

ماستركارد: الإنفاق في مطاعم الإمارات يرتفع 30% ومتوسط الفاتورة يتراجع



دبي: «الخليج»

أظهر تقرير «اقتصاد 2023» من «معهد ماستركارد للاقتصاد» أن المستهلكين في الإمارات باتوا يتسوقون ويذهبون للمطاعم بوتيرة أعلى، لكنهم ينفقون أقل في كل زيارة، فيما توقع التقرير تحسّن قدرة الباحثين عن عمل على التكيف مع الظروف، وأن الإنفاق المرتبط بالسكن في الدولة قد حافظ على معدلاته عند نفس المستوى بين عامي 2019 و2022. وأوضح التقرير أن معدلات الإنفاق على الإسكان في دولة الإمارات قد حافظت عام 2022 على مستوياتها عند 5.9% كما كانت في عام 2019. واعتباراً من شهر سبتمبر 2022، ارتفع معدل زيارات المستهلكين في الإمارات إلى محال البقالة بنسبة 28% مقارنة مع سبتمبر 2019، على الرغم من أن الإنفاق لكل زيارة كان أقل بنسبة 21.4%. وارتفعت وتيرة الإنفاق في المطاعم في الإمارات بنحو 30% خلال شهر سبتمبر 2022 مقارنة مع سبتمبر 2019، مع تراجع متوسط قيمة الفاتورة بنسبة 20%، كما أن المستهلكين من أصحاب الدخل المرتفع اتجهوا نحو تقليل الإنفاق.

وذكر التقرير أن الشركات التي تمتلك حضوراً على جميع القنوات في الإمارات تتمتع بقدرة أكبر على تحمل الأزمات، كونها متاحة للعملاء في أي مكان يرغبون بالتسوق منه.

تأثير التضخم

وكشف تقرير معهد ماستركارد للاقتصاد، الذي يقدم صورة عن تأثير الاقتصاد العالمي، الذي يمر بمراحل تعافٍ متفاوتة، على النمو وسلوكيات الإنفاق عند المستهلكين، مشيراً إلى أن تأثير التضخم وارتفاع أسعار الفائدة سيكون أشد على بعض الأسواق من غيرها.

وتوقع التقرير انخفاض معدلات البطالة في العديد من البلدان، بما في ذلك دولة الإمارات والسعودية، مما يشير إلى تحسّن قدرة الباحثين عن عمل على التكيف مع الظروف.

ويستند تقرير «اقتصاد 2023» إلى عدد كبير من مجموعات البيانات العامة والخاصة، وكذلك الأنماط التي تهدف إلى تقدير النشاط الاقتصادي عبر منطقة أوروبا الشرقية والشرق الأوسط وإفريقيا، ويستكشف 4 موضوعات رئيسية سيكون لها تأثير مستمر يحدد معالم البيئة الاقتصادية العالمية، وهي ارتفاع أسعار الفائدة والسكن، وانخفاض أسعار البيع ومعدلات التسوق، والأسعار والتفضيلات، والأزمات والقنوات المختلفة.

أبرز النتائج

بعد مرور سنوات على ازدهار سوق الإسكان، من المتوقع أن يؤدي ارتفاع أسعار الفائدة إلى خفض ميزانيات كلفة المعيشة، وتغيير طريقة إنفاق المستهلكين بشكل كبير.

وفي الدول المتقدمة الكبرى، يتوقع التقرير أن ينخفض الإنفاق على الأمور المتعلقة بالإسكان، كحصة من نصيب السلع، بمقدار 4.5% خلال عام 2023، متراجعاً إلى مستويات أقل من مستوى ما قبل الجائحة. وتكرر الأمر نفسه في أغلب أسواق منطقة أوروبا الشرقية والشرق الأوسط وإفريقيا، ففي المملكة العربية السعودية ظلت هذه النسبة عند 10.9%.

وتوقع التقرير أن يحافظ الإنفاق واسع النطاق على مرونته في مواجهة التضخم؛ حيث يتجه المستهلكون إلى اختيار العلامات الاقتصادية، مع البحث عن أفضل قيمة مقابل السعر.

وعلى مستوى العالم، زادت معدلات زيارة المتسوقين في محلات البقالة بنسبة 31% هذا العام مقارنة مع عام 2019، ويمكن أن يعزى ذلك بشكل جزئي للرغبة في الحد من هدر الطعام، بينما انخفض متوسط الإنفاق لكل زيارة بنسبة 9% تقريباً.

الأسر منخفضة الدخل

وعلى اعتبار أن مصاريف الطعام والطاقة تمثل جزءاً كبيراً من ميزانية الإنفاق عند المستهلكين، سيقع العبء الأكبر على كاهل الأسر ذات الدخل المنخفض.

وخلال الفترة بين 2019 و2022، ارتفع الإنفاق الاختياري للأسر ذات الدخل المرتفع بنحو مرتين أسرع تقريباً من الأسر منخفضة الدخل إلا أنه من المتوقع أن تتقلص هذه الفجوة بمرور الوقت مع التكيف مع التضخم.

وتوقع معهد ماستركارد للاقتصاد أن تخف ضغوط التضخم خلال العام المقبل، مع انخفاض متوسط معدلات التضخم في البلدان المتقدمة من 7.1% في الربع الرابع من عام 2022 إلى 3.1% في الربع الرابع من عام 2023 على أساس سنوي.

وأظهرت العديد من الأسواق في الشرق الأوسط وإفريقيا فجوة أكبر في الإنفاق الاختياري بين الأسر الميسورة وغير الميسورة في عام 2019 مقارنة مع عام 2022، والتي بلغت على سبيل المثال، 71% في المغرب و60% في الأردن.