



## لما ينبغي على الشركات والمؤسسات الاستعداد للتوجهات المتغيرة للمستهلكين

سيؤدي تغيير التركيبات السكانية والسلوكيات الاستهلاكية إلى خلق فرص جديدة بالنسبة للشركات والمؤسسات التجارية النشطة على مدى العقود المقبلة في حين أنها ستشكل تهديداً لبعض استراتيجيات التسويق المطبقة حالياً، وذلك وفقاً للتقرير الجديد الصادر عن إدارة للخدمات المصرفية التجارية لدى HSBC.

ومع توقع تأثير النمو الاقتصادي بدفع أكثر من ٩٠٪ من سكان العالم للتحويل إلى ما يسمى بالطبقة الاستهلاكية بحلول عام ٢٠٢٠، ما يعني أن لديهم بعض الدخل المتاح بعد الدفع مقابل ضروريات الحياة، فإن التقرير يشير إلى وجوب قيام الشركات والمؤسسات التجارية بالاستعداد من اليوم لتلبية متطلبات واحتياجات العملاء في الغد.

ومن خلال النتائج المجمعة من الاستقراءات المستقبلية المأخوذة من المقابلات المتعمقة التي تم إجراؤها مع كبار رجال الأعمال إلى جانب الاستبيانات التي شملت ٩٠,٠٠٠ من المستهلكين، فإن تقرير HSBC حول التوقعات المستقبلية لمتطلبات المستهلكين يناقش التوجهات الرئيسية الأربعة التي تشكل وسيلة شركات الأعمال التجارية في الوصول إلى السوق:

- توقع تسجيل زيادة سريعة في عدد المستهلكين من ذوي الدخل المتوسط في جميع أنحاء العالم، وخاصة في الأسواق الناشئة.
- التقدم في مجال التكنولوجيا الرقمية يؤثر بشكل فاعل على طريقة المتسوقين في إيجاد واختيار وشراء السلع والخدمات.
- الأجيال المختلفة من المتسوقين تظهر أنماطاً استهلاكية مميزة على نحو متزايد.
- تزايد القدرة الشرائية للمتسوقات مع انضمام المزيد من الإناث للقوى العاملة.

### التقدم في مجال التكنولوجيا الرقمية

النمو السريع في عدد الأشخاص المستخدمين لشبكة الإنترنت، وخاصة أولئك الذين يمتلكون أجهزة هواتف متحركة، مما يعني تمتع المتسوقين بالمزيد من الخيارات، وشبكات أوسع والقدرة على أن يكونوا أكثر اطلاعاً من أي وقت مضى. وبحلول



عام ٢٠٢٠ سيزيد عدد الأشخاص المستخدمين للهواتف المتحركة الذكية ليبلغ ٦,١ مليار شخص<sup>١</sup>. كما أن البالغين من جيل المتسوقين المولدين ما بين منتصف التسعينات ومنتصف الألفية الثانية هم من المستخدمين الأوليين للتكنولوجيا الرقمية مما اسهم في صوغ نظرتهم وتوقعاتهم لمتطلباتهم الاستهلاكية لتكون أكثر بساطة وسهولة.

وقال أحمد بيجان، مدير عام الائتمان والخدمات المصرفية التجارية بينك إتش إس بي سي مصر: "يزيد عاماً عن عام في مصر وحول العالم انتشار الموبايل والانترنت. نبقا دائماً في الطليعة من خلال الاستثمار في التكنولوجيا لضمان تقديم HSBC لعملائنا بأفضل طريقة ممكنة."

وفقاً لدراسة أجرتها وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر، قفز استخدام الإنترنت من ٢٠ مليون مستخدم في ٢٠٠٩ إلى ما يقرب من ٣٠ مليون مستخدم في عام ٢٠١٣. ويتزايد هذا الاتجاه ويبرهن بتوفير الحكومة المصرية الخدمات الإلكترونية، فضلاً عن اتجاه العديد من الشركات إلى المنصات الرقمية. وأضاف بيجان: "وفي القطاع المصرفي، أطلقنا خدمة الإنترنت البنكي للشركات "HSBCnet" في ٢٠٠٥".

## ارتفاع نسبة المستهلكين من ذوي الدخل المتوسط

يعرف المستهلكون من ذوي الدخل المتوسط بأنهم الأفراد الذين يكسبون ما بين ١٠ إلى ٢٠ دولاراً يومياً<sup>٢</sup> – وهم يمثلون حالياً واحداً من بين كل سبعة من سكان العالم. ومن المتوقع أن يزيد عددهم بحلول عام ٢٠٢٠ إلى ٣,٢ مليار شخص وإلى ٤,٩ مليار شخص بعد عقد من الزمن<sup>٤</sup>. ومن خلال هذه الأرقام سنرى أن قدرتهم الشرائية التقديرية سيكون لها تأثير كبير على استراتيجيات شركات الأعمال التجارية، ولا سيما في آسيا حيث يعيش أغلبيتهم. وبالتالي، ينبغي على الشركات التي تقوم بتحويل تركيزها نحو هؤلاء المستهلكين الأخذ في الاعتبار تأثير الاختلافات الثقافية على تفضيلاتهم الشرائية.

## القدرة الاستهلاكية للمتسوقين من الإناث

نتج القوة الاقتصادية للمتسوقين من الإناث للتزايد بشكل كبير في جميع أنحاء العالم، حيث من المتوقع ارتفاع أجورهم المكتسبة من ١٢ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٠ إلى ١٨ تريليون دولار أمريكي بحلول عام ٢٠١٨<sup>٣</sup>. وينبغي على الشركات الراغبة في استهداف هذه الفئة من المتسوقين اعتماد النهج الذي يعكس أنماط حياة الإناث التي تفرضها عليهم ظروف العمل على نحو متزايد. وتظهر استبيانات آراء المتسوقين من الرجال والنساء مواقف وقيم مماثلة – فكليهما يريدان

<sup>١</sup> تقرير إريكسون موبيليتي ٢٠١٥

<sup>٢</sup> قياس المجتمع الرقمي في مصر: الإنترنت في لمحة، الملف الإحصائي، ٢٠١٥ (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات - جمهورية مصر العربية)

<sup>٣</sup> بيانات منظمة التجارة العالمية

<sup>٤</sup> كما أعلاه

<sup>٥</sup> إرنست أند يونغ، النساء – السوق الناشئة المستقبلية (٢٠١٣)



الشراء من الشركات الموثوقة والمعتمدة (٧٠٪ مقابل ٦٨٪) وأبدوا اهتماماً متساوياً (٩١٪) من حيث أهمية الترفيه والاستجمام<sup>٦</sup>. وعلاوةً على ذلك، فإن أكثر من ثلثي المتسوقين (٦٧٪)<sup>٧</sup> من كلا الجنسين أبدوا اهتماماً بالاستهلاك الأخلاقي، مما يشير إلى أن اتباع الممارسات المستدامة سيؤثر بشكل متزايد على خياراتهم الشرائية.

## الاستهلاك عبر الأجيال

يشير التقرير أيضاً إلى الأهمية الاقتصادية للأجيال المختلفة، لفترة ما قبل الحرب وجيل الطفرة السكانية وصولاً إلى جيل الشباب. كما يرى أن القوة الشرائية لجيل ما فوق الستين من العمر ستستمر في الارتفاع، وأن عدد هذه الفئة العمرية سيفوق عدد الأشخاص ممن هم في سن الخامسة من العمر لأول مرة في تاريخ البشرية بحلول عام ٢٠٢٠<sup>٨</sup>. وقد يكون جيل الألفية أقل رضاً عن أوضاعهم المالية، إلا أنهم يقتربون الآن من ذروة سنين العمل بالنسبة لهم ويظهرون سلوكيات مميزة نسبياً مثل تحديد أولويات الاستمتاع بالحياة بدلاً من الادخار والممتلكات.

(انتهى/المزيد)

## للمزيد من المعلومات، يرجى الاتصال بـ:

رولا نصير  
مسئول التواصل والأعلام  
بنك إتش إس بي سي مصر ش.م.م.  
هاتف: ٨٣٨٧ ٢٥٢٩  
البريد الإلكتروني: [rola.nosseir@hsbc.com](mailto:rola.nosseir@hsbc.com)

زياد مراد  
مدير التواصل والإعلام  
بنك إتش إس بي سي مصر ش.م.م.  
هاتف: ١١١٣ ٢٥٢٩  
البريد الإلكتروني: [zeyad.mourad@hsbc.com](mailto:zeyad.mourad@hsbc.com)

## ملاحظات للمحررين:

بنك إتش إس بي سي مصر ش.م.م.

تأسس بنك إتش إس بي سي مصر ش.م.م. في عام ١٩٨٢ تحت اسم بنك هونج كونج المصري ش.م.م. وفي إبريل عام ٢٠٠١ تم تغيير اسمه إلى بنك إتش إس بي سي مصر ش.م.م. ترتباً على قيام مجموعة HSBC بزيادة حصتها في رأسماله من ٤٠% إلى ٩٤,٥%. ويعتبر بنك إتش إس بي سي مصر ش.م.م. واحداً من أكبر البنوك متعددة الجنسيات العاملة في مصر، وهو يقدم مجموعة متكاملة من الخدمات المصرفية بما في ذلك الخدمات المالية من خلال شبكة تضم أكثر من ٦٥ فرعاً ومنفذاً في المدن الرئيسية بمصر.

(انتهى/الكل)

<sup>٦</sup> استبيان الاستقراءات المستقبلية العالمية

<sup>٧</sup> كما أعلاه

<sup>٨</sup> مكتب الإحصاء الأمريكي – العالم المتقدم: التقارير السكانية العالمية لعام ٢٠١٥