



Почему Дональд Трамп не выиграет в торговой войне с Китаем. [стр.2](#)

Как НПФ инвестировали пенсионные накопления в 2018 году. [стр.13](#)

100 крупнейших банков России по размеру собственного капитала. [стр.15](#)

Последние тенденции на российском и мировом рынках мороженого. [стр.16](#)

www.fingazeta.ru

№17 (1395)
13 мая 2019 г.

ФИНАНСОВАЯ

ГАЗЕТА

Издается с 1915 года

ЕЖЕНЕДЕЛЬНОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ

Изменение за неделю	Международные резервы РФ	\$491,8 млрд +0,2%	Курс доллара	65,23 руб. +0,8%	Курс евро	73,09 руб. +1,4%	Ключевая ставка	7,75% 0%	Инфляция	5,1% 0%	MosPrime Rate	7,85% -0,11п.п.
---------------------	--------------------------	-----------------------	--------------	---------------------	-----------	---------------------	-----------------	-------------	----------	------------	---------------	--------------------

САМЫЕ КОРОТКИЕ ПРОГНОЗЫ

Амнистию капитала продлят

Продлить амнистию капитала еще на год поручил президент России. Третья волна добровольного декларирования зарубежных счетов и активов стартует 1 июня 2019 года. Сохранится освобождение от налоговой, административной и в некоторых случаях уголовной ответственности за нарушения налогового и валютного законодательства.

Morgan Stanley уйдет из России

Инвестбанк Morgan Stanley планирует в первом квартале 2020 года направить в ЦБ заявление о прекращении банковской деятельности в России. Это решение принято на фоне снижения клиентской активности, связанной в том числе с санкциями. При этом в 2019 году деятельность банка будет осуществляться без изменений.

Маткапитал станет безбумажным

В 2020 году в России планируется отменить традиционные сертификаты на материнский капитал, которые сейчас выдаются в бумажном виде. Право на капитал занесут в специальный реестр, а если родители захотят получить документ, они смогут взять выписку в органах соцзащиты или МФЦ.

Экспорт икры вырастет

Федеральное агентство по рыболовству планирует увеличить экспорт черной икры из России к концу 2024 года в 5 раз – до 38 т. По данным Росрыболовства, за последние 8 лет производство черной икры в нашей стране увеличилось более чем в 3 раза, если в 2010 году объем производства составлял 13 т, то в 2018 году он достиг 44 т.



Силу духа российской армии никогда не удавалось измерить деньгами. stud.bsu.edu.ru

Экономная оборона

Россия снизила военные расходы

Стокгольмский международный институт исследований проблем мира (SIPRI) опубликовал расчеты общих военных расходов в 2018 году по сравнению с предыдущими периодами. В целом в мире они за последний год выросли на 2,6%, дойдя до впечатляющей цифры в \$1,82 трлн. Если сравнивать показатели за последние 10 лет, то рост составил 5,4%, а за 20 лет – 76%. То есть с 1998 года расходы на глобальный ВПК и содержание всех армий увеличились почти вдвое. Несмотря на неко-

торое замедление темпов роста военных затрат, в прошлом году на каждого жителя планеты пришлось \$239, вложенных в подготовку к возможным вооруженным конфликтам.

Пальму первенства среди отдельных стран ожидаемо удерживают США – в 2018 году их военные расходы составили \$649 млрд. Далее идут Китай – \$250 млрд, Саудовская Аравия – \$67,6 млрд, Индия – 66,5 млрд и Франция – \$63,8 млрд. Эти пять лидеров в области оборонных затрат обеспечивают 60% мировых военных расходов.

Россия оказалась на шестом месте по оборонным расходам в 2018 году – по данным SIPRI, \$61,4 млрд. На седьмой ступеньке обосновалась Великобритания с \$50 млрд.

SIPRI особо отметил, что три страны из пятетки лидеров по объему военных расходов – США, Китай и Индия – заметно нарастили вложения в оборонные структуры в годовом исчислении: на 4,6%, 5% и 3,1% соответственно. Наоборот, Саудовская Аравия сократила

ОКОНЧАНИЕ НА [СТР. 2](#)

Банки тормозят

Первый квартал этого года выдался не самым ярким для российской банковской системы. Если по итогам 2018-го она продемонстрировала рост капитала на 9,3%, активов – на 10,4%, а вкладов – на 9,5%, то за первые 3 месяца этого года все они снизились (см. на [СТР.14](#)).

На этот период пришлось и общее снижение деловой активности в стране. Темпы роста ВВП, по оценке Минэкономразвития, упали до 0,8% на фоне подъема НДС и снижения товарооборота (об этом см. также на [СТР.4](#)). Вкупе с выросшими ставками это вело к падению темпов роста кредитования реального сектора.

Но хотя показатели снижались не только у мелких участников рынка, концентрация активов и доля государства в банковском секторе продолжили рост. Если 1 января на 5 крупнейших кредитных организаций приходилось 60,4% активов, то на 1 апреля – уже 61,4%. И только эта тенденция сохраняется уже не первый год, без особой связи с тем, растут или падают ставки.

NOTA BENE

55,3 Т золота закупила Россия в первом квартале 2019 года, сообщил World Gold Council. Тем самым она сохранила статус крупнейшего в мире покупателя драгметалла. За ней следуют: Турция (40,1 т), Китай (33 т), Казахстан (11,2 т), Эквадор (10,6 т) и Катар (9,4 т).

ВОПРОС НЕДЕЛИ:

Чем опасен «суверенный Рунет»?

За популярным брендом «Закона о суверенном Рунете» скрываются изменения в Федеральный закон «О связи». Операторов связи обязуют установить технические средства противодействия угрозам «целостности, устойчивости и безопасности функционирования на территории РФ сети Интернет и сети связи общего пользования». Можно при этом обратить внимание, что от оператора требуется только лишь установить оборудование и сообщить об этом в Роскомнадзор, а вот конечная задача – ограничивать доступ

к информации – на него не возлагается, ее будет решать тот, «кому положено». Какие последствия это будет иметь для бизнеса, который ведется через интернет?

Пока в явном виде видны три угрозы. На первой делают акцент авторы закона – потенциальный противник может ввести какие-нибудь санкции, которые «отрубят» нам интернет. После чего прекратится и весь бизнес, который слишком доверился Сети. Противники закона, возражают, что такое может случиться только в бредовых фантазиях патриотов, и в их словах есть

некоторый резон: ведь если против нас собираются вести кибервойну, то на 90% она будет идти именно через интернет. То есть в этих целях следует не отключать Сеть, а всецело способствовать ее максимальному проникновению во все сферы нашей жизни. Спор этот бесконечный, и аргументов можно привести сколько угодно, так что благоразумнее просто отложить дискуссии на будущее.

Вторая угроза состоит в том, что трафик теперь смогут анализировать не только операторы, но и те, «кому положено». А поскольку о том, как они будут отвечать за утечки,

никому не известно, легко предположить, что информация достанется и тем, кому не положено, но хочется. Ее извлекут и начнут ею торговать.

Третья угроза заключается в том, что интернет могут отключить не «оттуда», а «отсюда» – живой иллюстрацией является знаменитая охота Роскомнадзора на мессенджер Телеграм. В ходе этой охоты из-за блокировок ведомства пострадал ряд российских интернет-магазинов и других предприятий – пользователи потеряли к ним доступ. Отключить интернета «отсюда» – это все равно, что отнять иномарки

и китайский ширпотреб: народ и бизнес тогда хором спросят, для чего вообще перестройку затевали? И даже если не отключат, какую-нибудь «учебную тревогу» могут проводить регулярно.

Сравнив все эти риски, законодатели определили самый, с их точки зрения, опасный и приняли поправки к Закону «О связи». Остается надеяться, что декларируемую задачу он выполнит. Но другие риски тоже имеют право на реализацию.

Леонид Делицын,
аналитик ГК «ФИНАМ»

Бизнес на холоде

Отечественные мороженщики к сезону готовы



Все межсезонье производители «колдовали» над новыми формами и вкусами мороженого. biz-empire.ru

Производители и продавцы мороженого уже вступили в свою самую желанную пору, а именно высокий сезон, который будет длиться вплоть до августа. Особенность этого рынка состоит в том, что как крупные игроки, так и представители малого бизнеса вполне себе мирно уживаются на одной «поляне». Ведь у каждого из них – свой потребитель, для которого они в этом году подготовили немало предложений, в том числе и весьма авангардных.

Факторы роста

Прошлый год для отрасли мороженого и замороженных десертов оказался успешным. Как свидетельствует Росстат, производство данной продукции составило более 439 тыс. т, что на 12% больше, чем в 2017 году. Абсолютными рекордсменами выступили Южный и Приволжский ФО, прибавив 18% и 34% соответственно. Эксперты называют две главные причины такого взлета: жаркое лето по сравнению с провальным из-за холодов и дождей сезоном 2017-го и всемирный праздник футбола – мундиаль, в связи с которым даже появилось особое эскимо – мяч в вафлях на палочке.

Скорее всего, итоги нынешнего года окажутся скромнее и покажут привычные для отрасли 3–4%. Но и для достижения этих показателей мороженщикам пришлось поработать усердно, ведь холодный десерт – товар сезонный: рост продаж начинается в марте и уже в сентябре они падают. Небольшой всплеск наблюдается перед Новым годом, но он незначителен – порядка 10% по сравнению с октябрём. Таким образом все межсезонье производители активно трудятся над обновлением ассортимента, «колдуют» над новыми вкусами, формами и упаковкой, которую стараются адресовать конкретному потребителю.

Доля импортного мороженого на нашем рынке ничтожно мала – 3%. Значит, отечественным производителям принадлежит остальные 97%? Так, но не совсем.

Правит мороженым «балом» России транснациональная корпорация Nestle, захватившая более 50% рынка, скромнее показатели у Unilever и Baskin Robbins. Почти 100-процентная локализация производства, к которой не придерешься, плюс наш менеджмент, искусно аппелирующий к «тому самому вкусу детства» и советскому пломбированию за 48 копеек, сделали свое дело.

А что же наши игроки? Как оказалось, они тоже не дремлют. Так, настоящий прорыв совершила краснодарская ГК «Ренна» (бренд «Коровка из Кореновки») и занимает теперь на рынке почти 9%. Надо сказать, что компания

Петербурге, в случае успеха уже транслируется по мегаполисам, а затем распространяется по регионам.

Кстати, москвичи остаются верными своим вкусовым предпочтениям вот уже многие годы. Три позиции: мороженое в стаканчике пломбир, крем-брюле и шоколадное – в топе продаж. Именно на эту продукцию прежде всего ориентируются крупные игроки. Однако и для малого бизнеса нашлось свое место на рынке – так называемое нишевое мороженое, которое не отличается большими объемами производства, но зато приносит высокую прибыль.

Рынок мороженого развивается в разных направлениях: традиционный пломбир, а также нишевой продукт с разными вкусами. У малого и крупного бизнеса есть масса вариантов проявить себя и добиться успеха

производит и другую «молочку», включая сгущенку, однако самый новый и молодой проект – «мороженое» – стал наиболее успешным. Кстати, он был запущен с 5 млн рублей и окупился уже через рекордные два месяца. А ставка была сделана на продукцию из натуральных сливок в виде пломбира в вафельных стаканчиках и рожках, эскимо и семейной упаковки. Теперь этот бренд хорошо узнаваем не только в регионах, но и в столице.

Москва диктует моду

Именно Москву мороженщики избрали в качестве своей экспериментальной площадки, где тестируются новые, порой экстравагантные вкусы продукта, а также придумываются необычные форматы заведений, где можно его попробовать. После удачного «проката» той или иной идеи подобная программа запускается в Санкт-

Так, ГК «My Gelato», продукцию которой закупают 150 столичных ресторанов и кафе, делает ставку не только на топовые вкусы (ваниль, фисташка, клубника, шоколад), но и на свою «фишку» – мороженое с горгондзолой (острым итальянским сыром). Этот немассовый продукт продается также в торговых сетях премиум-класса. Или же другой пример – клуб «Чайная высота», креативные предприниматели которого создали мороженое из чая. Двигаясь со скоростью 12–15 сортов в год, сейчас компания вышла на ассортимент из 150 позиций.

Настоящие баталии между участниками рынка разворачиваются за право продажи в нестационарных торговых объектах (НТО) в киосках и с тележек. Сейчас процедура получения такого места предельно упрощена, надо только подать заявку на участие в аукционе и торгуйся себе на здоровье онлайн. В среднем

на один лот приходится 5–6 участников, но есть и свой рекордсмен. Так, в прошлом году на НТО на Чистых прудах было 15 желающих.

Холодный расчет

На первый взгляд может показаться, что россияне лакомятся мороженым чуть ли ни на каждом шагу: на улицах, в парках, в кафе, ресторанах и кинотеатрах, в машинах и верхом на велосипедах – причем как летом, так и зимой. Соответственно, и потребление этого продукта в сравнении с другими странами должно быть на достаточно высоком уровне. Однако это вовсе не так. В мировом рейтинге Россия занимает лишь 25-е место, а среднедушевое потребление в целом по стране составляет неполных 3 л в год. И даже наши абсолютные лидеры в лице Москвы, Санкт-Петербурга и Сибири региона – 3–4 л – не могут повлиять на статистику.

А мировым лидером по поеданию мороженого является Новая Зеландия – более 26 л на человека в год. Очень близки к первому месту США – более 24 л. По всей вероятности, еще и потому, что этот продукт входит в ежедневный рацион американских солдат, а за каждой дивизией закреплена своя мобильная фабрика по производству мороженого. И, наконец, тройку лидеров замыкает Австралия с показателем около 18 л.

Так в чем же причина нашего 25-места? Давайте разбираться. По статистике, чуть более 10% россиян включают мороженое в свой ежедневный рацион, а для остальных оно все еще остается лакомством и, как правило, результатом спонтанной покупки. Плюс ко всему 40 млн россиян вообще его не едят по разным причинам: нельзя сладкого, боятся прибавить в весе, не хватает денег на еду (какое уж тут мороженое?).

Как утверждают аналитики, в стране около 20 млн бедных и их число в перспективе будет только расти (впрочем, как и цены на мороженое, которые с 2013-го показывают ежегодный прирост около 13%). Значит, при грубом подсчете остается почти 20 млн человек более-менее платежеспособных, внимание которых мороженщики могут привлечь к своей продукции, собственно, они этим уже активно занимаются.

Для диабетиков производители снижают жирность продукта и заменяют сахарозу на стевиозиды. Для непереносящих лактозу уже создано безлактозное мороженое. Курс на здоровое питание взяла компания «Русский Холод», разработав мороженое с волокнами цикория, полезными для пищеварения, а «Новосибхолод» – пломбир 12% на кедровом молоке с кедровым орехом. У «Гулливера» же свой десерт – мороженое с лакто и бифидо бактериями и пломбир на фруктозе. А «Бест Ингредиентс» производит йогуртное мороженое с пребиотиком, стимулирующим кишечную флору.

Так что креативу и изобретательности мороженщиков могут позавидовать и другие отрасли. Единственное, что может им подпортить настроение, так это погода и падение доходов населения, которому будет уж точно не до горгондзолы.

Елена Пылаева

МОРОЖЕНОЕ В ЦИФРАХ

\$4,1 млрд
составляет объем мирового рынка мороженого.

\$51,2 млн
составил объем экспорта

мороженого из России. Главными потребителями выступили Казахстан, Украина, Монголия и Китай.

453 тыс. т
составит объем потребления мороженого в России к 2025 году.

4 м
высота самого большого мороженого в мире, а весил гигант почти тонну. Хестон Блюменталь трудился месяц, и его творение попало в книгу рекордов Гиннеса.

8 т
весил самый большой торт из мороженого, который был сделан в Пекине.

ВСЕ ОТТЕНКИ МОРОЖЕНОГО

Вкус обычного пломбира вряд ли привлечет гурмана в ресторан или кафе. Значит, нужно придумать что-то эдакое и очень необычное. Именно над такой рецептурой и «колдуют» шеф-повара разных заведений.

Так, в состав мороженого «Снежное-нежное» входит пуэр, голубика, цветы сиреневой сирени и немного цветов черемухи для большого аромата. Цветы, заготовленные в сезон, и измельченные ягоды добавляют в конце процесса варки, перед заморозкой. А вот в другой десерт – «Оттенки белого» – добавляют цветы белой сирени. Однако главной его «фишкой» считается совмещение вкуса немецкого марципана из горького миндаля и сладкого белого вина Сотерн.

Некоторые идеи заимствуются у других стран. Например, во Франции фиалку используют во многих блюдах, включая мороженое. Цветы сначала засахаривают, а потом протирают в пасту, которую наши производители ввозят в Россию и на ее базе уже делают фиалковый десерт.

Мороженщики-экспериментаторы сочетают также маракуйю с моршшкой, а вкус северной ягоды подчеркивает экстракт печеного березового листа. С рябиной работать сложно: если ее много, десерт горчит, а если мало – вкус теряется, точнее ее характер передается в смеси замороженных и запеченных ягод. Помимо этого, в десерт включают цветы шиповника и китайский чай «Белый пион».

А еще активно развивается овощное направление. В обычное сливочное мороженое добавляют свежесжатый сок сельдерея, тыквы, свеклы или огурца, полученную массу взбивают и на некоторое время замораживают. Да и смотрится такой разноцветный десерт очень даже весело.