

بررسی محرک‌های اعتماد بر مؤسسات مالی

محمدوسیم ذکا^۱، مهرداد صدر آرا^۲، حمید رضا رضایی کلیدبری^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران.

۲- استادیار گروه اقتصاد و حسابداری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران.

۳- استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، ایران.

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی محرک‌های اعتماد بر مؤسسات مالی پرداخته است. پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد کتابخانه‌ای، که از طریق بررسی ادبیات موجود مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده است که در این راستا پژوهش‌های پیشین که با موضوع پژوهش مرتبط بودند، شناسایی و مورد بررسی قرار گرفتند و بعد از تحلیل یافته‌های پیشین، نتایج این بررسی‌ها نشان می‌دهد محرک‌های مختلف اعتماد در پنج گروه طبقه‌بندی می‌شوند: عوامل اقتصادی (مانند بحران‌های مالی)، رفتار و ویژگی‌های مؤسسات مالی، ویژگی‌های مصرف‌کننده (مانند ویژگی‌های جمعیتی، سواد مالی و دیدگاه‌های اقتصادی و سیاسی آنها). نتیجه می‌گیریم که تمایز بین مؤسسات مالی مختلف مانند بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی مهم است. از آنجایی که این مؤسسات مدل‌های تجاری بسیار متفاوتی دارند، محرک‌های اعتماد به بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی متفاوت است. بیشتر تحقیقات در مورد اعتماد به مؤسسات مالی بر بانک‌ها متمرکز شده است. هیچ مطالعه‌ای وجود ندارد که همه این محرک‌های بالقوه را به طور همزمان در نظر بگیرد. با در نظر گرفتن این هشدار، به نظر می‌رسد که اعتماد به وضعیت اقتصادی بستگی دارد. اعتماد به صورت دوره‌ای رفتار می‌کند و تحت تأثیر بحران‌های مالی منفی است. علاوه بر این، رفتار مؤسسات مالی نیز مهم است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۰/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

کلید واژه‌ها:

عوامل اقتصادی
رفتار و ویژگی‌های مؤسسات مالی
ویژگی‌های مصرف‌کننده
اعتماد عمومی
اقدامات سیاستی

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): وسیم ذکا، محمد، صدر آرا، مهرداد، رضایی کلیدبری، حمید رضا. (۱۴۰۱). بررسی محرک‌های اعتماد بر مؤسسات مالی. دو فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی. ۱(۱). ۱۴۳-۱۵۸.

doi <https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423056.1024>



Creative Commons: CC BY 4.0



ناشر: موسسه مدیریت فکر نو اندیش

ایمیل: mehrdadsadrara@guilan.ac.ir

نویسنده مسئول: مهرداد صدر آرا

۱- مقدمه

یکی از ویژگی‌های مهم صنعت بانکداری و مؤسسات مالی که آن را به طور کلی از سایر فعالیت‌های اقتصادی متفاوت می‌سازد، مسأله اعتماد در صنعت بانکداری و مؤسسات مالی است. اعتماد عموم سپرده‌گذاران به شبکه بانکی، احتمال آنکه تمامی سپرده‌گذاران به صورت همزمان جهت دریافت سپرده‌های خود مراجعه کنند بسیار پائین است و همین مسأله امکان پرداخت تسهیلات با استفاده از سپرده‌های دریافت‌شده را فراهم می‌سازد. (احمدی و همکاران، ۱۴۰۰).

گیسو^۱ (۲۰۱۰) اعتماد را اینگونه تعریف می‌کند: «اعتقاد به اینکه حریف در یک رابطه مطابق با آنچه وعده داده رفتار می‌کند و از شخصی که با او معامله می‌کند سوء استفاده نمی‌کند. به عبارت دیگر، این احتمال است که شخص A با B معامله می‌کند، این احتمال را می‌دهد که B رفتار فرصت طلبانه داشته باشد و از او سوء استفاده کند. بنابراین اعتماد، احتمال A این است که B فریب نمی‌خورد». اعتماد در بخش مالی ممکن است به عنوان انتظار مصرف‌کنندگان در مورد اینکه مؤسسات مالی به طور کلی قابل اعتماد هستند و می‌توان برای اجرای وعده‌های خود به آنها اعتماد کرد، تعریف شود (ون در کروژن^۲، ۲۰۲۱).

به نظر می‌رسد که بیشتر تحقیقات در مورد اعتماد به مؤسسات مالی بر بانک‌ها متمرکز شده است. در مورد محرک‌های اعتماد در مؤسسات مالی، نتیجه می‌گیریم که بیشتر مطالعات بر روی مجموعه محدودی از عوامل بالقوه تعیین‌کننده اعتماد تمرکز می‌کنند. جدا از متغیرهای جمعیت‌شناختی، مانند سن و جنسیت، متغیرهای زیادی از محرک‌های بالقوه در نظر گرفته شده است. هیچ مطالعه‌ای وجود ندارد که همه این محرک‌های بالقوه را به طور همزمان در نظر بگیرد. این پژوهش که با استفاد از رویکرد مطالعات تجربی که در کشورهای مختلف جهان انجام شده است؛ محرک‌های اعتماد بر مؤسسات مالی را به طور عمیق مورد بررسی قرار داده است.

۲- اعتماد و تجربیات بحران مالی

در پی GFC^۳، اعتماد عموم مردم به مؤسسات مالی به شدت کاهش یافت. ساینزا و زینگالس^۴ (۲۰۱۵)^۵ دریافتند که تنها ۲۷ درصد آمریکایی‌ها به سیستم مالی اعتماد دارند. طبق نظرسنجی سال ۲۰۱۲ توسط گالوپ^۶، پس از GFC، تنها ۲۲ درصد از آمریکایی‌ها به مؤسسات مالی اعتماد داشتند. از آن زمان، اعتماد در بخش مالی به ۳۳ درصد در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است که بالاترین سطح از زمان شروع شاخص اعتماد مالی مدرسه شیکاگو/کلوگ^۷ در سال ۲۰۰۸ است (ساینزا و زینگالس^۸، ۲۰۲۰). اعتماد به مالی مؤسسات در اروپا نیز پایین بود. کمتر از ۳۰ درصد اروپایی‌ها به بانک‌ها یا مؤسسات مالی اعتماد داشتند، بسیار کمتر از میانگین ۵۵ درصد در نمونه‌ای از ۱۳۵ کشور اعتماد آلمان کم بود: تنها ۳۸ درصد از آلمانی‌ها به مؤسسات مالی خود اعتماد دارند (ون در کروژن^۲، ۲۰۱۶).

۳- محرک‌های اعتماد به مؤسسات مالی

¹ Guiso

² van der Cruysenand et al

³ Global financial crisis

⁴ Sapienza and Zingales

⁵ Sapienza, and Zingale. <http://wwwfinancialtrustindexorg/resultswave22htm>

⁶ Gallup. <http://wwwgallupcom/poll/162602/european-countries-lead-world-distrust-banksaspx>

⁷ Chicago Booth/Kellogg School

⁸ Sapienza and Zingales. <http://wwwfinancialtrustindexorg/resultswave28htm>

این بخش مطالعاتی در مورد محرک‌های اعتماد به مؤسسات مالی را بررسی می‌کند. محرک‌های مختلف اعتماد در پنج گروه طبقه‌بندی می‌شوند: عوامل اقتصادی (مانند بحران‌های مالی)، رفتار و ویژگی‌های مؤسسات مالی، ویژگی‌های مصرف‌کننده (مانند ویژگی‌های جمعیتی، سواد مالی و دیدگاه‌های اقتصادی و سیاسی آنها).

۳-۱- عوامل اقتصادی

اعتماد به مؤسسات مالی به عوامل اقتصادی بستگی دارد که به صورت دوره‌ای حرکت می‌کند. استیونسون و ولفرز^۱ (۲۰۱۱) اعتماد به بانک‌ها، مؤسسات مالی و بانکداران در ایالات متحده را بررسی کردند و رابطه منفی قوی با نرخ بیکاری پیدا کردند. چرخه‌ای بودن اعتماد توسط یک تحلیل بین‌کشوری برای ۹۸ کشور تأیید می‌شود. کشورهایی که بیشترین افزایش بیکاری را داشتند، کاهش چشم‌گیری از اعتماد به مؤسسات مالی و بانک‌ها را نیز تجربه کردند. نل و استیکس^۲ (۲۰۱۵) با استفاده از داده‌های مربوط به اعتماد به بانک‌ها در اتریش، یک حرکت دور چرخه‌ای از اعتماد را پیدا کردند، اما قدرت توضیحی نرخ بیکاری در مورد آنها ضعیف است. دیدگاه‌های مصرف‌کنندگان از وضعیت کلی اقتصادی، وضعیت مالی خود و ثبات قیمت‌ها در توضیح اعتماد مهم‌ترین هستند. به همین ترتیب، با استفاده از نظرسنجی برای کرواسی، پرین و استیکس^۳ (۲۰۱۱) دریافتند که- معیار اعتماد آنها در بانک‌ها از سپرده‌های شان ایمنی درک شده است- برای افراد دارای انتظارات تورمی بالا نسبتاً پایین است. با این حال، فونگاکوا و ویل^۴ (۲۰۱۸) هیچ اثری از تورم بر اعتماد گسترده در بانک‌های چینی پیدا نکردند. این نویسندگان طیف وسیعی از شاخص‌ها را در نظر می‌گیرند (در سطح استان) به عنوان محرک‌های اعتماد، اما تنها عاملی که مهم است اندازه بخش بانکی است: یک بخش بانکی بزرگتر با سطوح اعتماد بالاتر همراه است. این ممکن است ناشی از تعاملات بیشتر با مشتریان باشد. یک بحران مالی به طور کلی منجر به کاهش اعتماد به مؤسسات مالی می‌شود (آهونوف و ون هوو^۵، ۲۰۲۰؛ گیسو، ۲۰۱۰، ۲۰۱۲؛ نل و استیکس، ۲۰۱۵؛ ساینز و زینگالس، ۲۰۱۲). با استفاده از داده‌های WVS^۶ که ۵۲ کشور را در دوره ۲۰۱۴-۲۰۱۰ پوشش می‌دهد، فونگاکوا و همکاران^۷ (۲۰۱۹) در یک مطالعه اخیر گزارش داده است که تنها عامل سطح کشور که به طور قابل توجهی با اعتماد به بانک‌ها مرتبط است، وقوع یک بحران مالی است. سایر محرک‌های اقتصادی در نظر گرفته شده (سطح درآمد سرانه، تمرکز بانک‌ها و وجود طرح بیمه سپرده) قابل توجه نیستند. به همین ترتیب، هاف^۸ (۲۰۱۹) در مطالعه خود در مورد رفتار تغییر بانک مشتریان بانک‌های سوئدی دریافت که اعتماد به طور مثبت به ثبات درک شده خود بانک بستگی دارد.

یک بحران مالی نه تنها ممکن است تأثیر مستقیمی بر اعتماد داشته باشد، بلکه می‌تواند تأثیر به سایر محرک‌های اعتماد و میزان اهمیت اعتماد برای تصمیم‌گیری‌های مالی را نیز تغییر دهد. یافته‌های هانسن^۹ (۲۰۱۴) در مورد اعتماد به بانک‌ها

¹ Stevenson and Wolfers

² Knell and Stix

³ Prean and Stix

⁴ Fungacova and Weill

⁵ Ahunov and Van Hove

⁶ World Values Survey

⁷ Fungacova and et al

⁸ Hauff

⁹ Hansen

توسط مصرف کنندگان دانمارکی این نکته را به خوبی نشان می‌دهد. او متوجه می‌شود که پس از بحران مالی جهانی (GFC)، مصرف کنندگان هنگام تصمیم‌گیری در مورد اینکه آیا باید به بانک خود وفادار بمانند یا خیر، بیشتر به رضایت و کمتر به اعتماد متکی هستند. تنها قبل از GFC، اعتماد دامنه محدود به بانک‌ها به طور قابل توجهی با سلامت مالی مصرف کنندگان مرتبط بود و تنها پس از GFC به طور قابل توجهی با عملکرد درک شده بازار مالی مرتبط بود، معیاری که مبتنی بر توافق مصرف کنندگان با اظهارات است. در مورد شفافیت بازار خدمات بانکی، افزایش اطلاعات مفید توسط بانک‌ها و سهولت انتقال به بانک دیگر.

۳-۲- رفتار و ویژگی‌های مؤسسات مالی

اعتماد به مؤسسات مالی به رفتار و ویژگی‌های این مؤسسات بستگی دارد. با شروع از رفتار، مطالعات مختلف نشان می‌دهد که رفتار محتاطانه، که با تمرکز بلندمدت مشخص می‌شود - با در نظر گرفتن منافع همه سهامداران آن - در مقابل حداکثر کردن سود کوتاه مدت، تأثیر مثبتی بر اعتماد مصرف کنندگان دارد. و ون دالن و هنکنز^۱ (۲۰۱۸) دریافتند که اعتماد به ارائه دهندگان بازنشستگی هلندی (صندوق‌های بازنشستگی، بانک‌ها و شرکت‌های بیمه) به درستی، شایستگی، ثبات و خیرخواهی آنها بستگی دارد. طبق یافته‌های این پژوهشگران، شفافیت مهم نیست. آن‌ها همچنین نشان می‌دهد که اعتماد به صندوق‌های بازنشستگی بیشتر از اعتماد به بانک‌ها یا شرکت‌های بیمه است. به ویژه با توجه به ویژگی‌هایی مانند صداقت و خیرخواهی، صندوق‌های بازنشستگی امتیاز بهتری دارند، بنابراین کمتر کسی صندوق‌های بازنشستگی را ناصداق می‌بیند یا فکر می‌کند که آنها بر سازمان متمرکز هستند. برای بازنشستگان و کارگران، احتمال اعتماد به صندوق بازنشستگی آنها بسیار کمتر است در صورتی که آنها متوجه شوند که صندوق بازنشستگی آنها در سال‌های اخیر مشکلات مالی داشته است. ون در کرووزن و یونکر^۲ (۲۰۱۹) این نویسندگان همچنین گزارش می‌دهند که کاهش مزایای بازنشستگی اعتماد را کاهش می‌دهد. به همین ترتیب، برای بازنشستگان دریافتند که خودداری از نمایه سازی (کامل) یا حقوق بازنشستگی تأثیر منفی بر اعتماد دارد. هیچ ارتباط معنی‌داری بین اعتماد و سهم بیشتر بازنشستگی کارفرمایان "یا کارمندان" وجود ندارد. نائومان^۳ (۲۰۱۸) دریافت که نسبت وابستگی بالاتر و نرخ جایگزینی به طور منفی با اعتماد مصرف کنندگان اتحادیه اروپا به آینده حقوق بازنشستگی آنها مرتبط است.

ون استریک - پلاسمایر و ون رایج^۴ (۲۰۱۷) دریافتند که یکپارچگی نقش کلیدی در توضیح اعتماد دامنه محدود در بانک‌های هلند ایفا می‌کند. سایر ویژگی‌های بانک که باعث اعتماد می‌شوند عبارتند از مشتری مداری، شایستگی و - برخلاف یافته‌های ون دالن و هنکنز (۲۰۱۸) برای ارائه دهندگان بازنشستگی - شفافیت درک شده.

چندین مطالعه گزارش می‌دهند که کیفیت خدمات ارائه شده توسط مؤسسات مالی بر اعتماد مصرف کنندگان به این مؤسسات تأثیر می‌گذارد. چانگ و هانگ^۵ (۲۰۱۸) برای تایوان گزارش دادند که بازیابی خدمات خوب (اعمالی که مشتریان ناراحت کننده را به مشتریان راضی تبدیل می‌کند) و رفتار فروش رابطه‌ای برای اسپانیا، براوو و همکاران^۶

¹ Van Dalen and Henkens

² Van der Cruisjen and Jonker

³ Naumann

⁴ Van Esterik-Plasmeijer and Van Raaij

⁵ Chang and Hung

⁶ Bravo et al

(۲۰۱۹) نشان می‌دهند که اعتماد به بانک اصلی خود به طور مثبت به درک خدمات، به ویژه خدمات آفلاین بستگی دارد.

بنابراین تجربیات در شعب بانک‌ها بیش از تجربیات آنلاین اهمیت دارد. اعتماد قوی‌تر با تعهد و مشارکت قوی‌تر مشتری همراه است. فان و غانتوس^۱ (۲۰۱۳) دریافتند که اعتماد به طیف وسیعی از عوامل بستگی دارد، مانند تصویر و شهرت درک شده از بانک، شایستگی درک شده و مفید بودن پرسنل آن، و اینکه آیا مردم فکر می‌کنند که مکان مناسبی دارد و محصولات نوآورانه ارائه می‌دهد یا خیر. کاربو- والورده و همکاران^۲ (۲۰۱۳) اعتماد را در توانایی پرداخت بدهی بانک‌های تجاری (بانک‌های پس انداز) در اسپانیا تجزیه و تحلیل می‌کند و نتیجه می‌گیرد که اعتماد به "ادراکات مشتریان از ویژگی‌ها و ویژگی‌های عملکرد" بستگی دارد. به عنوان مثال، اعتماد به طور مثبت به حساسیت درک شده بانک‌ها نسبت به مشتریان بستگی دارد. یافتن پاسخ برای این مشکلات هانسن (۲۰۱۲) دریافت که اعتماد به شرکت‌های بازنشستگی و وام مسکن دانمارکی با میزان رضایت مشتریان از رابطه‌ای که با ارائه دهنده خدمات مالی دارند ارتباط مثبت دارد. هانسن (۲۰۱۴) اهمیت رابطه درک شده برای بانک‌ها در دانمارک را نشان می‌دهد. هاف (۲۰۱۹) با تمرکز بر سوئد دریافت که اعتماد به طور مثبت به قدرت رابطه با پرسنل بانک بستگی دارد.

سایر ویژگی‌های مؤسسات مالی نیز اهمیت دارد. کعباچی و همکاران^۳ (۲۰۱۷) دریافتند که اعتماد به بانک‌های اینترنتی فرانسوی- تنها به دلیل کیفیت درک شده از سیاست‌های امنیتی و حفظ حریم خصوصی، کیفیت درک شده وب‌سایت و کیفیت درک شده از بانک است. عوامل دیگری که اهمیت دارند مزایای نسبی بانکداری اینترنتی (مانند کیفیت خدمات و مشوق‌های مالی) و آشنایی مصرف‌کنندگان با بانکداری اینترنتی است. آیب اینوو و همکاران^۴ (۲۰۱۹) نشان می‌دهند که اعتماد به بانک‌ها در قبرس شمالی به طور مثبت به بانکداری سبز بستگی دارد. تمرین و تصویر سبز بانک.

این بدان معناست که فعالیت‌هایی که نشان دهنده تعهد به اهداف زیست محیطی و ارتباط در مورد این فعالیت‌های سبز است ممکن است یک استراتژی خوب برای تقویت اعتماد مشتریان باشد. در نهایت، نزدیکی اهمیت دارد: دسترسی به بانک‌ها باعث افزایش اعتماد می‌شود فیلیپیاک^۵ (۲۰۱۶) مطالعه اخیر رابطه بین را بررسی می‌کند. اعتماد فردی به مؤسسات مالی (که توسط تمایل فرد برای افتتاح حساب در بانک مشخص می‌شود) و دسترسی فردی به این مؤسسات، با استفاده از یک بررسی مقیاس بزرگ از الگوهای پس انداز در هند.

۳-۳- ویژگی‌های مصرف‌کننده

جدا از متغیرهای جمعیت شناختی مانند سن و جنسیت که در ادامه مورد بحث قرار خواهد گرفت، سه ویژگی افراد به عنوان محرک‌های بالقوه اعتماد به مؤسسات مالی در نظر گرفته شده است، یعنی تجربه قبلی با مؤسسات مالی، سواد مالی و ارزش‌های سیاسی و اقتصادی.

¹ Phan and Ghantous

² Carbo-Valverde et al

³ Kaabachi et al

⁴ Ibe-enwo

⁵ Filipiak

با شروع با تجربیات قبلی، برخی از مطالعات نشان می‌دهند که آنها اعتماد مصرف‌کنندگان را به مؤسسات مالی جلب می‌کنند. برای مثال، گیسو (۲۰۱۰) از داده‌های نمونه‌ای از افراد در آن ۲۶ کشور اتحادیه اروپا استفاده می‌کند و از آنها می‌پرسد که آیا احساس می‌کنند که یک بانک یا بیمه وجود دارد یا خیر؟ شرکت نتوانست بهترین معامله را به آنها ارائه دهد. مشخص شد که بخش غیر قابل اغماض از مردم در همه کشورها، که بین ۹ تا ۳۲ درصد متغیر است، گزارش می‌دهند که یک یا چند بار توسط یک واسطه فریب خورده‌اند. پاسخ دهندگانی که احساس می‌کردند اغلب فریب خورده‌اند. در ۵ سال گذشته تمایل کمتری به اعتماد، به واسطه‌ها نسبت به کسانی داشتند که کمتر فریب خورده‌اند یا اصلاً مورد فریبکاری قرار نگرفته‌اند. مطالعات دیگری که شواهد مشابهی مبنی بر ارتباط تجربه قبلی با اعتماد را گزارش می‌دهند شامل ژنگ و همکاران^۱ (۲۰۰۲)، دوگان و همکاران^۲ (۲۰۰۵)، گولد و همکاران^۳ (۲۰۰۶)، انیو و سخون^۴ (۲۰۰۷)، هانسن (۲۰۱۲؛ ۲۰۱۴) و کوریج و نیکلاس^۵ (۲۰۲۱) برای بیمه‌گران سلامت، به‌ویژه عدم وجود اختلاف به نظر می‌رسد مهم باشد (دوگان و همکاران، ۲۰۰۵؛ ژنگ و همکاران، ۲۰۰۲) مطالعاتی که این محرک بالقوه اعتماد را در نظر می‌گیرند، نتایج متفاوتی را نشان می‌دهند.

در حالی که هانسن (۲۰۱۲؛ ۲۰۱۴)، ون در کروژن و همکاران (۲۰۲۱)، ون در کروژن و یونکر (۲۰۱۹) و کوریج و نیکلاس (۲۰۲۱) یک رابطه مثبت و معنادار بین سواد مالی و اعتماد پیدا کردند، آمپودیا و پالیگکینیس^۶ (۲۰۱۸) گزارش کردند که سواد مالی به طور منفی با دامنه وسیع و محدود مرتبط است - اعتماد دامنه محدود، اما تأثیر آن تنها در مورد اعتماد گسترده قابل توجه است. این ممکن است نشان دهنده اندازه‌گیری سواد مالی آنها باشد. این نویسندگان شامل یک متغیر ساختگی هستند که برای خانوارهایی که به ۳ سؤال پاسخ صحیح می‌دهند که دانش مربوط به انواع قراردادهای وام مسکن، تورم و تنوع پرتفوی را می‌سنجد، مقدار ۱ را می‌گیرد. اگر یک خانوار حداقل یک پاسخ اشتباه بدهد، ساختگی سواد مالی مقدار ۰ را در نظر می‌گیرد (۳۱,۵٪) از خانوارهای نمونه خود به تمام سؤالات به درستی پاسخ می‌دهند. با استفاده از یک رویکرد تجربی، کرسینگ و همکاران^۷ (۲۰۱۵) رابطه منفی بین سواد مالی و اعتماد در بازار مالی پیدا کردند.

معیار سواد مالی آنها نیز بر اساس سؤالات دانش مالی است. در مقابل، مطالعات دیگر، مانند هانسن (۲۰۱۲، ۲۰۱۴)، از سواد مالی خود گزارش شده استفاده می‌کنند. توجه داشته باشید که هانسن (۲۰۱۲؛ ۲۰۱۴) همچنین تأثیر مثبت رفتار مالی سالم توسط مصرف‌کنندگان را بر اعتماد می‌یابد. لچانس و تانگ^۸ (۲۰۱۲) گزارش می‌دهند که رابطه بین سواد مالی و اعتماد به مشاوران مالی به صورت معکوس U شکل است. افراد با دانش مالی بسیار ضعیف و افراد با دانش مالی بسیار خوب کمترین میزان اعتماد را دارند. در سطح پایین سواد مالی، رابطه مثبت وجود دارد (آشنایی باعث ایجاد اعتماد می‌شود) و در سطح بالا یک رابطه منفی (مردم انتقادپذیرتر می‌شوند) وجود دارد. برای اندازه‌گیری سواد مالی لچانس و

¹ Zheng et al

² Dugan et al

³ Goold et al

⁴ Enew and Sekhon

⁵ ourbage and Nicolas

⁶ Ampudia and Palligkinis

⁷ Kersting et al

⁸ Lachance and Tang

تانگ (۲۰۱۲) از پنج سؤال استاندارد دانش لوساردی و میچل^۱ (۲۰۰۹) استفاده کنید. نمره سواد مالی با جمع کردن تعداد پاسخ‌های صحیح محاسبه می‌شود. با تمرکز بر بزرگسالان جوان در ایالات متحده، شیم و همکاران^۲ (۲۰۱۳) بر اساس ۱۵ سؤال دانشی تأثیر مثبت معناداری دانش مالی ذهنی بر اعتماد به بانک‌ها و مؤسسات مالی یافتند اما تأثیر دانش مالی عینی بر اساس ۱۵ سؤال دانشی وجود نداشت. این یافته نشان می‌دهد که عدم قطعیت اثر سواد مالی ممکن است نتیجه گنجاندن معیارهای مختلف سواد مالی باشد. علاوه بر این، اگر رابطه بین دانش مالی و اعتماد واقعاً غیرخطی باشد، ممکن است نتایج متضاد مطالعاتی که این غیرخطی بودن را در نظر نمی‌گیرند، به همراه داشته باشد. به علاوه - همانطور که در مورد همه محرک‌های اعتماد وجود دارد - یافته‌ها احتمالاً به زمینه دقیق و معیار اعتماد مورد استفاده بستگی دارد. ارتباط نوع معیارهای سواد مالی و اعتماد مورد استفاده به خوبی با یافته‌های نونیز لتامندیا و پوهر^۳ (۲۰۲۰) نشان داده شده است که از سه معیار مختلف سواد مالی (سواد مالی پایه بر اساس چهار سؤال دانش، دانش مالی خود ارزیابی شده سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند) نشان داده شده است. محصولات و آگاهی مالی در مورد نقش مؤسسات مالی) و انواع مختلف اعتماد (اعتماد به مؤسسات مالی، اعتماد به بانک‌ها، ادراک صداقت بانک‌ها و درک توان پرداخت بدهی بانک‌ها). در همه موارد بین سواد مالی و اعتماد رابطه مثبت وجود دارد. با این حال، قدرت بستگی به نوع دانش مالی و اعتماد دارد. معلوم می‌شود که دانش مالی در مورد محصولات سرمایه‌گذاری به شدت با اعتماد مالی مرتبط است. نونیز لتامندیا و پوهر همچنین دریافته‌اند که سطوح درک شده از صداقت و پرداخت بدهی بانک‌ها برای افراد با آگاهی مالی پایین، نسبتاً پایین است.

این بخش مربوط به سواد مالی دسترسی به اطلاعات است. مطالعات متعدد نشان می‌دهد که اعتماد به دسترسی به منابع اطلاعاتی بستگی دارد. به عنوان مثال، در مطالعه بین کشوری خود، فونگاکوا و همکاران (۲۰۱۹) دریافته‌اند که دسترسی به اطلاعات بسته به منبع اطلاعات می‌تواند برای اعتماد مفید یا مضر باشد. در حالی که استفاده روزانه از اینترنت برای اطلاع از امور جاری ملی و بین‌المللی اعتماد را از بین می‌برد، دسترسی روزانه به تلویزیون و روزنامه آن را افزایش می‌دهد، اگرچه پشتیبانی در مورد روزنامه‌ها محدود است. این نویسندگان در توضیح یافته‌های خود اظهار می‌کنند: «دسترسی به تلویزیون یا روزنامه‌ها ممکن است اعتماد به بانک‌ها را تقویت کند زیرا مؤسسات مالی از این کانال‌های ارتباطی برای ارائه اطلاعات در مورد محصولات خود استفاده می‌کنند و به این دلیل که مقامات از این رسانه‌های خاص برای انتشار دیدگاه‌هایی استفاده می‌کنند که اعتماد به سیستم مالی را افزایش می‌دهد. برعکس، تأثیر منفی دسترسی به اینترنت نشان می‌دهد که بانک‌ها کمتر از این کانال ارتباطی برای تبلیغ محصولات خود استقبال می‌کنند. علاوه بر این، تنظیم گفتار اینترنتی کمتر از رسانه‌های معتبرتر است و آن را به بستری بهتر برای انتشار احساسات منفی یا شایعات در مورد مالی تبدیل می‌کند. مؤسسات. به همین ترتیب، و کوریج و نیکلاس دریافته‌اند که دسترسی به اطلاعات بیمه از طریق اینترنت با اعتماد گسترده کمتر به شرکت‌های بیمه مرتبط است، در حالی که اعتماد بالاتری در بین افرادی که از روزنامه‌ها و مجلات استفاده می‌کنند مشاهده می‌شود.

¹ Lusardi and Mitchell

² Shim et al

³ NunezL etamendia and Poher

فونگاکوا و ویل در مقابل، دریافتند که دسترسی روزانه به اطلاعات به نظر نمی‌رسد برای اعتماد به بانک‌های چینی، صرف نظر از منبع اطلاعات (تلویزیون، اینترنت یا روزنامه) مهم باشد. ون در کروژن (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که جمع‌آوری اطلاعات در مورد حقوق بازنشستگی تأثیر مثبتی بر اعتماد کارگران به صندوق‌های بازنشستگی دارد. در نهایت، ارزش‌های سیاسی و اقتصادی پاسخ دهندگان ممکن است با اعتماد مرتبط باشد. با این حال، از مطالعاتی که این عوامل را تحقیق می‌کنند، تصویر روشنی به دست نمی‌آید. با توجه به ارزش‌های اقتصادی، فونگاکوا و همکاران (۲۰۱۹) دریافتند که افرادی با دیدگاه‌های اقتصادی طرفدار بازار- یعنی افرادی که طرفدار کار سخت و مالکیت کمتر دولتی هستند و فکر می‌کنند که تفاوت‌های درآمدی بیشتر به عنوان انگیزه‌ای برای تلاش فردی مورد نیاز است- نسبت به افرادی که نگرش منفی نسبت به بازار دارند، اعتماد بیشتری نشان می‌دهند. فونگاکوا و ویل (۲۰۱۸) تحقیق می‌کنند که آیا اعتماد به بانک‌های چینی به نگرش افراد نسبت به بازار و نقش دولت در اقتصاد بستگی دارد یا خیر. آن‌ها دریافتند که افرادی که از افزایش مالکیت دولت بر تجارت و صنعت حمایت می‌کنند و کسانی که از نابرابری به عنوان انگیزه حمایت می‌کنند؛ تلاش فردی سطوح نسبتاً بالایی از اعتماد را نشان می‌دهد. اعتماد به بانک‌ها به این موضوع که آیا رقابت مضر است یا خیر ارتباطی ندارد.

در مورد ارزش‌های سیاسی، فونگاکوا و همکاران (۲۰۱۹) سطوح اعتماد نسبتاً بالایی را برای افرادی پیدا می‌کند که به ثروت، کمک به جامعه و ترجیح بیشتر برای دموکراسی اهمیت می‌دهند.

با این حال، آن‌ها هیچ ارتباطی با "نگرانی‌های زیست محیطی" افراد پیدا نمی‌کنند فونگاکوا و ویل (۲۰۱۸) نشان می‌دهند که اعتماد به بانک‌های چینی برای اعضای حزب کمونیست نسبتاً کم است. ترانتر و بوث^۱ (۲۰۱۹) دریافتند که اعتماد به شرکت‌های بیمه، و بانک‌ها و مؤسسات مالیدر استرالیا برای افرادی که با حزب لیبرال و حزب ملی همذات‌پنداری می‌کنند بالاتر از کسانی است که با احزاب سیاسی دیگر همذات‌پنداری می‌کنند. طبق نظر نل و استیکس (۲۰۱۵). افراد دارای اعتقادات سیاسی واضح وابسته به جناح چپ یا احزاب راست گرا نسبت به بانک‌های داخلی اعتماد بیشتری نسبت به بانک‌های بدون وابستگی حزبی قوی دارند. افرادی که به شدت به یک حزب چپ احساس وابستگی می‌کنند در طول GFC اعتماد به دست آوردند، در حالی که افراد وابسته به احزاب راست اعتماد خود را از دست دادند. به گفته نائومان (۲۰۱۸) افرادی که در کشورهای اتحادیه اروپا دارای ایدئولوژی سیاسی جناح چپ هستند نسبت به افرادی که ایدئولوژی مرکزی یا راست دارند به آینده حقوق بازنشستگی خود اعتماد بیشتری دارند.

مطالعات تحلیل و تجزیه میزان ارتباط اعتماد با ویژگی‌های جمعیت شناختی نتایج متفاوتی را نشان می‌دهد. یکی از این عوامل جمعیت شناختی سن است. ون در کر ووزن و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقات خود در مورد اعتماد به بانک‌ها در هلند دریافتند که افراد مسن به احتمال زیاد احتمال ورشکستگی بانک را در نظر می‌گیرند. به همین ترتیب، با استفاده از داده‌های WVS در ۵۲ کشور در دوره ۲۰۱۰-۲۰۱۴، فونگاکوا و همکاران (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که اعتماد به بانک‌ها با افزایش سن کاهش می‌یابد. افندی و حبیبوف^۲ (۲۰۱۷) که محرک‌های اعتماد به بانک‌ها را در اقتصادهای در حال گذار با استفاده از داده‌های نظرسنجی ۲۰۰۶ و ۲۰۱۰ از ۲۹ کشور بررسی می‌کنند، همچنین دریافتند که اعتماد به بانک‌ها برای

¹ Tranter and Booth

² Afandi and Habibov

جوانان نسبتاً بالا است. در مقابل، فانگاکوا و یل (۲۰۱۸) در مطالعه خود در مورد اعتماد گسترده در بانک‌های چینی گزارش کردند که افراد مسن اعتماد بیشتری به بانک‌ها نشان می‌دهند. با تمرکز بر حقوق بازنشستگی در کشورهای اتحادیه اروپا، نائومان (۲۰۱۸) همچنین گزارش می‌دهد که افراد ۶۰ ساله و بالاتر اعتماد بیشتری دارند. به همین ترتیب، کروزر و جانکر (۲۰۱۹) به این نتیجه رسیدند که جوانان نسبت به افراد میان‌سال سطوح پایین‌تری از اعتماد به صندوق‌های بازنشستگی خود را نشان می‌دهند.

نونز لتامندیا و پوهر^۱ (۲۰۲۰) دریافته‌اند که تأثیر سن به نوع اعتماد بستگی دارد. در صورت اعتماد به سیستم مالی و در بانک‌ها اثر منفی سن و در صورت اعتماد به پرداخت بدهی و صداقت بانک‌ها اثر سنی مثبت است.

ون در کروزر و همکاران (۲۰۱۶) و فونگاکوا و ویل (۲۰۱۸) گزارش می‌دهند که جنسیت ارتباط قابل توجهی با اعتماد به بانک‌ها ندارد. با این حال، انیو (۲۰۰۷) فونگاکوا، سخون و همکاران. (۲۰۱۹)، جاروینن^۲ (۲۰۱۴)، ترانتر و بوث (۲۰۱۹) و کوریج و نیکلاس (۲۰۲۱) دریافته‌اند که اعتماد برای زنان بیشتر از مردان است، در حالی که نائومان نتیجه معکوس می‌یابد. نونز لتامندیا و پوهر (۲۰۲۰) نشان می‌دهند که تأثیر جنسیت به نوع اعتماد بستگی دارد. زنان به سیستم مالی و بانک‌ها اعتماد نسبتاً بالایی دارند، در حالی که مردان اعتماد بیشتری به توان پرداخت بدهی بانک‌ها دارند.

همچنین آموزش به طور گسترده مورد تحقیق قرار گرفته است. ون در کروزر و همکاران (۲۰۱۶) به این نتیجه رسیدند که افراد تحصیل کرده‌تر احتمال ورشکستگی بانک را بیشتر از افراد کم سوادتر در نظر می‌گیرند. به همین ترتیب، فونگاکوا و ویل (۲۰۱۸)، کوریج و نیکلاس (۲۰۲۱) دریافته‌اند که اعتماد برای افراد دارای تحصیلات عالی پایین است. اما ترانتر و بوث (۲۰۱۹) گزارش می‌دهند که اعتماد به شرکت‌های بیمه برای افرادی که دارای گواهینامه یا دیپلم متوسطه هستند و برای کسانی که آخرین بار در یک مدرسه دولتی تحصیل کرده‌اند، نسبتاً بالا است. به همین ترتیب، نتایج شیم و همکاران (۲۰۱۳) و افندی و حبیبوف (۲۰۱۷) پیشنهاد می‌کنند که اعتماد به بانک‌ها برای افراد دارای تحصیلات دانشگاهی نسبتاً زیاد است. ون دال و هنکتر (۲۰۱۸) تأثیر مثبت آموزش بر اعتماد شرکت کنندگان صندوق‌های بازنشستگی هلند به ارائه دهندگان بازنشستگی (بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی) را نشان می‌دهند.

با این حال، جاروینن (۲۰۱۴) نتیجه می‌گیرد که مدت تحصیل با اعتماد به بانک‌ها ارتباطی ندارد. همچنین درآمد و ثروت در بسیاری از مطالعات لحاظ شده است. ون در کروزر و همکاران (۲۰۱۶) گزارش می‌دهد که صاحبان خانه نسبت به پاسخ دهندگانی که خانه ندارند نسبت به وضعیت نقدینگی نسبی بانک خود کمتر مثبت هستند. اما و کرویس و جانکر (۲۰۱۹) دریافته‌اند که اعتماد به صندوق‌های بازنشستگی برای بازنشستگانی که صاحب یک خانه هستند، بالا است. به طور مشابه، آمپودیا و پالیگکینیس (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که خانوارهایی که دارای کمترین پنجک درآمد یا ثروت هستند، اعتماد کمتری از خود نشان می‌دهند. خانوارهایی که اوراق بهادار معامله می‌کنند، پرداخت‌های وام مسکن را انجام می‌دهند یا قبوض آب و برق خود را از طریق بانک می‌پردازند، به بانک خود اعتماد بیشتری دارند. به همین ترتیب، شیم و همکاران (۲۰۱۳) دریافته‌اند که اعتماد جوانان به بانک‌ها و مؤسسات مالی به طور مثبت به وضعیت مالی خود ارزیابی شده و وضعیت مالی آنها بستگی دارد. نائومان (۲۰۱۸) همچنین گزارش می‌دهد که

¹ Nunez Letamendia and Poher

² Järvinen

افراد با وضعیت مالی خوب اعتماد بیشتری به حقوق بانزشتگی خود دارند. در حالی که فونگا کوا و ویل (۲۰۱۸) گزارش می‌دهند که اعتماد به بانک‌ها به طور قابل توجهی با رضایت از وضعیت مالی فعلی رابطه مثبت دارد، در مقابل، ارتباط معنی داری با درآمد ندارد.

دین فقط توسط فونگا کوا و همکاران (۲۰۱۹) در نظر گرفته شده است. که نشان می‌دهد هندوها و بودایی‌ها نسبت به پروتستان‌ها از درجه اعتماد بالاتری برخوردارند. در مقابل، افراد دارای ادیان سلسله مراتبی مسیحی (کاتولیک و مسیحیت ارتدوکس) نسبت به پروتستان‌ها اعتماد کمتری به بانک‌ها دارند، در حالی که مسلمانان تقریباً به همان میزان اعتماد دارند. چند مطالعه دیگر به این نتیجه رسیدند که عوامل اجتماعی جمعیت شناختی نمی‌توانند بسیاری از تفاوت‌های اعتماد بین افراد را توضیح دهند یا تأکید می‌کنند که این عوامل به توضیح تغییرات اعتماد در طول زمان کمک نمی‌کنند. به عنوان مثال کاربو - والورده و همکاران (۲۰۱۳) در مورد بانک‌های اسپانیایی نتیجه می‌گیرد که تفاوت‌های بسیار کمی در سطح اعتماد نسبت به بانک‌ها در امتداد خطوط جمعیتی اجتماعی (جنسیت، سن، وضعیت شغلی، وضعیت تحصیلات، وضعیت تأهل و درآمد) وجود دارد. نتایج نل و استیکس (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که اعتماد به بانک‌های داخلی به متغیرهای جمعیت شناختی بستگی دارد، اما از آنجایی که این متغیرها در طول زمان تغییر نمی‌کنند، در توضیح تغییرات اعتماد در طول زمان کمک چندانی نمی‌کنند. این نویسندگان دریافته‌اند که اعتماد به بانک‌های داخلی در بین جوانان و زنان بیشتر است. بین اعتماد و درآمد رابطه مثبتی وجود دارد و افراد بیکار سطح نسبتاً پایینی از اعتماد دارند.

به طور خلاصه، تنها برخی از روابط با ویژگی‌های شخصی واضح هستند. تجارب منفی با مؤسسات مالی اعتماد را کاهش می‌دهد و بیشتر مطالعاتی که شامل سواد مالی خود ارزیابی می‌شود، نشان می‌دهد که با سطح بالاتری از اعتماد همراه است. با این حال، نتایج در مورد عوامل اجتماعی جمعیتی متفاوت است. نتایج به وضوح به نحوه اندازه گیری اعتماد و زمینه، مانند کشور مورد مطالعه و همچنین به سایر عوامل گنجانده شده به تحلیل بستگی دارد.

۳-۴- اعتماد عمومی و اعتماد با دامنه گسترده

اعتماد به مؤسسات مالی با انواع دیگر اعتماد مرتبط است. برخی از مقالات بررسی کرده‌اند که آیا رابطه‌ای بین اعتماد تعمیم یافته وجود دارد که به اعتماد به سایر افراد که رابطه مستقیمی با آنها وجود ندارد، از یک سو و اعتماد دامنه وسیع و یا محدود به مؤسسات مالیاز سوی دیگر، وجود دارد. اکثر این مطالعات یک رابطه مثبت را گزارش می‌کنند. به عنوان مثال، افندی و جیبوف (۲۰۱۷) و فونگا کوا و همکاران (۲۰۱۹) رابطه مثبتی برای بانک‌ها و ترانتر و بوث (۲۰۱۹) برای شرکت‌های بیمه و بانک‌ها پیدا کرد. با استفاده از داده‌های WVS و مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل خوشه‌ای، بوریاک و همکاران (۲۰۱۹) همچنین رابطه مثبتی بین اعتماد به بانک‌ها و اعتماد تعمیم یافته پیدا کرد. ون استریک - پلاسمایر و ون رایج (۲۰۱۷) دریافتند که افرادی که به افراد دیگر اعتماد دارند، احتمالاً به سیستم بانکی هلند نیز اعتماد دارند. ون در کروژن و همکاران (۲۰۲۱) این را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که برای شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بانزشتگی نیز صادق است. با این حال، آمپودیا و پالگکینیس (۲۰۱۸) با تمرکز بر ایتالیا، دریافتند که مردم نسبت به سایر افراد به بانک اصلی خود اعتماد بیشتری دارند و همبستگی بین این دو معیار اعتماد عملاً صفر است.

اکثر مطالعاتی که رابطه بین اعتماد دامنه وسیع و محدود را بررسی می‌کنند، مثبت بودن آن را نشان می‌دهند. به عنوان مثال، هانسن (۲۰۱۲) ارتباط مثبت و معناداری را بین اعتماد با دامنه وسیع و محدود برای شرکت‌های بانزشتگی و وام

مسکن در دانمارک، ون استریک-پلاسمایر و ون رایج (۲۰۱۷) برای بانک‌ها در هلند، و فیلیپاک (۲۰۱۶) نشان می‌دهد. برای بانک‌های هند با استفاده از داده‌ها برای هلند، ون در کروژن و همکاران (۲۰۲۱) ارتباط مثبت بین اعتماد گسترده و محدود را برای بانک‌ها شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی تأیید می‌کند.

۳-۵- اقدامات سیاستی، تنظیمات نهادی و فرهنگ

مطالعات مختلف نشان می‌دهد که اعتماد به مؤسسات مالی به اقدامات سیاستی و تنظیمات سازمانی نیز بستگی دارد. به عنوان مثال، بوریاک و همکاران^۱ (۲۰۱۹) نشان می‌دهد که رابطه بین اعتماد به بانک‌ها و اعتماد تعمیم یافته در یک محیط نهادی تثبیت شده قوی‌ترین است. اوسیلی و پالسون^۲ (۲۰۱۴) دریافتند که بیمه سپرده می‌تواند اثر بحران‌های بانکی بر اعتماد را کاهش دهد، در حالی که پرین و استیکس (۲۰۱۱) به این نتیجه رسیدند که گسترش پوشش بیمه سپرده در کرواسی تأثیر مثبتی بر ایمنی درک شده سپرده‌ها داشته است نل و استیکس (۲۰۱۵) گزارش می‌دهند که دانش در مورد حداکثر مقدار پول بیمه شده تحت سیستم بیمه سپرده اعتماد به بانک‌ها را افزایش می‌دهد. افزایش حداکثر مبلغ بیمه شده تحت سیستم بیمه سپرده اتریش ممکن است از کاهش بیشتر اعتماد جلوگیری کند. یانسن و همکاران (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که مداخلات دولت (حمایت دولت یا ملی شدن) کمترین اهمیت را در بین تمام سناریوهایی دارد که می‌تواند باعث از بین رفتن اعتمادی شود که آنها در نظر گرفتند.

مشخص نیست که آیا قوانینی که رفتار بازیگران مالی را هدف قرار می‌دهد، می‌تواند به بازگرداندن اعتماد کمک کند یا خیر. به عنوان مثال، طبق مقررات رایش^۳ (۲۰۰۸) که بازیگران مالی را ملزم به انجام آنچه وعده داده‌اند و صادق بودن، همراه با نظارت دقیق می‌تواند به بازگرداندن اعتماد کمک کند. برخی دیگر تردید دارند که آیا می‌توان اعتماد را با قانون احیا کرد (دی جاگر^۴، ۲۰۱۷).

اخیراً برخی از مقالات شواهدی را گزارش می‌کنند که نشان می‌دهد فرهنگ، همانطور که توسط شاخص‌های هافستد (۱۹۸۰) نشان داده می‌شود، با اعتماد به مؤسسات مالی مرتبط است. آهونوف و ون هوو (۲۰۲۰) با استفاده از نظرسنجی WVS گزارش می‌دهند که در فرهنگ‌هایی با اجتناب از عدم قطعیت بالا، مردم کمتر به بانک‌ها اعتماد می‌کنند. اجتناب از عدم قطعیت میزانی است که اعضای یک جامعه از عدم اطمینان و ابهام احساس ناراحتی می‌کنند. کوریچ و نیکلاس (۲۰۲۱) گزارش می‌دهند که افراد خوش بین، افراد نوع دوست و افرادی که ترجیحات زیادی برای زمان حال دارند، تمایل بیشتری به بیمه دارند. در نهایت، وجود دارد.

در نهایت، شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد اعتماد به مؤسسات مالی اعتماد به ناظر محتاطانه مرتبط است. اگر مصرف کنندگان آگاه باشند که رفتار مؤسسات مالی تحت نظارت است و با توجه به اینکه «رفتار مؤسسات بر اعتماد تأثیر می‌گذارد، اعتماد به ناظر ممکن است اعتماد را در بخش مالی افزایش دهد. در واقع، ماش و پرست^۵ (۲۰۰۷) ون در کروژن و همکاران (۲۰۲۱) ارتباط مثبتی بین اعتماد به ناظر و اعتماد در بخش مالی پیدا کنید.

¹ Buriak an et al

² Osili and Paulson

³ Reich. <http://www.usnews.com>

⁴ de Jager

⁵ Mosch and Prast

۴- نتیجه گیری

خلاصه اینکه چه نتایجی را می‌توان از بحث ما در مورد ادبیات محرک‌های اعتماد عمومی به مؤسسات مالی گرفت؟ اول، ارائه بسیار گسترده‌ای از عوامل تعیین کننده ادبیات پیشنهاد شده است. با این حال، تمام مطالعات مورد بحث تنها زیر مجموعه‌ای از این عوامل تعیین کننده را بررسی می‌کنند.

این امر به دست آوردن نتیجه گیری‌های قوی در مورد محرک‌های جهانی یا دائمی اعتماد به مؤسسات مالی را بسیار دشوار می‌کند. این تا حدی نشان می‌دهد که روش تحقیق مورد استفاده ممکن است در نظر گرفتن همه عوامل تعیین کننده را به طور همزمان غیرممکن کند.

نتیجه می‌گیریم که تمایز بین مؤسسات مالی مختلف مانند بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی مهم است. از آنجایی که این مؤسسات مدل‌های تجاری بسیار متفاوتی دارند، محرک‌های اعتماد به بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازنشستگی ممکن است متفاوت باشد. به نظر می‌رسد که بیشتر تحقیقات در مورد اعتماد به مؤسسات مالی بر بانک‌ها متمرکز شده است. در مورد محرک‌های اعتماد در مؤسسات مالی، نتیجه می‌گیریم که بیشتر مطالعات بر روی مجموعه محدودی از عوامل بالقوه تعیین کننده اعتماد تمرکز می‌کنند. جدا از متغیرهای جمعیت شناختی، مانند سن و جنسیت، متغیرهای زیادی از محرک‌های بالقوه در نظر گرفته شده است. هیچ مطالعه‌ای وجود ندارد که همه این محرک‌های بالقوه را به طور همزمان در نظر بگیرد. با در نظر گرفتن این هشدار، به نظر می‌رسد که اعتماد به وضعیت اقتصادی بستگی دارد. اعتماد به صورت دوره‌ای رفتار می‌کند و تحت تأثیر بحران‌های مالی منفی است. علاوه بر این، رفتار مؤسسات مالی مهم است. فرهنگ و رفتار آنها نسبت به همه ذینفعان، ارائه خدمات خوب و سلامت مالی آنها تأثیر مثبتی بر اعتماد دارد. ارتباط مثبتی بین اعتماد محدود و سایر اقدامات اعتماد وجود دارد، به عنوان مثال، اعتماد گسترده، اعتماد عمومی و اعتماد به مراجع نظراتی محتاطانه، در حالی که اقدامات سیاستی خاص (مانند ارائه یک طرح تضمین سپرده) می‌تواند از دست دادن اعتماد جلوگیری کند. در نهایت، اگرچه اعتماد به ویژگی‌های مصرف کننده (از جمله دسترسی آنها به منابع اطلاعاتی و ارزش‌های سیاسی و اقتصادی آنها) مربوط می‌شود.

۵- مراجع

[۱] احمدی، علی و همکاران. (۱۴۰۰). ارائه مدلی به منظور ارتقاء اعتماد عمومی در نظام بانکی ایران (مورد مطالعه:

بانک صادرات). فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره ۵۰.

- [2] Ahunov, M., & Van Hove, L. (2020). National culture and (dis) trust in banks: Cross-country evidence. *Economic Notes*, 49(3), e12165.
- [3] Afandi, E., & Habibov, N. (2017). Pre-and post-crisis trust in banks: Lessons from transitional countries. *Journal of Economic Development*, 42(1), 73-94.
- [4] Ampudia, M. & Palligkinis, S. (2018) Trust and the household-bank relationship. ECB Working Paper 2184.
- [5] Bravo, R., Martínez, E., & Pina, J. M. (2019). Effects of customer perceptions in multichannel retail banking. *International Journal of Bank Marketing*. 37(5), 1253–1274.
- [6] Buriak, A., Vozňáková, I., Sułkowska, J., & Kryvysh, Y. (2019). Social trust and institutional (bank) trust: Empirical evidence of interaction. *Economics & Sociology*, 12(4), 116-332.
- [7] Carbó-Valverde, S., Maqui Lopez, E., & Rodríguez-Fernández, F. (2013, August). Trust in banks: Evidence from the Spanish financial crisis. In *26th Australasian Finance and Banking Conference*.

- [8] Chang, C. C., & Hung, J. S. (2018). The effects of service recovery and relational selling behavior on trust, satisfaction, and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*.
- [9] Courbage, C., & Nicolas, C. (2021). Trust in insurance: The importance of experiences. *Journal of risk and insurance*, 88(2), 263-291.
- [10] De Jager, C. E. "A question of trust: The pursuit of consumer trust in the financial sector by means of EU legislation." *Journal of Consumer Policy* 40, no. 1 (2017): 25-49.
- [11] Delis, M. D., & Mylonidis, N. (2015). Trust, happiness, and households' financial decisions. *Journal of financial stability*, 20, 82-92.
- [12] Doney, Patricia M., & Joseph P. Cannon (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58, 1-19.
- [13] Dugan, E., Trachtenberg, F., & Hall, M. A. (2005). Development of abbreviated measures to assess patient trust in a physician, a health insurer, and the medical profession. *BMC health services research*, 5(1), 1-7.
- [14] Dwivedi, Y. K. & et al. (2017). An empirical validation of a unified model of electronic government adoption (UMEGA). *Government Information Quarterly*, 34(2), 211-230.
- [15] Ennew, C., & Sekhon, H. (2007). Measuring trust in financial services: The trust index. *Consumer Policy Review*, 17(2), 62-68.
- [16] Filipiak, U. (2016). Trusting financial institutions: Out of reach, out of trust? *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 59, 200-214.
- [17] Fisch, J. E., & Seligman, J. S. (2022). Trust, financial literacy, and financial market participation. *Journal of Pension Economics & Finance*, 21(4), 634-664.
- [18] Fungáčová, Z., & Weill, L. (2018). Trusting banks in China. *Pacific Economic Review*, 23(2), 131-149.
- [19] Fungáčová, Z., Hasan, I., & Weill, L. (2019). Trust in banks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 157, 452-476.
- [20] Gillespie, N. and Dietz, G. (2009). Trust Repair After an Organization Level Failure. *Academy of Management Review*, 34(1), pp. 127-145.
- [21] Goold, S. D., Fessler, D., & Moyer, C. A. (2006) A measure of trust in insurers. *Health Research and Educational Trust*, 41(1), 58-78.
- [22] Guiso, L. (2012). Trust and risk aversion in the aftermath of the great recession. *European Business Organization Law Review (EBOR)*, 13(2), 195-209.
- [23] Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2008). Trusting the stock market. *the Journal of Finance*, 63(6), 2557-2600.
- [24] Hansen, T. (2012). Understanding trust in financial services: the influence of financial healthiness, knowledge, and satisfaction. *Journal of Service Research*, 15(3), 280-295.
- [25] Hansen, T. (2014). The role of trust in financial customer-seller relationships before and after the financial crisis. *Journal of Consumer Behaviour*, 13(6), 442-452.
- [26] Hansen, T. (2017). The moderating effects of financial broad-scope trust on consumer knowledge, cognitive effort, and financial healthiness. *Journal of Consumer Behaviour*, 16(2), 161-175.
- [27] Hauff, J. C. (2019). Reasons to switch: empowered vs less powerful bank customers. *International Journal of Bank Marketing*, 37(6), 1441-1461.
- [28] Hoff-Clausen, E. (2013). Attributing rhetorical agency in a crisis of trust: Danske Bank's act of public listening after the credit collapse. *Rhetoric Society Quarterly*, 43(5), 425-448.
- [29] Hurley, R., Gong, X. and Waqar, A. (2014). Understanding the loss of trust in large banks. *International Journal of Bank Marketing*, 32(5), 348-366.
- [30] Hurley, Robert F. (2006). The decision to trust. *Harvard Business Review*, 84(9), 55-62.
- [31] Hurley, Robert F. (2012). A systems approach to restoring trust in the financial markets. EIASM (European Institute for Advanced Studies in Management), 5th Workshop on Trust within and between Organizations.

- [32] Ibe-enwo, G., Igbudu, N., Garanti, Z., & Popoola, T. (2019). Assessing the relevance of green banking practice on bank loyalty: The mediating effect of green image and bank trust. *Sustainability*, 11(17), 4651.
- [33] Järvinen, A. R. (2014). Consumer trust in banking relationships in Europe. *International Journal of Bank Marketing*, 32(6), 551-566.
- [34] Kaabachi, S., Ben Mrad, S., & Petrescu, M. (2017). Consumer initial trust toward internet-only banks in France. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 903-924.
- [35] Kim, P.H., Dirks, K. T. and Cooper, C. D. (2009) the repair of trust: a dynamic bilateral perspective and multilevel conceptualization, *Academy of Management Review*, 34(3), pp. 401-422.
- [36] Knell, M., & Stix, H. (2015). Trust in banks during normal and crisis times—evidence from survey data. *Economica*, 82, 995-1020.
- [37] Lachance, M. E., & Tang, N. (2012). Financial advice and trust. *Financial Services Review*, 21(3), 209-226.
- [38] Lewicki, R. J., Tomlinson, E. C., & Gillespie, N. (2006). Models of interpersonal trust development: Theoretical approaches, empirical evidence, and future directions. *Journal of management*, 32(6), 991-1022.
- [39] Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2009). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. NBER Working Paper 15350.
- [40] Mayer, R. C., Davis, J. H. and Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust, *Academy of Management Review*, 20(3), pp. 709 - 734.
- [41] Mosch, R. H. J. & Prast, H. M. (2008) Confidence and trust: Empirical investigations for the Netherlands and the financial sector. DNB Occasional Study 6(2).
- [42] Naumann, E. (2018). Trust in ageing societies: confidence in pensions across Europe. *Welfare State Reforms Seen from Below: Comparing Public Attitudes and Organized Interests in Britain and Germany*, 187-209.
- [43] Nuñez Letamendia, L. & Poher, B. (2020) The effect of financial literacy on trust: Do financially literate individuals have more trust in the financial system? Working Paper, April.
- [44] Osili, U. O., & Paulson, A. (2014). Crises and confidence: Systemic banking crises and depositor behavior. *Journal of Financial Economics*, 111(3), 646-660.
- [45] Phan, K.N. & Ghantous, N. (2013). Managing brand associations to drive customers trust and loyalty in Vietnamese banking. *International Journal of Bank Marketing*, 31(6), 456-480.
- [46] Pirson, Michael, & Deepak K. Malhotra (2008). Unconventional insights for managing stakeholder trust. MIT Sloan Management Review, 49(4), 43-50.
- [47] Poppo, L. and Schepker, D. J. (2010). Repairing Public Trust in Organizations, *Corporate Reputation Review*, 13(2), pp. 124-141.
- [48] Prean, N., & Stix, H. (2011). The effect of raising deposit insurance coverage in times of financial crisis—Evidence from Croatian microdata. *Economic Systems*, 35(4), 496-511.
- [49] Reich, R. (2008) Government needs to rebuild trust in markets. U.S. News & World Report. Retrieved from. <http://www.usnews.com>.
- [50] Sapienza, P. & Zingales, L. (2020). Chicago Booth/Kellogg School Financial Trust Index reports historically high level of public trust in American financial institutions. Online at: <http://www.financialtrustindex.org/resultswave28.htm>
- [51] Sapienza, P., & Zingales, L. (2012). A trust crisis. *International Review of Finance*, 12(2), 123-131.
- [52] Schumann, Jan H. & et al. (2010). Drivers of trust in relational service exchange: Understanding the importance of cross-cultural differences. *Journal of Service Research*, 13, 453-468.
- [53] Sekhon, H., Ennew, C., Kharouf, H., & Devlin, J. (2014). Trustworthiness and trust: influences and implications. *Journal of Marketing Management*, 30(3-4), 409-430.

- [54] Shim, S., Serido, J., & Tang, C. (2013). After the global financial crash: Individual factors differentiating young adult consumers' trust in banks and financial institutions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(1), 26-33.
- [55] Stevenson, B., & Wolfers, J. (2011). Trust in public institutions over the business cycle. *American Economic Review*, 101(3), 281-287.
- [56] Stix, H. (2013). Why do people save in cash? Distrust, memories of banking crises, weak institutions and dollarization. *Journal of Banking & Finance*, 37(11), 4087-4106.
- [57] Tomasic, R. (2011). The financial crisis and the haphazard pursuit of financial crime. *Journal of Financial Crime*, 18(1), pp. 7-31.
- [58] Tomlinson, E.C. and Mayer, R.C. (2009). The Role of Causal Attribution Dimensions in Trust Repair. *Academy of Management Review*, 34(1), pp, 85-104.
- [59] Tranter, B., & Booth, K. (2019). Geographies of trust: Socio-spatial variegations of trust in insurance. *Geoforum*, 107, 199-206.
- [60] van Dalen, H. P., & Henkens, K. (2018). The making and breaking of trust in pension providers: An empirical study of pension participants. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 43, 473-491.
- [61] Van Dalen, H. P., Henkens, K., & Hershey, D. A. (2010). Perceptions and expectations of pension savings adequacy: A comparative study of Dutch and American workers. *Ageing & Society*, 30(5), 731-754.
- [62] van der Cruijssen, C. (2020). Payments data: do consumers want banks to keep them in a safe or turn them into gold? *Applied Economics*, 52(6), 609-622.
- [63] van der Cruijssen, C., & Jonker, N. (2019). Pension profile preferences: the influence of trust and expected expenses. *Applied Economics*, 51(12), 1212-1231.
- [64] Van der Cruijssen, C., de Haan, J., & Jansen, D. J. (2016). Trust and financial crisis experiences. *Social Indicators Research*, 127, 577-600.
- [65] van Der Cruijssen, C., de Haan, J., & Roerink, R. (2021). Financial knowledge and trust in financial institutions. *Journal of Consumer Affairs*, 55(2), 680-714.
- [66] van der Cruijssen, C., de Haan, J., & Roerink, R. (2021). Trust in financial institutions: A survey. *Journal of economic surveys*.
- [67] van Esterik-Plasmeijer, P. W., & Van Raaij, W. F. (2017). Banking system trust, bank trust, and bank loyalty. *International Journal of Bank Marketing*. 35(1), 97-111.
- [68] Van Raaij, W. Fred (2016). Understanding Consumer Financial Behavior. Money Management in an Age of Financial Illiteracy. New York: Palgrave Macmillan.
- [69] van Staveren, I. (2017). Dutch banking culture six years after the fall of ABN AMRO Bank. *Panoeconomicus*, 64(2), 245-253.
- [70] Xie, Y and Peng, S. (2009). How to repair customer trust after negative publicity: The roles of competence, integrity, benevolence, and forgiveness, *Psychology & Marketing*, 26(7), pp. 572-589.
- Zheng, B., Hall, M. A., Dugan, E., Kidd, K. E., & Levine, D. (2002) Development of a scale to measure patients

Review Article

Examining the drivers of trust in financial institutions

Mohammad Wasimzaka¹, Mehrdad Sadrara², Hamid Reza Rezaei Keyldbari³

1- Masters student in financial management, Department of Management, Faculty of Humanities, Gilan University, Rasht, Iran

2- Assistant Professor, Department of Economics and Accounting, Faculty of Humanities, Gilan University, Rasht, Iran

3- Assistant Professor, Faculty of Management and Accounting, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

Receive:

04 October 2022

Revise:

04 January 2023

Accept:

28 January 2023

eywords:

Economic factors
behavior and
characteristics of
financial institutions
consumer
characteristics
public trust
policy measures

Abstract

This research aims to investigate the drivers of trust in financial institutions. The current research was conducted using a library approach, which was conducted through the review of the existing literature of library studies, in this regard, the previous researches that were related to the research topic were identified and examined, and after analyzing the previous findings, the results of these studies show The various drivers of trust are classified into five groups: economic factors (such as financial crises), behavior and characteristics of financial institutions, consumer characteristics (such as demographic characteristics, financial literacy and their economic and political views). We conclude that it is important to distinguish between different financial institutions such as banks, insurance companies and pension funds. Because these institutions have very different business models, the drivers of trust in banks, insurance companies, and pension funds are different. Most research on trust in financial institutions has focused on banks. There are no studies that consider all of these potential triggers simultaneously. With this caveat in mind, confidence seems to depend on the state of the economy. Trust behaves cyclically and is negatively affected by financial crises. In addition, the behavior of financial institutions is also important.

Please cite this article as (APA): wasimzaka, M., sadrara, M., & Rezaei Keyldbari, H. R. (2023). Examining the drivers of trust in financial institutions. *New Approaches in Management and Marketing*, 1(1), 143-158. doi: 10.22034/jnamm.2023.423056.1024



<https://doi.org/10.22034/jnamm.2023.423056.1024>



Publisher: Institute of Management fekrenoandish

Creative Commons: CC BY 4.0



Corresponding Author: Mehrdad Sadrara

Email: mehrdadsadrara@guilan.ac.ir