

**Аннотация.** На основе изучения существующих подходов к исследованию доверия банкам показано доминирование опросного подхода. Описана методика проведения опроса доверия национальной валюте и банкам Республики Беларусь. В результате применения отечественной практики, приведены результаты опроса оценки уровня доверия банкам.

**Ключевые слова:** доверие, банк, банковский сектор, респондент, опрос.

В деятельности банковского сектора доверие выступает одним из наиболее значимых ресурсов для обеспечения эффективности функционирования коммерческих банков, а снижение либо утрата доверия в результате влияния локальных и глобальных факторов представляет собой существенную угрозу деятельности кредитных учреждений. Измерение уровня доверия банкам, в том числе с использованием статистических и отчетных данных, является одними из ключевых вопросов деятельности банковской системы, и на сегодняшний день точность и объективность получаемых оценок остается актуальной задачей.

На современном этапе накоплен определенный практический опыт оценки уровня доверия банкам. Развитие подходов к измерению уровня доверия происходило, преимущественно, в рамках исследований по поведенческой экономике. Ряд исследований описывают как качественные, так и количественные методы исследования доверия в обществе. С точки зрения исследований коллективного доверия следует выделить работы Г.М. Бруна, Д.М. Дозье [1], в которой приводится одна из первых попыток выявить возможности применения инструментальных методов анализ связей с общественностью, исследования Д.У. Стэкса, в которых дается руководство по совмещению строгости научных исследований с проблемами, с которыми сталкивается современная практика, глобальных стандартов исследований и четкий, полный и краткий обзор больших данных [2], У.К. Линденмана посвященные анализу подходов к эффективности связей с общественностью.

«Золотым стандартом» оценки доверия является шкала Лайкерта – опрос, состоящий из шкалы директивных утверждений и описаний отношений между человеком и агентом. Несмотря на широкое использование, этот подход имеет некоторые ограничения, прежде всего – прямые описательные утверждения не оставляют респондентам достаточной свободы для определения, формирования и объяснения своих чувств и мнений, а также смещение баланса положительных и отрицательных оценок в процессе автоматизированной обработки. И, наконец, изменения в природе отношений между субъектами и объектами доверия в силу технологического развития [3].

Следовательно, существует потребность в альтернативных способах измерения доверия, как-то: непрямой подход, заимствованный из психотерапии К. Роджерса, предназначен для поощрения и мотивации респондентов к предоставлению уточняющей информации, экспериментальный подход [4].

В международной практике существуют альтернативные подходы к оценке уровня доверия банкам: международная исследовательская программа Всемирной ассоциации по изучению ценностей – Всемирный обзор ценностей (World Values Survey (WVS)), глобальное исследование Барометр доверия Эдельмана (Edelman Trust Barometer), опрос потребительских групп Международной консалтинговой компанией Bain & Company в партнерстве с Research Now SSI, исследование аналитического центра НАФИ уровня доверия банкам жителей России, исследование доверия банкам среди населения и вкладчиков социологами Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), и другие [5].

Итак, нет единого, простого, всеобъемлющего исследовательского инструмента, техники или методологии на которые можно положиться для измерения и оценки доверия для того, чтобы сделать какие-либо обоснованные выводы об ограничениях применения практик, применяемых для оценки доверия в социологии и социальной психологии. Для изучения доверия в развивающихся странах требуется анализ существующих методик оценки доверия и оценка применимости тех или иных инструментов в конкретной стране.

Практика проведения опросов, применяемая в различных странах, использована в Республике Беларусь при исследовании феномена доверия банкам. Основным преимуществом опроса как метода социологического исследования явлений в отношении банкам может стать то, что он позволит в определенных рамках исследовать, как преобразования в действиях Национального банка и в банковской системе воспринимаются обществом в целом и людьми, большинство из которых не являются профессиональными экономистами [5].

В социологическом исследовании Национального банка Республики Беларусь на тему «Глубинные факторы и механизмы формирования доверия к национальной валюте» разработан блок вопросов, касающихся исследования доверия банкам страны. Методологическая основа, используемая при проведении исследования, синтезирует качественные и количественные этапы. Эта стратегия предполагает временное разделение этапов, при котором качественный этап предшествует количественному, а за основу количественного этапа принимаются данные, полученные в результате качественного этапа. Подобное сочетание качественного и количественного методов в рамках одного социологического исследования называется стратегией погружения, предполагающей вхождение в проблематику исследования путем ее предварительного изучения в ходе качественного этапа, и позволяет соотнести представления исследователей предмете исследования с представлениями респондентов.

В качестве объекта качественного этапа исследования выступили взрослые (старше 18 лет) мужчины и женщины, имеющие разный социально-экономический статус, более половины из них на момент опроса откладывали сбережения. Предметом исследования были факторы и механизмы формирования доверия к национальной валюте и банкам.

Материалы качественного этапа получены методом индивидуальных глубинных интервью. В рамках исследования была использована целевая критериальная выборка, которая предполагала отбор информационно богатых случаев для глубинного изучения на основании тех критериев, которые заранее определены исследователями (пол, возраст, социальный слой, опыт сберегательного поведения). Объем выборки был определен с помощью метода теоретического насыщения.

Сбор эмпирических данных проводился с 19.10.2021 по 28.10.2021 года, география проведения исследования – г. Минск, средняя продолжительность глубинных интервью – 1 час 30 минут. Обсуждение обозначенной темы между модератором и информантом осуществлялось на основе неформализованного инструментария – сценария интервью и сопровождалось аудиозаписью разговора. Сценарий включал в себя следующие смысловые блоки: доверие к социальным институтам (в т.ч. банкам), финансовая история и уровень благосостояния, уровень финансовой грамотности, финансовое и инвестиционное поведение. С целью апробирования социологического инструментария в декабре 2021г. было проведено пилотажное исследование методом CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Опрос по технологии CAWI предполагал, что респондент отвечал на вопросы анкеты в режиме онлайн, а протокол с ответами на вопросы автоматически вносился в базу данных. Важно обратить внимание на то, что метод предполагает отсутствие личного участия интервьюера.

Тестируемый инструментарий состоял из нескольких частей: скрининговой, социально-демографической, основной. В скрининговую часть были включены вопросы-фильтры, позволяющие отсеять респондентов, не подходящих для участия в исследовании. Так, в скрининговую часть были включены вопросы, позволяющие отобрать целевую аудиторию по тем критериям, которые являются котируемыми для масштабного количественного исследования (регион, тип населенного пункта, пол, возраст). В социально-демографический блок были включены вопросы о роде деятельности, семейном положении, уровне образования. Вопросы, раскрывающие цель исследования, были отражены в основном блоке анкеты. Электронная версия инструментария была запрограммирована при помощи конструктора Simple Forms, запуск которой возможен в мобильных телефонах и планшетах.

CAWI опросы были реализованы в два этапа: на первом этапе происходил рекрутинг респондентов, на втором – сбор эмпирической информации. В качестве объекта исследования выступили респонденты, которые по своим основным характеристикам соответствуют объекту масштабного количественного исследования. В число респондентов вошли мужчины и женщины в возрасте от 16 лет, имеющие разный социально-экономический статус, регион проживания и тип населенного пункта. На втором этапе респондент самостоятельно заполнял анкету. Таким образом, использование технологии CAWI опроса позволило отслеживать качество заполнения анкет, количество валидных, прерванных интервью, а также замерить длительность опроса.

Участие в исследовании приняли жители г. Минска (город с численностью более 1 млн человек) – 42 чел., областных центров (города с численностью от 500 тыс. чел. до 1 млн чел.) – 25 чел., крупных городов (города с численностью от 100 до 500 тыс. чел.) – 7 чел., средних городов (город с численностью от 50 до 100 тыс. чел.) – 13 чел., малых городов (города с численностью до 50 тыс. чел., поселок городского типа) – 12 чел., села – 1 чел. Социально-демографический портрет участников опроса представлен в таблице 2.1.

В ходе исследования в период с 14 по 30 января 2022 года проводился полевой этап. В качестве объекта исследования выступило взрослое население Республики Беларусь (16 лет и старше). Планируемая и достигнутая выборочная совокупность – 1500 респондентов (предельная ошибка выборки составляет  $\pm 2,53\%$  при доверительной вероятности 95%). Согласно поставленным целям исследования использовалась случайная стратифицированная выборка с проверкой квот по 2 параметрам (пол, возраст,) на последнем этапе.

Полученная выборочная совокупность является репрезентативной по 7 регионам республики (6 областей и г. Минск), типу населенного пункта (город, село), а так же по величине населенного пункта (5 зон: I -- областной центр (население свыше 250 тыс.), II -- крупный город (от 100 до 250 тыс.), III -- большой город (от 50 до 100 тыс.), IV -- районный центр (от 10 до 50 тыс.) и V – малые города и поселки городского типа (до 10 тыс. населения)). При расчете объемов выборочной совокупности использовались данные переписи населения 2019 г.

Результаты проведенного социологического исследования позволили сделать следующие основные выводы:

1. Одними из наиболее надежных способов сохранения сбережений в белорусском обществе, получивших высокую оценку респондентов, являются сбережения, размещенные на счете в банке.

2. При размещении белорусских рублей на счет (депозит) в банке респонденты в первую очередь опасаются, что случится финансовый кризис в стране и не будет возможности забрать свои деньги из банка. Около 20% беспокоятся, что банк обанкротится или потеряет лицензию, вследствие чего потеряются деньги по вкладу и проценты, а также о том, что будет отсутствовать прибыль из-за инфляции и/или роста курса валют.

3. В случае возникновения ситуации банкротства банка в Республике Беларусь, в котором открыт счет в белорусских рублях, мнения белорусов по поводу возмещения разошлись: 26% считают, что ничего не возместят; 20% надеются на возмещение половины; 24% уверены в возмещении всего вклада; остальные затруднились ответить.

4. По уровню доверия лидируют белорусские государственные банки, которым доверяют 72,2% респондентов. 53,2% опрошенных граждан высказались о доверии белорусским банкам II группы системной значимости. Менее всего, 48,9 % опрошенных белорусов – доверяют иностранным банкам.

5. На сберегательное поведение и хранение средств в банках влияет и уровень доверия различным средствам массовой информации. Как показали результаты социологического исследования, наиболее высокий уровень доверия во всех группах имеют белорусские государственные СМИ (у более 50 % респондентов). Достаточный уровень доверия к государственным СМИ демонстрируют респонденты, не имеющие опыта сохранения сбережений (в среднем около 40% опрошенных).

Таким образом, опрос в настоящее время является доминирующим подходом в оценке уровня доверия банкам. Результаты опросов могут быть использованы для принятия решений в банковской сфере.

В целом, выявленный достаточно высокий уровень доверия к Национальному банку и белорусским государственным банкам возможно использовать как инструмент формирования позитивного имиджа белорусского рубля. Следует также отметить, что личная оценка степени (уровня) доверия банкам со стороны населения, и сам факт его проявления (не проявления), зафиксированный в его поведении, не всегда являются совпадающими категориями. При этом актуальной задачей остается количественное измерение уровня доверия банкам через прокси-показатели, фиксирующие результаты реального поведения населения в рамках официальных данных статистики.

#### **Список использованных источников**

1. Broom, G.E., Dozier, D.M. Using Research in Public Relations: Applications to Program Management 1st Edition/ G. Broom, D. Dozier. - Prentice Hall; 1st edition. – 450 p.

2. Stacks, D.W. Primer of Public Relations Research, Third Edition Third Edition / D.W. Stacks - he Guilford Press; Third edition – 404 p.

3. Lindenmann, W.K. Using research to measure the effectiveness of public relations programs / W.K. Lindenmann // <https://www.quirks.com/articles/using-research-to-measure-the-effectiveness-of-public-relations-programs>

4. Gobo, G. 2011. Back to likert: towards the conversational survey. The SAGE handbook of innovation in social research methods: 228-248, London: SAGE Publications Ltd

5. Синкевич, А.И. Международная практика оценки уровня доверия банкам / А.И. Синкевич // Экономика и банки: научно-практический журнал. - 2021. - № 2. - С. 31-39.