

التخفيضات والتضخم

أزمات وأفكار

يأمل تجار التجزئة في أوروبا أن تُحفّز «تخفيضات الجمعة» قدرة المتسوقين على الإنفاق، على الرغم من تفاقم أزمة كلفة المعيشة، والتشتت الذي يعيشه الملايين من جرّاء متابعتهم أحداث كأس العالم.

ويخشى التجار في أوروبا أن يكون موسم التسوق القادم في عيد الميلاد، هو الأسوأ خلال عقد من الزمان مع انخفاض أعداد المتسوقين، وارتفاع تكاليف ممارسة الأعمال التجارية، مما يؤدي إلى تقلص هوامش الربح. في الوقت نفسه، أدى التضخم المتزايد إلى إضعاف القوة الشرائية للمستهلكين؛ إذ فاقت فواتير الطاقة المرتفعة، كلفة المعيشة المتصاعدة. ومع ذلك، وللمساعدة في ضبط ميزانياتهم، بدأ المستهلكون التسوق لعيد الميلاد في وقت مبكر من هذا العام، ولا يزال الكثيرون على استعداد للتسوق يوم جمعة التخفيضات، لكن مع بعض الأولويات المختلفة هذه المرة.

قدّرت الأبحاث أن البريطانيين سينفقون 8.7 مليار جنيه إسترليني (10.5 مليار دولار) خلال «جمعة التخفيضات» (من 25 إلى 28 نوفمبر/تشرين الثاني الجاري)، بزيادة قدرها 0.8 % على أساس سنوي.

وسيستخدم المستهلكون المناسبة، التي أصبحت أكثر من مجرد حدث على الإنترنت، لاقتناص الصفقات العفوية وهدايا عيد الميلاد في وقت مبكر، بدلاً من عمليات الشراء الأعلى سعراً والمتأخرة، بحسب «ماكينزي»، التي يُظهر بحثها أن ربع المستهلكين في المملكة المتحدة، تسوقوا بالفعل لهذا الموسم، في حين يخطط واحد من كل عشرة أشخاص للتسوق نهاية الأسبوع. وقالت آيديلو، المنصة الأوروبية المتخصصة بمقارنة أسعار المنتجات من مختلف المتاجر: إن 65% من المتسوقين الإيطاليين عبر الإنترنت على استعداد لشراء منتج خلال الحدث. كما يُخطط 70 % من الفرنسيين للتسوق في يومي «جمعة التخفيضات» و«اثنين الإنترنت». لكن يبدو أن الإسبان أقل تفاعلاً؛ حيث يعتزم 24 % فقط من المتسوقين، الاستفادة من صفقات الجمعة، لاقتناء مشترياتهم في عيد الميلاد القادم؛ وذلك بحسب الجمعية الإسبانية لشركات السلع الاستهلاكية.

وفي الولايات المتحدة، توقع الاتحاد الوطني للبيع بالتجزئة ارتفاع مبيعات العطلات بوتيرة أبطأ هذا العام. وبالمثل، توقعت «أمازون» أبطأ نمو في الإيرادات لهذه الفترة منذ سنوات. وفي بريطانيا، يعد حدث الجمعة مهماً بشكل خاص «لمجموعة المتاجر متعددة الأقسام: «جون لويس»، وتُجار التجزئة «كوريز»، و«إيه أو ورلد»، و«آرغوس».

مرّ أكثر من عقد من الزمن على جلب أمازون موسم «جمعة التخفيضات» إلى أوروبا، ومع ذلك لا تزال قيمة الحدث بالنسبة لتجار التجزئة تثير انقساماً في الرأي. ويقول المؤيدون: إن العروض الترويجية المخطط لها بعناية وبتعاون وثيق مع الموردين العالميين، تسمح للتجار بزيادة مبيعاتهم، والمحافظة على هوامش الربح.

ويجادل المشككون بأن الخصومات تمتص مبيعات الكريسماس الآجلة مع انخفاض الأرباح، وتُقوض رغبة المستهلكين في دفع السعر الكامل مرة أخرى قبل بدء الموسم الشتوي.

«رويترز»