Radosław Matusewicz
Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

OPINIE MENEDŻERÓW BANKÓW NA TEMAT STOSOWANIA METODY TESTU KONIUNKTURY W BADANIU RYNKU USŁUG FINANSOWYCH

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie opinii menedżerów banków na temat zastosowania metody testu koniunktury w diagnozowaniu i prognozowaniu sytuacji na rynku usług finansowych, a w szczególności uzyskanie informacji na temat sposobu wypełniania kwestionariuszy, stopnia trudności w udzielaniu odpowiedzi na formułowane pytania, a także przydatności wyników omawianej metody w bieżącym zarządzaniu placówkami bankowymi[1].

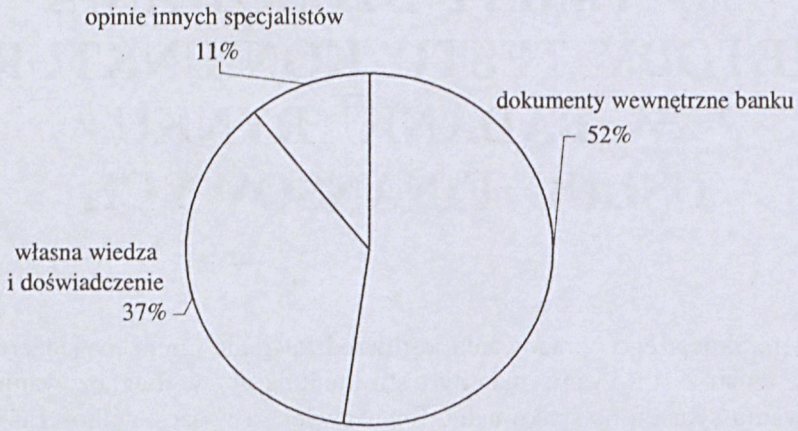
1. Zasoby informacyjne wykorzystywane przy wypełnianiu ankiet

Najważniejszym źródłem informacji przy ocenie zmian koniunktury jest dla bankowców wewnętrzna dokumentacja bankowa (52%), tylko nieco ponad jedna trzecia zasobów informacyjnych to własna wiedza i doświadczenie, często także odpowiedzi wpisywane są dopiero po konsultacji z innymi specjalistami.

Co ciekawe, struktura wykorzystywanych zasobów informacyjnych nie zależy od tak istotnych cech banków, jak forma własności czy wielkość zatrudnie-

[1] Źródłem prezentowanych w opracowaniu informacji są wyniki badania przeprowadzonego w roku 2000 roku na próbie 220 banków, w tym 57 central i 163 oddziałów, reprezentujących wszystkie formy własności oraz różną wielkość banków. Badanie zostało zrealizowane w ramach tematu własnego pt.: Zastosowanie testu koniunktury w badaniu rynku usług bankowych w Polsce (nr 51103–152) w Katedrze Badań Marketingowych.

nia. Natomiast, zgodnie z oczekiwaniami, istotny wpływ posiada staż pracy w banku. Wraz z doświadczeniem w udzielaniu odpowiedzi na pytania kwestionariusza wzrasta rola własnej wiedzy (od 29% wśród współpracujących nie dłużej niż rok do 39% wśród bardziej doświadczonych respondentów). Warto jednak podkreślić, że nie zmienia się przy tym dominująca rola dokumentów wewnętrznych banku (odpowiednio 54% i 51%), wyraźnie mniej potrzebna staje się za to konsultacja z innymi specjalistami (spadek z 16% do 9%).



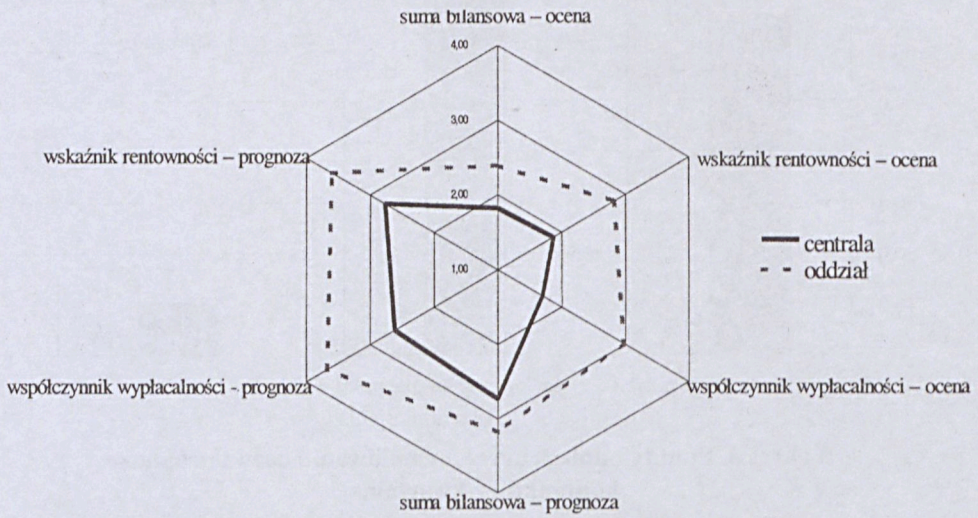
Wykres 1. Zasoby informacyjne wykorzystywane przy wypełnianiu ankiet

2. Trudności w ocenie aktualnej i przyszłej koniunktury na rynku bankowym

Prognoza koniunktury, czego można było się spodziewać, przysparza bankowcom zdecydowanie większych problemów niż jej ocena. Jak jednak przedstawia to wykres 2, wyraźnie łatwiej formułowanie zarówno prognoz, jak i ocen przychodzi pracownikom central niż oddziałów.

Obserwacje powyższe potwierdzają się również przy określaniu koniunktury w zakresie poszczególnych usług bankowych – różnych rodzajów depozytów i kredytów. W tym przypadku średnia trudność ocen sytuacji wynosi 2,0 a prognoz – 2,5 punktu (na max 5 punktów), przy czym i tym razem pracownikom central formułowanie ocen i prognoz przychodzi stosunkowo łatwiej (o odpowiednio 0,1 i 0,3 punktu). Jest to o tyle ciekawe, że pracownicy oddziałów wypowiadają się tylko o swoim oddziale, a pracownicy central o całym banku. Tłumaczyć to można jednak częstszym kontaktem pracowników central z informacjami o rynku oraz częstszym podejmowaniem przez nich ważkich decyzji.

Ponadto pewien wpływ na trudność określania zmian sytuacji posiada długość pracy w banku – otóż zarówno w ocenach, jak i w prognozach mniej doświadczeni we współpracy menedżerowie deklarują o 0,2 punktu większe trudności niż ich koledzy z co najmniej rocznym stażem.



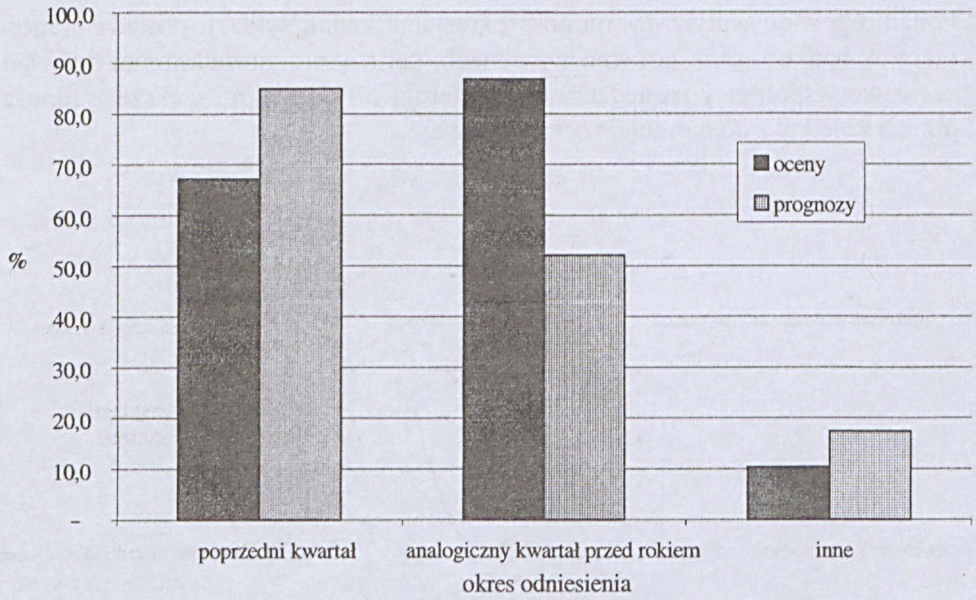
Wykres 2. Średnia trudność w ocenie aktualnej i przyszłej koniunktury na rynku bankowym na różnych szczeblach zarządzania (1 – bardzo łatwo, 5 – bardzo trudno)

3. Punkt odniesienia przyjmowany przy określaniu kierunku zmian sytuacji

Jednym z zasadniczych problemów formułowania wniosków na podstawie badań koniunktury jest identyfikacja faktycznego punktu odniesienia, jaki przyjmują respondenci przy określaniu kierunku zmian badanych wielkości ekonomicznych. Zgodnie z założeniami przyjętymi przez Katedrę Badań Marketingowych AE w Poznaniu menedżerowie powinni określać kierunek zmian sytuacji, porównując sytuację w danym kwartale do analogicznego okresu sprzed roku[2]. Z przeprowadzonych badań wynika, że podczas formułowania ocen wprawdzie 87% respondentów deklaruje porównywanie sytuacji z analogicznym okresem roku ubiegłego, ale aż dwie trzecie bierze pod uwagę także ostatni kwartał. Co ciekawe, co dziewiąty respondent bierze pod uwagę także zupełnie inny punkt w czasie[3].

[2] Zabieg ten ma na celu wyeliminowanie z szeregów wahań sezonowych.

[3] Odsetki nie sumują się do 100, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jeden okres stanowiący bazę porównawczą przy formułowaniu ocen i prognoz.



Wykres 3. Punkty odniesienia w formułowaniu ocen i prognoz koniunktury kwartalnej

Przy formułowaniu prognoz sytuacja wygląda jeszcze mniej korzystnie. W porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego formułuje swoją prognozę tylko co drugi respondent. Równocześnie aż 85% dokonuje porównań także z ubiegłym kwartałem, a ponad co szósty – z innym punktem w czasie.

Ciekawe w tym kontekście jest zbadanie, czy respondenci w stosowaniu w swoich odpowiedziach punktu odniesienia są konsekwentni. W poniższej tabeli zebrano współczynniki korelacji stosowanych okresów odniesienia w przypadku ocen i prognoz koniunktury.

Tabela 1. Współczynniki korelacji między stosowanymi przez respondentów punktami odniesienia

		Prognoza		
		Poprzedni kwartał	**Kwartał sprzed roku**	**Inny**
Ocena	poprzedni kwartał	0,41(**)	0,33(**)	–0,08
	kwartał sprzed roku	0,11	0,18(**)	–0,14(*)
	inny	–0,03	–0,10	0,43(**)

(**) korelacja jest istotna na poziomie 0.01 (dwustronnie),
(*) korelacja jest istotna na poziomie 0.05 (dwustronnie).

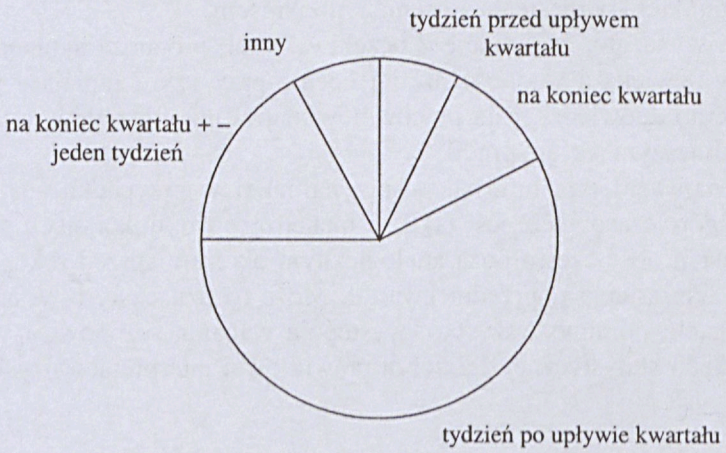
Okazuje się, że respondenci odnoszący swoje oceny do analogicznego okresu sprzed roku i respondenci odnoszący się do ostatniego kwartału częściej stosują

taką samą bazę w formułowaniu prognoz (stąd stosunkowo wysokie korelacje między tymi dwiema grupami odpowiedzi). Także grupa osób stosująca inne okresy odniesienia jest konsekwentna w swoich odpowiedziach.

4. Preferowany termin badania

Wśród wielu aspektów metodycznych przy organizowaniu badań koniunktury niebagatelną rolę odgrywa także odpowiednie dobranie terminu badania. Im wcześniej przeprowadzone badanie, tym szybciej otrzymać można wyniki. Z drugiej strony jednak, zbyt wcześnie przeprowadzone badanie nie obejmuje części ocenianego przez respondentów okresu.

W świetle uzyskanych odpowiedzi bankowcy preferują otrzymywanie ankiet tydzień po upływie kwartału (ponad co drugi). Dokładnie na koniec kwartału odpowiadać chciałby co dziesiąty bankowiec, a tydzień przed końcem – co piętnasty. Dodatkowo aż co szósty respondent-specjalista stwierdza, że preferuje dowolny czas między tygodniem przed końcem kwartału a tygodniem po jego zakończeniu.



Wykres 4. Preferowany czas przeprowadzania badania koniunktury

5. Wady i zalety badań metodą testu koniunktury

Prowadzenie badań zawsze wiąże się z pewną niedogodnością dla respondentów. Aby zachęcić bankowców do współpracy, każdy respondent dostaje co

kwartał skrótowe opracowanie wyników. I jak pokazują badania, jest to decyzja trafna. Wśród wymienianych zalet badania zdecydowanie najczęściej wymieniano właśnie otrzymywanie informacji o rynku i sektorze (ponad 30% wszystkich wymienianych zalet)[4]. Stosunkowo duży odsetek (10%) wskazał także na stosowanie otrzymywanych informacji w działalności banku. Wśród pozostałych zalet wskazywano także na prostotę badania, jego cykliczność oraz kompleksowy charakter.

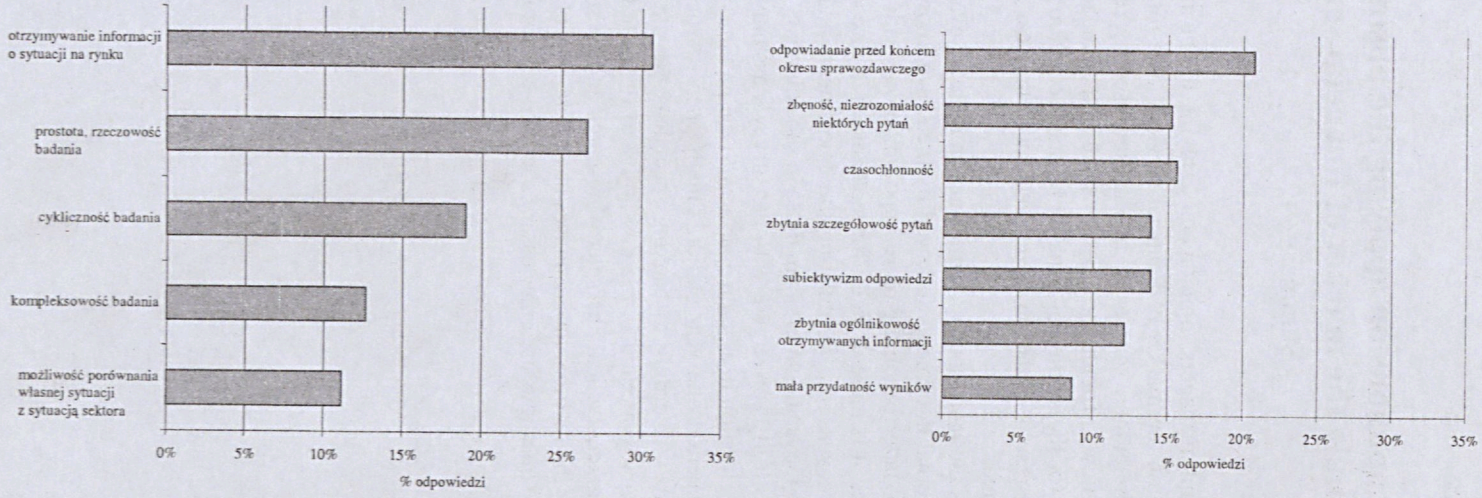
Oczywiście bankowcy zauważają także pewne wady prowadzonego badania, jest ich jednak w porównaniu do zalet zdecydowanie mniej. Wśród najczęściej wymienianych znalazła się konieczność oceny okresu przed końcem kwartału, zbędność niektórych pytań, duża czasochłonność i zbytnia szczegółowość kwestionariusza (od 21% do 14% wskazanych wad). Bankowcy wskazali także na ogólnikowość informacji otrzymywanych po badaniu (3%) oraz małą praktyczną przydatność wyników (2%).

Podsumowując wyniki przeprowadzonego badania należy stwierdzić, że zweryfikowało ono kilka wcześniej stawianych hipotez. Przede wszystkim potwierdziło się, iż menedżerowie banków, odpowiadając na pytania, częściej sięgają do dokumentów wewnętrznych niż ufają swej wiedzy i doświadczeniu, a przecież stanowi to jedno z podstawowych założeń testu koniunktury. W przypadku omawianych badań zjawisko to może wynikać z długiego, rocznego okresu między punktem odniesienia a ocenianym okresem.

Badanie wykazało, że zgodnie z oczekiwaniami, prognoza sytuacji sprawia respondentom większą trudność niż jej ocena, przy czym mniejsze problemy z udzielaniem odpowiedzi mają pracownicy central niż oddziałów, a także pracownicy z dłuższym stażem pracy.

Jednak najważniejszą informacją, przynajmniej w przypadku analizy dłuższych szeregów czasowych, jest fakt, że menedżerowie, dokonując oceny (prognozy) sytuacji dość często poza analogicznym okresem sprzed roku, biorą też jako punkt odniesienia poprzedni kwartał. Może to oznaczać, iż w analizowanych szeregach, pomimo wszystko, występują wahania sezonowe i wymagają one weryfikacji statystycznej dla dobra prawidłowej interpretacji uzyskiwanych wyników.

[4] Należy jednak zaznaczyć, że ze względu na otwarty charakter pytań o wady i zalety metody testu koniunktury stosunkowo niewielki odsetek respondentów odpowiedział na te pytania – w przypadku zalet 37%, zaś w przypadku wad 26%.



Wykres 5. Najczęściej wymieniane wady i zalety badań metodą testu koniunktury

Radosław Matusewicz

Bank managers' opinions on applying the business survey method to study the market of financial services

Summary

This paper presents bank managers' opinions on applying the business survey method to study the situation on the market of financial services. The following problems are most interesting for the author: sources of information used by respondents while filling in questionnaires, how difficult the questions are and managers' opinions on usefulness of the method for the studies of banking business conditions. The theses of the paper are based on the results of the survey carried out in the year 2000 among 220 banking units all over Poland.

For the bank managers the main source of information both for evaluating and forecasting the situation is internal documents followed by their own knowledge and experience, with the role of the latter becoming more important along with the length of service. As could be expected it is more difficult for the bankers to forecast than to assess the current situation. Moreover, both formulating the assessments and the forecasts is easier for those working in the headquarters than those in subsidiaries.

Some responses are not fully convergent with the survey's assumptions because some managers compare the situation in a given quarter with the previous period instead of comparing it to the same period one year earlier. This happens particularly frequently while formulating forecasts. According to banking specialists the most significant advantage of the business survey method is the possibility to obtain information on the current situation on the market, cyclical character of research and its simplicity. A disadvantage of the research is the fact that the responses have to be provided before the end of a reporting period, some questions are unnecessary and time-consuming.