

التسوق الليلي هروب من ازدحام الطرقات وصلات العروض



تحقيق: يمامة بدوان

هروباً من ازدحام الطرقات بالحركة المرورية وصلات العرض بالمستهلكين، تلجأ شريحة من المجتمع إلى التسوق الليلي، لما فيه من سكينة تمنحها وقتاً أكثر للمفاضلة بين أنواع المنتجات وأسعارها، وبالتالي ارتفاع معدل الإنفاق لصالح منافذ البيع، التي عمدت إلى زيادة أعداد فروعها التي تفتح على مدار الساعة.

«الخليج» رصدت حركة شرائية نشطة خلال الليل أغلبيتها من الرجال، الذين أكدوا أن التسوق في أوقات متأخرة يناسب شريحة كبيرة من المجتمع، خاصة من يعملون من الصباح حتى المساء، ولديهم قابلية للشراء في سكينة، وقراءة الملصقات التعريفية على المنتجات بكل دقة، لمعرفة أي السلع تناسب عائلاتهم، بينما أوضحت بعض الجمعيات التعاونية أنها رصدت حركة شرائية نشطة في أوقات متأخرة من الليل، أغلبية أصحابها من الرجال الذين يتجنبون صخب المستهلكين وأطفالهم في ساعات النهار أو المساء، مما دفع الجمعيات إلى زيادة عدد الفروع التي تعمل على مدار الساعة.

وأوضح محمد جابر أنه يعتبر التسوق في ساعات الليل المتأخرة، وسيلة مناسبة لشراء احتياجات المنزل من دون

التعرض لضغوطات النهار؛ إذ إن أعداد المتسوقين تكون قليلة، ومن دون اصطحاب أطفالهم الذين قد يملأون المكان بكاء وصخباً في بعض الأحيان، كما أنه يسهم في شراء الأصناف الطازجة خاصة من الخضار وهي في أعلى جودتها، حيث إن أغلبية المنافذ التي تفتح أبوابها على مدار الساعة، تعمل على تجديد معروضاتها في ساعات الليل. وتابع أن الشراء في الليل يجعله صافي الذهن، وبالتالي يمكنه من الاطلاع على مكونات المنتجات خاصة المعبأة منها، والمفاضلة بين أنواعها وأسعارها، وهو ما يجعله يبحث عن السلع الأكثر صحة لعائلته التي تفضل منتجات لا تحتوي على مواد حافظة.

الهروب من الازدحام

وكذلك الحال بالنسبة لفارس العقاد، الذي قال إن التسوق الليلي يناسب الذين يعملون منذ الصباح الباكر حتى المساء، حيث إنهم بالكاد يجدون وقتاً ملائماً لتسوق احتياجاتهم، كما يشكل وسيلة للهروب من الازدحام في منافذ البيع؛ إذ إن أغلبية الموظفين يشترون متطلبات منازلهم في طريق عودتهم من العمل، مما يجعل الفرد في مزاج سيئ، أما الذي يتسوق في الليل فيكون قد نال قسطاً من الراحة، ويمكنه شراء كل ما يحتاج إليه بهدوء تام، من دون التبذير في منتجات ليس بحاجة إليها.

من دون مرافقين

وأوضح مجيب المبسلط، أن التسوق بحد ذاته يعتبر هاجساً للرجل بشكل عام، وأغلبية الرجال يحبذونه من دون مرافقين من العائلة؛ لأنهم قد يتسببون في تشتيت أفكارهم، مما يدفع الرجل إلى إنهاء التسوق سريعاً حتى لو اشترى منتجات لا يحتاج إليها المنزل، كما أن الازدحام المروري يزيد من شدة حدته، وبالتالي، فإنه يسارع إلى تسوق ما يجده أولاً أمامه، من دون أن يمنح نفسه حق قراءة المكونات والإرشادات، على عكس الشراء في الليل الذي يشعره بأنه المتسوق الوحيد في المنفذ؛ بل يجد فريق العمل يوفر له المساعدة وأي استفسار بشكل أسرع، لعدم وجود ضغط عليهم كما في أوقات الذروة، وتحديداً الصباح والمساء.

متغيرات السوق

وفي المقابل فإن مسؤولي بعض التعاونيات في دبي، أكدوا حرصهم على توفير متطلبات المستهلكين في مختلف الأوقات بحسب ما يناسبهم؛ إذ إنها عززت ذلك منذ بداية جائحة كورونا، من خلال زيادة عدد الفروع التي تفتح أبوابها على مدار الوقت، حيث قال حارب محمد بن ثاني مدير قطاع العمليات في تعاونية الاتحاد إن التعاونية توفر خدمة التسوق على مدار 24 ساعة طوال أيام الأسبوع في 3 فروع، هي الطوار والوصل وأم سقيم، حرصاً على اختيار مناطق الفروع في أماكن مختلفة من دبي، لتلبية احتياجات ومتطلبات المستهلكين وتسهيل الوصول إليها، كما تعمل التعاونية بشكل ذكي فيما يخص عمل الفروع على مدار 24 ساعة، من خلال على زيادة العدد حسب الحاجة ومتغيرات السوق، حيث إنه في بداية جائحة كورونا، تم رفع العدد إلى 5 فروع من أجل تلبية الإقبال على الشراء، وإتاحة وقت أكبر للمتسوقين، لتجنب الازدحام، حفاظاً على صحتهم وسلامتهم.

وأضاف أن أسباب تفضيل التسوق ليلاً ترجع إلى قلة ازدحام صالات العرض، بالمقارنة مع الفترة الصباحية، وحرية الشراء والاختيار بشكل أكبر، إلى جانب انخفاض الحركة المرورية في الشوارع، وإتاحة المجال للموظفين ضمن الورديات المسائية للتسوق، وتلبية احتياجاتهم، لعدم مقدرتهم على التسوق خلال الفترة الصباحية. وأشار إلى أن التعاونية تستقبل في فروعها الثلاثة نحو 17 ألفاً و600 متسوق شهرياً في الفترة الليلية، كما أنها توفر عدداً كافياً من الموظفين في كل فرع حسب حجمه، ومعدل عدد المتسوقين، للإسهام في إسعادهم وتوفير خدمات ذات مواصفات عالمية.

قراءة الملصقات

بينما قال وليد المغربي مدير المشتريات والعمليات في جمعية الإمارات التعاونية في دبي، إن أغلبية المتسوقين ليلاً في

فروع الجمعية، هم من الرجال؛ كونهم الأكثر رغبة في الشراء من دون مواجهة جموع المتسوقين، والسعي إلى أخذ الوقت الكافي لقراءة الملصقات التعريفية لكل منتج، ربما لأن مهاراتهم الشرائية أقل من السيدات اللاتي يعرفن مكونات السلع؛ لأنهن يشتريين دائماً السلع ذاتها.

وتابع أن الجمعية قامت من خلال فريق خاص، برصد الفئات الشرائية على مدار الوقت، فوجدت أن السيدات هن الأكثر حضوراً في النهار، سواء في ساعات الصباح أو المساء، على خلاف الرجال الأكثر حضوراً في ساعات الليل المتأخرة؛ بل إنهم أكثر إنفاقاً، ويتطلب منهم الشراء وقتاً أكثر من السيدات.

وأشار إلى الجمعية تدرس زيادة عدد فروعها التي تفتح أبوابها على مدار الساعة في بعض الأحياء السكنية، من أجل تلبية رغبة المستهلكين من شتى الفئات، بما يتناسب مع الإقبال على الشراء، خاصة في ساعات الليل.

تفضيلات الشراء

وأكد الدكتور أسامة سويدان، أستاذ اقتصاد مشارك في جامعة الإمارات، أن الطلب على المنتج مكون من الرغبة المتمثلة في المزاج والقدرة المتمثلة في المال، حيث إن المستهلك بطبيعته يميل إلى التسوق في حالة مزاجية هادئة، بعيداً عن الإزعاج وكثرة المحيطين به، كي يأخذ الوقت الكافي للمقارنة بين المنتجات ومكوناتها من عناصر غذائية، والمفاضلة بين سعر سلعة وأخرى، بما يتناسب مع ميزانيته.

وأضاف أن المتسوق الواعي، وخاصة من الرجل، يفضل أوقات الليل المتأخرة لشراء احتياجات منزله، لأسباب تتعلق بالهدوء حوله في منفذ البيع، وسرعة تعامل فريق البيع معه في حالة رغبته في الاستفسار عن سعر أو ما شابهه، لعدم وجود أيدٍ شرائية كثيرة خاصة من يرافقهم الأطفال الذين قد يصنعون بأصواتهم ضجيجاً.