

Sytuacja na rynku consumer finance

IV kwartał 2021

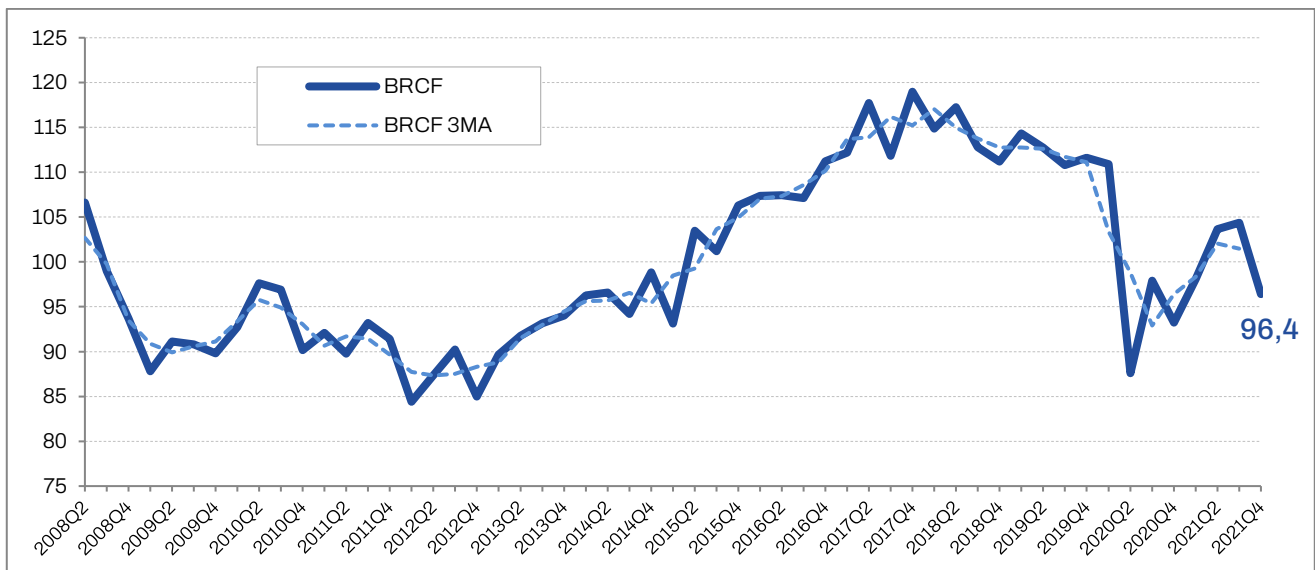
INFORMACJA SYGNALNA

Z | P | F

Związek
Przedsiębiorstw
Finansowych
w Polsce

BAROMETR RYNKU CONSUMER FINANCE

Gwałtowny spadek Barometru Rynku Consumer Finance w IV kw. 2021 r. Wartość BRCF zmniejszyła się o 8 pkt. do 96,4 pkt. Wartość barometru jest poniżej poziomu długookresowej średniej. Obawy inflacyjne mocno uderzyły negatywnie w nastroje gospodarstw domowych. Konsumenci są sparaliżowani. To jest pewnego rodzaju szok inflacyjny w nastrojach.



W IV kwartale 2021 r. wartość Barometru Rynku Consumer Finance (BRCF) uległa nieoczekiwanemu pogorszeniu. Jego wartość pogorszyła się o 8 pkt. i osiągnęła poziom 96,4 pkt. (wobec 104,4 przed kwartałem i 93,2 przed rokiem). Jest to największy spadek w historii, nie licząc załamania pandemicznego z 2020 r. W czasie kryzysu Barometr uległ załamaniu o ok. 24 pkt. Wartość barometru zmniejszyła się wtedy do ok. 88 pkt. Wartość BRCF jest teraz niższa o ok. 15 pkt. niż przed kryzysem. Barometr jest niższy o prawie 23 pkt. od poprzedniego szczytu koniunktury na rynku consumer finance zanotowanego pod koniec 2017 r., kiedy wartość BRCF wynosił 119 punktów.

Pogorszenie zanotowano we wszystkich obszarach, pogorszyły się prawie wszystkie wskaźniki składające się na poszczególne obszary. Oczekiwania gospodarstw domowych w zakresie otoczenia makroekonomicznego gwałtownie tępnęły. Spadły mocno oceny przyszłego stanu gospodarki oraz wzrosły obawy przed bezrobociem. To jest ogromne zaskoczenie w świetle niskiego bezrobocia, silnego wzrostu gospodarczego. Tępnięcie tych ocen jest mocno skorelowane z wystrzałem inflacji do 7%, co odbiło się ogromnym wzrostem obaw inflacyjnych i oczekiwań inflacyjnych na przyszłość w bieżącym badaniu. Wzrost obaw inflacyjnych spowodował ogromny spadek ocen odnośnie do siły nabywczej dochodów. Mamy więc z jednej strony bardzo wysoką inflację i przyspieszającą, ale na to nakłada się ogromnie negatywna percepcja zagrożeń inflacyjnych, która wywołała mocno pesymistyczne nastroje konsumentów w obszarze dochodów, wydatków i oceny perspektyw całej gospodarki. Mamy więc mocno stagflacyjny układ nastrojów gospodarstw

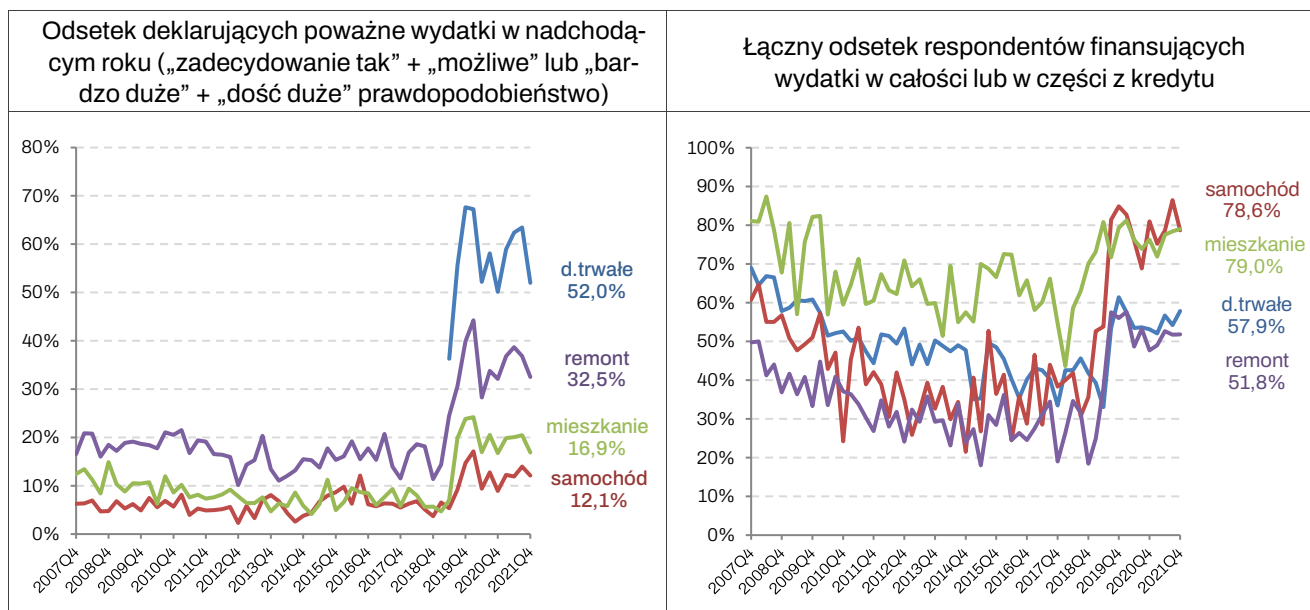
domowych. Czyli silnie pesymistyczne oceny gospodarki, własnej sytuacji finansowej i jednocześnie wysokie oczekiwania inflacyjne. Wszystko wskazuje na to, że oczekiwania inflacyjne się odkotwiczyły, a co gorsze mocno paraliżują decyzje konsumentów i fatalnie odbijają się na ogólnych nastrojach ekonomicznych. To jest wybuchowa mieszanka.

W ślad za pogorszeniem ocen otoczenia makrorespondenci pesymistycznie oceniają własną sytuację finansową, zbilansowanie własnego budżetu. Zmalała też jakość obsługi zobowiązań. Obecnie ok. 52% respondentów spodziewa się bezproblemowej obsługi swoich zobowiązań, przed kwartałem było to ok. 56%, a średnio ok. 56%. Czyli obszar sytuacji finansowej i zdolności kredytowej uległ pogorszeniu.

Pogorszyła się również składowa barometru związana z poważnymi wydatkami finansowanymi. Mocno zmalało prawdopodobieństwo wydatków na dobra trwałe. Na plus jest tylko wskaźnik obrazujący skłonność do korzystania z kredytu przy tych wydatków. Reszta wskaźników z tego obszaru zmalała, czyli samochody i wydatki remontowe. Ogólnie ten obszar negatywnie oddziaływał na BRCF.

Nastroje konsumentów na rynku consumer finance uległy nieoczekiwanemu załamaniu. Pytanie na ile to jest efekt obaw inflacyjnych, a na ile efekt tendencji zachodzących w sferze realnej gospodarki. Szczyty inflacji jeszcze przed nami, kolejne wzrosty stóp procentowych i schładzanie gospodarki też przed nami, komunikacja i przewidywalność decyzji w polityce monetarnej nie istnieją. Gospodarstwa domowe są zagubione i sparaliżowane wystrzałem inflacji. Jednak perspektywy rynku consumer finance w obliczu tych tendencji nie są pewne.

POWAŻNE WYDATKI I ICH FINANSOWANIE



W bieżącym badaniu zanotowano pogorszenie prawdopodobieństwa ponoszenia wydatków w najbliższym roku dla wszystkich grup dóbr, tj. wydatków na dobra trwałego użytku i wydatków na zakup samochodu i wydatków remontowych. 52% respondentów uważa za prawdopodobne (zdecydowanie tak + możliwe) poniesienie wydatków na dobra trwałego użytku w najbliższym roku (pogorszenie o 12 p.p.). Z tego 10% „zdecydowanie” deklaruje możliwość takich wydatków. W przypadku wydatków remontowych prawie 32% respondentów z „bardzo dużym” lub „dość dużym” prawdopodobieństwem planuje takie wydatki (pogorszenie o 4 p.p.). Z kolei w przypadku zakupu samochodu ok. 12% respondentów z „bardzo

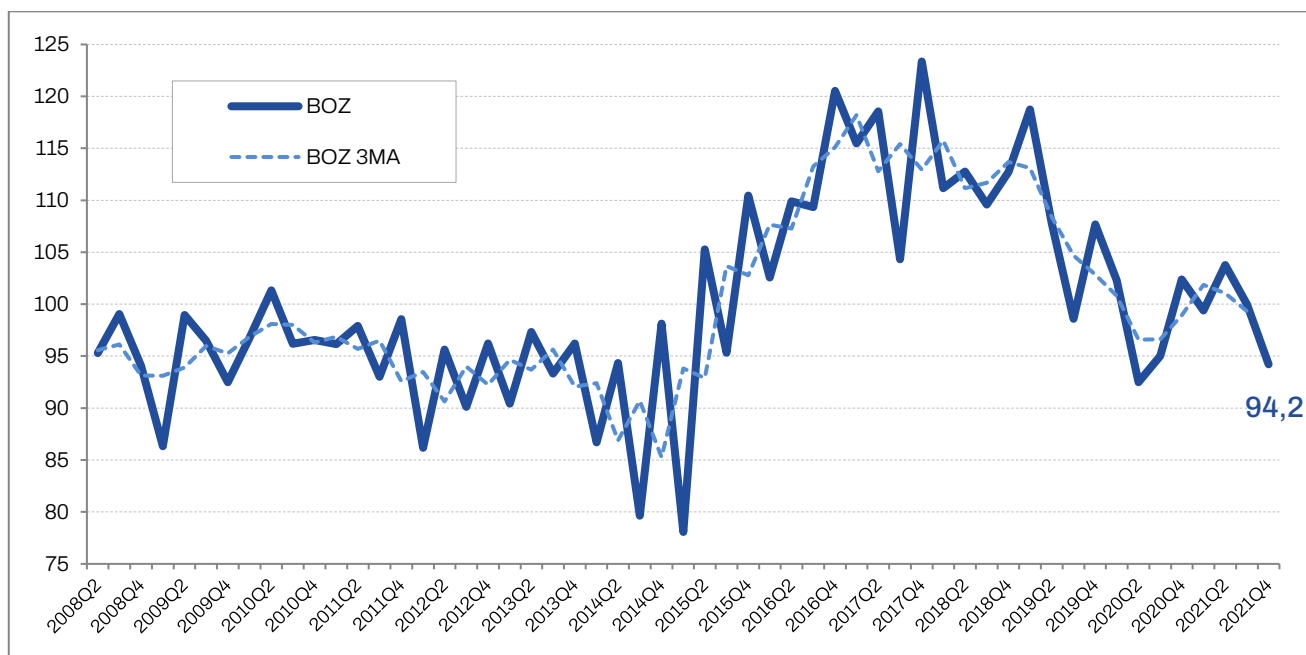
dużym” lub „dość dużym prawdopodobieństwem” planuje taki wydatek (pogorszenie o 2 p.p.).

Dla wszystkich grup odsetek deklarujących poważne wydatki jest nadal niższy od poziomów sprzed kryzysu.

W przypadku zakupu samochodu, w całości lub w części z kredytu chce go sfinansować obecnie ok. 77% (wobec ok. 86,5% przed kwartałem). W przypadku wydatków remontowych jest to obecnie ok. 52% (52% poprzednio), a dla dóbr trwałego użytku ok. 58% chce skorzystać z kredytu (55% poprzednio).

Łącznie czynniki w obszarze poważnych wydatków w bieżącym badaniu negatywnie oddziaływały na wartość barometru BRCF.

Barometr Obsługi Zobowiązań (BOZ) w IV kwartale 2021 r. wyniósł 94,2 pkt. spadek ze 100,0 pkt.)



Barometr obsługi zobowiązań (BOZ) zmniejszył się do 94,2 pkt. w IV kwartale 2021 roku, w porównaniu do 100 pkt. w poprzednim kwartale. Jest to drugie z kolei pogorszenie jakości obsługi zobowiązań. BOZ oczyszczony z wahań krótkookresowych od 3 lat pozostawał w tendencji spadkowej. Na początku 2019 roku wartość wskaźnika wynosiła ponad 123 pkt., a przed samym kryzysem ok. 108 pkt. W czasie kryzysu jakość obsługi zobowiązań w ocenie gospodarstw domowych pogorszyła się, Barometr BOZ zmniejszył się do 92 pkt. Co było najniższą wartością od 2015 roku. Od momentu odbicia w gospodarce w ub.r. zarysowała się poprawa jakości obsługi zobowiązań. BOZ zwiększył się do poziomu 103,8 pkt. w pierwszej połowie br. Jednak od dwóch kwartałów znowu notujemy tendencję spadkową, łącznie spadek wyniósł już 9,6 pkt.

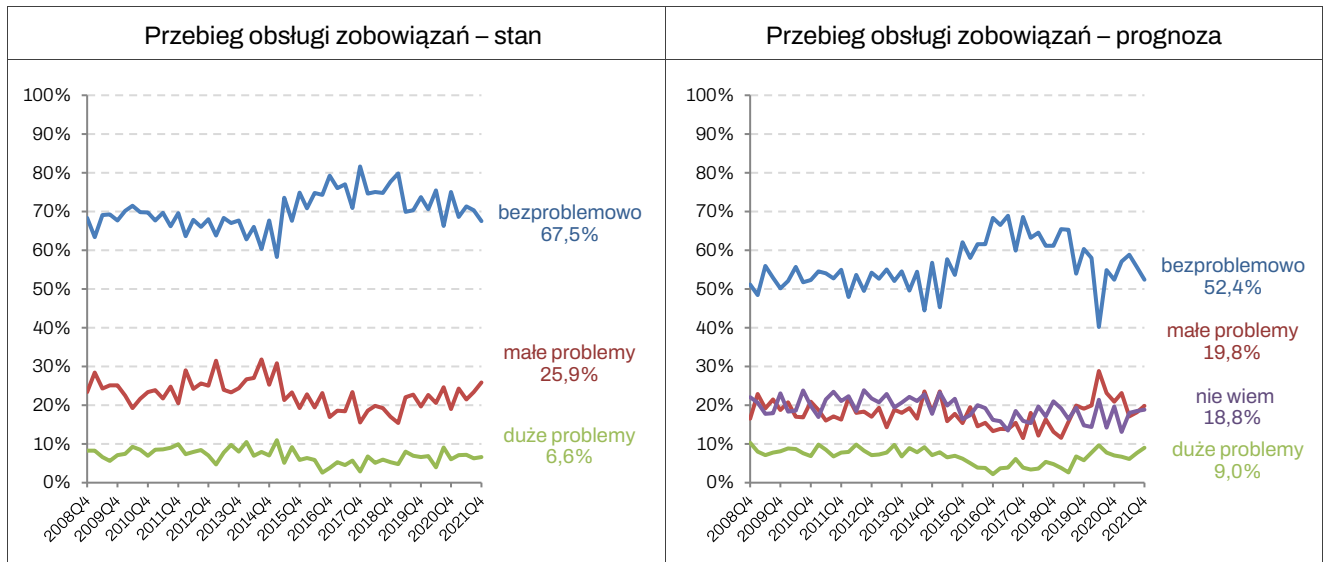
Barometr dotyczy wszelkich zobowiązań, oprócz spłaty kredytów i pożyczek, również np. cyklicznych płatności związanych z usługami. Mimo spadku wartości barometru BOZ jakość obsługi kredytów konsumpcyjnych w sektorze bankowym nie uległa pogorszeniu. W przypadku danych KNF dotyczących odsetka kredytów z utratą wartości (udział kredytów zagrożonych, faza 3) wyniósł on średnio w III kwartale ok. 10,5%, wobec 11% w poprzednim kwartale. Nieznacznie więc zmalał. Dane za październik też nie pokazują pogorszenia jakości portfela kredytów konsumpcyjnych.

Wyniki badania wskazują więc, że pogorszenie jakości obsługi wszelkich zobowiązań w pierwszej kolejności dotyczy raczej płatności za usługi, a nie obsługi kredytów i pożyczek. Tu według danych KNF nie widać wyraźnego trendu. Mamy nawet lekki trend spadkowy. Ponadto należy mieć na uwadze, że barometr BOZ odnosi się do proporcji

respondentów, nie uwzględnia wartości zobowiązań, jak jest to w danych KNF. Niemniej jednak trwałe i długotrwałe pogorszenie BOZ z opóźnieniem może wpłynąć na pogorszenie jakości obsługi kredytów konsumpcyjnych.

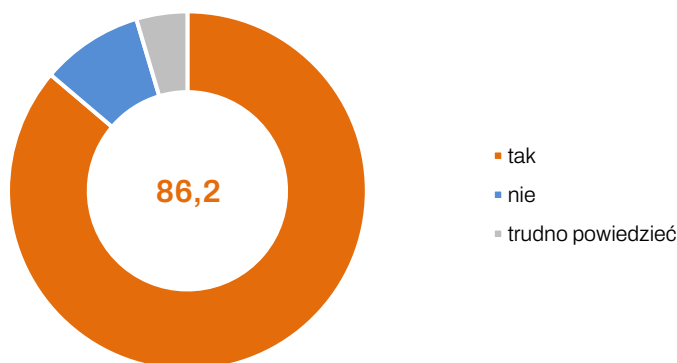
W przypadku bieżącej obsługi zobowiązań nadal dominują respondenci, którzy obsługują je bezproblemowo – takich gospodarstw domowych jest obecnie ok. 67,5%. Przed kwartałem było to ok. 70%, a przed rokiem ok. 75%. Na początku 2019 r. bezproblemową obsługę zobowiązań deklarowało blisko 80% respondentów, a w czasie kryzysu pandemicznego 66%. Grupa respondentów deklarujących obecnie małe problemy wynosi ok. 25,9% (wobec ok. 23,4% poprzednio), z kolei respondenci, którzy przy bieżącej obsłudze zobowiązań deklarują „duże problemy”, stanowią obecnie ok. 6,6% (6,3% poprzednio i 6% przed rokiem). W tym ok. 2% respondentów deklaruje opóźnienia w obsłudze zobowiązań ponad 6 miesięcy. Jakość obsługi bieżących zobowiązań uległa więc pewnemu pogorszeniu.

W przypadku prognozy terminowości obsługi zobowiązań w najbliższych 12 miesiącach również nastąpiło pogorszenie. Tu także dominuje grupa gospodarstw domowych spodziewających się bezproblemowej obsługi swoich zobowiązań, jednak jest ich zawsze mniej niż w ocenach obecnego stanu, obecnie to ok. 52,4%, przed kwartałem było to ok. 55,6%. Przybyło respondentów deklarujących małe problemy, jest ich obecnie ok. 19,8%, wobec 18,2% w poprzednim badaniu. Grupa gospodarstw domowych spodziewających się dużych problemów z obsługą zobowiązań, liczy obecnie ok. 9% ogółu (wobec 7,7% poprzednio). Zwiększył się nieznacznie odsetek wariantu „nie wiem” obecnie wyniósł 18,8% wobec 18,5% poprzednio.

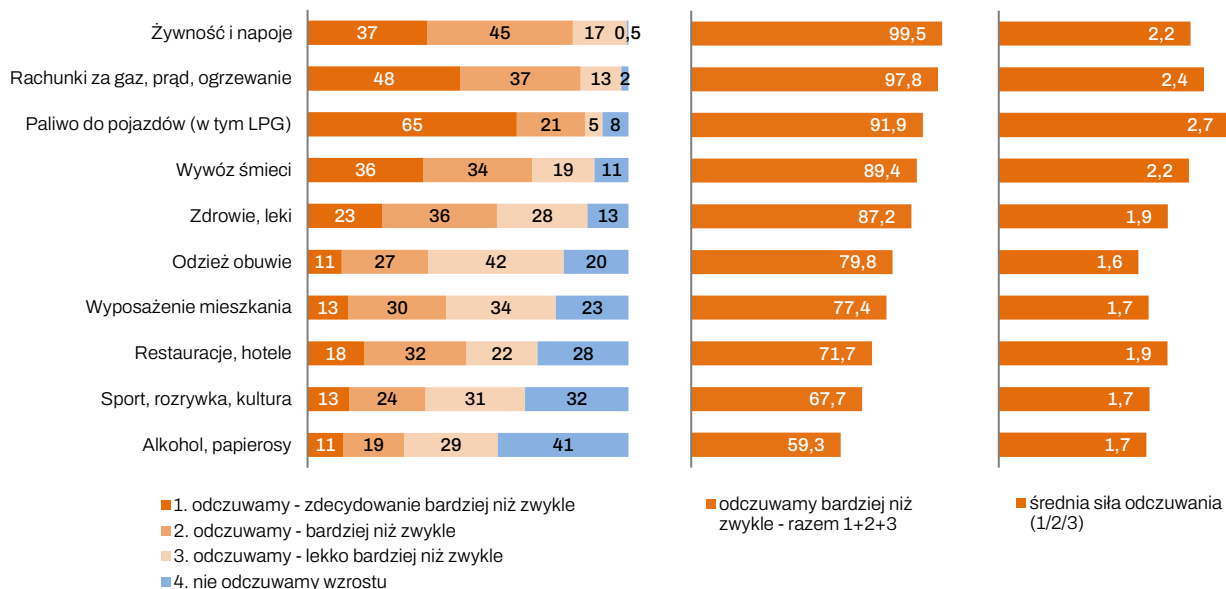


PYTANIA SPECJALNE

Czy osobiście odczuwacie Państwo wzrost cen bardziej niż zwykle w swoich wydatkach, w swoim budżecie domowym? (%; N=1000)



Jeżeli odczuwacie wzrost cen, to wzrost jakich cen, kosztów odczuwacie Państwo bardziej niż zwykle? (%; pytanie zadawane respondentom, którzy odpowiedzieli „tak” w poprzednim pytaniu; N=862)



W bieżącej edycji badania poddaliśmy też dodatkowo diagnozie odczucia względem własnego budżetu gospodarstwa domowego: „Czy osobiście odczuwacie Państwo wzrost cen bardziej niż zwykle w swoich wydatkach, w swoim budżecie domowym?”. Aż 86% gospodarstw domowych odczuwa wzrost cen bardziej niż zwykle, 9,2% nie odczuwa, a ok. 5% wskazało wariant trudno powiedzieć.

Gospodarstwa domowe najczęściej wskazały wydatki na „żywność i napoje”, gdzie wzrost cen jest odczuwalny bardziej niż zwykle (99,5%, w tym 37% silnie). Na drugim miejscu są rachunki za gaz, prąd, ogrzewanie (98%, w tym 48% silnie). Trzecia pozycja to paliwo (92%, w tym 65% silnie odczuwa ten wzrost cen). Wydatki na paliwo są więc najsilniej odczuwalnym wydatkiem dotkniętym inflacją, średnia siła odczuwania w skali od 1 do 3, to 2,7 pkt.

Drugie miejsce to rachunki za gaz i energię, 2,4 pkt., a żywność, mimo że wskazywana najczęściej, to siłą jego odczuwania to 2,2 pkt. Czwarte miejsce to koszty wywozu śmieci (89% wskazań, silnie 23%, siła: 2.2 pkt.). Piąte wydatki na „leki i zdrowie”, (87% odczuwa tu wzrost cen, w tym 11% silnie). Kolejne miejsca to „wyposażenie mieszkania” i „odzież i obuwie” – ok. 80%. Ostatni trójka w tym rankingu to „gastronomia, hotele” i „sport, rozrywka, kultura”. Przyczym wydatki na usługi HORECA mają relatywnie dużą siłę odczuwania (1,9 pkt. na 3), ale są rzadziej wskazywane, bo nie wszyscy korzystają z tych usług. Ostatnie miejsce zajmują wydatki na alkohol i papierosy, choć nawet tutaj 59% respondentów odczuwa wzrost cen bardziej niż zwykle. Widać, że inflacja rozlała się na wszystkie wydatki i jest silnie odczuwana przez gospodarstwa domowe.