonder utan jag lät det bara gå. Jag kände en lättnad när jag hade tagit det här beslutet att låta de finansiella rådgivarna ta hand om det hela. (Peter, 77 år)

När skammen blandas med en rädsla för något nytt kan det bli en svår tröskel att ta sig över. Här beskriver Peter hur skammen över att inte ha tagit tag i några investeringar släppte när han lät en ekonomisk rådgivare ta över. Även här är det tydligt hur nära varandra rädsla och trygghet befinner sig. Utifrån Maslows teori går det ibland att se ett tydligt behov som inte är uppfyllt, om det är fallet kan rädsla tas bort genom att det behovet blir tillgodosett. Till exempelvis kan gemenskap vara en lösning på såväl rädslan för att vara passiv som rädslan för att fatta beslut om man kan få hjälp av en annan person eller och sätta sin trygghet i den.

4.3 Glädje

Ytterligare ett återkommande tema som urskiljs i det insamlade materialet är glädje. Ett flertal respondenter indikerar att fondsparande inte endast präglas av trygghet och rädsla utan att det också finns en viss lust och lekfullhet i fondsparande. Denna emotionella aspekt skildras på olika sätt i det insamlade materialet och har därav delats upp i följande tre kategorier. Dessa är glädje i gemenskap, glädje i att investera för nöjes skull och glädje i meningsfulla investeringar.

4.3.1 Glädje i gemenskap

Ett flertal respondenterna berättar att man pratar om sitt fondsparande med personer i sin omgivning. Detta kan exempelvis handla om att man diskuterar och jämför innehav, ger tips till vänner och närstående om investeringsmöjligheter eller pratar om det som ett gemensamt intresse. En respondent berättar om hur hon får information om investeringsmöjligheter på följande sätt:

Jag har en kusin som jag bondar lite med om detta, informera varandra men undvika att rekommendera saker för man vet ju aldrig. I början var det ju också han på jobbet men det var också mest förslag på var man kan titta, han ville inte heller rekommendera något att investera i. (Mathilda, 23 år)

Detta kopplas till det tredje steget i Maslow behovspyramid, det vill säga det sociala behovet. Mathilda indikerar att, då hon socialiserar med andra om olika investeringsmöjligheter, tillgodoser sitt sociala behov. Hon beskriver att hon och hennes kusin "bondar" genom att diskutera fondinvestering vilket tolkas som att hon upplever att deras gemensamma intresse fördjupar deras vänskap. Mathilda likt alla andra människor har ett behov av gemenskap och kärlek och hon tycks värdesätta sin relation med sin kusin. Vidare berättar Mathilda att hon pratat med en kollega om fondinvesteringar som ett gemensamt intresse och därav inspirerats av att investera för framtiden. Detta kan förklaras, genom femstegsmodellen, som ett exempel på att ett behov identifieras av ett externt stimuli då Mathilda blivit inspirerad av en utomstående person att investera i fonder. Fondmarknaden kan alltså vara ett sätt att komma i kontakt och knyta vänskapsband med andra vilket kan vara ett incitament för att engagera sig och investera i

fonder. Flera av respondenterna berättar hur de hittar information i grupper, forum och andra platser där de får höra likasinnades åsikter, vilket i sin tur vägleder respondenternas. Så här svarar en annan respondent på hur hon får information om investeringsmöjligheter:

...jag är med i någon grupp på Facebook med pensionstips och tricks och jag följer några olika kvinnor på Instagram också som tipsar. Jag är också med i någon grupp för kvinnor på Facebook, ekonomisten eller något sådant heter den. (Annika, 54 år)

Även Annika tillgodoser det sociala behovet genom att socialisera med andra om olika investeringsmöjligheter. I det insamlade materialet finns alltså bevis på att fondsparare upplever en känsla av gemenskap genom att socialisera med andra om sitt fondsparande. Detta kan även tolkas med hjälp av femstegsmodellen då kommunikation med andra är ett exempel på en personlig kommunikationskälla. Vidare kan Annika resonemang tolkas som ett exempel på aktiv informationssökning då hon tar hjälp av nätverk som är specifikt utformade för att bidra med hjälp och tips. Vidare kan Kotler och Armstrong förklara detta som att Annikas beslut påverkas av sociala nätverk och referensgrupper, som är en del av de sociala faktorerna.

4.3.2 Glädje i att investera för nöjes skull

Ett sätt som påverkar den glädje som respondenterna upplever vid investeringsbeslut är hur de uppfattar risknivåer. I intervjuerna togs spänningsfaktorn upp ett flertal gånger utifrån riskaptiten som fondspararna har. Ett par respondenter fann högriskfonder attraktiva eftersom de drogs till den spänning de upplevde där samt den glädje som spänningen utmynnade i. En respondent beskrev hur en attraktiv fond ser ut för henne:

Jag gillar fonder som har hög risk och hög avkastning för att det känns bättre, det känns ju lite kul! (Mathilda, 23 år)

Detta beteende kan utifrån Kotlers och Armstrongs teori förklaras genom konsumentens motivation, som är en psykologisk faktor till varför man väljer att konsumera något.

Motivationen är drivkraften att tillfredsställa ett behov och i Mathildas fall är det ett behov av att

känna glädje i investeringen, vilket får henne att söka sig till högriskfonder med hög avkastning. Alltså påverkar glädje Mathildas investeringsbeslut ända ner till valet av en specifik fond. Spänningen och glädjen som Mathilda får av högriskfonder kan enligt femstegsmodellen också vara ett internt stimuli. Vid fondsparande med hög risk konkretiseras spänningssökandet till en aktivitet för henne. Köpprocessen kommer påverkas av bland annat hur mycket risk hon är villig att ta men oavsett kommer samtliga steg formas kring sökandet efter spänning. I det insamlade materialet finns dessutom bevis som tyder på att lust och lekfullhet är en emotionell aspekt som påverkar respondenterna. Mathilda uttrycker lekfullhet i hennes fondsparande då hon finner glädje i spänningen att investera i fonder med högre risknivå. Fondsparande kan ses som en lek eller spel, ibland förlorar man och ibland vinner man men det är spännande att se vad som kommer hända med ens fonder. Vidare kan vissa beslut tas ur ett perspektiv av glädje som skiljer sig från det föregående. Efter att en av våra respondenter blivit tillfrågad att beskriva en attraktiv fond berättar hon hur hennes tidigare resmål har påverkat hennes beslut om vilka fonder hon investerar i idag:

Äh, jaa. Asså det första är ju potentiell avkastning. Sen kan det också vara spännande. Jag har varit i Indien ungefär tio gånger och då är det spännande med en Indienfond. (Hanna, 48 år)

Bland de fyra faktorerna av Kotler och Armstrong kan främst de psykologiska förklara detta uttalande, det är en blandning av motivation och attityd. Hannas motivation till att konsumera, eller i detta fall köpa sig in i fonden, är för att hon haft trevliga upplevelser i Indien och då väljer att spara i en Indienfond. Därutöver kan Hannas intresse för Indienfonder tolkas med hjälp av femstegsmodellen då hon uttrycker en positiv inställning, baserat på positiva upplevelser, till Indien. Här kan Hannas agerande förklaras utifrån det som Kotler och Keller hävdar om individuella attityder och övertygelser: konsumenter tenderar att handla i enlighet med produkter och idéer de har en positiv inställning till. Eftersom dessa återkommande resor till Indien har bidragit med glädje kan samma glädje kopplas till annat som har med landet att göra. Hon kan därför känna samma glädje för till exempel fonder från Indien som hennes egna upplevelser. Vi tolkar att Hannas attityd till Indien bidrar till att hennes bild av att fonden eventuellt gör den mer attraktiv än vad den kanske, rent objektivt sett, är.

4.3.3 Glädje i meningsfulla investeringar

En aspekt av glädje som var återkommande i materialet är att en del fondsparare gör investeringar för att uppleva glädje och meningsfullhet längre fram i tiden, antingen för sig själv eller för någon annan. Skillnaden mellan denna aspekt och investeringar för nöjes skull är att de meningsfulla investeringarna utlovar glädje i framtiden medan investeringarna för nöjes skull ger glädje och spänning i stunden. Investeringarna som tolkas som meningsfulla kommer från att respondenten angav ett tydligt syfte med den. En respondent berättar hur hon har investerat för sina barn:

När barnen skulle fylla 18 skulle de ha en större summa pengar att göra något kul för.
(Dragana, 58 år)

Dragana ser sin investering inför barnens 18-årsdag som meningsfull och något som kan bidra med mycket glädje, såväl för hennes barn som för henne själv. I Draganas fall kan beslutet förklaras av både sociala och psykologiska faktorer. Kotler och Armstrong menar att familjen, en av de sociala faktorerna, har ett starkt inflytande på våra konsumtionsbeslut. En av de psykologiska aspekterna är motivation, vilket är ytterligare en förklaring till investeringsbeslutet. När Dragana först kände önskan om att ge sina barn denna summa pengar på deras 18-årsdag skapade det en motivation hos henne till att göra en sådan investering. Den upplevda glädjen kommer därför både att finnas hos barnen och Dragana. En annan respondent berättar följande om syftet med hans fondsparande:

...vill ha till framtiden så som insats till lägenhet och allt annat man behöver i livet. (Ali, 25 år)

Planen som Ali beskriver kan förklaras genom en av de personliga faktorerna som Kotler och Armstrong skriver om, vilket livsstadium personen befinner sig i. Ali beskriver att han fondsparar för sin framtida lägenhet, vilket är en vanlig plats att befinna sig i livet i Alis ålder. Vad han uttrycker är också ett tydligt tecken på behovet av säkerhet enligt Maslows behovsteori.

Alla människor har behov av säkerhet men behovet kan bli uppfyllt på olika sätt, bland annat genom stabil ekonomi och trygghet inför framtiden. Att fondera som förberedelse inför ett framtida köp av lägenhet är att lägga ut en grund för denna ekonomiska trygghet.

Dels innebär en egen bostad mycket trygghet så investeringen nu är en dessutom en brygga för att Ali ska försäkra sig om trygghet och stabilitet även längre fram i tiden, efter denna nyttjandet av denna fondinvestering.

4.4 Känsla av uppskattning och självförverkligande

Ett återkommande tema som urskiljs vid undersökningen av det insamlade materialet handlar om vad investeringsbeslutet säger om fonderaren. Då intervjuerna genomfördes förstod vi att detta var en viktig emotionell aspekt för ett övervägande antal respondenter. Vi fann att, liksom Russell Belk menar, fonderaren betraktar, medvetet eller omedvetet, investeringar som en förlängning av sig själv. Denna emotionella aspekt har delats upp i känsla av uppskattning och känsla av självförverkligande.

4.4.1 Känsla av uppskattning

Då investeringsbeslut och individens självbild är nära relaterade, kan ställningstaganden inom fonderande vara avgörande för hur fonderaren ser sig själv. Detta resulterar bland annat i att respondenterna tar hänsyn till olika aspekter och gör vissa etiska ställningstaganden inför investeringsbeslut. En respondent som tar etiska ställningstaganden är Klara. Hon beskriver en typ av fond hon inte skulle vilja investera i på följande sätt:

Det skulle nog vara en fond som satsar på någon oetisk bransch. Med cigaretter och vapen och så. Det skulle inte kännas bra. Det skulle kännas bra att investera i framtiden och det som är bra för samhället. Att man går mot ett bättre samhälle. Det kommer avkastning för att man går åt en bra riktning, teknik och livsmedel och vad det nu kan vara. Man vill kunna känna sig som en medveten konsument. Att mitt investering gör skillnad. (Klara, 46 år)

Då det insamlade materialet undersöktes fann vi att det finns en generell attityd och tro kring att vissa branscher är oetiska. Några av de återkommande branscherna som respondenterna uttrycker är oetiska är relaterade till vapen, olja, miljöförstöring, tobak och kasinospel. Detta kan tolkas, med hjälp av femstegsmodellen, som en generell attityd och inställning. Klaras agerande kan förklaras som ett resultat av denna inställning då hon avstår från att investera i branscher som hon har en negativ inställning till. Citatet ovan kan även tolkas som ett sätt för Klara att tillgodose behovet av aktning. Genom att förkasta fonder som är relaterade till oetiska branscher presenterar Klara sig själv som en empatisk, godhjärtad och ansvarstagande individ med en tydlig moral. Resonemanget tolkas som ett sätt för Klara att visa att hon besitter aktningvärda egenskaper. Hon uttrycker även att hon vill känna sig som en medveten konsument och att hennes investeringar ska ha en positiv inverkan på samhället, vilket tolkas som ett sätt att få uppskattning från andra. En annan respondent som understryker uppfattningen att vissa branscher är oetiska är Peter. Han beskriver följande:

Det finns visserligen fonder som är hög avkastning på men som handlar om vapen, sprit och andra sådana saker som visserligen alltid kommer ge avkastning men någon måtta får det vara. Det måste finnas någon etik i sammanhanget. (Peter, 77 år)

Respondenterna indikerar att det finns tydliga normer om hur man som fondsparare bör tänka och agera. Peter uttrycker, likt Klara, att moral och etik spelar en viktig roll när det kommer till investeringsbeslut. Vidare beskriver Peter att det "måste" finnas någon etik i sammanhanget, vilket kan tolkas som en individuell åsikt. Däremot tyder det insamlade materialet på att detta resonemang grundar sig i viljan att leva upp till normen om att man som fondsparare bör bry sig om moral och etik. En annan respondent berättar följande:

Det känns ju inte så trevligt att vinna pengar på att folk förstör miljön. Några sådana avvägningar får man ändå göra. (Mathilda, 23 år)

Mathildas resonemang bekräftar att det finns en norm för hur man som fondsparare bör agera då hon beskriver att man som fondsparare "får göra" vissa etiska avvägningar när man investerar i fonder. Både Peter och Mathilda uttrycker sig på ett sätt som tyder på att deras investeringsbeslut påverkas av vad som förväntas av dem. Även detta kan kopplas till Maslows behovspyramid och

behovet av aktning. Att följa normer kan vara ett sätt för fondsparare att få uppskattning från andra då man agerar på ett sätt som är socialt accepterat. Vidare kan etiska ställningstaganden ha en positiv inverkan på fondspararens rykte vilket resulterar i en känsla av värde och tillräcklighet. En annan respondent beskriver hur han ser på etik och fondsparande på följande sätt:

Miljöfokus och etiskt fokus är inte ett dugg viktigt för mig, hemskt att säga. Eller etiskt, jag skulle väl inte köpa om Stasi hade någon aktie, men det är inte så att jag skulle undvika att köpa för att jag såg att det var något bensinbilsföretag. Jag är kanske en hemsk människa men i så fall avstår jag hellre från produkterna än aktierna och fonderna. Jag ser inte aktierna som produkt. (August, 20 år)

Detta är ytterligare ett exempel på att det finns en uppfattning om att man som fondsparare bör göra vissa etiska ställningstaganden. Detta exemplifieras då August indikerar att avvikande från normen kan uppfattas som något negativt. August indikerar att han är normbrytande då han är medveten att han inte tänker en fondsparare bör tänka kring miljö och etik. Vidare beskriver August att han hellre avstår från att köpa vissa produkter än att avstå från att investera i vissa fonder vilket tolkas som att August anser att företagen bär det huvudsakliga moraliska ansvaret. Peter delar denna uppfattning och resonerar på följande sätt:

Sedan i dagens tider är det ju det här med hållbarhet och miljövänligt, det är viktigt det också men ska inte vara avgörande när man väljer fond. Hellre hållbart i avkastning. Fonden investerar i aktier som ett företag ger ut och det är företaget som bär huvudansvaret för att det ska vara hållbar utveckling, miljövänligt och alltihopa. Tycker inte det är så mycket som en fond ska bära ansvar för. (Peter, 77 år)

Detta kan tolkas som ett sätt för respondenterna att kringgå etiska ställningstaganden. Respondenter som argumenterar för att ansvaret ligger på någon annan, friskriver sig ansvaret och därmed påverkas inte den individuella självbilden av de fonder man väljer att investera i. Detta kan tolkas, med hjälp av femstegsmodellen, som en strategi för att minimera den upplevda sociala risken av ett investeringsbeslut som inte är socialt accepterat. Detta kan även kopplas till behovet av aktning. Det insamlade materialet tyder på att olika kompetenser och egenskaper kan

anses vara aktningvärda i investeringssammanhang. Därav kan egenskaper som tyder på att man är en seriös investerare leda till uppskattning från andra. I August fall tillgodoser han sitt aktningbehov genom att presentera sig som en analytisk fondsparare som inte påverkas av emotioner. Även Peter tillgodoser aktningbehovet då han inte låter hållbarhet vara en avgörande faktor i investeringsbeslut. Fondsparare som visar att de är analytiska och fokuserade på avkastning tillgodoser aktningbehovet eftersom dom får uppskattning och respekt från andra, likasinnade individer.

4.4.2 Känsla av självförverkligande

Det insamlade materialet indikerar att respondenterna till stor del påverkas av hur dom uppfattas av andra. Då respondenterna ser fondsparandet som en förlängning av sig själva påverkas deras resonemang och investeringsbeslut av deras självbild och vem dom vill vara. En respondent berättar följande om vad som är viktigt för henne inför investeringsbeslut:

Att det känns som en bra investering, att man kommer få avkastning på sitt kapital. Men sen tänker jag mer nu på vad jag bidrar med mitt kapital till... Det känns som att man kan få både bra avkastning och göra skillnad och det känns mest intressant för mig. Om jag kände att jag kunde tro på ett sånt alternativ skulle jag absolut investera i det. Allt annat lika och det ena är bättre etiskt så hade jag valt det. (Klara, 46 år)

Detta kopplas till det femte och sista behovet i Maslows behovspyramid och självförverkligande. Maslow menar att det är av vikt för människan att uppnå specifika ideal eller värden. Klaras resonemang tolkas som att hon tycker att en ideal fondsparare är empatisk, tar ansvar och bidrar till något positivt med sitt kapital. Hennes sätt att resonera indikerar på att hon strävar efter att uppnå denna bild då hon anser att det är viktigt att vara medveten och vill känna att hennes investeringsbeslut gör skillnad. Klara fortsätter med att beskriva vad som är mindre viktigt för henne inför investeringsbeslut:

Jag bryr mig inte om det är coolt eller inte, jag behöver inte säga något för min status. Jag kommer till exempel gå till den banken som är bäst alternativ. Jag kommer välja bästa

alternativet som ger bäst resultat. Jag bryr mig inte i att investera i något för att det är coolt. (Klara, 46 år)

Detta tolkas som att Klara anser att en ideal fondsparare även rationell och självständig. Därav strävar Klara efter att inte påverkas av vad andra gör. En annan respondent beskriver följande:

Miljöfokus och etiskt fokus är inte ett dugg viktigt för mig, hemskt att säga. Eller etiskt, jag skulle väl inte köpa om Stasi hade någon aktie, men det är inte så att jag skulle undvika att köpa för att jag såg att det var något bensinbilsföretag... (August, 20 år)

August tolkas vilja uppfattas som en analytisk och noggrann investerare som inte påverkas av emotionella aspekter. Detta kan bero på att August tycker att dessa är egenskaper som en framgångsrik investerare har och strävar därför efter att uppnå detta ideal. Klara och August strävar efter att uppnå idealet men deras tillvägagångssätt skiljer sig åt då de har olika syn på vad som är en idealisk fondsparare. Klara, som upplever att en stark moral är idealet, skiljer sig från August som upplever att vara analytisk och avkastningsorienterad är ideala egenskaper hos en fondsparare. I det insamlade materialet finns ytterligare exempel på egenskaper som respondenterna upplever att en ideal fondsparare besitter. Dessa innefattar bland annat egenskaper som äventyrlighet, noggrannhet och riskbenägenhet. Gemensamt för respondenterna är att man vill uppfattas på ett sätt som går i enlighet det egna idealet.

5. Diskussion

I detta avsnitt förs en övergripande diskussion om de fynd som redovisats för i analysen.

Denna studie behandlar de emotionella aspekter som lyfts i materialet och därav har vi inte behandlat känslor såsom ilska och sorg. Studiens författare antog att även dessa känslor skulle kunna vara aspekter som påverkar fondsparare. Exempelvis skulle sorg på grund av en närstående som gått bort i en sjukdom kunna vara ett incitament för att investera i fonder kopplade till läkemedelsbranschen. Vidare antog författarna att respondenterna skulle uttrycka att fondens avsändare kan bidra till en känsla av trygghet då konsumentbeteende tenderar att påverkas av starka och välkända varumärken. Ett exempel på detta är fonder som förvaltas av en välkänd förvaltare eller ett välkänt varumärke såsom en bank. Avsaknaden av detta i det insamlade materialet kan tolkas bero på att respondenterna vill föra rationella resonemang vilket kan vara en omedveten, underliggande komponent.

Ur tidigare forskning har författarna upplevt att det finns en uppfattning kring att känslor inte är rationella. Denna uppfattning väcker en intressant diskussion om vad som är rationellt. Om en person som tidigare helt saknar vänner plötsligt får del i en gemenskap, då är det naturligt att personen vill bli uppskattad där och känslorna är därför högst rationella. Behovet av gemenskap och kärlek som Maslow beskriver är oerhört grundläggande för människors välmående. Att fortsätta dela deras gemenskap är rationellt för att känna samhörighet och fortsatt få sitt sociala behov uppfyllt.

Liksom nämnt i metodkritiken finns det i kvalitativa studier risk för att resultatet påverkas av vad författarna anser vara betydelsefullt. En annan vinkel på den kritiken är definitionen av emotionella aspekter. Inom forskningen på konsumentbeteende finns ingen definition av vad känslor är och således är det upp till författarna att tolka vilka emotionella aspekter som finns i respondenternas svar. Precis som att det i studien varit upp till författarna att avgöra vilka svar som anspelar på vilka känslor, finns det vissa svar som kunnat tolkas ur flera emotionella aspekter. Hur författarna valt att tolka materialet har därför kunnat påverka resultatet. Exempelvis överlappar rädsla delvis trygghet men vi har valt att separera dem av analytiska skäl, eftersom de tagit sig uttryck på olika sätt.

Utifrån den kunskap vi har nu efter arbetets gång har vår bild av fondsparande delvis förändrats och fördjupats. Vi har sett att även emotionella aspekter från externa omständigheter i livet påverkar fondsparande samt att det ofta finns en bakomliggande faktor som inte kan beskrivas genom traditionell finansiell forskning. Funderingar har väckts kring vilka övriga emotionella aspekter som kunnat dyka upp om fler fondsparare tillfrågas.

6. Slutsats

I detta avsnitt presenteras studiens slutsats som bygger på analysen av det empiriska materialet och studiens frågeställning besvaras. Dessutom redovisas studiens teoretiska och praktiska bidrag. Avslutningsvis förs ett resonemang kring möjliga förbättringar av studien och förslag på framtida forskning.

6.1 Slutsats

Syftet med studien är att öka förståelsen för vilka emotionella aspekter som påverkar de svenska fondspararnas konsumentbeteende och köpprocess i konsumtion av finansiella köp. Genom att analytiskt bearbeta det empiriska materialet kan författarna dra slutsatsen att svenska fondsparare påverkas av fyra emotionella aspekter och att olika fondsparare påverkas av dessa i olika utsträckningar. Detta tydliggörs då respondenterna återkommande uttrycker starka känslor i sina resonemang. Dessa är trygghet, rädsla, glädje samt känsla av uppskattning och självförverkligande.

Vi fann att fonder uppfattas som en trygg sparform men att faktorer som bidrar till trygghet är av vikt på grund av osäkerheten i produktens konstruktion. Känslan av otrygghet och instabilitet kan fungera som incitament till att börja fonsdspara samt att alla fondsparare, oavsett erfarenhet och kunskap, söker trygghet i någonting eller i någon. En emotionell koppling till en person kan vara kraftfullt och en stark tro på något kan vara en viktig drivkraft samt bidrar till trygghet. Ytterligare en emotionell aspekt som påverkar fondspararna är rädsla. Den kan grunda sig i en upplevd brist på kontroll, bland annat på grund av externa omständigheter. Rädsla kan även grunda sig i oro för att fatta fel beslut, vara för passiv eller att bli lurad. Glädje kan komma från att ens investering fyller ett syfte, exempelvis genom att spara till framtida saker för sig själv eller sina barn. Det finns också ett inslag som tyder på den lekande människan, det vill säga att investeringar kan bidra med spänning och lekfullhet, precis som att spela ett spel. Avslutningsvis påverkas fondsparare av en känsla av uppskattning och självförverkligande. Fondsparare kan söka uppskattning genom etiska ställningstaganden, följandet av normer och genom att visa att

man besitter vissa egenskaper. Slutligen vill fondsparare uppfattas på ett sätt som går i enlighet med vad man anser att en idealisk fondsparare är, vilket kan skilja sig åt mellan olika individer.

6.2 Teoretiskt bidrag

Denna studie bidrar med ett nytt perspektiv på den finansiella marknaden genom att man introducerar känslor och emotioner till en till synes känslökall värld. De valda teorierna användes i syfte att förklara människors beteende och motivering av val i konsumtionssammanhang. I vårt fall undersöktes konsumtion på den finansiella marknaden, vilket modellerna inte var specifikt framtagna för men fortfarande applicerbara på.

Femstegsmodellens syfte är att förklara de olika stegen som en konsument går igenom vid köp av en vara. För att göra modellen mer användbar inom vårt valda forskningsområde hade framtida forskare behövt bättre definiera personlighetens betydelse. Detta eftersom människor är högst olika och hur vi är spelar stor roll i bland annat hur vi uppfattar information samt vilka behov vi har. Kotler och Keller identifierar att det finns produkter som kräver olika typer av engagemang men ett finansmarknadsperspektiv, det vill säga köp av värdepapper, saknas för att få en djupare förståelse.

Konsumentbeteendets fyra faktorer försöker förklara varför konsumenter väljer att konsumera en specifik produkt. Modellen användes för att undersöka varför respondenterna gjort de val som de har gjort. Modellen skiljer inte på köp av olika slag utan kan generellt användas för att undersöka konsumentbeteende. Därmed hade framtida forskare kunnat specificera hur de olika faktorerna påverkar köp av finansiell karaktär.

Maslows behovsteori visar de olika behoven människor har. Självt öppnade Maslow upp för applicering av teorin på andra områden än traditionellt psykologiska. I studien användes behovspyramiden i syfte att förklara bakomliggande faktorer till beslutsfattande genom att härleda beslut till de olika behoven. För att teorin ska kunna appliceras bättre i framtiden hade framtida forskare behövt gå in djupare i hur människor agerar när de olika behoven dyker upp.

6.3 Praktiskt bidrag

Studien introducerade känslomässiga aspekter i en konsumtionsmiljö där man ofta förväntas vara känslolokall och rationell. Då det visat sig att fondsparare påverkas av känslor vid beslut kan marknadsförare och fondförvaltare dra nytta av detta. En högre förståelse för fondspararen och de bakomliggande drivkrafterna till investeringsbeslut är användbart för att optimera marknadsföringen av fonder. Detta kan även användas för att locka investerare och göra fonder mer attraktiva.

6.4 Förbättringar och framtida studier

En potentiell förbättring av studien är att undersöka en större urval respondenter. Genom att intervjua fler fondsparare hade en bredare bild kunnat ges samt hade kunnat visa på andra aspekter som ni inte uppkom. Ett annat sätt att förbättra studien hade varit att genomföra längre intervjuer där respondenterna får föra djupare resonemang. Då teorierna till stor del behandlar psykologin bakom de val som respondenterna gjort hade det varit fördelaktigt.

Vidare har det tillkommit nya frågeställningar under studiens gång. Något som är intressant inför framtida studier är att undersöka exempelvis vilka emotionella aspekter som påverkar fondförvaltare. Detta kan vara intressant att undersöka för att ett annat perspektiv på emotionernas betydelse i investeringssammanhang. Dessutom hade det varit intressant att undersöka hur aktieinvestorer påverkas av emotionella aspekter för ta reda på om resultatet skulle skilja sig från denna studies resultat. Ytterligare en intressant aspekt för framtida studier är att undersöka vad det innebär om man tar Maslow ännu mer på allvar, att använda hans teori som en samhällsbeskrivning. I Sverige är vi så pass privilegierade att vi kan ägna oss åt fondsparande. Det hade således varit intressant att undersöka om det finns potentiella skillnader hur fondsparare påverkas av emotionella aspekter baserat på individens etnicitet, religion, samhällsklass eller förmögenhet.

Referenser

Ackert, L., Church, K., & Deaves, R. (2003). Emotion and financial markets, *Economic Review (Federal Reserve Bank of Atlanta)*, Tillgänglig online:

<https://fraser.stlouisfed.org/title/884/item/601616> [Hämtad 12 november 2021]

Avanza, 2021. *Alla fonder*, Tillgänglig online:

<https://www.avanza.se/fonder/lista.html?lowCo2=true&sortField=totalFee&sortDirection=ASC&selectedTab=overview> [Hämtad 23 november 2021]

Avanza, u.å. *Vad är fonder?*, Tillgänglig online:

<https://www.avanza.se/lar-dig-mer/avanza-akademin/fonder/vad-ar-fonder.html#>
[Hämtad 23 november 2021]

Avanza, u.å. *Vilka fondtyper finns det?*, Tillgänglig online:

<https://www.avanza.se/lar-dig-mer/avanza-akademin/fonder/vilka-typer-av-fonder-finns-det.html>
[Hämtad 23 november 2021]

Belk, R. 1988. *Possessions and the Extended Self*. Journal of Consumer Research 15, no. 2.

Binet, L. 2009. *The dangers of common sense*. Market Leader. Summer 2009, Issue 45.

Bryman, A., Bell, E., & Harley B. 2019. *Business research methods*. Fifth edition. Oxford: Oxford University Press.

Dahlén M., Lange F. och Rosengren. 2017. *Optimal marknadskommunikation*. Uppl. 3. Stockholm: Liber AB

Fondbolagens Förening. u.å. *Så blev Sverige världs bäst på fondsparande.*, Tillgänglig online:

https://www.fondbolagen.se/fakta_index/sa-blev-sverige-varldsledande-pa-fondsparande/
[Hämtad 16 december 2021]

Glaser, B & Strauss, A. 1967. *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research*. AldineTransaction, A Division of Transaction Publishers. New Jersey.

Guba, E. & Lincoln, Y. 1994. *Competing Paradigms in Qualitative Research*. In N. K. Denzin and Y. S. Lincoln (eds), *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hill, D. 2010. *Emotionomics: Leveraging Emotions for Business Success*. Great Britain: Kogan Page Limited

Hoyer, W.D. 1984. *An Examination of Consumer Decision Making for a Common Repeat Purchase Product*. *Journal of Consumer Research*. Vol. 11.

Keynes, J. M. (2012). *The general theory of employment, interest and money*. New York. Cambridge University Press

Kotler, P. & Armstrong, G. 2016. *Principles of Marketing*, Global Edition, Essex: Pearson Education Limited.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan I. 2010. *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Kotler, P. & Keller, K. 2016. *Marketing Management*, Global edition, Essex: Pearson Education

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitative forskningsintervju*. Lund: Studentlitteratur.

LeCompte, M. & Goetz, J. 1982. *Problems of Reliability and Validity in Ethnographic Research*, *Review of Educational Research*.

Lerner, Li, Valdesolo och Kassam. 2015. Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, Tillgänglig online:

<https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-psych-010213-115043?fbclid=IwAR2tkgNumwNG99QX3pfONv7mkevAOABLfeOlyFt2zv-PiYN35qdBq5OyDpg> [Hämtad 23 november 2021]

Maslow, Abraham, H. (1970). *Motivation and personality*. 3 uppl. New York: Harper & Row.

Neher, A. (1991). *Maslow's theory of motivation: A critique*. Tillgänglig online:

<https://journals-sagepub-com.ludwig.lub.lu.se/doi/pdf/10.1177/0022167891313010>, [Hämtad 15 december 2021]

Nordfält, Jens (2007). *Marknadsföring i butik*. 3.uppl. Malmö: Liber AB.

Olshavsky, Richard W. och Granbois, Donald H. (1979). *Consumer Decision Making—Fact or Fiction?* Journal of Consumer Research. Vol. 6. No.2.

Schmitt, B. 1999. *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Brand*, New York: The Free Press.

Statistiska Centralbyrån. 2021. *Investeringsfonder 3:e kvartalet, 2021*. 24 November. Tillgänglig online:

<https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/finansmarknad/finansiella-foretag-forutom-forsakringsforetag/investeringsfonder-tillgangar-och-skulder/> [Hämtad 16 december 2021]

Solomon, M. 2013. *Consumer behavior: buying, having, being*. 3 uppl. Australien: Pearson.

Swedbank, u.å *Fondtyper - olika typer av fonder.*, Tillgänglig online:

<https://www.swedbank.se/privat/spara-och-placera/fonder/fondskolan/fondtyper.html>
[Hämtad 23 november]

Appendix

A. Intervjuguide

Introduktionsfrågor:

- Godkänner du att vi spelar in intervjun?
- Hur stor erfarenhet har du av att investera i fonder?

Ämnesspecifika frågor:

1. Hur mycket kunskap har du om fondmarknaden och fonder i allmänhet?
2. Har du investerat i fonder? Varför har du valt att investera i dem?
3. Kan du berätta om ditt senaste investeringsbeslut?
 - a. Gör du ofta så?
 - b. Hur kändes det då?
 - c. Hur känns det nu?
4. Vad skulle kunna få dig att vilja investera i en fond? Kan du beskriva en “attraktiv” fond?
5. Kan du beskriva en typ av fond som du inte skulle vilja investera i?
6. Vad är viktigt när du gör dina investeringsbeslut?
7. Vad är mindre viktigt i dina investeringsbeslut?
8. Hur får du information om fonder och investeringsmöjligheter?
9. Vad är dina känslor inför framtiden?