

# Финансист



Журнал о личных инвестициях, брендах и акциях

№ 4 (36) 2024

ИНВЕСТПОРТФЕЛЬ  
*ПОД ЕЛОЧКУ*

ПОДАРКИ  
*НЕ ЖДУТ*

ПРОДАВЦЫ  
ПРАЗДНИКА

ИНТЕРВЬЮ С  
САНТА-КЛАУСОМ

СТЕНДАП-КОМИК

# ГАЛЫМ КАЛИАКБАРОВ

«ФИНАНСЫ — ЭТО СВОБОДА  
ДЕЙСТВИЙ, ПЕРЕДВИЖЕНИЙ  
И ВЫБОРА»



FRHC.ITS

АКЦИИ

FRHC.ITS

ITS | Freedom Holding Corp.

2750+

акций, депозитарных  
расписок и ETF

17-часовая  
торговая сессия

(с 10:00 до 3:45 по времени  
Астаны, GMT +5)

Лучшие цены  
и ликвидность  
(Best Execution и Smart  
Order Routing)



## НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА АКЦИИ США И ЕВРОПЫ

### International Trading System –

торговая площадка в надежной юрисдикции

Международного финансового центра «Астана»

**Freedom Finance Global PLC** (<https://www.ffin.global/>) – компания, зарегистрированная и действующая по нормам Международного финансового центра «Астана» (МФЦА). Компания ведет инвестиционную деятельность в качестве принципала и агента; осуществляет управление инвестициями и инвестиционное консультирование, организует инвестиционные сделки. Лицензия Комитета МФЦА по регулированию финансовых услуг: AFSA-A-LA-2020-0019 от 21.11.2023



# Содержание

Бизнес под бой курантов.....	2
Праздник к нам приходит.....	3
Инфографика. Кто больше всех зарабатывает в финале года?.....	5
Что ни пожелаете.....	7
Инфографика. Гаджет – лучший подарок.....	8
Распродажа экстра-класса.....	9
Зашел, покликнул, закупил.....	10
Подарки не ждут.....	12
Инфографика. Цепочка поставок товаров на Рождество.....	14
В новый год – на зеленый.....	17
Инфографика. Топ секторов рождественского ралли.....	19
На работу как на праздник.....	20
Интервью с Клаусом Кристенсеном (The Danish Christmas Tree Association).....	22
Кадры решают все.....	23
Интервью с Санта-Клаусом.....	24
Инфографика. Инвестпортфель под елочку: идеи на 2025 год.....	26
Интервью с Ибрахимом Жанлыелом (Air Astana).....	28
На пути в праздники.....	29
Инфографика. Поехали!.....	30
Блокбастер год кормит.....	32
По магазинам с ИИ-помощником.....	35
Продавцы праздника.....	37
Караван длиной в 30 лет.....	38
От индейцев до индейки.....	40
Особый сезон.....	42
Разумные инвестиции.....	44
Интервью с Галымом Калиакбаровым.....	46
Хроника.....	48

# Бизнес под бой курантов

Рождественские и новогодние праздники — не только пора теплых встреч и корпоративных вечеринок. Это и сезон масштабных распродаж, который радует покупателей щедрыми скидками. «Черная пятница» и киберпонедельник, зародившиеся на Западе, прочно вошли и в нашу жизнь, сделав последние месяцы года временем выгодных покупок.

Праздничный сезон — это также золотое время для бизнеса, особенно для ретейлеров, которые превращаются в главных «помощников Санта-Клауса». Мы подсчитали, сколько зарабатывают торговые сети, обеспечивая нас подарками и всеми праздничными атрибутами. Результаты впечатляют: показатели IV квартала значительно увеличиваются с каждым годом. Не отстают от розничных и логистические компании. Благодаря их работе заказы попадают под елку точно в срок. Инвесторы также могут заработать на предпраздничном спросе, покупая акции эмитентов, которые генерируют высокую прибыль в этом сезоне. Кроме того, можно поучаствовать в ралли Санта-Клауса. О том, что это за явление, читайте в нашем журнале. Мы рассказали, когда ловить момент, и выяснили, какие сектора фондового рынка показывают наибольший рост. Кстати, Нью-Йоркская биржа работает 31 декабря, так что у вас есть шанс купить акции буквально в канун Нового года.

В центре финансового мира — на Уолл-стрит — свои предновогодние традиции. Так, брокеры собираются перед Рождеством и исполняют старинную песню. За месяц до этого торжественно зажигаются огни на елке у здания Нью-Йоркской биржи. Говорят, если загадать финансовые желания в этот момент, они часто сбываются.

Вот и у нас произошло настоящее новогоднее чудо: мы пообщались с самим Санта-Клаусом — конечно, с помощью искусственного интеллекта. И оказалось, что у него немало общего с Уорреном Баффетом!

В честь предстоящего праздника подарок для наших читателей подготовили аналитики Freedom Finance Global.

Они составили портфель на 2025 год из акций перспективных компаний.

Однако, конечно, деньги — это не все. Культурные ценности, создающие новогоднее настроение, также востребованы в праздничном сезоне. Яркий пример — блокбастеры, успех рождественских премьер которых доказан аншлагами в кинотеатрах в конце года и высокими финансовыми результатами медиакомпаний в I квартале.

Именно на праздничном настроении зарабатывают крупнейшие бренды, причем даже те, для которых зима — не сезон. В этом номере мы рассказали, как Coca-Cola смогла, пользуясь новогодними праздниками, увеличить продажи совершенно летнего напитка зимой, а также как дикая птица индейка благодаря сложившимся традициям стала домашней, обогатив праздничное меню и своих производителей.

Кроме еды, зрелищ и подарков, традиционных для любых праздников, в Новый год особое значение имеют символы. Как показывает практика, сделать бизнес можно и на них. Это доказывает опыт крошечной Дании, которая сумела стать крупнейшим экспортером новогодних елок несмотря на то, что эти елки, сегодня известные во всем мире как датские, никогда таковыми не были (как так получилось, читайте в интервью топ-менеджера ассоциации производителей елок).

Ну, и какой же Новый год без смеха и веселья! Своим представлением об идеальном празднике с нами поделился известный стендап-комик Галым Калиакбаров, ставший звездой этого номера. В интервью он выступил сразу в трех ипостасях: бизнесмена (да-да, комедия — это еще и про бизнес), семьянина и начинающего инвестора. Он рассказал, как комики встречают Новый год, насколько юмор интернационален, какие шутки востребованы в праздники, а над чем 31 декабря лучше не шутить.

Приятного чтения! 📖

## Журнал «Финансист» № 4 (36) 2024

**Собственник:** ТОО «Alteco Partners». **Главный редактор:** Мира Халина. **Выпускающий редактор:** Наталья Харлашина. **Дизайн, инфографика:** Владислав Волков, Александр Гарьюсов. **Литературный редактор:** Светлана Дементьева. **Редактор:** Анастасия Скрипниченко. **Корректор:** Дарья Балтрушайтис. **Координаторы выпуска:** Игорь Ключнев, Вадим Меркулов, Кристина Сафиулова. **Фото в номере:** открытые источники, личные архивы Клауса Кристенсена, Ибрахима Жанлые-ла и Галыма Калиакбарова. **Фотография на обложке:** личный архив Галыма Калиакбарова. Журнал зарегистрирован в Министерстве информации и коммуникаций РК. Свидетельство о постановке на учет от 3 июля 2019 года № 17775-Ж. **Адрес редакции:** А05D7M5, РК, г. Алматы, ул. Желтоқсан, 115, 5-й этаж. Тел./факс: +7 (727) 232 24 46. E-mail: prglobal@fin.kz. **Подписано в печать:** 06.12.2024. **Тираж:** 45 000 экз. Журнал распространяется бесплатно. **Отпечатано:** ТОО «Полиграфический центр „Индиго Принт“».

## Публичная компания Freedom Finance Global PLC

Публичная компания Freedom Finance Global PLC оказывает брокерские (агентские) услуги на рынке ценных бумаг на территории Международного финансового центра «Астана» (МФЦА) в Республике Казахстан. При соблюдении требований, условий, ограничений и/или указаний действующего законодательства МФЦА компания уполномочена осуществлять следующие регулируемые виды деятельности согласно лицензии № AFSA-A-LA-2020-0019: сделки с инвестициями в качестве принципала, сделки с инвестициями в качестве агента, управление инвестициями, предоставление консультаций по инвестициям и организация сделок с инвестициями.

Владение ценными бумагами и прочими финансовыми инструментами всегда сопряжено с рисками: стоимость ценных бумаг и прочих финансовых инструментов может расти или падать. Результаты инвестирования в прошлом не гарантируют доходов в будущем. В соответствии с законодательством компания не гарантирует и не обещает в будущем доходности вложений, не дает гарантии надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов.

# Праздник к нам приходит

Как люди тратят деньги в преддверии Рождества и Нового года



**Вадим Меркулов,**  
директор  
аналитического департамента  
Freedom Finance Global

**IV** квартал для многих компаний — самый успешный в году. Предпраздничные настроения покупателей выливаются в гигантские потребительские расходы. Это важное время для ретейлеров и производителей наиболее востребованных в рождественские и новогодние каникулы товаров. Траты американцев за этот период приближаются к впечатляющему объему — \$1 трлн, что во многом обеспечивается за счет маркетинговых акций и сезона распродаж.

## Потребитель выбирает онлайн

Пандемия привела к структурной трансформации всей индустрии ретейла: наступил кардинально новый исторический этап. Потребители по всему миру массово переключаются на онлайн-шопинг и покупают в интернете все — от товаров повседневного спроса до одежды и мебели. Именно поэтому динамика электронной коммерции (e-commerce) сейчас наиболее адекватно отражает общую потребительскую активность.

В американском сегменте e-commerce лидируют Amazon (AMZN), изначально ориентированный на интернет-продажи, и Walmart (WMT) — крупнейший американский ретейлер, комбинирующий традиционные каналы с электронными. Обе компании демонстрируют более высокий рост объемов реализации, чем в целом по индустрии. Покупатели предпочитают приобретать как можно больше товаров на одной платформе, а у Amazon и Walmart широчайший ассортимент, а также отлаженная быстрая доставка. Amazon использует преимущество своих взаимосвязанных автоматизированных складов. Широкая сеть магазинов Walmart с пунктами самовывоза дает покупателям возможность получать товары в день заказа.

Совокупная выручка Amazon в IV квартале 2017 года составляла \$60,4 млрд. За тот же период 2023-го показатель достиг \$170 млрд, а по итогам октября – декабря 2024-го эти результаты прогнозируются на уровне \$187 млрд. Если ожидания реализуются, Amazon станет крупнейшим ретейлером, обойдя Walmart, выручка которого в IV квартале текущего года, согласно средним ориентирам, будет равняться \$180 млрд.

## Высокий сезон

Подготовку к распродажам производители промышленных товаров, в том числе электроники, обычно начинают в сентябре. Именно в этом месяце проводится одно из старейших и крупнейших международных шоу — Берлинская международная радиовыставка, где презентуются новинки бытовой электроники. В начале осени Apple (AAPL), как правило, представляет следующие версии iPhone, MacBook и других своих девайсов, чтобы выпустить их на рынок до конца года, когда продажи достигают пика. Отчетность корпорации за последние годы демонстрирует, что это дает определенный эффект: 31–35% выручки она получает в IV квартале.

В сентябре – октябре проходят недели моды в Нью-Йорке, Лондоне, Милане и Париже, а новые коллекции поступают в магазины к старту высокого сезона. Отдельные производители одежды, обуви и аксессуаров значительную часть выручки генерируют в последнем квартале календарного года. Так, например, у VF Corporation (VFC), известной брендами Vans, The North Face, Timberland и Dickies, эта доля колеблется между 30% и 34%.

В борьбу за покупателя на данном этапе включаются ретейлеры. Преимущество, как иллюстрируют данные продаж выше, имеют те, кто обладает не только разветвленной сетью многофункциональных магазинов и распределительных центров, но и хорошо поставленным каналом онлайн-продаж.

Обычай проводить распродажи после Дня благодарения в середине XX века заложила розничная сеть Macy's. «Черной пятницей» акцию назвали в 1960-х

## Все на продажу!

Хотя акции и спецпредложения сопровождают весь праздничный сезон, который Национальная федерация розничной торговли (NRF) определяет как период с 1 ноября по 31 декабря, его пиковый период начинается в День благодарения (последний четверг ноября). Наиболее популярным

днем для шопинга со скидками считается «черная пятница», идущая сразу за Днем благодарения.

По данным NRF, в 2023 году в этой распродаже в режиме онлайн поучаствовали 90 млн человек, а в традиционных магазинах побывали 76 млн.

Роль «черной пятницы» в общих объемах зимних праздничных продаж заметна. Исторически ее доля составляет 10–15%.

**Киберпонеделник начинается в субботу**

Изначально в «черную пятницу» люди посещали распродажи в физических магазинах, а киберпонеделник, дававший начало следующей после Дня благодарения неделе, был задуман как аналогичная акция онлайн. В настоящий момент разница между ними стирается, так как шопинг все активнее переходит в интернет, но некоторые отличия все же сохраняются. Киберпонеделник привлекает меньшее число покупателей, чем предшествующая ему «черная пятница», зато обгоняет ее по объему выручки.

Средний чек киберпонеделника на самых популярных онлайн-площадках, по данным Statista:

- ✓ \$49 на Shein и Walmart
- ✓ \$44 на Target
- ✓ \$36 на Amazon
- ✓ \$30 на Temu

**Рост онлайн-продаж за 10 лет во время «черной пятницы» и киберпонеделника**



Источник: Queue-it

**Даешь кибернеделю!**

Фактически с учетом роста популярности онлайн-каналов распродажи начинаются в День благодарения, достигают пика в «черную пятницу», продолжаются несколько дней после киберпонеделника. Весь этот период уже называют кибернеделей (Cyber Week), в течение которой на шопинг отправляются около 200 млн американцев.

Эта тенденция характерна и для остального мира. Масштабы глобальных распродаж, по данным Salesforce, выросли почти до \$300 млрд, из которых более \$70 млрд пришлось на Штаты.

Можно констатировать, что Cyber Week стала главной мировой распродажей, в которой наряду с интернет-площадками участвуют и физические магазины. Розничные онлайн-каналы привлекают 44% покупателей, в моллах закупаются 82%, в специализированных магазинах одежды

и аксессуаров — 36%, в точках продаж электроники — 29%. Многие потребители сочетают разные каналы.

**Новые рекорды**

NRF рассчитывает, что потребительские расходы в сезон зимних праздников — с ноября по конец декабря — в этом году достигнут рекордных \$902 на человека против \$875 за тот же период 2023-го. Более половины опрошенных (57%) собираются участвовать в распродажах онлайн, 45% также намерены посетить магазины. Ожидается, что в ноябре и декабре в розницу будет продано продукции на \$980–989 млрд — на 2,5–3,5% больше, чем годом ранее.

Наиболее популярными категориями товаров, по прогнозам, станут одежда и аксессуары, косметика и электроника, подписка на онлайн-сервисы. В топе расходов — подарочные купоны, которые обычно используют для покупки продукции вышеперечисленных категорий.

**Инвестиционный вопрос**

Осмыслив всю представленную выше информацию, читатель может задаться вопросом, стоит ли покупать акции ретейлеров в конце года.

В последние шесть лет IV квартал оказывался благоприятным периодом для ETF (биржевых фондов) на акции производителей товаров первой необходимости, но такая же ситуация складывалась и для всего фондового рынка. При этом на протяжении остальных кварталов большинство бумаг потребительского сектора отставало от S&P 500, а в октябре – декабре этот разрыв просто сокращался до минимума.

Самым удачным месяцем для сектора считается ноябрь, когда котировки акций наиболее крупных розничных сетей обычно растут на 1–1,5 п.п. быстрее индекса широкого рынка, однако в декабре это преимущество, как правило, утрачивалось.

Таким образом, идея покупки бумаг потребительского сектора осенью в целом имеет смысл, но в среднем может принести меньшую прибыль (или больший убыток), чем другие акции. Статистически выгоднее оказывалось вложиться в ретейлеров в октябре и выходить из их бумаг в декабре, в разгар предпраздничных распродаж.

Если говорить о конкретных эмитентах, то, хотя фундаментально и долгосрочно акции лидера онлайн-ритейла Amazon перспективны для инвестиций, в IV квартале краткосрочных вложений в них, как это ни удивительно, лучше избегать. В среднем за последние шесть лет их котировки заметно отставали от широкого рынка, в том числе и потому, что испытали обвал в 2018-м и 2022 годах. Также на финише года не лучшим образом выглядят акции крупнейшего ретейлера Walmart. Котировки Target (TGT) и Costco (COST) с октября по декабрь, как правило, двигались вверх лишь чуть-чуть быстрее, чем S&P 500.

Таким образом, инвесторы в ретейл с середины осени до конца года следуют принципу: «Покупай на слухах — продавай на фактах». В октябре на ожиданиях успешных распродаж настает подходящий момент для покупки, а в декабре, в разгар праздничного сезона, можно фиксировать прибыль. 🛡️

**Кто больше всех зарабатывает в финале года?**

Топ-10 компаний потребсектора по объему выручки в высокий праздничный сезон



\*Выручка за IV квартал \*\*Доля IV квартала в годовой выручке

Источник: National Retail Federation

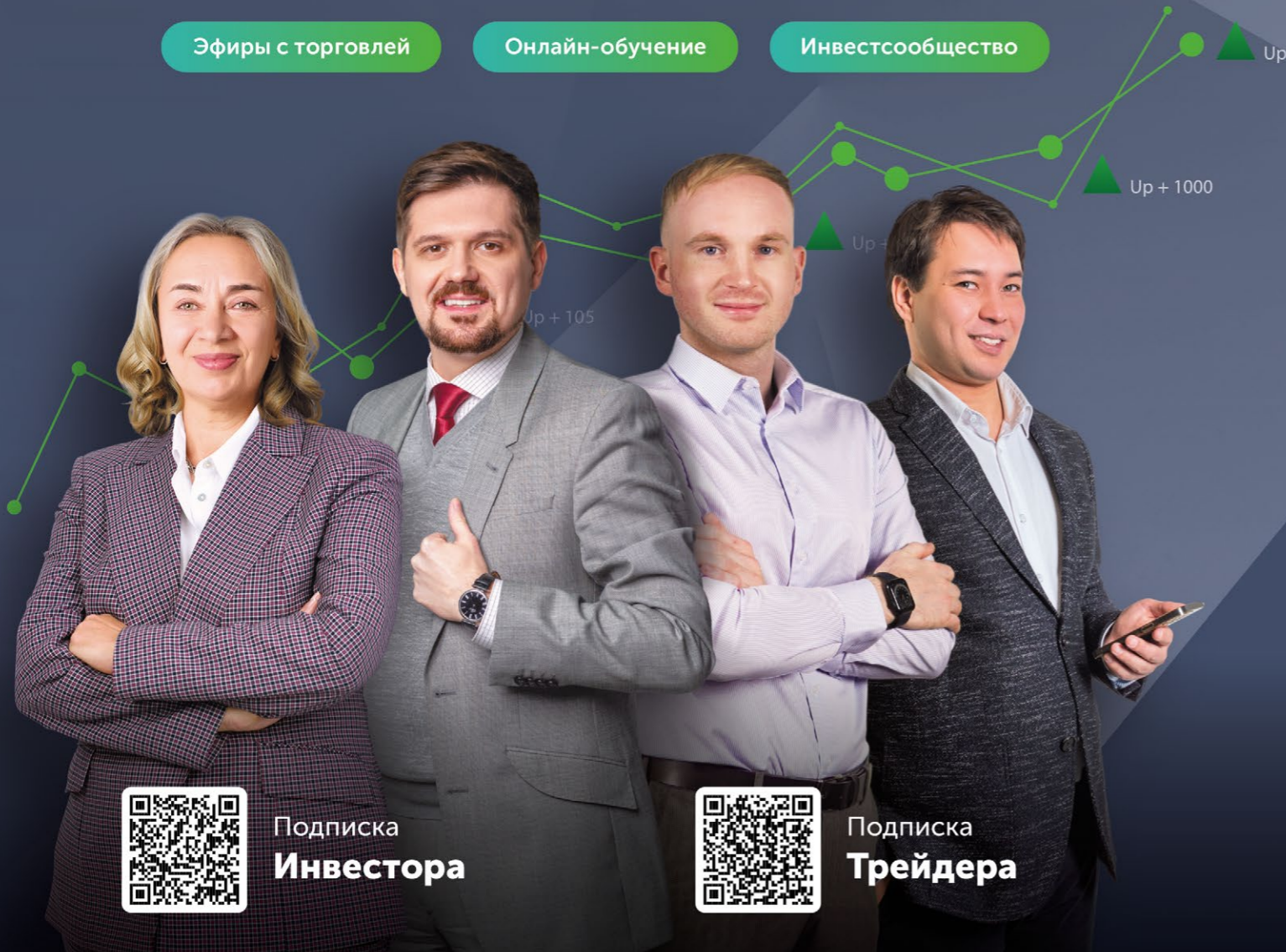


# Инвестируйте с вашим наставником

Эфиры с торговлей

Онлайн-обучение

Инвестсообщество



Подписка  
**Инвестора**

Для всех желающих приобрести практический опыт инвестирования и научиться по максимуму использовать брокерский счет

- Два эфира в месяц
- Видеокурс про инвестиции
- Общение в мессенджере и командная поддержка



Подписка  
**Трейдера**

Для тех, кто хочет регулярно использовать возможности рынка, наблюдая за действиями наставника

- Эфиры ежедневно по будням
- Видеокурс по трейдингу
- Общение в мессенджере и командная поддержка



РЕКЛАМА

## Что ни пожелаете

Предновогодние подарочные тренды



**Михаил Бровкин,**  
начальник отдела  
онлайн-трансляций  
Freedom Finance Global

**Д**ля большинства людей Рождество и Новый год — самые главные праздники. Их ждут с особым нетерпением, к ним готовятся тщательно и долго. Подарки — одна из важнейших составляющих зимних торжеств. Сколько и как тратят люди на эти покупки и каково их влияние на потребительский сектор?

### Раньше — лучше

Охота за подарками сама по себе создает праздничное настроение. Вечная нехватка времени в рабочие дни в сочетании с желанием воспользоваться максимальными скидками непосредственно перед Рождеством или Новым годом приводят к тому, что многие покупают в последний момент. В 2023 году примерно 42% американцев отправились за дарами для родных и близких в так называемую суперсубботу — последнюю перед Рождеством. В этот день, который прозвали также панической субботой, потребители получают последний шанс, ведь онлайн-заказ уже может не успеть прийти к сроку. В 2024 году суперсуббота приходится на 21 декабря.

Однако эта традиция уходит в прошлое из-за естественного желания потребителей избежать стресса от шопинга в последний момент и невозможности найти «тот самый» подарок, а также проблем со своевременной доставкой из-за высокой загруженности. В том же 2023-м, по данным Capital One Shopping, 43% американцев начали закупки подарков еще в октябре.

### Загадай подарок

Американцы в этом году планируют потратить на подарки на распродажах в среднем \$500. Активнее всего, по данным Amazon (AMZN), в киберпонедельник растут продажи игрушек (+684%), спортивных товаров (+466%), бытовой техники (+458%), книг (+458%), ювелирных изделий (+410%), электроники (+391%) и компьютеров (+372%).

Если говорить о результатах опросов потребителей, то самыми желанными подарками в Европе и США остаются деньги, подарочные карты и купоны: их хотят получить 30–50% потребителей, в зависимости от страны. И популярность этих категорий продолжает расти.

Подарочные карты с огромным отрывом лидируют и среди цифровых подарков. По данным Moneyzine, ожидается, что их продажи в мире будут расти со среднегодовым темпом 8,3% и, по прогнозу Research and Markets, превысят \$2 трлн к 2030-му. На США приходится почти 30% этого рынка. Популярность цифровых подарочных карт объясняется просто: их легко приобрести (даже в последнюю минуту, что немаловажно) и передать получателю. Средняя стоимость такого знака внимания в мире составляет порядка \$50.

### Самые желанные подарки в США в 2023 году

(респонденты могли выбрать несколько вариантов)

**Для женщин**  
деньги

50%

подарочные карты

42%

одежда и обувь

42%

косметика и парфюмерия

36%

ювелирные изделия и часы

24%

книги, электронные книги

23%

**Для мужчин**  
деньги

36%

подарочные карты

34%

одежда и обувь

28%

смартфоны и планшеты

24%

еда и напитки

23%

компьютеры

22%



Источник: Statista

### Купи сейчас — заплати позже

Продавцы все активнее рекламируют сервисы по модели BNPL (Buy Now Pay Later). Ретейлерам выгодна популярность этой схемы, ведь так потребителю куда легче совершать импульсивные покупки.

В праздничный сезон 2023 года американцы с помощью этого сервиса потратили более \$16 млрд — на 16,6% больше, чем годом ранее. 🛡️

# Гаджет — лучший подарок

Технологические гиганты выпускают новинки к зимнему сезону, что делает гаджеты идеальными подарками под елку. Аналитики Freedom Finance Global выяснили, какие девайсы являются самыми желанными в праздники

## Meta Quest

Meta Platforms (META)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2020 по 2023 год

**45%\***

Продано

**1,2 млн штук**

Выручка

**\$0,9 млрд**

## Nintendo Switch

Nintendo (NTDOY)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2017 по 2023 год

**47%**

Продано

**9,34 млн штук**

Выручка

**\$2,8 млрд**

## Apple Watch

Apple (AAPL)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2015 по 2023 год

**40%**

Продано

**10,5 млн штук**

Выручка

**\$4,2 млрд**

## iPhone

Apple (AAPL)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2014 по 2023 год

**38%**

Продано

**77,2 млн штук**

Выручка

**\$59,9 млрд**

## iPad

Apple (AAPL)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2014 по 2023 год

**30%**

Продано

**14,6 млн штук**

Выручка

**\$7,2 млрд**

## Xbox

Microsoft (MSFT)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2020 по 2023 год

**34%**

Продано

**2,3 млн штук**

Выручка

**\$1,2 млрд**

## PlayStation

Sony (SONY)

Доля годовых продаж в IV квартале с 2020 по 2023 год

**38%**

Продано

**5,9 млн штук**

Выручка

**\$3 млрд**

\*Усредненные данные по объемам продаж и сумме выручки в IV квартале за последние несколько лет

Источник: расчеты Freedom Finance Global

# Распродажа экстра-класса

Могут ли инвесторы заработать на акциях люксовых брендов во время праздников



Наталья Мильчакова,  
ведущий аналитик  
Freedom Finance Global

Период осенне-зимних распродаж традиционно подразумевает интересные предложения, в том числе на товары, относящиеся к категории люкс. И хотя во избежание ущерба для имиджа брендов скидки не так значительны, как в массмаркете, конец года — важный сезон для сегмента luxury. На ноябрь и декабрь, по данным Reuters, приходится 25% годовых продаж (общий объем этого рынка консалтинговая компания Bain & Co. оценивает в 1,5 трлн евро). Рассмотрим, как влияют результаты IV квартала на акции компаний — производителей предметов роскоши.

## Основа основ

Ядро люксового рынка — товары для личного потребления. По данным Bain & Co., объем этого сегмента составляет порядка 363 млрд евро. Значительную долю в нем занимают продажи ведущих домов моды. Исследовательские агентства RetailX и PFS в 2023 году оценивали вклад такой одежды и обуви в совокупную реализацию предметов роскоши для частных лиц в 32%.

По данным Statista, максимальная доля рынка премиальных товаров для личного потребления в денежном выражении приходится на часы и ювелирные изделия: для них она составляет 43%. Люксовые аксессуары и косметика занимают в общем объеме 17%, оставшиеся 40% ассортимента можно отнести к категории «прочее».

Соединенные Штаты, по оценкам той же Statista, уже много лет удерживают статус крупнейшего рынка сбыта люксовых товаров и, по прогнозам, сохраняют его к 2028 году.

## Результаты праздничных продаж

Чтобы ответить на вопрос, существует ли зависимость между динамикой акций сектора в периоды предновогодних распродаж (ноябрь — декабрь) и в следующий за ними сезон квартальных отчетов, мы оценили результаты крупных публичных компаний, специализирующихся на производстве предметов роскоши и владеющих всемирно известными брендами. В выборку попали транснациональная LVMH Moët Hennessy, французские Hermes и Kering, британская Burberry, швейцарская Compagnie Financiere

Richemont, американская Movado Group, а также итальянская Ferrari.

Стабильное увеличение объемов реализации в предновогодний период в течение пяти последних лет сумели продемонстрировать Hermes, Compagnie Financiere Richemont и Ferrari. С 2021-го по 2022 год LVMH, Compagnie Financiere Richemont и Kering фиксировали агрессивный рост продаж, но обусловлено это было в первую очередь разовым эффектом от слияний и поглощений, результаты которых и нашли отражение в отчетности указанных эмитентов. Так, в 2021-м — начале 2022 года группа Kering стала владелицей двух производителей люксовых очков — Lindberg и Mani Jim, Compagnie Financiere Richemont поглотила компанию по изготовлению сумок и других кожаных изделий Delvaux, а LVMH завершила многолетнюю сделку по приобретению американского ювелирного и дизайнерского бренда Tiffany.

## Динамика акций

Как бы то ни было, ярко выраженной прямой зависимости между показателями продаж упомянутых компаний в предпраздничные сезоны и динамикой их акций не наблюдается.

Тем не менее с ноября 2022-го по февраль 2023-го и за тот же отрезок времени годом позже котировки акций LVMH, Hermes, Burberry, Compagnie Financiere Richemont и Ferrari позитивно реагировали на результаты предпраздничных распродаж. В то же время вне указанного тренда оказались бумаги Kering и Movado Group. Отсутствие четкой зависимости движений котировок перечисленных эмитентов от динамики их выручки в тот или иной период можно объяснить влиянием пандемии на глобальный рынок люксовых товаров.

Таким образом, инвесторам следует учитывать, что быстро и легко заработать на бумагах поставщиков предметов роскоши получается далеко не всегда. Эти инструменты лучше подходят для долгосрочных вложений, также стоит приобретать их в расчете на дивиденды либо ждать, когда в секторе появится особенно интересная и перспективная инвестиционная идея.

# Зашел, покликал, закупил

Праздничные онлайн-продажи ведут, но пока не выигрывают



Айгерим Абдикайыр,  
старший персональный  
менеджер Freedom Broker

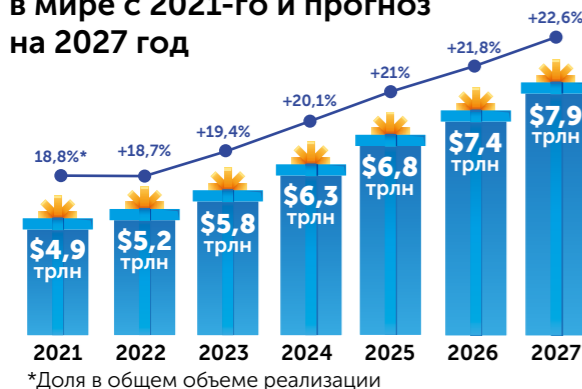
«В будущем, вместо того чтобы покупать бананы в продуктовом магазине, вы сможете собирать их с деревьев в виртуальных джунглях», — заявил несколько лет назад в интервью известный японский бизнесмен, разработчик и издатель видеоигр Ясухиро Фукусима. Похоже, что к этому все идет. Благодаря мощному развитию электронной коммерции традиционные магазины вытесняются маркетплейсами — виртуальными платформами для розничных покупок и продаж абсолютно любых разрешенных товаров. Кроме того, под онлайн-шопинг все активнее адаптируются социальные медиа.

## Все в Сеть!

Виртуальные джунгли, в отличие от обычных, год от года только расширяются. В 2023 году, по данным маркетингового агентства Oberto, количество онлайн-покупателей достигло 2,64 млрд, что равнозначно 51% общего числа пользователей интернета в мире и около 32% всего населения Земли. Уже к 2025 году в онлайн-шопинг будет вовлечено примерно 2,8 млрд пользователей, что связано с повышением проникновения интернета и социальных сетей в мире.

По данным Insider Intelligence, в 2023-м оборот электронной коммерции в мире превысил \$5,7 трлн, а доля

## Объемы розничных онлайн-продаж в мире с 2021-го и прогноз на 2027 год



Источник: Insider Intelligence

онлайн-продаж в их совокупном глобальном объеме достигла 19%. Оба показателя продолжают рост в последующие годы.

## Революция в ретейле

Рассмотрим основные тренды сегмента онлайн-продаж.

- Интеграция розничной торговли в соцсети.** Этот канал стал вторым по популярности способом совершения покупок в Сети после интернет-магазинов и маркетплейсов. В 2022 году объем мировых продаж онлайн через социальные сети оценивался порталом Statista только в \$992 млрд, а уже в 2023-м — в \$1,3 трлн, что на 31% превысило показатель 2022 года и достигло почти четверти от общего рынка электронной коммерции. В 2024 году, по прогнозам Statista, объем реализации в этом канале вырастет до \$1,7 трлн, а в 2025-м продажи через социальные сети достигнут \$2,22 трлн, увеличившись по сравнению с 2023-м на 71%.
- Цифровизация + ИИ.** Сегодня искусственный интеллект (ИИ) помогает выбирать товары, а также организовывать их доставку или возврат. Новейшие технологии способны перенести покупателя в виртуальную среду — метавселенную, где ассортимент и услуги представлены в формате дополненной реальности (AR), которая позволяет всесторонне изучить и протестировать приглашенный продукт перед покупкой, не выходя из дома. Инструменты виртуальной реальности (VR) для продвижения своей продукции используют IKEA, Apple (AAPL), Tesla (TSLA), General Motors (GM) и многие другие всемирно известные бренды потребительского рынка. Крупные интернет-ритейлеры и маркетплейсы, например Amazon (AMZN), Walmart (WMT), Alibaba (BABA), Shopify (SHOP), уже предлагают покупателям воспользоваться виртуальными примерочными. Нужно только с помощью специальной программы снять мерки онлайн и загрузить данные в приложение, чтобы ИИ подобрал одежду или обувь нужного покупателю размера.
- Расширение способов оплаты.** Оплата банковской картой, не говоря уже о наличных, по факту доставки у активных пользователей интернет-магазинов и мар-

кетплейсов уходит в прошлое. Сейчас актуальны бесконтактные платежи, расчеты по QR-коду, мгновенные денежные переводы или оплата цифровыми валютами.

- Покупатель прежде всего.** Главной особенностью потребительских предпочтений последних нескольких лет стало то, что пользователь приходит на маркетплейс или в интернет-магазин не просто за товаром, а за «своим» товаром или за конкретной вещью, способной обрадовать именно того человека, которому она предназначена в подарок. Это означает, что сегодняшний рынок электронной коммерции ориентирован на персонализацию.

Это касается и праздничных распродаж. Национальная ассоциация ритейлеров (NRF) прогнозирует, что онлайн-продажи в США в ноябре – декабре 2024 года вырастут на 8–9% г/г, до \$297,9 млрд, если ритейлеры пойдут навстречу покупателям и начнут предлагать им ранние скидки. Для сравнения: в 2023 году объем реализации без учета традиционных магазинов увеличился на 10,7% г/г. Чтобы компенсировать замедление роста, такие крупные американские ритейлеры, как Walmart, Amazon, Target (TGT), а также работающие в США китайские Shein и Temu начали предлагать предпраздничные скидки уже с середины октября, не дожидаясь Дня благодарения и следующей сразу за ним «черной пятницы».

## В авангарде Amazon

Хотя ведущие розничные сети активно осваивают возможности интернет-торговли, конкурировать с Amazon именно в этом сегменте им пока непросто.

Это наглядно иллюстрирует собранная Bloomberg Second Measure статистика потребительских транзакций у Amazon, Walmart, Target и Best Buy (BBY) за неделю, на которую пришла «черная пятница» в 2023 году. У первой из перечисленных компаний показатель увеличился на 10% г/г. У Walmart объемы реализации выросли значительно скромнее — на 2%, а у Target и Best Buy — сократились на 12% и 15% соответственно.

Если сложить продажи всех четырех ритейлеров на неделе с «черной пятницей», вне зависимости от используемых ими каналов, и посмотреть на долю каждого в получившейся «корзине», будет видно: Amazon уверенно догоняет конкурентов, сочетающих традиционные и онлайн-каналы. В 2023 году его показатель вырос до 40%, у Walmart он остался на уровне 50%, а результаты Target и Best Buy снизились до 7% и 3% соответственно.

В условиях жесткой конкуренции в 2024 году гиганты американской розницы начали заблаговременно готовиться к сезонным распродажам, чтобы привлечь как можно больше покупателей. Walmart заранее установила скидки от 10% до 60% на самые востребованные товары, причем нынешнее предложение выгоднее прошлогоднего. Amazon на «черную пятницу» и киберпонеделник предлагает скидки 20–50%. Гранды ретейла также дают возможность постоянным пользователям своих сайтов, покупающим товары онлайн, продлить подписку на следующий год с большим дисконтом.

## Рекорды китайских «холостяков»

В Китае в ноябре 2023 года тоже подтверждалась тенденция к переходу покупателей из офлайн-магазинов в интернет на период предпраздничного шопинга. Правда, здесь этот сезон приурочен к другим датам. В Поднебесной действует лунный календарь и старый год уступает место новому в конце января – феврале. В период рождественско-новогодних распродаж, идущих в странах Запада, в Китае проходят масштабные акции ко Дню холостяка. Этот праздник отмечается в Китае 11 ноября с 2009 года, то есть по меркам этого древнего государства появился он совсем недавно. Инициатива добавления в календарь еще одного красного дня принадлежит руководству гиганта e-commerce Alibaba (BABA). Дню холостяка предшествует неделя распродаж. Праздник посвящен тем, кто пока не нашел себе пару, а приуроченные к нему маркетинговые акции нацелены на то, чтобы люди знакомились во время шопинга.

11 ноября 2023 года объем онлайн-продаж в Китае во время Дня холостяка всего за 18 часов достиг **217 млрд** юаней, или почти **\$30 млрд**

Динамика предновогодних распродаж только подтверждает глобальный тренд на их переход в режим онлайн. В ближайшие годы, как прогнозируют крупнейшие ритейлеры мира и маркетинговые агентства, этот рынок продолжит расти двузначными темпами. Однако, несмотря на удобство для покупателей и беспрецедентные инновации, онлайн-ритейлу есть над чем поработать. В обозримом будущем e-commerce не сможет полностью заместить традиционную торговлю. Особенно в праздники, когда такие недостатки интернет-магазинов, как дефицит товаров или проблемы со своевременной доставкой, действительно критичны.

## Что на бирже?

Гиганты розницы, в первую очередь Walmart, Amazon, Alibaba, The Home Depot (HD), Costco (COST), Walgreens Boots Alliance (WBA), Target Corporation, Kroger (KR), являются публичными компаниями. Несмотря на позитивный вклад распродаж в выручку ритейлеров, прямого влияния на их котировки это не оказывает. Впрочем, отрицать, что позитивным драйвером для акций станет публикация сильных показателей оборота в последние месяцы года, тоже нельзя. Инвесторы реагируют на целый ряд факторов, и финансовый IV квартал не у всех компаний охватывает именно октябрь – декабрь. Поэтому оценить перспективность краткосрочных вложений в бумаги лидеров розницы в предпраздничный сезон затруднительно. В то же время долгосрочные перспективы сектора остаются стабильными благодаря устойчивому росту потребительских расходов и развитию онлайн-торговли, что может поддерживать интерес инвесторов к акциям крупных ритейлеров. 🛡️

# Подарки не ждут

Логистика как ключевой элемент праздничного сезона



**Елдар Шакинов,**  
аналитик департамента  
финансового анализа  
Freedom Broker

**В** праздничный сезон особенно важна бесперебойная и продуманная работа транспорта и логистики. Ведь объемы покупок, заказов и перевозок существенно увеличиваются, что требует от занятых в секторе компаний максимальной слаженности процессов и готовности к высоким нагрузкам. В конечном счете от эффективной логистики зависит своевременная доставка подарков, а переоценить ее значение для потребителей именно в это время года просто невозможно. В таких условиях обостряется конкуренция между розничными сетями и онлайн-маркетплейсами. Взрывной рост популярности последних — отдельный серьезный вызов для логистических компаний, особенно в горячую предновогоднюю пору.

## Онлайн на марше

По прогнозу Euromonitor International и Национальной федерации розничной торговли США (NRF), в ближайшие пять лет 56% роста розничных продаж в мире обеспечит электронная коммерция. Объемы реализации через самый популярный канал (маркетплейсы), по подсчетам Euromonitor, с 2018-го по 2023-й увеличились на \$1,2 трлн, и это в 10 раз быстрее, чем в целом по сектору. Прочие розничные онлайн-каналы, в том числе прямые продажи от производителей или через социальные сети, также продолжают набирать популярность. В преддверии ежегодных зимних праздников описанные тренды получают дополнительный импульс развития.

В 2024 году **семь из десяти** потребителей в США заявили, что будут **покупать подарки к праздникам** **через интернет-магазины**

В праздничный сезон 2023-го объемы онлайн-продаж в США достигли \$221,8 млрд. Ожидается, что они продолжат расти на 6–8% в течение следующего года. На этом фоне дополнительно увеличатся объемы доставки и усилится нагрузка логистических операторов.

## Перспективы праздничной логистики

Вместе с онлайн-коммерцией растет и логистическая индустрия. Характерные для нее тенденции тоже особенно активно развиваются в праздники. Statista оценила объем этого рынка в 2023 году в \$9,41 трлн. Ожидается, что к 2028-му его размер превысит \$14 трлн, то есть он будет увеличиваться совокупным среднегодовым темпом (CAGR) 5,6%. Только в США к 2030 году оценка логистической индустрии может превысить \$2 трлн. С октября по декабрь, когда распродажи «черной пятницы» и киберпонедельника сменяет рождественский сейл, логистические компании фиксируют увеличение объемов заказов до 30–40% к предыдущим кварталам. Справиться с возросшей нагрузкой операторам помогают новые технологии.

## Оптимизируй это

Справиться с повышенными объемами грузов в последние месяцы года помогает комплексный контроль процессов.

- Управление цепочками поставок.** Expeditors International of Washington (EXPD), американская логистическая компания из списка Fortune 500, использует платформу Visibility, позволяющую клиентам отслеживать свои грузы в реальном времени и своевременно перенаправлять их. Такая прозрачность важна в условиях повышенных объемов перевозок, поскольку позволяет уменьшить количество задержек.
- Прокачка складских мощностей.** В UPS (UPS) и FedEx (FDX) отлажены автоматизированные системы сортировки для обработки больших объемов заказов. Например, в распределительных центрах UPS установлены высокопроизводительные сортировочные машины, ускоряющие упаковку и распределение посылок, что сокращает время обработки и сроки отправки. ZTO Express (ZTO) — одна из крупнейших курьерских служб в КНР. Она использует автоматизацию и робототехнику для сортировки и перемещения товаров на складах. Это позволяет обрабатывать большие объемы грузов в предпраздничный период и поддерживать высокий уровень обслуживания клиентов.

- Модернизация транспортных сетей.** На службе FedEx появились роботы Roxo, выполняющие доставку «последней мили». В некоторых регионах присутствия компании это позволяет быстрее исполнять заказы без необходимости привлечения курьеров.
- Совершенствование маршрутов.** Платформа UPS ORION (On-Road Integrated Optimization and Navigation) на базе ИИ помогает курьерам выбирать самые короткие маршруты, избегая заторов и снижая затраты на топливо. Для этого ORION анализирует трафик, погодные условия и дорожные ограничения. Это решение позволяет UPS справляться в том числе с резким ростом объемов посылок перед праздниками. Аналогичный подход с некоторыми нюансами используют J.B. Hunt (JBHT) (один из крупнейших американских игроков в сфере грузоперевозок) и FedEx. Последняя также тестирует возможности дронов для доставки до конечного покупателя в удаленных районах.

## Даешь результат!

Эффективная логистика позволяет онлайн-продавцам и традиционным розничным магазинам справляться с резким усилением спроса в предпраздничный период, когда

потребители с особым нетерпением ждут быстрой и точной доставки. Выигрывают — в том числе материально — те, кто смог найти работающие решения. Мы проанализировали выручку пяти уже упомянутых крупнейших игроков логистической индустрии по рыночной капитализации: UPS, FedEx, J.B. Hunt Transport Services, Expeditors International of Washington и ZTO Express. Все эти компании играют ключевую роль в обработке заказов и доставке в высокий праздничный сезон. Из выборки были исключены комбинированные кейсы, такие как Amazon, для которой логистика не является основным видом деятельности. Сравнение объема выручки в IV («праздничном») и III («будничном») кварталах за три последних года подтверждает: использование эффективных логистических решений положительно отражается на финансовых результатах ведущих игроков сектора. Некоторые отклонения от этого тренда, конечно, присутствуют, но они определяются различными финансовыми календарями (скажем, для FedEx IV квартал завершается в феврале), а также стандартами представляемой отчетности, периодами экономической нестабильности, проблемами в цепочках поставок. 📌





# ЦЕПОЧКА ДОСТАВОК ТОВАРОВ НА РОЖДЕСТВО

1

## ПРОИЗВОДСТВО И УПАКОВКА

Производители активно готовят праздничные товары: от игрушек и украшений до подарочных наборов. Важная задача – аккуратно и надежно упаковать их, чтобы они могли выдержать долгий путь к покупателям

**Китай** — крупнейший экспортер рождественских украшений с объемом поставок в 2023 году на сумму \$5,7 млрд, что значительно превышает показатели других стран. **Нидерланды** занимают второе место с объемом \$206 млн



2

## ПЕРЕДАЧА НА СКЛАД

Рождественские товары отправляются на региональные склады или в порты. Так они распределяются по основным логистическим центрам для последующей доставки

Топ-3 крупнейших мировых портов  
**Сингапур** (7% глобальной торговли)  
**Шанхай** (3,6%)  
**Пусан** (3,3%)



3

## ОЦЕНКА ДОСТУПНОСТИ СКЛАДОВ И ПЛАНИРОВАНИЕ ДОСТАВКИ

Логистические компании анализируют загруженность складов и маршруты доставки, учитывая повышенный спрос в праздничный сезон. Это помогает эффективно распределять ресурсы и избегать задержек

Источники: statista.com, 3plogistics.com, jobera.com

6

## ФИНИШНАЯ ПРЯМАЯ

Доставка праздничных товаров в розничные магазины или непосредственно покупателю

В США рождественские товары попадают в основном через порты. Топ-3 ориентированных на импорт портов по годовому обороту грузов  
**Нью-Йорк** (68 млн тонн)  
**Хьюстон** (57 млн тонн)  
**Лонг-Бич** (46 млн тонн)



В 2023 году доля онлайн-покупок с мобильных устройств впервые достигла 51,1% от общего объема интернет-заказов



5

## ПРОМЕЖУТОЧНОЕ ХРАНЕНИЕ И ПРОВЕРКА НА СКЛАДАХ

По прибытии на склады товары проверяются на наличие повреждений, что особенно важно для хрупких рождественских украшений и подарков. Здесь также происходит сортировка и подготовка к финальной доставке

**США** — ведущий импортер рождественских декораций с объемом в 2023 году \$3,4 млрд, что в 13 раз больше, чем у **Канады**, занявшей второе место (\$261,5 млн)



4

## ТРАНСПОРТИРОВКА ДО РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Она может быть многоступенчатой: использование грузовиков, морских судов и даже авиации зависит от того, как быстро и в каких объемах нужно доставить продукцию



CALL. PUT. CALL. PUT. CALL. PUT.  
 CALL. PUT. CALL. PUT.  
**ТОРГИ ОПЦИОНАМИ**  
 CALL. PUT. CALL. PUT. CALL.  
**ДЛЯ РОЗНИЧНЫХ ИНВЕТОРОВ**  
 CALL. PUT. CALL. PUT. CALL. PUT. CALL.  
 PUT. CALL. PUT. CALL. PUT. CALL.  
**ОТКРОЙТЕ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**  
**ФОНДОВОГО РЫНКА!**  
 CALL. PUT. CALL. PUT. CALL.  
 PUT. CALL. PUT. CALL. PUT. CALL.  
 CALL. PUT. CALL. PUT. CALL. PUT.  
 CALL. PUT. CALL. PUT.  
**2500+ БАЗОВЫХ АКТИВОВ**



Бесплатное обучение  
от Freedom Academy

**Азы опционной торговли**

Опционы – это производные финансовые инструменты с особыми рисками. Розничным клиентам Freedom Finance Global PLC доступны только покупка и закрытие позиций по ранее приобретенным опционам. Торговля опционами сопряжена с вероятностью полной или частичной потери инвестированного капитала. Прежде чем начать торговлю, убедитесь, что вы понимаете риски и специфику инструмента. Подробнее в «Декларации о рисках» на сайте Компании: [www.ffin.global](http://www.ffin.global). **Freedom Finance Global PLC** (<https://www.ffin.global/>) – компания, зарегистрированная и

действующая по нормам Международного финансового центра «Астана» (МФЦА). Компания ведет инвестиционную деятельность в качестве принципала и агента; осуществляет управление инвестициями и инвестиционное консультирование, организует инвестиционные сделки. Лицензия Комитета МФЦА по регулированию финансовых услуг: **AFSA-A-LA-2020-0019 от 21.11.2023**. Данный материал является рекламным предложением (Financial Promotion) Компании без срока действия, адресован неограниченному кругу лиц



Узнать больше  
[ffin.kz/options](http://ffin.kz/options)



# В новый год — на зеленый



Георгий Маса Тимошин,  
младший стратег  
Freedom Finance Global

Что такое ралли Санта-Клауса  
и как на нем зарабатывают

Существует ли Санта-Клаус, мы точно не знаем, но названное в его честь ралли на американском фондовом рынке случается довольно регулярно. О том, почему оно возникает и можно ли заработать на росте, поговорим ниже.

### Сюрприз для инвесторов

Ралли Санта-Клауса, или новогодним ралли называют активный рост на рынке акций в течение пяти последних торговых дней декабря и первых двух сессий января. Это явление наблюдается не каждый год, но статистически для этого периода характерна «бычья» динамика. Заметил тенденцию, дал ей название и описал ее в собственном журнале Stock Trader's Almanac за 1972 год аналитик Йель Хирш.

### Статистика рождественских ралли

Доля лет с положительной доходностью

- в годы выборов президента США
- за весь указанный период



Источник: Bloomberg, расчеты Freedom Finance Global

Исследования Freedom Finance Global (см. диаграмму) подтверждают стабильную положительную медианную динамику в последние дни старого и в первые дни нового года. Это правило работает вне зависимости от того, приходят ли на уходящий или наступающий год выборы президента, хотя в такие периоды фондовые рынки в целом растут активнее.

В данном случае для анализа была взята медианная доходность, так как этот показатель более объективно отражает общий тренд. В отличие от средней доходности, ее не могут исказить разовые экстремально высокие или экстремально низкие данные.

### Результаты рождественских ралли

Медианная доходность S&P 500

- в годы выборов президента США
- за весь указанный период



Источник: Bloomberg, расчеты Freedom Finance Global

### Сбудется – не сбудется

Таким образом, покупка акций в конце года статистически вполне оправданна с точки зрения вероятности роста, составляющей не менее 75%. Однако тому же Йелю Хиршу принадлежит и «сказочное» предостережение для инвесторов: If Santa Claus should fail to call, bears may come to Broad and Wall, которое можно перевести так: «Если Санта не успеет прийти, "медведи" на рынок могут забрести». Это означает, что, если биржевые котировки к Рождеству и сразу после снижаются, усиливается вероятность развития долгосрочного нисходящего тренда. В соответствующий период с 1999-го на 2000 год S&P 500 скорректировался на 4%, предвзяв крах доткомов, а на пороге 2008-го опустился на 2,5%, реагируя на начавшийся ипотечный кризис, который повлек за собой второй по глубине биржевой обвал со времен Великой депрессии.

Околонулевая динамика на фондовых площадках по итогам 1994-го, 2005-го и 2015 года также последовала за срывом ралли Санта-Клауса. И все же из любого правила есть исключения: в 2023-м индекс S&P 500 вырос на 24%, а на конец ноября 2024-го уже прибавил более 26%, хотя годовых ралли в преддверии этих периодов не было.

### Что стоит за ралли

«Бычий» тренд в новогодние праздники объясняется рядом объективных причин. Среди них:

- ✔ **Снижение ликвидности и активности крупных игроков.** Во-первых, многие институциональные инвесторы в конце года берут паузу, что ведет к заметному сокращению объема биржевых торгов. В результате более-менее крупные сделки вызывают резкие колебания котировок. Во-вторых, инвестфонды часто проводят ребалансировку своих портфелей перед началом нового года, что также ведет к повышению волатильности. В таких условиях действия позитивно настроенных инвесторов, в основном розничных, способствуют движению рынка вверх.
- ✔ **Положительные эмоции и оптимизм.** В предновогодний период многие из нас находятся в приподнятом настроении. То же самое характерно и для участников фондового рынка. Инвесторы, вдохновленные позитивными ожиданиями и надеждами на экономический рост, склонны к большему риску в расчете на получение высоких прибылей.
- ✔ **Бонусные покупки акций.** Годовые бонусы сотрудники корпораций нередко направляют на покупку акций, что повышает спрос на них. Приток средств в ценные бумаги подстегивает активность покупателей и служит драйвером роста.
- ✔ **Налоговые маневры и ротация капитала.** Под Новый год многие инвесторы зачастую продают убыточные инструменты, для того чтобы сократить налогооблагаемую базу. Однако в первые дни января те же активы могут быть и выкуплены, что придает рынкам дополнительный позитивный импульс.
- ✔ **Самосбывающееся пророчество.** Одним из драйверов новогоднего роста может выступать склонность большинства людей повторять и закреплять удачную практику. Зная о том, что ралли случались раньше, инвесторы в их ожидании покупают акции в расчете на рост, который и происходит. Доказательством этого предположения служит то, что, например, в Индии с ее большим, но молодым фондовым рынком новогоднее ралли наблюдается только в последние годы. Похоже, что местные инвесторы постепенно заимствуют обычаи американских.

### Ралли, которые запомнились

- ✔ **Самое сильное.** За семь сессий в конце 2008 года, на который пришелся пик мирового финансового кризиса, индекс S&P 500 прибавил свыше 7%. Тем не менее по итогам этого года бенчмарк обвалился более чем на 38% даже с учетом предновогоднего отскока. Устав-

шие от потока негативных новостей и затяжного падения участники торгов с нетерпением ждали хоть какого-нибудь повода для оптимизма. На этом фоне как позитивные сигналы были восприняты сообщения о намерении властей США предотвратить крах General Motors, а также данные о резком сокращении безработицы. В итоге основное ралли Санта-Клауса в 2008 году уложилось всего в три сессии.

- ✔ **Самое неожиданное.** В канун 2019-го опять, как и десять лет назад, рынок акций оказался в глубоком минусе: с января S&P 500 скорректировался на 20%. Еще за две недели до конца года многие аналитики Уолл-стрит не верили, что ралли может состояться. Инвесторы опасались торговой войны между США и Китаем, грозившей рецессией в мировой экономике, и с нетерпением ждали хороших новостей. На этот раз всплеск оптимизма вызвал короткий комментарий ФРС. Монетарные власти выразили сомнение в необходимости повышения ставок. На этом фоне S&P 500 подскочил на 1,5%, правда, только на два часа. Стартовало ралли 26 декабря, после того как президент Дональд Трамп заявил о доверии министру финансов и о сохранении за действующим председателем ФРС его поста. После этого Dow Jones и S&P 500 подскочили сразу на 5%, а NASDAQ прибавил почти 6%. Других значимых новостей в этот день не поступило. Общая доходность ралли за последние пять сессий 2018 года и первые два торговых дня 2019-го составила 1,29%.
- ✔ **Самое вирусное.** В 2020 году мир впервые за 100 лет столкнулся с пандемией, из-за которой критически сократились пассажирские перевозки, мощный импульс получила индустрия фармакологии, ускорилось развитие зарождавшихся трендов на рынке труда и в ИТ-отрасли. Весной на биржах наблюдалась глубокая коррекция, а обнадеживающие новости поступили только к декабрю. В Штатах и большинстве развитых стран началась массовая вакцинация, поэтому эксперты Уолл-стрит были уверены, что в 2021 году ситуация вернется в норму. Кстати, COVID-19 обеспечил рекордный приток частных инвесторов на фондовый рынок: по информации The Wall Street Journal, на 30 декабря 2020-го было открыто 10 млн новых счетов. А 31-го все три ключевых американских индекса достигли максимума сессии менее чем за час до закрытия торгов. Рынок входил в новый год с оптимизмом. Ветераны Уолл-стрит отмечали, что ошеломлены тем, как биржа пережила экономический спад эпических масштабов. Вероятно, в немалой степени это было связано со значительным притоком новых игроков. Участники рынка всегда будут искать возможности для заработка на фондовых площадках и наиболее удачные для этого моменты. Точно предсказать возникновение и продолжительность «бычьих» трендов невозможно, но некоторые исторические закономерности есть, и одна из самых интересных и действительно высоковероятных — ралли Санта-Клауса. До Нового года остается немного времени. Инвесторы, вы готовы? 📈



# На работу как на праздник

Как отмечают Рождество и Новый год на Уолл-стрит

**П**редпраздничная суэта и потребительский ажиотаж в декабре вовсю набирают обороты, а деловая активность, напротив, постепенно ослабевает. С середины месяца в офисах инвестиционных компаний по всему миру становится тихо, даже если сотрудники продолжают приходить на работу. О том, что происходит в сердце финансового мира США — на Уолл-стрит и Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE) — перед Новым годом, я поговорил с аналитиками из американского подразделения Freedom Capital Markets.

## NYSE: прочные традиции, елка и пение трейдеров

На Нью-Йоркской фондовой бирже все процессы подчинены строгому регламенту, в том числе и предпраздничные. По словам Джея Вудса, главного стратега Freedom Capital Markets с 30-летним опытом работы на NYSE, 31 декабря его смена совпала с полным торговым днем и оканчивалась в 16:00, в отличие от укороченной сессии накануне Рождества. Завершив торговый год, трейдеры спешат к своим семьям, друзьям или на одну из разнообразных праздничных вечеринок. Конечно, проводить на работе весь день в канун Нового года удовольствие на любителя, однако биржа считает, что это лучшее время для завершения отчетности за истекшие 12 месяцев.

В период между Рождеством и Новым годом из-за низкой активности клиентов объемы торгов на бирже сокращаются на 10–30%, а в последние дни перед праздниками ближе к завершению сессий падение оборотов бывает и сильнее. Как правило, биржевые котировки демонстрируют боковую динамику: изменение индекса на десятки доли процента для предновогодних сессий является абсолютно нормальным. В то же время чаще всего по итогам этой недели рынок немного вырастает (подробнее об этом мы рассказали в материале о новогоднем ралли на с. 17–18). По причине малой активности инвесторов время от времени обсуждается идея завершать торги 31 декабря раньше, чтобы дать сотрудникам возможность лучше подготовиться к празднику. Они — только за, однако пока поддержание постоянства и ликвидности даже в последний день финансового года перевешивает.



**Игорь Ключнев,**  
советник департамента развития  
и международного сотрудничества  
Freedom Finance Global

На NYSE есть одна зародившаяся в 1934 году новогодняя традиция, которой следуют и по сей день. Каждый канун Рождества и Нового года трейдеры собирались, чтобы вместе спеть песню *Wait Till the Sun Shines, Nellie*\*. В разгар Великой депрессии этим действием сотрудники биржи старались поддержать друг в друге надежду, что следующий год окажется лучше предыдущего. С тех пор многое изменилось. Сегодня биржевые операции проводятся преимущественно в электронном виде. Из торгового зала, из знаменитой биржевой ямы, исчезло около 90% персонала, который делал эту площадку одним из самых необычных мест работы. Тем не менее традиция совместного праздничного пения сохраняется, правда, сейчас хор трейдеров звучит только в канун Рождества.



Вживую услышать их торжественное пение, к сожалению, не получится, хотя американские телеканалы нередко транслируют это выступление. Зато абсолютно каждый, кто в декабре оказался в Нью-Йорке, может увидеть украшенную и светящуюся сотнями огоньков новогоднюю елку около здания NYSE. Она является важным праздничным символом этого мегаполиса вот уже 101 год. Впервые электрические гирлянды на этой елке были в торжественной обстановке зажжены 24 декабря 1923-го, что ознаменовало завершение разветвления электросетей на Манхэттене. Эта акция была организована правительством США со-

вместно с представителями электроэнергетической индустрии, в частности General Electric (GE), для популяризации электрических рождественских гирлянд как безопасной альтернативы свечам.

Церемония зажжения огней на елке на Уолл-стрит стала значимым элементом создания праздничной атмосферы, и она привлекает как жителей города, так и туристов. «Это стоит увидеть», — считает наш гид по предпраздничному деловому Нью-Йорку Джей Вудс. Огни на елке на Уолл-стрит зажигаются в тот же день, что и на елке в Рокфеллеровском центре в Нью-Йорке, но несколькими часами раньше — в районе 19:00. Дата церемонии заранее определяется каждый год.

## С вечеринок в отпуск

В инвестиционных компаниях предновогодняя дисциплина не так строга, как на NYSE. Из-за уменьшения деловой активности к середине декабря многие сотрудники нередко уходят в отпуск, которые иногда длятся до конца первой недели января. Большинство корпоративных вечеринок проходит еще до праздников. Канун Нового года чаще всего отмечают с семьей и друзьями. В одной из предыдущих компаний, где работал глава аналитического департамента Freedom Capital Markets Эд Магауайер, была традиция приходить в офис в первый рабочий день после Нового года, но такое негласное правило работает не везде.



Рождественская елка на Уолл-стрит.  
Фото: открытые источники

У Эда более чем 30-летний опыт работы на Уолл-стрит, так что ему есть с чем сравнить. По наблюдению аналитика, раньше вечеринки по поводу Нового года были более масштабными и роскошными, но после кризиса доткомов в 2000 году и ипотечного краха 2008-го размах торжеств стал скромнее. Многие компании проводят вечеринки для отдельных департаментов вместо одного большого корпоратива. Пользуется популярностью игра в «тайного Санту», по правилам которой каждый готовит подарок, который случайным образом вручается одному из коллег. И, поскольку сувенир не предназначен для кого-то конкретного, чаще всего он бывает недорогим. В качестве оригинальной традиции финансистов Эд Магауайер вспоминает выступление музыкальной группы с участием сотрудников компании, исполняющих всеми любимые хиты. За свою долгую карьеру на Уолл-стрит Эд неоднократно лично участвовал в таких выступлениях.

Предпраздничные дни в инвесткомпаниях по всему миру и в США очень похожи. С одной стороны, интенсивность сделок существенно снижается, с другой — торги проводятся ежедневно, поэтому необходимо контролировать все операции.

Во Freedom в России я работал и с клиентами, и на торговом деске, принимая заявки по телефону и контролируя возможные риски. Примерно с середины декабря в офисе действительно становилось заметно меньше людей и делалось тише. Клиенты почти не приходят, нет и активности по их привлечению. В обычном режиме продолжают работу внутренние подразделения брокера, которые не взаимодействуют с ними напрямую: бэк-офис, депозитарий, трейдинг-деск, бухгалтерия и другие. Объемы торгов снижаются, но сделки совершаются, и их необходимо обрабатывать.

За пару недель до Нового года мы обычно предупреждали клиентов, что заявки по телефону 31 декабря трейдинг-деск принимать не будет. Для тех, кто хотел бы совершить сделку, доступно торговое приложение. И все же последний день года не выходной. В течение торгов и перед закрытием сессии необходимо убедиться, что ни один клиент не попал под маржин-колл (предупреждение от брокера о нехватке денег на торговом счете для поддержания открытых позиций). Если же это случается, до конца дня необходимо сократить часть позиций. Конечно, такое маловероятно, и за те годы, что я работал на деске, экстренных ситуаций у меня не возникало. Главным неудобством являлось то, что американская торговая сессия заканчивается в полночь по Москве, то есть итоговую проверку лимитов приходилось проводить буквально под бой курантов. В такие моменты я, так же как мои американские коллеги, мечтал, чтобы рабочий день 31 декабря на NYSE стал сокращенным.

Когда весь мир готовится к празднику, есть люди, чья работа на Уолл-стрит продолжается. Они следят за корректностью и непрерывностью всех процессов. Так что, поднимая бокалы в новогоднюю ночь, можно быть уверенным: в финансовом мире все под контролем. С наступающим праздником! 🍷

# «Елка — главный символ Рождества, а значит, сильный бренд»

Клаус Кристенсен, управляющий директор  
The Danish Christmas Tree Association



Фото: личный архив Клауса Кристенсена

## Как Дании удалось войти в число мировых лидеров по производству и экспорту новогодних елок?

Бизнес по выращиванию пихты Нордмана\* в качестве рождественского дерева в Дании появился буквально случайно. У нас было очень мало местных сосен, елей и пихт, но существует давняя традиция введения новых видов в лесные хозяйства. В какой-то момент дальновидные лесоводы обнаружили, что пихта Нордмана с черноморского побережья Кавказа по своим характеристикам оптимальна в качестве новогоднего дерева, в роли которого до этого традиционно выступала норвежская ель. Выращивание пихт в промышленных масштабах началось в 1970 годах. В Дании были созданы программы селекции для получения семян, дающих высокие «урожаи» красивых елок. Позже, когда они заполнили датский рынок, мы стали успешно продавать их в соседние страны.

## Пихта Нордмана даже поменяла название, став в народе датской елкой. Как удалось настолько популяризовать продукт?

За прошедшие полвека была проделана большая работа в области маркетинга, начиная с ярмарок и заканчивая особыми мероприятиями. Например, с 1997 года в декабре мы проводим кампанию по доставке в гавань Гамбурга елок для моряков, которых не будет дома в канун Рождества.

## Сколько деревьев производят и экспортируют датские фермеры?

Ежегодно мы выращиваем 11,5 млн рождественских деревьев. Из них 1,5 млн поступает на внутренний рынок, оставшиеся 10 млн поставляются за рубеж. Таким образом, Дания лидирует в мире по экспорту этой продукции и занимает третье место по объемам выращивания новогодних елок — следом за США и Германией.

## В какие страны они экспортируются?

В 2023 году мы экспортировали наши елки в 40 стран. Примерно половину всех покупок обеспечивает Германия, также среди ведущих приобретателей Франция, Нидерланды, Великобритания, Швеция. Некоторый объем экспортирует-

ся в Дубай, Турцию, Вьетнам и Гонконг. Раньше поставляли около 250 тыс. деревьев в Россию.

## В Дании около 2 тыс. компаний выращивают пихты Нордмана. Как вы объясняете этот выбор?

Основная причина — сама елка. Это главный символ Рождества и, следовательно, сильный бренд. Редкая семья встречает праздник без этого элемента новогоднего декора. Дополнительные факторы успеха — подходящий для выращивания данной породы климат и наши ноу-хау.

## Какой доход приносит елочный бизнес? Какова его маржинальность?

В 2023-м выручка от экспорта елок составила около 900 млн датских крон (~\$127 млн\*\*). Цены у производителей существенно варьируются. В годы, когда «урожай» маленький и стоимость высокая, выгодно сажать побольше деревьев. Через восемь-десять лет, которые занимает период ротации, возникает излишек, и продукция дешевеет. Площади посадок на этом фоне сокращаются — предложение снижается, что вновь приводит к росту цен. В лучшие годы производитель может получить около 120 датских крон (~\$17) за елку при себестоимости около 60 (~\$8,5). Это хороший бизнес. В менее удачные периоды приходится продавать продукцию ниже себестоимости. Розничные цены гораздо стабильнее, но они варьируются между странами. В Дании за двухметровое дерево потребитель отдает около 250 датских крон (~\$35), в Германии цена меньше, а в Норвегии и Швейцарии — вдвое больше.

## Что происходит с бизнесом летом, куда девается непроданная продукция?

Пихтовые, как и любые деревья, растут весной и летом. За ними нужен правильный уход. Фермеры борются с сорняками и вредителями, вносят удобрения, проводят корректирующие процедуры, чтобы елочки выглядели идеально. С каждой из них от высадки до вырубki производитель контактирует 40–50 раз. Доросшие до «продажной зрелости» деревья можно реализовать в течение нескольких лет. Те из них, которые не соответствуют параметрам спроса, предъявляемого рынком, измельчаются на месте, биомассу фермеры оставляют на земле. 🌱

# Кадры решают все

Как ретейлеры готовятся к Новому году?



Юрий Ичкитидзе,  
макроэкономист  
Freedom Finance Global

**Б**олее 90% взрослых в США отмечают зимние праздники и готовятся к ним, закупаясь в розничных магазинах. Ретейл благодаря своей популярности является крупнейшим работодателем, обеспечивая занятость 15,6 млн человек. Ежегодно под праздники розничные сети нанимают сотни тысяч временных сотрудников.

## Такие разные наймы

В последние месяцы года полная занятость, как правило, снижается: люди заканчивают проекты или решают найти другую работу. Одновременно растет число сезонных сотрудников. В розницу и связанные с ней отрасли, такие как логистика, временно нанимают более 700 тыс. человек. В числе самых востребованных позиций — сотрудники магазинов, курьеры, складские рабочие.

## Как они это делают

Чтобы обеспечить сезонный найм такого количества людей, проводится огромная организационная работа. Подготовка обычно начинается за два-три месяца до начала горячей поры. Явное преимущество в поиске временных работников обеспечивают региональные каналы трудоустройства и возобновление сотрудничества с персоналом прошлого сезона, который уже понимает задачи и может сразу приступить к работе. Не всем, но многим требуется введение в профессию или обучение. Этим занимаются штатные сотрудники, причем зачастую с энтузиазмом. Ведь эффективная работа новых коллег снимает с них часть дополнительной нагрузки. Таким образом, в высокий зимний сезон возникает взаимовыгодная система наставничества.

## Сезон—2024

Октябрьский опрос Национальной федерации розничной торговли США (NRF) показал, что в этом году американцы планируют в среднем потратить на подарки, сладости, украшения более \$900 после \$875 в 2023-м. Всего, как ожидает NRF, в ноябре и декабре расходы на торжества составят от \$979,5 до \$989 млрд по сравнению с \$955,6 млрд за аналогичный период прошлого года.

Прогнозируемое увеличение расходов на подарки — сильный импульс сезонного спроса на временную рабочую силу, который поддержит всю экономику. Общий рост продаж в праздничный сезон 2024 года прогнозируется в пределах 2,3–3,3%, в сегменте e-commerce Deloitte ориентируется на темп в диапазоне 7–9% г/г.

## Почем рабочие руки?

В преддверии осенне-зимних праздников только розничные сети создают 450 тыс. временных рабочих мест. Во сколько это обходится? В ретейле зарплата для сезонных сотрудников составит в среднем \$13–24 в час. Amazon (AMZN) намерен в предпраздничный период направить на эти выплаты \$2,2 млрд, а его минимальный почасовой тариф установлен на верхней планке указанного диапазона. Временно принять на работу интернет-гигант планирует 250 тыс. человек. Bath & Body Works (BBWI) готова платить от \$14 до \$17 в час, в ее планах пригласить более 30 тыс. сезонников. Burlington Stores (BURL) платит \$13–15 за час, нанимая около 25 тыс. человек. Один из лидеров розницы Target (TGT) предлагает поработать за \$15 до \$24 в час и ждет 100 тыс. сезонных работников в свои магазины и распределительные центры. Логистический гигант UPS (UPS) установил среднюю зарплату для временных сотрудников на уровне \$21 в час. На предпраздничный период корпорации нужно 125 тыс. работников, в том числе водителей и персонала для обработки посылок.

## Не только плюсы

Эффект сезонного найма на экономику нельзя назвать однозначным. Позитивной стороной является увеличение продаж товаров и услуг, рост доходов от временной занятости в сфере ретейла.

Но есть и негативная сторона — увеличение складских запасов, рост расходов компаний на найм, а также сезонное увеличение отходов примерно на 30%. Отдельной проблемой являются последующие возвраты товаров. По данным NRF, их доля в традиционной рознице — около 16%, а в онлайн-торговле — примерно 30%. 🌱

# «Я держу акции компаний, которые имеют отношение к моему рождественско-новогоднему миру»

В новогодние праздники действительно случаются чудеса. Разве не чудо, что Санта-Клаус смог найти немного времени в своем жестком графике, чтобы рассказать нам о себе и своем подходе к инвестициям? Спасибо искусственному интеллекту, который даже в горячую пору подготовки подарков обеспечил нам прямую связь с Сантой

## Как вы справляетесь с таким огромным количеством писем и пожеланий? Вы используете искусственный интеллект (ИИ)?

О да, конечно! Уже очень давно, гораздо раньше, чем его инструменты получили широкое распространение.

## Как так вышло, что вы всех опередили с ИИ?

Рождественские сезоны относительно коротки. Между ними у меня есть много времени, чтобы отслеживать инновации, общаться с самыми яркими визионерами современности. Вы же знаете: я Санта, а они все раньше были детьми, поэтому охотно делились со мной идеями и технологиями, еще когда те были в стадии проектов.

## Наш журнал посвящен финансам и инвестициям. Расскажите, инвестируете ли вы, и если да, то какого основного принципа придерживаетесь?

Я выбрал для себя стратегию «купил — держи», то есть вкладываюсь в выбранные активы на долгосрочную перспективу.

## Вы когда-нибудь пробовали торговать на бирже активно?

Это не мое. Этим надо заниматься регулярно. Но я тут заходил к ребятам из Freedom Finance Global — у них отличная команда наставников! Они следят за рынком и рассказывают о его возможностях каждый день. Я очень вдохновился: людям важно получать подсказки от профессионалов для грамотного управления портфелем. Попробуйте! (Подробнее на стр. 6).

## Мы слышали, вы знакомы с Уорреном Баффетом и регулярно общаетесь на тему инвестиций?

Мы дружим с Уорреном Баффетом уже несколько десятилетий. Когда-то давно он сам написал мне письмо! Только представьте: великий инвестор попросил не игрушку, а книгу о секретах моего долголетия... Шучу, конечно. С тех пор мы поддерживаем связь и встречаемся каждый год перед Рождеством за чашкой горячего шоколада с печеньем.

## Что обсуждаете?

Я помню, Уоррен как-то поинтересовался: «Санта, а как ты управляешь своим капиталом?» Я был немного смущен, ведь до этого никогда не задумывался об инвестициях в современном смысле. Я понял, что Уоррен может научить меня не только инвестировать, но и мыслить стратегически. Он рассказывал мне о силе сложных процентов и о том, как важно вкладываться в компании, которые устойчивы и могут радовать своих потребителей так же, как я радую детей. Мы даже шутим, что моя фабрика игрушек могла бы стать успешной публичной компанией, если бы я когда-нибудь захотел выйти на IPO.

## Что практического вы вынесли из диалогов с Уорреном Баффетом?

Пожалуй, самая важная идея — «инвестируй в то, что знаешь». Опираясь на эту установку, долгосрочно я держу ак-

ции компаний, которые имеют отношение к моему рождественско-новогоднему миру: это фабрики игрушек, логистические гиганты и, конечно, производители самого вкусного рождественского печенья.

## Похуже, у вас с Баффетом хороший контакт?

Я очень ценю дружбу с ним. Несмотря на то, что один из нас — легендарный инвестор, а другой — живой символ новогодних и рождественских чудес, у нас немало общего. Мы, например, оба помешаны на списках! Я составляю перечни прилежных и непослушных детей, а Уоррен ведет реестры компаний, в которые можно инвестировать. Мы оба вдохновляем людей: он — на долгосрочные инвестиции, я — на добрые поступки и заботу о других. И еще нас объединяет любовь к Coca-Cola.

## В мешке у вас подарки, а что в инвестиционном портфеле? И почему? Назовите хотя бы топ-10...

- ✓ **The Walt Disney Company (DIS)** — один из любимых источников вдохновения для детей и взрослых. Эта компания умеет создавать волшебные мультфильмы.
- ✓ **Hasbro (HAS) и Mattel (MAT)**. Физические игрушки никогда не выйдут из моды, хотя конкуренция со стороны видеоигр и выросла.
- ✓ **Amazon (AMZN)**. Когда Amazon начал развивать свою логистическую империю, я обнаружил, что кто-то наконец-то понимает, насколько сложно развезти миллионы подарков за одну ночь!
- ✓ **FedEx (FDX) и United Parcel Service (UPS)**. Знаете, эти ребята помогают мне с доставкой, я и им невероятно благодарен.
- ✓ **Coca-Cola (KO)**. Обожаю эту газировку!
- ✓ **Target (TGT) и Walmart (WMT)**. Признанные мастера рождественских распродаж.
- ✓ **Tesla (TSLA)**. Знаете, мне стало любопытно, когда подумал о возможности электрифицировать свои сани.
- ✓ **Etsy (ETSY)**. Эта площадка идеально отражает дух Рождества, предлагая уникальные рукотворные подарки.
- ✓ **General Mills (GIS) и Hershey's (HSY)**. Печенье и шоколад! Этим все сказано.
- ✓ **Microsoft (MSFT) и Apple (AAPL)**. Технологии! Я решил вложиться в эти компании в начале 2000-х, когда дети начали заказывать гаджеты вместо привычных игрушек.

## Вы планируете держать эти акции много лет?

Верно. Доли могут меняться, но это долгосрочные вложения. Кстати, я заглянул в инвестиционный портфель аналитиков Freedom Finance Global на 2025 год, и меня поразило, насколько он разнообразен. В нем собраны эмитенты, которые обещают яркий рост и устойчивое развитие. Почитайте об этом на страницах 26–27.

## Дорогой Санта, что бы вы пожелали нашим читателям и инвесторам?

Пусть в 2025 году на рынке будет меньше неожиданных снежных бурь и больше ясных, солнечных дней. Пусть портфель растет, как елки в преддверии Рождества! 🎄

# Инвестпортфель под елочку: идеи на 2025 год

Источник:  
расчеты Freedom  
Finance Global



Аналитики Freedom Finance Global включили в инвестпортфель на 2025 год акции наиболее перспективных компаний из различных секторов

# Топ-5 ключевых секторов и структура портфеля

## ИТ-сектор

Улучшение финансовых показателей индустрии обеспечит сильный спрос на облачные технологии, ИИ-решения и полупроводники при поддержке устойчивой экономики и снижающейся инфляции

## Здравоохранение

Улучшение рентабельности сегмента будет связано со снижением инфляции и ростом спроса на препараты для похудения

## Финансовые услуги

Снижение ставок компенсируется усилением спроса на кредиты и ростом доходов. Активизация сегмента инвестиционного банкинга и рынка IPO также способствует увеличению прибыли сектора

## Товары длительного пользования

Позитивный потенциал автопрома, девелопмента и ретейла обеспечивается снижением ставок. Amazon выступает драйвером роста для прибыли сектора

## Коммуникации

Повышение прибыли ожидается на фоне сохранения позитивных трендов в сегменте онлайн-рекламы у Alphabet и Meta, увеличения доходов от стриминга у Warner и Disney



## Зима — горячая пора для авиаперевозчиков

Ибрахим Жанлыел, исполнительный директор по финансам Air Astana, — о росте спроса на перелеты в зимние праздники, возможности встретить Новый год в небе и секретах покупки авиабилетов в высокий сезон



Фото: личный архив Ибрахима Жанлыела

### Какое время считается пиковым для авиакомпании?

Когда говорят о высоком сезоне, на ум обычно приходит пик с июня до середины сентября. Однако под Новый год, в сопутствующие зимним праздникам школьные каникулы и, конечно же, в Наурыз также наблюдается высокий спрос на авиабилеты, несмотря на то, что эти периоды значительно короче.

### Насколько возрастает спрос на авиаперелеты в высокий праздничный сезон?

На сегодняшний день разрыв между востребованностью перелетов в низкий и высокий сезон гораздо меньше, чем несколько лет назад. Это результат определенных факторов, в том числе структурного изменения спроса, особенно после пандемии. Средний коэффициент загрузки группы Air Astana в пиковом III квартале составил 87%, в то время как за первые шесть месяцев текущего года — в низкий сезон или в периоды плато — он равнялся 82%. Разница в степени загрузки, которая в 2024-м составляет всего пять процентных пунктов, в предыдущие годы колебалась между 15 и 20.

### Как перераспределяются мощности авиакомпании для покрытия возрастающего спроса?

Чтобы обеспечить распределение мощностей в соответствии со спросом, проводится анализ, в котором участвуют многочисленные операционные и коммерческие отделы.

### Какие маршруты наиболее популярны в зимнем расписании?

Рейсы в регионы Персидского залива: в Дубай, Абу-Даби или Доху, — а также в Таиланд, на Мальдивы, в Турцию пользуются популярностью не только в высокий сезон летних отпусков, но и в течение всего года, в том числе и в зимний праздничный период. Предлагая широкий спектр направлений, учитывающих пожелания наших клиентов к климату и формату поездки, мы сможем удовлетворить потребительский спрос в различных сегментах и географических направлениях, включая путешествия на дальние и средние расстояния.

### Добавляете ли вы специально какие-то направления к праздникам?

Группа компаний Air Astana на этот зимний сезон анонсировала 12 новых маршрутов, в числе которых остров Фукуок во Вьетнаме, несколько новых направлений в Персидском заливе, Медина в Саудовской Аравии, а также прямые рейсы из Астаны и других городов страны по популярным туристическим направлениям.

### Насколько сложный это процесс и насколько заранее начинается подготовка?

Планирование нового маршрута для гражданского авиаперевозчика — это непростой и длительный процесс, требующий участия всех подразделений компании. Коммерческая команда проводит различные маркетинговые исследования, чтобы выявить рынки с потенциалом развития, оценить спрос, активность конкурентов и протестировать результаты своих предположений. Операционные отделы планируют распределение ресурсов, контролируют заключение контрактов на все услуги, проводят анализ технических требований, разрешений. В итоге все это преобразуется в бизнес-кейс для запуска перелетов по еще одному направлению.

### Можно ли встретить Новый год на борту вашей авиакомпании? На каких рейсах?

Да, для клиентов, которые хотели бы встретить Новый год в небе, в этом году мы можем предложить рейсы из Алматы на Пхукет, в Бангкок, на Мальдивы, а из Астаны — во вьетнамский Фукуок.

### Билеты на рейсы в предпраздничный и праздничный сезон традиционно дорожают. Как купить их максимально бюджетно?

Разница в ценах на услуги авиакомпании, разумеется, обусловлена прежде всего спросом на момент покупки. Лучший способ приобрести билеты с наименьшими затратами — это заблаговременное бронирование. Планирование остается самым надежным способом получить оптимальную цену. Также рекомендуем подписаться на наш официальный сайт и оповещения в социальных сетях, где мы сообщаем о специальных предложениях. 🛡️

## На пути в праздники

Новый год: от семейных посиделок до экстремального туризма



Сергей Глинянов,  
старший аналитик  
Freedom Finance Global

Пора рождественско-новогодних праздников — время встреч с родными, дружеских вечеринок, совместного шопинга. Дальние путешествия вместо «локальных» развлечений в зимние каникулы выбирают не многие. По данным исследования Statista Consumer Insights Christmas and Holiday Season, проведенного в 2023 году, доля людей, склонных уезжать в отпуск за пределы своей страны на Рождество и Новый год, измеряется однозначными числами.

Этот тренд подтверждается и региональной социологией. В 2024 году, по сведениям PwC, выбраться за пределы страны планируют 8% американцев.

Похожая ситуация в Европе, где на ноябрь — декабрь 2023 года, по данным Eurostat, пришлось около 6% годового входящего туристического трафика. Невысокий интерес к долгим путешествиям на новогодние праздники объясним: билеты и гостиницы стоят дорого, а задержки или отмены рейсов могут сорвать планы и привести к дополнительным расходам.

Впрочем, и в этом сезоне есть пара аспектов, положительных для бизнеса, связанного с путешествиями. Многие после праздников, проведенных в кругу семьи, может понабиться «отпуск после отпуска». Опрос 2000 американцев, проведенный OnePoll, продемонстрировал, что:

- ✔️ 34% не считают поездку домой на праздники настоящим отдыхом,
- ✔️ 71% хотели бы сходить в отпуск уже после Нового года, чтобы по-настоящему расслабиться.

Кроме того, есть категории потребителей, которые больше других склонны путешествовать в зимние каникулы.

### Молодежь на низком старте

Чаще всего в праздники путешествуют миллениалы и зумеры\*, для которых опыт и свежие впечатления более ценны, чем покупка вещей или общение в семейном кругу. Кроме того, представители этих поколений наиболее активно используют цифровые технологии для бронирования и платежей, знают, как сделать это заранее и наиболее эффективно. Это означает, что у поставщиков соответствующих услуг есть пространство для роста продаж.

### В поисках неизведанного

При этом все больше путешественников стараются избегать надоевших стандартных маршрутов, в топе предпочтений — необычные места. Согласно опросу Expedia, проведенному в 2024 году в 19 странах, более 60% из 25 тыс. респондентов в следующей поездке хотели бы отправиться по экзотическим маршрутам.

Рост популярности именно таких путешествий по всему миру подтверждают и данные платформы Booking.com, проводившей опросы в 33 странах. Исторические тренды туризма со всеми их «топ-10 популярных направлений» могут уйти в прошлое.

### Оригинальные аттракционы

Туристов, стремящихся создать себе праздничное настроение, привлекают не только локации, но и события. Медиакомпания Universal Studios, принадлежащая Comcast (CMCSA), с 22 ноября до конца 2024-го проводит в своих парках развлечений рождественский фестиваль во вселенных Гарри Поттера. Оригинальные мероприятия Universal Studios на Рождество привлекают немалое число туристов и приносят прибыль.

Ретейлер Macy's (M) уже почти на протяжении столетия в День благодарения проводит в Нью-Йорке парад, открывающий сезон рождественских распродаж в магазинах сети. В торжественное шествие обычно вовлекается множество участников и зрителей. Его посещение входит в большинство экскурсионных программ для гостей предновогоднего города.

Курортно-гостиничная сеть MGM Resorts International (MGM) проводит праздничные шоу. Весь декабрь 2024 года на различных площадках корпорации будут проходить выступления известных исполнителей. Кстати, билеты на их концерты были практически распроданы уже в начале ноября. Поскольку MGM Resorts также владеет казино, будет и новогодний джекпот. Но главное событие для клиентов компании — ежегодный праздничный сбор бонусов Gift Shoppe. Это шанс заработать подарочные баллы на автоматах или за игровым столом. Потом их можно обменять на подарки. 🛡️



# Поехали!

Классические и экзотические способы встретить Рождество и Новый год, путешествуя



США



На Таймс-сквер в Нью-Йорке 31 декабря в последнюю минуту года огромный светящийся шар массой более 5 тонн спускается на землю с 23-метрового флагштока, знаменуя наступление Нового года



Бразилия



В Бразилии на Новый год одеваются в белое, собираются на пляжах, приносят подарок морской богине Йеманджи, прыгают через 7 волн, загадывая 7 желаний, и смотрят салют



В Скандинавских странах некомфортная погода во время поездок на зимние праздники компенсируется возможностью увидеть северное сияние, а в Исландии — еще и извержение вулкана



Исландия



Швеция



Финляндия

Норвегия



Дания



Россия



Новый год в Москве встречают на Красной площади, где бой курантов знаменует его наступление



Марокко



Ночь в пустыне: костры, шатры и танцы под звездами. Здесь Новый год — путешествие в арабскую сказку, полную музыки и загадок



Японцы вместо поедания индейки дома на Рождество ходят семьями в рестораны KFC, а в Новый год в храмах звонят в колокола 108 раз, очищая души от 108 греховных чувств



Япония



Таиланд



На курортах Таиланда Новый год — это яркие пляжные вечеринки с коктейлями и незабываемое зрелище: тысячи фонариков, которые люди запускают в небо, загадывая желания



Австралия



В Австралии Рождество и Новый год приходят летом. Австралийцы встречают праздники на пляжах за барбекю, а Санта-Клаус зачастую приезжает на серфе

# Блокбастер год кормит

Влияют ли праздничные премьеры  
на результаты и котировки медиакомпаний



Сакен Исмаилов,  
аналитик  
Freedom Finance Global

**П**росмотр фильмов и сериалов входит в «обязательную программу» зимних праздников наряду с украшением дома и подарками. Перед Новым годом в прокат выходят блокбастеры, а зрители активнее подписываются на стриминговые сервисы сами и дарят подписки друзьям. Все это напрямую влияет на бизнес медиакомпаний. Можно ли использовать сезонное оживление в секторе для успешных инвестиций?

## Деньги в кассу

С точки зрения зрительской активности осенне-зимний период является ключевым для киноиндустрии. В США наибольшую прибыль кинотеатры генерируют с ноября по январь, когда у многих увеличивается количество свободного времени для походов в кино, а киностудии готовят самые громкие премьеры.

Доходы от продажи билетов закономерно отражаются в финансовых отчетах медиакомпаний. Однако в большинстве случаев этот период не становится определяющим для выручки за год, так как продажи фильмов в кинотеатрах уже давно не основной источник их дохода. К примеру, вышедшая 15 декабря 2023-го картина *Вонка* производства Warner Bros. Discovery (WBD) в США собрала около \$218 млн, а по всему миру — порядка \$634 млн. При этом выручка кинокомпаний за IV квартал 2023-го и I квартал 2024-го составила примерно по \$10 млрд. Телекоммуникационный и медийный конгломерат Comcast (CMCSA), который владеет киноимперией Universal Studios, на производстве своих киностудий в 2023-м заработал лишь 9% выручки и 3% EBITDA.

В связи с этим понятно, почему акции Warner Bros., Paramount Global (PARA), The Walt Disney (DIS) и Comcast реагируют даже на крупные кинопремьеры в праздничный сезон достаточно вяло.

## Зимняя подстраховка

Тем не менее для индустрии развлечений новогодний сезон крайне важен с точки зрения притока зрителей и их последующих стабильных трат на просмотр фильмов как дома, так и вне его. С началом учебного года продажи би-

летов в кино и подписок на стриминг падают. Эту ситуацию медиакомпания стараются стабилизировать именно в предновогоднем сезоне.

Его результаты компенсируют затишье нескольких следующих месяцев, особенно февраля.

## В расчете на результат

Несмотря на не слишком большой материальный вклад праздничного развлекательного ажиотажа в общий финансовый результат киногигантов, инвесторы все же стремятся на нем заработать. В доходах и котировках американских развлекательных компаний прослеживается некоторая сезонность, и рынок заранее делает ставки на будущее. Блокбастеры и праздничный стриминговый контент привлекают большую аудиторию, что дает основания рассчитывать на успешные квартальные отчеты.

Это можно проследить на примерах продукции конкретных компаний. В прошлый праздничный сезон семь самых кассовых фильмов были сняты четырьмя кинопроизводителями:

- ✓ Lions Gate Entertainment (LGEA, LGF.B)\* — *Голодные игры: Баллада о змеях и певчих птицах*
- ✓ Walt Disney — *Капитан Марвел 2* и *Желание*
- ✓ Universal Pictures (от Comcast) — *Тролли 3* и *Миграция*
- ✓ Warner Bros. Discovery — *Вонка* и *Аквамен и потерянное царство*

Блокбастеры конца года действительно позитивно отразились на котировках выпустивших их медиагрупп. Фильм компании Lions Gate в первые выходные после премьеры вышел в лидеры проката с результатом около \$45 млн. Благодаря этому в ноябре – декабре эмитент обогнал по темпам роста индекс S&P 500, несмотря на в целом слабую динамику своего сектора.

Акции других кинокомпаний с лучшими кассовыми сборами также обычно демонстрировали позитивную динамику в период премьер.

Однако стоит помнить: каковы бы ни были масштабы рекламной кампании и предыдущая история успеха франшизы, это не может на 100% гарантировать ее владельцам рост котировок после премьеры.



## Стриминг на подъеме

С 2018 года медиакомпания испытывают проблемы с увеличением прибыли. Высокие расходы на производство кинопродукции не всегда окупаются кассовыми сборами, и ведущие игроки индустрии ищут новые способы улучшения рентабельности. Одним из таких инструментов стали подписки на стриминговые сервисы. Рост продаж в этом сегменте стабилизирует доходы в будущем, хотя прямо сейчас оказывает давление на офлайн-бизнес. Именно поэтому, например, Disney, Paramount Global и Warner Bros. сами владеют подобными сервисами.

Практически каждый американец подписан хотя бы на один стриминговый сервис. Лидерство в этом плане принадлежит Netflix (NFLX) с примерно 250 млн подписчиков, второе место у Amazon Prime (200 млн), третье — у Disney+ (150 млн).

По данным Forbes, размер рынка стриминга, то есть совокупной выручки всех компаний сектора, превысил \$540 млрд, а к 2030 году его объем может подойти вплотную к \$2 трлн. При этом оценка сегмента традиционных кинотеатров меньше \$80 млрд, и Maximize Market Research прогнозирует, что к 2030-му она вырастет примерно до \$100 млрд. Основное преимущество потоковых платформ — доступность контента. Средний американец подписан на четыре стриминговых сервиса, а 7% жителей США, по данным Deloitte, имеют шесть и более подписок.

Эффект праздников для акций стриминговых компаний меньше, чем для котировок киноконцернов. В то же время в ноябре, декабре и январе, а также в периоды летних отпусков и каникул количество просмотров, по данным масштабного опроса Forbes и OnePoll, как правило, выше. Динамика акций Netflix теснее связана с популярностью того или иного сериала, который обеспечивает увеличение ба-

зы подписчиков. Более того, в сезон отпусков и праздников котировки ведущего стриминг-сервиса часто демонстрируют слабовыраженную динамику. В этом сегменте биржевые тренды развиваются скорее под влиянием расширения аудитории и роста прибыли, что делает компании индустрии более понятными для инвесторов.

## Премьеры предпраздничного сезона — 2024

Среди самых ожидаемых премьер текущего года — *Моана 2* и *Муфаса: Король Лев*, снятые Walt Disney и способные обеспечить крупные сборы. Обе картины являются продолжением популярных франшиз, а просмотр полнометражных мультфильмов остается одним из самых любимых видов семейного отдыха. На Disney+ состоится премьера *Дэдпул и Росомаха*, которая может привести к расширению базы подписчиков этого стримингового сервиса. Warner Bros. Discovery выпустит на экраны кинозалов фантастическую картину *Микки 17*, а на ее стриминговой платформе Max+ выйдет фильм Клинта Иствуда *Присяжный номер 2*.

Universal Pictures представит продолжение истории *Злая: Сказка о ведьме Запада*, которая также может рассчитывать на отличную кассу. Еще одна премьера компании — сиквел блокбастера Ридли Скотта *Гладиатор*.

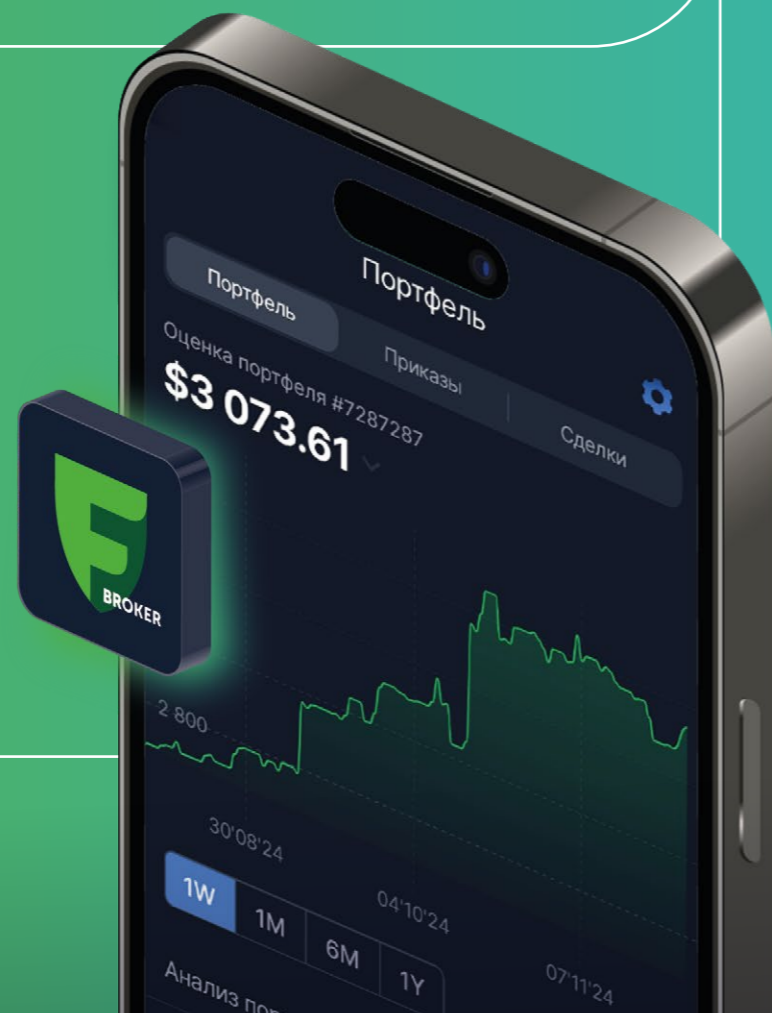
У Netflix самой ожидаемой новинкой будет второй сезон *Игры в кальмара*, запланированный на конец года. Как видно, определенная сезонность бизнесу медиакомпаний свойственна. В то же время эффект праздничной жадности зрелищ не всегда находит прямое отражение в динамике акций сектора. Тем не менее следить за этой постоянно меняющейся индустрией всегда интересно, а для инвестора акции входящих в нее компаний — это весьма перспективный актив. 📈

# Freedom Broker

Весь биржевой мир  
в одном приложении



Доступ к мировым биржам:



Пора инвестировать!



Freedom Finance Global PLC (<https://www.fff.global/>) – компания, зарегистрированная и действующая по нормам Международного финансового центра «Астана» (МФЦА). Компания осуществляет: (a) инвестиционную деятельность в качестве принципала и агента; (b) управление инвестициями; (c) инвестиционное консультирование; (d) организацию инвестиционных сделок. Лицензия Комитета МФЦА по регулированию финансовых услуг: AFSA-A-LA-2020-0019 от 21 ноября 2023 г.

FFIN.KZ



## По магазинам с ИИ-помощником

Как передовые технологии меняют маркетинговые стратегии ретейла



Тамерлан Абсалямов,  
аналитик департамента  
финансового анализа  
Freedom Broker

Для бизнеса ретейлеров особое значение имеет осенне-зимний праздничный сезон, приходящийся на IV квартал. За этот период, по данным главного статистического ведомства США — Бюро переписи населения, компании сектора осуществляют около 30% общего объема продаж за год. Это немногим больше чем 25% выручки в любые другие «будничные» месяцы. Но в деньгах, ретейлерам все же есть за что побороться.

По оценке eMarketer, в 2023 году объем розничных продаж в мире равнялся \$29,3 трлн, а в прогноз на 2024-й закладывается значение \$31,1 трлн. «Праздничная» треть этого показателя составляет примерно \$9 трлн.

В ситуации огромного выбора самых разнообразных товаров с бесчисленными акциями и спецпредложениями продавцу необходимо удержать своего покупателя. Чтобы как можно эффективнее провести сезон повышенного спроса и увеличить продажи, нужно выделиться на фоне конкурентов. Оптимальный способ решения этой задачи — персонализация предложения, которое нашло бы отклик у каждого конкретного потребителя.

По данным опроса McKinsey, посвященного перспективам персонализации, 71% потребителей ожидают от компаний индивидуального подхода, а его отсутствие расстраивает 76% респондентов. Этот тренд только усиливается в праздничный сезон. Как выяснили авторы упомянутого исследования, компании, преуспевшие в персонализации, определили не прибегающих к этой стратегии конкурентов по темпам роста выручки на 40%.

Для улучшения покупательского опыта ретейлеры все активнее используют технологии искусственного интеллекта (ИИ). Разбираемся, как эти инновации трансформируют розничную торговлю.

### Учим матчасть

Искусственный интеллект в розничной торговле работает на основе нескольких ключевых технологий, включая машинное обучение, дата-аналитику и обработку естественного языка (NLP). Перечисленные инструменты анализируют огромные объемы информации о клиентах.

На основе этих технологий ретейлеры выстраивают алгоритмы, позволяющие адаптировать опыт покупок под каждого конкретного клиента или их отдельные категории, что улучшает персонализацию.

- ✓ **Рекомендательные системы:** модели, которые предлагают продукты на основе анализа поведения клиента в интернете, в частности истории просмотров веб-страниц, предыдущих покупок и даже активности в социальных сетях.
- ✓ **Динамическое ценообразование:** коррекция стоимости в режиме реального времени в зависимости от разных факторов.
- ✓ **Чат-боты и виртуальные помощники:** инструменты, созданные на основе обработки естественного языка, которые помогают компаниям взаимодействовать с запросами в режиме реального времени и улучшают поддержку клиентов.
- ✓ **Прогностическая аналитика:** методика изучения поведения потребителей, помогающая ретейлерам оптимизировать инвентарь и правильно выстраивать маркетинговые стратегии.
- ✓ **Инструментарий визуального поиска:** интуитивно понятный потребителю способ отбора товаров с помощью изображений.

### Как это работает

Рекомендательные системы — одно из наиболее распространенных решений в области искусственного интеллекта для розничной торговли, особенно актуальное в сезон предпраздничных распродаж при поиске идеального подарка. Допустим, покупатель, который ранее приобретал гаджеты, может получить рекомендации по праздничным предложениям электроники, таким как умные часы или фитнес-браслет.

Ретейлер косметики **Sephora** использует ИИ и дополненную реальность в приложении Virtual Artist для анализа черт лица и рекомендации продуктов

Такая персонализация делает процесс выбора быстрее и удобнее, увеличивая вероятность покупки. В рамках систем динамического ценообразования ИИ мониторит рыночный спрос, цены конкурентов, уровень запасов и тому подобное, позволяя ретейлерам оптимизировать продажи через цены. Эти функции особенно важны в периоды распродаж. Например, при возникновении повышенного спроса на какой-либо продукт ИИ может автоматически повышать его цену. Это работает и в противоположную сторону, помогая избежать затоваривания в конце сезона. В результате продавец предлагает лучшую цену в нужное время, максимизируя свой доход и оставаясь конкурентоспособным.

Без чат-ботов сегодня не обходится практически ни одна торговая площадка в интернете. В праздники эти виртуальные помощники благодаря своей способности «болтать» сразу с несколькими клиентами становятся особенно востребованными для обработки резко возрастающего объема пользовательских запросов о наличии товаров, сроках их доставки, а также условиях возврата. Бот способен ускорить оформление заказа и в конечном итоге предотвратить разочарование и брошенные корзины.

Виртуальный помощник **Rufus** от Amazon отвечает на любые вопросы: от выбора наушников до ухода за автомобилем, анализируя отзывы и советы покупателей

В рамках систем прогностической диагностики ИИ помогает организовать гипертаргетированную рекламу, спецпредложения и акции, что повышает эффективность праздничных маркетинговых кампаний. Например, клиент, в последнее время выбирающий декор для дома, получает информацию о скидках на сезонные украшения. Инструменты на основе ИИ выбирают наиболее эффективные маркетинговые каналы для каждого конкретного клиента (будь то реклама в социальных сетях, персонализированные электронные письма или уведомления в мобильных приложениях) и оптимальное время для отправки рекламных сообщений. В результате растет число позиций в корзинах заказов, а также улучшаются показатели вовлеченности и конверсии клиентов.

Визуальный поиск на основе ИИ избавляет от необходимости четко формулировать описание товара. Потенциальный покупатель просто ищет «что-то вроде этого». Этот инструмент особенно удобен для продавцов одежды и домашнего декора. Например, соответствующее решение от Pinterest (PINS) позволяет пользователям находить продукты, стилистически и визуально похожие на те, которые они уже отметили «пином».

#### Цена интеллекта

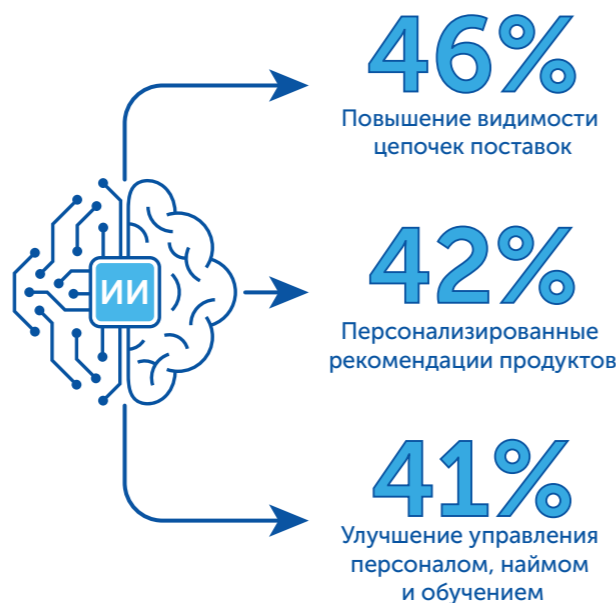
ИИ предоставляет ретейлерам множество возможностей усовершенствовать клиентский опыт на каждом этапе продаж и получать соизмеримую отдачу. Как показало недавнее исследование, проведенное NVIDIA и Google, ИИ уже

изменил ситуацию в рознице: 69% опрошенных сообщили об увеличении годового дохода за счет его внедрения, а у 72% уже использующих эти решения сократились операционные расходы.

Участники опроса признали, что внедрение ИИ в бизнес-практики способно произвести революцию в сфере взаимодействия с клиентами, оптимизировать маркетинговые стратегии и операционные процессы. При этом 86% респондентов заявили, что хотят использовать эту технологию специально для улучшения клиентского опыта. Розничные сети по всему миру уже вложили значительные средства в инструменты ИИ; только Amazon (AMZN) объявила об инвестициях в данную сферу в размере \$4 млрд в 2023 году. И это лишь начало. Проведенный Google в рамках указанного исследования опрос 274 руководителей показал, что 81% лиц, принимающих решения в сфере розничной торговли, чувствуют острую необходимость в принятии технологий генеративного ИИ, а 72% заявили, что готовы внедрить такие решения уже в следующем году. По данным исследовательской компании Precedent Research, объем мирового рынка искусственного интеллекта в розничной торговле в 2023 году составил \$9,97 млрд, в 2024-м достигнет \$11,83 млрд, а к 2033-му увеличится до \$54,92 млрд.

Бренды, инвестирующие в ИИ, стремятся к лидерству в своих рыночных нишах, рассчитывая на получение миллиардных прибылей в ближайшие годы. По мере того как расширяются возможности умных помощников, усиливается их роль в розничной торговле. Они предоставляют все больше способов привлечения покупателей, обеспечивая для них исключительно позитивные впечатления от праздничного шопинга, а ретейлерам это позволяет наращивать свои доходы. 🗨

### Наиболее популярные сферы применения ИИ-решений в рознице



Источник: Deloitte

# Продавцы праздника

Как рекламные кампании передают дух Рождества



Павел Цой,  
старший персональный менеджер Freedom Broker, Астана

Хотя искусственный интеллект (ИИ) до какой-то степени способен генерировать идеи и его произведения отличаются определенной креативностью, этого пока недостаточно, чтобы заменить человека при создании рекламы, особенно предновогодней. Ведь ценность такого продукта заключается в смысле и в эмоциях, которые в него вложены: он призван пробуждать в зрителях доброту и эмпатию. Мы собрали для вас лучшие рождественские промо публичных компаний.

#### Наиболее запомнившиеся праздничные рекламные кампании

- ✓ **John Lewis. «Долгое ожидание» (2011).** Рождественская реклама британского ретейлера John Lewis вызвала отклик далеко за пределами Соединенного Королевства, в том числе в США. Центральный персонаж ролика — мальчик, с нетерпением считающий дни до Рождества, но вовсе не потому, что он ждет подарков, а потому, что хочет поскорее их вручить. Эмоциональный поворот сюжета впечатлил зрителей по всему миру, и реклама стала вирусной. Почему это сработало? Дело в том, что видео акцентировалось на важной для людей потребности делиться радостью и делать добро друг другу.
- ✓ **Starbucks. «Красные стаканчики» (2015).** Рождественские красные кружки и стаканы Starbucks впервые предложила еще в 1997-м, а в 2015 году компания поменяла их дизайн на минималистический: от картинок с атрибутами зимних праздников и развлечений, а также от логотипа было решено отказаться. Этот шаг вызвал дискуссию между противниками и сторонниками нового оформления, которая стала вирусной. Споры пошли на пользу Starbucks, обернувшись для сети кофеен бесплатной рекламной кампанией.
- ✓ **Apple. «Поделитесь своими подарками» (2018).** Этот прекрасно анимированный праздничный короткометражный фильм рассказывает историю молодой одаренной девушки, которая слишком застенчива, чтобы показать миру плоды своего таланта. В определенный волшебный момент ее работы случайно становятся до-

ступными всем вокруг, что приносит героине радость и создает для нее связь с окружающими. Конечно, в видео мельком появляется и его главный «персонаж» — MacBook, но в центре внимания, безусловно, выразительная история о творчестве и социуме. Это отличный пример использования эмоционального повествования для установления связи с клиентами.

- ✓ **Netflix. «Интерактивный стриминг» (2018).** В 2018 году Netflix кардинально изменил формат развлечений в рождественские праздники, выпустив на экраны спин-офф своего культового сериала. В декабре состоялась премьера фильма под названием *Черное зеркало. Бандерснэтч*. Зрители этого интерактивного триллера могли сами выбрать варианты развития сюжетных линий, каждая из которых тем не менее была очень далека от традиционных представлений о новогодней комедии. Этот релиз подтвердил имидж Netflix как лидера в области инноваций в медиа.
- ✓ **Amazon. «Рождественская реклама Alexa» (2019).** Этот праздничный ролик Amazon показал множество способов, которыми Alexa может помочь готовиться к торжествам. Видео демонстрирует, что умная колонка умеет управлять списками покупок, готова напомнить о предстоящих делах или вовремя включить подходящую случаю музыку. Однако кампания Amazon сработала, потому что она заключалась не столько в презентации функций Alexa, сколько в позиционировании ее как идеального помощника, избавляющего от стресса в праздники.
- ✓ **Tesla. «Режим Санты» (2020).** Это не видео, а забавная интерактивная функция в программном обеспечении Tesla, предоставляемая напрямую водителям. Она выводит на дисплей автомобиля зимнюю страну чудес, где автомобиль выглядит как сани Санта-Клауса, запряженные оленями. Этот необычный праздничный продукт порадовал многих владельцев Tesla, и информация о нем быстро распространилась по соцсетям. Кампания отражала инновационный дух бренда и его способность удивлять и вовлекать пользователей неожиданными и приятными способами. 🗨

# Караван длиной в 30 лет

*Рождество с Coca-Cola: от маркетинговой идеи до всемирной традиции*

Большинство из нас видели знаменитую рекламу Coca-Cola, в которой Санта-Клаус едет раздавать подарки не в традиционных запряженных оленями санях, а в кабине ярко-красного, украшенного светящимися гирляндами грузовика. Действо происходит под песенку Wonderful Dream со словами: «Праздник к нам приходит» (Holidays are Coming). Спешим заверить: турне Санта-Клауса настоящее, и его можно встретить под Новый год в сотнях городов мира. Но обо всем по порядку. Расскажем, откуда возникла идея красочного автопоезда, как и где его можно увидеть своими глазами, а также насколько эффективна рекламная кампания по продаже холодного напитка зимой.



## Зимой и летом

Предпринимать попытки для повышения продаж в традиционно низкий для прохладительных напитков зимний сезон The Coca-Cola Company (КО) стала еще в 1920-х. В США была запущена серия кампаний под слоганом: «Жажда не знает времени года» (Thirst Knows No Season) с использованием зимних образов. В 1922 году Санта-Клаус впервые появился собственной персоной в рекламе напитка в The Saturday Evening Post, однако тогда он не выглядел сегодняшним добродушным бодрячком. Своего Санту — важную часть стратегии повышения узнаваемости бренда — Coca-Cola получила в 1931 году, зака-



**Георгий Ващенко,**  
заместитель директора  
аналитического департамента  
Freedom Finance Global

зав создание его образа иллюстратору Хаддону Сандблomu. Основываясь на образе святого Николая из поэмы Клемента Кларка Мура «Ночь перед Рождеством», художник нарисовал современного Санту — краснощекого, упитанного, с пышными белыми бородой и усами, а также с фирменной бутылочкой колы в руке. Со временем этот образ стал иконическим.

## Видеопрорыв

Зимняя реклама с Санта-Клаусом, конечно, давала результат, но на совершенно новый уровень эффективности ее вывело то самое видео рождественского каравана грузовиков, на бортах которых были изображены логотип бренда и портрет Санты с шипучим напитком в руке. Этот ролик появился в 1995 году.

Атмосфера волшебства создавалась при помощи более 30 тыс. лампочек, закрепленных на каждом грузовике, а также визуального спецэффекта, при котором три сделанные на заказ фуры превращаются в огромный автопоезд, приносящий в мир дух Рождества. Автором концепции и слогана Holidays are Coming выступило рекламное агентство W.B. Doner (ныне Doner Company). Визуальное оформление ролика взяла на себя компания Industrial Light and Magic, известная по работе над «Звездными войнами». Саундтреком стал кавер на песню Wonderful Dream экс-солистки La Bouche Мелани Торнтон.

Реклама настолько понравилась публике, что корпорация решила делать на ее основе новые ролики и расширять их трансляцию на другие страны.

К 1998 году видео с рождественским караваном Coca-Cola транслировалось в более чем **100 странах** мира для **миллионов** зрителей

## Оживший караван

В 2001-м рождественские грузовики Coca-Cola с экранов телевизоров переместились на улицы американских городов. Возможность увидеть поезд из светящихся фур соб-

ственными глазами, получить в подарок бутылочку праздничного напитка и сделать фото с Сантой дала новый толчок «караванной» рекламной кампании. Начавшись в США, она со временем распространилась по всему миру. В 2010 году рождественская колонна грузовиков впервые попала на Европейский континент. В 2017-м праздничный автопоезд проехал через всю Австралию. В 2022-м он побывал на улицах иракской столицы Багдада, правда, здесь появился не зимой, а в апреле, на который в том году пришелся священный месяц Рамадан, особо чтимый в исламской культуре.

В 2023 году акция Coca-Cola Caravan Truck Tour охватила **60 стран**, зрителями стали **16 млн человек**. Количество ее упоминаний в Сети оценивается в **9 млрд**

Интересно, что, выпустив свои рождественские грузовики на реальные улицы, Coca-Cola приостановила ежегодный показ ролика, но в 2007 году по многочисленным просьбам потребителей знаменитая реклама вернулась на экраны.

## Своими глазами

Чтобы воочию увидеть караван, получить подарок от Coca-Cola, а если повезет, сфотографироваться с Сантой во время остановки грузовиков, нужно заранее узнать их маршрут и расписание. Эта информация публикуется на сайтах и в соцсетях региональных филиалов Coca-Cola незадолго до проведения мероприятия, так как за турне отвечают локальные представительства корпорации.

Так, в Казахстане в прошлом году автопоезд с 25 по 30 декабря побывал в пяти городах, делая 20-минутные остановки в многолюдных местах Астаны, Алматы, Шымкента, Караганды и Уральска. В США тур праздничных грузовиков обычно начинается в середине ноября — начале декабря и заканчивается под Рождество. Вот и в этом году автопоезд уже в пути и делает десятки остановок в разных штатах по всей стране. Также караван Coca-Cola на этот раз можно повстречать в Великобритании, Ирландии, Германии, Австрии.

## Что в итоге

На первый взгляд, экономическая составляющая «караванной» рекламной кампании Coca-Cola кажется очевидной, но на практике ее эффект определить затруднительно. Корпорация не раскрывает, какую долю в продажах занимает именно одноименный напиток. Выручка распределяется по нескольким брендам, а также совместным и дочерним предприятиям.

Кроме того, у компаний, выпускающих напитки, сезонность выражена не так резко, как, к примеру, у производителей одежды и обуви. На продажи влияют не только сезонные, но и другие факторы: общий рост мировой экономики, инфляция (в конце года цены выше, чем в начале), изменения в бизнесе (покупки, продажи активов), корректи-

ровка потребительских предпочтений (снижение спроса на сладкую газировку), пандемия COVID-19 и пр.

Если ориентироваться на историческую статистику, за II и III финансовые кварталы (апрель – сентябрь) Coca-Cola получает приблизительно по 26% выручки, а в I и IV квартале — в среднем по 24% (расчеты Freedom Broker). Однако в IV квартале выручка компании в некоторых случаях оказывалась выше, чем в I-м примерно на 1 п.п. Таким образом, предновогодняя рекламная акция, вероятно, обеспечивает около 1% выручки корпорации за



октябрь – декабрь, «оттягивая» ее у I квартала. Это можно списать как на инфляцию, так и на «караванную» кампанию, которая устраняет сезонное проседание продаж, смягчая традиционное охлаждение спроса.

## Секрет фирмы

Как бы то ни было, ценность и узнаваемость бренда Coca-Cola остается очень высокой. По данным Statista за 2024 год, компания — лидер мирового рейтинга по узнаваемости бренда. Эта оценка устанавливается путем демонстрации респондентам логотипа и письменного названия. Для корпорации она составляет 95% при 94% у ближайшего конкурента — PepsiCo.

В значительной степени это результат удачного маркетингового подхода к использованию общечеловеческих ценностей, в том числе типичных для рождественско-новогоднего сезона: праздничное настроение, единение, доброта, волшебство и радость. Сама компания отмечает, что концепция вышла на удивление удачной, и не только в США. Так, по данным Coca-Cola, 44% британцев ассоциируют начало рождественского сезона с просмотром этого рекламного ролика, а две трети респондентов сообщили, что рекламная фраза «застряла у них в голове».

Тему новогодних праздников активно используют десятки компаний, но знаменитый ролик Holidays Are Coming во многих источниках упоминается на вершине рейтинга самых популярных рекламных ТВ-роликов за всю историю. 🇵🇸

# От индейцев до индейки

Как попала на праздничный стол самая популярная птица в кулинарии США

День благодарения, который ежегодно отмечается в последний четверг ноября, традиционно открывает осенне-зимний праздничный сезон в США. Наряду с Днем независимости это один из двух самых «американских» праздников. Формат торжества — семейный, главное блюдо — индейка. Ежегодно на День благодарения она украшает столы десятков миллионов американцев. Но как именно эта птица стала символом одного из главных праздников в Штатах?

## Немного истории

16 сентября 1620 года из английского Плимута отчалил корабль «Мейфлауэр», который направился к берегам Северной Америки. Примерно половину из чуть более сотни его пассажиров составляли пуритане — представители протестантского течения в Англии, спасавшиеся от религиозного преследования. Остальными переселенцами, поднявшимися на борт этого судна в надежде найти новую, лучшую жизнь, были безработные, обедневшие ремесленники и торговцы. 21 ноября 1620 года «Мейфлауэр» причалил к Новой Англии. Пилигримы высадились на берег и основали поселение Новый Плимут в районе мыса Код (штат Массачусетс).

Первый год выдался для новоселов непростым, удалось выжить лишь части из них, и в том числе благодаря навыкам охоты и земледелия, полученным от местных индейцев. Осенью 1621 года, когда созрел первый урожай, переселенцы устроили по этому поводу праздник, на который позвали индейцев-союзников. По преданию, одним из основных угощений стала жареная индейка: эта птица в изобилии водилась в лесах Северной Америки.

Со временем в Новой Англии ежегодные осенние празднества в честь завершения сбора урожая вошли в традицию.



В 1863 году президент Авраам Линкольн объявил **День благодарения общенациональным праздником**



Елена Беляева, финансовый эксперт отдела онлайн-трансляций Freedom Finance Global

## Индейка, да не та

Индейка — главное блюдо не только в День благодарения. Ее можно увидеть и на рождественском, и на пасхальном столе. Но если на заре истории Штатов, 400 лет назад, готовили дикую птицу, которая, кстати, все еще встречается на территории Северной Америки, то сегодня индейку для торжественных обедов домохозяйствам поставляют птицефабрики.

Ежегодно на День благодарения американцы съедают около **46 млн индеек**, а на Рождество — примерно **22 млн**



По данным Национальной федерации производителей индейки (NTF), наиболее распространенная порода для разведения — широкогрудая белая индейка. Другие разновидности предназначены в основном для нишевых рынков. По сведениям Национальной федерации дикой индейки (NWTf), выглядит фермерская птица иначе, чем ее дикий прародитель. Кроме белого цвета (дикие индейки — коричневые с разноцветным отливом), ее отличают иная скорость взросления и размеры. Домашние индейки достигают зрелости за 12–16 недель и весят от 20 до 35 фунтов в живом виде. Масса дикой птицы того же возраста едва ли дотягивает до пяти фунтов. Цель фермера — поставить на рынок как можно больше продукции, поэтому популярностью пользуется специально выведенная порода с более крупными грудью и ногами. По данным NTF, индейка обычно поступает к покупателям в виде обработанной цельной тушки, а из индюков готовят котлеты, колбасы и другие мясопродукты.

## Важная птица

Рынок выращивания индейки в США оценивается в миллиарды долларов. Страна является мировым лидером по производству мяса этой птицы. По данным Министерства

сельского хозяйства (USDA), с 1 сентября 2022 года по 31 сентября 2023-го в США было выращено 218 млн индеек (на 4% больше, чем годом ранее), что равнозначно почти 7 млрд фунтов мяса. Из этого объема на экспорт было направлено лишь примерно 400 млн фунтов.

Совокупная стоимость мяса индейки, выпущенного в Штатах в 2023 году, сократилась на 8% г/г, до \$6,57 млрд. Снижение этого показателя стало результатом восстановления поголовья после вспышки птичьего гриппа в феврале 2022 года, которая привела к сокращению предложения и, как следствие, к росту цены. По данным отчета Министерства сельского хозяйства США, средняя оптовая цена на мясо индейки в 2023 году составила \$1,4 за фунт, что почти на 10% меньше, чем в 2022-м.

Национальная служба сельскохозяйственной статистики (NASS) по итогам 2024 года прогнозирует сокращение поголовья индейки на 6%, или на 205 млн. Фермеры вынуждены идти на эти меры, чтобы сохранить рентабельность своих предприятий ввиду роста цен на корма и затрат на выращивание птицы. На отрасль также оказывает влияние изменение предпочтений потребителей, в том числе усиливающаяся популярность вегетарианства и веганства, а также появление заменителей мяса на растительной основе. Развитие этих тенденций способно привести к существенным трансформациям аграрного сектора Соединенных Штатов.

## Откуда ноги растут

Производством индейки в основном занимаются мелкие фермерские хозяйства, публичных компаний среди них нет. Для более эффективного сбыта продукции в некоторых штатах такие фермерские хозяйства объединяются в кооперативы.

Переработка основного объема мяса индейки выполняется ограниченным количеством крупных компаний. Выпуск примерно 60% всей продукции обеспечивает первая пяттерка предприятий, а топ-10 производителей в 2023 году поставили 83% ее совокупного объема.

Доходы от продаж индюшатины к праздникам в отчетности этих компаний отдельно не раскрываются. Более того, реализация целых тушек — это скорее дань традиции, необходимый ассортимент. Гораздо более рентабельно производство полуфабрикатов или готовых продуктов, таких как колбасы, ветчина и тому подобное.

## Готовим правильно

На кулинарном сайте Allrecipes.com размещено огромное количество рецептов блюд из индейки ко Дню благодарения. Только разновидностей ее приготовления пять: жареная, на гриле, во фритюре, фаршированная, копченая. Самый частый вопрос, который получает редакция сайта от читателей, касается точного времени, которое требуется, чтобы довести индюшатины до готовности. Ответ варьируется в зависимости от массы тушки и способа приготовления — с начинкой или без.

**Индейка без начинки** готовится при температуре **175°C** из расчета **13 мин** на фунт. Для **начиненной птицы время приготовления — 15 мин** на ту же массу

Избежать лишних расчетов можно с помощью нижеследующей инфографики. Из нее можно узнать не только требуемое время приготовления, но и нужную вам массу индейки, исходя из количества приглашенных гостей. 🛡



# Особый сезон

Представители разных сегментов потребсектора об особенностях работы в предновогодний период и праздничных приоритетах клиентов



## Владимир Мазурин,

CEO торгового центра Esentai Mall

Esentai Mall всегда стремится создать для своих гостей особую атмосферу в предпраздничные дни. Помимо новогоднего оформления торгового центра в классическом стиле с современными акцентами в этом году мы вновь организовали на Esentai Square каток. На его открытии состоится ледовое шоу. В преддверии Нового года для клиентов молла будут звучать новогодние мелодии в исполнении алматинских музыкантов, а встречать посетителей будут всеми любимые сказочные герои.

В декабрьские дни большое количество наших клиентов приходит в Esentai Mall для предновогоднего шопинга. В этот период трафик у нас растет примерно на 30% в сравнении с другими месяцами, увеличивается конверсия, размер среднего чека. Растет и посещаемость ресторанов и кинотеатра.

Перед Новым годом повышенным спросом пользуются ювелирные украшения, часы, одежда и аксессуары, парфюмерия, гаджеты, книги. Традиционно увеличиваются продажи предметов для дизайна интерьера, деликатесов, подарочных сертификатов. Безусловно, особенно высок в этот период спрос на продукцию люксовых и премиальных брендов.

В целом новогодние праздники — пиковый период для большинства ретейлеров, и наш молл не исключение. Совокупный объем продаж арендаторов ТЦ в декабре может увеличиваться более чем вдвое по сравнению с другими месяцами. Это особенно значимый и приятный период как для нас, так и для брендов, представленных в Esentai Mall.



## Александр Девяткин,

директор по аналитике маркетинга цветов и подарков Flowwow

В IV квартале, который для маркетинга цветов считается высоким сезоном, мы отмечаем увеличение числа заказов. Пик покупок приходится на 25 декабря, когда начинается сезон корпоративов.

Клиенты в этот период приобретают классические подарки, популярные круглый год. Стабильно востребованы бен-

то-торты\* и клубника в шоколаде, оформленные в стилистике праздника с добавлением символов года. Есть интерес к композициям с использованием пихтовых или еловых веток.

Возрастает популярность наборов чая и кофе, усиливается интерес к подарочным сертификатам. В корзины покупок добавляются, конечно же, и праздничные товары — елочные украшения, хлопушки и т.д.

Производители и продавцы к этому времени запускают новогодние линейки продукции, например украшения с необычным дизайном, торты с особенными начинками. Некоторые селлеры обновляют к зимним праздникам карточки товаров, делая тематическую новогоднюю съемку. Кто-то добавляет в ассортимент мягкие игрушки с символикой года или новогодние украшения.

Чтобы справиться с праздничным ажиотажем, мы рекомендуем клиентам заказывать подарки заранее. Продавцам же мы готовим инструкцию, как регулировать интервалы доставки и ограничивать количество заказов, чтобы избежать перегрузки.



## Наталья Трегубова,

директор по маркетингу кондитерской фабрики LOTTE Rakhat

Несомненно, дополнительный стимул для покупок дают праздники. В Казахстане большинство из них приходится на холодное время года, поэтому растет спрос на шоколад, шоколадные конфеты и бисквитную группу. Летом же популярна более легкая продукция: фруктовые десерты, зефир, мармелад. Наш ассортимент к Новому году традиционно представлен премиальными видами шоколада с высоким содержанием какао-продуктов, а также подарочными наборами, эксклюзивными видами конфет.

Мы четко понимаем, что клиентский путь начинается до момента открытия коробки. Предвкушение зачастую намного волнительнее самого праздника. Упаковка, которую мы предлагаем, нацелена и на большие семьи, и на молодых людей, и на туристов со всего света. Особый интерес вызывает упаковка с национальным колоритом. С учетом изменений спроса в этом году мы увеличили линейку в европейском формате 300–350 граммов.

Нам важно создать для клиентов ощущение праздника. Наши фирменные магазины тематически декорируются к Новому году, во флагманском бутике организуется небольшая фотозона. Современная розница в период новогодних и рождественских торжеств не обходится без промоакций и спецпредложений, а также дополнительных выкладок в галереях скидок.

Мы верим, что продукция LOTTE Rakhat является неотъемлемой частью праздничного стола казахстанцев, и гарантируем ее неизменно высокое качество и любимый вкус.



## Максим Инге,

менеджер по развитию продаж DHL International Kazakhstan

Для логистических компаний декабрь — один из самых активных месяцев в году. Причина этого — рост объемов реализации и доставки в преддверии праздников. И хотя распродажи начинаются все раньше, доставка в последний момент по-прежнему популярна: у многих нет времени на покупки заранее, кто-то ждет лучших предложений, некоторые откладывают до последнего, чтобы подарок получателю был вручен накануне праздника.

Бизнес тоже вносит свой вклад, увеличивая обмен финансовой документацией к финалу года. Рост нагрузки усугубляется ограничениями на работу таможенных служб и других госорганов в выходные, что может влиять на скорость доставки.

Наличие филиалов во всех городах Казахстана и глобальный охват позволяют DHL с легкостью справляться с увеличением нагрузки. Дополнительные составляющие бесперебойной работы в праздники — расширение складских площадей, наем временного персонала, повышение эффективности сортировки. Курьерские маршруты, учитывающие загруженность городов и даже отдельных районов, минимизируют время доставки. Тренинги для сотрудников помогают им справиться с повышенной нагрузкой. Наше приложение Express Mobile App с функцией On Demand Delivery оптимизирует логистику на стороне клиента. Ему предоставлена возможность выбрать оптимальные дату и время получения или переадресовать груз в постоматы и партнерские точки.



## Антон Лагун,

основатель и CEO сервиса подарочных сертификатов на отдых в отелях Civa

Период с середины ноября до начала января — основное время продаж для Civa. За эти месяцы мы генерируем треть годовой выручки. Люди готовятся к праздникам и задумываются об особенных подарках, которые принесут впечатления и воспоминания.

К декабрю спрос на наши сертификаты увеличивается в два с половиной раза, а в последние недели до Нового года —

в четыре-пять раз. Многие выбирают сразу несколько наших предложений — для членов семьи, друзей или коллег, поэтому в праздничный сезон заметно увеличивается и размер среднего чека.

В канун зимних торжеств наш офис превращается в мастерскую Деда Мороза и наполняется магией. Мы запускаем акции и скидки, разрабатываем новогоднюю упаковку, проводим розыгрыши поездок.

Зимой актуален отдых в уютных и теплых отелях и домиках рядом с крупными городами, в особенности с Москвой и Санкт-Петербургом. Популярностью пользуются горнолыжные курорты Кавказа и Краснодарского края. В последние годы вырос интерес к необычным отелям. Появились экопарки и круглогодичные глэмпинги, куда гостей привлекают заснеженный лес, катание на снегоходах или собачьих упряжках.

Перед Новым годом клиенты чаще всего заказывают сертификат «Побег из города», где собрано 300 комфортных мест для наслаждения природой, или «Необычные выходные» с сотней нестандартных предложений, среди которых дома на деревьях, шатры и панорамные сферы.



## Олег Воробьев,

директор по маркетингу онлайн-супермаркета Arbuz.kz

Перед Новым годом спрос у нас, как правило, растет в среднем на 30% по сравнению с «обычными» месяцами. Главная наша стратегия в этот период — максимально расширить ассортимент. Акции и скидки также стимулируют к совершению покупки. Мы делаем ставку на категории товаров, пользующиеся повышенным спросом в праздники. Это и товары для новогоднего декора, и готовые наборы для праздничного стола, и подарочные корзины.

Чтобы справиться с пиковыми объемами заказов, обеспечить их быструю обработку и оперативную доставку, мы одновременно расширяем команды сборщиков корзин, складских работников, курьеров, наращиваем запасы популярных товаров. Также увеличивается продолжительность смен сотрудников службы клиентского сервиса и усиливается взаимодействие между всеми подразделениями — от склада и сегмента логистики до коммерческого и маркетингового департаментов.

Что касается технологий, у нас есть решение для построения наиболее эффективных маршрутов для курьеров, позволяющее ускорить доставку даже в условиях предпраздничных пробок. Если возникают задержки, клиенты сразу получают уведомления через приложение, СМС либо звонок из службы клиентского сервиса. Мы также предлагаем гибкие временные «окна» доставки, чтобы минимизировать ожидание.

Теперь компания возвращает деньги за доставку, когда курьер задержался более чем на секунду, даже если услуга была бесплатной. Возврат происходит в виде бонусов в личный кабинет клиента. 📦

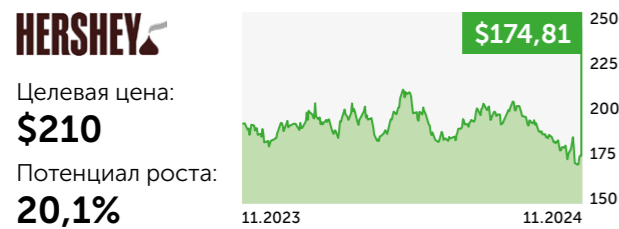


# Разумные инвестиции

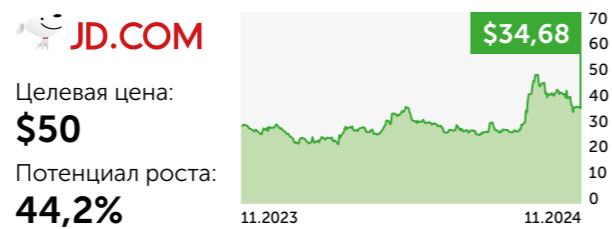
Подборка акций компаний, для бизнеса которых особое значение имеет осенне-зимний праздничный сезон



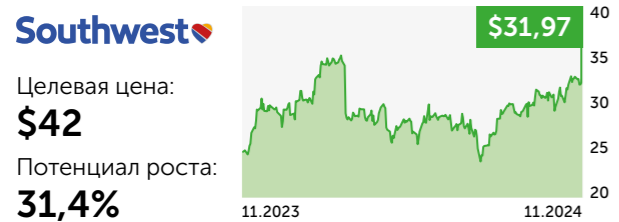
**Михаил Денисламов,**  
заместитель директора аналитического департамента Freedom Finance Global



**The Hershey Company (HSY)** контролирует 35% американского рынка шоколада, владеет успешными брендами, пользуется высокой лояльностью потребителей. После неудачных II–III кварталов, когда выручка и прибыль сократились сильнее ожиданий, прогнозируется стабилизация ситуации. Благодаря лидерским позициям Hershey на своем рынке для ее бизнеса менее критична волатильность биржевых цен на какао-бобы, чем для других представителей пищевой индустрии. Котировки акций HSY находятся на минимуме за три года, что создает привлекательную возможность для входа в позиции. Дополнительный фактор поддержки — дивидендная доходность выше 3% годовых.



**JD.com (JD)** специализируется на онлайн-торговле, логистике и маркетинге. Менеджмент китайского интернет-ритейлера успешно реализует стратегию по увеличению продаж за счет повышенных расходов на рекламу и промоакции при оптимизации прочих затрат. Ожидающаяся стабилизация экономики Китая должна позитивно отразиться на финансовых результатах JD.com. Драйвером роста котировок способен стать и новый пакет господдержки. Ожидается, что он будет принят в начале 2025 года и включит в себя выплаты бизнесу для обновления оборудования, а также субсидии гражданам на покупку электроники и товаров для дома, составляющих основной ассортимент JD.com.



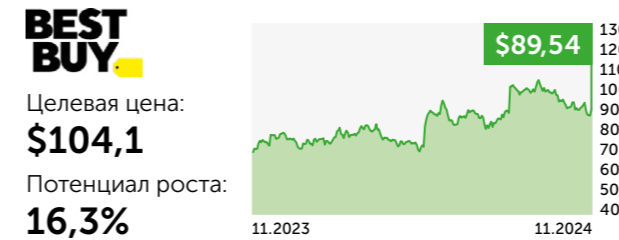
**Southwest Airlines (LUV)**, американский авиаперевозчик-лоукостер, в минувшем сентябре презентовал стратегию развития, предполагающую трансформацию сети в следующие девять месяцев и увеличение ее пропускной способности на 1–2% в год. Ключевое новшество — предложение мест с дополнительным пространством для ног, билеты на которые будут на 25–40%, а иногда более чем на 50% дороже обычных. Это должно существенно повысить маржу Southwest. Компания планирует обновлять 50–100 салонов в месяц и завершить этот процесс до конца 2025 года, что в ближайшие кварталы окажет позитивный финансовый эффект на ее бизнес.



**Target Corporation (TGT)** замыкает топ-3 ритейлеров по размеру капитализации (\$60 млрд) с годовой выручкой свыше \$107 млрд. Доля компании на рынке — 3,3%. Сильными драйверами роста бизнеса являются онлайн-продажи и клубная программа Target Plus — на сегодня самая доступная среди сопоставимых и нацеленная на сегмент бюджетных потребителей. Это предложение успешно конкурирует с аналогичными у Costco, Walmart и Amazon. После публикации неоднозначного отчета за III квартал котировки Target откатились на годовой минимум. Это создает интересную возможность для покупки на долгий срок, в том числе в расчете на дивидендную доходность 3,4%.



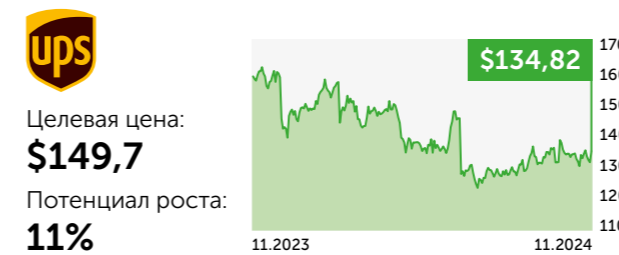
**Ерлан Абдикаримов,**  
директор департамента финансового анализа Freedom Broker



**Best Buy Co. (BBY)** — ведущая розничная сеть по продаже электроники в США и Канаде, состоящая из 1000 магазинов. Компания предлагает технику, устройства для умного дома и нацелена на улучшение клиентского опыта. Праздничный сезон обещает ритейлеру рост продаж на 10–20% благодаря спросу на электронику и интересу к технологиям искусственного интеллекта. Финансовые результаты Best Buy подтверждают устойчивость бизнеса. Ее выручка за II квартал 2024 года составила \$9,29 млрд, превысив ожидания аналитиков. Инициативы по оптимизации затрат и повышению рентабельности делают акции компании перспективной инвестицией.



**e.l.f. Beauty (ELF)** — активно развивающаяся косметическая компания, основанная в 2004 году. Конкурентное преимущество бренду дает сочетание инновационного маркетинга с сильным ценностным предложением. Доступная цена продукции обеспечивает популярность товаров e.l.f. среди самых молодых потребителей. Компания последовательно расширяет долю на рынке косметических товаров в США на протяжении последних 23 кварталов. В июле – сентябре 2024 года выручка эмитента выросла на 40% г/г. Инвестиции в цифровые платформы, розничные партнерства и инновации обуславливают высокий потенциал роста акций e.l.f.



**United Parcel Service (UPS)** — крупнейший в мире логистический оператор, ведущий бизнес более чем в 200 странах. Компания предлагает разнообразные комплексные решения для организации цепочек поставок, а также уделяет первостепенное внимание операционной эффективности и обслуживанию клиентов, активно инвестируя в технологии и автоматизацию. Прогнозируется, что к 2028-му эти инициативы сэкономят UPS \$3 млрд. Выручка компании за III квартал текущего года увеличилась на 5,6% г/г, до \$22,2 млрд. Успешная реализация стратегии развития и высокие финансовые результаты делают акции UPS привлекательными для инвестиций.



Корпорация **Ralph Lauren (RL)**, владеющая всемирно известными брендами класса люкс, продолжает внедрять инновации, что позитивно отражается на ее результатах. Во II квартале 2025 финансового года выручка компании увеличилась на 6% г/г, до \$1,7 млрд, прибыль на акцию выросла на 21%, до \$2,31. Повышение валовой маржи до 67% отражает эффективность ценообразования и управления запасами. Рост прямых продаж на 10% сигнализирует об успешности стратегии взаимодействия с клиентами. Прочные финансовые показатели бренда и курс на модернизацию делают бумагу RL одними из самых интересных в секторе для долгосрочных вложений.



СТЕНДАП-КОМИК

ГАЛЫМ

КАЛИАКБАРОВ

«Финансы — это свобода действий, передвижений и выбора»

Фото: личный архив Галыма Калиакбарова

**Стендап — это не только про юмор, это еще и про бизнес. Насколько он прибылен?**

Зависит от охвата аудитории и продажи билетов на концерты. Если ты можешь собирать залы с 1–2 тыс. зрителей, ты хорошо зарабатываешь. Однако цены на билет у всех разные: кто-то выступает перед 50–70 зрителями, получая столько же, сколько другие на больших площадках.

**Есть ли у этого бизнеса сезонность, в том числе новогодняя?**

Сезонность, конечно же, есть. Так как стендапы проводятся в закрытых помещениях, летом посещаемость падает. Кроме того, в теплое время года велика конкуренция со стороны альтернативных мероприятий на открытом воздухе: фестивалей, концертов и тому подобного. Время перед Новым годом для комиков — удачный сезон. К этому периоду приурочены большие сборные концерты, нас часто приглашают на корпоративы. Интересно, что, когда у многих других бизнесов наблюдается спад после предпраздничного подъема, у нас продолжается период повышенного спроса. До новогодних каникул люди заняты покупкой подарков, строят планы, как будут отмечать. В первую декаду января многие хотят «выдохнуть», поэтому наши выступления востребованы.

**Каков вклад зимних праздников в общий доход стендапера?**

Я бы не стал утверждать, что новогодний сезон комика полгода кормит, но это прибыльное время. Кроме основного бизнеса, то есть выступлений с сольными концертами, в этот период хороший доход приносят и те же корпоративы. Ценник по ним выше, а затраты на организацию выступлений ниже. Если мы готовим концерт, его нужно планировать, бронировать зал, выстраивать маркетинговую кампанию, чтобы продать билеты... Когда речь о корпоративе, заказчик говорит: выступите тогда-то и там-то,

гонорар такой-то. Если устраивает — приехал, отработал, все. В то же время выступить на корпоративах бывает эмоционально сложнее: зрители могут быть просто не готовы к стендапу. Если мы говорим о концерте, то на него публика сознательно покупает билеты, то есть аудитория более благодарная, чем на корпоративах.

**Чем отличается программа новогодних концертов от обычных?**

Новогодние программы по большей части такие же, как и обычные. Если писать текст строго «по случаю», он и востребован будет только во время зимних праздников, а это не имеет экономического смысла. Что-то менее специализированное можно показывать в любое время и в любом месте. Впрочем, одно отличие все же есть. Поскольку Новый год — праздник семейный, я пишу «чистую» программу. «Чистая» — значит без мата, без пошлости. Такое шоу можно показывать по телевизору, смотреть в кругу семьи. Если говорить о темах, под Новый год интересны больше бытовые и семейные истории, также это могут быть ностальгические сюжеты или просто хорошая комедия наблюдений. Сложных и неоднозначных тем под праздник я стараюсь избегать.

**До прихода в стендап у вас был ивент-бизнес. Чем отличается его новогодняя составляющая от бизнеса комического?**

Это совершенно другое. Стендап сложнее, трудозатратнее, он менее новогодний, чем ивент, более всепогодный. При этом стендап — это отдушина, то, что я люблю. Если брать ивент-бизнес, иногда ты просто в заложниках у него. Приходит заказчик — ему надо угодить. Это большой стресс и большая ответственность. В стендапе все устроено не много по-другому. Там эмоционально и энергетически намного легче. Ты приезжаешь на концерт, где видишь людей, которые хотели попасть именно на твоё выступление.

В результате и ты кайфанешь, и они кайфанут. Такой сплав ведливый, честный, добрый обмен энергией. В ивент-бизнесе не всегда так бывает. Чтобы событие спланировать, приходится тратить много нервов, времени, договариваться со всеми, находить общий знаменатель того, что есть на рынке, и того, что хочет заказчик. Это прежде всего работа. Стендап — тоже работа, но с большей степенью свободы.

**Вы обычно работаете 31 декабря?**

Когда я был в ивент-бизнесе, в канун Нового года — и это видно на семейных фото — я почти всегда работал. Новогодние праздники — самые «сладкие» дни, когда можно ставить большой гонорар, и все равно тебя точно пригласят. Там можно очень хорошо заработать за один день. Но сейчас я стараюсь проводить Новый год дома с семьей. Хотелось бы застать время, пока дети — еще дети, отдать им полностью свою энергию, свое время, свое внимание, повеселиться с ними.

**Как вы отмечаете Новый год с семьей?**

В прошлом году справляли в Таиланде. У меня была мечта — встретить Новый год в другой стране. Но ожидания не оправдались в силу культурных различий. У нас обычно планируешь поесть чего-нибудь вкусного, шоу посмотреть или новогоднюю киноклассику, салюты запустить... Но там не делают на этом акцент. Не было традиционного оливье, мантов, привычной нам новогодней атмосферы. Поэтому сейчас мы планируем провести новогоднюю ночь по старинке — дома. Но вот потом, если есть возможность, слетать куда-то: у детей каникулы, и можно отвлечься от привычной картинки в городе.

**Ваше самое новогоднее блюдо, музыка, книга, фильм, игра? Самый смешной новогодний подарок, который вам или вы сделали?**

Самые классные подарки — это открытки от детей, где они изображают меня с юмором. Самые новогодние блюда — оливье, манты. Причем манты не свежие, а второго-третьего дня. Музыка — подборка в стиле Jingle Bells. Самая новогодняя книга — «Гарри Поттер». Фильм — «Ирония судьбы, или С легким паром!». Игры... Наверное, просто выйти и погулять во дворе, покататься на снежках, или можно посидеть за настолкой. В последнее время мы сражаемся в лото. Очень простая игра, но такая азартная.

**Вы «продаете» юмор не только в Казахстане, но и на «экспорт». Куда?**

Я несколько раз ездил в Европу как с сольным туром, так и с командой. Мы давали концерты в Кыргызстане, Узбекистане, Грузии, ОАЭ, Турции. Сейчас планируем тур по Австралии и, возможно, США. Пока ищем хорошего организатора. Из Кореи тоже были заявки.

**Где русскоязычный юмор больше всего востребован?**

Скорее всего, в Германии. В 1990-е очень многие из постсоветских республик уехали туда. В Праге очень большое

комьюнити русскоязычных людей из Казахстана. Один из самых больших залов я собирал именно там.

**Шутки разнятся от страны к стране?**

Шутки универсальны. Взять, например, жанр комедии наблюдений. Допустим, про такси. В любой стране ездят на такси, соответственно, и шутки будут понятны для многих. Или самолеты: правила перелета по всему миру одинаковые, поэтому, когда шутишь про стюардессу, которая проводит инструктаж по безопасности, смешно всем.

**Как менялась злободневная повестка для шуток в течение последних лет?**

Я бы сказал, тренд задает политкорректность. Юмор очень сильно изменился за последние десять лет. С каждым годом появляется все больше каких-то новых вещей, которые раньше мы не считали обидными, но которые на самом деле кого-то оскорбляют и принижают. Например, раньше некоторые шутки про женщин казались вполне допустимыми, а сейчас они считаются неприемлемыми.

**Вы в прошлом финансист. Шутите ли вы на тему денег?**

У меня действительно финансовое образование. Какое-то время я был бухгалтером, потом коллектором, немножко в банке поработал, но я далек от того, чтобы шутить на эти темы. Можно, конечно, делать какой-то узконаправленный стендап, который будет сильно отзвучивать в сердцах финансистов. Но ведь есть еще много других профессий, и для их представителей подобные шутки будут неактуальными. Возможно, когда-нибудь пошучу и про деньги, кто знает.


**Насколько важны финансы в вашей жизни сейчас?**

Финансы — это свобода действий, передвижений, выбора. Когда все хорошо с финансами, ты уверен в себе и своем будущем. Это одна из основ.

**Занимаетесь ли вы инвестициями?**

Я пробовал торговать на бирже. Вложил небольшую сумму в какие-то бумаги, перепродал, купил новые. Что-то заработал, а где-то и потерял. У меня есть немного акций, которые я покупал в приложении Freedom Broker. Недавно я разговаривал с директором Freedom Broker в Астане, он мне вкратце объяснил, куда лучше вкладываться. Я и сам примерно так мыслил, но после разговора мои идеи получили обоснованное подкрепление. Теперь планирую окупиться в тему инвестиций поглубже.

**Какие активы в вашем инвестиционном портфеле сейчас?**

Пока я вкладываю деньги долгосрочно — в акции, которые стабильны и приносят небольшой процент. Я больше сфокусирован на выступлениях, на развитии личного бренда, поэтому инвестиции в голубые фишки для меня на текущий момент — наиболее привлекательный вариант. Купил и забыл, как говорится. Вернулся через какое-то время, а бумаги уже немного выросли. 

## Чем живет Freedom Holding Corp.: дайджест основных событий

### Квартальная выручка Freedom Holding Corp. превысила \$580 млн

Выручка Freedom Holding Corp. во II квартале 2025 финансового года (с 1 июля по 30 сентября 2024-го) достигла \$580,9 млн (+33% г/г). Чистая прибыль составила \$114,5 млн, прибыль на акцию — \$1,93. Активы холдинга выросли до \$8,8 млрд (+6%).

- ✓ Доходы банковского сегмента составили \$201,5 млн, клиентская база Freedom Bank Kazakhstan расширилась до 1,2 млн.
- ✓ Брокерский бизнес принес \$174,8 млн дохода, число клиентских счетов выросло до 555 тыс.
- ✓ Выручка страхового бизнеса (Freedom Life и Freedom Insurance) увеличилась на 121%, до \$178,2 млн, а количество клиентов достигло 846 тыс. (+58%).
- ✓ Прочие сегменты принесли холдингу \$26,4 млн дохода (+56%).

### S&P Global Ratings улучшило рейтинг Freedom Insurance

Международное рейтинговое агентство повысило долгосрочный кредитный рейтинг компании Freedom Finance Insurance до BB- со стабильным прогнозом. S&P также положительно оценило стратегию управления рисками компании и ее способность адаптироваться к изменениям на рынке.

### Приложение Tradernet.Global сменило название на Freedom Broker

Функционал и дизайн мобильной торговой платформы остаются прежними. Учетные данные для входа в приложение не меняются. Переименование не затрагивает клиентские счета, работа продолжается в штатном режиме. Цель изменения — отразить единство продуктов экосистемы Freedom. Скачать Freedom Broker можно в App Store, Google Play и Huawei App Gallery.

### Freedom Finance Global разместила долларовые облигации

Размещение состоялось на бирже Astana International Exchange (AIX) под тикером FFSPC2.0926. Срок погашения бумаг — сентябрь 2026 года, но их можно продать в любое время. Номинал одной облигации — \$100, доходность к погашению — 10% годовых, ежеквартальный купон — 10,5%. Общий объем эмиссии — \$200 млн. Это уже второй выпуск компании: первый, с доходностью 12%, планируется к погашению в декабре 2025 года.

### Казахстан и Freedom объединяют усилия для защиты природы

Freedom Holding Corp. заключил соглашение с Министерством экологии и природных ресурсов Казахстана о совместных действиях по защите и восстановлению природ-

ных богатств страны. Также холдинг намерен инвестировать в климатические проекты, направленные на возрождение экосистемы Аральского моря и сертификацию углеродных единиц, в рамках меморандума о сотрудничестве, подписанного с Open Forest AG.

### Freedom24 третий год остается лидером по качеству обслуживания клиентов в Германии

Европейское подразделение группы Freedom, работающее под брендом Freedom24, вновь было награждено золотой медалью Service Champion («Чемпион обслуживания») от влиятельной ежедневной немецкой газеты Die Welt, чем в очередной раз подтвердило статус лучшего поставщика финтехуслуг в Германии. Freedom24 также удерживает первое место в рейтинге Digital Finance Experts, неоднократно отмечался за высокое качество обслуживания и является лауреатом премии «Лучший сервис для клиентов» в Италии.

### Freedom Holding Corp. отпраздновал 16-летие

13 ноября группа Freedom отметила свой 16-й день рождения. Из небольшого брокера, которым компания была на момент основания, она трансформировалась в международный холдинг с листингом на NASDAQ, располагающий собственной экосистемой в Казахстане и сетью представительств в 22 странах мира.

### Рекордная доходность валюты Freedom

Курс собственной инвестиционной валюты Freedom Holding Corp. достиг \$0,018, показав рост более 60% с момента запуска в мае 2024 года. Это уникальный финансовый инструмент, привязанный к акциям холдинга, стоимость которого меняется в зависимости от динамики их цен. Получить валюту Freedom можно через кешбэк при покупках по картам Freedom Bank. Для активации достаточно привязать валюту к одной из карт. С ее помощью можно оплачивать товары и услуги, переводить средства между счетами и в другие валюты.

### Freedom Holding поддерживает чемпионат мира по шахматам FIDE

Холдинг станет титульным спонсором мирового первенства по рапиду и блиц-шахматам FIDE 2024, которое пройдет с 26 по 31 декабря в Нью-Йорке, в здании на Уолл-стрит, 55. В США эти соревнования проводятся впервые. В турнире примут участие лучшие шахматисты мира, в том числе Магнус Карлсен, Алиреза Фируджа, Ян Непомнящий, Александра Костенюк, а также восходящие звезды международной арены.

В рамках чемпионата пройдет конференция Wall Street Gambit, посвященная связи шахматного и финансового миров. Мероприятие станет уникальной платформой для обмена опытом.



freedombank.kz



# Deposit Card

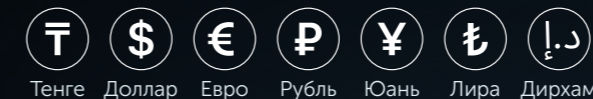
## Онлайн-открытие карты и депозита за 2 минуты

Начисление процентов на остаток в семи валютах

Бесплатное открытие и годовое обслуживание

При оплате покупок деньги спишутся сразу с депозита

Кешбэк до 30% по программе лояльности Freedom



Лицензия АРРФР  
№ 1.1.108 от 25.06.2024

5 лет  
на Nasdaq

# ПЕРВЫЙ БРОКЕР ИЗ СНГ В ВЫСШЕЙ ЛИГЕ

Глобальный успех  
котируется!

NASDAQ WELCOMES  
FREEDOM  
HOLDING CORP.  
OCTOBER 15, 2019

 **FREEDOM  
HOLDING CORP.**

FRHC NasdaqListed

 **Nasdaq**

16+

РЕКЛАМА

FFIN.KZ

Публикация адресована неограниченному кругу лиц и является рекламным предложением публичной компании Freedom Finance Global PLC (Компания) (<https://www.ffin.global/>) без срока действия. Публикация не является инвестиционной рекомендацией по заключению сделок с ценными бумагами и иными финансовыми инструментами. Компания оказывает брокерские (агентские) услуги на рынке ценных бумаг на территории Международного финансового центра «Астана» (МФЦА) в Республике Казахстан. Компания уполномочена осуществлять регулируемые виды деятельности на основании лицензии No. AFSA-A-LA-2020-0019 от 21.11.2023. Владение ценными бумагами и иными финансовыми инструментами всегда сопряжено с рисками: стоимость ценных бумаг и иных финансовых инструментов может расти или падать. Результаты инвестирования в прошлом не гарантируют доходов в будущем. Компания не гарантирует и не обещает в будущем доходности вложений, не дает гарантии надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов.