

România este economia cu cea mai rapida crestere din Europa Centrala si de Est în e-commerce (studiu)

România este economia cu cea mai rapida crestere din Europa Centrala si de Est (CEE) în e-commerce, iar românii se asteapta tot mai mult ca bancile sa ofere clientilor experiente dinamice, eficiente, în conformitate cu nevoile lor reale, potrivit studiului McKinsey Global Annual Banking Review.

"Printre cele mai relevante functionalitati se numara personalizarea serviciilor si ofertelor sau conectarea la ecosisteme de servicii adiacente (financiare si non-financiare). Acestea din urma se afla la un stadiu incipient pe piata din România", sustin autorii cercetarii.

Analizele McKinsey evidentiaza ca bancile din România au înregistrat cresteri semnificative în 2020-2021 pentru segmentul de vânzari digitale, dar punctul de plecare a fost unul foarte jos comparativ cu alte tari din Europa Centrala si de Est (procentul vânzarii digitale a fost de circa 10% în România vs. aproape 25% în CEE pentru unele produse).

De asemenea, cea mai mare parte a avansului digital este înca determinat de deschideri de produse simple.

"Un model economic eficient, care favorizeaza cresterea veniturilor din comisioane, cu relevanta semnificativa pentru România, unde 2/3 din veniturile bancilor sunt înca determinate de venituri din dobânzi (vs. 45% la nivel global)", mentioneaza studiul.

Totodata, vânzările digitale, de exemplu, se afla înca într-un stadiu incipient în România, dar exemple din CEE si la nivel global arata un potential semnificativ pe termen scurt si mediu.

"Exista jucatori la nivel international cu sisteme si proceduri bine stabilite pentru adoptia digitala, permitându-le sa atraga 40% din totalul clientilor prin mediul digital. Inovatia si obiectivele bazate pe decizii rapide sunt extrem de relevante atunci când facem diferentierea între jucatorii de top si restul (de exemplu, timpul de lansare de produse si servicii poate fi de doua pâna la patru saptamâni pentru bancile performante fata de 8 - 26 de saptamâni pentru cele din urma)", arata cercetarea.

"Urmatorii ani sunt cruciali pentru orice banca cu aspiratii de a ajunge pe partea buna a extremei descrise în raportul din acest an. Timpul se scurge, iar diferentele de performanta se adâncesc tot mai mult. Nu este timp de pierdut. Dimpotriva: istoria ne arata ca jucatorii care ies dintr-o criza cu decizii îndraznete orientate spre crestere pastreaza câstigurile rezultate pe termen lung. Acest lucru este foarte important si pentru bancile din România. Pandemia Covid-19 a accelerat tendinta digitala. Acum este momentul sa actionam", afirma Ovidiu Tisler, Associate Partner al biroului McKinsey & Company din Bucuresti.

Conform aceluiasi studiu, pandemia a intensificat totodata mai multe incertitudini, precum presiunea inflationista, impactul neclar al stimulentei economice asupra costurilor de risc sau efectele accelerarii adoptiei digitalizarii.

"COVID-19 a dus la un avans semnificativ al digitalizarii la nivel global, România fiind printre economiile europene cu cea mai rapida crestere în privinta utilizarii serviciilor digitale în sistemul bancar", sustin autorii studiului.

Cercetarea arata ca industria serviciilor financiare a supravietuit pandemiei mai bine decât aratau estimarile initiale, dar sectorul se afla sub semnul unor evolutii si performante extreme.

"Industria s-a împartit în ultimii doi ani între banci câștigătoare și jucători cu rezultate sub așteptări, iar România nu a făcut excepție, având în vedere că primele șapte banci însumează în jur de 80% din totalul activelor bancare și sunt responsabile aproape în întregime de profitabilitatea sistemului bancar", mai susțin autorii studiului.

Sectorul bancar din România și-a diminuat profitabilitatea la aproximativ 8% în 2020, de la 11% în 2019 ca urmare a pandemiei - este pentru prima dată în ultimii șase ani când profitabilitatea sectorului bancar local a scăzut sub 10%.

Cercetarea McKinsey a identificat patru factori care pot genera performanțe divergente - zona geografică, dimensiunea bancilor, concentrarea pe un anumit segment de business și modelul de afaceri. Factorul legat de marime pare să fie extrem de relevant în România.

De altfel, dintre cele 34 de banci din sistemul bancar românesc, primele șapte au reprezentat în 2020 în jur de 80% din totalul activelor bancare și au generat aproape întregul profit al sistemului.

"Acești lideri au amplasarea necesară pentru a dezvolta operațiuni mai eficiente și pentru a investi într-o digitalizare de succes a modelului lor de afaceri, în timp ce bancile celelalte se confruntă cu o provocare imensă care le afectează negativ rezultatele. Mai mult, majoritatea bancilor din România pastrează un model de business universal, cu puține semne distinctive care să le permită o diferențiere adecvată", susține Ovidiu Tisler, Associate Partner al biroului McKinsey & Company din București.

McKinsey & Company este o firmă globală de consultanță în management dedicată organizațiilor care își propun să creeze schimbări care contează. În peste 65 de țări și 130 de orașe, echipele firmei de consultanță ajută clienții din sectoarele privat, public și social să definească strategii îndrăznețe și să transforme modul în care lucrează, să încorporeze tehnologia acolo unde aduce valoare și să dezvolte capacități pentru a susține schimbarea.