

Финансист



Журнал о личных инвестициях, брендах и акциях

№ 3 (35) 2024

**СКАЗОЧНЫЙ
БИЗНЕС**

**КАК НАКОПИТЬ
РЕБЕНКУ НА
ГАРВАРД**

**БУДЬ
ЗДОРОВ,
МАЛЫШ**

**ИНВЕСТИЦИИ
ДЛЯ ДЕТЕЙ**

**ЮЛИАННА
КАРАУЛОВА**

«УДАЧА ЛЮБИТ ПОДГОТОВЛЕННЫХ»

До 30% кешбэка* В ЭКОСИСТЕМЕ Freedom

freedombank.kz

* Кешбэк поступает в инвестиционной валюте Freedom, которая является производной ценной бумагой от акции холдинга (FRHC)



РЕКЛАМА



Содержание

Время возможностей	2
Все лучшее — детям	3
Лакомый кусочек.....	4
Поворот на восток	6
Интервью с Троэльсом Перссоном (Reima).....	8
Цифровизация и ностальгия.....	10
Через вселенные	12
Инфографика. Игры, в которые играют дети.....	14
Сказочный бизнес.....	15
Первое цифровое поколение.....	16
Инфографика. Настоящее и будущее рынков детских товаров	18
Соединение установлено	20
Бизнес завтрашнего дня.....	21
Будь здоров, малыш!	22
Новая эра заботы	23
Инфографика. Какие страны больше тратят на образование	24
Большая перемена.....	26
Инфографика. Средняя стоимость обучения за 2023 год	28
Интервью с Филиппой Перри.....	29
Инфографика. Как накопить ребенку на Гарвард	30
Инструкция по применению.....	32
Учим финчасть.....	34
Карманные деньги 2.0	36
Инвестиции для детей	38
Молодо-зелено	39
Слово экспертам.....	42
Разумные инвестиции	44
Интервью с Юлианной Карауловой.....	46
Хроника	48

Время возможностей

У многих из нас осень до сих пор ассоциируется с началом учебного года, еще с детских и школьных времен. Поэтому этот номер «Финансиста» было решено посвятить именно детям.

Аналитики предсказывают рынку товаров для юных потребителей стабильный и уверенный рост в ближайшие десятилетия, несмотря на снижение рождаемости во многих странах. Родители все больше фокусируются на качестве и функциональности продуктов для детей и на влиянии своего потребления на окружающую среду. Сами дети все сильнее погружаются в виртуальное пространство, вынуждая компании расширять свое присутствие в онлайн-среде. К примеру, в легендарную «Монополию» уже можно поиграть в «цифре», что добавляет интерактивности и новых возможностей для пользователей.

Мы разобрались с основными сегментами детского рынка: узнали, в каком направлении развиваются детское питание и педиатрия, каковы стратегии производителей игрушек, какие решения для маленьких пациентов предлагают биотех и фармацевтические гиганты, как меняется ландшафт образовательного рынка. В продажах детских товаров и услуг активны не только профильные компании, но и крупные международные конгломераты, и для них этот сегмент весьма значим: так, Nike в 2023 году заработала от продажи одежды и обуви для детей \$5,1 млрд, или более 12% своей общей выручки.

Индустрия успешно перестраивает свое предложение под самых молодых зумеров и постепенно взрослеющее поколение Альфа. Например, калифорнийская e.l.f. Beauty сумела стать в глазах подростковой аудитории лучшим косметическим брендом, показал опрос компании Piper Sandler (средний возраст респондентов – около 16 лет). Результат – к сентябрю 2024 года соотношение капитализации к прибыли e.l.f. превысило средний показатель не только для косметической индустрии, но и для S&P 500.

«Миграция» молодого поколения в онлайн создает пространство для стремительного роста бизнеса видеосервисов, социальных сетей, издателей компьютерных игр. Google, TikTok, Disney, Microsoft, Meta активно вовлекают юных пользователей в свои экосистемы и все больше зарабатывают на рекламе для них.

Но спрос на товары и услуги для ребенка до определенного момента формируется родителями – из интервью с главой азиатского кластера Reima вы узнаете о факторах, определяющих их выбор.

Мы также поговорили о детской финансовой грамотности с известным британским психологом Филиппой Перри, посоветовали, как помочь ребенку разобраться с экономическими понятиями, предложили книги, которые можно почитать вместе с ним. Еще выяснили, как детские банковские карты помогают формировать навык обращения с деньгами, сочетая специальные образовательные приложения с возможностью для ребенка на практике понять, как устроены финансовые услуги.

Звезда этого номера – певица и телеведущая Юлианна Караулова – в интервью нашему журналу напоминает, как значима для ребенка на пути к успеху поддержка семьи. Эмоциональная забота взрослого должна сочетаться с материальной, поэтому мы рассказываем, как открыть брокерские счета для детей и какие выбрать акции. Также мы показали, как накопить на обучение ребенка в Гарварде за 18 лет. Аналитики Freedom Finance Global сформировали два готовых инвестиционных портфеля с разным уровнем риска и начальным капиталом.

Вообще, ранний успех перестал быть чем-то из ряда вон выходящим: развитие интернет-технологий все чаще позволяет зарабатывать первые миллионы до 30 лет, а в списке Forbes нередко попадают подростки. Мы собрали для вас их вдохновляющие истории.

Приятного чтения! 📖

Журнал «Финансист» № 3 (35) 2024

Собственник: ТОО «Alteco Partners». **Главный редактор:** Мира Халина. **Выпускающий редактор:** Наталья Харлашина. **Дизайн, инфографика:** Владислав Волков, Александр Гарьюсов. **Литературный редактор:** Ольга Волкова. **Редактор:** Анастасия Скрипниченко. **Корректор:** Дарья Балтрушайтис. **Координаторы выпуска:** Игорь Ключнев, Вадим Меркулов, Маргарита Торшина, Кристина Сафиулова, Дарья Тимохина. **Фото в номер:** пресс-служба Freedom Broker, личные архивы Трозьльса Перссона, Филиппы Перри, Игоря Ключнева и Юлианны Карауловой. **Фотография на обложке:** личный архив Юлианны Карауловой. 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@ffin.kz. **Подписано в печать:** 15.10.2024. **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.

Все лучшее — детям

Тренды на рынке товаров и сервисов для малышей диктуют родители



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

Сегодня на Земле проживает около 2 млрд человек в возрасте до 14 лет. К 2050 году численность детского населения, по прогнозам World Population Review, достигнет 2,06 млрд, то есть стремительным его увеличение не будет. Но вот вырастить ребенка становится все дороже.

Дорогой ребенок

Платформа онлайн-кредитования Lending Tree в 2023 году оценивала средние прогнозируемые расходы родителей в США на воспитание ребенка за период до его 18-летия в \$237,5 тыс. Для сравнения, подушевой ВВП США в 2023 году составлял около \$82 тыс. Одним из лидеров по стоимости ухода за детьми, их воспитания и образования стал Китай. Ученые из пекинского Института демографических исследований YuWa подсчитали, что затраты на ребенка в КНР за 18 лет в 6,3 раза превышают размер ВВП на душу населения. В Австралии этот коэффициент составляет 2,08, во Франции — 2,24, в США — 4,11, а в Японии — 4,26. Китай уступает только Южной Корее, где уровень рождаемости самый низкий в мире.

Такой рост расходов связан с изменением паттернов поведения родителей со сменой поколений. Издавна мамы кормили детей нехитрой едой собственного приготовления и одевали в самодельные вещи, а миллениалы стремятся давать ребенку все лучшее и готовы за это платить. По прогнозам Market Research Pulse, с 2023 по 2031 год глобальный рынок детских товаров будет в среднем расти на 7,22% ежегодно. Он состоит из таких крупных сегментов, как средства для ухода и гигиены, продукты питания, одежда и обувь, игрушки, образование. Характерной особенностью товаров для самых маленьких является короткий срок эксплуатации: дети быстро вырастают из одежды и обуви, а интерес к игрушкам со временем угасает.

Родители третьего тысячелетия

На рынке детских товаров можно обозначить несколько значимых трендов.

Повышенный интерес у покупателей вызывает развивающая продукция. Сегмент обучающих игрушек с отмет-

ки \$54 млрд в 2023 году (когда половина продаж пришлась на продукцию для малышей от года до трех лет) будет расти на 12% в год до 2030-го, ожидают в Grand View Research. Динамику сектора определяют как более высокая осведомленность родителей и педагогов о преимуществах раннего развития, так и эволюция интерактивных игр на мобильных устройствах, в том числе с использованием дополненной и виртуальной реальности. Zion Market Research прогнозирует, что рынок раннего образования к 2030 году достигнет почти \$470 млрд при росте на 8,2% в год. Родители тщательно оценивают безопасность товаров для здоровья ребенка. Исследование немецкой организации по сертификации TÜV Süd показало, что в Германии 80% потребителей готовы заплатить за детский продукт больше, если это гарантирует более высокое качество или безопасность. А опрос OEKO-TEX, ассоциации, тестирующей продукты из текстиля и кожи, продемонстрировал, что знания родителей маленьких детей об одежде, безопасной для окружающей среды, превосходят уровень осведомленности других взрослых.

Развитие электронной коммерции значительно расширило доступ к детскому рынку, открыв для производителей новые возможности привлечения потребителей. Если ранее родители полагались на традиционные средства массовой информации, такие как телевизионная реклама, то современные покупатели ищут отзывы в интернете или обсуждают варианты товаров в соцсетях. Согласно опросу Bizibl Marketing, прежде всего родители обращаются к Google и Amazon (24 и 22% респондентов соответственно), на третьем месте по популярности — советы членов семьи и друзей. Сегодня производители, которые не освоили продвижение через онлайн-платформы, социальные сети или маркетплейсы, практически лишены шансов на долгосрочный успех.

Сегменту детских товаров не остается ничего иного, как адаптироваться к требованиям, интересам и потребительским привычкам не только самих современных детей, но и их родителей: мир быстро меняется, и будущее есть только у тех компаний, которые готовы трансформироваться вместе с ним. 📖

Лакомый кусочек

Какие тренды будут определять развитие рынка детского питания



Жасулан Мухангалиев,
старший персональный менеджер Freedom Broker, Атырау

Каждое поколение имеет свои уникальные поведенческие особенности, и это ярко проявляется в потребительских предпочтениях. Различия во взглядах миллениалов и зумеров (поколение Y и Z)* на жизнь видны по тому, что они покупают и какие требования предъявляют к товарам. Это справедливо и в отношении продуктов питания для детей, которыми начинают обзаводиться уже и старшие представители поколения Z. Современные родители не хотят тратить на приготовление пищи драгоценное время и предпочитают заказывать доставку еды на дом. Параллельно со снижением рождаемости (прежде всего в развитых странах) растет покупательная способность населения. Родители готовы инвестировать в качественную и полезную еду для своих детей, что открывает огромные перспективы для рынка детского питания. Основными драйверами его роста являются увеличение числа работающих женщин, быстрая урбанизация, повышение дохо-

Страны — лидеры по доходам на рынке детского питания в 2023 году



Источник: Statista

дов, осведомленность о правильном питании и расширение каналов розничной торговли, а также активное развитие маркетинга.

Немного статистики

Глобальная выручка от реализации детского питания, по прогнозам Statista, в текущем году составит \$75,59 млрд, а с 2024-го по 2029-й будет увеличиваться в среднем по 5,78% ежегодно.

Аналитики Nielsen** выяснили, что 46% мировых объемов продаж детского питания приходится на страны Европы и Северной Америки, а 49% — на Азиатско-Тихоокеанский регион, 30% из этого объема обеспечивает Китай.

Продукты для малышей подразделяются на четыре основные категории: заменители грудного молока, каши, готовая еда и детские снеки. Производство товаров, относящихся к последней группе, увеличивается особенно быстро.

В 2023 году этот сегмент оценивался в \$61,5 млрд. По прогнозам Cognitive Market Research, он будет расти в среднем на 8% до 2031 года. Дело в том, что родители предъявляют высокий спрос на альтернативы сладостям, которые не только нравились бы детям, но и были для них полезны.

Среди крупных игроков на рынке детского питания выделяются швейцарская Nestlé, французская Danone, американские Abbott Laboratories (ABT) и The Kraft Heinz (KHC), китайская Feihe International. Эти компании активно расширяют продуктовые линейки, инвестируют в исследования и разработки, занимаются маркетингом, направленным на повышение лояльности потребителей.

Дальнейшее развитие индустрии детского питания будет определяться несколькими трендами.

✓ **Органические продукты.** Для увеличения объемов производства в растениеводстве используются гербициды, пестициды, а также химические удобрения, содержащие небезопасные для здоровья компоненты. При производстве мяса применяют антибиотики и гормоны. Накопительный эффект этих веществ в почве, продуктах и организме человека пока изучен недостаточно. Ученые проверяют их безопасность, а потребители стремятся минимизировать риски, особенно для детей. Так-

же усиливается спрос на продукты без консервантов, искусственных ароматизаторов и красителей. По прогнозу Verified Market Research, в 2024–2031 годах производство экологических продуктов будет расти быстрее чем на 12% в год. В связи с этим ведущие производители детского питания активно расширяют линейки продуктов с маркировкой organic. Есть и бренды, специализирующиеся на производстве органической еды. Среди них немецкая HiPP и американские Plum Organics и Amara Organics.

Органические продукты производятся в регионах с благоприятной экологической обстановкой, удаленных от мегаполисов, автомобильных и железнодорожных магистралей, крупных промышленных объектов. Аккредитованные агентства по сертификации, лаборатории самих изготовителей, а также государственные службы систематически проводят нормативный контроль качества товаров этой категории.

✓ **Функциональные продукты.** Еще один тренд в детском питании — готовая к употреблению еда, содержащая дополнительные питательные вещества или добавки: железо, кальций, витамины и/или пробиотики. В таргет-группы потребителей этой категории товаров попадают дети с плохим аппетитом и вегетарианцы. Например, новозеландская молочная компания Fonterra создала пробиотики, которые использует в своих детских смесях. Производитель заявляет об их эффективности в борьбе с вирусными заболеваниями и аллергией с раннего возраста.

✓ **Гипоаллергенные продукты.** Федеральное агентство Министерства здравоохранения США (CDC) подсчитало, что распространенность пищевой аллергии у детей до 17 лет увеличилась с 3,4% в конце 1990-х до 5,1% в начале 2010-х. Продукты без молока, яиц, рыбы, пшеницы, сои и некоторых видов орехов (по данным CDC, вызывающих самые серьезные аллергические реакции) становятся все более востребованными. Например, Nestlé не только разрабатывает специальные формулы для детей (Althera, Alfamino), но и запустила антиаллергенную смесь Spoonfulone, применение которой позволяет в небольшом количестве вводить в рацион ребенка элементы, чаще всего вызывающие аллергическую реакцию, чтобы адаптировать к ним иммунную систему. Отметим, впрочем, что подобная практика противоречит текущим гайдлайнам CDC, а Before Brands — портфельная компания Nestlé и производитель Spoonfulone — получила предупреждение от FDA*** за недоказанные заявления о влиянии этой добавки на здоровье.

✓ **Вегетарианское и веганское питание.** Продукты на растительной основе для детей — быстрорастущее направление: совокупный прирост производства в этом сегменте с 2019 по 2023 год составил 43%. В феврале 2020 года израильская Else Nutrition после семи лет разработок анонсировала вывод на американский рынок детской еды на растительной основе — миндаля, гречихи и тапиоки. Она рассчитана на малышей с 12 до 36 месяцев.

✓ **Новые компоненты.** Производители ищут альтернативное сырье: проводятся исследования козьего, кобыльего молока и молока других млекопитающих, а также растительного сырья, например сои и риса, для производства смесей с различным аминокислотным составом и белковым профилем. Ученые работают над способами синтезировать олигосахариды грудного молока, то есть углеводы, участвующие в формировании микробиома. Проводятся исследования мембран жировых глобул молока, которые, как правило, разрушаются в процессе производства смесей для искусственного вскармливания.

Australia Origin Biotechnology Pty Ltd, специализирующаяся на выпуске пищевых добавок, выпустила линейку продуктов, включающую адаптированные сухие смеси с лактоферрином — многофункциональным белком, основным компонентом иммунного ответа человека. Функция лактоферрина — борьба с возбудителями бактериальных, вирусных, грибковых и паразитарных инфекций, также этот элемент применяют для профилактики онкологических и аутоиммунных заболеваний.

✓ **Практичная упаковка.** Производители все чаще используют паучи — мягкую упаковку из фольги и полиэтилена, в которую помещается одна-две порции еды или питья. В таком виде пищу для малышей удобно брать на прогулку или в поездку. Многие компании стали изготавливать крышки, которые взрослому легко открывать одной рукой.

Ограничительные рамки

Компании, выпускающие готовую еду для детей, сталкиваются с жестким регулированием, которое зачастую замедляет развитие бизнеса. Похожий эффект дают и изменения в законодательстве, связанные с требованиями к составу, маркировке и методам продвижения. Например, маркетинг, нацеленный на детей, ограничен в Аргентине, Чили, Мексике и Норвегии. В Евросоюзе звучат призывы к более строгому регулированию ингредиентных составов продуктов для детей до трех лет.

Кроме того, компании сектора работают в условиях жесткой конкуренции. Чтобы ее выдерживать, необходимо постоянно искать новые решения, а это сопряжено с крупными инвестициями.

Наконец, увеличение стоимости сырья, транспортировки и упаковки ведет к повышению цены, что может оказать давление на продажи. Тем не менее меры контроля рынка детского питания, а также стремление компаний опередить конкурентов способствуют повышению качества их продукции, что, безусловно, идет на пользу их конечному потребителю.

Дети — наше будущее, и все мы заинтересованы в обеспечении их здоровья и высокого качества жизни. Ключевым фактором для достижения этих целей является сбалансированное и полезное питание, основанное на тщательно подобранных продуктах. Оно способствует формированию рациональных пищевых привычек и создает прочную основу для благополучия на долгие годы. 🛡️

Поворот на восток

Что сможет поддержать рост производителей детской одежды и обуви



Вадим Меркулов,
директор
аналитического департамента
Freedom Finance Global

Рынок детской одежды и обуви принято считать достаточно консервативным и инертным. Тем не менее сейчас он проходит определенную трансформацию, которая обусловлена как демографическими изменениями, так и инновациями: изобретением новых материалов, внедрением умных вещей и даже развитием метавселенных.

По оценкам Statista, в 2023 году размер рынка одежды и обуви для потребителей до 14 лет составлял \$272,3 млрд и \$39,8 млрд соответственно. Обувной сегмент заметно отстает от одежного по объему реализации. Однако, по прогнозу, в ближайшие пять лет он будет расти на 5,5% в год при 2,6% для рынка одежды. Мировой рынок обуви для детей выглядит перспективнее, чем рынок одежды для этой возрастной группы. Ожидается, что к 2028-му его объем может достичь \$52,1 млрд.

По данным за 2023 год, топ-3 глобального рынка детской одежды выглядит следующим образом: первое место принадлежит США с долей 19% и объемом \$53 млрд, вторую строчку занимает Китай (16%, \$43,8 млрд), третье место у Индии (8%, \$22,7 млрд). Судя по совокупным метрикам, на рынке детской обуви места распределяются так же. Объем этих сегментов экономики в Штатах, КНР и Индии в 2023 году равнялся \$88,5 млрд, \$82,8 млрд и \$24,9 млрд соответственно. Доля США в мировых продажах составляла 22%, на Китай приходился 21%, Индия обеспечивала 6%.

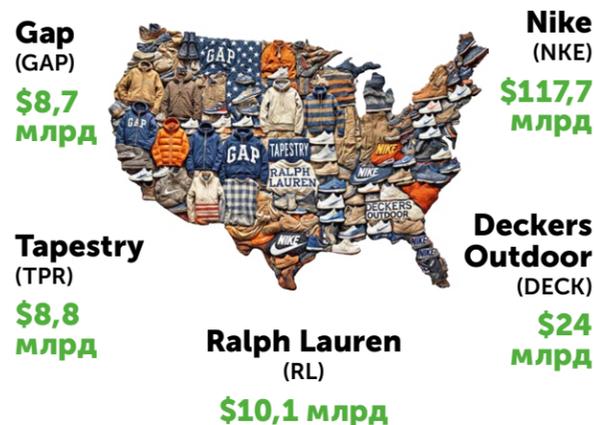
Слабые места

Рынок одежды для детей до 10 лет в США стагнировал последние несколько лет: после пика на уровне \$31 млрд в 2021-м в следующие два года объемы продаж на нем устойчиво сокращались и в 2023 году оказались на \$3 млрд ниже. Но, если к этой оценке добавить продажи одежды для группы до 14 лет, рынок оказывается почти вдвое больше и оценивается в \$53 млрд. Таким образом, для производителей особенно значим подростковый сегмент. Относительно низкие оценки продаж по сравнению с товарами для взрослого населения связаны с тем, что компании в США, как правило, не выделяют детскую одежду и обувь в структуре реализации. Из пяти крупнейших по ка-

питализации американских производителей долю детского сегмента в выручке раскрывает только Nike (NKE) — безоговорочный лидер отрасли, капитализация которого превышает показатель ближайшего конкурента — Deckers Outdoor (DECK) — почти в шесть раз.

Доля детских товаров в общем объеме реализации Nike в 2024 финансовом году, который закончился 30 июня, составила 12,3%, или \$5,1 млрд. Объем продаж детского сегмента в компании снижается: в 2020 году он достигал 13,4%. Отрицательная динамика, вероятно, обусловлена негативными демографическими тенденциями в развитых странах. Показатели рождаемости здесь сокращаются.

Крупнейшие по капитализации американские производители одежды и обуви



Источник: FactSet

По данным французского Национального института демографических исследований (INED), в 2010 году в Евросоюзе рождаемость составляла 1,57 ребенка на одну женщину, а к 2021-му снизилась до 1,46. В США за тот же период показатель упал с 1,97 до 1,67, в Австралии — с 1,94 до 1,64, а в Канаде — с 1,63 до 1,37.

Влияние демографии

В текущем году акции американских производителей одежды и обуви в основном отстают от динамики индекса S&P 500. Однако консенсус FactSet в отношении перспектив этого сектора оптимистичен. В качестве примера можно привести Guess (GES) и PVH (PVH) с капитализацией \$1,2 млрд и \$5,3 млрд и потенциалом роста акций на горизонте в 12 месяцев 31% и 47% соответственно.

Низкая рождаемость в развитых странах будет способствовать масштабной экспансии производителей одежды на развивающиеся рынки с более молодым населением. Прошлогодний отчет розничного маркетплейса Tmall, принадлежащего Alibaba Group (BABA), показал, что в Китае женщины в возрасте 25–29 лет в среднем приобретали детскую одежду восемь раз за год. В этом возрастном сегменте был отмечен самый активный рост потребления. В среднем у пяти крупнейших американских компаний, выпускающих одежду для детей, на Китай приходится 8,4% общей выручки, а на самую густонаселенную страну мира Индию — лишь 1,8%. Эта статистика сигнализирует о высоком позитивном потенциале ведущих корпораций на развивающихся рынках.

Производитель одежды для активного образа жизни The North Face, с 2000 года принадлежащий американскому конгломерату VF Corporation (VFC), в 2023-м открыл в Пекине первый в КНР розничный магазин детской спортивной одежды, а в онлайн-сегмент страны бренд зашел в 2019-м. По данным Statista, в фискальном году, закончившемся в апреле 2023-го, продажи The North Face в Азиатско-Тихоокеанском регионе увеличились на 23%, а по миру в целом — лишь на 11%.

75% родителей-миллениалов предпочитают покупать экологически чистые бренды

Новые возможности

Помимо экспансии на новых рынках, пример The North Face, как изготовителя прежде всего одежды для спорта и горного туризма, укладывается в еще один тренд — спрос на технологии, которые позволяют решать проблемы, связанные с активным образом жизни молодого поколения. При изготовлении одежды, в том числе детской, все чаще используются прочные, высокоэластичные материалы, которые обеспечивают защиту от ультрафиолета, влаги, загрязнений. Как следует из отчета Tmall, продажи непромокаемой, непродуваемой и устойчивой к грязи детской одежды в 2022 году в Китае выросли на 40% в годовом выражении. В Grand View Research в 2023 году оценили американский рынок одежды с защитой от солнечного излучения в \$706,3 млн с прогнозом среднегодового роста 8,4% до 2030-го. Потребители все лучше осведомлены о негативных последствиях пребывания на солнце и стремятся их минимизировать. Американский ретейлер Patagonia для защиты от UV-излучения добавляет в волокна ткани диоксид титана, который используется в косметике при производстве солнцезащитных средств.

Появляется также умная одежда, оснащенная GPS-трекерами или устройствами мониторинга состояния здоровья. В этом сегменте возможна кооперация производителей одежды и обуви с технологическими компаниями. Так, Levi's совместно с Google создали умную куртку для велосипедистов. Levi's Commuter x Jacquard by Google с сенсорным интерфейсом Levi's Commuter и вшитой системой микросенсоров от Google, которая распознает касания и жесты, была представлена на конференции Google I/O. Встроенные в изделие сенсоры синхронизируются с приложением на смартфоне и оповещают пользователя о входящих вызовах и уведомлениях.

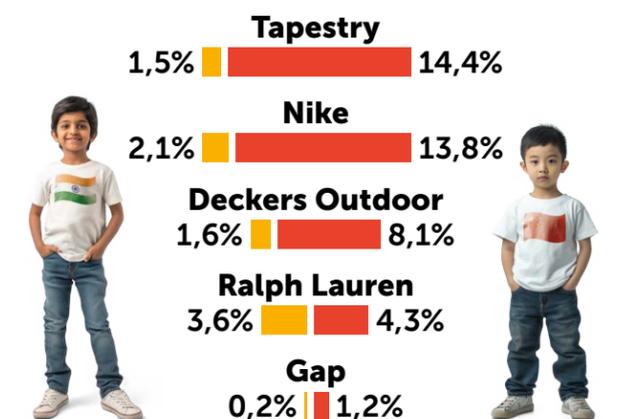
У индустрии есть и менее очевидные направления для расширения продуктовой линейки. Развитие новых технологий открыло для них на первый взгляд неожиданные возможности для увеличения выручки и повышения рентабельности. Компании делают определенную ставку на продажу виртуальной одежды и обуви в метавселенных. Одним из лидеров и здесь выступает Nike. Компания зарегистрировала товарные знаки для цифровой обуви и одежды (бренд Nike, логотипы Swoosh, Air Jordan, Jumpman, слоган Just do it) и приобрела студию RTFKT, выпускающую коллекционные NFT для метавселенных.

Потенциал роста

Несмотря на неблагоприятные демографические тренды в развитых странах, у компаний сектора, торгующихся на американском фондовом рынке, есть значительный запас возможностей для расширения присутствия в развивающихся странах. Модернизация технологий, в свою очередь, формирует новые ниши, а создатели видеоигр и метавселенных обеспечивают индустрии новые перспективы развития в виртуальном сегменте.

Коррекция в акциях американских производителей одежды и обуви, согласно консенсусу инвестсообщества, создает привлекательные условия для покупки бумаг сектора, особенно выпущенных эмитентами средней и малой капитализации.

Доля выручки производителей детской одежды в Индии и Китае



Источник: FactSet

«Родители обращаются к инфлюенсерам чаще, чем к семье или друзьям»

Троэльс Перссон, глава азиатского кластера производителя одежды и обуви из Финляндии Reima, о движущих силах на рынке и приоритетах компании



Фото: личный архив Троэльса Перссона

Какие факторы сейчас определяют доходы компаний в сегменте детской одежды?

Потребители все чаще склоняются к спортивным маркам одежды и обуви. Родители ставят в приоритет удобство, приспособленность вещей для игр. Бренды, готовые представить сильный ассортимент со спортивными элементами, будут пользоваться более высоким спросом. На технические характеристики: воздухопроницаемость, водонепроницаемость, защиту от ультрафиолета, быстросохнущие волокна – потребители тоже стали обращать больше внимания. В одних регионах мы наблюдаем усиление спроса на одежду для лыжников: зимние виды спорта становятся все более модными. В других покупатели лучше осведомлены об аспектах экологичности своих вещей. Важную роль всегда будет играть узнаваемость бренда, но она не может перевесить значимость комфорта, качества и доступности продукта.

Стал ли нынешний всплеск инфляции серьезной помехой для рынка детской одежды? Повлиял ли он на то, как родители выбирают товары для детей?

Детям свойственно расти, поэтому по сравнению со многими другими категориями сегмент одежды и обуви для них устойчивее к спадам. Но родителям приходится балансировать свой бюджет, и инфляция повлияла почти на все категории потребления в семье – на некоторых рынках сильнее, чем на других. В этом смысле важный фактор – универсальность продукта, возможность использовать его в разные сезоны и для разных целей. В условиях высокой макроэкономической неопределенности потребителю особенно важно соотношение цены и качества. В последние годы Reima росла: наши продажи в Азии в 2023-м увеличились на 68%. Люди возвращаются к нам, поскольку знают, что купленный товар прослужит не один сезон и может перейти по наследству от старших детей к младшим.

Меняют ли потребление детской одежды социальные сети?

Социальные сети играют все более важную роль в том, как потребляются товары, и детская одежда не исключение.

Покупатели больше, чем раньше, знают о свойствах продуктов, потому что их описывают и тестируют инфлюенсеры. Все больше платформ открывают возможность вести продажи напрямую. Лидеры мнений в этом смысле полагают возможность регулировать информацию, которая достигает потребительских групп. На некоторых рынках родители теперь обращаются за советами о воспитании в интернет или к инфлюенсерам прежде, чем к родным и друзьям.

Доступ к соцсетям увеличился у всех возрастных групп, но мы не общаемся с маленьким потребителем напрямую. Один из наших приоритетов – обеспечить детям максимум возможности для физической активности. С этой идеей мы обращаемся к родителям.

Какие рынки, продуктовые линейки и инвестиции сейчас у Reima в приоритете?

Reima известна прежде всего осенними и зимними вещами, поэтому, как всепогодный бренд, мы решили приложить дополнительные усилия к развитию весенне-летней одежды со специальными характеристиками – из ткани с охлаждающими волокнами, защищающей от укусов насекомых и ультрафиолета.

Самая быстрорастущая товарная группа для нас – это обувь, где мы тоже активно инвестировали в разработку продуктов. На некоторых рынках на обувь приходится почти 50% годовой выручки.

Помимо вложений в исследования и разработки, Reima работает с сетью партнеров по всему миру, включая Казахстан. Один из них (Orchestra) недавно открыл новый монобрендовый магазин в Алматы. Это крупные инвестиции, но для бренда важно иметь точки, куда потребитель может прийти и получить широкий выбор продукции.

Можно ли сказать, что ваш сегмент рынка привлекает крупных инвесторов?

Мы сейчас не видим большого числа запусков новых детских брендов. Чаще уже существующие марки для взрослых стремятся расширить бизнес, зайдя в детский сегмент, чтобы заработать на узнаваемости бренда. Но разработка детской одежды отличается от создания взрослой, и далеко не все преуспевают.



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



Подборка лучших ITS-бумаж от аналитиков Freedom Broker



Цифровизация и ностальгия

Давно любимые игрушки активно
проникают в виртуальный мир

Рынок детских игрушек динамично развивается, сочетая в себе традиции и инновации. Игрушки остаются неотъемлемой частью детства, а их производители адаптируются к меняющимся потребительским предпочтениям и осваивают новые технологии.

Факторы роста

Рынок детских игрушек демонстрирует устойчивые результаты: в 2023-м его глобальный объем, по оценке Market Research Future, составил \$190,8 млрд, а прогноз на 2032-й предполагает рост почти до \$300 млрд.

Ключевые драйверы для роста — увеличение доходов на развивающихся рынках и расширение доли среднего класса. По расчетам Statista, в Азиатско-Тихоокеанском регионе его численность к 2030 году составит почти 3,5 млрд человек, хотя еще в 2015-м недотягивала до 1,5 млрд.

За 10 лет родители в США в среднем потратили **\$6,6 тыс.** на игрушки для детей от 2 до 12 лет, показал опрос в 2021 году

Еще одним фактором увеличения объема рынка стало появление на нем целого сектора развивающих игрушек. По опросам уже упомянутой The Toy Association, 65% родителей при выборе игрушки оценивают ее способность развить у ребенка какие-либо навыки, особенно в областях STEAM (наука, технологии, инженерия, искусство и математика). Сегодняшние родители ждут, что благодаря игрушкам их дети придут к успеху и процветанию, например поступив в Гарвард, — так объяснял сложившуюся тенденцию консультант этой индустрии Ричард Готтлиб в разговоре с The Guardian.

В то же время многие родители склонны покупать игрушки, которые нравились в детстве им самим, что обеспечивает продолжение жизни традиционных брендов и стилей.

Два кита индустрии

«Тяжеловес» в производстве игрушек — компания Mattel (MAT), история которой началась в 1945 году. Первым хи-



Тамерлан Абсальямов,
аналитик департамента
финансового анализа
Freedom Broker

том производителя стала детская укулеле* Uke-A-Doodle, но именно с появлением Барби в 1959 году Mattel прогрессела на весь мир. Она стала культурной иконой и остается одной из самых продаваемых кукол в истории.

Успех фильма «Барби», который в 2023 году стал самым кассовым, собрав более \$1,4 млрд в прокате, также оживил интерес к флагманскому продукту Mattel. В компании осенью 2023 года оценивали дополнительную выручку от продажи кукол и лицензионного мерча, а также сборов фильма в \$125 млн. Импульс во многом пришелся на III квартал: совокупные продажи кукол увеличились на 24%, а Барби покупали на 14% больше, чем годом ранее. Средний рост объема реализации за год составил около 9%, превзойдя прогнозы.

В линейке Mattel есть и другие культовые продукты, например гоночные машинки Hot Wheels. В сегменте Барби выручка компании выросла с \$954,9 млн в 2017 году до \$1,5 млрд в 2023-м. Продажи Hot Wheels за этот период увеличились с \$777,3 млн до \$1,43 млрд. Общая выручка Mattel за 2023 год составила \$5,44 млрд.

Стратегические инвестиции компании в цифровой контент и медиа нацелены на усиление позиций бренда. Mattel готовится к съемкам фильма по сценарию о Hot Wheels совместно с Warner Bros. Продюсировать эту картину будет Джей Джей Абрамс, известный работой над «Стартреком». Также компания готовит проект о динозаврике Барни — для зрителей постарше. По словам главы Mattel Movies Кевина Маккиона, эта работа ориентирована на миллениалов, которые выросли вместе с персонажем.

От внимания Mattel не ускользнул и интерес родителей к развивающим продуктам. Компания выпускает образовательные игрушки для детей младшего возраста под брендом Fisher-Price. В линейке Барби представлены куклы Barbie STEM, такие как инженер-робототехник, призванные вдохновлять девочек на карьеру в областях естественных наук, технологий, инженерии и математики.

Кроме того, Mattel учитывает в своей продуктовой линейке экоповестку. The Toy Association выяснила, что для 45% американских родителей важно воздействие приобретаемых игрушек на окружающую среду. Компания обеща-

ла к 2030 году полностью перейти в производстве на переработанный, пригодный для вторичной переработки биопластик.

Известная своими конструкторами компания LEGO — самый дорогой бренд в мире игрушек. В 2024 году он стоит почти \$8 млрд. Компания была основана в 1932-м датчанином Оле Кирком Кристиансенем. Начав с производства деревянных игрушек, в 1940-х LEGO перешла на пластик и в 1958 году представила свой фирменный дизайн кубиков. Так в индустрии началась революция, открывшая безграничные возможности для детского творчества.

LEGO последовательно расширяет линейку продуктов.

В ней есть все — от тематических конструкторов по сюжетам «Звездных войн», «Гарри Поттера» или Marvel до проектов в области цифровых технологий. Компания выпустила видеоигры по мотивам «Хоббита», «Мстителей» и других фильмов. В 2023 году был представлен совместный с Fortnite, издателем Epic Games, игровой проект. В новой игре после ее запуска одновременно участвовало более 2,4 млн человек, что на тот момент сделало ее самой популярной на платформе Fortnite.

Инструмент дополненной реальности LEGO Technic AR разработан для расширения игровых возможностей одноименных наборов: подключив совместимые модели к приложению, пользователи могут «оживить» гоночные трассы и принять участие в виртуальных соревнованиях. LEGO Builder, объединяющее цифровую и физическую игру, в 2023 году скачали более 15 млн раз.

Работа с лицензиями и цифровые инициативы вносят значительный вклад в рост выручки компании, которая с 38,5 млрд крон (~\$4,2 млрд) в 2019 году поднялась до 65,9 млрд (~\$7,2 млрд) в 2023-м.

LEGO, как и Mattel, внедряет в бизнес принципы устойчивого развития: в 2015 году компания поставила цель полностью перейти на производство из экологичных материалов к 2030 году, а в 2020-м объявила о планах дополнительно проинвестировать \$400 млн в инициативы, связанные с социальной ответственностью.

На радость коллекционерам

Funko (FNKO) получила известность как производитель фигурок икон поп-культуры с характерными пропорциями: миниатюрное тело и крупная голова. Основанная в 1998 году Майком Беккером компания начиналась как небольшой проект, ориентированный на создание игрушек на ностальгическую тематику. Первым продуктом Funko стала фигурка Big Boy — талисмана ресторанного бизнеса.

В 2005 году Беккер продал компанию Брайану Мариотти, под началом которого Funko смогла расширить число лицензий от франшиз в сфере развлечений, спорта и популярной культуры. В ее линейке на сегодня персонажи Disney, Marvel, DC Comics, Star Wars, сериалов HBO, игр Hasbro. Компании принадлежит свыше 1 тыс. активных лицензий от более чем 200 провайдеров контента, и это одна из фундаментальных составляющих ее успеха. Растущая популярность «ностальгических» покупок и продуктов поп-культуры способствует развитию бизнеса Funko.

В последние годы компания наращивает выручку: в 2022-м ее продажи увеличились более чем на 20%, до \$1,3 млрд. Однако 2023-й по большинству параметров оказался для компании слабым, а ее выручка упала до \$1,1 млрд. Впрочем, отчасти это объясняется стратегией менеджмента самой Funko: число активных франшиз уменьшено на 3,2%. В предыдущие годы высокий спрос приводил к тому, что партнеры перенасыщали рынок продукцией Funko. Сокращая ее количество, компания стремится снизить уровень своих запасов и повысить прибыльность.

Между мирами

Игровой ландшафт меняется вслед за технологическими достижениями и предпочтениями потребителей. Наиболее яркими воплощениями этих преобразований стали Hasbro — ведущий производитель настольных игр и Roblox — лидер в области цифрового гейминга.

Roblox (RBLX) появилась в 2006 году и совершила переворот в мире компьютерных игр. Ее платформа позволяет пользователям создавать собственные виртуальные миры и исследовать придуманные другими. Сейчас у Roblox более 200 млн активных пользователей в месяц. Ее выручка с \$325 млн в 2018 году увеличилась до \$2,8 млрд в 2023-м. Roblox, как и остальные гейминг-платформы, поощряет творчество и социальное взаимодействие, но предлагает для этого уникальную цифровую среду, а экономика игры, основанная на виртуальной валюте, позволяет разработчикам монетизировать свои творения, что стимулирует появление нового пользовательского контента.

Янсен Мэдсен заработал **\$40 тыс.**

на платформе Roblox, создавая и продавая виртуальные предметы и игры

Основанная в 1923 году Hasbro (HAS) стала легендой семейных развлечений, выпустив такие культовые игры, как «Монополия», Scrabble и Clue (Cluedo). При этом Hasbro своевременно взяла курс на цифровую трансформацию, разработав виртуальные версии своих игр. Партнерство с Roblox расширило ее охват за счет привлечения более молодой, технически подкованной аудитории. Hasbro представила линейку бластеров NERF, вдохновленных мирами Roblox. Каждый из них снабжен кодом, по которому можно получить виртуальный бластер для использования в выбранной игре. Компания разработала и Roblox-версию легендарной «Монополии», которая будет содержать код на эксклюзивный цифровой предмет. Продажи Hasbro выросли с \$4,5 млрд в 2018 году до \$5 млрд в 2023-м. Пик финансового успеха компании пришелся на 2021 год: повышенный спрос на домашние развлечения во время пандемии принес ей \$6,4 млрд выручки. Сотрудничество Hasbro и Roblox — отличный пример взаимодействия мира традиционных и цифровых игр, выгодного обоим партнерам. Hasbro выходит на цифровой рынок, а Roblox обогащает платформу за счет давно полюбившихся потребителям брендов. 🍀

Через Вселенные

Тренды будущего на игровом рынке



Егор Толмачев,
старший аналитик
Freedom Finance Global

По оценкам аналитического агентства Newzoo, около 85% людей, имеющих доступ в интернет, играют в компьютерные игры или смотрят связанный с ними контент, посещают мероприятия для геймеров, следят за профильными новостями. Число пользователей игровых продуктов на различных устройствах в 2023 году составило 3,27 млрд, то есть более 40% населения Земли, а к 2027-му их количество может достичь 3,76 млрд. Демографический и гендерный состав этого сектора за последние десятилетия существенно изменился. Если в начале 2000-х основной категорией геймеров были взрослые мужчины, то сейчас игровое сообщество стало моложе и инклюзивнее. По последним опросам, около 94% интернет-пользователей, родившихся после 2010 года, играют в игры, а в некоторых возрастных группах этого комьюнити женщин даже больше, чем мужчин. Хотя в абсолютном выражении больше доходов все еще приносят телевидение и прочий видеоконтент (включая кино, YouTube, стриминг), именно игровая индустрия станет локомотивом роста медиапространства в ближайшие годы и даже может обогнать по объемам бизнеса остальные ресурсы.

Главные герои

Определимся с ключевыми игроками сектора. Производство игр невозможно без мощных чипов, которые поддерживают современную графику и функционирование виртуальных миров. Определяют «железный» прогресс индустрии технологии NVIDIA (NVDA), Intel (INTC), AMD (AMD) и Qualcomm (QCOM). Чипы AMD – основа культовых приставок PlayStation от Sony Group (SONY) и Xbox от Microsoft (MSFT), а чипы NVIDIA – это базовый элемент самой продаваемой в мире портативной консоли Nintendo (NTDOY). Следующее звено производственной цепочки – так называемые игровые движки. Это инструмент для визуализации и программирования общих правил существования виртуального мира. Хотя таких движков множество, около 30% игр разрабатываются на базе Unity от Unity Software (U). Следующие по популярности – Discord (23%), Blender (14%) и Unreal Engine от Epic Games.

Закрывают цепочку компании-разработчики и издатели. Роль последних стоит пояснить: они локализируют и продвигают игровые продукты по всему миру, работают с владельцами платформ, разворачивают инфраструктуру для онлайн-игр. Большинство наиболее значимых издательств – часть игровых и медиахолдингов. Крупнейшая игровая компания в мире – китайская Tencent Holdings. Ее выручка в этом сегменте в 2023 году превысила \$32 млрд. Вторую строчку рейтинга удерживает японская Sony, а третью занимает Microsoft, которая после приобретения Activision Blizzard в 2023 году существенно укрепила свои позиции. Дальше в списке преимущественно игровые компании: Electronic Arts (EA), Nintendo (NTDOY), Take-Two Interactive (TTWO), NetEase (NTES), Roblox (RBLX) и другие. Игровое направление развивает и Amazon (AMZN), но в финансовом плане похвастаться компании пока нечем: этот сегмент бизнеса убыточен, и прогресс достигается с большим трудом.

В 2024 году глобальный рынок игр достигнет **\$187,7 млрд**, что на 2,1% больше, чем в предыдущем году

Хотя часть потребителей все еще покупает игры на дисках, основные продажи идут через онлайн-платформы. С игровыми консолями все просто: у каждого производителя своя экосистема. В сегменте портативного гейминга все тоже крутится вокруг того, кто создал устройство или разработал операционную систему. В мире ПК-игр фактическим монополистом остается платформа Steam компании Valve, подарившей миру культовые Half-Life, Counter-Strike и Dota 2. Вторым крупным игроком и по совместительству «борцом за права потребителей» (за возможность для разработчиков самостоятельно продавать игры) стала Epic Games. Это частная компания, но почти 40% ее акций принадлежат Tencent, еще около 8% – The Walt Disney (DIS). Свои игровые платформы есть и у создателей двух главных операционных систем для ПК – Apple и Microsoft, но их нельзя назвать значимыми для рынка.

Движущие силы

Какие тренды можно выделить в отрасли интерактивных развлечений, кто станет их бенефициаром, а кто проиграет?

✔ **Межплатформенный и облачный гейминг.** Одна из проблем крупных игровых компаний – конкуренция между платформами (ПК, консоли, планшеты, смартфоны). Кардинальное решение – единую подписку с огромным каталогом игр и другого медиаконтента – предлагает Microsoft. Выбравшие эту опцию потребители смогут играть почти с любого устройства за счет распределения вычислений между девайсом и дата-центрами. Игровые приставки не исчезнут, но станут дешевле и компактнее из-за переноса большей части обработки данных на сервера компании. Во внутренних презентациях Microsoft, содержание которых стало известно после судебного процесса с Федеральной торговой комиссией (FTC) США, рассматривалась возможность реализовать эти планы в 2027–2028 годах. У компании есть все необходимые компоненты: мультиплатформенная подписка GamePass, собственная консоль Xbox, операционная система Windows, инфраструктура дата-центров и игровые студии с популярными франшизами. Сама по себе концепция облачного гейминга реализуется довольно давно, но почти весь трафик собирают три площадки: PlayStation Plus от Sony, GeForce Now от NVIDIA и Xbox Cloud от Microsoft.

✔ **Узнаваемость франшизы, вселенной и персонажей – залог успеха.** После всплеска в период пандемии интерес к играм закономерно нормализуется, и конкуренция в отрасли усилилась. К тому же все чаще внимание геймеров привлекали игры от небольших студий, которые в результате за несколько месяцев зарабатывали сотни миллионов долларов выручки. Так, по данным GameDiscoverCo, Palworld – один из самых востребованных проектов этого года, выпущенный японской компанией Pocket Pair, – принес ей за первое полугодие 2024 года \$378 млн. Эти тренды привели к кризису в сегменте игр средней величины и новых AAA-проектов (наиболее высокобюджетных), что спровоцировало волну увольнений. Microsoft закрыла две студии в составе Bethesda Softworks: Arkane Austin (принимала участие в работе над Dishonored) и Tango Gameworks (создала The Evil Within). Sony в начале года объявила о сокращении более 900 сотрудников гейминг-подразделения. Игровые гиганты отказываются от экспериментов и фокусируются на развитии уже знакомых геймерам серий. В ближайшие годы именно наличие крупных франшиз в портфеле будет иметь важнейшее значение на этом рынке. Этим могут похвастаться же упомянутые Sony с The Last of Us и God of War и Microsoft с Call of Duty, The Elder Scrolls, Fallout и Doom. О переносе в игровой сегмент собственных библиотек миров и персонажей подумали не только игровые компании, но и Disney, The Warner Bros. Discovery (WBD), Netflix (NFLX). Disney будет монетизировать вселенные «Звездных войн» и комиксов Marvel, Warner Bros. займется мирами DC и Гарри Потте-

Вовлеченность в игры



Источник: newzoo.com

ра, а Netflix обещает выпускать небольшие игры по своим сериалам на платформе Netflix Stories. Их значимость для отрасли вырастет.

✔ **Рост свободы потребителей при выборе места покупки и способа оплаты игр.** Из-за монопольных позиций AppStore на девайсах Apple и Google Play на Android-устройствах обе компании оказались под давлением регуляторов и волны судебных исков. После антимонопольного иска от Epic Games Apple вынуждена была разрешить разработчикам использовать сторонние платежные механизмы для покупок внутри приложений. Google позволила девелоперам напрямую принимать платежи от пользователей после обращения в суд 36 штатов и округа Колумбия. Пока и Apple, и Google компенсируют негативные последствия для своего бизнеса новыми тарифами и сборами, но давление на мобильных гигантов сохраняется. Среди бенефициаров происходящих изменений Microsoft и Epic Games, у которых есть свои магазины игр. Обе давно устали платить Apple и Google огромные комиссии.

✔ **AR/VR-гейминг пока остается нишевым развлечением.** Хотя в долгосрочной перспективе ожидается рост этого сегмента, в ближайшие годы его ждут трудности. Количество выпускаемых качественных AR/VR-игр каждый год сокращается, а опросы потребителей и динамика продаж показывают, что интерес к формату угасает. Проблемы – дороговизна, ограниченный выбор контента и сложности с адаптацией организма геймера к виртуальной реальности. Тем не менее технологический прогресс улучшает и удешевляет гарнитуры, а модели ИИ снижают издержки и повышают скорость создания и обработки 3D-графики. Главные бенефициары этого тренда – Meta Platforms (META) и производитель чипов Qualcomm (QCOM). Пока никто не может составить им конкуренцию в сегменте устройств для игр.

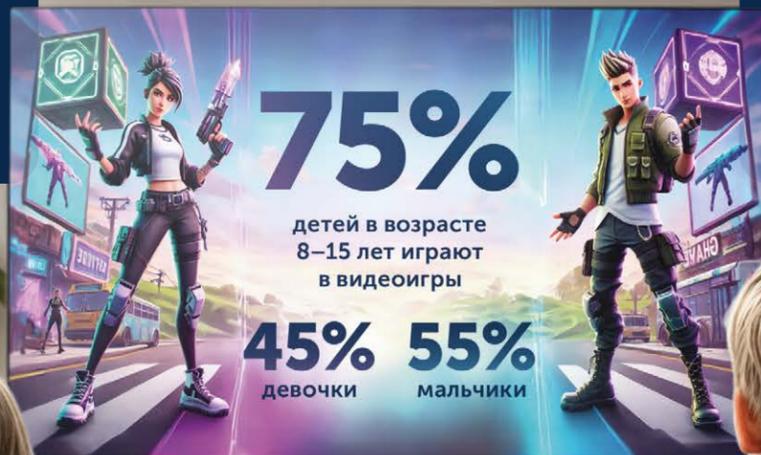
В ближайшие годы игровые гиганты и медиахолдинги продолжат создавать цифровые миры вокруг своих многомиллиардных франшиз, а регуляторное давление сделает покупку игр более свободной. Существенные технологические изменения в секторе в ближайшие пару лет мы вряд ли увидим. Самое интересное нас ждет ближе к концу десятилетия. 🛡

ИГРЫ, В КОТОРЫЕ ИГРАЮТ ДЕТИ

 <p>Minecraft Microsoft (MSFT)</p> <p>Игроки исследуют сгенерированный мир, строят здания, копят ресурсы, собирают орудия и сражаются с монстрами</p> <p>58% детей поколения Альфа создают миры в Minecraft, развивая воображение, креативность и логическое мышление</p>	 <p>Roblox Roblox (RBLX)</p> <p>Пользователи конструируют собственные игры, собирая игровые элементы с помощью встроенных инструментов</p> <p>Самая популярная мобильная игра среди детей. В 2023 году они в среднем играли в Roblox по 139 минут в день</p>	 <p>FC24 Electronic Arts (EA)</p> <p>Участники управляют футбольными командами, соревнуются с другими игроками или с искусственным интеллектом</p> <p>FC24 объединяет мужской и женский футбол в Ultimate Team, что позволяет играть в смешанных командах</p>	 <p>Fortnite Epic Games</p> <p>Игра в жанре «Королевская битва»: геймеры высаживаются на остров и сражаются, пока не останется один победитель</p> <p>Самая популярная игра на Twitch. В июне 2024-го общее время стримов по ней составило 4,2 млн часов</p>	 <p>Mario Kart 8 Nintendo (NTDOY)</p> <p>Пользователи участвуют в гонках с персонажами из вселенной Nintendo, такими как Марио, Луиджи, Принцесса Пич</p> <p>40% геймеров – дети до 14 лет, часто играющие с родителями. Mario Kart развивает координацию и реакцию</p>
---	--	---	---	---

3,76 млрд

игроков будет в мире к 2027 году



\$213 млрд

составит выручка игровой индустрии в 2027 году

На чем дети играют?

46%
консоль

41%
компьютер

73%
смартфон

Источник: newzoo.com

Сказочный бизнес

Парки развлечений: как привлечь посетителей и на чем заработать



Сакен Исмаилов,
аналитик
Freedom Finance Global

От традиционных площадок с аттракционами тематические парки отличаются тем, что в основе их концепции лежат сюжеты и декорации знаменитых кинофильмов и мультфильмов с участием узнаваемых персонажей. Посетители таких парков получают возможность наяву погрузиться в волшебный мир, который они видели на экране. Чтобы ощутить атмосферу сказки, многие готовы отправиться в далекие города и страны. В этом материале мы расскажем о бизнесе на стремлении людей побывать в мире фантазии.

Вселенные развлечений

Самый известный тематический парк развлечений – это, конечно, Диснейленд, принадлежащий The Walt Disney Company (DIS). Сегодня погрузиться в миры Микки Мауса, Короля Льва, Истории игрушек, Тачек или Звездных войн, пиратов Карибского моря или Индианы Джонса можно в шести локациях: в Соединенных Штатах (Флорида и Калифорния), Китае (Гонконг и Шанхай), а также в Японии и Франции. Кстати, по данным японского парка, примерно 25–30% его посетителей – это дети и подростки от четырех до 17 лет, около 40% – возрастная группа от 18 до 39, а остальные 30–35% старше сорока. Предполагаем, что это распределение не слишком отличается и на других аналогичных площадках. Кроме Диснейленда, существуют и другие тематические парки, например Universal от компании Comcast (CMCSA) во Флориде, Калифорнии, Сингапуре, Пекине и Токио. Сюда приезжают фанаты фильмов про Гарри Поттера, а также желающие посмотреть «живьем» на обитателей Парка Юрского периода и многих других персонажей франшиз киностудии Universal. В США, нескольких странах Европы, Малайзии, Японии и Дубае есть сеть тематических парков Legoland, выстроенных на концепциях популярного конструктора LEGO.

Бизнес на эмоциях

В 2023 году рынок тематических парков развлечений оценивался в \$62 млрд. Ожидается, что его среднегодовой рост до 2030-го составит примерно 6%. Таким обра-

зом, объем рынка может достичь \$93 млрд. Основной доход парки получают от продажи входных билетов. В дополнение к этому компании зарабатывают на расходах посетителей на еду, напитки, сувениры и мерч, парковку, аренду шкафчиков и другие услуги. Крупные парки развлечений управляют отелями, виллами и другими объектами для размещения туристов, получая от этого дополнительный доход. Компании индустрии также организуют платные мероприятия, такие как вечерние шоу, праздники, посвященные тем или иным событиям киноиндустрии, встречи с персонажами фильмов и мультфильмов.

Диснейленд в Калифорнии, открытый в 1955 году, стал первым в истории тематическим парком. В 2023-м его посетили **17,2 млн** человек при стоимости билета от \$100

Основные затраты парков являются постоянными и мало зависят от количества посетителей. Это прежде всего расходы на персонал и коммунальные услуги, на обновление и обслуживание аттракционов и декораций, а также на маркетинг. В связи с этим доходность и маржинальность парков в первую очередь зависят от потока посетителей и состояния мирового туризма. Интересно, что Universal и Disney в 2023 году зафиксировали практически одинаковую рентабельность EBITDA* – 37% и 36% соответственно. Популярность и посещаемость парков находится в сильной зависимости от интереса к франшизам, которые создаются студиями и лежат в основе развлекательных программ. Инвесторам важно понимать, что основную долю выручки медиакомпания получают не от парков, а от распространения своих франшиз. В то же время разбивка по операционной прибыли, которую раскрывает Disney, показывает, что около 60–65% приходится именно на сегмент парковых развлечений. Таким образом, тематические парки служат своего рода высокомаржинальной надстройкой для бизнеса Disney и Comcast, став неотъемлемой частью их комплексных корпоративных стратегий, которые приносят значительную часть прибыли. 

*Показатель прибыли компании до вычета расходов по процентам, налогов, износа и амортизации

Первое цифровое поколение

Как и какой контент потребляют дети и подростки в Сети и за ее пределами



Михаил Бровкин,
начальник отдела
онлайн-трансляций
Freedom Finance Global

Поколение Альфа, к которому относятся люди, родившиеся с 2010 по 2024 год, с младенчества знают, что такое iPad. По оценке исследовательской компании eMarketer, самые маленькие альфы пока продолжают проводить в среднем чуть больше часа в день за просмотром телепередач, но это время сокращается по мере все большего их погружения в цифровой контент. Этот тренд имеет огромное значение для профильных публичных компаний.

Где они пропадают?

По данным Common Sense Media, в 2021 году дети в возрасте 8–12 лет в США в среднем проводили у экранов пять с половиной часов, а подростки (13–18 лет) — более восьми. Эти цифры включают только время, потраченное на развлечения — просмотр видео, соцсети и компьютерные игры, подкасты, переписку с друзьями и так далее. Дети всегда потребляли много контента, но сегодня изменились источники, из которых они его получают.

- ✓ Прогноз eMarketer на 2024 год предполагал, что в США 28,6 млн детей до 12 лет будут смотреть YouTube. Это около 60% американцев данной возрастной категории. Опросы Veano Brain в США и Великобритании к тому же показывают, что респонденты до 14 лет считают YouTube «самым классным» видеосервисом.
- ✓ Зрителями Netflix (NFLX) в этом году должны стать 18,1 млн американских детей младше 12 лет (почти 40% их общего числа), а аудитория Disney+ в этой возрастной категории составит 13,9 млн человек (около 30%).
- ✓ У TikTok действует возрастное ограничение 13+, поэтому, по оценке eMarketer, его аудитория в сегменте американцев моложе 12 лет в 2024-м составит менее 10%. Но база пользователей приложения будет расти по мере их взросления. В возрастной группе от 13 до 17 лет в TikTok заходит уже половина (результаты опроса Pew Research Center, проведенного осенью 2023 года). Для 12–15-летних в Великобритании этот сервис стал самым популярным источником новостей (данные Ofcom). Анализ Qustodio, производителя программного обеспечения для родительского контроля, показал, что

по среднему количеству часов, которые пользователи в возрасте от четырех до 18 проводят в TikTok по всему миру, этот ресурс уже обогнал YouTube.

Видеоигры — еще один источник крайне востребованного контента: дети и подростки массово вовлечены в экосистемы Minecraft, принадлежащей Microsoft (MSFT), и Roblox (RBLX). По оценкам Morning Consult, более чем у четверти ребят в США есть очки виртуальной реальности. Это очень высокий процент, особенно если сравнить его с долей зумеров, погружавшихся в VR в своем детстве. Похоже, что вложения Meta Platforms (META) в этот сегмент, с января по сентябрь 2024-го составившие \$4,3 млрд, вполне оправданы.

Неожиданной может показаться популярность подкастов: как подсчитали в Edison Research в 2023 году, почти половина детей от 6 до 12 лет их когда-либо слушала, а треть включала в течение месяца, предшествующего опросу. Дети все чаще взаимодействуют с голосовыми помощниками, например, через умные колонки Amazon Echo, которые доминируют на рынке США. Вероятно, эти инструменты и генеративный ИИ станут значимыми поставщиками контента для поколения Альфа.

Возможности и вызовы

Тренды в потреблении детского контента для одних компаний создают возможности, а других побуждают адаптировать к ним собственные продукты. В 2023 году Alphabet (GOOGL) с помощью YouTube заработала \$959 млн на рекламе для детей до 12 лет. Если бэби-бумеры и миллениалы помнят джинглы* из телевизионных рекламных роликов, то немало современных детей легко воспроизведут слоганы, которые видели на YouTube. Это важный фактор для брендов, которые хотят, чтобы поколение Альфа их запомнило, и Alphabet может ожидать устойчивый поток заказов от рекламодателей. В общей сложности Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, X (бывший Twitter) и YouTube за 2022 год в США получили от рекламы для пользователей младше 18 лет \$11 млрд. Таковую статистику приводят исследователи из Гарвардской школы общественного здравоохранения.

The Walt Disney Company (DIS) сохраняет статус одного из лидеров индустрии кино и видеостриминга. Но полнометражный формат для поколения Альфа менее привлекателен, чем видеоролики в соцсетях, особенно на YouTube. К такому выводу пришли в Precise TV, изучив американскую аудиторию от двух до 12 лет. К тому же примерно у 60% подписчиков Disney+ нет детей.

Disney пытается завоевать интерес юного зрителя с помощью Shorts на YouTube (роликов хронометражом не более нескольких минут) и интеграций с популярными видеоиграми. Disney заключила сделку с издателем Epic Games, чтобы представлять в ее игровых продуктах (например, в суперпопулярной Fortnite) своих персонажей из вселенных Marvel, «Звездных войн», «Аватара» и анимации Pixar. Сейчас компания также работает над «вселенной развлечений», которая призвана объединить цифровой контент, в том числе видеоигры, и ее тематические парки.

Песни и танцы

Меняются не только источники контента, но и его содержательные характеристики. Поколение Альфа выбирает анимационные и игровые сериалы, комедии. У старших представителей этой группы очень популярны музыкальные и танцевальные шоу. В каком-то смысле можно считать, что круг замкнулся и вернулась эпоха MTV, но на стриминговых платформах. Чаще всего танцевальные видео старшие альфы смотрят на TikTok. В то же время мультфильм «Энканто» от Disney завирусился среди детей и подростков во многом благодаря саундтреку**, который в начале 2022 года девять недель занимал первую строчку в чарте Billboard 200.

Новая анимация, старые герои

Глобальная индустрия производства анимации в 2022 году оценивалась в \$391 млрд, и, по прогнозам Statista, к 2030-му ее стоимость превысит \$587 млрд. Этот рынок способен приносить большой доход. Так, например, франшиза «Смурфов» в 2011 году оценивалась в \$5 млрд. Ее уже использовали Disney и Netflix, а сейчас Paramount Pictures готовится выпустить новый фильм про синеньких человечков (первые три снятые Sony картины принесли в прокате \$1,1 млрд).

Среди самых любимых у альф за последние два года мультфильмов — сериалы «Щенячий патруль», «Губка Боб» и «Свинка Пеппа». Предпочтения не слишком изменились от поколения к поколению: так, рекордно популярный в США «Щенячий патруль» от Paramount (принес компании \$8 млрд с 2014 года за счет розничных продаж) похож на «Чудо-зверят» 2006 года, который в свое время очень любили младшие зумеры. Эта корпорация сделала ставку на продолжение легендарных франшиз прошлых десятилетий. Например, широкоэкранный фильм «Черепашки-ниндзя: погром мутантов» с бюджетом \$70 млн вышел в 2023 году и собрал в прокате более \$180 млн (оценки IMDb), а глобальные розничные продажи принесли компании еще порядка \$1 млрд: лицензии на производство мерча с этими персонажами купили такие крупные компании,

как Mattel, Hasbro и Crocs. Суммарно с 2012 по 2022 год на этой франшизе Paramount заработала около \$8 млрд. Такие оценки приводил интернет-журнал Deadline, освещающий события киноиндустрии.

В 2015 году на студии Pixar вышел мультфильм «Головоломка», собравший в прокате более \$857 млн при бюджете \$175 млн. Однако не все проекты полноформатной анимации выстреливают. Прошлогодний крупный проект «Элементарно» о существах — представителях разных стихий стартовал слабовато, хотя в итоге и получил \$496 млн при бюджете \$200 млн. Продажи спасли хорошие отзывы: они стимулировали просмотры на Disney+ и спрос на диски и цифровые копии. В 2025 году Pixar выпустит «Элио» — историю о мальчике, попавшем в космос. Это перспективная тема: глава креативного отдела Lego Дэниэл Михан, ссылаясь на собственную статистику компании, отмечал, что 87% альф интересуются мирами за пределами Земли.

Трансформация контента

На ключевых по значимости для анимационной индустрии событиях, таких как глобальный Cartoon Forum, создатели мультипликационного контента обмениваются новыми творческими идеями. Все более разнообразными становятся портреты главных героев мультфильмов, так как авторы стремятся к тому, чтобы дети по всему миру могли ассоциировать персонажей с собой. Фильмы с более инклюзивным кастингом приносят студиям больше доходов, заключили исследователи из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, проанализировав 200 англоязычных фильмов, которые собрали больше всего зрителей в кинотеатрах по всему миру, и 100 стриминговых проектов с самыми высокими рейтингами за 2022 год.

Центральными персонажами мультфильмов выступают самые разные животные и машины, роботы всех типов, пришельцы самых невероятных видов. Впрочем, монстры теперь чаще милые и неуклюжие, а ведьмы носят стильную одежду, аксессуары и ведут активный образ жизни, а не сидят в избушках и сумрачных замках.

Среди тем — дружба и преданность, разнообразие мира, важность эмоций, космические и морские приключения, климат Земли, любовь и магия.

Параллельно с трансформацией образной системы совершенствуются технологии производства детского видеоконтента. В результате увеличиваются расходы кинокомпаний на создание мультперсонажа в соответствии с самыми передовыми методами.

Интерес инвесторов

Среди юных зрителей все популярнее просмотр видео в соцсетях. С учетом этого вложения в полный метр для студий становятся более рискованными. В свою очередь, возможности для производства коротких роликов выглядят почти неограниченными. Показатели рекламного бизнеса YouTube подтверждают, что успешно монетизировать можно самые разные ролики. «Цифровое» поколение создает возможности для долгосрочных инвестиций в компании, которые станут бенефициарами взросления альф. 🛡️

Прогноз объема мировых рынков детских товаров

Питание

2027	\$381,5 млрд
2026	\$370,7 млрд
2025	\$347,9 млрд
2024	\$325,7 млрд

Игрушки

2027	\$142,9 млрд
2026	\$139,5 млрд
2025	\$132,8 млрд
2024	\$129,5 млрд

Обувь

2027	\$49,34 млрд
2026	\$46,77 млрд
2025	\$44,3 млрд
2024	\$42,02 млрд

Одежда

2027	\$300,4 млрд
2026	\$292,8 млрд
2025	\$285,8 млрд
2024	\$279,4 млрд

Источник: Statista

Доля выручки соцсетей от рекламы для пользователей до 18 лет в США, 2022 год

Продажи детских товаров: одежды, обуви, игрушек и продуктов питания — становятся все более значимым источником дохода для ведущих компаний. При этом дети и подростки чаще ориентируются на рекламу брендов в соцсетях

Источник: Statista



Выручка компаний – лидеров в сегментах детских товаров за 2023–2024 годы

Видеоигры

Microsoft	Microsoft \$21,5 млрд (MSFT)
EA	Electronic Arts \$7,6 млрд (EA)
T2	Take-Two \$5,4 млрд (TTWO)
ROBLOX	Roblox \$2,8 млрд (RBLX)

Одежда

Nike	Nike \$5,1 млрд* (NKE)
carter's	Carter's \$2,9 млрд (CRI)
THE CHILDREN'S PLACE	The Children's Place \$1,6 млрд (PLCE)

Обувь

SKECHERS	Skechers U.S.A. \$8 млрд (SKX)
crocs	Crocs \$4 млрд (CROX)
stride rite	Stride Rite (часть Wolverine World Wide) \$0,3 млрд (WWW)

Игрушки

MATTEL	Mattel \$5,4 млрд (MAT)
Hasbro	Hasbro \$5 млрд (HAS)
Funko	Funko \$1,1 млрд (FNKO)
JAKKS	JAKKS Pacific \$0,8 млрд (JAKK)

Питание

Nestlé	Nestlé S.A. \$22,5 млрд
KraftHeinz	The Kraft Heinz \$3,9 млрд (KHC)
DANONE	Danone S.A. \$9,2 млрд
Abbott	Abbott Laboratories \$0,4 млрд (ABT)

*Общий объем продаж одежды и обуви

Источник: отчетность компаний

Соединение установлено

Плюсы и минусы инструментов ИИ для юных пользователей соцсетей и мессенджеров

В условиях стремительного развития технологий влияние искусственного интеллекта (ИИ) на повседневную жизнь подростков становится все более ощутимым. И особенно заметно оно в сфере потребления контента в соцсетях и мессенджерах.

Хит-парад соцсетей

По данным опроса Pew Research Center, проведенного среди жителей США в возрасте 13–17 лет осенью 2023 года, самые популярные соцсети у тинейджеров — это TikTok, Snapchat (SNAP), а также принадлежащие Meta Platforms (META) Instagram и Facebook с мессенджером WhatsApp. Тройка самых посещаемых соцсетей выглядит так: на первом месте TikTok, востребованный у 63% подростков, а вторую и третью строчку занимают Snapchat и Instagram с почти одинаковыми долями — 60 и 59%. Интересно, что Facebook, лидировавший у тинейджеров еще 10 лет назад, растерял значительную долю аудитории, и сегодня его использует лишь треть людей в возрасте от 13 до 18. Следом идут WhatsApp и X (бывший Twitter), которыми когда-либо пользовались лишь 20% участников упомянутого исследования. Полагаем, что топ-3 любимых подростками соцсетей в Великобритании, Австралии и странах Европы выглядит примерно так же, как в Штатах.

От кружка до пузыря

Взаимодействие с контентом в соцсетях за последние годы изменилось из-за внедрения ИИ. Умные алгоритмы анализируют поведение пользователей, чтобы персонализировать ленты новостей и прочие предложения. Искусственный интеллект учится на каждом действии пользователя. В Meta отмечают, что ИИ лежит в основе системы рекомендаций, обеспечивая увлекательный опыт взаимодействия с Instagram. Snapchat также активно использует эту технологию. Помимо настройки системы рекомендаций, по словам менеджмента Snap, ИИ помогает создавать уникальные фильтры и эффекты обработки контента, которые становятся популярными среди подростков. Развитие и применение ИИ-алгоритмов делает серфинг в соцсетях удобнее и эффективнее для юной аудитории.



Михаил Денисламов,
заместитель директора
аналитического департамента
Freedom Finance Global

Персонализированные рекомендации помогают находить интересный и релевантный контент, который также становится легче создавать, что стимулирует креативность и расширяет горизонты познания. Алгоритмы помогают подросткам находить единомышленников и близкие по интересам сообщества, что важно для социализации. Однако есть у ИИ-методов и ощутимые минусы. Персонализация контента создает эффект информационного пузыря, сужающего для пользователя картину мира. Это ведет к появлению нежелательных стереотипов, негативно влияющих на детскую психику. Воздействие на нее рекламы, таргетированной с помощью ИИ, нередко провоцирует импульсивные онлайн-покупки. Следует помнить и о том, что основная задача таких платформ, как Instagram и Snapchat, заключается в удержании внимания пользователя для более эффективной монетизации.

А что у нас?

В странах Восточной Европы и Азии огромную популярность получил мессенджер Telegram. По данным Mediascore за I квартал 2024 года, 80% россиян в возрасте от 12 до 24 лет заходят в «телегу» ежедневно. Любопытно, что механизм взаимодействия пользователей с контентом в Telegram построен иначе, чем в Instagram или TikTok. У этого ресурса нет ленты новостей на базе ИИ-рекомендаций, так что каждый пользователь самостоятельно подписывается на каналы. Это позволяет ему практически полностью контролировать потребление контента. Вполне возможно, что эта опция особенно нравится молодежи.

Родительский контроль

Потребление контента тинейджерами в немалой степени определяют сетевые алгоритмы, в том числе инструменты ИИ, что улучшает пользовательский опыт и стимулирует креативность молодого поколения. В то же время взрослым стоит осознавать риски, связанные с чрезмерной персонализацией, и вовремя обучать подростков контролировать онлайн-приватность, а также стимулировать развитие у них критического мышления, которое незаменимо при оценке информационных потоков. 🛡️

Бизнес завтрашнего дня

Какие продукты и сервисы будут в приоритете у наших детей



Елдар Шакинов,
аналитик департамента
финансового анализа
Freedom Broker

Самые юные потребители активно формируют будущее рынков, технологий и продуктов. Стартапы, нацеленные на удовлетворение запросов детей, заняли в своих индустриях заметные доли, обеспечив себе долгосрочный потенциал роста. Предлагаем подробнее познакомиться с компаниями, ориентированными на предпочтения молодого поколения, и выяснить, чем они привлекательны для инвесторов.

Индустрия игр: Roblox и Supercell

Индустрия видеоигр активно развивается, и одна из ее ключевых целевых аудиторий — дети. Успешный пример следования этому тренду — бизнес Roblox (RBLX). В долгосрочной перспективе компания может не только удерживать, но и значительно увеличивать свою аудиторию, что открывает ей путь к многомиллиардным доходам. Supercell, финская компания, разработчик таких популярных мобильных игр, как Brawl Stars и Clash of Clans, также демонстрирует, как они становятся глобальным феноменом. Supercell сумела создать продукты, которые привлекают детей по всему миру благодаря увлекательному геймплее и постоянным обновлениям контента. Финансовый успех компании подкрепляется моделью монетизации через внутриигровые покупки: скачать игру можно бесплатно, а высокая прибыль генерируется за счет дополнительных трат пользователя. Supercell была приобретена китайским гигантом Tencent за \$8,6 млрд, что доказывает значимость компании для глобальной игровой индустрии. Инновационные продукты, разработанные Supercell, продолжают задавать тренды в мобильных развлечениях, привлекая к ним миллионы детей и подростков.

Инновационная педагогика: Duolingo и VIPKid

Образовательные технологии (EdTech) продолжают демонстрировать впечатляющий рост, особенно в сегменте, ориентированном на детей. Одной из самых успешных компаний индустрии стала известная большинству пользователей Duolingo (DUOL). Еще одним важным игроком на рынке EdTech является китайская VIPKid, специализирующая-

ся на обучении английскому по видеосвязи. VIPKid предлагает детям занятия с носителями языка, что обеспечивает максимальное погружение в предмет и высокую эффективность. Компания быстро стала популярной у родителей, стремящихся дать своим детям качественное образование, и привлекла значительные инвестиции. VIPKid активно рассматривает возможность первичного размещения на бирже, оставаясь одним из самых перспективных представителей сегмента онлайн-образования.

Развлечения будущего: Super Nintendo World

Super Nintendo World — парк, созданный на основе популярных видеоигр, недавно открывшийся в Японии, — является ярким примером того, как объединяются возможности виртуального и реального мира. Наряду с традиционными аттракционами посетителям предлагают интерактивные игры в дополненной реальности. Super Nintendo World привлекает миллионы посетителей, многие из которых выросли на играх компании. В ближайшие годы подобные интеграции виртуального и реального миров могут стать стандартом для индустрии развлечений, а Super Nintendo World уже сегодня задает направление для развития этой сферы.

Родом из детства

Предпочтения детей в играх, образовании и развлечениях закладывают фундамент для будущего мировых рынков. Популярные у маленьких юзеров Roblox, Supercell, Duolingo, VIPKid и Super Nintendo World способны стать основой многомиллиардных бизнесов на горизонте ближайшего десятилетия. Их продукты могут трансформироваться в ключевые экономические активы завтрашнего дня, влияя на глобальные тренды и создавая новые возможности для роста и инноваций. Мир «детских» технологий стремительно развивается, и стартапы, ориентированные на юную аудиторию, играют в этом процессе ключевую роль. Будущее принадлежит тем, кто понимает предпочтения молодого поколения и способен адаптироваться к его меняющимся потребностям. 🛡️

Будь здоров, малыш!

Как революция в биотехнологиях способствует развитию педиатрии

За последние 50 лет 14 базовых вакцин (например, от полиомиелита, кори и дифтерии), по данным ВОЗ, сократили детскую смертность на 40%. Предупреждение заболеваний — приоритет стран с высокими расходами на здравоохранение. По оценке Центров по контролю и профилактике заболеваний США (CDC), с 1994 по 2023 год программа детской вакцинации позволила государству сэкономить \$540 млрд. Разработчики прививок от наиболее распространенных инфекционных заболеваний нацелены на повышение эффективности препаратов. Для инвесторов в этом секторе интерес представляет Moderna (MRNA) с ее мРНК-платформой.

С развитием медицины появляются и вакцины от болезней, ранее не поддававшихся предупреждению. С 2023 года женщинам на поздних сроках беременности вводят препарат Pfizer (PFE) ABRYSVO: он предотвращает у новорожденных заболевания нижних дыхательных путей, вызываемые респираторно-синцициальным вирусом (RSV). Это главная причина госпитализации детей до пяти лет в США. AstraZeneca (AZN) вывела на рынок Штатов моноклональные антитела BEYFORTUS (nirsevimab) — белки, которые связываются с вирусами и обезвреживают их, обеспечивая временную защиту от RSV малышам до двух лет.

Задачи повышенной сложности

Национальный институт онкологии США прогнозирует, что в 2024 году в стране новообразования выявят почти у 10 тыс. пациентов в возрасте до 14 лет. Разработка терапии для них осложняется стремительностью развития патологии. Но биотехнологии совершенствуются: пятилетняя выживаемость больных с острым лимфобластным лейкозом, самым распространенным детским онкозаболеванием, в США выросла с 57% в 1975-м до в среднем 92% к 2014–2020 годам.

Вывести борьбу против рака на новый уровень призвана таргетная терапия, воздействующая на строго заданные биологические «мишени» в опухолях при минимизации вреда здоровым клеткам. OJEMDA (tovorafenib) от Day One Biopharmaceuticals (DAWN) и комбинация dabrafenib +

trametinib от Novartis (NVS) уже предлагаются для лечения глиомы (распространенной опухоли мозга) у детей. Еще одно значимое направление — иммунотерапия, которая помогает организму распознавать опухолевые клетки. Препарат KYMRIAH (tisagenlecleucel) от Novartis был одобрен FDA в качестве клеточной иммунотерапии (CAR-T) для пациентов до 25 лет с лейкозом, а Amgen (AMGN) получила разрешение американского регулятора на использование в качестве средства против этого заболевания у детей антител BLINCYTO (blinatumomab). В марте 2024 года Pfizer вывела на рынок комплексный продукт BESPONSA (inotuzumab ozogamicin), сочетающий несколько инструментов для атаки на опухоль.

По данным GlobalData, над CAR-T-терапией работают более 250 компаний. Один из лидеров по количеству патентных заявок, потенциалу получения лицензий и качеству разработок — Bristol-Myers Squibb (BMY). Хорошие перспективы и у Gilead Sciences (GILD): у компании есть как уже одобренные продукты, так и мощности для их коммерческого производства.

До недавнего времени орфанные — врожденные, обусловленные редкой ошибкой в определенном участке ДНК, — заболевания вылечить было невозможно. Однако в последние десятилетия прорыв в сфере генной терапии осуществили биотехнологические компании. Sarepta Therapeutics (SRPT), Novartis и Biogen (BIIB) создали препараты против таких патологий, как спинальная мышечная атрофия (SMA) и миодистрофия Дюшенна (DMD). Мы ожидаем, что акции Sarepta и Biogen на горизонте 12 месяцев вырастут на 41 и 22% соответственно.

Как заработать на биотехах

Наиболее удобный способ инвестировать в сегмент биотехнологий — специализированные биржевые фонды (ETF). Самый популярный из них — SPDR Biotech ETF (XBI) — по нашим прогнозам, может подорожать на 46% за год, а его аналог iShares Biotechnology ETF (IBB) — на 25%. Различие между этими инструментами в том, что в XBI веса распределены между примерно 150 акциями равномерно, а в IBB (более 200) доля эмитента зависит от его размера. 📈



Илья Зубков,
старший аналитик
Freedom Finance Global

Новая эра заботы

От поликлиники до телемедицины: ключевые тренды на рынке детского здоровья

Педиатрия — один из важнейших секторов здравоохранения, который играет все более заметную роль в мировой экономике. Родители не жалуют средств для поддержания здоровья своих детей, что делает этот рынок устойчивым и перспективным. Эта сфера переживает активную технологическую трансформацию, а спрос на медуслуги растет по всему миру. В 2023 году мировой рынок педиатрии, по данным Grand View Research, оценивался в \$172 млрд. Компания прогнозирует, что до 2027 года он будет расти среднегодовым темпом 6,4% и достигнет \$221 млрд.

Медицинская классика

Наиболее востребованными в среднем по миру остаются традиционные услуги детских врачей и медуслуг. Благодаря глобальному развитию педиатрии человечеству удалось добиться снижения младенческой смертности в развивающихся странах, в результате чего увеличилось как количество маленьких пациентов в этих регионах, так и доверие к врачам со стороны их родителей, а значит, вырос и спрос на медобслуживание. Финансовые результаты сетей клиник зависят от географии присутствия, спектра и качества услуг, размера клиентской базы. Сеть Pediatrix Medical Group (MD), работающая во всех штатах США и специализирующаяся на интенсивной терапии новорожденных, в 2023 году нарастила выручку на 3% г/г, до \$1,97 млрд. Для сравнения: один из основных игроков рынка перинатальных услуг в Индии, сеть Cloudnine Group of Hospitals (представлена в 13 городах), за тот же период зафиксировала выручку \$120 млн, что соответствует росту на 26,3% в годовом исчислении.

Доктор в каждый дом

Одновременно с этим активно развивается и онлайн-консультирование в сфере педиатрии. Позитивным драйвером для этого тренда, как и для многих других, стала пандемия. Fortune Business Insights оценила мировой рынок телемедицины для детей в \$12,1 млрд в прошлом году и до 2030-го рассчитывает на его расширение среднегодовым темпом 14,9% с достижением объема \$31,2 млрд. Разви-



Еркебулан Насиев,
старший персональный
менеджер Freedom Broker,
Астана

тие популярности детской телемедицины обеспечивается удобством и доступностью онлайн-консультаций, которые позволяют родителям получать квалифицированную помощь, не выходя из дома.

Лидер в сегменте виртуального здравоохранения компания Teladoc Health (TDOC) в первом полугодии 2024-го сегментировала выручку в размере \$1,29 млрд. Из этого объема \$377,4 млн принесло направление интегрированной медицинской помощи, в том числе консультации детских врачей. Однако общая выручка компании за II квартал сократилась на 2% г/г. Снижение доходов с начала года фиксирует и конкурент Teladoc — Amwell (AMWL).

Деньги на здоровье

Несмотря на позитивные прогнозы, инвестирование в педиатрию связано с определенными рисками. В офлайн-сегменте это высокие операционные расходы и необходимость регулярного обновления медицинской техники. Например, аппарат ИВЛ для новорожденных стоит \$30–50 тыс., а МРТ-сканер — \$1–3 млн. С учетом инфляции и роста цен на оборудование, который в последние годы составляет 3–5% ежегодно, эти затраты становятся все более ощутимыми.

Телемедицина подвержена киберугрозам, для нее крайне острой остается необходимость защиты конфиденциальности информации. По данным IBM, в 2023 году средний ущерб от утечки данных в сфере здравоохранения составил \$10,93 млн, а количество кибератак в индустрии увеличилось на 22% г/г. Это доказывает критичное значение инвестиций в кибербезопасность для специализирующихся на телемедицине компаний.

Тем не менее на будущее педиатрии мы смотрим с оптимизмом. McKinsey & Company считает основным его позитивным драйвером инновации. ИИ-решения будут способствовать автоматизации диагностики, а неинвазивные методы мониторинга и платформы для контроля хронических заболеваний обеспечат повышение качества услуг. Залогом успеха для бизнеса по оказанию медицинской помощи детям служит его способность своевременно адаптироваться к изменениям и модернизироваться. 📈



Какие страны больше тратят на образование

i
 В ЮАР и Бразилии с социальным, расовым и имущественным неравенством государства борются путем улучшения качества образования

i
 В странах бывшего СССР с 1919 года, когда был взят курс на ликвидацию безграмотности, сохраняется обязательное общее бесплатное образование

i
 Глобальные изменения климата грозят исчезновением Микронезии и Кирибати. На этом фоне их власти выбирают инвестиции в образование молодежи, чтобы облегчить их адаптацию к новым условиям при иммиграции

Источники:
 World Bank Group,
 UNESCO Institute for Statistics

ВВП страны в 2023 году, млрд

% ВВП, направляемый на образование



Большая переменная

Какова роль EdTech в системе современного образования

Аналитические компании дружно прогнозируют на ближайшие годы двузначный рост в сфере EdTech — образовательных онлайн-технологий. Позитивную динамику рынку, как ожидается, обеспечат в первую очередь возможности интернет-вузов. Какие факторы способны придать импульс сектору интернет-образования, а какие грозят затормозить его развитие?

Перспективы и ориентиры

Grand View Research полагает, что индустрия EdTech будет увеличиваться на 13,4% в год: с \$142,4 млрд в 2023-м до \$348,4 млрд в 2030-м. Future Market Insights прогнозирует ее рост с \$108,3 млрд в текущем году на 14,3% ежегодно в среднем на горизонте следующего десятилетия. Несмотря на сокращение рождаемости, численность глобального населения в возрасте 5–19 лет, по данным Statista, продолжит увеличиваться и достигнет пика в 2050–2060 годах. Потенциальная аудитория EdTech-компаний — 800 млн школьников и 350 млн учащихся колледжей, которые будут выпускаться в ближайшее десятилетие, подсчитал Всемирный экономический форум (WEF). ЮНЕСКО выяснило, что 16% детей школьного возраста (250 млн) по разным причинам лишены возможности ходить в школу. Для них онлайн-образование — один из многих способов получать знания. В этом формате также можно учиться в другом городе или за рубежом, не покидая дома. Впрочем, развитию трансграничного школьного образования сейчас мешает законодательство: в большинстве стран дети должны посещать местную школу. И все же главным драйвером роста для рынка EdTech должны стать онлайн-университеты. Ожидается, что этот бизнес к 2029 году вырастет на 60% и принесет \$195 млрд выручки от 50,2 млн пользователей.

ИИ спешит на помощь

Без развития генеративного ИИ, используемого в виде разнообразных помощников, будет трудно или даже невозможно масштабировать бизнес. Экстенсивный путь развития: увеличение количества преподавателей, классов, перевод процесса целиком в онлайн там, где это возможно, —

выглядит тупиковым. ИИ поможет сделать скачок в эффективности — расширить бизнес при одновременном снижении удельных издержек.

Пока уровень развития ИИ недостаточен для массового внедрения, и виртуальный учитель, похоже, появится не скоро. Решать математические и логические задачи у искусственного разума получается не слишком успешно. Скептики отмечают, что инструменты генеративного ИИ, такие как ChatGPT, создают проблемы контроля обучающихся, ведь некоторые «передоверяют» написание учебных работ чат-ботам. К тому же нейросети зачастую выдают неправильные ответы. Эксперимент Университета Пенсильвании, проведенный с группой школьников, показал, что, когда тем давали использовать ChatGPT на уроках математики, они улучшали свои результаты, но без ИИ потом справлялись хуже, чем группа, которая его не применяла.

Новая наглядность

Инструменты виртуальной и дополненной реальности еще не нашли широкого применения в образовании, хотя возможности лежат на поверхности: можно погружаться в доисторическую эпоху, перемещаться в другие галактики, изучать скелеты динозавров.

VR- и AR-технологии наиболее распространены в обучении управлению транспортными средствами. Но есть как минимум две причины, ограничивающие их внедрение: дороговизна оборудования и недостаток учебных материалов. В большинстве дисциплин VR/AR-инструменты не дают значительных преимуществ. Использование некоторых видов устройств неудобно, а длительное пребывание в дополненной или виртуальной реальности может неблагоприятно отразиться на здоровье. В ближайшие годы и десятилетия использование этих технологий, вероятнее всего, будет распространяться там, где оно качественно улучшает обучение: в дизайне, конструкторском деле, медицине, спорте и вождении разных видов транспорта.

Визуализируй это!

Видеосервисы остаются незаменимыми помощниками преподавателей и студентов. Число обучающих роли-



Георгий Ващенко,
заместитель директора
аналитического департамента
Freedom Finance Global

ков на YouTube в 2015-м оценивалось в более чем 700 тыс., а в 2016-м Alphabet зафиксировала 500 млн просмотров учебного контента. На канал National Geographic на YouTube подписано свыше 23 млн, у аккаунтов ведущих вузов аудитория измеряется сотнями тысяч. В этом плане лидирует Массачусетский технологический институт (MIT) с почти 5,5 млн подписчиков. По данным Statista, в июле 2024 года доля интернет-пользователей, которые сообщали, что еженедельно смотрят образовательные ролики или tutoriales, составила 40%. Среди участников опроса Google во время пандемии почти 60% использовали видеоматериалы для приобретения новых навыков.

На контроле

Сфера дистанционного образования еще недостаточно отрегулирована, но нет сомнений, что, когда начнется настоящий бум в этом сегменте, государства активно займутся созданием предписаний и нормативов. И это может на время затормозить развитие отрасли. Яркий пример — основанная в Пекине в 2003 году TAL Education Group (TAL). Она прошла серию успешных раундов финансирования и M&A-сделок. Пандемия придала мощный импульс ее развитию. Выручка компании достигла почти \$4,5 млрд в 2021 фискальном году (охватывает большую часть календарного 2020 года и начало 2021-го), капитализация платформы превысила \$40 млрд, хотя TAL на тот момент была убыточной.

Но в 2021 году правительство Китая ввело строгие требования к процессу интернет-обучения, международным практикам и финансированию частных образовательных онлайн-учреждений. Затем последовали претензии со стороны регулятора, снижение рейтингов от инвестбанков, ужесточение правил листинга для китайских компаний в США. В отношении TAL и ее менеджмента было подано больше 10 исков. Выручка компании упала втрое, ее капитализация все еще в 10 раз ниже, чем на пике, а основатель Чжан Бансинь, потерявший \$11 млрд, в 2022 году возглавил составленный Forbes список миллиардеров, которые понесли самые крупные убытки, вместе с главой конкурирующей GSX Techedu Ларри Сяндун Ченем. Другие пострадавшие — ATA Creativity Global (AACG), капитализация которой с 2021-го упала более чем в 30 раз, и TCTM Kids IT Education (TCTM), подешевевшая в 20 с лишним раз с 2018-го.

Китайский кейс охладил интерес инвесторов к EdTech. Обвал его котировок убедительно доказывает необходимость с осторожностью оценивать перспективы сектора, система регулирования которого еще не устоялась.

Учеба на миллион

Главным драйвером развития EdTech был и остается технологический прогресс. WEF прогнозирует, что к 2027 году исчезнут 83 млн рабочих мест, а создано будет лишь 69 млн. Компании сообщают, что шести из десяти их работников нужно дополнительное обучение. На сегодня четыре из десяти самых распространенных профессий

в США не требуют специального образования, но во второй половине XXI века найти такую работу станет сложнее. Образование будет меняться, следуя за трендами в бизнесе и экономике. Невозможно одновременно создать физическую инфраструктуру для обучения 83 млн новых студентов. Подобно тому как банки закрывают отделения, перенося операции в режим онлайн, так и учебные заведения будут наращивать мощности для дистанционного обучения.

Недостаток частного и государственного финансирования, ограничения регуляторов, безусловно, будут сдерживать развитие сектора. Но растущий спрос, который не смогут удовлетворить традиционные школы, колледжи и университеты, останется стимулом для развития онлайн-образования.

Рискованные инвестиции

В США торгуются бумаги 43 эмитентов из индустрии образования. Крупнейший — ставшая публичной в середине 2000-х китайская New Oriental Education & Technology Group (EDU). Ее рыночная капитализация — \$11,3 млрд, и это лидер по темпам роста выручки: +43% за последний год. На втором месте — американская Grand Canyon Education (LOPE), которая в несколько раз меньше по капитализации и по выручке.

Восемь самых крупных публичных EdTech-компаний за прошлый год заработали \$18 млрд (64% от выручки всех торгуемых на бирже игроков сектора). Их совокупная прибыль превысила \$1 млрд. Но около половины компаний сегмента получили убыток. По данным FinViz.com, в индексе S&P 500 лишь 30 эмитентов с отрицательной рентабельностью. Пока совсем небольшое число проектов в EdTech может похвастаться маржей собственного капитала выше 10%.

Наилучшую динамику финансовых показателей демонстрируют компании, освоившие модель «амазонизации» бизнеса — создания площадок, где свои курсы продают известные университеты и компании. Так, Coursera (COUR) и Udemy (UDMY) с момента IPO в 2021 году увеличивают выручку двузначными темпами. Но маркетплейсы начинают приносить прибыль лишь по достижении определенной доли рынка, а до этого большинству игроков далеко. Udemy, по данным bsense, занимает в индустрии меньше 5%. И даже упомянутые популярные площадки пока не достигли точки безубыточности.

Пожалуй, самый известный в сфере языкового образования проект Duolingo (DUOL), как и Coursera с Udemy, вышел на биржу в 2021 году, но, в отличие от них, сумел восстановиться после схлопывания EdTech-пузыря. Выручка сервиса несколько лет растет на 40–50% г/г, ежемесячная аудитория превысила 100 млн человек, а в прошлом году компания вышла в прибыль. В то же время конверсия платной аудитории относительно невысока — порядка 8%. Но бесплатные пользователи тоже приносят доход: около 9% совокупной выручки Duolingo генерирует за счет рекламы. Сегодня ее капитализация превышает \$8 млрд при оценке на IPO около \$3,7 млрд. 📈

Средняя стоимость обучения за 2023 год



*Средний рост стоимости обучения за последние 20 лет (реальная динамика с поправкой на инфляцию)

Источники: European Commission, Education Data Initiative, US Department of Labor, National Center for Education Statistics, Statistics Canada, Open Universities Australia

«Авторитет, построенный на лжи, не лучшая идея»



Филиппа Перри, британская психотерапевт и автор книги «Как жаль, что мои родители об этом не знали (и как повезло моим детям, что теперь об этом знаю я)», о преимуществах финансового поведения и главных уроках для родителей

Фото: личный архив Филиппы Перри

Что бы вы назвали самым сложным в родительстве?

Самое сложное в родительстве — понять, движет вами любовь и понимающее начало или ваши неврозы. Последнее не так просто заметить, потому что они могут наследоваться из семьи, проистекать из общественных ожиданий или укореняться в культуре, — и их сложно отличить от своей человеческой природы.

Если бы нужно было дать один ключевой совет родителям, каким бы он был?

Самый важный совет: берегите свои отношения с детьми. Родителю недоброе поведение может сойти с рук: ребенку все равно нужна будет родительская связь. Но не стоит эксплуатировать эту власть и влияние. Если вам кажется, что проблема в ребенке, обратитесь к своим отношениям с ним. Именно там вы найдете ответ. Родитель должен быть тем, кому ребенок может довериться, а не тем, от кого сбегает или кому привычно врет (все дети иногда обманывают). Довериться вам ребенок сможет, если будет знать вас как надежного, безопасного человека.

В своих работах, рассказывая о детском развитии, вы подчеркиваете важность гибкости. Как помочь ребенку быть более гибким?

Если ригидным* будете вы, этому же научится ваш ребенок. То же и с гибкостью. Под ригидностью я подразумеваю, что вы цепляетесь за правила, сформированные в прошлом, под гибкостью — способность реагировать на обстоятельства здесь и сейчас. Я не призываю отказываться от правил! Это ведет к хаосу. Но, если, например, родитель из-за негативного опыта научился не доверять людям, он может транслировать жесткое негласное правило: «Доверять никому нельзя» — вместо более «сложносочиненного» поведения, где ты реагируешь на людей в зависимости от того, каковы они в текущем моменте.

Вы нередко упоминаете важность признания родителями своих ошибок. Но не может ли это подорвать родительский авторитет?

Все мы время от времени ошибаемся. Мы можем заблудиться в том, в чем прав ребенок. Настаивая на своей

правоте, мы нарушаем формирование качеств ребенка — тех, которые его защищают. Когда мы учимся говорить: «Я был не прав», — мы показываем, что ошибаться нормально, промахи не приводят к всепоглощающему стыду. Мы должны говорить детям правду. Авторитет, построенный на лжи, не лучшая идея.

Когда стоит учить детей финансовой грамотности и как это делать?

Мы перенимаем отношение наших родителей к деньгам еще до того, как начинается какое бы то ни было формальное обучение. Если вы, не будучи экономным человеком, попытаетесь научить ребенка бережливости, он, скорее всего, будет повторять ваши действия, а не следовать вашим советам.

У всех есть свои убеждения относительно денег, и они имеют свойство «передаваться по наследству». Родители всегда говорили мне: «Не трать капитал, трать только проценты и всегда откладывай часть своего дохода». Думаю, они передали это с молоком матери! Сегодня, если я хочу нарушить их правила, мне приходится прилагать немало усилий, чтобы преодолеть эти старые установки. Есть семьи, где деньги сразу тратят. Дети усваивают установки родителей. Лучшее, что можно сделать для ребенка во всех сферах жизни, — быть для него примером.

Вы советуете родителям не играть с детьми в «теннис фактов», а апеллировать к своим эмоциям и чувствам. Применимо ли это в финансовой сфере?

Научиться распознавать чувства, не скрывать их за надуманными фактами — это и есть обучение эмоциональному интеллекту. Давайте рассмотрим это в финансовой плоскости. Допустим, вы замечаете, что ребенок тратит все свои деньги и ничего не сберегает. И, возможно, не хотите, чтобы он так поступал. Скажите: «Меня тревожит, что ты совсем не откладываешь деньги. Я беспокоюсь, что, если возникнет непредвиденная ситуация, ты с ней не справишься». Ребенку легче услышать и принять к сведению это, чем: «Ты не должен тратить все деньги, потому что это неразумно».

*Ригидность — неспособность адаптироваться к новым условиям, идти на компромисс или менять свою систему взглядов и убеждений

Как накопить ребенку на Гарвардский университет

~\$422 тыс.
средняя стоимость четырехлетнего обучения через 18 лет



Обучение в Гарвардском университете базируется на одной из лучших в мире образовательных программ. Профессора — это ведущие ученые. Среди его выпускников — лидеры бизнеса и политики, науки и технологий

Оплатить учебу вашего ребенка в Гарварде позволят грамотные инвестиции. Аналитики Freedom Finance Global составили два инвестиционных портфеля с разными уровнями риска, рассчитанных на достижение финансовой цели в течение 18 лет, а также определили ежемесячные суммы инвестиций как при наличии стартового капитала в \$20 тыс., так и без него



● акции

Портфель акций

Состав: ETF на индексы S&P 500 и Dow Jones, дивидендные компании, эмитенты «роста» и «качества». Движения акций зависят от экономических циклов и подвержены глубоким коррекциям во время рецессии. Однако на долгосрочном горизонте эти риски минимизируются



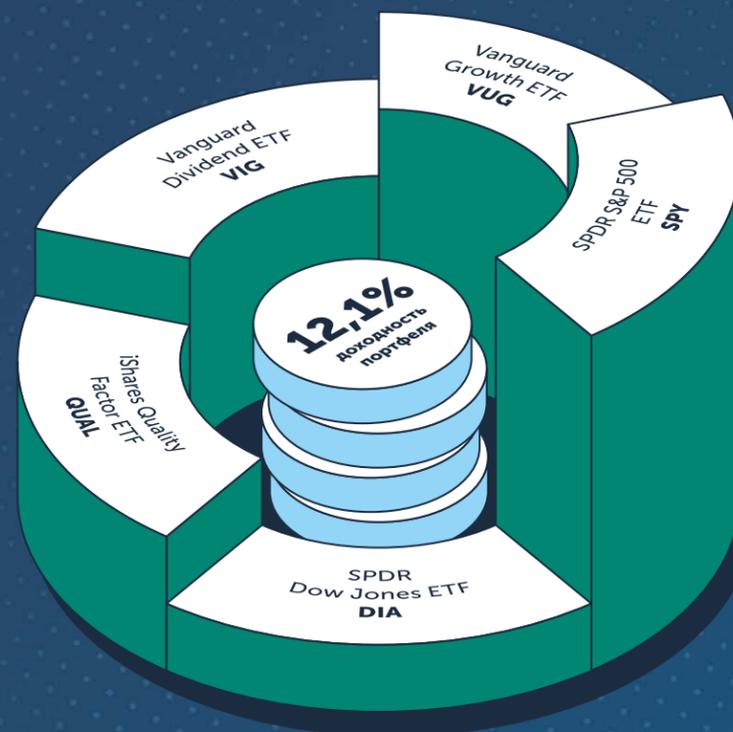
● акции
● облигации

Смешанный портфель

Состав: ETF на акции, волатильность которых компенсируют биржевые фонды из государственных и корпоративных облигаций с инвестиционным рейтингом, высокодоходные долговые инструменты, бонды развивающихся стран

Источник: анализ Freedom Finance Global

Портфель акций



Без накоплений, ежемесячный взнос \$ 551

\$119 тыс.*

Вложения за 18 лет

\$303 тыс.

Прибыль

С капиталом \$20 тыс., ежемесячный взнос \$ 323

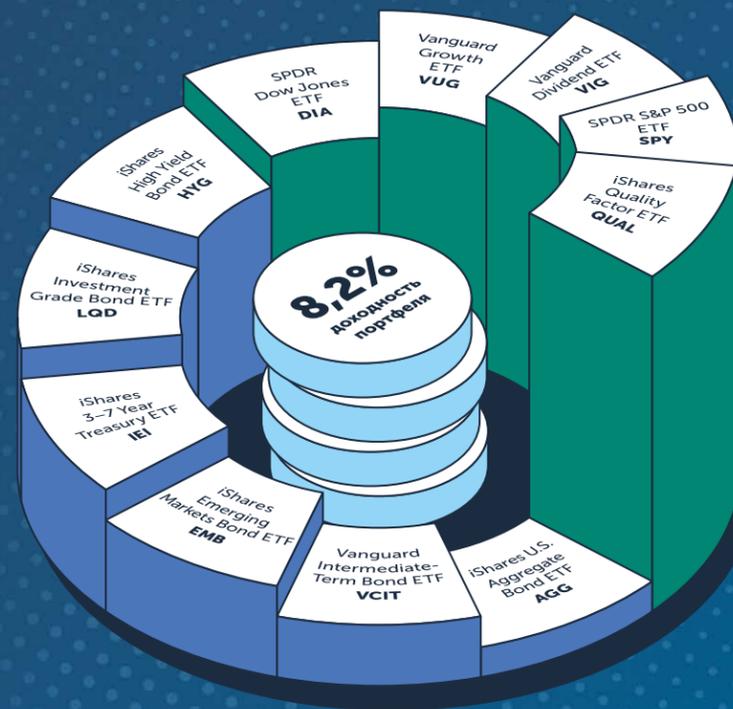
\$70 тыс.

Вложения за 18 лет

\$332,5 тыс.

Прибыль

Смешанный портфель



Без накоплений, ежемесячный взнос \$ 860

\$186 тыс.

Вложения за 18 лет

\$236,5 тыс.

Прибыль

С капиталом \$20 тыс., ежемесячный взнос \$ 683

\$147,5 тыс.

Вложения за 18 лет

\$255 тыс.

Прибыль

*Результаты расчетов были округлены

Инструкция по применению

Как научить ребенка грамотно
распоряжаться финансами



Ернар Садыков,
финансовый советник
Freedom Broker,
Караганда

Финансовая грамотность, то есть понимание принципов планирования и управления денежными ресурсами (активами и пассивами), — ключ к благополучному материальному положению. Чем раньше ребенок осмыслит базовые экономические идеи, тем лучше для его самостоятельной жизни. С чего начать и как помочь детям сориентироваться в мире денег?

Хочу все знать

- ✔ **Вырабатываем мотивацию.** Первоочередная задача — развить интерес к теме и объяснить важность финансовой грамотности. Не секрет, что стимулировать ребенка осваивать новое — задача не из легких. Лучше всего подойти к вопросу креативно. Можно начать с увлекательных рассказов о финансовых успехах известных людей или поделиться личным опытом. Еще вариант — совместные занятия в кругу семьи и друзей. Это и просмотр тематических фильмов, и чтение книг, и настольные игры, например LibertEX, «Денежный поток» и «Экономикус». Можно также вдохновляться готовыми материалами. Так, у Бюро финансовой защиты потребителей США есть серия коротких рассказов для детей Money Monsters, в которой симпатичные инопланетяне разбираются, как накопить на велосипед или сколько стоит содержание питомцев.
- ✔ **Даем представление о разумных сбережениях.** Важно, чтобы ребенок понял: отказ от исполнения сиюминутного желания может обернуться большой выгодой в будущем. Нужно объяснить разницу между бесконтрольным потреблением и сохранением средств для достижения долгосрочных целей. Чтобы развить у младших членов семьи такие навыки, стоит привлекать их к составлению бюджета и управлению им. Покажите, на что тратятся деньги, и объясните, почему важно часть средств откладывать.
- ✔ **Объясняем общие принципы и концепции.** В зависимости от возраста важно сформировать у ребенка представление о таких понятиях, как сбережения, долг, инфляция, доходность, инвестиции. Необходимо объяснить, почему деньги, вложенные в какой-либо финансо-

вый инструмент, пусть даже это будет обычный банковский депозит, полезнее, чем деньги в копилке.

- ✔ **Хранить нельзя — инвестировать!** Финансово грамотный человек ставит перед собой долгосрочные материальные цели — накопить на образование, жилье, путешествия и многое другое. Сформировать у ребенка такой взгляд на деньги поможет рассказ взрослого о своем опыте, о победах и неудачах. Также интересно будет завести совместный с дочерью или сыном счет и превратить операции по нему в своего рода игру. Важно объяснять, какие финансовые инструменты вы покупаете или продаете, и почему. Поощряйте первые шаги подростка: можно отмечать «дни рождения» счета, отпраздновать первый заработок, купонный доход или первые дивиденды. Будьте честными с ребенком: не нужно его пугать, но стоит как можно доходчивее рассказать о рисках, связанных с вложениями в те или иные активы.
- ✔ **Учим не бояться рисковать и ошибаться.** Современный мир полон неопределенностей, вызовов, угроз, но и щедр на возможности. Все это справедливо и для сферы финансов. Стоит объяснить ребенку, что человек, осознанно взвешивающий все за и против, имеет больше шансов достичь успеха, что в основе принципов инвестирования лежит корреляция между риском и потенциальной доходностью. Иногда ради высокой прибыли стоит и рискнуть.

Шаг за шагом

Определенные представления о мире денег хорошо бы сформировать у ребенка еще в дошкольном возрасте. Исследователи из Мичиганского университета показали, что в лабораторных экспериментах уже у пятилеток различается эмоциональная реакция на расходы, и это влияет на то, как легко они расстаются с деньгами или сберегают. Однако важно понимать, что эффективность обучения напрямую зависит от возраста вашего «ученика», его когнитивных способностей и уже имеющихся знаний. Для понимания основ финансовой грамотности вовсе не обязательно быть математиком, вполне хватит понимания того, что

такое целые и дробные числа, умения проводить базовые расчеты и операции с процентами. Выбирая уровень сложности семейных разговоров о финансах, можно ориентироваться на школьный курс математики.

В 7–11 лет дети изучают арифметику. На основе этих знаний они способны уяснить такие понятия, как цена и стоимость, деньги и их функции, разумное потребление и сбережения, товары и услуги.

- ✔ **Личные финансы и бюджет.** Важно сформировать у ребенка базовое понимание концепции бюджета и объяснить, зачем планировать личные расходы, доходы и сбережения.
- ✔ **Потребление.** Задача взрослого — научить юного покупателя разумно тратить деньги, отличая то, что ему действительно нужно, от желания удовлетворить минутный каприз.
- ✔ **Цены и ценообразование.** Помогите понять, как формируется цена тех или иных товаров и услуг. Можно объяснить это на примере игрушки или лакомства, рассказав о технологии их изготовления. Например, представить, будто вы с ребенком решили открыть шоколадную фабрику. Можно рассказать, какие ингредиенты закупают для производства и какие еще типы расходов формируют ту конечную стоимость, которую дети потом видят в магазине.

В средней школе (12–15 лет) стоит сфокусироваться на более сложных понятиях и навыках. Школьный курс математики без больших трудностей позволит их освоить — например, научиться читать графики и диаграммы.

- ✔ **Личные финансы и бюджет** из отвлеченных понятий превратятся в ценный практический навык, если предложить ребенку помочь родителям с управлением денежными доходами семьи.
- ✔ **Кредиты и депозиты.** Знание об этих основных банковских продуктах — необходимая база. Каждому нужно понимать, как работают взаимоотношения клиента с финансово-кредитными организациями, как и когда лучше всего зарабатывать проценты по вкладу, что нужно учитывать, чтобы возврат заемных средств банку не стал проблемой.



Об опыте советника Freedom Finance Global Игоря Ключенева по составлению инвестиционного портфеля для сына и знакомству его с миром финансов читайте на стр. 38.

- ✔ **Инфляция.** Чтобы на пальцах объяснить суть этого явления, стоит заинтересовать ребенка динамикой цен на интересные ему товары и на то, как их удорожание приводит к обесценению денег, если недальновидно хранить их в копилке. Так можно на простом примере познакомить подростка с концепцией «деньги делают деньги».
- ✔ **Налоги.** Примеры из повседневной жизни позволяют раскрыть цели сбора средств в госказну, также можно в общих чертах рассказать будущему налогоплательщику о разных системах налогообложения.
- ✔ **Инвестиции.** Дайте представление о разных финансовых продуктах — акциях, облигациях, недвижимости, о рисках и доходности. Здесь важно подчеркнуть связь между прибыльностью и риском. Но главное в этом пункте — практический опыт, который поможет подогреть интерес и легче освоить новые знания. Можно использовать симуляторы торгов на фондовых рынках или игры либо показать ребенку, как делать первые шаги в инвестициях, на собственном примере.
- ✔ **Валюты мира.** Денежные единицы разных стран — очень увлекательная для подростков тема, даже вне привязки к изучению финансовой грамотности. Расскажите про валюту вашей страны и иностранные денежные единицы. Объясните простыми словами, что такое валютный курс и почему он колеблется.
- ✔ **Безопасность.** Ребенок обязательно должен научиться отличать реальные проекты от мошеннических. Для начала стоит объяснить ему, как важно самостоятельно перепроверять и анализировать информацию перед принятием важных решений, чтобы не стать жертвой обмана. Подросткам можно предложить онлайн-курсы о том, как вычислять опасные финансовые схемы.

Выпускникам школы и первокурсникам (возраст примерно 16–18 лет), своевременно получившим вышеперечисленные знания, будет интересно углубиться в мир инструментов фондового рынка. Самостоятельно или с помощью квалифицированного взрослого молодые люди могут разобраться, что такое фьючерсы, опционы и другие производные инструменты, а также узнать подробнее о том, как на них можно зарабатывать.

Знание — сила

Опрос финтех-провайдера Greenlight в США показал, что для подростков именно семья — главный источник финансовой информации, которому они доверяют: родители в этом отношении заметно опережают и школу, и соцсети. Чтобы ребенок ориентировался в мире финансов, необходимо своевременно привить ему интерес к этому вопросу, разъяснить базовые понятия и помочь сделать первые шаги к финансовой самостоятельности. В условиях стремительно меняющегося мира, геополитической и экономической турбулентности нужно обладать не только знаниями, но и гибкостью мышления, а также не бояться ошибок. Для последнего особенно важен опыт: образно говоря, опытный воин — это обычно воин со шрамами. 🛡

Учим финчасть

Что читать подросткам, чтобы узнать
побольше об экономике и финансах



Наталья Мильчакова,
ведущий аналитик
Freedom Finance Global

Десять лет назад Организация по экономическому сотрудничеству и развитию опубликовала отчет о первом международном тестировании по финансовой грамотности среди 15-летних подростков. Оно выявило явный дефицит знаний: менее 10% участников показали баллы в верхнем диапазоне оценок. Нельзя сказать, что со временем ситуация улучшилась. В аналогичных испытаниях, проведенных в 2024-м, высокий результат продемонстрировали только 11% опрошенных. Хотя подростки все чаще открывали банковские счета и проявляли интерес к криптовалютам, большинство из них плохо понимало ключевые финансовые термины, а пятая часть с трудом вычисляла проценты.

Эта статистика показывает, почему посвящать детей в основы финансов стоит с раннего детства. К подростковому возрасту им важно понимать, что такое личное благосостояние, какие функции выполняют деньги, как вести бюджет, сберегать и умножать капитал. Согласно недавнему исследованию, проведенному среди американских тинейджеров в колледже Шамплейн, обучение старшеклассников финансовой грамотности в дальнейшем улучшает их кредитные рейтинги, снижает уровень просрочек и сокращает вероятность использования рискованных услуг. Помочь подросткам разобраться в непростых даже для взрослого экономических вопросах способна популярная литература. Вот несколько примеров книг по финансам, написанных доступным языком.

Активная позиция

Нашумевший бестселлер Роберта Кийосаки «Богатый папа, бедный папа» впервые вышел из печати в США в 1997 году, и с тех пор — с учетом адаптированной версии для подростков — его издали более чем в сотне стран. Рассказчик сравнивает историю успеха отца своего друга, сколотившего состояние благодаря инвестициям и нестандартным бизнес-идеям, с жизненным путем собственного папы, который всю жизнь проработал за скромную зарплату. «Профессия позволяет оплачивать счета, но только свой бизнес может сделать вас богатым», — категоричен Кийосаки.

Проверено временем

«Экономический образ мышления» Пола Хейне в 1991 году выпустили одновременно в США и в странах с переходной экономикой, в том числе в Советском Союзе. Это произведение быстро стало культовым, выдержав более десятка переизданий. На первый взгляд работа Хейне может показаться просто учебником по экономической теории, но она предназначена для широкой аудитории и позволяет с помощью примеров и задач перестроить свой образ мышления на «экономический» — понять, как люди находят консенсус между противоположными интересами, и освоить базовые понятия: спрос, предложение и рыночное равновесие.

Полезные разговоры

«Если не можешь объяснить экономику понятным молодым людям языком, значит, ты сам в ней ничего не смыслишь», — пишет бывший министр финансов Греции Янис Варуфакис в предисловии к своим «Беседам с дочерью об экономике». Как устроены рынки и в каких ситуациях необходимо регулирование, он действительно объясняет в форме ответов на вопросы своей 13-летней дочери. «Беседы» — отличная возможность получить базовые представления об экономике и избавиться от бытовых стереотипов о ней. Несмотря на небольшой объем, книга полна ярких примеров и затрагивает темы из политологии, географии и истории. И, хотя автор обращается к взрослым вопросам экономики и политики, читать Варуфакиса очень легко.

Задел на будущее

Продвинутые подростки в наши дни получили возможность самостоятельно инвестировать через различные популярные интернет-платформы. По данным опроса, который инвестиционная группа Fidelity провела в 2024 году среди американских школьников 13–17 лет, около четверти из них вкладывались в ценные бумаги. Может быть, после прочтения какой-то из упомянутых нами выше книг окажется, что и рядом с вами взрослеет успешный инвестор или предприниматель. 📈

CALL. PUT. CALL. PUT. CALL. PUT.
CALL. PUT. CALL. PUT.
ТОРГИ ОПЦИОНАМИ
CALL. PUT. CALL. PUT. CALL.
ДЛЯ РОЗНИЧНЫХ ИНВЕСТОРОВ
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

16+

РЕКЛАМА



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. **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



Карманные деньги 2.0

Какие продукты финансовая индустрия предлагает подросткам

Опрос родителей с детьми от трех до 18 лет, проведенный в Великобритании интернет-компанией по исследованию рынка YouGov, показал: современные дети — первые «коренные жители» мира цифровых денег. 43% респондентов переводят средства на карманные расходы ребенка в электронном виде, а юноши и девушки после 16 получают от родителей средства на карту в 62% случаев.

Финансовые организации все активнее адаптируют продукты для детей и все чаще видят в них аудиторию, работая с которой, можно и соответствовать социально значимой повестке, и увеличивать кросс-продажи. Данные TransUnion и T. Rowe Price, вышедшие во второй половине 2010-х, указывали на то, что у 15–20% американцев в возрасте от восьми до 17 лет есть банковская карта и большинство из них пользуется ею хотя бы раз в неделю. По оценке Statista, примерно 40% жителей США, которым было от восьми до 14 в 2022 году, имели сберегательные счета.

Новая волна

История детских кредитных и дебетовых карт началась в нулевые. Одним из первых известных продуктов, ориентированных на эту аудиторию, оказался Visa Vuxx — предоплаченный инструмент для американских тинейджеров. Открывали и пополняли карту родители, они же могли отслеживать изменения баланса и устанавливать лимиты, а операции осуществляли дети. Продукты на базе этой платежной системы предлагали Bank of America, Capital One и US Bank. По задумке Visa, карты Vuxx должны были поощрять подростков ответственно расходовать средства. Компания параллельно предлагала поучаствовать в онлайн-викторине, призванной помочь детям освоить основные понятия, связанные с ведением бюджета и постановкой финансовых целей.

Сегодня новые карты Vuxx уже не эмитируются американскими банками, однако множество финансовых организаций предлагают различные продукты для детей. Это в основном дебетовые или предоплаченные карты. Кредитки в Соединенных Штатах выдаются только с 18 лет. Единственная возможность обеспечить для ребенка до-



Виктор Кан,
старший персональный
менеджер Freedom Broker

ступ к заемными средствами — это дать ему пользоваться картой родителя. Впрочем, такая опция есть не во всех банках. Это ограничение означает отсутствие возможности с ранних лет формировать положительный рейтинг заемщика, который в дальнейшем мог бы облегчить доступ к различным кредитным продуктам.

Дебетовые карты, которые выпускаются для детей от 12 лет, часто предполагают различные ограничения и запреты. Предоплаченный «пластик» некоторые банки предлагают малышам уже с пяти лет, счет в этом случае привязывают к аккаунту мамы или папы. У таких продуктов есть преимущества:

- ✓ Родители могут настраивать регулярные пополнения в рамках их бюджета и устанавливать ограничения на то, где и сколько их чадо может потратить или снять в банке, а также получать оповещения о транзакциях.
- ✓ Ребенок пользуется собственной картой для оплаты покупок как в офлайн-магазинах, так и в интернете, а решение об одобрении или отклонении операции принимает взрослый.

Некоторые кредитные организации сопровождают выпуск детских карточек обучающими материалами, чтобы создать дополнительную ценность таких финансовых продуктов. Для привлечения внимания маленького клиента «пластик» часто кастомизируют — выпускают карты с известными кино- или мультперсонажами, а также в коллаборациях с популярными у подростков личностями.

Нередко банки выплачивают процент на остаток на протяжении периода действия карточного продукта для вкладчиков самого юного возраста. Однако высоким этот процент, как правило, не бывает. Стандартный уровень ставки в рамках подобных предложений — около 0,1%. Есть провайдеры, готовые предложить более высокую доходность на остаток по детскому вкладу, но обычно это возможно при выполнении некоторых условий, да и в этом случае профит зачастую едва перекрывает инфляцию.

В Казахстане во Freedom Bank для клиентов от пяти до 18 лет можно оформить Power Card — мультивалютную карту в тенге, долларах, евро и рублях. Для родителей предусмотрена возможность без комиссии пополнять баланс сче-

та, отслеживать расходы ребенка и аналитику по ним через свое мобильное приложение, устанавливать лимиты и блокировать отдельные категории платежей. Можно давать детям задания, за которые они потом получают вознаграждение, например, предлагать им сделать уборку или прочесть книгу. Для маленьких пользователей предусмотрен анимированный инструктаж с объяснением, как пользоваться приложением. За покупки начисляется кешбэк. Еще можно учить ребенка сберегать средства. Депозит «Копилка» позволит отложить средства на то, чтобы осуществить какую-нибудь мечту. Юный клиент может выбрать из двух вариантов дизайна и получить «пластик» в стилистике банка или с героями вселенной DC. Оформить заявку и выпустить цифровую карту можно в приложении Freedom Super App. Открытие, обслуживание, выпуск и доставка пластиковой карты по Казахстану осуществляется бесплатно.

Почти три четверти (73%) детей в возрасте от 9 до 11 лет в Великобритании уже приобрели привычку откладывать деньги

Уроки инвестиций

Среди финансовых продуктов для детей в США отдельно стоит выделить инвестиционные. Брокерский счет кастодиального типа (UGMA/UTMA) открывается для несовершеннолетнего инвестора и, как правило, управляется родителями или опекунами в его интересах. Это способ на практике познакомить детей с фондовым рынком и финансовым менеджментом, повышая их шансы на успешные инвестиции в будущем.

Открытый на имя ребенка инвестиционный счет контролируется взрослым до достижения его держателем совершеннолетия — 18 лет или 21 года, в зависимости от законов штата. Как только активы зачисляются на депозит, они безоговорочно принадлежат его юному держателю, управляющий не может снимать средства для личного пользования.

Доходы от операций по такому счету облагаются налогом, но ставка может быть ниже, чем у доверенного лица, из-за налогового статуса несовершеннолетнего. В частности, могут применяться правила «детского» налога, который по своей сути не связан с трудовой деятельностью. Им облагается доход, полученный любым человеком до 18 лет или находящимся на иждивении студентом дневного отделения в возрасте до 24 лет. Введенный в рамках Закона о налоговой реформе 1986 года, он устроен таким образом, чтобы родители не могли регистрировать инвестиции на имя детей с целью избежать уплаты собственных налогов. Порог этих сборов ежегодно корректируется с учетом инфляции. В 2024 году для целей деклараций, которые американцы сдают в 2025-м, нетрудовые доходы, превышающие \$1,3 тыс., облагаются по минимальной, «детской» ставке 10%, а с сумм, превышающих \$2,6 тыс., налог взимается по ставке опекуна, которая может достигать 37%. Некоторые брокеры, например Charles Schwab и Ally Bank, не берут регулярную комиссию и не ограничивают клиента

в минимальной сумме внесенных средств. Кроме того, существуют сберегательные планы с налоговыми льготами, предназначенные для стимулирования накопления средств на оплату образования в будущем.

Локальная специфика

В странах СНГ и Европы в отношении детских карточных продуктов и брокерских счетов работают в целом те же принципы, что и в Штатах. Детские кредитки с овердрафтом обычно не выпускаются. Дебетовые и предоплаченные карты в некоторых европейских странах, в том числе в Греции, Дании, Ирландии, Нидерландах, Португалии, Словении, Великобритании, Чехии, Швеции, Эстонии и на Мальте, можно выпускать без ограничений по возрасту. Практика открытия собственного «пластика», как правило, привязана к возрасту, когда гражданин получает паспорт.

Что касается детских брокерских счетов в странах СНГ, этот продукт из-за бюрократических трудностей только начинал свой путь к завоеванию популярности. Например, в России и Казахстане такой счет можно открыть с 14 лет: с этого возраста разрешается совершать сделки самостоятельно. Если ребенок младше, требуется участие его законных представителей, причем на каждую операцию необходимо получать разрешения органов опеки. В Европе инвестиционные счета для несовершеннолетнего клиента открывают только в рамках накопительного плана. Режим налогообложения доходов варьируется в зависимости от страны. Например, в Великобритании ISA (индивидуальные сберегательные счета) для несовершеннолетних не облагаются налогом на рост цены активов и доход. В Германии к процентам по сберегательным счетам для юных вкладчиков, как правило, применяются те же принципы и правила, что и для взрослых, но часто с более низкими пороговыми значениями для необлагаемого дохода. Такие инструменты вряд ли представляют для ребенка ту же ценность в плане повышения финансовой грамотности, как тот или иной «пластик».

75% американцев от 13 до 20 лет не уверены в своих знаниях о личных финансах, 73% хотели бы изучить эту тему глубже

Осознанное потребление

Подводя итоги, подчеркнем, что детские банковские карты и прочие финансовые продукты стали полезным инструментом для обучения детей обращению с деньгами в рамках подготовки ко взрослой жизни. Они позволяют контролировать расходы и помогают формировать ответственное отношение к финансам. Однако перед тем, как оформить карту или счет, важно внимательно изучить все условия, учесть возраст и потребности ребенка. Также нужно быть готовым к возможным рискам. Успех в обучении финансовой грамотности зависит не только от правильного выбора банковского продукта, но и от постоянного взаимодействия с ребенком и совместного обсуждения всех связанных с деньгами вопросов.

Инвестиции для детей

Как с помощью инвестпортфеля создать для ребенка финансовую подушку и открыть для него основы биржевой торговли



Игорь Ключнев,
советник,
Freedom Finance Global

Время — главная ценность для инвестора. Незначительные регулярные низкорисковые вложения через пару десятилетий могут превратиться во внушительную сумму и создать финансовую базу для ваших детей, которая очень поможет им войти во взрослую жизнь. В день, когда родился мой сын, я открыл отдельный брокерский счет, положил на него деньги и купил некоторые акции. Теперь этому портфелю более 11 лет. Ниже я подробнее расскажу об этом опыте.

Как все начиналось

Самый простой способ инвестировать в будущее детей — покупать ценные бумаги на собственный брокерский счет. Активы с него можно перевести на ребенка, когда он достигнет совершеннолетия, или оставить ему счет в наследство. В рамках этой стратегии весной 2013-го я купил несколько акций ETF (торгуемого на бирже фонда) на индекс Dow Jones 30*, который в среднем за год за более чем столетнюю историю прибавляет порядка 10%.

Я не составлял портфель самостоятельно, а одной сделкой купил уже готовый, заплатив брокерскую и биржевую комиссию один раз и тем самым сократив свои издержки. К слову, комиссия управляющих — лишь 0,2% в год от величины фонда.

Управляя позициями

Далее в среднем дважды в год я вносил дополнительную сумму на свой счет и покупал те же самые акции фонда на индекс Dow Jones 30 по текущей на тот момент цене. В феврале 2020-го, когда началась коррекция на фоне пандемии, я продал эти активы. За это время портфель подорожал на 45%, еще около 9% мне принесли дивиденды. За неполные семь лет доходность составила примерно 54%, или около 7,5% в год. Это ниже исторической средней по Dow Jones 30, но выше процента по депозитам в валюте.

Диверсификация в помощь

В феврале 2020-го я решил добавить в наши с сыном портфели ETF на сектора, которые, по моим расчетам, на горизонте пары десятилетий будут расти, в среднем опере-

жая широкий рынок. Это были биржевые фонды на сектора биотехнологий, кибербезопасности и солнечной энергетики**. ETF на индекс Dow Jones 30 я заменил фондом, повторяющим состав S&P 500***. Так в портфель вошли четыре подобных инструмента. В итоге мои расходы на комиссию управляющим повысились примерно до 0,5% в год. Больше издержек стало и при совершении сделок. Впрочем, относительно общего размера портфеля затраты остались небольшими. За прошедшие четыре с половиной года его доходность составила около 35%, а дивиденды — еще около 2%. Средняя доходность превысила 8% в год.

Открывая мир инвестиций

Заведенный для детей инвестиционный счет удобно использовать для их ознакомления с инвестициями. Я уже несколько раз беседовал с сыном о фондовом рынке, но пока эти разговоры служат для него хорошим снотворным, не более. И все же я замечал некоторый интерес, когда заводил речь о Minecraft, которая принадлежит Microsoft (MSFT), или о росте акций The Walt Disney Company (DIS) после выхода его новых мультфильмов. Уверен, в дальнейшем вовлеченность появится, и тогда, думаю, нам будет интересно составить часть портфеля совместно. Буду стараться понятно объяснять, почему выбираю определенный фонд или компанию. Также стоит открыть одну-две позиции на основе собственных идей ребенка. Каким бы ни был результат, при регулярной практике молодой человек узнает, что такое риск и для чего нужна диверсификация. На личном портфеле пережить колебания рынка, почувствовать циклы подъема и падений — это совершенно бесценный опыт.

Инвестиции длиною в жизнь

Легендарный инвестор Уоррен Баффет впервые купил акции, когда ему было 11 лет. На мой взгляд, практика со столь юного возраста помогла ему осознать силу долгосрочных вложений. Именно поэтому Баффет регулярно подчеркивает, что пассивные инвестиции в фонд S&P 500 не требуют гениальности: это попутный ветер американской экономики, который доступен любому инвестору, и его стоит использовать. 

*SPDR Dow Jones Industrial Average ETF Trust (DIA)

**SPDR S&P Biotech ETF (XBI), Amplify Cybersecurity (HACK), Invesco Solar ETF (TAN)

***SPDR S&P 500 ETF Trust (SPY)

Молодо-зелено

Как интернет ускорил путь предпринимателей к миллиардам



Юрий Смирнов,
старший персональный
менеджер Freedom Finance
Global

В последние десятилетия истории успеха молодых людей неразрывно связываются в общественном сознании с возможностями, которые принесли с собой инновации. Предприниматели, зачастую совсем юные, добиваются впечатляющих финансовых результатов, сделав себе имя в таких областях, как технологии, социальные медиа, финансы и индустрия развлечений. Их пример вдохновляет миллионы людей, выбирающих свой путь к достижению богатства и процветания.

Точных и надежных данных о числе молодых миллионеров и миллиардеров нет, поэтому представить исчерпывающую картину этого явления невозможно. В то же время СМИ регулярно освещают истории финансовых взлетов инфлюенсеров и предпринимателей нового поколения, в том числе детей. В список Forbes Top Creators 2023 был включен 13-летний Райан Каджи с доходом, оцененным в \$30 млн. Причем это не первое появление Райана в рейтинге: он дебютировал здесь в шестилетнем возрасте в 2017 году. Тогда мальчик заработал \$11 млн: родители снимали, как он делает обзоры на игрушки, и выкладывали ролики на YouTube. То, что начиналось как обычный видеоблог, выросло в целую медиаимперию с собственной линией игрушек, многосерийным шоу на Amazon Kids Plus и даже полнометражным фильмом, который, правда, провалился в прокате.

Старая закалка

До начала XXI века богатейшие люди мира чаще всего добивались этого статуса, работая в таких отраслях, как промышленность, недвижимость или финансы, а их путь к вершине занимал годы. Магнаты эпохи индустриализации Джон Рокфеллер и Эндрю Карнеги построили свои империи в нефтяной и сталелитейной индустриях. Рокфеллер начинал как помощник бухгалтера и инвестировал в нефтеперерабатывающий завод, что привело к созданию Standard Oil в 1870 году, когда Рокфеллеру было 30 лет. Через 20 лет доминирующее положение компании на рынке вынудило правительство США принять Акт Шермана — первый антимонопольный закон в истории страны. Карнеги в молодости работал в железнодорожной компании

Pennsylvania Railroad, и связи с ней пришлось кстати, когда Эндрю начал инвестировать в металлургию в возрасте 30 лет. Накопление капиталов у обоих титанов бизнеса было обусловлено стратегическими инвестициями, а также слияниями и поглощениями.

Эпоха интернета

В 2000-х началось быстрое развитие интернет-технологий и цифровых медиа, что во многом упростило и ускорило путь к богатству. Многие молодые миллионеры и миллиардеры сделали состояние на технологических стартапах или компаниях в цифровом пространстве.

Один из самых ярких примеров — Марк Цукерберг. Ему было 19 лет, когда в общежитии Гарвардского университета они с приятелями придумали Facebook. К 23 годам (в 2008-м) Марк уже вошел в список миллиардеров Forbes. Facebook (теперь Meta) стал публичной компанией в 2012 году с начальной оценкой \$104 млрд, заняв третью строчку в списке самых масштабных IPO после General Motors и Visa. Сегодня у Facebook более 3 млрд пользователей, рыночная капитализация Meta превышает \$1,3 трлн, а состояние самого Цукерберга Forbes оценивает в \$180 млрд.

Эван Шпигель, соучредитель Snapchat, приложения для обмена сообщениями с фото и видео, стал миллиардером, когда ему было 25. Его состояние на тот момент превысило \$2 млрд. Snapchat появился в 2011 году как учебный проект Шпигеля и его однокурсников по Стэнфорду Бобби Мерфи и Редди Брауна. Уникальная концепция приложения с исчезающими сообщениями пришлась по вкусу молодежи и сделала его крупной социальной платформой. По оценке Statista, во II квартале 2024 года у Snapchat было 432 млн активных ежедневных пользователей. Выручка компании в 2023-м составила \$4,6 млрд, хотя прибыли сервис пока не приносит.

Еще один пример раннего успеха — история Виталика Бутерина, создателя криптовалюты Ethereum и платформы, позволившей программистам делать приложения на основе блокчейна. Существенный вклад в развитие этой технологии уже к 19 годам принес талантливому айтишнику миллионы долларов.

Даже в случаях, когда созданный юным предпринимателем продукт не принадлежит к области высоких технологий, базу для роста ему обеспечивают именно они. Например, модель Кайли Дженнер использовала свою огромную аудиторию в соцсетях (только в Instagram на нее подписаны почти 400 млн человек) для прямых продаж косметики, входящей в ее линейку Kylie Cosmetics. Это позволило Кайли заработать миллиардное состояние уже в 21 год.

Современный путь к богатству

Большинство молодых богачей сегодня делают состояние именно так — в сфере технологий, стартапов, социальных медиа и электронной коммерции. YouTube, Instagram и TikTok предоставили подросткам и молодым людям возможность создавать контент для миллионов подписчиков. Будь то танцевальные видео, обзоры продуктов или комедийные скетчи, их можно монетизировать через партнерские программы, рекламу и спонсорские контракты. Так, Чарли Д'Амелио прославилась в 16 лет благодаря танцевальным видео в TikTok. У нее более 155 млн подписчиков. В 2022 году Д'Амелио возглавила список самых богатых тиктокеров Forbes, заработав \$17,5 млн на продажах одежды, созданной совместно с Hollister, шоу с ее участием на платформе Hulu и контрактах с Morphe и Dunkin' Donuts. В 2023 году она вошла в список Forbes Top Creators с такой же оценкой дохода. Еще один популярный способ заработка среди молодежи — создание и продажа товаров (от изделий ручной работы до цифровых продуктов) по всему миру через Etsy (ETSY), eBay (EBAY) и Amazon (AMZN). Здесь интересна история успеха Бена Фрэнсиса, который в 2012 году основал компанию Gymshark. Начав с продажи спортивной одежды через соцсети и другие онлайн-платформы, он со временем пре-

вратил Gymshark в глобальный бренд. По данным Forbes, к 2020-му компанию оценивали более чем в \$1 млрд, а ее выручка в 2023 фискальном году составила £556 млн (\$709 млн).

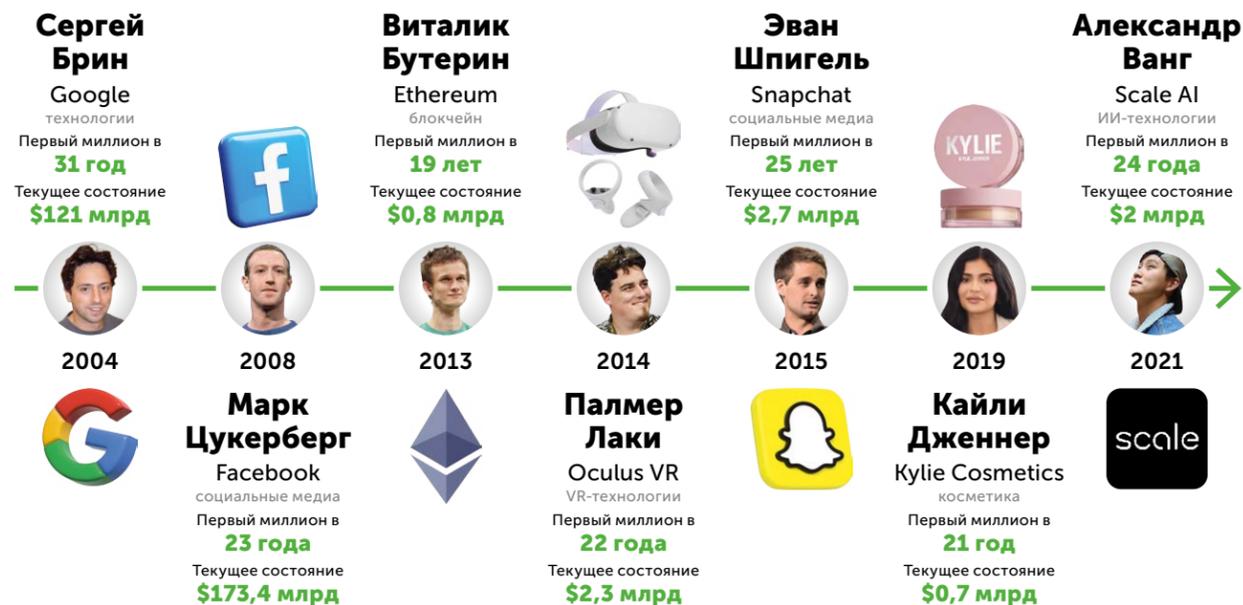
Доступность инструментов программирования тоже открывает двери в мир крупных состояний. Например, Ник Д'Алоисио разработал приложение Summly, которое генерирует краткое содержание новостных заметок, и продал его компании Yahoo за \$30 млн, когда ему было всего 17 лет.

Технологии продолжают стремительно развиваться, открывая перед юными предпринимателям новые возможности для создания успешного бизнеса с минимальными первоначальными инвестициями. Так, искусственный интеллект, по оценкам PWC, может принести до \$15,7 трлн в глобальную экономику к 2030 году. И это больше, чем совокупный объем ВВП Китая и Индии.

Базовые настройки

Для успешного старта в цифровую эпоху нужно сочетать инновационные идеи и технические навыки с финансовой грамотностью, понимать основы управления капиталом, принципы инвестирования и ведения бизнеса. Эти знания помогают не только эффективно распоряжаться доходами, но и формировать стратегию развития своего дела. Примеров, когда люди теряли состояние из-за неразумных отношений с финансами, множество. Достаточно вспомнить историю всемирно известного боксера Майка Тайсона. Заработав более \$400 млн за свою карьеру, в 2003 году он подал на банкротство из-за чрезмерных трат и услуг некомпетентных советников. Даже значительные доходы могут быстро исчезнуть, если неправильно ими распоряжаться. 🛡️

Миллионеры нового поколения: когда они заработали первый миллион



Источник: данные аналитиков Freedom Finance Global

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



16+
РЕКЛАМА

Лицензия АРРФР
№ 1.1.108 от 25.06.2024

Целевая аудитория

Специалисты из разных сфер бизнеса и науки советуют, как сориентировать детей в быстро меняющемся мире, чему их учить и как с пользой развлекать



Оксана Селендеева,

основатель и CEO международной школы программирования и дизайна для детей Cuddy

Основная цель школы Cuddy — предоставить детям возможности для освоения навыков программирования и дизайна и подготовить новое поколение к успешной карьере в мире технологий и инноваций.

Cuddy представлена в 24 странах мира и более чем в 180 городах, наша аудитория превысила 150 тыс., обучаться можно на русском и английском языке. Мы сотрудничаем с Эвотор и GlowByte, аккредитованы Microsoft, являемся сертифицированными эдьюкейторами* Google и Roblox и официальными эдьюкейторами гарвардского курса CS50 в России, а также сотрудничаем с ВМК МГУ. Рынок обучения детей программированию быстро развивается, так как спрос на ИТ-специалистов неуклонно растет. Повышается и востребованность курсов, ориентированных на получение умений и навыков работы с искусственным интеллектом, а также связанных с кибербезопасностью. Самые маленькие ученики Cuddy из младших классов изучают основы программирования, а ребята постарше работают над более сложными проектами и готовятся к поступлению в профильные вузы.

На сегодня сектор обучения детей программированию в странах СНГ проходит стадию активного роста, а на Западе этот рынок уже более зрелый. Там родители видят в обучении программированию обязательный элемент образования, тогда как на постсоветском пространстве это пока остается дополнительной опцией. Тем не менее интерес стремительно растет, и все больше людей осознают важность технического образования для будущего своих детей.



Акбота Садыкова,

амбассадор и куратор Freedom Camp
Freedom Camp — бесплатная школа финансовой грамотности для детей от 10 до 14 лет. Изначально офлайн-занятия проводились только в каникулы, но с появлением онлайн-платформы пройти обучение можно в любой момент. Про-

грамма включает в себя множество разнообразных тем — от самых базовых (что такое деньги и откуда они появились) до более сложных (инвестиции, налоги, профессии и тайм-менеджмент).

Каждый урок продолжительностью в несколько минут посвящен отдельной теме. Материал изложен простым и понятным языком, с примерами из жизни.

Вообще, наши курсы рассчитаны на подростков, но в прошлом году мы взяли на учебу восьмилетнего ученика, который поставил перед собой цель купить лошадь. И вот через два-три месяца после окончания курса он достиг этой цели собственными силами. Нам звонила его мама и благодарилась. И таких историй на самом деле много.

Мы планируем масштабироваться и расширить программу, а также внедрить новые технологии и методики. Наша цель — воспитать финансово грамотное поколение казахстанцев, которое сможет избежать многих ошибок, будет планировать бюджет и инвестировать в будущее. Понимание того, как работают деньги, развивает критическое мышление и предпринимательский дух, что может стимулировать инновации и экономический рост. В конечном счете финансово грамотное население — это основа процветающего государства.



Маргарита Зобнина,

профессор Высшей школы экономики, автор книг «Почти взрослые деньги», «Бизнес Teens»

Я бы предложила знакомить ребенка с идеями управления финансами еще до того, как у него начнут возникать вопросы на эту тему, чтобы он не обратился за ответами к непредсказуемым, а то и опасным источникам. Например, внедрить идею бюджета через еженедельное выделение средств на игрушки, сладости или спонтанные покупки, а идею финансового планирования — через возможность накопить или заработать, чтобы приобрести нечто желанное.

Избежать негативного опыта в будущем ребенку поможет понимание концепции полезности, альтернативных издержек, отличия расходов от инвестиций. Подростку будет можно объяснить, что такое игры с нулевой и ненулевой суммой.

Люди отлично учатся играя: мы социальные существа и лучше всего развиваемся во взаимодействии с другими. Помимо этого, стоит учить маленького человека наблюдению и рефлексии, выработать в нем привычку задаваться вопросами и находить ответы на них. Можно поразмышлять с ребенком, почему нарезанные фрукты в стаканчике дороже, чем немывтые развесные, почему мороженое на пляже стоит больше, чем в супермаркете, почему люди разных профессий зарабатывают по-разному, хотя их рабочий день длится одинаково. А затем вместе найти подтверждения своим догадкам в экономической теории.



Алексей Банников,

владелец бренда электроники для детей Prolike

Идея производить ориентированные на ребенка гаджеты появилась у нас девять лет назад, когда на рынке почти не было устройств, сочетающих развлекательную и обучающую функции. Мы решили занять эту нишу. При разработке продуктов компания учитывает, что ребенку сложно ограничивать время, которое он проводит с гаджетом. Вот почему во всех наших устройствах, где есть развлекательный контент, установлена функция «родительский контроль».

В наших гаджетах совмещаются технологичность, развлечения и образование. Яркий пример — игры для изучения английского языка. И в этом случае глубокое увлечение игрушкой скорее пойдет на пользу: чем больше играешь, тем больше учишься.

Наша основная задача — сделать продукт, который нравился бы детям и получил одобрение родителей, которые хотят для своих цветов жизни самого лучшего. А еще мы всегда заботимся о безопасности, используя новейшие технологии и экологичные материалы. Ремешки на часах сделаны из нетоксичного пластика, а яркость экрана устройства безопасна для зрения. Уровень звука в наушниках не превышает 85 дБ — в соответствии с рекомендациями ВОЗ.

Рынок детских игрушек, по прогнозам на 2024–2032 годы, продолжит устойчивый рост. Мы видим эти тренды и в своем бизнесе, и по России в целом.

Что касается влияния на бизнес демографических волн, то пока мы его не ощущаем и продолжаем активно развиваться в выбранном направлении.



Андрей Давидюк,

генеральный директор компании «Моторика»

Наша компания делает для малышей от двух лет протезы с индивидуальным дизайном, красочным покрытием и изображениями их любимых героев. В раннем возрасте ребенок воспринимает протез как функциональную игрушку, но со временем он становится для него незаменимым в быту инструментом. Также мы

продолжаем работать над «очувствлением» нашей продукции и уже научились с помощью электростимуляции снижать до 80% фантомных болей у пациентов, лишившихся конечностей. В июне 2024 года мы заключили с Федеральным центром мозга и нейротехнологий ФМБА России соглашение о создании Центра кибернетической медицины и нейропротезирования, который будет создавать нейростимуляторы, нейропротезы, роботизированные устройства и экзоскелеты.

В 2023-м продажи детских протезов «Моторики» составили более 35% в общем объеме, большинство из них — регулярные. Наша компания является лидером изменений в детском протезировании на пространстве СНГ. Мы поставляем свою продукцию в Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и другие государства. Также видим потенциал развития в Азии и на Ближнем Востоке.

В 2023-м «Моторика» выпустила облигации на Мосбирже, став первой в России компанией данного сегмента на рынке бондов. В том же году мы приняли мультипродуктовую стратегию развития.

В наших планах выйти на IPO в 2026-м и направить привлеченные средства в развитие бизнеса: расширение продуктового портфеля за счет собственного R&D и сделок M&A, а также экспансии на зарубежные рынки.



Джордж Филакту,

директор образовательного центра Xenion Education

Xenion Education — это один из лидеров сферы образования на Кипре. Мы предлагаем широкий спектр обучающих программ, способствующих развитию у детей коммуникативных навыков, цифровой грамотности и экологической осведомленности, а также когнитивных и творческих способностей. Ежегодно мы привлекаем свыше 1500 студентов из более чем 20 стран, включая Казахстан, Великобританию, Италию, Китай.

В программу Xenion входят курсы по математике, естественным наукам, языкам, экономике, информатике, истории, философии. Особо подчеркнем, что финансовая грамотность — важнейший компонент нашего образовательного блока для старшеклассников. Мы учим студентов управлению деньгами, составлению бюджета, инвестированию и предпринимательскому мышлению, гарантируя, что они будут готовы принимать обоснованные финансовые решения по мере своего взросления. Все эти умения и навыки ребята получают с помощью интерактивных занятий, игр и моделирования реальной жизни, помогающих усвоить эти концепции в увлекательной и запоминающейся форме. Благодаря формату международных лагерей наши слушатели могут познакомиться с различными культурами, языками и точками зрения, а также наладить контакты со сверстниками. Новый опыт позволяет молодым людям расширить свои представления о мире, в котором они живут, и о современном мультикультурном, глобализованном обществе. 🇺🇸



Разумные инвестиции

В фокусе внимания – компании, бизнес которых так или иначе ориентирован на товары и услуги для детей



Ерлан Абдикаримов,
директор департамента финансового анализа Freedom Broker

ROBLOX

Целевая цена:
\$48,4
Потенциал роста:
15%



Сильные результаты **Roblox (RBLX)** обеспечиваются ростом объема заказов, опережающим увеличение фиксированных затрат. Свободный денежный поток (FCF) к 2027 году прогнозируется в размере \$1,3 млрд. В I квартале объем заказов увеличился на 22,4%, до \$955,2 млн, фиксированные издержки стабилизировались. Ожидается, что Roblox превысит ориентиры в отношении заказов и FCF. Реализации этого сценария будут способствовать сезонные факторы и сделка с Shopify, на фоне которой должны подняться доходы от рекламы. Собственный гайденс предполагает рост объема заказов до 2027 года на 20%, что создаст мощный стимул для повышения маржи и FCF.



Целевая цена:
\$23,7
Потенциал роста:
23%



Во II квартале скорректированная EPS **Mattel (MAT)** составила \$0,19 при консенсусе \$0,17, выручка сократилась на 1%. Из-за высокой базы 2023 года упали продажи Barbie, снизились и доходы от товаров для малышей. Реализация линейки Hot Wheels и игрушечных фигурок немного выросла. За счет программы оптимизации валовая маржа увеличилась на 430 б.п., до 49,2%, EBITDA поднялась на \$23 млн. Mattel наращивает денежные потоки и улучшает баланс. Гайденс на 2024 год оказался осторожным, но расширение лицензирования интеллектуальной собственности, а также потенциальные успехи фильмов по вселенным Mattel послужат драйвером роста для ее акций.



Целевая цена:
\$33,5
Потенциал роста:
17%



Результаты **Pfizer (PFE)** за апрель – июнь подтверждают ее привлекательность для инвестиций. Выручка компании выросла на 3% г/г, а без учета продуктов против COVID-19 – на 14%. Сокращение затрат и улучшение операционной эффективности позволили нарастить скорректированную валовую маржу с 76 до 79% и улучшить баланс, на котором находится \$7 млрд наличных. Прогноз на III квартал предполагает рост выручки на 12,6%. Сильная позиция в области исследований и разработок (\$10,7 млрд) и портфель из 113 перспективных препаратов формируют благоприятный фон для дальнейшего развития. В приоритете Pfizer остаются инновации и контроль затрат.



Целевая цена:
\$97
Потенциал роста:
20%



Выручка **New Oriental Education & Technology (EDU)** за IV квартал 2024 ФГ выросла на 32,1%, до \$1,14 млрд. Операционная прибыль снизилась на 78,1%, до \$10,5 млн, из-за расходов на расширение и увеличение стимулирующих выплат. Давление на маржу должно уменьшиться в следующем финансовом году. Компания завершила сделку по покупке East Vu за 1,5 млрд юаней. Программа buy back, реализованная на \$296,1 млн, продлена до мая 2025 года. Учитывая текущие инициативы и положительные прогнозы, полагаем, что у New Oriental Education есть потенциал для дальнейшего улучшения финансовых показателей и это обеспечит акции EDU позитивным драйвером.



Георгий Маса Тимошин,
младший стратег аналитического департамента Freedom Finance Global

Kraft Heinz

Целевая цена:
\$38,6
Потенциал роста:
11,6%



Kraft Heinz Company (KHC) – один из крупнейших производителей продуктов, детского питания и напитков. Компания выплачивает высокие дивиденды, их доходность к текущим котировкам составляет впечатляющие 4,6% годовых. В 2024–2025 годах прогнозируется рост скорректированной EPS на 2 и 4% соответственно. На фоне значительного свободного денежного потока это позволит компании увеличить выплаты акционерам, особенно в случае сокращения чистого долга в 2025-м на \$1,1 млрд. На наш взгляд, высокая дивидендная доходность компании будет привлекать все больший интерес инвесторов к акциям эмитента по мере снижения ключевых ставок центральными банками.



Целевая цена:
\$110
Потенциал роста:
15,6%



The Walt Disney Company (DIS) делает ставку на стриминговый бизнес (Disney+, Hulu и спортивный ESPN+), который опережающими темпами наращивает прибыль и в перспективе станет определяющим фактором роста стоимости акций. Disney повышает расценки на свои сервисы, однако база подписчиков и доходы от рекламы активно растут. Важный вклад в увеличение кассовых сборов компании и в продвижение стриминга в ближайший год обеспечат продолжения успешных кинофраншиз – «Чужой: Ромул», «Дэдпул и Росомаха», «Головоломка 2» и другие. Бизнес тематических парков Disney демонстрирует самые высокие результаты по индустрии в целом.



Целевая цена:
\$183
Потенциал роста:
20,6%



Take-Two Interactive (TTWO) – американский разработчик, издатель и дистрибьютор видеоигр с портфелем культовых франшиз, таких как Grand Theft Auto, Red Dead Redemption, NBA 2K. После приобретения Gearbox в линейку продуктов добавились Borderlands. Компания демонстрирует уверенный рост доходов и рентабельности бизнеса, а важнейшим позитивным драйвером для бизнеса эмитента станет выход осенью 2025 года Grand Theft Auto VI, а также релизы новых игр из серий Borderlands и Mafia. Многообещающе выглядят и перспективы Take-Two в мобильном гейминге. Игры на смартфонах могут обеспечить ей более устойчивое повышение доходов от рекламы.



Целевая цена:
\$195
Потенциал роста:
14,1%



AMD (AMD) – один из основных бенефициаров развития облачных вычислений и искусственного интеллекта (ИИ) с широким и конкурентоспособным продуктовым портфелем. AMD укрепляет лидерство на рынке потребительских CPU и GPU. Ведущие позиции компания занимает и в индустрии чипов для игровых консолей, и в сегменте FPGA. Многолетний позитивный тренд в секторе дата-центров обеспечит активное увеличение доходов компании в ближайшие годы, а ряд стратегических поглощений позволит создать экосистему в данном сегменте, в том числе в направлении ИИ. Трудности Intel, конкурента AMD, улучшают ее долгосрочные перспективы.

Певица и телеведущая

ЮЛИАННА КАРАУЛОВА

«УДАЧА ЛЮБИТ ПОДГОТОВЛЕННЫХ»



О том, как меняется шоу-бизнес для детей, и о том, чему она у него научилась

Фото: личный архив Юлианны Карауловой

Что позволило вам успешно строить карьеру в шоу-бизнесе?

Наверное, главный фактор – это терпение. 20 лет назад в моей жизни был проект «Фабрика звезд» – первая яркая вспышка, супертрамплин. Но до этого я пела в коллективе Yes, его делал одноименный глянцево-журнал. Нашим музыкальным продюсером был Иван Ургант. Тогда мне было 14, а сейчас 36, путь пройден очень долгий. Были на нем и взлеты, и падения, и моменты отчаяния, но все это время я училась, развивалась и, несмотря ни на что, не опускала руки.

Главное – себя ни с кем не сравнивать, ни в шоу-бизнесе, ни где-либо еще. У всех разные исходные данные, и каждому нужно набить свои шишки.

Какие из ваших последних проектов вдохновили вас больше всего?

Я наставница в новом сезоне проекта «Голос. Дети». Это была моя давняя мечта. Хотя психологически это непросто: видеть слезы ребенка, отказывать ему... Хочешь ты этого или нет, все эти эмоции ты пропускаешь через себя. Уже два с половиной года я веду «Кто хочет стать миллионером». Я люблю учиться, и для меня это очень вдохновляющий, заряжающий опыт.

Еще расскажу про телепроект «Фантастика». Мы снимаем третий сезон, я второй год в жюри. В первом сезоне я была участницей и победила. Это действительно самый технологичный и, наверное, самый дорогой проект за всю историю российского телевидения.

Повлиял ли ваш опыт в «Кто хочет стать миллионером» на то, в чем вы видите составляющие успеха?

Я продолжаю считать, что у каждого своя история. Но удача любит подготовленных: когда фортуна выберет тебя, важно не упустить случай, ведь второго шанса может не быть.

«Кто хочет стать миллионером» – не просто про знания, но и про масштабность мышления, про то, как вы рассуждаете, ну и, конечно, про то, насколько вам везет. Бывают рискованные участники, которые идут ва-банк, слушают свою интуицию. Кто-то прогорает, но кто-то срывает куш. Однако я придерживаюсь теории, что удача просто так к людям не приходит: это результат большой проделанной работы.

Как со времен «Фабрики звезд» до проекта «Голос. Дети» изменились условия, в которых юные таланты приходят в шоу-бизнес?

Когда я начинала, не был так развит интернет: не было соцсетей, стриминговых сервисов, видеохостингов. Нашим по сути единственным каналом продвижения на тот момент было телевидение. Уже потом, если ты выстреливал на ТВ, тебя могли взять на радио. Во всяком случае, так это работало в поп-музыке.

Сейчас детям в какой-то степени легче: у них есть своя сфера влияния, личные блоги в социальных сетях. Часто это помогает сформировать достаточно большую аудиторию уже на этапе старта. Дети, популярные в Сети, чувствуют себя на проектах намного увереннее. Опять же, можно быстро сойти с дистанции в телевизионном шоу, но стать звездой в интернете.

У современного ребенка больше инструментов для учебы и развития: можно не только заниматься с педагогом, но и смотреть мастер-классы онлайн. Даже если ты просто зависишь в соцсетях, алгоритмы тебе подбрасывают интересные ролики. В интернете существуют и конкурсы. Но есть и обратная сторона: за счет этого намного выше конкуренция.

Насколько подобные конкурсы – полезный опыт для совсем молодого человека?

Конкурсы – большой стресс и для детей, и для их родителей. Очень важна поддержка семьи. Тут я просто хочу до-

кричаться до взрослых: главное – не требовать от ребенка победы, а дать ему понять, что это только один из шансов, что важно получить удовольствие от процесса, что он все равно лучший для мамы, папы, для людей, которые его любят. Необходимо сказать ему все те важные слова, которые каждый ребенок должен услышать от своих взрослых. В то же время такие соревнования дают колоссальный опыт выступлений на большой сцене и коммуникации в кадре, умение собрать силы и эмоции в кулак, научиться их контролировать. К тому же, когда находишься в таком высококонкурентном поле, то – хочешь ты того или нет – автоматически быстро подтягиваешься, если ты слабее. Но самое ценное – то, что ты находишь единомышленников. Порой настоящей победой становятся те самые друзья, с которыми ты потом долгое время идешь рука об руку.

Изменились ли ваши приоритеты и планы с появлением ребенка?

Я, безусловно, по-прежнему очень «люблю свою работу и приду туда в субботу», но для меня сейчас на первом месте мой ребенок, моя семья. Однако я стараюсь балансировать, потому что отказываться от всего в угоду своим материнских желаний я тоже не могу.

Вам хотелось бы, чтобы сын пошел по вашим стопам и тоже связал жизнь с музыкой или шоу-бизнесом? Проявляет ли он к ним интерес?

Ему нравится танцевать, хотя, кажется, все дети любят танцевать. К музыке он пока достаточно равнодушен. Но сын коммуникабельный, открытый и артистичный. И если у него появится интерес к этой сфере, что-то может получиться: мне кажется, какие-то данные артиста у него имеются. Я бы, конечно, предпочла, чтобы он занимался чем-то другим: музыкант – достаточно сложная профессия, нестабильная, требующая психологической выдержки. Мне хотелось бы, чтобы он сам принял решение. Я буду прислушиваться к тому, что ему нравится, что интересно. Важно, чтобы человек любил дело, которое выбрал.

Вы уже обсуждаете с ребенком вопросы, связанные с финансами? Чему вам хотелось бы научить его в этой сфере в первую очередь?

Думаю, делать это с условных двух лет совсем рано: ребенок только начинает говорить и не совсем понимает, что такое деньги. Но сейчас моему сыну три, и какие-то рыночные отношения, существующие в обществе, я стараюсь ему объяснить. Рассказываю, что за некоторые вещи надо платить, у них есть стоимость, а, чтобы что-то купить, нужно работать. Мне кажется, он начинает это осознать. Собираюсь начать давать ему деньги, чтобы он понимал, что может сейчас накопить, а может – потратить, и умел анализировать.

Дети – дорогое удовольствие, или это миф?

Дети – это точно не дешево. Но можно по-разному трактить. Я стала мамой в осознанном возрасте, мне все было очень интересно, хотелось все попробовать. В итоге

я купила кучу ненужного: девайсов, приспособлений. Потом поняла, что, когда ребенок совсем маленький, он на грудном вскармливании, ему нужен минимум одежды, пара пеленок, коляска, кроватка. Пищу малышу можно готовить самостоятельно, хотя я предпочитала ее покупать и экономить время.

Чем старше ребенок, тем больше ты тратишь. Появляются секции, дополнительные занятия, сады. Не могу сказать, что сейчас у меня на это уходят какие-то бешенные суммы. Хотя у нас есть две няни, и это тоже существенная статья расходов.

Какие игрушки вы выбираете для ребенка: электронные или обычные развивающие?

Насколько я знаю, в таком возрасте предпочтительны обычные развивающие игрушки, которые требуют механических действий, развивают мелкую моторику. Сын все равно видит, как мы пользуемся айфонами, и уже понимает, как они работают. Это поколение не придется обучать общению с гаджетами. У нас буквально пара электронных игрушек, например переводчик с английского на русский. Он вроде планшета, где ты нажимаешь на иконки. Но iPad и телефон мы пока ребенку не даем и жестко регламентируем время просмотра мультимедиа. Поскольку он уже знает, что это такое, совсем запретить их я не могу, но много не показываю и внимательно проверяю, что он смотрит.

В журнале есть история о том, как один из наших сотрудников открыл брокерский счет после рождения ребенка, накопления с которого после его совершеннолетия можно будет потратить на обучение, покупку квартиры. Инвестируете ли вы в интересах ребенка?

Я уже купила ребенку квартиру. Мы снимались в рекламе памперсов, и, так как это была наша совместная работа, я решила, что будет честно гонорар инвестировать. Пока это жилье я сдаю и, возможно, через какое-то время перепродаю. Но, когда сыну исполнится 18 лет, рассчитываю переписать квартиру на него. Что касается акций, брокерских счетов, то, полагаю, в этом надо как следует разбираться. Мне пока ситуация с недвижимостью просто понятнее.

В каких еще проектах вам хотелось бы поработать в будущем?

Я горю идеей – правда, очень размытой – открыть свой бизнес. Пока у меня нет конкретного проекта, только есть призрачная мысль, что он меня сам найдет. Общаясь с друзьями-предпринимателями, я понимаю, что любой бизнес требует тотального внимания и полного погружения. С моим уровнем занятости и графиком я пока не понимаю, во что смогу настолько интегрироваться. У меня есть проект совместного бизнеса с друзьями, и мы на стадии оформления компании, разработки. Это долгая фаза, но интересная. Возможно, в следующем году или даже к концу этого мы что-то представим. 🛡

Чем живет Freedom Holding Corp.: дайджест основных событий

Freedom Holding Corp. пять лет на NASDAQ

15 октября 2019 года Freedom Holding разместил свои акции на NASDAQ. За прошедшие пять лет компания значительно укрепила свои международные позиции и продемонстрировала впечатляющий рост финансовых показателей. Капитализация холдинга приблизилась к \$6 млрд, акции FRHC с момента IPO подорожали более чем в шесть раз.

Сегодня компания представлена в 22 странах, и глобальная экспансия активно продолжается. В Казахстане, своем домашнем регионе, Freedom Holding развивает экосистему, предоставляя финансовые, страховые и потребительские услуги более 5 млн человек.

Квартальная выручка Freedom Holding Corp. приблизилась к \$500 млн

Выручка Freedom Holding Corp. в I квартале 2025 финансового года (1 апреля — 30 июня 2024-го) достигла \$450,7 млн (+43% г/г). Чистая прибыль составила \$34,3 млн, а EPS — \$0,58. Активы холдинга выросли до \$8,5 млрд.

- ✓ Брокерский бизнес принес \$175 млн (+65% г/г), число клиентских счетов увеличилось до 532 тыс.
- ✓ Доходы банковского дивизиона составили \$91,2 млн, клиентская база Freedom Bank Kazakhstan превысила 1 млн.
- ✓ Выручка страхового бизнеса увеличилась на 110%, до \$147 млн, а количество клиентов выросло до 692 тыс.
- ✓ Прочие сегменты принесли холдингу \$37 млн дохода (+55%).

Тимур Турлов заключил соглашение с Tatler Asia

Медиаплатформа Tatler Asia подписала эксклюзивное лицензионное соглашение с CEO Freedom Holding Corp. Тимуром Турловым, по которому он займет пост председателя наблюдателя. В рамках партнерства легендарный бренд выйдет на новые рынки и начнет издавать журналы Tatler Kazakhstan, Tatler Uzbekistan, Tatler Azerbaijan и Tatler Türkiye. Первый номер казахстанского Tatler выйдет в декабре 2024 года, в остальных регионах журнал появится в 2025-м.

S&P Global Ratings повысило прогнозы по холдингу и дочерним компаниям

Международное агентство подтвердило долгосрочные и краткосрочные кредитные рейтинги Freedom Finance Europe, АО «Фридом Финанс», Freedom Finance Global и Freedom Bank Kazakhstan на уровне «В/В». Прогноз повышен до «позитивного». Прогноз по долгосрочному кредитному рейтингу Freedom Holding пересмотрен на «стабильный», рейтинг остается на уровне «В-».

Новый банк в сети Freedom Holding

Freedom Holding Corp. получил лицензию Центрального банка Таджикистана на осуществление банков-

ской деятельности. Новая «дочка» станет частью расширяющейся сети и первым казахстанским кредитным учреждением, работающим в Таджикистане в рамках межправительственного соглашения.

Freedom Holding Corp. разместил свои акции на AIX

В июле холдинг завершил кросс-листинг обыкновенных акций на Астанинской международной бирже (AIX). Здесь эти номинированные в долларах США бумаги будут торговаться под тикером FRHC. Инструмент, листингованный на AIX, полностью взаимозаменяем с акциями, представленными на NASDAQ Capital Market, что дает инвесторам доступ к ликвидности на обеих площадках. Бумаги холдинга также торгуются на Казахстанской фондовой бирже (KASE).

Freedom Bank Kazakhstan присоединился к Глобальному договору ООН

Участие в этом договоре позволит банку поддерживать принципы, связанные с правами человека, трудовыми стандартами, защитой окружающей среды и борьбой с коррупцией. Глобальный договор ООН — крупнейшая международная инициатива в сфере корпоративной социальной ответственности.

Freedom Finance Global вступила в международную ассоциацию рынков капитала

Freedom Finance Global стала первым полноправным членом International Capital Market Association (ICMA) из Казахстана и всей Центральной Азии. Этот шаг позволит брокеру улучшать стандарты международной практики, внедрять передовой опыт, соответствующий текущим рыночным тенденциям, и интегрироваться в мировое финансовое экспертное сообщество.

Freedom Broker запустил образовательную программу

В рамках учебного курса казахстанские студенты и выпускники пройдут бесплатное обучение по специальности «аналитик фондового рынка США». Те, кто покажет лучшие результаты, получат право работать во Freedom Holding Corp. Проект реализован совместно с Министерством просвещения Республики Казахстан. Первый поток стартовал 30 сентября. Заявки на обучение во Freedom Broker подали более тысячи студентов.

FRHC включены в AIX Qazaq Index

С октября акции FRHC добавлены в состав индекса AIX Qazaq Index, который отражает доходность самых ликвидных акций казахстанского рынка. Бумаги холдинга занимают 15% состава индекса.

ДОЛГОСРОЧНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ СРЕДСТВ: СТАВКИ ДО 7,4% ГODOVЫХ В ДОЛЛАРАХ*

16+

РЕКЛАМА

7,4%



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; проводит инвестиционное консультирование и организацию инвестиционных сделок. Лицензия Комитета МФЦА по регулированию финансовых услуг: AFSA-A-LA-2020-0019 от 21.11.2023.

*Клиенты Freedom Finance Global PLC могут получать больше пассивного дохода за хранение денег на сберегательном D-счете



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.