

Долговой кризис ударил по благосостоянию европейцев и заставил их экономить, рассказывает The Wall Street Journal. В июле индекс потребительской уверенности в Евросоюзе упал до минимального с 2009 г. уровня, а потребительские расходы жителей Франции, одной из наиболее стабильных стран Европы, во II квартале были на 0,2% меньше, чем в первом. Экономисты Euromonitor ожидают, что потребление продолжит падать: расходы потребителей на товары и услуги в Западной Европе в 2012 г. снизятся на 0,9%, на еду - на 2,7%. Европейцы откладывают большие покупки: в первом полугодии в еврозоне куплено на 6,8% меньше автомобилей, чем годом раньше, подсчитала Европейская ассоциация производителей автомобилей. Самые большие перемены происходят в продовольственной рознице. Кризис заставляет европейцев не только покупать меньше, но и менять привычки: выбирать дискаунтеры вместо супермаркетов, покупать более дешевые продукты и искать в интернете выгодные ценовые предложения.

В России ситуация пока обратная. По данным Росстата, реальные располагаемые денежные доходы населения в первом полугодии 2012 г. выросли на 2,7%, оборот розничной торговли - на 7,1%, автомобильный рынок - на 14% (по сравнению с аналогичным периодом прошлого года). На потребительский рынок влияет продолжающийся рост зарплат в госсекторе (военные, правоохранительные органы и т. д.), напоминает главный экономист ФК «Открытие» Владимир Тихомиров. В регионах, где большая часть населения занята в бюджетной сфере, потребление растет; а в крупных городах, где основная часть работает в частном секторе и рост зарплат измеряется долями процентов, потребление падает, но незначительно, продолжает он.

Кризисные явления в европейской экономике отражаются на поведении российских потребителей с опозданием примерно в восемь месяцев, рассказывает партнер Deloitte Егор Метелкин. Пока, по его словам, россияне сохраняют сдержанный оптимизм: «В 2009 г. около 51% россиян чувствовали, что страна находится в рецессии, а в период нашего опроса в конце 2011 г. 40% респондентов ответили, что их покупательная способность будет лучше в 2012 г.». Индекс потребительского доверия Nielsen во II квартале в России вырос на 3 пункта по сравнению с I кварталом 2012 г. и на 5 пунктов - по сравнению со II кварталом прошлого года. В то время как глобальный индекс потребительского доверия Nielsen упал в I квартале по сравнению со вторым на 3 пункта.

Российский потребитель пока не начал экономить. Покупатели не снижают расходы, отмечает представитель Auchan Мария Курносова. Но кризис 2008-2009 гг. показал, что

в случае снижения доходов россияне меняют свои привычки, как сейчас европейцы: выбирают дискаунтеры и более дешевые продукты. Например, в X5 Retail Group «Пятерочки» были фаворитами роста в 2009 г.: их сопоставимые продажи выросли на 17%, а супермаркеты «Перекресток» не показали роста вовсе.

Предпосылок для резкого снижения потребительского спроса сейчас гораздо меньше, чем в 2008-2009 гг., убеждены ритейлеры. «Потребительского бума, который был в 2008 г., накануне прошлого кризиса, в России сейчас нет. В кризис поведение потребителей изменилось: покупатель стал более рациональным, он и сейчас очень взвешенно тратит деньги», - говорит Курносова из Auchan.

Трудно экономить

У россиян до 80% доходов идет на потребление и до 40% потребительской корзины занимает продовольствие, говорит аналитик Райффайзенбанка Мария Помельникова. Это, по ее словам, оставляет россиянам в случае сокращения доходов меньше пространства для маневра, чем европейцам.

Александра КРЕКНИНА, Юлия ГРИБЦОВА

