

## ДОВЕРИЕ РОССИЯН БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

© 2019 г. А.В. Юревич

Институт психологии РАН, Москва, Россия

E-mail: av.yurevich@mail.ru

Поступила в редакцию 16.04.2019 г.

Поступила после доработки 06.05.2019 г.

Принята к публикации 30.07.2019 г.

Согласно данным, которые приводятся в статье, уровень доверия к банковской системе в современной России ниже, чем в большинстве стран мира, и падает в последние годы в связи с финансовым кризисом и рядом других факторов. Среди основных причин низкого доверия россиян к банковской системе автором рассматриваются как недостатки в организации деятельности отечественных банков, так и психологические последствия ситуации 1990-х годов, а также особенности поведения российских банкиров, создающие их негативный образ в массовом сознании. Разбирается проблема низкого уровня доверия в современном российском обществе, которая проецируется и на банковскую сферу. Выявляется многослойная структура доверия к банкам, включающая в себя в качестве основных уровней: доверие в обществе в целом, доверие к его социальным институтам, доверие к предпринимательству, доверие к крупному бизнесу, доверие к банковскому сектору экономики, доверие к конкретным финансово-кредитным учреждениям. Формулируются рекомендации российским банкам, призванные повысить доверие к ним со стороны населения.

*Ключевые слова:* банки, банковский сектор экономики, доверие, население, причины, факторы, общество, массовое сознание, многослойная структура.

DOI: <https://doi.org/10.31857/S0869-587389121240-1247>

**Доверие как научная проблема.** А.Б. Купрейченко и С.П. Табхарова отмечают, что "в настоящее время исследование доверия является одним из самых востребованных направлений в общественных науках" [1, с. 209]. В психологической науке доверие рассматривается в разных ракурсах и наполняется различным смыслом: как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, личностное и групповое свойство и др. [2]. Например, А.Ю. Алексеева трактует доверие как социальную установку и обнаруживает в нём когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты [3]. Выделяются разные виды дове-

рия – к людям (межличностное доверие), организациям, обществу и т.п. [2], которые подвергаются активному эмпирическому изучению [4, 5]. При этом все исследования отличаются отсутствием концептуальных типологий, ясного обобщённого определения изучаемого объекта [6, 7]. По мнению С. Касталдо, основная причина подобного положения коренится в том, что доверием называют самые разные явления [6]. Л.Г. Почебут и В.А. Чикер тоже отмечают, что "доверие – сложное психологическое понятие, поскольку включает в себя разнообразные психологические феномены" [8, с. 65].

Исследователи подчёркивают, что в современном обществе доверие выполняет важные психологические функции: снижения сложности, формирования основ социальной и деловой коммуникации, а также интерактивную, перцептивную, управленческую, предсказательную, обобщающую и др. [2]. Отмечается, что, хотя *избыток доверия* может иметь негативные последствия, снижая безопасность субъекта, *избыток недоверия* способен замедлять развитие индивида, нарушая его взаимодействие с другими людьми [2]. Как пишет Ф. Фукуяма, для об-



ЮРЕВИЧ Андрей Владиславович – член-корреспондент РАН, заместитель директора Института психологии РАН.

щества гораздо более эффективным оказывается поведение, основанное на доверии, чем на рациональном расчёте. Последнее регулируется формальными правилами, которые необходимо постоянно вырабатывать и согласовывать. Общества с низким уровнем доверия как бы платят дополнительный налог на все формы экономической деятельности, от которого освобождены социумы с высоким уровнем доверия [9]. Фукуяма показал, что успешность экономики страны зависит от "радиуса доверия": если он небольшой и ограничен дружескими и родственными связями, то экономические отношения не столь эффективны, как при более широком "радиусе" [9]. Доверие призвано устранять сомнения, чтобы можно было перейти к действиям [10, 11]. Более того, выявлена прямая зависимость показателей коммерческой деятельности от уровня доверия между партнёрами [12].

Структура доверия представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов. Среди факторов, влияющих на доверие, особую роль играет такое интегральное личное качество, как доверчивость/недоверчивость [2]; кроме того, значение имеют возраст и уровень образования (молодые и высокообразованные люди более склонны к доверию [3]), а на примере исследования доверия российских предпринимателей разным видам организаций обнаружены региональные и половые различия [13].

**Доверие банкам.** Как было сказано выше, объектами доверия могут быть отдельные люди, малые и большие группы, организации и общество в целом, а также различные социальные и информационные системы [2], в том числе банки. На первый взгляд, проблема доверия (и недоверия) к банкам<sup>1</sup> достаточно полно проанализирована аналитическим сообществом, обслуживающим банковский сектор. Поскольку этот фактор оказывает решающее влияние на поведение вкладчиков и, соответственно, имеет серьёзные финансовые последствия, банки не скупятся на финансирование подобных исследований, они ведутся на регулярной основе, и банковская сфера является сегодня одним из наиболее активно изучаемых секторов экономики.

Главными объективными показателями доверия к банкам считаются количество активных клиентов и объём сбережений, размещённых на счетах кредитных организаций. Вместе с тем важны и субъективные показатели, выявляемые опросами населения. По результатам опроса, проведённого Национальным агентством фи-

нансовых исследований (НАФИ) в декабре 2015 г., среди всех организаций, занимающихся финансами, банки заслуживали наибольшее доверие россиян. К ноябрю 2015 г. уровень лояльности по сравнению с весной того же года вырос на 3% и составил 59%. Однако, по прогнозам экспертов, в результате ухудшившейся экономической ситуации в нашей стране и в мире уровень доверия к банкам должен был снизиться [14]. Прогноз оправдался. В июле 2017 г. НАФИ провело всероссийский опрос 1600 жителей из 42 регионов нашей страны. Оказалось, что доля граждан России, доверяющих банкам, за год сократилась с 67 до 60%, из которых 14% полностью доверяли им, а 46% — скорее доверяли. Сокращение произошло за счёт доли сомневающихся — респондентов, ответивших "скорее доверяю". За тот же период уровень доверия страховым компаниям снизился на 5%: 35% опрошенных выбрали варианты "полностью доверяю" и "скорее доверяю". Наиболее существенное снижение испытал уровень доверия к негосударственным пенсионным фондам: если в июле 2016 г. он составлял 24%, то в 2017 г. — 15%. Снизился и уровень доверия инвестиционным компаниям — с 18 до 17%, и микрофинансовым организациям — с 8 до 5%. Причины падения доверия виделись экспертам в том, что банковский рынок испытал серьёзный "информационный шок": в СМИ как никогда активно обсуждались случаи отзывов лицензий и проблемы крупных игроков рынка, и это не могло не отразиться на отношении потребителей к финансовым институтам [15].

По данным фонда "Общественное мнение" (ФОМ), в 2016–2017 гг. доля тех, кто считал банковские вклады надёжными, сократилась с 42 до 36%, а доля полагающих их выгодными — с 30 до 23%. Невыгодным способом вложения денег банковские вклады назвали в 2017 г. 47% респондентов, тогда как в 2016 г. таких ответов было 44%. Кроме того, россияне стали несколько реже говорить, что доверяют банкам. Число тех, кто признавался, что доверять банкам стал меньше, осталось небольшим, но выросло число затрудняющихся определить своё отношение к банковской системе [16].

В то же время сегодня россияне — одни из самых недоверчивых по отношению к банкам среди граждан разных стран. По данным опроса международной аудиторской компанией Ernst & Young, проведённого в 2016 г. и охватившего 32 государства и 55 тыс. человек, лишь 31% наших сограждан полностью доверяют кредитным организациям, а в других странах этот показатель в среднем составляет более 40%. Только 38% россиян считают, что отечественные кредитные

<sup>1</sup> У этой проблемы есть и обратная сторона — доверие банков своим заёмщикам и т.п., которая в данной работе не затрагивается.

организации обеспечивают сохранность сбережений, и только 20% убеждены, что могут получить в банке объективные консультации. 24% российских участников опроса сомневаются в абсолютной прозрачности банковских комиссий и платежей, 23% уверены, что кредитные организации не до конца понимают потребности своих клиентов, почти треть призналась в скептическом отношении к рекомендациям сотрудников банков. По этим показателям Россия отстаёт не только от развитых, но и от развивающихся государств. Так, в США 57% граждан хранят свои сбережения в кредитных организациях, не опасаясь за сохранность денег. При этом 33% населения доверяют советам сотрудников этих организаций. В Германии соотношение "сохранность сбережений – честные консультации" несколько меньше, чем в США, – 56 и 30% соответственно, в Австралии – 51 и 20%. Любопытно, что самыми "доверчивыми" оказались жители Нигерии: 71% из них убеждены в сохранности денежных средств в банках, а 36% не испытывают сомнений в объективности консультаций сотрудников кредитных организаций. Тем не менее опрос выявил общую тенденцию к снижению уровня доверия к банкам во всём мире, обусловленную финансовым кризисом и рядом других обстоятельств [17], в то время как в России долговременный тренд был иным: уровень сбережений в виде банковских вкладов в нашей стране вырос с 20% в 2010 г. до 32% в 2015 г.

Заслуживает внимания доверие к банкам не только населения, но и коммерческих структур. По данным НАФИ, за последние три года у большей части представителей всех ветвей бизнеса уровень доверия к обслуживающим их кредитным организациям не изменился, у четверти опрошенных доверие снизилось и лишь у десятой части выросло. Более трети всех предпринимателей пользуются банковскими мобильными приложениями, причём руководители молодых компаний малого и среднего бизнеса в этом плане оказались более "продвинутыми" [15].

**Причины недоверия россиян банкам.** Среди факторов, снижающих доверие населения России к банкам, эксперты выделяют следующие: непонимание самой услуги, характера её предоставления; комиссии за использование банковского продукта; отказ части населения, считающей наличные платежи более безопасными и надёжными, от пластиковых карт [18]; представление о незащищённости банковских услуг (прежде всего онлайн-переводов и банковских карт), недостаточная финансовая грамотность, неспособность усвоить финансовую информацию, сравнить и оценить альтернативы [19]). Впрочем, отмечается, что и высокая

финансовая грамотность подчас порождает недоверие к банкам, поскольку грамотные в финансовом плане люди лучше осведомлены об их недостатках. Негативное действие оказывает также вынужденное и активно проводимое Банком России оздоровление банковского сектора, выражающееся в отзыве лицензий у банков, в результате чего за последние три года лицензий лишились более 300 банков, в том числе и несколько крупных. Немаловажно, что этот процесс сопровождается ухудшением информационного фона вокруг банков.

Часто основным фактором, влияющим на выбор населением того или иного банка для хранения своих вкладов, становится удобство его расположения (ближе к дому), отсутствие очередей и другие подобные обстоятельства. 56% россиян не доверяют банкам, у которых нет отделений (среднемировой показатель составляет 44%). Эти цифры говорят и о том, что использование цифровых каналов обслуживания не заменяет личного взаимодействия с банковскими сотрудниками. Поэтому, по мнению экспертов, отечественным банкам не стоит спешить с закрытием отделений в целях сокращения издержек.

Одна из причин низкого доверия россиян к кредитным организациям усматривается также в отсутствии у них привычки пользоваться банковскими услугами, предпочтении хранить деньги "в чулках", а не в банках. Многие россияне предпочитают размещать свои сбережения не на банковских счетах, а в банковских ячейках, считая такой способ хранения более надёжным, и выступают пассивными, а не активными клиентами банков. В то же время регулярно просачивающаяся в СМИ информация об ограблении ячеек отвращает наших сограждан и от этой формы банковских услуг, а тот парадоксальный факт, что виновников таких ограблений, едва ли возможных без участия банковских служащих, как правило, не находят, тоже снижает доверие к банкам.

Нельзя забывать и о роли негативного опыта вкладывания денег в такие банки, как "Чара", "Тибет" и другие неблагонадёжные финансовые организации (АО "МММ" и т. п.) в 1990-е годы. (Напомним, что численность пострадавших от деятельности финансовых пирамид оценивается на уровне 20% населения России.) Сформировавшееся в то время массовое недоверие к банкам неизбежно будет иметь длительное последствие, и единственный способ преодолеть его – многолетняя добросовестная деятельность отечественных банков, обеспечивающая сохранность сбережений. Как справедливо отмечает Е. П. Ильин, "несмотря на изначальный уровень риска, отрицательный результат взаимодействия законо-

мерно ведёт к падению доверия. Только невысокая степень риска и положительный результат приводят к высокой степени доверия" [2, с. 42]. Е. П. Ильин отмечает, что доверие к банкам связано с доверием не только к самой банковской системе, но и к политическим, правовым и экономическим институтам в стране, а такие факторы, как смена политического курса, экономические реформы и дефолты, сильно подорвали доверие наших сограждан к ним [2].

Банки, исчезающие вместе с деньгами обманутых вкладчиков, — слишком живая картинка в коллективной памяти россиян, и сетование отечественных банкиров на негативный образ банков в российском массовом сознании, по существу, оказывается жалобой на то, что мы слишком хорошо помним наше недавнее прошлое. По этой же причине желание представителей банковского сектора в одночасье изменить негативный образ банков и их владельцев на позитивный весьма утопичны. Как пишет А. Г. Здравомыслов, "крупное предпринимательство (к которому относится и деятельность банков. — А. Ю.) воспринимается прежде всего как реализация личных интересов разного плана, очень мало связанных с общественными интересами, с осознанием долга перед обществом, страной, государством", при этом "СМИ популяризируют безнравственность крупного бизнеса" [20, с. 205]. По мнению россиян, наша экономическая элита сложилась, во-первых, из людей, нечестным образом наживших состояние, во-вторых, из партийной номенклатуры, в-третьих, из участников криминальных группировок, в-четвёртых, из представителей госструктур советского периода, в-пятых, из госчиновников ельцинского периода [20]. Подобные трактовки, естественно, не идут на пользу имиджу отечественных банкиров и снижают доверие к банкам.

Ещё один фактор, определяющий доверие к банку, — харизматичность управляющего [2]. Вместе с тем она должна быть "умеренной", не переходящей в скандальность. Не идёт на пользу отечественным банкам и образ их владельцев как "слишком хорошо живущих" (хотя банкиры неплохо живут во всём мире), "оторванных от народа", не разделяющих его проблемы, ведущих компрадорский образ жизни, а также приобретающие большой социальный резонанс выходки их детей. Сложившийся в российском массовом сознании негативный образ "новых богатых" во многом ассоциируется с банкирами, что накладывает свою печать и на отношение к возглавляемым ими банкам. Для преодоления этого стереотипа тоже необходимы как время, так и изменение поведения его прототипов. На фоне общего роста патриотизма в нашем об-

ществе [21] эффективной мерой повышения доверия к банковской сфере может стать создание образа отечественного банкира-патриота, не обязательно едущего на работу на велосипеде, но вкладывающего средства в наиболее социально полезные отрасли отечественной экономики, финансирующего социальные проекты, активно занимающегося благотворительностью. Нужно, однако, понимать: искусственное формирование такого образа с помощью PR-акций неизбежно порождает у граждан ощущение, что их обманывают, и может иметь действие, прямо противоположное желаемому [22, 23]. Вообще среди личностных факторов, вызывающих недоверие к человеку, исследователи выделяют прежде всего такие, как низкие нравственность и интеллект, плохие манеры и внешний вид, неестественность поведения [24]. В то же время и слишком высокий интеллект человека может снижать доверие к нему. Например, в политологических исследованиях выявлено, что американские избиратели на выборах президента страны отдают предпочтение тем кандидатам, чей интеллект выше среднего уровня, но ненамного, поскольку обладатели слишком высокого интеллекта воспринимаются как чуждые и малопонятные [25].

Нельзя обойти вниманием и следующий вопрос: насколько патриотично не допускать крупные иностранные банки к работе с физическими лицами в нашей стране (такова позиция отечественных банкиров)? Понятны опасения представителей российской банковской сферы, что при появлении отделений крупнейших зарубежных банков, имеющих вековую безупречную репутацию, наши сограждане начнут отдавать предпочтение именно им, и это повлечёт отток вложений из российских кредитных организаций. Но акцентирование банкирами своей "патриотической" позиции при обсуждении данной проблемы представляется менее понятным и весьма сомнительным. Когда указывается, что отечественные банки вкладывают средства в российскую экономику, а зарубежные — в экономику других стран, это не всегда верно в обеих частях данного утверждения. Скорее, отсутствие свободной конкуренции с зарубежными банками на национальном финансовом рынке неизбежно ведёт к снижению уровня обслуживания в российских банках и не идёт на пользу, если не им самим, то их клиентам.

Следует учитывать и то, что в глазах значительной части российского населения наиболее надёжным из отечественных банков выглядит Сбербанк, поскольку он является государственным (хотя основная часть его акций сейчас принадлежит не государству), в то время как остальные банки — негосударственные, находящиеся

во власти банкиров с сомнительной репутацией и потому менее надёжные. Известно, что в условиях, когда большинство российских банков существуют не более 10 лет, в выгодном положении оказываются бывшие государственные банки, имеющие долгую историю существования. Уровень доверия повышает и тот фактор, что банк продолжил своё существование после экономического кризиса 2008 г. [26].

**Факторы, влияющие на доверие банкам.** П. Штомпка выделяет три основных фактора, формирующих представления граждан о надёжности конкретного банка: его репутацию, исполнение принятых на себя обязательств и презентацию [27]. По мнению польского социолога, открывая счёт в банке, типовой вкладчик оценивает ряд условий:

- последствия, которые будет иметь для него действие на основе доверительных ожиданий;
- длительность отношений, в которые он вступает на основе доверия;
- возможность прекращения доверительных отношений, противоположную необратимости решения;
- степень риска;
- наличие или отсутствие страховки или других гарантий относительно потерь в случае нарушения доверия;
- ценность предмета доверия.

В качестве ожидаемых результатов выступают получение процентов по вкладу, сохранение денег и получение банковских продуктов, удобных для вкладчика [2].

По данным зарубежных исследователей, основные факторы, объясняющие до 40% уровня доверия населения к банкам, — высокое качество ежедневного сервиса, прозрачность и доступность повседневно оказываемых услуг, высокий уровень подготовки сотрудников банка, напрямую общающихся с клиентами, простота и скорость операций. Вклад другого фактора — финансовой стабильности учреждения — оценивается на уровне 20%. Поэтому в качестве основных инструментов повышения доверия к банкам предлагаются: особое внимание к потребителю, ориентация на результат, высокие лидерские качества руководства банков, верность поставленным целям, глубокая вовлечённость в деятельность персонала банков, постоянное улучшение качества обслуживания и работы в целом, внедрение инноваций. Ведущее значение приобретает высокая культура обслуживания, которая предполагает такие элементы, как отсутствие очередей, увеличение скорости обслуживания клиентов, наличие рекламно-информационных материалов по основным продуктам банка, комфортные условия и близость

офиса, приятная атмосфера, удобство использования Интернет-банка и мобильного банкинга, наличие электронной очереди. Кроме того, банки ориентированы на постоянный мониторинг удовлетворённости клиентов благодаря обратной связи с ними, свободу клиентов в принятии решений и покупке тех или иных услуг, отсутствие навязанных услуг, принуждения и ограничений при использовании банковских продуктов, честность и открытость в предоставлении информации, недопустимость недобросовестной рекламы, информации "мелким шрифтом", где самое главное может быть обнаружено только внимательным клиентом или человеком со 100%-ным зрением и т. п. [28].

Считается, что предпосылками создания обстановки доверия в банковской сфере могут стать изменения сразу в нескольких направлениях. Во-первых, развитие законодательной базы по защите прав потребителей банковских услуг, сертификации банковских продуктов, обеспечению стандартизации банковских услуг. Во-вторых, разработка эффективных программ по подготовке персонала банков, повышению его квалификации. В-третьих, сокращение территориальных и технологических ограничений, снижающих доступность банковских продуктов, повышение лояльности клиентов к удалённым каналам обслуживания [29].

Следует отметить, что термин "доверие" абсолютно неадекватен для описания комплексного отношения населения к банкам и его поведения в целом. Если вкладчик выбирает для хранения своих сбережений тот банк, отделение которого находится у него по соседству, основную роль играет не доверие, а совсем иная мотивация. Существует и ещё целый ряд факторов, не имеющих отношения к доверию. Так, для многих вкладчиков важен процент, который они получают по вкладам, условия размещения средств — возможность пополнять свои вклады до истечения оговоренных сроков, снимать деньги со счёта и т. п.

**Доверие в современном российском обществе.** Естественно, на доверие россиян к банковской системе не может не влиять общий уровень доверия в обществе, который проецируется и на отдельные социальные институты, в том числе банковскую систему [4, 5]. В соответствии с международным стандартом межличностное доверие оценивается путём выяснения согласия или несогласия респондентов с утверждением "Большинству людей можно доверять" или другими подобными утверждениями. По данным Института социологии РАН, в марте 2010 г. с этим утверждением полностью согласились 9% российских респондентов, скорее согласи-

лись – 29%, совершенно или скорее не согласились с ним – 38%, а доля неопределившихся составила 23% [30].

В рамках Мирового изучения ценностей (World Values Survey – WVS) уровень межличностного доверия в разных странах рассчитывался на основе иных вопросов, для России он в 2006 г. составил 25%, оказавшись не самым низким и не самым высоким в мире: Россия находилась между Италией (28%) и Францией (19%) среди развитых стран, а среди развивающихся – рядом с Южной Кореей (28%), Индией (21%), Египтом (19%) и Аргентиной (17%). При этом в странах с низким уровнем коррупции показатель межличностного доверия существенно выше российского: в Швеции – 65%, Нидерландах – 43%, США – 39%, Японии – 37%, Германии – 34%, Великобритании – 30% [31].

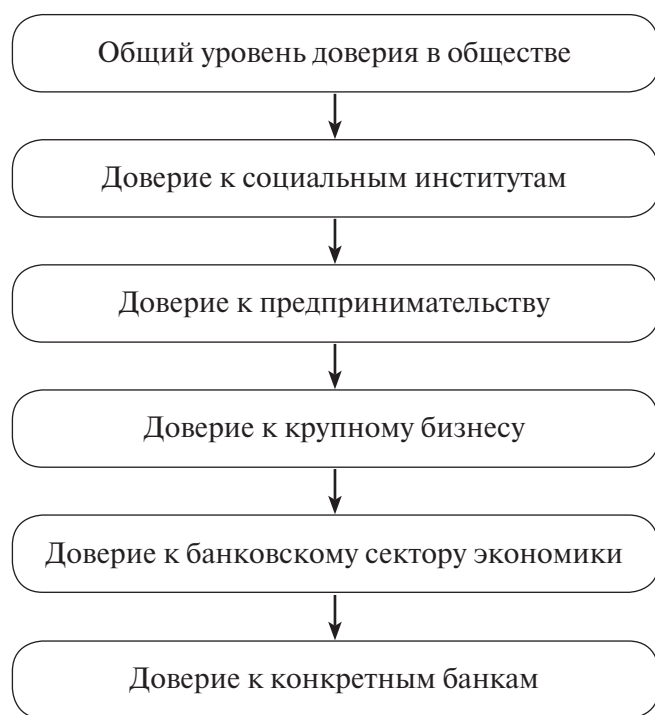
Согласно исследованию А. Н. Татарко, которое было проведено в 2005 г. в Москве, Санкт-Петербурге, Пензе и Балашове (Саратовская область), уровень межличностного доверия составил 22% [32], то есть оказался значительно ниже, чем в таких странах, как Япония, Китай, Швеция и США [33, с. 44–49]. Результаты социологических опросов в 2016 г. показали, что почти половина наших сограждан считала рост доверия между людьми либо маловероятным (41%) либо вообще исключала такую возможность (8%), повышение уровня доверия представлялось возможным лишь 34% респондентов, среди которых доля верующих была выше, чем доля атеистов [34]. За период с осени 2015 г. по апрель 2016 г. прослеживалось заметное падение доверия россиян к социально-политическим институтам, наименьший же уровень доверия отмечался в отношении политических партий [30]. По мнению В. П. Позняка, "невысокая степень доверия, по крайней мере, в сфере деловых отношений является характерной социально-психологической особенностью российских предпринимателей" [35, с. 388].

В феврале 2009 г. был проведён общероссийский опрос, ставший частью международного социологического проекта "Сравнительные исследования доверия в различных странах в период глобализации", который осуществлялся под руководством социологов Японии. Опрос показал, что наши сограждане существенно больше доверяют близким родственникам, чем сослуживцам по работе и незнакомым людям: доверие близким родственникам находится на уровне 56–57%, друзьям и дальним родственникам – 41–48%, коллегам по работе и соседям – 21–26%, знакомым – 9% [36]. Эти результаты подводят к очевидному выводу: в целях повышения доверия потенциальных клиентов российским бан-

кам следует максимально использовать "семейную рекламу", чего они не делают. Другие виды рекламы заведомо гораздо менее эффективны, поскольку наталкиваются на низкий уровень соответствующих видов доверия. Так, в Москве рекламе доверяют только 4% потребителей, в то время как остальные 96% считают её обманом и верят лишь советам родственников и друзей [2]. 60% потребителей и при совершении покупок полагаются на советы знакомых, друзей и родственников, в то время как все прочие каналы информации влияют не более чем в 15% случаев [2]. В исследовании А. Б. Купрейченко также подтверждено, что чем больше выражено недоверие другим людям, тем чаще в качестве источника информации используется близкое окружение [24]. В этом сказывается не только низкий уровень доверия, характерный для современного российского общества, но и вполне рациональное представление о том, что доверия заслуживает только *незаинтересованный* (в продаже товара и т. п.) источник, поэтому можно говорить о "рационализации" наших сограждан, ещё совсем недавно, как свидетельствовали исследования, воспринимавших рекламу как объективную информацию.

Обозначенные обстоятельства нужно учитывать и при организации работы персонала банков с клиентами: целесообразно использовать достаточно простые формы общения (предложение рассказать о банке, в котором они имеют вклады, своим родственникам и т. п.), одновременно не забывая, что слишком интенсивное давление может вызвать "эффект бумеранга" и другие хорошо известные в психологии феномены. Вместе с тем нужно принимать во внимание и тот факт, что, как показал Ф. Фукуяма, страны с низким уровнем доверия к незнакомым людям, такие как Франция, Италия, Китай и Южная Корея, сумели далеко продвинуться в развитии бизнеса, однако благодаря достаточно специфическим формам его организации, основанным на приоритете семейных и родовых связей [9]. В российской деловой среде предприниматели тоже склонны доверять друзьям и родственникам [37] (хотя, разумеется, подобная традиция имеет свои издержки в виде, например, включения в семейные бизнес-структуры заведомо некомпетентных людей).

Итак, общий невысокий уровень доверия, характерный для современного российского общества, создаёт неблагоприятную психологическую среду, в которой формируется и уровень доверия к банкам. Для изменения данной ситуации необходимы как трансформация самой этой среды, так и поиск банками специфических форм повышения доверия населения.



Структура доверия к банкам

В целом же можно говорить о многослойной структуре доверия к банкам (рис.), которую следует учитывать при анализе этой проблемы и составлении прогнозов.

#### ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект № 17-78-30035 "Психологические факторы экономической и социальной конкурентоспособности России".

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Купрейченко А. Б., Табхарова С. П.* Типы отношения личности к соблюдению нравственных норм делового поведения в зависимости от направленности доверия и недоверия // Психологические исследования духовно-нравственных проблем. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2011. С. 209-229.
2. *Ильин Е. П.* Психология доверия. СПб.: Питер, 2013.
3. *Алексеева А. Ю.* Уверенность, обобщённое доверие и межличностное доверие: критерии различения // Социальная реальность. 2008. № 7. С. 85-98.
4. Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / Отв. ред. А. Б. Купрейченко, И. В. Мерсиянова. М.: Изд-во НИУ ВШЭ, 2013.
5. Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А. Л. Журавлёв, Е. В. Шорохова. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 1998.
6. *Castaldo S.* Meanings of Trust: a Meta Analysis of Trust Definitions / Paper presented at Second Euram Conference. Stockholm, 2002.
7. *Rose-Ackerman S.* Trust, Honesty, and Corruption: Reflection on the State-Building Process // European Journal of Sociology. 2001. V. 42. P. 27-71.
8. *Почепут Л. Г., Чикер В. А.* Психология доверия в организациях // Психологический журнал. 2017. № 6. С. 65-76.
9. *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ, 2004.
10. *Бек У.* Общество риска. На пути к другому модерну. М.: Прогресс-Традиция, 2000.
11. *Лобе-Мару К.* Доверие под воздействием "радикального модерна" // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. "Социология". 2010. № 2. С. 20-22.
12. *Антоненко И. В.* Доверие: социально-психологический феномен. М.: Социум, 2004.
13. *Сумарокова В. А., Журавлёв А. Л.* Региональные и половые различия доверия предпринимателей к разным видам организаций // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 4. С. 36-45.
14. Банки — лидеры доверия среди финансовых институтов. <https://www.nafi.ru/analytics/banki-lidery-doveriya-sredi-finansovykh-institutov> (дата обращения 16.12.2017).
15. НАФИ сообщило о снижении доверия к банкам. <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/59b247d29a7947325f62a6b7> (дата обращения 18.01.2018).
16. ФОМ: россияне о доверии к банкам. <https://mresearcher.com/2016/10/fom-rossiyane-o-doverii-k-bankam.html> (дата обращения 21.01.2018).
17. Банки переживают отток доверия. <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=9437952> (дата обращения 23.01.2018).
18. *Галстян А. Ш., Шиянова А. А., Минаков В. Ф.* Моделирование стратегического развития рынка страхования в России: проблемы и пути их решения // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2014. № 2(41). С. 256-260.
19. *Баши Н. В., Минаков В. Ф., Мельникова Е. Ф.* Алгоритм принятия решений на основе анализа иерархии целей в едином научном пространстве // В мире научных открытий. 2015. № 10(70). С. 231-239.
20. *Здравомыслов А. Г.* Социология: теория, история, практика. М.: Наука, 2008.
21. *Журавлёв А. Л., Юревич А. В.* Патриотизм как объект изучения психологической науки // Психологический журнал. 2016. № 4. С. 88-98.
22. *Корешникова Л. В., Зельникова В. Ю.* Психология доверия рекламе // Тезисы докладов Первой Всероссийской конференции "Психология в рекламе". М., 1996. С. 24-25.
23. *Лебедев А. Н.* Психология рекламы. СПб.: Питер, 2003.
24. *Купрейченко А. Б.* Психология доверия и недоверия. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2008.

25. Political Psychology / Ed. by V.G. Hermann. San Francisco: Jossey-Bass, 1986.
26. *Богданова Е. В.* Структура доверия в отношениях "клиент–банк" // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. № 1. С. 86-96.
27. *Sztompka P.* Trust: a sociological theory. Cambridge: Cambridge university press, 1999.
28. *Артемов А. В., Минаков В. Ф., Макаруч Т. А.* Управление обучением персонала коммерческого банка: Эффекты. Синергия // Экономика, статистика и информатика. Вестник учебно-методического объединения. 2013. № 3. С. 11-15.
29. *Лобанов О. С., Минаков В. Ф., Минакова Т. Е.* Методология ранжирования ресурсов в облачной инфраструктуре региона // Материалы третьей научно-практической internet-конференции "Междисциплинарные исследования в области математического моделирования и информатики". Ульяновск, 2014. С. 50-56.
30. Российское общество и вызовы времени. Кн. 4 / Под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. М.: Весь мир, 2016.
31. Готово ли российское общество к модернизации? / Под ред. М. К. Горшкова, Р. Крумма, Н. Е. Тихоновой. М.: Весь Мир, 2010.
32. *Татарко А. Н.* Психологические исследования социального капитала в современной России. <http://www.hse.ru/data/692/663/1234/1.doc> (дата обращения 12.01.2018).
33. *Татарко А. Н., Лебедева Н. М.* Социальный капитал: теория и психологические исследования. М.: РУДН, 2009.
34. Российское общество и вызовы времени. Кн. 5 / Под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. М.: Весь мир, 2017.
35. *Позняков В. П.* Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной экономической деятельности. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2018.
36. *Латов Ю. В.* Декларируемое и фактическое межличностное доверие в современной России. [http://www.hse.ru/data/2010/05/12/1217374005/Межличностное доверие – Латов – 27. 4. 2010 – для ГУ-ВШЭ.doc](http://www.hse.ru/data/2010/05/12/1217374005/Межличностное_доверие_–_Латов_–_27._4._2010_–_для_ГУ-ВШЭ.doc) (дата обращения 12.03.2018).
37. *Халикова Л. В.* Межличностное и институциональное доверие – предпосылки развития предпринимательства // Вестник Череповецкого государственного университета. 2007. № 3. С. 346-349.

## TRUST OF RUSSIANS TO THE BANKING SYSTEM

© 2019 A.V. Yurevich

*Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia*

*E-mail: av.yurevich@mail.ru*

Received 16.04.2019

Revised version received 06.05.2019

Accepted 30.07.2019

According to the data presented in the article, the level of confidence in the banking system in modern Russia is lower than in most countries of the world and has been falling in recent years due to the financial crisis and other factors. These circumstances may be caused by the shortcomings in the domestic banks' activities and organization as well as the psychological aftereffects of the performance of the banking sector in the 1990s and peculiarities of the behavior of Russian bankers. These factors all contribute to the negative image in mass consciousness. The problem of low levels of trust in modern Russian society, which is projected on the banking sector, is analyzed. The layered structure of trust to banks is revealed, including main levels: trust within the society as a whole, credibility of its social institutions, confidence in business, confidence in big business, confidence in the banking sector of the economy, and credibility of particular financial and credit institutions. Recommendations to Russian banks are formulated to increase public confidence in them.

*Keywords:* banks, banking sector of the economy, trust, population, causes, factors, society, mass consciousness, multilayered structure.