

BANKADÓ: HONNAN LESZ RÁ PÉNZ?

2010. június 28. – A bankadó bevezetése után csak azok a pénzügyi szolgáltatók maradnak életképesek, amelyek nem csak a költségek ügyfelekre hárításában látják az egyetlen megoldási lehetőséget. A költségcsökkentés a banki és a biztosítási szektorban fontos téma lesz az elkövetkező években, de a célok megvalósításában a két szektor eltérő lehetőségekkel rendelkezik.

A bankadó kiszámításának módszere ugyan még nem ismert, de a lehetséges vetítési alapoktól függően különböző pénzügyi reakciók várhatók. Ha ugyanis az adó alapjaként az adózás előtti eredményt határozzák meg, akkor a nagy ügyfélállománnyal rendelkező, nyereséges bankok és biztosítók járhatnak rosszabbul. Abban az esetben viszont, ha a mérlegfőösszeg, vagy a bruttó díjbevételek lesznek a kalkuláció alapja, akkor a kisebb pénzügyi intézeteknek kell a jövedelemtermelő képességükhöz képest nagyobb terhet viselniük. Ez utóbbi megoldás biztos, hogy a Magyarországon bejegyzett pénzügyi intézetek számának csökkenéséhez vezet, hiszen lesznek olyan pénzügyi intézetek, amelyek tulajdonosai inkább az eladás mellett döntenek, vagy más költség-, illetve tőkekímélő működési modellt választanak, például fiókteleppé alakulnak.

„Habár a hazai pénzügyi szektor jövedelmezősége az elmúlt évtizedben jóval magasabb volt, mint az uniós átlag, a bankoknak fel kell készülniük arra, hogy saját tőke igényük 2012-ben a Bazel III. szabályozás miatt jelentősen növekszik.” – hangsúlyozta Huba Eörs, az Ifua Horváth & Partners ügyvezető partnere. Hozzátette: „A plusz saját tőkét a bankok többségének eredmény oldalon kell megtermelnie. Ehhez jön még hozzá most a bankadó, amely jelentős nyomás alá helyezi a bankok menedzsmentjét, hogy a társaságuk eredménytermelő képességét javítsák.” A sajáttőke igény miatt a bankok fontolóra vehetik azt is, hogy bent maradjanak-e tőkeigényes szolgáltatási területeken, illetve hogy eladják tulajdonukban levő biztosítójukat, esetleg külföldi leányvállalatukat.

A bankok kamateredménye 13%-kal, adózott eredménye pedig 21%-kal nőtt 2010. első negyedévében a korábbi év hasonló időszakához képest. Ugyanakkor az eredménytermelés szempontjából a bankok számára a legkritikusabb pont a kockázati költségek mértéke: 2009 végére a 90 napot meghaladó késedelembe eső vállalati hitelek állománya egy év alatt megduplázódott, elérte az összes kihelyezés 10%-át. A lakossági ügyfeleknél is jelentősen nőtt a 90 napot meghaladó késedelembe kerülő hitelek aránya: egy év alatt duplájára nőtt, és megközelítette a 8 százalékot. A hitelezési veszteség itt is több mint kétszeresére nőtt, 2,5%-ra emelkedett egy év alatt.

A megnövekedett késedelmes hitelállomány az elmúlt egy évben jelentős feladatot állított a bankok elé, amit egyelőre többségében a hitel átstrukturálásával igyekeztek orvosolni. A 2009-es év folyamán az átstrukturált ügyletek aránya a teljes banki hitelportfólióban a vállalati ügyfeleknél 1,5%-ot tett ki. A rossz hitelek átstrukturálásával, az ügyfelek kötelezettségeinek időszakos csökkentésével, türelmi időszakok beiktatásával a bankok képesek az ügyfelek fizetőképességét javítani és ezen keresztül a hitelezési veszteségeiket mérsékelni. Ám ez a megoldás csak akkor tud hosszú távon is eredményre vezetni, ha a gazdasági fellendülés gyorsan elkezdődik.

„A bankok számára a jövedelemtermelő képesség növeléséhez vezető út a kockázati költségek mérséklésén keresztül vezet.” – tette hozzá Huba Eörs. A kockázati költségek csökkentése érdekében szükség van a kockázati modellek, monitoring és behajtási rendszerek továbbfejlesztésére. A hagyományos kockázati modellek szinte kizárólag a vállalatok egyedi adataira (TEAOR, cégméret, törlesztési adatok stb.) épülnek. Ha a modell

ezen az információkon túl a vállalat kapcsolatait (tulajdonosi, vevő-szállító kapcsolat) is értékeli, akkor a pénzügyi intézet sokkal pontosabb képet kaphat az ügyfeléről. A kockázati költségek mellett a működési költségek racionalizálását is folytatják a bankok, elsősorban olyan kockázatcsökkentési programok elindításával, amelyek rövid távon biztosítanak költségviszafogást. A bevételi oldal növelése kapcsán az ügyfelek szegmentálása és az ennek megfelelő színvonalú szolgáltatás nyújtása hozhat áttörést.

A biztosítási szektor a válság ellenére a 2010 első negyedében az előző év hasonló időszakához viszonyítva 11%-os díjbevétel növekedést könyvelt el, ami kellemes meglepetést jelentett, hiszen 2009-ben még csökkent a piac. „A bevételi oldalon az elkövetkező 1-2 évben ennek ellenére nem lehet számítani jelentős növekedésre a lakosság várható jövedelmi helyzete és a szociodemográfiai változások miatt.” – fejtette ki Huba Eörs. Hangsúlyozta: „Ha a biztosítók nem számolhatnak erőteljes bevétel növekedéssel, akkor a költségből kell faragni.” A kisebb kockázatú, jobb fedezetű termékek, illetve célcsoportok irányába történő elmozdulás mellett rákényszerülnek a kockázat elbírálás további finomítására, vagy a csalások felderítésének hatékonyabbá tételére. A működési költségek csökkentése a támogató területek mellett az értékesítésben is egyre fontosabb kérdés lesz: hogyan tudják a jelenleginél olcsóbban az ügyfeleiket elérni és kiszolgálni. Ennek jegyében a biztosítók által fenntartott ügyfélszolgálatok száma folyamatosan csökken, külső vállalkozóknak adnak át ügyfélszolgálati feladatot, illetve az elektronikus csatornák jelentősége folyamatosan nő.

IFUA Horváth & Partners

Az 1989-ben alakult IFUA Horváth & Partners Magyarország egyik legnagyobb vezetési tanácsadó cége, amely ügyfelei teljesítményének átfogó és tartós fejlesztését valósítja meg korszerű nemzetközi vállalatirányítási és működésfejlesztési módszerek alkalmazásával a magyar vállalati és közszférában.

Az IFUA ügyfelei Magyarországon elsősorban a pénzügyi szféra, energetika, autó- és beszállító-ipari, vegyipari és gyógyszergyártási cégek, közüzemi szolgáltatók, valamint a központi és helyi közigazgatás intézményei közül kerülnek ki. A 2008-2009-es üzleti évben a cég alkalmazottainak száma meghaladta a 110 főt, nettó árbevétele a túllépte a 2,2 milliárd forintot.

Az IFUA a Horváth & Partners független nemzetközi vezetési tanácsadó cégcsoport tagja, amely Európa hat országában és az Amerikai Egyesült Államokban működtet irodákat, éves forgalma meghaladja a 100 millió eurót.

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ:

Varga Péter
Goodwill Communications
Tel.: (70) 9339-790
E-mail: varga@goodwillcom.hu