

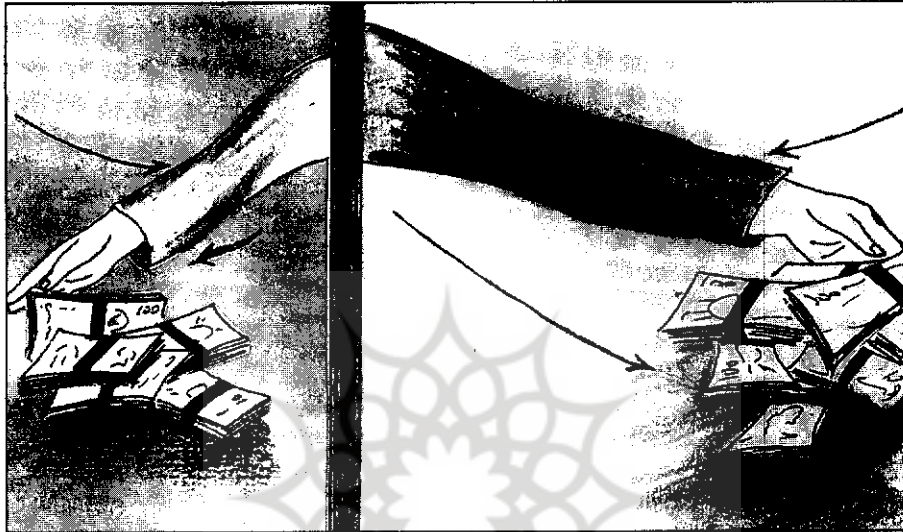
تعریف بازار در صنعت بانکداری

شواهد تازه

مأخذ: Finance and Economics Discussion Series/ Federal Reserve Board/ Washington D. C./ 2001

نویسندگان: Dean F. Amel and Martha Starr-Mc Cluer

مترجم: الهام میر تهامی



▲ افزایش مردم به سمت استفاده از مؤسسات محلی است که در فصول دور قرار دارند، با مؤسسات محلی و در دسترس.

کشش جادویی «بازار» و تمایل به گسترش محدوده آن و افزایش سهم بازار، یکی از مهمترین اندیشه‌هایی است که بخش اعظم ذهن مدیران سیستم بانکی را اشغال کرده است. این انگیزه، به ویژه زمانی به حداکثر قدرت اثرگذاری می‌رسد که صنعت بانکداری در فضایی رقابتی قرار گرفته باشد. اکنون که ایجاد بازار رقابتی در چشم انداز آتی سیستم بانکی کشورمان سوسو می‌زند، بد نیست کمی هم به بازار در صنعت بانکداری بیندیشیم.

بانک و اقتصاد

چکیده

تحلیل ضد تراست ادغام بانکی، حاکی از آن است که بازارهای بانکی، از لحاظ جغرافیایی، محلی هستند و همچنین، مجموعه تولیدات مالی ارایه شده توسط بانک‌های تجاری را در بر می‌گیرند. این تعریف، بر پایه برداشت‌های حاصل از رفتار خانوارها و مراکز تجاری کوچک در خرید خدمات بانکی بنا شده است. این مقاله، با بهره‌برداری از گزارش مالی مصرف‌کنندگان، سعی دارد تا نحوه استفاده خانوارها از خدمات مالی و همچنین، مؤسسات ذریع را با توجه به تغییرات سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸ آزمایش و بررسی کند.

در کل، نتایج نشان می‌دهند که خانوارها سعی دارند تا در یک سطح کلی، خدمات عمده و خاص مالی

خویش، به ویژه حساب‌های جاری را از مؤسسات امانی محلی بدست آورند.

پیشگفتار

بر پایه تحلیل ضد تراست ادغام بانکی، می‌توان بازارهای بانکی را این چنین معنا کرد: مراکزی که از لحاظ جغرافیایی، محلی هستند و مجموعه تولیدات مالی ارایه شده توسط بانک‌های تجاری را در بر می‌گیرند. این مقاله با استفاده از اطلاعات موجود در گزارش‌های مالی مشتریان در سال ۱۹۹۸ موارد زیر را بررسی می‌کند:

۱- بررسی طریقه استفاده خانوارها از خدمات و مؤسسات مالی با توجه به تغییرات مشاهده شده در این زمینه در سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸.

۲- تحقیق پیرامون تمایل بسیار خانوارها نسبت به مؤسسات امانی محلی در جهت دریافت خدمات مالی.
۳- تفاوت میان مؤسسات امانی محلی با مؤسسات غیرامانی یا مؤسسات دور دست.

۴- بررسی دلایل مختلف پیرامون انتخاب یک مؤسسه مالی منفرد در زمینه خرید خدمات مالی توسط مشتریان.

در دهه ۱۹۹۰ مجموعه‌ای از تغییرات اساسی در صنعت بانکداری ایالات متحده مشاهده شد. در سال ۱۹۹۴، کنگره امریکا قانونی را با عنوان «کارایی بانک‌هاو شعب میان ایالتی Riegle-Neal» تصویب کرد. براساس این قانون، از تاریخ سپتامبر ۱۹۹۵ بانک‌هایی توانستند از طریق شرکت‌های مالک به امور بانکی در سراسر کشور بپردازند. همچنین، مطابق با این قانون، از تاریخ ژوئن

سال ۱۹۹۷ شعب بانک‌ها نیز فعالیت‌های خود را در سطح ملی گسترش دادند. این مصوبه، به قصد وسعت بخشیدن به حیطه فعالیت بانکی بین ایالتی در دهه ۱۹۸۰ به اجرا درآمده بود. این قوانین باعث شدند که برای پیشرفت و توسعه بانک‌ها، تلفیقات بانکی در سطح وسیعی اجرا شوند. بنابراین، تعداد سازمان‌های بانکی مستقل در اواخر سال ۱۹۸۰ از ۱۲،۳۴۲ به ۹،۲۱۱ در اواخر سال ۱۹۹۰ و به ۶،۷۴۲ در اواخر سال ۱۹۹۹ کاهش یافت و تعدادی از بزرگترین شرکت‌های مالی کشور حذف شدند و در نتیجه، تراکم سپرده‌های بانکی در ایالات متحده به طرز قابل توجهی افزایش یافت. همچنین، درصد سپرده‌های ملی با نظارت دو واحد از بزرگترین سازمان‌های بانکی از حدود ۲۰/۳ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۳۰/۷ درصد در سال ۱۹۹۹ افزایش یافت.

در سال‌های پیش، موانع موجود بر سر راه تلفیق بانک‌ها و سایر صنایع مالی نیز برداشته شده بود و مصوبه قانونی «Gramm-Leach-Bliley» موجب شد که در یک سطح بی‌مانند، بانک‌ها و شرکت‌های فعال در اوراق بهادار و همچنین، شرکت‌های بیمه با هم ادغام شوند. در حالیکه مصوبه «Glass-Steagall» در سال ۱۹۳۳ نتوانست چنین اقدامی را صورت دهد و موجبات جدایی بانک‌های تجاری و سرمایه‌گذاری را نیز فراهم آورد. ادغام میان سیتی بانک - تراولرز که باعث ایجاد بزرگترین سازمان بانکی در کشور شد، در واقع، اولین تلفیق بزرگی بود که از مصوبه قانونی ۱۹۹۹ ناشی می‌شد.

با وجود اینکه ایجاد بانک‌های بین ایالتی و تلفیق میان بخش‌های مالی اقتصاد، موجب ازدیاد تراکم خدمات در بانک‌ها شد، اما این امر لزوماً به معنای کاهش رقابت در بازارهای مالی نیست. اگرچه بانک‌های بین ایالتی تراکم مالی را افزایش دادند، اما اساساً بیشتر این ادغام‌ها میزان آن را در بازارهای بانکی محلی افزایش ندادند. قانون بانکی بین ایالتی و قانون «Gramm-Leach-Bliley» به عنوان رقبای بالقوه جدید در بازارهای مالی معرفی شدند. پیشرفت‌های حاصله در سال‌های اخیر در زمینه فن‌آوری الکترونیکی و همچنین، بازارهای مالی - حداقل از نظر تئوریک - موجب شد تا رقابت میان شرکت‌ها برای جذب مشتریان از فواصل دور آسان‌تر شود. این پیشرفت‌های فنی و قانونی، این سوال را بوجود می‌آورد که آیا سیاست ضدتراست در زمینه ادغام‌های بانکی باید به گونه‌ای اصلاح شود که با ساختار صنعت امروز هماهنگی داشته باشد یا خیر؟ وزارت دادگستری ایالات متحده و ناظران امور بانک فدرال رزرو متعهد شده‌اند که تحت ضوابط قانون شرکت مالک بانک‌ها، قانون ادغام بانکی و سایر قوانین مربوطه، قوانین ضدتراست را در سیستم بانکی کشور اجرا کنند. اگرچه هر یک از این نمایندگان برای تحلیل تأثیر بالقوه و رقابتی حاصل از یک ادغام

پیشنهادی، از روش‌های انحصاری خویش استفاده می‌کردند، اما در کل، تمامی آنها در تعریف بازار مطابق با تحلیل ضدتراست اتفاق نظر داشتند. مطابق با دستورالعمل‌های مربوط در زمینه ادغام افقی از جانب وزارت دادگستری و کمیسیون بازرگانی فدرال، بازار در تحلیل ضدتراست، یک ناحیه جغرافیایی محسوب می‌شود که یک یا مجموعه‌ای از خدمات مالی را به مشتریان آن ناحیه عرضه می‌دارد. همچنین، می‌توان آن را شرکت حداکثر کننده سود نامید که در تنظیم قیمت‌ها نقشی ندارد، اما در کل - چه در زمان حال و چه در آینده - تنها ارایه دهنده این گونه خدمات در آن ناحیه به شمار می‌رود و می‌تواند با در نظر گرفتن شرایط ثابت فروش تمامی تولیدات دیگر، این گونه خدمات را با ایجاد افزایش نامحسوس در قیمت، به مشتریان عرضه دارد.

در محبت ادغام‌های بانکی می‌توان بازارهای بانکی را بر پایه سه اصل تعریف کرد:

اصل اول: بازارها از لحاظ جغرافیایی محدود هستند؛ بازارهای شهری که اندازه تقریبی آنها در حدود نواحی مرکزی آماری (شهر و حومه اطراف آن) است، و بازارهای روستایی که از لحاظ اقتصادی، نواحی منسجمی هستند که اندازه تقریبی آنها در حدود یک یا دو روستاست. البته این امکان را هم باید در نظر گرفت که مراکز تجاری بزرگ و خانوارهای مرفه می‌توانند از مؤسسات مالی خارج از این محدوده نیز به راحتی استفاده کنند. بنابراین و با توجه به اصل اول، بازارها را می‌توان چنین معنا کرد: بهره‌برداری منسجم از خدمات بانکی و برآورده کردن نیازهای بانکی خانوارهای عادی و مراکز تجاری کوچک در مؤسسات مالی که در نزدیکی محل سکونت و کسب و کارشان واقع شده است.

اصل دوم: اینطور به نظر می‌رسد که بازار محصول محلی باید مجموعه‌ای از تولیدات و خدمات مالی را که به طور معمول و اولیه توسط کلیه بانک‌ها ارایه می‌شوند، در اختیار مردم آن ناحیه قرار دهد. اعتقاد بر این است که مشتریان اغلب تمایل دارند تا امور بانکی خویش را در مؤسساتی انجام دهند که اولاً، حساب عمده معاملاتشان در آنجا قرار دارد و ثانیاً، طیف کاملی از خدمات بانکی را در اختیارشان قرار دهد. با استفاده از اطلاعات مربوط به مجموع سپرده‌های بانکی، می‌توانیم اندازه نسبی شرکت‌ها را در این بازار محصول مشخص سازیم، زیرا وجوه بانکی تنها داده‌های قابل دسترس در نواحی جغرافیایی محلی محسوب می‌شوند.

اصل سوم: در نظر گرفتن رقابت غیرمستقیم مؤسسات امانی یا مؤسسات غیرامانی. با توجه به بررسی‌ها، عملیات ضدتراست ادغام بانکی باید موجب شود تا معیار استاندارد تراکم بازار (HHI) در حدود ۲۰۰ نمره یا بیشتر افزایش یابد تا به میزانی بالاتر از ۱۸۰۰ (سطح تعیین شده برای تعریف بازارهای بانکی با تراکم

خدماتی بالا) دست یابند. در صنایع دیگر، فرآیند ادغام تنها باید مقیاس HHI را تا حدود ۵۰ نمره بالا ببرد تا به ۱۸۰۰ یا بالاتر از این مقدار برسد، البته این خود بررسی‌های دیگری را موجب می‌شود. به علاوه، سپرده‌های مؤسسات امانی اغلب برای تشخیص منبع خاص رقابتی که بوجود می‌آورد، گاه به صورت جزئی یا به صورت کلی در محاسبه شاخص HHI استفاده می‌شوند.

رویه‌مرفته، پیرامون بکارگیری سیاست ضدتراست ادغام بانکی در ایالات متحده، نظریات جامعی از جانب استادان دانشگاه، بانکنداران و سیاستگذاران کشور ارایه شده است.

توسعه فن‌آوری هم اساساً موجب می‌شود که حداقل معقول میان خانوارها یا مراکز تجاری کوچک با مؤسسات مالی افزایش یابد، البته توجه به این امر ضروری است که با وجود فاصله بسیار، کدامیک از این دو می‌توانند امور بانکی خویش را به سهولت به انجام رسانند. مثلاً در گذشته، خود شخص مجبور بود که برای انجام معاملاتش شخصاً به مؤسسه مورد نظر برود، اما در زمان فعلی و با پیشرفت فن‌آوری‌های نوین، این قبیل امور از طریق تلفن، پست، دستگاه‌های خودپرداز (ATM) و یا رایانه به سهولت صورت می‌پذیرند. اگر فن‌آوری باعث کاهش اهمیت حضور فیزیکی شخص در انجام امور بانکی‌اش شود، به این ترتیب، دیگر ضرورتی برای محلی بودن بازارهای بانکی باقی نمی‌ماند. به علاوه، در دهه اخیر، کثرت ایجاد خدمات بانکی جدید باعث شده است که این گونه خدمات با خدمات سنتی بانک‌ها (از قبیل صندوق تعاون) به رقابت بپردازند. همچنین، شمار قابل توجهی از مؤسسات غیربانکی در حیطه فعالیت بازارهای بانکی وارد شده‌اند و به این ترتیب، بانک‌ها می‌توانند بیشترین خطوط تولیدی را تحت الشعاع قرار دهند (از قبیل مؤسسات مالی مصرفی و مؤسسات مالی رهنی).

در اینجا این سوال بوجود می‌آید که آیا تراکم خدمات بانکی یا مفهوم بازارهای بانکی مطابقت دارد؟ در پاسخ به این سوال می‌توان گفت که اگر مشتریان تمایل یابند تا امور بانکی خویش را در بانک‌های پیشرفته یا خدمات کامل و تراکم بالا انجام دهند، یا اینکه بانک‌ها مجموعه خطوط تولیدی را در سطح وسیعی به خود اختصاص دهند، در این صورت، تحلیل سنتی این موضوع ممکن است گمراه‌کننده باشند. در آخر، تحلیلگران متوجه شدند که موانع موجود بر سر راه ورود مؤسسات غیربانکی به خطوط صنعت بانکنداری، با پیشرفت‌های فن‌آوری و قانونی کاهش یافته است. اگر نیروی بالقوه این گونه مؤسسات از نیروی بالفعل آنها قویتر باشد، موجب می‌شود که حدود استاندارد تراکم کاملاً نادیده گرفته شود، یعنی در واقع، توانش مؤسسات

غیربانکی برای ورود به بازارها زیاد باشد؛ در این صورت، این امر منجر به تراکم خدمات در یک ناحیه می‌شود. اینک سعی خواهیم کرد تا با بهره‌برداری از گزارش‌های مالی مشتریان در هیأت فدرال رزرو، نحوه استفاده خانوارها از خدمات و مؤسسات مالی را بررسی کنیم. مطابق با گزارش‌های مالی مشتریان، اطلاعات بسیار جزیی پیرامون حساب‌ها، وام‌ها و مؤسسات مالی قابل دسترس مشتریان و خانوارها جمع‌آوری می‌شود. با توجه به گزارش‌های موجود در سال‌های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۲، تحلیلگران شواهدی مبنی بر اثبات نظریه محلی بودن بازارهای بانکی و همچنین، از دیدگاه تراکم خطوط تولید در برخی از بانک‌ها ارایه دادند. در ادامه بحث، شیوه‌های نوین استفاده خانوارها از خدمات و مؤسسات مالی در زمان حال مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

تحقیق پیرامون بازارهای بانکی

تحقیقات مختلف طی سال‌ها ثابت کرده‌اند که میان نرخ بهره و میزان تراکم در نواحی مرکزی ارتباط وجود دارد. در این مقاله با تکیه بر داده‌های دهه ۱۹۸۰، Berger and Hannan ثابت کردند که نرخ سپرده در نواحی مرکزی - مراکزی که صنایع بانکداری نسبتاً در آنها متمرکز شده‌اند و همچنین، عامل مهمی برای نظارت بر سایر عوامل موثر بر نرخ بهره هستند - روبه کاهش می‌باشد. Rhoades با بهره‌گیری از اطلاعات پیرامون میزان وام در ۲۰ شهر طی سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۸۸ ثابت کرد که نرخ بهره رهنی در شهرهایی که تراکم نسبتاً بالایی دارند، روبه افزایش است. نظم مستحکم میان این نظریات تجربی می‌تواند از نظریه محلی بودن بازارهای بانکی حمایت کند. نحوه اکتساب خدمات مالی توسط خانوارها و مراکز تجاری کوچک و تمایل این افراد به بانک‌های نزدیک محل سکونت و کسب و کارشان نیز می‌تواند خوددلیلی بر ضرورت محلی بودن بانک‌ها محسوب شود. همچنین، Elliehausen and Wolken در یافتند که ۵۰ درصد از خانوارها، حساب جاری خویش را در موسساتی افتتاح می‌کنند که در دو مایلی محل سکونت و کسب کارشان واقع است و ۷۵ درصد از آنها در ۱۱ مایلی آن، به علاوه، بخش عمده‌ای از خانوارها بیش از یک حساب با وام در مؤسسه حساب جاری شان دارند و این خود می‌تواند برای اثبات مقوله تراکم خدمات مالی در یک مؤسسه مفید باشد. در بررسی‌های دیگری که توسط این محققان و با توجه به گزارش‌های ملی درباره امور مالی مراکز تجاری کوچک در سال ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۸ صورت گرفت، اثبات شد که این مراکز نیز کاملاً در نزدیکی مؤسسه‌ای قرار دارند که خدمات مالی شان را در آنجا انجام می‌دهند.

در اواسط دهه ۱۹۹۰ برخی از محققان اثبات کردند که طریقه استفاده خانوارها و مراکز تجاری از خدمات مالی کمابیش و تا حدودی تغییر یافته است و در نتیجه،

برای تعریف بازارهای بانکی باید از اطلاعات نوین و روزمره استفاده کرد نه از واکنش افراد در برابر نوسانات قیمت. این، بدان معناست که نتایج بررسی اندازه‌گیری حیطه فعالیت شرکت‌ها، بر تعریف بازارهای اقتصادی حقیقی ترجیح دارد، زیرا با تعیین این محدوده، می‌توان محدودیت‌های جغرافیایی را در تعریف بازارهای بانکی حذف کرد و در کل، می‌توان گفت که گستره فعالیت بازارهای بانکی بسیار وسیع‌تر از محدوده‌های جغرافیایی است، زیرا خانوارها می‌توانند از مؤسسات بانکی دور دست نیز استفاده کنند و خدمات مالی خویش را بدست آورند. برآورد کثرت تقاضا برای افتتاح سپرده‌های بانکی نشان می‌دهد که تقاضا کاملاً انعطاف‌ناپذیر است. از طرف دیگر، قیمت، عاملی اصلی در ارتباط با افتتاح سپرده‌های بانکی خانوارها محسوب می‌شود. برخی از تحقیقات اخیر هم نشان می‌دهند که دسترسی به بازارهای بانکی از لحاظ جغرافیایی در دهه ۱۹۹۰ گسترش یافته است. Radecki اثبات کرد که در برخی از ایالات، بانک‌های بزرگ نرخ بهره را بر پایه اصول ایالتی تنظیم می‌کنند که این امر نمایانگر کاهش حساسیت در برابر شرایط متفاوت بازار محلی است. همچنین، این شخص با استفاده از داده‌های سال ۱۹۹۶ نشان داد که هیچ گونه رابطه‌ای میان نرخ بهره و تراکم در مراکز پایتخت‌نشین (مرکزی) وجود ندارد. Cymak and Hannan با تحلیل اطلاعات پیرامون وام‌های مراکز تجاری کوچک تحت قانون سرمایه‌گذاری مجدد جامعه، اثبات کردند که رشد قابل توجهی در وام‌گیری تعدادی از مؤسسات خارج از محدوده بازار میان سال‌های ۱۹۹۶ و ۱۹۹۸ وجود دارد. Petersen and Rajan هم دریافتند که در میان مراکز تجاری کوچک در سال ۱۹۹۳، روابط سیستم بانکداری اخیر با مؤسسه مالی نسبت به سال‌های گذشته بسیار کمتر شده است. اگرچه این نظریات نمایانگر گستردگی حیطه فعالیت جغرافیایی بازارها هستند، اما آنها لزوماً مرتبط با تعریف بازارها نیستند. همچنین، Heitfield متذکر شد که یکسان‌سازی قیمت‌ها - همانطور که در نظریه Radecki منظور شده است - لزوماً تعیین‌کننده گستره جغرافیایی بازارها نیست و همچنین، به معنای این نیست که بازارها از لحاظ جغرافیایی بزرگ هستند. این محقق نشان داد که شواهد حاصل از عملکرد بانک‌های کوچکتر در بازارها، از محلی بودن بازارها از نظر جغرافیایی حمایت می‌کند. نظریات فعلی در مقابل معقد هستند که محدودیت‌های جغرافیایی در زمینه بکارگیری خانوارها و مراکز تجاری کوچک از خدمات مالی حایز اهمیت هستند و می‌توانند عامل اساسی برای قیمت‌گذاری در نواحی مرکزی و پایتخت‌نشین محسوب شوند.

در کل، فهم سوالات زیر بسیار ارزشمند و با اهمیت است:

۱- میزان اهمیت مؤسسات امانی از دید خانوارها برای خرید خدمات مالی تا چه حدی است؟

۲- آیا استفاده از مؤسسات بسیار دور دست در میان تولیدات مالی و همچنین، در میان مشتریان جامع و گسترده است؟

۳- آیا روش ایجاد تراکم خدمات بانکی در یک مؤسسه هنوز رایج و متداول است؟

گزارش مالی مشتریان (بررسی وضعیت مالی و صورت‌های مالی مشتری)

گزارش مالی مشتری، یک گزارش سه ساله است که توسط هیأت فدرال رزرو سازماندهی می‌شود. در این گزارش، اطلاعات کاملاً جزیی پیرامون دارایی‌ها، بدهی‌ها و نحوه استفاده خانوارها از خدمات مالی و سایر تولیدات مالی جمع‌آوری می‌شود. از سال ۱۹۸۹، گزارشگران پرسشنامه‌ای را در اختیار مشتریان قرار می‌دهند که در آن پیرامون مؤسسه مالی که مشتری استفاده می‌کند و همچنین، نوع مؤسسه و میزان مسافت آن - در حدود ۵۰ مایل فاصله از محل سکونت یا محل کسب و کار - سوالاتی پرسیده می‌شود و مشتریان هم می‌توانند با رجوع به مؤسسه مالی شان به این سوالات پاسخ دهند. این گزارش‌ها اطلاعات لازم برای استفاده خانوارها از مؤسسات مالی و همچنین، نوع تغییرات حاصل شده در نحوه عملکرد آنها را در اختیار هیأت فدرال رزرو قرار می‌دهند. بر این اساس، مؤسسات به دو دسته تقسیم می‌شوند:

۱- مؤسسات امانی: بانک‌های تجاری - مؤسسات پس‌انداز (شرکت پس‌انداز و وام، بانک پس‌انداز) - اتحادیه اعتباری،

۲- مؤسسات غیرامانی: شرکت‌های مالی - بنگاه‌های دلالی یا کارگزاری - مؤسسات وام‌دهنده برای مستغلات و رهن و همچنین، سایر مؤسسات مربوطه. در کل، بانک‌ها مهمترین ارایه‌دهندگان مجموعه خدمات مالی از لحاظ سنتی هستند. انواع خدمات مالی هم که در بازارهای بانکی ارایه می‌شوند، عبارتند از حساب‌های جاری، حساب پس‌انداز، حساب بازار پول (حساب سپرده بازار پول و صندوق تعاونی بازار پول)، گواهی سپرده (CD)، حساب‌های بانکشستی، حساب‌های IRA و Keogh، حساب‌های دلالی، حساب‌های مؤسسات امانی و سایر دارایی‌های نظارت‌شده از قبیل مستمری‌ها، رهن اول و رهن دوم (رهن متأخر)، وام برای وسایل نقلیه، وام مسکن روی سند محل سکونت اصلی و سایر خطوط اعتبار و وام‌های مصرفی.

مقایسه مؤسسات سپرده‌پذیر (امانی) با مؤسسات غیر سپرده‌پذیر (غیرامانی)

در جدول شماره یک میزان استفاده از انواع مختلف مؤسسات از سال ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸ نشان داده می‌شود. در

جدول شماره یک

درصد استفاده خانوارها از مؤسسات مالی مختلف در دوره ۹۸-۱۹۸۹

نوع مؤسسات	۱۹۸۹	۱۹۹۲	۱۹۹۵	۱۹۹۸
همه مؤسسات	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
مؤسسات امانی (سپرده پذیر)	۹۹/۲	۹۹/۲	۹۹/۳	۹۸/۴
بانک‌های تجاری	۷۸/۷	۸۵/۲	۸۵/۲	۸۳/۲
مؤسسات پس انداز	۴۲/۷	۳۱/۰	۲۵/۱	۲۳/۵
اتحادیه‌های اعتباری	۳۰/۶	۲۵/۷	۳۸/۸	۳۶/۸
مؤسسات غیرامانی	۲۷/۵	۴۲/۱	۵۱/۳	۶۲/۳
شرکت‌های مالی	۷/۸	۱۲/۷	۱۸/۲	۲۲/۹
شرکت‌های دللی (کارگزاری)	۱۵/۰	۲۲/۳	۲۸/۳	۳۴/۹
شرکت‌های مالی رهنی	۶/۲	۱۴/۳	۱۵/۷	۲۱/۲
دیگر مؤسسات غیرامانی	۰/۹	۲/۳	۲/۲	۴/۹

دلالی به وضوح مشاهده می‌شد، به طوریکه متوسط مسافت تا یک شرکت رهنی تقریباً ۵۰ مایل در ۱۹۸۹ بود.

۳- گرایش مردم به سمت مؤسساتی که در فواصل دور هستند، بیشتر است، به ویژه استفاده از مؤسسات غیرامانی دور (غیرمحل) متداول شده است.

۴- مؤسسه محلی، مؤسسه‌ای است که در ۳۰ مایلی محل سکونت یا کسب و کار باشد. برای مثال، در سال ۱۹۹۸، حدود ۹۴ درصد از حساب‌های جاری در مؤسسات محلی افتتاح شده‌اند و در سال ۱۹۸۹ حدود ۹۷ درصد.

۵- تعداد حساب‌های پس‌انداز و گواهی سپرده در مؤسسات محلی اکت چندانی نداشته است، اما در مقابل، حساب‌های بازار پول از ۹۱ درصد، به ۸۰ درصد تنزل یافته‌اند که این میزان، کاهش قابل توجهی محسوب می‌شود.

۶- حساب‌های Keogh/IRA کاهش یافته‌اند، به طوری که از ۸۸ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۶۶ درصد در سال ۱۹۹۸ رسیده‌اند و این امر می‌تواند نمایانگر تمایل بسیار مردم نسبت به صندوق‌های تعاونی و سایر مراکز سرمایه‌گذاری از طریق انتشار سهام باشد.

۷- میزان دریافت انواع وام‌ها از مؤسسات محلی کاهش یافته است و همچنین، وام‌های رهنی، وام‌وسایل نقلیه و سایر وام‌های مصرفی در حدودی بیش از ۲۰ درصد کاهش داشته‌اند و تنها خطوط اعتبار سهم خود را (حدود ۸۰ درصد) در این مؤسسات حفظ کرده‌اند.

۸- طی سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸ حدود ۹۵ درصد از خانوارها از مؤسسات امانی محلی استفاده کرده‌اند و این سهم در مورد بانک‌های تجاری حدود ۳٪ افزایش یافته است.

۹- در سال ۱۹۹۸ بیش از نیمی از خانوارها از مؤسسات غیرمحل استفاده کرده‌اند که این میزان نسبت به سال ۱۹۸۹ حدود ۱٪ افزایش یافته است.

۱۰- استفاده از مراکز امانی - غیرمحل توسط خانوارها از ۱۵ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۲۶ درصد در سال ۱۹۹۸ رسیده است، در حالی که استفاده از مراکز غیرامانی - غیرمحل بیش از ۳۰ درصد افزایش یافته، یعنی از ۱۱ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۴۲ درصد در سال ۱۹۹۸ رسیده است.

۱۱- خانوارهایی که جوان‌تر و یا پردرآمدتر هستند، بیشتر از مؤسسات غیرمحل استفاده می‌کنند، به دو دلیل: ۱- سن، ۲- چگونگی توزیع درآمد.

۱۲- طی سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸، استفاده از مؤسسات غیرمحل در حدود ۱۵ درصد افزایش یافته است و در کل، حدود ۹۰ درصد از خدمات مالی مانند حساب جاری، حساب پس‌انداز و گواهی سپرده هنوز در بازارهای محلی ارائه می‌شوند.

(سپرده‌پذیر) آرایه می‌شوند. این انتقالات می‌تواند نمایانگر عواملی باشد که بر گسترش حیطه بازارهای اعتباری در ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته مؤثر بوده‌اند. این عوامل عبارتند از توان سنجی خطوط اعتبار به صورت خودکار، اوراق بهادار، تبلیغات گسترده تجاری و جلب مشتریان. با وجود این، این امکان هم وجود دارد که موضوع دوری از مؤسسات سپرده‌پذیر (امانی) بسیار بزرگ جلوه داده شود، اما برخی از مؤسسات شناخته شده به عنوان یک شرکت مالی ممکن است از شرکت‌های وابسته به بانک‌ها محسوب شوند. به طور متوسط اگر چه هنوز استفاده از مؤسسات امانی رایج و متداول است، اما استفاده از سایر مؤسسات نیز رشد چشمگیری داشته است، به ویژه برای افتتاح حساب‌های Keogh/IRA و بیشتر انواع وام‌ها. مؤسسات امانی نیز به وضوح به عنوان تنها آرایه دهنده حساب‌های جاری، حساب‌های پس‌انداز، گواهی سپرده و خطوط اعتباری محسوب می‌شوند.

مؤسسات محلی در مقایسه با مؤسسات غیرمحل

همانطور که ذکر شد، حفاصل میان خانوارها و مؤسسات سپرده‌پذیر معمولاً کاهش یافته است. گزارش سال ۱۹۹۸ عملاً نشان می‌دهد که هیچ‌گونه تغییری در این رابطه صورت نپذیرفته است. طی بررسی‌های صورت گرفته در سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸ به نتایج زیر دست یافتیم:

۱- فاصله متوسط میان خانوارها و مؤسسات امانی آنها در سال ۱۹۹۸ حدود ۳ مایل بود که این فاصله از سال ۱۹۸۹ تغییر نکرده است. برای مثال، این فاصله در هفتاد و پنجمین صدک از ۸، به ۱۰ مایل و در نوزدهمین صدک از ۲۵، به بیش از ۵۰ مایل افزایش یافته است.

۲- فاصله متوسط میان خانوارها و مؤسسات غیرامانی افزایش چشمگیری داشته است (از ۲۰ مایل در سال ۱۹۸۹، به بیش از ۵۰ مایل در سال ۱۹۹۸). به ویژه این فاصله برای استفاده از شرکت‌های مالی و بنگاه‌های

میان خانوارهایی که انواع حساب بانکی یا وام دارند، معادل ۹۸ درصد آنها در سال ۱۹۹۸ از مؤسسات امانی (سپرده‌پذیر) استفاده کرده‌اند، اما این رقم با سال ۱۹۸۹ تغییر نامحسوسی داشته است. تمایل به استفاده از بانک‌های تجاری و افتتاح حساب در بانک‌ها و اتحادیه‌های اعتباری از سال ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۸ افزایش یافته است. در همان زمان، تعداد خانوارهایی که از مؤسسات غیرامانی استفاده می‌کردند، به طور اساسی افزایش یافته و تقریباً از ۳ درصد در سال ۱۹۸۹ رسیده است. تعداد خانوارهایی که از انواع مؤسسات غیرامانی از قبیل شرکت‌های مالی، بنگاه‌های دلالی، شرکت‌های رهنی و سایر مؤسسات مربوطه استفاده می‌کردند نیز چندین برابر شده است. به منظور فهم عواملی که موجب رشد فزاینده استفاده خانوارها از مؤسسات غیرامانی می‌شوند، لازم است که انواع خاص حساب‌های بانکی، وام‌ها و همچنین، سایر مؤسساتی که این‌گونه خدمات را ارائه می‌دهند، بررسی شوند. مطابق با این بررسی، در سال‌های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۸ در حدود ۹۸ درصد از حساب‌های جاری در مؤسسات امانی افتتاح شدند و در طی این سال‌ها بیش از ۹۵ درصد از حساب‌های پس‌انداز و گواهی‌های سپرده در مؤسسات امانی (سپرده‌پذیر) آرایه گردیدند. اما در کل، کاهش محسوسی در زمینه افتتاح سایر انواع حساب‌ها در این مراکز بوجود آمد.

همچنین، تمایل افراد به سمت صندوق‌های تعاونی و سایر سرمایه‌گذاری‌ها از طریق انتشار سهام برای چنین حساب‌هایی افزایش یافت. اخذ وام‌های بانکی از قبیل وام رهنی، وام‌وسایل نقلیه و سایر وام‌های مصرفی در مؤسسات امانی تنزل یافت و این‌گونه وام‌ها به شرکت‌های مالی مصرفی و رهنی و سایر وام‌ها در مؤسسات غیرامانی منتقل شد. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در این زمینه، در حدود بیش از ۸۰ درصد از خطوط اعتبار (سهام داخلی و دیگران) در مراکز امانی

جدول شماره دو

درصد استفاده خانوارها از مؤسسات مختلف در دوره ۹۸-۱۹۸۹

نوع مؤسسات	مؤسسات اولیه (اصلی)				مؤسسات دیگر (غیراصلی)			
	۱۹۸۹	۱۹۹۲	۱۹۹۵	۱۹۹۸	۱۹۸۹	۱۹۹۲	۱۹۹۵	۱۹۹۸
همه مؤسسات	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰
مؤسسات امانی (سپرده پذیر)	۹۶/۵	۹۶/۸	۹۶/۷	۹۵/۰	۶۴/۷	۶۷/۶	۶۷/۶	۶۴/۲
بانک های تجاری	۶۴/۶	۷۱/۵	۷۰/۷	۶۷/۳	۳۶/۸	۴۵/۹	۴۷/۸	۴۶/۱
مؤسسات پس انداز	۲۲/۴	۱۳/۳	۱۱/۳	۱۲/۱	۲۷/۲	۲۱/۵	۱۷/۱	۱۴/۵
اتحادیه های اعتباری	۹/۵	۱۱/۹	۱۴/۷	۱۵/۵	۲۲/۹	۲۶/۵	۲۷/۳	۲۴/۸
مؤسسات غیر امانی	۳/۵	۳/۲	۳/۳	۵/۰	۲۵/۵	۴۰/۳	۵۰/۱	۵۹/۹
شرکت های مالی	۱/۰	۰/۸	۰/۸	۱/۲	۷/۰	۱۲/۱	۱۷/۶	۲۱/۹
شرکت های دلالی (کارگزاری)	۱/۳	۱/۱	۱/۶	۲/۵	۱۴/۰	۲۱/۷	۲۷/۶	۳۳/۵
شرکت های رهنی	۱/۲	۱/۲	۱/۲	۰/۸	۵/۲	۱۳/۱	۱۴/۹	۲۰/۵
دیگر مؤسسات	۰/۰	۰/۲	۰/۲	۰/۵	۰/۹	۲/۱	۲/۱	۴/۵

تراکم خدمات مالی

همانطور که قبلاً ذکر شد، قضاوت و نمایندگان ضد تراست درباره ادغام های بانکی، بازار محصول مربوطه را اینچنین معنا کرده اند: بازارهای بانکی آنها می هستند که شامل طیف کاملی از خدمات ارائه شده توسط بانک های تجاری باشند. مشتریان بانکها به دلایل مختلف از قبیل کسب مزایای ثابت (بسته به اولویت های

مصرف کننده) و همچنین، مقرون به صرفه بودن هزینه های صورت گرفته، سعی می کنند تا خدمات مالی خویش را از طریق مؤسسه امانی اولیه شان به طور پیوسته بدست آورند. در جدول شماره دو انواع مؤسساتی که توسط خانوارها به عنوان مؤسسات اولیه (اصلی) استفاده می شوند، به طور کامل مشخص شده اند. این جدول نشان می دهد که تعداد این مؤسسات چندان دستخوش تغییرات نشده است. نتایج حاصل از این جدول به شرح زیر است:

۱- در سال ۱۹۹۸، معادل ۹۵ درصد از خانوارها، یک مؤسسه را به عنوان مؤسسه اصلی و اولیه خویش در نظر گرفته اند و در سال ۱۹۸۹ این میزان به ۹۷ درصد رسیده است.

۲- سهم بهره برداری از بانک های تجاری از ۶۵ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۶۷ درصد در سال ۱۹۹۸ افزایش یافته، در حالیکه سهم استفاده از اتحادیه های اعتباری از ۱۰ درصد، به ۱۶ درصد رسیده است.

۳- تعداد خانوارهایی که حساب یا وام در مؤسسات دیگر - به جز مؤسسه اصلی شان - داشته اند، از ۷۱ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۸۲ درصد در سال ۱۹۹۸ رسیده است.

۴- سهم استفاده از صندوق های سپرده گذاری غیر اولیه در حدودی کمتر از ۳٪ از آستانه ثابت مانده و دیگر تغییری نکرده است.

۵- سهم استفاده از صندوق های غیر امانی -

۱۹۹۸ می توان فهمید که خانوارها برای کسب برخی از خدمات بانکی از قبیل حساب های جاری هنوز از مؤسسات امانی به صورت گسترده استفاده می کنند. برای آرایه سایر خدمات مانند کلیه انواع وامها - به استثنای خطوط اعتبار - میان بانکها و مؤسسات غیر امانی رقابت های شدیدی شکل گرفته است. متشابهاً، خانوارها هنوز هم برای دستیابی به برخی از خدمات مالی شان به شرکت های مالی محلی تکیه می کنند، اما در کل، شمار آرایه دهندگان غیر محلی این خدمات در حال افزایش چشمگیر است. به علاوه، برخی از خدمات را باید تنها از مؤسسات امانی خریداری کرد. این گونه خدمات، همان خدماتی هستند که به طور محلی بدست آورده می شوند. وجود خدماتی چون حساب های معاملات عمده، گواهی سپرده و خطوط اعتبار، نشان می دهد که نظریه

فعلی مقامات مسوول ضد تراست در تعریف بازارهای محلی محدود شده به مؤسسات امانی، به طور دقیق بازتابی از شرایط رقابتی است. نتایج بررسی های صورت گرفته پیرامون تراکم خدمات نیز به طور وضوح سیاست فعلی حمایت نمی کنند. اگرچه تعداد خدمات مالی که خانوارها از مؤسسات اولیه شان خریداری می کنند، افزایش یافته، اما درصد خدمات خریداری شده در مؤسسات اولیه در سال های اخیر کاهش یافته است. اگر مقامات مسوول ضد تراست پیوسته برای تعریف بازار محصول به تراکم خدمات بانکی تکیه کنند، به رغم افزایش اعتماد خانوارها به تعداد کثیری از آرایه دهندگان خدمات مالی، این امر احتمالاً باعث می شود که در نظر گرفتن مؤسسات امانی - محلی به عنوان تنها رقیب در بازار، به مراتب سخت تر شود. از طرف دیگر، اگر برای تعریف تراکم خدمات بانکی، محدودیت بیشتری اعمال شود، یا اگر خطوط تولید مثل حساب های معاملات جاری از بازار محصول در نظر گرفته شوند، واضح است که برخی از بازارهای اصلی پیوسته محدود به مؤسسات محلی خواهند بود.

پیرامون این نتیجه، ذکر یک هشدار هم ضرورت دارد: این نتایج تنها رفتار فعلی خانوارها را منعکس می سازد، اما نشان آن نیست که اگر اکثر مؤسسات محلی به طور متحد قیمت ها را افزایش دهند، چه پیش خواهد آمد. همچنین، مراکز تجاری کوچک مهمترین مصرف کنندگان خدمات بانکی به شمار می روند و ممکن است که نسبت به خانوارهای مورد بررسی در این مقاله، کمتر یا بیشتر مجبور به استفاده از مؤسسات محلی شوند. سرانجام، پیشرفت های حاصله در فن آوری الکترونیکی به سرعت روبه رشد است و می تواند به مباحث ذکر شده در گزارش مالی ۱۹۹۸ جامه عمل بپوشاند. بنابراین، در تحقیقات بعدی لازم است که درباره عوامل مؤثر بر پیشرفت های فن آوری، اطلاعات بیشتری جمع آوری شود.

غیر اولیه از ۱۰ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۳٪ در سال ۱۹۹۸ افزایش یافته است.

در کل، با توجه به این روند، می توان گفت که خانوارها در مورد برخی از خدمات مالی نباید حتماً آنها را از مؤسسه مالی اولیه شان بدست آورند و این گونه محدودیت ها نسبت به ده سال پیش کمتر شده است. همچنین، تمامی مؤسسات غیر امانی به پیشرفت های بزرگی نایل شده اند. همچنین، طی بررسی های انجام شده در این رابطه نشان داده شد که سهم حسابها و وامها در مؤسسات اولیه روبه کاهش است و از ۵۶ درصد در سال ۱۹۸۹، به ۴۷ درصد در سال ۱۹۹۸ رسیده است، برای مثال، سهم حساب های جاری ثابت مانده است، حساب های پس انداز، حساب های بازار پول، گواهی سپرده و خطوط اعتبار نوساناتی داشته اند، اما در سال ۱۹۹۸ در حدود ۵۰ درصد یا بیشتر ثابت مانده اند. در مقابل، سهم حساب های IRA/Keogh از ۲٪، به ۱٪ کاهش یافته و کاهش تعداد وام های رهنی، وام وسایل نقلیه و سایر وام های مصرفی قابل توجه بوده است. سهم خانوارهایی که بیش از یک حساب در یک مؤسسه اولیه داشته اند، بین سال های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۸ از ۵۷ درصد، به ۶۴ درصد افزایش یافته است. در سال ۱۹۸۹ و ۱۹۹۸ معمول ترین ترکیب خدمات مالی شامل حساب جاری و حساب پس انداز می شود.

در کل، نتیجه حاصل از این بررسی ها نشان می دهد که با وجود اینکه سهم خدمات بانکی کسب شده از مؤسسات اولیه از سال ۱۹۸۹ افت کرده، اما گرایش به سمت این گونه مؤسسات هنوز به قوت خود باقی است و هنوز مشتریان ترجیح می دهند که خدمات مالی خویش را با هم و در یک مؤسسه انجام دهند. اما در عین حال، باید متذکر شد که این رجحان در میان مشتریان یک امر نسبی است.

خلاصه

با شواهد حاصل از گزارش مالی مشتریان در سال