

تعاونيات وتجار: جاهزون لرمضان بفائض من المنتجات وثبات الأسعار



تحقيق: يمامة بدوان

تعيش أسواق الدولة حركة شرائية نشطة، في ظل الاستعداد لشهر رمضان الكريم؛ ما شكل شدة التنافس في إطلاق العروض الترويجية، والتأكيد من مسؤولي التعاونيات والموردين على توفر فائض من المنتجات، واستقرار الأسعار، مع دعوة المستهلكين إلى العقلانية في الشراء؛ تجنباً لتكدس السلع في منازلهم، وتعرضها للتلف

الخليج» تجولت في عدد من المنافذ والتعاونيات، ورصدت إقبالاً واسعاً على شراء منتجات العروض التخفيضية، التي تراوحت من 25-75%، في ظل احتدام المنافسة بالسوق، وإغراق الأرفف بشتى الأصناف والأوزان من السلع؛ حيث أكد مسؤولو التعاونيات حرصهم على توفير فائض من المنتجات والمبادرات الرمضانية، وفتح فروع تعمل على مدار الساعة، كذلك استمرار البيع الذكي عبر المنصات الإلكترونية، وطالبوا المستهلكين بعدم تكديس السلع في منازلهم، خوفاً من نفاد الكميات

كذلك الحال بالنسبة للتجار الذين أوضحوا جاهزيتهم لشهر رمضان منذ شهور، من خلال تعاقدات مع موردين في بلدان المصدر، وقدرتهم على تلبية أي نقص في وقت قياسي، إضافة إلى حث المستهلكين على التعقل الشرائي، في ظل تنوع السوق بمختلف العروض، وثبات الأسعار، مع وجود الجهات الرقابية التي تجول على المنافذ والتعاونيات؛ للتأكد من التزامها بالحملات الترويجية.

وأوضح خالد حميد الفلاسي، الرئيس التنفيذي لتعاونية الاتحاد في دبي، عن تخصيص 175 مليون درهم؛ لدعم خفض أسعار 30 ألف منتج ضمن عروض التخفيضات الرمضانية، ومنها 20 ألف سلعة غذائية، و10 آلاف سلعة استهلاكية؛ وذلك بنسبة تخفيض تراوح من 25-75% في 20 منفذ بيع ل«تعاونية الاتحاد» في مختلف مناطق الإمارة.

وأكد أنه تم التعاقد مع الموردين؛ لتوفير كميات كافية من السلع الغذائية الاستهلاكية الأساسية خلال شهر رمضان؛ لتلبي احتياجات المجتمع، داعياً المتسوقين إلى عدم التخوف من نفاد الكميات خلال الحملة الرمضانية، واللجوء إلى شرائها وتخزينها؛ إذ ستوفر تعاونية الاتحاد مخزوناً كافياً، يغطي متطلبات المتسوقين طوال شهر رمضان، كما أن التعاونية اتفقت مع الموردين، على توريد المنتجات 24 ساعة، وفي جميع الأوقات كخطة استباقية؛ لتدارك أي نقص من الممكن حدوثه.

وحول آلية مواجهة الازدحام الشرائي في الأيام الأخيرة التي تسبق شهر رمضان، قال: إن تعاونية الاتحاد ستتيح 4 منافذ بيع للعمل بنظام 24 ساعة، في مناطق (أم سقيم، الوراق، الوصل، والطوار)، ما يمنح المستهلكين عدة فرص للتسوق، خاصة بعد منتصف الليل، فضلاً عن التسوق الذكي عبر المنصة الإلكترونية، التي شهدت نمواً في الطلب بنسبة تصل إلى 3.5% منذ بداية العام الجاري؛ حيث تتضمن عروضاً على نحو 1500 منتج.

وشدد الفلاسي على أن التعاونية ستنفذ خططاً للمحافظة على معايير وإجراءات السلامة الاحترازية خلال حملات العروض الرمضانية؛ حيث إنها سبقت ذلك بتطعيم أكثر من 3000 موظف في منافذ بيعها وإداراتها، باللقاح المضاد لفيروس «كوفيد-19»، وبنسبة 100% من القوى العاملة للتعاونية.

وأكد أن حملات ومبادرات تعاونية الاتحاد في رمضان، تتماشى مع الأهداف الأساسية للتعاونية؛ المتمثلة في نشر السعادة المجتمعية؛ والمضي قدماً في إسعاد أفراد المجتمع، كما أنها تحرص طوال العام على طرح عروض ترويجية وتخفيضية هدفها الرئيسي تخفيف العبء عن المستهلكين، من خلال توفير أجود المنتجات بقيمة تنافسية؛ حيث تشمل العروض الترويجية السلع الغذائية والاستهلاكية الأساسية، والتي منها الأرز واللحوم والدواجن والأغذية المعلبة والفواكه والخضراوات ومنتجات رمضان الخاصة وغيرها من السلع.

مبادرات نوعية

أكد حسن محمد المرزوقي، مسؤول العلاقات العامة في شركة «اللولو» العالمية، أنه حرصاً على تذليل العقبات في توفير الكميات من شتى الأصناف، ضمن الاستعداد لشهر رمضان، استثمرت مجموعة اللولو أكثر من 40 مليون درهم؛ لدعم عروض خصومات موسم رمضان، والتي تشمل نحو 30 ألف سلعة في 90 متجرًا في مختلف الإمارات؛ حيث بدأت العروض في نهاية الشهر الماضي، وهي تستمر حتى إلى ما بعد الشهر الكريم، بخصومات تراوح من 25-75%.

وقال: إن جائحة كورونا قدمت لنا منذ العام الماضي درساً في مواجهة التحديات المرتبطة بها؛ حيث نجحنا في تحسين وتعزيز مهارتنا للخطط الاستراتيجية المستقبلية، من خلال تحسين أنظمة الدفع لدينا إلى المدفوعات غير التلامسية،

ومراجعة فئات البضائع لدينا؛ لفهم متطلبات العملاء، كما عملنا على تحسين أعمال التجارة الإلكترونية؛ حيث تصل منتجات اللولو إلى باب منزل المتسوق من دون عناء، فضلاً عن تعلمنا كيفية شراء البضائع وتخزينها؛ لتجنب ندرة السلع كجزء من الأمن الغذائي الوطني؛ وذلك من خلال ترتيب المنتجات الطازجة بواسطة رحلات الشحن الخاصة خلال ذروة الوباء؛ لضمان عدم نفاد المخزون

وأضاف: إنه تزامناً مع الشهر الكريم، سيتم إطلاق مبادرة؛ لتحفيز العملاء على شراء المنتجات المحلية، من خلال تقديم خصومات ضخمة على السلع المشتراة محلياً، خاصة في فئة المنتجات الطازجة، ما يشكل دعماً للمزارعين المحليين، كما ستوفر إدارة اللولو نوعين من سلال رمضان بأسعار تراوح 85-120 درهماً، ما يشكل فرصاً اختيارية أمام المستهلكين؛ حيث باعت اللولو أكثر من 600 ألف سلة في عام 2019، ونتوقع بيع أكثر من 700 ألف سلة هذا العام

قيمة استثمارية

من جانبه، أوضح فيليب بجييون، مدير كارفور الإمارات لدى «ماجد الفطيم للتجزئة»، عن تخصيص 30 مليون درهم؛ لدعم حملة «معاً في الخير»، والتي تشمل عروضاً وتخفيضات في كافة الفروع والمنصة الإلكترونية

وقال: إن التخفيضات تصل إلى 70% وتشمل العديد من الفئات والأنواع خلال شهر رمضان، وانطلاقاً من حرصها على تقديم قيمة استثنائية من خلال كل تجربة، ستقوم كارفور بإطلاق العديد من المبادرات الترويجية التي تشمل: خصماً بنسبة 35% على سلع محددة؛ وذلك في إطار مبادرة «يوم واحد، عرض واحد»، إلى جانب منح مكافآت على نقاط برنامج «شير»، وجوائز حصرية وهدايا وقسائم شرائية للعملاء عند قيامهم بالتسوق داخل فروعها

خطط تسويقية

في حين، قال محمد يوسف الخاجة، مدير عام جمعية الإمارات التعاونية في دبي، إنه حرصاً على توفير متطلبات المستهلكين طيلة شهر رمضان، وضعت الجمعية خطة تسويقية قبل بدء الشهر الكريم، وخصصت الجمعية نحو 10 ملايين درهم؛ لدعم 5 آلاف منتج، بتخفيض يراوح من 30-70%، ضمن 3 حملات ترويجية، تتواصل إلى ما بعد عيد الفطر؛ من أجل تلبية احتياجات أفراد المجتمع، بحسب أذواقهم المختلفة

ودعا المستهلكين إلى عدم شراء كميات كبيرة من المنتجات عشية الشهر الكريم، خوفاً من نفادها، خاصة أن الجمعية تعمل على مدار الساعة؛ من أجل توفير فائض من السلع، يلبي الاحتياجات كافة؛ حيث عمدت إلى تعاقدات مسبقة مع الموردين، فضلاً عن مخزون يكفي إلى ما بعد انقضاء شهر رمضان المبارك

وأوضح: إن سوق الإمارات يعد تنافسياً ونموذجياً، وزاد قوة في ظل تحديه لجائحة كورونا، والتي لم تشكل حاجزاً أمام حركة الاستيراد أو البيع والشراء؛ بل فتحت أمام مسؤولي التعاونيات والمنافذ أفقاً جديدة، ما جعلنا نتغلب على الصعوبات قبل أن تحدث في أحيان كثيرة

ولفت الخاجة إلى أن جمعية الإمارات التعاونية شهدت إطلاق منصتها الإلكترونية، التي زاد الإقبال على التسوق منها بنسبة 100%، خاصة في بداية الجائحة، ما جعل الجمعية تستمر في طرح العديد من المنتجات الأساسية عبر المنصة، وتعمل على زيادة الأنواع والكميات، فضلاً عن سرعة التوصيل للمنازل

استعداد مسبق

كذلك الحال بالنسبة للموردين، الذين أكدوا بدء استعدادهم لشهر رمضان منذ شهور، فضلاً عن قدرتهم على تلبية أي نقص ولأي صنف من المنتجات الغذائية والاستهلاكية في وقت قياسي؛ حيث أوضح عيسى خوري، المدير التنفيذي لشركة ميراك للأغذية، أن خبرة الموردين في الاستعداد لشهر رمضان، تجعلهم يعدون الخطط المدروسة، من أجل رفد السوق بشتى الأنواع والكميات بحسب الطلب، إضافة إلى تعاقدات مع تجار في بلدان المصدر؛ لتوفير أي نقص في حالة حدوثه.

وأشار إلى أن شركة ميراك زادت المساحات المزروعة بالمنتجات بنسبة 30%، كذلك رفعت من تعاقداتها في فترة ما قبل رمضان لتصل إلى 100 طن من الخضار يومياً، وهو ما يطمئن المنافذ والمستهلكين بوجود فائض من الكميات والأصناف.

مخازن مبردة

بينما قال محمد الرفاعي، المدير التنفيذي في شركة نصار الرفاعي للتجارة: إن معدل الاستيراد اليومي يصل إلى 300 طن، إلا أن الطلب على المنتجات الطازجة في شهر رمضان يرتفع بنسبة تراوح من 30 - 40%، وبالتالي نلجأ إلى زيادة الاستيراد ضمن تعاقدات مسبقة؛ لتلبية الاحتياجات في السوق؛ حيث لدينا مخازن مبردة تصل طاقتها الاستيعابية إلى 10 آلاف طن من المنتجات الطازجة.

ولفت إلى أن الحمضيات يرتفع الطلب عليها عادة في رمضان؛ حيث تم التعاقد مع موردين في جنوب إفريقيا والأردن ودول الشرق الأوسط؛ لتوفير كميات تلبى حاجة السوق؛ إذ لدينا فريق عمل على أتم الاستعداد لأي زيادة في طلب المنتجات تصل إلى 40%، فضلاً عن جاهزيتنا لتغطية متطلبات السوق كافة، ومن دون ارتفاع في الأسعار، ما يطمئن المستهلكين والمنافذ على حد سواء في هذا الصدد.

موسم محلي

بدوره، ذكر حسام راشد، مستشار مجموعة سوق دبي المركزي للخضار والفواكه ومجموعة فرزانة التجارية، بأن الاستيراد اليومي داخل السوق يراوح من 12-15 ألف طن يومياً، في ظل استمرار موسم الإنتاج المحلي للخضار، كما أن المساحات التخزينية المتاحة داخل سوق دبي تصل إلى 90%، من دون احتساب المواد الغذائية كالحبوب والمعلبات واللحوم والدجاج المجمد والأرز والسكر، إلا أنه من المتوقع أن يشهد ارتفاعاً خلال شهر رمضان بنسبة 15%.

وأكد أنه من المستبعد أن تشهد الأسعار أي ارتفاع خلال شهر رمضان، لوجود المنتج المحلي بالدولة، فضلاً عن الرقابة المختصة التي تفرضها مختلف الجهات المعنية، منعاً لأي تجاوزات مخالفة للقانون.

جهود متبادلة

كذلك الحال لدى الجهات الرقابية المختصة، التي أكدت عزمها على تنفيذ 420 جولة ميدانية تفتيشية في السوق طيلة شهر رمضان، حرصاً على التزام التجار والموردين بالأسعار وتوفير الكميات اللازمة من المنتجات؛ حيث قال مروان

السبوسي، مدير إدارة المنافسة وحماية المستهلك في وزارة الاقتصاد، إن العلاقات التي تربط الوزارة وموردي السلع أو منافذ البيع، قائمة على شراكة طويلة الأمد، تدعمها الجهود المتبادلة للتنسيق والتعاون، بما يخدم مصالح الطرفين، ويحافظ على توافر السلع واستقرار الأسواق، ويسهم في توازن الاقتصاد الوطني، وخدمة الأهداف الاقتصادية الاستراتيجية.

وأكد أن ممثلي أسواق الخضار والفواكه في دبي وأبوظبي، يلتزمون بتوفير الكميات اللازمة من المنتجات، استعداداً لشهر رمضان، لتلبية زيادة الطلب المتوقعة خلال الشهر الفضيل، والمحافظة على استقرار الأسعار، كما تعهدت منافذ البيع والجمعيات التعاونية بالالتزام في الإجراءات الاحترازية، وتطبيق المبادرات المعلنة سابقاً فيما يتعلق بحملات خفض أسعار المنتجات الرمضانية، في حين يبلغ معدل الاستيراد اليومي للخضار والفواكه في سوق دبي، خلال موسم رمضان نحو 17 ألف طن، وسيصل استيراد تجار أبوظبي إلى نحو 5 آلاف طن يومياً، ويبلغ إجمالي حجم المخزون المتوافر حالياً نحو 130 ألف طن، ما يؤكد وجود فائض من المنتجات، من دون التخوف من نقصان أي كميات أو أصناف.

مستهلكون: السوق أغرق بالعروض الترويجية ما عزز استقرار الأسعار

أكد عدد من المستهلكين أن اغراق السوق بالعروض الترويجية، يصب في مصلحتهم بالدرجة الأولى، ويفتح أمامهم خيارات متنوعة للتسوق، إلا أن شريحة منهم تسيء للجموع، حين تصيبها التخمة الشرائية، اعتقاداً منها بنفاد الكميات أو ارتفاع الأسعار؛ حيث قال جعفر حمزة: إن جاهزية السوق للشهر الكريم؛ تؤكد عدم وجود أي نقص بالمنتجات، سواء الغذائية أو الاستهلاكية، وهو ما يبشر بالخير للجميع من دون استثناء.

بدوره، ذكر غزوان أبو عبده، أن وعي الجمهور بأهمية تواصله مع الجهات الرقابية بالدولة على الأرقام المجانية، عزز من استقرار الأسعار؛ بل ودفع أغلب التجار إلى زيادة هامش العروض ومدتها، وهو ما يأتي في المصلحة العامة، ويزيد من حجم القوة الشرائية قبل حلول شهر رمضان.

أما علاء الدين صلاح عبد الباقي، فشدد على ضرورة معاقبة المستهلكين الذين يشترون كميات كبيرة خلال العروض الترويجية، أسوة بالتجار الذين تسول لهم أنفسهم ويتلاعبون بالأسعار، فكلهما حسب اعتقاده آفة خطيرة على المجتمع، يجب اجتثاثها من جذورها.

في حين، أكد محمد صيام، أن إصابة المجتمع بالتخمة الشرائية قبل حلول شهر رمضان، يحتاج إلى تدخل الجهات المختصة، وإلزام منافذ البيع والتعاونيات بالامتناع عن بيع أكثر من عبوة لكل سلعة لأي من المستهلكين، وبذلك يمكن تحديد الكميات التي يشتريها الفرد، وقطع الطريق عليه من تكديس السلع في منزله.