

في رمضان.. أسواق تتنافس برفع الأسعار وصائمون غارمون ومسؤولون يتوعدون



أبوظبي - الإمارات 71
تاريخ الخبر: 2014-06-29

في رمضان حيث من المفترض أن تسود منافسة إيمانية وروحية وعبادات وفروض ونوافل وتقرب إلى الله سبحانه وتعالى، تسود أيضاً منافسة تجارية ليست ربحية بصورة مشروعة تماماً وإنما يداخلها معاملات تقترب من المحظور الشرعي والقانوني.

إذ يمثل ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية الأساسية في أسواق الدولة هماً يورق المستهلك على الدوام، إلا أن هذا الهم يزداد ثقلًا مع دخول شهر رمضان المبارك، حيث يتسابق منتجون وموردون للسلع في اتباع طرق وأساليب في تسعير السلع، من شأنها في نهاية المطاف أن تصعب الادخار لدى بعض المستهلكين.

تبادل اتهامات

هذا في الوقت الذي يتبادل فيه أطراف العملية التجارية الاتهامات، فبينما يتهم المستهلكون منافذ البيع والتجار بالجشع والرغبة العارمة في تعظيم الأرباح، يرد عليهم هؤلاء التجار، ويتضامن معهم خبراء، بأن المشكلة تكمن فيهم، وليس في غيرهم بما يمارسونه من «استهلاك سلبي»، يرفع من معدلات الطلب على السلع التي تتسم بالمحدودية في العرض. وبين هؤلاء وهؤلاء، تقف وزارة الاقتصاد رافعة في إحدى يديها راية المبادرات تارة، وشعارات تثبيت السلع تارة أخرى، وفي اليد الأخرى راية التهديد والوعيد لمن تسول له نفسه زيارة أسعار السلع من التجار ومنافذ البيع. وهي في كل ذلك لا تنسى أن ترفع من الروح المعنوية للمستهلك بتعيينه «خط الدفاع الأول» في حملة «المستهلك المراقب».

و تبقى في النهاية الحقيقة التي لا تقبل الشك، وهي ارتفاع أسعار معظم السلع بنسب تصل في متوسطها العام إلى 20%، وحتى يحمي بعض التجار أنفسهم من المساءلة، في حالة الزيادة الصريحة، يلجأون إلى أساليب تحقق المراد، وهي زيادة الأسعار، وتعظيم الأرباح، عبر إنقاص الكميات أو تخفيف الوزن، مع تثبيت الأسعار، وهي أساليب لم تعد تخفى

على أحد، فما بالك بالمراقب أو المتابع.

ارتفاع الأسعار حقيقة غير قابلة للإنكار

أكد مسؤولو منافذ بيع في أبوظبي أن السلع الرئيسية الغذائية والاستهلاكية سجلت زيادات سعرية بشكل عام، قياساً بارتفاع معدلات التضخم خلال الفترة الحالية، خلافاً لبعض السلع التي شهدت ارتفاعات أكبر نتيجة ارتفاعها في دول المنشأ، وزيادة كلفة الإنتاج، والنقل، وأجور العمالة.

وأكدوا أن الزيادات المرتفعة لبعض السلع «القليلة»، تمت بموافقة اللجنة العليا لحماية المستهلك، وخطابات رسمية من وزارة الاقتصاد، ما يعد تعاملاً اقتصادياً صحيحاً مع الزيادات العالمية للسلع التي تسجل ارتفاعاً في أسعارها.

وقال إبراهيم البحر، الرئيس التنفيذي لجمعية أبوظبي التعاونية: «إن الجمعية قامت بتثبيت أسعار 200 صنف من السلع الرئيسية والاستهلاكية والتكميلية منذ 5 سنوات، في إطار دورها الاجتماعي للحفاظ على استقرار الأسعار»، مشيراً إلى أن الجمعية لا ترفع أسعار سلع إلا بموافقة خطية من وزارة الاقتصاد بناءً على موافقة اللجنة العليا لحماية المستهلك.

وأضاف: إن ارتفاع أسعار بعض السلع في دول المنشأ يتطلب زيادتها محلياً. وذكر أن الجمعية تطرح أصنافاً بديلة جيدة للسلع ذات العلامة التجارية، وبأسعار تقل عن الماركات الأصلية بنسبة تتراوح بين 20 إلى 25٪، مطالباً المستهلكين باتباع سلوك استهلاكي يشكل «حائط صد» رئيس لارتفاعات الأسعار، ودفع الموردين للعودة للسعر السابق في السلعة نتيجة تراجع الطلب عليها.

الجمعيات تنتهج سياسة الدعم

وذكر أن المراكز التجارية في الدولة تنتهج سياسة الدعم للسلع، ما يشكل نهجاً يتوافق وسياسة السوق القائم على العرض والطلب. كما تطرح الجمعية خلال شهر رمضان تخفيضات أسبوعية لـ 50 صنفاً من السلع الغذائية والاستهلاكية في 11 فرعاً بالإمارة بنسبة تتراوح بين 20 إلى 50٪، مؤكداً التزام الجمعية توفير بيئة تسويقية مناسبة للمستهلكين.

وأكد استمرار الجمعية في طرح مبادرات «السلع منخفضة الأسعار» و«بسعر التكلفة» و«السعر ثابت» و«أقل من التكلفة»، وتتضمن هذه المبادرات أغلب المنتجات الغذائية الأساسية التي تقبل عليها مختلف الشرائح.

وتطرح جمعية أبوظبي التعاونية، سلع «التعاون» بانخفاض يتراوح بين 20 إلى 30%، إضافة إلى سلع الجمعية، التي تشمل علامات «سندس للمأكولات»، و«جيت لمواد التنظيف»، و«فريسكا للمنتجات الورقية»، لافتاً إلى استمرار عروض «السعر ثابت»، و«سلع بسعر التكلفة»، وأخرى بسعر الشراء.

هل يمكن خداع المستهلك

من جانبه، قال فيصل العرشي، نائب مدير عام أبوظبي التعاونية: «نعيش زمنالشفافية، ولا يمكن خداع المستهلكين أو الحديث عن توقف الزيادات السعرية»، موضحاً أن كثيراً من السلع سجلت ارتفاعاً في أسعارها بنسبة تراوحت بين 15 إلى 20%، تماشياً مع معدلات التضخم.

وتابع: «هناك سلع سجلت ارتفاعاً في أسعارها بمعدلات أعلى من معدلات التضخم، ما يتطلب توجه المستهلكين لشراء السلع البديلة»، منوهاً إلى أن الارتفاعات في سوق التجزئة لم تكن منفردة في الحياة، بل تواكبت مع معدلات الزيادة في مختلف القطاعات، وكذلك معدلات الدخول للأفراد والأسر.

وذكر أن السوق يشهد ارتفاعات مفاجئة في بعض السلع الموسمية، عازياً ذلك للأحداث في دول مصدر السلعة «سوريا»، وكذلك خطوط نقل هذه السلعة، حيث تمر عبر تركيا قبل قدومها إلى الدولة.

وقال: «يشهد شهر رمضان ارتفاعاً في أسعار بعض الخضراوات نتيجة لضعف الإنتاج لظروف بيئية أو سياسية، بالتزامن مع ارتفاع الطلب خلال تلك الفترة»، مدلاً على ذلك بـ"الكوسة، والبندورة، والبقدونس، والجرجير".

"المواصفات والمقاييس" تفتش

وكانت هيئة الإمارات للمواصفات والمقاييس، قد نفذت جولة تفتيش للتحقق من أوزان

العديد من المنتجات في أسواق الدولة، مثل المكسرات، الأرز، السكر، منتجات الشيبس، اللحوم المجمدة، المحارم، والبطيخ والشيكولاته. بالإضافة إلى أوزان عبوات أسطوانات الغاز المنزلي.

وقالت الهيئة، عقب الحملة: «إنه تم ضبط العديد من المنتجات المخالفة من حيث النقص في الكمية الفعلية، خلافاً لما هو مثبت على بطاقة البيان بحدود أكبر من الخطأ المسموح به، حسب اللائحة الفنية الإماراتية الخاصة بالعبوات». ودول انتهاء صلاحية المنتج، أوضح العرشي أن الجمعية تقوم بسحب المنتجات الغذائية من العرض قبل انتهاء صلاحيتها بنحو 30 يوماً، وحوالي 45 يوماً لمنتجات الأطفال، وخاصة الحليب.

21 مراقباً فقط من الوزارة لأسواق الدولة

أكد هاشم النعيمي، مدير إدارة حماية المستهلك بوزارة الاقتصاد، أن الاعتماد على المستهلك في الرقابة على الأسواق يشكل خط الدفاع الأول لمواجهة ارتفاع الأسعار في الأسواق، مشيراً إلى أن إبلاغ المستهلك عن عمليات زيادة الأسعار يشكل الركيزة الأولى في الرقابة السوقية عالمياً، إضافة إلى تفعيل القانون من خلال تغريم المخالفين، وكذلك العمل بمنطقة الشراكة الاستراتيجية مع التجار والموردين.

وحول إجمالي عدد المراقبين للسوق الاستهلاكية بالدولة، أوضح النعيمي، أن إجمالي عدد المراقبين التابعين لوزارة الاقتصاد يبلغ 21 مراقباً، يتوزعون بمناطق مختلف من الدولة، حيث يوجد في أبوظبي 4 مراقبين، ومراقب في المنطقة الغربية، وآخر في العين، فيما يتوافر بدبي 6 مراقبين، ويتوزع 9 مراقبين في بقية إمارات الدولة، وتعتمد الوزارة على مراقبي البلديات والدوائر الاقتصادية، وكذلك الشكاوى المقدمة من جمعية الإمارات لحماية المستهلك.

وأشار إلى أن الوزارة دشنت مؤخراً، بالتعاون مع الدوائر الاقتصادية، حملة «المستهلك المراقب»، ضمن حملاتها لمراقبة الأسعار والحملات الترويجية، من خلال الاتفاق مع شرائح عديدة من المستهلكين لمتابعة الأسواق، ومواجهة حالات الجشع، ورفع الأسعار، وعدم الالتزام بالأسعار، وكميات السلع المتفق عليها في الحملات الترويجية.

غرامات مالية باهظة على المخالفين

ولفت النعيمي إلى أن قيمة الغرامة تتراوح بين 100 ألف درهم إلى مليون درهم، وفقاً للمادة السادسة من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك.

وأكد أن عمليات خفض الأوزان مع الاحتفاظ بالسعر السابق للسلعة يتطلب موافقة من اللجنة العليا لحماية المستهلك، لأنها تعد نوعاً من زيادة الأسعار بصورة غير مباشرة، مشدداً على أن اللجنة لم توافق على زيادة أي سلعة خلال العام الحالي، وأنها أرجأت الطلبات المقدمة إليها بشأن زيادة الأسعار إلى ما بعد شهر رمضان المبارك.

التسعير بحاجة إلى سياسات دائمة

قال المهندس حسن الكثيري، الخبير في شؤون المستهلك، "إن ارتفاع أسعار السلع الغذائية ليس قضية فردية، وإنما قضية مجتمع بأكمله، وتحتاج لخطط وسياسات واضحة ودائمة من جانب الجهات المسؤولة، وممارسات تجارية سليمة من جانب منافذ البيع، يراقبها القانون ومستهلك يعي احتياجاته ويحقق الاستهلاك الرشيد مادياً وكمياً للسلع".

وقال الكثيري إن الأنماط الاستهلاكية المعيشية غيبت، ثقافة الادخار من ثقافة المستهلكين القاطنين بالدولة، منوهاً إلى أن الادخار يشكل مركز الدفاع الأول لمواجهة الأزمات، حيث يغلب على الثقافة المجتمعية النمط الاستهلاكي.

وأفاد أن المراقبين الحاليين للأسواق يحتاجون لدورات تدريبية متخصصة في الرقابة على الأسواق، وخاصة مع كثرة مراكز البيع والسلع وأصنافها، بالتزامن مع جودة توعية المستهلك والوصول بالفرد ليكون مستهلكاً واعياً واثقاً من تعاملاته مع السلع والخدمات.

المستهلك الحكيم.. المراقب..

من المعقول نظرياً أن يكون المستهلك حكيماً أو مراقباً أو أي شيء آخر، غير أن هذا متعذر عملياً كون التعامل مع السلع المختلفة هو أمر تخصصي لا يمكن تحميل تبعاته إلى المستهلك، في حين ان التاجر وهو أكثر خبرة ومعرفة بالسلع هو الذي يجب أن يتحمل مسؤولية توفير السلع المناسبة بالأسعار المناسبة في الأوقات والأماكن المناسبة. دون ذلك، سيظل السوق يعاني من سلوكيات تجارية بعيدة عن حدود المشروع عرفاً وقانوناً، وسيظل المستهلكون ضحية "أخلاق السوق" التي لا تفرق بين رمضان أو ذي القعدة.



UAE71NEWS