

Örebro Universitet, HT2014
Handelshögskolan
Självständigt arbete 30 HP
Handledare: Pia Lindell
Examinator: Christina Öberg

Intentioner till hållbart konsumentbeteende

Med fokus på hållbara fonder

Abstract

Socially responsible products are something that has been given more attention the last decades, especially in Sweden, which is a country, distinguished when it comes to these types of products. The Swedish consumers have started to think about and evaluate where they should invest their money and if the investment are socially responsible. Mutual fund investments are very popular in Sweden and the financial market provides socially responsible funds where the Swedish consumers can choose to make put their money into. This study concentrates on what factors the Swedish consumers are affected by when it comes to investing in socially responsible funds. Previous research has provided results within other countries that have shown what the consumers intentions are affected by when it comes to investing in socially responsible funds. The factors focused in this study are also those who affect the intention to invest in socially responsible funds. The results demonstrated that the Swedish consumers, whether they had a high or a low intention, focus on the financially return in their investment. Other factors that influenced their intention strongly are how accessible it is to buy socially responsible funds, how reliable they are and that family and friends doesn't seem to affect their investment choice at all.

Sammanfattning

Hållbara produkter är någonting som uppmärksammas alltmer de senaste decennierna, särskilt i Sverige som är ett framstående land gällande socialt ansvarsfulla produkter. Därmed har också svenska konsumenter i större utsträckning börjat fundera över och bestämma var de placerar sina pengar och vilken inriktning som placeringen har. Fondsparande är populärt i Sverige och den finansiella marknaden erbjuder socialt ansvarsfulla fonder som konsumenterna kan välja att placera sina pengar i. Denna studie inriktar sig därför på att ta reda på vad de svenska konsumenterna påverkas av när det kommer till att placera i hållbara fonder.

Utgångspunkten är tidigare forskning i andra länder där man undersökt vad som påverkar konsumentens intention till att investera i hållbara fonder. De faktorer som undersöks i denna studie är sådana som påverkar intentionen till att investera i hållbara fonder. Resultatet visar att de svenska konsumenterna, vare sig de har en låg eller hög intention, tycker att den finansiella avkastningen är det som påverkar starkast till att investera i hållbara fonder. Andra faktorer som påverkar intentionen starkt hos de svenska konsumenterna är hur lättillgängligt det är att handla hållbara fonder, hur pålitliga de anses vara samt att familj/vänner inte påverkar i någon större utsträckning.

Innehållsförteckning

1.0 INLEDNING	5
1.3 FORSKNINGSPRÅGOR	7
1.4 SYFTE	7
1.5 AVGRÄNSNING	7
2.0 REFERENSRAM	8
2.1 HÅLLBARA FONDER/SRI-FONDER	8
2.2 TEORIN OM PLANERAT BETEENDE (TPB)	8
2.3 Attityder	9
2.3.0 Risk.....	9
2.3.1 Långsiktighet.....	10
2.3.2 Finansiell avkastning/socialt ansvarsfull.....	10
2.4 SUBJEKTIVA NORMER	11
2.5 UPPLEVD BETEENDEKONTROLL	12
3.0 UTVECKLING AV UNDERSÖKNINGSMODELL	14
3.1 ANTAGANDEN	14
4.0 METOD	18
4.1 STEGPROCESSEN VID URVAL AV FORSKNINGSPRÅGOR	18
4.2 FORSKNINGSTRATEGI – KVANTITATIV	18
4.3 FORSKNINGSDSIGN	18
4.4 URVAL	19
4.5 KRITIK MOT URVAL	19
4.6 DATAINSAMLING ENKÄTER	20
4.7 UTFORMNING AV ENKÄTEN.....	20
4.8 FÖR- OCH NACKDELAR MED SLUTNA FRÅGOR.....	21
4.9 OPERATIONALISERING AV FRÅGESHEMA.....	21
4.10 SKALA	24
4.11 REGRESSIONSANALYS I SPSS	24
4.12 REPLIKATION, RELIABILITET OCH VALIDITET	25
4.13 METODKRITIK.....	27
5.0 RESULTAT OCH ANALYS	28
5.1 ANALYS AV ANTAGANDENA.....	28
5.2 HÖG OCH LÅG INTENTION HOS SPARARNA	30
5.3 SOCIO-DEMOGRAFI KONTROLLVARIABLER.....	34
6.0 SLUTSATS	36
6.1 FORTSATT FORSKNING	36
7.0 KÄLLFÖRTECKNING	37
7.1 VETENSKAPLIGA ARTIKLAR.....	37
7.2 INTERNETKÄLLOR.....	38
7.3 LITTERATUR.....	39

1.0 Inledning

I följande kapitel presenteras uppsatsens bakgrund och problematisering för det aktuella ämnet. Kapitlet innehåller vidare forskningsfrågor, syfte och bidrag samt avgränsning.

1.1 Bakgrund

De senaste decennierna har produkter som tilltalar människors samvete ökat markant och konsumenter har idag tillgång till ett allt mer omfattande utbud av socialt ansvarsfulla produkter. Sociala samhällsfrågor har således blivit en viktig del i många individers dagliga val och beslut och det är därmed inte konstigt att det även fått ett genomslag på fondmarknaden. (Nilsson 2010) Hållbara fonder (även kallat SRI-fonder) är motsvarande produkt på den finansiella marknaden och kan kort beskrivas som fonder som i investeringsprocessen tar hänsyn till sociala, etiska och miljömässiga kriterier (Hofmann et al, 2009). Sverige nämns ofta som ett framgångsrikt land sett till hållbarhetsaspekter och många bidrar till ett hållbart samhälle genom att handla ekologiskt, stödja närproduktion, tänka miljömedvetet eller genom att skänka pengar till olika välgörenhetsorganisationer. Intresset för vad man egentligen investerar i på den finansiella marknaden ökar stadigt men än är det långt ifrån många som tänker på vad de stödjer för bolag genom sitt fondsparande. (tryggareframtid.se) Att spara i fonder har blivit vanligare bland befolkningen i allmänhet och man kan se en tydlig trend där fler väljer att investera sina sparpengar i fonder istället för på ett traditionellt sparkonto (Nilsson 2008). Detta återspeglas väl i Sverige där det är i särklass den vanligaste sparformen. Undersökningar visar att 94 procent av Sveriges befolkning, i åldrarna 18 till 74, på något sätt investerar i fonder och intresset ökar för varje år (aktiespararna.se). Fonder är således en stor och viktig del i dagens ekonomiska samhälle och inom den finansiella sektorn har hållbara investeringar i och med den ökade trenden växt sig allt större och blivit en modern och alltmer populär marknad (Lewis & Mackenzie, 2000). Bara det senaste decenniet har hållbara fonder vunnit allt större mark i Europa och jämför man med för bara 15 år sedan fanns det inte några hållbara fonder att investera i. I USA och Storbritannien förändrades marknaden för hållbara fonder för decennier sedan medan den i Sverige och övriga Europa fortfarande är en relativt ny marknad (Hofmann et al 2009). Konsumenter kan alltså själva välja om de vill investera sitt kapital på ett mer moraliskt och socialt ansvarstagande sätt och utbudet av dessa typer av fonder växer markant (Hofmann et al, 2009; McLahlan & Gardner 2004).

1.2 Problematisering

I Sverige kan man se att det finns ett stort engagemang bland privatpersoner där intresset för hållbart sparande ökar vilket till stor del kan förklaras av en ökad medvetenhet hos konsumenter (tryggareframtid.se). En ökad efterfrågan på hållbara placeringar indikerar att det kan finnas ett utbyte för konsumenter utöver det finansiella och det tyder således på att sociala aspekter kan påverka investeringsvalen, vilket motsäger fondmarknadens huvudsakliga syfte (Hofmann et al, 2009). Investeringsbeslut borde ur en rationell synvinkel fattas själviskt eftersom moraliska överväganden skulle kunna innebära ineffektivitet genom att minska valmöjligheter

av antal möjliga investeringar. Detta skulle rationellt innebära att risken i investeringsportföljen ökade eller att avkastningen minskade (Hofmann et al, 2009). Ur en nyttoximerande investerings synpunkt skulle det således inte finnas några preferenser för att handla hållbart om det inte vore för högre avkastning då endast det rent ekonomiska övervägandena borde styra investeringsbesluten. Nilsson (2012) för i en av sina studier en diskussion kring att hållbara sparare väljer hållbara fonder i syfte att generera en bättre finansiell avkastning och att dessa sparare nödvändigtvis inte behöver ha någon etisk avsikt med sin placering. Michelson et al (2004) för ett liknande resonemang om att de som väljer att investera hållbart har för avsikt att generera mer avkastning och att de således inte bryr sig om sociala problem överhuvudtaget. Även Lewis (2001) styrker detta argument då han framhäver att de som faktiskt investerar hållbart i stor utsträckning tar hänsyn till placeringarnas avkastning. Hofmann et al (2009) däremot beskriver att respondenterna i deras studie även ser de hållbara motiven som en stor drivande faktor för att välja dessa investeringar och de ser sina fonder ur ett långsiktigt perspektiv där de avser att faktiskt göra skillnad för miljö och samhälle med sina investeringar. Genom att exempelvis främja vissa företag med frambringande idéer som alternativ energi tyckte de hållbara spararna att deras samvete lättade och att de bidrog till ett bättre samhälle. Adam & Shuaki (2014) menar att en viktig drivkraft till att handla hållbart snarare ligger i det sociala nätverket. Om en individ befinner sig i en omgivning som investerar hållbart och som således talar mycket om dessa investeringar kommer incitamenten och intentionen att öka för att handla hållbara fonder. Detta är i motsats till vad Hofmann et al (2009) diskuterar då författarna i denna studie menar att det sociala nätverket inte påverkar investeringsvalen och att detta kan bero på att man inte gärna talar om sin egen ekonomi med personer i sin omgivning.

Diskussionen ovan har väckt tankar kring varför och hur konsumenter tänker kring att investera i hållbara fonder och utifrån dessa resonemang väcks frågan vad som egentligen påverkar intentionen till att handla hållbart hos svenska konsumenter. Det finns olika skilda resonemang kring vad som påverkar intentionen till att handla hållbart och det är således intressant att studera denna konsumentgrupps inställningar. Marknaden växer markant och det är därför intressant att se vad som påverkar intentionen till att handla hållbart samt vad som eventuellt kan förklara en lägre intention till hållbart sparande.

Ett antal andra forskare har tidigare använt sig av Ajzens teori om planerat beteende för att förklara investerares inställning till hållbara fonder, vilket gör att vi finner den användbar för vår studie. Se bl. a(Hofmann et al, 2009; Adam & Shauki, 2014). Denna teori består av tre komponenter: attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. Dessa används för att förklara en individs intentioner till ett beteende (Ajzen 1991). Intentionen är en stark motivationsfaktor som förklarar hur villig personen är för att utföra ett beteende. Studien tar alltså sitt avstamp i teorins byggestenar som förklarar intentionen och leder oss in på forskningsfrågorna nedan.

1.3 Forskningsfrågor

- Vad påverkar intentionen till att handla hållbara fonder hos svenska konsumenter?
- Vad påverkar intentionen hos de grupperna med låg kontra hög intention?

1.4 Syfte

Vi finner det intressant att undersöka en ny expansiv marknad för att kunna förklara intentionen till att investera hållbart. Dessutom är det intressant att utforska hur svenska konsumenter uppfattar produkten då Sverige är framstående sett ur ett globalt perspektiv vad gäller socialt ansvarstagande i andra branscher. Syftet med denna uppsats är således att bidra med ökad kunskap kring vad som påverkar intentionen till att handla hållbara fonder hos svenska konsumenter och vad som kan förklara ett negativt/positivt förhållningssätt hos de grupper med hög/låg intention.

1.5 Avgränsning

Uppsatsen avgränsas till ett konsumentperspektiv där vi enbart kommer att undersöka svenska konsumenters förhållningssätt till att investera i hållbara fonder. Tidigare studier påvisar att konsumenters beteendeintention signifikant påverkar konsumenters slutliga beteende (Ajzen, 2001). Vi utgår därmed från detta antagande och testar således inte sambandet mellan intentionen och det faktiska beteendet.

2.0 Referensram

I referensramen presenteras de teorier som kommer att användas för att besvara frågeställningen. Först följer en beskrivning kring hållbara fonder och hur de definieras. Därefter följer ett avsnitt om socio-demografi för att kunna tydliggöra investerarnas bakgrundsfaktorer. Teorin om planerat beteende presenteras och utvidgas genom att förklara vilka komponenter som används inom just detta område.

2.1 Hållbara fonder/SRI-fonder

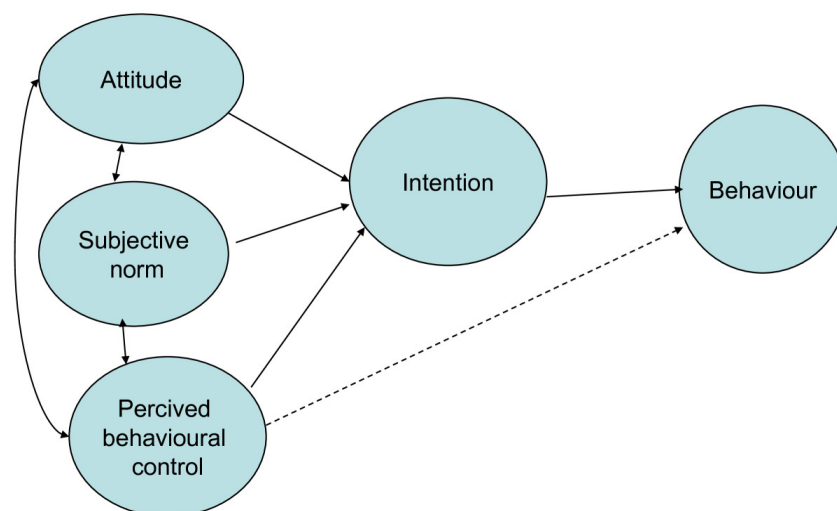
Sustainable and Responsible Investment (SRI) är ett samlingsnamn för ansvarsfulla och hållbara investeringar och innebär således att SRI-fonder är sådana fonder som tar hänsyn till olika socialt ansvarsfulla aspekter i de företag som kapitalet placeras i. (fondbolagen.se) Enligt lag är god etik och ansvarstagande dock någonting som alla fonder omfattas av, SRI-fonder har bara valt att gå lite längre i detta avseende. Avsikten är att det ska vara långsiktigt **hållbart** att investera i dessa fonder och förvaltarna propsar på att det är denna inriktning som kommer hålla längst på marknaden. Inriktningen på dessa fonder är ofta miljö, energi, klimatfrågor, mänskliga rättigheter, arbetsmiljöfrågor etcetera. Fonden kan välja att använda sig av en speciell strategi för att göra sitt urval. Antingen väljs företag bort utifrån vissa kriterier, så kallad negativ screening. Åt andra hållet kan förvaltaren välja in företag på grund av dess inriktning - positiv screening. Det finns även en tredje strategi där fondbolaget väljer att påverka verksamheten i företagen som de investerar i. (fondkollen.se) Dessutom har varje hållbar fond en särskild policy som de måste följa och redovisa utåt för att konsumenten på ett enkelt sätt ska förstå vilken inriktning fonden har. Det finns heller inget lagstadgat om vad en fond ska innehålla för att få kallas socialt ansvarstagande, däremot finns det riktlinjer som ska följas för att få marknadsföra fonden som sådan. Dessa riktlinjer finns att läsa genom ett vägledande uttalande från Etiska Nämnden för fondmarknadsföring (ENF). Lite kortfattat beskrivs dessa riktlinjer enligt följande punkter:

- Fondbolaget ska ha en tydligt definierad process över hur urvalet av placeringar hanteras
- De ska ha en kontrollfunktion som löpande övervakar urvalsprocessen
- Högst 5 % av omsättningen i bolaget får avse verksamhet som ej lever upp till de specifika krav som fondbolaget använder
- Placeringspolicy för fonden ska framgå
- I årsberättelse samt halvårsredogörelse ska fondbolaget redovisa hur placeringspolicyn uppfyllts med avseende på inriktningen eller om avvikelser skett från denna samt hur dessa hanteras
- All denna ovanstående information ska finnas lättillgängligt för kunden att hitta på hemsidan samt att det ska vara möjligt att få i skriftlig form

2.2 Teorin om planerat beteende (TPB)

Vi kommer att använda teorin om planerat beteende för att förklara vad som påverkar de olika investerarnas intention. Ajzen (1991) beskriver planned behaviour theory som en uppsättning av komponenter som leder till en intention. Beroende på hur uppfyllda dessa tre komponenter är desto starkare blir intentionen till ett specifikt

beteende. De tre komponenterna är attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. Hofmann et al (2009) använde sig av teorin om planerat beteende för att på så sätt kunna förklara inställningen till investeringsbeteendet.



Figur 1 Modell över teorin om planerat beteende

Intentionen förklaras som en avsikt att utföra ett beteende eller en förväntan att utföra ett beteende (Ajzen 1991). Detta innebär att vi kommer undersöka hur pass positiv inställning (Attityd) en person har till att handla hållbara fonder, till vilken grad individen blir påverkad av andra att handla hållbara fonder (Subjektiva normer) och hur pass väl en person tror att denne kan utföra beteendet att handla hållbara fonder (Upplevd beteendekontroll) på ett korrekt sätt. Ju mer uppfyllda dessa tre faktorer är, här åt en positiv riktning, desto starkare är individens drivkraft att utföra en handling.

2.3 Attityder

Enligt teorin om planerat beteende uppstår en attityd från underliggande antaganden som en individ har om ett objekt.(Ajzen, 1991). Dessa antaganden som påverkar attityden formas av förväntade egenskaper, tidigare erfarenhet, eller genom att man associerar objektet med liknande produkter. Individen kopplar sedan samman antaganden med de positiva eller negativa konsekvenser som beteenden kan leda till och värderar utfallet av beteendet utifrån detta. Summan av dessa värderingar är det som slutligen formar individens attityd. Beroende på individens antagande skapas således en positiv eller negativ attityd till objektet (Ajzen 2002). Det är givet att ju sämre erfarenhet av ett beteende desto mindre angelägen är en person att utföra ett beteende och vice versa. För att ta reda på huruvida en individ har en positiv eller negativ attityd till ett beteende mäts värderingar av utfallet av beteendet.

2.3.0 Risk

I investeringsbeslut är sannolikt konsumentens uppfattning om risk en viktig beslutsfaktor (Capon et al, 1994, 1996; Diacon och Ennew, 2001). Individens subjektiva attityd om risken i hållbara fonder bygger på att man som individ har en

uppfattning eller erfarenhet av ett investeringsbeslut som gett konsekvenser. På investeringsmarknaden kan det handla om att man investerar pengar i hållbara fonder och förlorat pengar vilket gör att man ser en större risk att investera i dessa bolag och att attityden blir negativ. Nilsson (2008) menar att lite forskning gjord på sambandet mellan risk och hållbara fonder. De fann inget samband i sin hypotes kring att hållbara fonder med en högre risk än traditionella fonder skulle påverka konsumentens beteende. Lewis & Mackenzie (2000) fann däremot att hållbara investerare har olika uppfattning om risken i hållbara fonder. Han fann att mer än hälften av respondenterna inte uppfattade att det var en högre risk med hållbara fonder och att risk således inte påverkade deras investeringsval.

2.3.1 Långsiktighet

Upplevd konsumenteffektivitet hänvisar till att konsumenter är mer benägna att agera i sociala frågor om de tror att deras beteende kan påverka den aktuella situationen. Konsumenten funderar således över de långsiktiga konsekvenserna i sitt investeringsbeslut och de som upplever att de kan göra skillnad i samhället genom att handla hållbara fonder kommer i större utsträckning även att investera i dessa (Nilsson 2008). Konsumentens resonemang om de långsiktiga konsekvenserna påverkar således attityden och intentionen till att handla hållbart. I sin undersökning finner han stöd för sin hypotes att upplevd konsumenteffektivitet i förhållande till hållbara fonder kommer att påverka konsumentens intention för hållbara fonder på ett positivt sätt. Dessutom finner han att även positiva attityder till hållbara frågor i övrigt påverkar investeringsbesluten. Hofmann et al (2009) beskriver attityder i sin studie bland annat genom att ta reda på vad experter och etiska investerare själva upplever att hållbart sparande kan leda till. De beskriver att respondenterna som faktiskt investerar hållbart är välvilligt inställda till att det kan leda till att framtida generationer får fördel av deras beteende. De är medvetna om att beteendet inte förändrar utfallet över en natt utan har en långsiktig inställning.

2.3.2 Finansiell avkastning/socialt ansvarsfull

Teorier om den ekonomiska människan och menar att konsumenten antas vara rationell och ta sina köpbeslut utifrån den högsta egna nyttan. Konsumenten kommer således att utvärdera och jämföra sina olika valmöjligheter för att sedan fatta sitt slutliga beslut. Beslutet kommer att göras utifrån själviska preferenser då de moraliska aspekterna skulle medföra ineffektivitet i beslutet. (Becker 1962; Hofmann 2009) Markowitz (1952) framhåller att en investerare resonerar och beslutar var denna ska placera sitt kapital efter högsta möjliga effektivitet benämnt som högsta avkastning till minsta möjliga risk i olika värdepapper. Han menar att risk och avkastning inte är ett linjärt samband, utan att det går att fördela risken genom att placera ut kapital på olika branscher, geografiska områden och så vidare. Tanken är alltså att investeraren är ekonomiskt rationell och kan välja fritt ur ett sortiment av investeringar. Enligt Blythe (2011) är dock konsumenten irrationell i egenskap av att de är människor, vilket innebär att konsumenten är känslostyrd och inte styrd av sitt intellekt. Det riktas kritik mot att människan helt och hållet skulle vara ekonomiskt

rationell i alla lägen (Tacconi 1996). En av slutsatserna som Hofmann et al (2009) kom fram till var att den traditionella investeraren bara fokuserade på avkastning medan den hållbara investeraren såg att både socialt ansvarsfulla parametrar kombinerat med den finansiella var viktig. McLahlan & Gardner (2004) menar att både traditionella investerare och hållbara investerare fokuserar på att få avkastning, men att den hållbara investeraren kan tänka sig avstå en något lägre procentsats i utbyte mot att investeringens placeringar är hållbar (Sparkes, 1998). Dock om avkastningen skulle minska drastiskt är det många av dessa som skulle vikta om till en annan inriktning. Nilsson 2010 beskriver att konsumenten som ska investera hållbart har ett förhållningssätt till socialt ansvarsfulla fonder att de faktiskt kan ge högre avkastning än traditionella fonder, eller åtminstone diversifiera risken och på så sätt ge en stabilare avkastning på lång sikt. Detta är dessutom i linje med vad Michelson et al (2009) beskriver om sina respondenters uppfattning om hållbara fonder.

2.4 Subjektiva normer

En subjektiv norm är en förväntan från omgivningen, inte allra minst från de individer som står en nära (Ajzen 1991). Normerna formar oss människor genom hela livet och redan i tidig ålder rättar vi oss efter och försöker leva upp till förväntningar från omgivningen. Johanson och Forsman (1995) menar att det handlar om en yttre självkänsla som bygger på att man som individ agerar efter omgivningens preferenser och på detta sätt lär man sig redan som barn vilka beteenden som är uppskattade eller inte. Den subjektiva normen tar sig således uttryck som en bekräftelse från omgivningen för ett visst beteende. Om en individ känner att det betyder mycket för denna att göra som människor i omgivningen anser, ökar motivationen till en handling (Ajzen 1991). Människors godkännande av ett beteende är därför en viktig del som kan leda till intention och beteende.

I Ajzen och Fishbeins studie från 2005 utvecklar de den subjektiva normen i två olika delar bestående av *injunktiva* normer och *deskriptiva* normer. Den injunktiva normen består av den ursprungliga definitionen som beskrivs ovan av Ajzen (1991), där individen agerar utifrån vad denna tror att omgivningen förväntar sig. Den deskriptiva normen utgår istället utifrån individens uppfattning kring hur omgivningen faktiskt agerar. Ett exempel på dessa två begrepp skulle kunna vara att en individ får påtryckningar från sin familj att denne *bör* handla ekologiskt, detta menar författarna är en typ av injunktiv norm. Om istället familjen alltid handlat ekologiskt utan att påtala detta så kan det bli ett naturligt beteende för andra familjemedlemmar, vilket är en form av deskriptiv norm.

Hofmann et al (2009) beskriver subjektiva normer som en mindre central del för att investera hållbart. Respondenterna i undersökningen påpekar att de bara delvis kan ha blivit påverkade av sina medmänniskor och författarna menar att detta kan förklaras med att människor överlag inte pratar om sina pengar. Å andra sidan nämner också respondenterna i undersökningen att sociala medier och regeringen kan påverka

allmänhetens uppfattning till att investera hållbart. Adam & Shauki (2014) redogör för att subjektiva normer påverkar intentionen för att handla hållbara fonder och menar att attityderna i hög grad påverkas av individernas subjektiva normer från personer i dess omkrets. Studien kan därmed klargöra att investerarens motivation i Malaysia stämmer väl överens med de subjektiva normerna. De menar att utfallen i hög grad förklaras av att individerna formas av sitt sociala nätverk och att det därmed inte bara är de ekonomiska skälen som påverkar ett hållbart investering.

2.5 Upplevd beteendekontroll

Att individen upplever att det finns möjligheter och resurser för att ens kunna utföra ett beteende är en viktig faktor för att uppfylla en intention, men den faktiska kontrollen undermineras det som individen upplever att den har kontroll över. Det vill säga att det är viktigare för intentionen att det finns en upplevelse av kontroll snarare än faktiskt kontroll. (Ajzen 1991) Denna tredje faktor i planerat beteende-teorin är det som skiljer den från teorin om motiverad handling. Det handlar om hur lätt eller svårt en individ tycker att det är att genomföra ett beteende och är det således enkelt att utföra så ökar chansen för intentionen och beteendet.

Gällande upplevd beteendekontroll skriver Hofmann et al (2009) att konsumenterna i deras undersökning upplevde att utbudet av SRI-fonder var litet och begränsat, vilket i sin tur hindrade respondenterna från att investera i hållbara fonder. De tyckte även att det var svårt att hitta information om vilka fonder som kunde tänkas vara ärliga i sin inriktning. Dessutom var det många som uttryckte av de upplevde att dessa hållbara fonder bara använde sig av en stämpel för att lura investerarna. En konventionell investerare uttryckte sig såhär: *"So far it is nothing more than a label"* Respondenterna eftersökte överlag en mer enhetlig hållbar stämpel med högre kontroll och transparens för att kunna utvärdera dessa fonder på ett riktigt sätt. Konsumenter ställs idag inför mängder av produkter med uttalade syften om att vara etiska och gröna vilket kan göra att det skapas en förvirring över vad som egentligen är trovärdigt. Undersökningar har visat att många konsumenter ställer sig väldigt skeptiska till hur produkterna egentligen minskar exempelvis påverkan på miljön. (Nilsson, 2008) (Gardyn, 2003) Detta medför att några konsumenter kan ha viljan att göra skillnad för samhället men inte går vidare med det genom just hållbara produkter. I vår studie skulle det handla om att man inte tror på att just hållbara fonder kan påverka samhället och därför inte väljer detta alternativ trots att man i övrigt kan vara socialt engagerad i liknande frågor.

2.6 Tidigare studier om investeringar - Den hållbara spararen

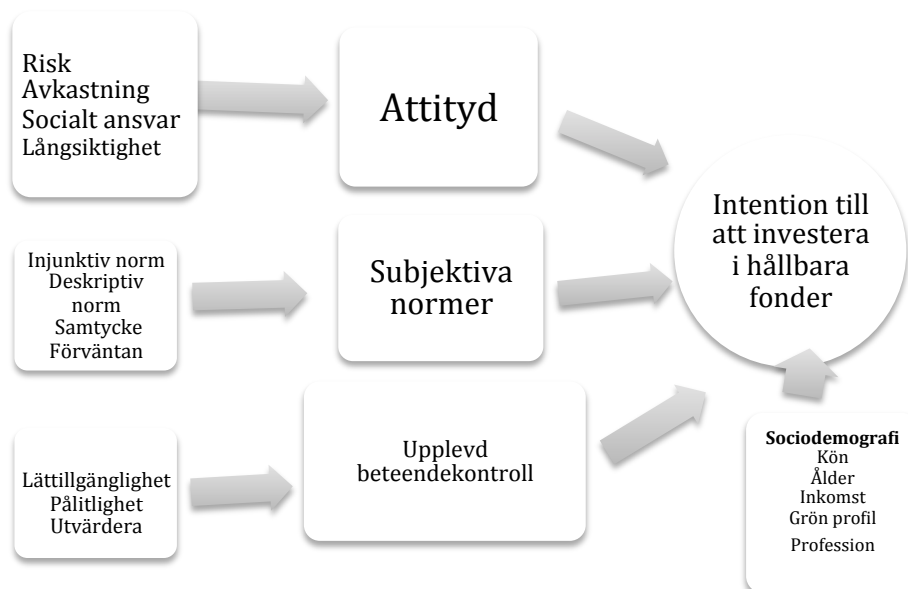
Rosen et al gjorde 1991 en undersökning på privata fondsparare där de bland annat ämnade besvara frågor kring vilka individerna som sparar hållbart är, hur de skiljer sig från traditionella investerare samt hur sociala kriterier påverkar deras investeringsbeslut. De kommer fram till att de som investerar i så kallade SRI-fonder är yngre, välutbildade och har något lägre inkomst jämfört med de som investerar traditionellt. Det sistnämnda hänger förmodligen ihop med åldern och att man inte

kommit lika långt i sin löneutveckling i arbetslivet. Murphy (1978) och Michelson et al (2004) kommer också fram till att socialt ansvarstagande konsumenter generellt är yngre och mer välutbildade. Dock belyser Murphy (1978) i sin studie att konsumenterna som handlar ansvarstagande ofta är mer förmögna än övriga populationen, vilket inte är i linje med vad Rosen et al (1991) fann i sin studie kring hållbara investerare och inkomst. Resultatet från Rosen et al (1991) indikerar även på att individer som sparar hållbart har en viss typ av livsstil. Det framgår att dessa individer ofta är involverade i ”hållbara” samhällsfrågor i övrigt och att nästan hälften av respondenterna i undersökningen var volontärer. Detta stödjer författarnas hypotes kring att hållbart sparande ofta är en aktivitet i en speciell typ av livsstil. Samtidigt visar studien att respondenterna inte är villiga att ge upp avkastning på grund av investeringsinriktningen. Michelson et al (2004) diskuterar motsatt och kommer fram till att en ”hållbar investerare” i viss mån ändå kan tänka sig att avstå lite avkastning i gengäld mot att inriktningen på investeringen är hållbar.

Aktuella studier visar på liknande resultat där det finns sociodemografiska variabler kopplade till ett hållbart investerande. Dock tyder det inte på att de har en viss typ av extrem livsstil som resultatet från Rosens et als studie från 1991 indikerar. Hofmann et al (2009) kom exempelvis fram till att livsstilen hos den privata investeraren spelar en viss roll för hållbara investerare och menar att om individen i övrigt bryr sig om liknande områden tenderar personen även att investera på samma sätt. Lewis & MacKenzie (2000) fann också att det som särskiljer de två typerna åt var att den hållbara investeraren i större utsträckning arbetade inom utbildning, hälsa och sjukvård samt att de var mer aktiva i miljöfrågor och i högre utsträckning engagerade i välgörenhet. Nilsson (2008) påvisar även att kvinnor är mer benägna att investera en större andel av sin totala portfölj i hållbara fonder och menar att den typiska hållbara investeraren är en högutbildad kvinna.

3.0 Utveckling av undersökningsmodell

Modellen nedan beskriver hur vi brutit ned komponenterna i teorin om planerat beteende. Vi använder således risk, avkastning, socialt ansvarsfullhet och långsiktighet för att mäta attityder. Injunktiv norm, deskriptiv norm, samtycke och förväntningar mäter de subjektiva normerna och lättillgänglighet, tillförlitlighet och möjlighet till att utvärdera mäter konsumentens upplevda beteendekontroll. Dessa tre (attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll) kommer att utgöra varsin faktor som kommer att säga någonting om hur positivt eller negativt dessa påverkar konsumentens intention för att investera hållbart. De socio-demografiska variablerna vi valt består av kön, ålder, inkomst, grön profil och profession för att kunna analysera eventuella samband mellan någon av dessa faktorer och intentionen till att investera hållbart i fonder. Dessa variabler har vi valt ut utifrån tidigare forskning där vi avser undersöka liknande och nya samband.



Figur 2 Undersökningens analysmodell

3.1 Antaganden

I vår undersökning tar vi reda på vad som påverkar konsumenten positivt/negativt till intentionen att investera i hållbara fonder. Nedan presenteras antaganden utifrån vår referensram och tidigare forskning som kommit fram till vad som påverkar en konsumentens intention positivt eller negativt till att investera i hållbara fonder. Antagandena är formulerade så att vi kan testa om dessa samband stämmer/inte stämmer för den svenska marknaden. Utöver antagandena kommer vi analysera intressanta grupper med hög kontra låg intention samt kontrollvariablerna. Tidigare forskning har påvisat att en hög intention leder till ett faktiskt beteende, vilket vi inte kommer att testa i denna studie, utan antar är sant.

Attityd - Finansiell avkastning

Hållbara sparare ser en möjlighet i att hållbara fonder kan ge en hög finansiell avkastning vilket borde påverka intentionen positivt. Tidigare forskning indikerar att hållbara investerare tror att dessa fonder kan generera en högre avkastning och att detta är en drivande faktor för att investera i dessa (Nilsson 2008). I sin senaste studie påvisar Nilsson (2012) ett antagande om att detta är den främsta motiveringsfaktorn för hållbara investerare. Detta är i enlighet med synen på den ekonomiskt rationella människan där man avser att investera sina pengar i fonder som kommer att generera en förväntad hög avkastning. (Becker, 1962; Hofmann et al, 2009; Markowitz 1952) Hållbara sparare har även en större tro på att hållbara företag i allmänhet är lönsamma. (Hofmann et al, 2009; Lewis, 2001) beskriver i sin undersökning att både traditionella sparare och hållbara sparare tänker på att få en bra avkastning när de investerar pengar, men att de traditionella mer öppet uttalar sig om att de faktiskt investerar för att få mer avkastning. Den socialt ansvarsfulla delen av en placering har alltså inte lika stor betydelse som den förväntade avkastningen. Attityden hos traditionella sparare överlag är att de tänker att hållbara fonderna förväntas ge lägre avkastning, vilket gör att intentionen borde bli negativ för dessa sparare med avseende på förväntad avkastning. Även McLahlan & Gardner (2004) menar att den traditionella spararen inte alls är lika villig som en hållbar sparare att ge upp avkastning för att investeringen är hållbar.

Antagande 1: Förväntad hög avkastning har en positiv påverkan på konsumenters intention

Socialt ansvarsfull

Konsumenter som tar socialt ansvar handlar här om att kunna tänka sig att avstå avkastning mot att göra ett hållbart val. Lewis (2001) kom i sin studie fram till att det fanns färre ekonomiska förklaringar för hållbara investerare och de var främst socialt hållbara aspekter som motiverade deras investeringar. Hållbara respondenter i hans studie uttalade sig om att deras främsta motiv inte handlade om att generera pengar utan att det handlade om att främja företag man tror på. Även Hofmann et al (2009) fann att det fanns mer än ekonomiska skäl till att hållbara sparare valde att investera i dessa fonder.

Antagande 2: Att vilja vara socialt ansvarsfull leder till att konsumenters intention påverkas positivt

Attityd - Långsiktighet

Hofmann et al (2009) beskriver hur hållbara sparare i sin studie upplever att deras val faktiskt kan påverka för framtida generationer och att dessa val inte förändrar samhället över en natt. Lewis (2001) fann i sin studie att flera respondenter menade att man måste ha tro på att investeringarna kan påverka samhället på lång sikt. Detta innebär att om man har en långsiktig tro på att produkten faktiskt kan göra skillnad

kommer intentionen att påverkas positivt. Han fann även att de hållbara spararna inte trodde på kortsiktiga effekter utan att det handlade om långsiktiga mål. Nilsson (2008) styrker detta där hans resultat visar att de som tror att deras investeringar kan göra skillnad på lång sikt tenderar att investera mer i hållbara fonder.

Antagande 3: En positiv syn på att hållbara fonder kan göra skillnad i samhället på lång sikt har en positiv påverkan på konsumenters intention

Attityd - Risk

Tidigare forskning visar på att få har funnit samband mellan risk och att investera i hållbara fonder. (Nilsson 2008) Lewis & MacKenzie (2000) kommer fram till i sin studie att hållbara investerare inte ser risk som ett hinder för att investera i hållbara fonder och därmed är det intressant att se om en låg förväntad risk bidrar till en positiv intention.

Antagande 4: Låg förväntad risk har en positiv påverkan på konsumenters intention

Subjektiva normer - Påverkan från familj/vänner

Detta antagande grundar sig i att omgivningen inte påverkar hållbara sparares investeringsbeslut. Hofmann (2009) påvisade att subjektiva normer inte hade någon större betydelse för intentionen att handla hållbart. Överlag så antydde de flesta att de sällan påverkades av vänner, släktingar eller samhället i helhet och några menade att det kan bero på det faktum att man sällan väljer att prata om pengar och investeringar. Adam & Shaukis (2014) studie från Malaysia indikerar motsatsen där flera respondenter svarade att de ofta talar om investeringar med sin närmsta krets och att detta kunde påverka investeringsbesluten. Här har vi dock valt att grunda vårt antagande utifrån Hofmanns (2009) studie då denna är gjord i Schweiz som är ett mer likställt land med Sverige.

Antagande 5: Familj och vänners förväntningar påverkar inte konsumenters intention positivt

Upplevd beteendekontroll - Pålitlighet

Hofmann et al (2009) beskriver hur traditionella sparare upplevde att hållbara fonder bara är ett sätt att marknadsföra sig och att det således inte gick att helt lita på deras inriktning. Den upplevda pålitligheten för de hållbara fonderna borde alltså påverka intentionen hos traditionella sparare negativt vilket innebär att vi tror att de upplever att de är opålitliga.

Antagande 6: Bristande pålitlighet påverkar konsumenters intention negativt

Upplevd beteendekontroll - Utvärdering

Hofmann et al (2009) beskriver i sin studie att respondenterna tycker att det finns svårigheter med att finna de hållbara fonderna, och att utbudet inte är helt definitivt. Konsumenterna påpekade att utbudet var begränsat och att de eftersökte en högre transparens för att kunna utvärdera och jämföra olika hållbara fonder. Eva Axelsson, hållbarhetschef på KPA, menar att en av de största utmaningarna som de har är att nå ut till sina kunder gällande hållbara fonders inriktning. En svårighet för konsumenten med att handla hållbara fonder är således att det än så länge är en svårdefinierad produkt vilket gör att det är svårt att veta exakt vad en hållbar fond är.

Antagande 7: Svårigheter i att kunna utvärdera hållbara fonder påverkar konsumenters intention negativt

4.0 Metod

Nedan presenteras uppsatsens metodologiska val i form av hur vi författare kom fram till den slutliga forskningsfrågan, vilken forskningsstrategi samt forskningsdesign studien har, studiens replikerbarhet, validitet och reliabilitet, urval och reflektion kring urvalet, information om datainsamling via enkäter, utformning av enkät och metodreflektion.

4.1 Stegprocessen vid urval av forskningsfrågor

Vi blev intresserade av att undersöka hållbara fonder och hur välkända dessa är för konsumenter på en svensk marknad. Från början hade vi tänkt ha ett företagsperspektiv när vi studerade hur pass socialt ansvariga dessa typer av fonder är och fann att det fanns en hel del förslag till fortsatt forskning inom området. Dock insåg vi att det kunde vara känsligt för fondbolagen att svara på frågor om hur pass socialt ansvariga de faktiskt är och vi ändrade således approachen mot ett urval som förmodligen kunde ge oss lite mer tillförlitliga svar, nämligen konsumenten. Dock är det svårt att definiera vad som exakt är hållbart för konsumenten så då fann vi att tidigare forskning gav förslag till att utveckla vad som påverkar intentionen till att investera i hållbara fonder är och vilka faktorer som möjliggör eller hindrar en konsument från att göra detta. Tidigare studier visade på det så kallade sociala dilemmat, att ställa maximal vinst mot socialt ansvarsfulla aspekter, behövde undersökas. Detta med hjälp av faktorerna i teorin om planerat beteende. Utifrån detta skapade vi våra forskningsfrågor ”*Vad påverkar intentionen till att handla hållbara fonder hos svenska konsumenter?*” Samt ”*Vad påverkar intentionen hos de grupperna med låg kontra hög intention?*”

4.2 Forskningsstrategi – kvantitativ

I denna studie används en kvantitativ forskningsstrategi, vilket innebär att vi har ett deduktivt förhållningssätt. (Bryman & Bell, 2005) Vi utgår således från teorin och prövar denna genom att jämföra denna med vår insamlade data. Jämför detta med kvalitativ forskning där insamlade data kan skapa en typ av teoribegrepp. Eftersom vi har för avsikt att mäta hur pass väl teoretiska antaganden hänger ihop med ett antal variabler passade den kvantitativa ansatsen bäst i denna studie. Vi har för avsikt att mäta hur pass negativ eller positiv inställningen är hos konsumenten med avseende på intentionen till att investera i hållbara fonder. I form av attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll har vi utvecklat mätbara begrepp som operationaliserar just dessa tre i mindre komponenter. Med detta menar vi exempelvis vad som avspeglar just attityd i frågan om intention till att investera hållbart.

4.3 Forskningsdesign

Valet av forskningsdesign är baserat på att vi samlade in data från mer än en respondent och i detta fall omkring ett hundratal respondenter för att åstadkomma data som vi ville kvantifiera. Denna typ av design kallas för tvärsnittsdesign och är användbar vid forskning som ska komma fram till olika sambandsmönster. (Bryman & Bell 2005) Typen av tvärsnittsdesign tar sin form i en surveyundersökning där

enkäter har skickats ut till cirka 100 respondenter. Sambanden vi har sökt efter är till vilken grad komponenterna från teorin om planerat beteende är uppfyllda när individen tänker/inte tänker investera hållbart och vad som skulle kunna förklara detta.

4.4 Urval

Denna studie baseras på ett urval av respondenter som vi ville skulle representera olika typer av socio-demografi. Vi ville således ha med olika profession, ålder, kön, inkomst etcetera för att få en uppfattning om vad olika segment av respondenter har för förhållningssätt till att investera i hållbara fonder. Detta var av intresse då vi i tidigare forskning sett att socio-demografins olika faktorer var något som kunde påverka inställningen av investeringsvalen. (Hofmann et al, 2009; Adam & Shauki, 2014; Lewis & MacKenzie 2000) Studien baseras på ett icke-sannolikhetsurval då vi exempelvis har valt ut vilka avdelningar från en specifik profession som vi skickat ut vår undersökningssenkät till. Denna typ av icke-sannolikhetsurval kallas för bekvämlighetsurval och är precis som namnet låter bekvämt på så sätt att respondenterna är sådana som finns tillgängliga för oss i vår tillvaro. (Bryman & Bell 2005) Urvalet består av studenter, banktjänstemän samt personal anställda inom vården. Vårt urval består av 93 respondenter som sammantaget representerar tre olika typer av professioner (med undantag för att vara studerande på universitet). Anledningen till att just dessa typer av professioner valdes ut var för att tidigare forskning hade sett någonting kring just yngre människor (här studenter) eller exempelvis att människor som jobbar med hälsa i större utsträckning investerar mer socialt ansvarsfullt, vilket var av intresse att kontrollera. (Hofmann et al, 2009; Adam & Shauki, 2014; Lewis & MacKenzie, 2000) Eftersom vi hade en initial kontakt med de olika avdelningarna fick vi en hög svarsfrekvens vilket alltid är bra. Dessutom fick vi en bra spridning vad gällde olika typer av socio-demografi.

4.5 Kritik mot urval

Kritik riktas mot denna typ av urvalsteknik då det förväntas ligga en fara i att göra ett bekvämt urval för att det kan anses vara svårt att generalisera resultaten (Bryman & Bell, 2005). För att kunna göra en generalisering behöver urvalet likna populationen. Eftersom studien baseras på svenska konsumenter har jämfört exempelvis ålder och kön på svenska befolkningen för att se hur många av våra respondenter som borde vara män/kvinnor och ligga i olika åldersspann. På SCB:s hemsida över statistik på svenska befolkningen 2013-12-31 återfinns information om att fördelningen mellan kvinnor och män är cirka 50/50. På hemsidan fick också fakta om ålder, där vi har valt ut span i åldrarna 17 år eller yngre, 18-30 år, 31-45 år och 45 år eller äldre där fördelningen under respektive span är 20,2 %, 17,2 %, 19,3 % och 43,2 % (SCB 2013). Målet var att komma så nära dessa procentsatser som möjligt för att få en hög representativitet. Vi har dessutom valt att inte ta med individer i spannet 17 år eller yngre då vi inte förväntar oss att en person i denna ålder har någon direkt uppfattning om investeringar och i synnerhet inte hållbara investeringar. Svarsfrekvensen från bekvämlighetsurvalet av respondenter förväntades bli hög och valet av respondenter

representerar olika segment av människor vilket bör ge intressanta resultat. Vi är dock medvetna om hur urvalstekniken kan påverka en kvantitativ undersökning gällande generaliserbarhet då det kan bli skevt eftersom alla i populationen inte har samma chans att komma med i studien. (Bryman & Bell, 2005) Dock kommer vi ändå kunna uttala oss om representativiteten i hur oberoendevariablerna i undersökningen faktiskt påverkar beroendevariabeln.

4.6 Datainsamling enkäter

Studiens empiri baseras på data insamlad via enkäter. Eftersom en enkät inte går att omformulera på samma sätt som i en intervju var förarbetet mycket viktigt. (Christensen et al 2010) För att säkerställa att vi fick ut den information som behövdes för att svara på antaganden och frågeställning krävdes noggrant förarbete. Eftersom vi ville nå ut till olika segment av människor i ett större geografiskt område var enkätutdelning en lämplig metod för denna studie. Utdelningen skedde genom en elektronisk länk skickad per mail till den kontaktperson som valts ut för respektive avdelning, som sedan vidarebefordrade denna länk till resterande inom avdelningen. Svaren samlades sedan in via hemsidan www.surveymonkey.se som enkelt och löpande sammanställde resultaten i undersökningen i diagram. Undantaget var de studenter som svarade på enkäten då vi själva frågade studenter på Örebro universitet om vi fick skicka ut enkätlänken till deras mail så att den kunde besvaras därifrån. Enkätutformningen är passande när respondenten ska svara på känsliga frågor då man förblir anonym till uppdragsgivaren. Det kan till exempel vara känsligt att svara på inkomst eller vilken inställning man har till just hållbara fonder.

4.7 Utformning av enkäten

Eftersom enkätens svar ämnade svara på syftet funderade vi noggrant innan vi delade in enkätens frågor efter olika områden som vi ville undersöka. (Christensen et al 2010) Teorin om planerat beteendes komponenter delades in efter tre olika delar – attityder, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. För att operationalisera dessa funderade vi vilka frågor som kunde ställas för att ge relevanta svar för undersökningen. Exempelvis under kategorin attityder delade vi in olika typer av konsekvenstänkande som en respondent kunde tänkas ha gentemot tanken att investera hållbart. Respondenten kunde tänkas ha en attityd till risk, avkastning, inverkan på samhället/företagen som jobbar med fonderna och att vilja vara socialt ansvarsfull. Socio-demografien gav oss möjlighet att se andra orsakssamband, exempelvis att en specifik typ av profession samverkar med en högre grad av positiv inställning till att investera i hållbara fonder. För vidare studerande av hur vi operationaliserat de olika komponenterna, se nedan operationalisering av frågeschema. Frågorna konstruerades slutna så att respondenten fick välja utifrån förvalda alternativ, här i form av en sjugradig skala. Respondenten fick således välja var i skalan denna ställer sig i ett specifikt påstående. Valet av en sjugradig skala var nödvändig då respondenten skulle kunna välja att svara ”varken eller” – mittenalternativet (Bryman & Bell, 2005). Detta var viktigt eftersom vi på förhand hade frågor som vi ville veta om respondenten ens hade en uppfattning om. Dessutom

fanns ett åttonde alternativ, ”Vet ej”, eftersom ämnet verkar uppfattas som ganska svårt.

4.8 För- och nackdelar med slutna frågor.

Det positiva med så kallade slutna frågor är att frågorna i en enkät blir tydligare med i förväg klara svarsalternativ och hjälper alltså respondenten att förstå vad frågan handlar om. Det är svårare i en sluten fråga att helt misstolka den. (Bryman & Bell 2005) Slutna frågor är också mer tidseffektiva och lätta att koda och jämföra för den som senare ska analysera resultatet från deltagarna. Nackdelarna med slutna frågor kan vara att spontana eller oväntade svar inte kommer att upptäckas. Ibland kan det uppstå svårigheter med olika alternativ i en sluten fråga att de inte är ömsesidigt uteslutande, vilket dock här avhjälpes med en sjugradig skala av ett påstående.

4.9 Operationalisering av frågeschema

När vi konstruerade frågorna använde vi oss bland annat av tidigare använda frågor som andra författare använt sig av. Anledningen till att denna metod valdes var för att det ger studien en bra kvalitet eftersom dessa frågor redan testats och godkänts av andra (Bryman & Bell, 2005). Dessutom var det av intresse för oss att jämföra tidigare forskning med våra resultat för att se om vi kunde jämföra våra resultat eller om det var skillnad hos de svenska respondenterna.

Nedan följer en tabell över originalfrågor, referens, våra enkätfrågor samt vilken koppling till teori/tidigare forskning som vi använder oss av i analysen. Analysen utgår alltså från kopplingen intention, attityd, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. Attityd är nedbrutet till indexvariablerna risk, avkastning, långsiktighet och social ansvarsfullhet. Dessa indikatorer är alla hämtade från tidigare forskning (se tabell för referenser) för att se om vi kan se liknande mönster på svenska investerare. Tanken är att upptäcka vilka hinder eller möjligheter hos konsumenter som har en låg eller hög intention till att investera i hållbara fonder. Vidare beskrivs subjektiva normer som påverkan från familj, samtycke, deskriptiv norm och injunktiv norm vilka alla är indikatorer som kan säga någonting om huruvida subjektiva normer kan förklaras som hinder eller möjligheter för intentionen till att investera i hållbara fonder. Upplevd beteendekontroll är uppdelat i tillgänglighet, pålitlighet och transparens/förmåga att utvärdera.

Fråga	Originalfråga/ Förklaring	Referens	Undersöknings fråga	Koppling
1.	Ålder	SCB 2013	Ålder	Sociodemografi
2.	Kön	SCB 2013	Kön	Sociodemografi

3.	Sysselsättning	Lewis & MacKenzie (2000)	Sysselsättning	Sociodemografi
4.	Inkomst	Murphy (1978); Rosen et al (1991)	Inkomst/månad	Sociodemografi
5.	Utbildning	Michelson et al (2004)	Utbildning	Sociodemografi
6.	Livsstilstyp	Rosen et al (1991); Hofmann et al (2009)	Skänker du pengar till någon typ av välgörenhet?	Sociodemografi
7.	Livsstilstyp	Rosen et al (1991); Hofmann et al (2009)	Handlar du ekologiskt/närproducerat?	Sociodemografi
8.	Kontroll för att se om beteendet är uppfyllt	Ajzen (2002)	Handlar du hållbara fonder/har du handlat hållbara fonder?	Kontrollfråga
9.	Kontroll för att se om intentionen finns	Ajzen (2002)	Jag kommer troligtvis att investera i hållbara fonder inom 1 år	Intention
10.	In your view of risk compared to ordinary investment funds are ethical funds?	Lewis & MacKenzie (2000)	Med avseende på risk i hållbara fonder, jämfört med traditionella fonder, är hållbara fonder mindre riskabla	Attityd - risk
11.	In your view of return compared to ordinary funds are ethical funds?	Lewis & MacKenzie (2000)	Med avseende på avkastning i hållbara fonder, jämfört med traditionella fonder, ger hållbara fonder mer avkastning	Attityd - avkastning
12.	Konsumenter upplever att hållbara fonder kan göra en positiv skillnad och investerar mer i dessa	Nilsson (2008); Nilsson (2010)	Tror du att hållbara fonder kan göra en positiv skillnad i samhället på lång sikt?	Attityd - långsiktighet
13.	Avkastningens betydelse i förhållande till sociala parametrar	Lewis & MacKenzie (2000); Adam & Shauki (2014)	Skulle du kunna tänka dig att minska avkastningen i en investering för att placeringen är socialt ansvarsfull?	Attityd – socialt ansvarsfull
14.	Injunktiv norm, påverkan från vänner/familj – acceptans	Ajzen & Fishbein (2005)	Upplever du att din familj/dina vänner påverkar dig att handla i hållbara fonder?	Subjektiva normer – injunktiv norm
15.	Deskriptiv norm, inbyggd/naturlig påverkan från vänner/familj, alltid varit så	Ajzen & Fishbein (2005)	Jag upplever att många i min närmsta omgivning handlar hållbara fonder	Subjektiva normer – deskriptiv norm

16.	Acceptans från omgivningen – en viktig faktor i investeringsval	Ajzen (1991); Adam & Shauki (2014)	Det är viktigt för mig att mina vänner/min familj samtycker med mina investeringar	Subjektiva normer – samtycke
17.	Acceptans från omgivningen – en viktig faktor i investeringsval	Ajzen (1991); Adam & Shauki (2014)	Har du människor i din omgivning som förväntar sig att dina investeringar är hållbara?	Subjektiva normer - förväntan
18.	Har individen resurser eller förmåga att ens kunna känna att de kan utföra ett beteende	Ajzen (1991)	Upplever du att det är enkelt att handla hållbara fondandelar själv på internet?	Upplevd beteendekontroll - Tillgänglighet
19.	Trust/pålitlighet, gör fondbolagen det de påstår att de gör	Nilsson (2010); Hofmann et al (2009) Gardyn (2003)	Upplever du att du kan lita på fondbolag med hållbara fonder och att de verkligen är hållbara?	Upplevd beteendekontroll - pålitlighet
20.	Brist på transparens	Hofmann et al (2009)	Upplever du att det är lätt att utvärdera hållbara fonders inriktning?	Upplevd beteendekontroll – transparens/utvärdera

Fråga	Kontrollfråga till fråga nummer	Undersökningsfråga	Koppling
21	9	Inom 1 år kommer jag att investera i hållbara fonder?	Intention
22	10	Jag upplever att hållbara fonder är mindre risktagande än traditionella fonder	Attityd - Risk
23	11	Jag upplever att hållbara fonder ger mer avkastning än traditionella fonder	Attityd - Avkastning
24	12	Hållbara fonder bidrar till en långsiktig positiv utveckling i samhället	Attityd - Långsiktighet
25	13	Om en placering är socialt ansvarsfull kommer jag kunna ge upp lite avkastning	Attityd – socialt ansvarsfull
26	14	Min familj/mina vänner påverkar mig att investera i hållbara fonder	Subjektiva normer – injunktiv norm
27	15	Personer i min närhet handlar hållbara fonder	Subjektiva normer – deskriptiv norm
28	16	Att min familj/mina vänner samtycker med mina investeringar är viktigt	Subjektiva normer - samtycke
29	17	Mina vänner/min familj tycker att jag ska ha hållbara fonder?	Subjektiva normer – förväntan

30	18	Det är enkelt att handla hållbara fondandelar via internet?	Upplevd beteendekontroll- Tillgänglighet
31	19	Hållbara fonder är överlag så hållbara som de säger att de är?	Upplevd beteendekontroll - Pålitlighet
32	20	Hållbara fonder är lätta att utvärdera med avseende på deras inriktning	Upplevd beteendekontroll - Utvärdera

4.10 Skala

Studiens enkätundersökning är mestadels utformad genom att svarsalternativen på en fråga eller ett påstående sträcker sig på en skala där respondenten får avgöra hur pass väl detta påstående stämmer in eller inte stämmer in med respondentens uppfattning. Denna typ av skala benämns som Likertskala och är mycket användbar när det handlar om att mäta exempelvis attityder eller beteenden. (Bryman & Bell, 2005) Skalan möjliggör att vi kan upptäcka åsiktsskillnader och är dessutom bra när det handlar om laddade påståenden eller frågor. Skalan sträcker sig mellan 1-7 från längst ut till vänster, 1, som indikerar ”negativt” eller en form av ”hinder” till längst ut till höger, 7, som indikerar ”positivt” eller någon typ av ”möjlighet”. Exempelvis i frågan om respondenten upplever att hållbara fonder är mer riskabla än traditionella fonder är den vänstra sidan märkt med ”mycket mer riskabla” och den högra sidan märkt med ”mycket mindre riskabla” och så är det således genom hela enkäten för att det ska bli lättare att följa som respondent samt att det blir lättare att sammanställa och analysera senare.

4.11 Regressionsanalys i SPSS

Vi använder oss av dataprogrammet SPSS för att koda och analysera vårt kvantitativa datamaterial. I SPSS finns ett antal olika verktyg som går att använda sig av där vi använt oss av regressionsanalys. Detta är ett analysverktyg som avser att visa effekten av en oberoende variabel på en beroende variabel. (SPSS-akuten 2014) I denna studie använder vi en bivariat analys eftersom det endast är två variabler åt gången som analyseras, alltså x och y. I vår studie används alltså regressionsanalysen genom att vi sökt samband mellan exempelvis investerare som har en låg intention och hur en negativ inställning gentemot hållbara fonders pålitlighet korrelerar. (Bryman & Bell, 2005) I resultatet får vi ut R-Square som förklarar hur stor del av variansen i den beroende variabeln som kan förklaras av den oberoende variabeln samt en B-koefficient som visar hur mycket mer den beroende variabeln skulle påverkas om den beroende variabeln ökade med en enhet. För att faktiskt kunna uttala sig om dessa samband används också värdet på den statistiska signifikansen. I denna studie används ett gränsvärde på den statistiska signifikansen där vi med 95 % säkerhet kan uttala oss om att sambandet faktiskt existerar. Då ska p-värdet i regressionsanalysen inte överstiga 0,05.

För att vidare kunna analysera våra svar i den sjugradiga skalan använder vi bland annat aritmetiskt medelvärde på de grupper som har låg intention kontra hög intention. Då summeras alla svar på en fråga och delas på antal respondenter. (Bryman & Bell, 2005) Om vi till exempel frågar hur respondenten upplever att hållbara fonder är mer eller mindre riskfyllda i förhållande till traditionella, där en etta motsvarar mycket mer riskfyllda och en sjuva motsvarar mycket mindre riskfyllda, kommer ett aritmetiskt medelvärde på totalt 5,6 indikera att studiens respondenter upplever att hållbara fonder är mindre riskabla än traditionella.

4.12 Replikation, reliabilitet och validitet

Att kunna upprepa studien på samma sätt är av värde för studiens kvalitet. Detta beskrivs som hur pass *replikerbar* en studie är (Bryman & Bell, 2005). Om andra personer vill utföra samma studie för att se om de får liknande resultat måste tillvägagångssättet finnas noga beskrivet. Vi har således utvecklat ett avsnitt om hur vi operationaliserat och stöttat upp de enkätfrågor vi använt oss av (Se avsnitt om operationalisering). I en kvantitativ studie tar detta sin form i att beskriva hur vi kom fram till enkätfrågorna och vilket teoristöd eller tidigare forskning som ligger bakom för analys. Dessutom beskriver vi också urvalet i ett separat avsnitt för att få en förståelse för vilka segment som har svarat på enkätundersökningen. (Se avsnitt om urval)

Reliabiliteten i studien är hur utfallet av en likadan undersökning skulle se ut och om faktorerna i undersökningen är påverkade av tillfälligheter. Inom kvantitativa undersökningar är reliabiliteten en viktig del eftersom studien ofta blir ett mått på hur pass stabilt något är (Bryman & Bell). I denna studie mäter vi vilket förhållningssätt konsumenten har till att investera hållbart med avseende på komponenter ur teorin om planerat beteende.

Cronbachs Alfa

För att styrka reliabiliteten i studien använde vi oss av indexvariabler, vilket innebär att vi använder oss av två eller fler enkätfrågor som mäter en och samma sak, et indx. (Saunders et al, 2012) Detta var för att kontrollera att respondenten svarade likadant på de frågor som var i princip likadana men olika formulerade. De olika indexvariablerna är av risk, avkastning, långsiktighet, social ansvarsfullhet, injunktiv norm, deskriptiv norm, samtycke, förväntningar, tillgänglighet, pålitlighet och transparens/förmågan att utvärderat. För att se om respondenterna hade svarat lika på frågorna inom varje indexvariabel användes alltså mätinstrumentet Cronbachs Alfa. Detta är ett mått på hur väl två eller fler frågor inom en indexvariabel korrelerar med varandra och har ett utfall på ett värde mellan 0 och 1. (Saunders et al, 2012) Ju närmre värdet 1 en indexvariabel hamnar på, desto högre inre konsistens och således högre reliabilitet. Acceptansvärdet för en indexvariabel ligger på 0,7. Med några undantagsfall kan värdet ligga något närmre 0,6 men detta är i lägsta laget.

Cronbachs alfa för samtliga index

Indexvariabler	Cronbach's Alfa
Intention	0,938
Risk	0,904
Avkastning	0,870
Långsiktighet	0,925
Socialt ansvar	0,937
Injunktiva normer	0,564
Deskriptiva normer	0,939
Samtycke	0,922
Förväntan	0,836
Lättillgänglighet	0,928
Pålitlighet	0,856
Utvärdera	0,840

Tabell 3. Cronbachs alfa över respondenternas svar för samtliga index.

Tabell 1 påvisar att Cronbachs alfa för injunktiva normer ligger lägre än gränsvärdet ($\alpha < 0,7$) och därmed bör vi vara försiktiga att uttala oss om svaren på dessa frågor eftersom det verkar som att respondenterna inte uppfattat de två frågorna om injunktiva normer som likvärdiga. I övrigt ligger $\alpha > 0,7$ för resterande index varpå

Validitet är om en undersökning mäter det som den har för avsikt att mäta (Bryman & Bell 2005). Eftersom studien har en kvantitativ inriktning är det främst inriktat på att få fram begreppsvaliditet eller teoretisk validitet - ett mått som verkligen mäter syftet med undersökningen. Detta förutsätter att reliabiliteten i studien är god. Våra undersökningsresultat ska säga något om huruvida konsumenten förhåller sig till att investera i hållbara fonder genom beprövad teori. Vi testar konsumentens förhållningssätt genom uppfyllandet av komponenter i teorin om planerat beteende. Eftersom undersökningen kommer fram till ett antal kausala samband kan den interna validiteten utvärderas. (Bryman & Bell, 2005) Ett exempel på detta skulle kunna vara att förväntan på låg avkastning leder till intentionen att investera mindre i hållbara fonder (eftersom konsumenten tror att hållbara fonder ger lägre avkastning). Med andra ord beskrivs det som att X orsakar Y där X är oberoendevariabeln och Y beroendevariabeln. Den interna validiteten blir stark om vi faktiskt kan säga att oberoendevariabeln, X, inverkar i fler fall till någon del i utfallet Y. Här skulle det då motsvara att förväntan på låg avkastning (X) leder till intentionen (Y) att inte vilja investera i hållbara fonder. Extern validitet mäter huruvida en studie kan utföras i en speciell kontext eller om den kan passas in i andra kontexter utöver studiens specifika.

I detta avseende blir urval en viktig fråga eftersom man som forskare vill ha representativa urval. Studiens externa validitet är god på så sätt att vi valde ut olika segment av människor i olika åldersspann, professioner, kön, inkomst och livsstil. Detta gjorde att vi fick fram inställningar från många olika typer av människor, vilket är en god indikator på att vi hade ett någorlunda representativt urval. Under avsnittet urval beskriver vi vilka respondenter vi hade i studien. Ekologisk validitet diskuteras utifrån hur pass naturligt ett forskningsresultat är i en utförd studie. Vår enkätundersökning kan i stor mån vara externt och internt valid men fortfarande vara onaturligt uppsatt eftersom respondenter kanske upplever att en enkätundersökning är stel/onaturlig.

Validitet – faktoranalys på indexvariablerna

För att mäta hur pass hög konvergerad validitet enkätfrågorna inom varje indexvariabel hade använde vi oss av faktorladdningar. Detta innebär att varje enkätfråga inom en indexvariabel korrelerar med varandra och gränsvärdet här sätts till 0,5. (Sekaran & Bougie, 2010) de ska alltså korrelera åtminstone med värdet 0,5.

Faktorladdningar för indexvariablerna

Indexvariabler	Faktorladdning
Intention	0,955
Risk	0,906
Avkastning	0,941
Långsiktighet	0,966
Socialt ansvar	0,970
Injunktiva normer	0,847
Deskriptiva normer	0,973
Samtycke	0,966
Förväntan	0,928
Lättillgänglighet	0,966
Pålitlighet	0,935
Utvärdera	0,929

Tabell 4 Tabell över faktorladdningar för indexvariablerna. De kan accepteras då gränsvärdet ligger på >0,5.

4.13 Metodkritik

Kritik mot urvalet vid en kvantitativ uppsats har diskuterats i metodavsnittet tidigare varpå det inte tas upp i denna del. Vi har dock lite andra punkter i studien som vi reflekterat över som hade kunnat göras annorlunda om studien skulle göras om. Dels handlar det om att visa av de frågor i enkäten som avsåg att ställas om samma område fast omformulerade kanske blev något missvisande eftersom vissa av frågorna blev mer av karaktären ja/nej-frågor fast det var en sjugradig skala. Detta kan ha gjort att till exempel indexet för injunktiv norm blev skevt.

Vidare har vi förstått att produkten hållbara fonder är ett svårt ämne för många och därmed var det många respondenter som svarat "vet ej" på olika frågor varpå dessa svar inte kunde tas med i analysen. De hamnar som "missing" i programmet SPSS och då plockas den respondentens svar bort i en specifik fråga. Det är dessutom av värde att hålla en enkät kort och koncis för att svarsfrekvensen ska bli hög bland de deltagande (Bryman & Bell, 2005). Därför skulle det vara av värde att ha haft fler respondenter och eventuellt smalnade ner enkäten något för att göra den mer lättöverskådlig.

5.0 Resultat och analys

I nedanstående avsnitt presenteras resultat och analys. Först presenteras resultatet samt analys över antagandena och sedan följer ytterligare intressanta upptäckter som gjorts i samband med att alla indexvariabler testades mot respondenterna i grupperna hög/låg intention och vad som kan förklara negativ eller positiv inställning till intentionen. Sist presenteras och analyseras kontrollvariablerna.

5.1 Analys av antagandena

Antagande 1: Förväntad hög avkastning har en positiv påverkan på konsumenters intention

Detta antagande stämmer i vår studie då hela 53,3% av variansen i intentionen till att investera i hållbara fonder kan förklaras av att om respondenten förväntar sig en hög avkastning kommer intentionen påverkas positivt. B-koefficienten hamnade på 0,872 vilket är ett starkt positivt samband i påståendet samt att signifikansen hamnade på 0,000. Resultatet är inte förvånande om vi ser till tidigare forskningsresultat. Nilsson (2010) kommer fram till i sin studie att hög avkastning är den främsta motiveringsfaktorn. Det är också helt i enlighet med den ekonomiskt rationella människan där investeraren ser avkastningen som den mest värdefulla parametern (Becker, 1962; Markowitz, 1952; Hofmann et al, 2009; Lewis, 2001)

Antagande 2: Att vara socialt ansvarsfull leder till att konsumenters intention påverkas positivt

Frågan var formulerad så att om konsumenten kunde tänka sig att avstå avkastning för att investeringen är socialt ansvarsfull. Resultatet är signifikant med ett värde på 0,041 men påvisar endast att 5,5 % av variansen i intentionen kan förklaras av denna fråga. Sambandet är svagt positivt (B-koefficienten=0,275) och kan endast förklara en liten del av intentionen. Avkastningen är alltså viktigare för de svenska konsumenterna. Lewis (2001) kommer fram till motsatt att respondenterna i hans studie faktiskt satte den socialt ansvarsfulla delen av en investering före den finansiella avkastningen.

Antagande 3: En positiv syn på att hållbara fonder kan göra skillnad i samhället på lång sikt har en positiv påverkan på konsumenters intention

Resultatet i regressionsanalysen är signifikant med ett värde på 0,001 och visar att antagande 3 stämmer där B-koefficienten är 0,582 och påvisar alltså att intentionen ökar med en högre positiv syn på att hållbara fonder kan göra skillnad i samhället på lång sikt. 13,7% av variansen i intentionen kan förklaras av denna parameter och visar att våra svenska respondenter är positivt inställda till att hållbara fonder kan göra skillnad i samhället på lång sikt. Nilsson (2008) stödjer detta påstående med sin studie där konsumenter tänker på att deras investeringar kan göra skillnad och att intentionen på så sätt ökar. Hofmann et al (2009) kommer fram till likvärdigt resultat och konsumenterna i studien tror att framtida generationer kan få fördel av att investera hållbart.

Antagande 4: Låg förväntad risk har en positiv påverkan på konsumenters intention

Antagandet stämmer inte i vår undersökning då variansen i intentionen förklaras av 1 % och sambandet förklaras av en B-koefficient på -0,204. Resultatet är inte statistiskt signifikant då detta värde landar på 0,420 för de svenska konsumenterna. Risk kan vara ett dåligt mätverktyg eftersom frågan är ställd så att om man tror att risken i hållbara fonder är lägre än vanliga traditionella fonder desto högre svarsalternativ på skalan. Lägre risk behöver nämligen inte gå hand i hand med en positiv inställning eftersom en högre risk faktiskt kan generera mer avkastning. Detta styrks även av Lewis & MacKenzie's (2001) studie som påvisar att konsumenterna inte ser risken som ett hinder. En hög risk kan alltså innebära högre avkastning, vilket skulle innebära en möjlighet för investerarna och en potentiell högre intention till att investera i hållbara fonder. Precis som Nilsson (2008) finner vi inget samband mellan risk och intentionen att investera i hållbara fonder.

Antagande 5: Familj och vänners förväntningar påverkar inte konsumenters intention positivt

Variansen av förklaringen i intentionen uppgick till 0,8 % och om familj och vänners förväntningar skulle öka med en enhet på skalan skulle intentionen öka med 0,250. Antagande kan vi dock inte styrka då vi inte fann ett signifikant samband, värdet på signifikansen uppgick till 0,486 vilket alltså är över gränsvärdet på 0,05. Vi kan således inte uttala oss om huruvida det överhuvudtaget finns ett samband mellan hur familj och vänner påverkar konsumenters intention. Adam & Shaukis (2014) studie menar att detta var en

av de större förklaringsfaktorerna till att handla hållbara fonder men det är inget som vi kan relatera till i vår undersökning.

Antagande 6: Bristande pålitlighet påverkar konsumenters intention negativt

Här fann vi ett signifikant samband där bristande pålitlighet hos hållbara fonder kunde förklara 42.3 % av variansen i intentionen på en signifikant nivå (0,000). Detta påvisar att det finns ett samband mellan konsumenternas upplevda pålitlighet av dessa fonder och deras intention till att handla dem. Det visar att ju mer konsumenten litar på de hållbara fonderna desto mer kommer intentionen att öka och vice versa. Det betyder att en bristande pålitlighet leder till en lägre intention hos personerna i vår undersökning, och för varje enhet pålitligheten ökar på skalan kommer intentionen att öka med 1,038 enheter. Det skulle kunna förklaras av att konsumenter upplever att hållbara produkter är ett sätt att marknadsföra sig och därför upplever att de inte kan lita på fondbolagen. Detta är i enlighet med Hofmann et als (2009) resultat där de fann att flertalet respondenter upplevde att hållbara produkter var ett sätt att locka till sig fler konsumenter snarare än att faktiskt påverka samhället positivt på lång sikt.

Antagande 7: Svårigheter i att kunna utvärdera hållbara fonder påverkar konsumenters intention negativt

Detta antagande kan vår undersökning styrka då vi fann ett signifikant samband (0,000) mellan hur konsumenter upplevde att det var svårt att utvärdera hållbara fonder och deras intention till att handla dem. Variansen i hur de upplevde att de kunde utvärdera fonderna kunde förklara 32,2 % av intentionen. Det vi kan se är alltså att konsumenter som upplever att det är svårt att utvärdera dessa har en lägre intention och de som upplever att det är enkelt att utvärdera fonderna har en högre intention. För varje enhet konsumenten upplever att det är enkelt att utvärdera fonderna ökar således intentionen med 0,832 enheter. Det har diskuterats i svensk media kring att fondbolagen har svårt att nå ut till kunderna med information och att de jobbar för en ökad transparens för att underlätta utvärderingar av dem. Detta är något som vårt resultat talar för eftersom konsumenter som upplever de svårt att utvärdera fonderna har en lägre intention.

5.2 Hög och låg intention hos spararna

Följande avsnitt är en uppdelning av hur de med låg intention kontra de med hög intention har svarat. Detta resultat är intressant eftersom studien avser att undersöka vad som påverkar intentionen positivt eller negativt. Dessa två grupper bör ha olika förklaringsvärden och är därmed intressant för vårt resultat. Vidare gör vi som tidigare nämnt antagandet att hög intention leder till faktiskt beteende och därmed låg

intention till ett icke-beteende. Hög intention har definierats som om att respondenten svarat 5-7 på intentionsfrågan och låg intention som att respondenten svarat 1-3 på samma fråga. 4 innebär inget ställningstagande i förhållande till hög eller låg intention varpå detta svar inte finns med i kodningarna över hög eller låg intention.

Respondenter med låg intention

Indexvariabel	B-koefficient	R-Square	Signifikans	Aritmetiskt medelvärde
Risk	-0,049	0,002	0,797	2,175
Avkastning	0,524	0,140	0,029	2,120
Långsiktighet	0,146	0,028	0,312	5,020
Socialt ansvarsfull	0,211	0,072	0,099	2,680
Injunktiv norm	-0,088	0,001	0,893	1,205
Deskriptiv norm	0,020	0,000	0,966	1,500
Samtycke	-0,204	0,032	0,278	1,590
Förväntan	1,050	0,177	0,016	1,290
Lättillgängligt	0,361	0,200	0,032	2,547
Pålitlighet	0,626	0,369	0,001	2,561
Utvärdera	0,400	0,119	0,091	3,260

Tabell 5. Tabell över samband, varians, signifikans och aritmetiskt hos de olika indexvariablerna för de respondenterna med låg intention.

I tabellen går att utläsa att de respondenterna med en låg intention till att investera i hållbara fonder påverkas av förväntad låg avkastning, låg förväntan från omgivningen att investera i hållbara fonder, att det inte är lättillgängligt att handla hållbara fonder samt att det inte går att lita på dessa fonder. Det är dessa fyra indexvariabler som har statistisk signifikans och som det går att uttala sig om i frågan om att de faktiskt har en inverkan på intentionen. Förväntan från familj och vänner har ett samband med en B-koefficient på 1,05 och där medelvärdet är 1,29. Variansen i intentionen förklaras med 17,7% av förväntan. Respondenterna upplever inte att de blir påverkade av sin familj/sina vänner att investera i hållbara fonder men att om familj/vänner skulle förvänta sig att man investerade i hållbara fonder skulle intentionen bli väsentligt högre.

Gällande pålitlighet finns ett förklaringsvärde i detta index med 36,9 % av variansen i intentionen och ett positivt samband. Medelvärdet är relativt lågt (2,561) vilket påvisar att respondenterna anser att det inte går att lita på hållbara fonder. Det finns alltså ett missförtroende från dessa konsumenter och att de hållbara fonderna faktiskt går att lita på. Detta blir således ett hinder för dessa konsumenter. Gällande lättillgänglighet upplever dessa konsumenter att det är relativt svårt att handla med hållbara fonder med ett lågt medelvärde och

ett positivt samband. Skulle det både bli mer tillgänglig och lättare att lita på dessa fonder skulle intentionen öka.

Avkastningen har en signifikant betydelse för de respondenterna med låg intention. Sambandet visar att en ökad positiv syn på avkastningen skulle öka intentionen positivt. En låg intention är förenlig med en låg förväntad avkastning hos dessa respondenter. Tidigare forskning styrker också detta resonemang att förväntad avkastning är något som avgör i stor grad hur människor kommer att placera sina pengar. (Hoffman et al, 2009; McLahlan & Gardner, 2004) Detta är en logisk förklaring och därmed ett av de största hindren för de investerare med låg intention. Dock kan det också handla om okunskap eftersom de med låg intention också uppfattade att det var svårt att utvärdera hållbara fonder samt att handla hållbara fonder. Dessa respondenter kanske inte är medvetna om att hållbara fonder faktiskt skulle kunna ge en god avkastning. Om så var fallet skulle förmodligen intentionen öka avsevärt. Dessutom upplever respondenterna att det inte går att lita på dessa bolag. Detta går i linje med vad respondenterna i Hofmann et als (2009) studie påtalar.

De aritmetiska medelvärdena är låga på de frågor som handlar om subjektiva normer. Detta påvisar att respondenterna inte upplever att familj/vänner är något som skulle öka intentionen och kan således i denna studie ses som ett hinder. Detta stämmer överens med Hofmann et al (2009) studie om att människor överlag inte pratar om pengar och skulle alltså kunna förklara de svenska konsumenternas inställning. Adam & Shauki (2014) för ett motsatt resonemang i sin studie som påvisade att förväntan från familj och vänner påverkade intentionen att investera hållbart. Dock verkar det alltså som att den svenska marknaden inte överensstämmer med detta resonemang.

Respondenter med hög intention

Indexvariabel	B-koefficient	R-Square	Sig.	Medelvärde
Index intention				
Index risk	- 0,327	0,075	0,129	2,03
Index avkastning	0,243	0,320	0,032	4,82
Index långsiktighet	0,153	0,080	0,048	6,14
Index socialt ansvar	0,025	0,002	0,788	3,525
Index subjektivnorm	-0,65	0,001	0,831	1,365
Index deskriptivnorm	0,13	0,022	0,547	1,84
Index samtycke	0,174	0,025	0,353	1,635
Index förväntan	0,053	0,003	0,772	1,47
Index lättillgänglig	0,193	0,53	0,027	5,795
Index pålitlighet	0,06	0,002	0,802	5,035
Index utvärdera	- 124	0,047	0,266	4,98

Tabell 6. Tabell över samband, varians, signifikans och aritmetiskt hos de olika indexvariablerna för de respondenterna med låg intention.

I tabellen ovan kan vi utläsa vad som skulle kunna förklara en hög intention hos respondenterna. Det vi kan se är att det är avkastningen och långsiktighet som är de två frågorna som ger ett signifikant svar och som faktiskt förklarar den höga intentionen mest. Man kan se att det finns ett positivt samband mellan synen på en hög avkastning och intentionen att handla hållbara fonder hos de hållbara spararna på en signifikant nivå. Detta talar för att det inte är slumpen som gjort att vi kan se detta samband utan att det finns en signifikant förklaringsgrad till ett positivt samband. Detta innebär att det går att förklara ett samband mellan att en högre förväntad avkastning bidrar till en högre intention. Detta antagande styrker Nilssons (2010) antaganden där han menar att de hållbara spararna är väl medvetna om fondernas avkastning och att det således ofta är det som motiverar dem att just välja hållbara fonder. I vår undersökning skulle detta resultat kunna innebära att respondenterna är väl medvetna om hur och varför de investerar i dessa fonder. Det är även i enlighet med äldre teorier kring den ekonomiskt rationella människan som såldes väljer det som kan ge mest finansiell avkastning tillbaka. Det vi med klarhet kan säga är att en förväntad hög avkastning påverkar intentionen till att handla hållbart positivt. De som förväntar sig mer avkastning hos hållbara fonder har därför en högre intention.

Vi kan även se att synen på att hållbara fonder kan göra skillnad för samhället i hög grad påverkar en hög intention positivt. De respondenter som har en hög intention har alltså en positiv syn på att deras investeringar kan göra skillnad vilket är i enlighet med tidigare forskning där flera forskare menar att tron på långsiktiga förändringar kan påverka investeringsvalen (Hofmann et al, 2009). Tidigare forskning indikerar även att en långsiktig tro på hållbara fonder kan påverka intentionen till att handla dessa. Det framgår även att de konsumenter som upplever att de kan göra skillnad på lång sikt i högre grad väljer att investera i dessa. (Lewis, 2001) Andra studier har även påvisat motsatsen där de menar konsumenter kan ställa sig skeptiska till hur väl produkterna faktiskt kan påverka samhället och därmed inte väljer att gå vidare med vissa hållbara alternativ. (Nilson 2008)

Vi fann även att hållbara fonders tillgänglighet påverkar den höga intentionen. Det handlar om att respondenten upplever att det är enkelt att handla hållbara fondandelar själv på internet, vilket bidrar till en högre intention. Tidigare studier har beskrivit att deras respondenter inte alls påverkades av upplevd beteendekontroll, som denna fråga faller in under, medan andra studier visat att det till viss del påverkade deras intention då de fann utbudet av hållbara fonder svårtillgängligt och begränsat. (Adam & Shauki 2014; Hofmann et al, 2009) Detta resultat påvisar alltså att en hög intention till störst del förklaras av attityd och upplevd beteendekontroll. Subjektiva normer verkar än en gång inte alls påverka konsumenterna och bidrar inte till någon ökning i intentionen. Attityder gentemot avkastning och långsiktighet kan därmed ses som möjligheter samt lättillgängligheten i att handla hållbara fonder, ofta benämnt som att ha tillgång till resurser, är också en sådan möjlighet.

5.3 Socio-demografi kontrollvariabler

I detta avsnitt kommer kontrollvariablerna att redovisas och analyseras. Vi kommer således att ställa kontrollvariablerna mot hög/låg intention för att se om vi kan utläsa några faktiska skillnader mellan de olika spararna i avseende på socio-demografiska variabler.

Hög/låg intention och kön

I tabellen nedan kan vi se att av de respondenterna med hög intention är 24 kvinnor och 15 män och av de med låg intention är 25 kvinnor och 24 män. Det innebär att det går att utläsa en trend av att det är fler kvinnor som har en hög intention. Detta stämmer överens med Nilssons (2008) studie där han fann att kvinnor var mer benägna än män att investera i hållbara fonder.

	Kön			Total
	Kvinna	Man	2	
Hög	24	15	0	39
Låg	25	24	5	54
Total	49	39	5	93

Tabell 7. Korstabell på kvinnor och män med hög och låg intention

Hög/låg intention och yrkesfördelning

I tabellen nedan kan vi se de olika yrkesfördelningarna hos respondenterna. Här kan vi se att 11 respondenter var studenter, 22 bankmän och 6 stycken arbetade i vården. 44 % av studenterna har svarat att de har en hög intention. 48 % procent av de svarande som arbetar inom bankväsendet har en hög intention och 35 % av de som arbetar i vården likaså. Detta gör att vi inte kan se några tydliga trender inom yrkesgrupperna som både Hofmann et al (2009) och Lewis (2001) fann. De fann bland annat att personer som arbetade inom hälsa och vård i större utsträckning handlade hållbara fonder och därmed borde haft en hög intention.

	Yrke			Total
	Student	Bankman	Vården	
Hög	11	22	6	39
Låg	14	23	17	54
Total	25	45	23	93

Tabell 8. Korstabell på yrkesfördelning och hög och låg intention

Hög/låg intention och ålder

I tabellen nedan kan vi utläsa åldrarna på de olika respondenterna. Här kan vi se att 17 respondenter i åldrarna 18-30 har en hög intention, 6 respondenter i åldern 31-45 och 16 stycken i åldern 46 och äldre har också en hög intention. 47 % av respondenterna i åldrarna 18-30 har alltså en hög intention, 20 % av personerna mellan 31-45 och 57 % av de som är 46 år och äldre. Här kan vi inte utläsa några tydliga trender men något som är intressant är att det är en stor andel äldre personer som har hög intention. Tidigare forskning indikerar att majoriteten av de som handlar hållbara fonder är yngre och mer välutbildade medan vi kan se att det faktiskt är en väsentlig andel äldre som faktiskt har en intention att handla i hållbara fonder.

	Ålder			Total
	18-30	31-45	46-	
Hög	17	6	16	39
Låg	19	23	12	54
Total	36	29	28	93

Tabell 9. Korstabell på ålder och hög och låg intention

Hög/låg intention och ekologiskt handlande

I tabellen nedan kan vi se att 33 % av respondenterna med hög intention alltid handlar ekologiskt och att 13 % av de med låg intention alltid handlar ekologiskt. 62 % av de med hög intention handlar ekologiskt ibland medan 59 % av de med låg intention handlar ekologiskt ibland. 5 % av de med hög intention har svarat att de inte vet eller aldrig handlar ekologiskt medan 28 % av de med låg intention svarat att de inte vet eller aldrig handlar ekologiskt. Trots att vi med säkerhet inte kan uttala oss om någon stark trend kan vi ändå se att de med hög intention handlar ekologiskt i större utsträckning än vad de med låg intention gör. Detta styrker tidigare studier som påvisar att personer med hög intention i större utsträckning handlar hållbara produkter och lever en viss typ av livsstil. (Hofmann et al, 2009; Rosen et al, 1991; Lewis & MacKenzie, 2000)

	Ekologisk				Total
	Nej aldrig	Vet inte	ibland	Alltid	
hög	1	1	24	13	39
låg	6	9	32	7	54
Total	7	10	56	20	93

Tabell 10. Korstabell på livsstil och hög och låg intention

6.0 Slutsats

Svenska konsumenters intention till att investera i hållbara fonder påverkas av olika faktorer beroende på om de har hög eller låg intention. Det vi med säkerhet kan uttala oss om är att samtliga av de vi studerat upplevde att förväntad hög finansiell avkastning är det som påverkade intentionen starkast i en positiv riktning. Detta styrks även med hjälp av tidigare forskning som är tidigare benämnt i denna studie. Det vi inte kan påtala är hur pass avgörande avkastningen är i förhållande mot de etiska aspekterna då det sistnämnda inte gav något signifikant resultat. Familj/vänners förväntan påverkar inte de svenska konsumenternas intention till att investera i hållbara fonder, men skulle öka betydligt om förväntningar från familj/vänner ökade. Respondenterna i undersökningen är överens om att pålitligheten i fonderna är viktig, ju mer respondenterna trodde att de hållbara fonderna var pålitliga, desto högre intention. Människor i en högre ålder tenderade dessutom att ha en högre intention, vilket är motsatsen till tidigare forskning.

6.1 Fortsatt forskning

Det vi bland annat fann var att avkastningen påverkade intentionen positivt hos alla konsumenter oavsett om de hade hög eller låg intention till att handla hållbart. Det skulle således vara intressant att se hur avgörande den är i förhållande till etiska aspekter. Detta skulle kunna göras genom intervjuer eller fokusgrupper med för att på ett djupare plan kunna analysera vad det är som är drivkraften bakom att handla hållbara fonder i Sverige. Vi fann exempelvis att en väsentlig andel äldre människor hade en hög intention till att handla hållbara fonder, något som tidigare forskning talade emot. Det gör att det skulle vara intressant att kartlägga vem den typiska hållbara spararen är här i Sverige för att se om man kan finna några samband.

7.0 Källförteckning

7.1 Vetenskapliga artiklar

Ainul Azreen Adam, Elvia R. Shauki (2014) *Socially responsible investment in Malaysia: behavioral framework in evaluating investors' decision making process*. Journal of Cleaner Production Volume 80, 1 October 2014, Pages 224–240

Ajzen, I. (1991) The theory of planned behaviour. *Organizational behaviour and human decision processes* 50, p 179-211.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (2005). *The influence of attitudes on behavior*. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes*, (pp. 173-221). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers

Andreoni, J. (1990) *Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving*. *The Economic Journal*, Volume 100, Issue 401 (Jun., 1990), 464-477.

Becker, Gary S. (1962). *Irrational Behavior and Economic Theory*. *Journal of Political Economy*, 70(1), ss. 1-13.

Capon, N., G. J. Fitzsimons and R. Weingarten: 1994, 'Affluent Investors and Mutual Fund Purchases', *International Journal of Bank Marketing* 12(3), 17–25

Gardyn, R (2003) 'Eco-Friend or Foe?', *American Demographics*, October 1.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley

Hofmann, E., Penz, E., & Kirchler, E. (2009). *The 'whys' and 'hows' of ethical investment: Understanding an early-stage market through an explorative approach*. *Journal of Financial Services Marketing*, 14(2), 102-117.

Johanson, M. & Forsman, L. (1995). *Competence strivings and self-esteem: An experimental study*. *Personality and Individual Differences*. 19(4), 417-430

Lewis, A. Mackenzie, C (2000) *Money, morals, ethical investing and economic psychology*. *Human Relations*. 53 (2), 179–191.

Lewis, A. A (2001) *Focus group study of the motivation to invest: 'ethical/green' and 'ordinary' investors compared*. Centre for Economic Psychology, Department of Psychology, University of Bath, Bath BA2 7AY, United Kingdom

Markowitz, H. (1952). *Portfolio selection**. The journal of finance, 7(1), 77-91.

McLahlan, J. & Gardner, J. (2004) *A Comparison of Socially Responsible and Conventional Investors*. Journal of Business Ethics 52.1 (Jun 2004): 11-25.

Michelson, G., Wailes, N., van der Laan, S. and Frost, G. (2004) *Ethical investment processes and outcomes*. Journal of Business Ethics 52: 1–10.

J. Nilsson. (2008) *Investment with a Conscience: Examining the Impact of Pro-Social Attitudes and Perceived Financial Performance on Socially Responsible Investment Behavior* Springer Science & Business Media B.

Nilsson, J. (2010) *Consumer Decision Making in a complex environment: Examining the Decision Making Proces of Socially Responsible Mutual Fund Investors*. Umeå: Umeå School of business

Rosen, B. N., Sandler, D. M., & Shani, D. (1991). *Social issues and socially responsible investment behavior*: The Journal of Consumer Affairs, 25(2), 221.

Smith, A (1998 [1776]). *Wealth of nations*. Oxford: Oxford Paperbacks. [svensk översättning Emil Sommarin (1909) *En undersökning av folkens välbefinnande, dess natur och orsaker*.]

Sparkes, R. (1998) *The Challenge of Ethical Investment: Activism Assets and Analysis*, in I. Jones and M. Pollitt (eds.), *The role of Business ethics in Economic Performance* (McMillan Press, London), pp. 141-171.

Steven M. Shugan Warrington (2006) *Are Consumers Rational? Experimental Evidence?* College of Business, University of Florida.

Tacconi, L. (1996). *Dissent from choice theory: implications for environmental decision making*. International Journal of Social Economics, 23(4/5/6).

7.2 Internetkällor

(<https://spssakuten.wordpress.com/2009/12/21/regressionsanalys-1/>)

Redaktionen

<http://tryggareframtid.se/nyheter/placeringar/intresset-for-hallbart-sparande-hogre-an-nagonsin/>. Uppdaterad 2014-06-13, hämtad 2014-09-25

<http://fondkollen.se/faktafordjupning/etikfond>. Hämtad 2014-10-07

Etiska nämnden för fondmarknadsföring

<http://www.fondbolagen.se/Documents/Fondbolagen/Juridik%20-%20dokument/ENF/ENF%20Uttalande%20fonder%20m%20sarskilda%20hansyn%2>

[05%20maj%202009%20förtydl%208%20sept%202009%20rent.pdf](#). Uppdaterad 2009-09-08, hämtad 2014-09-02

Anders Danielsson, Här är världens mest hållbara land

<http://miljoaktuellt.idg.se/2.1845/1.518905/har-ar-varldens-mest-hallbara-land>

Uppdaterad 2013-08-22, hämtad 2014-09-29

Fondskolan Mika Burman Götz

<http://www.aktiespararna.se/Artikelarkiv/Repotage/2006/februari/Fondskolan-del-2-Fondjuridik/?lb=no&kampanj=pop-up-nej-tack>. Hämtad 2014-09-03

Surveymonkey, likertskala

<https://sv.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>

Hämtad 2014-11-15

7.3 Litteratur

Bell, Emma. & Bryman, Alan. (2005) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber.

Blythe, J. (2011) *En mycket kortfattad, ganska intressant och någorlunda billig bok om att studera marknadsföring*. Lund: Studentlitteratur

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students*. Essex: Pearson Education Ltd.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill-building approach*. Chichester: Wiley.

Bilagor

Bilaga 1

Resultat från på antagandena i SPSS.

Påstående om att avkastning påverkar intentionen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	,533	,526	2,936

a. Predictors: (Constant), indexavkastning

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,938	,781		2,482	,015
	indexavkastning	,872	,097	,730	8,996	,000

a. Dependent Variable: Indexintention

Påstående om att socialt ansvar påverkar intentionen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,235 ^a	,055	,043	4,237

a. Predictors: (Constant), Indexsocialtansvar

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,235	,949		6,570	,000
	Indexsocialtansvar	,275	,132	,235	2,084	,041

a. Dependent Variable: Indexintention

Påstående om långsiktighet

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,370 ^a	,137	,125	4,092

a. Predictors: (Constant), Indexlångsiktighet

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,438	1,957		,735	,465
	Indexlånsiktighet	,582	,171	,370	3,406	,001

a. Dependent Variable: Indexintention

Påstående om låg förväntad risk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,099 ^a	,010	-,005	4,369

a. Predictors: (Constant), indexrisk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,702	1,184		7,350	,000
	indexrisk	-,204	,251	-,099	-,812	,420

a. Dependent Variable: Indexintention

Familj och vänners påverkan på intentionen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,089 ^a	,008	-,008	4,368

a. Predictors: (Constant), Indexförväntan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,403	1,130		6,551	,000
	Indexförväntan	,250	,357	,089	,701	,486

a. Dependent Variable: Indexintention

Bristande pålitlighet påverkar konsumenters intention negativt

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,650 ^a	,423	,412	3,307

a. Predictors: (Constant), indexpålithet

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,624	1,534		-,407	,686
	indexpålithet	1,038	,168	,650	6,171	,000

a. Dependent Variable: Indexintention

Svårighet att utvärdera fonder

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,567 ^a	,322	,308	3,627

a. Predictors: (Constant), indexutvärdera

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,649	1,496		1,103	,275
	indexutvärdera	,832	,169	,567	4,918	,000

a. Dependent Variable: Indexintention

Bilaga 2 Enkät