

въпреки че целевият пазар се състои основно от български купувачи (табл. 18), считани за сравнително ниско платежоспособни. Макар че немалка част от клиентите им (над една трета) са чуждестранно контролирани компании, най-големият клиент за около 60% от европейските инвеститори остава български купувач.

Таблица 18

ОСНОВНИ КЛИЕНТИ НА ИНВЕСТИТОРИТЕ ОТ ЕС У НАС

	(Проценти)	
	В35. Кои са Вашите клиенти?	В36. Какъв е Вашият основен клиент?
Български фирми с преобладаващо чуждестранно участие	16.1	21.5
Български фирми с национален капитал	64.5	60.2
Чужди фирми	19.4	18.3
Общо	100.0	100.0

Както е известно, по-голямата част от европейските инвеститори навлизат в България в края на 90-те години с установяването на макроикономическата стабилност, значителното понижаване на темповете на инфлация и стабилизацията на доходите. Това може да се потвърди и с факта, че близо три четвърти от представителите на европейските предприятия у нас поддържат отношения с основните си клиенти през последните 4-5 години. Интересно е да се отбележи, че в по-голямата си част европейските производители са били потърсени директно от основните си клиенти (табл. 19), а при почти една трета от значение е била рекламната кампания. Сравнително рядко е посочвано установяването на отношения чрез посредници, по препоръка на предишен клиент или въз основа на лични контакти между мениджърите на компаниите.

Таблица 19

НАЧИНИ ЗА СВЪРЗВАНЕ С ОСНОВНИЯ БЪЛГАРСКИ КЛИЕНТ

	(Проценти)		
В38. Как се свързахте с основния си български клиент?	Да	Не	Неотговорили
A. Чрез посредничеството на друго предприятие	12.7	78.9	8.5
B. Чрез препоръка от бивш клиент	19.1	75.0	5.9
C. Клиентът сам ни намери	72.9	24.7	2.4
D. Чрез рекламна кампания	32.4	61.8	5.9
E. По линия на приятелски отношения между мениджърите	25.7	70.0	4.3