

McKinsey&Company: Veniturile nete ale bancilor în România, după costul cu riscul, ar putea scădea cu aproape 58 de miliarde de lei

Bancile din România ar putea înregistra scaderi de aproximativ 58 de miliarde de lei ale veniturilor nete după costul cu riscul, până în 2025, comparativ cu veniturile care erau așteptate înainte de pandemie, din cauza costurilor de risc și a volumelor mai scăzute, releva datele celei mai recente analize McKinsey&Company.

Bancile ar putea să se confrunte cu două etape de provocări în lunile și anii următori, potrivit McKinsey Global Banking Annual Report, studiu publicat în decembrie 2020. Într-o primă fază, este așteptat ca pierderile cauzate de creditele neperformante să atingă nivelul maxim pe termen scurt - până la sfârșitul anului 2021. Ulterior, pe fondul unei redresări lente a economiei, bancile din România s-ar putea confrunta pe termen mediu cu provocări importante la nivel operational din cauza presiunii crescute asupra veniturilor și a marjelor.

Cea mai probabilă situație pe termen lung este una de creștere lentă, se menționează în studiu.

Veniturile bancare nete după costul cu riscul pot scădea cu până la o treime în 2021 comparativ cu 2019. Bancile ar putea rămâne cu o rentabilitate a capitalului sub 10% în anii următori, comparativ cu o medie de 12,6% în perioada 2016-2019.

Cererea de credite atât pentru consumatori, cât și pentru companii ar putea rămâne la un nivel redus pentru o vreme, consideră specialiștii McKinsey&Company.

"Criza actuală a creat provocări majore în privința modului în care funcționează bancile în România, provocări din care bancile trebuie să învețe și să se adapteze în consecință. Sunt cel puțin două domenii cheie pe care bancile trebuie să le prioritizeze în perioada următoare: întărirea proceselor și abilităților de gestionare a riscurilor și asigurarea unei baze solide pentru dezvoltarea lor ulterioară. Astfel, bancile pot limita impactul negativ al pandemiei și totodată se pot pregăti pentru revenirea la creștere printr-o îmbinare adecvată produs - canal utilizat, în linie cu nevoile și preferințele în schimbare ale clienților", afirmă Alexandru Filip, Partener Coordonator McKinsey & Company România.

Potrivit cercetării, bancile vor trebui, pe termen scurt, să se concentreze pe îmbunătățirea abilităților de gestionare a riscurilor pentru a menține costurile de risc sub control. Pe termen mediu și lung, vor fi nevoite să exceleze în managementul riscului în context digital, acesta urmând să fie un diferentiator cheie pentru creștere, mai ales în condiții de cerere limitată.

Pe măsura ce amânările de plată a creditelor se vor încheia, bancile din România se vor confrunta cu un număr crescut de clienți (persoane fizice și companii) cu probleme de plată.

"Va fi necesar ca bancile să acționeze rapid pentru a asista debitorii aflați în situații dificile și pentru a limita la minim efectele asupra provizionării. Estimările McKinsey indică faptul că bancile se pot aștepta la o reducere cu 10-15% a costurilor de risc prin transformarea practicilor de recuperare a datoriei. Transformarea proceselor de creditare este, de asemenea, o necesitate pentru bănci. Bancile ar trebui să-și reanalizeze modul de lucru și unde se situează față de bunele practici moderne de creditare. De exemplu, decizia instantanee pentru acordarea creditelor pentru persoane fizice sau decizia asistată de algoritmi în privința aprobării condiționate a unor noi tranzacții pe segmentul corporat. Termenii de creditare favorabili și cu pre-aprobare vor fi diferentiați cheie pentru bănci odată ce vor apărea provocările de volum și/sau business nou", spun experții.

Pentru a-si consolida baza de crestere, bancile românești vor trebui sa își reorienteze strategia. Înainte de pandemie, ele s-au concentrat pe protejarea capitalului, promovarea produselor cu randament ridicat (de exemplu, creditele de consum) si furnizarea de finantare pentru sectorul public. În acelasi timp, venitul net al sistemului bancar este dominat de dobânzi, ceea ce creeaza un nivel ridicat de dependenta fata de împrumuturi.

Gradul de incluziune financiara este încă redus: doar șase din zece români au un cont bancar, potrivit expertilor din industrie. Deși veniturile lunare în lei au crescut cu aproape 10% anual în ultimul deceniu, gradul de penetrare bancara a urcat cu mai puțin de doua puncte procentuale în aceeași perioada. Mai mult, datele comparative fata de celelalte piete din regiune indica un potential de crestere, atât pe segmentul de împrumuturi, cât si pe cel de economisire. De asemenea, cei care economisesc, fac acest lucru prin cash sau depozite, produsele alternative fiind foarte puțin utilizate spre deosebire de alte tari din Europa Centrala si de Est, releva documentul.

Potrivit sursei citate, exista în continuare cerere pentru produse bancare, dar acestea nu sunt clar differentiate. Bancile ar trebui sa-si consilieze mai mult clientii în privinta alegerii unui produs si, totodata, ar putea sa-si schimbe portofoliul prin reorientarea de la împrumuturi mari, de lunga durata, catre servicii de finantare sau refinantare pe termen scurt si produse de acumulare. Acest lucru poate fi însoțit de oferte non-financiare si servicii cu valoare adaugata, sustinute de consultanta, pentru a limita în acelasi timp dependenta de veniturile din dobânzi.

"Clientii par a fi mai dispusi ca niciodata sa utilizeze serviciile bancare digitale si mobile, deci este nevoie ca bancile sa fie cât mai prezente în online. De exemplu, bancile pot construi pe acest interes spre digital, determinându-si clientii, prin oferte corespunzatoare, sa foloseasca mai mult serviciile digitale atunci când își aleg un produs de economisire/investitii, concomitent cu cresterea rolului lor în dezvoltarea nivelului de educatie financiara si investitionala în rândul consumatorilor", sustin expertii.

În opinia acestora, pentru a limita impactul negativ al crizei COVID-19, bancile românești trebuie sa-si îmbunatateasca modul de operare. Acest lucru implica o atentie mai mare pentru experienta utilizatorului, agilitate si tehnologie digitala.

De asemenea, clientii se asteapta tot mai mult ca bancile sa anticipeze nu numai produsele si serviciile de care au nevoie, ci si cum si când au nevoie de ele. Bancile ar trebui sa analizeze constant experienta pe care o ofera clientilor, deoarece satisfactia si loialitatea acestora vor fi influentate puternic de acest aspect.

În plus, integrarea agilitatii operationale va fi cruciala pentru banci. Pentru a beneficia de cele mai bune metode noi de lucru, bancile pot prioritiza anumite actiuni si practici: institutionalizarea unor noi tipuri de luare a deciziilor, o atentie sporita oferita clientilor si regândirea modului de lucru pentru echipe agile si care muncesc de la distanta.

Totodata, o baza digitala puternica va fi un element esential pentru a permite bancilor iteratii rapide ale produselor si experiente personalizate pentru utilizatori. Prioritizarea rapida (în urmatoarele trei - șase luni) a investitiilor în tehnologie digitala moderna va permite bancilor sa își eficientizeze operatiunile si sa îndeplineasca asteptarile clientilor.

McKinsey & Company este o firma globala de consultanta în management dedicata organizatiilor care își propun sa creeze schimbari care conteaza si este prezenta în peste 65 de tari si 130 de orase.