



القطاعات الصاعدة: اقتصادات الحجر الصحي في أزمنة الأوبئة

إبراهيم الغيطاني

رئيس برنامج دراسات الطاقة - المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أوظبي



تساعد استخدام المنصات الترفيهية الإلكترونية، وغيرها، وهو ما يمكن أن نسميه في المجلد أنماط "اقتصادات الحجر الصحي" (Quarantine Economics)⁽²⁾.

وفي هذا الصدد، أظهر استطلاع رأي أجرته شركة "إل. إي. كيه" للاستشارات الأمريكية، وشمل عينة مكونة من 2608 أشخاص بالولايات المتحدة في الفترة من 18 إلى 20 مارس 2020، أن المستجيبين كونوا عادات جديدة، مثل الطهي في المنزل، وممارسة الرياضة المنزلية، كما زادوا مشترياتهم عن طريق الإنترنت بنسبة تتراوح بين 10% و30%، وعلى العكس من ذلك، فإن المستجيبين حذوا من ممارسة الأنشطة التي تعرضهم للاختلاط بباقي أفراد المجتمع، والتي تشمل ارتياد الحانات والمطاعم ومتاجر التجزئة وصالات الرياضة وغيرها⁽³⁾.

وطبقاً لبيانات شركة "نيلسين" الأمريكية للمعلومات والبيانات، يستجيب المستهلكون للمخاوف المتعلقة بانتشار فيروس كورونا وفق ست مراحل رئيسية. وارتبطت المرحلة الأولى ببداية ظهور كورونا في يناير 2020، عندما كان عدد الإصابات المحلية بالفيروس محدوداً، ولم ينتج عنها

يسعى هذا التحليل إلى معرفة التغيير في أنماط المستهلكين في ظل هذه الأزمة الطبية، فيما يعرف باسم اقتصادات الحجر الصحي، وكذلك إلقاء الضوء على القطاعات الاقتصادية التي ازدهرت أنشطتها، وحدود هذا التغيير ومداه.

أولاً: اقتصادات الحجر الصحي

مع انتشار فيروس كورونا عالمياً، أعلنت أغلب الحكومات حول العالم منذ أوائل فبراير الماضي حالة الطوارئ الصحية، والتي صاحبها إجراءات احترازية واسعة شملت تعليق حركة السفر وال الطيران الداخلي والخارجي، وتقييد حركة الانتقال الداخلي، جنباً إلى جنب مع إغلاق المنشآت الاقتصادية والتجارية غير الحيوية، وليضطر أغلبية سكان العالم، نتيجة ذلك، للمكوث في المنازل، بما في ذلك الطلبة، وموظفو الشركات وعمال المصانع⁽¹⁾.

ونتجت عن توسع الحكومات في فرض قيود على السفر والانتقال الداخلي تغيرات جذرية في أنماط إنفاق المستهلكين على مستوى العالم، وهذا ما اتضح جلياً في نشوء ظواهر ملحّة، مثل حمى شراء السلع الغذائية والطبية وتخزينها، وارتفاع الطلب على التسوق عن طريق المتاجر الإلكترونية، وزيادة الإقبال على الطهي في المنازل، وكذلك

تركت أزمة تفشي وباء كورونا المستجد تداعيات غير منظورة على أنماط إنفاق المستهلكين حول العالم، خاصة مع توسع الدول في تطبيق إجراءات الحظر الصحي الشامل، حيث اتجه الأفراد إلى تخزين السلع الغذائية والطبية، والاعتماد على التسوق الإلكتروني، بالإضافة إلى تصاعد الطلب على خدمات الترفيه والتواصل عبر الإنترنت.

10 ملايين، إلا أن هذا العدد تضاعف نحو 20 مرة إلى 200 مليون شخص في مارس من العام الجاري بحسب إعلان الشركة، ومما ساعد على هذا القفزة الهائلة في أعداد مشتركي البرنامج وإقبال قطاع واسع من المنشآت على استخدامه، وشمل ذلك الشركات والمدارس والهيئات الحكومية وغيرها(10).

2- منصات التعليم عن بعد: لجأ كثير من بلدان العالم من أجل ضمان استمرارية العملية التعليمية في المدارس رغم فيروس كورونا، إلى تبنى آليات التعلم عن بعد، سواء عن طريق الإنترنت على غرار الصين، وإيطاليا وفرنسا، وألمانيا أو من خلال البث التليفزيوني في فيتنام ومنغوليا، أو من خلال الجمع بين الطريقتين(11).

وكانت الأنظمة التعليمية في بعض بلدان العالم بلغت من المرونة والدعم، بحيث تم تأسيس منصات إلكترونية جديدة لتيسير العملية التعليمية، وبدعم من أصحاب المصلحة كافة، بما في ذلك الحكومات والناشرون والمهنيون ومقدمو التكنولوجيا ومشغلو شبكات الاتصالات، وأحد الأمثلة على ذلك موقع (readtogether.hk)، في هونج كونج، وهي منصة رقمية تعليمية مدعومة من أكثر من 60 مؤسسة تعليمية وناشر ووسائط إعلامية، تتيح مواد تعليمية، بما في ذلك مقاطع الفيديو، والكتب وأدوات التقييم والخدمات الاستشارية التعليمية بشكل مجاني(12).

وعلى المنوال نفسه أيضاً، تحولت العديد من مؤسسات التعليم العالي في جميع أنحاء العالم إلى التكيف مع الأوضاع الراهنة من خلال التدريس عبر الإنترنت من خلال منصات تعليمية إلكترونية معروفة على المستوى العالمي، مثل استخدام جامعة ديوك الأمريكية (Duke University) "كورسيرا" (Coursera)، أو توظيف كلية قطاع الأعمال في جامعة ميلان بوليتكنيك الإيطالية منصات ذكاء اصطناعي مثل "فليكسا" (Flexa)، وذلك لتشارك المواد التعليمية بين الأساتذة والطلاب، ويلاحظ أن منصة "فليكسا"، كان قد تم تطويرها بالأساس كمدرّب مهني عبر الإنترنت للخريجين(13).

3- مواقع التجارة الإلكترونية: اتجه الأفراد حول العالم، بسبب أزمة كورونا، إلى تقليص الأنشطة التي تعرضهم لخطر الإصابة بالمرض، عبر الاحتكاك بالمجتمع. ويندرج ضمن هذه الأنشطة ارتياد المطاعم ومتاجر التجزئة وغيرها، وسعى الأفراد لتعويض جانب من هذه الأنشطة، خاصة متاجر التجزئة، عبر التسوق الإلكتروني. وبحسب استطلاعات أولية، زاد المستهلكون في أمريكا الشمالية من مشترياتهم من المتاجر الإلكترونية، مثل أمازون، بنسبة 52% في أسبوعين فقط، وذلك في الفترة الممتدة من 22 مارس وحتى 4 أبريل 2020 مقارنة بالفترة نفسها في 2019، ونتج عن ذلك ارتفاع أرباح المتاجر الإلكترونية بنسبة 30% خلال فترة المقارنة نفسها(14).

وبالمثل أيضاً، فقد زاد المستهلكون في القارة الأوروبية من مشترياتهم من المتاجر الإلكترونية بنسبة 44% في الأسبوعين من 22 مارس حتى 4 أبريل على أساس سنوي، وارتفعت أرباح المتاجر الإلكترونية في المقابل بنسبة 39% خلال الفترة المقارنة نفسها(15).

4- المستلزمات الطبية: قفز الطلب العالمي على المستلزمات والمعدات الطبية، بما في ذلك مطهرات الأيدي والأقنعة الطبية،

سوى تغييرات طفيفة في سلوك المستهلكين، وانحصرت في إقبال محدود على شراء المستلزمات الطبية(4).

واقترنت المرحلة الثانية بظهور حالات وفاة نتيجة الإصابة بفيروس كورونا، وهو ما نجم عنه تصاعد المخاوف الاجتماعية من العدوى بالفيروس، ونتيجة لذلك اتجه المستهلكون لتكثيف مشترياتهم من منتجات السلامة الصحية الأساسية، مثل مطهرات اليدين والأقنعة الطبية وغيرها وتخزينها، بينما ارتبطت المرحلة الثالثة بتصاعد حالات الإصابة والوفيات جراء الإصابة بالفيروس على مستوى العالم، وصاحبت ذلك إجراءات حكومية مشددة، مثل غلق الحدود وفرض حالات الطوارئ الصحية، ونتج عن ذلك اتجاه المستهلكين في العديد من البلدان لتخزين واسع للمواد الغذائية والمستلزمات الطبية(5).

وبدأ المستوى الرابع مع توسع الحكومات في فرض حالات الطوارئ الصحية، وإقرار قواعد مشددة للتباعد الاجتماعي، وهنا تزايد إقبال المستهلكين على التسوق عبر الإنترنت، ونتج عن ذلك ارتفاع أسعار السلع الغذائية والطبية وغيرها، خاصة مع انخفاض مخزون الشركات من بعض إمدادات السلع(6).

وفي المستوى الخامس، تم إقرار إجراءات إضافية بتقييد الحركة وإغلاق المنشآت التجارية والاقتصادية، ونتج عن ذلك حدوث نقص في بعض السلع بالأسواق. وحددت شركة "نيلسن" أن المستوى السادس، هي النقطة التي ربما يتم فيها احتواء الفيروس والسيطرة عليه، ويتم استئناف النشاط الاقتصادي بشكل طبيعي، غير أن فترة الطوارئ الصحية السابقة ستجعل المستهلكين أكثر حذراً، وستدفعهم على الأرجح لمواصلة التسوق عن طريق الإنترنت، وشراء السلع الطبية باستمرار(7)، ولو لفترة قصيرة بعد انتهاء المرض.

ثانياً: ازدهار قطاعات محددة

أدى فرض حالة الطوارئ الصحية في العالم، وما صاحب ذلك من مكوث قطاع واسع من سكان العالم في المنازل إلى خلق فوائد إيجابية لعدد من الشركات، لاسيما تلك القائم نموذج أعمالها على الإنترنت، إلى جانب الشركات المتخصصة في الرعاية الطبية وصناعة الأدوية وغيرها، وهو ما يمكن تفصيله على النحو التالي:

1- حلول العمل عن بعد: بدأ قطاع واسع من الشركات على المستوى العالمي بالعمل عن بعد في ظل انتشار فيروس كورونا، حيث تم توجيه الموظفين للعمل من المنزل، ونشأت عن ذلك زيادة الطلب على حلول العمل عن بعد، ومن بينها خدمات الحوسبة السحابية ومحاكاة أنظمة التشغيل على غرار "فيه إم وير" (VMware)، و"كيتريكس" و"أمازون ويب سيرفيسز" (Amazon Web Services) وغيرها(8).

كما تزايد إقبال الشركات على استخدام برامج الاجتماعات الافتراضية، لغرض التواصل بين الموظفين، ومن أبرزها "تيمز" (Teams) التابع لمايكروسوفت و"زوم" (Zoom) وغيرهما. ففي الأسبوع الثالث من مارس، تزايد عدد مستخدمي برنامج مايكروسوفت تيمز إلى 44 مليون مستخدم نشط، وبزيادة تقدر بحوالي 12 مليوناً عن الأسبوع السابق عليه(9).

وحتى ديسمبر 2019، كان عدد مستخدمي برنامج زوم نحو

وأجهزة كشف الإصابات بكورونا بلغت نحو 1.5 مليار دولار⁽²¹⁾.

ولم يختلف الأمر كثيراً بالنسبة للولايات المتحدة، فقد اتجهت كبريات الشركات الأمريكية مثل "أبل" و"جنرال موتورز" لتلبية احتياجات السوق من المعدات والمستلزمات الطبية، وتعقدت الحكومة الأمريكية، على سبيل المثال، مع "جنرال موتورز" لإنتاج ما يقرب من 30 ألف جهاز تنفس صناعي للاستخدام المحلي، وبما قيمته 489.4 مليون دولار⁽²²⁾.

5- ألعاب الفيديو: زاد الطلب العالمي بشكل ملموس على خدمات الترفيه، خاصة ألعاب الفيديو عند الطلب، أو عبر الإنترنت. ففي الصين، قام الأفراد في الأسبوع الثاني من فبراير بتحميل أكثر من 222 مليون تطبيق متنوع من متجر أبل، قدر أنه نحو ثلثها من الألعاب الإلكترونية⁽²³⁾، وذلك بعد أن طبقت الحكومة إجراءات العزل الصحي.

وعلى الصعيد العالمي أيضاً، زاد الإنفاق على ألعاب الفيديو بشكل كبير مع انتشار فيروس كورونا. وفي منتصف مارس، ازدادت مشتريات المستهلكين من ألعاب الفيديو بنسبة 65% مقارنة مع الفترة نفسها من العام الماضي. كما يشير مراقبو صناعة ألعاب الفيديو إلى أن الألعاب عبر الإنترنت بدورها ستشهد حتماً إقبالاً كبيراً، حيث يبحث الأفراد عن طرق للتواصل مع الآخرين أثناء مكوثهم في المنزل⁽²⁴⁾.

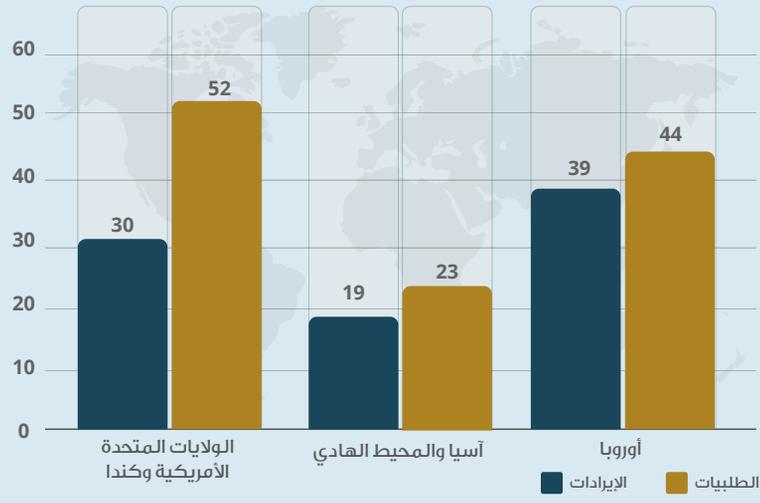
6- منصات الترفيه: شهدت المنصات الترفيهية، مثل "يوتيوب" و"تيك توك"، بجانب وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الفيس بوك زيادة كبيرة في الاستخدام على المستوى العالمي مع تطبيق الحجر الصحي في كثير من دول العالم، كما يلاحظ أيضاً تزايد الطلب العالمي على خدمات الاشتراك في الفيديو عند الطلب (Video on Demand) عبر منصة "نتفليكس" على سبيل المثال⁽²⁵⁾.

وتعتبر "ديزني بلس" أيضاً خدمة البث التلفزيوني من المنصات التي حققت قفزة هائلة في أعداد المشتركين مع تطبيق الحجر الصحي في كثير من دول العالم، فقد تضاعف عدد المشتركين بها إلى أكثر من 50 مليوناً حتى أبريل 2020 ومقارنة بنحو 26.5 مليون مشترك في فبراير من العام نفسه، وهذا ما يتخطى المستوى المستهدف من الشركة، والذي كان يتراوح بين 60 و90 مليون مشترك بحلول⁽²⁶⁾ 2024.

وبشكل عام، فطبقاً لشركة "استراتيجي أنالتيكس" (Strategy Analytics)، من المرجح أن ينمو الطلب على "خدمات الاشتراك في الفيديو عند الطلب" بشكل كبير في العام الجاري نتيجة فيروس كورونا، حيث قد ترتفع الاشتراكات العالمية بنسبة 5%، أو ما يعادل 47 مليون مشترك جديد ولتصل إلى 949 مليون اشتراك مدفوع على مستوى العالم بحلول نهاية عام 2020⁽²⁷⁾.

7- خدمات التوصيل من دون تلامس: مع بداية ظهور فيروس كورونا بالصين، طرحت العديد من المطاعم العالمية في عدد من

التغير السنوي في مبيعات المتاجر الإلكترونية في الفترة من 22 مارس حتى 4 أبريل 2020 (%)



Source: Online buying soars as coronavirus spreads around the world, Digital Commerce 360, April 2020 ,8, accessible at: <https://bit.ly/3a2nCMm>

والقفزات، بجانب أجهزة التنفس الصناعي بشكل غير مسبوق، مما أدى إلى حدوث زيادات كبيرة في أسعار هذه السلع في العديد من بلدان العالم⁽¹⁶⁾، ويرجع ذلك إلى كون هذه المستلزمات والمعدات ضرورية كإجراء وقائي لمنع انتشار الإصابة بفيروس كورونا مثل المظهرات، والأقنعة الطبية، أو أنها تستخدم للحد من بعض تداعيات المرض، كأجهزة التنفس الصناعي.

ووفقاً لبيانات شركة أبحاث السوق "كانتر" (Kantar) البريطانية، شهدت مبيعات مطهر اليدين في المملكة المتحدة، على سبيل المثال، زيادة قياسية على أساس سنوي بنسبة بلغت 255% في فبراير 2020. كما أفادت بيانات من شركة "أدوب أنالتيكس" أن الطلب على مطهرات اليد في الولايات المتحدة قد ارتفع بنسبة 1400% في يناير 2020 مقارنة بشهر ديسمبر السابق عليه⁽¹⁷⁾، ونجم عن ذلك الارتفاع المفاجئ في الطلب على هذه المستلزمات الطبية زيادات كبيرة في أسعارها، وبلغت أسعار مطهرات اليدين لدى المتاجر الإلكترونية، على سبيل المثال، 45 ضعف مستواها قبل ظهور فيروس كورونا⁽¹⁸⁾.

وعلاوة على السابق، قفز الطلب العالمي على الأقنعة الطبية بشكل كبير للغاية، وللإستجابة لذلك الطلب، تخطط شركة "3 إم" (3M)، أكبر منتج عالمي لقناع "إن 95" (N95)، لزيادة إنتاجها إلى 2 مليار قناع طبي من 400 مليون قناع في السابق، وهو ما سوف يضاعف مبيعات الشركة بقيمة 300 مليون دولار بحسب بعض التحليلات⁽¹⁹⁾.

وتحوّل كثير من الشركات الصناعية في الصين، والعاملة في مجالات السيارات والإلكترونيات وغيرها، نحو تصنيع المستلزمات الطبية كالأقنعة الطبية وأجهزة التنفس الصناعي للاستفادة من الطلب العالمي المتنامي على هذه السلع⁽²⁰⁾، وخلال شهر مارس وبداية أبريل، حققت الصين قفزة كبيرة في صادرات المستلزمات طبية، بما في ذلك الأقنعة الطبية والبدل الطبية وأجهزة التنفس الصناعي

والصالات الرياضية وغيرها من الأنشطة التي تتطلب الوجود في أماكن مكتظة بالأفراد، كما صاحب ذلك أيضاً نمو الطلب على بعض الخدمات الإلكترونية، مثل التسوق الإلكتروني وخدمات الفيديو عند الطلب وغيرها.

ومن المتوقع أن يتراجع الطلب على بعض من هذه الخدمات إذا ما تمت السيطرة على فيروس كورونا، غير أنه من الملحوظ أن تخوف الأفراد من العدوى بالفيروسات قد يمثل حاجساً نفسياً لدى بعض الأفراد، ويمتد لأشهر طويلة، حتى بعد القضاء على المرض، الأمر الذي سيدفعهم للتباعد الاجتماعي قدر الإمكان، ومواصلة بعض العادات المتصلة بذلك مثل التسوق الإلكتروني والإنفاق على السلع الطبية، بما يرجح استمرار ارتفاع الطلب على هذه الخدمات في المدى المنظور.

ومن جهة ثانية، فإن التغيير في سلوكيات بعض الأفراد قد يستمر بعد الأزمة، فمثلاً أقبل بعض الأفراد بسبب الأزمة لتجريب التسوق الإلكتروني لأول مرة، ومن المتصور أن يعتادوا عليه، ويستمر هذا السلوك حتى بعد الأزمة، غير أنه من المبكر معرفة حجم التغيير الحادث في سلوكيات المستهلكين، وقد يتطلب الأمر بعض الوقت حتى يتم التعرف على سلوكيات المستهلكين الجديدة.

المدن الصينية خدمات "تسليم الطلبات من دون تلامس" (Con-tactless Delivery)، وهي خدمة تمكن العملاء المتسوقين عبر الإنترنت من تسلم الطلبات في موقع محدد يتم تحديده بين الطرفين، وليس بالضرورة أن يكون منزل العميل⁽²⁸⁾. وحتى لو رغب العميل في توصيل الطلبات إلى المنزل، فستترك أمام الباب على أن يتم إخباره لاحقاً بوصول الطلب بعد مغادرة الشخص المسؤول عن التوصيل.

وتم التوسع في استخدام هذه الخدمة في بلدان أخرى حول العالم، مثل الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا، واللافت في هذا السياق أيضاً أن بعض المتاجر الإلكترونية، مثل "علي بابا" الصينية توسعت في استخدام الروبوتات لتوصيل الغذاء إلى بعض المدن الخاضعة للعزل الصحي، وهو ما يعد أحد أشكال تسليم الطلبات من دون تلامس⁽²⁹⁾.

الخاتمة

فرض الحجر الصحي تغييرات جذرية على سلوك المستهلكين حول العالم، حيث بادروا بإنفاق المزيد من الأموال على شراء السلع الغذائية والطبية وتخزينها في مقابل تخفيض نفقات ارتياد المطاعم

1- News, Gaming, E-commerce Ad Spend Way Up Thanks To Coronavirus Shutdowns, **Forbes**, March 26, 2020, accessible at: <https://bit.ly/2UQCARq>

2- **Ibid**

3- COVID-19 in the U.S. Consumer insights for business, **CIVIS Analytics**, March 18, 2020, accessible at: <https://bit.ly/2K0ZBKZ>

4- Key Consumer Behavior Thresholds Identified as the Coronavirus Outbreak Evolves, **Nilsen**, March 10, 2020, accessible at: <https://bit.ly/3e7g0qj>

5- **Ibid**.

6- **Ibid**.

7- **Ibid**.

8- Coronavirus is Creating a Global 'Work-At-Home' Culture, **CRN**, April 2, 2020, accessible at: <https://bit.ly/3c5MJiH>

9- Zoom, Microsoft Teams usage are rocketing during coronavirus pandemic, new data show, **Market Watch**, April 1, 2020, accessible at: <https://on.mktw.net/34w9x97>

10- A Message to Our Users, **Zoom**, April 1, 2020, accessible at: <https://bit.ly/2ViiZIS>

11- إدارة تأثير فيروس كورونا المستجد على الأنظمة التعليمية في أنحاء العالم، البنك الدولي، 18 مارس 2020، موجود على الرابط التالي: <https://bit.ly/3cd3TeH>

12- 3 ways the coronavirus pandemic could reshape education, **World Economic Forum**, March 13 2020, accessible at: <https://bit.ly/3e4yNHJ>

13- Remote teaching becomes vital during coronavirus outbreak, **Financial Times**, March 11, 2020, accessible at: <https://on.ft.com/2VeUbkL>

14- Online buying soars as coronavirus spreads around the world, **Digital Commerce 360**, April 8, 2020, accessible at: <https://bit.ly/3a2nCMm>

15- **Ibid**.

16- Sales of hand sanitizer are skyrocketing due to the coronavirus, leading to rationing and price hikes, **CNBC**, March 3, 2020, accessible at: <https://cnb.cx/2VdDzdb>

17- **Ibid**.

18 - The history of hand sanitizer—how the coronavirus staple went from mechanic shops to consumer shelves, **CNBC**, March 28, 2020, accessibal at: <https://cnb.cx/3ee9yCY>

19 - US industrial giant 3M scrambles to meet demand for face masks as coronavirus spreads, **CNBC**, March 30, March 2020, accessible at: <https://cnb.cx/2XqPuXM>

20- Companies transforming factories to make masks, **China Daily**, February 19, 2020, accessible at: <https://bit.ly/2XkZTUY>

21- الصين باعت نحو 4 مليارات قناع منذ بداية مارس، موقع روسيا اليوم، 5 إبريل 2020، موجود على الرابط التالي: <https://bit.ly/3cavQ6D>

22- "جنرال موتورز" تعزز إنتاج 30 ألف جهاز تنفس صناعي بنحو 490 مليون دولار، موقع أرقام، 8 إبريل 2020، موجود على الرابط التالي: <https://bit.ly/3a2s6CG>

23- China app downloads surge due to coronavirus outbreak, **Financial Times**, February 20, 2020, accessible at: <https://on.ft.com/2y3H26j>

24- Sales of video games soar as the coronavirus leaves millions trapped in their homes, **CNBC**, April 2 2020, accessible at: <https://cnb.cx/3aRMdoo>

25- Stay-At-Home Entertainment: Coronavirus Is Already Fueling Online Content and The Virtual Experience Economy, **Forbes**, March 18 2020, accessible at: <https://bit.ly/3e6TjaP>

26- فيروس كورونا: أكثر من 50 مليون مشترك في ديزني بلس خلال خمسة أشهر، موقع هيئة الإذاعة البريطانية، 9 إبريل 2020، موجود على الرابط التالي: <https://bbc.in/3c66E16>

27- Coronavirus Expected to Add 5% to Global Video-on-Demand Subscriptions In 2020, **Strategy Analytics**, March 25 2020, accessible at: <https://bit.ly/2RiZiLp>

28- KFC and Pizza Hut have launched a contactless delivery service in China amid coronavirus fears, **Business Insider**, February 3, 2020, accessible at: <https://bit.ly/34lvFTf>

29- Zero Contact Everything: Coronavirus Causes the Rapid Rise Of 'No Touch' Retail, **Forbes**, March 29, 2020, accessible at: <https://bit.ly/2XvGvEW>