

Lån utan Säkerhet

Marknaden för lån utan Säkerhet växer i rekordfart samtidigt som bankerna och låneinstituten tjänar pengar som aldrig förr. Parallellt hamnar ensamstående föräldrar, ungdomar och andra betalningssvaga grupper i lånefällan. Lån utan säkerhet har på kort tid blivit ett populärt debattämne. Både från media och regeringen har det höjts kritiska röster mot branschen vars marknadsföring och prissättning anklagats för att gränsa till ocker. Trots det allmänna intresset har lite akademisk forskning bedrivits på området. Uppsatsens syfte är därför att förklara varför priserna kan variera så kraftigt mellan de olika aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet. För att kunna besvara detta har vi som delmål att sammanställa en marknadsöversikt.

I analysen fastställer vi att marknaden för lån utan säkerhet är en monopolistisk konkurrens där kunderna enligt vår uppfattning ser produkten som heterogen vilket kan förklaras varför aktörerna kan ha olika prissättning. Dock anser vi inte att detta enbart kan förklara varför priserna på marknaden kan skilja sig så kraftigt. Därtill visar resultatet av genomförd analys enligt Porters femkraftsmodell att kundens bristande information om prissättningen skulle kunna spela en central roll. Detta har vi vidare undersökt genom att sammanställa och jämföra de olika observerade aktörernas erbjudande i form av den effektiva räntan. Resultatet visar att anledningen till att priserna kan variera så mycket mellan aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet beror dels på det faktum att det rör sig om en monopolistisk konkurrens och dels på att prissättningen är så svåröversiktlig att kunderna inte kan jämföra de olika alternativen.

Författare: Rebecca Orvelind och Oscar Severin

Framläggning: 2007-06-07

Handledare: Hans Kjellberg

Examinator: Magnus Söderlund

Opponent: Petra Jonsson

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	4
1.1. PROBLEMFÖRMULERING	4
1.2. SYFTE	4
1.3. AVGRÄNSNINGAR	4
1.4. DISPOSITION	5
2. METOD	6
2.1. VALD ANSATS	6
2.2. DATAINSAMLING	6
2.2.1 <i>Urval</i>	7
2.2.2 <i>Beräkning av den effektiva räntan</i>	8
2.3. KVALITET	8
2.2.1 <i>Intern validitet</i>	8
2.2.2 <i>Extern validitet</i>	9
2.2.3 <i>Reliabilitet</i>	9
3. TEORI	10
3.1. INDUSTRIAL ORGANIZATION	10
3.1.1 <i>Marknadsstrukturer</i>	11
3.2. MICHAEL E. PORTERS FEM KONKURRENSKRAFTSMODELL	13
3.2.1 <i>Hot om inträde / Hot från nya konkurrenter</i>	13
3.2.2 <i>Hot från substitut</i>	14
3.2.3 <i>Köparnas förhandlingsstyrka</i>	14
3.2.4 <i>Leverantörernas förhandlingsstyrka</i>	15
3.2.5 <i>Rivalitet mellan nuvarande konkurrenter</i>	15
4. EMPIRI	16
4.1. MARKNADSÖVERSIKT	16
4.1.1 <i>Prissättning</i>	16
4.1.2 <i>Krav på låntagaren</i>	19
4.1.3 <i>Marknadens koncentration</i>	21
4.1.4 <i>Profilering</i>	22
4.2. RESTRIKTIONER PÅ MARKNADEN FÖR LÅN UTAN SÄKERHET	23
4.2.1 <i>En nationell angelägenhet</i>	23
4.2.2 <i>Vem får ge ut lån?</i>	23
4.2.3 <i>Regleringar på marknaden för lån utan säkerhet</i>	24
4.2.4 <i>Nya distributionskanaler</i>	25
4.2.5 <i>Svenska befolkningens kunskap om den effektiva räntan</i>	26
5. ANALYS	27
5.1. LÅN UTAN SÄKERHET	27
5.2. INDUSTRIAL ORGANIZATION	27
5.3. PORTERS FEMKRAFTSMODELL	28
5.3.1 <i>Hot om inträde / Hot från nya konkurrenter</i>	29
5.3.2 <i>Hot från substitut</i>	29
5.3.3 <i>Köparnas förhandlingsstyrka</i>	30
5.3.4 <i>Leverantörernas förhandlingsstyrka</i>	31
5.3.5 <i>Rivalitet mellan nuvarande konkurrenter</i>	31
5.4. BRIST PÅ INFORMATION	32
5.4.1 <i>Prissättning</i>	32
6. SLUTSATS	37
6.1. <i>Förslag till vidare forskning</i>	38
7. REFERENSER	39

8. APPENDIX	47
APPENDIX A: ORDLISTA/DEFINITIONER	47
APPENDIX B: AKTÖRER	49

1. Inledning

Idag har närmare en halv miljon svenskar skulder hos kronofogdemyndigheten på sammanlagt 47 miljarder kronor¹. Många av dessa är ensamstående föräldrar, ungdomar och andra betalningssvaga grupper som fastnat i lånefällan. Parallellt har lån utan säkerhet, så kallade blacolån ökat kraftigt på marknaden. Det senaste året har utlåningen ökat med hela 18 miljarder². Konsumentverket har i många år varnat för de dyra lånen, men trots detta fortsätter svenska folket att låna som aldrig förr. Många har de fall varit som uppmärksammats i media, där människor har fått stora ekonomiska bekymmer. En snabb översyn visar också på att flertalet aktörer på marknaden tar ut orimligt höga räntor och avgifter.

1.1. Problemformulering

I februari 2007 genererade en enkel sökning på Internet på ordet blacolån (lån utan säkerhet), över tjugo olika banker och kreditinstitut. Fler aktörer inklusive storbankerna har gett sig in på marknaden för lån utan säkerhet som har visat sig vara mycket lönsam. Trots att kostnaden för att ta ett lån utan säkerhet generellt sett har minskat skiljer sig den effektiva räntan fortfarande kraftigt mellan de olika aktörerna. Dessutom har marknadsföringen för lån utan säkerhet blivit mer aggressiv och reklam för lån utan säkerhet spelar ofta på bekvämlighet och lättillgänglighet³. Detta borde dock inte enbart kunna förklara varför priserna kan variera så kraftigt mellan de olika aktörerna.

1.2. Syfte

Syftet med uppsatsen är att förklara varför priserna kan variera så kraftigt mellan de olika aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet. Vidare har vi som delmål att ge en marknadsöversikt för marknaden för lån utan säkerhet. Vi anser detta vara väsentligt för att kunna uppnå uppsatsens huvudsakliga syfte.

1.3. Avgränsningar

Fokus för uppsatsen är den svenska marknaden för lån utan säkerhet. Det teoretiska ramverket för detta sammanhang är relativt brett och urvalet var därför väldigt stort. Vi har valt att begränsa vårt teoretiska ramverk till Michael E. Porters femkraftsmodell samt Industrial Organization teorin eftersom vi anser att de tillsammans kan ge en tydlig marknadsöversikt samt bidra till att utreda vårt syfte.

¹ <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=159176>

² http://www.scb.se/templates/Product____37260.asp

³ FI 2006:12

Marknaden för lån utan säkerhet befinner sig i en fas av extrem tillväxt och under 2006 har vi sett att flera nischade kreditinstitut har etablerat sig. Vi har dock inte inkluderat dessa i undersökningen eftersom de ännu inte har gett ut några årsredovisningar vilket omöjliggör tillgång till relevant finansiell information. Vidare har vi valt att enbart inkludera de aktörer som har störst andel utlånande medel till privatpersoner på den svenska marknaden för lån utan säkerhet. Dessutom avser vi inte att inkludera lån som enbart ges i kombination med köp av konsumentprodukter. Dessa typer av kundlån är vanligt förekommande bland mobilabonnemang, postorderföretag, eller i kapitalstarka branscher såsom bilar och hemelektronik. Vi anser inte att dessa lån är lika intressanta eftersom dessa vanligen kombineras i ett paket med en specifik produkt. Förutom kundlån har vi valt att inte inkludera kreditkort samt kontokrediter i undersökningen. Detta eftersom de ofta tillkommer olika årsavgifter, tjänster etc. som gör det svårt att urskilja hur stor del av kostnaderna som är relaterade till lånet.

Beträffande lånesumman har vi valt att enbart studera lån utan säkerhet på belopp mellan 10 000-30 000 kronor. Vi har baserat denna begränsning på en Temo undersökning gjord på uppdrag av Nordea som visade att 79 % av svenska befolkningens planerade större inköp t.ex. datorer, semesterresa, TV eller tvättmaskin beräknas kosta mindre än 30 000 kronor⁴.

1.4. Disposition

Inledningsvis har vi beskrivit problemformulering, syfte samt avgränsningar som följs av detta dispositionsavsnitt. Därefter följer ett metodavsnitt med en redogörelse av den vetenskapliga ansatsen som ligger till grund för genomförandet av uppsatsen. Vidare beskriver avsnittet hur vi har gått tillväga vid datainsamling, beräkning av den effektiva räntan och slutligen ges en bedömning gällande uppsatsens kvalitet.

I teoriavsnittet presenteras vidare valda teorier som anses vara relevanta för uppsatsens syfte. Därefter följer ett empiriavsnitt där vi ger en jämförande bild av aktörernas olika former av lån utan säkerhet samt de krav och riktlinjer som ställs på låntagaren. Dessutom presenterar en marknadsöversikt i form av en uppställning av aktörernas marknadsandelar. Slutligen beskriver vi relevanta regleringar och svenska befolkningens kunskap om den effektiva räntan på lån. Vidare följer ett analysavsnitt där vi kombinerar vi teorin med empirin och kommenterar våra observationer på marknaden för lån utan säkerhet. Dessutom gör vi en

⁴http://www.nordea.se/sitomod/upload/root/www_nordea_se/om_nordea/analyser/filer/temo_undersokning_svensk.ppt#467,15, Sammanfattning

analys av prissättningen för lån utan säkerhet. Slutligen följer en slutdiskussion samt slutsats som är en tolkning av vårt insamlade material och den analys som vi har genomfört. Vidare ger vi även under denna rubrik förslag till framtida forskning.

2. Metod

I detta avsnitt beskriver vi det praktiska tillvägagångssättet som vi har använt för att studera vårt intresseområde. Syftet med avsnittet är att redogöra för vårt tillvägagångssätt och motivera den metod som valts. Dessutom genomför vi en kritisk granskning av felkällor i samband med metod val och genomförande samt beskriver den formel som använts för att beräkna den effektiva räntan.

2.1 Vald ansats

En metod kan antingen vara kvalitativ eller kvantitativ där den grundläggande skillnaden är att kvantitativa metoder ombildar information till mängder och siffror, medan det inom kvalitativa metoder är forskarens uppfattning eller tolkningar av information som står i centrum⁵. Vi har valt att använda oss av en kvalitativ undersökningsmetod. Detta då vi inte ser att en kvantitativ metod på ett tillfredsställande sätt kan ge oss inblick i marknaden för lån utan säkerhet i samma utsträckning som en kvalitativ metod. Den kvalitativa metoden syftar till att ge en överblick över en hel situation och präglas av den närhet som finns mellan datainsamlingen och studien.⁶

En forskningsstrategi kan karakteriseras som antingen induktiv eller deduktiv. En induktiv ansats innebär att forskningen går från empiri till teori medan en deduktiv ansats innebär motsatsen. I denna uppsats ämnar vi att med hjälp av relevanta teorier förklara en observerad situation vilket gör en induktiv ansats mer lämplig. En deduktiv ansats skulle göra det svårare för läsaren att följa argumentationen eftersom vår analys omfattar ett relativt brett område.

2.2 Datainsamling

Initialt sökte vi information om lån utan säkerhet via låneinstitutens hemsidor på Internet samt artiklar i dagstidningar. Därefter arbetade vi igenom rapporter från Finansinspektionen och statistik från Statistiska Centralbyrån och Riksbanken för att få en klar och objektiv bild av marknaden för lån utan säkerhet. Därefter sökte vi efter teorier som skulle kunna vara

⁵ Homle och Solvang (1997)

⁶ ibid.

relevanta för vår uppsats. Vidare har vi sökt information i Handelshögskolan i Stockholms biblioteksdatabaser, kurslitteratur, samt på Internet. Vi har även fått forskningsartiklar och undersökningar inom området genom vår handledare, Hans Kjellberg⁷.

Trots att vi valt att avgränsa oss mot kreditkort samt kontokrediter, så redovisar aktörerna dessa inkluderade i posten utlånande medel utan säkerhet. Vi är medvetna om att detta påverkar vårt val av aktörer och även de marknadsandelar vi har beräknat. Dock var det inte möjligt att undgå eftersom detaljerad information ofta är sekretessbelagd med hänvisning till företagshemligheter. Detta gäller även sammansättningen av riksbankens statistik över utlåningen till svenska hushåll. Vid beräkning av aktörernas marknadsandelar har vi erhållit finansiell information om utlåningen från respektive aktörs bokslut för 2005. Vidare har vi konfirmerat informationen om lånen genom att kontakta aktörerna via telefon.

2.2.1 Urval

Vi har även valt att undersöka hur många svenskar som känner till vad en effektiv ränta är eftersom vi tror att detta har stor betydelse för kundens förståelse för produkten lån utan säkerhet. Undersökningen genomfördes den 27 februari på Stockholms centralstation genom att slumpmässigt tillfråga 40 personer bestående av 21 kvinnor och 19 män. Vi anser att denna undersökning är relevant eftersom det ställs krav på denna typ av information vid marknadsföring av lån utan säkerhet.

När vi genomförde undersökningen beträffande allmänhetens kunskap om begreppet ”effektiv ränta” valde vi att göra ett urval ur den målgruppen som uppfyller aktörernas krav för att kunna få ta lån utan säkerhet. I enlighet med dessa krav bestod urvalet av 19 män och 21 kvinnor i åldrarna 18-70 år. Därmed har vi gjort ett bedömningsurval som syftar till att ge en djupare analys av ett mindre antal undersökningsenheter. Studien genomfördes på Stockholms centralstation för att försöka uppnå en representativ blandning av respondenter som i stor utsträckning reflekterar svenska befolkningens kunskap om den effektiva räntan. Eftersom syftet vid ett bedömningsurval inte är att beräkna storleken på slumpmässiga fel så finns det en avsaknad av regler för hur stor ett sådant urval ska vara.⁸

⁷ Hans Kjellberg, Associate Professor, Stockholm School of Economics, Department of Marketing and Strategy

⁸ Lekwall & Wahlbin (2001)

2.2.2 Beräkning av den effektiva räntan

Vid beräkning av den effektiva räntan har vi använt oss av den metod som rekommenderas av Konsumentverket. Den effektiva räntan ska enligt Konsumentverkets rekommendation i enlighet med Justitiedepartementet beräknas enligt följande formel⁹:

$$A = \sum_{K'=1}^{K'=m'} \frac{A'_{K'}}{(1+i)^{t_{K'}}$$

där

A = kreditbeloppet

K' = det tal som motsvarar betalningens plats i tidsföljden bland kredittagarens betalningar (första betalningen =1, andra =2, tredje =3 osv.)

m' = det tal som motsvarar den sista betalningens plats i tidsföljden bland kredittagarens betalningar

A'_{K'} = det belopp som kredittagaren skall erlägga vid betalning K'

t_{K'} = tiden, uttryckt i år och delar av år, mellan datum för krediten och datum för var och en av betalningarna 1 till m'

i = effektiva räntan.

2.3 Kvalitet

Ett arbetes kvalitet uppskattas normalt med hjälp av två koncept: validitet och reabilitet. Validitet delas ofta upp i två kategorier extern och intern validitet. Extern validitet refererar till huruvida resultaten är relevanta i andra situationer än den undersökta medan intern validitet syftar på hur väl man har lyckats mäta det man avsåg att mäta och om resultaten verkligen levererar de bidrag som avsågs.¹⁰ Med reabilitet avses tillförlitlighet eller huruvida resultaten skulle vara konstanta om studien upprepades.

2.2.1 Intern validitet

Beträffande den interna validiteten så har vi försökt säkra denna med en rad medel. Vid informationsanskaffningen har vi använt oss av ett flertal källor för att verifiera en viss definition eller ett visst påstående. Vidare har vi talat med flera personer både från låneinstitut såväl som statliga tillsynsmyndigheter samt gått igenom ett stort antal rapporter och

⁹ SFS 1999:917

¹⁰ Merriam (1994), s 183

årsredovisningar. Detta för att ytterligare försäkra oss om att den information som vi funnit om de olika aktörerna är rättvisande.

För att säkra validiteten av vår undersökning använde vi oss av en enkel ja/nej fråga: "Vet du vad är effektiv ränta är när man tar ett lån utan säkerhet?" Svarade respondenten ifråga att han/hon visste detta uppmanades han/hon att förklara innebörden. Till sist lät vi ett antal personer utan någon koppling till marknaden eller vår uppsats läsa igenom arbetet och kommentera resultaten. Tack vare dessa åtgärder anser vi att analysen stämmer väl överens med verkliga fakta och att resultaten är av den karaktär som vi från en början avsåg.

2.2.2 Extern validitet

Extern validitet handlar om hur generaliserat resultatet från undersökningen är, dvs. om det kan användas på andra fall i liknande situationer¹¹. Syftet med denna uppsats är inte att skapa ett generaliserbart resultat utan att relatera resultatet till en specifik marknad. Varvid resultatet är lämpligt för liknande situationer anser vi oss inte ha tillräcklig insikt för att kunna uttala oss om.

2.2.3 Reliabilitet

Reliabilitet ligger mycket nära den interna validiteten och handlar om i vilken utsträckning samma resultat kan erhållas från flera av varandra oberoende studier¹². Detta innebär att en stark inre validitet medför ökad reliabilitet¹³. Eftersom vi har använt oss av årsbokslut och rapporter/artiklar som inte bara har prövats av oss utan även av redaktörer, journalister, revisorer, och finansinspektionen, anser vi att vi har säkrat reliabiliteten. Dessutom har vi ytterligare säkrat reliabiliteten beträffande aktörernas lånevillkor genom att ringa upp och konfirmera informationen från respektive aktörs hemsida.

Då vi undersökte svenska befolkningens kunskap om den effektiva räntan försökte vi minimera brister i undersökningen genom att ställa en konkret och enkel ja/nej fråga. Om respondenten svarade ja bad vi honom/henne att definiera begreppet ytterligare för att säkra reliabilitet. Dessutom valde vi att genomföra undersökningen på Stockholms centralstation för att få ett representativt urval av Sveriges befolkning.

¹¹ Bryman och Bell (2003), s 49

¹² Merriam (1994)

¹³ Guba och Lincoln (1981)

3. Teori

I detta avsnitt presenterar vi den teori som vi anser relevant för att besvara vår frågeställning. Vi har främst utgått från Industrial Organization teorin och Michael E. Porters femkraftsmodell.

3.1 Industrial Organization

Industrial Organization (IO) teorin syftar till att analysera branschstrukturer ur ett externt perspektiv för att förstå de förhållanden som råder på en marknad. Teorin menar att marknader som präglas av hög koncentration har mindre konkurrens eftersom företag då har en benägenhet att i större grad handla i samförstånd. Därmed ökar konkurrensen med antalet aktörer som befinner sig på en marknad och med deras respektive marknadsandelar. I stället för att utgå ifrån perfekt konkurrens så avser IO teorin att beskriva marknader som inte är perfekta. Trots benämningen "industrial" så är teorin lika lämplig för att analysera t.ex. turistindustrin så som stålföretag.¹⁴

Tidig IO teori (Mason 1939, Bain 1956) fokuserar på att förklara branschstrukturer som präglas av bland annat koncentrationen av marknadsmakt, dvs. hur många aktörer som innehar en betydande del av marknaden. Det finns ett stort antal metoder för att mäta denna koncentration varav de viktigaste anses vara "Herfindahl-Hirschman index"¹⁵ "Absolute Concentration Index"¹⁶, "Lerner Index"¹⁷, "Comprehensive Concentration index"¹⁸, "Pareto slope"¹⁹ samt Davies "U Index"²⁰. Vi har efter en noggrann genomgång av relevanta alternativ i denna uppsats valt att mäta marknadskoncentrationen med ett Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Fördelarna med ett HHI är att metoden reflekterar hela marknadens koncentration samt att den ger större vikt åt aktörer med hög marknadsandel eftersom dessa i regel också har större inflytande på marknaden. Vidare används HHI av USA's Department of Justice för att utvärdera följderna av stora företagsuppköp och sammanslagningar som hotar att ge alltför stor makt åt en enskild aktör.²¹

¹⁴ Cabral (2000), s 3

¹⁵ Brown och Warren-Boulton (1988)

¹⁶ Hannah and Kay (1977)

¹⁷ Lerner (1934)

¹⁸ Curry (1983)

¹⁹ Ijiri and Simon (1971)

²⁰ Davies (1980)

²¹ U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission (1992)

HHI beräknas genom att kvadrera summan av alla aktörers marknadsandelar i procent enligt formeln nedan. En marknad med bara en aktör har således ett Herfindahl Index på $100^2 = 10\,000$.

$$H = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

USAs Department of Justice har satt upp riktlinjer för att utvärdera det erhållna värdet. Enligt dessa tyder ett HHI på över 1800 på en hög koncentration och ett HHI under 1000 på en fragmenterad marknad. Gränserna är dock inte universellt användbara utan ska ses endast som riktlinjer.²² Det finns ett flertal andra instanser som har satt andra gränsvärden.

3.1.1 Marknadsstrukturer

De huvudsakliga strukturerna inom IO teorin är perfekt konkurrens, monopolistisk konkurrens, oligopol, och monopol. Dessa beskrivs kortfattat nedan:

Perfekt konkurrens En hypotetisk marknad där varken köpare eller säljare individuellt har tillräckligt med marknadsmakt för att påverka priserna. Marknaden definieras genom fem antaganden: Det existerar många producenter och ingen aktör är tillräckligt stor för att dess beslut ska kunna påverka de andra aktörerna, all information är känd bland köpare och säljare, och produkten är strikt homogen. Dessutom har företagen samma tillgång till teknologi och det finns inga inträdes- respektive utträdesbarriärer. På grund av dessa karaktärsdrag är företagen pristagare och kan inte uppnå långsiktiga vinster.²³ Om marknaden går med vinst är detta en drivkraft för nya företag att gå in på marknaden. Frånvaron av inträdesbarriärer gör att nyetablerade företag snabbt tar marknadsandelar tills vinsten återigen är noll.

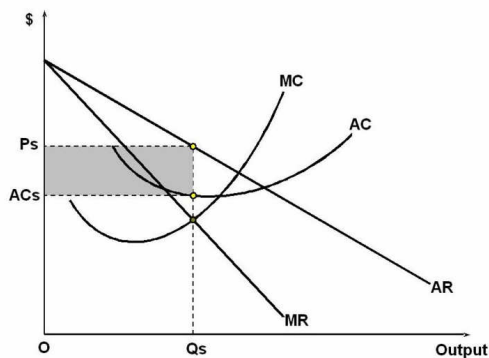
Monopolistisk konkurrens I strukturen monopolistisk konkurrens kan företagen sätta priserna eftersom produkterna i kundernas ögon är differentierade. På grund av produkternas heterogenitet finns kortsiktigt möjligheten till vinster. Om köparna ser skillnader mellan produkterna kan ett företag höja priset utan att tappa alla kunder. Vidare existerar det varken inträdes- eller utträdesbarriärer. Detta gör att eventuella vinster på lång sikt uppmärksammas av andra aktörer som kopierar produkten, sänker priset och tar marknadsandelar. Därav följer att en monopolistisk konkurrens på lång sikt inte gör några vinster.²⁴

²² U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission (1992)

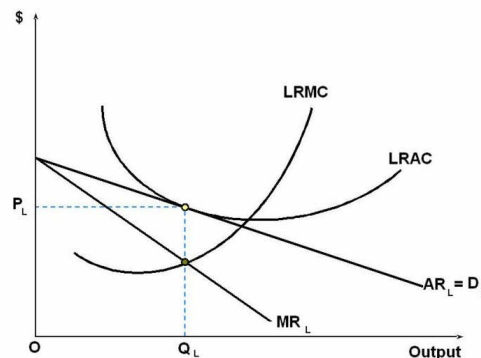
²³ Cabral (2000), s 86

²⁴ Carlton och Perloff (2005), s 200

Kortsiktig vinst



Långsiktig jämvikt



Oligopol Här finns endast ett begränsat antal säljare på marknaden. På grund av detta är aktörerna alltid medvetna om och beroende av de andras aktioner. I oligopol förekommer ofta kollusion eller kartellbildning där aktörerna kommer överens om priser eller produktionsmängd och kollektivt agerar som ett företag.

På en oligopolmarknad kan aktörer konkurrera med varandra enligt tre olika mönster, Bertrand, Cournot eller Stackelberg. I Bertrand modellen är företagets produktionsvolym begränsad och konkurrensen sker genom prissättning. Det räcker med ett duopol (två företag) för att dessa ska bjuda under varandra så att priset hamnar på samma nivå som marginalkostnaden, dvs. samma pris som under perfekt konkurrens. Enligt Cournot konkurrerar företagen genom att fastställa produktionsvolymen. Aktörerna sätter produktionsvolymen simultant och priset rättar sig sedan efter det totala utbudet.²⁵ Stackelberg's teori grundar sig på att det i en oligopolmarknad ofta finns en "first mover" som tar första steget varefter de andra aktörerna reagerar för att optimera sin respektive situation. I likhet med Cournot så sker konkurrensen i kvantitet snarare än priser.²⁶

Monopol Ett fullständigt monopol definieras genom fyra centrala antaganden. Det existerar endast en aktör på marknaden som varken har några konkurrerande företag eller nära substitut. Företaget har all marknadsmakt och kan sätta ett pris över marginalkostnaden som maximerar företagets egen vinst på samhällets bekostnad. Prissättningen har till följd att det produceras en lägre kvantitet än under perfekt konkurrens. Medan det är ovanligt med ett fullständigt monopol finns det flera marknader där en aktör har en monopolställning och kan påverka priserna.²⁷

²⁵ Cabral (2000), s 102-113

²⁶ Carlton och Perloff (2005), s 176

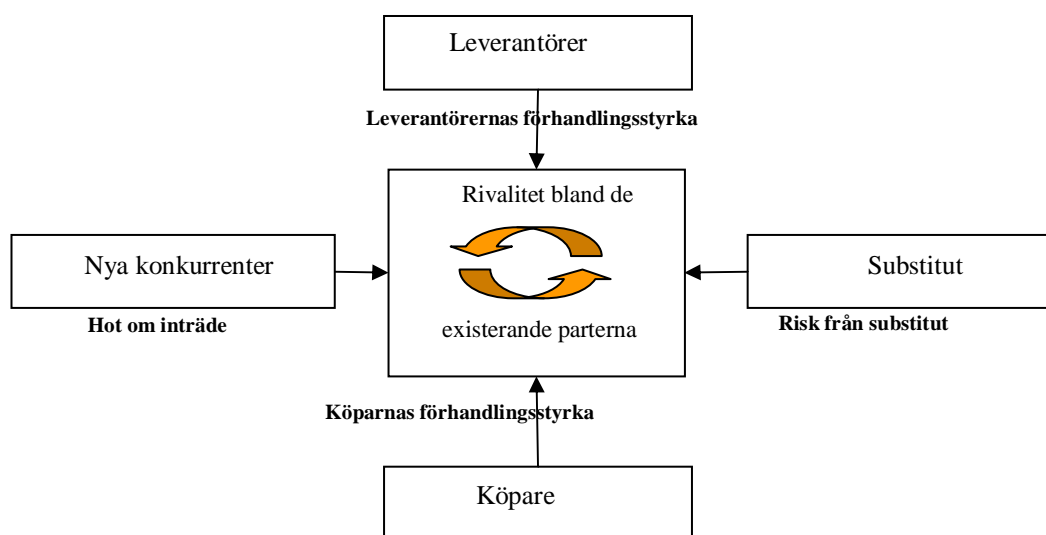
²⁷ www.wikipedia.org/wiki/Monopoly

3.2 Michael E. Porters fem konkurrenskraftsmodell

Michael E. Porter (Porter) är en av världens främsta tänkare inom strategiskt management. Porters fem konkurrenskrafts modell är ett flitigt använt verktyg av både företagsledare och managementkonsulter som används för att bestämma hur ett företag ska positionera sig på en marknad för att maximera sin vinstpotential²⁸.

Vi tänker i vår analys dock inte gå så långt som till att utvärdera respektive aktörs optimala positionering. I stället begränsar vi oss till att analysera marknadens underliggande struktur som reflekteras i styrkan av fem konkurrenskrafter: hot från nya konkurrenter, hot från substitut, säljarnas förhandlingsstyrka, köparnas förhandlingsstyrka samt graden av rivalitet mellan existerande konkurrenter²⁹. Styrkan i konkurrenskrafterna på en marknad bestämmer graden av inflöde av investeringar och företagens förmåga att åstadkomma förtjänster utöver det normala³⁰. Nedan presenterar vi modellen samt utvecklar de fem olika konkurrenskrafterna.

Porters fem konkurrenskraftsmodell



3.2.1 Hot om inträde / Hot från nya konkurrenter

Nytableringar är ett hot mot existerande företag och sker då en ny aktör antingen organiskt eller via förvärv etablerar sig på marknaden. Porter menar att hot om nytablering är beroende

²⁸ Porter (2004)

²⁹ Porter (1998), s 6

³⁰ Porter (1996), s 27

av branschens etableringshinder men också av hur de redan existerande företagen reagerar på försök till nyetablering. Det finns flera etableringshinder som kan ha betydelse vid ett företags inträde i en bransch såsom stordriftsfördelar och produktdifferentiering där etablerade företag skapar ett etableringshinder som tvingar företaget att lägga ned mycket tid och pengar för att uppnå samma status och vinna över kunder³¹. Vanligen krävs stora satsningar på marknadsföring och varumärkesbyggande för att kunna differentiera sig på en marknad.

Ytterligare etableringshinder utgörs av kapitalkrav dvs. om det krävs en stor initial investering³², absoluta kostnadsfördelar (ett företag bygger vanligen upp kompetens genom att verka i en bransch under en längre tid) samt tillgång till distributionskanaler (ju färre distributörer för produkten på marknaden desto större är sannolikheten att de etablerade företagen i branschen har knutit de existerande leverantörerna till sig)³³. Slutligen kan det även finnas politiska och legala hinder och vedergällning från etablerade aktörer som försvårar inträdet av nya konkurrenter på en marknad³⁴.

3.2.2 Hot från substitut

Alla företag i en bransch konkurrerar vanligen med branscher som producerar substitut till deras produkter. Substitut är ett alternativ som kan ersätta produkten helt eller delvis och begränsar en branschs potentiella vinster genom att införa ett pristak som företagen kan ta ut³⁵. Ju lägre pris substituten har desto mindre attraktiva blir de etablerade produkterna. Hotet av substitut är beroende av produktens kvalitet, köparens villighet att välja ett substitut, det relativa priset och prestationen från substitutet, samt kostnaden för att börja använda substitutet³⁶.

3.2.3 Köparnas förhandlingsstyrka

Förhandlingsstyrkan hos köparna är beroende av flera faktorer så som köparnas storlek, inhandlad volym, koncentration, omställningskostnader, samt kostnaden för konsumenterna att byta från en producent till en annan³⁷. Vidare är även köparens tillgång till information av stor vikt, möjligheter för integration bakåt samt tillgång till substitutprodukter. Dessutom bör man ta hänsyn till köparnas priskänslighet eftersom den påverkar köparens förhandlingsstyrka. Hit hör faktorer som produktens relativa andel av de totala kostnaderna,

³¹ Porter (1996), s 29

³² ibid. s 31

³³ ibid. s 32

³⁴ ibid. s 34

³⁵ ibid. s 43

³⁶ ibid. s 43

³⁷ ibid. s 44

produktens viktighet för slutproduktens kvalitet, graden av differentiering samt konkurrensen mellan köparna³⁸.

3.2.4 Leverantörernas förhandlingsstyrka

Förhandlingsstyrkan från leverantörerna är i mångt och mycket en återspeglning av köparnas förhandlingsstyrka. De faktorer som påverkar leverantörernas förhandlingsstyrka är leverantörernas koncentration och storlek, närvaro av substitut, kundens andel av den totala försäljningen, varornas betydelse för kunden, produktdifferentiering samt omställningskostnader för kunden³⁹. Dessutom påverkas deras förhandlingsstyrka även av hot om integration framåt (för att detta hot ska uppfattas som trovärdigt krävs att leverantören har tillräcklig kompetens och finansiella resurser)⁴⁰.

3.2.5 Rivalitet mellan nuvarande konkurrenter

Rivalitetsgraden är ett mått på hur pass offensivt de olika aktörerna på en marknad tävlar om marknadsandelar. I en bransch där det finns många jämbördiga aktörer är det stor risk att någon av aktörerna aktivt gör något för att ta marknadsandelar och därmed ökar rivaliteten. Rivaliteten mellan existerande företag är stor då följande förhållanden råder: marknaden består av jämnstora och jämnstarka aktörer, låg branschtillväxt, höga fasta kostnader⁴¹, låg produktdifferentiering och höga kostnader i samband med leverantörsbyte, strategiska motiv som gör att företaget är mer villigt att acceptera lägre vinstmarginaler som en etablering på marknaden innebär samt höga utträdeskostnader⁴².

³⁸ Porter (1996), s 44-45

³⁹ ibid. s 46

⁴⁰ ibid. s 47

⁴¹ ibid. s 38

⁴² ibid. s 39

4. Empiri

I detta avsnitt avser vi att ge läsaren en överblick över marknaden för lån utan säkerhet. Den huvudsakliga informationen är hämtad från respektive aktörs hemsida och bokslut. Vi har även gjort en mindre undersökning gällande konsumenters kunskap om den effektiva räntan. Därefter kommer vi att ge en presentation av de regleringar som gäller på marknaden för lån utan säkerhet.

4.1 Marknadsöversikt

Antalet aktörer på marknaden för lån utan säkerhet har ökat markant de senaste åren, dels på grund av mindre kreditinstituts etableringar men även för att storbankerna på allvar har börjat satsa på lån utan säkerhet⁴³. Under 2006 ökade utlåningen till Sveriges befolkning med över 18 mdr till totalt 136,8 mdr, en ökning på 13,2 %⁴⁴. Vad vi har sett så går de aktörer som vi har analyserat med vinst⁴⁵ och ingen aktör har försvunnit från marknaden under de senaste sju månaderna⁴⁶.

4.1.1 Prissättning

För att kunna ge en tydlig översikt över aktörernas lån utan säkerhet har vi sammanfattat de aktörer med störst marknadsandel i nedanstående tabell. Aktörerna (kreditinstitut och banker) är listade i alfabetisk ordning och följs av typ och storlek på lån, avbetalningstid, ränta, uppläggningsavgift, aviseringsavgift vid autogiro samt faktura. All information är insamlad under mars månad 2007. Alla aktörer vars nominella ränta ligger inom ett givet intervall använder sig av en individuell kreditprövning. Gällande aviseringsavgiften i Tabell 1 innebär ”finns ej” att dessa lån enbart kan debiteras via autogiro. Mer ingående information om aktörerna och deras lån återfinns i appendix B.

⁴³ http://www.svd.se/dynamiskt/naringsliv/did_10320418.asp

⁴⁴ Riksbankens Finansmarknadsstatistik (2007)

⁴⁵ Se bokslut

⁴⁶ Dagens datum, 2007-04-30.

Tabell 1: Prissättning

Lån	Storlek (SEK)	Avbetalningstid (år)	Ränta (%)	Upplägg- nings- avgift (SEK)	Avia-avgift vid autogiro (SEK)	Avia-- avgift (SEK)
Citibank	10 000- 250 000	2 – 12	4,95- 14,25	495	10	25
Finaref	1 000- 20 000	max 5	34,49	0	0	0
GE Money Bank	Flexibla lånet 5 000- 350 000	2 -15	5,75- 11,75	495	15	25
Haléns	1 000- 20 000	max 5	33,4	0	0	0
Handelsbanken	Direktlån 30 000- 150 000	1 – 10	7,35	595	0	19
ICA Banken	30 000- 350 000	2 – 12	11,00 ⁴⁷	0	0	0
Ikano Banken	20 000- 350 000	3 – 12	7,70- 13,45 ⁴⁸	0	0	25
Kaupthing	10 000- 100 000	max 10	7,90	500	0	35
Nordea	Privatlån 10 000- 350 000	1 – 12	8,25	700	0	15
Nordea	Förmånslån 10 000- 350 000	1 – 12	7,00	350	0	Finns ej
Nordea	Plus-kund 10 000- 350 000	1 – 12	7,50	525	0	Finns ej

⁴⁷ 11,00 % på lån upp till 50 000, 7,90 % på lån 50 000-200 000, 5,25-6,20 % på lån över 200 000

⁴⁸ 7,70-13,45 % på lån upp till 60 000, 6,70-12,50 % på lån 60 000-150 000, 5,45-8,00 % på lån över 150 000

Lån	Storlek (SEK)	Avbetalningstid (år)	Ränta (%)	Uppläggnings- avgift	Avia- avgift (auto- giro)	Aviserings- avgift
Nordea Medlemslån	10 000- 350 000	3 – 12	7,18	0	0	Finns ej
Nordea Startlån	<200 000	1 – 5	6,45	0	0	Finns ej
Resurs Bank	20 000- 250 000	1-12	5,88- 13,92	495	29	20-70
SEB Enkla lånet	20 000- 350 000	2 – 11	5,29- 10,24	500	0	40
SEB Medlemslån	20 000- 350 000	2 – 12	6,14	0	0	40
SEB Utbildnings- lån	20 000- 200 000	2-10	6,75	300	0	40
Skandia Banken Privatlån	20 000- 200 000	Max 10	6,74	0	0	Finns ej
Swedbank Privatlån direkt	20 000- 200 000	max 10	5,75- 8,75	650 (kontor), 300 (Internet).	12	35
Swedbank Medlemslån	20 000- 200 000	max 10	6,75	0 (kontor), 600 (Internet)	0	0
Wasa Kredit Wasa lån	7 000- 150 000	7 000-150 000	5,45- 12,65	395	40	40

Då vi studerar Tabell 1 ser vi att de olika aktörerna ger ut varierande typer av lån. Storleken på ett lån varierar mellan 7 000-350 000 kronor, utlåningstiden ligger mellan 1-12 år,

nominella räntan mellan 4,95-34,49 %, uppläggningsavgift 0-700 kronor, och aviseringsavgifter 0-70 kronor.

4.1.2 Krav på låntagaren

En förklaring till varför vissa aktörer kan ta ut en högre ränta skulle kunna vara de krav de ställer på låntagaren. I nedanstående Tabell 2 har vi därför sammanfattat de krav som aktörerna ställer på låntagaren i form av ålder, inkomst och övriga krav. All information är insamlad under mars månad 2007. Dessa är presenterade i alfabetisk ordning för att lätt kunna hitta i tabellen. Vi har inte angivit krav på frånvarande av betalningsanmärkningar individuellt eftersom ingen aktör accepterar att en låntagare har betalningsanmärkningar. Vi anger inte heller tid till utbetalning eftersom aktörerna endast skiljer sig åt minimalt i detta avseende. Mer ingående information om kraven på låntagaren återfinns i appendix B.

Tabell 2: Krav på låntagaren

	Ålder	Årsinkomst (SEK)	Övriga krav
Citibank	>20	100 000	
Finaref	18- 80	Fast inkomst.	
GE Money Bank	18- 69	>110 000	
Haléns	18- 75	Fast inkomst.	
Handelsbanken	>18	>125 000	Kund i Handelsbanken samt folkbokförd i Sverige
ICA Banken	22- 70	Fast inkomst, desto högre inkomst ju högre lånesumma är möjlig.	
Ikano Banken	18- 70	>125 000	
Kaupthing	>20	Fast inkomst	Fast bostad och mantalsskriven i Sverige i minst 3 år.
Nordea (Privatlån, Förmånslån, Plus-kund, Medlemslån)	>18	>125 000	<i>Förmånslån:</i> Förmånskunder har personkonto med regelbunden insättning, minst 300 000 kr i sparande/lån eller 5 andra Nordea produkter. <i>Pluskund:</i> Plus-kunder har personkonto med regelbunden insättning, minst 50 000 kr i sparande/lån eller 3 andra Nordea produkter <i>Medlemslån:</i> Endast för medlemmar i godkända fackföreningar.
Nordea (Studentlån)	>18	>70 000 inkl. studiemedel.	Sökande måste ha varit mantalsskriven i Sverige i 3 år.
Nordea (Startlån)	18- 28	>125 000	Fast anställning sedan 6 månader, ej långtidssjukskriven

	Ålder	Årsinkomst (SEK)	Övriga krav
Resurs Bank	20- 70	>120 000	
SEB (Medlemslån, Enklalånet, Utbildningslån)	>18	>150 000	Medlemslån: Endast för medlemmar i godkända fackföreningar
Skandia Banken	>18	>90 000	Lånesumman får uppgå till högst 30 % av låntagarens årsinkomst
Swedbank (Privatlån Direkt, Medlemslån)	>18	Cirka 7000 kr/mån i disponibel inkomst efter boendekostnader.	Medlemslån: Endast för medlemmar i godkända fackföreningar
Wasa Kredit	>20	Fast anställning sedan 6 månader.	

Efter att studerat tabellen gällande de krav som aktörerna ställer på låntagarna har vi sett att låntagare generellt sett behöver vara över 18 år men maximalt 70 år. Dessutom kräver aktörerna att man ska ha en fast inkomst samt att låntagaren inte har några betalningsanmärkningar.

4.1.3 Marknadens koncentration

Genom att applicera de olika aktörernas marknadsandelar till Herfindahl-Hirschmans indexformel erhåller vi ett mått på koncentrationen på marknaden för lån utan säkerhet. I tabellen nedan har vi uppskattat de olika institutens marknadsandelar med hjälp av årsredovisningar samt direktkontakt med aktörerna.

Tabell 3: Marknadsandelar

	Utlåning i Msek	Marknadsandel
Citibank	4094	3.4%
Finaref	2004	1.7%
GE Money Bank	15845	13.3%
Haléns	450	0.4%
Handelsbanken	17500	14.7%
ICA Banken	4111	3.5%
Ikano Banken	5168	4.4%
Kaupthing	83	0.1%
Nordea	17500	14.7%
Resurs Bank	2917	2.5%
SEB	20000	16.8%
Skandiabanken	555	0.5%
Swedbank	17161	14.4%
Wasa Kredit	4219	3.6%
Övriga aktörer	7184	6.0%

4.1.4 Profiler

Aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet marknadsför sig starkt mot konsumenten och försöker diversifiera sig genom att spela på attribut som bekvämlighet och lättillgänglighet i marknadsföringen⁴⁹. Under 2005 ökade bankernas och kreditinstituten reklaminvesteringarna med 40 % efter att även ha ökat med 35 % under 2004. Detta kan jämföras med Sveriges totala reklaminvesteringar som under samma tidsperiod ökade med 7,5 %. Listan bland de aktörer som har lagt mest pengar på reklam leds av Nordea med 118 mkr (+60 %), följt av GE Money Bank med 48 mkr (+73 %), samt Citibank och Swedbank med 36 mkr vardera(+180 % respektive +22 %).⁵⁰

Enligt Ulrika Edlund, jurist på Konsumentverket så finns det ”Tydliga regler för hur blancolånereklam får vara utformad. Reklamen får inte anspela på att det går fort att få kredit, eller missleda låntagaren i informationen om de ekonomiska följderna av att ta ett lån. Reklamen ska vara neutral och präglas av måttfullhet⁵¹”. Vidare blev exempelvis Citibank stämt av konsumentombudsmannen på grund av att banken i en annons angav ”Besked inom 30 sekunder”⁵².

⁴⁹ FI 2006:12

⁵⁰ http://www.e24.se/dynamiskt/reklam_media/did_11132771.asp

⁵¹ <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=678&a=526339&previousRenderType=8>

⁵² Konsumentverket (2005-06-29)

4.2 Restriktioner på marknaden för lån utan säkerhet

Detta avsnitt syftar till att presentera de restriktioner som finns på marknaden för lån utan säkerhet. Dessa är kritiska för att förstå drivkrafterna bakom aktörernas agerande samt prissättning.

4.2.1 En nationell angelägenhet

Regeringen har tidigare givit Finansinspektionen (FI) tillsammans med Konsumentverket i uppdrag att framställa en rapport om marknadsföring, avtalsvillkor, och rutiner för kreditprövning som aktörer på lån utan säkerhet marknaden använder sig av⁵³. Ett stort problem var att avgifter som inte är direkt kopplade till själva krediten sällan tas upp i information och prislistor (aktörernas marknadsföring). Av FI:s och Konsumentverkets rapport "Blancokrediter till konsumenter" framgår i övrigt att Finansinspektionen har anledning att se närmare på de kreditprövningar som långgivare gör på potentiella låntagare.⁵⁴ I nästa stycke kommer vi vidare att redogöra för de regleringar som finns på marknaden för lån utan säkerhet.

4.2.2 Vem får ge ut lån?

Den svenska bankmarknaden är under stor förändring då den länge präglats av ingripande regleringar. Idag råder en helt annan konkurrenssituation än tidigare med ett flertal aktörer som ett resultat av de avregleringar som inleddes under 70-talet på bankmarknaden⁵⁵. Avregleringarna fortsatte successivt från mitten på 80-talet och ny teknologi inrättades samtidigt som den internationella konkurrensen ökade väsentligt med bakgrund till 1986 års lagändring då utländska banker tilläts träda in på den svenska bankmarknaden.⁵⁶ Som ett resultat av dessa avregleringar har företag som tidigare inte var verksamma på de traditionella bankmarknaderna kunnat etablera sig på marknader som tidigare var förbehållna bankerna⁵⁷. Som ett exempel kan nämnas de kreditinstitut som enbart sysslar med lån utan säkerhet.

För företag som avser att bedriva bank- eller fondbörsverksamhet krävs ett tillstånd av regeringen som kallas bankkottroj. Bland annat ger detta spararna tillgång till en insättningsgaranti enligt vilken staten ersätter upp till 250 000 kronor om banken skulle gå i konkurs. En bankkottroj behövs dock inte för de företag som enbart bedriver

⁵³ Telefonintervju Johan Terfeldt, 8 December 2006

⁵⁴ FI 2005:4

⁵⁵ Konkurrensverkets rapportservice 1999:2, s 27

⁵⁶ ECON (2007)

⁵⁷ ECON (2007)

utlåningsverksamhet. Ett företag som vill bedriva tillståndspliktig finansieringsverksamhet dvs. utlåningsverksamhet utan att samtidigt bedriva bankinlåningsverksamhet behöver inte bankoktroj. Ett sådant företag måste i stället ha tillstånd enligt lagen om kreditmarknadsbolag vars bestämmelser inte är lika begränsande som bankrörelselagens.⁵⁸ Till sist finns det även aktörer vars huvudsakliga verksamhetssyfte är ett annat än att erbjuda finansiella tjänster. Dessa företag behöver inga tillstånd men måste även de hålla sig till konsumentkreditlagen och Konsumentverkets riktlinjer.

4.2.3 Regleringar på marknaden för lån utan säkerhet

Kreditinstitut och banker står under uppsikt av Finansinspektionen (FI) som är en statlig myndighet och lyder under Finansdepartementet. FI har som central uppgift att ge tillstånd, föreskrifter, och övervaka de företag som verkar på de svenska finansiella marknaderna och marknadsplatserna.⁵⁹ FI bidrar till stabiliteten i det svenska finansiella systemet och har även som uppgift att skydda konsumenterna ”eftersom konkurser kan drabba de konsumenter som placerat pengar i företagen”⁶⁰. FI har traditionellt sett inte haft som uppgift att bevaka eller utvärdera lån utan säkerhet till konsumenter men på grund av de senaste årens utveckling har regeringen blivit alltmer involverad i marknaden.

Kreditinstitut som sysslar med utlåning till allmänheten måste generellt sett hålla sig till striktare regler än andra företag. Marknadsföring skall vara återhållsam och den effektiva räntan skall vara lika tydlig som annan information om lånet. Förutom hårdare reglering av marknadsföringen så kan kreditinstitut enligt brottsbalken göra sig skyldiga till ocker om företaget vid kreditgivning använder en ränta som ”står i uppenbart missförhållande till motprestation”.⁶¹ HD har endast vid ett tillfälle dömt en kreditgivare för ocker som i detta fall hade applicerat en ränta på över 120 % per år⁶². Vi har i vår undersökning dock inte observerat någon aktör som kommit i närheten av dessa nivåer.

Eftersom lån utan säkerhet kan leda konsumenter till att ta högre lån än de klarar av och utgör stora risker speciellt för unga låntagare infördes 2004 med konsumentkreditlagen ett uttryckligt krav på kreditprövning⁶³. Enligt 5a § ska näringsidkaren “innan kredit beviljas, pröva om konsumenten har ekonomiska förutsättningar att fullgöra vad han eller hon åtar sig

⁵⁸ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Oktroj>

⁵⁹ http://www.bankforeningen.se/upload/banker_i_sverige_003.pdf

⁶⁰ http://www.fi.se/Templates/Page____6453.aspx

⁶¹ Brottsbalken (SFS 1962:700)

⁶² NJA 1995, s 430

⁶³ Lag (2004:312)

enligt kreditavtalet (kreditprövning)". Dock har kreditgivaren möjligheten att bevilja kredit utan kreditprövning om han anser att låntagaren har de ekonomiska resurserna att betala tillbaka. Dessutom skall långivaren enligt 6 § "vid annonsering, skyltning och liknande marknadsföring beträffande kredit lämna information om den effektiva räntan för krediten."⁶⁴ Denna information behöver dock inte lämnas om krediten avser ett belopp som uppgår till högst 1500 kronor eller om krediten skall återbetalas inom tre månader⁶⁵. Vidare rekommenderar Konsumentverket näringsidkare att i all marknadsföring ange den effektiva räntan på ett bestämt standardbelopp. För krediter om 40 000 kronor eller mindre bör beloppet 10 000 kronor användas och för krediter som är större än 40 000 kronor bör 100 000 användas som standardbelopp⁶⁶. Detta innebär att alla aktörer som erbjuder lån över 40 000 kronor kan använda 100 000 kronor som standardbelopp i sin marknadsföring. Prissättningen på marknaden för lån utan säkerhet sätts ofta individuellt beroende på faktorer som kundens inkomst samt ålder. Även om det finns en generell prissättning som är lättillgänglig (i broschyrer och liknande) för kunden blir slutpriset på produkten svåröversiktlig. Eftersom kreditinstitut och banker erbjuder lån där räntan beräknas individuellt, dvs. beroende på konsumentens ekonomiska förutsättningar, kan de själva välja vilken typ av ränta de vill applicera i marknadsföringen. Det är därför vanligt att aktörerna använder sig av den lägsta möjliga räntan i sin marknadsföring. Detta trots att den lägsta räntesatsen bara är relevant för ett fåtal personer med god ekonomi. Detta kan kopplas till följande citat:

*"Om det är förenat med betydande svårigheter att jämföra olika företags priser och villkor minskar kundens benägenhet att utnyttja fördelaktiga villkor hos andra företag."*⁶⁷

4.2.4 Nya distributionskanaler

Marknaden för lån utan säkerhet erbjuder goda marginaler⁶⁸ samtidigt som inträdeshindren har minskat på grund av de avregleringar som skett de senaste 30 åren⁶⁹. Vidare har statistik från Bankföreningen visat att antalet traditionella kontor från 1997 successivt har minskat från 2522 till 1 910 år 2005⁷⁰. Dessutom har man sett en ökning av framför allt användandet av Internet men även telefontjänster samt genom nya distributionskanaler som matbutiker (ICA Banken, Nordea). Internet har haft stor inverkan på marknaden för lån utan säkerhet då det har ökat tillgängligheten av information om de olika aktörerna samt gjort det möjligt för mindre

⁶⁴Konsumentkreditlagen (1992:830)

⁶⁵ ibid.

⁶⁶ Konsumentverkets författningssamling, KOVFS (2004:6)

⁶⁷ Konkurrensverket 2001:5, s 38

⁶⁸ Se årsredovisningar

⁶⁹ ECON (2007)

⁷⁰ ibid. s 58

kreditinstitut att etablera sig på marknaden och nå ut till ett stort antal kunder utan att behöva öppna kontor.⁷¹

4.2.5 Svenska befolkningens kunskap om den effektiva räntan

Vid marknadsföring av lån utan säkerhet finns det krav på information om den effektiva räntan så att konsumenter ska kunna jämföra olika erbjudanden. Den effektiva räntan är den sammanlagda kreditkostnaden dvs. ränta plus alla avgifter uttryckt i en årlig procent av kreditbeloppet. Denna skall enligt Konsumentverkets riktlinjer fungera som ett verktyg för konsumenten för att kunna jämföra olika krediter med varandra.⁷² Vi har därför med detta som bakgrund undersökt hur många procent av Sveriges befolkning som känner till vad en effektiv ränta är. Resultatet av vår undersökning visade att endast 30 % visste vad en effektiv ränta var. Detta tyder på att omkring 70 % av Sveriges befolkning inte har kunskap nog att kunna jämföra alternativen enligt de riktlinjer som ställts upp av Konsumentverket.

⁷¹ ECON (2007), s 56

⁷² <http://www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?lngArticleID=2088&lngCategoryID=1028>

5. Analys

I detta avsnitt avser vi att utreda och tolka de observationer vi gjort i empirin samt kombinera dessa med teorin. Därigenom hoppas vi kunna utreda varför priserna kan variera så kraftigt mellan de olika aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet.

5.1 Lån utan Säkerhet

Aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet marknadsför sig starkt mot konsumenten och försöker diversifiera sig genom att spela på attribut som bekvämlighet och lättillgänglighet i marknadsföringen⁷³. Dessutom har aktörernas reklaminvesteringar ökat betydligt de senaste åren. Ett lån utan säkerhet kan konceptionellt ses som en homogen produkt dock är det tydligt att de olika aktörerna försöker differentiera produkten på marknaden genom olika marknadsföringsinstrument. Det är det tydligt att (Tabell 1) den nominella räntan (4,95 % - 34,49 %), uppläggningsavgiften (0 – 700 kronor), samt aviseringsavgiften (0 – 40 kronor) skiljer sig markant mellan aktörerna. Dessa beror främst på vilken aktör man väljer men också vilken typ av lån eftersom flera lån erbjuds från en och samma aktör.

Det är troligt att den ökade investeringen i marknadsföring har bidragit till aktörerna har lyckats differentiera produkten i kundens ögon. Dock har vi inte vidare analyserat detta då det ligger utanför uppsatsens syfte. Vidare antar vi därför att produkten är heterogen med de observerade prisskillnaderna samt de ökade investeringarna i reklam som bakgrund. Dessutom har vi även observerat att kraven på de olika aktörerna (Tabell 2) på marknaden skiljer sig minimalt då de flesta aktörerna kräver att man måste vara myndig, ha en viss inkomst samt inte får ha några betalningsanmärkningar, samt att tid till utbetalning varierar minimalt mellan aktörerna (Appendix B).

5.2 Industrial Organization

Industrial Organization (IO) teorin menar att om en marknad präglas av hög koncentration, reduceras konkurrensen eftersom företag då har en benägenhet att i större grad handla i samförstånd. Som uppmärksammades i empirin så består marknaden för lån utan säkerhet av ett stort antal aktörer utan en klar marknadsledare. För att få ett vetenskapligt mått på koncentrationen har vi räknat ut marknadens Herfindahl-Hirschman Index. På en skala från 0-10 000 får vi enligt formeln ett HHI på 1205⁷⁴. Enligt de riktlinjer som påtalades i teorin

⁷³ FI 2006:12

⁷⁴ Se formel, 3.1

uppvisar marknaden därmed en relativt låg nivå av marknadskoncentration. Denna omständighet finner vi även i marknadsstrukturerna monopolistisk- och perfekt konkurrens.

Trots att vi funnit att strukturen perfekt konkurrens överensstämmer i många avseende så anser vi att marknaden för lån utan säkerhet i större utsträckning uppfyller de antaganden som gäller för strukturen monopolistisk konkurrens. Den främsta anledningen till varför vi inte anser marknaden vara en perfekt konkurrens ligger i synnerhet till grund i antaganden att företagen är pristagare samt att produkten enligt denna struktur är homogen.

Strukturen monopolistisk konkurrens kräver att produkterna i kundernas ögon är differentierade (heterogena). I ekonomiska termer är det irrelevant om produkterna verkligen skiljer sig åt så länge som kunderna ser produkterna som olika. Trots att produkten lån utan säkerhet enligt vår uppfattning är homogen då det rör sig om kontanta medel. Anser vi att konsumenterna ser skillnader mellan aktörernas erbjudanden vilket vi tidigare diskuterat i inledningen i analysavsnittet. Enligt teorin kan företagen på grund produktens heterogenitet sätta olika priser. Detta överensstämmer med det vi observerade i empirin då priserna på marknaden för lån utan säkerhet skiljer sig mellan aktörerna.

Vidare utgår teorin ifrån att in- respektive utträdesbarriärer inte existerar i en monopolistisk konkurrens. Marknaden är som tidigare påpekat i empirin milt reglerad och i och med att aktörerna allt mer agerar via Internet har kostanden för att träda in på marknaden minskat. Vi utgår därför från att in- och utträdesbarriärerna på marknaden för lån utan säkerhet är låga. Slutligen karakteriseras modellen av att vinster långsiktigt är ohållbara eftersom nyinträden tar sig in på marknaden om de existerande företagen gör vinster. Vi anser i likhet med teorin att drivkraften att ta en del av vinsten ligger till grund för det växande antalet aktörer vi har observerat på marknaden för lån utan säkerhet.

Sammanfattningsvis finner vi att marknaden för lån utan säkerhet är en monopolistisk konkurrens enligt IO teorin. Dock bedömer vi det som osannolikt att de antaganden som gäller för strukturen monopolistisk konkurrens enskilt skulle kunna förklara prisskillnaderna på marknaden för lån utan säkerhet.

5.3 Porters femkraftsmodell

I detta stycke har vi analyserat strukturen på marknaden för lån utan säkerhet med hjälp av Michael E. Porters femkrafts modell vilken vi tidigare beskrivit i teoriavsnittet.

5.3.1 Hot om inträde / Hot från nya konkurrenter

Antalet aktörer på marknaden för lån utan säkerhet har ökat konstant de senaste åren samtidigt som privatpersoner börjat låna alltmer pengar enbart i konsumtionssyfte⁷⁵. Tillväxten och de existerande aktörernas vinster borde enligt Porter göra marknaden attraktiv för nyetableringar.

I förhållande till de mindre kreditinstituten är det troligt att storbankerna inte är lika beroende av inkomster från lån utan säkerhet. Vidare borde storbankerna kunna dra fördel av väl inarbetade varumärken (så som kundlojalitet) och stordriftsfördelar samt ett etablerat distributionsnät. Därtill är det troligt att även de andra aktörerna kan dra fördelar av produktdifferentiering då de existerande aktörerna kan inneha kända varumärken och kundlojalitet som byggts upp genom tidigare aktiviteter såsom t.ex. marknadsföring. Beträffande distributionsnätet så har de etablerade aktörerna troligen redan tagit kontakt med kunden. Vi ser detta som en relativt överkomlig barriär för nya aktörer då Internet och telefon verkar som de största distributionskällorna. Internet har blivit det huvudsakliga kommunikationsmedlet och används av både etablerade aktörer samt nyetablerare.

För att träda in på marknaden för lån utan säkerhet krävs kapital att låna ut. Detta anskaffas antingen genom inlåning från allmänheten i de fall där företaget har ett Bankkrojt⁷⁶ eller genom investerare och banklån som tillför ett visst grundkapital. Detta grundkapital kan fungera som en inträdesbarriär. Dock med bakgrund till de avregleringar som skett på bank marknaden de senaste 30 åren anser vi att marknaden är relativt oreglerad. Exempelvis kan alla företag utan tillstånd starta utlåningsverksamhet så länge utlåningen inte är deras huvudsakliga verksamhetssyfte. Inträdesbarriärerna för att gå in på marknaden för lån utan säkerhet bedöms således som små. Trots att de flesta finansiellt starka aktörer redan erbjuder lån utan säkerhet tror vi att företagets vinster gör marknaden intressant för nya aktörer.

5.3.2 Hot från substitut

Det finns olika typer av lån utan säkerhet. I detta arbete har vi valt att enbart undersöka kontanta lån. Dock finns det andra alternativ som konsumenten kan välja mellan (t.ex. lån som är anknutna till ett visst köp). Andra lån utan säkerhet utgörs av kontokrediter eller kreditkort vilka vi valt att inte inkludera i vår uppsats. Kreditkortets nackdel är att det tar längre tid från ansökan till det att kortet kommer låntagaren tillhanda än vid kontanta lån.

⁷⁵ Riksbankens Finansmarknadsstatistik (2007)

⁷⁶<http://sv.wikipedia.org/wiki/Bankkrojt>

Det närmaste substitutet är annars lån med underliggande säkerhet. Många som äger sin bostad har på grund av senare års prisuppgång numera möjlighet att till en mycket låg ränta ytterligare belåna bostaden. Personer med betalningsanmärkningar kan vad vi har sett inte ta lån utan säkerhet men har däremot möjligheten att belåna sin bostad⁷⁷. Att belåna sin bostad ger en lägre ränta men även här tar det längre tid att få pengarna eftersom bostaden måste värderas av en värderingsman. Dessutom äger bara drygt hälften av Sveriges befolkning sin bostad⁷⁸. Sammanfattningsvis anser vi med detta som bakgrund att hotet från substitut produkter för lån utan säkerhet är närvarande men inte övervägande.

5.3.3 Köparnas förhandlingsstyrka

Förhandlingsstyrkan hos köparna är beroende av flera faktorer så som inhandlad volym, köparnas koncentration, omställningskostnader, tillgång till information samt kostnaden för konsumenterna att byta från en producent till en annan⁷⁹. Eftersom det rör sig om en produkt för privatpersoner medför detta att kunderna agerar oberoende av varandra vilket bidrar till en låg koncentration av köpare. Vidare anser vi omställningskostnaderna vara relativt låga med tanke på att flera aktörer har en uppläggningskostnad på 0 kronor.

Förhandlingsstyrkan hos köpare blir allt starkare i takt med att antalet aktörer på marknaden och kunskapen om prissättningen ökar. Trots att media har uppmärksammat marknaden för lån utan säkerhet så är det idag förhållandevis svårt att överblicka marknaden. Användandet av standardbeloppet är inte tillräckligt för att kunden skall kunna jämföra alternativen eftersom den effektiva räntan ofta är beräknad på 100 000 kr vilket inte är relevant då man skall jämföra lån på 10 000- 30 000 kronor. Detta medför att det finns en överhängande risk att köparen (konsumenten) inte har tillräckligt med information för att kunna jämföra alternativen. Vidare anses enligt Konsumentverket det enklaste sättet att jämföra alternativen på marknaden för lån utan säkerhet vara genom att beräkna den effektiva räntan. Dock har vår undersökning visat att endast 30 % av konsumenterna har tillräckligt med kunskap för att kunna utvärdera de olika alternativ som finns på marknaden. Dessutom är det relativt svårt att utföra beräkningen (2.2.2) om den effektiva räntan inte anges i marknadsföringen.

⁷⁷ <http://web.bluestep.se/default.asp>

⁷⁸ http://www.scb.se/templates/pressinfo____112581.asp

⁷⁹ Porter (1996), s 44

Med bakgrund till dessa ovan diskuterade förhållanden anser vi inte att kundens förhandlingsstyrka ökar väsentligt. Sammanfattningsvis anser vi därför att förhandlingsstyrkan från kunderna är låg.

5.3.4 Leverantörernas förhandlingsstyrka

Leverantörerna för aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet består i första hand av de parter som tillhandahåller kapital. De flesta aktörer bedriver förutom utlåningsverksamhet även inlåningsverksamhet vilket betyder att allmänheten fungerar som både leverantör och köpare. Det finns med andra ord ett mycket stort antal leverantörer, något som enligt teorin minskar förhandlingsförmågan. I och med den statliga insättningsgarantin försvinner en eventuell riskpremie vid insättning. På grund av detta tror vi inte att bankernas kunder ser sig själva som leverantörer till marknaden för lån utan säkerhet och därför inte heller förhandlar om inlåningsräntan. Som ytterligare leverantörer ser vi IT företag som utvecklar aktörernas datasystem, diverse leverantörer av kontorsmaterial och hårdvara, samt fastighetsägare. Vi tror inte att någon av dessa leverantörer har styrka nog att pressa bankernas och låneinstitutens marginaler. Med detta resonemang som bakgrund bedömer vi leverantörernas förhandlingsstyrka som låg.

5.3.5 Rivalitet mellan nuvarande konkurrenter

Rivalitetsgraden är ett mått på hur pass offensivt de olika aktörerna på en marknad tävlar om marknadsandelar. Rivaliteten mellan existerande företag är stor då marknaden består av jämnstora och jämnstarka aktörer, låg branschtillväxt, höga fasta kostnader, låg produktdifferentiering och höga kostnader i samband med leverantörsbyte, strategiska motiv som gör att företagen är mer villiga att acceptera lägre vinstmarginaler som en etablering på en marknad samt höga utträdeskostnader.

Vi har upplevt att både storleken på marknaden för lån utan säkerhet samt antalet aktörer har vuxit kraftigt de senaste åren. Enligt Porters femkraftsmodell minskar konkurrensen om branschen är snabbväxande eller produkten anses vara heterogen. Som tidigare påpekat växer marknaden för lån utan säkerhet kraftigt samtidigt som produkten i kundens ögon till synes är heterogen. Dessutom har vi sett att marknaden har ett lågt HHI vilket tyder på en låg marknadskoncentration.

För att träda in på marknaden för lån utan säkerhet krävs vilket nämnts tidigare ett grundkapital. Detta anskaffas antingen genom inlåning från allmänheten i de fall där företaget

har ett Bankoktroj⁸⁰ eller genom investerare och banklån som tillför ett visst grundkapital. Detta grundkapital kan fungera som en inträdesbarriär, dock anser vi med bakgrund i aktörernas profilering mot Internet som distributionskanal att de fasta kostnaderna är låga

Marknaden har konceptionellt sett inte höga kostnader i samband med leverantörsbyte vilket gör att aktörerna försöker åstadkomma detta genom användandet av engångsavgifter (uppläggningsavgiften). Vi anser inte detta vara ett avgörande element då 9 av 22 presenterade lån (Tabell 1) har en uppläggningskostnad på 0 kronor. Avslutningsvis anser vi det osannolikt att aktörerna skulle ha strategiska motiv som gör att de skulle vara villiga att acceptera lägre vinstmarginaler. Dock kan vi inte säkert uttala oss om detta då ett strategiskt perspektiv på företagsnivå ligger utanför denna uppsats syfte.

Sammanfattningsvis anser vi efter en genomgång av de faktorer som presenterades inledningsvis i detta stycke att rivaliteten mellan de nuvarande konkurrenterna på marknaden för lån utan säkerhet är låg.

5.4 Brist på information

Sammanfattningsvis så har Porter i kombination med IO perspektivet bidragit till att ge en tydligare marknadsöversikt av marknaden för lån utan säkerhet. Dessutom har modellen bidragit till att ytterligare utreda vårt syfte. Eftersom analysen har uppmärksammat bristen på information på marknaden kommer vi i detta stycka att ytterligare utreda denna omständighet.

5.4.1 Prissättning

I empiriavsnittet har vi i Tabell 1 sammanfattat de viktigaste aktörerna, deras lån samt de avgifter som tas ut. De långivare som använder sig av en individuell kreditprövning, till exempel Citibank, för att bestämma den slutgiltiga räntesatsen inom ett visst intervall, marknadsför normalt den lägsta möjliga räntesatsen. Det är därför troligt att kunden använder denna ränta vid jämförande av alternativen.

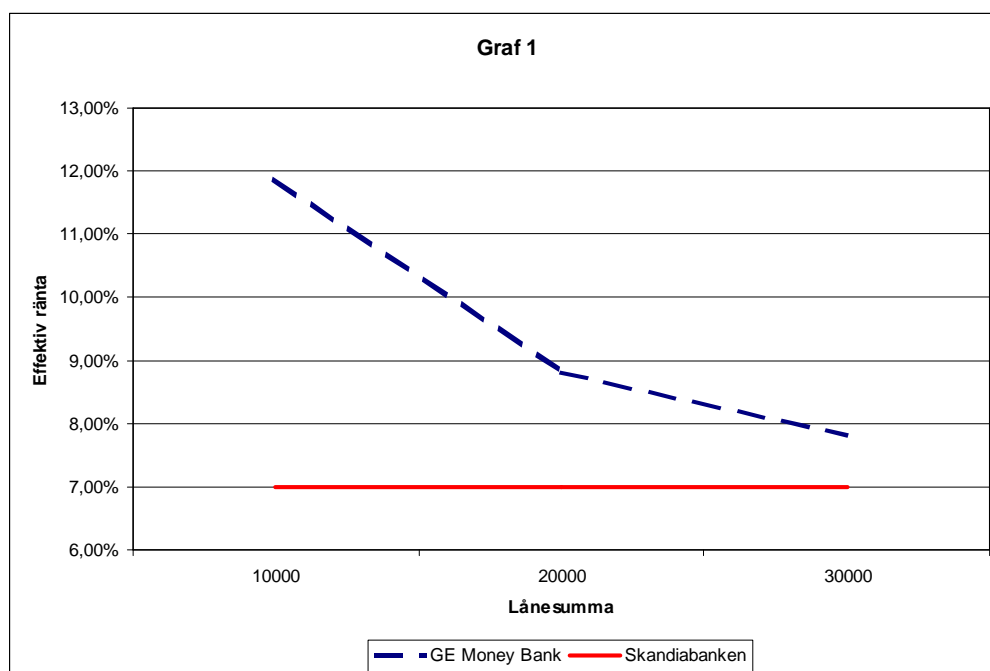
I Tabell 1 i empiriavsnittet är det tydligt att det råder stora skillnader mellan uppläggnings- och aviseringsavgifterna, dels mellan de olika aktörerna men även mellan olika lån hos en och samma aktör. De kostnader som tas ut i form av uppläggnings- och aviseringsavgifter nämns så gott som aldrig i marknadsföringssammanhang. Dock är det just dessa avgifter som gör att den nominella räntan är så pass missvisande.

⁸⁰<http://sv.wikipedia.org/wiki/Bankoktroj>

I följande exempel kommer vi därför att jämföra lån utan säkerhet för att visa hur uppläggningskostnader samt aviseringsavgifter påverkar den totala kostnaden på lånet (den effektiva räntan). Vi avser även att visa hur användandet av standardbeloppet enligt Konsumentverket riktlinjer kan påverka den information kunden får via marknadsföring. I våra beräkningar har vi antagit en lånesumma på 10 000, 20 000, och 30 000 kronor med en återbetalningstid på 5 år och samt automatisk betalning via autogiro. Avslutningsvis bifogar vi en sammanfattning.

Exempel 1

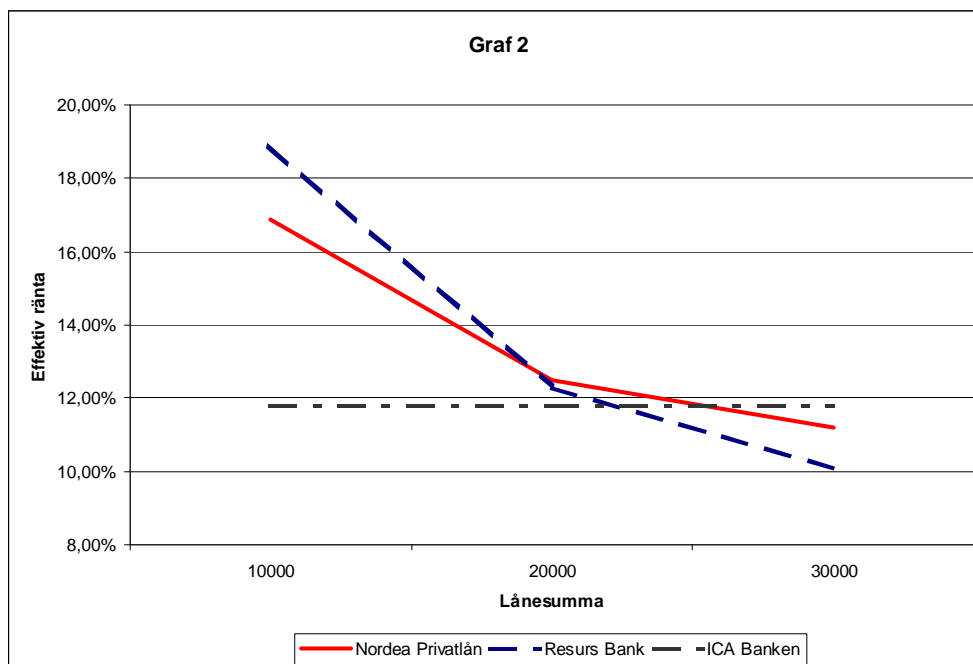
Som vårt första exempel har vi valt att jämföra den totala kostnaden mellan GE Money Banks lägsta räntesats 5,75 % och Skandiabankens lån utan säkerhet som har en nominell ränta på 6,74 %. Därtill tar Skandiabanken inga ytterligare avgifter medan GE Money Bank har en uppläggningsavgift på 495 kronor samt en aviseringsavgift på 15 kronor. Resultatet presenteras nedan i graf 1.



Trots att GE Money Bank har en lägre nominell ränta så visar grafen att Skandiabankens lån är billigare på alla nivåer. På grund av uppläggningsavgiften som GE Money Bank tar ut så sjunker den effektiva räntan i takt med att lånesumman ökar. Trots detta är ett lån på 10 000 kronor hos GE Money Bank nästan 70 % dyrare än hos Skandiabanken. Detta exempel visar hur missvisande den nominella räntan kan vara.

Exempel 2

I detta exempel har vi jämfört Nordeas privatlån med ICA Bankens och Resurs Banks lån utan säkerhet. Nordeas privatlån har en nominell ränta på 8,25 % och en uppläggningsavgift på 700 kronor samt inga aviseringsavgifter. ICA Banken har en nominell ränta på 11 % och inga ytterligare avgifter. Resurs Bank har en nominell ränta från 5,88 % -13,92 % (individuell nominell ränta). Vi har dock valt att använda oss av den lägsta nominella räntan. Därtill kommer en uppläggningsavgift på 495 kronor samt en aviseringsavgift på 29 kronor.



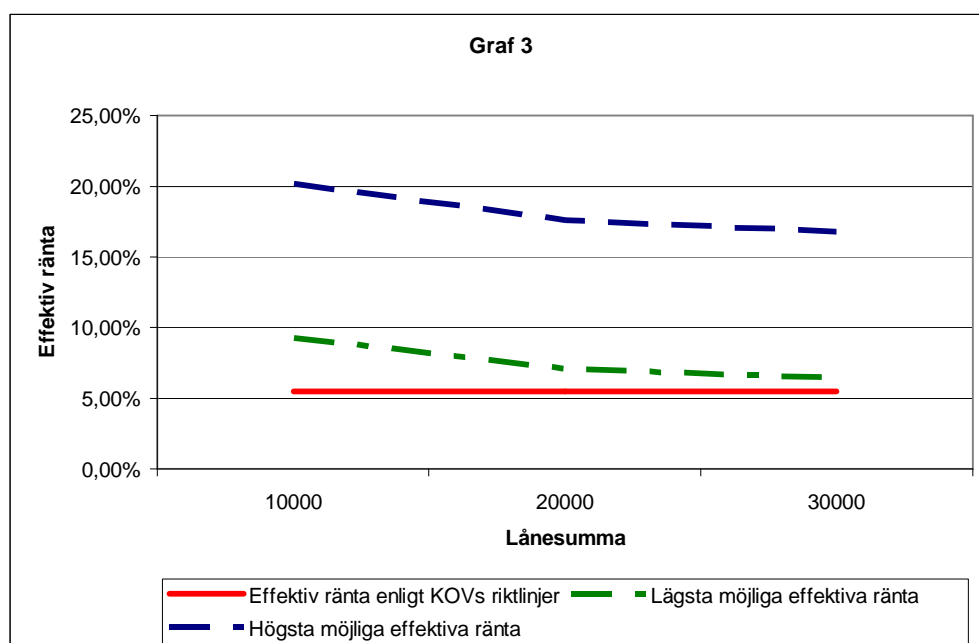
Efter att beräknat den effektiva räntan för de tre aktörerna ser vi att ett lån på 10 000 kronor är mest fördelaktigt ur kostnadssynpunkt från ICA Banken. ICA banken hade till synes dock den högsta nominella räntan. Vid ett lån på 20 000 kronor ser vi att ICA Banken även här erbjuder det billigaste alternativet medan samma lån är dyrast vid ett lånebelopp på 30 000 kronor. Resurs Bank som tillsynes var det billigaste alternativet om man bortsåg från uppläggnings- samt aviseringsavgifter blir först det billigaste alternativet då man lånet överskrider omkring 22 000 kronor.

Exempel 3

Som tidigare påpekat har Konsumentverket satt upp riktlinjer gällande den information som långgivare ska tillhandahålla i sin marknadsföring. I detta exempel vill vi visa hur denna information kan verka missvisande.

Citi Bank erbjuder sina kunder en individuellt beräknad nominell ränta på mellan 4,95 %-14,25 %. I deras marknadsföring använder de sig dock av den lägsta möjliga ränta som enbart är relevant för kunder med god ekonomi. I reklamen anger banken därför finstilt den effektiva räntan till 5,51 % enligt Konsumentverkets riktlinjer⁸¹ dvs. kostnaden för ett femårigt lån på 100 000 kronor.

Om man beräknar den effektiva räntan på ett högre belopp (100 000) än vad vi har gjort i våra beräkningar uppnår man en lägre effektiv ränta. En effektiv ränta som beräknas på 100 000 kronor är dock inte relevant för kunder som planerar låna mellan 10 000 – 30 000 kronor utan gör det bara svårare att jämföra alternativen. Dessutom får många kunder en högre nominell räntesats som kan variera upp till 14,25 % (Graf 3). Vill vi visar nedan hur totalkostnaden för Citi Banks lån ser ut om man jämför deras lägsta (4,95 %) respektive högsta (14,25 %) nominella ränta på beloppen 10 000-30 000 kronor med den effektiva räntan beräknad enligt Konsumentverkets riktlinjer (effektiv ränta på 5,51 %).



I Graf 3 kan vi se att City Banks lägsta möjliga nominella ränta, 4,95 %, på ett lånebelopp om 10 000 kronor ger en effektiv ränta på 9,29 % och därmed är nästan 70 % dyrare än om den vore beräknad enligt Konsumentverkets riktlinjer. Lånet blir betydligt dyrare än väntat och börjar först närma sig den effektiva räntan enligt Konsumentverkets riktlinjer vid högre belopp. Vid ett lånebelopp på 10 000 kronor vid användandet av den högre nominella räntan,

⁸¹ För krediter om 40 000 kronor eller mindre bör beloppet 10 000 kronor användas och för krediter som är större än 40 000 kronor bör 100 000 användas som standardbelopp.

14,25 %, är den effektiva räntan strax över 20 %. På alla observerade nivåer är den effektiva räntan högre än 16 % vilket är betydligt högre än räntan som används vid marknadsföring av lånet. Sammanfattningsvis demonstrerar exemplet bristen på information som konsumenterna behöver för att kunna utvärdera alternativen och välja den aktör samt de lån som ger lägst kostnad.

Sammantaget visar dessa tre exempel att data från Tabell1 kan verka missvisande då det kan vara betydande skillnader mellan den nominella räntan som låntagaren föräns att tro att han/hon får och priset (den effektiva räntan) som i slutändan måste betalas. Dessutom kan även standardbeloppet vara vilseledande då många aktörer beräknar den effektiva räntan på 100 000 kronor.

6. Slutsats

I detta kapitel kommer vi att presentera våra slutsatser. Dessa har konstruerats utifrån uppsatsens insamlade material och analys samt ämnar utreda det syfte som vi presenterade i inledningen. Avslutningsvis kommer vi även att ge förslag på vidare forskning.

Syftet med denna uppsats var att förklara: Varför priserna kan variera så kraftigt mellan de olika aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet. Dessutom hade vi som delmål att ge en marknadsöversikt över marknaden för lån utan säkerhet.

Marknaden har genomgått genomgripande förändringar med bakgrund till de avregleringar som påbörjades under 1970-talet. Detta har gjort det lättare för inhemska och utländska aktörer att träda in på den svenska bankmarknaden och offerera finansiella produkter såsom lån utan säkerhet. Detta har lett till den nuvarande situationen där ett flertal banker och kreditinstitut agerar på marknaden för lån utan säkerhet. Vidare har marknaden för lån utan säkerhet det senaste året ökat med 18 miljarder kronor. Dessutom har vi iakttagit att antalet aktörer på marknaden är tämligen högt och att storleken på aktörerna varierar samt att de aktörer som vi har analyserat går med vinst. Sammanfattningsvis anser vi efter att analyserat marknaden är en monopolistisk konkurrens där kunderna till synes ser produkten som heterogen.

Under analysens gång har vi uppmärksammat att tillgång på information skulle kunna vara en kritisk faktor som utöver marknadsstruktur skulle kunna förklara varför priserna kan variera så kraftigt mellan de olika aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet. Dessutom har vi sett att aktörerna har närmast identiska krav på låntagaren oavsett ränta. Vi har exempelvis inte hittat någon aktör som accepterar att låntagaren har betalningsanmärkningar eller inte har fast anställning. Detta är alltså inte en anledning till varför priserna kan skilja sig så mycket mellan aktörerna.

Därför valde vi att undersöka aktörernas prissättning djupare genom att beräkna ett antal aktörers effektiva räntor och jämföra dessa i analysen. Vi valde i Exempel 1-3 (se analys) att presentera tre olika situationer som belyser hur prisinformationen skulle kunna misstolkas. Resultatet visade att det är ytterst komplicerat att med hjälp av informationen i Tabell 1 (aktörernas erbjudanden) i empiriavsnittet avgöra vilken aktör som erbjuder den lägsta effektiva räntan. Detta eftersom den effektiva räntan beror på flertalet faktorer: lånetid, lånets storlek (i vårt fall 10 000, 20 000 eller 30 000 kronor), aviserings- och uppläggningsavgifter

samt individuell utvärdering av låntagaren. Dessutom gör användandet av konsumentverkets riktlinjer en jämförelse ännu svårare då den effektiva räntan är beräknad på olika belopp beroende på aktörens beloppsintervall. Sammanfattningsvis, med detta som bakgrund, anser vi att anledningen till att priserna kan variera så mycket mellan aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet beror dels på det faktum att det rör sig om en monopolistisk konkurrens och dels på att prissättningen är alldeles för svåröversiktlig. Det är enligt vår uppfattning alltså inte möjligt för konsumenter att överblicka marknaden och på ett enkelt sätt jämföra de olika alternativen.

6.1. Förslag till vidare forskning

I ett framtida arbete skulle det vara intressant att ta ett konsument perspektiv och utreda frågor som: Hur ser konsumentens beslutsprocess ut? Vilken situation befinner sig kunderna i då de tar ett lån utan säkerhet? Hur stor roll har marknadsföringen vid valet av aktör? På grund av utrymmesskäl har vi inte haft någon möjlighet att vidare analysera dessa frågor. Vidare skulle det vara intressant att ytterligare undersöka huruvida Konsumentverkets riktlinjer fungerar vägledande eller enbart missvisande? Dessutom tror vi att en studie som på grund av våra resultat valde att undersöka marknaden med teorier som utreder informationsproblematiken skulle vara intressant. Sammanfattningsvis anser vi att detta vara ett relativt outforskat område som kräver mer forskning i synnerhet eftersom att marknaden för lån utan säkerhet i Sverige växer.

7. Referenser

Litteratur

Barney, J.B. (1991), *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, Journal of management, Vol. 17, No.1, 99-120

Brown, Donald M. och Frederick R. Warren-Boulton (1988), *Testing the Structure-Competition Relationship on Cross-Sectional Firm Data*, Discussion paper 88-6, Economic Analysis Group, U.S. Department of Justice

Bryman, A. och Bell, E. (2003), *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, Liber AB, Lund

Cabral, Louis M.B. (2000), *Introduction to Industrial Organization*, MIT press

Carlton, D. W. och Perloff, J.M. (2005), *Modern Industrial Organization*, 4th edition, Addison-Wesley Longman

Coyne, K.P. och Sujit Balakrishnan (1996), *Bringing discipline to strategy*, The McKinsey Quarterly, No.4,

Curry, B. och George, K.D. (1983), *Industrial Concentration: a survey*, Journal of Industrial Economics, Vol. 31 Issue 3, p203-255

Davies, Stephen (1980), *Measuring Industrial Concentration: an alternative approach*, Review of Economics & Statistics, Vol. 62 Issue 2, p306-309

Guba, E.G. och Lincoln, Y.S. (1981), *Effective Evaluation*, Jossey-Bass, San Francisco

Hannah, L. och Kay, J.A. (1977), *Concentration in Modern Industry: Theory, Measurement and the UK Experience*, The Macmillan Press Ltd

Homle, Idar Magne & Solvang, Bernt Krohn (1997), *Forskningsmetodik ~ om kvantitativa och kvalitativa metoder*, Andra upplagan, Lund, Studentlitteratur

Ijiri, Y., & Simon, H.A. (1971), *Effects of mergers and acquisitions on business firm concentration*, Journal of Political Economy 79, 314-322

Lekvall, Per och Wahlbin, Clas (2001), *Information för marknadsföringsbeslut*, Göteborg, IHM förlag

Lerner A.P. (1934), *The concept of monopoly and the measurement of monopoly power*, Review of Economic Studies 1

Lomberg, S. (2005), *Storbankerna hårdatsatsar på reklam*, E24 Näringsliv, hittat 10 Januari 2007, från http://www.e24.se/dynamiskt/reklam_media/did_11132771.asp

Malmberg, Jonas och Lindsten, Per Olof (2007), *Bankjättar färre och större*, Veckans Affärer nr 07/2007

Merriam, S.B. (1994), *Fallstudien som forskningsmetod*, Lund: Studentlitteratur

Newbold, Paul och Carlson, William L. och Thorne, Betty M. (2003), *Statistics for business and economics*, 5th Edition, Prentice Hall, New Jersey

Porter, Michael E. (1996), *Konkurrensstrategi*, Isl, Stockholm

Porter, Michael E. (1998), *Competitive Strategy*, The Free Press, New York

Porter, Michael E. (2004), *Competitive advantage*. Free press, New York

U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission, *Horizontal Merger guidelines*, (1992)

Rapporter

ECON på uppdrag av Svenska Bankföreningen (mars 2007), *konkurrensen på bankmarknaden*

FI 2006:12, *Blancokrediter till konsumenter*

Justitiedepartementet, SFS 1999:917, *Förordning om ändring i förordningen (1992:1010) om effektiv ränta vid konsumentkrediter*

Konkurrensverkets rapportservice 1999:2, *Konkurrensen på bankmarknaden- betalningsförmedling och villkor för nya aktörer*

Konkurrensverket 2001:5, *Konsumentrörlighet på de finansiella marknaderna*

Riksbanken (mars 2007), *Finansmarknadsstatistik*

Elektroniska källor

www.bankforeningen.se

www.bankforeningen.se/upload/banker_i_sverige_003.pdf

www.bluestep.se

www.citibank.se

www.citibank.se/ccsoa/omoss.htm

www.compricer.se

lan.compricer.se/page/ordlista_loan

www.dn.se

www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=159176

www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=678&a=526339&previousRenderType=8

www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=458693

www.e24.se

www.e24.se/dynamiskt/reklam_media/did_11132771.asp

www.ellosprivatlan.se

www.ellosprivatlan.se/Application/User/framework/default.asp?Id={EDE4C5F3-DB7E-4F4B-8E76-CF523CBDE46A}

www.ellosprivatlan.se/Application/User/framework/default.asp?Id={83500AE6-65B5-474B-B335-8470F9397690}

www.fi.se

www.fi.se/Templates/Page____6453.aspx

www.gemoneybank.se

www.gemoneybank.se/templates/EntrencePage____662.aspx

www.halens.se

www.halens.se/ContentPage.aspx?pid=14

www.handelsbanken.se

www.handelsbanken.se/shb/INeT/IStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=ombanken&navid=Investor_Relations&sa=/Shb/inet/ICentSv.nsf/Default/q700BBE2F5D0AE8B2C12571F10024A224

www.ica.se

www.ica.se/FrontServlet?s=om_ica&state=om_ica_dynamic&viewid=450644&showMenu=om_ica_0_4

www.ica.se/FrontServlet?s=ikk&state=ikk_dynamic&viewid=626799&showMenu=ikk_6_1

www.ikanobanken.se

www.josefssonsprivatlan.se

www.josefssonsprivatlan.se/Application/User/framework/default.asp?Id={278C9957-550A-4536-8F86-6494EA1454A6}

www.kaupthing.se

www.kaupthing.se/om/tjanster_privatlan.html

www.konsumentverket.se

www.konsumentverket.se/mallar/sv/artikel.asp?lngArticleID=2088&lngCategoryID=1028

www.kronofogden.se

kronofogden.se/kfmsvarpafragor/abcordforklaringar.4.14db52b102ed4e5fe3800
04297.html

www.lagen.nu

www.lansforsakringar.se

www3.lansforsakringar.se/Info/Om_Oss/Bank_fond/default.htm

www.mergermarket.com

www.nordea.se

www.nordea.se/sitemod/upload/root/www_nordea_se/om_nordea/analyser/filer/
temo_undersokning_svensk.ppt#467, 15, Sammanfattning
www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=205984
www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=774472
www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=775602
www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=205054

www.resursbank.se

www.resurs.se/lanapengar/?FRKAMPANJ=0000001001&tduid=b0d36d74bec9
25ee458fbc06424a7276&affId=156028, 09 dec 2006

www.scb.se

www.scb.se/templates/pressinfo____112581.asp
www.scb.se/templates/Product____37260.asp

www.seb.se

www.seb.se/pow/wcp/sebgroup.asp?website=TAB1&lang=se

www.skandiabanken.se

www.skandia.se/hem/default.aspx

www.skatteverket.se

www.skatteverket.se/funktioner/ordforklaringar/ordforklaringskatteverketdeklarera/20050628aviseringsavgift.5.deeebd104898a3a9c80001538.html

www.svd.se

www.svd.se/dynamiskt/naringsliv/did_10320418.asp

www.swedbank.se

www.uc.se

www.uc.se/frameset.php

www.wasakredit.se

www.wasakredit.se/wasa/omWK/presentation.htm

ansokan.wasakredit.se/wasartr/setting/wasartr.lan?ksk=1230&pfwLinkID=-1

www.wikipedia.org

www.wikipedia.org/wiki/Monopoly

en.wikipedia.org/wiki/Interest_rate#Fixed_and_floating_rates

sv.wikipedia.org/wiki/Annuitetsl%C3%A5n

sv.wikipedia.org/wiki/Amortering

sv.wikipedia.org/wiki/ICA_Banken#Bank

sv.wikipedia.org/wiki/Bankoktroj

sv.wikipedia.org/wiki/oktroj

sv.wikipedia.org/wiki/Heterogen

sv.wikipedia.org/wiki/Konkurrens

sv.wikipedia.org/wiki/Nordea

sv.wikipedia.org/wiki/Effektiv_r%C3%A4nta

sv.wikipedia.org/wiki/Handelsbanken

Muntliga källor

Citibank Kundtjänst , 20 Mars 2007

Finaref Kundtjänst , 19 Mars 2007

GE Money Bank Kundtjänst , 23 Mars 2007

Haléns Kundtjänst , 23 Mars 2007

Handelsbanken Kundtjänst 4 december 2006
ICA Banken Kundtjänst , 23 Mars 2007
Ikanobanken Kundtjänst , 21 Mars 2007
Kaupthing Kundtjänst , 21 Mars 2007
Nordea Kundtjänst , 22 Mars 2007
Resurs Bank Kundtjänst , 22 Mars 2007
SEB Kundtjänst, Datum, 22 mars 2007
Skandiabanken Kundtjänst , 19 Mars 2007
Swedbank Kundtjänst , 19 Mars 2007
Wasakredit Kundtjänst , 20 Mars 2007

Telefonintervju, Johan Terfeldt, Finansinspektionen, författare av, *Blancokrediter till konsumenter I & II*, 8 december 2006

Offentligt tryck

Konsumentverket (29 juni 2005), *Obalanserad marknadsföring av snabbkrediter/Citibank*

Konsumentverkets författningssamling, KOVFS (2004:6)

U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission (1992), *Horizontal Merger guidelines*

Lagar

Brottsbalken (SFS 1962:700)

Konsumentkreditlagen (1992:830)

Lag (2004:312)

Rättspraxis

NJA 1995, s 430

8. Appendix

Appendix A: Ordlista/Definitioner

I detta stycke kommer vi att utveckla de begrepp som vi anser vara nödvändiga för att förstå vårt resonemang i uppsatsen.

Amortering

Avbetalning av en skuld⁸².

Annuitetslån

En låneform där det totala beloppet (amortering samt ränta) man betalar vid varje betalningstillfälle är lika stort under hela lånetiden. Detta innebär att räntedelen är störst i början av lånetiden och amorteringsdelen minst. Allt eftersom det räntegrundande lånebeloppet sjunker genom amortering, minskar räntedelen medan amorteringsdelen ökar.⁸³

Aviseringsavgift

En avgift som låntagaren får betala för att få inbetalningskortet utskrivet och hemskickat⁸⁴.

Betalningsanmärkning

Uppgift om en skuld som är obetald eller inte har betalats i tid⁸⁵.

Effektiv ränta

Den totala kreditkostnaden angiven som årlig ränta på lånebeloppet. Kreditkostnaden är summan av räntor, tillägg och andra kostnader för lånet⁸⁶.

Fast ränta

Räntan påverkas inte av förändringar på räntemarknaden och är densamma under hela låneperioden tills dess att lånet är återbetalt. ränta som enligt avtal är bunden till en viss storlek under avtalets löptid⁸⁷.

Heterogen

⁸² <http://sv.wikipedia.org/wiki/Amortering>

⁸³ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Annuitetsl%C3%A5n>

⁸⁴ <http://www.skatteverket.se/funktioner/ordforklarings/ordforklaringskatteverketdeklarera/20050628aviseringsavgift.5.deeebd104898a3a9c80001538.html>

⁸⁵ <https://www.uc.se/frameset.php>

⁸⁶ http://sv.wikipedia.org/wiki/Effektiv_r%C3%A4nta

⁸⁷ http://lan.compricer.se/page/ordlista_loan

Sammanställning av grekiskans 'hetero-' (sv.=olikt, skillnad) och '-gen' (sv.=artad). Dvs heterogen = olikartad⁸⁸.

Homogen

Betyder enhetlig, alltigenom lika, likformig. Motsatsen till homogen är heterogen⁸⁹.

Konkurrens

Situation som uppstår där ett finns ett flertal oberoende aktörer på en marknad⁹⁰.

Kreditupplysning

Information från ett kreditupplysningsföretag om en privatpersons eller företags betalningsanmärkningar, inkomster och skulder⁹¹.

Lån utan säkerhet

Ett lån där konsumenten inte behöver lämna någon säkerhet till kreditgivaren

Lån med säkerhet

Lån där låntagaren lämnar till exempel en bil eller en bostad som säkerhet. Utifall att låntagaren inte kan betala tillbaka lånet övergår säkerheten till banken/kreditinstitutet.

Rörlig ränta

Räntesatsen följer förändringar på räntemarknaden. Det betyder att månadskostnaden kan variera⁹².

⁸⁸ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Heterogen>

⁸⁹ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Homogen>

⁹⁰ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Konkurrens>

⁹¹ <http://kronofogden.se/kfmsvarpafragor/abcordforklaringar.4.14db52b102ed4e5fe380004297.html>

⁹² http://en.wikipedia.org/wiki/Interest_rate#Fixed_and_floating_rates

Appendix B: Aktörer

För att på ett så korrekt sätt som möjligt skapa en objektiv marknadsbild kommer vi i detta avsnitt presentera de olika aktörerna på marknaden för lån utan säkerhet. Aktörerna är utvalda efter storleken på utlånade medel utan säkerhet. Vi kommer först att kartlägga den historiska utvecklingen för respektive aktör och sedan se till relevanta data för lån utan säkerhet för att ge en klar bild av marknaden.

Citibank

Historik

City Bank of New York öppnade den 16 juni 1812 sin verksamhet i centrala New York. År 1865 beslutade sig City Bank för att ingå i det centrala amerikanska banksystemet och ändrade därmed sitt namn till "The National City Bank of New York". Strax före andra världskriget hade City Bank över 100 kontor i 23 länder utanför USA. 1976 ändrade City Bank namn till Citibank och sedan 1998 ingår banken i Citigroup. Med en balansomslutning på ca 1 300 mdr dollar är Citibank en av de största globala finansaktörerna på marknaden. I Sverige erbjuder Citibank konsumentlån och kreditkort och har med 110 000 kunder en utlåning på ca. 4 Mdr⁹³.

Lån utan säkerhet

Citibank erbjuder sina kunder en typ av lån utan säkerhet. Kunder kan ansöka om lån från 10 000 till 250 000 kronor och det tar cirka två bankdagar innan man får tillgång till pengarna. Återbetalningstiden uppgår till 2-12 år. Ansökan kan göras både via Internet, telefon och bankkontor. Grundkraven för att få ta ett lån hos Citibank är att man minst är 20 år, inte har några betalningsanmärkningar, har varit skriven i Sverige i tre år, samt har en fast inkomst på minst 100 000 kronor. Räntan är individuell och bestäms efter kundens profil och varierar räntan mellan 4,95 %-14,25 %. Till detta tillkommer en uppläggningsavgift på 495 kronor samt en aviseringsavgift på 25 kronor eller 10 kronor om man använder sig av autogiro.

Finaref

Historik

Finaref är ett finansbolag som bland annat ligger bakom Ellos privatlån och Josefssons privatlån. Från en början ägdes Finaref av postorderföretaget Ellos som sedermera köptes av gruppen Redcats. Sedan köptes även både Jotex finansverksamhet och Josefssons i samband

⁹³ <https://www.citibank.se/ccsoa/omoss.htm>

med att den franska postorderkoncernen Redcats förvärvade själva postorderföretagen⁹⁴. Redcats Nordic ägs i sin tur av La Redoute. Totalt ingår i Redcats Nordics: Ellos, Josefssons Josefine, La Redoute, Enjoy och Catalogue Mail Outlet. Sedan 2002 ingår Finaref AB i den internationella Franska finanskoncernen Credit Agricole S.A.⁹⁵ som bedriver verksamhet i 60 länder med över 105 000 anställda⁹⁶.

Lån utan säkerhet

Finaref erbjuder lån utan säkerhet på mellan 1 000-20 000 kronor under de ovan nämnda olika postorderföretagens varumärken. Låntagaren måste ha en fast inkomst från pension eller tjänst och får inte ha några betalningsanmärkningar. Den effektiva räntan är 34,49 % oavsett belopp eller återbetalningstid som kan vara upp till 5 år⁹⁷. Inga ytterligare aviserings- eller uppläggningsavgifter tillkommer. Enligt hemsidan ska låntagaren ha pengarna tillhanda inom fem dagar⁹⁸. Under varumärket Jotex Privatlån gäller samma villkor med skillnaden att lånesumman till en början är begränsad till 10 000 kronor. Efter nio korrekta betalningar har låntagaren sedan möjlighet att utöka summan till 20 000 kronor.

GE Money Bank

Historik

GE Money Bank är en del av det USA baserade internationella konglomeratet General Electric som har verksamhet i över 100 länder och sysselsätter fler än 300 000 personer. Förutom konsumentlån producerar GE alltifrån flygplansmotorer och kraftgenerering till medicinsk bildbehandling, tv-program och plast. GEs globala omsättning 2005 låg på över 1000 mdr kronor. Den nordiska verksamheten innefattar även Norge och Danmark och enligt årsredovisningen för 2005 är banken en ledande aktör inom konsumentkrediter på den Skandinaviska marknaden⁹⁹. Man har funnits i Sverige sedan 1993 men steg upp som en storspelare genom uppköpet av Finax telefonlån¹⁰⁰. I Sverige sysselsatte GE Money Bank vid årsskiftet 2005/2006 302 anställda och genererade under 2005 ränteintäkter på 1 234,6 Mkr¹⁰¹.

⁹⁴ Osvenskt ledarskap lyfte Ellos, Dagens Industri, 03-05-03

⁹⁵ Mergermarket

⁹⁶ <http://www.josefssonsprivatlan.se/Application/User/framework/default.asp?Id={278C9957-550A-4536-8F86-6494EA1454A6}>

⁹⁷ <http://www.ellosprivatlan.se/Application/User/framework/default.asp?Id={EDE4C5F3-DB7E-4F4B-8E76-CF523CBDE46A}>, 7 dec -06

⁹⁸ <http://www.ellosprivatlan.se/Application/User/framework/default.asp?Id={83500AE6-65B5-474B-B335-8470F9397690}>

⁹⁹ GE Money Bank AB årsredovisning, sid 5

¹⁰⁰ <http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?a=458693>

¹⁰¹ GE Money Bank AB årsredovisning, sid 14

Lån utan säkerhet

GE Money Bank erbjuder sina kunder en typ av lån utan säkerhet, det Flexibla lånet, som är ett annuitetslån i storleksordningen 5 000-350 000 kronor¹⁰². Räntan varierar mellan 5,75-11,75 % och är rörlig samt bestäms individuellt efter en kreditprövning. Uppläggningsavgiften uppgår till 495 kronor samt en aviseringsavgift på 15 kronor vid autogiro, annars 25 kronor. Låntagaren måste vara mellan 18-69 år, inte ha några betalningsanmärkningar, samt ha en årsinkomst på lägst 110 000 kronor. Återbetalningstiden är mellan 2-15 år.

Haléns

Historik

Halens Finans tillhör samma koncern, Haléns Holding AB, som postorderföretaget med samma namn. Koncernen ägs av March UK Ltd från Storbritannien som kontrolleras av David och Frederick Barclay. Verksamheten är inriktad på att erbjuda lån på begränsade belopp till privatkunder i Sverige.¹⁰³

Lån utan säkerhet

För att ta ett lån ska låntagaren vara fyllda 18 år och inte ha fyllt 75 år när lånet är återbetalt. Dessutom krävs fast inkomst av tjänst och inga betalningsanmärkningar. Haléns erbjuder lån mellan 1 000-25 000 kronor och har en återbetalningstid upp till 5 år. Den effektiva räntan som anges på hemsidan är 33,4 %.¹⁰⁴

Handelsbanken

Historik

Svenska Handelsbanken är en av de största bankerna i Norden med kontorsrörelse i Sverige, Norge, Finland, Danmark och Storbritannien¹⁰⁵. Handelsbanken grundades 1871 av ett antal framträdande företag och personer inom Stockholms näringsliv. Den 1 juli 1871 öppnade bankens verksamhet i hyrda lokaler vid Kornhamnstorg i Gamla stan som då var Stockholms kommersiella och finansiella centrum. Banken har under de senaste femton åren byggt ut en verksamhet i de övriga nordiska länderna och sedan år 2000 även i Storbritannien.¹⁰⁶ Med en

¹⁰² http://www.gemoneybank.se/templates/EntrencePage____662.aspx

¹⁰³ Haléns Finans AB årsredovisning 2005

¹⁰⁴ <http://www.halens.se/ContentPage.aspx?pid=14>

¹⁰⁵ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Handelsbanken>

¹⁰⁶ http://www.handelsbanken.se/shb/INeT/ISStartSv.nsf/FrameSet?OpenView&iddef=ombanken&navid=Investor_Relations&sa=/Shb/inet/ICentSv.nsf/Default/q700BBE2F5D0AE8B2C12571F10024A224

balansomslutning på 1 581 mdr kronor och 9395 anställda uppnåddes 2005 ett resultat på 15,7 mdr kronor¹⁰⁷.

Lån utan säkerhet

Handelsbanken erbjuder endast lån utan säkerhet till sina egna kunder som kallas Direktlån. Direktlånet utbetalas inom 24 timmar på belopp mellan 30 000-150 000 kronor. Återbetalningstiden är mellan ett och tio år och de har en rörlig ränta som i nuläget ligger på 7,35 %¹⁰⁸. Uppläggningsavgiften är 595 kronor och aviseringsavgiften är noll kronor då man måste vara ansluten till autogiro. Om man önskar låna ett mindre belopp än 30 000 måste man kontakta sitt lokala bankkontor för en individuell prövning¹⁰⁹. Kraven för att ta ett Direktlån är att man måste vara mellan 18 år eller äldre, vara ansluten till Handelsbankens Internettjänst, ha en fast anställning (eller motsvarande), ha en årsinkomst på minst 125 000 kronor, inte ha några betalningsanmärkningar, och vara folkbokförd i Sverige.

ICA Banken

Historik

ICA, Inköpscentralernas Aktiebolag, är Nordens ledande köpmannakooperativ inom dagligvaruhandeln¹¹⁰. År 2002 startade ICA sin egen bank som omsätter 12 316 mkr. Banktjänster var en utveckling av kundkortstjänsten som efter att man erhållit bankkort kunde tillåta större belopp än det tidigare taket på 15 000 kronor¹¹¹. ICA Banken ägs i likhet med ICA:s matbutiker av Hakon Invest och Holländska Ahold och har 3,1 miljoner aktiva kunder. Av dessa betalar 1,4 miljoner kunder med ICA kortet, resten registrerar enbart bonus när de handlar. Antalet kunder som utnyttjar banktjänsterna är cirka 250 000¹¹². Sedan ICA Banken startade i februari 2002 har drygt 173 000 kunder valt ICA Bankens nya bankkort.

Lån utan säkerhet

Hos ICA Banken kan man låna mellan 30 000-350 000 kronor utan säkerhet genom ett så kallat ICA Kundlån. Räntan varierar beroende på lånets storlek: 11,00 % på lån upp till 50 000, 7,90 % på lån 50 000-200 000, 5,25-6,20 % på lån över 200 000. Till detta kommer inga uppläggnings- eller aviseringsavgifter. Räntan sätts med hänsyn till ansökt belopp och efter bruklig kreditprövning med en återbetalningstid på mellan 3-12 år. För att kunna ta ett lån

¹⁰⁷ Handelsbanken årsredovisning 2005, s 2

¹⁰⁸ Dagens datum, 2007-03-19

¹⁰⁹ Handelsbanken kundtjänst 4 dec 2006

¹¹⁰ http://sv.wikipedia.org/wiki/ICA_Banken#Bank

¹¹¹ http://sv.wikipedia.org/wiki/ICA_Banken#Bank

¹¹² http://www.ica.se/FrontServlet?s=om_ica&state=om_ica_dynamic&viewid=450644&showMenu=om_ica_0_4

utan säkerhet måste man ha fyllt 22 år, ha fast inkomst samt sakna betalningsanmärkningar. Desto högre inkomst ju högre lån medges. ICA Banken kräver dessutom att lånet ska vara amorterat senast när man fyller 70 år¹¹³.

Ikanobanken

Historik

Ikanobanken öppnades 1995 och ägs av Ikano (familjen Ingvar Kamprad) med huvudkontor i Älmhult, Småland. Vid årsslutet 2005 hade banken 159 anställda. Banken ger även ut bolån som dock endast förmedlas av Ikano Banken medan själva utlåningen görs av SBAB¹¹⁴. Ikanobanken har sina kundkontakter i huvudsak via Internet. Ikanobanken erbjuder sina kunder de vanliga banktjänsterna som inlåning, fondsparande, utlåning samt bolån. Under 2006 så uppgick Ikanobankens balansomslutningen till 14 360 Mkr.

Lån utan säkerhet

Hos Ikanobanken kan man låna mellan 20 000- 300 000 kronor. Lånet är ett annuitetslån med en rörlig ränta. För att kunna ta ett lån utan säkerhet måste man ha fyllt 20 men inte vara äldre än 70 år, ha en fast anställning med en årsinkomst på minst 125 000 kronor samt sakna betalningsanmärkningar. Man betalar enbart aviseringsavgift om man väljer att inte ha autogiro som då uppgår till 25 kronor. Utbetalning av beviljat lån sker andra vardagen efter att ansökan beviljats. Lånet måste återbetalas mellan 3 och 12 år. Kunder kan ta lånet både på telefon och direkt via Internet då kreditupplysning görs online. Räntan beror på lånets storlek och är enligt följande: 7,70-13,45 % på lån upp till 60 000 kronor, 6,70-12,50 % på lån 60 000-150 000 kronor, 5,45-8,00 % på lån över 150 000 kronor.

Kaupthing

Historik

Kaupthing Sverige AB är ett helägt dotterbolag till den Isländska bankgruppen med samma namn och har funnits i Sverige sedan ombildningen av JP Nordiska i slutet av 2002. Koncernen har kontor i alla de nordiska länderna samt i New York, London, Luxemburg och Genève och är noterad på Islands fondbörs och Stockholmsbörsen. Banken är Islands största bank och bildades genom en sammanslagning av Kaupthing och Búnaðarbanki Íslands år 2003¹¹⁵. Banken har i Sverige en balansomslutning på ca 25 mdr och drygt 300 anställda¹¹⁶.

¹¹³ http://www.ica.se/FrontServlet?s=ikk&state=ikk_dynamic&viewid=626799&showMenu=ikk_6_1

¹¹⁴ Ikano banken förvaltningsberättelse 2005, sid 17

¹¹⁵ Wikipedia

¹¹⁶ www.kaupthing.se

Lån utan säkerhet

Kaupthing erbjuder en typ av lån utan säkerhet som kan tas mellan 10 000-100 000 kronor och kräver vidare att den sökande har en fast inkomst och inga betalningsanmärkningar, är minst 20 år och har varit mantalsskriven i Sverige de senaste tre åren. Den nominella räntan ligger på 7,90 % och sedan tillkommer en uppläggningsavgift på 500kr¹¹⁷. Om låntagaren inte har konto hos banken tillkommer även en aviseringsavgift på 35kr per betalning. Återbetalningstiden är begränsad till 10 år och sökande får inte ha några betalningsanmärkningar.¹¹⁸

Nordea

Historik

Nordea är norra Europas största bankkoncern med huvudkontor i Stockholm. Rötterna går tillbaka 158 år i tiden då banken gick under namnet Sparekassen for Kjøbenhavn og Omegn men till idag har 250 banker införlivats i koncernen. Nordea har funnits i sin nuvarande form sedan 2000 då MeritaNordbanken, som i sin tur bildades 1997 genom att Merita och Nordbanken gick ihop, och Unidanmark tillkännagav ett samgående. Ytterligare förvärv följde och idag har Nordea nästan 11 miljoner kunder och ett förvaltad kapital på EUR 158 mdr. Den enskilt största ägaren är Sveriges regering med 19,9 % av aktierna.

Nordea är listad på Stockholmsbörsen, Helsingforsbörsen och Köpenhamnsbörsen¹¹⁹ och erbjuder sex typer av lån utan säkerhet beroende på de olika förutsättningar kunden har.

Lån utan säkerhet

Nordea erbjuder sex typer av lån utan säkerhet beroende på de olika förutsättningar kunden har. Privatlånet är det minst förmånliga lånet utan säkerhet men har även de lägsta kraven på låntagaren. Låntagaren måste vara äldre än 18 år, ha en deklarerad inkomst på minst 125 000 kronor och får inte ha några betalningsanmärkningar. Förutom räntan som för närvarande ligger på 8,25 % tillkommer även en uppläggningsavgift på 700 kronor och en eventuell aviseringsavgift på 15 kronor om kunden väljer bort att betala räntan med autogiro.

Om man är god kund till banken får man bättre villkor vid lån utan säkerhet. För att bli Pluskund krävs att man har ett personkonto hos Nordea med regelbunden insättning av lön, pension eller motsvarande, sammanlagt minst 50 000 kronor i eget sparande och/eller lån i

¹¹⁷ www.Compricer.se

¹¹⁸ http://www.kaupthing.se/om/tjanster_privatlan.html

¹¹⁹ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Nordea>

Nordea, och minst 3 övriga produkter eller tjänster ur olika produktgrupper. Dessa kunder erbjuds en ränta på 7,50 % och uppläggningsavgiften sänks till 525 kronor.

För att bli förmånskund krävs ett personkonto med regelbunden insättning av lön, pension eller motsvarande, sammanlagt minst 300 000 kronor i sparande och/eller lån/kredit hos Nordea samt minst fem övriga produkter eller tjänster¹²⁰. De kunder som kvalificerar sig för denna kategori får erbjuds en ränta på 7,00 % och uppläggningsavgiften på 350 kronor¹²¹.

Förutom dessa två varianter erbjuder Nordea även ett Medlemslån som förutom kraven som gäller för Privatlånet endast beviljas till de kunder som även är medlemmar i facket. Skillnaden är dels att räntan ligger på 7,18 % men även att banken inte tar ut någon uppläggningsavgift¹²². Nordea erbjuder ytterligare två former av lån utan säkerhet nämligen Startlån och Studentlånet. För att kunna ta ett Studentlån krävs en årsinkomst på minst 70 000 kronor som inkluderar studielån och studiebidrag samt att låntagaren är inskriven på ett Universitet/Högskola. Den längsta lånetiden fem år och lånesumman är begränsad till 20 000 kronor. Räntan ligger på 6,45 % och banken tar inte ut någon uppläggningsavgift. Startlånet ges till personer mellan 18 och 28 år, har samma nominella ränta som Studentlånet och tar inte heller någon uppläggningsavgift¹²³. Skillnaden mellan Studentlån och Startlån är att lånesumman kan beviljas upp till 200 000 kronor¹²⁴. Till skillnad från Studentlån krävs inte autogiro för att kunna ta ett Startlån.

Resurs Bank

Historik

Resurs Bank är en del av Resurs gruppen som även driver försäkringsbolaget Solid och Teleresurs samt varor och webbsystem från Order Hemelektronik¹²⁵. I Sverige sysselsätter gruppen 400 anställda varav 286 jobbar på Resurs Bank. Banken har utlåning till allmänheten på 2 917 Mkr¹²⁶. Banken har idag en kundbas på 800 000 kunder.

Lån utan säkerhet

Resurs Bank erbjuder en typ av lån utan säkerhet vilket ges till privatpersoner upp till 250 000kr med en återbetalningstid på 1-12 år. Den nominella räntan är för närvarande från 5,88 % upp till 13,92 %. Uppläggningsavgiften är 495kr och aviseringsavgiften 29kr per

¹²⁰ <http://www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=205984>

¹²¹ <http://www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=774472>

¹²² <http://www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=775602>

¹²³ <http://www.nordea.se/sitemod/default/index.aspx?pid=205054>

¹²⁴ Nordea 1 dec 2006

¹²⁵ <http://www.resursbank.se/>

¹²⁶ Årsredovisning 2005, sid. 22

betalning oavsett betalningssätt. Förutom detta får inte låntagaren ha några betalningsanmärkningar och måste ha haft fast anställning i minst 6 månader. Låntagaren måste vara mellan 20 och 70 år, får inte vara långtidssjukskriven samt ska ha en årsinkomst som överstiger 120 000kr. Banken uppmärksammar på att det krävs en högre inkomst ju högre lån man ansöker om.¹²⁷

SEB

Historik

Stockholms Enskilda Bank grundades 1856 av André Oscar Wallenberg, åtta år innan Skandinaviska Banken startades. De två konkurrenterna slogs samman år 1972 under det gemensamma namnet Skandinaviska Enskilda Banken och kontrolleras än idag av familjen Wallenberg. Banken utvecklades starkt under 80-talet och är idag en av Sveriges fyra storbanker. SEB har utvecklats till en nordeuropeisk finansiell koncern med en kundbas på ca 400 000 företag, flera institutioner och fem miljoner privatkunder. Efter en fas av internationell expansion har SEB verksamheter i Norden, Baltikum, Tyskland, Ukraina och Ryssland, samt "representation i ett 20-tal länder". Den 30 juni 2006 uppgick koncernens balansomslutning till nästan 2 mdr kronor och resultatet för 2005 landade på 8,4 mdr kronor.¹²⁸

Lån utan säkerhet

SEB erbjuder sina kunder tre typer av lån utan säkerhet: det Enkla lånet, Medlemslån samt Utbildningslån. Om man väljer det Enkla lånet eller Medlemslånet kan man låna mellan 20 000-350 000 kronor till en individuell ränta mellan 5,29-10,24 % men det är möjligt att låna ett lägre belopp om man kontaktar ett bankkontor. Ansökan om lån utan säkerhet sker via telefon, Internet eller bankkontor. Den individuella räntan för Medlemslån samt Enkla lånet bestäms efter kundens förutsättningar som baseras på en kreditprövning. Ju större risk banken antas ta desto högre ränta. Risken antas t.ex. vara högre om personen just börjar arbeta eller har höga lån sedan tidigare. Då man ansöker om lånet via Internet beräknas den effektiva räntan utan hänsyn till aviseringsavgiften som är 0 kronor vid automatisk debitering. Om kunden inte har automatisk betalning uppgår aviseringsavgiften till 40 kronor. Uppläggningsavgift för det Enkla lånet uppgår till 500 kronor och för Medlemslånet samt studentlån är den 0 kronor.

¹²⁷<http://www.resurs.se/lanapengar/?FRKAMPANJ=0000001001&tduid=b0d36d74bec925ee458fbc06424a7276&affId=156028>, 09 dec 2006

¹²⁸ <http://www.seb.se/pow/wcp/sebgroup.asp?website=TAB1&lang=se>

För att kunna ta ett Medlemslån måste man vara medlem i ett av de förbund eller föreningar som samarbetar med SEB, exempelvis Civilekonomerna, Finansförbundet eller Jusek. Den rörliga räntan är för närvarande 6,14 %, oavsett hur mycket eller lite kunden lånar. Kostnaden för aviseringsavgiften är upplagd på samma sätt som för det Enkla lånet.

För både Medlemslån och Enkla lånet krävs en årsinkomst på minst 150 000 kronor samt att man inte har några betalningsanmärkningar. Ju längre tid man väljer att lägga upp lånet på desto högre total kostnad för lånet. Man kan välja att betala av lånet mellan två och elva år. För utbildningslån kan kunden låna mellan 20 000 -200 000 kronor till en rörlig ränta som för närvarande ligger på 6,75 %. Räntan är densamma oavsett studentens ekonomiska situation. För att kunna ta ett studentlån krävs att man är minst 18 år, är antagen student vid IHM eller Humanova, inte har några betalningsanmärkningar samt ett godkännande vid kreditprövning.

Skandiabanken

Historik

Banken ägs av försäkringsbolaget Skandia som i början av 2006 förvärvades av den Sydafrikanska försäkringskoncernen Old Mutual¹²⁹. Skandiabanken startades 1994 som en telefonbank men erbjuder numera tjänsterna över Internet med totalt 500 anställda i Norden¹³⁰. Med en balansomslutning på 51,2 mdr kronor hade banken en kundbas på 867 000 vid slutet av 2005. Utlåningen till allmänheten uppgick till 45,6 mdr med följande sammansättning 65 % bolån, 32 % billån och 3 % som avser främst kontokrediter¹³¹.

Lån utan säkerhet

Banken erbjuder endast en typ av lån utan säkerhet mellan 20 000-200 000 kronor. Lånet får högst vara 30 % av årslönen och har en effektiv ränta på 6,74 %. För att få ta lån krävs det att den lånsökande har en fast inkomst som överstiger 90 000 kronor, inte har några betalningsanmärkningar och är över 18 år¹³².

Swedbank (Föreningssparbanken)

Historik

Swedbank (tidigare Föreningssparbanken) grundades redan 1820 och var då en så kallad jordbrukskassa som hade till uppgift att tillgodose jordbrukets växande kapitalbehov. Banken har gått igenom ett flertal sammanslagningar, förvärv och namnbyten varav fusionen mellan

¹²⁹ www.Mergermarket.com

¹³⁰ <http://www.skandia.se/hem/default.aspx>

¹³¹ Skandiabanken årsredovisning 2005

¹³² <http://www.skandia.se/hem/default.aspx>

Sparbanken Sverige och Föreningssparbanken år 1997 var den mest omfattande. Swedbank har avtal om samarbete med ett 80-tal små och medelstora fristående sparbanker¹³³. Idag har Swedbank 8,7 miljoner privatkunder och 439 000 företagskunder i Sverige, Estland, Lettland och Litauen. Dessutom är banken närvarande i Helsingfors, Kaliningrad, Köpenhamn, Luxemburg, Marbella, Moskva, New York, Oslo, Shanghai, St Petersburg och Tokyo. I likhet med de övriga storbankerna är Swedbank en fullservicebank som betjänar alla kundsegment på de fyra hemmamarknaderna medan andra marknader är mer nischade. Banken uppnådde 2005 ett resultat på 12,2 mdr kronor med en balansomslutning på 1 274 mdr kronor och 16 648 anställda.¹³⁴

Lån utan säkerhet

Swedbank erbjuder sina kunder två typer av lån utan säkerhet. Dels privatlån Direkt och dels Medlemslånet som kräver att den lånsökande är ansluten till facket. Lånet får vara mellan 20 000-200 000 kronor med en återbetalningstid på upp till 10 år och en ränta på 5,75 – 8,75 %. Till detta kommer en uppläggningsavgift på 300 kronor om man söker via telefon eller 650 kronor om lånet tas på ett av bankens kontor. Det tillkommer även en aviseringsavgift vars belopp varierar beroende på om pengarna dras direkt från kontot (12 kronor) eller per faktura (35 kronor). Privatlånet kräver att den sökande har en inkomst på minst 160 000kr. Medlemslånet ställer samma villkor med tillägget att sökande måste vara medlem i facket. Lånet tar en lägre ränta på 6,75 % och kunden behöver inte betala vare sig uppläggnings- eller aviseringsavgift.

Wasa Kredit

Historik

”Verksamheten för leasing och avbetalning startades 1988 inom CEBECE Finans AB, bland annat genom samarbete med generalagenten för Mitsubishi.¹³⁵” Wasa Kredit bedriver ”leasing- och avbetalningsverksamhet samt blancoutlåning på den svenska marknaden” och är ett helägt dotterbolag till Länsförsäkringar Bank AB vars moderbolag är det publika bolaget Länsförsäkringar AB. Länsförsäkringar Bank har 85 bankkontor i Sverige och samarbetar även med Posten/Svensk kassaservice för att kunna ge en bredare service. Banken har 593 000 kunder och en total utlåning till allmänheten på 47 mdr kronor. Lån kan tas på kontoren, via

¹³³ Wikipedia

¹³⁴ Föreningssparbanken (Swedbank) Årsredovisning 2005

¹³⁵ <http://www.wasakredit.se/wasa/omWK/presentation.htm>

Internet eller per telefon¹³⁶. Wasa Kredit har en Balansomslutning på över 8 mdr kronor samt uppvisade 2005 ett resultat på 79 Mkr och sysselsatte under 2005 i genomsnitt 178 anställda.

Lån utan säkerhet

Lån utan säkerhet ges på belopp mellan 7 000 kronor och 150 000 kronor till lånsökande som har en fast inkomst av tjänst, är minst 20 år, inte har några betalningsanmärkningar, har varit fast anställd i minst 6 månader samt har varit folkbokförd i Sverige de tre senaste åren. Den effektiva räntan sätts individuellt och ligger för närvarande på mellan 5,45 %-12,65 %. Då tillkommer även en uppläggningsavgift på 395 kronor och en aviseringsavgift på 40 kronor per betalning¹³⁷.

¹³⁶ http://www3.lansforsakringar.se/Info/Om_Oss/Bank_fond/default.htm

¹³⁷ <http://ansokan.wasakredit.se/wasatr/setting/wasatr.lan?ksk=1230&pfwLinkID=-1>

