

ИРГЭДИЙН ХАДГАЛАМЖИД МЭДЭЭЛЛИЙН ТЭГШ БУС БАЙДАЛ НӨЛӨӨЛӨХ НЬ

Ө.Тайван¹

Хураангуй: Энэхүү өгүүлэлд иргэдийн хадгаламжийн зах зээл дээрх мэдээллийн тэгш бус байдлыг авч үзсэн бөгөөд хадгаламжийн зах зээл дээр цөөн банкууд байгаа нь шинээр зах зээлд үйл ажиллагаа явуулж байгаа татан буугдах магадлалын талаарх тэгш бус мэдээллийн үр дагавар гэж үзсэн болно. Хадгаламж эзэмшигчид тэгш бус мэдээлэлтэй байх нөхцөлд (банкны талаар бодит мэдээллийг авч чадахгүй байх үед) төлбөрийн чадвар сайтай банкууд зах зээлд нэвтрэхэд хүндрэл, бэрхшээлтэй тулгардаг бөгөөд энэ байдал нь тэдгээр банкуудын үйл ажиллагааны зардалд нөлөөлдөг. Зардал өндөр байснаар тэдгээр банкууд алдагдалтай ажиллахад хүрч зах зээлээс гарахаас өөр аргагүй болдог. Тиймээс энэхүү үр дагавраас сэргийлэхийн тулд банкуудад өөрсдийн төлбөр чадвар, санхүүгийн мэдээллийг олон нийтэд хүргэх шаардлагыг зохицуулах байгууллагаас тавих, банкуудыг үнэлэх тогтолцоог бүрдүүлэх шаардлагатай байна.

Түлхүүр үгс: Хадгаламжийн зах зээл, тэгш бус мэдээлэл, хадгаламжийн даатгал, хадгаламжийн зах зээлд баримтлах бодлого, банкны төлбөрийн чадвар

Abstract: This article considers the individual savings market of Mongolia and how assymetric information influences on performances of this market. Reinforcement of dominance of few banks in market is explained as a consequence of assymetric information about probabillity of failure of new bank. Under assymetric information a prudent and reliable bank face market barrier and will result in increase in bank's operating expense, consequently bank encountered to leave the market. We find that in order to reduce this consequence, there is necessity to set requirements to disclose banks prudential information to public by themselves and introduce ratings system of banks.

Keywords: Savings market, Assymetric information, Deposit insurance, Policy on savings market, Bank insolvency

¹ Монголбанк, (E-mail): taivan@mongolbank.mn

Удиртгал

Аливаа зах зээл дээр үйлчилгээг сайжруулахад өрсөлдөөн зайлшгүй чухал байдаг. Банкны зах зээл дээр хэрэглэгчдэд найдвартай үйлчилгээг хүргэх, тэр дундаа хадгаламжийн зах зээлийн үр ашиг, үйлчилгээний чанарыг дээшлүүлэхэд өрсөлдөөний орчныг бий болгох хэрэгцээ шаардлага чухал байдаг. Энэ утгаар нь хамгийн гол нь төлбөрийн чадвар, өөрийн хөрөнгийн хүрэлцээний үзүүлэлт сайн, санхүүгийн бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанар өндөр, найдвартай үйл ажиллагаатай банкуудыг зах зээлд гарч ирэх, улмаар энэхүү зах зээлд үйл ажиллагаа явуулах нөхцлийг бүрдүүлэх нь банк санхүүгийн зах зээлийн тогтвортой байдалд чухал хэрэгтэй юм. Санхүүгийн зах зээлд тогтвортой байдлыг бий болгохын тулд авч хэрэгжүүлэх шаардлагатай зарим саналыг энэхүү судалгаагаар дэвшүүлэхийг зорьсон болно. Хадгаламжийн зах зээл дээр цөөн тооны банкуудын ноёрхол нь жижиг банкуудын санхүү, төлбөрийн чадварын мэдээлэл тэгш бус байгаатай холбоотой. Мэдээллийн тэгш бус байдал нь зарим хариуцлагатай, найдвартай банкуудыг зах зээлээс гарах нөхцлийг бүрдүүлдэг бөгөөд тиймээс хариуцлагатай банкныг зах зээлд үйл ажиллагаа явуулах боломжийг бүрдүүлэхийн тулд мэдээллийг нь бүрдүүлэх боломжоор хангах нь зайлшгүй чухал юм.

Судлагдсан байдал

Хадгаламжийн зах зээлийн орчин, нөхцөл болон зах зээл дээрх мэдээллийн тэгш бус байдлын талаар судалгаа нэлээд хийгдсэн байдаг. Акерлоф [2]-ын үзэж байгаагаар бараа, үйлчилгээг нийлүүлэгчдийн талаар тодорхой мэдээлэл байхгүй үед бараа, үйлчилгээний зах зээл зөв ажиллаж чаддаггүй. Тиймээс зах зээлд нийлүүлж байгаа бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанарын талаар мэдээллийг ил тод болгохын тулд бараа, бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг нийлүүлэгч нь ямар дохиоллыг ашиглах нь чухал ач холбогдолтой байдаг. Түүний үзэж байгаагаар үнэ, зар сурталчилгааны зардлыг бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний дохиолол болгон ашигладаг бөгөөд тэрээр бүтээгдэхүүн, үйлчилгээний чанарын тодорхой бус байдлын үед бэлтгэн нийлүүлэгчийн зүгээс бүтээгдэхүүний чанарын талаарх мэдээллийг хэрэглэгчид хүргэх боломжийг судлах загварыг боловсруулсан байна. Клейн нар [7], Багвел [3] нар бүтээгдэхүүний үнийг бүтээгдэхүүний чанарын талаарх мэдээллийн талаарх дохиолол ашигласан байдаг. Нелсон [11], Килсторм нар [6], Милгром нар [10] зар сурталчилгааны зардал зарим талаар бүтээгдэхүүний чанарын дохиолол болж чаддаг гэж үзсэн.

Деватрипонт нар [4] банкны хуулийн зохицуулалтын хүрээнд мэдээллийн тэгш бус байдлыг авч үзсэн байдаг. Банк нь moral hazard болон сөрөг сонголтод өртөх магадлал өндөр байдаг. Учир нь жижиг хадгаламж эзэмшигчдийн хувьд банкинд хяналт тавих үүрэг нь илүү төвөгтэй, зардал өндөртэй, цаг хугацаа шаардсан ажил байдаг. Хадгаламж эзэмшигчид банкны үйл ажиллагааны талаарх зарим мэдээллийг судлан шинжлэх бололцоо муу, банкинд хяналт тавих үүргийг хэрэгжүүлэх идэвхи санаачилга муу байдаг. Ийм учраас хадгаламж эзэмшигчдийн хувийн болон төрийн төлөөлөл байх шаардлагатай байдаг. Жижиг хадгаламж эзэмшигчдийг хамгаалах үндсэн 3 арга байдаг бөгөөд эдгээр нь нэр хүндийн, үйл ажиллагаанд нь рейтинг тогтоох, хадгаламжийн

бүрэн болон хэсэгчилсэн даатгалаар дамжуулан эрсдэлийг шууд зохицуулах арга байдаг. Эдгээрээс манайд хадгаламжийн системийг нэвтрүүлсэн байдаг. Банкуудын хувьд иргэдийн хадгаламжийн зах зээлд амжилттай үйл ажиллагаа явуулахын тулд банкны найдвартай харилцагчдаа банкны талаар дохиолол өгөх шаардлагатай байдаг.

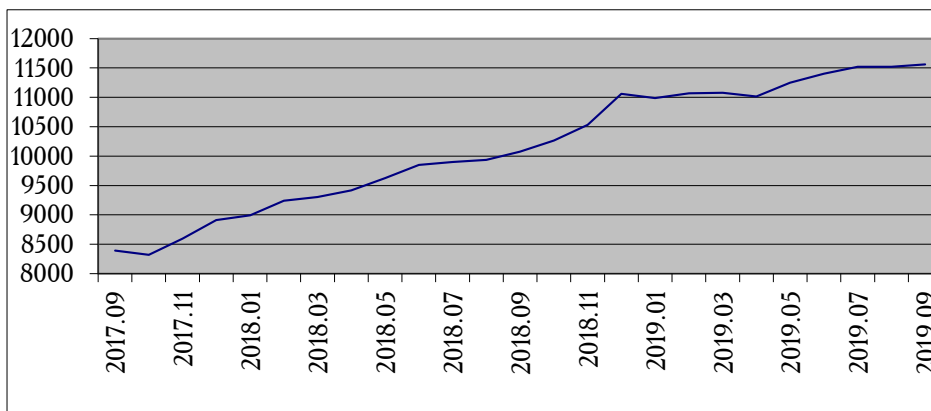
Адмираал [1] зах зээлд шинэ банкуудыг зах зээлд нэвтрэхэд тулгарах саад, бэрхшээлүүдийг бууруулсанаар банкуудын тоо нэмэгдэж байгаа хэдий ч өрсөлдөөн идэвхжихгүй байгаа нь зах зээл дээр өөрчлөлт хийхэд гарч байгаа саад бэрхшээлүүдтэй холбоотой байна гэж үзсэн байна.

Макиннон нар [9] үзэхдээ, “Зах зээлд үйл ажиллагаа явуулж байгаа банкууд moral hazard болон урвуу сонголтын асуудалтай тулгардаг бөгөөд жижиг хадгаламж эзэмшигчдийн хувьд банкны үйл ажиллагаа хянах ажил нь илүү зардалтай, цаг хугацаа шаардсан ажил байдаг. Тэдгээр хадгаламж эзэмшигчдийн хувьд банкны үйл ажиллагааны талаарх мэдээллийг судлан, шинжлэх ойлгоход хүндрэлтэй байдаг тиймээс тэдгээрийн төлөөлөн Төрөөс хяналт шалгалтын байгууллага энэхүү үүргийг хэрэгжүүлдэг” гэжээ.

Монгол улсын хадгаламжийн зах зээлийн нөхцөл байдал

Хадгаламжийн бодит хүү 1994 оноос эхэлж эерэг¹ болж эхэлсэн ба 1994 оноос иргэдийн хадгаламжийн хэмжээ нэмэгдэж ирсэн.

График 1. Иргэдийн хадгаламжийн динамик (их наяд төгрөгөөр)



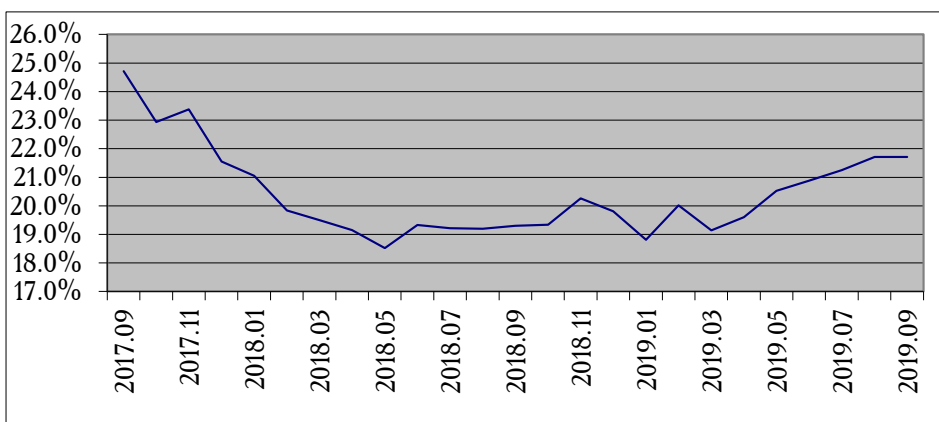
Эх сурвалж: Монголбанк, 2019. <http://www.mongolbank.mn/> (2019/11/10).

Хадгаламжийн бодит хүү эерэг болсон нь Төв банкнаас явуулж байсан бодлогын үр дүн юм. Иргэдийн хадгаламжийн хэмжээ 1993 оноос хойш ерөнхий дүнгээрээ нэлээд нэмэгдсэн ба 2019 оны 3 дугаар улирлын байдлаар өсөлттэй гарчээ. Гэхдээ хадгаламжийн зах зээлийн үр ашиг өндөр байж чадаагүй байна. Үүнийг дараах хэд хэдэн зүйлтэй холбоотойгоор тайлбарлаж болно.

Нэгдүгээрт, зах зээлийн цар хүрээг нэмэгдүүлэх боломжийн ашиглалт бага байна. Мөн сүүлийн үед нийт хадгаламжийн өсөлтийн ихэнхи хувийг гадаадын валютын хадгаламжийн өсөлт хангажээ. Тухайлбал, 2019 оны 3 дугаар улиралд

хадгаламжийн хэмжээ өмнөх улирлынхаас 1.4 хувиар нэмэгдсэнийг гадаад валютын хадгаламж 5.4 хувиар нэмэгдсэнээр тайлбарлаж байна. Өөрөөр хэлбэл, эдийн засагт долларжилт өндөр байгаа нь иргэдийн төгрөгийн хадгаламжийн хэмжээг өсгөхөд саад болж байна. (График 2)

График 2. Гадаад валютийн хадгаламжийн нийт хадгаламжинд эзлэх хувь (Хувиар)



Эх сурвалж: Монголбанк, 2019. <http://www.mongolbank.mn/> (2019/11/10).

Хоёрдугаарт, хадгаламжийн зах зээлийн дийлэнх хувийг эзэлдэг банкуудын татан төвлөрүүлсэн хөрөнгийн 42.8 орчим хувь нь иргэдийн хадгаламж байхад, бусад банкуудын хувьд 26 орчим хувь байна. Эндээс дүгнэхэд, хадгаламж эзэмшигчид өөрсдийн хадгаламжийг эрсдэлгүй байхад голлон анхаарч байна.

Гуравдугаарт, хадгаламжийн зах зээлд төвлөрөл өндөр байна. 2019 оны 3 дугаар улирлын байдлаар хадгаламжийн зах зээлд дийлэнх хувийг эзэлдэг 5 банкны нийт хадгаламжийн үлдэгдэлд эзэлж байгаа хувь 93.6 байгаа бол бусад 8 банкных 6.4 хувь байна.

Дөрөвдүгээрт, хүмүүсийн бодит орлого бага байгаа нь хадгаламжийн хэмжээ өндөр байж чадахгүй байгаагийн суурь шалтгаан юм. Статистикийн газраас авсан өрхийн зарлагын бүтцийг авч үзэхэд түүнд эзлэх хадгаламжийн хэмжээ маш бага 2018 оны эцсээр 4.5 орчим хувьтай байна.

Хадгаламжийн зах зээл дээрх тэгш бус мэдээллийн нөлөөллийн шинжилгээ

Зах зээлд чанартай бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг нийлүүлэгчид нь худалдан авах чадвар бүхий худалдан авагчдад тэр бүр өртөөд байдаггүй. Хадгаламжийн зах зээл дээрх тэгш бус мэдээллийн нөлөөллийн шинжилгээг авч үзэхийн тулд банк болон хадгаламж эзэмшигчийн хооронд хийгдэх гэрээний хүрээнд банкны талаарх *мэдээллийн өрөөсгөл байдал* гэдэгт юуг ойлгож болох талаар үзье. Ямар ч банкны татан буугдах магадлал нь тэдгээрийн үйлчлүүлэгчдэд мэдэгдэх боломжгүй байдаг.

Банк иргэд, байгууллагаас татсан хадгаламжид хүү төлөх ба хадгаламж эзэмшигчийн эрсдэлийн шагнал нь (Энэ нь эрсдэлгүй хөрөнгө оруулалтаас авах хүү болон тухайн банкны хадгаламжийн хүүгийн хоорондын зөрүү) хангалттай өндөр гэж үзсэн тохиолдолд л банктай хадгаламжийн гэрээг хийнэ. Хэрэв банкны төлбөр түргэн гүйцэтгэх чадварын эрсдэлийн талаарх мэдээлэл нь “тэгш” буюу өөрөөр хэлбэл, үнэн зөв байх үед татан буугдах магадлал нь өндөр байх тусам харилцагчдыг татахын тулд банк өндөр хүү тогтоох хэрэгтэй болно. Мэдээллийн тэгш бус буюу өрөөсгөл байдал гэдэг нь харилцагч аль ч банкны татан буугдах магадлалыг тодорхойлж чадахгүй байх нөхцөл байдлыг хэлнэ. Энэ тохиолдолд, хадгаламж эзэмшигч банкуудын төлбөрийн чадварын эрсдэлийг хооронд нь харьцуулахад хүндрэлтэй байдаг.

Харилцагчийн хувьд санамсаргүй сонгож авсан банкны татан буугдаж магадгүй гэсэн хүлээлт нь зах зээл дээр илүү тогтвортой үйл ажиллагаа явуулж буй банкныхаас өндөр байдаг. Хадгаламж эзэмшигчидтэй гэрээ хийхийн тулд банкууд тэр дундаа үйл ажиллагаа нь тогтворжсон байгаа банкууд нь банкны татан буугдаж магадгүй байх гэсэн хүлээлттэй зохицуулж, өндөр хүүг тогтооно. Харин төлбөрийн чадвар өндөр, өөрийн хөрөнгийн хүрэлцээний үзүүлэлт өндөр, татан буугдах эрсдэл багатай банкуудын хувьд тэр хүү нь хэтэрхий өндөр байх юм. Энэ тохиолдолд татан буугдах магадлал нь илүү бага банкууд хадгаламж эзэмшигчидтэй гэрээ хийхээс татгалзах нөхцөл байдалд хүрнэ. Зах зээл дээр төлбөрийн чадваргүй болох эрсдэл өндөртэй банкууд үлдэнэ. Энэ нь хадгаламж эзэмшигчдийг *урвуу сонголт (adverse selection)* хийх байдалд хүргэнэ гэсэн үг.

Хоёр шатлалтай банкны систем үүсгэн байгуулагдсаны дараах үе болон 1990-ээд оны сүүлээс 2006 он хүртэл иргэдийн хадгаламжийн зах зээлд банкуудаас гадна хадгаламж, зээлийн хоршоод зэрэг бусад банкны бус санхүүгийн байгууллагууд үйл ажиллагаа явуулж байсан. Эдгээр нь банкуудын хадгаламж эзэмшигчдийн үйл хөдлөлд нэлээд хэмжээгээр нөлөөлсөн байдаг. Шинэ гарч ирж байгаа банкууд төрийн өмчийн болон түүний суурин дээр байгуулагдсан банкуудтай харьцуулахад нөхцөл байдлын хувьд хүндрэл, бэрхшээл туулж үйл ажиллагаа явуулж эхэлсэн байдаг. Иймээс үйл ажиллагаа нь тогтвортой, төлбөрийн чадвар сайтай, өөрийн хөрөнгийн хүрэлцээ өндөр байгаа банкуудын хувьд өөрсдийн үйл ажиллагааны талаарх мэдээллийг (өөрөөр хэлбэл, санхүүгийн бодит байдлынхаа талаар) хадгаламж эзэмшигчдэд хүргэх шаардлагатай байдаг. Харьцангуй жижиг, үйл ажиллагаа нь хадгаламжийн зах зээлд бага хувь эзэлж байгаа банкуудын хувьд хадгаламж эзэмшигчдэд чиглэсэн зах зээлийн эерэг дохиоллыг бий болгоно гэдэг нь хүнд зорилт байдаг. Учир нь хадгаламжийн зах зээлд дийлэнх хувийг эзэлдэг, үйл ажиллагаа нь тогтвортой явагдаж байгаа том банкуудтай харьцуулахад тэдгээр банкууд “тогтвортой” гэж болох нэр хүнд харьцангуй бага юм. Иймд нэр хүнд олж авах зардал (шууд болон шууд бус) нь тэдний хувьд өндөр байдаг.

Хадгаламжийн зах зээл дээр цөөн тооны банкуудад, хадгаламжийн ихэнх хувь төвлөрч байгаа шалтгааныг дараах хандлагуудын үүднээс авч үзье.

1. Өргөжилтийн эерэг өгөөж

Олон улсын хэмжээнд банкны хүрээн дэх өргөжилтийн үр өгөөжийн талаар П-Х. Адмираал судалсан байна. Өргөжилтийн эерэг үр өгөөж нь тодорхой хэмжээгээр аливаа зах зээлд монополийг бий болгодог. Үүнийг манай улсын банк, санхүүгийн зах зээлд авч үзээд дараах байдлаар тайлбарлаж болно. Учир нь нэгдүгээрт, өргөжилтийн эерэг өгөөж нь зөвхөн иргэдийн хадгаламжийн зах зээлээр зогсохгүй банкны салбарт бүхэлдээ төвлөрлийг бий болгож, өрсөлдөөнийг сулруулдаг. Гэтэл манай банкуудад зээл, картын гэх мэт зах зээлд банкуудын нөлөөлөл их байдаг. Хоёрдугаарт, өргөжилтийн эерэг өгөөж нь банкуудыг үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэх явдлыг урамшуулах ёстой. Энэ логикоор бол банкууд иргэдийн хадгаламжийг татан төвлөрүүлэх тал дээр байнга идэвхитэй ажиллах шаардлагатай байдаг. Тэгвэл, зах зээл дээр нэг биш хэд хэдэн банк үйл ажиллагаагаа бэхжүүлсэн байх ёстой байсан.

2. Анхдагч сонголтын давуу тал

Өрсөлдөгчдөөсөө түрүүлж зах зээлд орох нь тухайн байгууллагаар үзүүлж байгаа үйлчилгээгээр харилцагчид тогтмол үйлчлүүлж байгаа үед тухайн зах зээлд түрүүлж нэвтэрсэн үйлчилгээ эрхлэгчдэд давуу талыг бий болгодог. Үүнтэй адилаар, хадгаламж эзэмшигчид өөрийн мэдэх банкинд хадгаламж хийх үү эсхүл илүү аятай нөхцлийг санал болгож буй өөр банкнийг сонгон үйлчлүүлэх үү гэдэг сонголт тулгарвал, харилцагч шинэ банкнийг сонгоод, тухайн банкаар үйлчлүүлэхтэй холбоотой ахиу зардлыг ахиу орлоготой харьцуулна. Хэрэв ахиу зардлыг зөвхөн мэдээлэл олж авахтай холбоотой зардал гэж үзвэл, санхүүгийн мэдээллийн тогтолцоо боловсронгуй биш байгаа өнөө үед ч ахиу орлогоосоо тэр зардал нь нэлээд бага байна. Харин хадгаламж эзэмшигч хадгаламжийн хүүгээс олж болох хүлээгдэж буй орлого нь нэлээд бага гэж үзсэн тохиолдолд л дээрх зардал өндөр байж болно. Чухам яагаад хүүгээс олж болох хүлээгдэж буй орлогыг бага гэж хэрэглэгч үнэлж байгаа нь мэдээллийн тэгш бус тогтолцоотой холбоотойгоор тайлбарлагдаж болно.

3. Мэдээлийн тэгш бус байдал ба урвуу сонголт

Татан буугдах магадлал нь ойролцоогоор p байх *банкнд* хадгаламжийн гэрээ хийж байгаа хэрэглэгчийн үйл хөдлөлийг авч үзье. Энэ үзүүлэлтийг банкны үйлчилгээний чанарын үзүүлэлт гэж үзэж болно. Хадгаламжийн хэмжээг 1 гэе. Хэрэв банк татан буугдвал, хадгаламж эзэмшигч даатгалд хамрагдсанаас дээш мөнгөө алдаж болно гэж үзье. Татан буугдахгүй бол, хадгаламж эзэмшигч $1+r$ хэмжээний мөнгө авна. Энд r нь банкны хүү. Ханамжийн функц U нь хадгаламж эзэмшигчийн эрсдэлд хандах хандлагыг илэрхийлнэ.

Хэрэв хадгаламж эзэмшигчид банкны татан буугдах магадлал нь тодорхой мэдэгдэж байвал, хадгаламжийн гэрээг хийх, хийхгүй гэсэн асуудлыг маш хялбар шийдэж болно. Хадгаламж эзэмшигчид эрсдэл өндөр банкуудад хадгаламж байршуулахгүй. *Харин өнөөгийн нөхцөлд бусдаас хамаарахгүйгээр хадгаламжийн хүүг тогтоодог гэдэг утгаар нь хадгаламжийн зах зээлийн дийлэнх хувийг эзэлж байгаа ХААН банкнийг энд оруулж судалгаа хийж*

болно. Тэгэхэд судалгааны үр дүн чанарын хувьд өөрчлөгдөхгүй юм. Хадгаламж эзэмшигч банкинд хадгаламж хийх шийдвэрийг тухайн банкны ахиу ханамж нь, татан буугдах эрсдэл нь «0» байх томоохон банктай хийх гэрээний ханамжаас их байвал, хадгаламж хийнэ:

$$U(1+r_0) \leq (1-\rho) U(1+r) + \rho U(0)$$

r_0 - Хадгаламж банкны хадгаламжийн хүү

Хэрэв хэрэглэгч ρ хэмжигдэхүүнийг тодорхой мэдэхгүй бол, гэрээ байгуулах эсэх нь дампуурлын хүлээлтээс хамаарна. Хэрэглэгч банкны татан буугдах магадлалын талаар априор хүлээлтийг бий болгоно. Энд 2 л утгыг авдаг гэж үзье. Татан буугдах өндөр магадлалтайг $\rho = \rho^+$, бага магадлалтайг $\rho = \rho^-$ гээ. Өндөр магадлалтай байх боломжийг P гэвэл, санамсаргүйгээр сонгож авсан банкны дампуурлын хүлээлт нь :

$$\varpi = P\rho^+ + (1-P)\rho^- .$$

Иймд хэрэв, $U(1+r_0) \leq (1-\varpi)U(1+r) + \varpi U(0)$ нөхцөл биелж байвал, гэрээ хийгдэнэ.

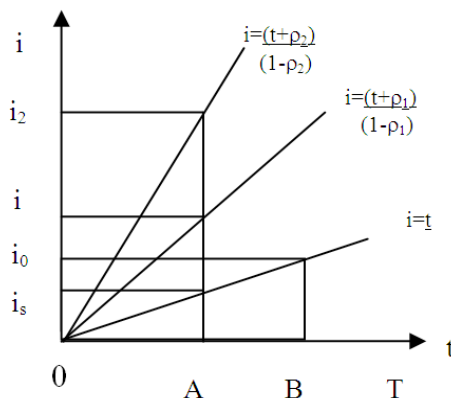
Өндөр чанартай үйлчилгээтэй банк энэ хязгаарлалтанд тохирох өндөр хүүг тогтоож чадах эсэх нь хэрэглэгч тухайн банкны хөрвөх чадварын эрсдэлийг хэрхэн үнэлж байна гэдгээс хамаарна. Өөрөөр хэлбэл, татан буугдах магадлал өндөр байх тусам банк өндөр хүүг тогтоодог. Банкны татан буугдах хүлээлт нь тааруу үйлчилгээтэй банкуудын зах зээл дээр эзлэх хувийн жинтэй холбоотой. Төлбөрийн чадвартай, өөрийн хөрөнгө сайтай банк хадгаламжийн зах зээлийн ихэнхи хувийг эзэлж байгаа банкны хүүгээс илүү өндөр хүү оноох аргагүй нөхцөл байдалд байж болно. Энэ үед урвуу сонголт ажиглагдана. Өөрөөр хэлбэл, тэдгээр банкууд зах зээлийг орхиж, харин том банкуудын зах зээл дээрх ноёрхол нэмэгдэнэ гэсэн үг.

Манайд 1996-1997 онуудад Төв Ази, Ард, Даатгал банкууд, 2008 онд Анод банк, 2009 онд Зоос банк, 2013 онд Хадгаламж банк, 2019 оны 4 дүгээр сард Капитал банкиг татан буулгахад банкны системд итгэх хадгаламж эзэмшигчдийн итгэл маш их суларсан. Банкуудад итгэх итгэл суларсан нь харилцагчдын хувьд рациональ бус хүлээлтийг бий болгож, харилцагчдын зүгээс жижиг банкуудад хандах хандлагыг зөв тодорхойлоход сөргөөр нөлөөлж байна. Хүмүүс жижиг банкуудад мөнгөө хадгалуулах нь бага байгаа нь зарим төлбөрийн чадвар сайтай жижиг банкуудын хувьд үйл ажиллагаагаа өргөжүүлэхэд саад болж байгаа юм. Тэдгээрийн хувьд зах зээл дээр үйл ажиллагаагаа явуулж буй томоохон банкуудтай харьцуулахад нэр хүндийн зардал маш өндөр байдаг гэсэн үг. Ер нь банкуудын үйл ажиллагааг татан буулгахад зах зээл дээр сөрөг дохиолол бий болж, бусад жижиг банкуудын үйл ажиллагаанд муугаар нөлөөлдөг. Үүнээс болж шинэ, төлбөрийн чадвар сайтай банкуудад нэр хүндийн (зар сурталчилгааны болон бусад) зардал өндөрсөж, тэдгээрийн үйл ажиллагаанд бэрхшээл учруулдаг байна. Энэ нь банкны зах зээл дээр хэрэглэгчдийн хувьд урвуу сонголт үйлчлэх нөхцөлийг бий болгодог бөгөөд энэ нь банк санхүүгийн системийн тогтворгүй байдалд хүргэдэг.

Тэгш бус мэдээлэл ба зах зээлд ороход тулгарах саад, бэрхшээл

Хадгаламжийн зах зээлийн бүтцэд нөлөөлөх тэгш бус мэдээллийн нөлөөллийг гаргаж ирэхийн тулд банкуудыг үйл ажиллагаагаа хэвийн явуулахад тэгш бус мэдээлэл хэрхэн нөлөөлөхийг авч үзье. Үүний тулд, зах зээл дээрх хадгаламжийн нийлүүлэлтийг талаас эхэлж үзье. Мөнгөний алдагдсан үнэ цэнэ болох цаг хугацааг илүүд үзэх байдлаар нь хэрэглэгчдийг эрэмбэлж авч үзэж болно. Координатын эх дээр байрлах харилцагчдын хувьд мөнгөний алдагдсан үнэ цэнэ маш бага байдаг. Т цэг дээр байрлах хэрэглэгчдийн хувьд мөнгөний алдагдсан өртөг нь хязгааргүй рүү тэмүүлэх бөгөөд тэд банкны зүгээс ямар ч таатай нөхцөл санал болгосон ч банкинд хадгаламж байршуулахгүй. Дундаж харилцагчдад банк мөнгөний алдагдсан боломжийн өртөгтэй тэнцүү хүүг санал болговол, тухайн харилцагч банкинд мөнгөө хадгалуулна гэж үзнэ. (Диаграмм 1-ээс үзнэ үү.)

Диаграмм 1 Хадгаламжийн зах зээл дээрх мэдээллийн тэгш бус байдлын нөлөө



Эх сурвалж: Admiraal, P. 1998. "Иргэдийн хадгаламжийн зах зээл".

Томоохон банкууд i_s хэмжээний хүүг санал болгох замаар мөнгөний 0-аас А хэмжээний алдагдсан өртөгтэй хэрэглэгчдийг татна. Хадгаламжийн зах зээлд шинээр үйл ажиллагаа явуулж эхэлж байгаа банк зах зээлд орж ирээд i_0 хэмжээний хүүг санал болгоно. Тэд зах зээлийн хүрээг нэмэгдүүлж л үйлчлүүлэгчдийг олж авна. Үүнд: Хадгаламжийн зах зээлийн дийлэнхи хувийг эзэлж байгаа банкинд хадгаламж байршуулаагүй харилцагчидтай гэрээ хийнэ гэж үзье. Шинэ банкууд i_0 хэмжээний хүүг тогтоож А-аас В хүртэлх интервалын хэрэглэгчидтэй гэрээ хийнэ. Гэвч дараагийн хугацааны үед банкинд хадгаламж хийсэн эрсдэл нь хадгаламжийн зах зээлийн дийлэнхи хувийг эзэлж байгаа банкинд хадгаламж хийсэнээс өндөр байна гэдэг нь тодорхой болно. Энэ тохиолдолд, банкны хүү мөнгөний алдагдсан боломжийн өртгийг нөхөөд зогсохгүй, хадгаламж эзэмшигчиддээ эрсдэлийн шагналыг бий болгоно. Банк татан буугдахад харилцагчид даатгалд хамрагдаагүй хадгаламжийн хэсгийг алдах эрсдэл тулгарна. Энэ тохиолдолд хадгаламжийн хүү дараах байдалтай байна.

$$(t+p)=i(1-p) \Rightarrow i=(t+p)/(1-p)$$

Хадгаламж эзэмшигч банк бүрийн татан буугдах магадлалыг мэдэхгүй тул ямар нэг банкний өөрийн хүлээлт үндэслэн санамсаргүй байдлаар сонгож авна гэсэн үг. Хадгаламж эзэмшигчид банкуудын талаар өөрсдийн олж авсан мэдээлэл дээр үндэслэн банкны татан буугдах магадлалын талаарх мэдээллийг ρ_1 гэж үнэлнэ. Зах зээлд үлдэхийн тулд банкууд i_1 -ээс доошгүй хэмжээний хүүг тогтоох ёстой. Гэвч зарим банкууд ийм өндөр хүүг тогтоох боломжгүй. Ийм банкуудыг төлбөрийн чадвартай, өөрийн хөрөнгийн хүрэлцээний үзүүлэлтийг ханган ажилладаг, татан буугдах эрсдэл багатай банкууд гэж үзэж болно. Тэдгээр банкууд буюу бидний хариуцлагатай гэж үзэж байгаа банкууд зах зээлийг орхиход хүрдэг. Энэ тохиолдолд төлбөрийн чадварын эрсдэл өндөртэй банкууд үлдээд, зах зээлийн дахин хуваарилалтын дараа хэрэглэгчдэд тэдний бодит байдал тодорхой болсны дараа банкны татан буугдах магадлалын талаарх хэрэглэгчийн хүлээлт ρ_2 болж өснө. Хадгаламж эзэмшигчдийг татахын тулд, хүүг i_2 болгох шаардлагатай. Өөрөөр хэлбэл, “урвуу сонголт» хадгаламжийн хүүг нэмэгдүүлж байна. Ийнхүү мэдээллийн өрөөсгөл байдал, зах зээлд орох саадыг нэмэгдүүлж байна. Жижиг хадгаламжаас олох ашиг эерэг байх хадгаламжийн хүүтэйгээр хадгаламжийг татахын тулд, жижиг банкууд хадгаламж эзэмшигчдэд «чанарын дохиолол»-ын талаарх мэдээллийг хүргэх ёстой. Энэ нь сурталчилгаа, банкуудыг рейтинг тогтоодог агентлагуудаар банкний үнэлгээнд хамруулах үйл ажиллагаа зэрэг зардалтай холбоотой зүйлүүд орно. Эндээс мэдээллийн өрөөсгөл байдал нь зах зээлд ороход ил болон далд саадыг бүрдүүлдэг ба иймэрхүү маягаар манай банкны зах зээлд өрсөлдөөний нөхцлийг сулруулж байна гэж дүгнэж болно. Хөдөө, орон нутагт ХААН, ХАС, Төрийн банкууд үйл ажиллагаа явуулж, хотод голдуу тэдгээр банкууд иргэдийн хадгаламжийн зах зээл дээр ноёрхож байгаа нь өрсөлдөөний орчин сул байгаатай холбоотой.

Хадгаламжийн зах зээл дээр баримтлах бодлого

Дээр хийгдсэн шинжилгээн дээр тулгуурлаад хадгаламжийн зах зээл дээр дараах хоёр үндсэн бэрхшээл тулгарч байна гэж үзэхээр байна. Үүнд:

- Харилцагчдад банкуудын санхүүгийн бодит байдал болон бодлогын талаарх мэдээлэл дутагдаж байна.
- Хадгаламж эзэмшигчдийн ихэнх нь тэр мэдээллийг ижил хэмжээнд судлан тайлбарлаж чадахгүй байна.

Мэдээллийн тэгш бус байдал нь зах зээл дээр төлбөрийн чадвар сайтай банкуудын үйл ажиллагаанд саад болж байна. Өрсөлдөөний үед ашиглагдах чухал арга хэрэгсэл нь зар сурталчилгаа байдаг ч, дээр дурдсан мэдээллийн тэгш бус байдлаас болж, харилцагчдыг үүнд итгэхэд хэцүү байдалд хүргэж байна. Банкууд зар сурталчилгаанд их хөрөнгө зарцуулж байгаа. Зар сурталчилгаагаар дамжуулж өгч байгаа мэдээллийг хэрэглэгчид бодож тунгаах хэрэгтэй болно. 2019 оны 9 дүгээр сарын 30-ны өдрийн байдлаарх банкны системийн хадгаламжийн дансны үлдэгдлийг харвал, иргэдийн хадгаламж тогтвортой байна. Төрөөс иргэдийн хадгаламжийг баталгаажуулах үр ашигтай системийг бий болгох, банкны үйлчилгээнд өрсөлдөөний байх түвшнийг хангах шаардлага тулгарч байна.

Олон улсын туршлагаас үзэхэд хадгаламж авдаг байгууллагууд буюу банкуудыг бүгдийг нь болон зарим хэсгийг төр өөрийн мэдэлд авах замаар хадгаламж эзэмшигчдэд баталгааг хангадаг. Илүү либерал арга зам нь банкуудыг заавал даатгадаг системийг бүрдүүлэх арга зам байна. Эдгээр арга хэмжээг авсанаар дараах үр дүн гарч болно. Үүнд:

Нэгдүгээрт, зах зээлийн өрсөлдөөн хязгаарлагдаж, банкууд харьцангуй сул дорой болно. Хоёрдугаарт, өрсөлдөөн нэмэгдэж, банкны удирдлагын үйл ажиллагаанд сөрөг үр дагавар гарч болно. Хадгаламж эзэмшигчдийн өмнө хүлээх хариуцлагыг төрд юмуу засгийн газрын даатгалын байгууллагад шилжүүлсэнээр, тэд хадгаламжийн хүүг нэмэгдүүлж хадгаламжийг эрсдэлтэй байдалд оруулах гэх мэт үйл ажиллагаа явуулна. Үүний үр дагавар нь, эхлээд найдвартай үйл ажиллагаатай банкуудын (илүү бодитой, харьцангуй бага хүү тогтоосон банкуудын хувьд) зах зээл дээрх хувь буурна. Дараагийн үр дагавар нь, банк татан буугдах эрсдэл нэмэгдэж, тэр хэмжээгээр алдагдлыг нь төр нуруун дээрээ үүрнэ. Дээр дурьдсан, хадгаламжийн зах зээлийг тогтворжуулах (хадгаламжийг баталгаажуулах замаар) болон түүний чанарыг дээшлүүлэх гэсэн зорилтууд нь (өрсөлдөөнийг бий болгох замаар) ерөнхий утгаараа өөр хоорондоо зөрчилдөж байгаа юм. Иймээс хадгаламжийн зах зээл дээр төрийн зохицуулалтын ерөнхий зорилгыг тодорхойлох шаардлага зайлшгүй юм. Энэ үйл ажиллагааны арга хэрэгсэл нь хадгаламж эзэмшигчдийн эрх ашигийг хамгаалах, банкны үйлчилгээний чанар, үр ашигийг дээшлүүлэх банкны мотивацийн шинэ системийг бий болгох явдал юм. Энэ хүрээнд дараах шаардлагыг зохицуулагч байгууллагаас банкуудад тавьдаг.

- Банкуудын талаарх мэдээллийг өөрсдөөр нь нийтэд хүргэх (мэдээллийн өрөөсгөл байдлыг бий болгохгүйн тулд)
- Хадгаламжийг даатгах

Хэрэглэгчид мэдээллийг нь өөрсдөө боловсруулах боломж муу тул, мэдээллийг боловсруулдаг хэсэг зайлшгүй байх ёстой юм. Тэр хэсэг нь Төв банкнаас арилжааны банкуудад зөвшөөрөл олгодог процедуртай давхцах албагүй бөгөөд, гол онцлог нь банкуудын талаарх мэдээллийг боловсруулах үйл ажиллагаа нь тасралтгүй явагддаг бөгөөд хэрэглэгчид мэдээллийг шуурхай хүргэж байхад оршино. Үүний хүрээнд банкуудын рейтингийг тогтоож болно. Мэдээж үүнтэй холбоотой олон асуудлууд гарч ирж болох ч гол нь рейтинг тогтоогч байгууллагууд нь хэрэглэгчдийн итгэл найдварыг хүлээж чадахуйц байх ёстой. Үүнийг 2 арга замаар хэрэгжүүлж болно.

1. Олон улсын рейтинг тогтоодог өндөр нэр хүндтэй байгууллагуудыг оролцуулах
2. Үйл ажиллагаанд нь рейтинг тогтоох системийг хадгаламжийн системтэй хослуулах. Энд банкуудыг найдвартай байдлынх нь рейтингээр банкуудын хадгаламжийн үнэлгээний шимтгэлийг тогтоох. Даатгалын төлбөрийг рейтинг өндөрсөх үед нь бууруулж, рейтинг багасах үед нь нэмэгдүүлж болно. Ингэхдээ рейтинг тогтоодог байгууллагууд нь нийтэд боловсруулсан мэдээллийг хүргэхдээ даатгалын байгууллагын захиалгаар ажиллаж болно.

Энэ системийн давуу тал нь даатгалын төрөлжсөн компаниуд рейтингийн үнэн зөв эсэхийг шалгах боломжтой юм. Энэ систем нь зах зээл харьцангуй тогтвортой үед л банк, хадгаламж эзэмшигчдийн хоорондын харилцааг сайжруулах боломжтой. Харин банкны үйл ажиллагаа хямралт байдалд орвол, энэ нь хадгаламж эзэмшигч, даатгалын компанийн эрх ашигийг хамгаалж чадахгүй юм. Тэр тохиолдолд, харилцагчдын зүгээс банкны үйл ажиллагааг хянадаг тогтолцоог шуурхай бүрдүүлэх хэрэгтэй юм. Хямралыг цаг алдахгүй илрүүлэх боломжтой байх нь их чухал юм. Хадгаламж эзэмшигч иргэд банкны үйл ажиллагааг өөрсдөө бие даан хянах боломж бага тул заавал даатгалыг хийлгэх хэрэгтэй. Гэхдээ даатгалын шимтгэлийг нь банкны ашигаас гаргуулах хэрэгтэй юм. Томоохон хадгаламж эзэмшигчид банкны үйл ажиллагааг хянах боломж бий тул, өөрсдийн эрсдэлийн зардлыг хянах даатгалын байгууллагын зардалтай харьцуулж үзэхийн тулд сайн дурын даатгалыг хийлгэж болно.

Хямралын үед томоохон харилцагч, хадгаламж эзэмшигч нар банкны удирдлагыг сайжруулах эрмэлзэж байдаг. Учир нь тэд нарт мөнгөө эргүүлж авах өөр арга байдаггүй. Гэвч тэдэнд жижиг хадгаламж эзэмшигчидтэй харьцуулахад энэ үйл ажиллагааг явуулах боломж илүү байдаг. Энд, бас нэг анхаарах зүйл нь хадгаламж эзэмшигчид нь жижиг хадгаламж эзэмшигчдийн сонирхлоор өөрсдийнхөө эрх ашигийг гүйцэлдүүлэх аюул гарч болзошгүй. Ийм аюулаас сэргийлэх арга зам нь жижиг хадгаламж эзэмшигчдийн ашиг сонирхлыг илэрхийлдэг, даатгалын байгууллагын зүгээс банкны үйл ажиллагааг хянах бололцоог бүрдүүлэх явдал юм.

Дүгнэлт

Аливаа зах зээл дээр үйлчилгээг сайжруулахад өрсөлдөөн зайлшгүй чухал байдаг. Хадгаламжийн зах зээл дээр цөөн тооны банкуудын ноёрхол нь жижиг банкуудын санхүү, төлбөрийн чадварын мэдээлэл тэгш бус байгаатай холбоотой. Мэдээллийн тэгш бус байдал нь зарим хариуцлагатай, найдвартай банкуудыг зах зээлээс гарах нөхцлийг бүрдүүлдэг бөгөөд тиймээс хариуцлагатай банкныг зах зээлд үйл ажиллагаа явуулах боломжийг бүрдүүлэхийн тулд мэдээллийг нь бүрдүүлэх боломжоор хангах нь зайлшгүй чухал юм.

Хоёр шатлалтай банкны систем үүсгэн байгуулагдсаны дараах үе болон 1990-ээд оны сүүлээс 2006 он хүртэл иргэдийн хадгаламжийн зах зээлд банкуудаас гадна хадгаламж, зээлийн хоршоод зэрэг бусад банкны бус санхүүгийн байгууллагууд үйл ажиллагаа явуулж байсан. Эдгээр нь банкуудын хадгаламж эзэмшигчдийн үйл хөдлөлд нэлээд хэмжээгээр нөлөөлсөн байдаг.

Мэдээллийн тэгш бус байдал хадгаламжийн хүүг нэмэгдүүлж, мэдээллийн өрөөсгөл байдал, зах зээлд орох саадыг нэмэгдүүлж байна. Жижиг хадгаламжаас олох ашиг эерэг байх хадгаламжийн хүүтэйгээр хадгаламжийг татахын тулд, жижиг банкууд хадгаламж эзэмшигчдэд «чанарын дохиолол»-ын талаарх мэдээллийг хүргэх ёстой. Энэ нь сурталчилгаа, банкуудыг рейтинг тогтоодог агентлагуудаар банкныг үнэлгээнд хамруулах үйл ажиллагаа зэрэг зардалтай холбоотой зүйлүүд орно. Эндээс мэдээллийн өрөөсгөл байдал нь зах зээлд ороход ил болон далд саадыг бүрдүүлдэг ба иймэрхүү маягаар манай банкны зах зээлд өрсөлдөөний нөхцлийг сулруулж байна гэж

дүгнэж болно. Хөдөө, орон нутагт ХААН, ХАС, Төрийн банкууд үйл ажиллагаа явуулж, хотод голдуу тэдгээр банкууд иргэдийн хадгаламжийн зах зээл дээр ноёрхож байгаа нь өрсөлдөөний орчин сул байгаатай холбоотой. Энэ хүрээнд тулгарч байгаа бэрхшээлүүд нь харилцагчдад банкуудын санхүүгийн бодит байдал болон бодлогын талаарх мэдээлэл дутагддаг бөгөөд хадгаламж эзэмшигчдийн ихэнх нь тэр мэдээллийг ижил хэмжээнд судлан тайлбарлаж чадахгүй байгаатай холбоотой байна.

Энэ хүрээнд зохицуулагч байгууллагаас банкуудад өөрсдийн талаарх мэдээллийг өөрсдөөр нь нийтэд хүргэх (мэдээллийн өрөөсгөл байдлыг бий болгохгүйн тулд), хадгаламжийг даатгах гэсэн шаардлагыг банкуудад тавьдаг. Хадгаламж эзэмшигчид мэдээллийг нь өөрсдөө боловсруулах боломж муу тул, мэдээллийг боловсруулдаг хэсэг зайлшгүй байх ёстой юм. Тэр хэсэг нь Төв банкнаас арилжааны банкуудад зөвшөөрөл олгодог процедуртай давхцах албагүй бөгөөд, гол онцлог нь банкуудын талаарх мэдээллийг боловсруулах үйл ажиллагаа нь тасралтгүй явагддаг бөгөөд хэрэглэгчид мэдээллийг шуурхай хүргэж байхын тулд банкуудад рейтингийг тогтоож болно.

Жижиг хадгаламж эзэмшигчдийн сонирхлоор өөрсдийнхөө эрх ашигийг хамгаалах үүднээс тэдгээрийн ашиг сонирхлыг илэрхийлдэг, даатгалын байгууллагын зүгээс банкны үйл ажиллагааг хянах бололцоог бүрдүүлэх явдал юм.

Ашигласан материал

- [1] Admiraal, Piet-Hein, 'The Household Savings Market in Russia', Working Paper, Erasmus University, Rotterdam, 1998.
- [2] Akerlof G.A., 1970. "The Market for 'Lemons'": Quality Uncertainty and the Market Mechanism." *Quarterly Journal of Economics* 84: 353–374.
- [3] Bagwell, Kyle and Riordan, Michael H. 'High and Declining Prices Signal Product Quality', *American Economic Review*, 81, 1991, 224–239.
- [4] Dewatripont, Mathias and Tirole, Jean. *The Prudential Regulation of Banks* (Cambridge, MA., MIT Press, 1994).
- [5] Doroshenko, M. 'Managing Risk of Personal Savings: International Experience', Working paper, Moscow State University, 1997.
- [6] Kihlstrom, Richard E. and Riordan, Michael H. 'Advertising as a Signal', *Journal of Political Economy*, 92, 1984, 427–450.
- [7] Klein, Benjamin and Leffler, Keith B. 'The Role of Market Forces in Assuring Contracts', *Journal of Political Economy*, 89, 1981, 615–641.
- [8] Linnemer, Laurent and Perrot, Anne. 'Certification by a Monopolist', Working Paper, CREST- LEI, 1996.
- [9] McKinnon, R. and Pill, H. 'Credible Economic Liberalizations and Overborrowing', *American Economic Review*, 87, 1997, 189-93.
- [10] Milgrom, Paul and Roberts, John. 'Price and Advertising Signals of Product Quality', *Journal of Political Economy*, 76, 1986, 796–821.
- [11] Nelson, Phillip, 'Information and Consumer Behaviour', *Journal of Political Economy*, 78, 1970, 311–329.
- [12] Nelson, Phillip, 'Advertising and Information', *Journal of Political Economy*, 84, 1974, 427–450.
- [13] Perrot, Anne, 'Quality Signalling by Banks on the Saving Market', Working Paper, CREST- LEI and CEME, 1998.