

ماستر كاردي: نمو مبيعات الأعياد 3.1% في أمريكا»



بيّنت معطيات أولية أن المبيعات خلال فترة الأعياد في الولايات المتحدة هذه السنة ارتفعت بنسبة 3.1% في زيادة قوية، ولكنها بسيطة تعكس الآراء المتباينة السائدة إزاء وضع الاقتصاد. ونشرت، الثلاثاء، أن «الملابس والمطاعم» «Mastercard SpendingPulse» وكشفت البيانات التي جمعتها شركة كانت من المجالات التي ازداد فيها الإنفاق بين الأول من نوفمبر/ تشرين الثاني والرابع والعشرين من ديسمبر/ كانون الأول، في حين شهدت المنتجات الإلكترونية والمجوهرات انخفاضاً. وأنت هذه المعطيات حول المبيعات خلال فترة الأعياد في الولايات المتحدة موافقة لتوقعات الاتحاد الوطني لمبيعات التجزئة، الذي تطرّق في تقاريره إلى مستهلكين متحمسين من جرّاء مئاة سوق العمل، لكن متأثرين بفترة طويلة من التضخّم وتداعيات نسب فوائد مرتفعة. ويعدّ الارتفاع في مبيعات الأعياد هذه السنة أدنى من ذلك المسجّل سنة 2022 بنسبة 5.3% وأكثر انخفاضاً بكثير من ذلك الذي شهده عام 2021 بواقع 14.1%، وفق أرقام الاتحاد الوطني للمبيعات

وقالت ميشال ماير، كبيرة علماء الاقتصاد في معهد «ماستركارد للاقتصاد»، إن «المستهلك كان حاضراً في موسم الأعياد هذا وأنفق على نحو مدروس».

وأردفت أن «الظروف الاقتصادية ما زالت مؤاتية مع سوق متينة لاستحداث فرص العمل وضغوطات تضخمية متراخية، الأمر الذي يدفع المستهلكين للسعي إلى السلع والتجارب التي يولونها الاهتمام الأكبر».

ولم تكيف بيانات مجموعة «ماستر كارد» مع هامش التضخم الذي قدرته وزارة التجارة الأمريكية بنسبة 2.6 % لشهر تشرين الثاني/ نوفمبر 2023 مقارنة بالفترة عينها من 2022.

ويشكل هذا الارتفاع في المبيعات «على متانته وتيرة متواضعة نسبياً للنمو»، على ما قال المحلل نيل سوندرز من «GlobalData».

واعتبر في رسالة موجهة إلى وكالة «فرانس برس»، أنه «لا شك في أن النمو موجود إذا ما أخذنا التضخم في الحسبان، لكنه أدنى بكثير من الرقم الرئيسي»، مؤكداً أنه على الرغم من كل العوامل، «يبقى هذا النمو بمثابة إنجاز حققه المستهلكون».

"حقوق النشر محفوظة لصحيفة الخليج. © 2024."