

# **ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: УВЕЛИЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ВЫБОР ПРАВИЛЬНЫХ ВАРИАНТОВ РОСТА**

**М. И. Коротких**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Ю. В. Савченко

Инвестиционный менеджмент находится в периоде быстрых изменений, движимых изменением предпочтений инвесторов, сокращением маржи, изменением законодательства и развитием технологий. Успешные инвестиционные менеджеры, которых мы определяем как управляющие паевыми фондами, хедж-фондами и частными акционерными компаниями в 2019 г., вероятно, будут теми, кто сможет продолжать решать эти проблемы с помощью планов, разработанных для того, чтобы противостоять изменяющимся рыночным условиям.

Ожидания между группами инвесторов расходятся. Большинство Millennials и Gen Z внесли существенные изменения в свои инвестиционные методы по сравнению с их предшественниками. Эти поколения в итоге будут занимать значительную долю глобальных инвестируемых активов по мере того, как в Соединенных Штатах и Европе будет происходить передача богатства из поколения в поколение на несколько миллионов долларов. Они, как правило, предпочитают взаимодействовать с онлайн- и мобильными каналами, с низкой минимальной начальной суммой инвестиций и 24/7 доступом к инвестиционным советам на интеллектуальных устройствах. Между тем более опытные сегменты (Gen X и Baby Boomers) часто ожидают изящного взаимодействия через свои мобильные и онлайн инвестиционные счета и профессиональные консультации по запросу. С другой стороны, большинство институцио-

нальных инвесторов требуют большей прозрачности портфеля, индивидуальных инвестиционных решений и глобальных продуктов [1, с. 24].

Учитывая эту сложную и стимулирующую отраслевую среду, лидеры бизнеса по инвестиционному менеджменту должны рассмотреть три основных вопроса: «Как мы можем развивать наш бизнес?», «Каковы возможности для более эффективной работы нашей компании?» и «Как мы можем обеспечить следующий уровень обслуживания клиентов?».

#### 1. Как мы можем развивать наш бизнес?

Хотя многие инвесторы стали успешнее благодаря самому длинному бычьему рынку (период времени, в течение которого на рынке действует тенденция к повышению курсов) со времен Второй мировой войны, некоторые инвестиционные менеджеры заняли более осторожную позицию. Исследование, которое охватило более 95 инвестиционных менеджеров с совокупными управляемыми активами (AUM) в размере 35 трлн долл., показало, что ведущие инвестиционные менеджеры увеличили среднюю операционную маржу до 35 % за период 2014–2017 гг., опередив своих коллег на четыре процентных пункта. Некоторые из этих фирм сделали это, инвестируя в новые технологии, которые, в свою очередь, могут повысить производительность и эффективность инвестиционной аналитики, одновременно высвободив ресурсы для более прибыльной деятельности. Успех был сконцентрирован на этих лидерах, что позволило создать надежный бренд среди инвесторов. Эти фирмы воспользовались этим доверием, чтобы получить 19-процентную плату по сравнению с конкурентами. Многие малые и средние инвестиционные менеджеры, испытывающие недостаток в масштабе, борются за поддержание прибыльности. Для этих фирм правильный выбор инвестиций для развития рынка и продуктов является обязательным условием устойчивого роста [2, с. 8].

Диверсификация: приобретения и доли меньшинства ведут к тому, что многие управляющие инвестициями ищут стратегические приобретения. Эти приобретения могут добавить новые рынки, предложения продуктов и инвестиционные возможности. Конечным результатом является то, что цены сделок, предлагающих такое расширение возможностей, растут. Стратегии диверсификации часто реализуются посредством приобретений. Многие инвестиционные менеджеры также ищут миноритарные пакеты для выхода на новые рынки. Недавние инвестиции ведущего американского инвестиционного менеджера в приложение для микроинвестиций Acorns помогают понять, как привлечь молодых (т. е. поколение Z) инвесторов в мир мобильной связи. Эта сделка может также помочь действующей фирме диверсифицировать свои возможности распространения в приложения и чат-ботов.

#### 2. Каковы возможности для более эффективной работы нашей компании?

*Раскрытие моделей робо-консультантов для регуляторов.* Регулирующие органы в Китае совместно выпустили руководящие принципы для финансовых учреждений, предоставляющих роботизированные консультационные услуги, которые теперь требуют одобрения регулирующих органов [3, с. 17]. Финансовые организации также должны сообщать такую информацию об используемой модели, как ключевые параметры, логика распределения активов и раскрытие информации о рисках. Китай лидирует в регулировании работы роботов-консультантов, и в 2019 г. могут последовать другие регуляторы.

*Облачная и расширенная аналитика повышает эффективность затрат.* Инвестиционные менеджеры быстро используют облако для определенных и неопределенных процессов. Перемещение в облако обеспечивает технологическую гибкость, которая была бы слишком дорогостоящей для поддержки внутренних систем для большинства фирм. Облако также предоставляет возможности хранения и обработки

по требованию, позволяющие новые разработки, такие как расширенную аналитику. Расширенная аналитика позволяет обрабатывать практически все виды структурированных и неструктурированных данных, чтобы улучшить процесс принятия решений.

### 3. Как мы можем обеспечить следующий уровень обслуживания клиентов?

*Обеспечение нового уровня обслуживания клиентов.* Существующие сегменты клиентов важны для продолжения деятельности и, как правило, требуют дополнительных инвестиций. Однако обслуживание клиентов в новых демографических группах с различными предпочтениями обычно требует скачка к новым возможностям. Некоторые новые фирмы по управлению инвестициями нацеливаются на Millennials – сегмент, который, по оценкам, должен составить 15 трлн долл. в течение следующих 15–20 лет, причем с инновационными возможностями. Они затрагивают несколько тысячелетних предпочтений: технологически ориентированный интерфейс, низкая стоимость, прозрачность и тематическое инвестирование, включая социальное воздействие. Технологическая платформа и ее бизнес-модель были разработаны в эпоху цифровых технологий, но ее легкость привлекает не только миллениалов [4]. Процесс открытия счета в цифровую эпоху может быть отдельным. Весь процесс, от загрузки приложения до пополнения счета, обычно можно завершить на мобильном телефоне примерно за 20 мин. Несмотря на то что есть несколько уникальных учетных записей и идентификационных номеров, которые понадобятся новым пользователям, большая часть «бумажной работы» продумана. Цифровая эра отбрасывает идею о том, что документы необходимы для размещения информации. Устаревшее системное сопротивление часто препятствует появлению новых операционных моделей или радикально преобразованных операционных моделей. Фирмы по управлению инвестициями, как правило, плохо оценивают свою способность управлять изменениями в своей операционной модели с помощью цифровых технологий. Отвечая на вопрос об их возможностях цифрового преобразования, только 16 из 73 опрошенных фирм назвали себя цифровыми сроками погашения.

*Голосовые помощники.* Одной из областей цифрового преобразования, охватывающей сегменты клиентов, включая Millennials, являются цифровые голосовые помощники (DVA). Опыт клиентов является одним из наиболее важных факторов, помимо эффективности инвестиций, для обеспечения конкурентного преимущества. Интеграция DVA входит в пространство управления инвестициями, и некоторые фирмы могут использовать его, чтобы порадовать существующих клиентов и привлечь новые сегменты [5, с. 6]. Цифровой голос может стать следующим интерфейсом клиента. Богатство цифрового голосового интерфейса может варьироваться, подобно тому, как мобильные приложения все еще развиваются. Поэтому глубина и широта функциональности, скорее всего, отделят действительно исключительное от остальных. Фирмы, которые преуспели, вероятно, смогут предоставлять широкий спектр услуг через DVA. Наиболее успешный DVA также будет многоканальным по доставке результатов, обмену информацией и подтверждению.

Принятие различных подходов к изменениям может быть важно по мере ускорения темпов технического прогресса. Традиционные подходы могут работать недостаточно быстро. От чат-ботов и приложений до виртуальных агентов инвестиционные менеджеры должны быть готовы экспериментировать, чтобы выиграть Millennials в качестве клиентов. Взаимодействие с клиентами и построение значимых отношений будут в центре внимания как никогда, поскольку инвестиционные менеджеры будут бороться за активы в 2019 г. Многие инвестиционные менеджеры будут стремиться предлагать новые порталы для клиентов, скорее всего, путем приобретения или сотрудничества с технически подкованными фирмами.

---

Л и т е р а т у р а

1. Conrad, L. Funds with the largest inflows year-to-date / A. Shilling. – Financial Planning – New-York : Simon & Schuster, 2018. – 264 p.
2. Dannemiller, D. Building regulatory-ready organizations / J. Lynette DeWitt, A. Gajjaria. – Deloitte University Press, 2017. – 15 с.
3. Patterson, J. BlackRock acquires Cachematrix, expanding its cash management capabilities / J. Patterson // Finance Magnates, 2017. – 25 p.
4. ROBO ADVISOR: Can Robinhood and Acorns grow into their valuations? / NEXT, 2018. – Mode of access: <https://next.autonomous.com/thoughts/canrobinhood-and-acorns-grow-into-their-valuations>. – Date of access: 30.03.2019.
5. Walker, O. Global investors lick lips as China opens to asset firms / O. Walker // Financial Times, 2018. – 31 p.