الوَحدةُ الأولى ١

القيمةُ مقابلَ النقود

- ما علاقةُ القيمةِ بالسعرِ؟
- لماذا يرتبطُ العرضُ والطلبُ بآليةِ تحديدِ الأسعارِ؟
- برأيِكَ، لماذا يجبُ أنْ تكونَ مُستهلِكًا رشيدًا؟

المقدّمة:

تعرضُ هذه الوحدةُ لبعض مفاهيم النقد الاقتصادية، وأهمية إنفاقه وَفقَ تخطيط مناسب يُحقّقُ أفضلَ منفعة منْهُ؛ فالأسواقُ اليومَ تحكمُها قوًى متعدّدةٌ، أهمُّها قوَّةُ العرض والطلب على السلع والخدمات التي تتحكَّمُ في الأسعار، وهذا يتطلَّبُ منَ المُستهلِك أنْ يسلكَ سلوكًا عقلانيًّا عندَ الإنفاق، ويختارَ الأوقاتِ والأحوالَ المناسبةَ للشراء.

ومثلما هوَ معلومٌ، فإنَّ منافعَ أيِّ سلعة تتناقصُ بازدياد استهلاكها، وقدْ تتحوّلُ إلى منافعَ سلبية ضارَّة في حال المبالغة في استهلاكها.

لذا لا بُدَّ من امتلاكنا قدْرًا منَ الوعي الاستهلاكيِّ يتمثَّلُ في مقارنة القيمة مقابلَ النقود، والتنبُّه لضرورة أنْ نكونَ مُستهلكينَ واعينَ وحذرينَ عندَ إنفاق مبالغَ على سلع تُحقّقُ منافعَ أقلَّ من السعر المدفوع، فبهذه الطريقة نستطيعُ ترشيدَ الاستهلاك، وتوفيرَ النقد الذي يَلزمُنا للإنفاق على أشياءَ أخرى؛ فالنقدُ نعمةٌ يجبُ الحفاظُ عليها، وإنفاقُهُ على نحو صحيح، منْ غير إسراف أوْ تبذير.

يُتوقَّعُ منَ الطالب بعدَ دراسة هذه الوحدة أنْ يكونَ قادرًا على:

- تعرُّف مفهوم كلٍّ منَ القيمة، والسعر.
- تمييز مفهوم الدخل منْ مفهوم القوَّة الشرائية.
- تقدير أهمية السلوك الاستهلاكيِّ الرشيد.
- تعرُّف صفات المُستهلك الرشيد.
- تعرُّف علاقة العرض بالطلب.
- استنتاج آلية تحديد الأسعار.
- إدراك أهمية التخطيط قبلَ اتخاذ القرارات.
- تعرُّف العوامل المُؤثّرة في عملية الشراء.
- تحديد مراحل عملية الشراء.

الدرسُ الأولُ
مفهومُ القيمةِ مقابلَ النقود

١

نتاجات التعلّم الخاصة بالدرس:

يُتوقَّع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تعريفِ مفهوم كلٍّ منَ القيمةِ والسعرِ.
- تمييزِ مفهومِ الدخلِ منْ مفهومِ القوَّةِ الشرائيةِ.
- ذكرِ أمثلةٍ علَى مقياسِ القيمةِ مقابلَ النقودِ.

المفاهيم والمصطلحات:

- الدخلُ.
- القوَّةُ الشرائيةُ.
- القيمةُ.
- السعرُ.
- القيمةُ مقابلَ النقودِ.

أساليب التدريس:

- العملُ الجماعيُّ.
- دراسةُ حالة.
- التدريسُ المباشرُ.
- لقاءُ الخبراءِ (جيكسو).
- العصفُ الذهنيُّ.

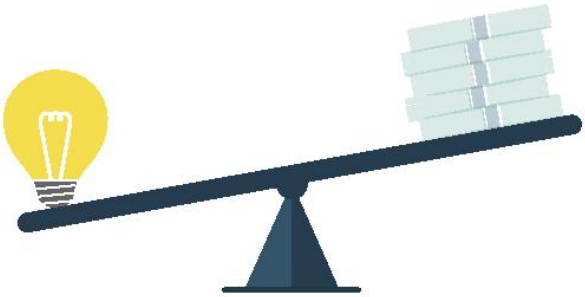
أولًا: القيمةُ والسعرُ.

تختلفُ النظرةُ إلى القيمةِ والسعرِ منْ شخصٍ إلى آخرَ، ومنْ ثقافةٍ إلى أخرى، محكومةً بعواملَ كثيرةٍ متداخلةٍ، وهيَ عواملُ تختلفُ أيضًا باختلافِ الظروفِ المحيطةِ بها. فما كانَ نادرًا منَ السلعِ، أوْ مُنتَجًا لعلامةٍ تجاريةٍ عالميةٍ، غلا ثمنُهُ، ووُصِفَ بالثمينِ، غيرَ أنَّ القيمةَ ليسَتْ بالضرورةِ قابلةً للقياسِ بمعيارِ الثمنِ؛ فحاجتُكَ إلى معرفةِ الوقتِ باستخدامِ ساعةِ اليدِ تتحقَّقُ عندَ توافُرِ الساعةِ فحسبُ، بِغَضِّ النظرِ عنْ ثمنِها.

مثالٌ:

دخلَ خالدٌ سوقًا للملابسِ والثيابِ، فلاحظَ وجودَ إعلانٍ لتنزيلاتٍ على أسعارِ قطعِ الملابسِ، وقرَّرَ شراءَ معطفِ جلدٍ، وكانَ سعرُهُ المعلنُ بعدَ التنزيلاتِ ٣٥ دينارًا. بعدَ يومينِ، التقى بصديقِهِ عصامٍ، ولاحظَ أنَّهُ يلبسُ معطفًا مشابهًا لمعطفِهِ، فدفعَهُ الفضولُ ليسألَهُ عنْ سعرِهِ، وقدْ تفاجأَ حينَ علمَ أنَّهُ اشتراهُ بمبلغِ ٥٠ دينارًا.

يتبيَّنُ ممّا سبقَ أنَّ القيمةَ التي حصلَ عليها خالدٌ وعصامٌ هيَ نفسُها، ولكنَّ المقابلَ الذي دفعَهُ خالدٌ كانَ أقلَّ ممّا دفعَهُ عصامٌ.



سنتعرَّفُ في هذا الدرسِ مفهومَ القيمةِ ومفهومَ السعرِ (المقابلُ النقديُّ) الذي ندفعُهُ للحصولِ على قيمةِ الأشياءِ التي نشتريها (المنفعةُ)؛ فقيمةُ السلعةِ لمْ تعدْ ترتبطُ بجودتِها، وإنَّما بقدرةِ صانعِها على تحويلِها إلى ثقافةٍ، عنْ طريقِ إقناعِكَ بأنَّها ستضيفُ شيئًا جديدًا مهمًّا إلى طريقةِ رؤيتِكَ لذاتِكَ، أوْ رؤيةِ الآخرينَ لكَ، وانطباعِهِمْ عنْكَ. سنتعرَّفُ أيضًا أهميةَ مقارنةِ القيمةِ بالنقودِ، وأسبابَ اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقودِ.

النشاطُ (١)

القيمةُ والسعرُ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تعرُّفِ مفهومِ كلٍّ منَ القيمةِ، والسعرِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ ثنائيةٍ.
- اطلبْ إلى أحدَ الطالبينِ في كلِّ مجموعةٍ أنْ يذكرَ اسمَ أيِّ شيءٍ ماديٍّ يمتلكُهُ (زجاجةُ عطرٍ، حقيبةٌ، معطفٌ، ...)، أوِ اسمَ أيِّ شيءٍ آخرَ لهُ قيمةٌ (يُباعُ ويُشترى).
- اطلبْ إلى الطالبِ الثاني في كلِّ مجموعةٍ أنْ يُقيِّمَ السلعةَ التي حدَّدَها زميلُهُ بسعرٍ مُعيَّنٍ.
- اسألِ الطلبةَ الذين استخدموا سلعةَ زجاجةِ العطرِ: كمْ كانَ السعرُ المُحدَّدُ لزجاجةِ العطرِ؟ (تتعدَّدُ الإجاباتُ وتختلفُ).
- اكتبِ الإجاباتِ على اللوحِ، ثمَّ اسألْ عنِ الحقيبةِ والمعطفِ بالطريقةِ نفسِها.
- اكتبْ على اللوحِ الأسعارَ التي ذُكِرَتْ لكلِّ سلعةٍ وَفقَ الجدولِ الآتي:

السلعةُ	السعرُ الأولُ	السعرُ الثاني	السعرُ الثالثُ
زجاجةُ العطرِ			
الحقيبةُ			
المعطفُ			

- ناقِشِ الطلبةَ في إجاباتِهِمْ لاستنتاجِ أنَّ السعرَ يختلفُ باختلافِ تقديرِنا لقيمةِ الشيءِ، ومدى إشباعِهِ لحاجاتِنا.
- اطلبْ إلى الطلبةِ إعادةَ تقييمِ السلعِ نفسِها على افتراضِ أنَّها ذاتُ علاماتٍ تجاريةٍ عالميةٍ.

- أعدْ كتابةَ الجدولِ مرَّةً أخرى، وشارِكِ الطلبةَ في استنتاجِ أنَّ المنفعةَ قدْ تكونُ أحيانًا متساويةً بينَ سلعتينِ لهُما القيمةُ نفسُها، ولكنَّ السعرَ قدْ يفوقُ المنفعةَ المُتحقِّقةَ (أيِ القيمةَ) تبعًا لمعاييرَ عدَّةٍ، منْها اسمُ العلامةِ التجاريةِ.
- اعتمادًا على النشاطِ السابقِ، شارِكِ الطلبةَ في استنتاجِ تعريفِ كلٍّ منَ القيمةِ والسعرِ.

القيمةُ: هيَ المنافعُ الحقيقيةُ التي تحصلُ عليها عندما تمتلكُ شيئًا مُعيَّنًا.

السعرُ: هوَ الثمنُ النقديُّ الذي تدفعُهُ لقاءَ امتلاكِ شيءٍ ما.

يوجدُ فرقٌ بينَ القيمةِ والسعرِ، وفي كثيرٍ منَ الأحيانِ لا تتساوى قيمةُ الأشياءِ التي يشتريها الناسُ معَ السعرِ، أوِ الثمنِ الذي يدفعونَهُ؛ إذْ إنَّهُمْ يشترونَ ما يعتقدونَ أنَّهُ أقلُّ كلفةً، ويُشبِعُ حاجاتِهِمْ في آنٍ معًا.

- وضِّحْ للطلبةِ الفرقَ بينَ الدخلِ والقوَّةِ الشرائيةِ:

يُعَدُّ الدخلُ مُؤشِّرًا لقدرةِ الشخصِ الشرائيةِ؛ أيْ قدرتِهِ على شراءِ كمياتٍ مختلفةٍ منَ السلعِ والخدماتِ بأسعارٍ مُعيَّنةٍ. أمّا القوَّةُ الشرائيةُ فتشيرُ إلى مقدارِ السلعِ والخدماتِ التي يمكنُ للشخصِ أنْ يحصلَ عليها مقابلَ دخلِهِ. وعليْهِ، فإنَّ لهذا المفهومِ علاقةً بمستوى الأسعارِ العامِّ؛ فكلَّما ارتفعَتِ الأسعارُ انخفضَتِ القوَّةُ الشرائيةُ. وممّا يُؤكِّدُ ذلكَ أنَّ الإنسانَ قديمًا كانَ يبتاعُ بدينارٍ واحدٍ أصنافًا عدَّةً منَ الموادِّ التموينيةِ، منْ مثلِ: السُّكَّرِ، والشايِ، والسَّمنةِ، واللحمِ، أمّا الآنَ فالدينارُ لا يُبتاعُ بِهِ سوى صنفٍ واحدٍ؛ صغيرٍ، أوْ قليلٍ.

الدخلُ:

هوَ مبلغٌ منَ النقودِ يحصلُ عليهِ الشخصُ منْ مزاولةِ عملٍ ما؛ سواءٌ كانَ وظيفةً، أوْ حِرفةً، أوْ مشروعًا يمتلكُهُ.

ثانيًا: مقارنةُ القيمةِ بالنقودِ.

تعرَّفْنا سابقًا جملةً منَ المفاهيم، وعلاقةَ بعضها ببعض، وهيَ: القيمةُ، والسعرُ، والدخلُ، والقوَّةُ الشرائيةُ، وسنتعرَّفُ الآنَ قراراتِ الشَراءِ الحكيمةَ وأهميتَها، وأسبابَ اختلافِ القيمةِ.

النشاطُ (١) قرارٌ شرائيٌّ حكيمٌ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى استنتاجِ أهميةِ مقارنةِ القيمةِ بالنقودِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعات.
- اطلُبْ إليهم الاطِّلاعَ علىٰ دراسةِ الحالةِ شراء الملابس الآتيةِ الموجودةِ في الكتابِ المدرسيّ، الشكل (١-١)

أخذَتْ سلمى منْ والدها ٣٠ دينارًا لشراءِ بعضِ الملابسِ، وكذا فعلَتْ أختُها ديمةُ. أمّا سلمى فعادَتْ إلى المنزلِ وقد اشترَتْ حذاءً، وبنطالًا، وكنزةً، وقميصًا. وبعدَ نصفِ ساعة، عادَتْ ديمةُ وقد اشترَتِ الملابسَ نفسَها ما عدا الحذاءَ؛ لأنَّهُ لمْ يبقَ معَها شيءٌ منَ النقودِ التي أُخذَتْها منْ والدِها. ولمّا استطاعَتْ سلمى أنْ تشتريَ جميعَ حاجاتِها خلافًا لديمةَ، وكانَتْ جودةُ الملابسِ التي اشترتْها كلٌّ منْهما هيَ نفسَها، فقدَ طلبَ الوالدُ إلى ديمةَ تفسيرًا لعدمِ قدرتِها على استكمالِ شراءِ حاجاتِها مثلما فعلَتْ أختُها سلمى.

الشكل (١-١): شراءُ الملابسِ.

برأيكَ، لماذا لمْ تتمكّنْ ديمةُ منْ شراءِ جميعِ حاجاتِها مثلَما فعلَتْ أختُها سلمى؟ ما علاقةُ ذلكَ بمفهومِ كلٍّ منَ القيمةِ والنقودِ؟

ماذا تستنتجُ منْ ذلكَ؟

- شاركِ الطلبةَ في استنتاجِ أنّ ديمةَ لمْ تُوفَّقْ في الموازنةِ بينَ القيمةِ والنقودِ؛ ما جعلَها تدفعُ نقدًا أكثرَ منْ قيمةِ السلعِ. وعليهِ، فإنَّها لمْ تستطعْ شراءَ جميعِ حاجاتِها مثلَ أختِها سلمى، التي وازنَتْ جيدًا بينَ القيمةِ والنقودِ، فدفعَت النقدَ المناسبَ للقيمةِ المناسبةِ، واتَّخذَتْ بذلكَ قرارًا شرائيًّا حكيمًا.
- اسألِ الطلبةَ: هلْ تتوقَّعُ أنَّ إنفاقَ ديمةَ كانَ سيكونُ مثاليًّا وأفضلَ لوْ وازنَتْ جيدًا بينَ القيمةِ والنقودِ؟ ما الهدفُ منْ مقارنةِ القيمةِ بالنقودِ؟
- ناقشِ الطلبةَ في إجاباتِهمْ لاستنتاجِ أنَّ مقارنةَ القيمةِ بالنقودِ تهدفُ إلى قياسِ فاعليةِ قرارِ الشراءِ، وأنَّها تُمثّلُ معيارًا للحكمِ على إمكانيةِ تحقيقِ وضعٍ مثاليٍّ للإنفاقِ، بحيثُ يمكنُ الحصولُ على القيمةِ الكاملةِ لكلِّ دينارٍ يُصْرَفُ، غيرَ أنَّهُ يصعبُ دائمًا قياسُ هذهِ القيمةِ؛ ما يجعلُنا نحصلُ على قيمةٍ أقلَّ مقابلَ النقدِ المدفوعِ.

النشاطُ (٢) أسبابُ اختلافِ القيمةِ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى توضيحِ أسبابِ اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقودِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ خماسيةٍ.
- سمِّ المجموعاتِ بالمجموعاتِ الأُمِّ.
- وزِّعْ على الطلبةِ في المجموعاتِ الأُمِّ بطاقاتِ الأرقامِ (١-٥).
- وجِّهِ الطلبةَ الذينَ يحملونَ الرقمَ نفسَهُ منْ كلِّ مجموعةٍ إلى تكوينِ مجموعةٍ فرعيةٍ، بحيثُ تُسمّى هذهِ المجموعاتُ الفرعيةُ المجموعاتِ الخبيرةَ، وفيها يُمثِّلُ الطلبةُ الذينَ يحملونَ الرقمَ (١) المجموعةَ الأولى، والطلبةُ الذينَ يحملونَ الرقمَ (٢) المجموعةَ الثانيةَ، والطلبةُ الذينَ يحملونَ الرقمَ (٣) المجموعةَ الثالثةَ، والطلبةُ الذينَ يحملونَ الرقمَ (٤) المجموعةَ الرابعةَ، والطلبةُ الذينَ يحملونَ الرقمَ (٥) المجموعةَ الخامسةَ.
- وزِّعْ على المجموعاتِ بطاقاتِ الخبراءِ كالآتي:
  - المجموعةُ الأولى: بطاقةُ الخبيرِ (١): تسرُّعُ المشتري في شراءِ السلعةِ أوِ الخدمةِ قبلَ التحقُّقِ منْ جودتِها ومناسبتِها.
  - المجموعةُ الثانيةُ: بطاقةُ الخبيرِ (٢): الغشُّ في تصنيعِ المُنتَجِ.
  - المجموعةُ الثالثةُ: بطاقةُ الخبيرِ (٣): ضعفُ ثقافةِ المشترينَ الاستهلاكيةِ.
  - المجموعةُ الرابعةُ: بطاقةُ الخبيرِ (٤): اختلافُ وسائلِ قياسِ القيمةِ منْ شخصٍ إلى آخرَ.
  - المجموعةُ الخامسةُ: بطاقةُ الخبيرِ (٥): الاحتكارُ.
- وضِّحْ للطلبةِ أنَّ كلَّ بطاقةٍ تحوي أحدَ أسبابِ اختلافِ القيمةِ عنِ النقدِ المدفوعِ.
- اطلبْ إلى كلِّ مجموعةٍ الاطِّلاعَ على بطاقةِ الخبيرِ الخاصةِ بها.
- أخبرِ الطلبةَ أنَّهُمْ سيعملونَ في مجموعاتِهِمُ الخبيرةِ مدَّةَ (١٠) دقائقَ.
- تجوَّلْ بينَ المجموعاتِ الخبيرةِ مُساعِدًا، ومُرشِدًا، ومُوجِّهًا.

أيُّها الخبراءُ، عليكُمْ دراسةُ الموضوعِ الآتي، ومناقشةُ تفاصيلِه، لنقلِ خبرتِكُمْ إلى مجموعاتِكُمُ الأمِّ؛ لذا احرصوا على استثمارِ الوقتِ المُخصَّصِ للنشاطِ في تحليلِ المعلوماتِ التي بينَ أيديكُمْ، والإفادةِ منْها جيدًا.

تسرُّعُ المشتري في شراءِ السلعةِ أوِ الخدمةِ قبلَ التحقُّقِ منْ جودتِها ومناسبتِها

مثالٌ:

اشترى أحدُ الأشخاصِ هاتفًا محمولًا بسعرٍ مُغْرٍ (١٠٠ دينارٍ). وبعدَ مُضيِّ أسبوعٍ على استعمالِه لاحظَ أنَّ فيهِ خللًا؛ إذْ أصبحَ الهاتفُ يُجري مكالماتٍ بصورةٍ تلقائيةٍ، فاضطُرَّ صاحبُهُ إلى إغلاقِه ثمَّ استبدالِه. ولمَّا كانَتْ هذهِ السلعةُ رديئةً مِنْ حيثُ الجودةِ، وسارعَ الشخصُ إلى شرائِها منْ دونِ الاستفسارِ عنْها، فقدْ أدّى ذلكَ إلى خسارتِهِ المالَ.

بطاقةُ الخبيرِ (١): تسرُّعُ المشتري في شراءِ السلعةِ أوِ الخدمةِ قبلَ التحقُّقِ منْ جودتِها ومناسبتِها.

أيُّها الخبراءُ، عليكُمْ دراسةُ الموضوعِ الآتي، ومناقشةُ تفاصيلِه، لنقلِ خبرتِكُمْ إلى مجموعاتِكُمُ الأمِّ؛ لذا احرصوا على استثمارِ الوقتِ المُخصَّصِ للنشاطِ في تحليلِ المعلوماتِ التي بينَ أيديكُمْ، والإفادةِ منْها جيدًا.

الغِشُّ في تصنيعِ المُنتَجِ

مثالٌ:

اشترى رجلٌ بدلةً رياضيةً على أساسِ أنَّها ذاتُ جودةٍ عاليةٍ. ولمّا غسلَها تغيَّرَتْ ألوانُها، وزالَ اسمُها (علامتُها التجاريةُ)؛ ما يدلُّ على أنَّها ليستْ أصليةً (مُزوّرةٌ)، وأنَّ جودتَها متدنيةٌ، وصناعتَها مغشوشةٌ. وعلى هذا، فهيَ لا تستحقُّ الثمنَ المدفوعَ لقاءَ قيمتِها.

بطاقةُ الخبيرِ (٢): الغِشُّ في تصنيعِ المُنتَجِ.

أيُّها الخبراءُ، عليْكُمْ دراسةُ الموضوعِ الآتي، ومناقشةُ تفاصيلِه، لنقلِ خبرتِكُمْ إلى مجموعاتِكُمُ الأمِّ؛ لذا احرصوا على استثمارِ الوقتِ المُخصَّصِ للنشاطِ في تحليلِ المعلوماتِ التي بينَ أيديكُمْ، والإفادةِ منْها جيدًا.

ضعفُ ثقافةِ المشترينَ الاستهلاكيةِ

مثالٌ:

دخلَ مُستهلِكٌ محلًّا تجاريًّا (مولٌ) لشراءِ بعضِ الحلوى لطفليه. ولمَّا أرادَ دفعَ ثمنِ الحلوى تفاجأَ أنّ قيمةَ الفاتورةَ مرتفعةٌ؛ إذْ بلغَتْ (٢٠) دينارًا؛ وذلكَ أنَّهُ لمْ يُحْسنِ اختيارَ ما يجبُ شراؤُهُ منَ السلعِ المتنوعةِ التي تحملُ القيمةَ نفسَها، والتي تُباعُ بربعِ السعرِ أوْ أقلَّ.

بطاقةُ الخبيرِ (٣): ضعفُ ثقافةِ المشترينَ الاستهلاكيةِ.

أيُّها الخبراءُ، عليْكُمْ دراسةُ الموضوعِ الآتي، ومناقشةُ تفاصيلِه، لنقلِ خبرتِكُمْ إلى مجموعاتِكُمُ الأمِّ؛ لذا احرصوا على استثمارِ الوقتِ المُخصَّصِ للنشاطِ في تحليلِ المعلوماتِ التي بينَ أيديكُمْ، والإفادةِ منْها جيدًا.

اختلافُ وسائلِ قياسِ القيمةِ منْ شخصٍ إلى آخرَ

مثالٌ:

يعتقدُ أحدُ الأشخاصِ أنَّ قيمةَ العلامةِ التجاريةِ هيَ أهمُّ منَ السعرِ، حتى لوْ لمْ يتناسبِ السعرُ معَ القيمةِ؛ إذْ إنَّهُ لا يتردَّدُ في دفعِ مبلغٍ أكبرَ لقاءَ اسمِ العلامةِ، في حينِ يرى شخصٌ آخرُ أنَّ عدمَ التوازنِ بينَ قيمةِ السلعةِ وسعرِها يحولُ دونَ شرائِها، بغَضِّ النظرِ عنْ علامتِها التجاريةِ.

بطاقةُ الخبيرِ (٤): اختلافُ وسائلِ قياسِ القيمةِ منْ شخصٍ إلى آخرَ.

أيُّها الخبراءُ، عليكُمْ دراسةُ الموضوعِ الآتي، ومناقشةُ تفاصيلِه، لنقلِ خبرتِكُمْ إلى مجموعاتِكُمُ الأمِّ؛احرصوا على استثمارِ الوقتِ المُخصَّصِ للنشاطِ في تحليلِ المعلوماتِ التي بينَ أيديكُمْ، والإفادةِ منها جيدًا.

الاحتكارُ

مثالٌ:

بالرغم منْ أنَّ سعرَ موادِّ البناءِ المستوردةِ قدْ يكونُ أعلى منْ قيمتِها، فإنَّ المُستهلِكَ يُضطرُّ إلى شرائِها بسببِ احتكارِها منْ جهةٍ ما، وتحكُّمِها في السعرِ.

بطاقةُ الخبيرِ (٥): الاحتكارُ.

- بعدَ انتهاءِ الوقتِ، اطلبْ إلى الطلبةِ العودةَ إلى مجموعاتِهِمُ الأُمِّ.
- وضِّحْ للطلبةِ ما يأتي:

- **ينقلُ كلُّ خبيرٍ الخبرةَ التي اكتسبَها - في أثناءِ عملِه خبيرًا ضمنَ المجموعاتِ الخبيرةِ- إلى زملائِه في المجموعةِ الأُمِّ.**
- **يُناقشُ أعضاءَ مجموعتِه في المعلوماتِ التي توصَّلَ إليها.**
- **يجيبُ عنِ الاستفساراتِ والتساؤلاتِ التي يطرحُها زملاؤُهُ في المجموعةِ الأُمِّ.**

- امنحْ كلَّ خبيرٍ (٣) دقائقَ لنقلِ خبرتِه إلى أعضاءِ المجموعةِ، وتوضيحِ اللازمِ لهُمْ، بَدءًا بخبراءِ المجموعةِ الأولى الذينَ أُسنِدَتْ إليهِمْ مهمةُ مناقشةِ بطاقةِ الخبيرِ (١)، ثمَّ خبراءِ المجموعةِ الثانيةِ الذينَ أُسنِدَتْ إليهِمْ مهمةُ مناقشةِ بطاقةِ الخبيرِ (٢)، وهكذا حتى يُكمِلَ باقي الخبراءِ نقلَ خبراتِهِمْ، وتكتملَ الموضوعاتُ داخلَ المجموعاتِ الأُمِّ.
- تجوَّلْ بينَ المجموعاتِ الأُمِّ، مُلاحظًا أداءَ الخبيرِ داخلَ مجموعتِه.
- نبِّهِ الطلبةَ الخبراءَ للتوقُّفِ عنِ الحديثِ عندَ انتهاءِ الوقتِ المُخصَّصِ لهم.
- بعدَ انتهاءِ الخبراءِ جميعًا منْ نقلِ خبراتِهِمْ إلى المجموعاتِ الأُمِّ، ناقِشِ الطلبةَ في ما يأتي:

أسبابُ اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقدِ المدفوعِ:

١- تسرُّعُ المشتري في شراءِ السلعةِ أوِ الخدمةِ قبلَ التحقُّقِ منْ جودتِها ومناسبتِها.

٢- الغشُّ في تصنيعِ المُنتَجِ.

٣- ضعفُ ثقافةِ المشترينَ الاستهلاكيةِ.

٤- اختلافُ وسائلِ قياسِ القيمةِ منْ شخصٍ إلى آخرَ.

٥- الاحتكارُ.

- اذكرْ للطلبةِ الأمثلةَ التوضيحيةَ الآتيةَ المُتعلِّقةَ بالقيمةِ مقابلَ النقودِ:

١. عندَ شرائِكَ عقارًا بمبلغٍ مُعيَّنٍ، فإنَّكَ تحصلُ على قيمةٍ عاليةٍ لقاءَ امتلاكِهِ، مثلِ: الراحةِ، والاستقرارِ.

٢. عندَ سفرِكَ إلى مكانٍ ما، وإقامتِكَ في فندقٍ، فإنَّ مستوى الخدماتِ المُقدَّمةِ ومستوى الراحةِ اللذينِ تتمتعُ بهما هما القيمةُ التي تحصلُ عليها لقاءَ ما تدفعُهُ منْ نقودٍ.

٣. عندَ دراستِكَ في الجامعةِ، فإنَّ مستوى معرفتِكَ بعدَ التخرُّجِ مباشرةً وقدرتَكَ على دخولِ سوقِ العملِ بسهولةٍ هما القيمةُ التي تحصلُ عليها لقاءَ الرسومِ الجامعيةِ التي دفعْتَها.

- في نهايةِ النشاطِ، وضِحْ للطلبةِ أنَّ القيمةَ مقابلَ النقودِ تعني الإفادةَ منَ القيمةِ الكاملةِ والمنافعِ الحقيقيةِ لكلِّ مبلغٍ منَ النقودِ أُنفِقَ على شراءِ سلعةٍ أوْ خدمةٍ، أوِ الحصولَ على أكبرِ قيمةٍ وأفضلِ النتائجِ منِ استثمارِ الموارِدِ المتوافرةِ.

أسئلة الدرس

١- وضِّحْ بلغتِكَ المقصودَ بالقيمةِ مقابلَ النقودِ، معَ ذكرِ مثالينِ واقعيينِ عليها.

القيمةُ مقابلَ النقودِ تعني الإفادةَ منَ القيمةِ الكاملةِ والمنافعِ الحقيقيةِ لكلِّ مبلغٍ منَ النقودِ أُنفِقَ على شراءِ سلعةٍ أوْ خدمةٍ، أوِ الحصولَ على أكبرِ قيمةٍ وأفضلِ النتائجِ منِ استثمارِ الموارِدِ المتوافرةِ. مثالُ ذلكَ:

- الإقامةُ في الفندقِ: إذْ توازي القيمةُ مستوى الراحةِ، وجودةَ الخدماتِ المُقدَّمةِ.
- دراسةُ الطالبِ في الجامعةِ: إذْ توازي القيمةُ مستوى التعليمِ المُقدَّمِ.

٢- اذكرْ ثلاثةَ أسبابٍ تؤدي إلى اختلافِ القيمةِ المُتوقَّعةِ منَ السلعةِ لقاءَ النقودِ المدفوعةِ لامتلاكِها.

التسرُّعُ في الشراءِ، والغِشُّ عندَ التصنيعِ، واختلافُ وسائلِ قياسِ القيمةِ منْ شخصٍ إلى آخرَ.

٣- ما الفرقُ بينَ الدخلِ والقوَّةِ الشرائيةِ؟ بماذا يرتبطُ كلٌّ منْهما؟

الدخلُ هوَ مبلغٌ منَ النقودِ يحصلُ عليهِ الشخصُ منْ مزاولةِ عملٍ ما؛ سواءٌ كانَ وظيفةً، أوْ حِرفةً، أوْ مشروعًا يمتلكُهُ؛ما يعني أنَّهُ يتعلَّقُ بالقدرةِ الشرائيةِ. أمّا القوَّةُ الشرائيةُ فتعني مقدارَ السلعِ والخدماتِ التي يستطيعُ الشخصُ أنْ يحصلَ عليها مقابلَ دخلِهِ. وعليهِ، فإنَّ لهذا المفهومِ علاقةً بمستوى الأسعارِ العامِّ؛ فكلَّما ارتفعَتِ الأسعارُ انخفضَتِ القوَّةُ الشرائيةُ.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجيّة التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يعمل بفعاليّة ضمن المجموعة.				
٢	يشارك في وضع الأفكار.				
٣	يعبّر عن آرائه بحرّية.				
٤	يحترم وُجهة نظر الآخر.				
٥	يساعد زملاءه في الفريق للوصول إلى النّتاج المطلوب.				
٦	يُظهر اتجاهاتٍ إيجابيّةً نحو العمل في الفريق.				
٧	يتواصل معَ الآخرين بإيجابيّة.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتاجات التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجيّة التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يُعرِّفُ مفهومَ كلٍّ منَ القيمةِ والسعرِ.				
٢	يتعرَّفُ مفهومَ القوَّةِ الشرائيةِ.				
٣	يذكرُ أمثلةً على مقياسِ القيمةِ مقابلَ النقودِ.				
٤	يُحدِّدُ أسبابَ اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقودِ.				
٥	يُميِّزُ مفهومَ الدخلِ منْ مفهومِ القوَّةِ الشرائيةِ.				

الدرسُ الثاني
المُستهلِكُ الرشيدُ

٢

نتاجات التعلّم الخاصة بالدرس:

يُتوقَّع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تعرُّفِ مفهومِ ترشيدِ الاستهلاكِ.
- استنتاجِ أهميةِ ترشيدِ الاستهلاكِ.
- تمييزِ صفاتِ المُستهلِكِ الرشيدِ.

المفاهيم والمصطلحات:

- ترشيدُ الاستهلاكِ.
- المُستهلكُ الرشيدُ.
- الشراءُ العاطفيُّ.
- السلعُ البديلةُ.
- الترشيدُ الغذائيُّ.
- الترشيدُ المنزليُّ.
- الترشيدُ الاقتصاديُّ.

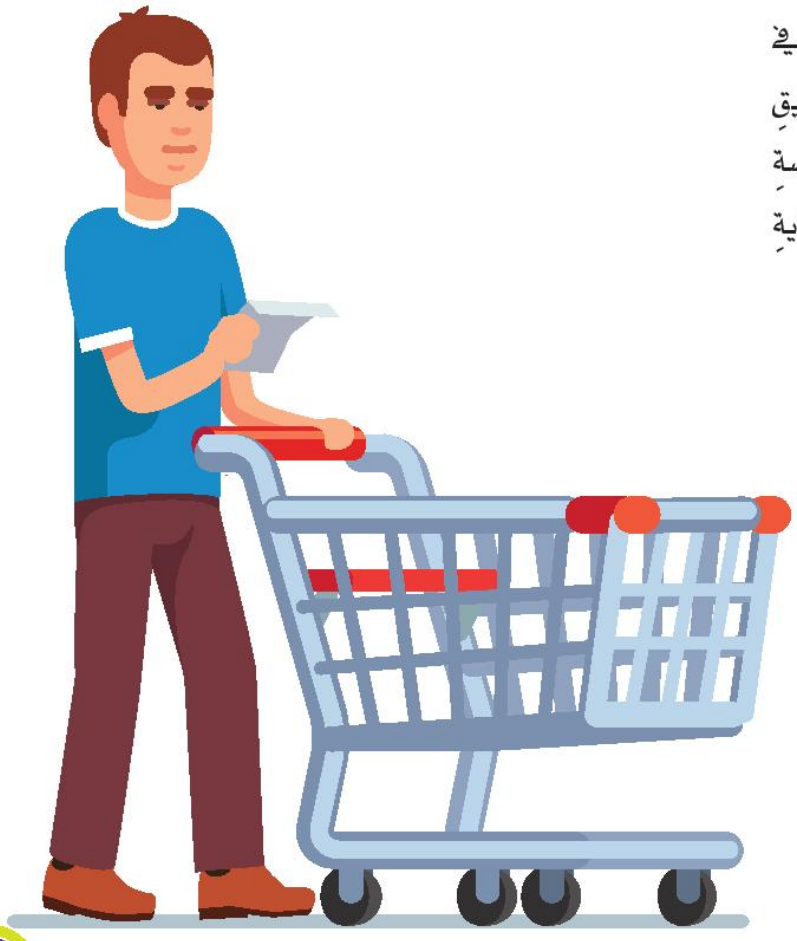
أساليب التدريس:

- العملُ الجماعيُّ.
- التدريسُ المباشرُ.
- العصفُ الذهنيُّ.

أمرَ الإسلامُ بالإنفاقِ على الطيباتِ باعتدالٍ؛ لأنَّ امتلاكَ المالِ ليسَ غايةً، بلْ وسيلةً للتمتُّعِ بزينةِ اللهِ التي أعطاها عبادَهُ، وبالطيباتِ منَ الرزقِ. أمّا سعيُ الإنسانِ إلى كنزِ المالِ، وإمساكِه، وحرمانِ نفسِه وأهلِه منْ ثمراتِه، وحرمانِ الجماعةِ منْ خيراتِه، فهوَ انحرافٌ عنْ هدي اللهِ، وتنكُّرٌ لحقِّ الاستخلافِ الذي قرَّرَهُ تعالى بقولِه: (آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُم مُّسْتَخْلَفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَأَنفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ) (سورةُ الحديد، الآيةُ ٧).

وإذا كانَ المنهجُ الاسلاميُّ قدْ أوجبَ على صاحبِ المالِ أنْ يُنفِقَ منْهُ على نفسِه وأهلِه، وحرَّمَ عليْهِ التضييقَ والتقتيرَ، فإنَّ الشقَّ الآخرَ منْ هذا المنهجِ العادلِ يتمثَّلُ في تحريمِ الإسرافِ والتبذيرِ؛ وذلكَ أنَّهُ وضعَ قيودًا وحدودًا للاستهلاكِ والإنفاقِ. فكما أنَّ المسلمَ مسؤولٌ عنْ مالِه؛ منْ أينَ اكتسبَهُ؟ فإنَّهُ مسؤولٌ أيضًا عنْ أمرٍ مهمٍّ؛ فيمَ أنفقَهُ؟ فترشيدُ الإنفاقِ في المأكلِ، أوِ المشربِ، أوِ المَلْبَسِ، أوِ المسكنِ، أوْ في أيِّ جانبٍ منْ جوانبِ الحياةِ هوَ سُنَّةٌ حميدةٌ.

ولا بُدَّ منَ الإشارةِ إلى دورِ الدولةِ في نشرِ التوعيةِ الاستهلاكيةِ عنْ طريقِ مؤسساتِها المختلفةِ، مثلِ: مؤسسةِ الغذاءِ والدواءِ، وجمعيةِ حمايةِ المُستهلِكِ.



النشاطُ (١)

ترشيدُ الاستهلاكِ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تعرُّف مفهومِ ترشيدِ الاستهلاكِ، ودورِ الحكومةِ في نشرِ ثقافتِه.

التعليماتُ:

- نظِّمْ جلسةَ عصفٍ ذهنيٍّ تتضمَّنُ رسمَ دائرةٍ في منتصفِ اللوحِ، ثمَّ اكتبْ فيها عنوانَ النشاطِ (ترشيدُ الاستهلاكِ).
- اطلبْ إلى الطلبةِ ذكرَ كلماتٍ مفتاحيةٍ لها علاقةٌ بمفهومِ ترشيدِ الاستهلاكِ.
- اكتبْ على اللوحِ الكلماتِ المفتاحيةَ التي ذكرَها الطلبةُ.
- وجِّهِ الطلبةَ إلى الاستفادةِ منَ الكلماتِ المفتاحيةِ المكتوبةِ على اللوحِ في صياغةِ تعريفٍ لترشيدِ الاستهلاكِ.
- استمعْ إلى إجاباتِ الطلبةِ، ثمَّ ناقشْهُمْ فيها.
- وضِّحْ للطلبةِ المفهومَ الآتيَ لترشيدِ الاستهلاكِ:

ترشيدُ الاستهلاكِ: هوَ عمليةٌ تشملُ حُسْنَ استغلالِ الموارِدِ المتوافرةِ، وعدمَ الإسرافِ في استخدامِها، وتقليلَ الفاقدِ منْها قدرَ الإمكانِ؛ سواءٌ كانَتْ هذهِ الموارِدُ ماليةً مثلَ الدخلِ، أوْ سلعيةً مثلَ السيارةِ، أوْ طبيعيةً مثلَ الماءِ.

- وضِّحْ للطلبةِ أنَّ الأسرةَ مسؤولةٌ عنْ توعيةِ أفرادِها بحقوقِهِمْ وواجباتِهِمُ المُتعلِّقةِ بعمليتي الإنتاجِ والاستهلاكِ، وأنَّ الحكومةَ عليها واجبٌ أكبرُ في نشرِ الثقافةِ الاستهلاكيةِ، ليسَ فقطْ لهدفِ التوفيرِ، وإنَّما لتحقيقِ أهدافٍ أخرى، مثلِ:
- توعيةِ المُستهلِكِ بحقوقِهِ وواجباتِه.
- تزويدِ المُستهلِكِ بالمعلوماتِ الأساسيةِ عنِ السلعِ والخدماتِ.

- توعيةِ المُستهلِك بطرائقِ غشِّ السلعِ، وأساليبِ تقليدِها.
- حمايةِ المُستهلِكِ منَ الإعلاناتِ المُضلِّلةِ.
- تكوينِ العاداتِ والاتجاهاتِ والقيمِ الحميدةِ.
- إكسابِ المُستهلِكِ عاداتِ التوجُّهِ نحوَ السلعِ البديلةِ.

ترشيدُ الاستهلاكِ: هوَ عمليةٌ تشملُ حُسْنَ استغلالِ الموارِدِ المتوافرةِ، وعدمَ الإسرافِ في استخدامِها، وتقليلَ الفاقدِ منْها قدرَ الإمكانِ؛ سواءٌ كانَتْ هذهِ الموارِدُ ماليةً مثلَ الدخلِ، أوْ سلعيةً مثلَ السيارةِ، أوْ طبيعيةً مثلَ الماءِ.

النشاطُ (٢) نصائحُ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تقديمِ نصائحَ تتعلَّقُ بترشيدِ الاستهلاكِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ.
- اطلبْ إليهم ذكرَ أمثلةٍ منْ واقعِهِمْ على الاستهلاكِ غيرِ الرشيدِ، مثلِ: شراءِ هواتفَ جديدةٍ بينَ الحينِ والآخرِ منْ دونِ سببٍ، وارتيادِ المطاعمِ على نحوٍ كثيرٍ مستمرٍّ، ورميِ بقايا الطعامِ، ولا سيَّما الطعامَ الزائدَ على الحاجةِ في الولائمِ، والهَدْرِ في استخدامِ الكهرباءِ والماءِ، وشراءِ السلعِ منْ دونِ التحقُّقِ منْ جودتِها، والذهابِ إلى الأسواقِ منْ دونِ تحديدِ الحاجاتِ، وعدمِ مقارنةِ السلعِ بمثيلاتِها في أثناءِ عمليةِ الشراءِ، والانسياقِ وراءَ الإعلاناتِ المُضلِّلةِ.
- وجِّهْ أفرادَ كلِّ مجموعةٍ إلى مناقشةِ هذهِ الأمثلةِ؛ بُغْيَةَ استخلاصِ نصائحَ تُسهِمُ في ترشيدِ الاستهلاكِ.

- استمع لمخرجات نقاش الطلبة، ملخّصًا ما ذكروه على السّبورة في نقاط.
- بناءً على هذه النصائح، اطلبْ إلى الطلبة مناقشةَ أهمِّ الصفاتِ التي ينبغي أنْ يتحلّى بها المُستهلكُ الرشيدُ؛ أي المُستهلكُ الذي يكونُ على قدرٍ عالٍ منَ الوعي والمسؤولية، بحيثُ يستطيعُ تنظيمَ عمليةِ استهلاكِه، وتوجيهَ مواردِه بكفاءةٍ نحوَ أوجهِ الإنفاقِ التي تُحقّقُ له حاجاتِه ورغباتِه بعيدًا عنِ الإسرافِ.
- في نهايةِ النشاطِ، وضّحْ للطلبةِ صفاتِ المُستهلكِ الرشيدِ الآتيةَ:

صفاتُ المُستهلكِ الرشيدِ:

- جمعُ أكبرِ قدرٍ منَ المعلوماتِ قبلَ اتّخاذِ قرارِ الشراءِ (دراسةُ السوقِ أولًا).
- تجنُّبُ الشراءِ العاطفيِّ.
- شراءُ ما يَلزمُهُ منْ دونِ إسرافٍ.
- عدمُ التردُّدِ في قرارِه.
- تقييمُ قرارِ الشراءِ بعدَ كلِّ تجربةِ شراءٍ.
- التوجُّهُ نحوَ السلعِ البديلةِ في حالِ ارتفاعِ الأسعارِ.
- الانتفاعُ بالسلعةِ أقصى ما يُمْكِنُ.
- مقارنةُ أسعارِ السلعِ والخدماتِ، وتمييزُ الجيدِ منْها.
- تمييزُ السلعِ الجيدةِ منَ السلعِ الرديئةِ.
- تعرُّفُ أساليبِ التسويقِ، وإغراءاتِ البائعينَ.
- الاهتمامُ بالسلعةِ نفسِها أكثرُ منَ الاهتمامِ بمكانِ بيعِها أوْ عرْضِها.
- تعرُّفُ مزايا السلعِ والخدماتِ، وعيوبِها.
- الموازنةُ بينَ القيمةِ والنقودِ.
- اغتنامُ مواسمِ التنزيلاتِ، والمنافسةِ بينَ البائعينَ.

الشراءُ العاطفيُّ: هوَ الشراءُ الذي يكونُ بدافعِ الرغبةِ المحضةِ منْ دونِ دراسةِ مدى الحاجةِ إلى هذا المُنتَجِ، ومناسبةِ السعرِ للمنفعةِ المُتحقِّقةِ.

السلعُ البديلةُ: هيَ السلعُ التي يُمكِنُ استخدامُها بدلًا منَ السلعِ الأصليةِ، والتي تفي بالغرضِ نفسِهِ، مثلُ: المدفأةِ الكهربائيةِ، ومدفأةِ الكازِ، ومكيفِ الهواءِ، والعصائرِ الطبيعيةِ وغيرِ الطبيعيةِ.

أسئلة الدرس

١- عدِّدْ أربعةً منَ المظاهرِ الحياتيةِ للمُستهلِكِ غيرِ الرشيدِ.

منَ المظاهرِ الحياتيةِ للمُستهلِكِ غيرِ الرشيدِ:

أ- المبالغةُ في لبسِ الجواهرِ، أو الساعاتِ الثمينةِ.

ب- التغييرُ المستمرُّ لجهازِ الهاتفِ، أو الحاسوبِ الشخصيِّ.

ج- تناولُ الوجباتِ السريعةِ دائمًا.

د- الاستخدامُ المُفرِطُ للأدواتِ والتقنياتِ الإلكترونيةِ، ولا سيَّما شبكةَ الإنترنتْ

٢- اذكرْ خمسَ صفاتٍ للمُستهلِكِ الرشيدِ.

منْ صفاتِ المُستهلِكِ الرشيدِ:

١. تجنُّبُ الشراءِ العاطفيِّ.

٢. الشراءُ منْ غيرِ إسرافٍ.

٣. تمييزُ السلعِ الجيدةِ منَ السلعِ الرديئةِ.

٤. التوجُّهُ نحوَ السلعِ البديلةِ في حالِ ارتفاعِ الأسعارِ.

٥. الانتفاعُ بالسلعةِ أو الخدمةِ أقصى ما يُمْكِنُ.

٣- يتأثَّرُ أفرادُ الأسرةِ بعاداتِ الاستهلاكِ الشائعةِ في المجتمعِ. اذكرْ مثالينِ على ذلكَ.

منَ الأمثلةِ على تأثُّرِ أفرادِ الأسرةِ بعاداتِ الاستهلاكِ الشائعةِ في المجتمعِ:

- تقليدُ الآخرينَ في امتلاكِ السلعِ والخدماتِ.
- الإسرافُ في الولائمِ والمناسباتِ الاجتماعيةِ.

٤- سعيدٌ طالبٌ في المرحلةِ الثانويةِ، يريدُ أنْ يستبدلَ بهاتفِه المحمولِ هاتفًا آخرَ شاهدَ لهُ دعايةً مُؤثِّرةً في التلفازِ ركَّزَتْ على مزاياهُ الكثيرةِ. ما مخاطرُ إقبالِ سعيدٍ على شراءِ هذا الجهازِ؟ بماذا تنصحُهُ؟

تتمثَّلُ المخاطرُ في أنْ تكونَ عمليةُ الشراءِ فقطْ بسببِ الإعلانِ الجاذبِ الذي قدْ يكونُ مُضلِّلًا، فضلًا عنِ الإسرافِ والتقليدِ غيرِ المُبرَّرينِ، ولا سيَّما إذا كانَ هاتفُهُ يعملُ بصورةٍ جيدةٍ؛ لذا أنصحُ سعيدًا أنْ ينتفعَ بسلعتِه إلى أقصى حدٍّ ممكنٍ، ويتجنَّبَ الشراءَ العاطفيَّ، ويبتعدَ عنِ الإسرافِ، ويحذرَ منْ تقليدِ الآخرينَ في امتلاكِ السلعِ.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجيّة التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يعملُ بفاعليةٍ ضمنَ المجموعةِ.				
٢	يشاركُ في وضعِ الأفكارِ.				
٣	يُعبّرُ عنْ آرائِهِ بحريةٍ.				
٤	يحترمُ وجهةَ نظرِ الآخرينَ.				
٥	يساعدُ زملاءَهُ في الفريقِ على تحقيقِ النتاجِ المطلوبِ.				
٦	يُظهرُ اتجاهاتٍ إيجابيةً نحوَ العملِ الجماعيِّ.				
٧	يتواصلُ معَ الآخرينَ بإيجابيةٍ.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتاجات التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجيّة التقويم: التقويمُ المعتمدُ على الأداءِ.

أداة التقويم: :سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يتعرَّفُ مفهومَ الاستهلاكِ الرشيدِ.				
٢	يُميّزُ صفاتِ المُستهلِكِ الرشيدِ.				
٣	يُحدّدُ مظاهرَ ترشيدِ الاستهلاكِ.				
٤	يتعرَّفُ مفهومَ ثقافةِ ترشيدِ الاستهلاكِ.				

الدرسُ الثالثُ
التخطيطُ واتّخاذُ قراراتِ الشراءِ

٣

نتاجات التعلّم الخاصة بالدرس:

يُتوقَّع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- استنتاجِ أهميةِ التخطيطِ، واتّخاذِ القرارِ بالشراءِ.
- تعرُّفِ مفهومِ السلوكِ الاستهلاكيِّ.
- تمييزِ دوافعِ سلوكِ المُستهلِكِ.
- استنتاجِ مراحلِ عمليةِ الشراءِ.
- تعرُّفِ أنواعِ قراراتِ الشراءِ.

المفاهيم والمصطلحات:

- سلوكُ المُستهلِكِ.

أساليب التدريس:

- العملُ الجماعيُّ.
- التدريسُ المباشرُ.
- فكِّرْ، ناقِشْ، شارِكْ.
- لعبُ الأدوارِ.

أولًا: التخطيطُ للشراءِ.

لعمليتي التخطيطِ واتّخاذِ القرارِ أهميةٌ كبيرةٌ في حياتِنا؛ لأنَّهما تُحدِّدانِ آفاقَنا المستقبليةَ، وترسمانِ كيفيةَ الاستعدادِ للمتغيراتِ أوِ الأحداثِ الطارئةِ التي قدْ تواجهُنا، ولا سيما حينَ يتعلَّقُ الأمرُ بالنواحي الماليةِ.

يُعَدُّ التخطيطُ للشراءِ واتّخاذُ القرارِ المُتعلِّقِ بهِ منَ الأمورِ التي يشملُها التخطيطُ الماليُّ للأسرةِ والفردِ، الذي يهدفُ إلى تحقيقِ مستقبلٍ أفضلَ لنا ولأُسَرِنا ومجتمعِنا.

بناءً على ما سلفَ، يجبُ أنْ نُدركَ أنَّ حاجاتِ الناسِ ودوافعَهُمْ واحدةٌ، ولكنَّهُمْ يختلفونَ في طرائقِ التعبيرِ عنْها، علمًا بأنَّهُ يصعبُ دراسةُ سلوكِ الفردِ الاستهلاكيِّ وتفسيرُهُ. يتضمَّنُ السلوكُ الاستهلاكيُّ التصرفاتِ والأفعالَ المباشرةَ التي تصدرُ عنِ الأفرادِ عندَ الرغبةِ في امتلاكِ سلعةٍ أوْ خدمةٍ مُعيَّنةٍ واستعمالِها، ويشملُ ذلكَ القراراتِ التي تسبقُ هذهِ التصرفاتِ وتُحدِّدُها.

يمتازُ سلوكُ المُستهلكِ بالتغيرِ المستمرِّ والتباينِ تجاهَ السلعةِ الواحدةِ، ويتأثَّرُ بالعديدِ منَ العواملِ الاجتماعيةِ والاقتصاديةِ والبيئيةِ.

النشاطُ (١)

دوافعُ سلوكِ المُستهلكِ.

الهدفُ:

يهدفُ هذا النشاطُ إلى تعرُّفِ التصنيفاتِ الخاصةِ بدوافعِ سلوكِ المُستهلكِ.

التعليماتُ:

- وجِّهِ الطلبةَ إلى العملِ بصورةٍ فردية.
- اطرحْ على الطلبةِ الأسئلةَ الآتيةَ، ثمَّ وظِّفْ إجاباتِهِمْ وما تتضمَّنُهُ منْ نقاشٍ وحوارٍ في استنتاجِ دوافعِ سلوكِ المُستهلكِ:

• اذكرْ سلعًا اشتريْتَها الأسبوعَ الماضيَ، مُبيِّنًا كيفيةَ الشراءِ منْ حيثُ:
  - اختيارُكَ العلامةَ التجاريةَ (هلِ اخترْتَ علامةً تجاريةً مُعيَّنةً؟).
  - اختيارُكَ المحلَّ (هلْ توجَّهْتَ إلى محلٍّ اعتدْتَ الشراءَ منْهُ دائمًا؟).

• هلْ تقصدُ أنتَ أوْ أيٌّ منْ أفرادِ أسرتِكَ وأصدقائِكَ محلًّا مُعيَّنًا لشراءِ سلعةٍ ما؟ ما هذهِ السلعةُ؟

- استمعْ إلى إجاباتِ الطلبةِ.
- شارِكِ الطلبةَ في استنتاجِ أنَّ دوافعَ سلوكِ المُستهلكِ هيَ:

أ- **دوافعُ أوليةٌ:** شراءُ السلعِ والخدماتِ منْ دونِ النظرِ إلى العلاماتِ التجاريةِ أوِ الأنواعِ.

ب- **دوافعُ انتقائيةٌ:** اسمُ السلعةِ وعلامتُها التجاريةُ يدفعانِ إلى شرائِها.

ج- **دوافعُ التعاملِ:** الشراءُ منْ محلٍّ أوْ سوقٍ مُعيَّنةٍ.

النشاطُ (٢)

التخطيطُ، واتِّخاذُ قرارِ الشراءِ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تخطيطِ عمليةِ الشراءِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ.
- اطلبْ إليهم افتراضَ أنَّهُمْ زاروا سوقًا تجاريةً (مولٌ)، وأنَّهُمْ يريدونَ شراءَ حاجاتٍ لمنازلِهِمْ في (١٠) دقائقَ.
- وجِّهِ الطلبةَ إلى التفكيرِ بصورةٍ فرديةٍ مدَّةَ (٥) دقائقَ في أهمِّ العواملِ التي يتعيَّنُ مراعاتُها قبلَ عمليةِ الشراءِ وبعدَها.
- اطلبْ إلى كلِّ طالبٍ مشاركةَ زميلِهِ في ما توصَّلَ إليهِ.
- اطلبْ إلى بعضِ الطلبةِ عرضَ ما توصَّلوا إليهِ بخصوصِ أهمِّ العواملِ التي يتعيَّنُ مراعاتُها قبلَ عمليةِ الشراءِ وبعدَها.
- الفتِ انتباهَ الطلبةِ إلى أنَّ الأسئلةَ الآتيةَ قدْ تساعدُهُمْ على تنفيذِ النشاطِ:
  - إذا ذهبْتَ إلى السوقِ لشراءِ الكثيرِ منَ الأغراضِ الضروريةِ، فماذا تشتري أولًا؟ هل يمكنُكَ شراءُ هذهِ الأغراضِ جميعِها؟

أُنظِّمُ قائمةً تتضمَّنُ أهمَّ الأغراضِ، وأُحدِّدُ أماكنَ شراءِ كلٍّ منْها.

  - إذا وجدْتَ أنَّ الميزانيةَ تسمحُ بشراءِ كلِّ ما تحتاجُ إليهِ، فإلى أيِّ الأسواقِ تذهبُ؟

أذهبُ إلى الأسواقِ التي تحوي سلعًا ذاتَ جودةٍ جيدةٍ، وأسعارٍ مقبولةٍ.

- إذا اخترْتَ - مثلًا - قسمَ الخضراواتِ، فكيفَ تصرفُ الميزانيةَ التي حدَّدْتَها لهذا القسمِ (أيُّ الأصنافِ تشتري)؟

أشتري الخضراواتِ التي تلزمُني بكمياتٍ تُناسِبُ حاجتي، ولا تزيدُ على مقدارِ النقودِ المُخصَّصةِ للشراءِ.

- ما أولُ شيءٍ تفعلُهُ عادةً عندَ أيِّ عمليةِ شراءٍ؟

أولُ شيءٍ أفعلُهُ عادةً عندَ أيِّ عمليةِ شراءٍ هوَ تحديدُ السلعةِ، والبحثُ عنْها في أماكنِ توافرِها؛ على أنْ يُناسِبَ سعرُها ما أملكُ منْ نقودٍ، ثمَّ أُحدِّدُ الطريقةَ التي سأدفعُ بها الثمنَ.

- هلْ تُخزِّنُ أنواعَ السلعِ جميعًا في مكانٍ واحدٍ بِغَضِّ النظرِ عنْ حجمِها ونوعِها؟

لا، فأنا أُخزِّنُ السلعَ في أماكنَ مختلفةٍ تبعًا لحجمِها ونوعِها.

- هلِ انتهيْتَ منْ عمليةِ الشراءِ؟ ما الذي نفعلُهُ عادةً بعدَ شراءِ سلعةٍ مُعيَّنةٍ؟ ما الذي يجعلُنا نعودُ مرَّةً أخرى إلى المحلِّ نفسِهِ؟

تقييمُ السلعةِ وجودتِها تبعًا لما دُفِعَ منْ نقودٍ.

- ناقشِ الطلبةَ في إجاباتِهِمْ.
- وضِّحْ للطلبةِ ما يأتي:

- **المعاييرُ التي يجبُ مراعاتُها قبلَ إتمامِ قرارِ الشراءِ:**

١. مقدارُ النقودِ المُخصَّصةِ للشراءِ.
٢. نوعيةُ السلعِ والخدماتِ التي يرادُ شراؤُها.
٣. كميةُ السلعِ والخدماتِ التي يرادُ شراؤُها.
٤. تحديدُ أماكنِ الشراءِ.

- **المعاييرُ التي يجبُ مراعاتُها بعدَ عمليةِ الشراءِ:**

١. طرائقُ دفعِ أثمانِ المشترياتِ (بطاقةٌ، نقدٌ، قروضٌ، ...).

٢. إجراءاتُ التخزينِ.

٣. تقييمُ السلعِ والخدماتِ تبعًا لملاءمَتِها الفردَ، وأسلوبَ حياتِه.

- وضِّحْ للطلبةِ مخاطرَ قرارِ الشراءِ المُبيَّنةَ في الفقرةِ الآتيةِ:

عندما يتَّخذُ المُستهلكُ قرارَ الشراءِ الفعليِّ فإنَّهُ يتحمَّلُ الكثيرَ منَ المخاطرِ، التي قدْ تكونُ مُتوقَّعةً سلفًا، والتي تُعْزى إلى عدمِ كفايةِ خبرتِهِ الفنيةِ، وقلَّةِ معرفتِهِ بالسلعِ المشتراةِ ومُكوِّناتِها وأمَدِها. وتأسيسًا على ذلكَ، يُمكنُ تصنيفُ المخاطرِ إلى أربعةِ أنواعٍ، هيَ:

أ- مخاطرُ تتعلَّقُ بخوفِ المُستهلكِ منَ الأضرارِ الصحيةِ التي قدْ تنجمُ عنْ سوءِ مُكوِّناتِ السلعةِ، أوِ استهلاكِها الزائدِ على الحاجةِ.

ب- مخاطرُ ماليةٌ قدْ يكونُ سببُها عدمَ تناسُبِ الإشباعِ اللازمِ للحاجةِ معَ ما يدفعُهُ المُستهلكُ منْ نقودٍ.

ج- مخاطرُ اجتماعيةٌ تَظهرُ حينَ يُقرِّرُ المُستهلكُ شراءَ سلعةٍ أوْ خدمةٍ مخالفةٍ للعاداتِ والتقاليدِ، ومنافيةٍ للأعرافِ السائدةِ.

د- مخاطرُ خسارةِ الوقتِ والجهدِ.

ثانيًا: اتِّخاذُ قرارِ الشراءِ.

تعرَّفْنا في الأنشطةِ السابقةِ أهميةَ التخطيطِ السليمِ الذي يُفْضي إلى قرارِ شراءٍ صحيحٍ، وسلوكَ شراءِ المُستهلكِ ودوافعَهُ، وسنتعرَّفُ الآنَ المعاييرَ التي تَحْكمُ اتِّخاذَ قرارِ الشراءِ، والعواملَ المُؤثِّرةَ فيهِ، والمراحلَ التي تمرُّ بها عمليةُ الشراءِ؛ بُغْيَةَ تعزيزِ قدراتِكَ، وجعلِكَ أكثرَ وعيًا عندَ اتِّخاذِ قراراتِكَ الشرائيةِ.

النشاطُ (١) معاييرُ اتِّخاذِ قرارِ الشراءِ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تعرُّفِ معاييرِ اتِّخاذِ قرارِ الشراءِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ.
- اخترْ مجموعتينِ منَ الطلبةِ، ثمَّ اطلبْ إلى كلٍّ منْهُما اختيارَ نوعٍ منَ السلعِ التي يعتقدونَ أنَّهُمْ قادرونَ على إقناعِ باقي الطلبةِ بشرائِها.
- اطلبْ إلى أفرادِ المجموعتينِ افتراضَ أنَّهُمْ موظفو مبيعاتٍ يعملونَ في شركةٍ كبرى، ثمَّ الوقوفَ أمامَ زملائِهِمْ في الصفِّ، وإبرازَ إيجابياتِ السلعةِ ومواصفاتِها؛ بُغْيَةَ إقناعِ بقيةِ المجموعاتِ باتِّخاذِ قرارِ شرائِها.
- امنحْ كلَّ مجموعةٍ دقيقتينِ لعرضِ ما لديْها، ودقيقتينِ أُخريينِ لمناقشةِ الطلبةِ، وتلقّي استفساراتِهِمْ المُتعلِّقةِ بالسلعةِ.
- اطلبْ إلى بقيةِ المجموعاتِ التفكيرَ في مسألةِ شراءِ سلعةٍ منَ السلعِ، علمًا بأنَّهُ يُسمَحُ لهُمْ فقطْ بشراءِ سلعةٍ واحدةٍ.
- اطلبْ إليها مناقشةَ العواملِ التي فكَّرَتْ فيها في أثناءِ اتِّخاذِها قرارَ شراءِ سلعةٍ مُعيَّنةٍ، أوْ رفضِ شراءِ سلعتينِ معًا،

ثمَّ تدوينَ ذلكَ كلِّهِ في ورقةٍ خارجيةٍ، ثمَّ في المكانِ المُخصَّصِ منْ كتابِ الطالبِ.

وجِّهْ أفرادَ المجموعاتِ إلى مناقشةِ الأسبابِ التي قدْ تدفعُهُمْ إلى شراءِ سلعةٍ ما دونَ أخرى، كما هوَ الحالُ بخصوصِ السلعتينِ المعروضتينِ أمامَهُمْ، ثمَّ تدوينِ ذلكَ كلِّهِ في ورقةٍ خارجيةٍ، ثمَّ في المكانِ المُخصَّصِ منْ كتابِ الطالبِ.

- ناقشِ الطلبةَ في ما دَوَّنوهُ لاستنتاجِ ما يأتي:

- **المعاييرُ التي يجبُ مراعاتُها عندَ اتِّخاذِ قرارِ الشراءِ:**

١. الحاجةُ إلى السلعةِ أو الخدمةِ، والرغبةُ في شرائِها.

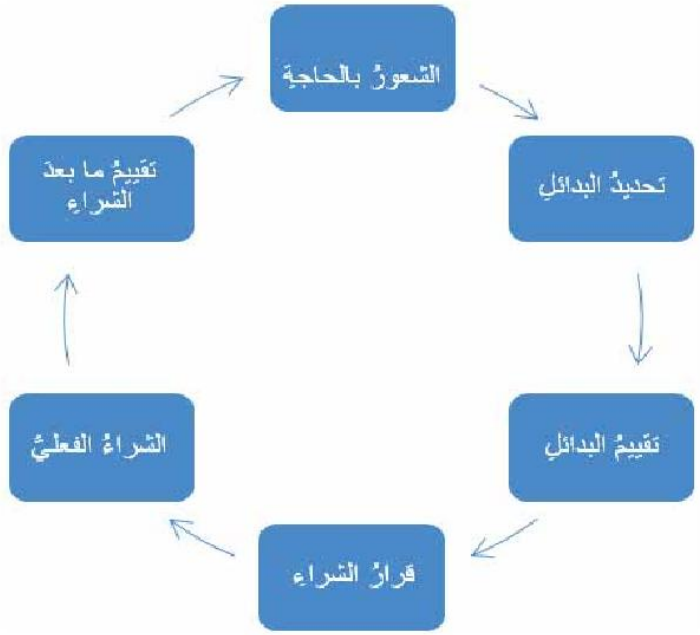
٢. توافُرُ الدخلِ النقديِّ المُخصَّصِ للشراءِ.

٣. توافُرُ بدائلِ السلعِ التي توجدُ في السوقِ، والتي تفي بالحاجةِ.

- **الأسبابُ التي تُؤثِّرُ في قرارِ الشراءِ:**

- الجودةُ.
- السعرُ.
- العلامةُ التجاريةُ.
- الغلافُ، والعُبوةُ.
- الإعلانُ، والترويجُ.
- ثقافةُ المُستهلِكِ.

- شارِكِ الطلبةَ في استنتاجِ مراحلِ عمليةِ الشراءِ المُبيَّنةِ في الشكلِ (١-٢) الآتي:



الشكلُ (١-٢): مراحلُ الشراءِ.

النشاطُ (٢)

قراراتُ الشراءِ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تعرُّفِ أنواعِ قراراتِ الشراءِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى مجموعاتٍ.
- اطلبْ إليهم الاطِّلاعَ على الشكلِ (١-٣) في الكتابِ المدرسيِّ.

الشكلُ (١-٣).

- افترضْ أنَّ لدى كلِّ مجموعةٍ مبلغَ ٣٠٠٠٠ دينارٍ، وأنَّ المطلوبَ هوَ شراءُ السلعِ والخدماتِ الآتيةِ: سيارةٌ، هاتفٌ، كتابٌ، حاسوبٌ محمولٌ، ملابسُ، خدمةُ تنظيفِ المنزلِ.
- اطلبْ إليهم توزيعَ المبلغِ على السلعِ، وتحديدَ نوعِ كلِّ سلعةٍ.
- وجِّهْ أفرادَ كلِّ مجموعةٍ إلى أنْ يتَّفقوا جميعًا على نوعِ السلعِ وقيمتِها في (١٠) دقائقَ.
- اطلبْ إلى المجموعاتِ عرضَ ما توصَّلَتْ إليهِ.
- اسألِ الطلبةَ عنْ سهولةِ قرارِ شراءِ السيارةِ، واختيارِ نوعِها، وتحديدِ المبلغِ المُخصَّصِ لها، ثمَّ ناقِشْهُمْ في الفرقِ بينَ تفكيرِهِمْ في شراءِ الهاتفِ منْ جهةٍ، والكتابِ منْ جهةٍ أخرى.
- ناقِشِ الطلبةَ في ما توصَّلوا إليهِ.
- وضِّحْ لهم أنَّ قراراتِ الشراءِ تُصنَّفُ إلى ثلاثِ مجموعاتٍ رئيسةٍ، هيَ:

١. **قراراتُ الشراءِ المُعقَّدةُ:** هيَ قراراتٌ تتعلَّقُ بالسلعِ المُعمِّرةِ، مثلِ: الأثاثِ، والسيارةِ، والمنزلِ (غاليةُ الثمنِ، وطويلةُ الاستخدامِ)، ولا تتصفُ بالتكرارِ، وقدْ تُتَّخَذُ مرَّةً واحدةً في العُمُرِ.

٢. **قراراتُ الشراءِ المحدودةُ:** منْ أمثلتِها: الملابسُ، والهواتفُ، وخدماتُ الإنترنتْ.

٣. **قراراتُ الشراءِ الروتينيةُ:** هيَ أسهلُ أنواعِ القراراتِ التي تقتصرُ على المشترياتِ اليوميةِ، والتي تتعلَّقُ عادةً بالسلعِ ذاتِ الطبيعةِ الاستهلاكيةِ اليوميةِ، مثلِ الموادِّ الغذائيةِ.

- وضِّحْ لهم أنَّ قراراتِ الشراءِ تتفاوتُ في ما بينَها بناءً على أهميةِ السلعةِ المشتراةِ وقيمتِها للمشتري. فقرارُ شراءِ السيارةِ مختلفٌ تمامًا عنْ قرارِ شراءِ الكتابِ؛ وذلكَ أنَّ قرارَ شراءِ الكتابِ – في حالِ وجودِ الرغبةِ– لنْ يستغرقَ وقتًا طويلًا، أمّا قرارُ شراءِ السيارةِ فهوَ أكثرُ تعقيدًا، حتى معَ توافُرِ الرغبةِ؛ لأنَّ المخاطرةَ فيهِ أعلى.

أسئلةُ الدرسِ

١. اذكرِ المعاييرَ التي يجبُ مراعاتُها قبلَ إتمامِ قرارِ الشراءِ الفعليِّ.

المعاييرُ التي يجبُ مراعاتُها قبلَ إتمامِ قرارِ الشراءِ الفعليِّ، هيَ:

أ- مقدارُ النقودِ المُخصَّصةِ للشراءِ.

ب- نوعيةُ السلعِ والخدماتِ التي يرادُ شراؤُها.

ج- كميةُ السلعِ والخدماتِ التي يرادُ شراؤُها.

د- تحديدُ أماكنِ الشراءِ

٢. بيِّنِ السببَ الرئيسَ لنشوءِ المخاطرِ التي قدْ يتحمَّلُها المُستهلِكُ، مُعدِّدًا هذهِ المخاطرَ.

السببُ الرئيسُ لنشوءِ المخاطرِ التي قدْ يتحمَّلُها المُستهلِكُ يتمثَّلُ في عدمِ امتلاكِهِ خبرةً كافيةً، ومعرفةً مناسبةً تجعلُهُ أَهْلًا للحكمِ على السلعةِ المشتراةِ، ومُكوِّناتِها، وديمومتِها. أمّا هذهِ المخاطرُ فهي:

المخاطرُ المُتعلِّقةُ بالخوفِ على الصحةِ، والمخاطرُ الماليةُ، والمخاطرُ الاجتماعيةُ، ومخاطرُ خسارةِ الوقتِ والجهدِ.

٣. اذكرْ ثلاثةَ أسبابٍ تُؤثِّرُ في قرارِ الشراءِ.

منَ الأسبابِ التي تُؤثِّرُ في قرارِ الشراءِ: السعرُ، والجودةُ، والعلامةُ التجاريةُ.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجيّة التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يعملُ بفاعليةٍ ضمنَ المجموعةِ.				
٢	يشاركُ في وضعِ الأفكارِ.				
٣	يُعبّرُ عنْ آرائِهِ بحريةٍ.				
٤	يحترمُ وجهةَ نظرِ الآخرينَ.				
٥	يساعدُ زملاءَهُ في الفريقِ على تحقيقِ النتاجِ المطلوبِ.				
٦	يُظهرُ اتجاهاتٍ إيجابيةً نحوَ العملِ الجماعيِّ.				
٧	يتواصلُ معَ الآخرينَ بإيجابيةٍ.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتاجات التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجيّة التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: : سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يتعرَّفُ مفهومَ السلوكِ الاستهلاكيِّ.				
٢	يتعرَّفُ دوافعَ سلوكِ المُستهلِكِ.				
٣	يُحدّدُ خطواتِ التخطيطِ لعمليةِ الشراءِ.				
٤	يتعرَّفُ العواملَ التي تَحْكُمُ عمليةَ اتّخاذِ قرارِ الشراءِ.				
٥	يُميّزُ العواملَ المُؤثّرةَ في قرارِ الشراءِ.				
٦	يُميّزُ أنواعَ قراراتِ الشراءِ.				

الدرسُ الرابعُ
العرضُ والطلبُ وتحديدُ الأسعارِ

٤

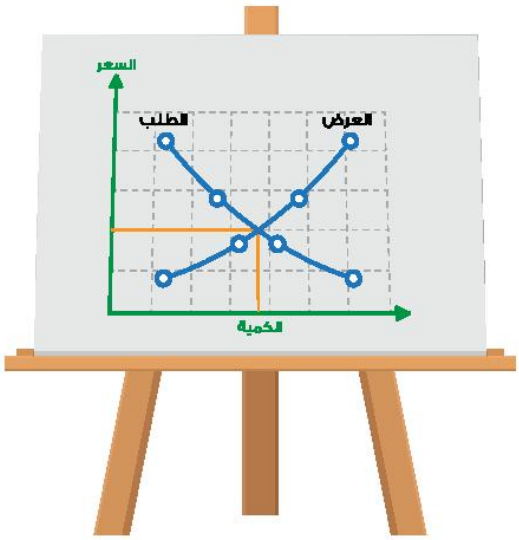
نتاجات التعلّم الخاصة بالدرس:

يُتوقَّع من الطالب بعد انتهاء هذا الدرس أن يكون قادرًا على:

- تعرُّف مفهوم العرضِ والطلبِ.
- تمييزِ العلاقةِ بينَ العرضِ والطلبِ.
- تمييزِ العلاقةِ التي تَحْكُمُ تحديدَ الأسعارِ استنادًا إلى قوى العرضِ والطلبِ.
- تعرُّفِ العواملِ التي تُؤثِّرُ في كلٍّ منَ العرضِ والطلبِ.

المفاهيم والمصطلحات:

- العرضُ.
- الطلبُ.
- السوقُ.
- السلعُ المُكمِّلةُ.
- السلعُ البديلةُ.
- عناصرُ الإنتاجِ.



أساليب التدريس:

- العملُ الجماعيُّ.
- التدريسُ المباشرُ.

السوقُ هوَ المكانُ الذي يجتمعُ فيهِ بائعُ السلعةِ ومُنتجُها، حيثُ يعرضانِ فيهِ سلعَهما، وكذا المشتري أوِ المُستهلكُ الذي يطلبُ السلعةَ (أو الخدمةَ) ويشتريها. وهذا يعني حدوثَ عمليةِ تبادُلٍ بينَ المُستهلكِ والمُنتجِ في السوقِ، يحصلُ فيها المُستهلكُ على السلعةِ، ويقبضُ المُنتجُ ثمنَها.

نسمعُ كثيرًا أنَّ تصديرَ كميات كبيرة منَ الخضارِ والفواكه إلى خارجِ الدولةِ قدْ يؤدي إلى قلَّةِ توافُرِها في سوقِ الدولةِ المحليِّ، في حينِ تزدادُ حاجاتُ الناسِ إلى شرائِها. وما إنْ يُلاحظ التجارُ الذينَ يمتلكونَ هذه الأصنافَ أنَّ الطلبَ على شرائِها أكثرُ منَ المعروضِ، حتى يستغلوا حاجةَ الناسِ، فيطلبونَ حينئذٍ سعرًا أعلى ثمنًا لها

وضِّحْ للطلبةِ المفاهيمَ الآتيةَ:

الطلبُ: هوَ الرغبةُ المُعزَّزةُ بقوَّةٍ شرائيةٍ للحصولِ على سلعةٍ أوْ خدمةٍ مُعيَّنةٍ بسعرٍ مُحدَّدٍ في وقتٍ مُعيَّنٍ.

العرضُ: هوَ قدرةُ المُنتِجِ أوْ رغبتُهُ في إنتاجِ كميةٍ منْ إحدى السلعِ، أوْ تقديمِ خدمةٍ مُعيَّنةٍ، وعرضِها للبيعِ بسعرٍ مُحدَّدٍ في وقتٍ مُعيَّنٍ. وبعبارةٍ أخرى، فالعرضُ هوَ كمياتُ البضائعِ الموجودةِ منَ السلعِ والخدماتِ بأسعارٍ مُحدَّدةٍ وأوقاتٍ مُعيَّنةٍ.

السوقُ: يُقصَدُ بهِ مجموعةٌ منَ المشترينَ والبائعينَ الذينَ يرغبونَ في شراءِ سلعةٍ ما أوْ بيعِها.

النشاطُ (١)

العواملُ المُؤثِّرةُ في العرضِ والطلبِ.

الهدفُ:

يهدف هذا النشاطُ إلى تعرُّفِ العواملِ المُؤثِّرةِ في العرضِ والطلبِ.

التعليماتُ:

- وزِّعِ الطلبةَ إلى ثماني مجموعاتٍ، بحيثُ تُمثِّلُ أربعٌ منْها **الطلبَ**، وأربعٌ أخرى **العرضَ**.
- وجِّهْ كلَّ مجموعةٍ إلى مناقشةِ العواملِ التي تُؤثِّرُ في الطلبِ أوِ العرضِ بحسبِ توزيعِها.
- اطلبْ إلى أفرادِ مجموعاتِ **الطلبِ** تقمُّصَ دورِ **المُستهلكينَ**، والتفكيرَ في الأسبابِ التي تجعلُهُمْ يزيدونَ الطلبَ على سلعةٍ ما، والأسبابِ التي قدْ تؤدي إلى انخفاضِ طلبِهِمْ عليها.
- اطلبْ إلى أفرادِ مجموعاتِ **الطلبِ** تقمُّصَ دورِ **المُنتجينَ**، والتفكيرَ في الأسبابِ التي تدفعُهُمْ إلى زيادةِ الإنتاجِ أوْ خفضِه.
- اطرحِ الأسئلةَ الآتيةَ في أثناءِ عملِ المجموعاتِ؛ لمساعدتِها على استنتاجِ العواملِ التي تُؤثِّرُ في **الطلبِ**:

- إذا افترضْنا وجودَ إشاعةٍ تتعلَّقُ بارتفاعِ سعرِ سلعةٍ ما أوِ انخفاضِها في الفترةِ القادمةِ، فكيفَ سيُؤثِّرُ ذلكَ في الطلبِ؟

إذا اعتقدَ الناسُ أنَّ السعرَ سيرتفعُ فإنَّ الطلبَ يزدادُ، أمّا إذا اعتقدوا أنَّ السعرَ سينخفضُ فإنَّ الطلبَ ينخفضُ.

- برأيكَ، إذا ارتفعَتْ أسعارُ السياراتِ اليابانيةِ، فهلْ سيُؤثِّرُ ذلكَ في طلبِ السياراتِ الكوريةِ؟

نعمْ؛ لأنَّ السياراتِ الكوريةَ سلعةٌ بديلةٌ (اطلبْ إلى الطلبةِ ذكرَ أمثلةٍ على سلعٍ بديلةٍ).

- ما السلعُ التي يزدادُ عليها الطلبُ في فصلِ الصيفِ؟ لماذا؟

السلعُ التي يزدادُ عليها الطلبُ في فصلِ الصيفِ هيَ: المثلَّجاتُ، والمياهُ، ومعداتُ الرحلاتِ والسباحةِ. وسببُ زيادةِ الطلبِ عليها مردُّهُ أنَّها سلعٌ موسميةٌ.

- إذا انخفضَ سعرُ حِبْرِ الطابعاتِ، فهلْ سيُؤثِّرُ ذلكَ في طلبِ الطابعاتِ نفسِها؟

نعمْ؛ إذْ سيزدادُ الطلبُ عليها لأنَّ الحِبْرَ سلعةٌ مُكمِّلةٌ لها (اطلبْ إلى الطلبةِ ذكرَ أمثلةٍ على سلعٍ مُكمِّلةٍ).

- اطرحِ الأسئلةَ الآتيةَ في أثناءِ عملِ المجموعاتِ؛ لمساعدتِها على استنتاجِ العواملِ التي تُؤثِّرُ في **العرضِ:**

- افترضْ أنَّكَ صاحبُ مصنعٍ، وأنَّ أسعارَ الموادِّ المستخدمةِ في عمليةِ الإنتاجِ قدِ ارتفعَتْ. هلْ سيتأثَّرُ إنتاجُكَ؟

نعمْ؛ إذْ سينخفضُ الإنتاجُ لأنَّ تكلفتَهُ سترتفعُ.

- كيفَ تُسهِمُ وسائلُ التكنولوجيا في تحسينِ نوعيةِ الإنتاجِ، وتزيدُ منْ سرعتِهِ؟ كيفَ يُؤثِّرُ ذلكَ في العرضِ؟

إذا استُخدِمَتْ وسائلُ التكنولوجيا الحديثةُ فإنَّ الإنتاجَ يزدادُ، فيزدادُ العرضُ.

- هلْ تُؤثِّرُ الضرائبُ والرسومُ في تكلفةِ الإنتاجِ؟ في حالِ ارتفعَتْ، هلْ ستُؤثِّرُ في العرضِ؟

- (الضرائبُ: هيَ مبالغُ نقديةٌ تأخذُها الدولةُ منَ الأشخاصِ والمؤسساتِ بهدفِ تمويلِ نفقاتِ الدولةِ؛ أيْ تمويلِ القطاعاتِ التي تُنفِقُ عليها الدولةُ مثلِ قطاعِ التعليمِ، والإنفاقِ على البنيةِ التحتيةِ مثلِ إنشاءِ الطرقاتِ، وبناءِ السدودِ، وتمويلِ مشروعاتٍ للحدِّ منَ البطالةِ).

نعمْ، تُؤثِّرُ الضرائبُ والرسومُ في تكلفةِ الإنتاجِ؛ إذْ ستزيدُ التكلفةُ، فينخفضُ الإنتاجُ العامُّ، ما يؤدي إلى انخفاضِ العرضِ.

- افترضْ أنَّكَ صاحبُ مصنعٍ، وأنَّ أحدَ الخبراءِ أبلغَكَ أنَّ سعرَ سلعةٍ ما منْ مُنتَجاتِكَ سينخفضُ عالميًّا. ما الإجراءُ الذي ستتَّخِذُهُ؟

الإجراءُ الذي سأتَّخِذُهُ هوَ زيادةُ العرضِ لبيعِ أكبرِ كميةٍ ممكنةٍ بالسعرِ الحاليِّ.

- شارِكِ الطلبةَ في استنتاجِ ما يأتي:

العواملُ المُؤثِّرةُ في كلٍّ منَ الطلبِ والعرضِ

العواملُ المُؤثِّرةُ في العرضِ	العواملُ المُؤثِّرةُ في الطلبِ
أسعارُ الموادِّ المستخدمةِ في الإنتاجِ.	مستوى دخلِ المُستهلِكِ.
التقدُّمُ التكنولوجيُّ.	أذواقُ المُستهلِكينَ.
أسعارُ السلعِ الأخرى والسلعِ البديلةِ.	تغيُّرُ أسعارِ السلعِ الأخرى البديلةِ والمُكمِّلةِ.
الضرائبُ والرسومُ المفروضةُ على قطاعِ الإنتاجِ.	توقُّعاتُ المُستهلِكِ للأسعارِ مستقبلًا.
المعوناتُ المُقدَّمةُ لقطاعِ الإنتاجِ.	موسميةُ بعضِ أنواعِ السلعِ.
توقُّعاتُ المُنتِجينَ للأسعارِ مستقبلًا.	عددُ المُستهلِكينَ.

- وضِّحْ للطلبةِ المصطلحاتِ الآتيةَ:

السلعُ المُكمِّلةُ: هيَ السلعُ التي لا تَتحقَّقُ منْها المنفعةُ إلّا بوجودِ طرفيْها معًا، مثلُ: الطابعةِ، والحِبْرِ.

السلعُ البديلةُ: هيَ السلعُ التي يُمكِنُ استخدامُها بدلًا منَ السلعِ الأصليةِ، والتي تفي بالغرضِ نفسِه.

عناصرُ الإنتاجِ: هيَ مجموعةُ مدخلاتِ الإنتاجِ مُمثَّلةً في الموادِّ الأوليةِ، والعمّالِ، ورأسِ المالِ، والإدارةِ.

أسئلةُ الدرسِ

١- وضِّح المقصودَ بما يأتي:

السلعُ المُكمِّلةُ: هيَ السلعُ التي لا تَتحقَّقُ منْها المنفعةُ إلّا بوجودِ طرفيْها معًا، مثلُ: الطابعةِ، والحبْرِ.

السلعُ البديلةُ: هيَ السلعُ التي يُمكنُ استخدامُها بدلًا منَ السلعِ الأصليةِ، مثلُ: المدفأةِ الكهربائيةِ، ومدفأةِ الكازِ، ومكيفِ الهواءِ.

٢- اذكرْ ثلاثةَ عواملَ تُؤثِّرُ في الطلبِ، وثلاثةً أخرى تُؤثِّرُ في العرضِ.

منَ العواملِ التي تُؤثِّرُ في الطلبِ: مستوى دخلِ الفردِ، وذوقُ المُستهلِكِ، وتغيُّرُ أسعارِ السلعِ البديلةِ أوِ السلعِ المُكمِّلةِ.

منَ العواملِ التي تُؤثِّرُ في العرضِ: أسعارُ عناصرِ الإنتاجِ، والتقدُّمُ التكنولوجيُّ، وأسعارُ السلعِ الأخرى.

٣- هاتِ ثلاثةَ أمثلةٍ على سلعٍ بديلةٍ، وثلاثةً أخرى على سلعٍ مُكمِّلةٍ.

منَ السلعِ البديلةِ: الكتابُ الورقيُّ والكتابُ الإلكترونيُّ، والمدرسةُ الحكوميةُ والمدرسةُ الخاصةُ، والسيارةُ الخاصةُ والمواصلاتُ العامةُ.

منَ السلعِ المُكمِّلةِ: الثلاجةُ والكهرباءُ، والأرضُ والبناءُ، وقلمُ الحبْرِ والحبْرُ السائلُ، والقماشُ وآلةُ الخياطةِ.

٤- وضِّحْ علاقةَ العرضِ بالطلبِ.

العرضُ هوَ قدرةُ المُنتجِ أوْ رغبتُهُ في إنتاجِ كميةٍ منْ إحدى السلعِ، أوْ تقديمِ خدمةٍ مُعيَّنةٍ، وعرضِها للبيعِ بسعرٍ مُحدَّدٍ في وقتٍ مُعيَّنٍ. وفي حالِ ندرةِ هذهِ السلعةِ في السوقِ المحليِّ، وازديادِ حاجةِ الناسِ إلى شرائِها، وملاحظةِ التجارِ الذينَ يملكونَها أنَّ الطلبَ على شرائِها أكثرُ منَ المعروضِ، فإنَّهُمْ يستغلونَ حاجةَ الناسِ، فيطلبونَ سعرًا أعلى ثمنًا لها.

١) أداة التقويم الخاصة بالعمل على أنشطة الدرس:

استراتيجيّة التقويم: الملاحظة.

أداة التقويم: سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يعملُ بفاعليةٍ ضمنَ المجموعةِ.				
٢	يشاركُ في وضعِ الأفكارِ.				
٣	يُعبّرُ عنْ آرائِهِ بحريةٍ.				
٤	يحترمُ وجهةَ نظرِ الآخرينَ.				
٥	يساعدُ زملاءَهُ في الفريقِ على تحقيقِ النتاجِ المطلوبِ.				
٦	يُظهرُ اتجاهاتٍ إيجابيةً نحوَ العملِ الجماعيِّ.				
٧	يتواصلُ معَ الآخرينَ بإيجابيةٍ.				

٢) أداة التقويم الخاصة بنتاجات التعلم الخاصة بالدرس:

استراتيجيّة التقويم: التقويمُ المعتمدُ على الأداءِ.

أداة التقويم: سُلّم تقدير عددي.

الرَّقْمُ	الأداءُ	ممتازٌ	جيّد جدًّا	جيّد	مقبولٌ
١	يُعرّفُ مفهومَ الطلبِ.				
٢	يُعرّفُ مفهومَ العرضِ.				
٣	يُحدّدُ العواملَ المؤثّرةَ في كلٍّ منَ العرضِ والطلبِ.				
٤	يتعرَّفُ علاقةَ العرضِ بالطلبِ.				
٥	يُميّزُ كيفَ يُمكنُ تحديدُ الأسعارِ استنادًا إلى قوى العرضِ والطلبِ.				

أسئلةُ الوحدة

١- ضعْ إشارةَ (√) إزاءَ العبارةِ الصحيحة، وإشارةَ (×) إزاءَ العبارةِ الخطأ في ما يأتي:

- يُمثِّلُ السعرُ الثمنَ النقديَّ الذي تدفعُهُ لقاءَ امتلاكِ شيءٍ ما. (√)
- ثقافةُ المشترينَ الاستهلاكيةُ هيَ أحدُ أسبابِ اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقدِ المدفوعِ. (×)
- السلعُ البديلةُ هيَ سلعٌ يمكنُ استخدامُها بدلًا منَ السلعِ الأصليةِ. (√)
- يُعَدُّ الشراءُ منْ متجرٍ مُعيَّنٍ أحدَ دوافعِ سلوكِ المُستهلِكِ الانتقائيةِ. (×)
- تمرُّ عمليةُ الشراءِ بمراحلَ مختلفةٍ. (√)
- يُمثِّلُ الطلبُ الرغبةَ المُعزَّزةَ بقوَّةٍ شرائيةٍ للحصولِ على سلعةٍ أوْ خدمةٍ مُعيَّنةٍ بسعرٍ مُحدَّدٍ في وقتٍ مُعيَّنٍ. (√)
- تُعَدُّ موسميةُ بعضِ أنواعِ السلعِ منَ العواملِ المُؤثِّرةِ في العرضِ. (×)

٢- عرِّفِ المصطلحاتِ والمفاهيمَ الآتيةَ:

- ترشيدُ الاستهلاكِ: هوَ عمليةٌ تشملُ حُسْنَ استغلالِ الموارِدِ المتوافرةِ، وعدمَ الإسرافِ في استخدامِها، وتقليلَ الفاقدِ منْها قدرَ الإمكانِ؛ سواءٌ كانَتْ هذهِ الموارِدُ ماليةً مثلَ الدخلِ، أوْ سلعيةً مثلَ السيارةِ، أوْ طبيعيةً مثلَ الماءِ.
- الشراءُ العاطفيُّ: هوَ الشراءُ الذي يكونُ بدافعِ الرغبةِ المحضةِ منْ دونِ دراسةِ مدى الحاجةِ إلى هذا المُنتَجِ، ومناسبةِ السعرِ للمنفعةِ المُتحقِّقةِ.
- الترشيدُ المنزليُّ: يُقصَدُ بهِ شراءُ الأصنافِ الجيدةِ منَ الأغراضِ المنزليةِ، وحفظُها منَ التلفِ لإطالةِ أمدِ استخدامِها، والابتعادُ عنِ التقليدِ ومواكبةِ الحداثةِ (الموضةُ)؛ سواءٌ في الملابسِ، أوْ مستلزماتِ المنزلِ، وتجنُّبُ الشراءِ العاطفيِّ.
- قراراتُ الشراءِ المُعقَّدةُ: هيَ قراراتٌ تتعلَّقُ بالسلعِ المُعمِّرةِ، مثلِ: الأثاثِ، والسيارةِ، والمنزلِ (غاليةُ الثمنِ، وطويلةُ الاستخدامِ)، ولا تتصفُ بالتكرارِ، وقدْ تُتَّخَذُ مرَّةً واحدةً في العُمُرِ.

٣- هاتِ مثالًا واحدًا على كلٍّ ممّا يأتي:

- السلعُ البديلةُ: المدفأةُ الكهربائيةُ، ومدفأةُ الكازِ، ومكيفُ الهواءِ بدلًا منَ التدفئةِ المركزيةِ.

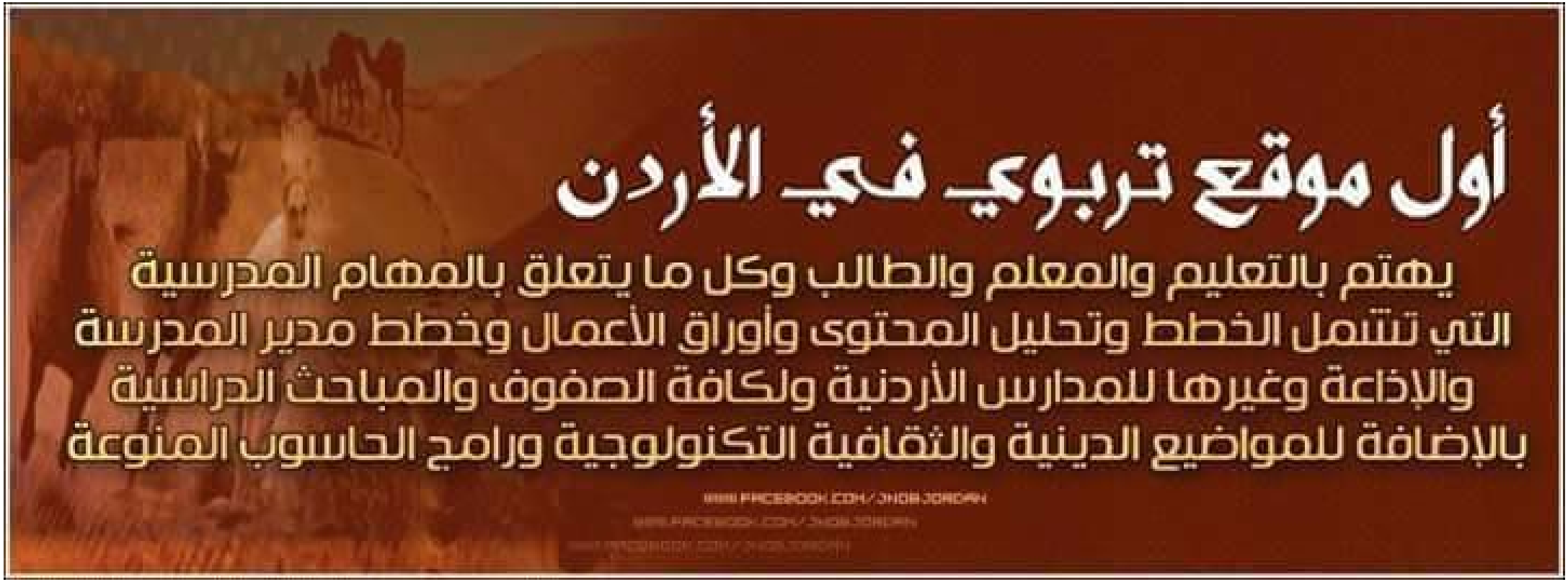
- الترشيدُ الغذائيُّ: عدمُ الإسرافِ في تناولِ الطعامِ، وعدمُ الإسرافِ في أطعمةِ المناسباتِ والأعراسِ.
- الترشيدُ الاقتصاديُّ: اغتنامُ مواسمِ التنزيلاتِ.
- السلعُ المُكمِّلةُ: الطابعةُ والحبْرُ، والحاسوبُ اللوحيُّ والشاحنُ الخاصُّ به.

٤- برأيكَ، هلْ يُؤثِّرُ ضعفُ ثقافةِ المشترينَ الاستهلاكيةِ في اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقدِ المدفوعِ؟

نعمْ، يُؤثِّرُ ضعفُ ثقافةِ المشترينَ الاستهلاكيةِ في اختلافِ القيمةِ مقابلَ النقدِ المدفوعِ؛ وذلكَ بشراءِ المُستهلكِ موادَّ أوْ منتجاتٍ مرتفعةَ الثمنِ بالرغمِ منْ وجودِ سلعٍ تُماثلُها في القيمةِ، وتُباعُ بسعرٍ أقلَّ بكثيرٍ.

٥- اذكرْ أهمَّ المعاييرِ التي يجبُ مراعاتُها قبلَ عمليةِ الشراءِ وبعدَها.

المعاييرُ التي يجبُ مراعاتُها قبل عمليةِ الشراءِ	المعاييرُ التي يجبُ مراعاتُها بعد عمليةِ الشراءِ
مقدارُ النقودِ المُخصَّصةِ للشراءِ	طرائقُ دفعِ أثمانِ المشترياتِ (بطاقةٌ، نقدٌ، قروضٌ، ...)
نوعيةُ السلعِ والخدماتِ التي يرادُ شراؤُها	إجراءاتُ التخزينِ
كميةُ السلعِ والخدماتِ التي يرادُ شراؤُها	تقييمُ السلعِ والخدماتِ تبعًا لملاءمَتِها الفردَ، وأسلوبَ حياتِه


أول موقع تربوي في الأردن
يهتم بالتعليم والمعلم والطالب وكل ما يتعلق بالمهام المدرسية
التي تشمل الخطط وتحليل المحتوى وأوراق الأعمال وخطط مدير المدرسة
والإذاعة وغيرها للمدارس الأردنية ولكافة الصفوف والمباحث الدراسية
بالإضافة للمواضيع الدينية والثقافية التكنولوجية ورامج الحاسوب المنوعة