

هل تغيب الهدايا عن أعياد نهاية العام؟



على غرار سائر القطاعات الاقتصادية، يواجه قطاع بيع الألعاب في الولايات المتحدة مشكلات تموينية تفاقت حدتها بسبب القيود المرتبطة بجائحة كوفيد-19، ما قد ينعكس نقصاً في الإمدادات خلال فترة نهاية السنة. وتقول جودي إيشايك وهي إحدى مالكي متجر «ماري أرنولد تويز» للألعاب في نيويورك «ننصح دائماً زبائننا بشراء حاجياتهم لعيد الميلاد مسبقاً»، وإذا كانوا يريدون سلعة محددة «نوصيهم بأن يتسوقوا منذ أيلول/سبتمبر» خصوصاً لأن الأسعار سترتفع.

يبيع هذا المتجر الألعاب منذ 90 عاماً في حي أبر إيست سايد الراقي في مانهاتن.

[اقرأ أيضاً: الشحن البحري.. شح في الحاويات والأسعار جنونية](#)

وفي الظاهر، يبدو المتجر مجهزاً بصورة جيدة. لكن عند التعمق في داخله أو النزول إلى الطبقة السفلية حيث تخزن البضائع، يمكن رؤية بعض الرفوف فارغة من الألعاب. وعلى غرار قطاعات اقتصادية أخرى، تواجه الشركات العملاقة في قطاع الألعاب صعوبات في الحصول على البضائع

وتوزيعها.

وأَسباب هذا الوضع متعددة: إذ إن مصانع تغلق بشكل متقطع بسبب موجات انتشار قصوى لكوفيد-19، وشركات الشحن تغرق تحت سيل من الطلبات بفعل الطفرة في التجارة الإلكترونية، وثمة أيضا نقص في الحاويات إذ إن القوارب تنتظر في بعض الموانئ أياما عدة لتفريغ بضائعها، كما أن شركات النقل البري في الولايات المتحدة تجد صعوبة في توظيف سائقيها.

أقدم متجر ألعاب في نيويورك ينصح الزبائن بالتسوق للميلاد في سبتمبر

وتحاول الجهات العاملة في قطاع الألعاب تدبير أمورها على أفضل نحو ممكن منذ بدء تفشي الوباء، وقد واجهت في أوائل عام 2020 إغلاق المصانع في آسيا، ثم إغلاق المتاجر في جميع أنحاء العالم. وبدأت موجة زعر محدودة تهب قبل موسم العطلات العام الماضي، إذ خشي البعض من عدم تمكن شركات النقل الجوي مثل «يو بي اس» أو «فيديكس» من تسليم الطرود للعملاء في الوقت المحدد. لكن الغالبية الساحقة من الهدايا وصلت في الوقت المحدد. أخيرا، وبدفع من الازدياد الكبير في مشتريات الدمى وألعاب الطاولة والبناء للأطفال الذين يلزمون المنزل، ارتفعت «مبيعات القطاع بنسبة 16 % عام 2020 في الولايات المتحدة، بحسب شركة «ان بي دي

معركة على السفن

لكن مع الاضطرابات في سلسلة التوريد منذ أكثر من عام، تراكمت التأخيرات، بحسب أخصائية التوريد في جامعة أيوا جنيفر بلاكهورست.

وتقول بلاكهورست «لا يؤثر ذلك على قطاع أو منتج واحد فقط. جميع الشركات تقاتل من أجل حجز مساحة صغيرة على السفن»، متوقعة ألا يعود الوضع إلى طبيعته قبل 2022.

وتدرك شركة «هاسبرو» المصنعة لشخصيات «ترانسفورمرز» وألعاب «مونوبولي»، هذا الواقع جيدا.

وأكدت المديرية المالية للمجموعة ديبورا توماس أخيرا «نعمل على ضمان توفر المنتجات خلال فترة الأعياد».

وقدمت «هاسبرو» الطلبات في وقت أبكر، ونوعت مصادر التوريد والموانئ والناقلات المستخدمة.

لكن لهذه لإجراءات كلفة، فقد تضاعفت أسعار الشحن البحري أربع مرات مقارنة ببداية العام، وفق توماس.

وبالتالي ستزيد المجموعة أسعارها في الربع الثالث.

من جانبه، يؤكد ينون كريس الرئيس التنفيذي لشركة «ماتيل» المصنعة لدمى «باربي» الشهيرة، قدرة مجموعته على تلبية الطلب.

«لكنه يقر بوجود «تحديات غير متوقعة في سلسلة التوريد ومن الصعب تحديد ما يخبئه المستقبل

«مخزون محدود من «ليغو»

وفيما يمكن للشركات متعددة الجنسيات الاعتماد على شبكتها الواسعة، لا تستطيع الشركات الصغيرة ذلك.

وقد أنشأ الاتحاد المهني للقطاع «توي أسوسييشن»، نهاية تموز/يوليو هيئة لمساعدة الشركات على تخطي أزمة النقل البحري التي توقع أن تستمر حتى نهاية 2021 أو حتى 2022.

وحتى الشركات التي تنجح في إيجاد حلول تواجه مشكلة في الارتفاع الكبير في الأسعار وحالات التأخير.

ويقول إزرا إيشايك المكلف إدارة المشتريات في متجر «ماري أرنولد تويز»، «نرسل حدا أقصى من الطلبيات (...) لأن الشركات لا يمكنها أن تضمن لنا توفر البضائع في تشرين الأول/أكتوبر أو تشرين الثاني/نوفمبر». فقد قدم المتجر طلبية من ألعاب قطع التركيب (ليغو) في مقابل 60 ألف دولار، لكن لم يحصل سوى على سلع بقيمة (20 ألف دولار بسبب نقص المخزون). (أ.ف.ب)

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.