

ENQUÊTES

# SOLDES

## النتائج الأولية لبحث حول المستهلك التونسي وهوسم التخفيضات

المعهد الوطني للإستهلاك

جانفي 2019

شمل البحث عينة تمثيلية للمستهلكين التونسيين تناهز 3000 مستجوبا موزعين حسب خصائص الجنس والعمر (20 سنة وأكثر) والتوزيع الجغرافي (الولايات والوسطين البلدي وغير البلدي)، وذلك حسب آخر الخصائص السكانية الرسمية المستخرجة من نتائج التعداد العام للسكان والسكنى لسنة 2014. تاريخ إنجاز البحث: شهر ديسمبر 2018.

### الهدف الأساسي للبحث:

يهدف المسح إلى استخلاص معطيات تساهم في معرفة تقييم المستهلك للتخفيضات الموسمية وكيفية تعاطيه معها واستقراء سلوكه، على مستوى الإستعداد لها وخلال فترات تنظيمها، ومحددات قراراته بشأنها وتقييم تجربته معها، إلى جانب سبر آرائه حول نظام التخفيضات المعتمد.

### أهم نتائج البحث:

سيتم استعراض النتائج بصفة إجمالية وحسب 3 شرائح عمرية (الشباب: 20-39 سنة | الكهول: 40-59 سنة | كبار السن: 60 سنة وأكثر) وثلاثة مناطق جغرافية كبرى (إقليم تونس الكبرى | المناطق الساحلية المناطق الداخلية).

#### 1. مدى إلمام المستهلكين بنظام التخفيضات الموسمية المطبق في تونس:

- 52% من المستجوبين يعتقدون أن كلمة "صولد" أو "تخفيضات موسمية" تعني "بيع منتجات جديدة مع التخفيض في سعرها بصفة موسمية لأنها لم تعد تتطابق مع الموضة وبالتالي يجب التخلص منها"، وهو مؤشر إيجابي باعتبار تطابق مفهوم التخفيضات لدى المستهلك مع المفهوم القانوني المضبوط لها<sup>(1)</sup>، مقابل 29% لديهم خلط مع مفهوم بيوعات التصفية<sup>(2)</sup> ويعتبرونه "تسريع بيع منتجات بأسعار منخفضة استعدادا لتجديد نشاط البائع أو تغييره"، و 12% يلتبس عليهم التخفيض الموسمي

على معنى القانون عدد 40 لسنة 1998 المؤرخ في 2 جوان 1998 المتعلق بطرق البيع والإشهار التجاري:

(1) الفصل 3: تعتبر بيوعات بالتخفيض الدوري أو الموسمي، كل عرض بيع أو بيع للمستهلك من قبل التجار مع تخفيض في الثمن لمنتجات جديدة لم تعد دارجة، أو زائلة الرونق، أو متجانسة أو لمنتجات نهاية سلسلة، يمارس في آخر الموسم قصد التجديد الموسمي للبضائع، وذلك بالترويج السريع للمنتج.

(2) الفصل 9: تعتبر بيوعات تصفية البيوعات التي تهدف من وراء التخفيض في السعر إلى الترويج السريع لكل أو لجزء من منتجات بحوزة مؤسسة تجارية، بسبب الإنقطاع عن النشاط أو التوقيف الوقي للنشاط أو تبدله أو بسبب تغيير جوهرى لظروف الإستغلال.

مع بيوعات التنمية التجارية<sup>(3)</sup> ويرونه "تخفيض مؤقت في أسعار منتجات بهدف التعريف بمنتوج جديد أو منتوج تم تطويره".  
وتفيد التقاطعات بعدم وجود اختلاف ملحوظ في الرأي بين كلا الجنسين، لكن تفاوتاً طفيفاً في صالح المفهوم الصحيح يبرز تقدّم منطقة إقليم تونس الكبرى (54%) وفئة الكهول (53%).

- أغلبية المستجوبين يعتبرون، تلقائياً، أن أكثر المواد المشمولة بالتخفيضات هي الملابس (89%)، تليها الأحذية (34%) ثم المواد الكهرومنزلية (12%).
- حوالي ثلثي المستجوبين (65%) استطاعوا معرفة العدد الصحيح لمواسم التخفيضات في تونس (مرتان في السنة)، مقابل 20% و 13%، على التوالي، يعتقدون أنه مرة واحدة وثلاث مرات سنوياً.
- يفوق عدد المستجوبين الذين لهم دراية بتاريخ انطلاق مواسم التخفيضات بالنسبة للموسم الصيفي (أوت = 37%) مقارنة بالموسم الشتوي (فيفري = 26%).  
بصفة عامة الإناث، الشباب، الكهول وسكان تونس الكبرى لديهم فكرة أفضل عن تواريخ انطلاق التخفيضات الموسمية.
- 4% فقط من المستجوبين لهم دراية بالمدة التي تستغرقها فترة التخفيضات (6 أسابيع)، مقابل 45% و 26% يعتقدون أنها تدوم، على التوالي، 4 أسابيع وأسبوعان.
- رغم التفاوت الكبير في الإجابة عن سؤال حول النسبة الدنيا المطبقة خلال فترة التخفيضات (20%)، فإن الأغلبية النسبية للمستجوبين (27%) كانوا على دراية بالنسبة الصحيحة، مقابل 19% يعتبرونها لا تقل عن 50% و 14% يعتبرونها 30%.

(3) الفصل 15: تعتبر بيوعات تنمية تجارية كل عملية بيع أو إسداء خدمة مصحوبة بتخفيض في السعر ومطبقة لفترة محددة بهدف تطوير أو إعادة تطوير بيع منتج أو عدة منتجات أو خدمات.

## 2. استعدادات وسلوكيات المستهلكين خلال فترة التخفيضات الموسمية:

- 25% فقط من المستجوبين يقومون "بانتظام" برصد العروض التجارية قبل بداية التخفيضات، مقابل 39% "أحيانا" و 36% "أبدا".  
الإناث، الشباب، وسكان تونس الكبرى هم الأكثر مواظبة على رصد العروض قبل التخفيضات.
- في خصوص توقيت اقتناء المشتريات موضوع التخفيضات، معظم المستجوبين (40%) يقومون بذلك عندما تتوفر الإمكانيات المادية، مقابل 18% "في بداية الفترة" و 14% "عند توفر الوقت" والوقت.  
الإناث، كبار السن وسكان تونس الكبرى هم أكثر من يشترون مقتنياتهم في بداية ووسط فترة "الصولد".
- 8% فقط من عائلات المستجوبين بمختلف فئاتهم الاجتماعية يعتمدون ميزانية خاصة بموسم التخفيضات، مقابل 78% لا يفعلون ذلك "أبدا" و 14% "أحيانا".  
بالنسبة للـ 22% من العائلات التي تخصص، عادة أو أحيانا، ميزانية لهذه المواسم فإنّ معدل ما يرصدونه يناهز 513 د للموسم الصيفي مقابل 436 د للموسم الشتوي.
- عموماً، مصدر تمويل الشراءات في فترة "الصولد" هو "الدخل الشهري" بالنسبة لـ 66% من المستجوبين مقابل 20% يعتمدون على "الإدخار" و 11% عبر "الدفع بالتقسيط".  
كبار السن وسكان المناطق الداخلية هم أكثر من يلجؤون إلى الإدخار في هذه الحالة.
- الأفكار العامة للمستجوبين حول التخفيضات الموسمية تترتب كما يلي:
  - 48% يعتبرونها فرصة للتجار للتخلص من السلع القديمة والتي تفتقر إلى الجودة.
  - 27% يرونها فرصة لشراء مقتنيات ذات جودة عالية بسعر منخفض (أغلبهم من الإناث ومن سكان المناطق الساحلية).

- 14% يستغلونها لتنظيم الشراءات وفقا لإمكانياتهم (أغلبهم من الإناث ومن سكان إقليم تونس الكبرى ومن الكهول).
  - 11% يعتبرونها فرصة لشراء مقتنيات لاستعمالات لاحقة (أغلبهم من الإناث ومن سكان المناطق الساحلية ومن الشباب).
  - في خصوص النسب المطبقة من طرف التجار خلال آخر موسم تخفيضات، حسبما لاحظته المستهلكون، كانت الإجابات كالتالي:
    - الأكثر تداولاً: 50%
    - النسبة الدنيا: 20% \*
    - النسبة القصوى: 70%
- وهو ما يؤشر إلى أن هناك عموماً التزام ملحوظ من طرف التجار بنسبة التخفيض الدنيا الواجب تطبيقها.

### 3. تقييم تجربة المستهلكين خلال آخر موسم التخفيضات:

- **34% فقط** من أفراد العينة قاموا بعملية شراء خلال آخر فترة تخفيضات، (أغلبهم من الإناث ومن سكان المناطق الساحلية ومن الشباب)، وقد تركزت خاصة على الملابس (82%)، الأحذية (43%) والعطورات ومواد التجميل (9%).
- في المقابل، 65% لم يشتروا شيئاً خلال الفترة الأخيرة، إمّا لغياب الإمكانيات (أغلبهم من الإناث ومن المناطق الداخلية ومن الكهول)، أو لعدم توفر الوقت (13% منهم) أو لعدم برمجة مبدأ الشراء خلال موسم التخفيضات (13% أيضاً).
- نسبة الرضا عن التجربة ناهزت 75%، مقابل 20% غير راضين و 4% نادمون.
- أفضل نسب الرضا كانت عند الإناث ومتساكني المناطق الساحلية وكبار السن.
- نسبة من يعتزمون إعادة التجربة تناهز 46% "بصفة مؤكدة" (أغلبهم من الإناث ومن المناطق الساحلية ومن الشباب) و 41% "بصفة محتملة" مقابل 11% بين "الصعب جداً" و "المستحيل" بدعوى التخفيضات الوهمية وتعرضهم للتحيل والمغالطة.

- أسباب عدم القيام بشراءات خلال آخر فترة تخفيضات كانت: عدم توفر الإمكانيات بنسبة 44% (أغلبهم من الإناث ومن المناطق الداخلية ومن الكهول)، ثم ضيق الوقت بنسبة 13% (أغلبهم من الذكور ومن تونس الكبرى ومن الشباب) وعدم برمجة الشراء في 13% من الحالات أيضا (أغلبهم من المناطق الساحلية ومن كبار السن).

- 10% من العينة قاموا بشراء منتجات خاضعة للتخفيضات على الأتترنت (أغلبهم من الذكور ومن المناطق الساحلية ومن كبار السن)، وذلك لأفضلية التخفيضات على الأتترنت من ناحية وضوح العروض وتدني الأسعار، إلى جانب تفادي الزحام.

- وفي خصوص معايير التقييم العام لموسم التخفيضات، فقد كان ترتيبها من حيث نسبة رضا المستجوبين كالتالي:

عوامل الرضا	}	○ طريقة تعامل أعوان البيع : 73%
		○ التنظيم وظروف البيع في المحلات : 64%
عوامل عدم الرضا	}	○ تنوع العرض : 58%
		○ جودة المنتجات المعروضة : 55%
		○ نسبة التخفيضات : 55%
		○ توفر المنتجات بكميات كافية : 54%
		○ السعر والجودة : 49%

- وعلى مستوى توفر الرقابة على العروض والمحلات خلال فترة التخفيضات، **14% فقط** يرون أنها موجودة، باستمرار أو نوعا ما (أغلبهم من الإناث ومن المناطق الداخلية ومن كبار السن)، مقابل **71% يرونها ضعيفة** أو منعدمة (أغلبهم من الذكور ومن المناطق الساحلية والداخلية ومن الشباب).

- ثلث المستجوبين فقط عبروا عن رغبتهم في تنويع المنتوجات المشمولة بموسم التخفيضات، وقد تركزت خاصة حول المواد الغذائية، الأجهزة الالكترومنزلية والآثاث.

#### 4. تقييم النظام المعتمد في التخفيضات الموسمية:

- على مستوى مدّة فترة التخفيضات، 48% يرون أنّها "مقبولة" (أغلبهم من الإناث ومن إقليم تونس الكبرى ومن الكهول وكبار السن)، مقابل 43% يجدونها "قصيرة" (أغلبهم من الذكور ومن المناطق الداخلية ومن الشباب) و 4% يعتبرونها "طويلة".
- بالنسبة لتواريخ تنظيم التخفيضات، 61% يعتبرونها "ملائمة" (أغلبهم من الإناث ومن المناطق الساحلية ومن كبار السن)، مقابل 36% يرون عكس ذلك (أغلبهم من الذكور ومن إقليم تونس الكبرى ومن الشباب والكهول).
- وعلى افتراض وجود بدائل أخرى لتنظيم مواسم التخفيضات في تونس، كانت ترتيب الأفضليات كالتالي:
  - 39% مع تنظيمها وفقا لأهم الأعياد والمواسم الإستهلاكية (أغلبهم من الإناث ومن المناطق الساحلية والداخلية ومن الشباب وكبار السن).
  - 38% مع تخصيص 4 مواسم تخفيضات مدة كل منها أسبوعين (أغلبهم من الذكور ومن المناطق الساحلية والداخلية ومن الكهول).
  - 11% فقط مع المحافظة على النظام الحالي (أغلبهم من إقليم تونس الكبرى ومن كبار السن).
  - 09% مع حذف نظام التخفيضات وتعويضه بتحرير البيوعات الترويجية.
  - 01% مع الإقتصار على موسم تخفيضات وحيد.

وتؤكد هذه الأرقام ما يلي:

- أهمية العمل على مزيد التعريف بتواريخ ومدّة مواسم التخفيضات لضمان انخراط أكبر للمستهلكين في الاستعداد لها وبرمجة شراياتهم لمزيد إنجاحها. وتجدر

- الإشارة إلى أن تثبيت هذه التواريخ في مستوى القانون المتعلق بطرق البيع والإشهار التجاري، سوف يضمن دخولها في العادات الإستهلاكية للتونسيين،
- ضرورة مراجعة النظام على ضوء نتائج هذا المسح، وذلك بالتنسيق والتشاور مع المهنيين.
  - تدعيم التواصل الإعلامي مع المواطنين في خصوص التعريف بأهمية وقيمة جهود المراقبة الاقتصادية في حماية المستهلك وخاصة خلال فترة التخفيضات.
  - في صورة المحافظة على النظام الحالي للتخفيضات، دعوة المهنيين لبرمجة عروض تليق بتطلعات المستهلك التونسي، سعرا وجودة ووفرة، وتنويعها وتدعيم مشاركة مختلف أصناف المنتجات من السلع والخدمات.
  - تشجيع المهنيين على تنظيم تظاهرات فنية وثقافية بالتوازي مع موسم التخفيضات الموسمية لتشجيع المستهلكين على القيام بشراءات، إستتناسا بالتجارب الأجنبية في المجال،
  - إقرار نظام تشجيعي وإتصال مباشر مع المحلات بالمناطق الداخلية، قصد تدعيم إنخراطهم في موسم التخفيضات الموسمية،
  - التفكير في خطة إتصالية بين الإدارة والمهنة من أجل مزيد التعريف بحقوق المستهلك خلال فترة التخفيضات الموسمية،