Sms-låneföretagens fortlevnad på lånemarknaden

En kvalitativ studie om hur sms-låneföretag med hög effektiv ränta klarar sig på lånemarknaden

Av: Hedra Malki & Sally Youhana

Handledare: Cheick Wagué
Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper
Kandidatuppsats 15 hp
Företagsekonomi | Vårterminen 2016
SAMMANFATTNING


Syftet med undersökningen är att ta reda på hur sms-låneföretagen med hög effektiv ränta kan förtuba på lånemarknaden. För att undersöka detta, intervjuades tre sms-låneföretag och Konsumentverket. Utifrån intervjuerna som gjordes, kunde slutsatser dras angående hur sms-låneföretagen med hög effektiv ränta klarar sig på lånemarknaden.

ABSTRACT

Something that has attracted much media attention is SMS loan and the risks associated with this type of loan. The effective interest rate is too high, which usually leads to people not always being able to repay their loans. Despite the risks of SMS loans, however, SMS-loan companies have fared very well because they have survived in the lending market. The companies first launched the service in 2006.

The purpose of this study is to find out how the SMS-loan companies with high effective interest rates manage to survive in the lending market. To investigate it, three SMS-loan companies and the Swedish Consumer Agency were interviewed. Based on the interviews that were made, conclusions could be drawn regarding how lenders with high effective interest rates manage to survive in the lending market.

The results suggest that the SMS-loan companies use various deals to get new customers to continue to take loans from their companies. However, it turns out that it is prohibited for lenders to offer gifts to attract customers. Furthermore, many customers are not aware of what the effective interest rate signifies. All four respondents mentioned that the future of the SMS-loan companies looks good. It seems that the SMS-loan companies will continue to survive and develop in the lending market, thanks to their loyal customers.
# Innehållsförteckning

1. Inledning ................................................................................................................................. 6
   1.1 Bakgrund ............................................................................................................................ 6
   1.2 Problem Diskussion ............................................................................................................ 7
   1.3 Problemformulering .......................................................................................................... 9
   1.4 Syfte .................................................................................................................................... 9
   1.5 Avgränsningar .................................................................................................................. 9
   1.6 Disposition ........................................................................................................................ 10

2. Metod ...................................................................................................................................... 11
   2.1 Metodval ............................................................................................................................ 11
   2.2 Forskningsansats .............................................................................................................. 11
   2.3 Primär- och sekundärdata ................................................................................................. 11
   2.4 Kvalitativa Data ................................................................................................................ 12
   2.5 Granskan av Metod .......................................................................................................... 12
   2.6 Källkritik .......................................................................................................................... 13

3. Teoretisk referensram ........................................................................................................... 15
   3.1 Intressentmodellen ........................................................................................................... 15
   3.2 Konsumtion och risksamhälle ......................................................................................... 15
   3.3 En jämförelseanalyss av snabblänekunder ...................................................................... 17
   3.4 Tidigare forskning ............................................................................................................ 17
   3.5 Sammanfattning av teoretisk referensram ...................................................................... 18

4. Små-lån ................................................................................................................................. 20
   4.1 Vad är små-lån? .................................................................................................................. 20
   4.2 Vad säger lagen om små-lån? ........................................................................................... 20
   4.3 Effektiv ränta ..................................................................................................................... 21
   4.4 Kronofogden ..................................................................................................................... 22

5. Empiri .................................................................................................................................... 24
   5.1 Intervjuer ............................................................................................................................ 24
   5.1.1 Telefonintervju med Gustav Palm, Marknadsförare, Northmill ..................................... 24
   5.1.2 Elektronisk intervju med David Andersson, VD, Smspengar .................................... 25
   5.1.3 Telefonintervju med Johan Anderbjörk, VD, Catalunia Capital AB ............................. 26
   5.1.4 Telefonintervju med Anna Hult, Jurist, Konsumentverket ......................................... 29

6. Analys ..................................................................................................................................... 32
   6.1 Intressentmodellen .......................................................................................................... 32
   6.2 Konsumtion och risksamhälle ......................................................................................... 33
   6.3 En jämförelseanalyss av snabblänekunder .................................................................... 33
   6.4 Tidigare forskning .......................................................................................................... 34

7. Diskussion ............................................................................................................................ 35
   7.1 Avslutande diskussion ...................................................................................................... 35
   7.2 Metodkritik ....................................................................................................................... 36
   7.3 Framtida forskning .......................................................................................................... 36

8. Slutsats ................................................................................................................................... 37
Källförteckning

Elektroniska källor.................................................................39
Intervjuer ..................................................................................41
Litteraturlista ...........................................................................41
Vetenskapliga artiklar .............................................................41

Bilaga 1. Intervjuguide till sms-låneföretagen..............................42
Bilaga 2. Intervjuguide till Konsumentverket..............................43
1. INLEDNING

I detta kapitel presenteras studiens bakgrund och problemdiskussion som gynnar ut i en frågeställning. Studiens syfte och avgränsningar presenteras också i slutet av kapitlet.

1.1 Bakgrund

Idag finns det runt nittio olika banker i Sverige och då har man bara räknat med de svenska bankerna. Om man även lägger till de utländska bankerna som har filialer i Sverige, tillkommer trettio banker till (Banker i Sverige, 2016).

Alla banker som finns i Sverige är inte av samma typ då det finns olika typer av banker. De olika typerna beskrivs nedan.


Sparbanker är vanligtvis mer aktiva på en lokal marknad än i hela Sverige. De har däremot en liten marknadsandel av Sveriges banktjänster fastän de är många (Banker i Sverige, 2016).

De utländska bankerna i Sverige är banker som kommer från utlandet. Danske Bank, Deutsche Bank och GE Money Bank är exempel på utländska banker. De flesta omfattas av den statliga insättningsgarantin och fungerar som svenska banker (Banker i Sverige, 2016).

De banker som ägnar sig åt specialiserade tjänster, d.v.s. en speciell del av bankmarknaden eller en särskild typ av service, är nischbankerna. Denna grupp av banker består av telefonbanker, banker som enbart erbjuder Internettjänster samt banker som bara specialiserar sig på bolån eller aktiehandel. Ikanobanken och Avanza är exempel på nischbanker (Banker i Sverige, 2016).


Många nya banker med bakgrund i värdepappershandel och finansieringsverksamhet har etablerats under de senaste åren. Produktutbudet har på senare tid breddats för de nyetablerade
bankerna och flera är idag att betrakta som fullsortimentsbanker för privatkunder (Svenska Bankföreningen, 2015).


Hos SEB ligger räntan för privatlån mellan 4,18-12,28 % och man kan välja återbetalningstid på sitt privatlån, upp till 10 år. Det går att låna från 20 000 kronor upp till 350 000 kronor beroende på hur ens ekonomi ser ut. Är man två som lånar tillsammans (make, maka eller sambo) ökar chansen att låna ett större belopp än om man står som ensam låntagare. Ifall den rörliga årsräntan skulle vara 4,98 %, skulle den effektiva räntan bli 5,21 % för ett annuitetslån på 100 000 kronor upplagt på 5 år. Uppläggningsavgiften är 300 kronor (SEB, 2015).

Handelsbanken erbjuder lån mellan 30 000-150 000 kronor med en ränta på 5,35 % (Allt om spara, 2015). Den effektiva räntan ligger kring 3,30 % (Handelsbanken, 2016).


Kreditbolagen erbjuder lån snabbt och enkelt. Deras effektiva ränta är dock högre än bankernas. En av dessa långivare, Mobillån, erbjuder lån med en effektiv ränta på 242 % - 969 % beroende på hur många kreditdagarna är samt hur stort lånebeloppet är (Mobillån, 2016). En annan sådan långivare, Easycredit, erbjuder lån med en effektiv ränta på 33,18 % - 2 964 %. Denna långivare har även ett tillfälligt erbjudande där man kan få 10 % rabatt på vilket lånebelopp man vill (Easycredit, 2016).

1.2 Problemdiskussion
Trots nya hårdare krav på sms-låneföretagen som infördes år 2014, har antalet sms-lån fortsatt att öka. Antalet låntagare som fått problem med snabblån har också ökat trots de strikta reglerna som infördes samma år. De hårda reglerna innebär att alla sms-låneföretag måste
ansöka och få tillstånd av Finansinspektionen för verksamheten, samt rapportera in uppgifter om sin utlåning. Den viktigaste förändringen är att bolagen måste göra riktiga kreditprövningar av sina kunder (Privata affärer, 2015).

Konsumentverket granskade i ett pilotprojekt två av sms-låneföretagen. Det kunde resultera i att båda bolagen skulle mista tillståndet att låna ut pengar om de hade åsidosatt de nya reglerna om kreditprövning. I mindre allvarliga fall tvingas bolagen betala sanktionsavgifter, vilket leder till bolagens kostnader ökar och detta kan ha en negativ påverkan på dem (Privata affärer, 2015).


1.3 Problemformulering
Följande frågeställning har formulerats utifrån det som står i problemdiskussionen:

Hur klarar sig sms-låneföretagen på lånemarknaden trots den höga effektiva räntan och de risker som finns med den?

1.4 Syfte
Syftet med undersökningen är att ta reda på hur sms-låneföretagen med hög effektiv ränta kan förtleva på lånemarknaden.

1.5 Avgränsningar
Vi har avgränsat oss till tre sms-låneföretag som befinner sig i Sverige. Samtliga har en hög effektiv ränta, d.v.s. en effektiv ränta som är mycket högre än bankernas effektiva ränta.

De företag som vi begränsade oss till är företag som själva beskriver sig som sms-låneföretag. Företagen skulle även ha funnits i minst fem år.
1.6 \textit{Disposition}

Kapitel 2 – Metod

Uppsatsens metod presenteras och granskas i det här kapitlet. Det ges även argument till varför uppsatsen utgår ifrån en kvalitativ metod.

Kapitel 3 – Teoretisk referensram

Teorier och tidigare forskning lyfts upp i detta kapitel. Dessa teorier och tidigare forskning beskrivs i början av kapitlet. I slutet av kapitlet finns en sammanfattning angående hur de valda teorierna är relevanta för forskningsområdet.

Kapitel 4 – Sms-lån

I detta kapitel förklaras vad sms-lån och effektiv ränta är, samt vad lagen säger om denna typ av lån.

Kapitel 5 – Empiri

I detta kapitel presenteras resultaten från intervjuarna utan att tolkas eller analyseras.

Kapitel 6 – Analys

Primär- och sekundärdatal används för att svara på uppsatsens frågeställning och syfte. I detta kapitel tolkas och analyseras även svaren från empiridelen utifrån uppsatsens teoretiska referensram.

Kapitel 7 – Diskussion

En avslutande diskussion presenteras i början av detta kapitel. I slutet redovisas metodkritiken och ett framtida forskningsförslag presenteras.

Kapitel 8 – Slutsats

I det sista kapitlet redovisas studiens slutsatser.
2. METOD

I detta kapitel presenteras metoderna som har använts för studien för att sedan granskas kritiskt. Källkritik finns också med i slutet av kapitlet.

2.1 Metodval


Det finns ett inslag av generalitet i fallstudier men samtidigt är de studier av det partikulära, det avvikande, i det specifika fallet. Det är viktigt att studera ett enskilt fall närmare för att kunna se till just det fällets specifika förutsättningar. I själva idén om ”fallet” ligger en spänning mellan unicitet och generalitet inbyggd (Alvehus, 2013).


2.2 Forskningsansats


2.3 Primär- och sekundärdatal

Primärdatal är information som samlas för att användas i en uppsats och kan erhållas genom exempelvis datainsamling från enkäter, intervjuer och observationer. Sekundärdatal är information som hämtas från existerande data, till exempel forskning och fakta (Bryman & Bell, 2013).

Sekundärdata från olika hemsidor med relevant information som kan kopplas till det aktuella ämnet användes. Exempel på sådana källor är Kronofogden, olika banker och sms-låneföretag. För att hitta sekundärdata har vi sökt efter relevanta teorier och tidigare forskning på Södertörns högskolas bibliotek.

2.4 Kvalitativ data

2.5 Granskning av metod

tillfälle för att ställa frågor om det som var lite otydligt.


Ontologisk autenticitet grundar sig på om undersökningen hjälper medverkande personer till att få en bättre förståelse av den sociala miljön. Om undersökningen bidragit till att medverkande personer får en bättre bild över hur andra personer inom samma miljö upplever situationen, är vad pedagogisk autenticitet handlar om (Bryman & Bell, 2013). Undersökningen anses hjälpa till för en ökad förståelse av denna typ av företag eftersom samtliga företag som intervjuades erbjuder i princip samma produkt. Alla tre företagen har även funnits i minst fem år.

2.6 Källkritik

För att öka trovärdigheten har en del av det som kommer från elektroniska källar kompletterats med intervjuer. Intervjuer har i sin tur inte endast gjorts med olika sms-låneföretag, utan även med Konsumentverket för att få en annan insyn i denna typ av verksamhet, men också för att öka studiens trovärdighet ytterligare.

Nackdelen med att inte göra personliga intervjuer är att man missar respondenternas kroppsspråk och spontana reaktion. Fördelen med telefonintervjuerna och den elektroniska intervjun som gjordes, är att samtliga respondenter fick frågor i förväg och på så sätt hade de tid att tänka igenom svaren. Respondenterna är enligt oss tillförlitliga eftersom de är verksamma inom det ämnesområde som intervjufrågorna handlade om.
3. TEORETISK REFERENSRAM

I detta kapitel presenteras teorier och tidigare forskning som är relevanta för vår studie. De teorier som används i uppsatsen är intressentmodellen, teorin om konsumtion och samhälle, en jämförelseanalyse av snabblånekunder som grundar sig på en tidigare undersökning samt en tidigare forskning av Stefan Yard.

3.1 Intressentmodellen


3.2 Konsumtion och risksamhälle

Bauman beskriver hur individer idag använder sig av konsumtionskulturen för att bemöta den belastning som villkoren för modernitet innebär samt för att skapa en kontinuitet i det annars


Bauman har till stor del berättat vidare om Becks teorier men fokuserat mer på individnivån. Förr såg individer på framtiden som något som man själv skapade, medan man idag ser på framtiden som osäker och bortom kontroll. På grund av att man inte kan förutsäga framtiden, har det blivit så att man istället lägger enorma resurser på att kalkylera och minska de risker som man tror sig kunna påverka. Ett globalt risksamhälle gör dessa risker svåra att kalkylera i förhållande till de individuella mål som man vill uppnå. Det har blivit mer komplicerat att kalkylera något eftersom det finns aldeles för många faktorer att ta med i beräkningarna. Oönskade konsekvenser är svåra att förutse vilket gör risken svårbedömd. Genom att
kalkylera risken kan man åtminstone få en uppfattning av sannolikheten för att detta ska ske och på så vis känna en större trygghet i de beslut som man tar (Bauman, 2007).

3.3 En jämförelseanalys av snabblånkekunder


De flesta konsumenterna i undersökningen hade höga skulder på grund av snabblån. Vissa konsumenter tog snabblån ofta för att under en kort period senare sluta att ta denna typ av lån. Andra konsumenter saknade självkontroll eller kunskap om ekonomi, vilket ledde till att de fortsatte att ta snabblån under längre tidperioder. Snabblåntagarna hade ofta högre skulder än de människor som inte tog snabblån. 73 procent av snabblåntagarna hade månadsskulder som uppgick till 20 procent eller mer av deras inkomst. Av alla vuxna människor som inte tog snabblån, var det endast 9,8 procent som hade lika höga månadsskulder (Lawrence & Elliehausen, 2008).

3.4 Tidigare forskning


Det första experimentet bestod av tre lån (lån A, lån B och lån C). Deltagarna kunde se hur stora lånvar, kostnaden per månad samt lånens kredittid. Lån A gick ut på att man kunde
låna 100 000 kronor under 24 månader (två år) och betala tillbaka 4 500 kronor per månad. Lån B gick ut på att man kunde låna 100 000 kronor under 36 månader (tre år) och betala tillbaka 4 000 kronor per månad. Lån C gick ut på att man kunde låna samma summa pengar under 84 månader (sju år) och betala tillbaka 2 000 kronor per månad.

Det andra experimentet bestod av tre case som utgick ifrån att lånebeloppet var 40 000 kronor som betalas tillbaka med 1000 kronor per månad. Deltagarnas skulle i samtliga case räkna ut återbetalningsperioden. Case 1 gick ut på att månadsräntan var 2,0 procent vilket motsvarar att den årliga räntesatsen var 26,8 procent. I case 2 hade månadsräntan ökat till 2,2 procent och i case 3 låg månadsräntan på 2,5 procent.

Det som Yard kom fram till är att många konsumenter har svårt att tolka och förstå den tillgängliga informationen, vilket leder till en felaktig bedömning av den totala lånekostnaden. När endast betalningsmönster var kända för deltagarna i experimentet, tittade de enbart på det absoluta mätet på kostnaden. Detta leder till förutfattade menningar om lån med lång kredittid. I särskilda låneerbjudanden märkte långivare kunderna om både det absoluta mätet fasta kostnader samt det relativa mätet, d.v.s. den årliga räntesatsen på lånen. På grund av att många kunder tycker att de årliga räntesatserna är svårtolkade, kan de lägga alltför stor vikt vid de fasta kostnaderna. Om långvariga informerar om fasta kostnader per år istället, kan förutfattade menningar om lån med lång kredittid undvikas. Man kan räkna ut den ungefärliga årliga räntesatsen genom att dividera fasta kostnader per år med hälften av det ursprungliga lånet. När den ungefärliga årliga räntesatsen förstås av kunderna, kan den exakta årliga räntesatsen bli mer begriplig och accepterad (Yard, 2004).

3.5 Sammanfattning av teoretisk referensram


Risken har alltid förekommit i samhället men olika tider har haft olika typer av risker och riskbeteende. Att vara upplyst om riskerna är det bästa sättet att hantera dem på. Genom att ha kunskap om riskernas innebörder och deras konsekvenser, kan man kalkylera dem och därmed hur ens framtid kan komma att se ut. Riskerna går även att hantera genom att blunda för dem och deras följer. Det kan innebära att man förnekar riskerna eftersom man inte har någon riktig förmåga att få en förändring eller förbättring av sin situation.

Dessa teorier och tidigare forskning visar att många låntagare gör en felaktig bedömning av den totala lånekostnaden. Många hade höga skulder på grund av snabblån. De kunder som tar snabblån fortsätter oftast att gör det och en stor andel är omedvetna om den årliga räntan. Detta leder i sin tur till att de får svårt att betala tillbaka sina lån och hamnar därmed i skuld.

Intressentmodellen, teorin om konsumtion och risksamhälle, jämförelseanalysen samt den tidigare forskningen används för att analysera vår undersökning.
4. SMS-LÅN

I detta kapitel beskrivs begreppet sms-lån, vad lagen säger om sms-lån samt den effektiva räntan. Snabblån enligt Kronofogdens statistik presenteras också.

4.1 Vad är sms-lån?


4.2 Vad säger lagen om sms-lån?


Trots att denna lag har gjort sms-lån mer säkert, är det viktigt att människor som vill ta lån är uppmärksamma på vilka de lånar av. De bör inte glömma att se till den effektiva räntan, vilka villkor som gäller samt att väga för- och nackdelarna med lånet (Smspengar, 2014).
4.3 Effektiv ränta


Formeln för effektiv ränta

\[ Eff = (1 + \frac{i}{n})^n - 1 \]

\( i \) = årsräntan
\( n \) = antal perioder
Multiplikeras med 100 för att få fram resultatet i procent.

Det blir knepigare när det faktureras månadvis i exempelvis 90 dagar. Då måste man lösa den här ekvationen:
4.4 Kronofogden


Enligt Tina Häggmark, har de obetalda snabblånen ökat ganska markant. Kronofogden tror att det är viktigt att alla inblandade parter fortsätter att informera om de negativa effekterna som orsakas om man inte kan betala ett lån eller en kredit (Kronofogden, 2015).


Genom att bedriva egen forskning samt stödja etablerade forskare vid universitet och högskolor, vill Kronofogden få den kunskapen som behövs för det förebyggande arbetet, men också för att förstå och motverka orsakerna till överskuldsättning och ekonomiskt utanförskap på samhällsnivå. För att nå dit krävs arbete inom olika vetenskapliga ämnen. Även forskning kan bedrivas inom exempelvis statsvetenskap, ekonomi, socialt arbete och rättssociologi (Kronofogden, 2016).
5. EMPIRI

I detta kapitel redovisas resultaten från intervjuerna med sms-låneföretagen och Konsumentverket.

5.1 Intervjuer

5.1.1 Telefonintervju med Gustav Palm, Marknadsförare, Northmill


Gustav nämner även att det i Sverige är ca 10 000 personer per månad som tar sms-lån från Easycredit och ungefär 100 000 personer per år. Det är svårt att säga hur många som kan betala tillbaka lånen i tid, men enligt Gustav betalar de allra flesta sms-låntagarna tillbaka sina lån i tid. Om det skulle vara så att någon inte betalar tillbaka lånet i tid, skickar Easycredit en påminnelse till låntagaren och om denne ändå inte betalar tillbaka lånet, skickas andra påminnelse. Om personen fortfarande inte betalar tillbaka lånet efter att ha fått en andra påminnelse, går ärendet vidare till inkassobolaget som sedan kan lämna över det till Kronofogden. Gustav säger dock att en sms-låntagare kan ringa dem och ange orsaken till varför de inte kan betala tillbaka lånet i tid, så att Easycredit ska kunna flytta fram fakturadatumet och då behöver man som låntagare inte betala extra i ränta.

Easycredit kan klara sig på länemarknaden även om inte alla betalar tillbaka sina lån i tid eftersom inkassobolaget ger dem en del av pengarna. Gustav nämner att det däremot kan vara så att låntagaren inte längre befinner sig i Sverige, vilket resulterar i en förlust för företaget då de inte kan få tillbaka pengarna på något sätt. Därför är det viktigt att företaget är noggrant med att personerna som tar lån också kan betala tillbaka lånen samt att företaget har ett bra system. Det är kredithandläggarnas ansvar att bedöma om en person kan betala tillbaka lånet.

Enligt Gustav tar det ca en kvart för en helt ny kund att få ett lån beviljat om kunden har legitimerat sig och fyllt i alla sina uppgifter korrekt vid ansökan via Mobilt BankID. Om man är kund sedan tidigare och har exempelvis tio återbetalningar, kan lånet beviljas på endast fem minuter.


5.1.2 Elektronisk intervju med David Andersson, VD, Smspengar

Bolaget som står bakom Smspengar som grundades år 2007, är det svenska aktiebolaget SMS Pengar Norden AB som är baserat i Uppsala.

David säger att medelkunden hos Smspengar är 42 år. Det är 50 % kvinnor och 50 % män som tar sms-lån. Snittinkomsten ligger på 300 000 kronor i sammanräknad deklarerad inkomst (deklarerad inkomst minus eventuella avdrag och underskott), delvis en månadsinkomst om ca 25 000-30 000 kronor per månad före skatt.


Smspengar konkurrerar endast med kreditgivare i sitt eget segment och inte med exempelvis banker. Detta på grund av att banker inte erbjuder deras produkt. Sms-lånebolaget samarbetar inte med andra långivare, enligt David.

Kraven för att kunna ta lån baseras på inhämtad information där kunden genomgår en avancerad kreditprövning. Det går inte att säga specifika krav men företaget har grundkrav. Alla bedömningar blir således individuellt baserade på kundens ekonomiska förutsättningar.

Om man inte kan betala tillbaka lånet, gäller samma rättsliga processer som för andra fordringar, d.v.s. påminnelse, inkasso och Kronofogden. David nämner också att företaget inte får ut någon vinst när människor inte kan betala tillbaka sina lån. Framtiden för Smspengar ser god ut med utvecklingsmöjligheter.

Frågor om hur många det är som tar sms-lån från Smspengar, hur stort antal av kunderna som har problem med att betala tillbaka sitt lån innan kredittiden har löpt ut, samt om antalet låntagare har ökat eller minskat sedan företaget startade, kan företaget inte svara på säger David och detta på grund av affärshemligheter.

5.1.3 Telefonintervju med Johan Anderbjörk, VD, Catalunia Capital AB


Johan berättar att företaget startade år 2010, då man ville bygga ett system som man kunde hantera. Det går inte riktigt att säga vilka människor det är som tar lån eftersom det är väldigt spritt. Exempelvis valde en kund som tjänar 900 000 kronor per år att ta lån från företaget.


För att ansöka om lån hos bolaget krävs att man är minst 18 år, svensk medborgare och måntalskriven i Sverige samt att man har en inkomst på minst 100 000 kr per år. Man får inte heller ha några betalningsanmärkningar hos Kronofogden. Johan säger att företaget får in 1000 ansökningar per månad och av dessa är det ca 40 % som får ett lån. Att man inte får lån beror ofta på att man har för låg inkomst eller att man har skulder hos Kronofogden.

På frågan om hur många det är som har svårt att betala tillbaka sina lån innan kredittiden har löpt ut, svarar Johan att det är svårt att säga exakt. Detta på grund av att företaget erbjuder en avbetalningsplan för dem som har svårt att betala tillbaka sina lån. Med hjälp av avbetalningsplanen kan man välja om man vill betala tillbaka lånet vid exempelvis två tillfällen eller tio tillfällen. Låntagaren kan också välja att betala tillbaka lånet månadsvis, till


land utanför Sverige, därför att man då måste anpassa sig till lagen som gäller i det andra landet.

Vidare berättar Johan att framtiden avgörs av två saker – dels vad konkurrenterna gör men också om regeringen eller staten gör stora regleringar i marknaden. Det finns nämligen företag som erbjuder gratis lån första gången och det är ett sätt för dem att få nya kunder på, säger Johan. Miljöpartiet har till exempel pratat om att öka regleringen ännu mer. Företagets framtid påverkas även om staten eller regeringen inte längre skulle tillåta denna typ av verksamhet.

5.1.4 Telefonintervju med Anna Hult, Jurist, Konsumentverket

Konsumentverket är en myndighet som finns i Karlstad. Myndigheten arbetar med tillsyn, kontroller, information, kunskapsbyggande, omvärldsbevakning och internationella frågor, för att konsumenter ska kunna göra medvetna val och inte råka illa ut när de köper varor eller tjänster.


Man vill till exempel delbetala mobiler och köpa annat som man behöver pengar till, vilket kan leda till att människor tar sms-lån. Konsumentverket vill lira konsumenterna mer om privatekonomi och påverka företagen så att de ger all information som konsumenterna behöver.


På grund av att det har varit mycket debatt kring snabblån, började man för ett år sedan en ny utredning om högkostnadskreditter. Det är en utredning som regeringen har tillsatt. Den leds av Johan Löfstrand som är vice ordförande i Civilutskottet. Till sin hjälp har han sakkunniga från olika departement, experter från myndigheter och andra intressenter samt en utredningssekreterare.

Konsumentverket har ingen statistik på vilka det är som tar sms-lån eller om antalet sms-låntagare ökar eller minskar. Anna säger däremot att Kronofogden har sådan statistik som visar att det i början var många unga människor som tog sms-lån. Förra året var de flesta som tog sms-lån ensamstående mammor.

Konsumentverket tycker att det är viktigt att produkten är säker, att man bara ska kunna få kredit om man kan betala tillbaka och att marknadsföringen sker på rätt sätt. Finansinspektionen kräver även att alla sms-lånebolag lämnar in ordentliga dokument där deras policy finns med innan myndigheten kan bevilja tillstånd för att bolaget ska få starta. Trots detta ser Konsumentverket brister hos kreditprövningen i många bolag. Detta innebär att de inte följer sin policy, d.v.s. de gör inte som de har sagt att de ska göra till Finansinspektionen. Anna hänvisar till Konsumentverkets hemsida där man kan läsa om vad som har hänt med bolag, bland annat sms-lånebolag som har brister i sin verksamhet. De beslutet har tagits enligt konsumentkredittlagen.

Enligt Anna har sms-låneföretagen lyckats klara sig på lånemarknaden på grund av att det finns ett antal konsumenter som snabbt behöver ta lån. Det kan vara så att de inte har möjlighet att gå till banken, på grund av att de exempelvis har betalningsanmärkningar och inte kan få lån. Många människor förstår inte heller den höga effektiva räntan och vet inte vad den innebär.

Under intervjuens gång berättar Anna även att det i 7 § konsumentkreditlagen står att företagen ska lämna information till konsumenter när de marknadsför sin produkt. Exempel på punkter som står i lagen är hur mycket konsumenter ska betala tillbaka i kronor, d.v.s. hela kostnaden för lånet samt hur mycket som ska betalas på avbetalning.

Anna anser att de sms-låneföretag som erbjuder ett gratis lån första gången, d.v.s. ett räntefritt lån, använder det som ett sätt att få in nya kunder som fortsätter att ta lån från samma företag. De som inte har tänkt ta sms-lån lån kommer inte att göra det även om sådana erbjudanden finns hos sms-låneföretagen. Bolagen kan få ut sin vinst även om människor inte betalar tillbaka sina lån, genom att de exempelvis säljer vidare sina fakturor till banker eller finansbolag som betalar pengarna till dem.
6. ANALYS

I detta kapitel tolkas resultatet samt analyseras kritiskt med hjälp av den teoretiska referensramen.

6.1 Intressentmodellen


En viktig orsak som bidrar till att sms-låneföretagen lyckas klara sig på lånemarknaden, är att de har erbjudanden för att få in nya kunder. Enligt intervjun med Konsumentverket fortsätter dessa kunder att ta låner från samma företag. Ett sådant erbjudande kan vara att kunder som låner från företaget första gången har möjlighet att låna exempelvis 1000 kronor utan ränta, samtidigt som de har 30 dagar på sig att lämna tillbaka lånet. Ett annat erbjudande kan vara att man får 10% rabatt på vilket lånebelopp man vill. Det finns även sms-låneföretag som erbjuder avbetalningsplan till de kunder som har svårt att betala tillbaka sina låner. Hos vissa företag finns det möjlighet för kunden att ringa dem och ange orsaken till varför de inte kan betala tillbaka lånet i tid, för att företaget ska flytta fram fakturadatumet och kunden behöver på så sätt inte betala extra i ränta. Räntan är avdragsgill, vilket innebär att låntagaren får tillbaka 30% av den ränta som han eller hon har betalat under ett år. Detta kan också vara något som låntagarna tänker på när de tar lånen och som leder till att de inte inser att räntan är hög.
6.2 Konsumtion och risksamhälle


Bauman menar även att människor konsumerar väldigt mycket (Bauman, 2001), vilket stämmer eftersom många människor tar sms-lån just för att konsumera. Respondenten från Konsumentverket berättade att det är vanligt att människor konsumerar mycket nu för tiden. De tar exempelvis sms-lån för att delbeta sina mobiler och liknande. För närvarande var det vanligaste att konsumtionen var begränsad till mer funktionella behov som mat och kläder.

Intervjuerna visar att sms-låneföretagen kan klara sig fastän inte alla kunder betalar tillbaka sina lån, genom att de får en del av pengarna från något inkassobolag. De kan även välja att sälja vidare sina fakturor till banker eller finansbolag som betalar pengarna till dem. En av respondenterna nämnde att det i Sverige är ca 10 000 personer per månad som tar sms-lån från företaget. En annan respondent från ett mindre företag sa att de får in 1000 ansökningar per månad och av dessa är det ca 40 % som får ett lån. I ett av fallen fanns en kund som tjanar 900 000 kronor per år som valde att ta sms-lån. En av respondenterna från sms-låneföretagen nämnde att företaget hjälper kunderna med att flytta fram fakturadatumet, om de ringer företaget och anger orsaken till varför de inte kan betala tillbaka lån tiden. Kunderna behöver i detta fall inte betala extra i ränta.

6.3 En jämförelseanalys av snabblånekunder

6.4 Tidigare forskning

7. DISKUSSION

I början av detta kapitel diskuteras studien. I slutet av kapitlet redovisas metodkritiken och ett framtida forskningsförslag presenteras.

7.1 Avslutande diskussion


Företagen utvecklar produkten bland annat genom att erbjuda kunderna högre lånebelopp och förlänga kredittid. Detta kan bero på att det finns människor som behöver låna större summor pengar, samtidigt som de inte uppfyller bankernas krav och därför inte kan få banklån. Om det finns en efterfrågan på högre lånebelopp, måste sms-låneföretagen öka utbudet genom att erbjuda högre lånebelopp för att uppfylla en intressentgrupps, kundernas, krav. I framtiden kan konkurrensen komma att öka med hammare i snabbt och enkelt att göra det. Om sms-låneföretagen dessutom erbjuder kunderna att flytta fram fakturadatumet, leder det troligtvis till att kunderna inte tänker på nackdelarna med sms-lån, vilket kan leda till att de har möjlighet att
få fakturadatumet framflyttat, om de inte kan betala tillbaka lånet i tid. Respondenten från Konsumentverket berättade om en ny låneform som kallas för P2P-lån. Denna typ av lån skulle kunna bli populär i framtiden och möjligtvis skapa ökad konkurrens på lånemarknaden.

7.2 Metodkritik

Det hade också varit bra om Kronofogden och Finansinspektionen inkluderats i undersökningen. Kronofogden hänvisade till informationen som finns på deras hemsida och Finansinspektionen kunde inte ställa upp på en intervju.

7.3 Framtida forskning
Den nya typen av lån, peer-to-peer-lån (P2P-lån), går ut på att koppla ihop människor som vill ta lån med människor som vill låna ut pengar. I framtiden kan denna typ av lån eventuellt komma att bli lika populär som sms-lån. I så fall kan det vara intressant att forska kring hur dessa långivare ska lyckas konkurrera med sms-låneföretag och banker. Man kan även undersöka om sms-låneföretagen kommer att ändra sina strategier och försöka få in nya kunder med andra erbjudanden än de som erbjuds idag. Kanske kan det bli så att sms-låneföretagen sänker den effektiva räntan för att klara av konkurrensen som troligtvis kommer att råda mellan diverse långivare.
8. SLUTSATS

I det sista kapitlet presenteras uppsatsens slutsatser som besvarar studiens syfte och problemformulering.


Av de tre sms-låneföretagen som intervjuades, nämnde två av dem att de konkurrerar med andra sms-låneföretag men också med banker. Ett av dessa företag konkurrerar även med butiker som erbjuder köp på avbetalning eftersom människor väljer att köpa på avbetalning istället för att ta sms-lån. Det tredje företaget nämnde att de endast konkurrerar med sms-låneföretag som erbjuder samma typ av lån. Sms-låneföretagens viktigaste intressenter är, förutom andra sms-låneföretag som de konkurrerar med, även kunder, banker, inkassobolag, Kronofogden, Finansinspektionen, Konsumentverket och i vissa fall även butiker som erbjuder köp på avbetalning.


sms-låneföretagen ger ut till kunderna ska vara neutral, men Konsumentverket har sett att det finns brister på just den punkten.
KÄLLFÖRTECKNING

Elektroniska källor

Allt om spara. Effektiv ränta.

Allt om spara. Jämför privatlån och låneräntor.

Allt om spara. Smslån - Vad innebär det?
Tillgänglig: <http://www.alltomspara.se/smslan> (2016-04-17)

Astrakan Strategisk Utbildning AB. Intressentmodellen.
Tillgänglig: <http://www.astrakan.se/intressentmodellen/> (2016-04-17)

Banker i Sverige. Olika typer av banker i Sverige.
Tillgänglig: <http://www.bankerisverige.se/> (2016-04-26)

DN. Sms-låneföretag till motattack.

Easycredit. Fakta om smslån och snabblån.
Tillgänglig: <https://www.easycredit.se/kundtjanst/fakta-om-smslan/> (2016-03-29)

Easycredit. Ny lag skärper tillsynen över snabblåneföretagen.

Easycredit. Priser på sms lån.
Tillgänglig: <https://www.easycredit.se/priser-pa-smslan/> (2016-04-27)

Handelsbanken. Effektiv ränta.

Kronofogden. Forskning.
Tillgänglig: <http://kronofogden.se/Forskning.html> (2016-04-27)

Kronofogden. Kronofogden i korteth.
Tillgänglig: <https://www.kronofogden.se/Kronofogdenikorthet.html> (2016-04-27)

Kronofogden. Skuld att betala.
Kronofogden. Ökning av obetalda snabblån.

Mobillån. Kostnader för smslån.
Tillgänglig: <https://www.mobillan.se/ > (2016-04-15)

Nordea. Aktuella priser och räntor.

Privata affärer. Konsumentverket granskar sms-låneföretag.

SEB. Privatån Enkla lånet.

Smslån Online. Formeln för effektiv ränta.

Smspengar. Lagen för säkrare smslån.

Smspengar. Smslån vad är det?
Tillgänglig: <http://www.smspengar.nu/smslan/ > (2016-04-03)

Svenska Bankföreningen. Bankstrukturen.

SVT. Minister vill ha tak på ockerräntor.

SVT. Sms-lånen slår rekord – igen.

Swedbank. Låna till bil.

Swedbank. PrivatånDirekt.
Vikinglån. Lån även om banken säger nej.

**Intervjuer**

Gustav Palm, Marknadsförare, Northmill, 2016-04-21

David Andersson, VD, Smspengar, 2016-04-21

Anna Hult, Jurist, Konsumentverket, 2016-04-26

Johan Anderbjörk, VD, Catalunia Capital AB, 2016-04-29

**Litteraturlista**


**Vetenskapliga artiklar**


1. Vilken är er affärsidé?
2. Hur och när startade företaget?
3. Vilka människor är det som tar sms-lån (gällande åldersgrupp, inkomst m.m.)?
4. Både räntan och den effektiva räntan är höga, hur lyckas ni klara er på lånemarknaden?
5. Vem bestämmer räntan och varför är den så hög?
6. Har ni fast eller rörlig ränta?
7. Har ni andra avgifter?
8. Hur lång tid har man på sig att betala tillbaka lånet?
9. Konkurrerar ni med andra långivare, till exempel banker?
10. Samarbetar ni med andra långivare?
11. Vad har ni för krav för att man ska få låna pengar från er?
12. Hur många är det som tar sms-lån från er per år?
13. Hur stort antal av era kunder (per år) har problem med att betala tillbaka sitt lån innan kredittiden har löpt ut?
14. Vad har ni för åtgärder om man inte kan betala tillbaka sitt lån?
15. Hur får ni ut vinst när människor inte kan betala tillbaka sina lån?
16. Hur ser trenden ut sedan företaget startade, ökar eller minskar antalet låntagare per år?
17. Hur ser framtiden ut för ert företag?
BILAGA 2. INTERVJUGUIDE TILL KONSUMENTVERKET

1. Gör ni på Konsumentverket något för atthindra att fler människor får betalningsanmärkningar?
2. Samarbetar ni med sms-låneföretagen, Finansinspektionen eller Kronofogden?
4. Vilka människor är det som tar sms-lån (gällande åldersgrupp, inkomst m.m.)?
5. Ökar eller minskar antalet sms-låntagare per år?
6. Hur har sms-låneföretagen lyckats på lånemarknaden? Hur konkurrerar de?
7. Hur tror ni att framtiden ser ut för sms-låneföretagen?