



LUNDS UNIVERSITET

Campus Helsingborg

Institutionen för Service Management

Examensarbete för kandidatexamen

Skuldfällan

Vems ansvar?

Ann Grönqvist
Emelie Håkansson
Karolina Zientara

Handledare:

Ola Thufvesson och Kristina Bäckström

Uppsats

VT 2012

Sammanfattning

Titel: Skuldfällan – vems ansvar?

Universitet: Lunds Universitet, Campus Helsingborg, Institutionen för Service Management

Kurs: SMKK01 Service Management: Examensarbete kandidatexamen, 15 hp, VT2012

Inlämningsdatum: 22 maj 2012

Författare: Emelie Håkansson, Ann Grönqvist och Karolina Zientara

Handledare: Ola Thufvesson och Kristina Bäckström

Nyckelord: Konsumtion, konsumtionssamhälle, överkonsumtion, köpberoende, kreditköp, skuldsättning, skuldfälla

Problem: Idag är det lättare än någonsin att låna pengar, och betalningsanmärkningar är inte längre något hinder för att varken ta lån eller handla på kredit. Detta, i hand med dagens konsumtionssamhälle och dess fria konkurrens, har resulterat i att individer konsumerar som aldrig förr, oavsett om de har råd eller inte. Dessa faktorer har resulterat i individens utveckling till köpberoende, där ångest och missnöje styr individen till en irrationell överkonsumtion. Trots köpberoendets ökning, fortsätter samhället och handeln påverka till ännu mer konsumtion, vilket är nödvändigt för att samhället ska gå runt. Samtidigt skapar detta fler skuldsatta individer, vilket kan leda till frågan om vem som ska ta ansvar för denna skuldsättning?

Syfte: Uppsatsens syfte är att belysa olika perspektiv angående orsaker till individens skuldsättning genom överkonsumtion av detaljhandelsvaror. Uppsatsen har även till syfte att diskutera ansvarstagande kring individens skuldsättning, samt ge förslag till olika åtgärder för att uppmärksamma och minska den ökande skuldsättningsproblematiken i samhället.

Metod: Utifrån ett hermeneutiskt perspektiv, har kvalitativa djupintervjuer, teoretisk bakgrund och dokumentstudier utgjort grunden till uppsatsens diskussion kring ansvarstagandet för den köpberoende individens skuldsättning. Uppsatsens empiriska undersökning har med utgångspunkt i den teoretiska referensramen, utgjort grunden för uppsatsens analys och diskussion.

Resultat: Uppsatsens resultat har fört fram slutsatsen om att det är individen som bär det största ansvaret i skuldfällan. Samtidigt har påverkande orsaker och faktorer, i form av uppväxtens konsumtionsbeteende, konsumtionssamhällets, handelsföretagens samt finansbolagens påtryckningar, en stor inverkan på individens utveckling av ett framtida köpberoende. Samhället arbetar idag förebyggande mot individens skuldsättning, men inte i samma utsträckning gällande köpberoende. Detta ställer kravet på individens egen kunskapssökning rörande de konsekvenser som köpberoende och skuldsättning kan resultera i. Kompletterande och vidare forskning kan ses inom samma ämnesområde men utifrån ett kvantitativt forskningsätt.

Innehållsförteckning

Kapitel 1 – En inledande del	6
1.1 Problembakgrund	6
1.1.1 Konsumtionssamhället och handelsföretagens påverkan till konsumtion	6
1.1.2 Samhällets dilemma.....	7
1.1.3 Den köpberoende individen fast i skuldfällan	7
1.2 Syfte och frågeställningar.....	8
1.3 En vägledning genom uppsatsen	9
Kapitel 2 – Teoretisk referensram.....	10
2.1 Samhällets utveckling och påverkan till överkonsumtion.....	10
2.1.1 Samhällets utveckling – från produktion till konsumtionssamhälle.....	10
2.1.2 Samhällets dilemma.....	10
2.1.3 Folkets bästa, för statens bästa	11
2.2 - Handelsföretagen och finansbolagens påverkan till överkonsumtion	12
2.2.1 Handelsföretagens effekt på individen	12
2.2.2 Marknadsföringens syfte	13
2.2.3 Finansbolagens möjliggöranden av större köpkraft.....	13
2.3 - Individen i köpberoendet	14
2.3.1 Vad ligger bakom individens överkonsumtion?	14
2.3.2 Köpberoende – ett beroende som alla andra?	16
2.3.3 En köpberoendes konsekvenser	16
Kapitel 3 - En beskrivning av uppsatsens valda metoder och tillvägagångssätt.....	18
3.1 Varför just köpberoende?	18
3.1 Allt börjar med en teori - tillvägagångssättet	18
3.4 En sökning ger förökning - den teoretiska insamlingen.....	20
3.5 En rådgivande början som slutade med ett SMS-lån - den kvalitativa metoden	21
3.3 Vilka deltog i undersökningen? - urvalet	22
3.5 Strävan mot största trovärdighet- Validiteten	22
3.6 Avgränsningar	23
Kapitel 4 - Resan mot skuldfällan.....	24
4.1 Vägen in i frestelsen.....	24
4.1.1 Med en början i konsumtionssamhället	24

4.1.2 En frestelse på vägen...	25
4.1.3 Frestelsens övergång till missnöje	26
4.2 Resans avgörande punkt - mot lånekarusellen	27
4.2.1 ”Köp nu, betala sen” – kredit och avbetalning	27
4.2.2 Lånet som finns ett SMS bort	29
4.2.3 Kreditgivarnas moral	29
4.3 Individen i fällan	32
4.3.1 Konsumtion blir ett beroende	32
4.3.2 Beroenden har en orsak	33
4.3.2 Köpberoendets förödande konsekvenser på individen	34
4.4 Åtgärder	36
4.4.1 Hoppet ses i de unga	36
4.4.2 Hjälp och rådgivning	37
4.4.3 Systembolaget- verksamheten med samhällsansvar	38
Kapitel 5 - Vems är då ansvaret?	41
Kapitel 6 - Slutsatser	46
6.1 Hur påverkar samhället, handelsföretagen och finansbolagen individen i köpberoendet?	46
6.2 Hur arbetar dagens samhälle förebyggande för att individen inte ska hamna i en skuldfälla?	46
6.2.1 Vilka förekommande brister kan vidare åtgärdas?	47
6.3 Vem bär ansvaret för överkonsumtionen inom detaljhandeln?	47
Kapitel 7 - Var slutar denna resa?	48
Källförteckning	49
Tryckta källor	49
Artiklar	50
Elektroniska källor	51
Elektroniska källor i bilagor	51
Muntliga källor	53
Bilagor	55
Bilaga 1 – Definition	55
Bilaga 2 - Konsumentkreditlagen	56
Bilaga 3 – Budget- och skuldrådgivningen	57
Bilaga 4 - Socialstyrelsen	58

Bilaga 5 - Kronofogdemyndigheten	59
Bilaga 6 - Resurs Bank.....	60
Bilaga 7 - Easycredit	61
Bilaga 8 - Ferratum	62
Bilaga 9 - Siba AB	63
Bilaga 10 - Systembolaget.....	64
Bilaga 11 – Intervjuguide - Budget- och skuldrådgivningen	65
Bilaga 12 - Intervjuguide – socialstyrelsen	66
Bilaga 13 – intervjuguide - Kronofogdemyndigheten.....	67
Bilaga 14 – Intervjuguide – Resurs bank	68
Bilaga 15 – Intervjuguide – SMS-lån (Easycredit, Ferratum)	69
Bilaga 16 – Intervjuguide - Siba	70
Bilaga 17 – Intervjuguide - Systembolaget.....	71

FÖRORD

Vi vill tacka uppsatsens berörda respondenter för deras medverkan och ett tillmötesgående och lärorikt möte.

Ett särskilt tack riktas även till Ann-Britt Aldeman, vars erfarenheter och engagemang har inspirerat oss till valet av uppsatsens ämne.

Slutligen tackar vi även våra handledare, Ola Thufvesson och Kristina Bäckström för goda synpunkter och vägledning.

Helsingborg den 13 Juni 2012

Kapitel 1 – En inledande del

”400 000 svenskar fast i samhällets lyxfälla” lyder rubriken från Kronofogdens artikel som presenterades i Aftonbladet, 2012-03-20, och har till syfte att visa trenden av ett samhälle som till viss del bygger på konsumtion för ”lånade pengar”. Vidare i artikeln presenteras uträkningar där det framgår att nästan 1,2 miljoner svenskar idag har ekonomiska problem, och av dem är det omkring 400 000 som aldrig kommer bli skuldfria (www.aftonbladet.se). I en annan artikel i tidningen Land, 2012-04-27; ”Att shoppa fyllde mitt tomrum” beskriver Mia Melker hur hon som före detta köpberoende konsumerade utöver sina ekonomiska tillgångar, en konsumtion som hon möjliggjorde med hjälp av finansiering av krediter (Funemyr, 2012:18–19). Att dagens samhälle handlar om att konsumera och att äga mycket fastställer Anne Nilbo från Budget- och skuldrådgivningen i Helsingborg, då hon berättar att 90 procent av de som söker sig till dem har ekonomiska problem som ett resultat av överkonsumtion för lånade pengar. Detta visar på aktualiteten kring problemet avseende överkonsumtion, där individer med hjälp av olika krediter försätter sig i en skuldfälla.

1.1 Problembakgrund

1.1.1 Konsumtionssamhället och handelsföretagens påverkan till konsumtion

Dagens samhälle kan beskrivas som ett konsumtionssamhälle där individens anlag att behöva, begära och längta är den största drivkraften (Bauman, 2008:36). Konsumtionssamhället upp av bland annat den irrationella egenskapen att konsumtion ska belöna konsumenten med en omedelbar tillfredsställelse och stimulans (Bauman, 2012:39–41). I konsumtionssamhället utsätts konsumenten hela tiden för nya frestelser, vilket då leder till att denne åter- och återigen känner nya behov för att konsumera (Alvesson, 2007:27).

Olika försäljningskanaler övertalar och lockar varje dag till mer konsumtion genom att utlova konsumenten ett bättre utseende, högre status eller förhöjd självkänsla (Alvesson, 2007:27). Den obotliga stressfaktorn av att hela tiden konsumera det senaste för att inte anses som ”ute” triggas även av att det konstant kommer ut nya ”förbättrade” produkter på marknaden. En bransch som speciellt står för denna stresskonsumtion är detaljhandeln, då det är en bransch som lever på snabb utveckling och hög innovationsnivå. Stressfaktorn har även en långsiktig förmåga att framkalla och absorbera missnöje, där konsumentens otillfredsställdhet används som en resurs till konsumtionen (Bauman 2008:58). Det är dock just en missnöjd konsument som krävs för att handeln ska drivas framåt (Alvesson, 2007:27).

1.1.2 Samhällets dilemma

Att handeln går framåt ligger i samhällets och statens intresse. Utan en framgångsrik och fungerande handel hade Sverige troligtvis hamnat i en ekonomisk kris, då ett lands välgång mäts i hur mycket pengar som byts genom bruttonationalprodukten (Heath & Potter, 2006:104). Konsumtionssamhället sätter därmed förhoppningarna om en ekonomisk tillväxt på konsumenten, som kan uppfylla denna plikt genom att konsumera mer (Bauman, 2012: 50). Denna utveckling har bland annat resulterat i konsumenters överkonsumtion för lånade pengar, vilket i sin tur har skapat stora problem för samhället. Kostnaderna för överskuldsatta människor är beräknade till 30-50 miljarder kronor för samhället varje år (www.aftonbladet.se). Trots att överkonsumtionen kostar samhället flera miljarder fortsätter handelsföretagen och konsumtionssamhället att locka individer till att konsumera, vilket i sin tur leder till fler individer med köpberoende och ekonomiska problem.

1.1.3 Den köpberoende individen fast i skuldfällan

Dagens tillgänglighet till kredit-, avbetalningsmöjligheter och SMS-lån är en bidragande faktor till att dagens konsumenter lättare hamnar i svårhanterbara ekonomiska situationer (Gerhard, 2008:06–107; Hjort, 2005:63–64). SMS-lån, krediter och avbetalning är faktorer som anses uppmuntra individen till att överkonsumera, vilket gör att relationen mellan den otillräckliga konsumenten, dennes otillfredsställda begär och dennes finansiella resurser blir avgörande (Aléx, 2003:114).

Några av de största drivkrafterna till en överdriven konsumtion och köpberoende kommer oftast från faktorer som dålig självkänsla eller brist på identitetskänsla (Marlatt, Baer, Donovan & Kivlahan, 1988:231–232; Nathan 1988:185–186), vilket handelsföretagen använder sig av för att locka till mer konsumtion genom att lova individen till ett bättre liv genom att konsumera mer (Alvesson, 2007:27). Detta i sin tur kan leda till stora ekonomiska problem hos individen, då denne eventuellt finansierar sin konsumtion för pengar den egentligen inte har. Den stress som kommer med dessa ekonomiska problem kan leda till fysisk och psykisk ohälsa, och visar en jämförbarhet med andra beroenden, som exempelvis alkoholism (O’Guinn & Faber, 1989:148–149). Trots likheten mellan dessa beroenden är det en stor skillnad på den uppmärksamhet och behandling som finns tillhands för dessa i dag. För dagens alkoholberoende individer har samhället tagit ett ansvar genom Systembolaget. På uppdrag från staten arbetar Systembolaget med begränsning och upplysning som strävar efter en minskad och mer ansvarsfull alkoholkonsumtion. Trots att samhället går miste om

vinstmaximering av alkoholkonsumtionen anses denna kontroll ändå vara relevant, då en ökad alkoholkonsumtion skulle anses riskerande för folkhälsan. (www.systembolagetkampanj.se).

1.2 Syfte och frågeställningar

Idag är det lättare än någonsin att låna pengar, och betalningsanmärkningar är inte längre något hinder för att varken ta lån eller handla på kredit. Detta, i hand med dagens konsumtionssamhälle och dess fria konkurrens, har i sin tur resulterat i att vi shoppar som aldrig förr, oavsett om vi har råd eller inte. Köpberoende är inget nytt fenomen men ses trots det inte som ett särskilt allvarligt problem, vilket har gjort att hjälpen till de drabbade kan uppfattas som bristfällig (www.svt.se). Konsekvenserna av ett beroende som överkonsumtion kostar samhället miljontals kronor varje år (www.aftonbladet.se). Trots det fortsätter samhället och handeln påverka till ännu mer konsumtion vilket krävs för att få handeln att gå runt. Var finns omtanken om individen i konsumtionssamhället och vem bör ta ansvar för den ökade skuldsättningen?

Uppsatsens syfte är att belysa olika perspektiv angående orsaker till individens skuldsättning genom överkonsumtion av detaljhandelsvaror. Uppsatsen har även till syfte att diskutera ansvarstagande kring individens skuldsättning, samt ge förslag till olika åtgärder för att uppmärksamma och minska den ökande skuldsättningsproblematiken i samhället.

För att undersöka syftet har vi tagit fram tre frågeställningar:

- Hur påverkar samhället, handelsföretagen och finansbolagen individen i köpberoendet?
- Arbetar dagens samhälle förebyggande för att individen inte ska hamna i en skuldfälla? Vilka förekommande brister kan vidare åtgärdas?
- Vem bär ansvaret för överkonsumtionen inom detaljhandeln?

1.3 En vägledning genom uppsatsen

Den teoretiska referensramen

I kapitel 2 presenteras de teorier och begrepp; konsumtionssamhälle, missnöjesproduktion, överkonsumtion, köpberoende och skuldsättning, som ligger till grund för uppsatsens analys. Indelningen av det teoretiska kapitlet sker utifrån tre perspektiv; samhället, handelsföretagen och finansbolagen, samt individen.

En beskrivning av uppsatsens valda metoder och tillvägagångssätt

I kapitel 3 beskrivs uppsatsens tillvägagångssätt avseende den teoretiska och empiriska materialinsamlingen i form av kvalitativa intervjuer. En introduktion av den empiriska undersökningens respondenter, samt en diskussion kring empirins trovärdighet samt avgränsningar presenteras.

Resan mot skuldfällan

I kapitel 4 analyseras den empiriska undersökningens material med utgångspunkt i den teoretiska referensramen. Analysen avser att skildra orsaker och ansvar i individens resa mot skuldfällan. Analysen avrundas med presentationen av åtgärder behandlande köpberoende och skuldsättning.

Diskussion som resultat av analys – vems är då ansvaret?

I kapitel 5 diskuteras viktiga aspekter som behandlats i analysens. Här granskas grundligt orsaker till och ansvar för överkonsumtionen i samhället.

En slutsats

I kapitel 6 sammanfattas de huvudsakliga slutsatser som analys och diskussion har lett fram till. Här sker en återkoppling till uppsatsens grundläggande frågeställningar.

Slutar denna resa här?

I kapitel 7 avslutas uppsatsen genom en diskussion kring vidare forskning inom ämnesområdena. Här diskuteras kunskap som uppsatsen bidragit med, samt kunskap som kan undersökas ytterligare för vidare forskning.

Kapitel 2 – Teoretisk referensram

2.1 Samhällets utveckling och påverkan till överkonsumtion

I detta avsnitt presenteras olika teoretikers meningar om dagens konsumtionssamhälle och dess påverkande roll i överkonsumtionen. Avsnittet är till för att skapa större förståelse i hur samhället påverkar individen till överkonsumtion och konsumtionens betydelse för samhället.

2.1.1 Samhällets utveckling – från produktion till konsumtionssamhälle

Filosofen Bauman (2008) beskriver hur samhället har genomgått en utveckling från ett stabilt produktionssamhälle till dagens konsumtionssamhälle (Bauman, 2008:37–39). Övergången har resulterat i många djupgående förändringar. Den största förändringen kan ses i det sätt som konsumenten idag tränas och fostras till att uppfylla kraven från sin sociala identitet, det vill säga integrationen i den sociala ordningen. Ett exempel kan återfinnas i hur dagens konsumtionssamhälle bland annat har etablerat konsumentens egenskap i att tänka irrationellt, med drivkraften att uppnå en omedelbar stimulans, där denna form av egenskap skulle uppfattas som ansvarslös i ett produktionssamhälle (Bauman, 2008:39–41).

Bauman (2012) beskriver valfriheten som en av grundstenarna för konsumtionssamhället, där möjligheten att göra val bestämmer konsumentens livsambitioner och föreställningen om hur ett ”gott liv” ser ut. En större valfrihet kan ses som mått på var individen är placerad i den sociala hierarkin och hur nära den befinner sig ”livets goda ideal” (Bauman, 2012:50). Professorn Salomon (1996) ställer sig dock emot detta och menar att friheten istället omvandlas till en plikt till att konsumera mer (Salomon, 1996:66–69), då ett samhälles ekonomiska tillväxt ställs på konsumenten, genom att locka denne att uppfylla sin plikt att vilja konsumera mer (Bauman, 2012: 50).

2.1.2 Samhällets dilemma

Sverige är en av världens ledande innovatörer med en nästintill balanserad budget och hanterbar statsskuld, vilket har resulterat i att de nu ligger på tredje plats i listan över de mest produktiva och konkurrenskraftiga ekonomierna i världen (Schwab, 2012:12–13). Värdet på de varor och tjänster som ett land producerat under en viss tidsperiod kallas för landets bruttonationalprodukt; BNP. BNP ger en omfattande bild över hur rikt ett land är och är ett av de vanligaste måtten som beskriver ekonomisk tillväxt (Heath &

ett land är och är ett av de vanligaste måtten som beskriver ekonomisk tillväxt (Heath & Potter, 2006:104). För att Sverige ska kunna följa med i utvecklingen och hålla den position de har nu krävs en produktion av varor och tjänster, vilka inte skulle kunna produceras utan någon slags konsumtion. Att handeln går framåt ligger alltså i samhällets och statens intresse, och förhoppningar på en ekonomisk tillväxt sätts på konsumenterna som kan uppfylla detta genom en omfattande konsumtionsvana (Heath & Potter, 2006, s.104; Bauman, 2012:50). Olika former av lagring, sparande eller investeringar kan ur detta perspektiv alltså ses som ineffektiva, då dessa endast utgör ett löfte om en framtida breddning av konsumtionsvalet. Ett ökat sparande och minskandet av köp på kredit uppfattas här som negativt ur ett konsumtionsförlopp, växande konsumtionskrediter kan alltså ses som ett tecken på en positiv utveckling (Bauman, 2012:50).

På senare tid har produktionsutvecklingen ökat så mycket att konsumtionen i dagens samhälle kan ses som otillräcklig. Detta har haft en påverkan på marknaden att fokusera ännu mer på ökad konsumtion för att uppnå en balans (Worldwatch Institute, 2004:22). Konjunkturer fluktuerar dock och marknaden blir beroende av konsumtionen för att uppnå uppåtgående kurvor och större balans (Fregert & Jonung, 2005:353). Ett samhälle där det förutsätts att individen ska arbeta, betala skatt och konsumera kan samtidigt få stora kostnader om en individ på något sätt hamnat i ett samhälligt utanförskap. Anledningen till utanförskapet kan vara ett beroende av något slag, inte minst köpberoende, där kostnaderna kommer från konsekvenserna av beroendet. Den drabbade kanske inte längre kan arbeta och betala skatt, och istället kräver sjukvård, socialbidrag eller A-kassa, vilket resulterar i en negativ effekt för samhället (Worldwatch Institute, 2004:22).

2.1.3 Folkets bästa, för statens bästa

Doktorand Sandberg (1999) beskriver hur ett upplysningsideal fick fäste i det svenska samhället redan på 1700-talet om att skapa ett bättre samhälle genom kunskapsspridning. Ohälsa, sjukdom och ett sunt levnadssätt skulle fördrivas genom folkhälsoupplysning, där den informerade och upplysta människan förväntades fatta rationella och kloka beslut (Sandberg 1999:1-4). Docenten Johannisson (1990) beskriver att statens intresse för folkhälsan utvecklades ytterligare på 1800-talet och har sedan dess uppfattats som ett betydelsefullt område för statliga åtgärder och reformer (Johannisson, 1999:64). Lupton (1997) förklarar att befolkningens hälsa kan ses i statens intresse av det skälet att samhället är beroende av en god folkhälsa. Vidare menar han att statens intresse i folkhälsan inte har sin

grund i humanitära skäl utan av ekonomiska intressen, alltså av intresset för arbetskapacitetens välgång (Lupton 1997:27–32).

2.2 - Handelsföretagen och finansbolagens påverkan till överkonsumtion

I detta avsnitt presenteras olika teoretikers meningar om handelsföretagens påverkan på konsumtion, samt finansbolagens möjliggörande av konsumtionen. Syftet med avsnittet är att skapa en djupare förståelse för hur handelsföretagen med hjälp av innovation och marknadsföring skapar otillfredsställelse hos individen, vilket leder till en ökad konsumtionsiver. Det har även till syfte att belysa hur finansbolagen genom kredit och SMS-lån driver denna överkonsumtion framåt.

2.2.1 Handelsföretagens effekt på individen

Ekonomisk tillväxt i samhället och tekniska innovationer har medfört att genomsnittspersonen i dagens samhälle lever i ett överflöd av materiell bekvämlighet (Alvesson ur F&F 8/2006). Nordfält (2007), Bergstöm och Fölster (2009) menar att utbud, priser och tillgänglighet spelar stor roll för konsumentens livskvalitet, likaså handelsföretagets förmåga att erbjuda ett brett sortiment (Bergström & Fölster, 2009:8; Nordfält, 2007:41). Professor Alvesson (2008) förklarar vidare att om sortimentet består av nya innovativa produkter så utsätts konsumenten för stressen att hela tiden sträva efter att konsumera det ”nya”. Om konsumenten är helt nöjd med kläder, mobiltelefon eller dator finns ingen anledning för ytterligare konsumtion. Konsumtionssamhällets starka benägenhet är då att få konsumenten att konsumera mer med hjälp av missnöjesproducerande krafter, med framhävandet av nya produkters förtjänster och därmed de omoderna produkternas brister. I takt med att konsumtionssamhället skapar begär hos konsumenterna ökar även förväntningarna på nya produkter. Kommer inga nya produkter, blir konsumenten missnöjd av denna faktor istället (Alvesson ur F&F 8/2006).

Alvesson (2007) har tagit fram ett nytt begrepp som speglar denna konsumtionsbaksida; missnöjesproduktion. Han menar att det faktum att det hela tiden kommer ut nya produkter för att öka konsumtionen, till stor del handlar om att skapa otillfredsställelse och missnöje hos kunden (Alvesson, 2007:26–27). För att öka individens konsumtionsförmåga måste den alltså hela tiden utsättas för nya frestelser så att den ständigt har en känsla av spänning, som egentligen är ett tillstånd av misstro och missnöje (Bauman, 2012:42–44). Missnöjesproduktion är alltså en faktor som leder till konsumtionsiver, där befintligheten av nya moderna produkter kan förmedla en optimal känsla samtidigt som det kan ge känslan av

underlägsenhet. När det gäller dyra märkesvaror kan de andra produkter som inte tillhör dessa framstå som mindre värda (Alvesson ur F&F 8/2006).

2.2.2 Marknadsföringens syfte

Till följd av konsumtionsbranschens påverkansarbete som ämnar öka konsumtionen genom att skapa otillfredsställelse hos kunden, har dagens marknadsföring ändrat mening. Förut var reklamens syfte att framhäva och överdriva produkternas fördelar, men detta räcker inte i dagens samhälle. Idag strävar reklamindustrin efter att skapa missnöjda och uttråkade konsumenter, för att denne ska konsumera för att känna sig nöjd och underhållen igen (Alvesson ur F&F 8/2006).

Bauman (2012) och Friese (2001) förklarar vidare att reklam har en tendens att göra konsumenter missnöjda med sitt sätt att leva och förser dem med en negativ självmedvetenhet. Ett budskap sänds om att det inte är individen som är vacker och har en förmåga att skaffa många vänner, utan det är det produktifierade leendet eller den nya mobiltelefonen som är anledningen till detta. Det som finns naturligt hos konsumenten framställs som negativt och i behov av förbättring. Syftet är att konsumenten ska bli schizofrent självmedveten och få en önskan till social succé med hjälp av en produkt som är ”godkänd” av omgivningen. För att uppnå detta marknadsförs produkten med aspekter som troligtvis kan saknas i konsumentens liv, så som romantik, skönhet, äventyr eller komfort (Friese, 2001:16; Bauman, 2012:63). Forskarna Belk, Ger och Askegaard (2003) menar även att konsumenterna gärna fungerar som marknadsföringens mottagare, genom bland annat fönstershopping, TV-tittande och observation av andras konsumtion (Belk, Ger & Askegaard, 2003:327). Konsumenten är oftast inte medveten om denna påverkan vilket gör att de lockas köpa en produkt av dessa påverkande skäl (Friese, 2001:16; Bauman, 2012:63; Alvesson ur F&F 8/2006).

2.2.3 Finansbolagens möjliggöranden av större köpkraft

Påtryckningen från handelsföretagens marknadsföring pressar de svaga konsumenterna att konsumera mer, oavsett om de har råd eller inte. Krediter, avbetalningar och SMS-lån blir då tacksamma betalningslösningar för dessa konsumenter (Hjort, 2005:54-60). Att handla på kredit betyder att konsumenter gör inköp med pengar som inte finns på kontot vid inköpstillfället, utan förväntas komma in senare då kreditfakturan ska betalas. Avbetalning är en form av kreditköp, och ger en möjlighet till att betala för en vara eller tjänst i efterhand.

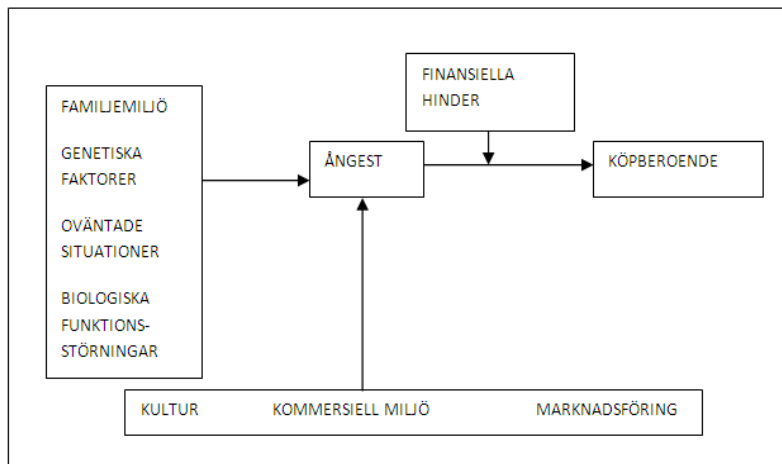
Betalningen delas här oftast upp i delbetalningar, exempel månadsvis, och fördelas över en viss tid. SMS-lån är även en form av kredit där lånetagaren snabbt kan låna en mindre summa, och lånetiden ofta rör sig om en månad (www.riksdagen.se). Alla dessa former av kredit möjliggör en konsumtion utöver individens ekonomiska tillgångar, vilket i många fall kan påskynda köpprocessen då denne inte behöver ta hänsyn till sin brist på kapital vid köptillfället (Hjort, 2005:54–68). Gerhard (2008) menar att den ständiga utvecklingen och det ökade utbudet av dessa kredit- och avbetalningsköp som praktiskt taget finns i alla butiker möjliggör och frestar till överkonsumtion (Gerhard, 2008:06–107). Hjort (2005) menar att kreditgivare inte förväntas vara sparsamma i kreditgivningen till kunden. Detta är speciellt relevant i de fall då avgifter kan leda till dröjsmålsränta eller att inkassobolag kopplas in och pengar finns att tjäna på affären (Hjort, 2005:54–68). Krediter, avbetalningar och SMS-lån behandlas dock alla i konsumentkreditlagen, där lagen innehåller vissa bestämmelser om skyldigheter som kreditgivaren måste följa.

2.3 - Individen i köpberoendet

I detta avsnitt presenteras olika teoretikers meningar om hur individen i ett konsumtionssamhälle kan hamna i en överdriven konsumtionsvana och slutligen i ett köpberoende. Syftet med avsnittet är att upplysa om olika psykiska faktorer som bidrar till detta beroende, vilka både samhället och handelsföretagen påverkar till. Även köpberoendet i förhållande till andra beroenden belyses.

2.3.1 Vad ligger bakom individens överkonsumtion?

Professorerna Holbrook & Hirschman (1982) menar att den individuella kundens köpbeslut har förändrats från rationellt till irrationellt. Ett irrationellt köpbeslut menar de fattas genom känslomässiga reaktioner så som fantasier, njutningar och önskningar (Holbrook & Hirschman, 1982:132). Professor Underhill (2006) menar vidare att i dagens samhälle konsumerar inte individer enbart på grund av att de vill uppfylla ett behov, utan för att exempelvis uppleva underhållning, belöning, terapi och tidsfördriv (Underhill, 2006:76). Här kan faktorer så som dålig självkänsla, brist på identitetskänsla, strävan efter social tillhörighet eller en vilja att uppfylla en fantasibild av sig själv vara grundläggande till individens drivkraft att konsumera (Marlatt et al. 1988:231-232). Teoretikerna Valence, d'Astous och Fortier (2004) har utvecklat en begreppsram som visar på en individs utveckling till ett köpberoende;



Figur 2.3.1.1 Tvångsmässigt köpbeteende: En begreppsram, (Efter Valence, d'Astous & Fortier, 2004:424)

I begreppsramen identifieras de faktorer som kan utveckla ett köpberoende, där ångest är den centrala faktorn som tenderar att skapa en tvångsmässig handling. Individens familjemiljö, genetiska faktorer, oväntade situationer och biologiska funktionsstörningar är faktorer som menas skapa individens personlighet. Detta i kombination med allmänna orsaker så som den kultur och kommersiella miljö individen lever i, samt omvärldens marknadsföring, kan leda individen till ångest vilket i sin tur kan resultera i ett köpberoende. Köpberoendet kan i sin tur skapa stora ekonomiska problem för individen (Valence, d'Astous & Fortier, 2004:424). Alvesson (2007) menar vidare att konsumtion delvis grundas i en social jämförelse, där individen har erfarenheten av en hög materiell standard, och tillfredsställer sina behov i förhållande till uppfattningen om andras levnadsstandard (Alvesson, 2007:25). Professorn och psykologen Fahlke (2009) resonerar vidare att det å andra sidan, precis som begreppsramen visar på, kan handla om individens uppväxtmiljö, där ett socialt arv från en otrygg och instabil uppväxt kan ha påverkat individens synsätt på konsumtion (Fahlke, 2009:36).

Bauman (2012) beskriver vidare att det idealiska i dagens konsumtionssamhälle är att ge konsumenten en ögonblicklig tillfredställelse, precis som Alvesson (2007) menar med sin teori om missnöjesproduktion. Detta förser konsumenten med känslor som bland annat gör att denne blir impulsiv och rastlös. I detta tillstånd kan konsumentens konsumtionsförmåga tänjas så att förhoppningen om tillfredställelse blir en viktigare prioritet för konsumenten än själva behovet, vilket gör att konsumenten köper mer än den behöver (Bauman, 2012:42-44; Alvesson, 2007:26–27). Impulsivitet är alltså en viktig faktor bakom överkonsumtion, då en konsument upplever en plötslig kraftfull drift att köpa någonting omedelbart. Rook (1987) tillhandahåller en övergripande definition av impulsivitet innehållandes aspekter så som att

köpet är svårt att kontrollera och att det uppföljs av en känslomässig reaktion, där impulsköpet ofta sker med en minskad hänsyn till dess konsekvenser (Rook, 1987:191).

2.3.2 Köpberoende – ett beroende som alla andra?

Professorerna O' Guinn och Faber (1989) beskriver två olika kriterier som ska finnas för att ett beteende ska räknas som ett beroende. Dessa kriterier är att beteendet i fråga ständigt måste upprepas och vara ett problem för individen (O'Guinn & Faber, 1989:148). Forskaren Marlatt (1988) menar vidare att individen omedvetet kan befinna sig i ett beroende, vilket till slut kan resultera i att det nedbrytande beteendet är utom kontroll (Marlatt, 1988:237). Den viktigaste faktorn i att förklara varför köpberoende går att jämföra med andra konsumtionsberoenden, är den motivation som ligger bakom beteendet (Marlatt, 1988:225; O'Guinn & Faber, 1989:150). För att se denna likhet krävs att den primära motivationen baseras i lindring av ångest eller dålig självkänsla, snarare än en önskan om materiel anskaffning (O'Guinn & Faber, 1989:150). Drogeterapeuten Craig Nakken (1996) förklarar att något som alla beroendeprocesser har gemensamt är den kontrollösa strävan efter fullständighet och lycka, genom relationen med ett objekt eller en händelse. Den köpberoende upplever till exempel en humörförändring genom en shoppingrunda medan alkoholisten upplever detta drickandes vid baren. Med lyckan som individen känner genom denna konsumtion medföljer en maktkänsla, och då denne är rädd för att förlora denna makt återkommer detta beteende. Alla beroenden, från olika droger till mat- eller köpberoende, skapar denna grad av tillfredsställelse. Tillfredsställelsen sätter individen utom kontroll med ett ständigt lovande om lindring från smärta. Oftast kommer smärtan tillbaka djupare och mer ihållig ju längre in i beroendet individen befinner sig, vilket påverkar konsekvenserna ytterligare (Nakken, 1996:3-4).

2.3.3 En köpberoendes konsekvenser

Konsekvenser som kan utvecklas från ett beroende av exempelvis alkohol, droger och rökning kan vara direkt fysiska skador, medan beroenden i form av köpberoende ofta menas ha en annorlunda utgång. O'Guinn och Faber (1989) uppmärksammar dock att även om den fysiska aspekten är en viktig faktor att ta hänsyn till gällande beroenden, så ska inte konsekvenserna av köpberoende underskattas, då detta kan leda till stora ekonomiska, sociala och psykologiska problem hos individen. Stressen som uppkommer i takt med dessa problem kan i sin tur leda till fysisk ohälsa vilket gör det högst jämförbart med andra nämnda konsumtionsberoenden (O'Guinn & Faber, 1989:148–149). Nakken (1996) ger ett exempel

på detta då en spelberoendes agerande blev okontrollerbart och casinot fyllde tomrummet efter en bortgången make, vilket höll sorgen på avstånd. Till följd av detta ökades istället lidandet då detta resulterade i ekonomiska svårigheter, vilket gjorde att beroendet ledde till stora konsekvenser för individen (Nakken, 1996:4-5).

Det finns olika nivåer beträffande hur pass negativt och nedbrytande ett beroende är. Den lägsta nivån framställer missbruket som en dålig vana, den mellersta nivån liknas med att ha drabbats av en sjukdom och på den översta nivån kan det på ett extremt plan ses som ett brott. Hur samhället ser på ett sådant här problem är högst relevant då det påverkar vår uppfattning om svårighetsgraden på konsekvenserna, den grad av kontroll som individen behöver och även vad som behövs erbjudas för behandling. Vanliga behandlingar för beroenden, som exempelvis alkoholberoende, handlar ofta om att antingen skapa total abstinens genom att helt avstå från denna konsumtion, eller begränsad användning av konsumtionen, där terapi hjälper individen genom processen (O'Guinn & Faber, 1989:149). Nakken (1996) förklarar att en specifik behandling fungerar på så många olika grupper just för att det i grund och botten är samma beteende som behandlas. Även om det finns stor olikhet mellan konsumtionen i de olika missbruken så har de centrala likheter i grunden (Nakken, 1996:6). En ”total abstinens”-behandling kan dock inte ses som relevant vid ett köpberoende, då någon form av konsumtion kan ses som nödvändigt för att överleva. Här måste ingripandet ligga i att förändra beteendet istället för att undvika det (O'Guinn & Faber, 1989:149).

Kapitel 3 - En beskrivning av uppsatsens valda metoder och tillvägagångssätt

I följande kapitel beskrivs uppsatsens valda forskningsmetod samt perspektiv och upplägg för den teoretiska referensramen och analysen. Inledningsvis presenteras valet av uppsatsämnet och fortsätter vidare med att beskriva tillvägagångssättet i den teoretiska och empiriska materialinsamlingen. Avslutningsvis introduceras urvalet av den empiriska undersökningens respondenter, undersökningens validitet, samt avgränsningar

3.1 Varför just köpberoende?

Efter en treårig utbildning i Service Management har vi fördjupat kunskap inom områden behandlade organisation, ledarskap och varumärke, detta med fokus på ökning av försäljning och konsumtion. Vi uppfattade dock en kunskapslucka gällande baksidan av konsumtion, och de negativa konsekvenser som kan upplevas i den situation då överkonsumtion resulterar i konsumentens överskuldssättning. Efter granskning av tidigare forskningsfält kring överkonsumtion och köpberoende fann vi många likartade forskningar, där fokuset i de flesta fall hade koncentrerats på beroendets sociala och psykiska aspekter av problemet. Dock uppfattade vi ansvarsaspekten rörande detta problem som bristfällig. Vi fann det därför intressant att upplysa orsaker och ansvar avseende överdriven konsumtion. En viktig avgränsning som tidigt gjordes var att undersökningens syfte inte skulle sträva mot att hitta en lösning för skuldsättningens samhällsproblem, utan snarare skildra en omfattande analys, diskussion och tolkning kring orsak och ansvar inom ämnesområdet (Rienecker 2003:9). Genom att lyfta fram individen från konsumtionssamhällets, handelsföretagens och finansbolagens perspektiv inom ämnet, skapades den empiriska undersökningens syfte att skildra samtliga aktörers syn och tolkningar med utgångspunkt i skuldsättningens samhällsproblem.

Bilaga 3-10, ger en överblick över uppsatsens valda aktörer som fyller en funktion och har en påverkan i den så kallade resan mot skuldfällan. Bilagan redogör för de verksamheter och företag som uppsatsens respondenter arbetar inom.

3.1 Allt börjar med en teori - tillvägagångssättet

För att kunna kartlägga tidigare forskning och skapa en förståelse och kunskap över ämnet överkonsumtion, utfördes en omfattande litteratursökning där fokus lades på begreppen *konsumtionssamhälle, missnöjesproduktion, överkonsumtion, köpberoende* och *skuldfälla*.

Utifrån tidigare forskning kunde konstateringen göras att undersökningar med ämnet köpberoende främst hade belysts utifrån sociala och psykologiska infallsvinklar. För att behålla fokuset kring konsumtionssamhället och handelsföretagen, togs därför beslutet att skildra de olika aktörernas funktion och påverkan i individens resa mot skuldfällan. Samhällsproblemet rörande den köpberoende individens skuldsättning, valdes att speglas ur ett hermeneutiskt tolkningsperspektiv, baserat på uppsatsens ansats att skapa en förklaring och förståelse i individens överkonsumtion av krediter (Bryman, 2011:26). Efter formuleringen av ett preliminärt syfte och frågeställningar, möjliggjordes även fastställningen av den empiriska undersökningens syfte samt identifieringen av relevanta personer till undersökningen. Beslutet att utföra en kvalitativ forskning togs då empirins avsikt var att belysa respondenterna uppfattning och synsätt. Kvalitativa djupintervjuer genomfördes med samtliga intervjupersoner utifrån en semistrukturerad konstruktion, där samtalen berördes och strukturerades utifrån specifika teman, med hjälp av en så kallad intervjuguide. Enligt Bryman (2011) så är en fördel med kvalitativa djupintervjuer att metoden skapar möjlighet till en diskussion med fria ramar, där den intervjuade kan belysa det han/hon uppfattar som relevant (Bryman 2011:127, 300–301). Valet att utföra telefonintervjuer och mailintervjuer limiterades endast till de situationer då resurserna var begränsade, vilket i intervjuernas fall grundades i uppsatsens tidsbegränsning samt det geografiska avståndet respondenterna befann sig på (Jacobsen, 2007:101). De kvalitativa intervjuerna resulterade i flexibla och öppna samtal, vilket medförde utförliga och detaljerade svar samt beskrivningar. Samtidigt bidrog valet av kvalitativa intervjuer till respondenternas frihet att utforma svaren på sitt eget sätt (Bryman, 2011:300-301).

För att underlätta en trovärdig och noggrann analys av intervjupersonernas svar, utfördes en transkribering av samtliga djupintervjuer och telefonintervjuer, vilket även Jakobsen (2007) menar är fördelaktigt och ett ideal vid tillämpning av kvalitativ metod (Bryman, 2011:310; Jakobsen, 2007:136). Med utgångspunkt i Jacobsens (2007) tolkning av kvalitativ analys, samlades och strukturerades de transkriberade intervjuerna, mailintervjuer och anteckningar. Intervjuerna granskades därefter i syfte att jämföras med den teoretiska referensramen, samt respondenterna emellan, för att slutligen kunna genomföra en kvalitativ analys (Jacobsen, 2007:135).

3.4 En sökning ger förökning - den teoretiska insamlingen

Som tidigare nämnt, påbörjades uppsatsens litteratursökning genom att söka på tidigare artiklar och kandidatuppsatser belysande liknande ämnen. Efter ett preliminärt fastställt syfte, påbörjades en reviderad och mer avsmalnad litteratursökning där engelska sökord och begrepp användes, som; *consumption*, *compulsive buying*, *impulsive buying*, *passionate consumption*, *consumption addiction* och *credit purchase*. Detta möjliggjorde en sökning bland engelska artiklar vilket resulterade i en mer omfattande insamling av teori. Denna litteraturstudie utgjorde därefter grunden i uppsatsens hermeneutiska synsätt, där tolkning och skildring av texter och teorier utgick från upphovsmannens perspektiv (Bryman, 2011:370).

För att säkerställa en trovärdighet i urvalet av källorna så användes databaserna Libris, Libhub, EBSCOhost, Summon och Google Scholar. Därefter analyserades trovärdigheten i artiklarna genom kontrollen av antalet gånger författaren eller artikeln blivit citerad. En sökning av referenslistor utfördes även i litteratur, artiklar och kandidatuppsatser med målet att finna ett ytterligare relevant teoretiskt material.

Dokumentstudier i uppsatsen utgjordes till största del utifrån granskningen av officiella dokument från statliga myndigheter, exempelvis konsumentkreditlagen och officiella dokument från privata källor, i form av de empiriska aktörernas hemsidor, PR-material och internt organisationsmaterial (Bryman, 2011:361-363). Dessa studier har används främst i ändamålet att få information om bland annat de intervjuade aktörernas funktion, utbud och tjänster. Genom utförandet av dokumentstudier, kunde grundläggande bakgrundsfrågor uteslutas, för att undvika irrelevant information under intervjutillfället (Bryman, 2011:363). Även massmediaprodukter i form av dokumentstudier, där dagstidningar, tidskrifter och webbsidor har granskats och utgjort omfattande del i uppsatsen, men samtidigt behållit sin kvalitativa natur för att endast fylla funktionen av att visa på samhällproblemets omfattning, med köpberoende och skuldsättning (Bryman, 2011:364). Den sekundärdata som användes var bland annat; Aftonbladet.se, SVT.se, Sverigesradio.se samt veckotidningen Land.

Utifrån dokumentstudien användes bland annat Mia Melker, före detta köpberoende, *Land*. (2012-04-27) som betydande informationskälla i den empiriska analysen.

3.5 En rådgivande början som slutade med ett SMS-lån - den kvalitativa metoden

Uppsatsens empiriska material grundades i fyra djupintervjuer, tre telefonintervjuer samt två mailintervjuer, som genomfördes mellan den 2:a till 14:e maj 2012. Djupintervjuerna utfördes enligt Jacobsens (2007) resonemang i en naturlig miljö, där miljön uppfattas som bekväm för respondenten, vilket i samtliga djupintervjuer var på respondenternas arbetsplats. Valet av intervjuplats ansågs som viktigt för att undvika respondenternas distraktion, och en eventuell påverkan på genomförandet av intervjun (Jacobsen, 2007:95). Beslutet tog därför att utföra intervjuerna på arbetsplatserna för att uteslutande fokusera på verksamhetens perspektiv.

De inledande intervjuerna utfördes med Budget- och Skuldrådgivningen, Socialstyrelsen och Kronofogdemyndigheten, vilket var ett medvetet val, för att skapa en grund och ökad förståelse för samhällets perspektiv på individens köpberoende och skuldsättning, samt hur de arbetar förebyggande inom området. Denna grund resulterade i en större inblick i problemen med skuldsättning och köpberoende samt möjliggjorde en skickligare konstruktion av intervjufrågor till resterande intervjuer. Valet att avslutningsvis intervjua finansbolaget Resurs Bank AB samt SMS-lånebolagen Easycredit Northmille AB och Ferratum Sweden AB, medförde även möjligheten att ta upp information utifrån tidigare intervjuer och på så sätt uppfatta respondenternas syn och tolkning av dessa åsikter. Vidare utfördes en telefonintervju med Siba AB för att kunna spegla ett handelsföretags perspektiv i den empiriska undersökningen. Valet att intervjua Siba baserades även på det förekommande samarbetet med Resurs Bank. En central respondent i den empiriska undersökningen var även Ann-Britt Aldeman, före detta köpberoende och grundare för Köpberoendes Riksförbund, som bidrog med relevant information i undersökningen genom sin erfarenhet från sitt tidigare köpberoende. En telefonintervju genomfördes även med Systembolaget i syftet att jämföra och analysera de samhällsåtgärder som tillämpas för att minska alkoholkonsumtion och vidare jämföra dessa med samhällsåtgärderna som idag förebygger köpberoende och skuldsättning. Systembolaget användes vidare i den empiriska analysen som en jämförande aktör för framtagningen av åtgärder för köpberoende och skuldsättning.

Samtliga intervjupersoner tillfrågades och gav sitt godkännande för att spela in intervjun, vilket senare underlättade transkribering. Både djupintervjuerna och telefonintervjuerna utfördes enligt tematiskt upplagda intervjuguider som varade mellan 40-90 minuter för att

öka möjligheten till relevant information. Under intervjutillfällena fanns även samtliga gruppmedlemmar på plats för att säkerställa jämförbarheten av respondenternas svar (Jacobsen, 2007:99).

3.3 Vilka deltog i undersökningen? - urvalet

Ryen (2004) understryker vikten av att hitta de respondenter som är mest informationsrika och bidragande (Ryen, 2004:77–80). Vid urvalet av personer till den empiriska undersökningen togs därför beslutet av att uteslutande använda respondenter, för att möjliggöra en direkt och djup kunskap om respondentens verksamhet och kompetens (Jacobsen, 2007:121). Även Ryen (2004) understödjer detta resonemang och menar att detta urval säkerställer ett relevant innehåll i empirin och höjer den empiriska undersökningens reliabilitet (Ryen, 2004:80). Utifrån uppsatsens ansats att skapa en heltäckande bild över de aktörer som individen kan möta under skuldsättningens resa, valdes följande respondenter:

Djupintervju

- Bo Tillberg & Anne Nilbo, Budget- och skuldrådgivare, Budget- och skuldrådgivning Helsingborg 2012-05-02
- Kristin Holm, Socialsekreterare, Socialstyrelsen Helsingborg 2012-05-03
- Robert Olsson, Kommunikationschef, Kronofogdemyndigheten Malmö 2012-05-03
- Olof Engvall, Kommunikationschef, Resurs Bank AB Helsingborg 2012-05-04

Telefonintervju

- Åsa Hessel, Kommunikationschef, Systembolaget Stockholm 2012-05-10
- Ola Nyström, Personalansvarig, Siba AB Göteborg 2012-05-11
- Thomas Rahman, Verksamhetschef Ferratum Sweden AB 2012-05-14

Mailintervju

- Ann-Britt Aldeman, representant för Köpberoendets Riksförbund samt före detta köpberoende Stockholm 2012-05-09
- Markus Eriksson, Press- och informationsansvarig, Easycrredit, Northmill AB Kista 2012-05-11

3.5 Strävan mot största trovärdighet- Validiteten

Enligt Jacobsen (2007) är det möte mellan den intervjuade och respondenten som utmärker i en atmosfär av öppenhet, nyansrikedom och flexibilitet, ett resultat av hög intern validitet i den empiriska undersökningen (Jacobsen, 2007:51). Samtidigt kan respondenternas

erfarenhet och kunskap inom arbetsområdets verksamhet även vara ett tecken på en god reliabilitet enligt Jacobsen (2007). Baserat på uppsatsens empiriska undersökning, som utgörs av relevanta och erfarna respondenter samt den flexibla atmosfär som förekom under intervjutillfällena, kan tolkningen av en god reliabilitet fastställas (Jacobsen, 2007:156). Uppsatsens val av empirins respondenter kan enligt Jacobsen (2007) ses som väsentlig, då de utvalda respondenterna besitter en direkt kunskap och arbetar på en hög position inom deras specifika verksamhet (Jakobsen, 2007:121). Bryman (2011) påvisar vidare den förekommande nackdelen med att utföra intervjuer via telefon eller e-post, då metoden kan leda till missuppfattningar och feltolkningar, kan ansiktsuttryck och kroppsspråk inte uppfattas av informanten eller den intervjuade. Bryman (2011) menar vidare att denna metod inte ger möjligheten att ta hjälp av visuella hjälpmedel som kan komma att stärka ett budskap i intervjun (Bryman, 2011:128). Trots begränsningen av denna metod så uppfattades telefonintervju respektive mailintervju som ett nödvändigt alternativ, baserat på intervjupersonernas utmärkande arbetsposition samt faktumet att personerna befann sig på ett vidsträckt geografiskt avstånd.

En svaghet som kan noteras i uppsatsen kan dock vara att den till största del är baserad på intervjuer, vilket Bryman (2011) menar kan ses som en begränsning, då intervjuer kan ge en ytlig bild vid en grundlig undersökning (Bryman, 2011:440). Då uppsatsens syfte inte ligger i att systematiskt mäta individens köpberoende och skuldsättning, utan istället skapa en förståelse kring köpberoendet och skuldfällans problem samt omgivningens påverkan, har kvantitativa undersökningar i form av enkätundersökningar och dess statistiska syfte inte betraktats som relevanta (Trots, 2007:9-11).

3.6 Avgränsningar

För att upprätthålla en tydlighet i relation till uppsatsens ansats, har avgränsningar utförts, i syftet att enbart redogöra för problemet med köpberoende och skuldsättning, utifrån följande perspektiv: samhället, handelsföretagen och finansbolagen. Därmed behandlas inte uppsatsens problematik utifrån ett miljöperspektiv, vilket kan uppfattas som aktuellt vid diskussion rörande konsumtionssamhället. På grund av uppsatsens omfång har vi även valt att i den empiriska undersökningen avgränsa oss till enbart kvalitativa intervjuer med enbart en representant för varje aktör.

Kapitel 4 - Resan mot skuldfällan

4.1 Vägen in i frestelsen

Här börjar individens resa mot skuldfällan där konsumtionssamhället och handelsföretagen presenteras som påverkande faktorer. Individen lever här i en omgivning fylld av frestelser, där missnöje ses som en central påverkan till överkonsumtion.

4.1.1 Med en början i konsumtionssamhället

Olof Engvall, Kommunikationschef, Resurs Bank och Anne Nilbo, Budget- och skuldrådgivare, understryker vikten av konsumtion där handeln ses som den drivkraft som bygger upp och håller hjulen igång i samhället. Heath och Potter (2006) samt Bauman (2012) understryker att en framgångsrik och ökande handel är av stort intresse för både samhälle och stat, då en positiv BNP främjar den ekonomiska tillväxten. Utvecklingen från ett produktionssamhälle till dagens konsumtionssamhälle kan på så sätt komma från statens intresse, då konsumtionssamhället kan sägas gynna samhällets ekonomiska tillväxt. Förhoppningar för denna tillväxt sätts på konsumenterna som kan uppfylla detta genom en omfattande konsumtionsvana (Heath & Potter, 2006:104; Bauman, 2012:50).

Ann- Britt Aldeman som är en före detta köpberoende och grundare av Köpberoendes Riksförbund, benämner att konsumtion är som en livsstil och vår tids nya religion. En koppling kan här ses i Baumans (2012) teori, där individens konsumtion kan urskiljas som ett mått på social status och välgång (Bauman, 2012:50). Forskarna Heath & Potter (2006) skriver även att det idag inte finns någon allmän källa till lycka, vilket gör att individen försöker skapa lycka genom bland annat konsumtion av materiellt överflöd (Heath & Potter, 2006:104–105). Denna bild av konsumtionssamhället överensstämmer med Nilbos, Budget- och skuldrådgivare, uppfattning om att samhället idag baseras på idealbilden om att antingen äga mycket eller att göra mycket. Precis som Underhill (2008) menar blir då underhållning, belöning eller i vissa fall terapi större drivkrafter till konsumtion än att bara uppfylla ett behov (Underhill, 2006:76).

Aldeman menar att en bakomliggande faktor till hennes missbruk var en väldigt låg självkänsla, vilket överensstämmer med Marlatt (1988) teori. Marlatt (1988) menar att skälet till att konsumera kan komma ifrån låg självkänsla, brist på identitetskänsla, strävan efter social tillhörighet eller en vilja att uppfylla en fantasibild av sig själv, för att passa in i samhället (Marlatt 1988:231–232). Något som Aldeman inte upplevde var att en svag

identitetskänsla var en grundfaktor bakom hennes konsumtion, utan menar att hon istället ville bli bekräftad som någon som dög. Detta är något som kan kopplas till den sociala tillhörigheten i samhället som de nämnda forskarna och även Alvesson (2007) tar upp som orsak till överkonsumtion (Marlatt 1988: 231-232; Alvesson, 2007:25). Aldemans behov av bekräftelse att duga kan även ha kommit ifrån, precis som Friese (2001) och Bauman (2012) förklarar, att dagens marknadsföring framställer det som finns naturligt hos konsumenten som negativt och i behov av förbättring. Syftet blir att konsumenten ska få en önskan till social succé genom konsumtionen av en produkt som är ”godkänd” av omgivningen (Friese, 2001:16; Bauman, 2012:63).

4.1.2 En frestelse på vägen...

Marknadsföringens påtryckningar och lockelser, anser Anne Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen, har stor påverkan på individen i konsumtionssamhället. Alvesson (2006), Bauman (2012) och Friese (2001) menar att det nya är att marknadsföringen ska ha till avsikt att göra konsumenten missnöjd med sitt sätt att leva och förse individen med ett negativt självmedvetande, för att locka till konsumtion (Friese, 2001:16; Bauman, 2012:63; Alvesson ur F&F 8/2006). Dock behöver det inte vara själva reklamen i sig utan, Belk, Ger och Askegaard (2003), menar att den indirekta marknadsföringen är lika effektiv. De åsyftar även att inget kan vara mer lockande eller stressande än tidskriftsläsning, TV-tittande eller observation av andras konsumtion, vilket i sin tur leder till att populära produkter lockar till ytterligare konsumtion (Belk, Ger & Askegaard, 2003:327). Ola Nyström, Personalchef, Siba, berättar;

”Jag kan ju säga såhär att iPad 3 tog ju slut på en till två dagar hos oss och våra konkurrenter. Så är det alltid när det är såna här megasläpp av heta produkter.” (Nyström, Ola. Personalchef, Siba AB)

Anledningen till denna stora efterfrågan på nya heta produkter kan baseras på att individen i samhället vill ha det alla andra vill ha, det vill säga genom observation av andras konsumtion skapar sig individen ett behov av att inte sticka ut från mängden utan följa strömmen (Belk, Ger & Askegaard, 2003:327). Alvesson (2007) menar att en social jämförelse handlar om att individen tillfredsställer sina behov i förhållande till uppfattningen om andras levnadsstandard (Alvesson, 2007:25). Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen berättar;

”Det finns undersökningar som rapporterar om barn som lever på försörjningsstödsnivån, där föräldrarna genom att köpa märkeskläder, vill kamouflera familjens fattiga situation, vilket de egentligen inte har råd med.” (Nilbo, Anne. Budget- och skuldrådgivningen)

Alvesson (2006) menar att när det gäller märkesvaror kan marknadsföring göra så att andra produkter som inte tillhör dessa framstår som mindre värda, vilket gör att märkesvarorna kan uppfattas som mer åtråvärda då de menas ge en högre status (Alvesson ur F&F 8/2006). Aldeman, före detta köpberoende, menar dock att marknadsföring inte hade någon påverkan på hennes beteende. Hon menar att det handlade om helt andra mekanismer, så som hennes egna bakomliggande känslor, som drev henne allt djupare in i beroendet. Friese (2001), Bauman (2012) och Alvesson (2006) menar dock att konsumenten oftast inte är medveten om den påverkan som marknadsföringen signalerar och kan därför omedvetet ha konsumerat av dessa påverkande skäl (Friese, 2001:16; Bauman, 2012:63; Alvesson ur F&F 8/2006). Aldeman kan alltså ha påverkats av marknadsföring även då hon inte tror att så är fallet. Även Valence et al. (2004) menar vidare att marknadsföring i den omvärld individen lever kan leda till ångest, vilket i sin tur kan leda individen in i köpberoendet (Valence et al. 2004:424).

4.1.3 Frestelsens övergång till missnöje

Bauman (2012) och Alvesson (2007) beskriver att dagens konsumtionssamhälle handlar om att ge konsumenten en ögonblicklig tillfredställelse, och att känslan av tillfredställelse ska upphöra så fort tiden för konsumtion av produkten är slut. De menar att det är de nya produkternas uppkomst på marknaden som påverkar detta beteende (Bauman, 2012:42–44; Alvesson, 2007:26–27). Robert Olsson, Kommunikatör, Kronofogdemyndigheten, förklarar det nya fenomenet;

”Vikten av att konsumera är ju så stark och det är ofta förknippat med en livsstil där man ska ha det senaste och det nyaste av allting /---/ man köper sig en livsstil och man vill gärna konsumera, och man vill heller inte vänta riktigt med att ha de där produkterna, man vill ha dem nu, och det vet ju företagen om.” (Olsson, Robert. Kommunikatör Kronofogdemyndigheten)

Alvesson (2006) menar vidare att handelsföretagen ser till att deras sortiment består av nya innovativa, missnöjesproducerade produkter, vilket ökar konsumenternas stress av att hela tiden sträva efter att konsumera det ”nya” (Alvesson ur F&F 8/2006). Ola Nyström, personalchef på Siba, berättar att de ofta får in nya produkter på Siba och att till exempel en dator är aktuell tre till sex månader på marknaden, innan den ersätts med en nyare modell. Även mobiltelefoner är en produkt med snabb livscykel och en ny iPhone lanseras ungefär med åtta till nio månaders mellanrum. Att det kommer ut nya produkter på marknaden är dock något som konsumenten i konsumtionssamhället förväntar sig, och blir missnöjd då han

eller hon inte kan hålla igång sin konsumtion av nya uppdateringar eller modeller (Alvesson ur F&F 8/2006). Detta skapar en form av dubbelmoral i konsumtionssamhället; oavsett om det hela tiden kommer ut nya produkter eller inte är konsumenten missnöjd.

Aldeman, före detta köpberoende, menar dock att för en köpberoende handlar det inte om att denne känner ett missnöje med produkten, utan det är missnöje och ångest med beteendet som gör att denne konsumerar igen. Hon förklarar att personer som är köpberoende inte blir missnöjda efter sitt köp, snarare tvärtom, varje köp triggas igång behovet att köpa igen för att lindra känslor så som ångest, stress och oro. Detta motsäger Hjorts (2005) resonemang att följden av missnöjesproduktion är en orsak till den nya trenden i samhället att individen hela tiden konsumerar nytt, oavsett om den har råd eller inte (Hjort, 2005:54-60).



Utvecklingen från ett produktionssamhälle till dagens konsumtionssamhälle kan vara i statens intresse, då detta kan gynna den ekonomiska tillväxten. Konsumtion kan idag ses som en livsstil där individen konsumerar för att exempelvis skapa lycka, social tillhörighet och känslan av att duga. Marknadsföring tenderar att locka till konsumtion genom att göra individen missnöjd med de produkter de har och måste därför konsumera mer. En individ fast i ett köpberoende behöver dock inte bli påverkad att konsumera av detta skäl, utan istället konsumerar på grund av missnöjdhet med sitt beteende. Oavsett orsak till missnöje, måste konsumtion finansieras, och lockelsen till konsumtion kan leda till att individen konsumerar utöver sin ekonomiska förmåga.

4.2 Resans avgörande punkt - mot lånekarusellen

Här ställs individen inför valet att antingen resonera rationellt och stoppa sitt konsumtionsbegär eller kastas i havet av krediter.

4.2.1 "Köp nu, betala sen" – kredit och avbetalning

Gerhard (2008) påpekar att det är tillgängligheten till kredit- och avbetalningsköp i butiken som möjliggör och frestar till överkonsumtion, vilket kan resultera i skuldsättning för individen. Han fortsätter sedan att förklara att det i nästintill alla butiker idag erbjuds någon slags kredit eller avbetalningsmöjlighet då den typen av serviceutbud ständigt utvecklas

(Gerhard, 2008:06-107). Nyström, Personalchef, Siba, instämmer kring resonemanget om tillgängligheten till kredit;

”Tillgängligheten har vi alla, både vi och våra konkurrenter /---/. Alla har den möjligheten att finansiera sin handel /---/ men jag tror att många vill ha det så. Det kan vara så att du inte har råd att köpa tv:n, eller diskmaskinen när den väl går sönder och då kan det vara förmånligt att betala av den.” (Nyström, Ola. Personalchef, Siba)

Denna typ av service blir möjlig för Siba genom ett samarbete med Resurs Bank. Olof Engvall, kommunikationschef, Resurs Bank, beskriver fördelarna som detta ger Siba;

”Det brukar visa sig rätt fort att det underlättar deras försäljning och att det skapar större lojalitet. /---/ det är ju inte bara merförsäljning som är grejen utan det är egentligen minst lika mycket det faktum att de knyter starkare band med sina befintliga kunder och får dem att vilja komma tillbaka.” (Engvall, Olof, Resurs Bank).

Engvall menar alltså att samarbetet inte bara är till för att skapa merförsäljning, utan även lojala kunder som kommer tillbaka för att förhoppningsvis konsumera mer. Med hjälp av Resurs Banks samarbete, kan Siba även marknadsföra sig med hjälp av olika lojalitetskort. Kortens syfte är att konsumenterna ska tjäna poäng; på varje köp får kunden tillbaka en till tio procent på kommande köp (se bilaga Siba). På detta sätt skapas lojala kunder eftersom kunden måste konsumera på nytt för att få tillgång till de poäng som de samlar på sig. När ett köp utförs med kortet kan konsumenten inte betala kontant eller med ett annat kort för att få tillgång till poängen. Konsumenten kan istället vänta och betala genom en faktura senast 60 dagar efter köpet. Alvesson (2006) menar att detta blir till en stor fördel för butiken som, här tillsammans med ett stort och innovativt sortiment, kan locka till ännu mer konsumtion med hjälp av detta tillvägagångssätt som möjliggör snabba köp (Alvesson ur F&F 8/2006). Olof Engvall, Kommunikationschef, Resurs Bank förtydligar;

”... det driver också konsumtion. Det är klart att det är så. Vi ger ju kunden en möjlighet att köpa nu och inte sen” (Engvall, Olof. Kommunikationschef, Resurs Bank).

Att kunna erbjuda denna möjlighet ses från företagen som en bra resurs till kunden då den får möjlighet till snabba köp. Samtidigt kan detta från individens synvinkel få en negativ verkan, då impuls kontrollen, precis som Rook (1987) talar om, kan vara svag. Vilket kan leda till impuls köp och i sin tur leda till att individen överkonsumerar. (Rook, 1987:191)

4.2.2 Lånet som finns ett SMS bort

Andra aktörer som även tillhandahåller krediter som kan locka till okontrollerad överkonsumtion är SMS-lånebolagen. Markus Eriksson, Press- och kommunikationsansvarig på Easycredit och Tomas Rahman, Verksamhetschef på Ferratum, berättar att när SMS-lån lanserades i Sverige för första gången i slutet på 2006, fick dessa stor uppmärksamhet i media då företagen bakom de lättillgängliga SMS-lånen sågs som oseriösa aktörer som bara var ute efter att tjäna pengar på individer i ett finansiellt behov. Denna uppfattning kring SMS-lånebolagen delas även av finansinspektionens rapport, som menar på att kreditgivare är påstridiga i kreditgivningen till kunden (Hjort, 2005:54–68).

Trots den dåliga publiciteten har SMS-lån blivit eftertraktat på marknaden och fler och fler tar dessa korta konsumentkrediter. Anledningen till detta tror Eriksson, Easycredit, har att göra med att efterfrågan på små krediter egentligen varit stor från början, men att den dåliga publiciteten och faktumet att det varit tämligen genant för individer att ta den typen av krediter har gjort att mörkertalet varit stort. Rahman, Ferratum, förklarar tillväxten istället som att det svenska folket i princip tycker om att skuldsätta sig. Han menar att individer i Sverige i snitt har två och ett halvt kreditkort var, och skuldsätter sig villigt genom bostadslån och kredit. Fortsättningsvis menar han att Sverige är ett samhälle där individer inte har något stort intresse i sparande, utan är villig att betala lite extra för att få den önskade produkten snabbt. Detta kan kopplas till Hjorts (2005) resonemang att krediter, oavsett form, kan påskynda köpprocessen då konsumenten inte behöver ta hänsyn till sin brist på kapital vid köptillfället (Hjort, 2005:54–68). Rahman, Ferratum, syftar dock på att det är lättare att göra ogenomtänkta impulsköp med kreditkort än med SMS-lån, då kreditkortet ger individen möjlighet till köp direkt medan det tar en dag innan de får tillgång till pengarna från ett SMS-lån. Melker, före detta köpberoende, berättar i artikeln ”Att shoppa fyllde mitt tomrum” hur detta påverkat henne, då hon kunde sitta i timmar och impulshandla med hjälp av krediter (Funemyr, 2012:18–19).

4.2.3 Kreditgivarnas moral

Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen, berättar att de har ett nära samarbete med Resurs Bank för att förebygga överskuldsättning, och ser Resurs Bank som en seriös aktör i finansvärlden, som inte vill se sina kunder hamna i ekonomiska svårigheter. Engvall, Resursbank, understryker att en kund som hamnar på inkasso ses som en förlorad kund och inte gagnar någon av parterna. Även Rahman, Ferratum, menar att de inte har något intresse i

att låna ut pengar till någon som inte har möjlighet att betala tillbaka. Kunderna, som tar en kredit från Ferratum, måste betala tillbaka sitt nuvarande kreditlån innan de får ta ett nytt. Rahman menar att det är för att undvika att individen tar ett lån för att betala tillbaka ett annat, och på så sätt hamnar i en negativ spiral.

Resurs Bank följer konsumentkreditlagen och gör en kreditbedömning på konsumenten för att undvika att ärendet i framtiden ska riskera att hamna hos inkasso. Kreditbedömningen görs från upplysningscentralen (UC) där kreditgivaren får uppgifter om personen och dennes ekonomi, om bland annat; inkomstuppgifter, betalningsanmärkningar samt tidigare kredit- och lånansökningar hos UC. Kreditbedömningen är till för att se om kredittagaren har de ekonomiska förutsättningar som krävs för att kunna återbetala krediten (www.riksdagen.se). Resurs Bank gör en omfattande och hård kreditbedömning av deras kunder där de tittar på om kunden har fast arbete eller stadig inkomst. De tackar dagligen nej till många förfrågningar på de individer som de inte bedömer som kreditvärdiga. Easycredit gör på ett liknande sätt, förutom att de istället för att få uppgifter från UC, gör en intern kreditbedömning. Ferratum däremot, förlitar sig mycket på kunden och den informationen som de ger. Det är alltså kundens ansvar att ge de uppgifter som behövs. Artikeln ”*Snabblåneföretag varnas av KO*”, från Sveriges Radio, tar dock upp att konsumentombudsmannen (KO) för första gången har delat ut varningar till olika SMS-lånebolag som inte följer konsumentkreditlagen, där Ferratum är ett av dessa bolag. KO menar att bolagen hävdar att de gör kreditprovningar, men att det finns det brister, där bolagen i vissa fall inte ens tar in inkomstuppgifter (www.sverigesradio.se).

Den nya konsumentkreditlagen som infördes år 2011, säger att SMS-lånebolagen måste göra kreditprovning för att kontrollera att kredittagaren har råd med krediten. Det var Riksdagen som gjorde konsumentkreditlagen hårdare med syftet att bland annat ställa strängare krav på SMS-lånebolagen. Den nya lagen gör snabblånen mindre effektiva genom att ställa krav på kreditprovning av låntagaren samt en tydlig redovisning av lånets effektiva ränta. Konsumentminister Birgitta Olsson menar, i artikeln ”*Hårdare krav på SMS-lån välkomnas av rådgivare*”, att det finns en tillfredsställelse med den nya konsumentkreditlagen, då lagen stärker konsumentskyddet och i synnerhet reducerar antalet oseriösa aktörer som framför allt finns inom SMS-lånebranschen. (www.sverigesradio.se)

Att SMS-lånebolagen oftast ses som oseriösa är något som stärks med Engvalls, Resurs Bank, uttalande där han nämner att de inte vill bli förväxlade med SMS-lån då han benämner

dem som skumma typer som sitter i en källare, som har hittat några miljoner som de lånar ut till 3000 procent ränta. Easycredit och Ferratum säger inte direkt emot detta och menar att det finns många oseriösa SMS-låneaktörer på marknaden. Båda bolagen menar dock att de inte är ett av dessa, och vill heller inte bli förväxlade med dessa. Eriksson diskuterar problemet;

”Vi tror att oseriösa aktörer har gett fog för negativ publicitet. Det är självklart inte kul att erbjuda en tjänst som har kritiserats så hårt i media /---/ Samtidigt kan vi se fördelar i kritiken från myndigheter då den sanerar marknaden på oseriösa aktörer och höjer kvaliteten på långivarna och själva produkten.” (Eriksson, Markus. Press- och kommunikationsansvarig, Easycredit)

Även då Nilbo ser Resurs Bank som seriösa, ser hon stora nackdelar med kreditbranschen och menar att om individen börjar handla på kredit minskar möjligheten till att spara till köp. Nilbo trycker mycket på att det är viktigt att alltid ha tillgång till en buffert. Hennes absoluta övertygelse är att spara först och handla sen.

”Hamnar man i lånekarusellen en gång är det svårt att ta sig ur den.” (Nilbo, Anne. Budget- och skuldrådgivare, Budget- och skuldrådgivning)

Även Olsson, på Kronofogdemyndigheten, håller med om att individen måste spara innan den konsumerar men menar på att om individen verkligen vill ha något ser den bara möjligheterna till att få tillgång till den saken och finansierar sin konsumtion då med någon slags kredit, vilket leder till att det till slut kan gå överstyr (Olsson, Kommunikatör Kronofogdemyndigheten).

Tillgången till kredit, avbetalningsköp och SMS-lån möjliggör skuldsättning genom konsumtion. Olika lojalitetskort gör att individen kan skjuta upp sin betalning och även väntas konsumera igen för att få tillgång till bonusar. Detta ”Köp nu, betala sen”-alternativ leder till impulsköp för en köpberoende konsument som inte kan stå emot denna lockelse. SMS-lån har i dagens samhälle fått en negativ publicitet där de ses som oseriösa bolag, dock tar fler och fler individer dessa kreditlån. År 2011 kom en ny konsumentkreditlag för att avlägsna de mest oseriösa SMS-lånebolagen. Trots att SMS-bolaget Ferratum framställer sig som en seriös aktör så visar KO:s uttalande på en brist av trovärdighet. Även Budget- och skuldrådgivningen och Kronofogdemyndigheten har uppmärksammat brister inom denna bransch, och ser många nackdelar med finansbranschen och menar att individen ska spara först och köpa sen.

4.3 Individen i fällan

I denna del skiljer sig individens vanliga konsumtion till en överdriven konsumtion som så småningom övergår till ett köpberoende och försätter individen i en skuldfälla.

4.3.1 Konsumtion blir ett beroende

Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen, talar om hur lätt det är att hamna i ekonomiska svårigheter. Hon tar upp exemplet med hur dagens konsumtionssamhälle delvis påverkar individen till att handla utöver sina ekonomiska tillgångar med hjälp av krediter och SMS-lån, vilket kan leda till ett beroende och stora ekonomiska problem. Teoretikerna Marlatt et al. (1988) menar att en individ omedvetet kan befinna sig i ett beroende, vilket till slut kan resultera i att beteendet är utom kontroll (Marlatt et al. 1988:225). Aldeman och Melker, båda före detta köpberoende, märkte på tidiga år att de hade ett shoppingberoende, vilket visar på att de till viss del var medvetna om sitt beteende. Samtidigt förklarar de sin köpprocess som något som de inte kunde hantera då det var något som sågs som nödvändigt för att dämpa sina negativa känslor, vilket gör att det kan ses som en okontrollerbar handling då detta inte gick att motstå. Att ett köpberoende handlar om en bedövning av negativa känslor är en faktor som blir tydlig i Aldemans resonemang om köpprocessen, då hon som tidigare köpberoende triggades igång av att köpa något nytt;

”Det är en känsla av glädjorus, en stark kick som att vara berusad kommer först i köpögonblicket och varar en stund efteråt. Ju mer man är fast i sitt beroende desto kortare varar denna känsla och ersätts av ångest som man försöker döva genom att shoppa igen.” (Aldeman, Ann-Britt, före detta köpberoende, grundare Köpberoendes Riksförbund)

Även Melker beskriver i artikeln *”Att shoppa fyllde mitt tomrum”*, hur shoppandet berusade henne, men hur ångesten sen kom i kapp. Denna ångest dämpade hon genom att shoppa ännu mer, vilket i sin tur förde henne in i en ond cirkel (Funemyr, 2012:18-19). Detta menar O’Guinn & Faber (1989) visar på likheten till andra beroenden då den primära motivationen baseras i lindring av ångest (O’Guinn & Faber, 1989:150), vilket även Valence et al. (2004) menar är en viktig beståndsdel i utvecklingen till ett köpberoende (Valence et al. 2004:424). Även Kristin Holm, Socialsekreterare på Socialstyrelsen, pekar på likheten mellan köpberoende och andra beroenden i individens upprepade försök att lösa problemet på egen hand;

”... man kanske bestämmer att nu får det vara sluthandlat, men så fungerar /.../ inte det. Då får jag klippa sönder mina betalkort då, men så beställer man nya. Det är ju ungefär samma mekanismer som i ett vanligt missbruk, som nej nu håller jag ut spriten, men sen rätt som det är så står man där och har köpt nytt.” (Holm, Socialsekreterare, Socialstyrelsen)

Aldeman, före detta köpberoende, menar vidare att köpberoende handlar om en upprepad konsumtion som oftast leder till negativa konsekvenser för den drabbade. Detta menar forskarna O’ Guinn och Faber (1989) är något som är grundläggande för att ett beteende ska räknas som ett beroende (O’Guinn & Faber, 1989:148). Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen, stärker Aldemans resonemang då hon förklarar hur lätt det är att ett köpberoende leder till stora ekonomiska problem, då individen inte har någon finansiering för sin konsumtion. Att handla på kredit, menar hon, kan ha en oerhört snabb skuldväxt, vilket kan leda till stora konsekvenser för individen.

4.3.2 Beroenden har en orsak

Holm, Socialstyrelsen, berättar om sjukdomsbegreppet i förhållande till beroende. Sjukdomsbegreppet handlar om ett genetiskt arv där individen i beroendet har en sjukdom, som till exempel ADHD som förklarar individens beteende, vilket även Valence et al. (2004) begreppsram visar på (Valence et al. 2004:424). Ett annat perspektiv hon tar upp är individens uppväxt som kan ha en påverkan till beroendet. Detta förklarar hon följande;

”När man har börjat prata med personen så är det ofta man hittar en ganska eländig uppväxt. Föräldrar som kanske själva har haft psykiska eller sociala problem; missbruk, komplex och personlighetsproblematik. Då är det svårt att veta om det ligger i gener eller om det är miljön som påverkat.” (Holm, Kristin. Socialsekreterare, Socialstyrelsen)

Även Aldeman menar att hennes uppväxt påverkat henne i sitt köpberoende då hennes föräldrar alltid impulshandlat. Detta har gett henne ett medärvt mönster till hur hon i framtiden hanterat sin ekonomi. Nakken (1996) menar på att individen fast i beroendet utövar sitt beteende då det fyller tomrummet efter något som saknas i dennes liv (Nakken, 1996:4-5). Aldeman bygger vidare på detta då hon beskriver sitt beroende som ett socialt arv där missbruk ingick som ett sätt att förhålla sig till livet;

”En uppväxt som gav mig en tomhetskänsla som jag fyllde med shopping. Beroendet utvecklades allt värre - som vid allt missbruk blir det en nedåtgående spiral där shoppingen var ångestlindrande allt kortare stunder och detta löste jag genom att shoppa ännu mer - precis som alkoholisten som dricker alltmer.” (Aldeman, Ann-Britt, före detta köpberoende; grundare Köpberoendes Riksförbund).

Även Melker, före detta köpberoende, berättar hur hon är uppvuxen med föräldrar som var fast i alkohol- och drogmissbruk, vilket gett henne dålig självkänsla då hon flyttades mellan fosterhem aldrig kände sig helt uppskattad. Hon berättar vidare hur hon en dag upptäckte sin 10-åriga dotter beställandes kläder på kredit, vilket hon insåg var ett beteende som dottern tagit efter från henne själv. Dessa exempel visar vikten av påverkan från det sociala arv med en instabil och otrygg uppväxtmiljö, som även Fahlk (2009) beskriver som en grund till beroende och beroende (Fahlke, 2009:36). Även Tillberg och Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen, och Olsson, Kronofogdemyndigheten, tar upp sådana här faktorer som orsaker till beroenden, som i sin tur leder till ekonomiska problem. De menar även att faktorer där otur i livet, så som sjukdom, arbetslöshet eller skilsmässa, är vanliga bakomliggande orsaker hos de besökare som kommer till dem med ekonomiska problem. Holm tar också upp detta resonemang, då hon menar att psykisk ohälsa som kan uppkomma med dessa händelser kan ses som en påverkande faktor. Individen kan exempelvis vara i behov av psykiatri, vilket kan vara problematiskt och denne väljer då istället att döva sin ångest eller lindra bemötandet av de svåra känslorna med exempelvis droger, eller någon annan överkonsumtion. Överkonsumtion av denna typ kan, enligt Nilbo, i ett senare skede leda till konsekvenser så som svår skuldsättning.

4.3.2 Köpberoendets förödande konsekvenser på individen

Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen berättar att individer med ekonomiska svårigheter ofta visar på både psykisk och fysisk ohälsa. Detta menar hon är återkommande bland individer som besöker Budget- och skuldrådgivningen;

”Många som kommer hit mår förfärligt. De är jätteledsna och mår fysiskt dåligt också. Kroppen tar ju skada av att hela tiden ligga på minus. Man har ju den här stora tunga ryggsäcken som man bär på. De här skulderna har man kanske 10 till 15 år av sitt liv, och tänk att bära på denna skuldbetyngda ryggsäck dag ut och dag in, det är förfärligt.” (Nilbo, Anne. Budget- och skuldrådgivare, Budget- och skuldrådgivningen).

Vad som kan säkerställas utifrån Nilbos iakttagelse är att personer med ekonomiska problem visar en tendens till ohälsa. O’Guinn och Faber (1989) menar även, precis som Nilbo visar på, att köpberoende, i likhet med andra beroenden som till exempel alkoholism, kan leda till fysiska och psykiska skador hos individen. Detta gör att det finns en jämförbarhet mellan dessa beroenden (O’Guinn & Faber, 1989:148-149). Även Holm, Socialstyrelsen, menar att detta är starkt förekommande faktorer hos de individer som besöker dem. När de vänder sig

till Socialstyrelsen är många på bristningsgränsen och känner att livshanken är hotad. Hit vänder sig dock inte tillräckligt många köpberoende för att kunna fastställa att detta är en allmän företeelse bland dessa. Aldeman, före detta köpberoende, menar dock på att hon mådde allt sämre ju längre in i beroendet hon kom, vilket även Nakken (1996) stärker är en faktor som visar på ett beroende. Ju längre ner i beroendet individen befinner sig, desto större uppostringar gör även individen för att kunna fortsätta sin konsumtion (Nakken, 1996:3-4). Aldeman berättar om konsekvenser som rört köpberoende individer som hon fått kontakt med genom Köpberoendes Riksförbund;

”...den yngsta är 14 år och prostituerar sig för att ha råd att shoppa. Allt fler har också begått kriminella handlingar och i dagsläget finns ett tiotal domar som jag känner till- senast en i Malmö, som rör en man i 45-års ålder som förskingrat 1,5 miljon.” (Aldeman, Ann-Britt. Före detta köpberoende; grundare i Köpberoendes Riksförbund).

Köpberoende kan alltså ses som ett beroende där faktorer så som skam, ångest och ekonomiska problem gör att individen tar skada på ett eller annat sätt. Då beroendet mynnar ut i att individen utför en kriminell handling hamnar det på det som O’Guinn & Faber (1989) kallar för det extrema planet, vilket de menar har stor betydelse för synen på behandlingsåtgärder för beroendet. Eftersom köpberoende kan jämföras med andra beroenden, då konsekvenserna av beroendet kan resultera i ohälsa och kriminella handlingar, kan det ses som relevant att ta en större hänsyn till i samhällets behandlingsåtgärder inom detta område. Med tanke på att det i 20 till 25 år tillbaka i tiden har funnits en medvetenhet om köpberoende, anser Holm, Socialstyrelsen, att det förekommer en kunskapsbrist utan förklaring. Holm, menar vidare att den ökande ärendetillströmningen av beroende i allmänhet, tyder på en tillväxt i framtiden. Även Aldeman, före detta köpberoende, förutser en kritisk utveckling där problemet med köpberoende kommer att öka lavinartat. Detta visar ett ytterligare behov av samhällets behandlings- och förebyggandsåtgärder.

Faktorer så som genetiska och sociala arv har en stor påverkan på individen i köpberoendet. Att uppväxten har en stark påverkan är något som delas av flera respondenter, vilket visar på de vuxnas ansvar i den unga individens kommande konsumtionsmönster. Individen i köpberoendet och skuldfällan upplever skam, stress och ångest vilket leder till psykisk och fysisk ohälsa samt ekonomiska problem, vilka individen bedövar med ytterligare konsumtion. Köpberoende kan därför jämföras med andra beroende så som alkoholism, då det i grunden är samma motivation som triggat beroendet. Beroendet kan även tolkas ha en tillväxt i

framtiden då detta ses som generellt för olika beroendekområden och även är en iakttagelse av Aldeman i Köpberoendes Riksförbund.

4.4 Åtgärder

Den köpberoende individen har här kommit så långt in i skuldfällan att samhället blir delaktiga i resan. Det är här samhällets åtgärder för problemet kan ses i form av upplysning, stöd och behandling för att hjälpa de individer som redan hamnat i fällan, men även i förebyggande syfte för att fler inte ska komma dit.

4.4.1 Hoppet ses i de unga

Då uppväxten har stark påverkan på individens kommande liv, kan en viktig förebyggande faktor för överkonsumtion vara att upplysa och lära individer i tidig ålder att hantera ekonomi. Sandberg (1999) beskriver att syftet med samhällets upplysningsideal är att öka kunskapsspridningen och att få individen att fatta mer rationella och kloka val (Sandberg, 1999:1-3). Även Annika Willow Sundh, Budget- och skuldrådgivare i Falköpings kommun, kommenterar i artikeln, ”Hårdare krav på sms-lån välkomnas av rådgivare”, att kravet på kunskap för att inte hamna i en skuldfälla höjs eftersom de flesta konsumenter inte har kunskap om ekonomi (www.sverigesradio.se). Olsson, Kronofogdemyndigheten, visar på att Sandbergs och Sundhs resonemang även ligger i deras intresse, då det förebyggande handlingsätt som Kronofogdemyndigheten främst fokuserar på är att utveckla projekt för att informera skolungdomar kring vikten av ekonomiskt ansvar. Genom bland annat föreläsningar, projektet ”Koll på cashen” och den nya gymnasiereformen som är ett samarbete mellan Kronofogdemyndigheten, Finansinspektionen och Konsumentverket, är syftet att stärka ungdomars intresse och kunskap kring sin privata ekonomi. Med detta vill de även kunna inspirera och stödja lärare i ett utökande arbete med privatekonomiska frågor (www.kollpacashen.se; www.sverigesradio.se). Olsson förklarar att Kronofogdemyndigheten främst prioriterar stödjandet och informerandet av ungdomar och lägger störst energi och resurser just på de unga. Olsson menar att de unga individerna en dag ska komma in i samhället, och att starta vuxenlivet med betalningsanmärkningar kan begränsa möjligheterna i livet radikalt. Vikten av att prioritera upplysning för just ungdomar, kan även stödjas i artikeln ”Smålåneföretag varnas av KO”, som redogör för att var femte av de individer som hamnar hos Kronofogdemyndigheten på grund av SMS-lån är under 25 år (www.sverigesradio.se).

Även Nilbo, Budget- och skuldrådgivningen, Holm, Socialstyrelsen, Melker, före detta köpberoende, och Aldeman, före detta köpberoende; grundare av Köpberoendes riksförbund, menar på att en individs ekonomiska problem och synen på konsumtion ofta har med uppväxten och dess föräldrars konsumtionsbeteende att göra, vilket ytterligare stärker argumentet för hur viktig upplysningen för ungdomar är. Nilbo föreslår en förebyggande åtgärd, där föräldrarna ska ge veckopeng till sina barn, som är en bra grund till ett ekonomiskt tänk. Holm menar dock att det är svårt att lära ut en kunskap som inte finns;

”...jag håller med om det att det är jättebra att ge barn veckopeng och lära dem hantera dem. Men det är svårt för en förälder och lära ut något som man själv inte kan och det är där det hamnar” (Holm, Kristin. Socialsekreterare, Socialförvaltningen)

För att undvika detta problem kan det alltså ses som viktigt att även vuxna och framför allt föräldrar får den upplysning och kunskap de behöver för att de själva och deras barn inte ska riskera att hamna i en framtida skuldfällan, i förebyggande syfte. Samtidigt beskriver Aldeman svårigheterna med att stödja de individer som hamnat i ett köpberoende, då hon inte fått något finansiellt stöd från vare sig kommun eller stat för att driva verksamheten Köpberoendes Riksförbund. Även detta visar på ett bristande engagemang från omgivningen. Aldeman, före detta köpberoende, överensstämmer i resonemanget då hon själv erbjudit hjälp för att upplysa skolungdomar om överkonsumtionens negativa konsekvenser, dock menar hon att det finns ett brist på engagemang;

”Jag har erbjudit föreläsningar till alla gymnasieskolor i Stockholm- men ingen har visat något intresse.” (Aldeman, Ann-Britt, före detta köpberoende, grundare av Köpberoendes Riksförbund)

4.4.2 Hjälp och rådgivning

Budget- och skuldrådgivning är en åtgärd som kommuner kan erbjuda där individer kan vända sig för få kostnadsfri hjälp och vägledning i sin ekonomi. Sandberg (1999) menar att kunskapsspridning är ett viktigt verktyg för skapa ett bättre samhälle (Sandberg, 1999:1-3), vilket Budget- och skuldrådgivningen erbjuder. Tillberg, Budget- och skuldrådgivare, redogör att Budget- och skuldrådgivningen i Helsingborg år 2011 hade 500 nya besök. Tillberg fortsätter berätta att de individer de kommer i kontakt med i de flesta fall dock redan har låtit deras ekonomiska svårigheter gå över styr. Nilbo och Tillberg förklarar att för individer med mycket allvarliga betalningssvårigheter har staten skapat hjälpmedel där möjligheten finns att få ackord eller skuldsanering. Genom att utföra ett ackord kan den skuldsatta individen, i uppgörelse med kreditgivaren, få betala en procentsats av skulden

vilket resulterar i att den resterade skulden stryks. I en skuldsanering får individen, som befinner sig i en mer kritisk situation, hela eller delar av skulden avskriven, då det ses som det enda alternativet för att denne ska kunna bli skuldfri. För att kunna få tillgång till dessa möjligheter krävs att vissa krav uppfylls (www.kronofogden.se).

Nilbo och Tillberg, fortsätter med att förklara att om ackord accepteras av inkassobolaget, ställs den skuldsatta individen inför kravet att själv införskaffa den återbetalningsskyldiga summan. Här menar de dock att återbetalningsförmågan ofta är god då individen kan få möjlighet till aktivitetsstöd, anställning eller kan låna pengar av närstående. Samtidigt understryker Nilbo att ackord inte är möjligt vid statliga fordringar så som skatter och studieskulder. Vid skuldsanering ställs högre krav; här måste individen kunna kvalificeras som insolvent i betydelsen att denne inte har möjlighet att betala tillbaka skulden på en mycket lång tid, vilket i dagsläget anses vara 15 år. Ett krav är även att ingen ny skuldsättning får ske för att påvisa ett ändrat beteende hos individen. Nilbo menar att detta kan bevisas genom en stabil ekonomisk tillvaro där individen antingen har ett jobb, pension eller sjukersättning. Hon tillägger att det ibland kan behövas ett starkt läkarintyg för att bli berättigad en skuldsanering. Enligt Luptons (1997) teori kan här tolkningen göras att samhället tjänar mer på ett förebyggande arbete genom upplysning, för att inte låta skuldsättningen gå så pass långt att det krävs åtgärder i form av ackord och skuldsanering (Lupton, 1997:27-32). Aldeman menar samtidigt på att dessa samhällsåtgärder inte är tillräckliga. Hon menar att köerna till kommunernas Budget- och skuldrådgivare är långa, och att flera kommuner har beslutat att dra in dessa tjänster.

4.4.3 Systembolaget- verksamheten med samhällsansvar

Hur samhället ser på beroendeproblem är högst relevant då det påverkar uppfattningen om svårighetsgraden på konsekvenserna, och den grad av kontroll och behandling som individen behöver (O'Guinn & Faber, 1989:149). Ett företag som arbetar med ett tydligt definierat samhällsansvar är Systembolaget, som på uppdrag från staten baseras på omsorgen om folkhälsan. Detaljhandelsmonopolet arbetar och strävar efter att uppnå den långtgående visionen ”*om ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada*”. Systembolaget menar att denna vision kan uppnås mest effektivt genom begränsningar av tillgänglighet och pris. (www.systembolaget.se).

För beroende så som alkoholberoende handlar vanliga behandlingar ofta om att antingen skapa total abstinens genom att helt avstå från denna konsumtion, eller begränsad användning

av konsumtionen, vilket ligger i Systembolagets uppdrag. En ”total abstinens”-behandling kan dock inte ses som relevant vid ett köpberoende, då någon form av konsumtion kan ses som nödvändigt för att överleva. Här måste ingripandet ligga i att förändra beteendet istället för att undvika det (O’Guinn & Faber, 1989:149). Holm, Socialstyrelsen, menar att en upplysning redan i ung ålder ses som en bra åtgärd i ett förebyggande syfte.

Systembolaget arbetar med olika former av upplysning och ett av dessa är projektet IQ. Åsa Hessel, Kommunikationschef på Systembolaget, menar att projektet IQ (www.iq.se) arbetar i syftet att skapa ett positivare och smartare förhållningssätt kring alkoholkonsumtion. Här är den primära målgruppen unga vuxna, då uppfattningen är att ungdomar idag är den grupp i samhället som löper störst risk att skadas av alkohol samt att grundlägga ett framtida beroende (www.systembolagetkampanj.se). Hessel påpekar även att en avreglering av Systembolaget skulle innebära en ökad alkoholkonsumtion mellan 30 - 40 procent, vilket skulle resultera i förödande samhällskonsekvenser i form av bland annat högre arbetslöshet och sjukskrivningar. Hessel menar att stödet för Systembolaget idag är högre än någonsin och att 71 procent av befolkningen ställer sig positivt till företagets samhällsansvar och ensamrätten till alkoholförsäljning. Anledningen till att liknande åtgärder inte vidtagits för andra beroenden menar Holm, Socialstyrelsen, kan kanske bero på att konsekvenserna för ett alkoholberoende, jämfört med köpberoende, är mer påtagligt och uppmärksammade;

”Köpberoendet skadar ju till störst del den enskilde då det ju är den som är ruinerad i resten av livet och kanske familjen, men de ligger inte ute i rabatterna som alkoholister och syns” (Holm, Kristin, Socialsekreterare, Socialstyrelsen).

Trots köpberoendets dolda konsekvenser kan följderna i slutändan bli påtagliga för samhället. Olsson, Kronofogden, menar att konsekvenser av skuldsättning som ett köpberoende kan föra med sig, i sin tur mynnar ut i fler arbetslösa som kräver a-kassa och socialbidrag, samt sjukskrivna som kräver sjukvård. Detta slår i sin tur tillbaka på samhället då det skapar kostnader för flera miljarder kronor varje år (www.aftonbladet.se). Lupton (1997) menar att folkhälsan ligger i statens intresse för att skapa en välfungerande arbetskapacitet (Lupton 1997 s. 27-32). Om statens intresse ligger i en ekonomisk tillväxt och en god folkhälsa, kan frågan ställas varför mer upplysande åtgärder inte satsas inom detta område. Holm, Socialstyrelsen diskuterar kring ansvarstagandet gällande köpberoende;

”...ja ett problem blir det ju överallt /---/ man frågar sig var ligger ansvaret, det blir ju lite som att fråga sig, vem har ansvaret för allt som sker på internet, ja det är ju kanske inte de som uppfann

internet, utan ja... ligger ansvaret hos knivfabrikanten för att det sker knivmord? Vi måste lära våra barn att hantera det som finns, för internet är jättebra men det är också farligt ” (Holm, Kristin. Socialsekreterare, Socialstyrelsen)

Samtidigt understryker Necke, Kronodirektör, Stenberg, Riksförbundet för överskuldssatta, och Söderberg, Ekonomicoach, vikten av att samhället satsar på resurser för att förebygga köpberoende och menar att ignorandet av att stödja skuldsatta människor tillbaka till ett fungerande liv, ger resultatet av en dålig ekonomi och på så sätt samhällets egna "lyxfälla" (www.aftonbladet.se).



Samhällets ansvarstagande gällande dagens skuldsatta individer kan ses i Budget- och skuldrådgivningen erbjudande om rådgivning för de som hamnat i en skuldfälla. Åtgärder i form av ackord och skuldsanering ger möjligheten till avskrivning eller sanering av stora skulder, vilket underlättar återbetalningen för den skuldsatta individen. Kraven för dessa är dock höga, vilket även visar på individens ansvar. Att satsa på den unga individen genom upplysning ses idag som väsentligt då köpberoendet oftast uppkommer i påverkan från uppväxten. Kronofogdemyndigheten arbetar med kunskapsspridning av privatekonomi och skuldsättning, medan Systembolaget arbetar med upplysning och begränsning i syftet att minska alkoholkonsumtionen. Den form av begränsning som Systembolaget använder sig av kan dock inte ses som relevant inom en köpberoendes konsumtionsområde, då konsumtionen inom detaljhandel kan ses som ett nödvändigt behov. Därför borde åtgärden ligga i att förändra beteendet, istället för att utföra en total begränsning. Beroendet kostar, precis som andra beroenden, samhället pengar, i form av socialbidrag och sjukvård, och borde därför ligga i samhällets intresse.

Kapitel 5 - Vems är då ansvaret?

Efter en omfattande resa mot skuldfällan har punkten kommit då frågan kan ställas; vems är ansvaret för överkonsumtionen?

Skuldsättning genom överkonsumtion är idag ett vanligt förekommande problem, som ur ett långskitigt perspektiv skapar konsekvenser för både individen och samhället. Det som skiljer ett köpberoende från andra beroende är att dagens konsumtionssamhälle grundas på konsumtion, vilket sätter de köpberoende individerna i en särskilt utsatt position. En jämförelse skulle här kunna ses i en alkoholberoendes liv i ett samhälle där alkoholen finns tillgänglig överallt. Livet för en köpberoende individ i ett konsumtionssamhälle kan därför ses som en vardag fylld av frestelser som resulterar i en ständig ångest. Ett köpberoende kan utvecklas från orsaker så som genetiska faktorer, biologiska funktionsstörningar, uppväxtmiljö och händelser i livet. Dessa i kombination med konsumtionssamhället och handelsföretagens marknadsföring, påverkar individens självkänsla vilket skapar en vilja att genom konsumtion uppnå lycka och en känsla av duglighet. Individens ekonomiska oförmåga leder vidare till ett köpberoende som finansieras genom krediter och avbetalning. Konsekvenserna av detta köpberoende kan sedan ses i en psykisk och fysisk ohälsa som leder till sjukskrivning och arbetslöshet, vilket i sin tur kan skapa en försvagad arbetskapacitet i samhället, och i slutändan höga kostnader för samhället.

Utifrån respondenternas svar framgår det att uppväxten är en avgörande orsak till att ett köpberoende utvecklas. En intressant aspekt är Aldemans, före detta köpberoende, uttalande om att hon inte påverkades av handelsföretagens marknadsföring under sitt beroende, utan att det var hennes missnöje och ångest som i stunden utvecklade detta. Tolkningen skulle här kunna göras att köpberoendets *ansvar i grund och botten ligger i individens livsskeden*. Samtidigt kan individen omedvetet påverkas av marknadsföringen, vilket visar på handelsföretagens ansvar i att inte fresta kunden till överkonsumtion. Pressen från konsumtionssamhället kan idag ses som ett faktum, och det ständiga begäret att äga mycket har utvecklat en form av missnöjesproduktion, där handelsföretag genom sin marknadsföring tvingar in konsumenten i ett kretslopp av missnöje. Handelsföretag så som Siba, arbetar genom sin marknadsföring med att locka konsumenter till fler köp. Nyström, Siba, talar om det snabba produktflödet, där en ny produkt kan ses som ”oattraktiv” endast några månader efter lanseringen på marknaden. Den ständiga hets och stressen efter att konsumera det nya som detta medbringrar, leder till en otillfredsställd konsument som aldrig blir nöjd med det

den har. Är individen nöjd med det den har, finns inte behovet av att konsumera på nytt, vilket visar på att den köpberoende individen borde påverkas av marknadsföringens missnöje.

Faktumet att konsumtionssamhället även är beroende av konsumtion skapar en form av dubbelmoral, där handelsföretagens försäljning ses som nödvändig för landets ekonomiska tillväxt. Detta resonemang skulle till en viss del kunna resultera i att handelsföretagen kan fransäga sig ansvaret för köpberoende och skuldsättning. Samtidigt använder handelsföretagen finansieringsbolagens tjänster i syftet att skapa merförsäljning och lojalitet. Av detta kan det framgå att handelsföretagen möjliggör finansieringsbolagens existens, då finansieringsbolagen är beroende av handelsföretagens försäljning. Genom handelsföretagens erbjudande av ”köp nu-betala sen”-alternativ, ges individen möjligheten att inte behöva vänta med ett köp, trots bristen på pengar. Denna möjlighet kan dock ur ett långsiktigt perspektiv vara negativ för den köpberoende individen, då impuls köp kan ske utan eftertanke. Finansieringsbolaget Resurs Bank vill inte framstå som en påverkande aktör till köpberoende individers skuldsättning genom att påpeka att ingen har en vinst i individens skuldsättning. Samtidigt menar Resurs Bank att de tillhandahåller tjänsten att låna ut pengar, vilket gör det till en framstående aktör i den köpberoende individens resa till skuldfällan. Detta resonemang kan leda fram till tolkningen att ett större ansvar kan läggas på finansieringsbolagen och även handelsföretagen som köper tjänster från dessa. Finansbolagen har samtidigt skyldigheten att förhålla sig till samhällets förebyggande åtgärd i form av konsumentkreditlagen, där det genom kontakt med Upplysningscentralen, ska göra en kreditbedömning på kredittagaren. Detta kan ses som en ansvarsfull åtgärd från samhället, som gör att finansieringsbolagen tvingas till ett ansvar i konsumentens åtanke.

SMS-lånebolagen är ännu en aktör som bidrar till att konsumenten kan konsumera utöver sin ekonomiska förmåga. SMS-lånebolaget Ferratum menar själva att de till skillnad från kreditkorten, inte möjliggör impuls köp då det tar en arbetsdag att få in pengarna på kontot. Detta kan dock ses som verklighetsfrämmande; när lånet väl finns till hands, kan det användas till finansiering av impuls köp och överkonsumtionen som styrs av individens irrationella tankegång. Rahman, Ferratum, menar att den negativa syn samhället idag har på SMS-lånen är ett resultat av oseriösa aktörer på marknaden som kommit att negativt prägla hela branschen. Han menar även på att införandet av den nya och striktare konsumentkreditlagen, kommer leda till en mer seriös och pålitlig marknad då en reduktion av de oseriösa aktörerna kommer ske. Det kommer dock fram att de själva är ett av de bolag som konsumentombudsmannen varnat för som oseriöst, då de inte följer den nya

konsumentkreditlagen. Här kan tolkningen göras att en striktare konsumentkreditlag samt uppföljande av kontroll kan ses som ett behov.

Samhällets ansvar gentemot köpberoende och skuldsättning, kan idag ses i Budget- och skuldrådgivningens stöd samt ackord och skuldsanering. Dessa åtgärder kan ha en motsatt effekt på den köpberoende individen, då en naiv inställning kan skapas kring att samhället kommer ta ansvaret för individens skuldsättning. Kraven för att beviljas ackord och skuldsanering, är dock höga vilket gör att detta kan ses som en ansvarsfull åtgärd från samhället, som samtidigt resulterar i ett högre ansvar för individen, då denne måste visa på ett mer ansvarsfullt och förändrat beteende. Införandet av privatekonomi som ett obligatoriskt ämne i gymnasieskolan kan även ses som ett viktigt initiativ till upplysning och kunskapsspridning från samhällets sida. Samtidigt är detta åtgärder som används för att förebygga skuldsättning, men som inte direkt hjälper individen i köpberoendet. Aldeman menar på att detta stöd inte är tillräckligt och att ett större allvar bör ses i den köpberoende individens konsekvenser. Köpberoendes riksförbunds saknad av ekonomiskt stöd och gymnasieskolornas saknad av intresse för föreläsningar, visar på samhällets bristande intresse för individen i köpberoendet. Även Holm, Socialstyrelsen, menar på att det förekommer en kunskapsbrist rörande problemet med köpberoende, vilket hon anser är märkligt då en medvetenhet om beroendet funnits sedan 20 till 25 år tillbaka i tiden. Denna brist på uppmärksamhet och engagemang från samhällets sida kan vara ett resultat av den osynlighet konsekvenserna i ett köpberoende har i jämförelse med exempelvis alkoholberoende, där andra individer i samhället ofrivilligt kan påverkas av den beroendes beteende, genom exempelvis rattfylleri. I ett köpberoende påverkar beroendets konsekvenser istället enbart individen själv och möjligtvis familj samt samhällets ekonomi, men inte andra oberoende individer vilket gör att omgivningen inte reagerar lika starkt som vid ett alkoholberoende. Faktumet att individen idag lever i ett konsumtionssamhälle, gör även att omgivningen ser konsumtion som någon naturligt, vilket minskar allvaret i synen på överkonsumtion av detaljhandelsvaror, till skillnad från en överkonsumtion av alkohol. Att individen inte kan begränsa sin konsumtion av detaljhandelsvaror, kan därför ses som oansvarligt och något som är upp till individen själv att ansvara för. Konsumtion av detaljhandelsvaror i dagens samhälle behöver heller inte nödvändigtvis ses som negativt, då detta istället kan uppfattas som något modernt och identitetskapande. Även Aldeman trycker på detta, då konsumtionen av detaljhandelsvaror har utvecklats till en livsstil där marknadsföring styr konsumtionsbegäret. Återigen syns här kopplingen till marknadsföringens påverkan av

individens missnöje, där individen ständigt strävar efter att passa in i konsumtionssamhället. Återkopplande till tidigare resonemang kan det dock återigen konstateras att individen besitter ansvaret i att inte låta sin konsumtion gå över styr.

Trots skillnaden på konsumtionen i ett köpberoende jämfört med andra beroende, så som alkoholism, är individens grundläggande motivation till konsumtion den samma, vilket O'Guinn och Faber (1989) menar möjliggör en behandling av samma grund, där begränsning och en total-abstinens ses som relevant. Ett företag som kan ses som en förebild inom tillämpandet av dessa begränsningar är Systembolaget, som arbetar i syftet att värna om folkhälsan och samhället. Denna typ av begränsning skulle dock inte fungera vid behandling av köpberoende, då någon form av konsumtion, som tidigare nämnt, behövs både för individens och samhällets överlevnad. Systembolagets initiativ till upplysning om alkoholens skadeverkningar, är en åtgärd som skulle kunna appliceras för att på samma sätt skapa en ökad kunskap kring köpberoendet. Upplysningen kan ses som den främsta åtgärden att tillämpa, då förebyggandet av köpberoendet ligger i att förändra beteendet, istället för att utföra en total begränsning. Den ökade upplysning som kan ses genom den nya konsumentkreditlagen och gymnasiereformen, kan visa på att samhället har uppmärksammat allvaret i problemet. Samtidigt belyser denna upplysning främst skuldsättning och inte köpberoendet i sig. I samband med Holms, Socialstyrelsen, uttalande kring kunskapsbristen inom detta område, kan det ses som relevant att investera i fler resurser för upplysning och stöd för individer som riskerar att hamna i eller befinner sig i ett köpberoende. En tolkning som här kan ses är att individen i dagsläget själv måste ta ansvar för kunskapsupplysningen kring köpberoende.

Flera respondenter menar att köpberoendets utveckling ligger i individens uppväxt och föräldrarnas beteende. Argumentationen kan därför göras att även satsa på upplysning till de unga kring köpberoende, för att förebygga beroendet tillväxt. Ännu en åtgärd som skulle kunna vara förebyggande i syfte att förhindra skuldsättning, skulle vara att höja den nuvarande åldersgränsen för kreditbeviljande från 18 år till 20 år. Baserat på konsumtionsombudsmannens upplysning om att var femte individ som hamnar på kronofogdemyndigheten på grund av SMS-lån är under 25 år, kan en tolkning göras att införandet av en högre åldersgräns skulle minska antalet av skuldsatta ungdomar. Med utgångspunkt i Systembolagets bestämmelser om att individen först vid 20 års ålder ses som mogen till att ta ansvar för sin alkoholkonsumtion, kan här frågan ställas varför en individ efter 18 års ålder ses som mogen att ansvara för sin ekonomi och konsumtion, då detta kan

leda till ett beroende som i grund och botten kan ses som jämförbart med alkoholberoende. En ytterligare invändning är även att individen i ung ålder löper störst risk för att grundlägga framtida beroende. Utifrån denna diskussion kan tolkningen göras att införandet av en högre åldersgräns, skulle minska antalet unga skuldsatta och även förebygga risken för att dessa ska riskera ett framtida köpberoende. Upplýsningen är även en viktig del i detta förebyggande arbete, då individens skuldsättning, trots viss påverkan från konsumtionssamhället samt handelsföretag och finansbolag, till största del ligger i den enskildes ansvar.



Trots samhällets åtgärder i form av Budget- och skuldrådgivning, ackord och skuldsanering, kan tolkningen göras att samhället inte tar ett tillräckligt ansvar för individens köpberoende. Den konstatering som kan göras är att de åtgärderna som finns tillgängliga idag främst förebygger skuldsättningen, och inte köpberoendet. De främsta åtgärderna som skulle kunna ses som en del av det förebyggande arbetet, är upplýsning om köpberoendets bakomliggande faktorer och negativa konsekvenser.

Faktumet att handelsföretagen och finansbolagens påverkande marknadsföring försätter individen i en utsatt situation, där denne ständigt måste kämpa för att stå emot begäret, visar på vikten av individens motståndskraft och hur pass utsatt denne är i konsumtionssamhället. För de individer som genom bakomliggande orsaker inte kan utveckla denna motståndsförmåga, finns en stor risk att någon gång hamna i köpberoendet och skuldsättningens fälla.

Kapitel 6 - Slutsatser

Här presenteras de slutsatser som tagits fram under resan mot skuldfällan. Slutsatserna presenteras utefter frågeställningarnas följd, för att skapa en tydlighet i uppsatsens resultat.

6.1 Hur påverkar samhället, handelsföretagen och finansbolagen individen i köpberoendet?

- Konsumtionssamhället, med dess ideal om att äga mycket och uttrycka sig genom sin konsumtion, har en indirekt påverkan på individen som kan utveckla ett ständigt begär efter konsumtion i syfte att vara en del av samhället.
- Handelsföretagens marknadsföring har en viss påverkan på individen, trots att individen ibland är omedveten om detta. Genom att skapa ett ständigt missnöje riktat mot individen skapas en jakt efter tillfredsställelse genom konsumtion, som utefter marknadsföringen skapar en illusion om att lyckan finns i konsumtionen av en specifik produkt.
- Finansbolagen tillhandahåller tjänsten som erbjuder individen en möjlighet till konsumtion trots brist på finansiering. Genom att erbjuda ”köp nu-betala sen”-alternativ, samt lojalitetskort till handelsföretagens kunder i syftet att skapa merförsäljning och lojalitet. Detta kan i sin tur ses som en stor frestelse för den köpberoende individen.

6.2 Hur arbetar dagens samhälle förebyggande för att individen inte ska hamna i en skuldfälla?

- En av åtgärderna som samhället erbjuder är en kostnadsfri budget- och skuldrådgivning där individer kan få vägledningen i sin privatekonomi. Här kan även redan skuldsatta individer få hjälp med att ta fram nya avtal för att reglera skulder.
- Kronofogden är en myndighet som har en central roll i individens skuldsättning. Åtgärder i form av ackord och skuldsanering är en åtgärdsalternativ för individen med allvarliga ekonomiska problem. Beviljandet av ackord och skuldsättning ställer dock höga krav på att den skuldsatta individen påvisar ett förbättrat och mer ansvarsfullt beteende.
- Genom projektet ”Koll på cashen” arbetar Kronofogdemyndigheten i samarbete med Finansinspektionen och Konsumentverket i syftet att upplysa ungdomars intresse för privatekonomi.

- Den nya gymnasiereformen av privatekonomi som obligatorisk ämne upplyser dagens ungdomar kring privatekonomi, i förebyggande syfte, för att undvika ekonomiska svårigheter i framtiden.

6.2.1 Vilka förekommande brister kan vidare åtgärdas?

- Holm, Socialstyrelsen, påpekar den förekommande och oförklarliga kunskapsbrist som idag finns gällande köpberoende. Bristande resurser, där den ökande ärendeströmningen i kombination med en minskande personalomfattning, kan ses som en anledning till detta.
- Aldeman, före detta köpberoende och grundare av Köpberoendes Riksförbund, talar om samhällets brist på engagemang för förebyggning av köpberoende, då hon inte erhållit ett finansiellt stöd för att driva verksamheten Köpberoendes Riksförbund. Även dagens gymnasieskolor visar ett bristande intresse då Aldeman i upplysningssyfte erbjudit föreläsningar inom området, men inte fått någon respons.
- Trots införandet av en strängare konsumentkreditlag, som ställer hårdare krav på samtliga finansbolag, har oseriösa aktörer funnit vägar att gå runt lagen och fortsätta med det omoraliska vilsledandet av individen. Här ses behovet av en strängare lag där en striktare grad av kontroll kan fastställa att lagen efterföljs.
- Samhällets åtgärder i förebyggandet av skuldsättning kan idag uppfattas som positiva. Det förekommer dock fortfarande ett behov av kunskapsspridning behandlande köpberoende, där Systembolagets upplysningssyfte skulle kunna ses som förebild.

6.3 Vem bär ansvaret för överkonsumtionen inom detaljhandeln?

- Konsumtionssamhället, med dess ideal om en ständig konsumtion och begäret att äga mycket, har ett visst ansvar i individens väg mot köpberoendet och skuldfällan, då konsumtionen ses som något naturligt och eftersträvt i varje individs liv.
- Handelsföretagen och finansbolagen bär idag ansvaret för frestelsen att ständigt konsumera nya detaljhandelsvaror, vilket har en påverkan på individens konsumtion. Genom att erbjuda krediter samt lättillgängliga lösningar i form av ”köp nu- betala sen”- alternativ, kan aktörernas ansvarsroll sammanfattas som en frestande och till viss del påverkande kraft i individens överkonsumtion.

- Sammanfattningsvis kan ansvaret för individens skuldfälla främst ses i individen själv, då de faktorer som utvecklar konsumtionsbeteendet ligger i uppväxtens förebilder. Dagens samhälle ställer även kravet på att individen ska vara upplyst om de konsekvenser som överkonsumtionen och skuldsättningen kan resultera i. Samtidigt ses individen som ansvarig för att kunna stå emot handelsföretagens och finansbolagens påtryckningar till en ökad konsumtion. Den övergripande slutsatsen som kan dras, är att det i slutändan ändå är individen som ansvarar för sitt eget liv. Trots de stora ekonomiska kostnader individens skuldsättning medför till samhället, kan konstateringen göras att individen själv är den som berörs mest av skuldfällans konsekvenser.

Kapitel 7 - Var slutar denna resa?

Här presenteras förslag på vidareforskning inom uppsatsens ämnesområde.

Utefter uppsatsens nämnda slutsatser kan en vidare forskning av ämnesområdet föreslås genom en tillämpning av andra forskningsfält, med utgångspunkt i uppsatsens kunskapsbidragande. På så sätt skulle ett mer heltäckande perspektiv kunna skapas utifrån problemet berörande skuldsättning och köpberoende. Ett utförande av uppsatsens empiriska undersökning, utifrån ett kvantitativt forskningssätt, skulle möjliggöra en mätning av allmänhetens uppfattning kring problematiken med köpberoende, samt en eventuell höjning av den kreditbeviljande åldersgränsen till 20 år. Utifrån uppsatsens analys framgår upplysning som en av de åtgärder som kan tillämpas i köpberoendets förebyggande syfte. Här skulle även fördjupande forskning rörande skolans ansvar i kunskapsspridningen, belysandes privatekonomi, utföras.

Källförteckning

Tryckta källor

Aléx, P. (2003). *Konsumera rätt- ett svenskt ideal. Behov, hushållning och konsumtion.* Lund: Studentlitteratur.

Alvesson, M. (2007). *Konsumera mera – dyrköpt lycka.* Stockholm: 08 Tryck AB

Alvesson, M. & Sköldbberg, K. (2008) *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod.* Studentlitteratur AB

Bauman, Z. (2008) *Konsumtionsliv.* Göteborg: Daidalos

Bauman, Z. (2012). *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen.* Göteborg: Daidalos

Bergström, F. & Fölster, S. (2009). *Kampen om köpkraften – handeln i framtiden.* Västerås: Handelns utredningsinstitut (HUI)

Bryman, A. (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder.* Malmö: Liber AB

Fregert, K. & Jonung, L. (2005). *Makroekonomi. Teori, politik & institutioner.* Lund: Studentlitteratur.

Gerhard, P. (2008). *Köprättens grunder.* 10:e upplagan. Malmö: Liber AB.

Heath, J. & Potter, A. (2006). *The Rebel Sell: How Counterculture Became Consumer Culture.* London: Capstone.

Jacobsen, D. I. (2007). *Förståelse, beskrivning och förklaring.* En introduktion till samhällsvetenskaplig metod för hälsovård och socialt arbete. Malmö: Studentlitteratur.

Johannisson, K. (1990). *Medicinens öga. Sjukdom, medicin och samhälle - historiska erfarenheter.* Stockholm: Norstedts.

Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health. Public Health and the Regulated Body.* London: Sage Publications.

Malmgren, S. (2003) *Primas svenska ordbok.* Norstedts Akademiska Förlag

Nordfält, J. (2007). *Marknadsföring i butik, om forskning och branschkunskap i detaljhandeln.* Malmö: Liber AB

Rienecker, L. (2003). *Problemformulering.* Malmö: Liber AB.

Ryen, A. (2004). *Kvalitativ intervju, Från vetenskapsteori till fältstudier.* Malmö: Liber AB.

Salomon, K. (1996). *Rebeller i takt med tiden. ENL-rörelsen och 60-talets politiska ritualer.* Stockholm

Trost, J. (2007). *Enkätboken.* Lund: Studentlitteratur.

Underhill, Paco (2008) *Way we buy. Shopping som vetenskap*. Falund: Scandbook AB

Artiklar

Belk, R., Ger, G. & Askegaard, S. (2003). *The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion*. Chicago: The University of Chicago Press

Fahlke, C. (2009) *Beroendeutveckling – ett komplext förhållande mellan psykologiska, sociala och biologiska faktorer Missbruk och Behandling. Gamla problem – nya lösningar?* Forskningsrådet för arbetsliv och socialvetenskap (FAS). Prospect Communication AB, Stockholm

Funemyr, Frida (2012) *Att shoppa fyllde mitt tomrum*. (2012, 27 April) Land, nr 18 s. 18-19

Friese, S. (2001). *Explaining the gap between compulsive and non-compulsive buyers regarding their actual/ideal self-discrepancies: How different, actually, are their ideal images?*Denmark: Copenhagen Business School

Hjort, T. (2005). *Forskning om konsumtionsvillkor för hushåll med knapp ekonomi- Ett svagt utvecklat fält*. Socialvetenskaplig tidskrift.

Holbrook, M. & Hirschman, E. (1982). *The Experiential Aspects of Consumption: consumer Fantasies, Feeling and FUN*. *Journal of Consumer Research*.

Marlatt, G., Baer, A.j, S., Donovan, D. M. & Kivlahan, D. R. (1988). *Addictive Behaviours: Etiology and Treatment” Annual Review of Psychology*.

Nakken, C. (1996). *The addictive personality: Understanding the addictive process and compulsive behavior*. CenterCity, Minnesota. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, utgiven av Hazelden Foundation

O'Guinn, T,C. & Faber, R, J. (1989) *Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration*. The University of Chicago Press

Rook, D. (1987). *“The Buying Impulse,” Journal of Consumer Research*, - The University of Chicago Press

Schwab K., (2011)*World Economic Forum*, Geneva, Switzerland:International University of entrepreneurship and Technology

Valence, G. d'Astous, A. & Fortier, L. (1988).*Compulsive buying: Concept and measurement*, 2004, *Journal of Consumer Policy*, Volume 11, Nr. 4 419-433

Worldwatch Institute. (2004). *State of the world 2004*. New York London: W W Norton & Company.

Elektroniska källor

Alvesson, M. (2006). *Mycket vill ha mer*.

<http://fof.se/tidning/2006/8/mycket-vill-ha-mer> (Läst; 2012-05-09)

Aftonbladet. (2012-03-20). *400 000 svenskar fast i samhällets lyxfälla*

<http://www.aftonbladet.se/debatt/debattamnen/samhalle/article14547895.ab> (Läst; 2012-05-17)

Koll på cashen

<http://www.kollpacashen.se/larare/> (Läst; 2012-05-19)

Kronofogdemyndigheten. (2012). Ackord

<http://www.kronofogden.se/Ackord.html>

Sandberg, H. (1999). Rapport

<http://lup.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOld=605906&fileOld=632987>
(Läst; 2012-05-17)

Sveriges riksdag. (2010). *Konsumentkreditlagen (2010:1846)*.

http://www.riksdagen.se/sv/Dokument/Lagar/Lagar/Svenskforfattningssamling/Konsumentkreditlag-20101846_sfs-2010-1846/ (Läst; 2012-05-17)

Sveriges Radio. (2012-03-11). *Snabblåneföretag varnas av KO*

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=5010318> (Läst; 2012-05-18)

Sveriges Radio. (2010-12-08). *Hårdare krav på sms-lån välkomnas av rådgivare*

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=4229599> (Läst; 2012-05-18)

Svt.se. (2006-11-24). *Ann-Britt bröt sitt köpberoende*

http://svt.se/2.35608/1.712478/ann-britt_brot_sitt_kopberoende (Läst; 2012-05-04)

Systembolaget. (2010). IQ-projektet

<http://www.iq.se/content/om-alkohol/om-alkohol.aspx> (Läst; 2012-05-16)

Systembolaget. (2010). Systembolagets kampanj

<http://www.systembolagetkampanj.se/hittaibutik/> (Läst; 2012-05-16)

Elektroniska källor i bilagor

Budget- och skuldrådgivningen (2012) Budget- och skuldrådgivning

<http://www.helsingborg.se/Medborgare/Omsorg-och-stod/Ekonomi-och-socialbidrag/Budget-och-skuldradgivning/> (2012-05-18)

Easycredit (2012) Om easycredit

<https://www.easycredit.se/om-easycredit.aspx> (2012-05-18)

Easycredit. (2012). Så går det till

<https://www.easycredit.se/sa-gar-det-till.aspx> (2012-05-18)

Ferratum. (2012). Ferratum

<https://www.ferratum.se/> (2012-05-18)

Ferratum. (2012). Om Ferratum

https://www.ferratum.se/om_ferratum (2012-05-18)

Kronofogdemyndigheten. (2012). Kronofogden i korthet

<http://www.kronofogden.se/Kronofogdenikorthet.html>(2012-05-18)

Kronofogdemyndigheten. (2012). Uppdraget

<http://www.kronofogden.se/Uppdraget.html>(2012-05-18)

Resurs Bank. (2012). Fakta

<http://www.resurs.se/press/fakta.jsp> (2012-05-18)

Resurs Bank. (2012). Företagspresentation

<http://www.resurs.se/press/foretagspresentation.pdf> (2012-05-18)

Resurs Bank. (2012). Om oss

<http://www.resurs.se/om+oss/omoss.jsp> (2012-04-20)

Resurs Bank. (2012). Privatlån

<http://www.resurs.se/lana/privatlan.jsp> (2012-04-20)

Resurs Bank. (2012). Resurskortet

<http://www.resurs.se/resurskort/resurskort.jsp> (2012-05-18)

Resurs Bank. (2012). Våra kortlösningar

<http://www.resurs.se/saljfinans/vara+kortlosningar.jsp> (2012-05-18)

Siba. (2012). Info

<http://www.siba.se/Info/InfoPage.aspx?id=50548&ddlStatus=hide> (2012-05-18)

Siba. (2012). Om Siba

<http://www.siba.se/Info/InfoPage.aspx?id=50549&ddlStatus=hide> (2012-05-18)

Socialstyrelsen. (2012). Detta står vi för

<http://www.socialstyrelsen.se/omsocialstyrelsen/dettastarvifor> (2012-05-18)

Socialstyrelsen. (2012). Om socialstyrelsen

<http://www.socialstyrelsen.se/omsocialstyrelsen> (2012-05-18)

Socialstyrelsen. (2012). Organisation

<http://www.socialstyrelsen.se/omsocialstyrelsen/organisation> (2012-05-18)

Socialstyrelsen. (2012). Så arbetar vi

<http://www.socialstyrelsen.se/omsocialstyrelsen/saarbetarvi> (2012-05-18)

Systembolaget. (2010). Ansvarsredovisning

<http://www.systembolagetkampanj.se/ansvarsredovisning2011/#/6/> (2012-05-18)

Systembolaget. (2010). Den Svenska alkoholpolitiken

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Vart-samhallsansvar/Uppdrag/Den-svenska-alkoholpolitiken/> (2012-04-20)

Systembolaget. (2010). IQ-initiativet

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Vart-samhallsansvar/IQ-initiativet/>(2012-04-20)

Systembolaget. (2010). Om Systembolaget

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/> (2012-04-20)

Systembolaget. (2010). Svenska folkets tankar om alkohol

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Systembolagets-historia/Svenska-folkets-tankar-om-alkohol/> (2012-04-20)

Systembolaget. (2010). Systembolagets alkoholpolitiska roll

<http://www.systembolaget.se/Omsystembolaget/Vart-samhallsansvar/Uppdrag/Systembolagets-alkoholitiska-roll/>(2012-04-20)

Systembolaget. (2010). Systembolagets

försäljningsregler <http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Vart-samhallsansvar/Uppdrag/Systembolagets-forsaljningsregler/> (2012-04-20)

Systembolaget. (2010). Vision och affärsidé

<http://www.systembolaget.se/OmSystembolaget/Vart-samhallsansvar/Uppdrag/Vison-och-affarside/>(2012-04-20)

Muntliga källor

Ann-Britt Aldeman, representant för Köpberoendets Riksförbund samt före detta

köpberoende Stockholm (2012-05-09)

Bo Tillberg & Anne Nilbo, Budget- och skuldrådgivare, Budget- och Skuldrådgivning

Helsingborg (2012-05-02)

Kristin Holm, Socialsekreterare, Socialstyrelsen Helsingborg (2012-05-03)

Markus Eriksson, Press- och informationsansvarig, Easycrédit, Northmill AB (2012-05-11)

Olof Engvall, Kommunikationschef, Resurs Bank AB Helsingborg (2012-05-04)

Ola Nyström, Personalansvarig, Siba AB Göteborg (2012-05-11)

Robert Olsson, Kommunikationschef, Kronofogdemyndigheten Malmö (2012-05-03)

Thomas Rahman, Verksamhetschef Ferratum Sweden AB (2012-05-14)

Åsa Hessel, Kommunikationschef, Systembolaget Stockholm (2012-05-10)

Bilagor

Bilaga 1 – Definition

Dröjsmålsränt/a: räntan som utgår för den tid med vilken förfallodagen(för viss faktura) överskridits.

Finansier/a: tillhandahålla nödvändigt kapital för något (större) projekt.

Handelsföretag: företag som (främst) ägnar sig åt handel med varor och inte t.ex. åt produktion eller förvaltning.

Inkasso: indrivning eller mottagning av fordran: inkassoavgift; inkassobyrå.

Identitet: (medvetenheten om) egen existens och särart.

Samhälle: hethet bestående av en större grupp individer som lever tillsammans på organiserat sätt vanl. Om dessa individers offentliga statssystem.

Självkänsl/a: medvetenhet om den egna personlighetens värde.

Status: (högt) socialt anseende för person, befattning.

(Malmgren, S. (2003) *Primas svenska ordbok*. Norstedts Akademiska Förlag)

Bilaga 2 - Konsumentkreditlagen

Utvalda paragrafer från Konsumentkreditlagen (2010:1846);

Utfärdad:2010-12-09

Ändrad: t.o.m. SFS 2012:69

1 § Denna lag gäller kredit som en näringsidkare lämnar eller erbjuder en konsument. Lagen gäller också kredit som lämnas eller erbjuds en konsument av någon annan än en näringsidkare, om krediten förmedlas av en näringsidkare som ombud för kreditgivaren.

6 § Näringsidkaren ska i sitt förhållande till konsumenten iaktta god kreditgivningssed. Näringsidkaren ska därvid ta till vara konsumentens intressen med tillbörlig omsorg och ge de förklaringar som konsumenten behöver

Om någon annan räntesats eller sifferuppgift än den effektiva räntan anges i marknadsföringen, ska näringsidkaren dessutom, med angivande av ett representativt exempel, lämna information om

1. krediträntan, med angivande av om den är bunden eller rörlig,
2. avgifter och andra kostnader som utgör en del av kreditkostnaden,
3. kreditbeloppet,
4. kreditavtalets löptid,
5. det sammanlagda belopp som ska betalas av konsumenten och storleken på avbetalningar, och
6. kontantpriset och den kontantinsats som krävs vid kreditköp.

12 § Näringsidkaren ska pröva om konsumenten har ekonomiska förutsättningar att fullgöra vad han eller hon åtar sig enligt kreditavtalet. Kreditprövningen ska grundas på tillräckliga uppgifter om konsumentens ekonomiska förhållanden. Krediten får beviljas endast om konsumenten har ekonomiska förutsättningar att fullgöra sitt åtagande.

Vid en ökning av krediten som är väsentlig ska en ny kreditprövning göras.

(<http://www.riksdagen.se>).

Bilaga 3 – Budget- och skuldrådgivningen

Budget- och skuldrådgivningen erbjuder människor som har hamnat i ekonomiska svårigheter kostnadsfri budget- och skuldrådgivning. Verksamhetens huvudsakliga uppgift ligger i att genom rådgivning kunna hjälpa skuldsatta människor att leva ett självständigt liv och klara av avbetalningen av sina skulder. Rådgivningen ska finnas till för kraftigt skuldsatta och de som har varaktiga betalningsproblem och inte ser någon möjlighet att själva få balans i sin ekonomi.

På Budget- och skuldrådgivningen hjälper man människor att klargöra problem, hitta lösningar och rådgivning för hushållsekonomi. Hjälpen erbjuds även i framtagningen av nya och realistiska avtal för att reglera pågående skuldsättning.

Rådgivningen har fördelarna att den finansieras av kommunen och därmed är kostnadsfri. Personalen på Budget- och skuldrådgivningen har även tystnadsplikt (www.helsingborg.se).

Bilaga 4 - Socialstyrelsen

Socialstyrelsen är en statlig myndighet under Socialdepartementet och förfogar över en bred verksamhet inom socialtjänst, hälso- och sjukvård, hälsoskydd, smittskydd och epidemiologi. Socialstyrelsen har fyra huvudsakliga sakavdelningar: avdelningen för statistik och utvärdering, avdelningen för kunskapsstyrning, avdelningen för regler och tillstånd samt tillsynsavdelningen.

Socialstyrelsen arbetar för social välfärd genom att prioritera den enskilda människans rätt till vård, omsorg och en god hälsa. Med detta menar Socialstyrelsen att verksamheten står på medborgarnas sida. De tre ledorden *säkerhet*, *kvalitet* och *kunskap* ses grundade för Socialstyrelsens arbete och målet är att verka för god hälsa, social välfärd samt omsorg och vård på lika villkor och av en hög kvalitet för hela befolkningen.

Socialstyrelsen arbetar bland annat med hjälp av statistikdatabaser och register för att följa samhällsutvecklingen inom vård och omsorg och för att på så sätt kunna stödja de yrkesgrupper som möter patienter, brukare och klienter och förbättra kvaliteten, öka säkerheten och effektiviteten i deras arbete. Socialstyrelsen arbetar även med att ta fram metoder, kunskap och rekommendationer för hur man bör arbeta för att uppnå en högre kvalitet inom vård och omsorg (www.socialstyrelsen.se).

Bilaga 5 - Kronofogdemyndigheten

Kronofogdemyndigheten är en statlig myndighet som arbetar på uppdrag från Sveriges riksdag och regering för att minska antalet individer och företag som riskerar att bli skuldsatta. Kronofogden har en opartisk samhällsroll och arbetar för att skapa en balans mellan de människor som är betalningsskyldiga och de som ska ha betalt.

Kronofogdens huvudsakliga uppgifter omfattar att driva in obetalda fodringar, betalningsförläggning, skuldsanering och tillsyn vid konkurs (www.kronofogden.se).

Kronofogden arbetar efter visionen om att skapa ” *En pådrivande kraft för att alla betalar och ingen blir överskuldsatt.*”.

Med den *pådrivande kraften* menas att Kronofogden tar ansvar i målet om att bli en mer aktiv, handlingskraftig och offensiv myndighet som påverkar samhällsdebatt och skapar en större kunskap om överskuldsättningens orsaker och konsekvenser. Visionens innebörd att *alla betalar*, menar på att Kronofogden ska ta möjligheten att i en större utsträckning än idag, ska kunna gå in tidigare i kundernas processer genom att aktivera parterna så att de själva tar ansvaret för sin ekonomiska situation. Meningen av att *ingen ska bli överskuldsatt*, grundas i Kronofogdens ansvar för att motverka människors överskuldsättning. Målet är att tidigt kunna åstadkomma åtgärdande insatser och att skapa ett större förtroende för myndigheten från individens sida.

För att uppnå detta arbetar Kronofogden i förebyggande syfte, där de sprider information och försöker öka kunskapen hos de som riskerar att hamna i en skuldfälla. Kronofogdens kundservice erbjuder bland annat stöd och vägledning till de människor som är oroliga för sin ekonomi (www.kronofogden.se).

Bilaga 6 - Resurs Bank

Resurs Bank är en svensk nischbank inom finansieringslösningar i handeln och är ett av företagen i ”Resursgruppen”. Under 1990-talet lanserade Resurs Bank ett räntefritt koncept och har sedan dess arbetat efter affärsidén att sälja finansiella tjänster för att skapa handlingskraft för sina kunder. Resursgruppen består idag av fem stabilt växande företag där alla har en liknande affärsidé och finns tillgängligt för kunder i Norden och även delar av Europa.

Resurs Bank erbjuder flexibla och smidiga lösningar i form av räntefritt delbetalning, *Resurskortet*- profilerat butikskort, *Supreme Card*- kreditkort och betalkort som anslutet till MasterCard, factoring, privatlån och sparande. På Resurs Banks hemsida beskrivs organisationen bland annat arbetar efter en värdegrund som säger att ”kunden är kung” och med detta menar företaget att det är viktigt att kunden alltid ska stå i centrum och upplever en lyhördhet från företaget. Att utveckla och stärka relationen med partners samt att vårda slutkunden är även grundläggande värdering för oss på Resurs Bank. Genom att alltid vara lättillgängliga är målet för Resurs Bank att skapa nöjda kunder och samarbetspartners.

Grundkrav som måste uppfyllas för Resurskortet:

fyllt 18 år

årsinkomst på minst 120 000 kr

fast anställning sedan minst 6 månader tillbaka och vara utan betalningsanmärkningar

En del av de anslutna butikerna som erbjuder *Resurskortet* är SIBA, Bauhaus och Mio. Butiker kan genom *Resurskortet* erbjuda olika former bonusklubbar och specialerbjudanden

Bilaga 7 - Easycredit

Kredittjänsten Easycredit tillhandahålls av Northmill AB och är en kredittjänst som erbjuder mindre och korta konsumentkrediter i form av SMS-lån. Easycredit beskriver att de erbjuder en bra service, långa öppettider och framförallt fokus på kundens säkerhet. Genom att ständigt arbeta med utvärdering av kunders behov och möjligheter för att utveckla företagets tjänster. Easycredit erbjuder i dagsläget möjligheten att låna mellan 500 kr och 10.000 kr, med en återbetalningstid på 30 respektive 90 dagar.

För att få ett SMS-lån beviljat hos Easycredit måste följande krav uppfyllas:

fyllt 18 år

folkbokförd i Sverige

inga tidigare betalningsanmärkningar

Om en ny konsument ansöker om SMS-lån hos Easycredit genomförs en identitetskontroll som kan innebära att konsumenten får ringa in och komplettera personuppgifter. Tidigare konsumenter hos Easycredit måste betala tidigare lån för att kunna ansöka om ett nytt SMS-lån. Om en konsument visar på en låg kreditvärdighet kan Easycredit bevilja ett lägre lånebelopp än det som ansökts av en förstagångskund. (www.easycredit.se)

Bilaga 8 - Ferratum

Ferratum Group var ett av de första bolagen att lansera låneprodukten SMS-lån i Europa år 2005. Idag finns bolagets verksamhet i 18 länder och har betjänat mer än 1 miljon kunder.

VD och grundare av Ferratum Jorma Jokela, har en tydlig vision om Ferratum, och menar att drivkraften i passion för nyskapande och en ambitiös tillväxtstrategi, är vägen till målsättningen om att vara ett ledande SMS-lån bolag år 2014. Vidare menar Jokela att Ferratums tjänster och produkter kan vara till nytta för konsumenter i många länder.

Ferratum beskriver att de idag har ett stort förtroende bland sina konsumenter och samarbetspartners vilket ses som ett resultat av pålitliga och transparenta tjänster, ett professionellt och etiskt uppträdande samt en snabb respons till konsumenter i lånebehov.

Kärnan i Ferratum:s verksamhet är ledorden ”*Mer än pengar till alla*”, där den enklaste tillämpningen, de snabbaste tjänsterna och ett högt förtroende vid alla tillfällen till alla konsumenter överallt, skildrar bolagets vision.

Ferratum Sweden AB

Ferratum Sweden erbjuder möjligheten att låna mellan 500 kr och 10.000 kr, med en återbetalningstid på 15-90 dagar och utan säkerheter eller borgensmän. SMS-lånet kan sökas av vem som helst om följande krav uppfylls:

fyllt 18 år

kreditvärdig

har skött penningaffärer klanderfritt

Ansökan för SMS-lån kan utföras via ett textmeddelande (SMS) eller via Internet (www.ferratum.se).

Bilaga 9 - Siba AB

Siba AB är ett svenskt familjeföretag inom hemelektronik, som idag består av elektronikbutiker i Sverige, Norge och Danmark samt avdelningar för företagsförsäljning i Stockholm, Göteborg och Köpenhamn. Siba säljer kapitalvaror inom telefoni, data, bild, ljud, kök och tvätt till både konsumenter och företagsmarknaden. Siba:s affärsidé grundas på målet att ”bättre än någon annan tillgodose sina kunders behov av hemelektronik”. Företagets målsättning ligger i att erbjuda en kombination av den bästa servicen och priset.

Siba- kortet

Siba har i samarbetet med Resurs Bank tagit fram, Siba- kortet som erbjuder 1 % av köpesumman i bonuspoäng, med maximalt 10 % rabatt vid varje köptillfälle samt en möjlighet att skjuta upp betalningen i upp till 60 dagar och betala genom faktura (www.siba.se)

Bilaga 10 - Systembolaget

Systembolaget är ett alkoholförsäljande monopolföretag med uppdraget att bidra till en förbättrad folkhälsa genom att begränsa alkoholens skadeverkningar.

Systembolagets affärsidé baseras på solidaritet med människor som kan fara illa av alkohol och företaget arbetar därför förebyggande mot de alkoholrelaterade problem och skadeverkningar som finns i dagens samhälle. Verksamheten arbetar efter den långtgående visionen ”*om att skapa ett samhälle där alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så att ingen tar skada*”. Denna form av nollvision visar enligt Systembolaget på det långtgående ansvar som verksamheten tillhandahåller. Detta ansvar exemplifieras genom att alkoholen på Systembolaget säljs utan att styras av ett vinstintresse. Höga priser och en begränsad tillgänglighet genom öppettider och antalet försäljningsställen, är även åtgärder som används för att skapa en minskad alkoholkonsumtion. Systembolagets personal har även strikta regler gällande kundmötet. Alkohol får inte säljas till en person som är under 20 år, berusade eller har avsikten att sälja vidare alkoholen illegalt. För att öka konsumenters medvetenhet och ansvarstagande gällande missbruk av alkoholkonsumtion har ett dotterbolag IQ startats, där kampanjer och undersökningar görs och ett deltagande i samhällsdialogen om alkoholfrågan är aktuell (www.systembolaget.se).

Bilaga 11 – Intervjuguide - Budget- och skuldrådgivningen

Första mailet:

Hej!

Vi är tre studenter som går Service Management på Campus Helsingborg, Lunds Universitet och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om köpberoende och överkonsumtion, där bland annat avbetalning och skulder ska vara en stor del av arbetet. Vi skulle gärna vilja få en intervju med någon av er för att få mer kunskap av detta växande samhällsproblem. Har ni möjligheten att klämma in en timmes intervju med oss mellan den 2/5-4/5 skulle vi vara väldigt tacksamma.

Med vänlig hälsning
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Hur arbetar ni med budget- och skuldrådgivning?

Hur arbetar budget- och skuldrådgivningen för att förebygga skuldsättning?

Vilken är den vanligaste anledningen till att människor kommer i kontakt med budget- och skuldrådgivning? Vilken är den vanligaste orsaken till skuldsättning? Exempel kredit, lån och avbetalning etc.

Vilken målgrupp är den som oftast söker hjälp hos er? Har ni någon statistik på hur utvecklingen varit?

Kan ni se någon generell anledning till varför människor skuldsätter sig på grund av konsumtion? Vad tror ni är anledningen till detta?

Hur många av de som söker hjälp hos er, gör det på grund av obetalda avbetalnings- och kreditköp? Vilka utomstående faktorer och aktörer påverkar enligt er denna utveckling?

När anser ni att en vanlig människa gått från en vanlig konsument till en köpberoende konsument?

Vilken form av konsumtion leder vanligast till skuldsättning enligt er? (större köp, ex bil, hus eller småköp, elektronik etc.)

Vem tycker ni bär ansvaret för att konsumenter blir skuldsatta på grund av överkonsumtion?

Hur ser ni på moralen med att företag och banker använder påtryckningar genom avbetalnings- och kreditköp, för en ökad handlingskraft?

Tycker ni att samhället och staten idag satsar tillräckligt mycket för att förebygga människors skuldsättning? Hur hade de kunnat göra för att förebygga ytterligare? Hade det kunnat vara en idé att exempelvis ha ekonomiskt ansvar och tänkande som ett skolämne i grundskolan?

Hur ser ni på dagens kredit och avbetalningsmöjligheter? Ställs tillräckligt höga krav för beviljande av kredit och avbetalning? Skulle en eventuell strängare lag leda till en mindre skuldsättning av samhället?

Hur tror ni att utvecklingen av detta samhällsproblem kommer se ut?

Bilaga 12 - Intervjuguide – socialstyrelsen

Första mailet:

Hej!

Vi är tre studenter som går Service Management på Campus Helsingborg, Lunds Universitet och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om köpberoende och överkonsumtion, där bland annat avbetalning och skulder ska vara en stor del av arbetet. Vi skulle gärna vilja få en intervju med någon av er för att få mer kunskap av detta växande samhällsproblem. Har ni möjligheten att klämma in en timmes intervju med oss mellan den 2/5-4/5 skulle vi vara väldigt tacksamma.

Med vänlig hälsning
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Förklara vad Socialstyrelsen arbetar med? Vilken typ av hjälp erbjuds.

Finns det en urskiljande målgrupp som vänder sig till Socialstyrelsen?

Vilka bakomliggande faktorer ligger bakom beroende?

Varför blir inte alla människor beroende?

Hur pass stor betydelse spelar en människas barndom i om man blir missbrukare eller inte?

Hur stor påverkan har samhället på människors beroende? Hur stor påverkan har andra aktörer/faktorer?

Det finns idag tillgänglig hjälp för alkohol- och spelmissbrukare. Vet du varför denna hjälp inte finns tillgänglig för köpberoende?

Vilken form av hjälp kan en köpberoende person hitta om man vänder sig till Socialstyrelsen?

Vem tycker du bär mest ansvar i samhället för att människor blir skuldsatta på grund av överkonsumtion?

Tycker du att samhället och staten idag satsar tillräckligt mycket för att förebygga människors skuldsättning? Hur hade de kunnat göra för att förebygga ytterligare? Hade det kunnat vara en idé att exempelvis införa ekonomiskt ansvar och tänkande som ett skolämne i grundskolan?

Hur tror du att utvecklingen av samhällets framtida köpberoende kommer se ut? Kommer problemet utvecklas ytterligare eller avta?

Hjälper Systembolagets ansvarstagande arbetssätt något som kan urskiljas i Socialstyrelsens arbete? Exempelvis en minskad alkoholkonsumtion.

Bilaga 13 – intervjuguide - Kronofogdemyndigheten

Första mailet:

Hej!

Vi är tre studenter som går Service Management på Campus Helsingborg, Lunds Universitet och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om köpberoende och överkonsumtion, där bland annat avbetalning och skulder ska vara en stor del av arbetet. Vi skulle gärna vilja få en intervju med någon av er för att få mer kunskap av detta växande samhällsproblem. Har ni möjligheten att klämma in en timmes intervju med oss mellan den 2/5-4/5 skulle vi vara väldigt tacksamma.

Med vänlig hälsning
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Hur arbetar Kronofogden för att förebygga skuldsättning?

Vilken målgrupp i samhället är den mest skuldsatta?

Vilken är den vanligaste anledningen till att människor kommer i kontakt med Kronofogden? Vilken är den vanligaste orsaken till skuldsättning? Exempel kredit, lån och avbetalning etc.

Kan ni se någon generell anledning till varför människor skuldsätter sig på grund av konsumtion? Vad tror ni är anledningen till detta?

Har ni någon ny statistisk över hur många som är skuldsatta på grund av obetalda avbetalnings- och kreditköp i Sverige?

Hur arbetar ni för att ge stöd och vägledning för människor i svåra ekonomiska situationer, där det har svårt att betala tillbaka avbetalnings- och kreditköp?

Vem tycker ni bär ansvaret för att konsumenter blir skuldsatta på grund av överkonsumtion?

När anser ni att en vanlig människa gått från en vanlig konsument till en köpberoende konsument?

Vilken form av konsumtion leder vanligast till skuldsättning enligt er? (större köp, ex bil, hus eller småköp, elektronik etc.)

Hur ser ni på moralen med att företag och banker använder påtryckningar genom avbetalnings- och kreditköp, för en ökad handlingskraft?

På Kronofogdens hemsida finns en länk till en artikel ”400,000 svenskar fast i samhällets lyxfälla” där det bland annat står att överskuldsatta svenskar kostar samhället miljarder. På vilket sätt kostar dessa människor samhället?

Tycker ni att samhället och staten idag satsar tillräckligt mycket för att förebygga människors skuldsättning? Hade det kunnat vara en idé att exempelvis ha ekonomiskt ansvar och tänkande som ett skolämne i grundskolan?

Hur ser ni på dagens kredit och avbetalningsmöjligheter? Ställs tillräckligt höga krav för beviljande av kredit och avbetalning? Skulle en eventuell strängare lag leda till en mindre skuldsättning av samhället?

Hur tror ni att utvecklingen av detta samhällsproblem kommer se ut?

Bilaga 14 – Intervjuguide – Resurs bank

Första mailet:

Hej!

Vi är tre studenter som går Service Management på Campus Helsingborg, Lunds Universitet och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om service och tjänsteutbud till kunden vilket vi tycker ni på resursbank representerar. Vi blev inspirerade av er gästföreläsning ni hade för oss här på Campus och skulle gärna vilje veta mer om vad ni har för olika tjänster och hur ni arbetar med bland annat marknadsföring och tillgänglighet. Har ni möjligheten att klämma in en timmes intervju med oss mellan den 2/5-4/5 skulle vi vara väldigt tacksamma.

Med vänlig hälsning
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Vad skiljer era tjänsteutbud från vanliga bankers?

Inriktar ni er till någon speciell målgrupp?

Vilken marknadsföring uppfattar ni som mest effektiv för Resurs Bank? Vilken form av marknadsföring använder Resurs Bank sig av idag, i partnerbutiker som Siba etc?

Resurs Bank nämner på hemsidan att ambitionen med att samarbeta med olika partnerföretag är att uppnå effekter som merförsäljning och uppförsäljning. På vilket sätt uppnås denna merförsäljning och hur marknadsförs detta?

Hur fungerar Resurs Banks samarbete med Siba? Är det många av era kunder som använder sig av Resurskortet på Siba?

Resurs Bank arbetar efter ledstjärnan och kundlöftet om att skapa handlingskraft för konsumenten. Hur kan denna handlingskraft exemplifieras?

En av Resurs Banks värderingar lyder: ”Snabbhet före perfektion”. Vad menas med detta och hur påverkar denna värdering Resurs Banks arbetssätt?

Vilka fördelar respektive nackdelar ser ni med Resurskortets delbetalning?

Vad händer med de kunder som inte betalar sin faktura i tid? Förekommer dessa kunder ofta?

Förekommer det att kunder inte kan betala tillbaka? Hur hanterar ni det i så fall?

Hur hög är förseningsavgiften och dröjsmålsräntan om en betalning inkommer för sent?

Vem tycker ni bär ansvaret för att konsumenter blir skuldsatta på grund av överkonsumtion?

Vilka krav ställer ni på kunder som vill låna pengar? (Kreditbeviljande). Ta upp lagen. Har mycket förändrats från att lagen infördes? Hur uppföljs att lagen hålls?

Vad innebär Resurs Banks återbetalningskydda vid kredit? Är det många kunder som behöver hjälp genom återbetalningskydda? Vilka andra tjänster erbjuder Resurs Bank för att skydda sina kunder från att hamna i ekonomiska svårigheter?

På Resurs Banks hemsida nämner ni att kundfinansiering är ”**Bra för handeln – bra för konsumenten**”, **utveckla detta?**

Bilaga 15 – Intervjuguide – SMS-lån (Easycredit, Ferratum)

Första mailet:

Hej!

Vi tre studenter som går Service Management på Campus Helsingborg, Lunds Universitet och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om service och tjänsteutbud till kunden. Sms-lån är idag ett alternativ som skapar tillgänglighet och möjlighet till snabba köpt och vi ser Ferratum/Eacykredit som en representant inom branschen. Vi tror att vårt uppsats skulle blir mer intresseväckande med Ferratums/Eacykredits medverkan och vi skulle gärna vilje veta mer om vad ni har för olika tjänster och hur ni arbetar med bland annat marknadsföring och tillgänglighet. Om ni har möjligheten att svara på några frågor via mail eller möjligtvis en telefonintervju, så skulle detta bidra med mycket till vårt arbete.

Med vänlig hälsning,
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Hur ser marknaden ut för sms-lån idag? Har Ferratum/Easycredit många konkurrenter? Hur skapar ni konkurrensfördelar?

Vilken form av marknadsföring använder sig Ferratum/Easycredit av?

Vilka fördelar finns med att ta sms-lån genom Ferratum/Easycredit?

Vilka kriterier måste uppfyllas för att ta ett sms-lån hos Ferratum/Easycredit? Ålder, inkomst, tidigare betalningsanmärkningar etc.

Anser ni att det finns situationer då en person bör avstå från att ta sms-lån?

Vilket är det maximala beloppet man kan låna via Ferratum/Easycredit?

Vilken är den högsta respektive lägsta räntesatsen vid sms-lån hos Ferratum/Easycredit?

Hur lång tid tar det innan konsumenten får in pengarna på sitt konto?

Har ni möjlighet att registrera personen som söker sms-lån hos er, ålder, inkomst etc.? I så fall, urskiljer ni någon specifik målgrupp som ofta ansöker om sms-lån?

Finns det enligt er några speciella faktorer som har resulterat i att sms-lån har blivit så eftertraktat på marknaden?

Hur ställer ni er till den kritik som förekommer mot företag som erbjuder sms-lån?

Hur tror ni att framtiden kommer se ut för smslån-branschen? Tillväxt respektive minskning.

Bilaga 16 – Intervjuguide - Siba

Första Mailet:

Hej!

Vi är tre studenter som går Service Management på Campus Helsingborg, Lunds Universitet och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om service och tjänsteutbud till kunden vilket vi tycker ni på Siba representerar. Vi skulle gärna vilja få en inblick i hur ni arbetar med bland annat service, marknadsföring och tjänsteutbud. Har ni möjligheten att klämma in en timmes intervju med oss mellan den 2/5-4/5 skulle vi vara väldigt tacksamma.

Med vänlig hälsning
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Vad använder sig Siba av för marknadsföring?

På Sibas presshemsida finns informationen om att Sibas reklam ger högst effekt per investerad krona i jämförelse med konkurrenterna. Hur pass mycket påverkar Sibas marknadsföring försäljningssiffrorna?

Hur länge beräknar ni att en produkts marknadsföring har en inverkan på försäljningen ur ett tidsmässigt perspektiv? Hur påverkar detta Sibas verksamhet och prissättning?

Ser ni Sibas exponering av annonser i butiker och i städer, exempelvis på gator som viktig? Hur pass mycket påverkar denna form av exponering försäljningssiffrorna?

Hur ofta uppkommer nya former av marknadsföring för Siba? Exempelvis i form av reklamfilmer, annonser i tidningar etc.

Vilka uppgifter ses som mest betydelsefulla vid utformningen av Sibas annonser och reklam? Exempelvis produktens pris, utseende etc.

Hur länge betraktas en produkt som ”aktuell” inom teknikbranschen från och med lansering på marknaden?

Vi har förstått att ni har ett nära samarbete med resurs bank. Hur fungerar samarbetet?

Hur pass mycket påverkar konsumentens möjlighet till avbetalning i valet mellan att köpa en produkt och inte köpa en produkt?

Vad ser ni som störst fördel med samarbetet med resurs bank? Ex kundlojalitet, merköp eller snabba köp?

Bilaga 17 – Intervjuguide - Systembolaget

Första mailet:

Hej!

Vi är tre studenter som går service management på Campus Helsingborg och håller just nu på att skriva vårt examensarbete. Examensarbetet ska handla om köpberoende och överkonsumtion, där bland annat avbetalning och skulder ska vara en stor del av arbetet. Vi skulle vilja få en större kunskap i hur systembolaget arbetar med minskad alkoholkonsumtion då vi vill reflektera över om denna typ av samhällsansvar skulle kunna motverka en annan form av överkonsumtion. Har ni möjligheten att svara på några av våra frågor via mail, skulle vi vara väldigt tacksamma.

Med vänlig hälsning
Karolina, Emelie och Ann

Intervjumall:

Hur pass stor påverkan anser ni att Systembolaget har för samhället?

Hur ser statistiken för Systembolagets popularitet ut för närvarande?

Hur arbetar Systembolaget för att behålla förtroendet bland konsumenter?

Vilken utveckling hade enligt er uppstått om systembolags monopol avreglerades? Både ur ett långsiktigt och kortsiktigt tidsperspektiv.

Vilka faktorer kan ses som grundande till folkets ökande stöd för Systembolaget och monopolet?

Hur pass nära anser ni att Systembolaget är att uppnå den långtgående visionen om att alkoholdrycker njuts med omsorg om hälsan så ingen tar skada?

Systembolaget beskriver på sin hemsida hur man genom bland annat projektet IQ informerar om risker för att skapa en större kunskap kring alkoholkonsumtion. Hur pass stort engagemang och intresse har detta projekt skapat?

Finns den en specifik målgrupp som projektet IQ företrädesvis vänder sig till?

Vilka andra former av stöd och hjälp arbetar Systembolaget med för att uppnå företagets nollvision?

Hur ser ni på uttalandet om att Systembolagets koncept kan liknas vid ett storebrorsyndrom, där konsumenten blir passiv för ansvar då man ”är van” vid att samhället tar ansvaret.

Kan Systembolagets utvecklade modell för hemleverans ses som motstridande för företagets vision? Vad är syftet med denna leveransform?

Anser ni att systembolagets arbetssätt skulle kunna tillämpas för att styra en annan form av konsumtion?

Hur kommer Systembolaget arbeta för ett bestående samt ökande stöd från konsumenternas sida?