

بقالات الأحياء السكنية.. سرعة التوصيل على حساب الفواتير



تحقيق: يمامة بدوان

على الرغم من تعدد منافذ البيع الكبرى وتنوع معروضاتها المنتشرة في شتى مناطق الدولة، فإن وجود البقالات الصغيرة في الأحياء السكنية أضحت من الضرورة بمكان لقاطنيها، لقربها من أماكن سكنهم وسهولة وصولهم لها في أي وقت، لشراء احتياجاتهم البسيطة، إلا أن ارتفاع أسعار معروضاتها البسيطة يبقى عائقاً أمام المستهلكين؛ حيث يصل الفارق بينها وبين المنافذ الكبرى بنسبة 42% في بعض المنتجات، خاصة الخضار، بزعم توفير الوقت والجهد على المتسوقين، وسرعة التوصيل إلى منازلهم، عقب إجراء طلب الشراء هاتفياً.

في جولة لـ«الخليج» لعدد من البقالات الصغرى، تم رصد ارتفاع أسعار غالبية السلع مقارنة مع المنافذ الكبرى، فعلى سبيل المثال بلغ سعر الكيلوجرام الواحد من الليمون 8 دراهم في إحدى البقالات مقارنة مع 5 دراهم و56 فلساً في أحد منافذ البيع الكبرى، كذلك الحال بالنسبة لذات الوزن من الخيار، الذي يباع في إحدى البقالات بـ 6 دراهم مقارنة مع 3.80 درهم في أحد المنافذ.

البداية كانت مع عدد من بائعي البقالات، الذين أوضحوا أن وجود الفروق في بعض أسعار السلع، يعد طبيعياً، خاصة أنهم يوفرون ما يطلبه المستهلك بعد دقائق من الطلب الهاتفي، ومجاناً، وهو يعتبر خدمة توفر الوقت والجهد على المستهلكين من مشقة الذهاب للمنازل الكبرى.



وقال سليم عبد السلام: إن الفارق في سعر المنتجات بين البقالات ومنازل البيع الكبرى لا يتجاوز درهماً فقط، وهو لا يعد مشكلة لدى المستهلك، الذي يصله طلبه مجاناً إلى باب منزله خلال دقائق من إجراء مكالمة هاتفية، كما أن البقالات في الأحياء السكنية توفر الجهد والوقت على المستهلكين، وتجنبهم من مشقة الذهاب لأماكن البيع الكبرى للتسوق.

بدوره، أشار معروف بوشكاد، إلى أن وجود بعض السلع بالقرب من الواجهة الزجاجية، بهدف أن تكون مرئية للمستهلك مباشرة، لا يعرضها للتلف من أشعة الشمس، لوجود التبريد في داخل البقالة.

وأوضح أن شراء المنتجات من المنافذ الكبرى خلال العروض الترويجية، بهدف إعادة بيعها في البقالة، لا يعد مخالفاً للقانون؛ حيث تقوم جميع البقالات في ذلك الأمر، من أجل توفير الوقت على قاطني البنايات السكنية، إلا أن بعض البقالات تلجأ إلى خديعة المستهلكين، عبر إعادة بيع سلع العروض بشكل منفصل، لكن بنفس سعر العرض المتعارف عليه.

في حين ذكر أشوك كيبس، إن عاملي السوبرماركت المتوسطة يلتزمون بالاشتراطات أكثر من البقالات، التي تغالي في أسعارها، في ظل الرقابة المشددة من الجهات المعنية.

ولفت إلى أن إقبال المستهلكين على التسوق من السوبرماركت المتوسطة بات ينافس المنافذ الكبرى، في ظل الاهتمام بالجودة التي هي شبه معدومة في البقالات، كذلك نظافة المكان وترتيبه، الذي من شأنه أن يكون عامل جذب للمتسوقين.

مصداقية التعامل

قال زكريا الحيح، مسؤول بيع في إحدى محال السوبرماركت المتوسطة، إن المصداقية في التعامل تعد أساس نجاح العلاقة مع المستهلكين في الأحياء السكنية، وهو ما يخلق زبائن دائمين، إضافة إلى أهمية الاعتناء بالمكان، وترتيب المنتجات بشكل لا يعيق حركة المستهلك، على عكس البقالات الصغيرة، التي لا تولي أهمية لهذا الأمر. وأضاف أن توفير فاتورة ضريبية توثق السعر والوزن، من أسباب كسب رضا الزبائن، خاصة أن غالبية طلباتهم تصلنا عبر تطبيق «واتس آب»، وهو ما يجعلنا على يقين بأن ثقتهم بنا عالية.

«تسجيل دفترى»

بالمقابل، تباينت آراء عدد من المستهلكين ما بين الدعوة للتسوق بأنفسهم من البقالات لمعاينة المنتجات ومقارنة أسعارها، من جهة، وأن البعض منهم يسهم في تعرضه للاستغلال، لعدم الاكتراث للسعر الذي تطلبه البقالة لأي منتج، طالما يصله سريعاً إلى المنزل.

وقالت تغريد الحاج، إن أكثر ما يؤرق المستهلكين عند الطلب الهاتفي من البقالات، عدم وجود فاتورة رسمية للمشتريات، واعتماد الأوراق الصغيرة كفواتير يدوية، مدون عليها بخط اليد فقط كل من السعر ورقم الشقة، ما يجعل الفرد ضحية لهذا النوع من الاستغلال

وتابعت إن ربوات المنازل للأسف يشجعن تعرضهن للاستغلال من قبل البقالات، لحاجتهن في كثير من الأحيان إلى منتج ما، فيجدن الطلب من البقالة أكثر سرعة وسهولة، غير مكترثات بما يترتب عليه من ارتفاع بالسعر أو حتى تراجع في الجودة

في حين، اختلفت معها بالرأي نوال البدراني، التي أوضحت أنها تفضل التسوق بنفسها من البقالة القريبة من منزلها، كونها اعتادت الأمر منذ سنوات، وهو ما يوفر عليها الوقت والجهد؛ حيث إنها أصبحت تعرف أوقات وصول الخضار الطازج يومياً، ما يجنبها إضاعة الوقت في الذهاب لمنافذ البيع الكبرى، طالما تجد الجودة في مكان قريب من سكنها

وأشارت إلى أنها لم تتعرض للاستغلال من قبل البقالات، كونها تدون مشترياتها اليومية، وتقوم بمقارنتها مع سجل البقالة عند الدفع المتأخر، داعية المستهلكين إلى الاحتفاظ بالفواتير عند الطلب، ومقارنة الأسعار مع الذي تطلبه البقالة، ما يجنبهم من الوقوع في فخ الاختلاف سعري

أما محمد الأسعد، فأوضح أن الشراء من السوبرماركت في منطقته السكنية يجعله يختصر وقت رحلة الذهاب إلى المنافذ الكبرى، لكن يجب على المستهلك تفادي الطلب الهاتفي سواء من البقالة أو السوبرماركت، من أجل معاينة المنتجات، خاصة الخضار والفواكه، والأسعار على أرفف العرض، ما يجنبه التعرض للاستغلال

أما حسين أيوب، فقال يوجد هناك استغلال من نوع آخر، يتمثل في «التسجيل الدفترى» الذي تعتمد البقالات لسكان المباني؛ حيث تخصص صفحة لكل شقة، تتضمن مشترياتها طوال الشهر، ليتفاجأ رب الأسرة بفاتورة مشتريات تتجاوز 1000 درهم، وعند التدقيق في أصناف السلع المدونة، يجد غالبيتها حلوى وسكاكر اشتراها أطفاله، ما يدفعه لدفع القيمة، لعلمه المسبق بأنه تعرض للاستغلال من قبل البقالة، خاصة أن الغالبية من البائعين يدونون المشتريات ببلغتهم الأم، ما يجعل فهم الفاتورة يستعصي على المستهلكين

وأضاف أن التخزين في البقالات غير آمن؛ حيث إن هناك العديد من المنتجات الغذائية التي تستلزم وضعها في التبريد، مثل العصائر والأجبان، لكنها تُعرض على الأرفف، فضلاً عن اكتظاظ السلع في الممرات، ما يصعب على المستهلك التحرك بسهولة

كفاءة وخبرة

وعلى الصعيد ذاته، أكد أيوب محمد عبدالله مدير العمليات في تعاونية الاتحاد، وجود آلية محددة في فروع التعاونية، لمراقبة عمالي البقالات الذين يشترون السلع خلال العروض لإعادة بيعها في البقالات بشكل منفصل وبسعر مرتفع؛ حيث تقوم التعاونية بتحديث الأنظمة الخاصة بالعملية الشرائية باستمرار، كما أن المحصلين لديهم كفاءة وخبرة عالية لتميز المستهلكين عن أصحاب البقالات، والتي منها مثلاً تنوع المشتريات في عربة التسوق، وعدم التركيز على منتجات معينة، إضافة إلى النظام الداخلي الموجود عند المحصلين داخل «الكاشير» والذي يشير إلى كميات الشراء التي قام بها المستهلك لنفس المنتج

وقال إن العروض الترويجية تستهدف جميع فئات المجتمع وتلبي احتياجاتهم، وهي مخصصة بالدرجة الأولى للمستهلك؛ حيث يتم فيها تحديد الكميات المسموح بشرائها بما يلبي رغباته واحتياجاته، وفق خطة موضوعة ومدروسة من قبل الأقسام المختصة بالتعاون، وذلك لمنع أصحاب البقالات أو السوبرماركت من القيام بشراء المنتجات الخاضعة للعروض، كما تقوم التعاونية بفرض رقابة عند المحصلين «الكاشير»، حتى يتم تنظيم العملية الشرائية وأشار إلى أن عروض التعاونية مميزة، قد تصل أحياناً إلى 90%، وهي لا تتوفر في البقالات والسوبرماركت الصغير، كما يتمتع المتسوقون حالياً بدراية ووعي كبير بخصوص الأسعار ويتصفحون مجلات العروض والمواقع الإلكترونية ومواقع وتطبيقات منافذ البيع الذكية المختلفة قبل الذهاب لأي منفذ بيع، لمعرفة العروض المطروحة وقيمة التخفيضات.

"حقوق النشر محفوظة لصحيفة الخليج. © 2024"