



Sveriges lantbruksuniversitet  
Fakulteten för naturresurser och lantbruksvetenskap  
Institutionen för ekonomi

# Viktiga faktorer vid lantbrukares val av bank

Key factors in farmers' choice of bank

*Anders Dahlsjö  
Lars-Johan Mattsson  
Staffan Svensson*

**Viktiga faktorer vid lantbrukares val av bank**

Key factors in farmers' choice of bank

*Anders Dahlsjö*

*Lars-Johan Mattsson*

*Staffan Svensson*

**Handledare:** Jerker Nilsson, Sveriges lantbruksuniversitet,  
Institutionen för ekonomi

**Examinator:** Johan Gaddefors, Sveriges lantbruksuniversitet,  
Institutionen för ekonomi

**Omfattning:** 15 hp

**Nivå och fördjupning:** Grund C

**Kurstitel:** Självständigt arbete i företagsekonomi

**Kurskod:** EX0538

**Program/utbildning:** Agronomprogrammet - ekonomi

**Utgivningsort:** Uppsala

**Utgivningsår:** 2010

**Serienamn:** Examensarbete

**Nr:** 615

**ISSN** 1401-4084

**Elektronisk publicering:** <http://stud.epsilon.slu.se>

**Nyckelord:** ekonomi bank lantbrukare attityder beteende beslut transaktionskostnader



Sveriges lantbruksuniversitet  
Fakulteten för naturresurser och lantbruksvetenskap  
Institutionen för ekonomi

# Förord

Inledningsvis vill vi tacka vår handledare, Jerker Nilsson på institutionen för ekonomi, för all hjälp vi har fått av honom. Vi vill också tacka Lasse Svensson och Kjell Edlund på Länsförsäkringar Gävleborg som har varit behjälpliga med att välja ut lantbrukare som vi sedan har intervjuat. De har även kommit med konstruktiv kritik i arbetets slutskede.

Vidare vill vi även tacka personalen på Länsförsäkringar i Bollnäs för att vi fick låna deras konferensrum med högtalartelefon de dagar vi genomförde intervjuerna.

Sist men inte minst vill vi rikta ett mycket stort tack till alla personer vi har gjort telefonintervjuer med. Både lantbrukarna som har varit väldigt samarbetsvilliga och Sven-Erik Selerud på Länsförsäkringar AB som hjälpt oss med den historiska informationen.

Uppsala den 31 maj 2010

# Abstract

The bank market for farmers in Sweden is dominated by Swedbank and Landshypotek. One of the most aggressive challengers is Länsförsäkringar Bank, which in 2009 had seven per cent of the Swedish bank market for farmers, but 57 per cent of all new lending. This paper deals with the problem of new banks to break into the bank market where farmers are slow in terms of change in their attitudes and loyal to their banks. The study has been carried out in cooperation with Länsförsäkringar Gävleborg which is a new actor in the banking market and thus eager to take part in the outcome of the study. This essay thus seeks to examine the attitudes farmers have against bank switching and the factors that influence their choice of bank.

The theories used in the study are primarily behavioral theory but also transaction cost theory and decision models have been used. Based on these theories, a number of hypotheses have been formulated. From these hypotheses questions were derived and these were used in the interviews with the farmers.

The empirical data has been gathered through telephone interviews with 16 farmers in the county of Gävleborg. They constitute four groups according to their current banking situation. Group 1 consists of farmers who are loyal customers of Länsförsäkringar. Farmers in group 2 have recently switched to Länsförsäkringar while farmers in group 3 recently changed from Länsförsäkringar or have their mortgages with another bank. Group 4 consists of farmers who are customers of one of Länsförsäkringar's competitors.

The findings show that there are some differences between the groups. Farmers in group 1 and group 2 value the skills they obtain from Länsförsäkringar very high. The skills of the staff were the key factor to the farmers in group 2 when they switched to Länsförsäkringar. Group 3 value the economic aspects most of all farmers in the study but they also value the skills. This is evidenced by the fact that they recourse several banks depending on the service needs of the personal relationship with the bank. For example, they consider that the mortgages does not require a deeper relationship with the bank and thus select which bank they use for this service based entirely on economic grounds. Farmers in group 4 do not value that the bank staff have expertise in agriculture; they see the bank only as a creditor.

Overall, the farmers report that repeated misconduct of their present bank is necessary before a change is considered. It is also very difficult to get a farmer to change his attitude toward a specific bank. The attitude towards bank switching, by contrast, changed in a number of cases after the farmers changed bank and discovered that it was not as complicated as they had expected.

# Sammanfattning

Bankmarknaden för lantbruk domineras i Sverige av Swedbank och Landshypotek. En av uppstickarna är Länsförsäkringar Bank som år 2009 hade sju procent av den svenska lantbruksmarknaden men hela 57 procent av nyutlåningen. Denna uppsats behandlar problemet för nya banker att slå sig in på lantbruksmarknaden då lantbrukare är konservativa vad gäller förändring av sina attityder och lojala gentemot sina banker. Studien har genomförts i samarbete med Länsförsäkringar Gävleborg som är en ny aktör på bankmarknaden och därmed angelägna att få ta del av resultatet av studien. Uppsatsen syftar således till att undersöka vilka attityder lantbrukare har till bankbyte och vilka faktorer som påverkar deras val av bank.

Teorierna som använts i studien är främst de beteendevetenskapliga men även transaktionskostnadsteori och beslutsmodeller har använts. Utifrån dessa teorier har ett antal hypoteser formulerats. Från dessa hypoteser har sedan frågor härletts som sedan har använts vid intervjuerna med lantbrukarna.

Det empiriska materialet har samlats in genom telefonintervjuer med 16 lantbrukare i Gävleborgs län. De har delats in i fyra grupper utifrån deras nuvarande banksituation. Grupp 1 är lantbrukare som är trogna kunder hos Länsförsäkringar. Lantbrukare i grupp 2 har nyligen bytt till Länsförsäkringar medan lantbrukare i grupp 3 nyligen bytt från eller har bottenlånen utanför Länsförsäkringar. Grupp 4 består av lantbrukare som är kunder hos någon av Länsförsäkringars konkurrenter.

Slutsatserna visar att det finns vissa skillnader mellan grupperna. Lantbrukare i grupp 1 och 2 värdesätter kompetensen de får från Länsförsäkringar mycket högt. Kompetensen hos personalen var den avgörande faktorn till att lantbrukarna i grupp 2 bytte till Länsförsäkringar. Grupp 3 värdesätter de ekonomiska aspekterna högst av lantbrukarna i studien men värdesätter även kompetensen. Detta visar sig genom att de anlitar flera banker beroende på tjänstens behov av personlig relation till banken. Till exempel anser de att bottenlånen inte kräver någon djupare relation till banken och därmed väljer de vilken bank de ska anlita för denna tjänst helt utifrån ekonomiska skäl. Lantbrukarna i grupp 4 värdesätter inte att bankpersonalen har spetskompetens inom lantbruk utan de ser banken mest som en kreditgivare.

Överlag anser lantbrukarna att det krävs upprepad misskötsel från bankens sida för att ett byte ska bli aktuellt. Det är även mycket svårt att få en lantbrukare att ändra sin attityd till en viss bank. Attityden till bankbyte har däremot ändrats hos flera av lantbrukarna efter att de gjort ett bankbyte och upptäckt att det inte var lika krångligt som de hade förväntat sig.

# Innehållsförteckning

<b>1 Inledning</b> .....	<b>1</b>
1.1 Bakgrund .....	1
1.2 Problem.....	2
1.3 Problemanalys .....	2
1.4 Syfte.....	3
1.5 Tillvägagångssätt .....	3
<b>2 Företagsbeskrivning</b> .....	<b>4</b>
2.1 Allmänt om Länsförsäkringar.....	4
2.2 Beskrivning av banktjänsterna.....	4
2.3 Hur ser marknaden ut?.....	5
<b>3 Teorier</b> .....	<b>8</b>
3.1 Beslut .....	8
3.1.1 Övervägda beslut .....	8
3.1.2 Icke övervägda beslut .....	9
3.2 Transaktionskostnadsteori .....	10
3.3 Sociala och psykologiska faktorer .....	11
3.3.1 Attityder .....	11
3.3.2 Selektivitet .....	14
3.3.3 Beteende.....	15
3.4 Hypoteser.....	16
<b>4 Empiri</b> .....	<b>18</b>
4.1 Motiveringar .....	18
4.2 Grupp 1 .....	18
4.2.1 Transaktionsspecificitet .....	18
4.2.2 Attityder, beteende och beslut.....	19
4.3 Grupp 2.....	21
4.3.1 Transaktionsspecificitet .....	21
4.3.2 Attityder beteende och beslut.....	21
4.4 Grupp 3.....	23
4.4.1 Transaktionsspecificitet .....	23
4.4.2 Attityder, beteende och beslut.....	24
4.5 Grupp 4.....	25
4.5.1 Transaktionsspecificitet .....	26
4.5.2 Attityder, beteende och beslut.....	26
<b>5 Analys</b> .....	<b>29</b>
<b>6 Slutsatser</b> .....	<b>35</b>
<b>Referenser</b> .....	<b>37</b>
<b>Bilaga 1: EKB-modellen</b> .....	<b>38</b>
<b>Bilaga 2: Intervjuguide</b> .....	<b>39</b>

# 1 Inledning

I detta kapitel presenteras inledningsvis bakgrunden till problemet, som uppsatsen behandlar. I de påföljande avsnitten beskrivs och analyseras problemet vilket sedan leder fram till syftet. Därefter följer en genomgång av tillvägagångssättet samt varför just dessa metoder valts.

## 1.1 Bakgrund

Innan år 1985 var kreditmarknaden i Sverige starkt reglerad, där Riksbanken var det styrande organet. Den reglerade kreditmarknaden bestod av diverse regleringar som valutareglering, räntereglering och likviditetskvoter. Gällande likviditetskvoterna handlade det om maximal utlåning som affärsbankerna fick genomföra. Parallellt med affärsbanken fanns finansbolag som lånade ut pengar till privatpersoners konsumtion och fastigheter. Staten fick en allt svårare konkurrenssituation för dessa finansbolag och avreglerade därmed kreditmarknaden. På detta sätt kunde banken styra både utlåning och räntesats. Detta genomfördes genom att prioriterade obligationer avskaffades och obligationer med kortare löptid, vilket innebär lägre ränta, och nollkupongare infördes.

Efter avregleringen av den svenska kreditmarknaden blev konkurrensen mellan bankerna mer påtaglig vilket bland annat ledde till räntesänkningar (Johansson & Merum, 2002). Det bidrog även till att få in fler aktörer på marknaden. Avregleringen innebar i stort att det inte längre var självklart att obligationer skulle kunna säljas på marknaden (www, Landshypotek, 2010). Detta gjorde att bankerna mer eller mindre blev tvungna att anpassa obligationerna efter marknadspreferenser. Vikten av marknadsföring och verksamhet på lokal nivå för att locka kunder ökade betydligt med fler aktörer på marknaden. Kreditmarknaden blev helt enkelt en mer välfungerande marknad ur nationalekonomisk synvinkel.

Lantbruket är en väldigt kapitalintensiv bransch då stora delar av tillgångarna är bundna i fastigheter och behovet av investeringar är relativt stort. Detta i kombination med relativt låg lönsamhet och därmed även låg självfinansieringsgrad vid nyinvesteringar ställer stora krav på kreditgivarna. Detta medför att det finns en stor, men samtidigt konkurrensutsatt, marknad för kreditgivare. Kraven på bankerna att leverera bra tjänster blir även större i takt med att lantbruksföretagen utvecklas till större enheter och lantbrukarna blir alltmer medvetna om sin finansiella situation.

Många banker har de senaste åren upptäckt att lantbruksföretag är en lönsam kundgrupp. Detta visar sig bland annat i Lantbruksbarometerns statistik över utlåningen till lantbruksföretag där flera uppstickare, däribland Länsförsäkringar, utmanar de två stora lantbruksbankerna Swedbank och Landshypotek. Att lantbrukare är en lönsam kundgrupp förklaras även till stor del av dens stora nyutlåning som skett inom lantbruksbranschen det senaste året. Skulderna under 2009 ökade rekordartat med 18,8 miljarder kronor eller drygt tio procent och var vid årsskiftet 09/10 uppe i 205 miljarder. (Lantbruksbarometern, 2010). Detta kan jämföras med utlåningen till hushållen som under samma period ökade med 8 procent.

Sett ur ett längre perspektiv har skulderna inom jord- och skogsbruket fördubblats under det senaste decenniet. Enligt Lantbruksbarometern går den största delen av de upplånade medlen till investeringar i maskiner. Även behovet av lån vid inköp av jordbruksmark ökar på grund av den senaste tidens prisökning på fastigheter. En stor del av utlåningen har även gått till att finansiera övriga verksamheter utanför själva lantbruket som till exempel satsningar på turism.

Att skuldsättningen ökar ska dock inte tolkas som att branschen befinner sig i någon akut kris. Enligt Lantbruksbarometern är det nämligen bara 3 procent av utlåningen som går till att täcka förluster i lantbruksföretagen medan den absolut största delen går till nödvändiga och genomtänkta investeringar. Ett undantag från detta är dock mjölk och grisföretagen som använder 7 respektive 8 procent av utlåningen till att täcka förluster (Lantbruksbarometern, 2010). Även lantbruksföretagens soliditet är i allmänhet hög vilket förklaras av värdeökningen på fastigheterna. Den ökade skuldsättningen kan alltså även tolkas som att lantbrukare i allmänhet har en god framtidstro. Över 85 procent av lantbrukarna uppger även att de är stolta över sitt yrke vilket ytterligare vittnar om det goda självförtroendet inom branschen (Lantbruksbarometern, 2010).

## 1.2 Problem

Många banker har alltså under den senaste tiden börjat inrikta sig på kundsegmentet lantbruksföretag (Sennerdal, 2010). Den allmänna uppfattningen är dock att lantbrukare är trogna sin bank på grund av till exempel traditioner från tidigare generationer. Detta gör att det ofta är svårt för bankerna att locka till sig nya kunder inom lantbrukssegmentet genom att konkurrera med priset. På grund av detta ställs större krav på att erbjuda speciella tjänster som ingen annan bank erbjuder för att locka över kunderna. Detta är inte helt enkelt då bankernas utbud hela tiden tenderar att efterlikna varandra. *Vilka tjänster värdesätter då lantbrukare så pass mycket att de kan tänka sig att byta bank för att få ta del av dem? Vad har lantbrukare för attityder till att byta bank? Ser de ett bankbyte som en stor och kostsam omställning eller som ett sätt att få bättre ekonomi?* Denna uppsats är skriven mot bakgrund av dessa frågeställningar.

## 1.3 Problemanalys

Länsförsäkringar Gävleborg är en relativt ny aktör på bankmarknaden för lantbruk. Den är därmed angelägen om att få ett svar på ovanstående problem för att på allvar kunna konkurrera med de två största aktörerna på lantbruksbankmarknaden, nämligen Swedbank och Landshypotek. Länsförsäkringar vill veta vad en lantbrukare värdesätter hos sin bank och genom denna kunskap ta fram nya erbjudanden för att locka nya kunder. För att helt besvara frågeställningarna behövs inte bara ekonomiska teorier utan även beteendevetenskapliga teorier. Det är nämligen inte bara ekonomin som styr, beslutsprocessen kan vara beroende av en rad andra faktorer vilka presenteras närmare i teorikapitlet.



## 1.4 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka vilka faktorer som gör att en lantbrukare är väldigt trogen sin bank. Studien undersöker lantbrukares attityder till bankbyte och om de upplever detta som krångligt i förhållande till det ekonomiska resultatet av att byta bank. Länsförsäkringar Gävleborg, som är en relativt ny aktör på marknaden, ska kunna använda sig av informationen för att kunna värva nya kunder. Studien syftar även till att de lantbrukare som är delaktiga i studien ska få en ny syn på bankbyte och en bättre förståelse för vad ett bankbyte kan innebära.

## 1.5 Tillvägagångssätt

Då uppsatsen skrivs i samarbete med Länsförsäkringar Gävleborg består kapitel 2 av en företagspresentation för att läsaren ska få en grundläggande förståelse för kommande analyser. Empirin består av 16 djupintervjuer per telefon med lantbrukare inom fyra kategorier. Intervjuerna görs per telefon då personliga intervjuer inte är möjliga på grund av tidsbrist hos författarna. Denna metod har valts på grund av att det är lättare att ställa följdfrågor och att utveckla svaren mer vid en intervju än om vi hade bett lantbrukarna fylla i ett formulär (Kvale, 1997). Intervjuer ger även en högre svarsfrekvens än enkäter.

Lantbrukarna har delats in i fyra grupper för att kunna göra en jämförelse över hur grupperna har svarat. Hur svaren skiljer sig mellan grupperna är intressant för att kunna dra intressanta slutsatser.

De fyra kategorierna av lantbrukare som intervjuats är:

1. Lantbrukare som är trogna bankkunder hos Länsförsäkringar.
2. Lantbrukare som nyligen har bytt **till** Länsförsäkringar.
3. Lantbrukare som nyligen har bytt **från** Länsförsäkringar.
4. Lantbrukare som är trogna bankkunder hos någon av konkurrenterna.

Lantbrukarna från grupp 1, 2 och 3 är utvalda av Länsförsäkringar Gävleborg medan de från grupp 4 är utvalda genom förfrågningar till lantbrukare i länet utifrån kriteriet att de ska representera en geografisk spridning. I diskussionskapitlet används teorierna för att analysera lantbrukarnas svar. Denna analys leder fram till en slutsats och även förslag på fortsatta studier då undersökningen inte kan anses vara representativ för alla lantbrukare utan enbart visar en antydning över hur deras beslutsprocesser ser ut.

## 2 Företagsbeskrivning

### 2.1 Allmänt om Länsförsäkringar

I dagsläget består Länsförsäkringar (i texten även förkortat LF) av 24 lokala länsförsäkringsbolag runtom i Sverige (www, Länsförsäkringar, 2010). Dessa lokala bolag ägs av kunderna och tillsammans äger bolagen LF AB med säte i Stockholm. Länsförsäkringsgruppen har 3,3 miljoner kunder i hela Sverige och 5 900 anställda. Länsförsäkringar erbjuder ett helhetskoncept med försäkring, pensionslösning och bank, både för privatpersoner och för företag. De erbjuder även tjänster inom fastighetsförmedling. Marknadsandelen inom svensk sakförsäkring ligger på 30,5 procent.

Länsförsäkringar Gävleborg har 175 anställda fördelade på sju försäljningskontor som ligger i Bollnäs, Gävle, Hudiksvall, Ljusdal, Nordanstig, Sandviken och Söderhamn (www, Länsförsäkringar Gävleborg, 2010) Förutom dessa finns även ett huvudkontor i Gävle. Organisationen är av platt karaktär där kunskapen hos varje medarbetare bör vara väldigt bred. Under år 2009 växte Länsförsäkringar Gävleborgs bankverksamhet med 32 procent vilket får anses vara en stark utveckling. Detta beror, enligt årsredovisningen för LF Gävleborg år 2009, på ränteläget samt att kunderna erhåller rabatt på sakförsäkringar om man är både bank- och försäkringskund. Då Länsförsäkringar som är ägt av kunderna erbjuds möjligheter till återbäring på försäkringspremien om företaget gör ett gott resultat.

Länsförsäkringar Bank har funnits i Gävleborgs län sedan år 1996 när bank för privatpersoner startades (pers. med., Edlund & Svensson, 2010). År 1998 startade LF Gävleborg en avdelning för lantbrukarkunder där de endast erbjöd topplån. För att LF skulle kunna erbjuda en helhetslösning med fler banktjänster inleddes ett samarbete med Landshypotek som endast erbjöd bottenlån. Samarbetet varade till år 2007 då LF startade ett eget bottenlån institut.

### 2.2 Beskrivning av banktjänsterna

I dagsläget erbjuder LF Gävleborg bottenlån, topplån, rörelsekredit, EU-kredit och EU lån, valutasäkring av EU stödet samt maskinlån. Bottenlån är det mest förmånliga lånet som ges, eftersom banken tar pantbrev i fastigheten som säkerhet med förmånsrätt. Ett bottenlån kan tecknas på 75 procent av fastighetens värde. De sista 15 procenten får istället belånas med ett topplån. Topplånen är osäkrare än bottenlånen vilket medför en högre ränta.

Rörelsekredit innebär att banken och lantbrukarna kommer överens om en maximal beviljad kredit (pers. med., Edlund & Svensson, 2010). Detta innebär att lantbrukaren kan komma under noll på kontot till en viss nivå som är individuellt fastställd. Den fasta kostnaden är 0,5 procent limitränta, därefter tillkommer en rörlig räntesats.

Ett EU lån innebär att lantbrukaren kan få ett lån med det kommande EU-stödet som säkerhet (pers. med., Edlund & Svensson, 2010). Detta innebär att EU-stödet utbetalas till banken och lånet amorteras. Ränta betalas på det belopp som belånas.

En EU kredit innebär att lantbrukaren pantsätter gårdsstödet och ges möjlighet att utnyttja så mycket som behövs (pers. med., Edlund & Svensson, 2010). Lantbrukaren behöver alltså bara betala ränta på det belopp som utnyttjas, till skillnad från EU-lånet där hela summan betalas ut direkt.

Valutasäkring av EU stödet är en ny tjänst hos LF (pers. med., Svensson, 2010). En efterfrågan på denna tjänst har vuxit fram på grund av den senaste tidens svängningar i valutakurserna vilket påverkar stödets storlek då det utbetalas i euro.

## 2.3 Hur ser marknaden ut?

Innan 1983 var kreditmarknaden starkt reglerad och riksbanken var det styrande organet (pers. med., Selerud, 2010). Kreditmarknaden reglerades av valutareglering, räntereglering och likviditetskvoter. Denna reglerade marknaden styrde till exempel utlåningstaket för affärsbankerna och hypoteksbankerna var subventionerade genom prioriterade obligationer. Allt detta medförde att Landshypoteks utlåningsränta var betydligt lägre än övriga aktörer vilket gav dem en dominerande ställning för utlåning av bottenlån. För affärsbankernas del var nackdelen under regleringstiden att utlåningsprocessen var tidskrävande. Under denna tid var det inte omöjligt att låneprocessen kunde pågå under ett år.

Orsaken till att den avreglerade kreditmarknaden var att affärsbankerna var hårt konkurrensutsatta av finansbolagen (pers. med., Selerud, 2010). Dessa lånade ut pengar till privatpersoners konsumtion av fastigheter och bidrog till en enklare utlåningsprocess än de reglerade affärsbankerna. På grund av den svåra konkurrenssituationen för dessa finansbolag avreglerades kreditmarknaden mellan åren 1983 och 1986.

Efter avregleringen kunde affärsbankerna marknadsmässigt styra både utlåning och räntesats (pers. med., Selerud, 2010). Rent praktiskt innebar avregleringen att prioriterade obligationer avskaffades och hypoteksbankerna fick börja konkurrera på allmänna villkor. Detta medförde att affärsbankerna, till exempel Föreningsbanken, införde en så kallad jordbrukskredit. Effekten av detta var en effektivare låneprocess och reklamkampanjer informerade om att pengarna numera kunde komma in på kontot inom två veckor efter låneansökan var inlämnad.

Mycket har hänt på kreditmarknaden sedan början av 80-talet. Lånesystemet fram till mitten av 90-talet föregick genom substansutlåning, vilket innefattade att belåning kunde genomföras så länge det fanns säkerheter på gårdscentrumet. Numera beaktar bankerna i större utsträckning även hur lönsamhetsförutsättningarna är på gården (pers. med., Selerud, 2010). En annan stor utveckling är att skuldsättningen har ökat från 60 miljarder kronor i början av 80-talet, till 205 miljarder kronor idag. Den största orsaken till detta är stigande åkermarkspriser. Priset för den bästa åkermarken har stigit från 25 000 kronor till 300 000 kronor per hektar under den senaste tjugoårsperioden. Denna värdeökning beror på en mängd saker men räntan har den senaste tiden varit en stor bidragande faktor.

Andra historiska aspekter av bankväsendet är diverse uppköp och nya aktörer som uppkommit på marknaden. Till exempel köpte Landshypotek Föreningsbankens Jordbrukskredit under 90-talet och Danske Bank slog sig in på den svenska marknaden

genom att köpa upp Östgöta enskilda bank (pers. med., Selerud, 2010). En genomgripande förändring för kreditväsendet genomfördes 1997 när Länsförsäkringar inledde utlåningsverksamheten.

Vad gäller marknadsandelar i Sverige för år 2009 visar statistiken i diagram 1 nedan att Swedbank har störst marknadsandel med 36 procent, därefter följer Landshypotek med 22 procent och Handelsbanken med 10 procent (Lantbruksbarometern, 2009).

Länsförsäkringar och Nordea är betydligt mindre aktörer med vardera 7 procent av marknaden. Tillväxttakten är däremot hög för Länsförsäkringar gentemot de andra aktörerna. De visar en tillväxtandel för 2009 på 57 procent vilket ska jämföras med de övriga aktörernas tillväxtandel på 5-14 procent. Den största faktorn till detta är att Länsförsäkringar är i startfasen av bankverksamheten och trenden visar att banken på lång sikt kommer stabilisera sin tillväxttakt och istället uppnå högre marknadsandelar (pers. med., Selerud, 2010).

Tillväxttakten bör vara åtminstone lika stor som bankens marknadsandel för att banken ska kunna behålla sin ställning på marknaden. I diagram 1 visas bankernas marknadsandel och tillväxttakt för hela Sverige. Det visar sig då att de enda bankerna vars tillväxttakt är högre än marknadsandelen är Handelsbanken och Länsförsäkringar Bank. För de etablerade bankerna Landshypotek och Swedbank ser det betydligt sämre ut. Dessa kommer, om denna trend fortsätter, att tappa marknadsandelar främst till förmån för Länsförsäkringar Bank och Handelsbanken (pers. med., Selerud, 2010).

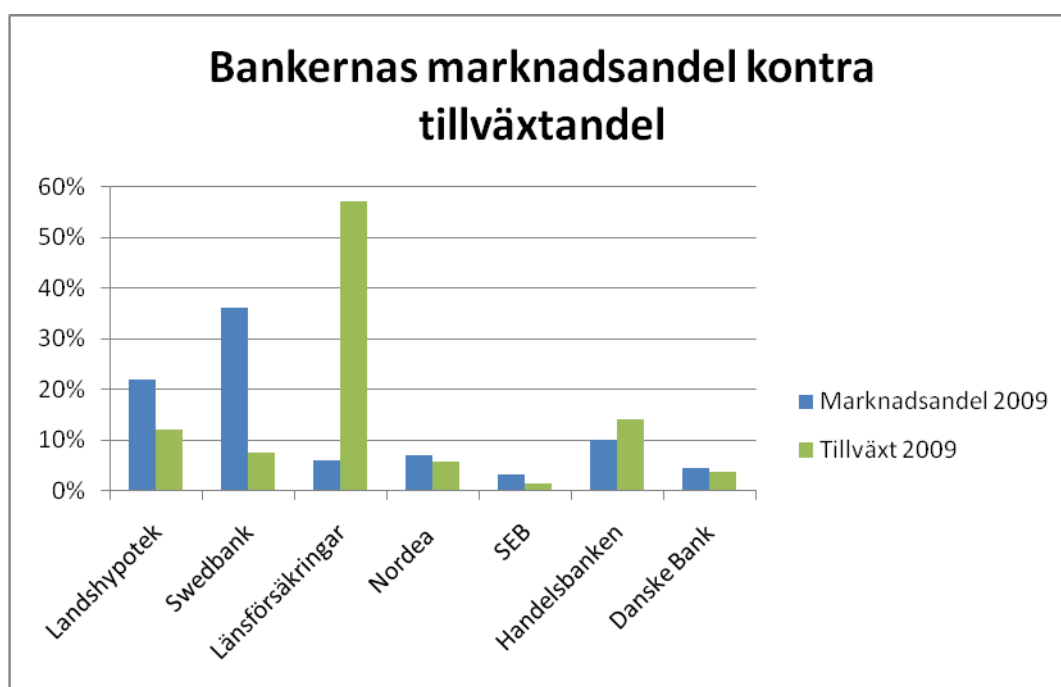


Diagram 1. Bankernas marknadsandelar i Sverige kontra hur stor del varje bank har av ny utlåningen. Siffrorna är hämtad från lantbruksbarometern. Egen bearbetning

Bankerna som ingår i diagrammet är alla verksamma i Gävleborgs län och de som karakteriserar dem är enligt Selerud följande.

- Handelsbanken och Nordea har en växande marknad framför sig och är främst inriktade på skogskunder. Handelsbanken satsar även mycket på marknadsföring och har en hög tillgänglighetsgrad tack vare de många lokalkontoren.
- Länsförsäkringar Bank är i startfasen och har för närvarande yngre kunder än de andra aktörerna. Länsförsäkringar erbjuder ett helhetskoncept med försäkring, pensionslösning och bank under samma tak. Om kunden väljer detta helhetskoncept finns möjlighet att få rabatterat pris på försäkringar.
- Landshypotek inriktat sig på bottenlån men har även samarbete med många andra aktörer för att kunna erbjuda kunderna ett helhetskoncept.
- Swedbank är den gamla lantbrukarbanken men den har numera svårt att behålla marknadsandelarna på grund av uppstickare som Länsförsäkringar Bank och Handelsbanken.

## 3 Teorier

Nedan presenteras teorier som kan belysa frågeställningen. Inledningsvis behandlas beslutsfattandeteori, som är den övergripande teorin. Därefter behandlas transaktionskostnadsteorin med fokus på transaktionsspecifika tillgångar. Kapitlet fortsätter med sociala och psykologiska faktorer, närmare bestämt individers attityder och beteenden. Attityder har stor betydelse för en lantbrukares beslut gällande byte av bank. Avslutningsvis följer några slutsatser av teorigenomgången.

### 3.1 Beslut

När en lantbrukare ska bestämma sig för vilken bank han eller hon vill samarbeta med är teorier om beslutsmodeller användbara. De finns en rad sociala och psykologiska faktorer som påverkar beslutsprocessen, bland annat attityder och selektivitet. Engel, Kollat och Blackwell (1982) har konstruerat en modell, den så kallade EKB-modellen, som beskriver olika steg för beslut av större eller mindre betydelse. Inledningsvis förklaras den övervägda beslutsprocessen utifrån modellen och därefter den icke övervägda. Eftersom modellen är komplex är beskrivningen av den av sammanfattande karaktär. Modellen finns i sin helhet i bilaga 1.

#### 3.1.1 Övervägda beslut

Teorier om övervägda beslut är användbara för lantbrukares val av bank. Det kan antas vara ett relativt stort och väl genomtänkt beslut hos de flesta lantbrukare.

EKB-modellen i sin mest komplexa form beskriver den övervägda beslutsprocessen (Blackwell & Engel, 1982). Det första steget av de fem i beslutsprocessen är problemupptäckten. Det finns flera orsaker till att problemupptäckten uppstår. De fyra som anses viktigast är behovsaktivering, referensgruppers inflytande, inflytandet av andra beslut och marknadsföring. Problemupptäckten uppstår när lantbrukaren blir varse en skillnad mellan ett idealtillstånd och det rådande förhållandet. Uppkomsten av motiv och behov ger lantbrukaren en benägenhet till att uppnå specifika mål. Dessa mål kan både framkalla och styra beteendet.

Efter problemupptäckten följer sökprocessen, där marknaden analyseras (Blackwell & Engel, 1982). Individen söker efter information om bankerna som är verksamma inom lantbruk. Det finns två typer av sökprocesser, nämligen internt och externt sökande. Först söks information internt, dvs lantbrukaren söker i minnet efter lagrad information om bankerna. Är den lagrade informationen tillräcklig prioriteras den externa sökprocessen bort. Skulle informationen efter den interna sökprocessen istället vara för svag leder det till att informationen måste sökas externt, alltså en mer grundläggande granskning av bankerna på marknaden och deras erbjudanden.

När sökprocessen är avslutad påbörjas utvärderingen av alternativen som visade sig tillgängliga efter sökningen (Blackwell & Engel, 1982). För att kunna utvärdera alternativen måste individen definiera sina utvärderingskriterier. Utvärderingskriterierna påverkas till stor del av individens livsstil som är uppbyggd på kulturella normer och referensgrupper. Dessa faktorer summeras och formar sedan en övertygelse om vilken

attityd individen har till alternativet. Attityden kan vara positiv eller negativ och den ligger sedan till grund för valet av alternativ. Attityder behandlas närmare i avsnitt 3.3. När de ovanstående stegen är fullföljda görs ett val som sedan utvärderas.

Valet resulterar i att individen antingen blir tillfredsställd eller upplever så kallad kognitiv dissonans (Blackwell et al., 2006). Kognitiv dissonans innebär att individen får en känsla av psykologisk obekvämheter över att valet kanske inte föll på det optimala alternativet. "Övervägde jag alla alternativ?" "Har jag gjort ett bra beslut?" Detta är frågor en beslutsfattare som upplever dissonans ställer sig. Åsikter, kunskap och handlingar leder individen åt helt olika håll. Detta är inte ett fördelaktigt tillstånd, och en individ som upplever detta försöker på olika sätt motverka dissonansen. Beslutsfattaren kan förändra antingen sina attityder eller sitt beteende. Detta innebär att individen går tillbaka till sökprocessen för att söka extern information och därefter åter följa stegen i EKB-modellen mot beslutsfattandet. Detta beteende kan placeras under begreppet *repeated problem solving* (upprepad problemlösning), vilket innebär att individen blir tvungen att lösa problemet på annat sätt. Det tar dock tid och energi att analysera övriga alternativ. Nyttan av att välja ett annat alternativ måste därmed överstiga kostnaden för tiden som läggs ner på sökprocessen. Om kostnaden för den externa sökprocessen blir för hög kommer den inte att slutföras.

Ett exempel på hur kognitiv dissonans kan uppstå i verkligheten är då en lantbrukare väljer en bank av ekonomiska skäl, dvs. låga räntor och avgifter (Blackwell et al., 2006). Den kognitiva dissonansen uppstår då banken efter en tid höjer räntan. Om lantbrukaren märker detta leder det i många fall till att han går tillbaka till sökprocessen igen för att hitta en annan bank.

### 3.1.2 Icke övervägda beslut

Även om byte av bank kan betraktas som ett stort beslut behöver lantbrukaren inte nödvändigtvis använda sig av övervägda beslutsprocesser (Blackwell & Engel, 1982). Själva informationssökandet och hela den långa process som EKB-modellen beskriver kan överlämnas till andra lantbrukare eller till ekonomiska rådgivare. Individen lyssnar till andras erfarenheter och försöker på detta sätt bilda sig en uppfattning om alternativet. Beslutsprocessen skiljer sig från den övervägda främst genom sättet att utvärdera beslutet. I den övervägda beslutsmodellen görs detta före beslutet har tagits men i den enkla processen görs utvärderingen först efter att beslutet är fattat. Även sökprocessen skiljer sig något då steget acceptans inte existerar i den icke övervägda beslutsmodellen. Detta innebär att väldigt lite eller ingen information alls av den som processats bevaras i minnet.

Det är inte enbart en faktor som påverkar hur individen väljer utan det beror på helhetsintrycket (Kool, 1994). Låt oss ta kompetensen som ett exempel. Även om en annan bank har mer spetskompetens kan en lantbrukare välja att vara kvar i sin nuvarande bank på grund av lojalitet gentemot den egna banken och dess rådgivare. En orsak kan även vara att servicen hos den nuvarande banken inte kan överträffas hos någon av konkurrenterna.

Icke övervägda beslut kan karaktäriseras som *repeat purchase behavior* (upprepade köp beteende) (Blackwell et al., 2006). Detta innebär i den icke övervägda beslutsprocessens

fall att beslut fattas av gammal vana antingen för att man känner lojalitet gentemot företaget som erbjuder produkten eller att individen är trög i sitt beslutsfattande. Exempelvis kan detta vara att en lantbrukare är styrd av äldre generationers bankval. Trögheten karaktäriseras av att lantbrukaren inte analyserar andra banker än sin egen och att de kan tolerera en viss misskötsel från bankens sida utan att byta. Detta bidrar till att försvåra de konkurrerande bankernas utgångsläge.

## 3.2 Transaktionskostnadsteori

I detta avsnitt behandlas transaktionskostnadsteorin samt hur denna teori kan appliceras på lantbrukarens relation gentemot banken. Fokus riktas mot begreppet transaktionsspecificitet, som är den viktigaste faktorn som bestämmer aktörers val av alternativ.

Genom ingåendet av ett kontrakt minskar möjligheten till alternativ användning av resurserna. Om dessa resurser åter skall kunna frigöras uppstår en ny transaktionskostnad (Anderson, 1992). Resurserna blir *transaktionsspecifika*. Transaktionsspecificitet innebär att den ena parten blir bunden till den andra genom resurserna som ingått i transaktionen. Detta kan till exempel gälla i relationen mellan bank och lantbrukare, då lantbrukaren har pantsatt en del av sina tillgångar och i gengäld fått låna pengar. Det finns olika slag av transaktionsspecifika investeringar, till exempel specificitet i mänskliga tillgångar och skraddarsydda investeringar (Nilsson & Björklund, 2003). Dessa två slag av transaktionsspecifika investeringar kan anses vara de mest relevanta för studien.

Specificitet i mänskliga tillgångar innebär att individer skaffar sig en viss resursuppsättning genom utbildning och erfarenhet (Nilsson & Björklund, 2003). Denna uppsättning av resurser har ett begränsat alternativvärde. Banken kan investera i humankapital som sitter på spetskompetens inom ett specifikt område, till exempel lantbruk. En lantbrukare som kräver denna kompetens för att vara kund hos banken kommer i princip att vara låst till den banken om de övriga bankernas personal saknar denna kunskap. Specificitet i skraddarsydda investeringar innebär att till exempel en bank har investerat i en specifik lösning som är beroende av en lantbrukares tillgångar. Lantbrukaren har fått en kundanpassad lösning från banken men även hamnat i en lock-in situation vilket möjliggör att banken kan bete sig bedrägligt mot lantbrukaren. Ett konkret exempel på detta är då en bank som är kooperativt ägd erbjuder återbäring till de som är kunder hos banken. Kunden är tvungen att ge upp denna förmån om han eller hon vill byta bank.

Transaktionsspecificiteten förstärks då båda parter, eller bara den ena parten, i syfte att komma varandra närmare anpassar sina respektive rutiner och funktioner (Anderson, 1992). Detta gör att det skapas så kallade exit-hinder för köpare och säljare vilket försvårar eventuella konkurrenters utgångsläge. I relationen mellan lantbrukaren och banken är det framförallt banken som vill försvåra brytandet av ett kontrakt då tjänsterna som banken erbjuder är anpassade för kunden. Det är även betydligt dyrare för banken att skaffa en ny kund än att behålla en befintlig. Detta bidrar till att skapa kontinuitet i den ursprungliga relationen trots att konkurrenternas erbjudanden kan vara något bättre sett ur kundens synvinkel. Det är också av högsta relevans för LF Gävleborg för att kunderna ska kunna



hållas kvar i banken. LF Gävleborg behöver sitta på kunskap anpassad för sina relationer för att förstärka sin konkurrensförmåga gentemot andra banker. Den negativa effekten av detta beteende från bankens sida blir höga transaktionskostnader.

### 3.3 Sociala och psykologiska faktorer

De transaktionsspecifika tillgångarna är viktiga för att belysa problemen en bank upplever när den ska slå sig in på en ny marknad. Mycket av detta hänger ihop med individerna som verkar på marknaden samt deras beteenden och attityder. Närmast behandlas teorier om de sociala och psykologiska faktorerna och de appliceras även på fallet Länsförsäkringar.

#### 3.3.1 Attityder

Attityder och värderingar har stor inverkan på individers beteende gällande olika beslut (Bennet & Kassarian, 1972). En individs attityd gentemot en produkt hänger starkt samman med produktens image vilken företagen genom marknadsföring hela tiden vill förbättra. Individens attityder kännetecknas av att de inte är neutrala utan antingen positiva eller negativa. Detta faktum skiljer attityder från åsikter som mycket väl kan vara neutrala i sin utformning. Attityder kan inte heller existera i ett vakuum utan de måste vara riktade mot något, till exempel en viss bank eller en tjänst som banken erbjuder. Attityder utlöser ofta ett handlande hos individen, ett beteende. Detta är viktigt då en individs attityd inte direkt kan förmedlas i ord likt en åsikt utan istället måste tolkas utifrån individens handlingar. Dessa handlingar kräver lämpliga förhållanden och rätt omgivning för att genomföras. En lantbrukare kanske inte ogillar grannen bara för att denna anlitar en bank som lantbrukaren har en väldigt negativ attityd till. Däremot skulle lantbrukaren aldrig kunna tänka sig att själv bli kund hos den banken. Attityderna är alltså inte tillräckligt relevanta vid alla tillfällen för att de ska utnyttas i en aktiv handling.

Ett annat sätt att angripa teorierna om attityder är att dela in dem i komponenter (Bennet & Kassarian, 1972). I denna indelning kommer åsikterna som individen har gentemot till exempel en bank att ingå som en komponent i attityderna. Dessa åsikter kan till exempel bestå av att banken ofta erbjuder en förmånlig ränta, har kunnig personal, lokal kännedom samt tjänster utformade efter kundens behov.

Nästa komponent består av de känslomässiga aspekterna av en individs attityd (Bennet & Kassarian, 1972). Ett exempel på hur en negativ inställning till en politisk inriktning kan ta sig uttryck är: "Damned Republican bankers and fascist industrialists are the cause of war, hunger and strife". Blackwell et al. (2006) går djupare in på känslornas betydelse för attityderna. En konsument som är på gott humör tenderar att utveckla goda attityder mot fler produkter och tjänster än en kund som är på dåligt humör.

Den tredje komponenten som Bennet och Kassarian (1972) nämner är den som omvandlar attityden till handling. Om en person är negativt inställd till något är han eller hon redo att förstöra eller straffa de objekt eller personer som kopplas samman till den negativa attityden. Likaså är han eller hon redo att belöna och hjälpa de personer som förespråkar något som individen i fråga har en bra attityd till. Ett exempel på hur attityd kan omsättas i handling kan vara att en lantbrukare som har en dålig attityd till en rådgivare kan sprida ut

till alla sina kollegor att rådgivaren är inkompetent. Detta kommer att sätta rådgivarens förtroende hos lantbrukare i området på prov.

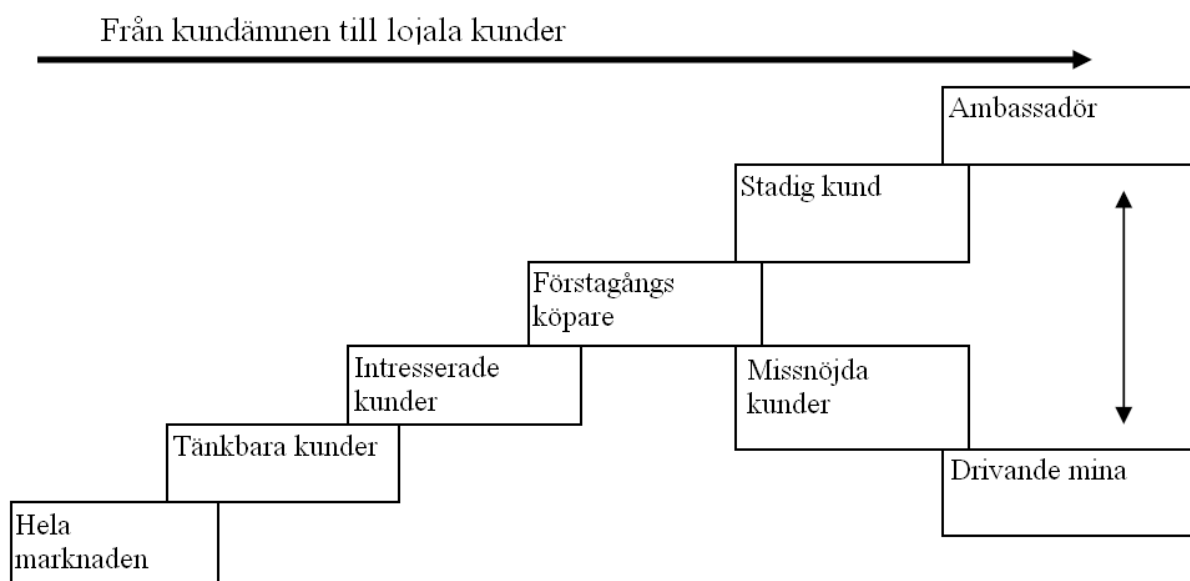
Enligt McKenna (1987) är den viktigaste av ovanstående komponenter den som avser de känslomässiga aspekterna. Denna har ofta en mycket stor inverkan på de två andra komponenterna. Trots att LF lägger stor vikt vid att utveckla personalens kompetens är det ändå de känslomässiga aspekterna som styr vilken attityd lantbrukaren har.

Hur utvecklas då en individs attityder? Bennet & Kassarian (1972) beskriver denna utveckling som en inlärningsprocess som främst påverkas av tre faktorer, nämligen familjen, personligheten och grupper i omgivningen. Familjen har oftast störst inverkan. På samma sätt som en person föds in i sin församling föds han också till viss del in i föräldrarnas attityder. Värderingar om vad som är bra och dåliga banktjänster eller bankföretag har en tendens att gå i arv till barnen. De ärvda attityderna kan ta sig olika uttryck beroende på personligheten hos den som har ärvt dem. Bennet & Kassarian (1972) hänvisar till Rokeach (1960), som delar in individer i två grupper, nämligen öppna och fördomsfria respektive slutna och inåtvända. Den sistnämnda präglas av konservativt tänkande och avvisar ofta åsikter som inte stämmer överens med de egna värderingarna. En lantbrukare i denna grupp kommer alltid att vara trogen sin bank trots att det allmänna ryktet säger att en konkurrerande bank erbjuder bättre service och kompetens för lantbrukare.

Grupper i omgivningen påverkar attitydernas utveckling. Teorin bakom gruppens påverkan på attityden leder in på begreppet *referensgrupper*. Information om marknaden samlas inte bara från den grupp man själv tillhör utan även andra grupper (Bennet, 1972). Dessa grupper kallas referensgrupper och kan delas in i normativa och komparativa grupper. De normativa referensgrupperna kan influera den egna gruppen vad gäller normer, attityder och värderingar samt dess helhetssyn på livet. Detta kan komma till uttryck när lantbrukare träffas i ett större sällskap och lyssnar på vad andra lantbrukare har för bankrelationer.

De komparativa referensgrupperna används främst för att jämföra individer som finns i den egna gruppen med de som finns i referensgruppen. De komparativa referensgrupperna är ofta relativt lika den egna gruppen och kan därmed även användas för att få bekräftelse över den egna gruppens inriktningar. I viss mån kan även normativa referensgrupper användas för jämförelser med den egna gruppen. I lantbrukares fall kan detta antas ha stor inverkan på attityden om de ofta tyr sig till andra lantbrukare för att jämföra gårdarnas verksamheter och utbyta erfarenheter.

Ur ett marknadsföringsperspektiv är grupper med nöjda kunder mycket värdefulla då dessa genom sina åsikter kan locka till sig nya kunder (Norrbon, 1999). De nöjda kunderna kallas i Norrboms modell över kundens utveckling för ambassadörer vars viktigaste uppgift är att sprida ut ett gott rykte om banken. Motsvarande effekt är påtaglig även när det gäller missnöjda kunders omdömen om banken. En sådan negativ rykesspridning kan vara förödande. En missnöjd före detta kund som talar illa om banken benämns i Norrboms modell som en drivande mina. Kundens utvecklingssteg beskrivs mer utförligt i figur 1. Det är mycket viktigt att LF har ett positivt rykte ute bland lantbrukarna om det visar sig att lantbrukare öppet pratar med andra om hur bra eller dålig deras bank är.



Figur 1: Hur kunden kan utvecklas. Egen bearbetning av Norrbom, 1999.

Vid de flesta typer av beslut bör individernas attityd till risk beaktas (pers. med., Eriksson, 2010). Lantbrukaren byter bank på grund av ekonomisk vinning, men förlorar kunskap i form av rådgivarens kompetens. Detta kan bidra till att nettoeffekten av att byta bank blir negativ för lantbrukaren. Nyttan av de minskade kostnaderna kommer kanske inte att överstiga kostnaden för sämre rådgivning från bankens sida. Hur risken speglas i beteendet beror på hur vi är som individer. Därmed kan tre kategorier av individer definieras; riskaverta, riskneutrala och riskälskande individer.

**Riskavert:** Hit hör individer som väljer det säkrare alternativet och på detta sätt har en mindre chans att få en optimal lösning (pers. med., Eriksson, 2010). Detta kan till exempel vara lantbrukare som har tillgångarna i näringsverksamheten finansierade genom eget kapital och inte har stor strävan till att få avkastning. Det som kännetecknar riskaverta lantbrukare är att de är trogna sin bank då de är rädda att förlora bankens positiva attityder till dem själva.

**Riskneutral:** Detta är individer som väljer bästa möjliga lösning (pers. med., Eriksson, 2010). Det kan till exempel vara lantbrukare som har lån och bundit lånet till fast ränta. Lantbrukare med denna syn på risk ser en helhetsbild av banken, alltså både det ekonomiska och bankpersonalens kompetens.

**Riskälskande:** Dessa individer väljer vad de tror är den bästa möjliga lösningen med risken att förlora allt (pers. med., Eriksson, 2010). Det kan till exempel vara lantbrukare som finansierar sin verksamhet med bara lån, där lånet domineras av rörlig ränta. Låga finansiella kostnader kan i detta fall relateras till en vinstchans och riskeffekten är att banken höjer räntan vilket i värsta fall kan leda till att lantbrukaren gör stora ekonomiska förluster. Trots att en individ är riskälskande betyder dock inte detta att man accepterar hur stora risker som helst utan en viss säkerhet är alltid att föredra.

Att attityder har en viktig funktion i bland annat lantbrukares beslutsfattande står härmed klart. Mer specifikt skriver McKenna (1987) att attityder hjälper individer att få en tydlig och stabil bild av världen de lever i. Grundläggande attityder är viktiga för att individen inte ska behöva utvärdera all den information som tas emot. Istället kan snabba och korrekta beslut fattas genom att organisera informationen utifrån attityderna. Lantbrukaren kan helt enkelt inte ta in all information då hjärnkapaciteten är begränsad. Detta fenomen beskrivs utmärkt med hjälp av begreppet *selektivitet*, vilket kommer att behandlas i nästa avsnitt.

### 3.3.2 Selektivitet

Denna teori handlar om hur individer selekterar intagen information (Blackwell & Engel, 1982). Hur varje individ gör sitt urval beror på en rad selektivitetsmetoder. För alla signaler som individer får i samhället är det endast en bråkdel som läggs på minnet. Blackwell & Engel (1982) beskriver en studie över hur människor förmår att komma ihåg och beskriva ett tv-program. Denna studie visar att bara 32 procent kan beskriva budskapet efteråt och att endast 16 procent kan komma ihåg det exakta budskapet. Fyra centrala selektivitetsbegrepp som kan appliceras i fallet Länsförsäkringar presenteras nedan

**Selektiv exponering.** Individen har en redan föreställd bild av information och intryck och kommer inte ändra på detta (Blackwell & Engel, 1982 s 275). Detta kan till exempel vara de fyra smaklöken: salt, sött, beskt och surt. Vi har redan en klar uppfattning över hur dessa smaker upplevs och vill därmed inte ändra vår exponering. Lantbrukare kan även ha klara attityder gentemot en viss bank och därmed vara svår att påverka med marknadsföring från bankens sida. Vissa drag av riskaversion kan alltså finnas hos individer i denna grupp.

**Selektiv uppmärksamhet.** Alla dagliga intryck och observationer kan inte iaktas (Blackwell & Engel, 1982 s 282). Detta innebär att hjärnan enbart kommer att observera ett urval av observationer. Faktorer som påverkar detta är individens egna preferenser samt kognitiv konsekvens, vilket innebär att individer är konservativa i sin vilja att ändra tilltro och attityd. Ett exempel i denna metod är flygkraschen av flygplansmodellen DC-10 år 1979. Människor i allmänhet fick då en bild av att DC-10 var osäkrare än andra plan och ett starkt kognitivt beteende resulterade i att planen därefter fick dåligt rykte, trots omfattande marknadsföringsprogram. Exempel kan även finnas i lantbruksbranschen där en dålig insats från bankens sida kan försätta lantbrukaren i en besvärlig finansiell situation. Då kommer troligtvis denna bank att få dåligt rykte bland lantbrukarna. Från detta selektivitetsbegrepp kan vissa paralleller dras till Norrboms (1999) beskrivning av en kund som drivande mina.

**Selektiv förståelse.** Detta begrepp behandlar personers förståelse av attityd och förtroende (Blackwell & Engel, 1982 s 285). Gammal information kan snabbt observeras och förstås

av de flesta individer. Problem uppstår när ny information ska tillgodogöras eftersom individer i förväg, genom den selektiva uppmärksamheten, har en bild av produktens för- och nackdelar. Detta leder i många fall till missförstånd. Till exempel har tester av individers förståelse genomförts. Studier på detta område visar att cirka 96 procent av alla individer i någon grad missförstår informationen i ett tv-program. På liknande sätt kan en lantbrukare missförstå innehållet i en banks reklamkampanj eller bankens ekonomiska rådgivning.

**Selektivt bevarande.** Det som en individ kommer ihåg är det som individen själv anser vara viktigt (Blackwell & Engel, 1985 s 285). Det innebär att bara en viss del av det som uppmärksammas och förstås kommer att läggas på minnet. Lantbrukaren vet till exempel vilken traktor grannen kör men inte vilken bank han eller hon anlitar och hur relationen till banken är.

Nu har attityderna och deras komponenter samt deras funktion i samhället behandlats. Detta ledde in på selektivitetsteorin som förklarade hur individer tvingas välja bland informationen som erbjuds. I dessa val visade sig attityderna vara till stor hjälp. I detta avsnitt kommer attitydernas inverkan på individers beteende att behandlas.

### 3.3.3 Beteende

Beteendeteorin och attitydteorin har kopplingar till varandra. Därför är det av intresse för denna studie att utöver attitydteori även studera hur beteendeteorin är kopplad till de beslut som lantbrukaren gör vid valet av bank.

Förhållandet mellan attityd och beteende är relativt komplicerat (McKenna, 1987). Till exempel beror en förarens säkra körstil på många andra saker än att föraren har en god attityd till trafiksäkerhet. Man behöver skilja på en individs intentioner att bete sig på ett visst sätt och det faktiska beteendet. En säkerhetschef kan ha goda attityder till säkerhet och goda intentioner att utveckla rutiner för att förbättra denna. Intentionerna och rutinerna som utvecklas påverkas till stor del av säkerhetschefens attityder.

Att ha en god attityd till en produkt/tjänst eller en bank behöver dock inte nödvändigtvis innebära att kunden köper produkten/tjänsten eller blir kund hos just den banken (McKenna, 1987). Det kan finnas goda skäl till att en lantbrukare inte blir kund hos en bank trots att attityden gentemot banken är god. Banken kan vara flitigt anlita av lantbrukare och dess personal kan ha mycket god kompetens inom lantbruk, men bankens relativt få lokalkontor gör att en del lantbrukare upplever att de riskerar att förlora den lokala förankringen om just den banken anlitas. Lantbrukaren vågar helt enkelt inte ta risken att få det lite bättre när han redan har det relativt bra. Lantbrukarens attityd till risk har alltså en stor inverkan på beteendet.

Det finns i stort sett två läger i frågan om beteendet följer attityden (Blackwell & Engel, 1982). Den ena gruppen föreslår att beteendet grundar sig på attityden medan den andra förespråkar motsatsen. Ingen av dessa grupper har dock någon stadig grund att stå på. Blackwell & Engel (1982) refererar till Fishbein (1967) som konstaterar att det trots många år av intensivt forskande fortfarande inte går att utläsa något samband mellan attityder och

individens beteenden. Den grupp forskare som förespråkar att det finns ett samband menar att det även finns studier, främst inom marknadsföringen, som bevisar detta.

### 3.4 Hypoteser

Frågeformuläret konstrueras på basen av följande hypoteser som har satts upp utgående från teoriavsnittet.

#### ***Beslut***

1. Lantbrukare koncentrerar sig på helhetsintrycket av banken inför beslutet att bli eller fortsätta vara kund hos banken eller inte.
2. Lantbrukare, som är trogna sin bank, (grupp 1 och 4) använder sig av den icke övervägda beslutsmodellen medan de som nyss bytt, (grupp 2 och 3) använder sig av den övervägda beslutsmodellen.
3. Lantbrukare som använder sig av den icke övervägda beslutsprocessen vid val utav bank har sällan förutfattade meningar om bankerna då informationen enbart söks externt.
4. Vid valet av bank har bankens ägandeform inte beaktats av lantbrukaren. De har till exempel inte tänkt på att LF Gävleborg ägs av kunderna.

#### ***Transaktionskostnadsteori***

5. En lantbrukare som är kund hos en bank med hög kompetens värdesätter detta mycket högre än lantbrukare som är kund hos en bank som saknar denna kompetens.
6. Lantbrukare i allmänhet upplever att de får anpassa sig efter vad banken har att erbjuda istället för att få en kundanpassad lösning.
7. Lantbrukare som är trogna sin bank uppfattar att banker skapar så kallade exit-hinder som gör det svårare att byta bank.

#### ***Sociala och psykologiska faktorer***

8. De lantbrukare som är trogna uppfattar ett bankbyte som krångligt och tidskrävande.
9. Lantbrukares attityder gentemot olika banker tenderar att gå i arv från föräldrarna.
10. Referensgruppernas inflytande på en lantbrukares beslutsprocess är begränsat då lantbrukare i allmänhet inte talar med varandra om sina respektive banker.
11. Lantbrukare är konservativa då det gäller att ändra sin tilltro och attityd vilket medför att bankerna tillåts missköta sig i relativt hög utsträckning innan ett byte blir aktuellt.
12. Lantbrukare som är kunder hos andra banker än LF kan ha en god attityd gentemot LF men väljer ändå inte att byta på grund av lojalitet med den gamla banken.

13. Lantbrukare kan välja att inte byta bank på grund av att de inte är villiga att ta en risk för att få det lite bättre om de redan har en relativt god situation.
14. Lantbrukare känner sällan till alla tjänster som banken erbjuder.
15. Lantbrukarna i grupp 1, 2 och 3 värdesätter helhetskonceptet med bank, pensionslösning och försäkring betydligt högre än lantbrukarna i grupp 4.

## 4 Empiri

### 4.1 Motiveringar

Lantbrukarna som intervjuats har delats in i fyra grupper om fyra lantbrukare som har fått svara på samma frågor. Indelningen görs för att identifiera skillnader mellan lantbrukare med olika förutsättningar. Grupp 1 och grupp 4 består av lantbrukare som är trogna sin bank. Lantbrukare i grupp 1 är trogna Länsförsäkringar Bank medan lantbrukare i grupp 4 är trogna någon av Länsförsäkringars konkurrenter. Då Länsförsäkringars bankverksamhet har funnits endast tolv år skiljer sig lantbrukarna i denna grupp mot de i grupp 4 som är trogna konkurrenterna. Lantbrukare i grupp 4 har nämligen haft möjlighet att vara kund hos samma bank sedan de föddes och själva lantbruksföretaget kan ha varit kund hos den banken i flera generationer.

Grupp 2 består av lantbrukare som nyligen har bytt till Länsförsäkringar. Denna grupp har valts för att undersöka vad som har fått dem att göra ett bankbyte. I grupp 3 var tanken att lantbrukare som nyligen bytt från Länsförsäkringar bank skulle placeras. Det var dock endast en lantbrukare som passade in på dessa kriterier. De tre övriga lantbrukarna i denna grupp är inte helkunder hos Länsförsäkringar utan har bottenlånen hos en annan bank.

Lantbrukarna i grupp 1, 2 och 3 är utvalda av Länsförsäkringar med kravet att de ska vara heltidslantbrukare med olika produktionsgrenar och geografiskt spridda inom länet. Lantbrukarna i grupp 4 har valts ut genom slumpmässiga förfrågningar från skribenterna med hjälp av samma kriterier som de övriga grupperna. Samtliga lantbrukare som ingår i studien är dessutom anonyma. Det är endast skribenterna som känner till vem som har sagt vad. Motivet är att lantbrukarna inte ska dra sig för att svara ärligt på frågorna. Varje grupp består av fyra lantbrukare därför att det bedömdes angeläget att få ett någotsånär representativt resultat samtidigt som det var begränsat med tid för intervjuerna.

Varje avsnitt i detta kapitel avslutas med ett diagram där lantbrukarna har satt poäng 1-5 på egenskaper hos en bank. Det är inte fråga om någon rangordning utan lantbrukarna kunde sätta högsta eller lägsta poäng på alla fem egenskaper. Snittet över hur lantbrukarna i respektive grupp har värderat egenskaperna presenteras i ett diagram i slutet av varje avsnitt.

### 4.2 Grupp 1

Lantbrukarna i denna grupp är trogna kunder hos Länsförsäkringar Bank i Gävleborgs län och har varit helkund i ett till åtta år. Den lantbrukare som endast varit helkund ett år har tidigare haft bottenlånen hos en annan bank. Av de fyra finns tre mjölkgårdar och en gård med slaktsvinsproduktion. Alla gårdarna har skog och en har även entreprenadverksamhet. Omsättningen på gårdarna ligger mellan 4 och 14 miljoner kronor.

#### 4.2.1 Transaktionsspecificitet

Den geografiska närheten till banken värdesätts inte särskilt högt bland lantbrukarna i denna grupp. Det viktiga är att det går att få tag på banken snabbt och enkelt via telefon. De tycker att det är viktigt att ha en konkret kontaktperson på banken. På frågan om lantbrukarna



upplever att banken har förståelse för deras situation svarar samtliga lantbrukare att de upplever denna förståelse som mycket god hos Länsförsäkringar.

Vad gäller kundanpassade lösningar upplever alla lantbrukare utom en att banken har erbjudit detta. Den lantbrukare som inte har en kundanpassad lösning är dock inte missnöjd då bankens befintliga tjänster anses tillfredsställa företagets behov. En av lantbrukarna uppger att han har fått arbeta hårt och ställt krav på banken för att få den att anpassa tjänsterna till sina behov men att det alltid har löst sig. Förväntningarna som lantbrukarna hade på banken har uppfyllts i samtliga fyra fall.

Lantbrukskompetensen hos Länsförsäkringar upplevs som mycket god. Två av lantbrukarna upplever att kompetensen är betydligt bättre hos Länsförsäkringar i dagsläget än vad den var för ett antal år sedan. Dessa valde trots bristande kompetens ändå att vara kvar som kunder hos Länsförsäkringar. Den goda lantbrukskompetensen hos personalen gör att lantbrukarna kan använda kontaktpersonen på banken som bollplank vid diskussioner om eventuella nyinvesteringar. En av lantbrukarna poängterar att kontaktmannen på LF är lantbrukare själv och därmed även kan det praktiska inom lantbruket, vilket denna lantbrukare värdesätter mycket högt. Den praktiska kunskapen gör att bankmannen kan användas som bollplank i frågor som inte direkt berör bankärenden.

Ingen av lantbrukarna känner att de är låsta till banken. Det enda som binder dem till banken är de bundna lånen vilket några av lantbrukarna fortfarande har kvar hos deras tidigare banker. De bundna lånen kräver dock ingen personlig relation till banken och det är inte heller lönsamt att lösa ut lånen i förtid. De får ligga kvar tills de löper ut.

Att byta bank upplever tre av lantbrukarna som enkelt och smidigt medan den fjärde tycker att det verkar vara krångligt och mycket tidskrävande. Den lantbrukare som upplever bytet som krångligt anser att tiden kan läggas på något värdefullare än ett bankbyte. Denna lantbrukare har därför inte övervägt ett byte från Länsförsäkringar trots att banken tidigare har misskött sig vid flera tillfällen. De övriga tre lantbrukarna har inte upplevt någon misskötsel, och därför består diskussionen om hur känsliga de är för detta till stor del av spekulationer. De uppger dock själva att de är ganska känsliga om banken missköter sig men de byter inte bank på grund av bagatellsaker. Det krävs att de drabbas ekonomiskt av bankens misskötsel och att detta sker upprepade gånger utan att banken gör något åt det.

#### 4.2.2 Attityder, beteende och beslut

Valet av bank är helt marknadsmässigt hos tre av lantbrukarna och dessa samtalar även ofta med andra lantbrukare om bankfrågor. Två av dessa är väldigt öppna och diskuterar ingående vad de har för ränta och förmåner hos banken. Den tredje är mer ytlig i diskussionen då denne bedömer sin specifika relation till banken som en affärshemlighet. Den fjärde lantbrukaren är även i detta fall avvikande och uppger att bankfrågor sällan eller aldrig diskuteras med andra lantbrukare men att detta skulle vara önskvärt.

Vad gäller lantbrukarnas attityd till risker med att byta bank uppger två av lantbrukarna att de ser en viss risk i att kompetensen och förtroendet som har byggts upp går förlorat vid ett bankbyte. De andra två är mycket noggranna med att undersöka den nya banken innan

bytet. Detta gäller både ekonomiska och personliga aspekter. De vill inte enbart veta vilken ränta och avgifter för tjänster den nya banken erbjuder utan även ha en viss personlig kontakt med den nya bankmannen. Samtliga lantbrukare uppger att den personliga kompetensen är något de absolut inte skulle vilja vara utan.

Lantbrukarna i denna grupp har alla någon form av strategi vad gäller omförhandling av lånen. Dock skiljer sig strategierna avsevärt mellan lantbrukarna. En av lantbrukarna förhandlar enbart om maskinlån och ställer då olika banker mot varandra medan den som har den mest utpräglade strategin omförhandlar alla lån grundligt en gång per år. Denna omförhandling görs genom att kontakta banken och diskutera vad som kan göras för att förbättra företagets finansiella ställning. Samtliga lantbrukare tar även in offerter från övriga banker för att pressa den egna banken.

På frågan om lantbrukarna ser någon ekonomisk vinning i att byta bank svarar samtliga att bankerna skiljer sig väldigt lite från varandra vad gäller de ekonomiska aspekterna, dvs. utlåningsräntan. Inlåningsräntan är inget som beaktas av dessa fyra lantbrukare. Det är heller ingen av lantbrukarna som har beaktat bankens ägandeform som en avgörande faktor vid val av bank. Valet görs istället utifrån helhetsintryck vad gäller kompetens, personkemi, förtroende och möjlighet att få kundanpassade lösningar. Att lantbrukarna har förtroende för Länsförsäkringar visar sig genom att tre av de fyra lantbrukarna skulle ta nekandet av ett lån som en uppmaning att investeringen inte är lönsam. Bara en lantbrukare uppger att han direkt skulle kontakta en annan bank om han blev nekad lån till en investering. Han anser att han själv har bäst uppfattning om vilka investeringar som är lönsamma för hans företag.

Möjligheten att få bank, försäkring och pensionslösning under samma tak värderas inte särskilt högt. Härmed kan slutsatsen dras att personliga kontakten och personalens kompetens är de viktigaste aspekterna för lantbrukare i denna grupp vid val av bank. Detta kan utläsas ur diagram 2, där poäng 1-5 har satts på egenskaperna hos en bank).

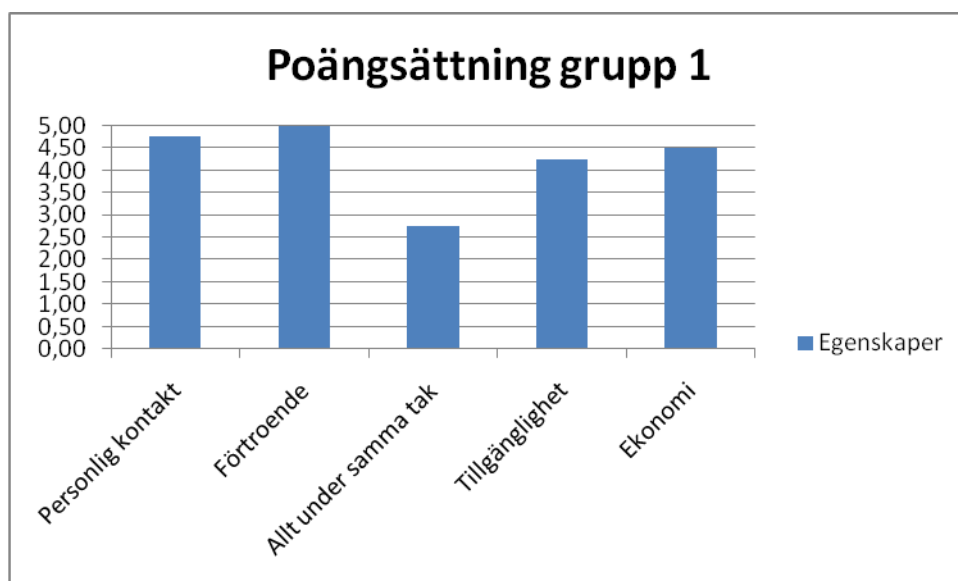


Diagram 2. Lantbrukarnas snittpoäng på bankens egenskaper.

## 4.3 Grupp 2

Denna grupp består av lantbrukare som nyligen har blivit kunder hos Länsförsäkringar Bank i Gävleborgs län. Tre av gårdarna bedriver mjölkproduktion och en har nötköttsproduktion. Omsättningen ligger mellan 1,5 och 25 miljoner kronor och företagen har varit kunder hos Länsförsäkringar Bank i ett halvt till ett år.

### 4.3.1 Transaktionsspecificitet

Den geografiska närheten till banken värdesätts inte lika högt som möjligheten att få kontakt med banken via telefon. Samtliga upplever att Länsförsäkringar har stor förståelse för deras yttre förutsättningar och att det är lätt att få kontakt med dem. Alla lantbrukare upplever även att banken har anpassat sig för att uppfylla just deras behov, de har fått en kundanpassad lösning. Detta gör att banken har uppfyllt deras förväntningar. Även personalens lantbrukskompetens uppfattas som mycket god, något alla lantbrukare i denna grupp saknade hos sina tidigare banker. Det är dock enbart en av lantbrukarna som utnyttjar denna kompetens fullt ut i dagsläget genom att använda banken som det viktigaste bollplanket vid nyinvesteringar.

Liksom i den tidigare gruppen är det ingen av lantbrukarna som känner sig låst till banken. Alla fyra tycker även att det är relativt enkelt att byta bank då den nya banken står för största delen av det administrativa arbetet. Det som är tidskrävande är att kolla upp bankernas erbjudanden men alla upplever att det är värt besväret. En av lantbrukarna blev positivt överraskad över hur enkelt det var att byta då han hade gruvat sig för det innan.

### 4.3.2 Attityder beteende och beslut

Lantbrukarna i denna grupp är betydligt känsligare mot misskötsel från bankens sida än lantbrukarna i grupp 1. Det krävs dock även här att misskötseln drabbar företaget ekonomiskt och en lantbrukare påpekar även att det beror på hur banken reder upp situationen efteråt. Misskötseln ska även ske upprepade gånger. En annan av lantbrukarna överväger att byta bank på den privata sidan på grund av vissa problem med en del tjänster och kontaktpersonens agerande.

Vid valet av bank ser lantbrukarna i denna grupp enbart på de marknadsmässiga aspekterna. Traditioner är inget som påverkar dem. De tror dock att lantbrukare förr i tiden påverkades mer av tidigare generationer eftersom lantbruket då inte var lika marknadsmässigt som idag. Detta bekräftas av att tre av lantbrukarna var trogna sin tidigare bank mer eller mindre sedan de föddes och har endast gjort ett bankbyte.

Då lantbruket är mer marknadsmässigt och kapitalintensivt idag bidrar detta till att lantbrukare i större utsträckning diskuterar bankfrågor med varandra. I denna grupp är det ändå bara två av lantbrukarna som diskuterar väldigt öppet om sina bankrelationer. De diskuterar allt från kompetens och service till räntor och ekonomiska förmåner. De två andra ser detta som företagshemligheter och är försiktiga med att tala om vilka förmåner de får och vilken ränta de betalar. Deras diskussioner är ytligare och handlar mest om kompetensen hos bankpersonalen.

Kompetensen är något som lantbrukare i denna grupp är rädda att förlora vid byte av bank. Den ekonomiska risken är inte lika stor då detta är relativt enkelt att kolla upp innan bytet. Kompetensen och förtroendet är inte lika lätt att kontrollera utan det krävs att lantbrukaren känner till den nya bankens personal sedan tidigare. Kompetensen är även det som lantbrukarna värdesätter allra högst hos banken. Internetbanken är också en tjänst som lyfts fram som mycket viktig. En av lantbrukarna värdesätter även att banken har en snabb beslutsprocess vid upplåningen.

Vad gäller strategier vid omförhandling av lån är det två av lantbrukarna som har en uttalad strategi som går ut på att lånen omförhandlas en gång per år. En av dessa lantbrukare kontaktar andra banker årligen för att pressa Länsförsäkringar. Den andra lantbrukaren har en årlig sittning med den egna banken och nöjer sig med att kontakta övriga banker ungefär vart tredje år. De övriga lantbrukarna i gruppen har ingen uttalad strategi utan de har fullt förtroende för bankpersonalens kompetens och att banken därmed sköter detta på ett fördelaktigt sätt. Om dessa lantbrukare någon gång skulle omförhandla lånen uppger de att de troligtvis skulle ta in offerter också från övriga banker för att pressa Länsförsäkringar.

Vid val av bank har tre av fyra lantbrukare i gruppen ett utomstående bollplank. Bollplanket är till exempel revisorn, familjemedlemmar eller andra rådgivare. Den fjärde lantbrukaren har så pass stor tillit gentemot banken att utomstående rådgivare inte anses nödvändiga. Kraven som lantbrukarna i denna grupp har på banken är att personalen har stor förståelse i hur ekonomin fungerar i ett lantbruksföretag.

*”Bankpersonalen måste förstå varför det är minus på kontot i elva månader och ett stort överskott den tolfte månaden”.*

Till skillnad från förra gruppen upplever lantbrukarna i denna grupp att det finns skillnader mellan bankerna vad gäller de ekonomiska aspekterna. För alla lantbrukare är det utlåningsräntan som styr valet och denna skiljer sig, enligt dessa fyra lantbrukare, mellan bankerna. Möjligheten att få återbäring tack vare kooperativt ägande är det dock ingen som har beaktat vid valet av bank.

Två av lantbrukarna ser klara fördelar med att ha samma bank för företaget och privat. Av de två lantbrukare som inte ser några problem i att ha en skild bank för företaget bedriver en sitt företag som aktiebolag och kan därmed lättare skilja ut företagets pengar. Den andra är missnöjd med den privata delen hos Länsförsäkringar och har därför valt att ha en annan bank för den privata delen.

Vidare skulle de fyra lantbrukarna i denna grupp ställa sig något olika till om banken nekade ett lån till en investering. Två av lantbrukarna uppger att de skulle bli lite arga då de är väldigt envisa och tror starkt på sina investeringar och att det finns tillräckligt med säkerhet i företaget. De övriga två är lite mer ödmjuka och tänker igenom investeringen en gång till om banken avråder. Gemensamt för alla är att de vill ha en bra förklaring till nekandet från bankens sida om de tror starkt på sina egna kalkyler.

Avslutningsvis värderar även lantbrukarna i denna grupp möjligheten att ha bank, försäkring och pensionslösning under samma tak relativt lågt. Den personliga kontakten och personalens kompetens är återigen de egenskaper som värderas högst. I nedanstående diagram redovisas de fem egenskaperna och hur lantbrukarna har poängsatt dem (se diagram 3).

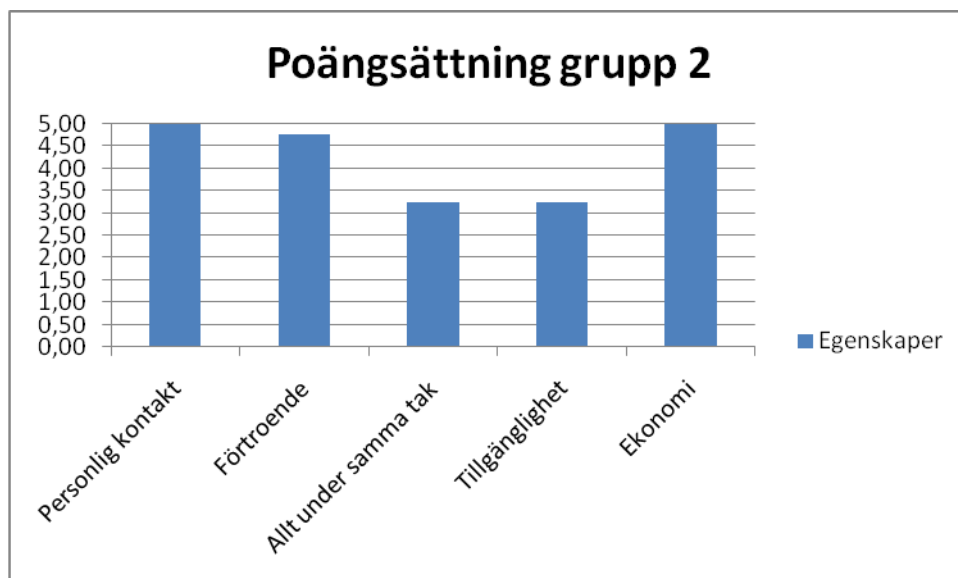


Diagram 3. Lantbrukarnas snittpoäng på bankens egenskaper.

## 4.4 Grupp 3

Denna grupp består av lantbrukare som nyligen har bytt från Länsförsäkringar eller där Länsförsäkringar har förlorat offert om bottenlånen. På tre av gårdarna bedrivs mjölkproduktion medan den fjärde gården har växtodling, liten köttjursbesättning, kvighotell och hästar. Alla gårdar bedriver även skogsbruk. Omsättningen ligger mellan en och sju miljoner kronor. Tre av företagen har varit kunder hos Länsförsäkringar i 6-7 år men har bottenlånen kvar hos Landshypotek. En av lantbrukarna är helkund hos Landshypotek sedan ett år tillbaka efter att tidigare ha haft både Länsförsäkringar och Landshypotek då dessa banker tidigare bedrev ett samarbete.

### 4.4.1 Transaktionsspecificitet

Inte heller i denna grupp värdesätts den geografiska närheten till kontoret särskilt högt.

*”Man är ju aldrig in på kontoret ändå”.*

Den lantbrukare som är helkund hos Landshypotek har tolv mil till kontoret men tycker ändå att det fungerar bra med kontakten. Det som alla värdesätter mer än geografisk närhet är alltså möjligheten att få kontakt med banken via telefon. Tre av lantbrukarna i gruppen upplever att de har fått en kundanpassad lösning medan den fjärde var nöjd med de tjänster som bankerna redan erbjöd. Även lantbrukskompetensen upplevs som mycket god hos bankerna. En av lantbrukarna påpekar att Länsförsäkringar har mer kunskap inom lantbruk medan Landshypoteks personal i allmänhet har mer kunskap inom skog vilket passar honom bra. Samma lantbrukare tycker även att båda bankerna är väldigt duktiga på att

utveckla sig efter marknadens behov. Ett exempel på detta är införandet av valutasäkring av EU-stöden vilket efterfrågats från en av lantbrukarna i gruppen. Sammanfattningsvis har alltså bankerna uppfyllt lantbrukarnas förväntningar.

Några direkta hinder för att byta bank finns inte enligt dessa fyra lantbrukare. Liksom tidigare grupper menar de att de bundna lånen är det enda som håller dem kvar i den gamla banken men de utgör inget hinder för att byta bank. Att byta bank uppfattas även som smidigt av alla fyra lantbrukare. Även i denna grupp påpekar vissa att det är tidskrävande men att banken sköter det mesta av det administrativa arbetet. Det enda lantbrukaren behöver göra, förutom att samla in information om andra banker, är att skriva på några papper. En annan smidighet som beaktas hos tre av lantbrukarna är möjligheten att ha samma bank för företaget som privat, medan den fjärde anser att den privata delen står för så pass liten del av ekonomin att det inte spelar någon roll att ha denna på en annan bank.

#### 4.4.2 Attityder, beteende och beslut

Hos dessa fyra lantbrukare styrs valet av bank till största delen av marknadsmässiga och ekonomiska aspekter. Traditioner och tidigare generationer anses inte ha speciellt stor inverkan på deras val av bank. Detta visas inte minst genom att tre av lantbrukarna har bottenlånen kvar hos Landshypotek på grund av att den banken erbjuder en lägre ränta. Även lantbrukarnas benägenhet att endast diskutera bankärenden väldigt ytligt med andra lantbrukare visar att de tänker väldigt marknadsmässigt och ser till exempel utlåningsräntan som en företagshemlighet. Då prioriteten ligger på de ekonomiska aspekterna och lantbrukarna är marknadsmässiga i sina beslut tillåts inte heller någon stor misskötsel från bankens sida innan ett byte övervägs. Det gäller att hela tiden hålla ögonen på banken. En av lantbrukarna upplever att bankerna ofta sänker räntan för nya kunder och sedan höjer efterhand. Denna lantbrukare upplever detta som en ekonomisk risk med att byta bank.

Risken att förlora kompetens upplevs också som betydande hos alla lantbrukarna. Beslutet att byta bank måste övervägas noggrant. Två av lantbrukarna tar hjälp av gårdsrådet vid större beslutsprocesser. Gårdsrådet består av en växtodlingsrådgivare, en husdjursrådgivare och en ekonomirådgivare. Kompetensen samlas på samma ställe vilket leder till konstruktiva diskussioner tillsammans med lantbrukaren och ibland även lantbrukarens kontaktperson på banken. Även om ekonomin kommer i första hand värdesätts ändå kompetensen, flexibiliteten och den snabba beslutsprocessen högt av lantbrukarna i gruppen. Hos de lantbrukare som utnyttjar gårdsrådet är det dock inte lika viktigt att kompetensen finns hos banken.

Vad gäller omförhandling av lånen har tre av lantbrukarna en utpräglad strategi. Den fjärde lantbrukaren säger själv att han befinner sig i avvecklingsstadiet sedan mjölkproduktionen upphörde år 2007. Detta medför att han numera är en passiv bankkund. Av de tre lantbrukarna som omförhandlar lånen har alla olika strategier. Två av lantbrukarna granskar lånen varje år. En av dessa omförhandlar enbart om gårdsrådet bedömer att detta är nödvändigt medan den andra omförhandlar varje år. Den tredje lantbrukaren med en omförhandlingsstrategi har löpande kontakt med banken under hela året. Även bankens

ägarform och möjligheten till återbäring beaktas i den ekonomiska analysen, dock har den ingen avgörande betydelse utan ses mest som en positiv bieffekt.

I dagsläget är det ingen som ser någon direkt ekonomisk vinning i att byta bank då bankerna som är aktuella att byta till ligger relativt lika. Om det på längre sikt visar sig att den egna banken blir för dyr ser de inga praktiska hinder för att göra ett bankbyte. Detta visar återigen att de agerar företagsmässigt och analyserar marknaden i stor utsträckning.

Det företagsmässiga tänkandet lyser dock inte igenom i lantbrukarnas agerande om banken skulle neka ett lån till en investering. Tre av lantbrukarna skulle ta detta som en uppmaning och tänka över kalkylerna en gång till. De har alltså ett starkt förtroende för banken och upplever att banken har förståelse för deras yttre förutsättningar. Endast en lantbrukare uppger att han skulle gå till en annan bank direkt om han blev nekad. Detta på grund av att han tror på sina egna kalkyler och att han själv vet vad som är bäst för honom.

Gällande bankens egenskaper värdesätts helhetskonceptet högt i denna grupp. Snittet på betyget för helhetskonceptet dras ner av en lantbrukare som tycker att banken enbart ska syssla med just bankärenden. De övriga lantbrukarna har satt höga poäng på denna egenskap. Personliga kontakten, förtroendet och de ekonomiska aspekterna värderas relativt högt. Poängfördelningen i denna grupp visas i diagram 4.

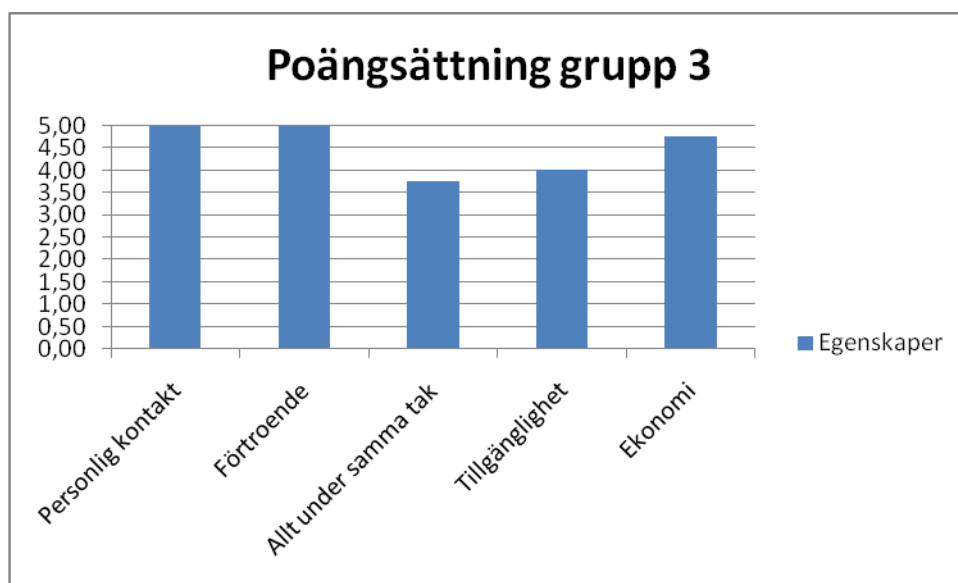


Diagram 4. Lantbrukarnas snittpoäng på bankens egenskaper.

## 4.5 Grupp 4

Lantbrukarna i denna grupp är trogna bankkunder hos någon av Länsförsäkringars konkurrenter i Gävleborgs län. Två av gårdarna bedriver mjölkproduktion medan de andra två har kött djurs respektive slaktgrisproduktion. De sistnämnda gårdarna sysslar även en del med entreprenadverksamhet. Omsättningen ligger mellan 1,5 och 3 miljoner kronor.

#### 4.5.1 Transaktionsspecificitet

Endast ett av lantbruksföretagen i denna grupp värdesätter den geografiska närheten till bankkontoret och att det är lätt att få tag på kontaktpersonen. De övriga värdesätter inte detta i lika stor utsträckning. En av de övriga har inte ens en kontinuerlig kontaktperson på banken. Samtliga upplever att banken uppfyller deras behov. En är missnöjd med att han själv fick höra av sig för att få räntan sänkt. Bankerna har alltså uppfyllt förväntningarna i varierande utsträckning. Vad gäller kundanpassade lösningar är det bara en av lantbrukarna som upplever att banken har anpassat sig efter just det företaget. Den lantbrukare som i dagsläget inte har någon konkret kontaktperson uppger att detta skulle vara bra för att få till stånd snabba affärer.

Alla lantbrukare i denna grupp tycker inte det är nödvändigt att bankpersonalen besitter spetskompetens inom lantbruk, dock värdesätter alla att de har viss lantbrukskunskap. Alla uppger även att spetskompetens inom lantbruk saknas hos deras respektive banker. En av lantbrukarna menar att kunskapen hos personalen inte spelar någon som helst roll.

*”Lantbrukskunskapen får man själv stå för”.*

En annan lantbrukare menar att det räcker om bankpersonalen är intresserade och hela tiden vill lära sig mer.

Liksom alla lantbrukare i de övriga grupperna är det ingen som känner sig låst till den nuvarande banken. Endast en av de fyra lantbrukarna i gruppen har gjort ett bankbyte. Trots detta uppfattar tre av lantbrukarna att det är enkelt och smidigt att byta bank. Den fjärde lantbrukaren har aldrig bytt bank och han uppfattar det som mycket tidskrävande att sätta sig in i vad bankerna erbjuder. Han har också uppfattningen av att man får stå för stor del av det administrativa arbetet själv. Det är alltså inte av lojalitetsskäl som ett bankbyte aldrig har genomförts. Denna lantbrukare uppger även att företaget befinner sig i en god finansiell situation varför relationen till banken värderas relativt lågt.

#### 4.5.2 Attityder, beteende och beslut

Tre av fyra lantbrukare i denna grupp har nyligen tagit över lantbruksföretaget och har i stor utsträckning påverkats av tidigare generationers val av bank. Det fjärde var från början påverkad av tidigare generationer men bytte bank för fyra år sedan. Detta företag är betydligt äldre än de tre andra. Eftersom tre av fyra lantbrukare inte ser marknadsmässigt på relationen till banken borde det inte finnas några hinder för att öppet diskutera bankärenden med andra lantbrukare, något alla lantbrukare i gruppen också gör. Dock skiljer sig vanorna över hur ofta de pratar om bankärenden där två pratar ofta och två mer sällan.

Samma tre lantbrukare som uppger att de ser ett bankbyte som enkelt och smidigt är också känsliga mot misskötsel från bankens sida och överväger snabbt ett byte om detta inträffar. Den fjärde, som uppfattar ett bankbyte som krångligt, är mer tolerant mot banken. Denna lantbrukare har heller inte speciellt stora förväntningar på banken annat än att de ska se till att ha pengarna tillgängliga när det behövs.

*”Nytan av att byta bank måste överväga skadan av att vara kvar i den gamla banken”.*



Detta kan tolkas som att han anser att transaktionskostnaden för att byta bank är väldigt hög. Ingen av lantbrukarna ser dock inte någon risk med att byta bank. Kompetensen går att få på annat håll och det ekonomiska har man kollat upp innan bytet. Tre av lantbrukarna vill gärna ha en uppfattning om servicen på den nya banken genom andras erfarenheter. Förtroendet och personliga servicen värdesätts högt hos dessa tre lantbrukare. Den fjärde lantbrukaren värdesätter enbart möjligheten till nyupplåning vid behov.

Ingen av lantbrukarna har någon uttalad strategi vad gäller omförhandling av lån. En av lantbrukarna har jämfört bankerna mest för sin egen del men det gick inte att se någon stor skillnad mellan bankerna ekonomiskt. En annan lantbrukare gör förfrågningar till andra banker enbart vid större investeringar. De andra två lantbrukarna hör enbart av sig till deras egna banker, en av dessa har heller inte gjort några stora investeringar på länge. Kraven som ställs på bankerna är att låneräntan måste hållas på lägsta möjliga nivå. Tre av lantbrukarna har även kravet att besluten ska gå snabbt och att det ska finnas ett ömsesidigt förtroende mellan banken och lantbrukaren. Samtliga lantbrukare har externa bollplank vid omförhandling av lån. Två av dem anlitar professionella rådgivare medan de andra använder sig av familjen eller andra lantbrukare.

Då lantbrukarna i denna grupp anlitar banker som inte är kooperativt ägda är detta inte heller något som värderas eller beaktas i beslutsprocessen vid val av bank. Alla lantbrukare säger att låneräntan helt styr valet av bank. Om den skiljer mycket kan det bli aktuellt med ett bankbyte. En av lantbrukarna väger också in inlåningsräntan i beslutet. Att ha skilda banker för företaget och privat är det ingen lantbrukare som ser några problem med. Det är dock bara en av dem som har provat detta. Gällande hur lantbrukarna skulle agera om de nekades lån till en investering uppger två att de skulle ta det som en uppmaning och tänka igenom investeringen en gång till. De två övriga tror väldigt starkt på sina egna kalkyler och skulle gå till en annan bank om den första avslog låneansökan.

Poängsättningen av bankens egenskaper präglas starkt av lantbrukarnas inställning till vad som är bankens viktigaste uppgift. Den lantbrukare som enbart ser banken som en finansiär värdesätter inte personlig kontakt och förtroende lika högt som de andra. Helhetskonceptet värderas inte högt av lantbrukarna i gruppen. I diagram 5 ses snittet över hur lantbrukarna har poängsatt egenskaperna hos banken.

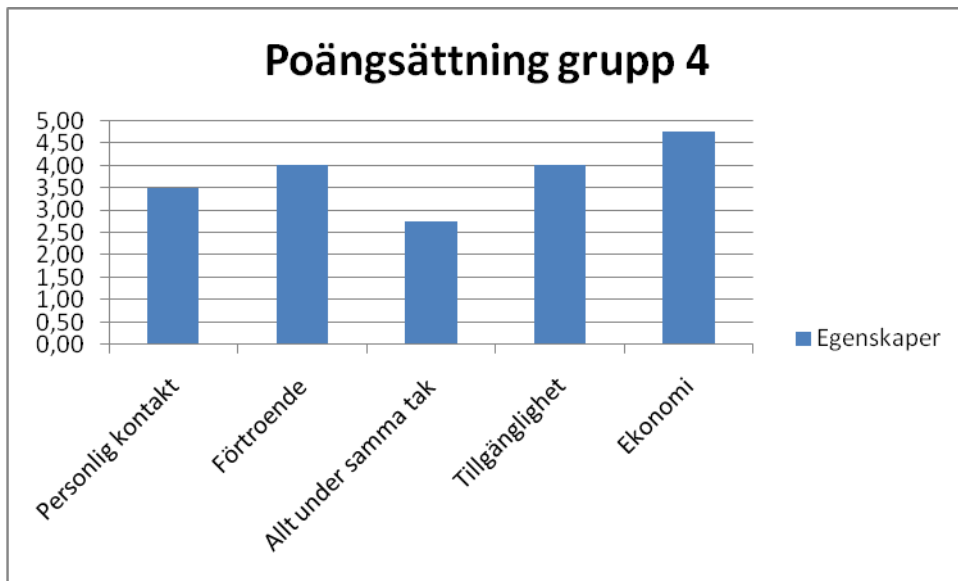


Diagram 5. Lantbrukarnas snittpoäng på bankens egenskaper.

## 5 Analys

Analyskapitlet är indelat utifrån hypoteserna i avsnitt 3.4. Till varje hypotes finns en analys, som diskuterar om hypotesen motsägs eller stöds av det empiriska materialet. De kursiverade orden är uttryck från teorikapitlet. I de flesta hypoteserna har det inte gått att se några tydliga skillnader mellan grupperna. Under de hypoteser där det finns skillnader mellan grupperna är detta tydligt angivet i texten. Om inget nämns om grupperna har de alla haft liknande uppfattningar.

***Hypotes 1. Lantbrukare koncentrerar sig på helhetsintrycket av banken inför beslutet att bli eller fortsätta vara kund hos banken eller inte.***

Utav de lantbrukare som ingått i studien är det endast ett fåtal som påstår sig välja bank enbart utifrån de ekonomiska aspekterna. De övriga anser att kompetensen är minst lika viktig, ibland till och med viktigare, än de ekonomiska aspekterna. De vill ha en helhetslösning där vissa är beredda att betala lite mer för att få en bank med bättre *helhetsintryck*, dock är de inte beredda att betala hur mycket som helst för detta då spetskompetens går att finna på annat håll. Till exempel har de lantbrukare, som använder sig av extern rådgivning, inte lika stort behov av att bankpersonalen ska ha spetskompetens inom lantbruk. Dessa lantbrukare återfinns främst i grupp 4, de som är trogna någon av Länsförsäkringars konkurrenter. De har aldrig upplevt att banken ska bistå dem i någon större utsträckning vad gäller rådgivning och värdesätter därför inte detta lika högt som lantbrukarna i grupp 1. För att en lantbrukare ska byta bank ska *helhetsintrycket* av den nya banken vara bra och lantbrukaren ska även ha blivit dåligt behandlad mer än en gång av den gamla banken. Många beslut fattas av gammal vana eftersom lantbrukarna är *lojala* mot sin bank.

Bankerna har därmed svårt att konkurrera enbart med hjälp av priset. Många lantbrukare har även uppfattningen att banken efter ett tag smyghöjer räntan.

*”En bank kom nyligen med ett väldigt förmånligt erbjudande men då misstänker man direkt att de kommer att smyghöja räntan med tiden”.*

Denna smyghöjning gör att lantbrukaren upplever *kognitiv dissonans* vilket leder till att lantbrukaren går tillbaka i beslutsprocessen för att söka information om andra banker. Lantbrukarens beteende kan alltså karaktäriseras av *repeated problem solving*.

***Hypotes 2. Lantbrukare, som är trogna sin bank, (grupp 1 och 4) använder sig av den icke övervägda beslutsmodellen medan de som nyss bytt, (grupp 2 och 3) använder sig av den övervägda beslutsmodellen.***

Denna hypotes stöds inte fullt ut. Studien visar att lantbrukarna från de olika grupperna använder sig av både den *övervägda* och *icke övervägda beslutsprocessen*. De lantbrukare som tillhör grupp 2 och 3 använder sig av den övervägda beslutsprocessen och är mindre *lojala* mot sin bank och ser valet av bank marknadsmässigt där *helhetsintrycket* är viktigast och dessa är väldigt känsliga mot misskötsel innan de överväger ett byte av bank. De som använder den *icke övervägda beslutsprocessen* tillhör grupp 1 och 4. Dessa är mer *lojala*

mot sin bank och ser ett bankbyte som mycket krångligt och tidskrävande, dessa lantbrukare är också mer toleranta mot misskötsel från bankens sida. Det ska tilläggas att det finns lantbrukare från grupp 4 som använder sig av den övervägda beslutsprocessen. Det kan förklaras med att de varit lantbrukare en längre tid än de övriga i gruppen. En del av lantbrukare i grupp 1 använder sig också delvis av den icke övervägda beslutsmodellen men de kontaktar även andra banker för att pressa sin egen bank.

Sammanfattningsvis är helhetsintrycket lantbrukaren har av banken väldigt viktigt för att lantbrukaren ska välja just den banken. Det är endast ett fåtal lantbrukare som enbart tittar på de ekonomiska aspekterna. De flesta väger in kompetensen hos personalen i beslutet.

***Hypotes 3. Lantbrukare som använder sig av den icke övervägda beslutsprocessen vid val utav bank har sällan förutfattade meningar om bankerna då informationen enbart söks externt.***

På basen av det empiriska materialet går det inte att säga att lantbrukarna använder sig antingen av den övervägda eller icke övervägda beslutsmodellen. Det går heller inte att se några skillnader mellan grupperna vad gäller beslutsprocessen. Dock har nästan alla lantbrukare en uppfattning och en attityd till bankerna som är verksamma i länet. Dessa attityder kan grunda sig på något som hände för 10-15 år sedan vilket bevisar att lantbrukarna i många fall är konservativa till att ändra sin tilltro och attityd och har en redan föreställd bild av bankerna. Detta fenomen kallas även *sektiv exponering*. Även lantbrukarnas *sektiva uppmärksamhet* blir tydlig i detta fall då all information inte kan tas in och tolkas av lantbrukaren.

***Hypotes 4. Vid valet av bank har bankens ägandeform inte beaktats av lantbrukaren. De har till exempel inte tänkt på att LF Gävleborg ägs av kunderna.***

Denna hypotes stöds av det empiriska materialet. Ingen av lantbrukarna i studien har uppgett bankens ägandeform som en avgörande faktor vid valet av bank. Många av lantbrukarna anser dock att det är en positiv bieffekt att banken ägs av kunderna eftersom vinsten då går tillbaka till kunderna. Länsförsäkringar Bank är relativt nya på marknaden och har ännu inte utvecklat någon återbäring på bankräntan, däremot erbjuds återbäring på försäkringspremien. De lantbrukare som inte beaktar ägandeformen överhuvudtaget och är kunder hos investmentägda banker ser andra möjligheter till återbäring.

*”Om jag vill ha återbäring kan jag ju köpa aktier i banken”.*

***Hypotes 5. En lantbrukare som är kund hos en bank med hög kompetens värdesätter detta mycket högre än lantbrukare som är kund hos en bank som saknar denna kompetens.***

Denna hypotes stöds till viss del av lantbrukarnas åsikter. De som är trogna LF (grupp 1) och de som precis bytt till LF (grupp 2) stöder denna hypotes fullt ut och värdesätter kompetensen högt. Lantbrukare i grupp 4, dvs. de lantbrukare som är trogna konkurrenterna, uppger att de inte värdesätter spetskompetens hos banken. Detta beror troligen på att de aldrig haft en bank vars personal besuttit stor lantbrukskompetens och

därmed fungerat som ett bollplank. De tycker att de lika gärna kan få denna kompetens på annat håll, till exempel genom att utnyttja extern rådgivning.

De lantbrukare som nyligen bytt från LF eller som har bottenlånen utanför LF (grupp 3) är något avvikande. De anser att bottenlånen inte kräver någon djupare relation till banken och väljer därför att enbart titta på ekonomin vad gäller denna tjänst. De övriga tjänsterna, som till exempel EU-kredit, checkräkningskredit och valutasäkring av EU-stöden, kräver dock en djupare relation till banken och en hög kompetens hos personalen uppskattas då även av lantbrukarna i denna grupp.

Lantbrukare i grupperna 1, 2 och 3 värdesätter alltså bankens *specificitet i mänskliga tillgångar*. En bank kan till viss utsträckning locka nya kunder genom att anställa personer som är högt ansedda hos lantbrukarna på grund av sin höga lantbrukskompetens och mångåriga erfarenhet inom lantbruk i närområdet. Detta visas tydligast bland lantbrukarna i grupp 2. Alla fyra lantbrukare i denna grupp har tidigare haft någon form av relation till den nuvarande lantbruksansvarige på Länsförsäkringar Bank. Tre av fyra uppger att de bytte bank på grund av att den nuvarande lantbruksansvarige började hos Länsförsäkringar Bank för ungefär två år sedan.

***Hypotes 6. Lantbrukare i allmänhet upplever att de får anpassa sig efter vad banken har att erbjuda istället för att få en kundanpassad lösning.***

Denna hypotes motsägs av det empiriska materialet. Nästan alla lantbrukare upplever att de har fått kundanpassade lösningar, banken har alltså gjort *transaktionsspecifika investeringar*. Banken anpassar sig för att uppfylla lantbrukarnas olika krav och förutsättningar. De som uppger att de inte fått en kundanpassad lösning upplever att de tjänster som banken erbjuder uppfyller deras behov. Dessa lantbrukare upplever att den personliga servicen från bankens sida är obefintlig. Det uppfattas dock inte som ett problem då dessa lantbrukare inte heller förväntar sig att banken ska erbjuda denna service. Tre av de fem lantbrukare som inte har fått någon kundanpassad lösning tillhör grupp 4, dvs. trogna kunder hos någon av Länsförsäkringars konkurrenter.

***Hypotes 7. Lantbrukare som är trogna sin bank uppfattar att banker skapar så kallade exit-hinder som gör det svårare att byta bank.***

Ingen av lantbrukarna i studien upplever att banken har någon form av *exit-hinder*. Flera av lantbrukarna säger att det enda som håller dem kvar i den gamla banken är de bundna lånen men det är hinder som lantbrukaren själv har skapat. Detta är positivt ur de nya, mindre bankernas synvinkel då det finns stor potential att locka till sig nya kunder från de stora, etablerade bankerna. Samtidigt ställer det stora krav på att bankerna att tillfredsställa sina kunder. Det gäller särskilt för nya banker, som till exempel Länsförsäkringar Bank, vars kunder nyligen genomfört ett bankbyte och upplever detta som enkelt och smidigt. De tolererar väldigt lite misskötsel från banken innan de överväger ett byte. Det faktum att bankerna hela tiden måste anpassa sig för att uppfylla lantbrukarnas behov medför höga *transaktionskostnader* för banken.

***Hypotes 8. De lantbrukare som är trogna uppfattar ett bankbyte som krångligt och tidskrävande.***

Det är endast två lantbrukare i studien som uppfattar ett bankbyte som krångligt och tidskrävande. Dessa lantbrukare tillhör grupperna 1 och 4, dvs. trogna kunder hos Länsförsäkringar Bank respektive någon av konkurrenterna. De har aldrig genomfört ett bankbyte vilket till viss del kan förklaras av att de inte varit lantbruksföretagare särskilt länge. Alla lantbrukare som någon gång har gjort ett bankbyte uppfattar detta som enkelt och smidigt men flera av dem gruvade sig innan bytet. Många har varit lantbrukare i tiotals år men ändå inte genomfört något bankbyte förrän de senaste verksamhetsåren. Dessa lantbrukare uppger samtidigt att de blivit mer känsliga för misskötsel eftersom de nu vet att det inte är särskilt krångligt att byta bank. Det bör dock tilläggas att endast tre av lantbrukarna i studien har upplevt misskötsel från banken. Lantbrukarna som aldrig upplevt detta har svårare att avgöra hur de skulle reagera om detta inträffade. De ställer ändå högre krav på banken idag än vad de gjorde tidigare vilket, liksom avsaknaden av *exit-hinder*, gör att banken hela tiden måste anpassa sitt tjänsteutbud.

Sammanfattningsvis stöds hypotesen till stor del av det empiriska materialet. De som anser att ett bankbyte är krångligt är de som aldrig genomfört ett bankbyte.

***Hypotes 9. Lantbrukares attityder gentemot olika banker tenderar att gå i arv från föräldrarna.***

Detta fenomen är främst påtagligt hos yngre lantbrukare från grupperna som nyligen tagit över gården. En lantbrukare uppger att han gjorde ett bankbyte i samband med generationsskiftet. De lantbrukare som påstår att de inte längre påverkas av tidigare generationer tror att detta var vanligare förr i tiden då lantbruket inte var lika marknadsinriktat som idag. De uppger även att de själva var påverkade när de var yngre.

I början av karriären påverkas lantbrukarna troligen till stor del av familjen på grund av att den äldre generationen ofta är verksam i företaget under en övergångsperiod. Deras beteende kan då karaktäriseras som *repeat purchase behavior*, vilket innebär att de inte analyserar andra banker än sin egen i någon större utsträckning. När lantbrukaren varit verksam i ett antal år påverkas attityderna alltmer av *normativa referensgrupper* istället för tidigare generationer och traditioner.

***Hypotes 10. Referensgruppernas inflytande på en lantbrukares beslutsprocess är begränsat då lantbrukare i allmänhet inte talar med varandra om sina respektive banker.***

Denna hypotes stöds inte då det empiriska materialet visar att de flesta lantbrukare talar relativt ofta om bankfrågor med andra lantbrukare.

*”Vad man har för banksituation är inget att hymla om, jag och grannen byter till och med deklaration med varandra”.*

Alla är dock inte lika öppna utan nöjer sig med att diskutera ytliga frågor om personalens kompetens och dylikt. Det faktum att bankkunderna pratar en hel del med varandra gör att

banken kan använda sig av nöjda kunder som *ambassadörer* för banken. Detta är något som redan sker då lantbrukarna som är kunder hos Länsförsäkringar Bank uppger att de har rekommenderat LF till andra lantbrukare.

Detta fungerar även omvänt då lantbrukare som har negativa erfarenheter av en bank är snabba på att sprida ut detta till sina lantbrukskollegor. Dessa lantbrukare kan alltså karaktäriseras som *drivande minor* som är redo att förstöra ryktet för de banker som de blivit felbehandlade av.

***Hypotes 11. Lantbrukare är konservativa då det gäller att ändra sin tilltro och attityd vilket medför att bankerna tillåts missköta sig i relativt hög utsträckning innan ett byte blir aktuellt.***

Denna hypotes stämmer i olika grad in på lantbrukarna. Speciellt de från grupp 1 och 4 som aldrig genomfört ett bankbyte. Dessa tillåter mycket misskötsel då de tycker det verkar krångligt och tidskrävande att byta bank. Det bör dock även här tilläggas att många av lantbrukarna aldrig har upplevt någon större misskötsel från banken och har därför svårt att avgöra hur de skulle reagera och hur mycket som krävs för att de ska överväga ett byte. Det finns även exempel där lantbrukare har haft problem med en bank och därmed fått en dålig attityd som kommer att finnas kvar mycket länge. En lantbrukare uppger att en bank aldrig hörde av sig med sin offert när han gjorde en offertförfrågan inför ett ladugårdsbygge. Det kommer att dröja länge innan den banken kontaktas av den lantbrukaren igen. Detta beteende kan kopplas till den komponent av attityder som *omvandlar attityden till handling*.

***Hypotes 12. Lantbrukare som är kunder hos andra banker än LF kan ha en god attityd till LF men väljer ändå inte att byta på grund av lojalitet med den gamla banken.***

Av lantbrukarna i grupp 4, som är trogna en konkurrent till Länsförsäkringar Bank, har tre av fyra goda *attityder* till LF. Endast en uppger att attityden till LF är något negativ. Den negativa attityden växte fram p.g.a. den förre bankmannen på LF, uppger lantbrukaren. Lantbrukarna som är trogna någon konkurrent till LF kan ha goda *attityder* till LF men det behöver alltså inte innebära att de byter bank. De trogna bankkunderna är *riskaverta* och vågar inte ta någon risk för att få det lite bättre om de redan har en god situation. Detta faktum stöder även teorin att *attityder* inte är tillräckligt relevanta vid alla tillfällen för att utlösa en handling.

***Hypotes 13. Lantbrukare kan välja att inte byta bank på grund av att de inte är villiga att ta en risk för att få det lite bättre om de redan har en relativt god situation.***

Ingen av lantbrukarna som ingår i studien ser någon ekonomisk risk i att byta bank. Detta har antingen kollats upp före bytet genom offertförfrågningar eller så anser de att bankerna ligger på ungefär samma nivå vad gäller de ekonomiska aspekterna. Däremot ser många lantbrukare en risk att förlora det förtroende som har byggts upp genom åren. Härmed kan en koppling göras till begreppet *riskneutral* vilket betyder att lantbrukarna återigen koncentrerar sig på helhetsbilden av banken. Någon större skillnad mellan grupperna syns inte i det empiriska materialet.

***Hypotes 14. Lantbrukare känner sällan till alla tjänster som banken erbjuder.***

Intervjuerna med lantbrukarna visar att de känner till de flesta tjänster som banken erbjuder men att de inte utnyttjar dem och därmed inte exakt vet vad de innebär. Detta faktum visar att lantbrukarna i studien har en *selektiv förståelse*. De har i vissa fall svårt att tillgodogöra sig ny information. Till exempel finns det lantbrukare i studien som inte vet hur en EU-kredit fungerar och hur denna skiljer sig från ett EU-lån. Ett EU-lån innebär att lantbrukaren får ut hela summan på en gång och får betala ränta på denna medan en EU-kredit innebär att lantbrukaren enbart betalar ränta på det belopp som utnyttjas. Den ekonomiska skillnaden mellan dessa två alternativ kan ibland vara mycket stor vilket många lantbrukare inte har reflekterat över.

Detta kan tyckas något märkligt eftersom det empiriska materialet visar att lantbrukare talar relativt ofta med varandra om bankärenden. Att de trots allt inte känner till vad alla tjänster innebär kan dock bero på deras *selektiva bevarande*. Om de inte anser sig ha nytta av en tjänst kommer de heller inte att lägga denna tjänst på minnet. Det kan även uppfattas som märkligt att de är väldigt försiktiga med att prova nya tjänster trots att de pratar mycket om tjänsterna som andra lantbrukare har haft goda erfarenheter av. Detta fenomen kan förklaras av att lantbrukarna är mycket *riskaverta* och inte är villiga att ta någon risk för att få en bättre situation om de redan har det relativt bra.

***Hypotes 15. Lantbrukarna i grupp 1, 2 och 3 värdesätter helhetskonceptet med bank, pensionslösning och försäkring betydligt högre än lantbrukarna i grupp 4.***

Denna hypotes motsägs till viss del då lantbrukare i grupp 1 och grupp 4 värdesätter helhetskonceptet lågt. Grupp 2 värdesätter det lite mer och grupp 3 värdesätter det relativt högt. Det är något märkligt att grupp 1 och grupp 2 inte värdesätter det trots att de har möjlighet att utnyttja detta. Detta kan bero på att de inte har reflekterat över den nya trenden att samla alla tjänster under samma tak. Att det är ny trend syns tydligt då Swedbank för mindre än ett år sedan inledde ett samarbete med Dina Försäkringar och Landshypotek har startat ett samarbete med tre försäkringsbolag. Detta tyder på att lantbrukare är tröga med att ändra sin *attityd*. Det bör reflekteras över att kunderna hos LF har ett stort *förtroende* till banken och företaget. Trots detta vågar de inte ha allt under samma tak. Det finns lantbrukare som har Länsförsäkringar som försäkringsbolag men värdesätter det ändå inte utan ser det enbart som en positiv bieffekt.



## 6 Slutsatser

Utifrån lantbrukarnas svar har vissa särdrag grupperna emellan kunnat påvisas. Dessa presenteras gruppvis nedan. Det bör påpekas att slutsatserna inte kan anses vara statistiskt säkerställda på grund av det ringa antalet lantbrukare som intervjuats.

**Grupp 1.** Lantbrukarna i denna grupp värdesätter bankpersonalens kunskap och funktion som bollplank mycket högt. Att personkemin med bankmannen fungerar och att de har förtroende för varandra är också väldigt viktigt. Dessa lantbrukare utnyttjar banken maximalt både vad gäller rådgivning och finansiering.

**Grupp 2.** Alla dessa lantbrukare bytte till Länsförsäkringar Bank tack vare av att de kände till att personalen hade god lantbrukskompetens. För två av lantbrukarna var bytet till Länsförsäkringar bank deras första bankbyte medan de övriga två hade gjort ett bankbyte redan tidigare.

**Grupp 3.** Dessa lantbrukare värdesätter de ekonomiska aspekterna relativt högt gentemot lantbrukarna i övriga grupper. Därför har de valt att ha bottenlånen, som inte kräver någon djupare relation till banken, hos den bank som varit billigast. Lantbrukaren i denna grupp som helt har lämnat Länsförsäkringar Bank gjorde detta enbart av ekonomiska skäl. Lantbrukarna i denna grupp är också de som värdesätter helhetskonceptet med bank, försäkring och pensionslösning högst.

**Grupp 4.** Alla lantbrukare i denna grupp är nöjda med sina nuvarande banker trots att de saknar spetskompetens inom lantbruk. Detta kan bero på att lantbrukarna aldrig fått hjälp från banken i specifika lantbruksfrågor och därmed värdesätter de heller inte denna möjlighet. De är vana att få spetskompetens inom lantbruk från externa rådgivare eller från sig själva.

Det går även att dra slutsatser som gäller generellt för lantbrukarna i studien oavsett vilken grupp de tillhör.

- Det krävs att bankerna missköter sig upprepade gånger utan att de åtgärdar skadan innan lantbrukarna överväger ett bankbyte.
- Attityderna som lantbrukare har till en viss bank är mycket svåra att ändra på.
- Vid valet av bank använder sig lantbrukare av en blandning mellan den övervägda och den icke övervägda beslutsprocessen.
- En lantbrukare som gjort ett bankbyte ser detta som enkelt och smidigt till skillnad från de lantbrukare som aldrig genomfört ett bankbyte.
- Överlag värdesätter lantbrukare kompetensen och förtroendet minst lika högt som låg utlåningsränta.

- Lantbrukare värdesätter även att banken erbjuder tjänster både för privat och företag, med undantag för de som anser att bottenlånen inte kräver någon djupare relation till banken och placerar dem hos den bank som är billigast.
- Grupp 1 och grupp 2 värdesätter inte helhetskonceptet trots att de har möjlighet att utnyttja det medan grupp 3, som tänker mer marknadsmässigt, värdesätter det högst av alla grupper. Deras taktik att dela upp tjänster mellan flera banker beroende på vilken typ av relation tjänsten kräver är något som kommer bli allt vanligare i framtiden. Möjligheten att ha bank och försäkring i samma bolag är något relativt nytt och har inte anammats av lantbrukarna ännu. Det är något som kommer att mogna fram med tiden.

# Referenser

## Internet

Landshypoteks historia, 2010-04-15

<http://www.landshypotek.se/sv/Om-Landshypotek/Historia/>

Lantbruksbarometern 2010, 2010-04-28

<http://www.lrf.se/Documents/Regionalt/M%c3%a4lardalen/LBR%202010%20PDF%20f%c3%b6r%20web.pdf>

Länsförsäkringar Årsredovisning, 2010-04-17

<http://www.lansforsakringar.se/privat/sidor/default.aspx>

## Skriftliga

Anderson, A. M. 1992. Konkurrens och marknadsresultat vid transaktionskostnader och stabila relationer. *Ekonomisk debatt*. 2/1992.

Bennet P. D. och H. H. Kassarian, 1972. *Consumer behavior*. Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.

Blackwell, R.D. och J. F. Engel, 1982. *Consumer behavior*. The dryden press, Hinsdale, Illinois.

Blackwell, R.D., J. F. Engel, och P. W. Miniard, 2006. *Consumer behavior*. Thomson South-Western, Singapore.

Johansson, K. och S. Merum, 2002. *Den svenska bankmarknaden 1986 och 1993 – En deskriptiv studie*, Luleå Tekniska Universitet.

Kool, M. 1994. *Buying Behavior of Farmers*. Doktorsavhandling. Lantbruksuniversitetet i Wageningen, Nederländerna.

Kvale, S. 1997. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB, Lund.

McKenna, E. F. 1987. *Psychology in Business – Theory and Applications*. Lawrence Earlbaum Associates Ltd., Hillsdale, New Jersey.

Nilsson, J. och T. Björklund, 2003. *Kan Kooperationen klara konkurrensen?* Rapport 149, Institutionen för ekonomi, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala.

Norrbom, C. 1999. *Företag gör affärer med företag*. Liber AB, Malmö.

Sennerdal, B. 2010. Byta bank lönar sig. *ATL Lantbrukets affärstidning*, 27/ 2010.

## Personliga meddelanden

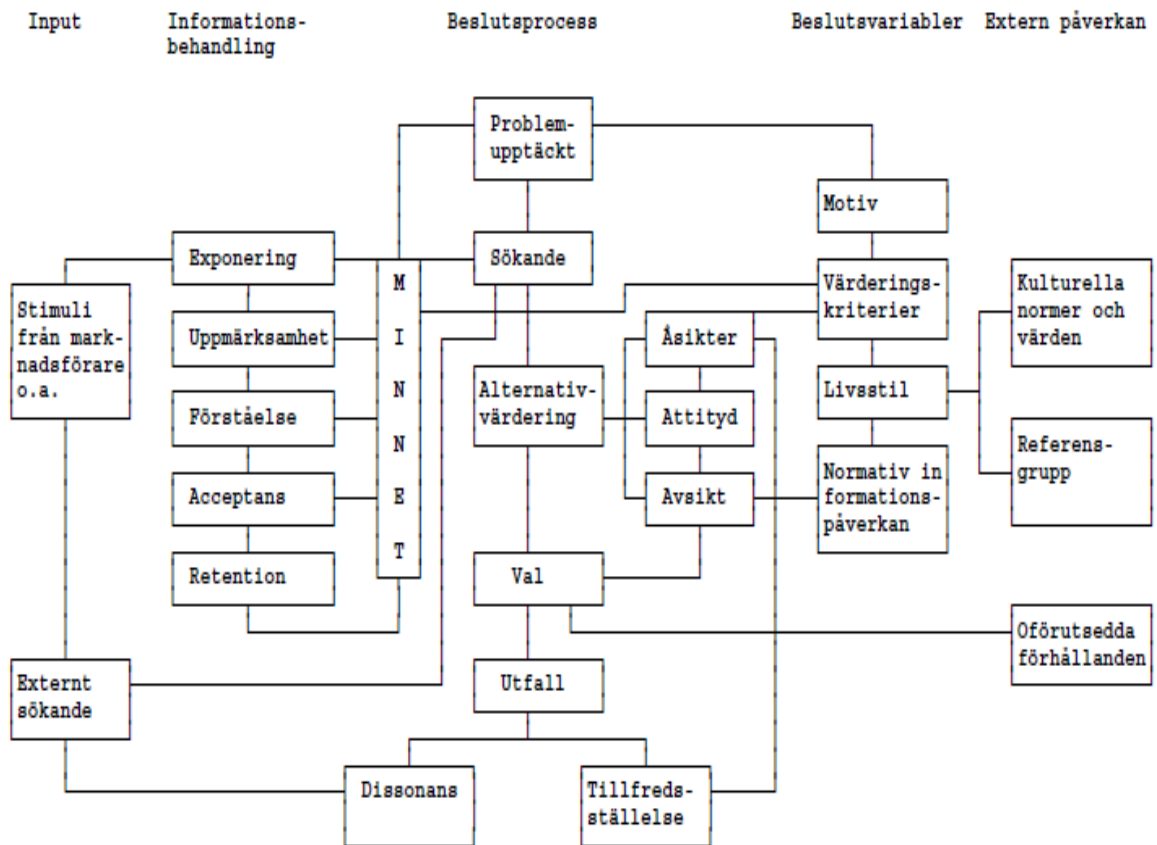
Edlund, Kjell, controller, Länsförsäkringar Bank Gävleborg. Personlig intervju 2010-04-14.

Eriksson, Clas, docent, Institutionen för ekonomi, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala. Föreläsning 2010-05-12.

Selerud, Sven-Erik, lantbruksansvarig LF AB, Stockholm. Telefonintervju 2010-04-28.

Svensson, Lasse, lantbruksansvarig, Länsförsäkringar Bank Gävleborg. Personlig intervju 2010-04-14.

# Bilaga 1: EKB-modellen



# Bilaga 2: Intervjuguide

## Intervjuguide

### *Allmänna frågor*

Ålder?

Utbildning?

Hur länge har du/ni varit lantbrukare?

Hur många hektar åker brukas?

Vilka produktionsgrenar finns på gården?

Hur många arbetar på gården? Anställda eller enbart familjemedlemmar?

Vad har företaget för omsättning? (Ungefärlig omsättning för att få en uppfattning om vilket intervall de intervjuade lantbrukarna befinner sig i.)

Hur länge har du varit kund hos din nuvarande bank? Tidigare bank?

### *Transaktionsspecifitet*

Hur mycket värdesätter ni närheten till banken?

- *Upplever ni att banken har förståelse för era yttre förutsättningar?*

Upplever ni att de tjänster som er nuvarande bank erbjuder uppfyller era behov?

- *Har banken på något sätt anpassat sig för att uppfylla just era behov?*
- *Har banken uppfyllt era förväntningar?*

Hur upplevs lantbrukskompetensen hos personalen?

Känner ni er låsta till er bank?

- *Upplever ni att er nuvarande bank försvårar ett bankbyte?*

Vad har ni för uppfattning om att byta bank?

- *Uppfattas det som krångligt och tidskrävande?*

### *Attityder, beteende och beslut*

Vad har ni för attityd till de olika bankerna som är verksamma inom lantbruk i Gävleborgs län?

- *Länsförsäkringar Bank, Landshypotek, Swedbank (och sparbankerna), Handelsbanken, Danske Bank, Nordea och SEB.*

Hur mycket har det nuvarande valet av bank påverkats av traditioner och tidigare generationer?

Hur ofta diskuterar ni bank med andra lantbrukare?

Hur mycket tillåter ni att er bank missköter sig innan ni överväger ett byte?

- *Till exempel om ni köper en traktor som bara krånglar, skulle ni då kunna tänka er att köpa en traktor av samma märke igen?*

Upplever ni någon risk med att byta bank?

- *Till exempel risken att förlora kunnig rådgivning.*

Vad värdesätter ni mest hos er bank?

- *Finns det någon tjänst eller funktion ni absolut inte skulle vilja vara utan?*

Har ni någon strategi vad gäller omförhandling av lån?

- *Görs offertförfrågningar även till andra banker för att pressa er egna bank?*
- *Hur går beslutsprocessen till?*
- *Hur ofta omförhandlar ni lånen?*

Vilka krav ställer ni som företagare på banken?

- *Har du något bollplank vid förhandlingen, exempelvis en rådgivare eller en utomstående?*

Har ni beaktat bankens ägandeform?

- *Till exempel eventuell återbäring vid kooperativt ägande.*

Ser ni någon ekonomisk vinning i att byta bank?

- *Är det bara låneräntan som styr valet eller spelar inlåningsräntan roll?*

Ser ni några praktiska problem i att ha en bank för företaget och en privat?

Hur har ni ställt er/skulle ställa er till om banken avråder ett lån/investering?

Hur upplever ni eventuell uppvaktning/marknadsföring från bankerna?

### *Övriga frågor*

Vilka egenskaper värdesätter ni mest hos er bank? Sätt poäng 1-5 på nedanstående egenskaper hos en bank, där 5 är bäst.

- Personlig kontakt
- Förtroende
- Allt under samma tak. (Privat, företag, försäkring, pensionslösning)
- Tillgänglighet
- Ekonomi (Låneränta, avgifter för tjänster med mera)

Vilka tjänster värdesätter ni mest hos er bank? Sätt poäng 1-7 på nedanstående tjänster, där 7 är bäst.

- EU-Kredit & checkräknings kredit
- Bottenlån
- Topplån
- Valutasäkring av till exempel EU-stöd
- Försäkringar
- Pensionslösning
- Privat ekonomi

Har ni någon gång reflekterat över hur en höjning/sänkning av räntan skulle påverka er finansiella ställning?