Nyt lys over det danske kapitalmarked IV

Ole Zacchi og Andreas Wildt

Nærværende artikel om forbrugerkreditten i Danmark er den fjerde og afsluttende i en serie artikler, der tilsigter at kaste lys over hidtil helt eller delvist ubelyste dele af det danske kapitalmarked. Den første artikel, der omhandlede pantebrevsmarkedet, bragtes i *Økonomi og Politik* nr. 2, 1971. Den anden, der omhandlede finansieringsselskaber og lignende virksomheder, bragtes i *Økonomi og Politik* nr. 3, 1971, og den tredie, der drejede sig om pengemarkedet, i *Økonomi og Politik* nr. 2, 1972.

Indledning

Forbrugerkreditområdet har hidtil været noget stedmoderligt behandlet i den danske kreditmarkedsstatistik. De sparsomme løbende statistiske oplysninger, der har været tilgængelige, har dels været biprodukter af forbrugsundersøgelserne, der jo kun omfatter lønmodtagerhusstande. Dels indeholder Danmarks Nationalbanks årlige statistik vedr. bankernes kreditgivning, fordelt på erhverv, nogle meget summariske oplysninger om bankernes belåning af afbetalingskontrakter og deres udlån til detailhandelsbrancher, der fortrinsvis handler med varige forbrugsgoder.

Af værker, der direkte behandler forbrugerkreditområdet, er siden krigen fremkommet tre. Den første var »*Betænkning om køb på afbetaling, København 1950*« som blev afgivet af et i 1938 af justitsministeriet nedsat udvalg med A. O. Bentzon som formand. Der er tale om et forarbejde til afbetalingsloven af 1954, hvilket i høj grad præger betænkningen. Det andet værk var Børge Barfods *Konsumkreditter i Danmark,* København 1960. Dette arbejde er først og fremmest baseret på forbrugsundersøgelserne i 1950'erne og har i høj grad karakter af et foreløbigt forsøg på at give en oversigt over området. Det tredie værk var *Begrænsning af afbetalingshandelen,* København 1965; en betænkning afgivet af et af justitsministeriet nedsat udvalg med P. Kiil som formand. Denne redegørelse – der som titlen siger havde en konjunkturpolitisk baggrund – indeholder i realiteten intet nyt til belysning af forholdene på forbrugerkreditområdet.

Af værker, der ikke primært sigter mod forbrugerkreditområdet, men som indeholder materiale af interesse, er der grund til dels at nævne *Monopoltilsynets redegørelse af 13. marts 1968 om forholdene indenfor handelen med automobiler,* København 1968, og Morten Balling: *Merværdiafgift, kundetilgodehavender og leverandørgæld,* København 1971.

Med den netop offentliggjorte *Betænkning om en statistisk belysning af forbrugerkreditområdet* (betænkning nr. 707, København, april 1974), afgivet af et af økonomiministeren nedsat udvalg med N. V. Skak-Nielsen som formand, er for første gang offentliggjort materiale, der gør det muligt at give et dækkende

billede af forbrugerkreditområdet, set fra såvel husholdningernes som detailhandelens side. Derimod har vi stadigvæk en dækkende undersøgelse af de finansielle institutioners rolle på forbrugerkreditområdet tilgode; omend betænkningen også på dette område bringer nye oplysninger frem.

I det følgende skal vi, med udgangspunkt i det i betænkningen fremlagte materiale, efter en fastlæggelse af selve forbrugerkreditbegrebet og en kortfattet oversigt over forbrugerkredittens omfang, komme med nogle betragtninger over den rolle, forbrugerkreditten spiller for henholdsvis detailhandelen og husholdningerne. Efter artiklen bringes en fortegnelse over litteratur om forbrugerkredit.

Forbrugerkreditbegrebet

Det forbrugerkreditbegreb der anvendes i udvalgets undersøgelser omfatter al kredit ydet til husholdningerne til finansiering af køb af forbrugsgoder. Heri ligger for det første, at den kredit der optages af husholdningerne – for at blive regnet som forbrugerkredit – skal anvendes til finansiering af købet af forbrugsgodet. Bortset fra de teoretiske problemer, der altid vil være forbundet med at knytte finansielle strømme til bestemte finansieringsformål, volder dette krav rent praktisk ikke problemer for den del af forbrugerkrediterne, der har form af afbetalings- og kontokreditter, idet forbrugerkreditten her opstår i umiddelbar tilknytning til købet af forbrugsgoder. Anderledes stiller sagen sig ved husholdningernes låntagning i pengeinstitutter m. v., idet det i disse tilfælde ofte vil være vanskeligt at afgøre hvad en given kreditoptagelse har finansieret, hvorfor en statistisk opgørelse heraf vil være behæftet med betydelig usikkerhed.

Som det andet punkt skal der peges på de praktiske problemer, der er forbundet med afgrænsningen af de forbrugsgoder der medregnes. Ud fra den betragtning, at forbrugerkreditbegrebet alene skal omfatte den egentlige forbrugerkredit og ikke kredit, der opstår som følge af eksisterende betalingssædvaner, har udvalget lagt sig fast på, at alene kreditter med en løbetid på over 30 dage efter salg eller faktureringstidspunkt skal medregnes som forbrugerkredit. Herved udelades stort set hele kreditomsætningen med dagligvarer, idet dog kreditomsætningen i stormagasiner og forbrugerkooperationen, der indtager en mellemstilling, er medtaget. Udeladt er endvidere kreditter og lån i forbindelse med husholdningernes erhvervelse af fast ejendom, idet sådanne goder regnes som investeringsgoder. Denne undtagelse fra forbrugerkreditbegrebet er af ganske stor betydning ved bedømmelsen af omfanget af de samlede forbrugerkreditter, idet husholdningernes gældsstiftelse i forbindelse med erhvervelse af fast ejendom har et omfang, der langt overstiger omfanget af de egentlige forbrugerkreditter. Når man har valgt at se bort fra kredit i forbindelse med køb af fast ejendom – skyldes det, at finansieringsformerne

Tabel 1. Husholdningernes køb af varige forbrugsgoder i 1972, fordelt på købsformer og brancher.[1])

	Samlede køb	Heraf:			
		Afbetalingskøb	Kontokøb	Lånefinansierede kontantkøb	Rene kontantkøb
			mill. kr.		
Boligudstyrsbranchen	2.037	530	122	100	1.285
Radio- og TV-branchen	1.187	427	107	100	553
Automobilbranchen[2])	7.262	2.179	726	2.100	2.257
Stormagasiner	1.840	37	545	20	1.238
Boghandlerbranchen	550	–	200	–	350
Campingvogne og lystbåde	150	50	–	50	50
Øvrige brancher	5.553	239	183	80	5.051
Tilsammen	18.579	3.462	1.883	2.450	10.784

1. Tallene er excl. forbrugerkooperationen, hvis kreditsalg i 1972 udgjorde mindre end 1 pct. af den samlede omsætning.
2. Tallene omfatter kun køb af personbiler samt service, reparation m. v. på disse.

afviger afgørende fra finansieringsformerne ved køb af langvarige forbrugsgoder.

Hovedtal for forbrugerkreditten i 1972

I tabel 1 og 2 er vist hovedtrækkene i henholdsvis kreditkøbene og de herved opståede forbrugerkreditter i 1972, baseret på den ovenfor anførte systematik for forbrugerkreditbegrebet.

Af husholdningernes samlede køb af varige forbrugsgoder i 1972 på 18,6 mia. kr. var de 10,8 mia. kr., eller 58 pct., rene kontantkøb, mens afbetalingskøbene lå på 3,5 mia. kr., eller 19 pct. af de samlede køb, mens kontokøbene med 1,9 mia. kr. tegnede sig for 10 pct. og de lånefinansierede kontantkøb på næsten 2,5 mia. kr. for de resterende 13 pct. Mens man således må karakterisere afbetalingskøb som den vigtigste kreditkøbsform, fremgår det af tabellen, at den helt dominerende kreditkøbsbranche er automobilbranchen. Af de samlede kreditkøb på 7,8 mia. kr. tegner denne branche sig således for de 5,0 mia. kr. eller 64 pct. Disse tal dækker over, at 40 pct. af de i 1972 købte personbiler blev købt på afbetaling og 38 pct. som lånefinancierede kontantkøb; eller sagt på en anden måde: Kun 22 pct. af de personbiler, der i 1972 fik ny ejer, kørte ubehæftede ud på gaden.

Udover bilen spiller kreditkøb – overvejende som afbetalingskøb – en stor rolle ved erhvervelse af møbler, tæpper, radio- og TV-udstyr, bøger (bogkontokøb), campingvogne og lystbåde, mens de forholdsvis store kontokøb i stor-

Tabel 2. Fordeling på kreditkøbsformer og brancher af de i forbindelse med husholdningernes køb i 1972 af varige forbrugsgoder opståede forbrugerkreditter.

	Forbrugerkreditter opstået i forbindelse med:			
	Afbetalings-køb	Kontokøb	Lånefinan-sierede kontantkøb	Samlede kreditkøb
	mill. kr.			
Boligudstyrsbranchen	381	110	40	531
Radio- og TV-branchen	329	96	60	485
Automobilbranchen	1.643[1])	726	1.200	3.569
Stormagasiner	25	545	–	570
Boghandlerbranchen	–	180	–	180
Campingvogne og lystbåde	40	–	30	70
Øvrige brancher	207	175	50	432
Tilsammen	2.625	1.832	1.380	5.837

1. Incl. 100 mill. kr. ydet af pengeinstitutterne til finansiering af udbetalinger.

magasinerne er en specialitet; iøvrigt i høj grad et historisk fænomen, der idag nok må antages at spille en vis rolle i konkurrencen mellem stormagasinerne og den øvrige detailhandel, jfr. nedenfor. Udover de i tabellen viste brancher kan nævnes, at afbetalingskøb også spiller en relativt stor rolle ved køb af musikinstrumenter og jagt- og sportsudstyr, samt at service og reparation af personbiler i vidt omfang sker på konto.

Desværre findes der intet materiale, der gør det muligt at sætte de her refererede tal for 1972 i tidsmæssigt perspektiv med henblik på en analyse af eventuelle strukturforskydninger i kreditkøbenes fordeling på såvel brancher som kreditkøbsformer.

Af den ovenfor nævnte redegørelse fra monopoltilsynet fremgår det dog, at 54 pct. af de i 1965 købte personbiler blev købt på afbetaling, mens tallet i 1972 som ovenfor nævnt var 40 pct. Dette fald, der iøvrigt var særligt markant for de nye personbiler (45 pct. i 1965 mod 32 pct. i 1972, mens de tilsvarende tal for brugte personbiler var 66 og 50 pct.), kan tilskrives pengeinstitutternes stigende rolle som direkte långivere i forbindelse med husholdningernes lånefinansierede kontantkøb af personbiler. Der foreligger som sagt ikke statistisk materiale, der muliggør en vurdering af udviklingen i de øvrige brancher, men mon ikke en lignende – omend ikke så markant – tendens kan konstateres for de mere kostbare af de varige forbrugsgoder. Ihvertfald kan – som det fremgår nedenfor – renteforskellen for de forskellige finansieringsformer siges at motivere i denne retning; noget der iøvrigt understøttes af den positive ændring i pengeinstitutternes holdning overfor husholdningerne, som har præget udviklingen siden 1965 [1].

1. Jfr. tabel 6, 6, p. 319 i *PP II, Perspektivplanredegørelse 1972–1987, Bilag III, Byerhvervene,* København, februar 1974.

Vender vi os derefter til tabel 2, fremgår det, at der svarende til kreditkøbene i 1972 på ialt 7,8 mia. kr. opstod forbrugerkreditter til et samlet beløb på 5,8 mia. kr. Forskellen på 2,6 mia. kr. modsvarer den del af købesummen ved disse køb, der er dækket af husholdningernes egne midler, herunder ibyttetagne brugte varer; noget der ikke mindst i den dominerende automobilbranche spiller en ganske stor rolle.

Af de samlede forbrugerkreditter i 1972 på 5,8 mia. kr., udgøres de 2,5 mia. kr. af afbetalingskreditter og de 1,8 mia. kr. af kontokreditter, svarende til at detailhandelen i 1972 ialt ydede husholdningerne kreditter på 4,3 mia. kr. Af de resterende 1,5 mia. kr., hvoraf pengeinstitutterne tegner sig for de 85 pct., mens 15 pct. er fordelt på låntagning på obligations- og pantebrevsmarkedet, policelån samt lån hos familie eller arbejdsgivere samt finansieringsselskaber, er de 1,4 mia. kr. knyttet til de lånefinancierede kontantkøb, mens de sidste 0,1 mia. kr. er ydet til finansiering af udbetaling ved afbetalingskøb. Da udbetalingsprocenterne ikke varierer meget brancherne imellem, følger fordelingen af forbrugerkreditterne på brancher det mønster, vi fandt i tabel 1.

Detailhandelen og forbrugerkreditten

Set fra detailhandelens synsvinkel har forbrugerkreditten en række interessante aspekter. Vi vil her trække tre frem. Først problemet om disse kreditters omfang og finansiering, derefter disse kreditters rolle som indtægtskilde for detailhandelen og endelig deres rolle i konkurrencen, primært mellem firmaerne indenfor den enkelte branche og sekundært brancherne imellem.

Omfanget af de kreditter, detailhandelen i 1972 har måttet yde i forbindelse med salg af varige forbrugsgoder på afbetaling eller konto, kan som ovenfor nævnt beregnes at have udgjort ca. 4,3 mia. kr., svarende til et salg på afbetaling og konto på ca. 5,4 mia. kr.

Langt størstedelen af disse kreditter er ydet af automobilbranchen, heraf godt 1,5 mia. kr. i forbindelse med salg af nye og brugte personbiler på afbetaling og 0,7 mia. kr. i forbindelse med service, reparation m. v. af disse på konto. Boligudstyrsbranchen (møbler, tæpper m. v.) med ydede kreditter på 0,5 mia. kr. og radio- og TV-branchen med 0,4 mia. kr. har ligesom autobranchen hovedvægten på afbetalingskreditter. For stormagasiner med 0,6 mia. kr. og boghandlerbranchen med 0,2 mia. kr. er det derimod kontokreditterne, der helt dominerer.

Svarende til disse tal var 30 pct. af automobilbranchens samlede omsætning i 1972 vedr. personbiler afbetalingsomsætning og 10 pct. kontoomsætning. I boligudstyrsbranchen var 26 pct. afbetalingsomsætning og 6 pct. kontoomsætning, mens de tilsvarende tal i radio- og TV-branchen var 36 og 9 pct. og i stormagasinerne henholdsvis 2 og 28 pct.

Når disse af detailhandelen ydede forbrugerkreditter giver anledning til sær-

Tabel 3. Diskonteringsmønsteret for detailhandelens afbetalingskontrakter i 1972.

	Tilgang af nye afbetalingskontrakter	Heraf diskonteret hos:				
		Banker	Sparekasser	Finansieringsselskaber	Leverandører m. v.	Tilsammen
			Mill. kr.			
Boligudstyrsbranchen	381	56	6	7	–	69
Radio- og TV-branchen	329	15	3	21	24	63
Autobranchen	1.543	494	148	325	21	988
Øvrige brancher[1])	232	26	8	25	3	62
Tilsammen	2.485	591	165	378	48	1.182

1. Excl. campingvogne og lystbåde.

ligt interessante finansieringsproblemer, skyldes det disse kreditters usædvanligt lange løbetid i forhold til de kreditter, detailhandelen iøvrigt yder, kombineret med den relativt store kreditomsætningsandel. I dagligvarebrancherne er normen for den gennemsnitlige løbetid for kreditter således 7–15 dage, mens der for de her omhandlede brancher er tale om et gennemsnit for afbetalingskreditter på 26 måneder, og for automobilbranchen ligger tallet endda helt oppe på 31 måneder. For kontokreditterne er der tale om en gennemsnitlig løbetid på knap 8 måneder; her ligger stormagasinerne på 5 og automobilbranchen på 6 måneder lavest, mens 10–12 måneder er almindeligt i de øvrige brancher. Hertil kommer, at kreditomsætningen ligger på omkring 30 pct., mens den i dagligvarebrancherne kun udgør en ganske ringe del af den samlede omsætning.

Normalt spiller leverandørkreditter fra engros- og/eller producentleddet, på grund af hurtig omsætningshastighed og ringe kreditgivning til forbrugerne, naturligvis en stor rolle for detailhandelen. Men for de her omtalte brancher, der fortrinsvis handler med varige forbrugsgoder, stilles helt anderledes krav til egenkapital og låntagning i finansielle institutioner, også selv om der for disse brancher i et vist omfang er tale om leverandørkreditter med en noget længere løbetid end normalt. Især for automobilbranchen må også nævnes de kreditter, der via afregningsfrister for afgifter indrømmes af det offentlige.

En af de måder, hvorpå dette finansieringsproblem bliver løst, er gennem diskontering af de ydede kreditter. Denne fremgangsmåde anvendes praktisk taget kun for afbetalingskreditter.

I tabel 3 er diskonteringsmønsteret for de i 1972 etablerede afbetalingskontrakter vist. Det fremgår heraf, at refinansiering af afbetalingskreditter især benyttes indenfor automobilbranchen, der jo også må yde de længste kreditter. I denne branche blev i 1972 ikke mindre end 64 pct. af tilgangen af nye

afbetalingskontrakter refinansieret, fortrinsvis i banker og finansieringsselskaber (herunder dels selskaber ejet af leverandør, dels bankejede finansieringsselskaber) og i mindre omfang i sparekasser, mens diskontering direkte hos leverandør i praksis ingen rolle spillede. I de to andre store afbetalingsbrancher – boligudstyr og radio og TV – spillede denne form for refinansiering en forholdsvis begrænset rolle (18 og 19 pct. af tilgangen); i boligudstyrsbranchen fortrinsvis hos banker, mens refinansiering direkte hos leverandør spiller en relativt stor rolle i radio- og TV-branchen. Iøvrigt er det interessant at konstatere, at den andel af tilgangen, der er blevet diskontoret, er størst i de store firmaer indenfor boligudstyrsbranchen, mens det omvendte gør sig gældende i radio- og TV-branchen, hvilket bl. a. skyldes at en af de store radio- og TV-kæder, der i øvrigt satser meget stærkt på denne branches fra et forbrugerkreditsynspunkt vigtigste enkeltvare, nemlig farve-TV, selv beholder sine kontrakter. I automobilbranchen er diskonteringstilbøjeligheden uafhængig af firmaets størrelse. Umiddelbart ville man nok have ventet, at de store firmaer, der normalt er mere velkonsoliderede og har lettere adgang til »billig kredit« – jfr. nedenfor – havde en væsentlig lavere diskonteringstilbøjelighed end de små.

Et indtryk af finansieringsproblemets styrke indenfor den enkelte branche kan også fås ved at undersøge, i hvor høj grad firmaerne ved ydelse af kasserabat og/eller ydelse af rentefri kredittid forsøger at motivere husholdningerne til at købe kontant. Det kan således nævnes, at i boligudstyrsbranchen lå kasserabatten i gennemsnit på 4,2 pct. af salgsprisen, jfr. tabel 4, mens tallet i radio- og TV-branchen var 3,6 pct. og i automobilbranchen 0,1 pct. (der gives slet ikke kasserabatter på kontantsalg af nye personbiler). De rentefri kredittider var i boligudstyrsbranchen 109 dage, i radio- og TV-branchen 86 dage og i automobilbranchen 11 dage. Regnes automobilbranchen for den branche, hvor forbrugerkredit giver de største finansieringsproblemer, efterfulgt af radio- og TV-branchen (hvor afbetalingskreditternes løbetid er 21 måneder), mens boligudstyrsbranchen (med en løbetid på 14 måneder) har de relativt mindste problemer, fremgår det af disse kasserabat- og kredittidsfordelinger, at ingen af disse brancher søger at løse et evt. finansieringsproblem af denne vej. Iøvrigt bør der her tilføjes den bemærkning, at kasserabatter og rentefri kredittider også må anskues som egentlige konkurrenceparametre, ikke mindst hvad angår boligudstyrs-, radio- og TV-branchens konkurrence med stormagasinernes kontosalg; parametre, hvis størrelse der naturligvis også er taget højde for ved fastsættelsen af salgspriserne.

Endelig kan der jo også være andre gode grunde til, at disse brancher ikke forsøger at løse finansieringsproblemet gennem øget kontantsalgsandel, men tværtimod finder kreditsalg ganske attraktivt; f. eks. som følge af de gunstige vilkår – set fra detailhandelens synsvinkel – der opnås på de hertil svarende kreditter.

Tabel 4. Kontantrabatter og rentefri kredittider ved salg af varige forbrugsgoder ult. juni 1972 samt rente af konto- og afbetalingsgæld på samme tidspunkt, fordelt på brancher.

	Kontantrabat (kasserabat) i procent af salgsprisen	Rentefri kredittid ved kontantkøb	Rente af:			
			Kontogæld		Afbetalingsgæld	
			Alt. I[1])	Alt. II[2])	Alt. I[1])	Alt. II[2])
	pct.	antal dage	pct. p. a.			
Boligudstyrbranchen	4,2	109	14	19	15	20
Radio- og TV-branchen	3,6	86	20	24	27	30
Automobilbranchen	0,1	11	11	11	22	22
Stormagasiner	–	72	13	23	13	18
Øvrige brancher	2,5	130	8	15	18	20
Tilsammen	1,2	70	12	19	22	23

1. Effektiv årlig rente, beregnet på grundlag af kontrakternes rentesatser.
2. Alternativ I korrigeret for eventuelle mistede kontantrabatter og rentefri kredittider.

I tabel 4 er vist finansieringsvilkårene, omregnet til effektiv årlig rente set fra detailhandelens side, for henholdsvis afbetalings- og kontokreditter i sommeren 1972 (alternativ I).

Ser vi først på renten, ligger den for brancherne som helhed på 22 pct. p. a. for afbetalingskontrakter og på 12 pct. p. a. for kundekonti. For kundekontiene ligger stormagasinerne med 13 pct. lidt over dette gennemsnit, mens automobilbranchen med 11 pct. ligger lidt under. For afbetalingskontrakter ligger automobilbranchen netop på gennemsnittet, mens boligudstyrsbranchen med 15 pct. ligger et godt stykke under og radio- og TV-branchen med 27 pct. et godt stykke over.

Mens der i automobilbranchen og hos stormagasinerne næsten ingen spredning er omkring gennemsnittet, er billedet et helt andet i de to andre store afbetalingsbrancher; således kan nævnes, at firmaet i boligudstyrsbranchen med den laveste rente på afbetalingskontrakter, i sommeren 1972 lå på 5 pct. p. a., mens firmaet med den højeste rente lå på 24 pct. p. a. I radio- og TV-branchen var de tilsvarende tal 13 og 32 pct.p. a.

I tabel 4 er også vist den effektive rente for forbrugerkreditterne, set fra husholdningernes side (alternativ II). Her er altså taget hensyn til den renteforhøjende virkning af mistet kontantrabat eller rentefri kredittid for køb på afbetaling eller konto, i forhold til kontantkøb. I boligudstyrsbranchen bliver den således beregnede rente knap 19 pct. p. a. for kontogæld og 20 pct. p. a. for afbetalingsgæld, mens de tilsvarende tal for radio- og TV-branchen lå på 24 og 30 pct. p. a. I automobilbranchen bliver satserne 11 og 22 pct. p. a.,

mens stormagasinerne, der ganske vist ikke giver kontantrabatter, men i gennemsnit indrømmer en rentefri kredittid ved kontantkøb på 72 dage, ligger på henholdsvis 23 pct. p. a. for kontogæld og 18 pct. p. a. for afbetalingsgæld.

En vurdering af disse renter af kundetilgodehavender som indtægtskilde for de detailhandelsbrancher, der fortrinsvis handler med varige forbrugsgoder, forudsætter muligheder for at vurdere de tab, der er knyttet til disse kreditter. Disse tab udgjorde i 1972 ca. 35 mill. kr., hvilket med et gennemsnitlig udestående på afbetalingskontrakter på godt 3 mia kr., svarer til en årlig tabsprocent på 1. Det betyder, at der er opnået en effektiv forrentning af de ydede afbetalingskreditter på ca. 21 pct. p. a. i 1972.

Tages bankernes udlånsrente – der i 1972 lå på 11–12 pct. p. a. – som et mål for markedsrenten, kan man konstatere, at de detailhandelsbrancher, der fortrinsvis handler med varige forbrugsgoder, således i 1972 opnåede et tillæg til deres almindelige bruttoavance på ca. 300 mill. kr. gennem de renter, der blev opkrævet på afbetalingskontrakter. Da renten på kundekonti ligger væsentlig mindre over markedsrenten, kan det samlede tillæg til bruttoavancen, i form af opnået »overrente« på de ydede forbrugerkreditter, i 1972 anslås til ca. 350 mill. kr. Heraf tilfalder ca. 200 mill. kr. automobilbranchen – et beløb, der er af samme størrelsesorden som denne branches bruttoavance ved salg af nye personbiler – mens radio- og TV-branchen, på grund af de meget høje renter, der opkræves i denne branche, sætter sig på en forholdsvis stor andel af de resterende 150 mill. kr. Da der findes omkring 1500 bilforhandlere, svarer dette i gennemsnit til ca. 135.000 kr. pr. firma, hvilket, selv når der tages hensyn til de administrationsomkostninger, der må antages at være forbundet med denne aktivitet, må siges at være et anseligt beløb. På den anden side er det med disse finansieringsvilkår jo ikke svært at få øje på forbrugerens klare interesse i at købe kontant, baseret på låntagning i et pengeinstitut. En interesse der ikke bliver mindre, når der tages hensyn til, at kontantkøb i mange brancher giver mulighed for kasserabat eller rentefri kredittid.

Et særligt problem – som iøvrigt nok kan give noget administrationsbesvær – er henstandsproblemet, der opstår som følge af manglende rettidige betalinger fra husholdningerne. I 1. halvår af 1972 måtte de detailhandelsbrancher, der fortrinsvis handler med varige forbrugsgoder, således indrømme henstand på 15 pct. af de igangværende afbetalingskontrakter. Automobilbranchen lå med 11 pct. under gennemsnittet, mens boligudstyrsbranchen med 24 pct. lå noget over. Højest lå dog radio- og TV-branchen med et gennemsnit på 36 pct. Men det bør nævnes, at der inden for automobilbranchen var firmaer, der måtte helt op på 80 pct., mens toppen i boligudstyrsbranchen lå på 95 pct. og i radio- og TV-branchen på 90 pct. Det viser sig iøvrigt, at når en branches henstandsprocent ligger relativt højt, ligger tabsprocenten i form af nødlidende kontrakter relativt lavt. Ligger henstandsprocenten derimod lavt, ligger tabsprocenten til gengæld højt, hvorimod rentens højde ikke synes at spille nogen rolle. Disse

tal kunne tyde på, at husholdningerne i særlig grad interesserer sig for at få betalt bilgæld, dvs. bilen prioriteres relativt højt som forbrugsgode, samt at en lempelig henstandspolitik fra firmaerne betyder færre nødlidende kontrakter.

Iøvrigt skal det i forbindelse med omtalen af henstandsprocenterne nævnes, at afbetalingskontrakternes rentebetalinger sker med en bestemt rentesats af den til enhver tid værende restgæld, således at henstandsindrømmelser – som kan have sin baggrund i sygdom eller arbejdsløshed – ikke påfører det pågældende firma noget rentetab, men nok et til den forlængede løbetid svarende finansieringsproblem.

Sammenfattende kan man sige, at de forbrugerkreditter, der af detailhandelen ydes i forbindelse med afbetalings- og kontosalg til husholdninger, nok på den ene side rejser et finansieringsproblem for de berørte brancher af et sådant omfang, at der må blive tale om refinansiering i ganske anselig udstrækning, specielt for automobilbranchen; et refinansieringsproblem, der først og fremmest løses af banker og finansieringsselskaber – herunder såvel bank- som leverandørejede – mens direkte leverandørrefinansiering i praksis ingen rolle spiller.

På den anden side er disse forbrugerkreditter – og det gælder især automobil- og radio- og TV-branchen – som følge af de relativt »hårde« finansieringsvilkår, en ganske væsentlig indtægtskilde for den del af detailhandelen, der yder disse kreditter.

Den store spredning fra branche til branche og – bortset fra automobilbranchen – fra firma til firma i den enkelte branche, synes at indicere, at der er tale om et meget uigennemsigtigt område, set fra husholdningernes side. Årsagen hertil kan være flere, men vi skal bl. a. pege på detailhandelens manglende lyst til åben markedsføring af disse forhold. Det må dog også erkendes, at det rent faktisk er vanskeligt at gennemskue disse forhold, der jo kræver, at man er i stand til at kombinere kasserabatter, rentefri kredittider, rentesatser, tilskrivningsfrekvenser og løbetider m. v. til et samlet udtryk i form af den effektive årlige kreditorrente, som så sammen med pris, service m. v. kan indgå i forbrugerens vurdering af, hvilket firma købet skal placeres hos og hvilken finansieringsform, der skal vælges. Atter en gang peger kendsgerningerne på behovet for en lovmæssig oplysningspligt om den faktiske effektive rente overfor forbrugeren, i lighed med f. eks. de amerikanske og engelske regler.

Husholdningerne og forbrugerkreditten

Efter omtalen af forbrugerkredittens omfang og vilkår set fra detailhandelens side, vender vi os i dette afsnit mod husholdningerne for at kaste lys over, hvorledes adfærdsmønstret med hensyn til køb og finansiering af varige forbrugsgoder varierer i forskellige husstandsgrupper. Materiale herom foreligger i en foreløbig bearbejdelse af forbrugsundersøgelsen fra 1971 samt i den af Danmarks Statistik i efteråret 1972 gennemførte omnibusundersøgelse.

I forbrugsundersøgelsen har man for første gang spurgt repræsentativt udvalgte lønmodtagerhusholdninger om deres køb og finansiering af en række af de mest almindelige langvarige forbrugsgoder, der anskaffes ved hjælp af forbrugerkredit. I omnibusundersøgelser er der indhentet tilsvarende oplysninger omend af mere summarisk karakter. For begge undersøgelsers vedkommende gælder det, at forbrugerkreditoplysningerne er behæftet med betydelig usikkerhed som følge af stikprøvernes ret så beskedne størrelse, og det følger heraf, at de konklusioner, der kan drages af undersøgelserne, får en mindre håndfast karakter.

Udenlandske undersøgelser [2] har vist, at husholdningernes købs- og finansieringsmønster er bestemt af en række faktorer, hvoraf husstandens løbende indkomst, formue, alder samt husstandens størrelse og boligtypen er blandt de vigtigste. Disse forskellige faktorer griber ofte ind i hinanden på en sådan måde, at man ved inddeling af husstandene i forskellige husstandstyper kan afdække karakteristiske forskelle i den finansielle adfærd. I det danske materiale er det undersøgt, hvad en opdeling af husstandene på tre forskellige stadier af livsløbet kan fortælle om købs- og finansieringsmønstret.

Ser man først på de unge husstande – enlige og gifte uden børn – kan det med hensyn til køb af varige forbrugsgoder konstateres, at hovedvægten i anskaffelserne foruden på biler ligger på de mest almindelige og samtidig de billigste forbrugsgoder såsom køleskab, dybfryser og sort–hvid TV.

Det er et gennemgående træk i materialet, at der er en nær sammenhæng mellem forbrugsgodets pris og kreditmønstret på den måde, at de prismæssigt billigere forbrugsgoder i højere grad købes kontant og finansieres med egenkapital end de prismæssigt dyrere forbrugsgoder. Til trods for, at de unge husstandes anskaffelse af varige forbrugsgoder som ovenfor nævnt i væsentlig grad er koncentreret omkring de prismæssigt billigere af de varige forbrugsgoder, har disse husstande i større udstrækning end husstande på senere livsstadier gjort brug af afbetalings- og kontoformen, ligesom de kontantkøb der finder sted i højere grad lånefinansieres. Ved vurderingen af bilkøbenes finansiering skal det tages i betragtning, at der blandt husholdningerne i denne gruppe befinder sig mange førstegangskøbere, der ikke kan lade en brugt bil indgå i handelen som egenkapital, og derfor er nødsaget til enten at anvende en større indsats af egne midler eller – hvad der snarere synes at være tilfældet – øge låntagningen. Vender man blikket mod afbetalingskøbene synes der såvel i denne livsløbsgruppe som i de to øvrige undersøgte livsløbsgrupper at være en forbavsende konstans i afbetalingskøbesummernes procentvise fordeling på kontant udbetaling og afbetalingskredit. Her synes med andre ord finansieringsmønsteret ikke at være påvirket af forskelle i husstandenes økonomi m. v., og det er nærliggende at antage, at det er forhandlernes vilkår, der

2. F. eks.: Konsumtionskrediter i Sverige, SOU 1966 : 42 og Consumer Credit: Report of the Crowther-Committee, London 1971.

som oftest har form af standardvilkår, der slår igennem på det faktiske finansieringsmønster. Sammenfattende kan det konstateres, at de unge husstande i større udstrækning end husstande på senere livsstadier gør brug af forbrugerkredit ved køb af varige forbrugsgoder. Derimod er disse husstandes samlede forbrugerkreditter regnet som et gennemsnitsbeløb pr. husstand mindre trods den større kreditafhængighed, hvilket selvsagt hænger sammen med, at disse husstande køber færre og navnlig billigere varige forbrugsgoder.

Den anden livsløbsgruppe omfatter yngre ægtepar med børn. Disse husstande har den største indkomst der konstateres i materialet, men også de største forsørgerforpligtelser. Boligformen er her overvejende enfamiliehuset. De samlede udgifter i disse husstande til køb af varige forbrugsgoder ligger væsentligt højere end hos de unge husstande, ligesom sammensætningen af købene er ændret i retning mod biler og mere kostbare forbrugsgoder, f. eks. campingvogne og lystbåde. Også finansieringsmønsteret er forskelligt, idet de yngre børnehusstande har en højere kontantkøbsandel og en større selvfinansieringsgrad. Dette er imidlertid ikke ensbetydende med, at husstanden kun i mindre omfang benytter forbrugerkredit. Tværtimod hører disse husstande til de største forbrugerkredittagere, når man ser på omfanget af de optagne kreditbeløb. Den store vægt, bilkøbene har i disse husstandes køb, kombineret med det forhold, at bilerne for over halvdelens vedkommende købes kontant, men i modsætning til andre varige forbrugsgoder i det væsentligste finansieres ved låntagning i banker og sparekasser, medfører, at denne låntagning kommer til at spille en dominerende rolle i disse husstandes samlede forbrugskreditter. At disse finansieringskilder er at foretrække fremfor låntagning hos sælgeren i form af afbetalingskreditter fremgår med al ønskelig tydelighed af tabel 4 over de effektive renter, låntageren må betale ved forskellige former for låntagning. De forudsætninger, der skal opfyldes for at opnå sådan låntagning, og som måske i særlig udstrækning er opfyldt i disse husstande, er en tilstrækkelig egenkapital og et etableret forhold til pengeinstituttet. Som et yderligere moment kan det nævnes, at disse husstande formentlig er i besiddelse af større viden og erfaringer med hensyn til vilkårene ved forskellige former for forbrugerkredittagning.

Den 3. livsløbsgruppe, der skal behandles i denne sammenhæng, omfatter de ældre husstande – gifte og ugifte uden børn i husstanden. Disse hustande besidder ret store beholdninger af varige forbrugsgoder, men købsomfanget ligger på et lavt niveau, idet anskaffelserne fortrinsvis tager form af erstatningskøb. Hvad der imidlertid navnlig er vigtigt i forbrugerkreditsammenhæng, er, at bilkøbene har et væsentligt mindre omfang end i både livsløbsgruppe 1 og 2. Selv om den løbende indkomst hos disse husstande ligger væsentligt lavere end i livsløbsgruppe 2, kan der konstateres en relativt høj kontantkøbsandel og en ret stor egenkapitalandel. Det er sandsynligt, at det forhold, at disse husstande er i besiddelse af en vis formue, øver indflydelse på finansieringsmønsteret. Såvel den høje selvfinansieringsgrad som det relativt beskedne

omfang af købene af varige forbrugsgoder bevirker, at disse husstande vejer mindre tungt til i forbrugerkreditbilledet.

Det billede af husholdningernes finansielle adfærd i forbindelse med køb af varige forbrugsgoder der danner sig, når man betragter de foreliggende danske undersøgelsesmaterialer, synes i hovedtræk at kunne sammenfattes således: For en række af de mindst kostbare varige forbrugsgoder spiller forbrugerkredit i forbindelse med købene kun en ringe rolle: Disse goder købes helt overvejende kontant og ved hjælp af husstandens egne midler. For de øvrige mere kostbare forbrugsgoder, herunder i særlig grad biler, kommer forbrugerkreditten derimod stærkt ind i billedet. Her synes der at gå en skillelinie mellem på den ene side husstande, der typisk kan karakteriseres som unge, lavere indkomster, ingen finansielle aktiver af betydning, førstegangskøbere og på den anden side husstande, der typisk kan karakteriseres som noget ældre, højere indkomster og/eller likvid formue og erfaring fra forbrugerkreditområdet. Mens de første husstande i større udstrækning benytter finansiering hos forhandlerne i form af afbetalings- og kontokreditter, der som nævnt er dyr, synes de sidste husstande i kraft af større økonomiske muligheder og viden i større udstrækning at kunne udnytte de billigere finansieringsmuligheder i banker og sparekasser.

Litteratur om forbrugerkredit:

1. *Betænkning om køb på afbetaling,* København 1950.
2. Børge Barfod: *Konsumkreditten i Danmark,* København 1960.
3. *Begrænsning af afbetalingshandelen,* København 1965.
4. SOU 1966 : 42: *Konsumtionskrediter i Sverige,* Stockholm 1966.
5. Börje Kragh: *Financial Long-Term Planning,* Stockholm 1967.
6. NU 1968 : 6: *Konsumentlovgivning i Danmark, Finland, Norge og Sverige,* 1968.
7. *Monopoltilsynets redegørelse af 13. marts 1968 om forholdene indenfor handelen med automobiler,* København 1968.
8. Morten Balling: *Merværdiafgift, kundetilgodehavender og leverandørgæld,* København 1971.
9. *Consumer Credit: Report of the Crowther-Committee,* London 1971.
10. *Betænkning om finansieringsselskaber og lignende virksomheder,* betænkning nr. 628, København 1971.
11. Statistiske Undersøgelser nr. 29: *Opsparing i lønmodtagerhusstande 1966,* Danmarks Statistik, København 1972.
12. Robert Ferber: Consumer Economics, A Survey, *Journal of Economic Literature,* December 1973, vol. XI, nr. 4 (Denne oversigt er en glimrende indgang til amerikansk materiale).
13. Ole Bertelsen og Jytte Ussing: *Familiestørrelse og livsstil,* Socialforskningsinstituttets publ. nr. 60, København 1974.
14. *PP II, Perspektivplan-redegørelse 1972–1987,* København, december 1973.
15. *PP II, Perspektivplan-redegørelse 1972–1987, Bilag I, Udviklingstendenser i husholdningernes forbrug,* København, januar 1974.
16. *PP II, Perspektivplan-redegørelse 1972–1987, Bilag III, Byerhvervene,* København, februar 1974.
17. *Betænkning om en statistisk belysning af forbrugerkreditområdet,* betænkning nr. 707, København, april 1974.
18. Ole Zacchi: Afbetalingsgæld er forbrugernes dyreste form for lån, *Finans* nr. 11, juni 1974.