■ العيد.. ابتسامة طفل

■ بدون تعليق

■عادك ما جبت الضمار

أسـواق العيد.. أسعار سريعة الاشتعال!!

(العيد عيد العافية).. مثل لا يعترف به الباعة ولا يؤمن به المستهلك ولا يفهمه الأطفال

■.. التجارة ليست شطارة فقط، بل أنها تتحول مع قدوم العيد إلى (فخ) للإيقاع بالزبون وفن ممارسة الفهلوة، والضحك على الذقون، حيث حرائق الأسعار تلتهم جيوب الأغنياء قبل الفقراء.

ففي أسواق العيد يختفي الصدق ويتحول (الكذب والمبالغة) إلى عملة يروج لها الباعة ويتقبلها الطرف المتضرر (المشتري) رغم علمه بزيفها!

ومع بدء العد التنازلي لعيد الفطر المبارك يبدأ مؤشر الأسعار في الارتفاع كالعادة ليبقى البائع هو صاحب الكلمة الأخيرة.

أسواق العيد وإن كانت زحمة البشر أهم عناوينها، إلا أنها لم تخل من زحمة الإعلانات التي لا يهم إن كان ما ترده صحيحاً أو خاطئاً طالما والعملية بنظر الباعة (تجارة في تجارة) أما الزبون فقد وجدناه غلياناً مبهوراً وسط شبكات من الجوائز والهدايا رغم إدراكه مسبقاً بأنها لا تمثل سوى (طُعم) للإيقاع به وتفريغ جيبه!

مشاهد أسواق العيد لا تتوقف عند ذلك، لكن تظل طقوس البيع المبتكرة وصراع المقاسات وظاهرة تسوق الشباب الباحثين عن (صدفة خير من ألف ميعاد) أهم المشاهد الساخنة التي تستوقفك.. وهاكم بعض التفاصيل.

تحقيق/ محمد عبدالله السيد

الحكاية من البداية!

● أسواق العيد حكاية ليس لها نهاية يلعب فيها البائع دور البطل الذي ينتصر في النهاية، فالزائر لأسواقنا هذه الأيام يجدها تعيش حركة تسوق غير طبيعية تستمر حتى طلوع الفجر ولا يوقفها صقيع البرد ورداءة الطقس.

أكثر من يومين ونحن نتنقل بين كل من شارع (جمال) أشهر شوارع أمانة العاصمة وأكثرها ازدحاماً وتسوقاً وشارع (هائل) الذي يصنفه البعض بانه من أسواق الدرجة الثانية.

سجلنا خلالها حركة التسوق وأجواءها المختلفة، لكن تظل أكثر الملاحظات والمشاهد الساخنة تلك الحوارات التي تتم بين الباعة والمشترين والتي تحولت معها بعض حالات البيع إلى مشادات كلامية منها ما كادت تخرج عن السيطرة لولا تدخل (النصف الحلو) في آخر المطاف!!

ففي أسواق العيد يصبح المثل القائل (العيد عيد العافية) عبارة تنقصها الكثير من الدقة ،كما أنها لا تلقى أي اعتراف من قبل التجار ولا يؤمن بها المستهلكون ولا تلقى فهماً أو تجاوباً لدى الأطفال ففي زمن المادة والريال يبقى هذا المثل عُملة لا تتداولها الأيدي ،حيث تختفي في الأسواق وتضيع وسط الزحمة، ليبقى كم سيدخل الجيب، ونسبة الربح والعائد هو الأهم في قاموس التجار والباعة!!

وهو ما يؤكد بأن المثل القائل (التجارة شطارة) لم يأت من فراغ أصلاً، فإذا قمت بزيارة واحدة لأحد الأسواق بغرض شراء حاجيات العيد، فإنك تدرك على الطبيعة بأن التعريف السابق لـ(التجارة) كان ناقصاً ، فهي ليست شطارة فقط، بل أنها فهلوة وفن الخداع والمبالغة.

على سبيل المثال (إعلانات التخفيضات) التي يعمد بعض التجار إلى تكثيفها خلال الشهر الكريم وقبيل عيد الفطر، وباستعراض سريع لبعض هذه النماذج من الإعلانات نجدها تستخدم عبارات رنانة جوفاء تعتمد أسلوب المبالغة والاغراء ولا تستند إلى الحقيقة والواقع.

سماء الأسواق غطت بإعلانات التخفيضات التي يصل بعضها إلى ٥٠٪ وتتضمن عبارة (تخفيضات هائلة) و(تخفيضات مغرية) ، و(تخفيضات مع الجوائز والهدايا)، إلا أنها في مجملها لا تعد سوى تخفيضات مع وقف التنفيذ، سرعان ما يكتشف الزبون كذبها وزيفها عند أول زيارة له للمحل.

● يقول عبدالباقي أحمد سيف الذي بدت عليه علامات عدم الرضى لما يجري في أسواق العيد : كل الذي يجده الشخص منا والزائر للأسواق هذه الأيام هو (الغلاء) والمشكلة أنه كلما ازدادت إعلانات التخفيضات ارتفعت الأسعار، وهو ما يدل على كذب هذه الإعلانات ،فأين هي التخفيضات المدهشة وغير المعقولة التي سمعناها وقرأناها ورأيناها فوق كل باب وعلى كل شارع؟!!

● أما عدنان سالم الحافي فأكد بأن الكثير من التجار والباعة يستغلون الموسم خاصة عند قدوم العيد، ليفرضوا الأسعار التي يريدونها هم لحاجيات ومتطلبات العيد، والمشكلة أن المستهلك مضطر لعملية الشراء حتى وأن كانت الأسعار مرتفعة!

ورطة

● صالح عبده الريمي الذي وجدناه يتابط ثلاثة أكياس تضم ملبوسات وغيرها اعترف بأن التسوق قبل العيد يمثل ورطة ومقلباً كبيراً لا ينجو من لسعته المتسوقون.. ويضيف :بشعر المرء في هذه الأيام بالذات بحجم الاستغلال الذي يقابل به من قبل الباعة، حيث لا تجد اسعاراً معقولة أو زيادة منطقية في الأسعار، بل إن البائع يكاد يبيع بالسعر الذي يريده هو، والسبب أنه يجدك مضطراً للشراء.

والمؤسف أن تلمس جميع هذه الأسعار تكاد تكون موحدة لدى معظم الباعة، فهذا العمل حرام.. حرام!

مكبرات الصوت

مع قرب موعد العيد ومع ارتفاع حمى المنافسة بين الباعة يلجأ البعض من التجار إلى إخراج جزء من البضاعة واستخدامها كبسطات أمام المحل وإيكال مهمتها إلى أحد العمال الذي يفضل استخدام مكبرات الصوت (الميكرفون) في عملية البيع بهدف اصطياد الزبون، مستخدمين عبارات مغرية وطريقة أقرب إلى الشعر القديم، تساهم بشكل أو بآخر إلى جذب العديد من الزبائن الذين وجدناهم يبحثون عن راحة الجيب، فمن خلال تنقلك بين هذه البسطات والحراجات تسمع كلمات غريبة تتردد وتصم الآذان، فالبعض من هؤلاء الباعة يؤكد من خلال مكبرات الصوت بأن تخفيضاته تحطم الأسعار وتفجر الدولار، والبيع برأس المال فيما يشير البعض الآخر إلى أنه مصدر وصاحب التخفيضات الهائلة والمغرية فيما وجد من يقدم عرضاً مجانياً للتفرجة ولا إجبار على الشراء، لكن تظل التجربة أكبر برهان.

إنها مشاهد غريبة حقاً توحي للزائر وكأنه أمام مزادات ساخنة، أصوات تنطلق من هنا وأخرى من هناك، وضوضاء في كل مكان هدفها أولاً وأخيراً الاحتفال بالقادم، والاستحواذ على اهتمامه، في وقت تجد أن الكثير من المتجمعين ممن لبوا نداء الصوت ليسوا جميعاً من المشترين، ولكن من مدمني الزحمة وعشاق الفرجة ليس إلا!!

معارض العيد!

● معارض العيد.. هي الأخرى مشهد من مشاهد رمضان التي تتكرر كل عام معلنة للجمهور المستهلك عن أسعار وتخفيضاتها المدهشة وهداياها وجوائزها المغرية والثمينة، ليصبح الزبون في زحمة الأحلام والأضواء، إلا أن الزائر لما يسمى بـ(معارض العيد) لا يجدها تمثل سوى (أماكن للفرجة) لجمهور المستهلكين ،حيث فقدت فيها علامات الرضى وارتفعت الأصوات المحتجة، ويحدث ذلك في الوقت الذي يؤكد فيه القائمون على مثل هذه المعارض بأن الهدف من انشاء هذه المعارض هو خلق جسراً من التواصل والثقة بين المستهلك والمنتج سواء كان محلياً أو أجنبياً بالإضافة إلى تقديم خدمة سعرية مناسبة للزبون وتوفير جميع حاجيات العيد ومستلزماته تحت سقف واحد، أضف إلى ذلك أنها مدعومة بجوائز وهدايا تشجيعية فورية وعبر السحب.

مؤكدين كذب الشائعات التي يطلقها البعض والمتعلقة بارتفاع أسعار هذه المعارض والتي يكون مصدرها -حسب رأيهم- أصحاب المحال التجارية بهدف خداع الزبون وصرفه عن التردد على هذه المعارض التي تقدم أسعاراً منافسة تعد أقل بكثير عما يباع في المحال التجارية الأخرى، بل وباقل من أسعار التجزئة وببضاعة ذات جودة.

صراع المقاسات!!

صراع المقاسات.. كان هو الآخر علامة مميزة لأسواق العيد، حيث تنهم هذه الظاهرة بأنها أحد الأسباب التي عكرت صفو العلاقة بين البائع والمشتري، فإذا كان البعض من المتسوقين قد أعرب عن تذمره وعدم رضاه وهو يتنقل بين محل وآخر آملاً في الفوز بالمقاس المناسب، فإن البعض الآخر لم يسلم من الدخول في مشادات كلامية مع الباعة بسبب عدم قبول الأخير للبضاعة التي أرجعها الزبون من المنزل بسبب مقاسها الكبير.

● يقول مازن الهادي- الذي شاهدناه يتقاذف إحد أكياس الملابس مع البائع- : لقد اشتريت (بدلة كاملة) من هذا المعرض بمبلغ (٩) آلاف ريال وأعربت عن تخوفي من إمكانية حصول قصر بسيط في البنطلون، لكن صاحب المعرض أكد لي بأن البضاعة إذا لم تناسبني بالإمكان إرجاعها حتى بعد أسبوع وها أنا اليوم أعيدها بعد ثلاثة أيام لكنه رفض أخذها مني بحجة أن المحل لا يقبل بضاعة مسترجعة بعد مرور يومين على خروجها من المعرض!

● نفس المشهد يكاد يتكرر، لكن هذه المرة في شارع هائل، حيث وجدنا سالم أحمد قصعة يصر على طلوع صاحب محل بيع الملابس معه إلى قسم الشرطة وذلك بعد أن رفض الأخير الاعتراف بأن الفستان -الذي يحاول سالم ارجاعه إلى صاحب المحل بسبب حجمه الكبير- ليس من محله، مؤكداً بأن سالم أخطأ المحل حيث فقد المكان الحقيقي الذي اشترى منه الفستان!

خصام الذهب

الملاحظات عن أسواق العيد تكاد لا تنتهي لكن تظل ظاهرة الزحف على محلات بيع الملابس والأحذية هي السمة السائدة التي حازت على نصيب الأسد من عمليات التسوق.

ففي الوقت الذي جرت العادة فيه أن يكون شهر رمضان موسماً مفضلاً لشراء الذهب يزحف فيه الرجال قبل النساء على هذه المحال، حيث ساد اعتقاد برخص قيمة الذهب في هذا الشهر، إلا أن نظرة واحدة لمحلات الذهب وفي أوقات مختلفة تثبت عكس ما الفناه، وما اعتاد أن يحتفل به أصحاب هذه المحال التي خاصمها الرجال وقاطعتها النساء دون سابقة انذار وذلك باعتراف العديد من باعة الذهب الذين أبدوا استغرابهم لهذه القطيعة غير المبررة.

● أحد الباعة قال لنا: لقد اعتدنا على أن يزداد إقبال الناس على شراء الذهب بشكل كبير -في شهر رمضان وخاصة بعد النصف الأول من الشهر- حيث تعتبر هذه الأيام موسماً لبيع الذهب خاصة تلك المشغولات من الأنواع الذهبية الأخرى والصغيرة منها مثل الأخراص والخواتم والسلوس والتعاليق، وقد تصل قيمة مبيعات هذه المشغولات الخفيفة إلى نحو (٥٠٠) ألف ريال في اليوم الواحد فقط.

أما هذه الأيام فلا أكون مبالغاً إذا قلت لك بأن باعة الذهب غير راضين تماماً عن هذا الموسم، الذي تميز بإقبال النساء على بيع الذهب واستبداله إما (بالكرستال أو الروديوم) والذي يشهد إقبالاً كبيراً من النساء على شرائه واقتناء مثل هذه الزينة كون أسعارها مناسبة وجمال تصميماتها.

العطورات أيضاً!

مجال بيع العطورات وإن كانت تبدو أحسن حالاً من مجال بيع الذهب إلا أنها هي الأخرى -وبحسب شهادات أصحابها- لم تكن عند مستوى التوقعات ، فالإقبال الذي شهدته محلات بيع العطور من قبل متسوقي العيد وصف بـ(الخجول) والمتواضع جداً، وكأن الرجال أكثر الزبائن والمترددين على هذه المحال.

ويقول أسعد الهادي (بائع عطور) : لقد عملنا جميع استعداداتنا منذ وقت مبكر على توفير مختلف أصناف وأنواع العطورات الباريسية والأوروبية والشرقية، وبأسعار مناسبة ومعقولة وبأحجام مختلفة، إلا أن ذلك لم يشفع لنا عند الزوار الذين وجدنا العديد منهم -مع احترامي- لا يفرق بين عطر باريسي وعطر صيني!

فثقافة العطر لا تزال متواضعة جداً جداً، وهذا بدوره انعكس سلباً على مستوى الشراء وقيمة الدفع، لتظل ثلاثة أو أربعة أصناف فقط من العطورات هي مايستحوذ على ٧٠٪ من عمليات البيع في حين ظلت أصناف جديدة من العطور حبيسة الأرفف لم تجد أيدي تمتد إليها رغم روائحها الرائعة وأسعارها المناسبة!!

إنما الأعمال بالنيات

● على الرغم من برودة الجو وصقيع البرد القارس خاصة في المساء إلا أن ذلك لم يمنع المئات من الرجال والنساء من الخروج إلى الأسواق ولا يوقف هذه الحركة إلا صوت آذان الفجر ومدفع الإمساك وذلك إيذاناً بدخول يوم جديد.

لكن على الرغم من أن التسوق واحد إلا أن أهدافه تتعدد، حيث واقع الحال يؤكد بأنه ليس كل من يخرج لأسواق العيد يهدف إلى الشراء أو التسوق، وإلا تحولت ظاهرة تسوق الشباب مساء رمضان إلى حدث ملفت يتكرر كل عام وتترك حولها أكثر من سؤال وعلامة استفهام!

فإذا كان البعض من المتسوقين قد ادمنوا على الزحمة والتفنن في صناعة الشبهات ،فإن هناك البعض من النساء اللاتي لم يخفين انزعاجهن من التصرفات الصادرة من بعض الشباب ومضايقتهم لهن أثناء التسوق، يعترفن بأن الخروج إلى الأسواق خاصة مساء رمضان يمثل بالنسبة لهن ترويحاً عن النفس وكسر حاجز الملل والاكتئاب جراء البقاء في المنازل، ووسط الجدران الأربعة، لكن تظل مضايقة بعض الشباب للمرأة أثناء تسوقها أكبر مشكلة تعمل على افساد متعة التسوق لهؤلاء النساء وقد لا يسلم ذلك من حدوث بعض المشكلات والحوادث المتفرقة جراء هذه الظاهرة الغريبة والدخيلة على مجتمعنا.

شرطة الآداب

● لقد دفعت تلك الحوادث السابقة الجهات المعنية إلى التفكير بمثل هذه المشكلات وسبل الحد منها، لتصل في الأخير إلى قناعة تامة بضرورة تواجد رجال الشرطة أو ما يسمى (بشرطة الآداب) في مثل هذه الأماكن بهدف ضبط من يقف وراء هذه الظاهرة.

ولعل ذلك هو ما يبرر التواجد الملحوظ لرجال الشرطة في أكثر من شارع وسوق في أمانة العاصمة، تراهم أكثر هنداماً مقارنة بالأفراد الآخرين ولا يفارقهم (الصميل) حيث راح البعض منهم يتسابق في الحصول على أضخم صميل فيما وجد من اكتفى بعملية التزيين لهذه العصي وفضل الزحمة كأرضية مناسبة للمعركة!

العديد من هؤلاء أكدوا لنا بأن مهمتهم لا تتجاوز عملية ضبط ومراقبة الحركة في الأسواق نظراً لزحمتها هذه الأيام، ومنع أي تصرفات خاطئة أو تحرشات مخلة بالآداب.

إلا أن البعض من الشباب كان لهم وجهة نظر مخالفة، حيث يشيرون إلى أن البعض من أفراد الشرطة يعمدون إلى (استبزاز) الشباب واتهامهم بتصرفات لم يرتكبوها أصلاً لغرض أو لآخر!!

عدسة/ ناجي السماوي

■ مقاسك بالضبط

▫ صراع على المقاسات ..ومشادات تخرج عن السيطرة ..وتخفيضات مع وقف التنفيذ
▫ شباب يتسوقون بحثاً عن (صدفة خير من ألف ميعاد) ..والتجار يلجأون إلى إعلان الجوائز للإيقاع بالزبون

▫ النساء يخاصمن الذهب.. وحضور خجول في محال العطورات.. وزحف كبير على الملابس
▫ الأسواق: الصدق يختفي .. والمبالغة والكذب تتحول إلى عملة رائجة.. لماذا؟!

■ البسطات هي الحل

■ أخيراً.. أشترينا

أشواق الأحد

عبدالكريم الخميسي

من أجل العيد

■ إذا كانت «النظافة» واجبة علي كل مسلم ومسلمة، فهي على اليمنيين واليمنيات أوجب، لما يحملونه من شرف الحكمة و«الإيمان» .. ومعلوم أن النظافة من الإيمان .. ولهذا أتمنى أن تطل علينا شمس العيد السعيد ونرى «يمناً نظيفاً» بكل دلالات النظافة المادية والمعنوية، ومن أجل تحقيق هذه الأمنية أقترح أن تكون الأيام الثلاثة القادمة «أيام نظافة» حسب الترتيب التالي :

● اليوم الأول : لنظافة البيوت، والشوارع، والأسواق، والميادين العامة .. وذلك بتنظيم حملات جماعية يومية تشترك فيها المجالس المحلية مع الأجهزة الحكومية على أن تتولى وسائل الإعلام الأهلية والرسمية مواكبة الحملات بالصوت والصورة .. إضافة إلى ما ستقوم به رسالة المسجد من حشد الهمم، وشد العزائم، عند كل صلاة.

● اليوم الثاني : يتم تخصيصه لنظافة الملابس، والأبدان .. وفي هذا الصدد أضم صوتي إلى صوت أحد الزملاء، فأقول : إن الفقر ليس مبرراً لغياب النظافة الشخصية، فليكن هذا اليوم نقطة الانطلاق إلى مجتمع يمني يتميز بالنظافة الكاملة، والمظهر الحسن.

● أما اليوم الثالث والأخير فإنه للنظافة الداخلية، وأعني بها نظافة «القلوب» من الغل، والحقد، والضغينة، والحسد .. ونظافة «الجيوب» من النهب، والسلب، والاختلاس .. ونظافة الأقلام من التخوين، والتجريم، والتكفير .. ونظافة الأيدي من الاختلاس، والرشوة، وأكل أموال الناس بالباطل .. وبذلك يحق لنا أن نستقبل العيد السعيد بوجوه وقلوب مستبشرة.

ص. ب: ٤٨٤١ صنعاء
alkhmisy@hotmail.com

وضح النهار:

مات .. لم يمت

ابراهيم بن عبدالله المعمري ●

لم تحظ حياة زعيم بجدل في السنوات الاخيرة كما هو الحال مع ياسر عرفات الذي يرقد هذه الايام في مستشفى في باريس بين الحياة والموت بعد رحلة استمرت ما يقارب ٤٠ عاما قضاها في خدمة حلمه لرؤية دولة فلسطينية مستقلة، فحتى في هذه اللحظات الحرجة من حياته ساد الاضطراب في اخبار وفاته، فيوم الخميس اوردت وكالات الانباء سلسلة متتالية من الانباء المتضاربة بين تلك التي تدعي وفاته وبين من تنفي.

في اسرائيل التي سربت خلال عشرة ايام اربعة تقارير عن وفاة الزعيم الفلسطيني.. اعلن التلفزيون الاسرائيلي يوم الخميس في قناتيه الاولى والثانية ان عرفات توفي في محطته الاخيرة بباريس، وتبع الخبر فورا نفي فلسطيني بأن الزعيم لم يمت.. وفورا طيرت الوكالات تصريحا لرئيس وزراء لكسمبورج بان عرفات مات قبل ١٥ دقيقة وفورا تبع الخبر نفي عن وفاته من المستشفى الذي يعالج فيه عرفات.. وتبع الفلسطينيون خبرا يؤكد انه لا يزال حيا.

في هذا الاضطراب في الاخبار وجه سؤال الى الرئيس الامريكي جورج دبليو بوش حول وفاة عرفات فرد بوش: «يرحمه الله» وهو لا يزال حيا..

كانت لحظات مضطربة حول «الزعيم» الذي عاش طريدا من الموت واتذكر نفس التقارير المتضاربة صاحبت انباء سقوط طائرته في الصحراء الليبية.

نجا عرفات كثيرا من موت محقق وهو الآن يرقد في غيبوبة في مستشفى باريس وصحته تتدهور مع أن الاطباء ذكروا مساء أمس انها مستقرة .

هذه اذن حياة عرفات حتى آخر اللحظات مثيرة للجدل.. وبين من سرب انباء وفاته وبين من ابقاه حيا سيبقى عرفات رمزا للكفاح الفلسطيني بكل الاخطاء والتحديات.. ويكفيه أن من يكرهه او من يحبه متفقون على تقدير جهده على مدى اربعين عاما في الدفاع عن قضية شعبه وان اختلفوا حول أحداث السنوات الاخيرة.

● رئيس تحرير صحيفة عمان