

Развитие интеллектуальных услуг в сфере финансового посредничества

Становление постиндустриального общества заложило предпосылки для формирования экономики, основанной на знаниях, в которой ключевую роль играет четвертичный сектор (сектор интеллектуальных услуг). В статье выявлены особенности таких услуг для оценки перспективного развития финансового сектора. Результаты социологического опроса производителей финансовых интеллектуальных услуг позволяют определить основные двигатели инновационной активности и провести регрессионный анализ значимости данных факторов в условиях российской экономики.

А. С. КРУПКИНА, Банк России, ведущий экономист; Институт статистических исследований и экономики знаний, аспирант

С ростом технического прогресса в постиндустриальном обществе сфера услуг начинает превалировать над производственной сферой. Расширение сферы услуг приводит к тому, что основными катализаторами развития экономики становятся знания. Россия, как и многие развитые страны мира, избрала одной из приоритетных целей построение экономики, базирующейся на знаниях, или инновационной экономики¹.

В экономике знаний особое место занимает сектор интеллектуальных услуг, признаки появления которого сегодня наблюдаются в российской экономике. Рост удовлетворенности и насыщение потребителей обычными и привычными товарами приводит к возникновению новых потребностей. Экономика предложения, долгое время составлявшая основу мирового рынка, подверглась структурной трансформации и преобразовалась в экономику спроса, которая кардинально отличается от предшествующей.

Раньше ключевые вопросы количества и качества производимых товаров и услуг решались производителями, а в экономике спроса все большее влияние на процесс производства оказывает потребитель товара или услуги. Все более востребованными становятся индивидуализированные товары и услуги. Именно такие услуги, которые создаются под конкретного заказчика, и составляют основу четвертичного сектора экономики.

¹Здесь и далее понятия «инновационная экономика», «экономика знаний» и «экономика, базирующаяся на знаниях» будут употребляться как синонимы.

Интеллектуальные услуги в финансовой сфере

Новые тенденции в потреблении характерны для большинства сфер производства товаров и услуг, в том числе и для сферы финансового посредничества. Интерес к сфере финансового посредничества предопределен тем, что его эффективное функционирование способствует повышению уровня благосостояния и достижению устойчивого экономического роста. Поэтому развитие новых инновационных услуг в сфере финансового посредничества становится одним из ключевых источников прогресса в финансовом и реальном секторах экономики.

Одной из наиболее острых проблем российских финансовых посредников, в первую очередь банков, является их низкая инновационная активность, которая связана с характеристиками предложения финансовых инноваций, так же как и с характеристиками спроса на них. Со стороны предложения – узкий спектр, невысокое качество и недостаточная интеллектуальная составляющая предоставляемых посредниками финансовых услуг, что делает услуги непривлекательными для населения. А недостаточная склонность к инновациям и слабо развитая культура сбережений приводят к низкой склонности населения к инвестированию и отсутствию спроса на современные финансовые услуги.

В сфере финансового посредничества именно низкий спрос на услуги становится сдерживающим фак-

тором развития четвертичного сектора. Поэтому решение одновременно двух проблем российской банковской системы – спроса и предложения услуг – становится актуальной темой исследования и предопределяет его объект – финансовые интеллектуальные услуги.

Перед тем как перейти к рассмотрению финансовых интеллектуальных услуг остановимся на ключевых понятиях «услуга» и «интеллектуальная услуга» и попытаемся определить границы объекта исследования. Термин «услуга» включает в себя немало экономических и организационных видов деятельности и может менять свое значение в зависимости от конкретной ситуации.

При ассимиляционном подходе услуги и промышленные продукты обладают одинаковыми свойствами, а если различия и существуют, то они имеют количественный, а не качественный характер. Это позволяет теории, концепции и статические показатели, разработанные для сферы материального производства, применять к сфере услуг. Различия в производительности и инновационной активности объясняются отставанием сферы услуг от прочих секторов. Причина подобного отставания, например, видится в том, что многие услуги предоставляет обществу государство, что в свою очередь приводит к слабой конкуренции на рынке услуг [1].

В отличие от сторонников ассимиляционного подхода, многие исследователи утверждают, что услуги являются особым продуктом, который имеет нематериальную форму. В современной экономике большинство ученых придерживается синтетического подхода, предполагающего дифференцированное рассмотрение различных типов услуг в зависимости от того, насколько услуга по своим характеристикам ближе к определенной сфере – сервиса или материального производства. Во многом это связано с тем, что зачастую в экономике происходит слияние материального производства и сферы услуг. В результате многие продукты сферы производства начинают приобретать черты услуг, и наоборот, сервисные компании все больше и больше напоминают индустриальные.

Сервис-доминирующая логика

В нашем исследовании применялся синтетический подход, который предполагает, что услуги рассматриваются не просто как «нематериальное благо», а как процесс или форма взаимоотношений между потреби-

телями и производителями. В итоге результатом деятельности любой компании, производящей как материальную, так и нематериальную продукцию, становится услуга. Подобный подход получил название «сервис-доминирующей логики» (service-dominant logic) и приобрел широкое распространение в сфере маркетинга [2].

Следует отметить, что сервис-доминирующая логика подходит к изучению услуг не с позиции описания специфических черт отдельных видов услуг и всей сферы услуг в целом. Услуга рассматривается как процесс обслуживания потребителей, который требует взаимного участия потребителя и производителя и вкладываемых ими разных ресурсов, а не как нематериальный продукт, производимый фирмой.

Сервис-доминирующая логика пока не приобрела широкого распространения в отечественной и зарубежной литературе по инновациям, это довольно новый подход. Однако в нашем исследовании сервис-доминирующая логика имеет ключевое значение. Такой подход позволяет при рассмотрении различного вида инноваций уйти от проблемы различий между инновационными продуктами и услугами в сервисной экономике и использовать термин «услуга», подразумевая под ним не только нематериальные блага, но и общий эффект для потребителя от материального продукта, процесса его производства, получения и использования.

При этом мы можем применить данное определение только для услуг, предполагающих активное взаимодействие производителей и потребителей. Такие услуги появились сравнительно недавно в рамках четвертичного сектора и экономики знаний.

Первые попытки выделить деловые услуги, основанные на знаниях, в отдельную категорию были осуществлены Ф. Махлупом в рамках его исследований особенностей экономики знаний [3] – позднее эти услуги получили название интеллектуальных деловых услуг. Под ними он понимал услуги и деловые операции, которые основываются на профессиональных знаниях. Эти услуги способствуют поддержанию бизнес-процессов организации, их развитие связано с ростом в структуре занятого населения таких профессий, как ученые, инженеры, различные эксперты.

К интеллектуальным относят также услуги, для производства которых используются большие объемы информации, информационные и коммуникационные технологии. Кроме того, решаемые задачи должны носить и проблемный, творческий характер. В интел-

Abstract. Formation of post-industrial society has created prerequisites for development of a new knowledge-based economy, in which quaternary sector (sector of the knowledge-intensive services) plays a key role. Thus for assessment of possible improvements of financial sector the features of knowledge-intensive services are revealed in the article. Using sociological survey of producers of financial knowledge-intensive services the main drivers of innovative activity are defined and the regression analysis verifying significance of these factors for Russian economy is conducted.

Keywords. Knowledge-intensive services; financial intermediaries; ordered regression; service-dominant logic.

Ключевые слова. Интеллектуальные услуги; финансовые посредники; порядковая регрессия; сервис-доминирующая логика.

лектуальном секторе растет степень взаимодействия подразделений компании и отдельных сотрудников.

Эксперты предлагают различные критерии выделения интеллектуальных услуг. В соответствии с секторальным критерием интеллектуальными услугами считаются те, которые производятся в отраслях, где более половины сотрудников имеют высшее образование. Вместе с этим институциональный критерий (по отдельным компаниям) позволяет отнести к интеллектуальным услугам предприятия, в которых производятся услуги с высокой добавленной стоимостью, а основными факторами производства становятся человеческий капитал и знания. Таким образом, единого подхода в экономике для определения данного термина до сих пор не существует, что во многом затрудняет выявление конечного списка отраслей, которые могут оказывать интеллектуальные услуги.

Определение особенностей интеллектуальных услуг с учетом российской экономической специфики было начато в 2000-х гг. группой экономистов во главе с Я. И. Кузьминовым [4]. В настоящий момент интеллектуальные услуги можно выделить последующим признакам:

- интеллектуальная услуга полностью индивидуализирована или по крайней мере состоит из некоторого стандартного «ядра», на которое для каждого клиента наращивается своя «оболочка»;
- потребитель является «сопроизводителем» услуги, если она полностью индивидуализирована, или как минимум «оболочки» услуги, если она частично индивидуализирована;
- в общей стоимости услуги велика доля добавленной стоимости;
- основная часть добавленной стоимости производится высококвалифицированным трудом.

Исходя из эмпирического анализа мониторинга сектора интеллектуальных услуг, проводимого в России ежегодно с 2007-го по 2013 г. Институтом статистических исследований совместно с РОМИР Мониторинг при поддержке Центра фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, к интеллектуальным услугам можно отнести консультирование, аудит, юридические услуги, маркетинговые услуги, оценочную деятельность, рекрутинг, рекламу, аналитическое обслуживание, доверительное управление активами, в том числе услуги финансового посредничества.

Моделирование предложения финансовых интеллектуальных услуг

Для оценки факторов, стимулирующих производителей оказывать новые финансовые интеллектуальные услуги, на основе мониторинга сектора интеллектуальных услуг за 2013 г. была построена регрессия:

$$P(y_i = j) = \Phi(x'_{ij}\beta_j), \quad (1)$$

где y_i – i -е наблюдение зависимой переменной; j – количественное значение порядковой переменной; x'_{ij} – вектор независимых переменных i -го наблюдения

в случае, если $y_i = j$; β_j – вектор коэффициентов в уравнении для случая $y_i = j$; Φ – оператор распределения нормированной ошибки.

В статье используются две типичные спецификации оператора Φ . Во-первых, функция стандартного нормального распределения для probit-модели:

$$\Phi(x'_{ij}\beta_j) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{x'_{ij}\beta_j} e^{-\frac{t^2}{2}} dt. \quad (2)$$

Во-вторых, функция логистического распределения для logit-модели:

$$\Phi(x'_{ij}\beta_j) = \Lambda(x'_{ij}\beta_j) = \frac{e^{x'_{ij}\beta_j}}{1 + e^{x'_{ij}\beta_j}}. \quad (3)$$

Для оценки коэффициентов уравнения использовался метод максимального правдоподобия (ММП). В качестве зависимой переменной в модели был рассмотрен такой фактор, как инновационность производителя интеллектуальных услуг (*innovator*). Независимыми переменными были выбраны следующие: изменение объема оборота компании в указанный период (*dturnover*), размер компании (*size_emp*), доля стандартизированных услуг в общем объеме услуг (*standard*); доля прибыли, расходуемая на зарплату сотрудникам (*wage*). В модели были использованы порядковые переменные из опроса производителей интеллектуальных услуг.

Результаты оценки порядковой регрессионной модели, построенной на данных мониторинга интеллектуальных услуг за 2013 г. и описывающей поведение производителей финансовых услуг, приведены в *табл.*

Модель 2 представляет собой пробит-спецификацию порядковой регрессии с четырьмя регрессорами, модель 4 – логит-спецификацию. В целом результаты, полученные по итогам оценки пробит- и логит-моделей, показывают, что инновационная активность увеличивается с ростом оборота компании (*dturnover*), доли стандартизированных услуг (*standard*), размера компании (*size_emp*) и роста расходов на заработную плату (*wage*) при прочих равных условиях.

При этом пробит- и логит-модели дают схожие результаты, что говорит о незначительном влиянии распределения вероятности на результаты моделирования. Однако логит-модель дает чуть более высокие статистические показатели (LR-statistics и McFadden R²), что делает эту спецификацию вероятности распределения предпочтительной для прогностических целей. Все коэффициенты, за исключением переменной *size_emp*, являются статистически значимыми на 5%-ном уровне. Это указывает на наличие статистически значимой связи между независимой и зависимыми переменными.

В целом можно отметить, что, с точки зрения производителей, размер компании оказывает влияние на инновационную активность, однако этот эффект невелик или связь между размером компании и инновационной активностью носит нелинейный характер. При этом следует учитывать, что компании сферы интеллектуальных услуг преимущественно невелики, что характерно не только для российских, но и для евро-

Коэффициенты модели производителей и доверительные интервалы

Регрессоры	Оценки коэффициентов (тестовые статистики)			
	Пробит-модель		Логит-модель	
	модель 1	модель 2	модель 3	модель 4
<i>dturnover</i>	2,83 (3,83)	2,76 (3,69)	5,03 (3,38)	4,94 (3,69)
<i>standard</i>	1,43 (2,40)	1,56 (2,49)	2,84 (2,22)	2,95 (8,40)
<i>size_emp</i>	—	0,57 (0,98)	—	0,89 (0,87)
<i>wage</i>	3,92 (4,36)	4,17 (4,35)	7,19 (3,91)	7,54 (3,91)
<i>Характеристики моделей</i>				
<i>Pseudo-R²</i>	0,51	0,51	0,52	0,52
<i>LR-statistics</i>	37,81	38,77	38,53	39,29

пейских предприятий. Это также может служить объяснением низкой значимости коэффициента при переменной. Опираясь на полученные результаты, можно опровергнуть гипотезу о значимости размера компании для инновационности предприятия в сфере финансовых интеллектуальных услуг.

Модели 1 и 3 представляют собой пробит- и логит-спецификацию с исключением переменной *size_emp* (для исключения переменной проводилось тестирование). Для моделей сохранилась значимость всех коэффициентов на 5%. При этом альтернативная оценка размеров компании по расходам на заработную плату показала, что чем выше данные расходы, тем сильнее инновационность финансовых посредников.

Включенная в регрессию переменная *standard* служила дихотомической переменной, являющейся признаком принадлежности услуги к разряду интеллектуальных. Положительный коэффициент показывает, что высокая стандартизация способствует инновационности производителей финансовых услуг. Логически подобный результат противоречит нашему предположению, что инновации в сфере финансового посредничества должны строиться на основе интеллектуальных услуг.

В то же время, если вспомнить тот факт, что в российской экономике преобладают значительно стандартизированные услуги с индивидуализированной оболочкой [5], то предположение об инновационной активности компаний – производителей именно такого типа интеллектуальных услуг не лишено смысла. Вместе с тем рост оборота компании при прочих равных условиях значимо увеличивает инновационность компании. Это позволяет предположить, что данные за 2013 г. нарушают гипотезу 1 в отношении клиентоориентированности. Однако ситуация, противоречащая гипотезе, была характерна только для 2013 г., а динамические данные, наоборот, подтверждают эту гипотезу.

Динамическое сопоставление результатов оценки порядковой регрессионной модели, построенной на данных мониторинга сектора интеллектуальных услуг за 2013 г., описывающих поведение производителей финансовых услуг, представлено на *рис.* Величина коэффициента существенно менялась на протяжении нескольких лет, хотя знак коэффициента оставался положительным, что свидетельствует о положительном влиянии доходов компании на инновационную активность.

При этом менялась и статистическая значимость коэффициента. Если в 2013 г. коэффициент был статистически значимым на 5%-ном доверительном интервале, то в остальные периоды величина этого показателя была незначительна. Полученные результаты позволяют говорить о формировании у производителей новых целевых установок, не связанных с прибыльностью деятельности.

ВЫВОДЫ

Обобщая результаты регрессионного анализа, отметим, что модель показала, в частности, значимую роль изменения оборота компании при определении инновационной активности производителей финансовых интеллектуальных услуг. Это опровергает предположения о повышении роли клиентоориентированности при производстве новых интеллектуальных услуг в сфере финансового посредничества.

Динамическая оценка регрессии подтвердила данную гипотезу и показала, что выручка перестает быть критерием, определяющим активность финансовых посредников. В то же время размер компании в значительной степени влияет на инновационную активность компаний. Как критерии размера компании использовались отношение объема заработной платы к прибыли компании и численность



сотрудников компании. Оба коэффициента при данных переменных оказались положительными, что означает: инновационная активность более характерна для больших компаний. Однако коэффициент у переменной *size_emp* (численность сотрудников) оказался статистически незначимым. В итоге можно сделать вывод о том, что количественная характеристика размера компании стано-

вится важна только одновременно с относительно высоким уровнем человеческого капитала. Полученные результаты позволяют говорить о слабой ориентированности производителей интеллектуальных услуг на поведение потребителя и возможности стимулирования развития компаний за счет роста более качественной рабочей силы в сфере финансов.

Список литературы

1. Майлз Я. Д. Сервисные инновации в XXI веке // Форсайт. 2011. Т. 5. № 2. С. 4–5.
2. Lusch R. F., Vargo S., Wessels G. Toward a Conceptual Foundation for Service Science: Contributions from Service-Dominant Logic // IBM Systems Journal. 2008. Vol. 47. № 1.
3. Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States // Princeton University Press, 1962.
4. Кузьминов Я. И. и др. Россия: формирование институтов новой экономики : тезисы. М. : Изд-во ГУ-ВШЭ, 2003.
5. Дорошенко М. Е. Инновационный потенциал сектора интеллектуальных услуг // Форсайт. Т. 5. 2011. № 4. С. 50–65 ; Дорошенко М. Е., Березин И. С., Виноградов Д. В. и др. Интеллектуальные услуги в России. – М. : Беловодье, 2010.

ИНФОРМБАНК

Кредитное мошенничество: 250 тыс. попыток в год

В базе Объединенного кредитного бюро (ОКБ) в год фиксируется более 250 тыс. попыток кредитного мошенничества в 30 крупнейших банках, подключенных к его системе «Национальный хантер». Примерно четверть попыток предотвращается с помощью сервиса бюро, с остальными банки справляются самостоятельно. Условно мошенничества можно поделить на организованные и неорганизованные. Наибольший ущерб наносят банкам организованные группы мошенников, которые нередко действуют в сговоре с сотрудниками банков. Проанализировав базу мошеннических заявок, аналитики ОКБ выявили самые распространенные виды мошенничества. Более половины всех случаев – предоставление заявителями недостоверных персональных или контактных данных, зачастую совпадающих с уже выявленными ранее случаями мошенничества: фамилия, имя, отчество, паспортные данные, адрес регистрации и телефон. Причем 21% от всех случаев мошенничества составляет использование адреса или одного и того же номера домашнего / мобильного телефона разными заявителями. В 18% случаев классифицируется аномальное поведе-

ние заемщика – резко возросшая активность подачи заявок на кредиты или смена контактных данных в течение короткого промежутка времени. Часто такая активность объясняется утерей человеком паспорта – мошенники, используя его, делают по 20–30 заявок на кредиты в разных банках. Еще 4% приходится на недостоверные данные о работодателе – указание несуществующего работодателя либо несоответствие названия компании и контактных данных. Банки научились бороться с мошенниками еще на этапе рассмотрения заявок – по базе ОКБ видна общая тенденция к снижению уровня мошеннических кредитов. Согласно этой методике мошенническими считаются кредиты, задолженность по которым просрочена более чем на 90 дней за 5 месяцев. По данным на август 2014 г., качество новых займов постепенно улучшается. Мошенничество по кредитным картам стало снижаться еще в IV квартале 2012 г., тогда текущий показатель был равен 1,59%, а годом ранее он составлял 2%. Более низкий уровень мошенничества по кредитным картам объясняется их меньшей привлекательностью из-за низкой средней суммы кредита.

С начала 2013 г. улучшение наблюдается и в сегменте потребительских кредитов, во II квартале 2013 г. начал снижаться уровень мошенничества и в автокредитах. Доля мошенничества с автокредитами составляет 0,31%, за год этот показатель снизился почти в 3 раза. Автокредиты в принципе более сложный продукт для мошенников, так как требуют первоначального взноса. За 2013 г. убытки банков от мошенников по этому типу кредита превысили 4,6 млрд руб. Самым востребованным кредитным продуктом для мошенников является кредит наличными – на текущий момент доля таких кредитов составляет 2,21%. Годом ранее этот показатель достигал почти 3%. По мнению Даниэля Зеленского, генерального директора ОКБ, снижение уровня мошенничества связано прежде всего с ужесточением банками политики управления рисками. «Но если посмотреть на абсолютные цифры, то увидим, что за 2013 г. сумма выдачи таких кредитов составила около 70 млрд руб., – отметил он. – В текущей ситуации, когда банки все более пристально относятся к предварительной оценке заемщика, мы ожидаем снижения количества мошеннических кредитов».