

П.П. Попов

Российский государственный аграрный заочный университет,
Московская обл., Балашиха, Россия
(E-mail: fpb-2006@bk.ru)

Внедрение медиативной процедуры разрешения конфликтов и успешное ее использование в банковской сфере

Аннотация. В статье описываются результаты анкетного опроса 100 человек (53 человека – мужчины, 47 человек – женщины). Все анкетированные хотя бы раз кредитовались в банках. Была проведена оценка информированности участников споров по кредитным соглашениям и выявлен крайне низкий уровень осведомленности банковских работников о медиации и ее возможностях. Получен вывод о том, что внедрение медиации может способствовать более эффективному урегулированию споров по кредитным соглашениям.

Ключевые слова: спор, медиация, анкетирование, услуги банка, суд, коллекторские агентства, урегулирование споров.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6895-2021-134-1-185-193>

Поступила: 10.02.21 / Допущена к опубликованию: 27.03.21

Введение.

Современное общество направлено на новый курс отношений между участниками рынка.

Рынок банковских услуг наиболее чувствителен к малейшим внешним колебаниям рынка, т.к. его участники слишком подвержены «паническим настроениям». Ежеквартально разрабатываются новые услуги и новые «фишки» для «перехвата» клиентов из банков-конкурентов. В то же время банки нацелены не только на привлечение новых клиентов, но и на удержание старых. Банки стали понимать, что для эффективности их развития необходим диалог с клиентами, а не только лишь чистая продажа своих услуг. Зачастую было так, что, продав услугу клиенту, банки «забывали» про его дальнейшие потребности и «вгоняли» его в рамки нормативных доку-

ментов, законов, правил и норм банковского обслуживания. Здесь клиент начинал чувствовать себя уже «не на равных», а в чем-либо ущемленным. Как следствие этого со стороны клиента начинали возникать претензии, жалобы и даже обращения в суды.

В настоящее время медиация как способ урегулирования споров все больше привлекает внимание и завоевывает признание. Медиация между физическими лицами в формате семейной медиации более или менее известна, а между банком и его клиентами, как разновидность коммерческой медиации, имеет свои особенности.

Основная часть.

Нами проведено исследование, в результате которого были опрошены 100 человек, из которых 53 человека – мужчины, 47 человек –

женщины. Все анкетированные хотя бы раз кредитовались в банках. Анкеты были разбиты на 3 группы. Первую группу составили юридические лица - 40 человек. Вторая группа физические лица - 40 человек, третья – «топовые» сотрудники банка - 20 человек. Сотрудники банка — это коммерческие директора, кураторы регионов и Москвы, управляющие дополнительными офисами, начальники кредитования корпоративных клиентов, кураторы по работе с юридическими лицами сотрудники, сотрудники по работе с привилегированными клиентами (физическими лицами) и сотрудники отдела по работе с просроченной задолженностью.

Первая часть анкеты - «паспортчик» касалась социально-демографических характеристик участника и состояла из простых и контактных вопросов о половой принадлежности, возрасте, образовании, частоте кредитования.

Проанализируем всех анкетированных вместе, а затем проведем сравнительную характеристику по каждой из групп. Показатели для удобства восприятия выражены в относительных показателях.

Возраст получили следующий: 18-25 лет - 3 участника, 26-35 лет - 29 участников, 36-45 лет - 40 участников, 46-55 лет - 20 участников, старше 56 лет - 8 участников. Как видим, большинство участников в возрасте от 36 до 45 лет.

Меньше всего участников молодого студенческого возраста и старше 56 лет.

Проанализировав уровень образования, получили следующие данные: со средним образованием - 1 участник, с неполным высшим - 5 участников, с высшим образованием - 70 участников, имеющих 2 и более высших - 24 участника. Получается, что основная доля приходится на участников с высшим или с 2-мя высшими образованиями.

Далее была проанализирована частота кредитования: хотя бы раз в своей жизни кредитовалось 34% участников. Повторно в банки идут за кредитами 25% людей, а в третий раз кредитуются 18%.

Проанализировав всех респондентов, можно определить, что это представители как женского, так и мужского пола в равной степени, с высшим образованием, кредитующиеся от 1 до 3-х раз.

Во второй части были предложены вопросы, относящиеся к осведомлённости участников о методах разрешения споров по кредитным соглашениям: «медиация», «суд», «коллекторские агентства». Также были вопросы о возможном участии участников исследования в процедуре медиации, разбирательстве дел в судах, а также привлечении коллекторских агентств.

Рассмотрим предложенные ответы: известно про факты использования медиации, 13%,

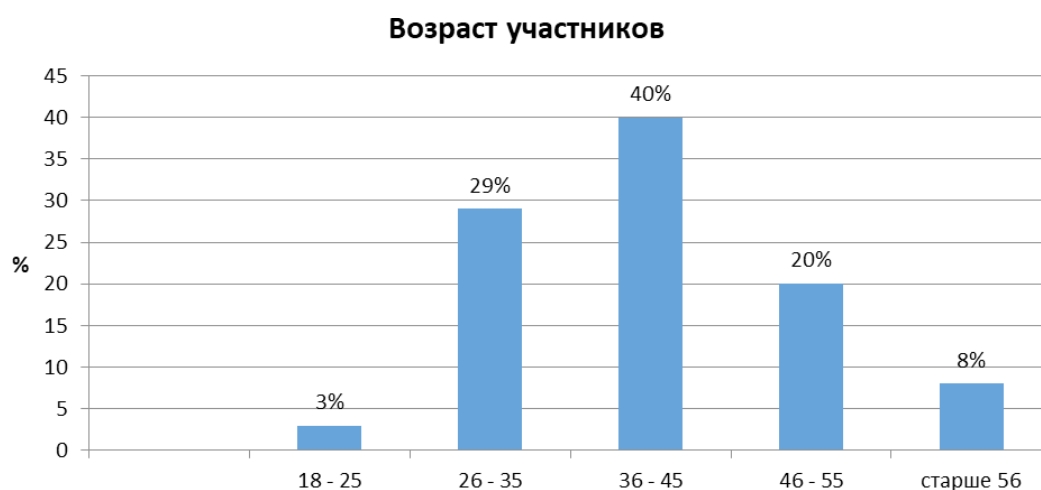


Рис. 1. Возрастная структура участников исследования.

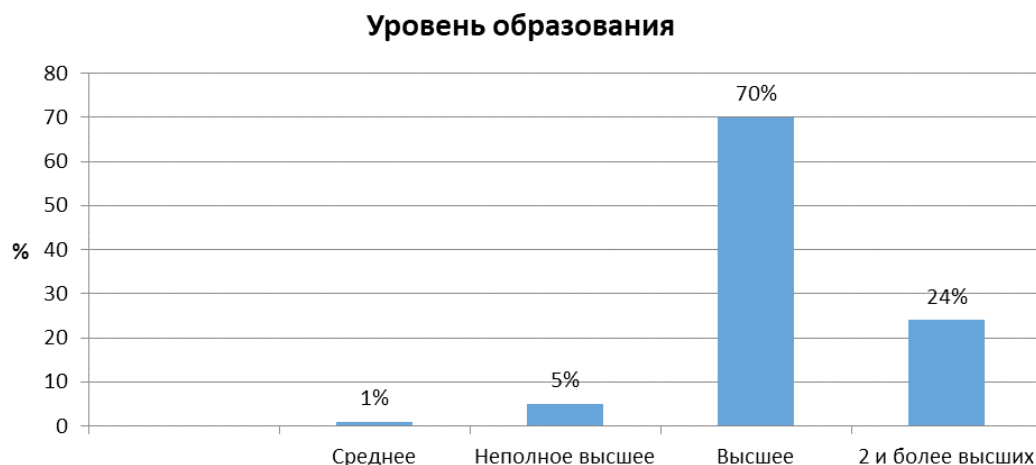


Рис. 2. Уровень образования участников исследования



Рис.3. Распределение участников по количеству кредитований

из них сами пользовались услугами медиатора - 3%, про факты обращения в суд знают 56%, сами участвовали - 10%, про применение коллекторских агентств известно 54%, были сами задействованы - 8%. Осведомленность о медиации сильно уступает суду и коллекторским агентствам.

Далее было исследовано само качество понимания исследуемых понятий - «медиация», «суд», «коллекторские агентства». Ответы подразумевались открытыми и для их обработки и дальнейшего предоставления были обработаны в 3 категории: ничего неизвестно; участник предоставляет корректные сведения или близкие к корректным; участник предоставля-

ет сведения некорректные. Были рассмотрены все выборки вместе: юридические лица, физические лица и сотрудники банка.

Корректные сведения о медиации были предоставлены 26% респондентами. О суде корректно ответили 50%. Корректность ответов о коллекторских агентствах составила 48%.

Исследуем корректность и некорректность предоставленных данных респондентами о медиации, суде и коллекторских агентствах, используя непараметрическую статистику проверки гипотезы - Критерий Хи-квадрат.

При исследовании статистических различий в корректности и некорректности сведений о медиации между сотрудниками банка



Рис. 4. Анализ информированности участников о медиации как о методе решения конфликта между банком и заемщиками



Рис. 5. Качество знаний о медиации

и физическими лицами, обращавшимися за получением кредитов, статистически достоверных различий не выявлено. Критерий Хи-квадрат - 3.142, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 2.074.

Также не было выявлено статистически достоверных различий между физическими и юридическими лицами. Критерий Хи-квадрат - 3.382, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 2.485.

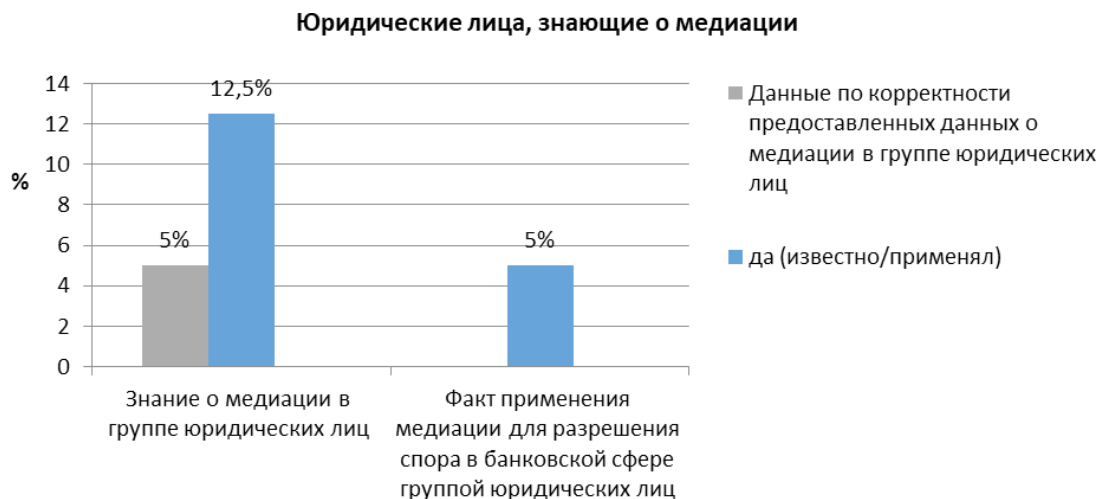


Рис. 6. Анализ информированности о медиации юридических лиц

Между сотрудниками банка и юридическими лицами также не было выявлено статистически достоверных различий в представлениях о медиации. Критерий Хи-квадрат - 0.038, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 0.009 $p > 0,05$.

Исследование различий в представлениях о судах показало, что корректность или некорректность сведений о судах между физическими лицами и сотрудниками банка не имеет статистически достоверных различий. Критерий Хи-квадрат - 3.429, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 2.477.

Различия в корректности представлений о деятельности судов между юридическими и физическими лицами не были достоверными. Критерий Хи-квадрат - 2.894, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 2.158.

Но между сотрудниками банка и юридическими лицами эти различия были достоверными. И представители юридических чаще предоставляли более корректную информацию, чем сотрудники банков. Критерий Хи-квадрат - 7.500, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 6.075. Сила связи между исследованными факторами по критерию ϕ , критерию V Крамера и критерию К Чупрова = 0.354 и оценена как средняя.

В представлениях о коллекторских услугах между физическими лицами и сотрудниками банков не определено статистически до-

стоверных различий. Критерий Хи-квадрат - 0.837, Критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 0.410.

Между физическими лицами и юридическими лицами также не было выявлено достоверных различий в представлениях о деятельности коллекторов. Критерий Хи-квадрат - 0.453, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 0.201.

Между юридическими лицами и сотрудниками банков различия в представлениях о деятельности коллекторов также не были достоверны. В результате исследования различий по всем категориям участников исследования о корректности их представлений о медиации и судах определено, что представления о медиации достоверно чаще бывают некорректными. Критерий Хи-квадрат - 11.875, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 10.891. Сила связи между исследованными факторами средняя.

Также достоверно менее корректными оказались представления о медиации по сравнению с представлениями о коллекторской деятельности. Критерий Хи-квадрат - 10.064, критерий Хи-квадрат с поправкой Йейтса - 9.155. Сила связи между исследованными факторами средняя.

Теперь рассмотрим более подробно группу анкетированных, тех, кто отметил, что ему все же известно о фактах применения меди-

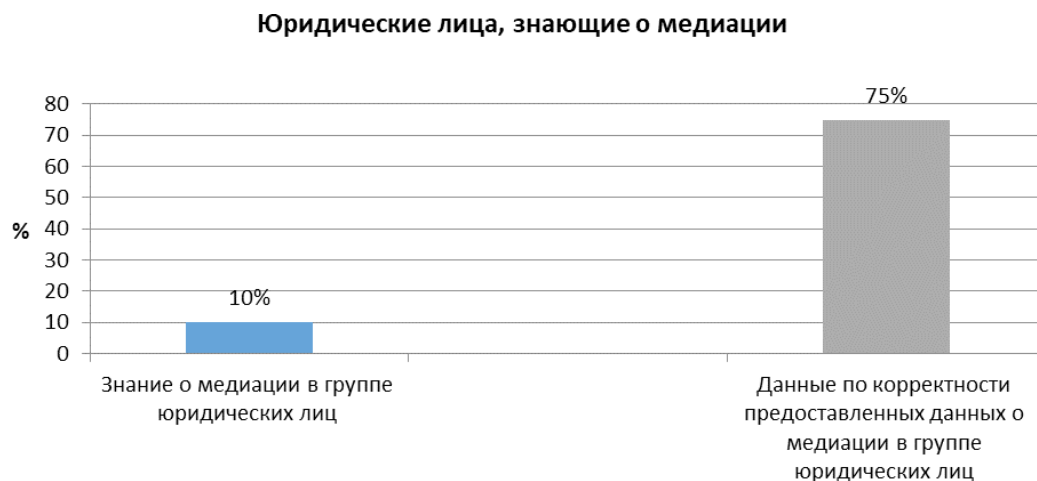


Рис. 7. Анализ корректности предоставленной информации о медиации со стороны юридических лиц



Рис. 8. Анализ знаний о медиации сотрудников банка

ации. Таких 13% из 100 опрошенных, а среди группы юридических лиц таких 12,5% из 40 опрошенных.

Исследование показало, что из 12,5% испытуемых лишь 5% предоставили корректные сведения о медиации и 5% сами когда-либо пользовались услугами медиатора.

Перейдем к группе физических лиц. Из 10% испытуемых, которые заявили, что знают о медиации, никто ни разу не пользовался услугами медиатора, но близкие к корректному сведению о медиации все же были предоставлены 75% испытуемых. Можно

предположить, что такой большой процент предоставленных корректных сведений свидетельствует о том, что физические лица пользовались интернет-ресурсами для ответа на вопрос о медиации, что невозможно проверить, так как опрос был заочным. В целом мы видим больший процент информированности о медиации, чем в группе юридических лиц.

Далее рассмотрим группу топовых банковских сотрудников: знают про медиацию 20% и лишь 5% указали, что сами когда-либо пользовались услугами медиатора. Что касается

корректности предоставленных данных о медиации, то 100% сотрудников, знающих про медиацию, дали корректные сведения.

Целевая аудитория знающих о медиации – это представители с высшим образованием и неоднократно кредитующиеся.

Полученные результаты говорят о том, что внедрение медиации может способствовать более эффективному урегулированию споров по кредитным соглашениям. И лишь потом может следовать судебная оговорка: «В случае недостижения медиативного соглашения стороны обращаются в арбитражный суд, где рассматривается спор». Если даже стороны и вышли из процедуры медиации без достижения медиативного соглашения в момент обращения в суд, все же они имеют гораздо более реалистичный подход к оценке своих интересов, чем до процедуры медиации.

Альтернативные способы урегулирования споров, примирительные процедуры могут стать эффективным инструментом разрешения споров по кредитным соглашениям между банком и юридическими лицами. В различных зарубежных странах медиация в банковской сфере используется достаточно давно и имеет успешный опыт. Можно предположить, что и в российских банках внедрение медиации даст не менее значимые результаты. Медиационные службы внутри банков смогут разрешать споры. Это возможно повлияет на повышение эффективности работы банка как с заемщиками, так и с клиентами в целом. Также медиация предпочтительнее судебного разбирательства в силу более широкого охвата спорных вопросов по всему спектру проблем. В процессе медиации идет работа с эмоциями, представлениями спора

самими сторонами, происходит налаживание партнерских и доверительных отношений.

Несомненно, в кредитных соглашениях прописаны условия о конфиденциальности информации, но дело не только в банковской тайне, но и в характере взаимоотношений, что повышает доверие к кредитной системе и увеличивает приток ресурсов и эффективность их использования. Это дает основания о прекращении использования банками публичных судебных форм решений споров, которые могут привести не только к нарушению банковской тайны, но и к потере оперативности.

Заключение.

На сегодняшний момент в банках при кредитовании юридических лиц имеются все объективные предпосылки для внедрения медиативной процедуры разрешения конфликтов и успешного ее использования. В результате нашего исследования было выявлено, что большее количество банковских споров могло быть решено с помощью процедуры медиации.

Для того чтобы в отношении внедрения медиации были выполнены и субъективные предпосылки, важно повысить уровень информированности банковских сотрудников о возможностях медиации как эффективного инструмента разрешения банковских споров. Медиация имеет преимущества перед другими видами разрешения банковских споров, такими как использование коллекторских агентств и передача дела в суд, по таким критериям, как удобство, скорость, конфиденциальность, способность сторон влиять на процесс принятия решения по спору.

Список литературы

1. Быков А.К. Психолого-педагогический практикум. – М.: ТЦ Сфера, 2006. – 128 с.
2. Вараксин В.Н. Психолого-педагогический практикум. – М.: Феникс, 2012. – 283 с.
3. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Уральский гос. университет, 1998. – 208 с.
4. Колесникова Г.И. Методология психолого-педагогических исследований. – М.: Феникс, 2015. – 318 с.

5. Корнилова Т.В. Методологические основы психологии. – М.: Юрайт, 2017. – 490 с.
6. Саганенко Г.И. Надежность результатов социологического исследования. – СПб: Ленанд, 2017. – 200 с.
7. Юревич А.В. Методология и социальная психология. – М.: Институт психологии РАН, 2010. – 272 с.
8. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: Добросвет, 1998. – 596 с.

References

1. Bykov A.K. Psihologo-pedagogicheskij praktikum [Psychological and pedagogical workshop] (Sfera, Moscow, 2006, 128 p.).
2. Varaksin V.N. Psihologo-pedagogicheskij praktikum [Psychological and pedagogical workshop] (Feniks, Moscow, 2012, 283 p.).
3. Devyatko I. F. Metody sociologicheskogo issledovaniya [Methods of sociological research] (Ural State University, Yekaterinburg, 1998, 208 p.).
4. Kolesnikova G.I. Metodologiya psihologo-pedagogicheskikh issledovaniy [Methodology of psychological and pedagogical research] (Feniks, Moscow, 2015, 318 p.).
5. Kornilova T.V. Metodologicheskie osnovy psihologii [Methodological foundations of psychology] (Jurajt, Moscow, 2017, 490 p.).
6. Saganenko G.I. Nadezhnost' rezul'tatov sociologicheskogo issledovaniya [Reliability of the results of a sociological study] (Lenand, Saint Petersburg, 2017, 200 p.).
7. Yurevich A.V. Metodologiya i social'naya psihologiya [Methodology and social psychology] (Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, Moscow, 2010, 272 p.).
8. Yadov V. A. Strategiya sociologicheskogo issledovaniya. Opisanie, ob#jasnenie, ponimanie social'noj real'nosti [Strategy of sociological research. Description, explanation, and understanding of social reality]. (Dobrosvet Moscow, 1998, 596 p.).

П.П. Попов

Ресей мемлекеттік аграрлық сырттай университеті, Мәскеу облысы, Балашиха қ., Ресей

Жанжалдарды шешудің медиативтік рәсімін енгізу және оны банк саласында табысты пайдалану

Аңдатпа. Мақалада 100 адамнан тұратын сауалнаманың нәтижелері сипатталған (53 адам – ерлер, 47 адам – әйелдер). Барлық қатысушылар ең болмағанда бір рет банктерде несие рәсімдеген. Несиелік келісімдер бойынша дауларға қатысушылардың хабардар болуына бағалау жүргізілді және банк қызметкерлерінің медиация және оның мүмкіндіктері туралы хабардар болуының өте төмен деңгейі анықталды. Медиацияны енгізу несиелік келісімдер бойынша дауларды неғұрлым тиімді реттеуге ықпал етуі мүмкін деген қорытынды алынды.

Түйінді сөздер: дау, медиация, сауалнама, банк қызметтері, сот, коллекторлық агенттіктер, дауларды реттеу.

P.P. Popov

Russian State Agrarian Correspondence University, Balashikha Moscow Region, Russia

Introduction of mediation procedure for conflict resolution and its successful use in the banking sector

Abstract. The article describes results of a questionnaire survey of 100 people. The questionnaire survey of 100 people included 53 men and 47 women. There was assessed awareness of the participants of disputes under

credit agreements. The author revealed an extremely low level of awareness of bank employees about mediation and its possibilities. It was concluded that the introduction of mediation can contribute to a more effective resolution of disputes under credit agreements.

Key words: dispute, mediation, questionnaires, bank services, court, collection agencies, dispute settlement.

Сведения об авторах:

Попов П.П. – магистрант кафедры земледелия и растениеводства факультета агро- и биотехнологий ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный заочный университет», тренер-медиатор, член Ассоциации медиаторов «НОМ», г. Балашиха, Московская обл., Россия.

Попов Р.Р. – master student of the Department of agriculture and crop production of the faculty of agricultural technologies and biotechnologies of the Russian State Agrarian Correspondence University, coach-mediator, member of the Association of mediators «НОМ», Balashikha, Moscow Region, Russia.