

А. Солома, Э. Весоловска

ДОВЕРИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К БАНКАМ В АСПЕКТЕ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Рассматривается вопрос доверия к банкам в аспекте рациональности поведения клиентов, который находит свое отражение и в поведенческой экономике. Из эмпирических исследований авторов, охватывающих 370 владельцев малых и микрофирм, расположенных в Варминьско-Мазурском воеводстве, следует, что около 69% респондентов предпочитают пользоваться услугами польского банка (либо с преобладанием польского капитала), 10,1% – банка с иностранным капиталом. Остальные (20,9%) не имели четкого мнения на эту тему.

This article considers the issues of trust in banks in terms of the rationality of clients' behavior and behavioural economy. The author's empirical study of 370 owners of small and microfirms located in the Warmian-Masurian voivodeship suggests that approximately 69% of the respondents prefer the ser-



vices of Polish banks (or those dominated by Polish capital) and 10.1 % prefer banks with foreign capital. The rest of the respondents (20.9 %) have no particular opinion on the subject.

Ключевые слова: доверие, банки, поведенческая экономика.

Key words: trust, banks, behavioural economy.

Введение

Финансовый кризис подорвал доверие к банковскому сектору во всем мире. Он не только поколебал биржевые индексы, изменил показатели экономического роста и уровень задолженности развитых государств, но и подорвал уверенность в том, что традиционная экономическая теория сумеет объяснить экономические явления, происходящие в современном мире.

Несомненно, экономические процессы отражают закономерности человеческого поведения, на которое, в свою очередь, сильное влияние оказывает рассудок, хотя часто воздействуют и такие факторы, как подсознание, особенности личности, эмоции, предпочтения, выбор, решения и т.п. В данной работе мы имеем дело с различными видами взаимодействий сфер исследования и экономического знания с познавательной и поведенческой психологией.

Вопрос доверия к банкам в аспекте рациональности поведения их клиентов и работников находит свое отражение и в новом разделе экономики — поведенческой экономике. Это некогерентное течение в экономической науке — с точки зрения как содержания, так и методологии. Думается, оно сейчас представляет собой наиболее динамично развивающееся направление экономической мысли, исследующее влияние на экономику (в том числе на работу банков) эмоций. Представители этого направления утверждают, что эмоции воздействуют на экономику значительно сильнее, нежели рациональные предпосылки, являющиеся основой функционирования рынка в неоллиберальной теории. Г. А. Акерлоф и Р. Шиллер считают доверие главным компонентом так называемых животных инстинктов человека [1]. Поведенческая экономика Г. А. Акерлофа и Р. Шиллера (лауреат Нобелевской премии в области экономики 2001 г.) объединяет общую экономическую теорию Кейнса с достижениями современной психологии, социологии, психоанализа, неврологии и эконометрии. В данном разделе междисциплинарного анализа представители поведенческой экономики обращают внимание на значение доверия, под которым подразумевается поведение, выходящее за пределы рационального подхода к процессу принятия решений людьми, ведущими экономическую деятельность.

1. Цель и метод исследований

Исследования, фрагмент которых представлен в настоящей работе, были проведены среди 370 владельцев малых и микропредприятий, работающих на территории Варминьско-Мазурского воеводства. Од-



ной из задач было определение значения факторов, влияющих на доверие предпринимателей к банкам: удовлетворение предоставляемыми услугами, имидж, безопасность, «национальность» капитала банка.

Часть результатов исследований, представленная в данной статье, главным образом касается доверия клиентов к банку именно с точки зрения происхождения его капитала. Изучение проводилось в период финансового кризиса (2008–2009), когда падение крупных американских и западноевропейских банков вновь актуализировало проблему «польскости» и «непольскости» происхождения капитала и банковских организаций. В какой степени данный вопрос способен еще возбуждать эмоции и мотивировать определенное отношение к банкам в среде владельцев малых и микрофирм Варминьско-Мазурского региона — выяснение этого было целью анализа. Основным здесь стал вопрос: капиталом какого типа должен обладать банк, чьими услугами вы бы хотели воспользоваться? Была принята гипотеза: владельцы малых и микрофирм относятся к той части польских граждан, которые осторожно подходят и к иностранным банкам, и к банкам с преобладанием иностранного капитала, т. е. принадлежащим иностранцам.

Для сбора информации мы воспользовались индивидуальной анкетой, где, главным образом, были закрытые вопросы, т. е. вопросы с предложенными вариантами ответов.

Для установления совпадения среди выбранных социально-демографических характеристик респондентов, параметров их фирм и критериев выбора банка предпринимателями использовался непараметрический тест 2 (хи-квадрат).

2. Суть, функции и критерии доверия

И в экономике, и во многих других дисциплинах общественных наук всеми возможными способами анализируется суть, критерии, ценности, функции и дисфункции доверия в отношениях: *индивид-индивид, индивид-группа, группа-группа, индивид-организация, индивид-учреждение* и т. п. [7]. Иногда доверие называют «фундаментом общества», «основным условием демократии», «капиталом доверия» [9], «общественным капиталом» [3] и т. д. В «век роста недоверия» появляются многочисленные разработки, касающиеся данного вопроса. В этом ключе отчетливо заявляет о себе Конвенция исследований и анализа, согласно которой современный кризис можно воспринимать как «эрозию уровня доверия» большинства общественных групп к банковским учреждениям. Иными словами, в данном случае мы имеем дело с определенной степенью девальвации банков как учреждений общественного доверия.

Доверие предпринимателей к банкам — показатель, переменный во времени и пространстве; кроме того, он зависит от многих других детерминант, в том числе от предпочтений отдельных предпринимателей, а также от деятельности, продукта и услуг определенных банков.



Комплекс факторов, определяющий уровень доверия клиентов к банкам как надежным и опытным финансовым посредникам, включает в себя набор всевозможных компонентов: постоянных и переменных, измеряемых и неизмеряемых, рациональных и эмоциональных. Финансовые услуги, предлагаемые банками, становятся не только более комплексными, но и более сложными, часто связаны со значительным риском. Без подробного анализа очень трудно добиться доверия, а все это и многое другое влияет на выбор банка клиентами, у которых нет возможности воспользоваться независимыми источниками информации, необходимой для понимания окупаемости или других мотивов сотрудничества с данным банком.

Само понятие доверия имеет несколько определений, которые отражают разнообразие смысла, особенности и соотношения адресатов. В одних трактовках доверие и недоверие определяется как некий «залог», связанный с будущими неопределенными действиями других людей. Причем слово «залог» здесь подразумевается как «не только созерцательная надежда, но и определенное участие, принятие какого-то неотвратимого, обремененного риском решения» [9]. В других интерпретациях в понятии доверия выделяются признаки культуры, знания, действия или всё вместе взятое. Достаточно распространено отождествление доверия с достоверностью. В этом смысле доверие — это вера в правдивость (достоверность) чего-либо.

3. Классическая и поведенческая экономика

Структура современной неоклассической экономики опирается на относительно простую модель человеческой природы: человек признан рациональным индивидом, стремящимся к максимизации собственной выгоды. Здесь основной понятийной категорией является *homo oeconomicus*, или *экономический человек*, действующий на основе постоянных предпочтений, обладающий доступом к любой информации, всегда максимизирующий пользу (ценность). Концепция сверхрационального человека основана на латинском понятии *ratio*, что значит разум (по-итальянски *ragione* — *рассчитывать, считать, чтобы лично обогатиться*). Эта модель, превосходная с точки зрения формы, оказывается далекой от действительности, от реального поведения экономических людей.

Поведенческая экономика не столько оспаривает догму *homo oeconomicus*, сколько расширяет перспективу восприятия и толкования экономического поведения [2]. Поведенческая экономика определяется как течение в экономической науке, которое для объяснения и интерпретации экономического поведения людей (а также целей, решений, процессов, состояний или хозяйственных явлений) использует достижения других общественных наук, прежде всего психологии. Проще говоря, на смену модели сверхрационального человека (*homo oeconomicus*) приходит не полная его противоположность, а тип, более всесторонний



и реалистический. Он экспонирует не только рассудок и эгоизм, но и также иррационализм и другие человеческие особенности: методы оценки, личностные различия, желание сотрудничества, пристрастия, склонности, опыт, приспособление к среде, предвзятость, обманчивость, эмоции и т.д.

Утверждение, что человек — это рациональная личность, было поставлено под сомнение представителями поведенческой экономики — Даниелем Канеманом и Амосом Тверски, которые констатировали, что рациональность ограничена двумя отличительными факторами внешнего мира: давлением времени и сложностью информации [10]. Для осуществления более точного анализа был создан комплекс эвристики, которую следует понимать как некое упрощение, основанное на интуитивной оценке действительности. Эвристику используют с целью замещения сложного процесса эстимации вероятности операцией простого умозаключения. Авторы разделяют три основных вида эвристики:

- 1) доступность, состоящая в умозаключении на основе легкодоступной в памяти информации;
- 2) репрезентативность, основанная на подобию;
- 3) «постановка на якорь» и приспособление — умозаключение на основании изначально внушенной ценности (так называемого «якоря»). В поведенческой экономике понятие «якорь» означает, что первое впечатление (первый продукт, первая цена и т.д.) оказывает долговременное влияние на поведение людей.

Совершенно иначе интерпретирует процесс выбора и принятия решения индивидом поведенческая экономика. В неоклассической экономике рациональная теория выбора основывается на принципе постоянства описания действительности. Между тем одна и та же проблема может толковаться по-разному, что, в свою очередь, изменяет предпочтения человека, принимающего решение. Д. Канеман и А. Тверски показали, что «эффект рамы» существенно влияет на выбор, который мы совершаем, а это не соответствует классическим аксиомам рационального выбора [5]. Вышесказанное привело к развитию теории перспективы как альтернативы теории рационального выбора в условиях риска. Канеман и Тверски, проводя многочисленные опыты, продемонстрировали, как изменяются предпочтения, когда одна и та же проблема представлена разными способами [5].

4. Стабильность и структура собственности польского банковского сектора

Финансовый кризис нарушил доверие к банковскому сектору во всем мире. Несмотря на это, в Польше появляются новые банки и кредитные учреждения. Данный сегмент польского финансового рынка отличается доминированием иностранного капитала.



В конце 2010 г. операционную деятельность в Польше вели 646 банков (49 коммерческих и 576 кооперативных), а также 21 отдел кредитных учреждений (табл.).

Структура собственности польского банковского сектора

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010
Количество объектов банковского сектора, ед.	647	645	649	643	646
В том числе:					
коммерческие банки	51	50	52	49	49
отделы кредитных учреждений	12	14	18	18	21
кооперативные банки	584	581	579	576	576
Структура собственности – участие в активах, %:					
Отечественные инвесторы	30,3	29,1	27,7	31,9	33,8
В том числе:					
а) банки, контролируемые государственной казной	19,8	18,3	17,3	20,8	21,5
б) другие коммерческие банки	4,3	4,6	5,0	5,3	6,2
в) кооперативные банки	6,2	6,2	5,4	8	6,1
Иностранные инвесторы	69,7	70,9	72,3	68,1	66,2
В том числе:					
коммерческие банки	66,6	66,6	66,9	62,8	61,5
отделы кредитных учреждений	3,1	4,3	5,4	5,3	4,7

Источник: собственные разработки авторов на основе [8].

Анализируя структуру собственности польского банковского сектора, стоит заметить, что отечественные инвесторы контролировали 10 коммерческих банков и все кооперативные (под контролем государственной казны было 4 коммерческих банка – ПКО Банк Польши, Банк национального хозяйства, Почтовый банк и Банк защиты окружающей среды). Участие отечественных инвесторов в банковском секторе, измеряемое активами, в 2010 г. составляло 33,8 % (табл.). Иностранные инвесторы контролировали 39 коммерческих банков и все отделы кредитных учреждений. На конец 2010 г. в банковском секторе были инвесторы из 18 стран, причем доминирующую роль играли итальянские инвесторы (контролирующие 12,4 % активов сектора), немецкие (10,4 %), голландские (8,6 %), американские (6,9 %) и французские (5,8 %) [8].

Таким образом, речь идет о банках со стопроцентным иностранным капиталом и банках с преобладанием такого капитала, если предполагать, что банк – собственность физического лица, не являющегося гражданином Польши, или учредительские фонды банка принадлежат не польскому юридическому лицу.

В условиях финансового кризиса 2008–2009 гг. основным моментом стабильности польского банковского сектора стало сохранение общественного доверия к финансовой системе и ее отдельным учреждениям. В этот период снизилась активность на финансовом и межбанковском рынках, а также сократилось доверие сначала между банками, а затем и между банком и клиентом.



5. Результаты собственных исследований

В нашем исследовании иностранные банки и банки с преобладанием иностранного капитала представлены как не польские банки.

Полученные данные подтвердили закономерность принятой гипотезы о том, что владельцы малых и микрофирм относятся к той части поляков, которая сдержанно относится как к иностранным банкам, так и к банкам с преобладанием заграничного капитала, т.е. банкам, принадлежащим иностранцам. Преобладающее большинство респондентов доверили бы финансовое обслуживание своей фирмы банку, капитал которого – собственность поляков; и только каждый десятый выбрал бы банк с преобладанием иностранного капитала. Приблизительно каждый пятый опрошиваемый затруднялся дать однозначный ответ на вышеуказанный вопрос (рис.).

29

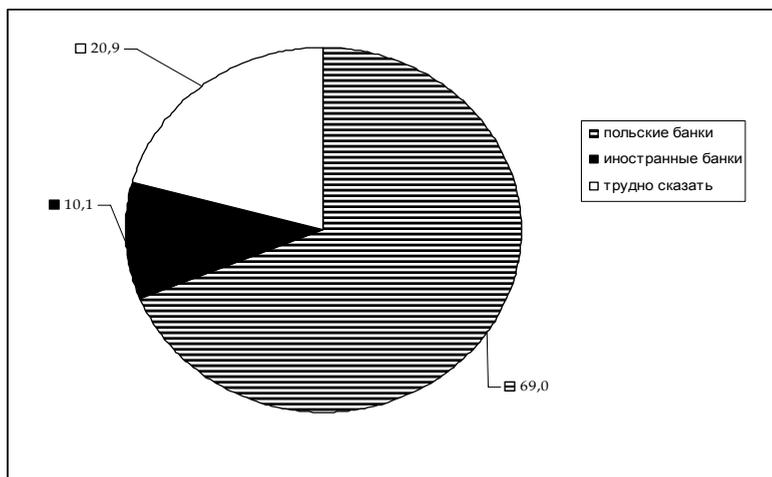


Рис. Предпочтения, отданные банкам, на основе преобладающего капитала, %

Источник: результаты собственных исследований авторов.

Из данных, касающихся групп респондентов, разделенных по полу, следует, что процент мужчин, предпочитающих банки с преобладанием иностранного капитала, несколько выше, чем женщин. Женщины чаще, чем мужчины, на вопрос «Польский или не польский капитал?» не могли ответить однозначно. Несколько лучшее восприятие мужчинами иностранных банков может быть следствием того, что, как правило, они отличаются большей профессиональной мобильностью (если, конечно, учитывать экономические факторы) [12].

Если говорить о возрасте, то большинство опрошиваемых до 30 лет не имели определенной точки зрения. Самый маленький процент предпочтения банкам с преимущественно польским капиталом принадлежит именно этой группе. Необходимо было бы провести специаль-



ный анализ, чтобы увидеть в этом некое продолжение традиции или верность убеждениям более раннего периода, когда значительная часть польской молодежи хотела уехать из страны с целью «заработать и вернуться». Молодые бизнесмены, скорее всего, не думают об эмиграции, поскольку создали в Польше свои фирмы; возможно, даже воспользовались различными дотациями или кредитами для развития своих предприятий, и наверняка они не очень доверяют польскому банковскому капиталу. В данном контексте следует вспомнить, что в рекламах кооперативных банков экспонируется «польскость» их капиталов — как достоинство соразмерности процентных ставок, стабильности и экономической безопасности. Хотя, как правило (с небольшим исключением), это более или менее удачная маскировка иностранного капитала под различными сокращениями в названиях (*МБанк*, *Мультибанк*, *GE Money* и др.). Некоторые банки выступают под исконно польскими названиями или новыми, предполагающими польскую принадлежность: например, греческий капитал скрылся под названием *Польбанк*; Финансовая группа Карло Тассара, получившая в 2008 г. согласие Комиссии финансового надзора (КФН) на вход на польский рынок, функционирует под названием *Алиор Банк АО*, а в рекламе представляется польской компанией, одновременно являясь одной из самых больших непосредственных иностранных инвестиций в Польше с собственным капиталом банка 1,5 млрд злотых. Польская специфика этого банка, как и многих других компаний такого типа, заключается, главным образом, в том, что действует он на территории Польши.

Заключение

Как доказывает поведенческая экономика, для анализа сложных рыночных ситуаций в макро- и микромасштабах недостаточно концепций научной классической теории экономики, парадигма рациональности которой не подтверждается (иногда считается, что дополняется или корректируется), в том числе и сторонниками поведенческой экономики, учитывающими общественные и психологические аспекты тех или иных действий людей, культуру, системы ценностей, особенности личности, специфику познавательных процессов.

Результаты собственных исследований показывают, что владельцы малых и микрофирм Варминьско-Мазурского воеводства больше доверяют банкам с преобладанием польского капитала. Только каждый десятый доверил бы финансовое обслуживание банку с иностранным капиталом. Однако среди предпринимателей в возрасте до 30 лет разделение банков на польские и не польские в связи с интеграцией европейского финансового рынка из года в год теряет свою значимость.

Вопрос доверия клиентов к банкам в аспекте рациональности находит свое отражение в поведенческой экономике и финансах. В этой связи выделяется Конвенция исследований и анализа, согласно которой современный банковско-финансовый кризис можно воспринимать как «эрозию уровня доверия» многих общественных групп к банковским учреждениям.



Использование владельцами МСП и обычными людьми упрощенных нормативов в дальнейшем позволит увеличить эффективность экономической политики государства, а также отразится на маркетинговых действиях коммерческих банков.

Список литературы

1. *Akerlof G. A., Shiller R.* Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism. Princeton; Oxford, 2009.
2. Бжезиньски М., Горыня М., Хоскуба З. Экономика и другие общественные науки в начале XXI в. Между империализмом и кооперацией // Экономист. 2008. №9.
3. Факуяма Ф. Доверие. Общественный капитал и путь к благополучию. Варшава, 1997.
4. *Kahneman D., Tversky A.*, Prospect Theory: an Analysis of Decision under Risk // *Econometrica*. 1979. №2.
5. *Kahneman D., Tversky A.* Choices, Values, and Frames // *The American Psychologist*. 1984. Т. 39, № 4.
6. Половчик Е. Основы поведенческой экономики // Обзор организации. 2009. №12.
7. Солома А. Критерии выбора предпочтения владельцев малых и микрофирм в Вармии и Мазурах. Междисциплинарная трактовка проблемы. Торунь, 2010.
8. *Raport* о ситуации банков в 2010 г. / Учреждение комиссии финансового надзора. Варшава, 2011.
9. Штомпка П. Доверие. Фундамент общества. Краков, 2007.
10. *Tversky A., Kahneman D.* Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases // *Science*. 1974. № 185.
11. *Tversky A., Kahneman D.* The Framing of Decisions and the Rationality of Choice // *Science*. 1981. № 211.
12. Весоловска Е. Психологический портрет частного предпринимателя. Ольштын, 2003.

Об авторах

Анджей Солома — канд. экон. наук, Варминьско-Мазурский университет, Ольштын, Польша.

E-mail: soloma@uwm.edu.pl

Эльжбета Весоловска — д-р, Варминьско-Мазурский университет, Ольштын, Польша.

E-mail: ewesolowska@uwm.edu.pl

About the authors

Dr Andrzej Soloma, University of Warmia and Mazury, Olsztyn, Poland.

E-mail: soloma@uwm.edu.pl

Dr Elżbieta Wesolowska, University of Warmia and Mazury, Olsztyn, Poland.

E-mail: ewesolowska@uwm.edu.pl