

حالة اقتصاد التجزئة

في الإمارات العربية المتحدة

قراءة تحليلية لبيانات المستهلكين والأداء
للعام 2020 والربع الثالث من العام 2021

الربع
الثالث

جدول المحتويات

2	مقدمة
3	العناوين الرئيسية
5	نظرة عامة على الوضع العالمي والإقليمي: التعافي يتواصل
8	نظرة عامة على قطاع تجارة التجزئة في دولة الإمارات: عودة الثقة
11	مقارنة ربع سنوية
	- نظرة أعمق على الربع الثالث في 2021 مقابل الربع الثالث في 2019
15	التسوق داخل مراكز التسوق وتوجهات المستهلكين
	- التجارة الإلكترونية تواصل ازدهارها
	- الدفع بدون لمس: خدمة وجدت لتبقى
22	التوجهات والابتكارات في قطاع الطعام
	- استمرار الارتفاع في خدمات توصيل الطعام
27	تعافي السياحة
30	انتعاش العقارات السكنية
33	الخلاصة
35	المنهجية والمصادر
37	الهوامش

المقدمة



مع اقتراب نهاية العام الجاري، تتضح ملامح الاستقرار والتعافي الاقتصادي في دولة الإمارات أكثر فأكثر، لترسخ النظرة المستقبلية الإيجابية التي كشف عنها النصف الأول من العام، خاصة مع زيادة معدلات التطعيم واستمرار جهود تصحيح المسار من قبل المؤسسات العامة والخاصة.

وتشير دراستنا إلى تواصل صعود مؤشرات ثقة المستهلكين، بالتزامن مع بروز عوامل إيجابية خلال الربع الثالث من العام تعكس معدلات نمو مرتفعة للقطاعات غير النفطية، فضلاً عن عودة منحنى فرص العمل والوظائف للارتفاع مجددًا.

وقد ساهمت جهود حكومة الإمارات العربية المتحدة للتعامل مع تداعيات الجائحة في استعادة ثقة المجتمع الدولي سريعاً وانعكس ذلك إيجاباً على إحصاءات القطاع السياحي والارتفاع اللافت في نسب إشغال المنشآت الفندقية.

ومن المنتظر أن يشهد مؤشر السياحة المزيد من الصعود خلال الربع الأخير من العام الجاري، حيث تستهدف الدولة استقطاب نحو المزيد من الزوار في أعقاب افتتاح إكسبو 2020 دبي وخلال الاحتفالات الكبرى لليوبيل الذهبي لقيام اتحاد دولة الإمارات العربية المتحدة.

وبينما يتطلع الجميع إلى عالم بعد الجائحة في ظل تلك المؤشرات الإيجابية، لا بد ألا نغفل التأثير طويل المدى لجائحة كوفيد-19 والتحديات الجديدة التي فرضتها على سلاسل التوريد والتجارة الإقليمية، وغيرها من العوامل البيئية والاجتماعية والتنظيمية التي تستوجب المعالجة والتصحيح.

وبينما تستمر مؤشرات التعافي في التسارع للعودة إلى أوضاع ما قبل كوفيد-19، إلا أن بعض العادات والأنماط الاستهلاكية التي تسببت فيها الجائحة لن تعود إلى سابق عهدها، ولعل أبرزها النمو الكبير في قطاع التجارة الإلكترونية واتساع نطاق خدمات التوصيل. وفي هذا الإطار تكمن

مقومات النجاح للمؤسسات العاملة في قطاع التجزئة في القدرة على الابتكار والتحول السريع والمرونة في مواكبة متغيرات أنماط الاستهلاك مع المحافظة على مستوى الخدمات التقليدية.

مما لا شك فيه أن المستقبل القريب لن يخلو من التحديات والمخاطر، ولكن ما أظهرته الإمارات العربية المتحدة من قدرة على تخطي الأزمات وخلق فرص للنمو من رحم الأزمة، يجعلنا نتقدم بثقة أكبر نحو التعايش مع عالمنا الجديد.

ألان بجاني

الرئيس التنفيذي
ماجد الفطيم - القايزة

العناوين الرئيسية

التسوق. وهو التوجه الذي تعكسه بيانات أعداد المتسوقين الفعليين، حيث شهد الربع الثالث من هذا العام زيادات مستمرة، وذلك بالإضافة إلى المزيد من المؤشرات المشجعة الأخرى، الواردة من جميع مكونات قطاع التجزئة.

وبينما لا يزال إجمالي أعداد المتسوقين الفعليين أقل من مستويات العام 2019، فقد أظهر أحدث استبيان أجره "مختبر السعادة" التابع لـ "ماجد الفطيم"، **تحسناً كبيراً في كل من مستويات الثقة والراحة وتكرار الزيارات لمراكز التسوق.**

يتقدم قطاع الترفيه **بطيء ولكن بثبات** نحو تحقيق الانتعاش، على الرغم من تسجيله مستويات أقل من نفس الفترة من العام 2019.

تواصل التجارة الإلكترونية نموها بثبات، بزيادة بلغت نسبتها 34% في الربع الثالث مقارنة بالفترة ذاتها من العام الماضي، وبزيادة 20% مقارنة بالربع الثاني لهذا العام، حيث ساهم قطاع الأزياء بحصة الأسد وبزيادة بلغت نسبتها 159% في الأشهر التسعة الأولى لهذا العام مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي.

قطاع توصيل الطعام يتوسع ويزدهر سريعاً بالتوازي مع الإقبال الكبير على تجارب تناول الطعام في مواقعها الفعلية. ويلاحظ هذا الارتفاع بشكل مباشر في وحدة الأغذية والمشروبات في "ماجد الفطيم"، حيث سجلت خدمة توصيل الطعام من "فوكس سينما" نمواً كبيراً.

استمرار تعافي إنفاق السياح في الربع الثالث من العام، حيث يبشّر افتتاح إكسبو 2020 دبي إلى **نهاية سعيدة وواعدة للعام الحالي**. ويعزز هذا التفاؤل، التوقعات الإيجابية الصادرة عن مطارات دبي بانتعاش حركة المسافرين خلال النصف الثاني من العام، بالتزامن مع فتح الحدود والاستمرار التدريجي في خفض القيود المفروضة.

انتعاشة قوية لقطاع العقارات، بحسب إحصائيات دائرة الأراضي والأملاك في دبي، والتي أظهرت حجم صفقات ومبيعات هو الأعلى منذ العام 2015.

استقرار حالة التفاؤل في الأشهر الثلاثة المنتهية في سبتمبر، والتي اتسمت بالحذر خلال الربع الثاني، بالتزامن مع بدء توفر اللقاحات وانطلاق حملات التطعيم ضد فيروس كوفيد-19 حول العالم، والتي تبعها إعادة فتح الحدود، واستئناف التجارة، ودخول مستويات الطلب على النفط مرحلة التعافي. ويتوقع صندوق النقد الدولي **أن يشهد الاقتصاد العالمي نمواً بنسبة 5.9% هذا العام و4.9% في العام 2022**، على الرغم من عودة الجائحة للظهور في بعض المناطق

ومع ذلك فهنالك حالة من **عدم اليقين التي تسود المشهد مع استعدادنا لاستقبال الربع الرابع**، في ظل استمرار العديد من التداعيات والمخاطر العالمية، خاصة مع الانتشار السريع لمتحورات فيروس كورونا، والفجوات بين العرض والطلب التي سببتها الجائحة، والصعوبات التي تواجهها سلاسل التوريد، والمخاوف البيئية.

تساهم عدة عوامل، ومنها: فتح الحدود الدولية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، واستئناف حركتي التجارة والسياحة، وتعافي كلاً من مستويات الطلب والأسعار للنفط في دعم النمو الاقتصادي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، **وكل ذلك يمهّد لإمكانية تحقيق نتائج إيجابية في قطاع التجزئة خلال الربع الرابع.**

تشير بيانات "ماجد الفطيم" التي ترصد نشاط الدفع بالبطاقات في نقاط البيع، إلى أن **قطاع تجارة التجزئة في دولة الإمارات ما زال يتمتع بالمرونة، بل ونجح في تسجيل تقدم ملحوظ بالمقارنة مع مستويات ما قبل الجائحة**. لربما يمكن تفسير ذلك بوجود نقلة نحو استخدام البطاقات على حساب السيولة النقدية، إلا أن **الصعود الواضح للعيان**، تدعّمه تقارير أخرى حول مستويات ثقة المستهلكين تظهر استمرار التحسن فيها.

مستوى ثقة المستهلكين يتمتع بالحيوية، وخصوصاً في دبي والتي سجلت أعلى مستوى لها في عشر سنين خلال الربع الثالث من العام 2021، بما يشير إلى قناعة راسخة تجاه متانة الاقتصاد وفرص العمل والقوة الشرائية للأفراد والتسوق.

يواصل الزخم الاقتصادي لنشاط قطاع التجزئة نموه، كما **يواصل المستهلكون عودتهم إلى مراكز**

نظرة عامة على الوضع العالمي والإقليمي:

التعافي يتواصل



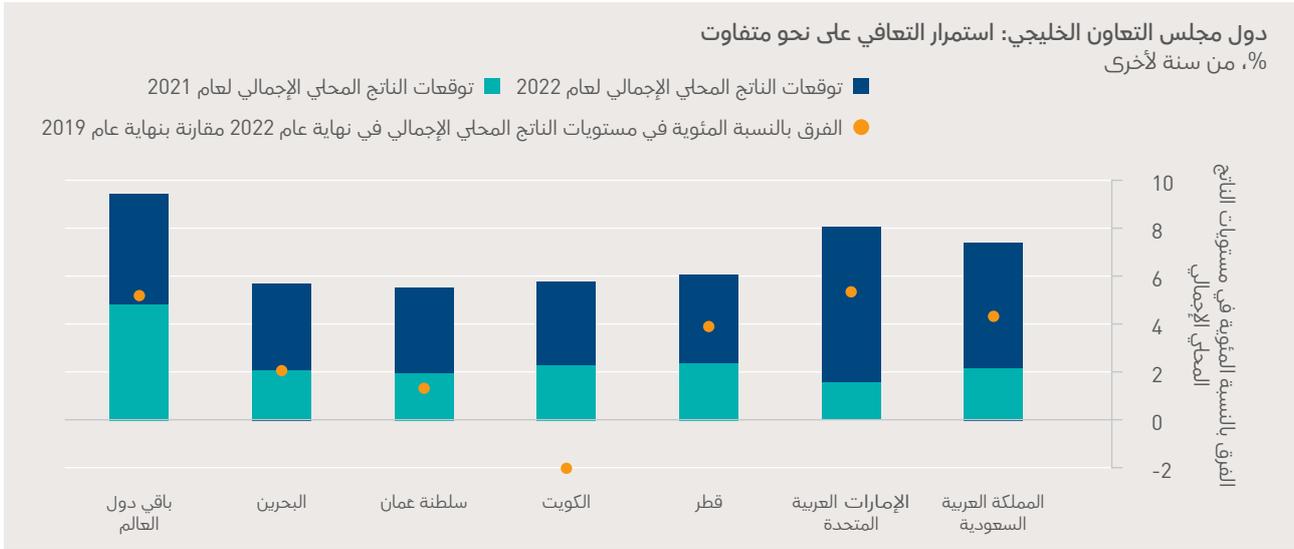
المصدر: مؤسسة Our World in Data

واصل اقتصاد منطقة دول مجلس التعاون الخليجي

وتيرة التعافي خلال الربع الثالث، مع استمرار حملات التطعيم العالمية ضد فيروس كورونا وتسجيل نسب تطعيم مرتفعة، وفتح الحدود الدولية. وفي حين أن بعض التحديات والمخاطر ما تزال قائمة، فقد أسهمت احتمالية استمرار انتعاش النشاط التجاري والسياحي في تعزيز تلك التوقعات. وبناء على ذلك، فمن المرجح أن يؤدي انتعاش الطلب العالمي وأسعار النفط¹ إلى تعزيز هذه الوتيرة.

ووفقًا لتقديرات أكسفورد إيكونوميكس²، وبعد الانكماش في العام 2020، **فمن المتوقع أن ينمو إجمالي الناتج المحلي في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي بنسبة 2.2% في العام 2021، وستتسارع تلك النسبة بشكل أكبر إلى 5.1% في العام 2022.**

وعلى الرغم من ذلك، فإنه في حين تشير جميع الدلائل إلى وجود انتعاش حقيقي، فمن المرجح أن تظل الوتيرة الإجمالية لهذا الزخم غير متساوية في جميع أنحاء المنطقة. حيث يهدد ظهور متحورات فيروس كوفيد-19 تأخير التعافي العالمي، ومن المحتمل أن تتخلف البلدان ذات المناعة المنخفضة أو معدلات التطعيم الأقل عن تلك التي أحرزت تقدمًا.

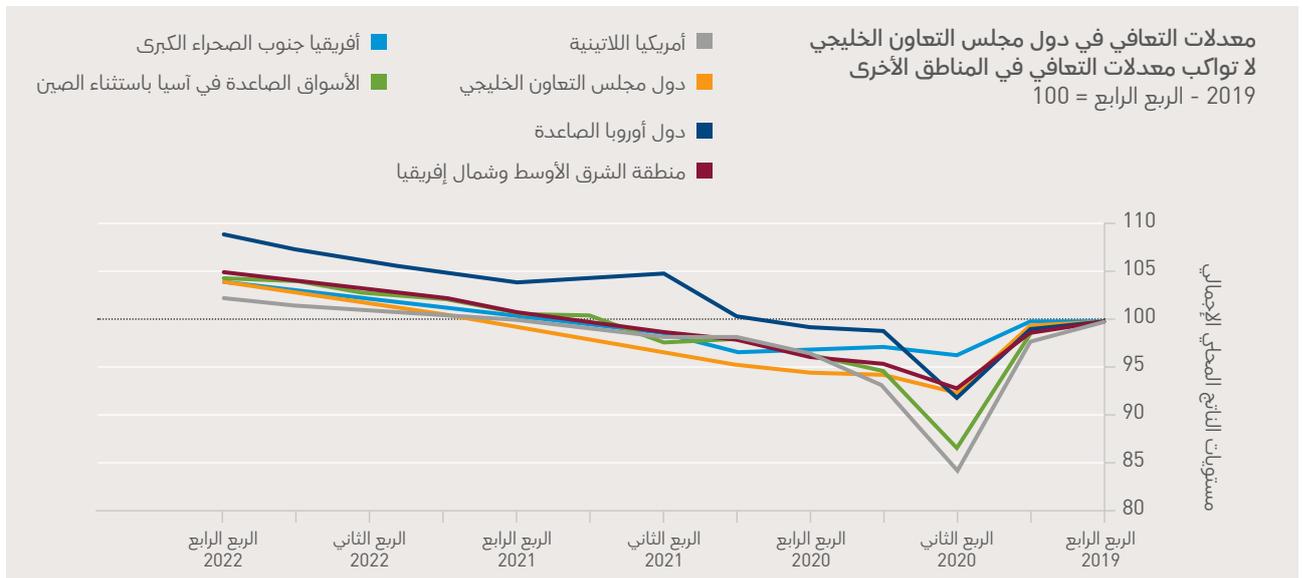


المصدر: أكسفورد إيكونوميكس/هيفر أناليتكس *باقي دول العالم باستثناء الولايات المتحدة والصين

تؤكد مقاييس التطلعات المستقبلية، مثل مؤشر مديري المشتريات (بي أم أي)، على مرونة القطاع الخاص غير النفطي. وهي المؤشرات التي تم تعزيزها من خلال الأبحاث، مثل تقرير "أتش أس بي سي نافيجيتور" والذي استند إلى دراسة استقصائية شملت أكثر من 2000 شركة، ووجدت أن الشركات في دولة الإمارات تستهدف نمواً في الإيرادات بنحو 25% في الأشهر الـ 12 المقبلة، حيث أشار عدد كبير من الذين شملهم الاستطلاع إلى أنهم يقومون بتوظيف المزيد من الكوادر لتحقيق تلك النسب⁵.

بحسب مؤشر ثقة المستهلك³ التابع لـ "اقتصادية دبي"، وصلت ثقة المستهلكين في دبي إلى أعلى مستوى لها منذ 10 سنوات في الربع الثالث من العام 2021، مما يشير إلى متانة المعنويات حول حالة الاقتصاد وآفاق العمل والتمويل الشخصي والتسوق.

يستمر قطاع السياحة في استعادة نشاطه في المنطقة مع إعادة فتح الحدود الدولية. وقد بدى ذلك واضحاً بشكل خاص في دولة الإمارات، حيث تم اتخاذ المزيد من التدابير لاجتذاب المزيد من الزوار، وقد انعكس ذلك إيجاباً عن نسب الإشغال الفندقية، والإنفاق السياحي والعائدات خلال هذا العام وحتى الآن، بما يفوق مستويات 2020⁴. ومن المنتظر أن يستمر هذا التوجه مع إقبالنا نحو نهاية العام.



المصدر: أكسفورد إيكونوميكس

نظرة عامة على قطاع تجارة التجزئة في دولة الإمارات:

عودة الثقة

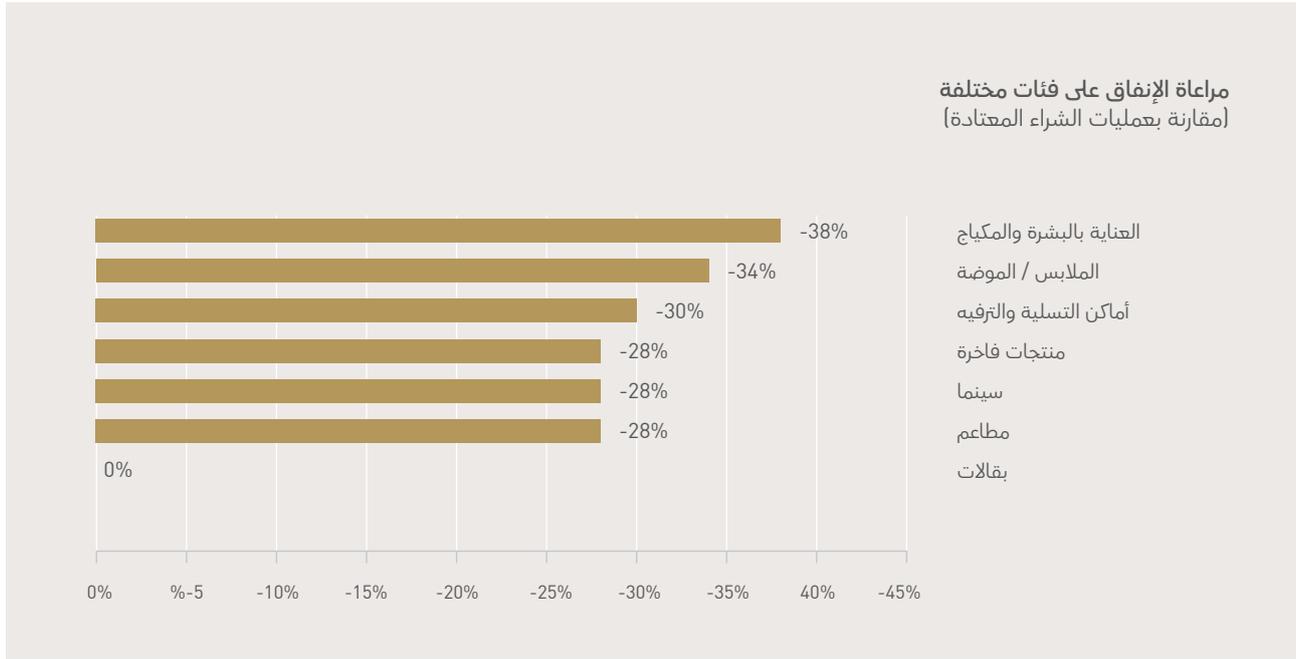


جناح دولة الإمارات العربية المتحدة في إكسبو ٢٠٢٠ دبي

تم تنفيذ هذا الاستبيان في يوليو 2021، حيث أعرب 65% من المستهلكين عن عزمهم الاستمرار في إنفاق نفس المبالغ على المواد الغذائية، بينما من المرجح أن ينفق 38% منهم نسبة أقل على مواد التجميل والعناية بالبشرة و34% منهم على الأزياء والإكسسوارات أو المنتجات الفاخرة بنسبة 28%، بالمقارنة مع فترة ما قبل كورونا.

وفقاً لبيانات "ماجد الفطيم" في نقاط البيع، والتي تغطي نحو 25% من معاملات الدفع بالبطاقات في دولة الإمارات، فإن الإنفاق الإجمالي في قطاع التجزئة قد تخطى المستويات التي تم تسجيلها آخر مرة قبل انتشار الجائحة، مع زيادة طفيفة بنسبة 0.12% خلال السنة المنتهية بسبتمبر 2019 مقارنة بالسنة المنتهية بسبتمبر 2021.

ومع ذلك، فإن الاستبيان الأخير الذي أجراه "مختبر السعادة" والذي يقيس ثقة المستهلكين، قد أشار إلى أن المتسوقين يواصلون تركيز إنفاقهم اليومي على المشتريات الضرورية على حساب المشتريات "غير الضرورية"^[5].



تمثل نية الإنفاق على فئة معينة الفرق بين النسبة المئوية للمستهلكين الذين شملهم الاستطلاع والذين ينوون إنفاق المزيد على فئة معينة وأولئك الذين ينوون الإنفاق بشكل أقل. إذا كان صافي التغيير إيجابياً، فيمكننا اعتبار الفئة توسعية

المصدر: مختبر السعادة - بحوث السوق لدى مؤسسة ماجد الفطيم
الأوقات المعتادة: فترة ما قبل كوفيد- 19

وقد سجل قطاع الضيافة بيانات تدعو إلى التفاؤل، حيث يتوقع محللون من (أس تي آر)⁴ ارتفاع إشغال الفنادق في دبي بأكثر من ثلاثة أرباع، وأن تتضاعف إيرادات كل غرفة متاحة، حيث يستفيد القطاع من عودة السياحة واكسبو 2020 دبي بالإضافة إلى التعافي العالمي من تأثير متحور دلتا.

تظهر نظرة أخرى على بيانات نقاط البيع نتائج مشابهة، وتفاوتاً كبيراً بين قطاعات البيع بالتجزئة المختلفة. وأظهر الإنفاق على الترفيه والنوادي الليلية ومناطق الجذب السياحي انتعاشاً، لكنه ظل أقل بكثير من مستويات 2019. وانخفض قطاع الترفيه والتسلية بنسبة 39% في هذا العام حتى تاريخه مقارنة بالعام 2019، وذلك على الرغم من أن هذا القطاع قد نما بنسبة 4% بين الربعين الأخيرين.

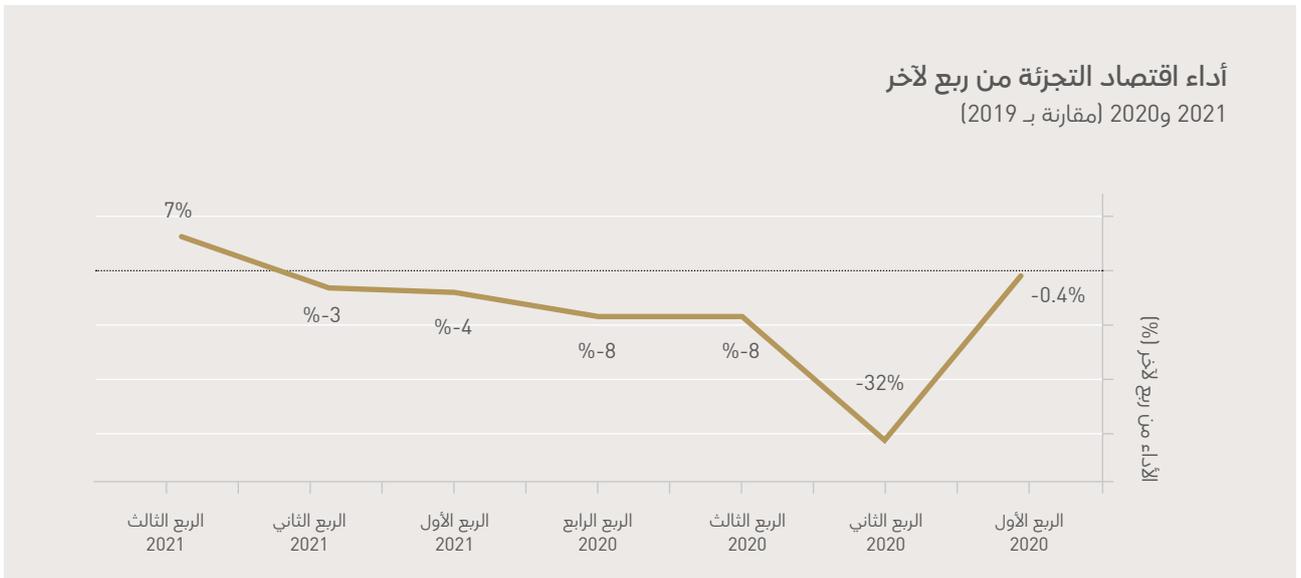
المقارنة الربع سنوية

الربع الثالث من 2021 مقارنةً بالربع الثالث من 2019 ؛
والربع الثالث من 2021 مقارنةً بالربع الثاني من 2021



وفي حين أن بعضًا من هذه البيانات يعود إلى التحول في طريقة الدفع من السيولة النقدية إلى البطاقات، نتيجة لتدابير السلامة الصحية، إلا أن هذا التوجه قد بدأ واضحًا في الرسومات البيانية التالية.

الأخبار المشجعة من بيانات مراقبة نقاط البيع بالبطاقات، هي أن الربع الثالث من العام 2021 كان الفترة الأولى منذ انتشار الجائحة التي **تشهد تجاوز إنفاق المستهلك المستويات التي تم تسجيلها آخر مرة في العام 2019.**⁽⁷⁾



وبينما كان إنفاق المستهلكين في السوبرماركت/ الهايرماركت أقل في الفئات العامة في الربع الأول من العام 2019، ظلت هذه الفئة ثابتة طوال الوقت من ذلك الحين وحتى الربع الثالث من العام 2021. ووصلت المبيعات إلى 89% من فئات التجزئة العامة في أوائل العام 2020، والآن ونحن في الربع الثالث من العام 2021 وصلت إلى نسبة 71% بشكل إجمالي.

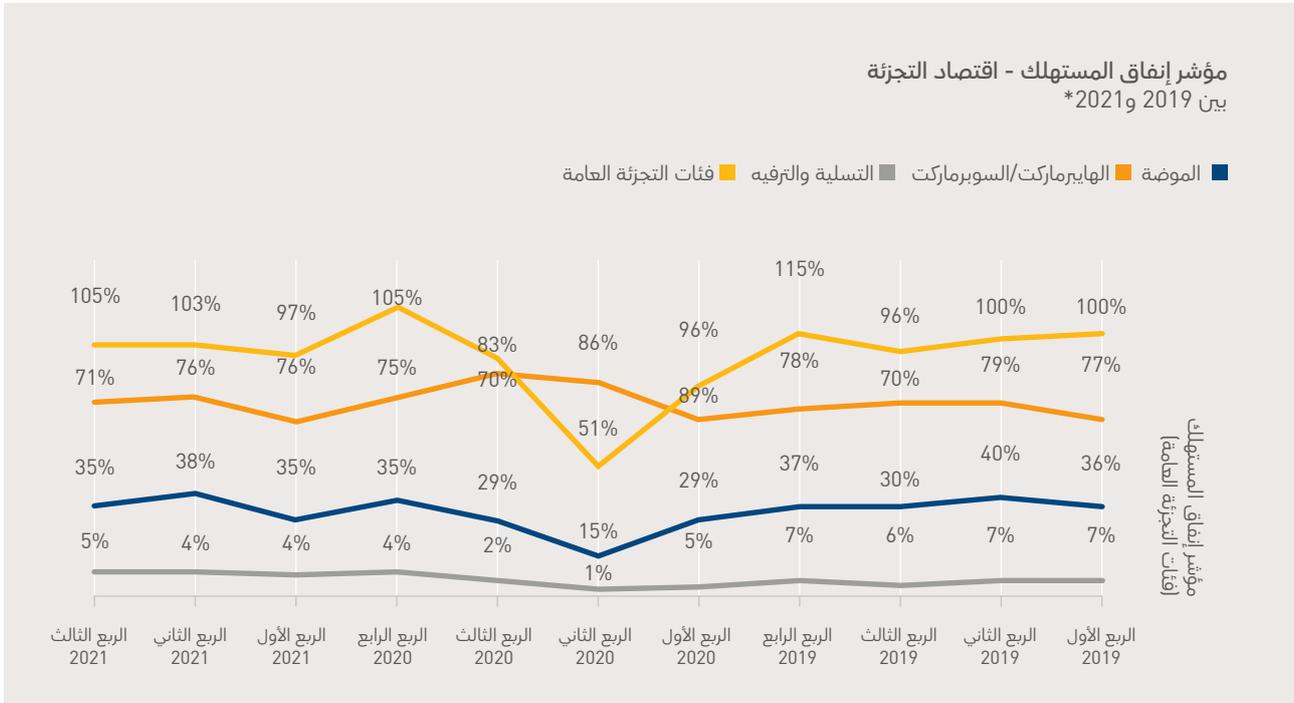
ومن الجدير بالملاحظة أن مبيعات التجزئة تتعزز عادة من خلال العروض الخاصة والتخفيضات التي تقام في شهر مايو، وكذلك العروض الخاصة بشهر رمضان، والتي انخفضت أيضًا في مايو من هذا العام. بينما تساهم أشهر العطلة الصيفية (يوليو وأغسطس) في تراجع الإنفاق في الربع الثالث في متاجر السوبرماركت والهايرماركت وكذلك الأمر بالنسبة للأزياء.

وعلى الجانب الإيجابي، ساعدت الرغبة في الاستمتاع بالتجارب الترفيهية فيما بعد الجائحة في نمو قطاع الترفيه والتسلية بأكثر من 4% بين الربعين الثاني والثالث.

بالنظر إلى تباين التوجهات في الأرباع السنوية من العام 2021، يمكننا ملاحظة أن أداء قطاع التجزئة قد ارتفع بشكل ملحوظ بين الربعين الثاني والثالث، بينما شهد انخفاضًا في إنفاق المستهلكين. وهذا أمر طبيعي بالنسبة لقطاع التجزئة في دولة الإمارات.

وقد شهدنا زيادة مطردة خلال فترة الأرباع السنوية للعام 2021، حيث تجاوز الربع الثالث من العام 2021 مستويات العام 2019 بنسبة 7% لقطاع التجزئة، ما يعد مؤشرًا صحيًا.

شهدت الفئات العامة في قطاع التجزئة (مثل الفنادق والأطعمة والمشروبات والإلكترونيات والسلع المعفاة من الرسوم الجمركية) نموًا بنسبة 2% بين الربعين الثاني والثالث من العام 2021، بعد انخفاض كبير في العام الماضي (-49%). ويعزى نمو هذا القطاع بشكل أساسي إلى زيادة نشاط الأسواق الحرة (17%) والإلكترونيات (20%). وقد لعب فتح الحدود وتخفيف القيود على حركة سفر المقيمين الراغبين في قضاء عطلة عيد الأضحى، وعروض العودة إلى المدارس، دورًا في زيادة مبيعات التجزئة.



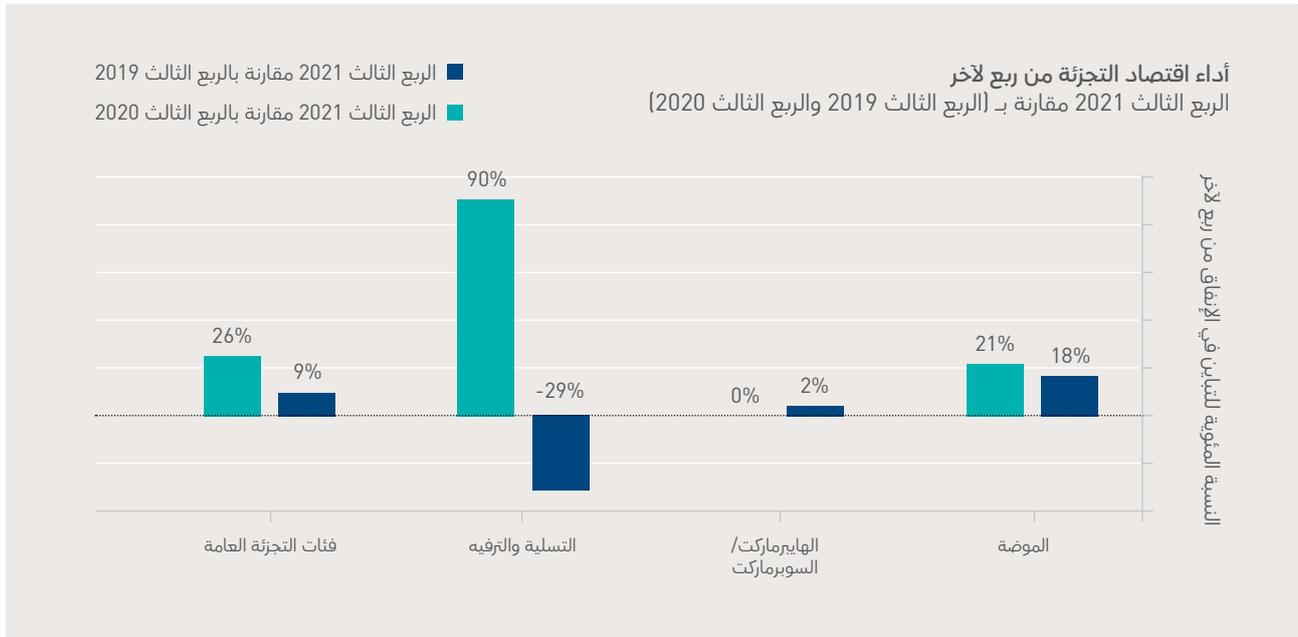
المصدر: بيانات نقاط البيع بين 2019 و2021*
بيانات نمو مبيعات نقاط البيع مهدلة بناء على قاعدة 100

نظرة أعمق على الربع الثالث من 2021 مقارنة بالربع الثالث من 2019

كما خالفت الفنادق هذا التوجه، بزيادة قدرها 11% عن الربع الثالث من العام 2019، وبزيادة قدرها 34% مقارنة بالربع الثالث من العام الماضي، وذلك بفضل عودة السياحة. واستناداً إلى بيانات نقاط البيع، حافظت مساهمة الإنفاق السياحي في إجمالي ناتج قطاع التجزئة على ثباتها في الربع الثالث عند 7%، وهو مستوى مماثل لعام 2019.

بالمقارنة بين الربع الثالث من العام 2019 والربع الثالث من العام 2020، نجد أن معظم القطاعات قد شهدت نمواً في الإنفاق الاستهلاكي. ومع ذلك، ما يزال قطاع الترفيه والتسلية خلف مستويات 2019.

كانت دور السينما من بين الأكثر تأثراً، حيث انخفضت بنسبة 44% في الربع الثالث من العام 2021 مقارنة بالربع الثالث من العام 2019، بينما نمت ألعاب الفيديو بقوة بزيادة 344% مقارنة بالربع الثالث من العام 2019.



المصدر: بيانات نقاط البيع، بين 2019 و2021

التسوق داخل مراكز التسوق وتوجهات المستهلكين



ذا كونسبت ستور، مول الإمارات

ومع ذلك، أظهر استبيان "مختبر السعادة" الذي أجرته "ماجد الفطيم" وجود تحسن كبير في كل من وتيرة ومستوى الراحة والثقة في زيارة مراكز التسوق، وهو ما يعزى إلى تدابير الصحة والسلامة المتخذة لطمأنة العملاء. وهذا مؤشر رئيسي وقوي للنمو المستقبلي في مراكز التسوق.

شهدت الفئات العامة لمبيعات بالتجزئة في مراكز التسوق نمواً في الإنفاق الاستهلاكي بنسبة 6% بين الربعين الثاني والثالث من العام 2021، مدفوعاً بشكل أساسي بزيادة قدرها 18% في الإنفاق على الإلكترونيات، مما يعكس زيادة مماثلة في الإنفاق على الإلكترونيات قبل انتشار الجائحة بين الربعين الثاني والثالث من العام 2019.

وعلى مستوى مراكز التسوق التابعة لشركة "ماجد الفطيم"، ارتفع إجمالي عدد المتسوقين الفعليين بنسبة 1% في الربع الثالث من هذا العام، مقارنة بالربع الثاني⁽⁸⁾ في العام 2019، وكان هناك انخفاض طفيف بين الربعين الثاني والثالث، لذا فإن الارتفاع المعتدل لهذا العام يعد علامة مشجعة. وعلى الرغم من ذلك، ما يزال الإقبال في الربع الثالث من العام 2021 أقل بنسبة 16% عن الربع الثالث من العام 2019.

على الرغم من زيادة الإقبال على التسوق التقليدي، إلا أن الإنفاق الاستهلاكي انخفض بنسبة 3% مدفوعاً بشكل أساسي بانخفاض بنسبة 5% في قيمة متوسط المعاملات في محلات الهايبرماركت/السوبرماركت ومتاجر بيع الأزياء داخل مراكز التسوق. كما انخفض إجمالي الإنفاق في مراكز التسوق بنسبة 5% في الربع الثالث من العام 2021 مقارنة بالفترة نفسها من العام 2019.

وأظهر استبيان "مختبر السعادة" الذي أجرته "ماجد الفطيم" زيادة مماثلة في مؤشرات الثقة والسعادة في دولة الإمارات، حيث **تحسن صافي نسبة السعادة - ويشمل إجمالي عدد الأشخاص الذين يشعرون بالسعادة، يطرح منه عدد أولئك الذين لا يشعرون بالسعادة - بشكل ملحوظ من 56% في يونيو 2020 إلى 75% في يوليو 2021^[6].**

وصلت ثقة المستهلكين في دبي إلى أعلى مستوى لها منذ 10 سنوات في الربع الثالث من العام 2021 ويتوقع تقرير "اقتصادية دبي" أن ترتفع أكثر بفضل معرض إكسبو 2020 دبي^[9]. حيث يشعر أكثر من ثلاثة أرباع المستهلكين في دبي (78%) بالإيجابية حيال الآفاق الاقتصادية للدولة، وذلك ارتفاعاً من 57% لذات الفترة من العام الماضي.

مستوى الثقة العام

مؤشر السعادة

يونيو 2021 مقارنة بـ يونيو 2020

75%
(+19% نقاط)



41%
(+5% نقاط)
عند اصطحاب الأطفال



54%
(+10% نقاط)
دون اصطحاب الأطفال



زيارة المول

الشعور بالراحة عند زيارة المول

يونيو 2021 مقارنة بـ يونيو 2020

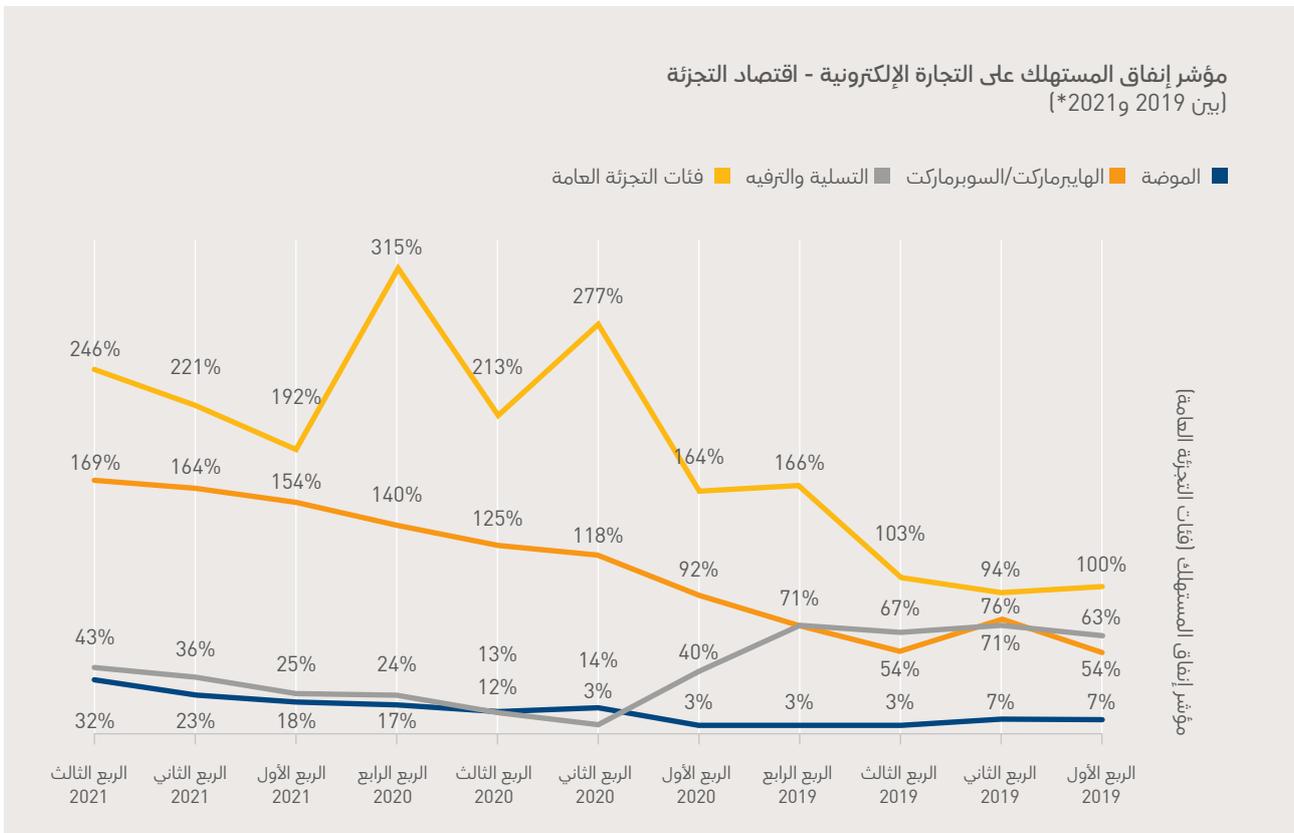


سكي دبي، مول الإمارات

التجارة الإلكترونية تواصل ازدهارها

وكانت القيمة الإجمالية لمبيعات قطاع التجارة الإلكترونية في الربع الثالث من العام 2021 أعلى بنسبة 34% من نفس الفترة في 2020، وأنفق المستهلكون بزيادة بلغت الربع على التجارة الإلكترونية في الأشهر التسعة الأولى مقارنة بالفترة نفسها من العام 2020.

تستمر التجارة الإلكترونية في اكتساب المزيد من الزخم في دولة الإمارات، بما يدل على حدوث تغييرات كبيرة في توجهات المستهلكين الناتجة على تأثيرات الجائحة. ويتضح ذلك من خلال نمو أقوى للمبيعات على أساس شهري في قطاع التجارة الإلكترونية مقارنة بمعاملات نقاط البيع داخل المتجر الفعلية.

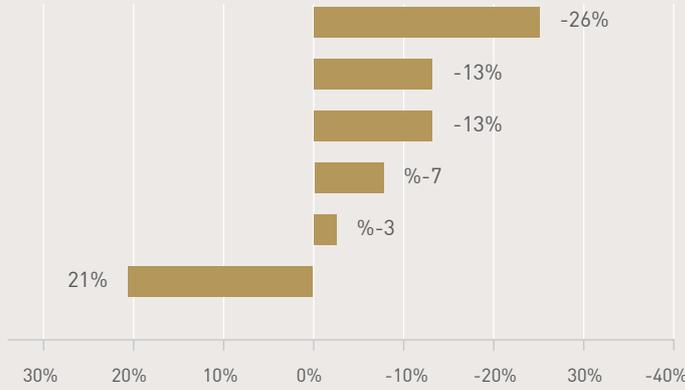


المصدر: بيانات نقاط البيع بين 2019 و2021 تطور بيانات مبيعات نقاط البيع معدلة وفقاً للمؤشر الأساسي 100 لقطاع التجزئة العام في الربع الأول 2019

الأزياء والإلكترونيات والأجهزة المنزلية والأثاث. وكان أكبر انخفاض في نية الشراء لدى المستهلك هو للمنتجات الفاخرة، مما يشير إلى استمرار درجة توخي الحذر.

مع استمرار تطور سلوك المستهلكين عبر الإنترنت، برز تسوق المواد الغذائية عبر الإنترنت كأحد أهم القطاعات، لا سيما عندما نلاحظ تلك الزيادة الكبيرة في التفكير في الإنفاق بنسبة 21% بين الربعين الثاني والثالث من هذا العام. وبالمقارنة، تقل احتمالية شراء الأشخاص لمنتجات

مراعاة الإنفاق على التسوق عبر الإنترنت (مقارنة بآخر 3 أشهر)



تسوق المنتجات الفاخرة عبر الإنترنت
تسوق الأثاث المتزلي عبر الإنترنت
تسوق الأجهزة المنزلية (أجهزة تلفاز / تلاجت / غسالات وما إلى ذلك) عبر الإنترنت
تسوق الإلكترونيات (أجهزة الكمبيوتر / الهواتف المحمولة / الأجهزة اللوحية وما إلى ذلك) عبر الإنترنت
تسوق الأزياء / الملابس عبر الإنترنت
شراء مستلزمات البقالة عبر الإنترنت

تمثل نية الإنفاق على فئة معينة الفرق بين النسبة المئوية للمستهلكين الذين شملهم الاستطلاع والذين ينوون إنفاق المزيد على فئة معينة وأولئك الذين ينوون الإنفاق بشكل أقل. إذا كان صافي التغيير إيجابياً، فيمكننا اعتبار الفئة توسعية

المصدر: مختبر السعادة - بحوث السوق لدى مؤسسة ماجد القطيم

نظرة أقرب على الفئات ومبيعات التجارة الإلكترونية

الهايبرماركت والسوبرماركت

يواصل عملاء الهايبرماركت والسوبرماركت تحويل بعض إنفاقهم إلى التجارة الإلكترونية. وعلى الرغم من أن المبيعات الإجمالية في هذه الفئة ظلت ثابتة، إلا أن التجارة الإلكترونية شهدت ارتفاعاً بنسبة 46% هذا العام مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي. وبنظرة أقرب على الربع الثالث من 2021 ومقارنته بالربع الثالث من 2020، سجدت زيادة بنسبة 34%.

مبيعات التجزئة للفئات العامة

على الرغم من أن الزيادة الإجمالية في مبيعات التجارة الإلكترونية في الفئات العامة للمبيعات بالتجزئة كانت متواضعة بنسبة 2% بين بداية العام حتى تاريخه في 2021، والفترة نفسها من العام الماضي، إلا أن بعض الفئات قد برزت وحقق نموًا كبيرًا. وشمل ذلك **الفنادق (151%) والمفروشات المنزلية (61%) والعمود ومستحضرات التجميل (36%) والصحة (46%)**.

الأزياء

سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية في الأزياء أعلى نسبة بقيمة 159% في الأرباع الثلاثة الأولى من هذا العام مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي. ونظرًا لما شهدته عام 2020 من نمو استثنائي في هذه الفئة، فقد كان ذلك دلالة على كيفية اعتماد المستهلكين على منصات التجارة الإلكترونية عند شراء الأزياء. وسجلت المبيعات عبر الإنترنت في شهر سبتمبر 2021 فقط ثلاثة أضعاف مستوى الشهر نفسه من العام الماضي⁽⁷⁾.

التسليه والترفيه

ارتفعت مبيعات التجارة الإلكترونية في هذه الفئة بنسبة 90% في الأشهر التسعة الأولى من هذا العام، مقارنة بالفترة نفسها من عام 2020. وارتفعت مبيعات الترفيه والتسليه عبر الإنترنت في الربع الثالث من عام 2021 فقط بنسبة 222% مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي. وعلى الرغم من أن هذا أمر إيجابي للغاية، إلا أنه يجب وضعه على خلفية انخفاض إجمالي الإنفاق على الترفيه والتسليه بنسبة 37% بين الربع الثالث من عام 2021 والفترة نفسها من عام 2019.



متجر ماجد الفطيم للتجزئة

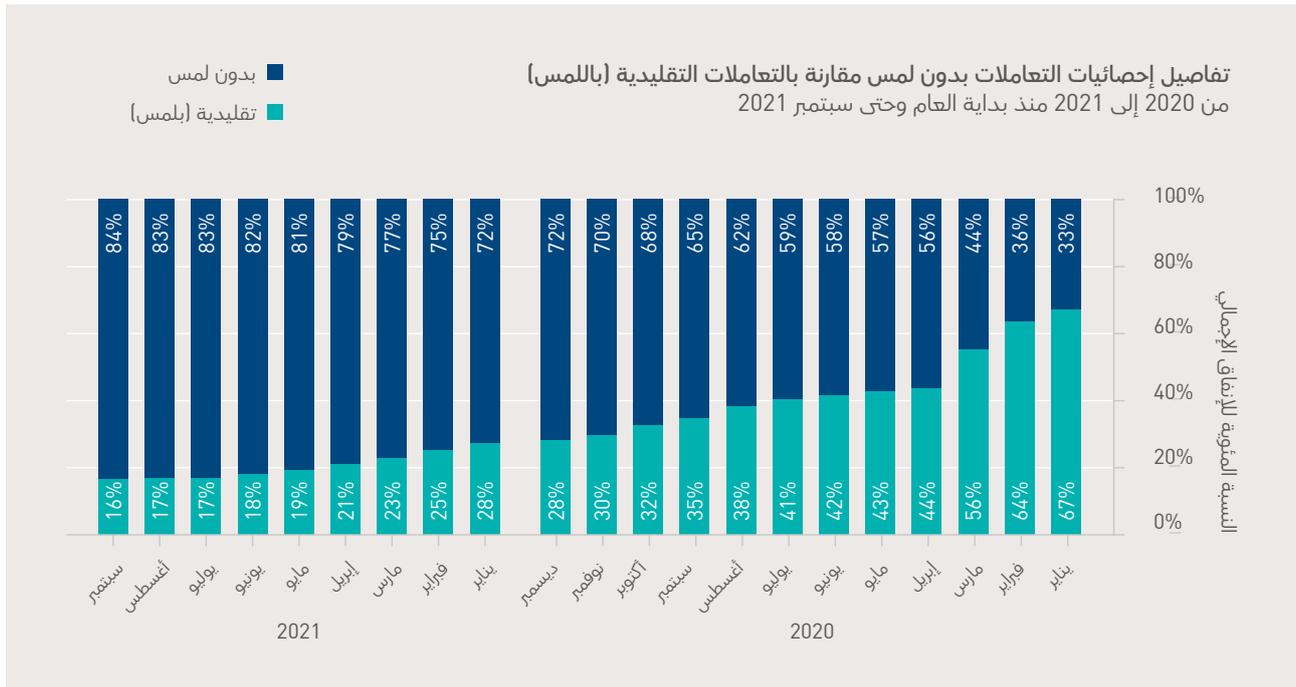
الدفع بدون لمس: خدمة وجدت لتبقى

وتظهر المؤشرات أن هذا التوجه نحو خدمة الدفع بدون لمس على ما يبدو قد وجد ليقى. وتفترض دراسة حديثة أجرتها "ماستر كارد" أن الحلول الرقمية غير التلامسية، والتي تقلل الاعتماد على السيولة النقدية، ستكون من محركات النمو الرئيسية للشركات الصغيرة والمتوسطة، مما يتيح لهم تنمية مبيعاتهم عبر الإنترنت وزيادة إجمالي مبيعاتهم⁽¹²⁾.

ووفقاً لبيانات نقاط البيع الخاصة بشركة "ماجد الفطيم"، فقد شكلت معاملات الدفع بدون لمس 90% من إجمالي معاملات نقاط البيع و84% من الإنفاق في قطاع التجزئة في دولة الإمارات هذا العام حتى سبتمبر 2021 - بزيادة قدرها 30% عن نفس الفترة من العام الماضي⁽⁷⁾.

ليس مستغرباً في أعقاب الجائحة، أن يرتفع مؤشر استخدام معاملات الدفع بدون لمس كطريقة آمنة ومريحة لشراء السلع والخدمات. ووجد تقرير حديث من "ألأيد ماركت ريسرش" أن سوق الدفع غير التلامسي العالمي كان بقيمة 1.2 مليار دولار أمريكي في العام 2019 ومن المتوقع أن ينمو إلى 5.4 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2027⁽¹⁰⁾.

أوفي انعكاس واقعي لاهتمام المستهلك في طريقة الدفع الجديدة هذه بدولة الإمارات، أطلق بنك الإمارات دبي الوطني حملة بعنوان "معاً، ندفع بميزة عدم التلامس" والتي سجلت أكثر من 34 مليون معاملة دفع بدون لمس في ثمانية أسابيع فقط في الربع الثاني من العام 2021. وبغض النظر عن الارتفاع الكبير هذا العام في استخدام هذا الخيار للدفع، فقد تم رصد زيادة أكبر من حيث القيمة في مشتريات المواد الغذائية ومحلات السوبرماركت، بينما سجلت الفنادق والمنتجعات أعلى نمو في عدد المعاملات⁽¹¹⁾.



المصدر: بيانات نقاط البيع، بين 2020 و2021* (باستثناء التجارة الإلكترونية)

وعلى الرغم من ذلك، قال المستهلكون إنهم ما زالوا يفضلون الدفع رقمياً على حساب النقد، مستشهدين بالتقنيات المحسنة والتدابير الأمنية⁽¹³⁾.

وعلى الرغم من ذلك، فهناك جانب سلبي لانتشار التحول نحو المدفوعات الرقمية. فمع استمرار نمو المعاملات في المتاجر وعبر الإنترنت، يزداد خطر الهجمات السيبرانية التخريبية. ففي استطلاع أجرته شركة "فيزا"، وجدت شرطة دبي أن 39% من المستهلكين في دولة الإمارات قد تعرضوا لمحاولة احتيال واحدة على الأقل عبر الإنترنت.

توجهات الطعام والابتكار



كارفور سيتي+ ومول الإمارات

وأصبحت تطبيقات مثل "كارفور" و"إنستاشوب" و"إل غروسر" و"ترولبي" من ثمرات المواجهة الناجحة لكورونا، حتى أن تطبيقات توصيل الطعام المستقلة قد أضافت إمكانيات تسوق المواد الغذائية إلكترونياً (14).

ويبدو أن هذا التوجه مهيأ للاستمرار على الرغم من أن إجراءات الإغلاق قد توقفت الآن، ويتم تسجيل نسب تطعيم من بين أعلى المعدلات في العالم. ووفقاً لـ "يورومونيتر"، **فمن المتوقع أن تؤدي سهولة خدمة الطلبات الإلكترونية وتغير سلوك المستهلكين نحو خدمات التوصيل إلى زيادة النمو السنوي للتجارة الإلكترونية للأغذية والمشروبات والمواد الغذائية بنسبة تتراوح بين 5% و 10% في دولة الإمارات.**

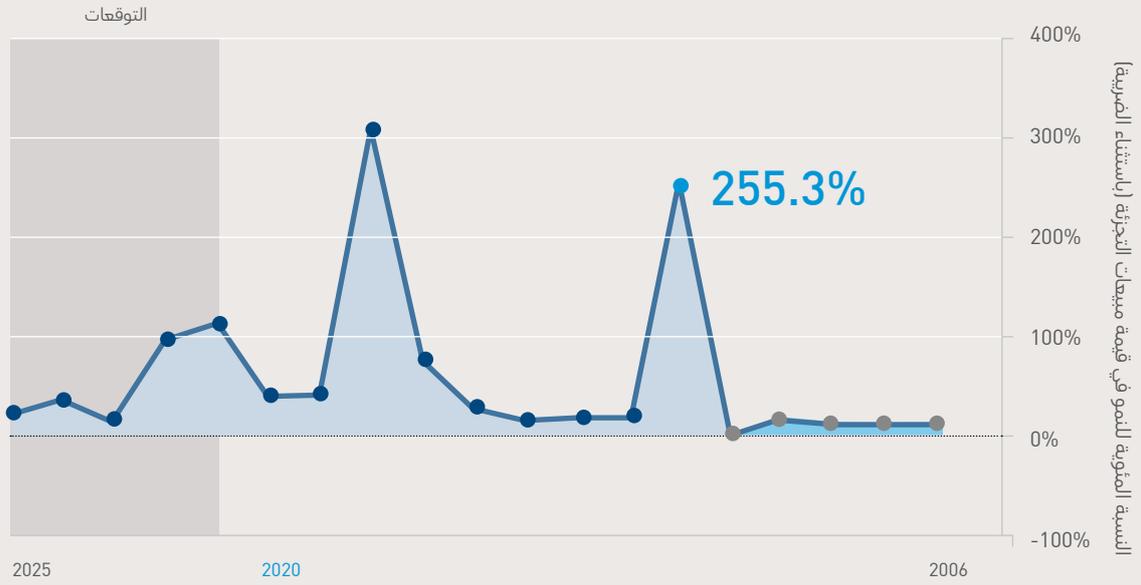
وفي "ماجد الفطيم" ارتفعت مبيعات "كارفور" من المواد الغذائية والإلكترونيات في دولة الإمارات بنسبة 171% خلال هذا العام وحتى تاريخه في سبتمبر 2021، مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي، حيث تم تنفيذ أكثر من 1.4 مليون طلب.

إن كيفية استهلاكنا للمأكولات والمشروبات في دولة الإمارات وسرعة شرائها وتوصيلها لموائدنا يعد أحد أكبر التغييرات في سلوك المستهلكين الناتج عن الجائحة.

قبل العام 2019، كان الظهور التدريجي للمنصات المجهزة للأطعمة، يعني أن المستهلكين بدأوا في الاستمتاع بالراحة التي توفرها لهم خدمات طلب الأطعمة والمشروبات وتوصيلها بضغطة زر. وقد أدى الاضطراب المرتبط بفيروس كورونا إلى تسريع نمو هذا التوجه، حيث زادت مبيعات توصيل الأطعمة والمشروبات في دولة الإمارات بأكثر من الضعف خلال العام الماضي، فنمت بنسبة 255% بين عامي 2019 و2020⁽¹⁴⁾. وبالمثل، فإن الإجراءات الاحترازية اللازمة للصحة والسلامة، تعني أن العملاء يفضلون توصيل المواد التموينية بالإضافة إلى وجبات الطعام إلى منازلهم.

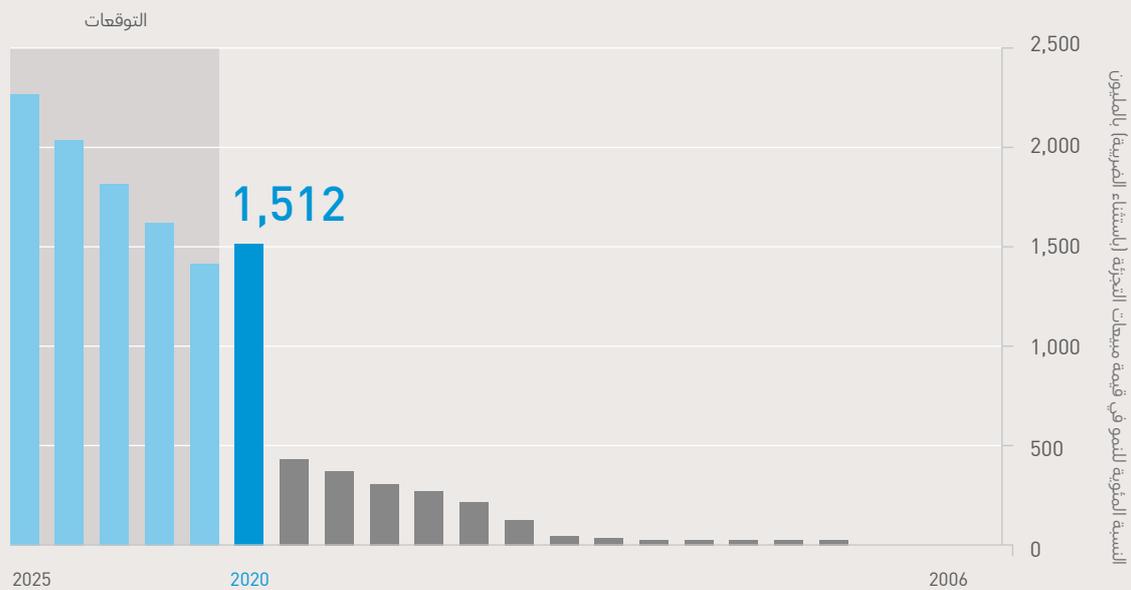
وكانت الشركات المحلية هي الدافع الرئيسي وراء هذه الزيادة الكبيرة في خدمات توصيل الأطعمة والمشروبات، إذ تمكنت من تأسيس بنية تحتية قوية للتجارة الإلكترونية عبر الأجهزة النقالة.

أداء مبيعات الطعام والمشروبات عبر التجارة الإلكترونية في الإمارات العربية المتحدة
النسبة المئوية لقيمة سعر البيع بالتجزئة من سنة لأخرى باستثناء النمو في ضريبة المبيعات بين 2006 و2025



المصدر: يورومونيتر، أكتوبر 2021

مبيعات الطعام والمشروبات عبر التجارة الإلكترونية في الإمارات العربية المتحدة
قيمة سعر البيع بالتجزئة باستثناء ضريبة المبيعات - بالمليون درهم إماراتي - الحالي - 2006-2025



المصدر: يورومونيتر



تجهيز طلبات التوصيل عبر الإنترنت في كارفور

استمرار الارتفاع في خدمات توصيل الطعام

وفي حين أنه من المرجح أن تستمر هذه التوجهات في الصعود، حيث يعتمد المزيد من العملاء على خدمات التوصيل عبر الإنترنت كخيار أولي وبشكل متكرر، فمن المرجح أن تلعب "المطابخ المعتمدة" دوراً مكملاً للخدمات التي تقدمها المطاعم التقليدية، باعتبارها طريقة فعالة من حيث التكلفة لخدمة العملاء الذين لا يستطيعون أو لا يرغبون في المغامرة بالخروج من منازلهم. وفي الواقع، يشير أحد التقارير إلى أن قطاع إدارة المطاعم سيتوسع بمعدل يزيد عن 5%¹⁰ سنوياً حتى العام 2026.

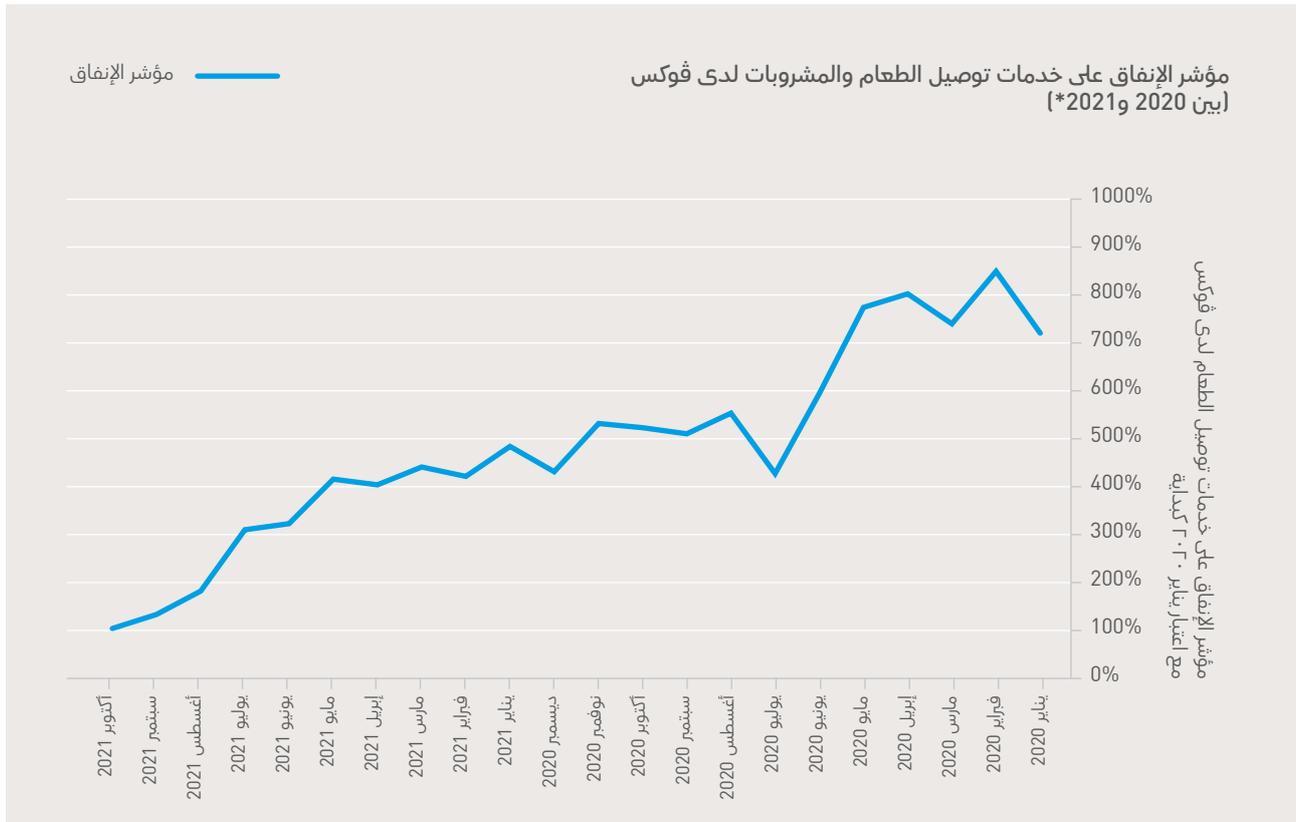
تعمل الشركات في جميع أنحاء العالم على إعادة تنظيم هذا التوجه وأخذها بعين الاعتبار، عبر زيادة حضورها على الإنترنت وإطلاق تطبيقات الطلبات. فعلى سبيل المثال، ركزت "ماكدونالدز" بشكل كبير على تحسين خدمة التوصيل في العام 2020، وارتفع متوسط سعر المعاملات نتيجة لذلك. وسجلت "فوكس سينما" التابعة لشركة "ماجد الفطيم" نمواً قوياً مماثلاً في توصيل وجبات الأفلام الخفيفة مثل الفشار والناشوز ومشروبات السلاش إلى المنازل¹¹.

أدت الحاجة لوجود خدمة مساندة لهذا القطاع إلى فتح قطاع جديد وآفاق جديدة للأعمال التجارية، فمع نمو قطاع المطابخ التي تنتج الوجبات بهدف توصيلها فقط، والخدمات التي لا تشمل مرافق أو مساحات لتناول الطعام، فمن المتوقع أن يمثل هذا القطاع فرصة عالمية بقيمة تريليون دولار أمريكي بحلول العام 2030، وذلك بحسب "يورومونيتور".

إن ما يطلق عليها اليوم اسم "المطابخ المعتمدة" أو "المطابخ السحابية" والتي تقدم خدمات الطعام بدون أي مساحة للعملاء، وتقتصر على خدمة التوصيل فقط، أخذت في الازدياد، وهذا ينطبق أيضاً في منطقة الشرق الأوسط. ومن أحد هذه المفاهيم Kitch-In، وهو عبارة عن منصة رقمية أسسها خبير المطاعم "يفجيتي كوزين" والشيف "إيزو أني"، بالشراكة مع مجموعة فنادق "أكور". فإلى جانب المطاعم التقليدية، تزخر هذه النوعية الموازية من المطابخ بأكثر من 380 علامة تجارية و70 مطبخاً موجوداً في المنطقة اليوم⁸.

حتى المطاعم الفاخرة مثل "كوبا" و "نوبو"، والتي ركزت بشكل تقليدي على تجربة تناول الطعام، قد ضخت استثمارات لتعزيز قدراتها في مجال التوصيل، في ظل وجود طلب قوي على كل من تناول الطعام في المطعم وتوصيله إلى المنزل. إن هذا النموذج الذي يتمحور حول خدمة التوصيل قد وجد ليقى، والقدرة على توفير مزيج من تجارب تناول الطعام سيكون هو المفتاح للفوز في أسواق الأطفمة والمشروبات.

وكانت المبيعات في الأشهر التسعة حتى سبتمبر أعلى بنسبة 38% من مبيعات التوصيل في كل العام 2020. وكان الربع الثالث من 2021 أعلى بنسبة 85% من الربع الثالث من 2020 على أساس سنوي. ونمت هذا العام مبيعات التوصيل بنسبة 30% بين الربعين الثاني والثالث^[20].



المصدر: البيانات الداخلية لمرافق السينما التابعة لمؤسسة ماجد الفطيم، 2019-2021* (السنة المنتهية بشهر أكتوبر) تطور بيانات مبيعات توصيل الطعام والمشروبات في فوكس معدلة وفقاً للمؤشر الأساسي 100 لشهر يناير 2020

عودة السياحة



إكسبو ٢٠٢٠ دبي

وتظهر بيانات نقاط البيع (والتي تغطي نحو 25% من المعاملات القائمة على البطاقات، وما يقدر بنحو 10-15% من جميع المعاملات في دولة الإمارات) أن إنفاق الزوار في قطاع التجزئة قد استمر في التعافي، ووصل إلى مستويات ما قبل الجائحة بحلول الربع الثالث.

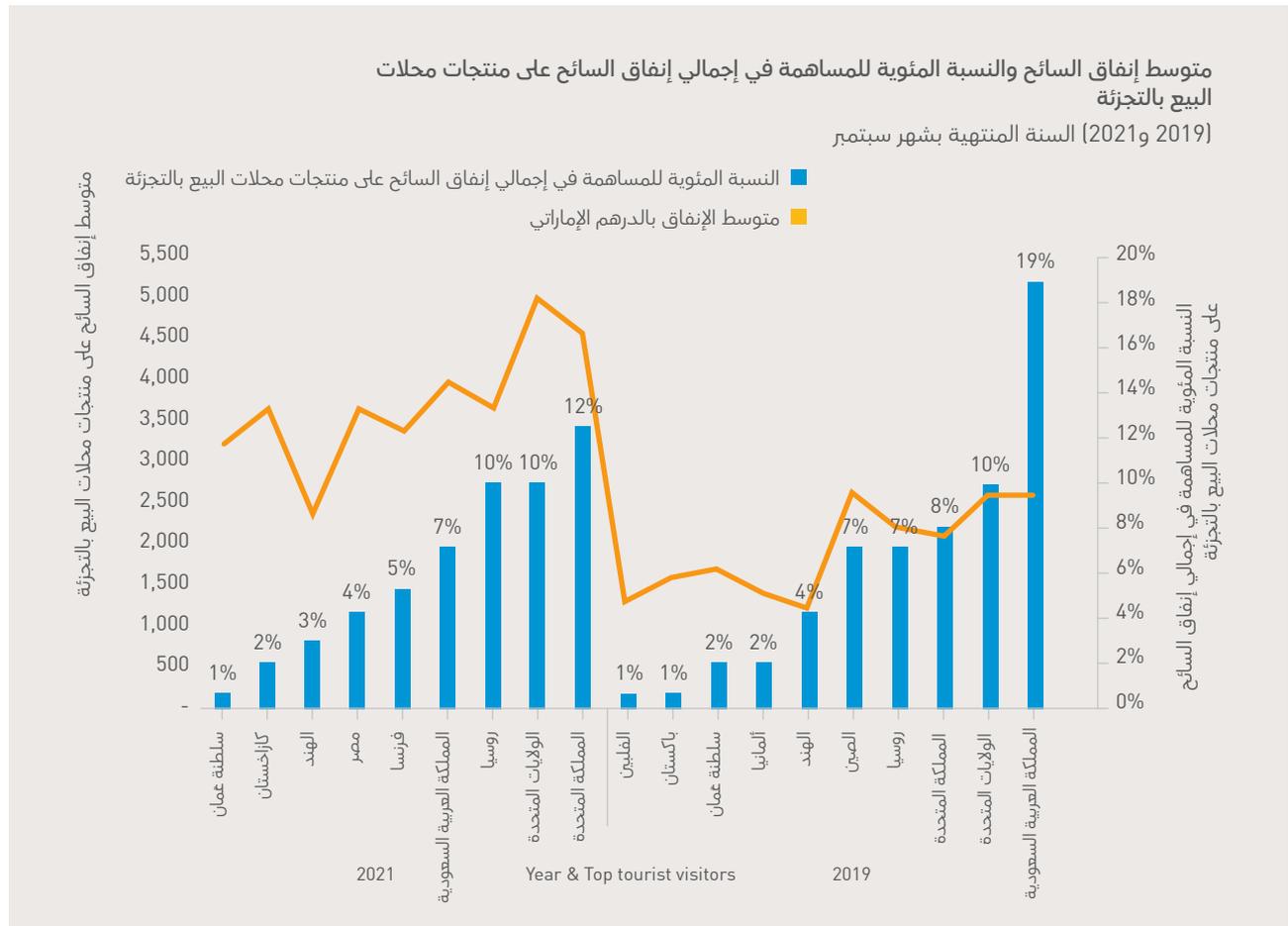
وقد سجلت دائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي 3.85 مليون نزيل دولي في الفترة من يناير إلى سبتمبر 2021¹³، مقابل 12.8 مليون في نفس الفترة من العام 2019¹⁴. ومع ذلك، أقام السائحون في دبي بمتوسط 4.6 ليلة في سبتمبر 2021 مقارنة بـ 3.4 ليلة في نفس الفترة من العام 2019. كما أنفقوا المزيد خلال فترات إقامتهم في الإمارة، حيث زاد متوسط الإنفاق للفرد بنسبة 8%¹⁵.

شهد القطاع السياحي انتعاشًا قويًا في جميع أنحاء المنطقة وأظهر تحسنًا كبيرًا في دولة الإمارات¹²، حيث وصل أداء قطاع السفر إلى 77% من مستويات ما قبل الجائحة، وذلك وفقًا لمؤشر "سكيفت ريكوفيري".

وبالتطلع نحو المستقبل، فمن المقرر أن يستمر التعافي في الربع الرابع مع فتح الحدود وتخفيف قيود السفر. ومن المتوقع حدوث دفعة كبيرة لهذا القطاع على خلفية إكسبو 2020 دبي، حيث يتوقع محللون من "أس تي آر" ارتفاع نسب الإشغال الفندقية في دبي ليصل إلى 77% على أساس سنوي، وذلك بالتوازي مع ارتفاع الإيرادات لكل غرفة متاحة بنسبة أكبر بنسبة 86%، للاستفادة من فرصة التحسن بعد الجائحة، وافتتاح إكسبو 2020، على الرغم من ظهور متحور دلتا.

ومع ذلك، انخفض الإنفاق في الربع الثالث مقارنة بالربع الثاني، مدفوعاً إلى حد كبير بانخفاض إنفاق الزوار من روسيا (أقل بنسبة 72%) والمملكة العربية السعودية (أقل بنسبة 39%).

وارتفع إجمالي الإنفاق السياحي من خلال بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم بنسبة 5% في الربع الثالث مقارنة بالفترة نفسها من العام 2019. وكان جزء كبير من النمو في الإنفاق يذهب إلى قطاع المطاعم، والذي نما بنسبة 22%، وإلى الفنادق والتي توسعت بنسبة 24%، وعلى الساعات والمجوهرات، حيث ارتفع الإنفاق بمقدار الربع¹⁶.



المصدر: بيانات نقاط البيع، بين 2019 و2021* (السنة المنتهية بشهر سبتمبر وتقرير دائرة السياحة والتسويق التجاري، السنة المنتهية بشهر أغسطس)

انتعاش العقارات السكنية



تلال العاف، ماجد الفطيم

وأسهم تسارع وتيرة التعافي من جائحة كورونا والتدابير والمبادرات الاقتصادية الحكومية الداعمة، مثل إصدار تأشيرات المستثمرين طويلة الأجل وإكسبو 2020 دبي، في زيادة ثقة المستثمرين في سوق العقارات في دبي.

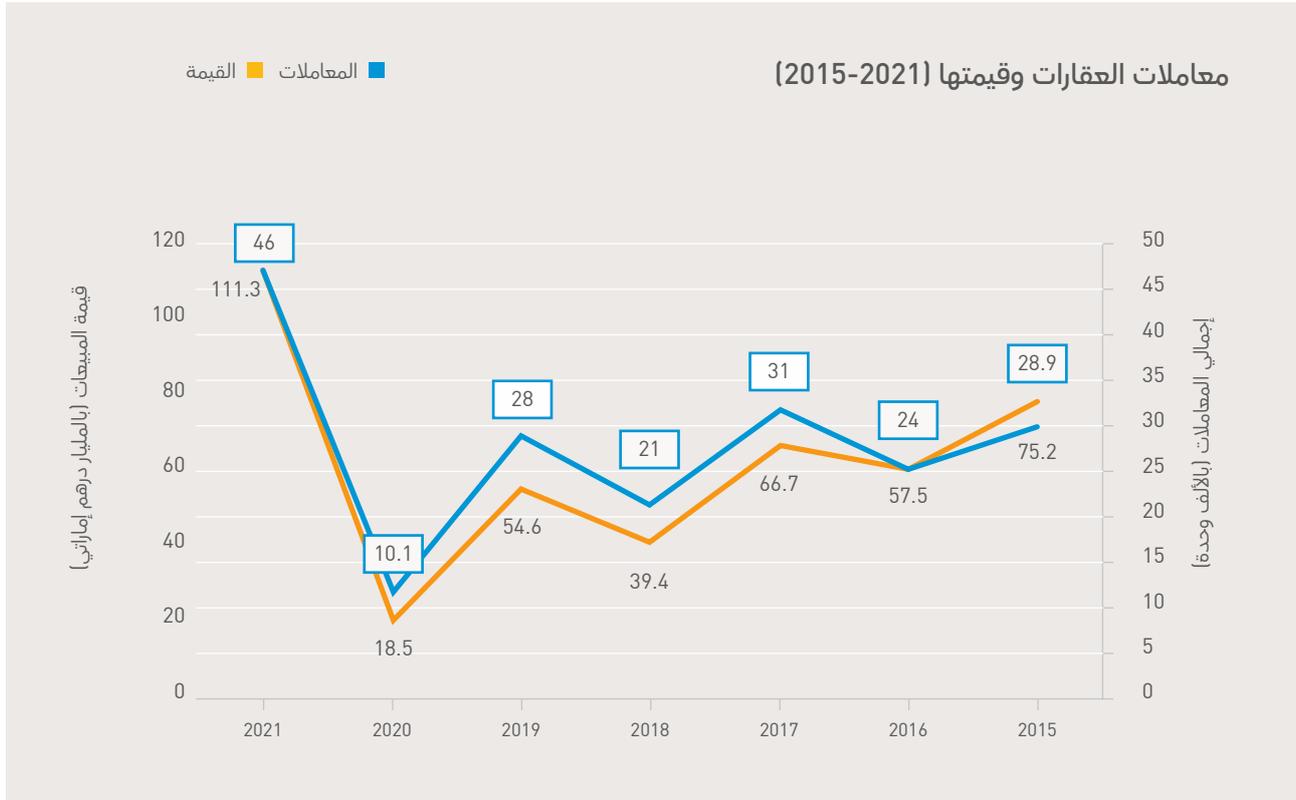
وأظهرت إحصائيات دائرة الأراضي والأموال في دبي أنه بحلول نهاية الربع الثالث من هذا العام، تم تسجيل إجمالي 16 ألف صفقة عقارية بقيمة إجمالية قدرها 43.5 مليار درهم، كما تم في سبتمبر تسجيل أعلى مستوى مبيعات منذ العام 2015.

وارتفعت قيمة الإيجارات، حيث طالب مالكو المنازل المستقلة في المتوسط بزيادة 14% في الربع الثالث من العام 2021 عما كان عليه في نفس الفترة من العام 2020، في حين ارتفع متوسط إيجار الشقق بنسبة 2.6%.

شهد قطاع العقارات السكنية في دولة الإمارات عودة النشاط من قبل المستهلكين والمستثمرين، والذين أبدوا اهتمامًا خاصًا بفئة المنازل المستقلة (الفلل).

وسجل سوق العقارات في دبي أفضل ربع ثالث له على الإطلاق من حيث قيمة المبيعات، بزيادة بنسبة 70% مقارنة بالربع الثالث من 2009، وهو الربع الثالث الأفضل أداءً على الإطلاق.

وفيما يتعلق بالصفقات، فقد كان موسم الصيف هو الأكثر زخمًا في سوق العقارات منذ العام 2009. وخلال الربع الثالث من 2021، تم تسجيل ما يقرب من 16 ألف صفقة بيع بقيمة 43.5 مليار درهم إماراتي، بزيادة نسبتها 2.3% في الحجم و15% في قيمة المعاملات العقارية، مقارنة بالربع السابق من نفس العام¹⁷.



المصدر: بيانات دائرة الأراضي والأملاك في دبي. 2015-2021 السنة المنتهية بشهر أكتوبر

غرفتي نوم في دبي قبل ستة أشهر فقط يبلغ 160 ألف درهم إماراتي (43500 دولار)، بينما يتم تأجيره اليوم بسعر مفر وصل إلى 200 ألف درهم إماراتي.

وبحسب الخبرات المكتسبة من الظروف التي فرضتها الجائحة لفترة طويلة، يقوم العديد من الموظفين اليوم بتقسيم أيام عملهم الأسبوعية بين المكتب والمنزل. وقد ساعد هذا في زيادة الطلب على العقارات، وبالتالي زيادة أسعار الوحدات السكنية. وكان سعر إيجار المنزل المكون من

الخاتمة



متحف المستقبل

وقد خلقت هذه التحولات فرصًا جديدة وكبيرة لقطاع التجزئة، كما أسهمت في تحسين أنماط حياة المستهلكين. ونشهد عودة وازدهار التجارب الاستهلاكية التقليدية، مثل زيارات مراكز التسوق وأماكن الترفيه والمطاعم، بالتوازي مع هذا النموذج الجديد وانطلاقة إكسبو 2020 دبي. **وذلك يعد رسالة مفادها أن دولة الإمارات منفتحة على الأعمال إقليميًا وعالميًا.**

وعلى الرغم من ضرورة الانتباه وتوخي الحيطة والحذر فيما تنتقل الشركات والمجتمعات إلى واقعها الجديد، فهناك الكثير من المؤشرات التي وردت في هذه النسخة من تقرير الربع الثالث تدعو إلى الاطمئنان **والكثير من التفاؤل، فيما نتطلع إلى الأشهر الثلاثة المتبقية من هذا العام ودخولنا إلى العام 2022.**

فيما تعود الحياة إلى نمطها الطبيعي تقريبًا في المنطقة، هناك العديد من المؤشرات التي ترسخ النظرة الإيجابية للربع الثالث من 2021، **حيث تتواصل عودة ثقة المستهلكين، في ظل تسجيل معدلات تطعيم تعد من بين الأعلى على مستوى العالم، وتخفيف الإجراءات الاحترازية، بما يشير إلى تقدم الاقتصاد بخطى واثقة.**

وبينما تلوح في الأفق تحديات جديدة مع إقبال العام 2022، فمن المرجح أن تستمر العديد من أنماط الاستهلاك الجديدة والمتغيرات التي طرأت على طريقة المعيشة اليومية في البقاء. كما يستمر عملاؤنا في تبني مزيج من التسوق التقليدي والإلكتروني، مع إعطاء الأولوية للملائمة والراحة. ومن المرجح أن تتزايد أهمية الدور الذي تلعبه منصات التجارة الإلكترونية وخدمات المدفوعات غير التلامسية وأنظمة الترفيه الرقمية وتوصيل الطعام.

منهجية البحث والمصادر



فوكس سينما، مول الإمارات

تم إعداد هذا التقرير من قبل مبادرة "رؤى المستهلك والأعمال CBI" التابعة لشركة "ماجد الفطيم". واستند إلى المصادر التالية:

- مختبر السعادة - مجتمع أبحاث السوق عبر الإنترنت التابع "لماجد الفطيم" في دولة الإمارات. يضم مجتمع "مختبر السعادة" 25 ألف عضو في دولة الإمارات، يشاركون بانتظام في العديد من الاستبيانات والدراسات الميدانية التي تخص توجهات المستهلكين.
- أكثر من 500 مليون معاملة عند نقاط البيع بقيمة تفوق 125 مليار درهم إماراتي من أكثر من 5 ملايين متسوق في مواقع متعددة (البيانات الخاصة بماجد الفطيم وبيانات نقاط البيع). ونقدر أن العينات التي تم تجميعها تغطي من 10 إلى 15% من إجمالي المعاملات الاقتصادية، ومن ثم يمكن استقراءها بحذر.
- التقارير الواردة من أطراف ثالثة تشمل محللين ومنظمات مرموقة.

يجب النظر في جميع الأفكار الواردة في هذا التقرير مع اعتبار التحيزات التي تؤثر في البيانات. تم الاقتباس من مصادر أخرى وبشكل فردي وتم ذكرها في صفحة الهوامش.

الهوامش

- https://ae.visamiddleeast.com/en_AE/about-visa/newsroom/press-releases/prl-11072021.html 13
- يورومونيتور، تحليل التجارة الالكترونية للأغذية والمشروبات في دولة الإمارات، مارس 2021 14
- بيانات التجارة الالكترونية الداخلية التابعة لماجذ الفطيم، أكتوبر 2021 15
- يورومونيتور، الصحة والسلامة في دولة الإمارات، يناير 2021 16
- <https://www.dubaitourism.gov.ae/en/research-and-insights/tourism-performance-report-august-2021> 17
- <https://www.dubaitourism.gov.ae/en/research-and-insights/tourism-performance-report-august-2019> 18
- يورومونيتور، تقرير استراتيجيات المنافسين في خدمات الأغذية الاستهلاكية، أبريل 2021 19
- بيانات مبيعات التجزئة التابعة لماجذ الفطيم، يناير 2019 - سبتمبر 2021 20
- <https://www.gqmiddleeast.com/gq-partnership/kitch-in-the-next-step-in-food-delivery> 21
- <https://www.mofaic.gov.ae/en/mediahub/news/2021/9/16/16-09-2021-uae-expo> 22
- <https://gulfnews.com/business/retail/dubai-summer-surprises-deliver-on-sales-numbers-for-retailers-and-setting-up-a-busy-q4-2021-1.1629345315000> 23
- <https://www.morgansrealty.com/blogs/view/report-dubai-real-estate-market-q3-2021> 24
- <https://gulfnews.com/business/corporate-news/dubai-expo-2020-what-dubais-economy-can-expect-1.1631605675087> 25
- <https://dubailand.gov.ae/en/news-media/dld-5-762-real-estate-sales-transactions-worth-aed-16-2-billion-in-#/september-2021> 1
- <https://resources.oxfordeconomics.com/wepm-executive-summary?submissionGuid=15e37ca5-f705-4927-95a4-6188da948c6d> 2
- <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/10/12/world-economic-outlook-october-2021> 3
- <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations> 4
- مختبر السعادة، استبيان سبتمبر 2021 5
- <https://www.thenationalnews.com/opinion/comment/2021/09/01/how-expo-2020-has-boosted-the-uaes-hospitality-sector> 6
- بيانات نقاط البيع، يناير 2019 - سبتمبر 2021 7
- بيانات الإقبال على مراكز التسوق الداخلية التابعة لشركة ماجذ الفطيم، يناير 2021 - سبتمبر 2021 8
- <https://gulfnews.com/business/retail/dubais-consumer-confidence-at-highest-level-since-2011-says-dubai-economy-findings-1.1634457224904> 9
- <https://www.arabianbusiness.com/banking-finance/466087-how-fingertip-authentication-technology-will-transform-mena-contactless-payments-market> 10
- https://www.emiratesnbd.com/en/media-centre/media-centre-info/?mclid_en=966 11
- <https://newsroom.mastercard.com/mea/press-releases/78-of-smes-in-retail-across-middle-east-and-africa-optimistic-about-future-growth-guided-by-potential-for-upskilling-staff-digital-payment-acceptance-and-better-data-mastercard-measme-confidence-in> 12

