

الثقافة المالية

الصف الحادي عشر - المسار الأكاديمي

الفصل الدراسي الثاني



فريق التأليف

د. عدلي شحادة قندح (رئيسًا)

أ. منال عبدالله أبو السمن

د. رعد محمود التل

أ. فاطمة أحمد العبادي (منسقًا)

الناشر: المركز الوطني لتطوير المناهج

يسرُّ المركز الوطني لتطوير المناهج استقبال آرائكم وملحوظاتكم على هذا الكتاب عن طريق العناوين الآتية:



06-5376262 / 214



06-5376266



P.O.Box: 2088 Amman 11941



@nccdjor



feedback@nccd.gov.jo



www.nccd.gov.jo

قرّرت وزارة التربية والتعليم تدريس هذا الكتاب في مدارس المملكة الأردنية الهاشمية جميعها، بناءً على قرار المجلس الأعلى للمركز الوطني لتطوير المناهج في جلسته رقم (2025/9)، تاريخ 2025/11/16 م، وقرار مجلس التربية والتعليم رقم (2025/247)، تاريخ 2025/12/04 م، بدءاً من العام الدراسي 2025 / 2026 م.

ISBN: 978 - 9923 - 41 - 970 - 0

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية:
(2025/4/2225)

بيانات الفهرسة الأولية للكتاب:

عنوان الكتاب:	الثقافة المالية: الصف الحادي عشر، الفصل الدراسي الثاني
إعداد/ هيئة:	الأردن. المركز الوطني لتطوير المناهج
بيانات النشر:	عمّان: المركز الوطني لتطوير المناهج، 2025
رقم التصنيف:	375.001
الواصفات:	/ تطوير المناهج / / المقررات الدراسية / / مستويات التعليم / / المناهج /
الطبعة:	الطبعة الأولى
يتحمّل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مُصنّفه، ولا يُعبّر هذا المُصنّف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية.	

تصميم وإخراج

عمر أحمد أبو عليان

التحرير اللغوي

نضال أحمد موسى



المُقدِّمة

4

6

الوحدة ③ الأسواق

8

الدرس (1): مفهوم السوق وأنواعه

23

الدرس (2): أشكال السوق وآليات التسعير

32

الدرس (3): تأثير الأسواق في حياتنا اليومية

42

الدرس (4): التسويق

49

اختبار نهاية الوحدة

52

مشروع الوحدة

54

الوحدة ④ الأنظمة الاقتصادية

56

الدرس (1): الأنظمة الاقتصادية: المفهوم، والأهمية

66

الدرس (2): أنواع الأنظمة الاقتصادية وخصائصها

74

الدرس (3): النشاط الاقتصادي: مفهومه، عملياته، أدوات تنظيمه

81

الدرس (4): النظام الاقتصادي في الأردن

88

اختبار نهاية الوحدة

90

مشروع الوحدة

92

مسرد المصطلحات

المقدمة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، وبعد:

فانطلاقاً من إيمان المملكة الأردنية الهاشمية والرؤية الملكية السامية بأهمية تنمية قدرات الإنسان الأردني وتسليحه بالعلم والمعرفة، عمل المركز الوطني لتطوير المناهج، بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم، على تحديث المناهج الدراسية وتطويرها. تهدف هذه الجهود إلى الارتقاء بالمستوى المعرفي للطلبة، وتحقيق تعليم نوعي ومتميز يسهم في إعداد أجيال قادرة على مواجهة التحديات المستقبلية.

جاء كتاب الثقافة المالية للصف الحادي عشر منسجماً مع فلسفة التربية والتعليم وخطة تطوير التعليم في المملكة الأردنية الهاشمية، ومحققاً مضامين الإطار العام والإطار الخاص لمنهاج الثقافة المالية، ومُتسقاً مع معايير ومؤشرات أدائه. يهدف الكتاب إلى إعداد جيل مُلمٍّ بمهارات القرن الحادي والعشرين، وقادرٍ على إدارة المعرفة ونقلها، ومُتحمِّلٍ مسؤولياته تجاه نفسه ومجتمعه.

يتألف هذا الكتاب من وحدتين، هما: الأسواق، والأنظمة الاقتصادية. وكلتا الوحدتين تُركّز على تطوير المهارات الأساسية، مثل: التفكير الناقد، ومهارات البحث والاستقصاء، وحلّ المشكلات، ومهارات التواصل والعمل الجماعي. يُعزّز محتوى الكتاب القيم التي تحثُّ على احترام التنوع، وتلك التي تُعنى بتنمية شخصيات الطلبة، إضافةً إلى بناء اتجاهات إيجابية لديهم حيال عملية التعلُّم والتعليم. وقد اشتمل الكتاب على العديد من الأنشطة التعليمية التي تراعي الفروق الفردية بين الطلبة، وتهدف إلى توظيف المعارف المكتسبة في بناء مجتمع فعّال ومُتكاتف.

تهدف دراسة هذه الموضوعات إلى تنمية الوعي الاقتصادي لدى الطلبة، وتعميق فهمهم للأسواق والأنظمة الاقتصادية، وتمكينهم من اتّخاذ قرارات مالية رشيدة تُسهم في بناء مجتمع واعي ومُنتج.

ونحن إذ نُقدِّم هذا الكتاب، فإنَّنا نُؤمِّل أن يُسهِم في تحقيق الأهداف المنشودة، ويثري معارف الطلبة في ما يخصُّ المفاهيم الاقتصادية، ونَعِدُ بأنَّ نستمِرَّ في تطويره بناءً على ما يصلنا من ملاحظات سديدة.

والله ولي التوفيق

المركز الوطني لتطوير المناهج

نسخة قيد الإعداد



الوحدة الثالثة

3

الأسواق



كيف تُسهم الأسواق على اختلاف أنواعها في تحسين
الحياة الاقتصادية والاجتماعية للأفراد والمجتمع؟

مفهوم السوق وأنواعه

أستكشف



أتخيّل نفسي في صباح يوم جمعة أنني أتجول في سوق شعبي، حيث ينشغل الباعة بترتيب الخضراوات والفواكه ذات الألوان الزاهية، ويعجّ المكان بأصوات الباعة والزبائن وهم مُنهمكون في عمليات البيع والشراء، ومحاولة الحصول على أفضل سعر: «سعر كيلو البطاطا هو الأقل في السوق»، «هذه أفضل بضاعة معروضة في السوق اليوم». وفي هذه الأثناء، أستمتع باستنشاق رائحة التوابل الطازجة المنتشرة في الأرجاء، ثمّ أسارع إلى تفحص الفواكه وتقليبها بيديّ. يا لجمال هذا المكان النابض بالحياة! حقاً إنه يمنح المرء تجربة فريدة للتسوّق، ويُشكّل لوحة فنية مُتناغمة تتفاعل معها جميع الحواس.

ثمّ أقفل عائداً إلى المنزل، حيث أطلب وجبة غداء باستخدام أحد التطبيقات الذكية المُخزّنة في هاتفي المحمول. وما هي إلا دقائق معدودة حتّى وصلت الوجبة إلى عتبة باب المنزل من دون أن أُحرّك ساكناً؛ إذ لم أناقش البائع في سعر وجبة الطعام، ولم ألمسها قبل عملية الشراء؛ فكل ذلك حدث عبر واجهة رقمية افتراضية، لكنّها فعّالة على نحوٍ مُذهّل. في المساء، ظهر على شاشة التلفاز خبر مفاده: «ارتفاع أسعار النفط عالمياً». صحيح أنني لم أبرح مكاني، ولم أذهب إلى أيّ من الأسواق المُنتشرة في مختلف دول العالم، لكنّ هذا الخبر سيؤثّر - لا محالة - في سعر الوقود (البنزين) الذي سيملاؤه والدي خزّان سيارته الخاصة، حتّى إنّ ذلك سيؤثّر في أسعار المواد البلاستيكية المعروضة في السوق الشعبي الذي زرّته صباحاً.

لقد اختلفت أشكال الأسواق التي تعاملتُ معها اليوم؛ فبعضها مادي ملموس يُرى بالعين المُجرّدة، وبعضها رقمي افتراضي، وبعضها الآخر شبكة مُعقدة تُؤثّر في دول العالم أجمع. وهذا يثير في ذهني عدداً من الأسئلة، مثل:

- ما المقصود بالسوق؟
- ما أوّل صورة تَرِدُ إلى الذهن عند سماع هذه الكلمة؟
- ما الفرق الرئيس بين شراء رغيف خبز من المخبز في الحي وشراء هاتف محمول عن طريق شبكة الإنترنت؟
- هل تُعدّ المواقع الإلكترونية شكلاً من أشكال السوق الذي تتمّ فيه عمليات البيع والشراء؟
- فيم يختلف السوق الإلكتروني عن السوق التقليدي؟



● مفهوم السوق:

السوق (Market) بيئة يلتقي فيها البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات؛ سواء أكانت مادية (مثل: أسواق الخضار، والمراكز التجارية)، أم افتراضية (مثل المتاجر الإلكترونية). لا يُعدُّ السوق مكاناً للتبادل التجاري فحسب، بل يُمثِّل آلية اقتصادية تُنظِّم التفاعل بين العرض والطلب؛ إذ تتحدَّد الأسعار بناءً على رغبات المشتريين (الطلب) وحجم المعروض من السلع أو الخدمات (العرض).

● أهمية السوق:

يُعدُّ السوق منصةً فعَّالة تُسهِّم في تنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وتنتج من وجوده آثاراً إيجابية متعددة تنعكس على الاقتصاد والمجتمع. تتمثَّل أهمية السوق في إجابة السؤال الآتي: لماذا يُعدُّ السوق مهمًّا؟ في ما يُمثِّل الأدوار الكبرى التي تُبرز قيمته في حياة الأفراد والاقتصاد. يُمكن إجمال أهمية السوق في الجوانب الأساسية الآتية:

1- **توفير الاحتياجات الأساسية:** يُسهِّل السوق وصول الأفراد والمجتمعات إلى السلع والخدمات التي تلزمهم، وذلك بتوفيرها على نحوٍ منظمٍ وفعال.

2- **تنظيم الاقتصاد، والمساعدة في تحديد الأسعار:** يُمثِّل السوق آليةً طبيعية لتحقيق التوازن بين العرض والطلب؛ إذ تُحدَّد الأسعار تلقائياً، بحيث ترتفع عند قلَّة العرض أو كثرة الطلب، وتنخفض عند زيادة العرض أو قلَّة الطلب؛ ما يساعد على تنظيم الاقتصاد دون تدخل مباشر من الحكومة.

3- **تحفيز الإنتاج والنمو الاقتصادي:** يُحفِّز ارتفاع الطلب المُتَّجِّين إلى زيادة الإنتاج والاستثمار؛ ما يُفضي إلى إيجاد فرص عمل جديدة، ويدعم مسيرة التنمية الاقتصادية.

4- **تعزيز الابتكار والمنافسة:** تُحفِّز بيئة السوق التنافسية الشركات والأفراد إلى تطوير مُنتجات وخدمات مُبتكرة، وتحسين جودتها، وخفض تكاليفها، وهو ما ينعكس إيجاباً على رفاهية المُستهلك.

نتائج التعلُّم:

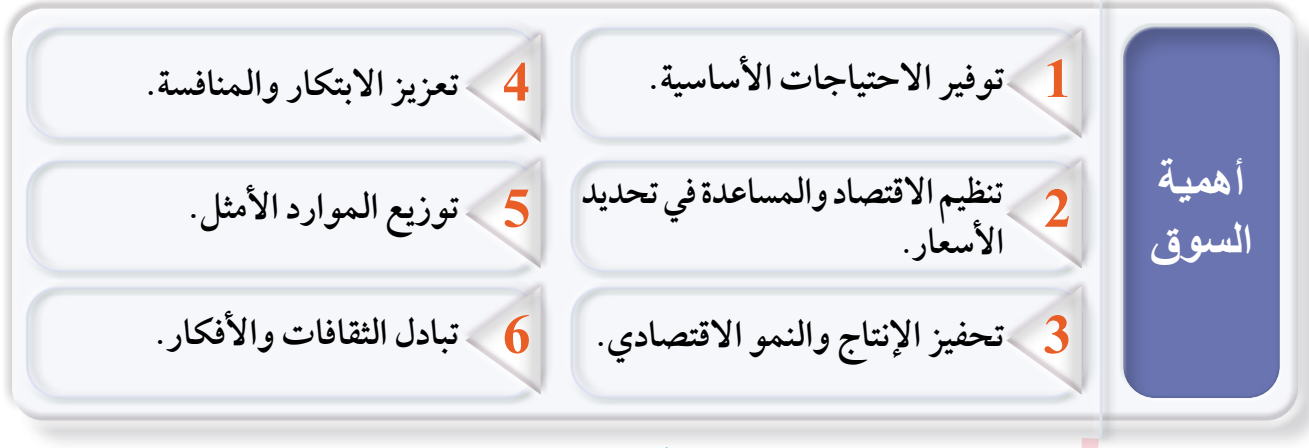
- 1- توضيح مفهوم السوق.
- 2- بيان أهمية الأسواق في الحياة الاقتصادية.
- 3- تعرُّف أنواع الأسواق بحسب:
 - النطاق الجغرافي (أسواق محلية، أسواق إقليمية، أسواق عالمية).
 - نوع المُنتَج (سلع، خدمات، أسواق مالية).
 - درجة الاعتماد على التقنية (أسواق تقليدية، أسواق إلكترونية، أسواق افتراضية).
 - التصنيف القانوني (أسواق رسمية، أسواق غير رسمية).
- 4- تقدير أهمية السوق في توفير احتياجات الأفراد وتنمية الاقتصاد الوطني.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

السوق، الأسواق المحلية، الأسواق الإقليمية، الأسواق العالمية، أسواق السلع، أسواق الخدمات، الأسواق المالية، السوق التقليدي، السوق الإلكتروني، السوق الافتراضي، سوق النقد، سوق العملات الأجنبية (الفوركس)، سوق الأصول الرقمية (المُشفرة).

5- **توزيع الموارد الأمثل:** يُوجّه السوق الموارد (مثل: رأس المال، والقوى العاملة) نحو أكثر القطاعات كفاءةً واحتياجًا؛ ما يُعزّز الاستفادة القصوى منها، ويُقلّل من الهدر.

6- **تبادل الثقافات والأفكار:** تُعدّ الأسواق منصاتٍ مُهمّة للفاعل بين مختلف الثقافات، ونشر الابتكارات؛ ما يُثري التنوّع الاجتماعي والاقتصادي محليًا وعالميًا، أنظر الشكل (1).



الشكل (1): أهمية السوق.

كيف يُسهم السوق في تحفيز الإنتاج والنمو الاقتصادي ؟

● وظائف السوق الأساسية:

تُعرّف وظائف السوق الأساسية بأنها العمليات والمهام الرئيسة التي يضطلع بها السوق، مُمثّلةً في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتنسيق العلاقة بين المُنتج والمُستهلك. تُسهم هذه الوظائف إسهامًا فعّالًا في الاقتصاد بأدائها أربع وظائف أساسية، هي:

1- تسهيل عمليات الإنتاج:

تتيح الأسواق للمُنتجين الحصول على مُدخلات الإنتاج اللازمة لتصنيع السلع وتقديم الخدمات، مثل: المواد الخام، والعمالة، ورأس المال.

مثال:

تحتاج مصانع الألبان الأردنية إلى حليب طازج من مزارع الأبقار، ويُوفّر سوق العمل العمالة المؤهّلة لتشغيل هذه المصانع. كذلك تحتاج المصانع أحيانًا إلى اقتراض الأموال من البنوك، أو جذب مُستثمرين لشراء معدّات جديدة، أو تطوير خطوط الإنتاج.

2- توجيه الاستهلاك وتنظيمه:

تُقدّم الأسواق للمُستهلكين خيارات مُتنوّعة؛ ما يمنحهم القدرة على المقارنة بين السلع والخدمات من حيث الجودة والسعر، واختيار ما يُناسبهم. وهو ما يدفع الشركات إلى تحسين مُنتجاتها وخفض أسعارها في ظلّ المنافسة القويّة بينها. فمثلاً، حين يرغب أحد المُواطنين في شراء هاتف ذكي، فإنّه يتوجّه إلى السوق، أو يتصفّح المواقع الإلكترونية، حيث يجد عشرات العروض من علامات تجارية مختلفة. ولا شكّ في أنّ هذا التنوّع يمنحه حرية الاختيار، ويدفع الشركات إلى التنافس في ما بينها من حيث العروض والتقنيات والأسعار.

3- تحديد الأسعار:

تعمل آلية العرض والطلب في السوق على تحديد الأسعار بصورة طبيعية؛ فما إن يزيد الطلب على سلعة ما، أو ينخفض عرضها في الأسواق، حتى يرتفع سعرها، والعكس صحيح. ومن ثم، فإن هذه الإشارات السعرية تُوجّه كلاً من المُنتجين والمُستهلكين في ما يخصُّ قراراتهم الاقتصادية. فمثلاً، يشهد فصل الصيف في الأردن زيادة في حجم الطلب على الخضراوات، مثل: البندورة، والخيار؛ نتيجةً لارتفاع درجات الحرارة، وزيادة مُعدّل الاستهلاك. وإذا اقترن ذلك بنقص المعروض بسبب عوامل مناخية، فإن الأسعار سترتفع في الأسواق، مثل سوق الجملة المركزي في العاصمة عمّان. وهذا الارتفاع سيُحفّز المزارعين في الأغوار ومناطق الشمال إلى زيادة الإنتاج في المواسم التالية.



أفكر

ما تأثير التكنولوجيا في آليات عمل السوق في حياتي اليومية؟ أوضّح ذلك بمثال من تجربتي الشخصية.

4- توفير منصات للتبادل الرقمي والخدمات الحديثة:

أسهمت الأسواق الرقمية في تطوير الاقتصاد وتنويع أنماط الإنتاج والاستهلاك، مثل منصات التجارة الإلكترونية والخدمات المالية الرقمية؛ إذ تُسهّل هذه الأسواق الوصول إلى السلع والخدمات، وتُشجّع المنافسة بين الشركات. فمثلاً، أسهم استخدام تطبيقات الدفع الذكية (مثل: تطبيق (CliQ)، والمُحافظ الإلكترونية) في تسهيل عمليات البيع والشراء في الأردن، وزيادة المنافسة بين البنوك وشركات التكنولوجيا المالية على تقديم خدمات أسرع وأكثر أماناً، أنظر الشكل (2).



الشكل (2): وظائف السوق الأساسية.

● أنواع الأسواق:

تتنوّع الأسواق تنوّعاً كبيراً تبعاً لمعايير عدّة، أبرزها: النطاق الجغرافي (محلية، إقليمية، عالمية)، ونوع المُنتج (أسواق سلع، خدمات، أوراق مالية)، والوضع القانوني (رسمية، غير رسمية)، والتقنية المُستخدمة (تقليدية، إلكترونية، افتراضية). يُسهم هذا التنوّع في توفير احتياجات مختلفة لكل من المُنتجين والمُستهلكين، ويزيد من مرونة النشاط الاقتصادي وتنوّعه.

● أنواع الأسواق بحسب النطاق الجغرافي:

تختلف الأسواق في ما بينها من حيث النطاق الجغرافي؛ ما يؤثر في طبيعة المُنتَجات المعروضة، وحجم التبادل التجاري، والقوانين والأنظمة المُنظمة لها.

تُصنّف الأسواق بحسب النطاق الجغرافي إلى ثلاثة أنواع رئيسة، هي:

1- الأسواق المحلية (Local Markets):

أسواق تقتصر على نطاق جغرافي صغير داخل الدولة، مثل: المدينة، والقرية، والحي السكني، وهي تعتمد على مُوردين ومُستهلكين من المنطقة نفسها، وتمتاز بوجود علاقات مباشرة بين البائع والمشتري. تُعرَض في هذه الأسواق سلعٌ استهلاكية يومية وبسيطة، مثل: الخضراوات، والملابس، والمواد الغذائية.

من الأمثلة على الأسواق المحلية:

- الأسواق الشعبية، مثل الأسواق المركزية للخضراوات.

- المتاجر الصغيرة.

2- الأسواق الإقليمية (Regional Markets):

تشمل الأسواق الإقليمية دولاً مُتجاورة، أو منطقةً جغرافيةً واسعةً، مثل: بلاد الشام، ودول الخليج العربي، ودول الاتحاد الأوروبي. تُعدُّ هذه الأسواق أكبر حجماً وأكثر تنظيمًا من الأسواق المحلية، وهي تخضع لاتفاقيات تجارية إقليمية مُوحَّدة، مثل منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى.

من الأمثلة على الأسواق الإقليمية:

- سوق المُنتَجات الزراعية المُشتركة بين بعض بلاد الشام، مثل: الأردن، وسوريا، ولبنان؛ إذ يُمكن لهذه الدول تبادل الفواكه والخضراوات وفقاً لقواعد واتفاقيات مُعيَّنة.

- التبادل التجاري الحُر بين دول الاتحاد الأوروبي، مثل بيع السيَّارات والمواد الغذائية عبر حدود هذه الدول من دون فرض رسوم جمركية كبيرة عليها، وفقاً للاتفاقيات المُوقعة بينها.

3- الأسواق العالمية (Global Markets):

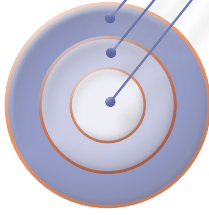
تشمل الأسواق العالمية التبادل التجاري بين دول من مختلف القارات والمناطق حول العالم، وهي تخضع لقوانين ومعايير جمركية وضريبية دولية مُعقَّدة. تتأثر هذه الأسواق تأثراً كبيراً بالسياسات الاقتصادية والعلاقات الدبلوماسية بين الدول، وتشمل في الغالب سلعاً استراتيجيةً، مثل: النفط، والسيَّارات، والأجهزة الإلكترونية.

من الأمثلة على الأسواق العالمية:

- تصدير النفط السعودي إلى الصين.

- استيراد ألمانيا للسيَّارات اليابانية.

- 1- الأسواق المحلية.
- 2- الأسواق الإقليمية.
- 3- الأسواق العالمية.



الشكل (3): أنواع الأسواق بحسب النطاق الجغرافي.

يُبين هذا التصنيف كيف تتداخل مستويات الأسواق المختلفة، ويتفاعل بعضها مع بعض لتشكيل شبكة اقتصادية عالمية مُعَقَّدة، تُسهِّل تدفُّق السلع والخدمات عبر الحدود، بما في ذلك منصات التسوق الإلكترونية التي تتجاوز نطاقها الحدود الجغرافية، وأمكن لها الوصول إلى المُستهلكين في مختلف أنحاء العالم، أنظر الشكل (3).

ما الفرق بين السوق المحلي والسوق الإقليمي من حيث الحجم، ونوع السلع؟

● أنواع الأسواق بحسب طبيعة المنتج:

تختلف الأسواق في ما بينها تبعاً لاختلاف نوع المُنتَج المُتداول فيها؛ ما يؤثر في آلية عملها، ونوعية المشاركين فيها، والقوانين المنظمة لها، أنظر الشكل (4).

تُصنَّف الأسواق بحسب طبيعة المُنتَج إلى ثلاثة أنواع رئيسة، هي:

1- أسواق السلع (Commodity Markets):



أماكن أو منصات تُتبادل فيها السلع (مادية، أولية، استهلاكية) بين البائعين والمشتريين وفقاً لآلية العرض والطلب التي تُحدِّد الأسعار والكميات المُتداوَلة. تشمل هذه الأسواق السلع المادية. وفيها تنقسم السلع أساساً إلى قسمين، هما:

- أ- السلع الاستهلاكية النهائية: سلع يستهلكها الأفراد مباشرة، مثل: الأغذية الجاهزة، والملابس، والأجهزة الإلكترونية. ويُعدُّ سوق الجملة المركزي للخضار والفواكه في العاصمة عمان مثلاً على الأسواق التي تُباع فيها الأغذية الجاهزة.
- ب- السلع الإنتاجية: مواد خام تُستخدم بوصفها مُدخلات في عمليات الإنتاج والتصنيع، مثل: النفط، والحديد، والقمح، والنحاس. من الأمثلة على الأماكن الخاصة بإنتاج هذه السلع: دول الخليج العربي، مثل: السعودية، والكويت، والإمارات العربية المتحدة؛ إذ تُعدُّ هذه الدول من أكثر دول العالم إنتاجاً للنفط الخام.

2- أسواق الخدمات (Service Markets):

أماكن أو منصات تُتبادل فيها الخدمات غير الملموسة بين مُقدِّمي الخدمة والمُستهلكين لقاء عائد مادي أو منفعة مُتَّفَق عليها. تشمل هذه الأسواق الخدمات غير المادية المُقدَّمة للأفراد والشركات. وفيها تنقسم الخدمات أساساً إلى قسمين، هما:

- أ- الخدمات الشخصية، مثل: التعليم (مدارس، كليات، جامعات...)، والسياحة (شركات طيران، فنادق...)، والرعاية الصحيَّة (مستشفيات، عيادات خاصة...).
- ب- الخدمات التجارية، مثل: الاستشارات الإدارية والقانونية، والتسويق، والنقل اللوجستي (شركات شحن، شركات تخزين...).

تجدر الإشارة إلى أنَّ جودة الخدمة المُقدَّمة ومصادقيتها تؤثران تأثيراً مباشراً في تنشيط حركة السوق، وتمكين الشركات من المنافسة.

3- الأسواق المالية (Financial Markets):



مؤسسات أو منصات تُتداول فيها الأدوات المالية (مثل: الأسهم، والسندات، والعملات) بين المُستثمرين، بهدف تشغيل المدخرات وتوجيهها نحو الاستثمار. تختص هذه الأسواق بعمليات تداول الأصول المالية لتحقيق الأرباح أو درء المخاطر، وهي تشمل الأسواق الآتية:

أ- سوق رأس المال: سوق مُتخصّص في تداول الأوراق المالية طويلة الأجل، مثل: الأسهم، والسندات. من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق: بورصة عمّان للأوراق المالية.

ب- سوق النقد (Money Market): سوق مالي تُتداول فيه الأدوات المالية وأدوات الاستدانة القصيرة الأجل، التي تكون آجال استحقاقها عادةً أقلّ من سنة، وتمتاز بسيولة كبيرة ومخاطر مُنخفضة، مثل: أذون الخزانة، وشهادات الإيداع، والأوراق التجارية. تتمثل وظيفة سوق النقد في تلبية احتياجات التمويل القصير الأجل للمؤسسات والأفراد، وهو يخضع لإشراف البنك المركزي.

ج- سوق العملات الأجنبية (الفوركس): سوق مُمتدّ في جميع أنحاء العالم، وهو يتأثر بالعرض والطلب العالميين، ويتخصّص في صرف العملات لمجموعة من المُشاركين، مثل: البنوك العالمية، والمؤسسات الدولية، والأسواق المالية، والمُتداولين الأفراد.

د- سوق الأصول الرقمية (المُشفرة): سوق عالي المخاطر يتأثر بالتطوّرات التكنولوجية والتشريعية. من الأمثلة على العملات المُتداولة في هذا السوق: البيتكوين، والإثيريوم. يتبيّن ممّا سبق أنّ طبيعة المُنتج تُحدّد خصائص السوق وآليات عمله؛ سواء كان المُنتج سلعةً ماديةً، أو خدمةً تعتمد على المعرفة والتكنولوجيا، أو أصلاً مالياً يتأثر بالعرض والطلب والمخاطر، أنظر الشكل (4).

أفسّر: كيف تعمل طبيعة المُنتج المُتداول في السوق على التأثير في آلية عمل السوق ونوعية المشاركين فيه؟

أنواع الأسواق بحسب طبيعة المُنتج



الشكل (4): أنواع الأسواق بحسب طبيعة المُنتج.

● أنواع الأسواق بحسب درجة الاعتماد على التقنية:

تختلف الأسواق في ما بينها تبعاً لمستوى اعتمادها على التكنولوجيا، ويمكن تصنيفها إلى ثلاثة أنواع رئيسية، هي:

1- **الأسواق التقليدية (Traditional Markets):** أسواق مادية تحدث فيها عمليات البيع والشراء وجهًا لوجه في موقع جغرافي مُحدد.

تمتاز الأسواق التقليدية بتوفير تجربة تسوق ملموسة وفورية، لكنها تعاني ارتفاعاً في الكلفة التشغيلية غالباً، ومنافسةً متزايدةً من الأسواق الرقمية.

من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق:

- سوق البخارية في العاصمة عمّان؛ وهو سوق مُتخصّص في بيع الملابس والأحذية بأسعار مُنخفضة.

- سوق الجملة المركزي للخضار والفواكه في العاصمة عمّان.

- المُجمّعات التجارية (المولات) المُنتشرة في العاصمة عمّان وغيرها من المدن الأردنية.

2- **الأسواق الإلكترونية (E-Markets):** منصات رقمية تُستخدم في عمليات البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت، وتسمح للبائع والمشتري أن يتفاعلا معاً بصورة إلكترونية من دون حاجة إلى وجودهما شخصياً في المكان نفسه. مزايَا الأسواق الإلكترونية:

أ- توفير الوقت والجُهد.

ب- تعدّد خيارات البيع والشراء، والمقارنة بين الأسعار بسهولة.

ج- الاعتماد على مواقع الويب والتطبيقات الذكية.

د- توافر خيارات الدفع الإلكتروني والتوصيل المباشر.

من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق:

1- محلياً: أ- السوق المفتوح (OpenSooq)؛ وهو منصة رقمية ثنائية الأبعاد مُتخصّصة في عمليات البيع والشراء.

ب- بوابة تواصل.

2- عالمياً: أ- موقع أمازون (Amazon).

ب- موقع (eBay).

3- **الأسواق الافتراضية (Virtual Markets):**

تُعَدُّ الأسواق الافتراضية مرحلة مُتقدّمة من تطوّر الأسواق الإلكترونية؛ إذ يكون العمل فيها ضمن عالم افتراضي أو محاكاة رقمية تُخيّل للمستخدم أنه موجود داخل الواقع نفسه، وأنه يتفاعل مع العناصر الرقمية على نحوٍ تبدو فيه أشبه بالحقيقية.

يُمكن لهذا النوع من الأسواق محاكاة الواقع عن طريق ما يأتي:

أ- العوالم الافتراضية (Metaverse):

مساحات رقمية ضخمة ثلاثية الأبعاد، يلتقي فيها المُستخدمون، ويتفاعل بعضهم مع بعض ومع البيئة المحيطة كما هو الحال في العالم الواقعي.

من الأمثلة على ذلك:

- حضور معرض أو التجوّل في سوق داخل العالم الافتراضي.

- التنقل بين المحال التجارية.

- تجربة المُنتجات.

- التفاعل المباشر مع أشخاص آخرين.

ب- المنصّات الثلاثية الأبعاد (3D Platforms):

برامج أو تطبيقات تُقدّم بيئة افتراضية ثلاثية الأبعاد، يُمكن للمستخدمين التفاعل معها.

من الأمثلة على ذلك:

- تصفّح متجر ثلاثي الأبعاد في شبكة الإنترنت.

- مشاهدة المُنتجات من جميع الزوايا.

- إجراء عمليات شراء تبدو كأنّها داخل متجر حقيقي.

مزايا الأسواق الافتراضية:

أ- استخدام تقنية الواقع الافتراضي (Virtual Reality: VR) أو تقنية الواقع

المُعزّز (Augmented Reality: AR):

يتيح هذا النوع من التقنيات للمستخدم العيش في بيئة رقمية، والتجوّل في المتاجر، والتفاعل مع المُنتجات كأنّها حقيقية.

من الأمثلة على ذلك:

- تجربة نظارات الواقع الافتراضي (Virtual Reality: VR) للتجوّل في متجر افتراضي.

- استخدام تقنية الواقع المُعزّز (Augmented Reality: AR) لتجربة أثاث في غرفتي قبل شرائه.



<https://www.tawasal.gov.jo>

بوابة تواصل أول بوابة إلكترونية حكومية موحدة لتعزيز المشاركة المجتمعية في صنع القرار، وقد أطلقتها وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة؛ وهي منصة إلكترونية حكومية موحدة تهدف إلى الشاؤر في التشريعات والمشروعات والسياسات قبل اعتمادها، وإشراك المواطنين والمقيمين والقطاع الخاص والمجتمع المدني في صنع القرار، بما يُعزّز الشفافية والثقة، ويُحسّن جودة الخدمات الحكومية على نحو يفي باحتياجات المستفيدين، ويُمكنهم من الدخول عبر تطبيق سند أو البريد الإلكتروني الخاص بكلّ منهم، وتقديم المُقترحات وطلبات الحصول على المعلومات ومتابعتها بطريقة تفاعلية شاملة.



ب- خوض تجربة تسوق فريدة وتفاعلية:

تتيح الأسواق الافتراضية للمستخدم التفاعل المباشر مع المنتجات، ومشاهدة تفاصيلها من جميع الزوايا، على نحوٍ أشبه بالتجول في متجر حقيقي، في ما يُعدُّ تجربة أكثر متعة مقارنةً بالشراء التقليدي عبر شبكة الإنترنت.

ج- محاكاة فضاء ثلاثي الأبعاد:

إنَّ التصميم الثلاثي الأبعاد للمتجر والمنتجات يمنح المستخدم شعورًا بالعمق والواقعية، ويجعل تجربة التسوق أكثر إثارة وحيوية؛ إذ يُمكن للمستخدم التحرك حول المنتجات، وتكبيرها، واختبارها افتراضياً قبل عملية الشراء.

العلاقة بين الأسواق الإلكترونية والأسواق الافتراضية:

تُعدُّ الأسواق الافتراضية أسواقاً إلكترونية من حيث مبدأ عملها؛ نظراً إلى اعتمادها على شبكة الإنترنت في عمليات البيع والشراء، لكنَّ الأسواق الإلكترونية لا تُعدُّ أسواقاً افتراضية؛ لأنَّ معظمها لا تُوفِّر بيئة فريدة ثلاثية الأبعاد.

أوجه الاختلاف بين الأسواق الإلكترونية والأسواق الافتراضية:

يُبيِّن الجدول (1) أبرز الفروق بين الأسواق الإلكترونية والأسواق الافتراضية.

(الجدول 1): أوجه الاختلاف بين الأسواق الإلكترونية والأسواق الافتراضية.

المحور	الأسواق الإلكترونية (E-Markets)	الأسواق الافتراضية (Virtual Markets)
طبيعة البيئة.	منصات رقمية ثنائية الأبعاد (مواقع ويب، تطبيقات).	بيئات رقمية غامرة، ثلاثية الأبعاد، تحاكي العالم الحقيقي.
طريقة التفاعل.	القوائم، والنصوص، والصور، ومقاطع الفيديو.	الشخصيات الافتراضية (Avatars)، والتجول في فضاء ثلاثي الأبعاد.
التقنيات.	متصفحات الإنترنت، وتطبيقات الهواتف الذكية.	نظارات (VR)، وتقنيات (AR).

الربط مع التكنولوجيا

خرائط السوق الرقمية:

فهم السوق بذكاء

أتاحت وسائل التكنولوجيا الحديثة اليوم للمستخدم فهم آلية الأسواق على نحوٍ أسهل من ذي قبل؛ إذ يُمكنه استخدام أدوات بسيطة (مثل: Canva)، أو برامج مجانية في شبكة الإنترنت لإنشاء خرائط رقمية تفاعلية تتعلّق بالسوق، وتساعد على أداء ما يأتي:

- ربط المعلومات مباشرةً بأسعار المنتجات في المتاجر الإلكترونية، أو بتقييمات العملاء في منصات التواصل الاجتماعي.
- تحليل البيانات تلقائياً باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد الاتجاهات والفرص.
- اكتشاف الفرص والتهديدات بسرعة، مثل: ظهور منافس جديد، واشتغال منتج حديث.
- تأسيساً على ذلك، يُمكننا اتخاذ قرارات أكثر ذكاءً، استناداً إلى بيانات حقيقية، بدلاً من التخمين؛ سواء أكانت مشروعاتنا صغيرة أم كبيرة.

أوضح مزايا كلٍّ من الأسواق التقليدية والأسواق الإلكترونية.





تجربة السوق الافتراضي في الأردن: حلٌ مُبتكر في زمن الأزمات وتحديات الاستمرارية

شهد عام 2020م ذروة تأثير جائحة كورونا (COVID-19) في جميع أوساط المجتمع، فبرزت مبادرة مُبتكرة لإنشاء سوق افتراضي رقمي في الأردن. وقد هدفت المبادرة أساسًا إلى تمكين البائعين وأصحاب المشروعات الصغيرة والمشروعات المُتناهية في الصغر من الاستمرار في أداء أعمالهم أثناء أوقات الإغلاق الشامل وحظر التجوّل.

آلية العمل:

اعتمد نموذج السوق الافتراضي على منصات اتصال تفاعلية مثل، (Zoom)، و(Google Meet)، من دون أن يُمثّل بيئة افتراضية مُتكاملة ثلاثية الأبعاد (ميتافيرس) (Metaverse). وقد نُظّمت الغرف الافتراضية على هيئة أكشاك رقمية، ومُنح كل بائع كشكًا خاصًا لعرض بضاعته مباشرة عن طريق الفيديو. كذلك أُتيح للمُستهلكين التجوّل بين هذه الأكشاك، والتحدّث مباشرة إلى البائعين، وطرح الأسئلة، ومشاهدة المُنتجات لحظة عرضها مباشرة، في محاولة لمحاكاة التجربة الاجتماعية والتفاعلية الخاصة بالسوق التقليدي، ولكن بصورة رقمية.

التطور والمآل:

بعد تراجع حِدّة الجائحة، وعودة الحياة الاقتصادية إلى طبيعتها تدريجيًا، شهد النموذج تراجعًا ملحوظًا من حيث الإقبال عليه؛ إذ أعاد معظم البائعين استخدام قنوات البيع التقليدية، أو اعتماد المتاجر السهلة الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي، وفقد السوق الافتراضي قدرته على حفظ المكانة التي حظي بها بوصفه مِنصة دائمة.

الخلاصة والاستنتاج:

تؤكد هذه التجربة قدرة الأسواق الافتراضية على إيجاد حلول طارئة وفعّالة أثناء الأزمات؛ إذ تُوفّر بديلًا تفاعليًا يحافظ على استمرارية النشاط الاقتصادي والرباط الاجتماعي بين الأفراد والشركات. غير أنّ التحديات التي واجهتها هذه التجربة، وبخاصة على مستوى الاستدامة الطويلة المدى بعد زوال عامل الضرورة، تثير تساؤلات عدّة عن مدى جدواها ونجاحها مستقبلاً. بناءً على ما آلت إليه التجربة، فإنّ نجاح نموذج السوق الافتراضي على المدى البعيد محكوم بتطوير حلول تقنية أكثر تخصّصًا (مثل دمج تقنيات الواقع الافتراضي، والواقع المُعزّز)، واستخدام استراتيجيات أعمال تُلائم سياق السوق المحلي وتفضيلات المُستهلك وقت الأزمة.

الأسئلة:

- 1- ما العوامل التي ساعدت على نجاح السوق الافتراضي أثناء الجائحة؟
- 2- لماذا لم يستطع هذا النموذج الاستمرار بعد انتهاء الأزمة؟ أُبّرر إجابتي.
- 3- ما الدروس التي يُمكن استخلاصها من هذه التجربة لدعم المشروعات الصغيرة وقت الأزمات؟
- 4- لو كنّا ضمن فريق التنظيم، فما التغييرات أو الإضافات التي سأقترحها لضمان استمرارية السوق الافتراضي؟

● أنواع الأسواق بحسب التصنيف القانوني:

تُصنّف الأسواق بحسب التصنيف القانوني إلى نوعين، هما:

1- الأسواق الرسمية (المنظمة): أسواق تعمل ضمن إطار قانوني وتنظيمي مُعترف به من الدولة، وتخضع للرقابة الحكومية، وتلتزم بدفع الضرائب، وتطبيق معايير الجودة، والحصول على التراخيص اللازمة.

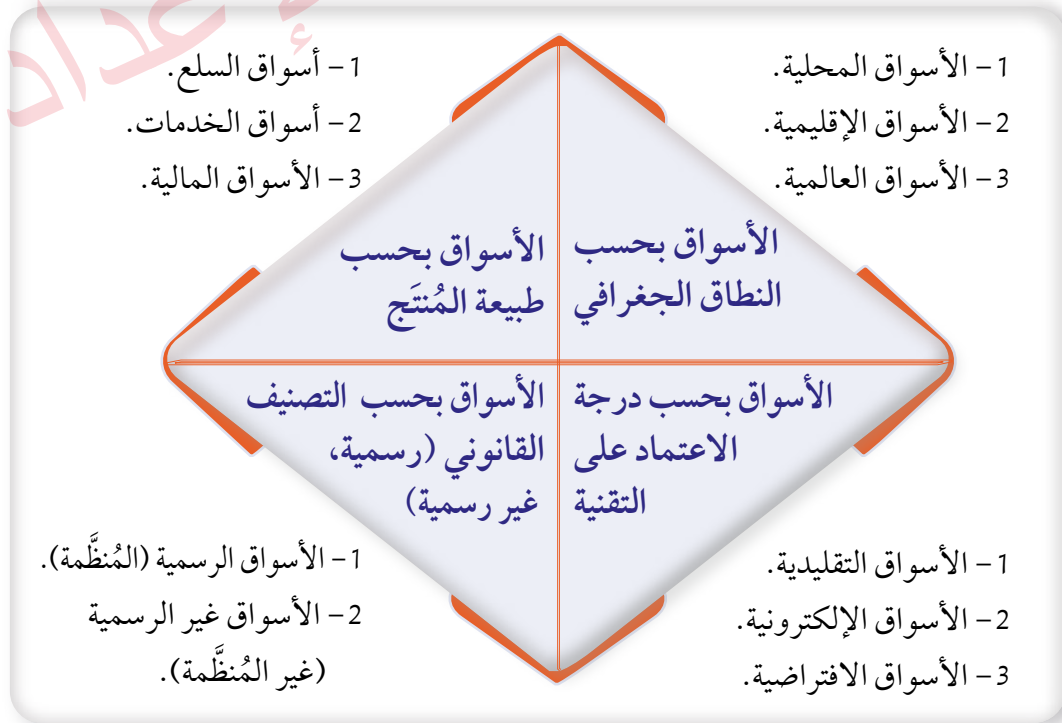
من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق: المتاجر المرخصة، والشركات المسجلة، والأسواق المالية، والمراكز التجارية الكبرى.

2- الأسواق غير الرسمية (غير المنظمة): أسواق تعمل خارج الإطار القانوني والتنظيمي الرسمي للدولة، ولا تخضع لرقابة الجهات الحكومية، ولا تلتزم عادةً بدفع الضرائب، أو بالشروط والمعايير القانونية المطلوبة، وتنتشر غالبًا في الأماكن العامة أو المناطق الشعبية.

من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق: الباعة المتجولون، والأسواق العشوائية، ومجموعة من أنشطة الاقتصاد غير الرسمي، مثل: بعض الأعمال المنزلية، والحرف اليدوية غير المسجلة.

يساعد هذا التصنيف على فهم طبيعة النشاط الاقتصادي، ودرجة تنظيمه، ومدى تأثيره في الاقتصاد الكلي والإيرادات العامة للدولة، أنظر الشكل (5).

أوضح الفرق بين الأسواق الرسمية والأسواق غير الرسمية من حيث الرقابة والالتزام القانوني، ثم أذكر مثالاً واحداً على كل منهما.



الشكل (5): أنواع الأسواق.

نشاط أنا في السوق.

أكتب فقرة قصيرة تحمل عنوان (أنا في السوق: تجربة من حياتي اليومية)، وأصِفُ فيها موقفًا واقعيًا اشتريتُ فيه سلعة ما أو خدمة مُعيَّنة، وأعمل على تضمين الفقرة كُلاً من العناصر الآتية:

- نوع السوق: سلع، خدمات، مالي.
- التقنية المُستخدمة: تقليدية، إلكترونية، افتراضية.
- الوضع القانوني للسوق: رسمي، غير رسمي.
- النطاق الجغرافي: محلي، إقليمي، عالمي.
- كيفية تحديد السعر: العرض والطلب، التفاوض، ثبات السعر.

بعد أن أنتهي من كتابة الفقرة، أختار شكل التوثيق المناسب باستخدام إحدى التقنيتين الآتيتين:

- إعداد تسجيل صوتي قصير تتراوح مدته بين دقيقة واحدة ودقيقتين، وأقرأ فيه الفقرة باستخدام أحد التطبيقات الخاصة بذلك، مثل تطبيق (Voice Recorder)، أو باستخدام مُسجِّل الهاتف أو معدّات مختبر الحاسوب.
 - إعداد شريحة عرض سهلة باستخدام برنامج (Google Slides)، أو برنامج (PowerPoint)، وتضمينها ما يأتي:
- * عنوان التجربة، ومُلخَص الفقرة، وصورة توضيحية من شبكة الإنترنت (رمزية، أو حقيقية).
 - * مشاركة التجربة عن طريق اللوح التفاعلي الرقمي الخاص بالصف، مثل: (Jamboard)، أو (Padlet).

بعد الانتهاء، أشارك الزملاء / الزميلات في تجربتي؛ إمّا شفهيًا باستعراضها أمامهم، وإمّا رقميًا عن طريق المنصة المُستخدمة.

تقييم تأثير التكنولوجيا:

لتعرّف تأثير التقنية المُستخدمة في عملية شرائي، أُجيب عن السؤالين الآتيين:

- 1- كيف أثّرت التقنية المُستخدمة في قراري الخاص بعملية الشراء؟
- 2- هل سهّلت هذه التقنية تجربتي أم جعلتها أكثر تعقيدًا؟

معلومة تعلّمْتُها، وأشارك فيها عائلتي

لا يُعدُّ السوق مكانًا للبيع والشراء فحسب، بل يُمثّل آليّة تُنظّم الاقتصاد عن طريق تفاعل العرض والطلب؛ إذ تُحدّد الأسعار فيه بناءً على احتياجات الأفراد ومدى توافر السلع. وهذا يعني أنّ السوق يؤدّي دورًا مهمًا في تحفيز الإنتاج، وإيجاد فرص العمل، وتحقيق التوازن بين ما يُنتَج وما يُستهلك.

نصيحة

يتعيّن على كل فردٍ منا أن يكون واعيًا بعمليات الشراء المُتنوّعة؛ فالسوق يُوفّر خيارات مُتعدّدة، والمقارنة بين الأسعار والجودة تساعدنا على اتّخاذ القرارات الاقتصادية الذكية التي تحافظ على ميزانيتنا.



السؤال الأول: أوضّح المقصود بالمفاهيم والمصطلحات الآتية:
السوق، السوق الافتراضي، السوق الرسمي.

السؤال الثاني: أذكر ثلاثاً من وظائف السوق الأساسية.

السؤال الثالث: فيم تختلف الأسواق المحلية عن الأسواق العالمية من حيث النطاق الجغرافي؟

السؤال الرابع: أعلّل ما يأتي:

- 1- يُمثّل السوق آلية لتنظيم الاقتصاد.
- 2- ازداد انتشار الأسواق الإلكترونية في السنوات الأخيرة.
- 3- تُعدّ الأسواق الرسمية أكثر أماناً للمستهلك.
- 4- تُمثّل الأسواق الافتراضية تطوراً جديداً في عالم التسوّق.

السؤال الخامس: أقرّن بين السوق الإلكتروني والسوق الافتراضي من حيث التقنية المُستخدمة، والوجود المكاني، والتجربة الشرائية.

السؤال السادس: أملأ الفراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

- 1- يلتقي البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات في _____.
- 2- يُحدّد سعر السلع والخدمات في السوق عن طريق تفاعل _____ و _____.
- 3- من الأمثلة على أسواق السلع الاستهلاكية: _____، و _____.
- 4- سوق الخدمات يشمل عدداً من المجالات، مثل: _____، و _____، و _____.
- 5- الأسواق التي يتم فيها تداول الأسهم والسندات تُسمّى _____.
- 6- من الأسواق التقليدية في الأردن: _____، و _____.

السؤال السابع: افترض أنني رائد أعمال، ما نوع السوق الذي يُمكن أن أختاره لتسويق مُنتجتي الجديد؟ أبرّر إجابتي.



السؤال الثامن: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلِّ ممَّا يأتي:

1- من الأمثلة على أسواق السلع الإنتاجية:

- (أ) المستشفى الخاص.
(ب) مصنع الحديد.
(ج) شركة السياحة.
(د) مكتب الاستشارات.

2- الأسواق التي تُقدِّم خدمات عديدة، مثل التعليم والصَّحَّة، تُصنَّف ضمن:

- (أ) أسواق السلع.
(ب) الأسواق غير الرسمية.
(ج) الأسواق المالية.
(د) أسواق الخدمات.

3- من الأسواق المالية:

- (أ) السوق المفتوح.
(ب) سوق الجملة المركزي.
(ج) بورصة عمَّان.
(د) سوق البخارية.

4- السوق الذي تُباع فيه المُنتجات عن طريق المنصَّات الرقمية، مثل أمازون (Amazon)، يُسمَّى:

- (أ) سوقًا تقليديًا.
(ب) سوقًا ماديًا.
(ج) سوقًا إلكترونيًا.
(د) سوقًا غير رسمي.

5- يُطلَق على السوق الذي تُستخدَم فيه التقنيات الحديثة، ويحاكي بيئة رقمية ثلاثية الأبعاد، اسم:

- (أ) السوق المادي.
(ب) السوق التقليدي.
(ج) السوق الافتراضي.
(د) السوق المحلي.

أشكال السوق وآليات التسعير

أستكشف



نتائج التعلم:

- 1- تعرّف أشكال السوق:
 - سوق المنافسة الكاملة.
 - سوق الاحتكار الكامل.
 - سوق احتكار القلّة.
 - سوق المنافسة الاحتكارية.
- 2- التمييز بين أشكال السوق من حيث الخصائص.
- 3- توضيح تأثير شكل السوق في الأسعار.
- 4- ذكر أمثلة واقعية على أشكال السوق من البيئة المحلية والبيئة العالمية.
- 5- تقييم مدى فعالية شكل السوق في تحقيق العدالة الاقتصادية.
- 6- تقدير أهمية التدخل الحكومي لضمان توزيع عادل للموارد والخدمات.



- هل تتأثر الأسعار بعدد من العوامل، مثل: جودة المنتج، ومكان البيع، وعدد البائعين؟
- لماذا يوجد في المدينة كثير من بائعي الخضراوات، وتوجد فقط شركة كهرباء واحدة؟
- كيف يؤثر ذلك في الأسعار وما ندفعه من مال في كلتا الحالتين؟
- كيف يؤثر التنافس بين الباعة أو الشركات في الأسعار والجودة وخيارات المستهلك؟
- كيف يُحدّد التنافس شكل السوق بوجه عام؟

● أشكال الأسواق الاقتصادية، وأثر التنافس في تحديد الأسعار:

تُصنّف الأسواق الاقتصادية إلى أنواع وأشكال مختلفة بناءً على درجة التنافس بين الأطراف التي تتعامل فيها. ولا شكّ في أنّ تعرّف أشكال السوق وأنواعها يساعد على تحليل طبيعة النشاط الاقتصادي، وتعرّف سلوكيات المستهلكين والمستهلكين في مختلف الأحوال، وتحديد مدى فعالية السوق في تحقيق العدالة والكفاءة. وفي هذا السياق، تؤدي درجة التنافس دوراً أساسياً في تحديد الأسعار، وتوزيع الموارد، وتعرّف مدى تدخل الحكومة لضبط الأداء.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

سوق المنافسة الكاملة، سوق الاحتكار الكامل، سوق احتكار القلّة، سوق المنافسة الاحتكارية.

تُصنّف الأسواق الاقتصادية إلى الأشكال الأربعة الرئيسة الآتية التي يُبينها الشكل (1):



الشكل (1): أشكال السوق.

1 - سوق المنافسة الكاملة (Perfect Competition Market):

سوق يحوي عددًا كبيرًا جدًا من المشتريين والبائعين، ولا يستطيع فيه أي طرف أن يؤثر في سعر السلعة أو الخدمة.

خصائص سوق المنافسة الكاملة:

أ- تجانس السلع تجانسًا كاملاً؛ أي عدم وجود فرق نوعي بين سلعة وأخرى.

ب- عدم وجود حواجز وقيود على دخول السوق أو الخروج منه.

ج- توفير المعلومات الكاملة لجميع الأطراف، بحيث يعرف كل مشترٍ وبائع الأسعار والكمية المتوافرة من السلع.

من الأمثلة على هذا السوق: سوق الخضار والفواكه؛ إذ يبيع فيه عدد كبير من المزارعين أنواع الخضراوات والفواكه نفسها، مثل: البندورة، البطاطا، التفاح؛ فكلها مُتشابهة تقريبًا. ومن ثمّ لا يستطيع أي مزارع رفع السعر؛ لأنّ المشتري يُمكنه شراء السلعة نفسها من مزارع آخر بسعر أقلّ.



العوامل المؤثرة في تذبذب الأسعار:

يُعَدُّ السوق بيئة مثالية للمنافسة في عمليات البيع والشراء، لكنَّ أسعار المُنتَجات فيه قد تتذبذب قليلاً نتيجةً للعوامل الآتية:

- 1- المنطقة الجغرافية؛ إذ تختلف أسعار المُنتَجات في المدن عنها في الأحياء والقرى.
 - 2- المُدَّة الزمنية؛ إذ تختلف أسعار المُنتَجات تبعاً لاختلاف المواسم مثل الأعياد وأوقات البيع (صباحاً، مساءً).
 - 3- الجودة؛ إذ تختلف أسعار المُنتَجات تبعاً لحجمها، ونضجها، ومستوى جودتها.
- صحيحٌ أنَّ سوق المنافسة الكاملة يحدُّ من القدرة على التحكُّم في الأسعار، لكنَّ العوامل الطبيعية (مثل: الجودة، والموسم، والموقع) قد تُسبِّب تذبذباً محدوداً في الأسعار.

أوضح خصائص سوق المنافسة الكاملة.

2- سوق الاحتكار الكامل (Monopoly Market):

سوق يحوي مُنتَجاً أو بائعاً واحداً فقط يتحكَّم في توفير السلعة أو الخدمة، ويتحكَّم في السعر والكمية المعروضة.

خصائص سوق الاحتكار الكامل:

أ- غياب البدائل: عدم وجود بديل للسلعة أو الخدمة المُتوافرة في السوق؛ ما يمنح المُحتكر قدرة كاملة على تحديد السعر والتحكُّم فيه.

ب- ارتفاع الأسعار: ارتفاع سعر السلعة أو الخدمة المُتوافرة في السوق غالباً مقارنةً بسعرها في سوق المنافسة الكاملة؛ ما يؤدي إلى انخفاض عدد المُستهلكين، وتدني إيرادات السوق، وعدم العدالة في عملية التوزيع؛ أي عدم وصول السلعة إلى جميع المُستهلكين الذين يحتاجون إليها، واقتصار ذلك على مَنْ يملكون القدرة على الدفع.

ج- غياب المنافسة: حصر قرارات التسعير والإنتاج في يد طرف واحد فقط لعدم وجود مُنافسين.

من الأمثلة على هذا السوق: وجود شركة كهرباء واحدة في إحدى المدن؛ ما يجعلها تحتكر السوق؛ إذ لا يوجد خيار آخر أمام سُكَّان هذه المدينة. ولهذا يُمكن للشركة تحديد الأسعار والخدمات كيفما تشاء؛ لأنَّ المُستهلكين لا يملكون بديلاً عنها.

ما المقصود بسوق الاحتكار الكامل؟

لماذا يستطيع المُحتكر التحكُّم في سعر المُنتَج أو الخدمة؟



أفكر

أفترض أنَّ جميع الأسواق العالمية تحوَّلت فجأة إلى سوق احتكار كامل (مُنتَج واحد فقط يتحكَّم في كل السلع والخدمات):
- ما النتائج والتأثيرات المُحتملة لهذا الوضع في المُستهلكين والاقتصاد بوجه عام؟
- كيف يُمكن للحكومة أن تتدخل لإصلاح هذا الوضع؟

3- سوق احتكار القلّة (Oligopoly Market):

سوق يقترب من الاحتكار، لكنه يضم عددًا قليلًا من الشركات أو المُنتِجين الذين يسيطرون معًا على غالبية السوق. خصائص سوق احتكار القلّة:

- أ- التأثير الواضح لكل شركة أو طرف في تحديد الأسعار أو الكميات المعروضة.
 - ب- مراقبة كل شركة قرارات مُنافسيها قبل اتّخاذ قراراتها الخاصة في أغلب الأحيان.
 - ج- التنسيق بين الشركات بصورة مباشرة أو غير مباشرة، في ما يُعرف بالاتفاقات الاحتكارية.
 - د- احتفاظ السوق بسمات تحدّ من التنافس الحرّ بالرغم من وجود رقابة حكومية في كثير من الحالات.
- من الأمثلة على هذا السوق: شركات الاتصالات في بعض الدول؛ إذ توجد فقط شركتان أو ثلاث شركات تُوفّر خدمات الاتصال والإنترنت. وهذه الشركات هي التي تُسيطر على السوق، وتتحكّم فيه، لكنّ الأسعار والخدمات تكون غالبًا مُتقاربة؛ لأنّ كل شركة تُراقب الأُخرى. ومن ثمّ، فإنّ المنافسة بين هذه الشركات تكون محدودة بالرغم من وجودها جزئيًا.
- بوجه عام، تخضع الأسعار للرقابة؛ أي إنّ الحكومة أو الجهات الرسمية تُراقب الأسعار، وتُحدّد لها سقفًا؛ لكيلا ترفع الشركات أسعار خدماتها بشكل مُبالغ فيه، وتستغلّ قلّة المنافسة لمصلحتها.

4- سوق المنافسة الاحتكارية (Monopolistic Competition Market):

- سوق يجمع بين سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار الكامل.
- خصائص سوق المنافسة الاحتكارية:
- أ- وجود عدد كبير من الشركات التي تُقدّم مُنتجات وخدمات مُتشابهة، لكنها غير مُتطابقة.
 - ب- سعي كل شركة إلى تمييز مُنتجاتها عن طريق العلامة التجارية، والجودة، والسعر، وطريقة العرض.
 - ج- لكل شركة قدرة محدودة على التأثير في السعر بالرغم من وجود عدد كبير من المُنافسين.
- من الأمثلة على هذا السوق: شركات الإنتاج الفني، ومتاجر الألبسة، والمطاعم؛ إذ تُقدّم جميعها خدمات مُتقاربة، لكنّ كلًّا منها يحاول تقديم تجربة مختلفة.

مثال تطبيقي: المطاعم.

يوجد عدد كبير من المطاعم في المدن، وهي تُقدّم الطعام من دون استثناء، لكنّ كل مطعم يحاول التميّز بنوع مُعيّن من الأطباق، أو بطريقة تقديم خاصة للطعام. بالرغم من تشابه الخدمة (تقديم الطعام) في هذه المطاعم، فإنّ الزبون يختار المطعم بناءً على الجودة أو الاسم أو التجربة؛ ما يمنح كل مطعم بعض القدرة على تحديد أسعاره.

ما المقصود بسوق احتكار القلّة؟

وما الذي يُميّز سوق المنافسة الاحتكارية من سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار الكامل من حيث طبيعة المُنتجات وقدرة الشركات على تحديد الأسعار؟

1- سوق المنافسة الكاملة:

يوجد العديد من الأسواق الإلكترونية المفتوحة، مثل منصات البيع المباشر. وقد وفّرت وسائل التكنولوجيا الحديثة معلومات واضحة عن السلع المعروضة، وسهّلت عملية الوصول إليها؛ ما جعل هذه الأسواق أقرب إلى سوق المنافسة الكاملة؛ إذ يستطيع المستهلك فيها المقارنة بين الأسعار، وتعرّف جودة السلع بسهولة.

2- سوق الاحتكار الكامل:

قد تحتكر إحدى الشركات تطبيقاً ما أو خدمة رقميةً مُعيّنةً، مثل امتلاك شركة واحدة التراخيص الخاصة بالبرامج الحكومية. في هذه الحالة، يُمكن لوسائل التكنولوجيا الحديثة أن تُعزز الاحتكار عند استحواذ شركة واحدة على إحدى براءات الاختراع، أو على منصة رقمية مُعيّنة لا يُمكن الاستغناء عنها.

3- سوق احتكار القلّة:

يُمكن لعدد محدود من الشركات السيطرة على السوق الرقمي والتحكّم فيه. ومن ثمّ، فإنّ التنافس بين هذه الشركات سيكون محدوداً بالرغم من امتلاك كلّ منها قاعدة مُستخدمين ضخمة، كما هو حال الشركات المُتخصّصة في أنظمة التشغيل، مثل: (Microsoft)، و (Apple)، و (Google).

4- سوق المنافسة الاحتكارية:

تعمل بعض المتاجر الإلكترونية على بيع مُنتجات مُتشابهة، لكنّها تستخدم لذلك طرائق عرض مختلفة؛ إذ تتيح وسائل التكنولوجيا الحديثة للشركات الصغيرة تمييز مُنتجاتها عن طريق التسويق الإلكتروني والصور والتجربة الشرائية، بالرغم من تشابه السلع المعروضة. من الأمثلة على هذا النوع من المتاجر: متجر (Etsy)، ومتاجر (Instagram).

نشاط لعبة السوق (تعرّف الأشكال المختلفة للأسواق).

سوق المنافسة الكاملة، سوق الاحتكار الكامل، سوق احتكار القلّة، سوق المنافسة الاحتكارية.

- يُقسّم المُعلّم / المُعلّمة طلبة الصف إلى مجموعات.

- يُوزّع المُعلّم / المُعلّمة على كل مجموعة عدداً من البطاقات العشوائية، كُتِب على بعضها أسماء الأسواق الأربعة، وكُتِب على بعضها الآخر أمثلة حقيقية أو أمثلة افتراضية على هذه الأسواق، مثل: المطاعم، وشركات الاتصالات، وسوق الخضراوات، وشركة الكهرباء.

- يطلب المُعلّم / المُعلّمة إلى أفراد كل مجموعة تحليل شكل السوق المُبيّن في البطاقة، ثمّ ربط المثال المعطى بالسوق المناسب، وبيان السبب.

- يُوجّه المُعلّم / المُعلّمة أفراد كل مجموعة إلى إعداد مشهد تمثيلي قصير، تتراوح مدّته بين دقيقتين وثلاث دقائق، ويوضّح آلية عمل السوق، ثمّ الإجابة عن الأسئلة الآتية:

* كيف يُحدّد السعر؟

* هل يوجد أي نوع من المنافسة؟

* ما دور المُستهلك في ذلك؟

* هل يُمكن دخول السوق بسهولة؟

- يطلب المُعلّم / المُعلّمة إلى أفراد كل مجموعة عرض إجاباتهم أمام أفراد المجموعات الأخرى، ثمّ مناقشتها معًا.
- يُوجّه المُعلّم / المُعلّمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى تسجيل المشهد التمثيلي باستخدام تطبيق (Flipgrid)، أو تطبيق (Canva Video)، أو إعداد عرض تقديمي باستخدام برنامج (Google Slides)، أو برنامج (PowerPoint)، وتضمن العرض صورًا أو رسومًا توضيحية تُبيّن شكل السوق.

دراسة حالة



مدينة الأسواق والمطاعم

يقطن إحدى المدن أفرادٌ يعتمدون في معيشتهم على مجموعة مُتنوّعة من السلع والخدمات. تمتاز هذه المدينة بوجود أربعة أشكال للسوق، يُمثّل كلّ منها نمطًا مختلفًا من التنافس والقرارات الاقتصادية. ومن أمثلتها:

- سوق المدينة للخضار: يجتمع عشرات المُزارعين كل صباح لبيع الخضراوات والفواكه في سوق مفتوح، حيث الأسعار مُتقاربة جدًا، والمشترون يتنقلون بسهولة بين البائعين الذين يعرضون مُنتجات مُتشابهة بصورة كبيرة، ولا قيود على دخول السوق أو الخروج منه.

- شركة النور للكهرباء: هي الشركة الوحيدة التي تُوفّر خدمة الكهرباء للسُكّان؛ إذ لا يوجد بديل عنها، وهي تُحدّد الأسعار بالتنسيق مع الحكومة.

- شركتا سمارت وتكنو للاتصالات: هما الشركتان الوحيدتان اللتان تُقدّمان خدمات الإنترنت والهواتف المحمولة لأفراد المجتمع. وكل شركة تعمل على تقديم عروض جديدة، لكنها تُراقب جيّدًا تسعيرة الشركة الأخرى، وتحرص أن تظلّ أسعار السوق مُتقاربة جدًا.

- كذلك يوجد في هذه المدينة منطقة خاصة بالمطاعم، تُسمّى منطقة الذوق الرفيع للمطاعم، وهي تحوي عشرات المطاعم التي تُقدّم وجبات مُتنوّعة، لكنّ لكل مطعم منها طابعًا خاصًا؛ إذ يختصّ أحدها بتقديم الطعام الإيطالي، ويختصّ آخر بتقديم الطعام الأردني، ويختصّ غيرهما بتقديم أجواء ترفيهية. صحيح أنّ الأسعار مُتفاوتة قليلًا، لكنّ الزبون يهتمّ بالجودة أولاً، ولا يُركّز فقط على السعر.

1- أُصنّف كل حالة من الحالات الأربع تبعًا لشكل السوق (سوق احتكار القلّة، سوق المنافسة الاحتكارية، سوق المنافسة الكاملة، سوق الاحتكار الكامل).

2- أوضّح مُسوِّغ التصنيف بناءً على الخصائص.

3- ما نوع التدخل الحكومي (إن وُجد) المناسب الذي يهدف إلى تحسين الأداء الاقتصادي لكل سوق؟



معلومة تعلّمُها، وأُشارك فيها عائلي

توجد للسوق أشكال مختلفة، يمتاز كلُّ منها بخصائص مُعيّنة. ففي سوق المنافسة الكاملة مثلاً، لا يستطيع أيُّ بائع تحديد السعر وحده كما في سوق الخضراوات والفواكه. أمّا في سوق الاحتكار، فإنَّ بائعاً واحداً يتحكّم في السوق، ويُحدّد الأسعار كيفما يشاء. وأمّا في سوق احتكار القلّة، فإنَّ مجموعة قليلة من الشركات تُهيمن على السوق. وأمّا في سوق المنافسة الاحتكارية، فإنَّ العديد من الشركات تُميّز مُنتجاتها لجذب الزبائن. ولا شكّ في أنَّ فهم شكل السوق يساعد على تعرّف كيفية تحديد الأسعار، وكيف تُؤثّر المنافسة في جودة المُنتجات ومستوى الأسعار.



نصيحة

عند تعرّف السوق وأشكاله، من المُهمّ فهم كيف تُؤثّر المنافسة في الأسعار وجودة المُنتجات؛ لأنّ الفهم الجيّد يساعدنا على اتّخاذ قرارات ذكية بوصفنا مُستهلكين أو رُواد أعمال مستقبليين.

الإعداد



السؤال الأول: أَوْضَحِ المقصود بكلٍّ من المفهومين الآتيين:

سوق المنافسة الكاملة، سوق احتكار القِلَّة.

السؤال الثاني: أَقَارِنِ بين سوق المنافسة الكاملة وسوق المنافسة الاحتكارية من حيث التأثير في الأسعار، وسلوك المُستهلكين.

السؤال الثالث: أذكر مثالاً واحداً على كلٍّ من سوق المنافسة الاحتكارية، وسوق الاحتكار الكامل، وسوق احتكار القِلَّة.

السؤال الرابع: أفسِّر ما يأتي:

1- لا يستطيع أيُّ بائع في سوق المنافسة الكاملة التأثير في سعر السلعة.

2- تتدخل الحكومة في سوق الاحتكار الكامل أحياناً لتنظيم الأسعار.

3- تُعدُّ شركات الاتصالات مثالاً على سوق احتكار القِلَّة.

4- يُمكن للشركات في سوق المنافسة الاحتكارية أن تُؤثِّر تأثيراً جزئياً في الأسعار.

السؤال الخامس: أملأ الفراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

1- يحوي سوق المنافسة الكاملة عدداً كبيراً من المشترين والبائعين، ولا يستطيع أيُّ طرف التأثير في _____.

2- في سوق الاحتكار الكامل، يتحكَّم مُنتِج واحد فقط في توفير _____.

3- في سوق احتكار القِلَّة، يُراقب كل طرف قرارات المُنافسين قبل اتِّخاذ _____.

4- تمتاز السلع في سوق المنافسة الكاملة بأنها مُتجانسة _____.

السؤال السادس: أَسْتَنْتِج: إذا قَدِّمَ عدد كبير من المُنتِجين سلعةً مُتشابهةً بأسعار مُتفاوتة، فإلى أيِّ أشكال السوق ينتمي هذا النهج؟ أبرِّر إجابتي، وأدعِّمها بمثال.

السؤال السابع: أقيِّم مدى فعالية كل شكل من أشكال السوق الآتية في تحقيق العدالة الاقتصادية، ثمَّ أبرِّر إجابتي:

سوق المنافسة الكاملة، سوق المنافسة الاحتكارية، سوق احتكار القِلَّة، سوق الاحتكار الكامل.

السؤال الثامن: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلِّ ممَّا يأتي:

1- من الأمثلة على سوق المنافسة الكاملة:

- (أ) شركة تحتكر إنتاج دواء مُعيَّن.
(ب) سوق الخضراوات والفواكه في مدينة ما.
(ج) متجر لبيع الملابس الفاخرة.
(د) شركة اتصالات كبرى.

2- من الأمثلة على سوق المنافسة الاحتكارية:

- (أ) وجود شركة وحيدة لإنتاج الكهرباء داخل المدينة.
(ب) وجود مطاعم عديدة تُقدِّم أطعمة مُتشابهة بتجارِب مختلفة.
(ج) وجود سوق للبطاطا والخيار في الحقول الزراعية.
(د) وجود شركتين فقط لتقديم خدمة الإنترنت.

3- الذي يُحدِّد السعر في سوق الاحتكار الكامل هو:

- (أ) الحكومة.
(ب) العرض والطلب.
(ج) عدد كبير من البائعين.
(د) مُنتج أو بائع واحد فقط.

4- السَّمة المُشتركة بين الشركات في سوق احتكار القِلَّة هي :

- (أ) عدم وجود معلومات واضحة بين الأطراف.
(ب) عدم القدرة على التأثير في الأسعار.
(ج) التنسيق معاً، أو مراقبة بعضهم لبعض.
(د) تقديم المُنتج نفسه بالطريقة نفسها.

تأثير الأسواق في حياتنا اليومية

أستكشف



في أحد أحياء المدينة، يعتمد السُّكَّان بصورة رئيسة على سوق شعبي عشوائي لتوفير احتياجاتهم اليومية من الخضراوات والفواكه والملابس. يمتاز هذا السوق بانخفاض أسعار السلع المعروضة فيه، وسهولة الوصول إليه، لكنَّ بعض السُّكَّان رصدوا مجموعة من المشكلات المُتكرِّرة في السوق، مثل: التفاوت الكبير في أسعار البائعين من دون وجود مُبرِّرات واضحة، وعرض سلع رديئة الجودة أو مُنتهية الصلاحية في السوق، وبخاصة المواد الغذائية، وغياب الرقابة الرسمية من الجهات المُتخصِّصة؛ ما يُضعف تطبيق المعايير الصَّحيَّة، وعدم وضوح سياسة الإرجاع أو الاستبدال؛ ما يضرُّ بحقوق المُستهلكين، وصعوبة تقديم الشكاوى أو إيصال الملاحظات إلى الجهات المَعنِيَّة. وفي مُقابل ذلك، توجد متاجر مُنظَّمة ومتاجر إلكترونية في المناطق المُجاورة، لكنَّ أسعارها تكون غالباً مُرتفعة مقارنةً بأسعار السوق الشعبي.

- 1- ما أبرز التحدّيات التي يُواجهها المُستهلكون في هذا السوق الشعبي؟
- 2- ما الآثار السلبية المُحتملة لهذا السوق الشعبي في الصَّحة العامة أو الاستقرار الاقتصادي؟
- 3- أيُّهما أفضل: أن أشتري من السوق الشعبي أم من السوق المُنظَّم؟ أبرِّر إجابتي.

نتائج التعلُّم:

- 1- بيان دور الأسواق في توفير احتياجات الأفراد الأساسية.
- 2- استنتاج العلاقة بين نشاط الأسواق وتوفير فرص العمل.
- 3- تحليل التحدّيات الرئيسة التي تُواجهها الأسواق اليوم.
- 4- اقتراح حلول لتحسين بيئة الأسواق على نحوٍ يخدم المجتمع.
- 5- تقدير أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات والأفراد في السوق.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسة:

التجارة الإلكترونية، المُستهلك الذكي.



أفكر

كيف غيّرت التجارة الإلكترونية شكل الأسواق التقليدية؟

● الأسواق في حياتنا:

تعرّفتُ سابقاً أهمية السوق ووظائفه، مُمثّلةً في تنظيم عمليات البيع والشراء، وتحديد الأسعار، وتسهيل عمليات تبادل السلع والخدمات بين المُتَاجِرين والمُستهلكين.

والآن سأتعرف دور الأسواق في الحياة اليومية، وكيف تُؤثّر الأسواق في أحوال الأفراد المعيشية عن طريق توفير السلع والخدمات، وإيجاد فرص العمل، وتشجيع الادخار والاستثمار. فالأسواق لا تُحرّك عجلة الاقتصاد فحسب، بل تُسهم في تحسين جودة حياة الأفراد وتطوير المجتمع.

كذلك سأتعرف التحديات التي تُواجهها الأسواق اليوم، وأتعلّم كيف أصبح مُستهلكاً ذكياً، أستفيد من الأسواق بأفضل طريقة؛ فأحمي بذلك نفسي، وأسهم في بناء اقتصاد وطني متين.

كيف تُسهم الأسواق في تحسين مستوى المعيشة وتطوير المجتمع؟

● تأثير الأسواق في حياتنا اليومية:

تؤدّي الأسواق دوراً محورياً في حياتنا اليومية؛ إذ تُمثّل نظاماً متكاملًا يُؤثّر في طريقة عيشنا بشكل أساسي، ويظهر ذلك جلياً في الجوانب الثلاثة الرئيسة الآتية التي يُبيّنها الشكل (1):

1- توفير السلع والخدمات:

تُمثّل الأسواق القناة الرئيسة التي تُوفّر لنا كل احتياجاتنا، بدءاً بالطعام، وانتهاءً بالخدمات المُعقّدة، مثل: الاتصالات، والرعاية الصّحية. كذلك تمنحنا الأسواق الحديثة، وبخاصة الإلكترونية منها، وصولاً غير مسبوق إلى المُنتَجات العالمية؛ ما يُوسّع من نطاق خياراتنا، ويوفّر علينا الوقت والجُهد في عمليات المقارنة والشراء. وبالمثل، فإن تنوّع المُنتَجات يُؤثّر في أنماط حياتنا وعاداتنا الاستهلاكية، وذلك بتقديم مُنتَجات جديدة تُغيّر من طرائقنا في العمل وتناول الطعام والترفيه عن النفس.

2- إيجاد فرص العمل:

تعمل الأسواق بوصفها مُحَرِّكاً رئيساً لاستحداث الوظائف، ليس فقط في مجال البيع المباشر، وإنما على امتداد سلسلة القيمة كلها، مثل: النقل، والتخزين، والتسويق الإلكتروني، والدعم اللوجستي. كذلك أسهمت الأسواق

الرقمية في ظهور وظائف جديدة لم تكن معروفة من قبل، مثل: تحليل البيانات، والأمن السيبراني. وهي تُعدُّ منصّةً مثاليةً للأفراد؛ إذ تُمكنهم من إطلاق مشروعاتهم الصغيرة ومشروعاتهم المُتوسّطة؛ ما يدعم الابتكار، ويُقلِّل من مُعدّلات البطالة.

3- تشجيع الادخار والاستثمار:

تُمثِّل الأسواق حلقة وصل مُهمّة بين المُدخّرين والمُستثمرين؛ ما يُعزّز النمو الاقتصادي. فمن جهة، تتيح الأسواق المالية (مثل سوق الأسهم) للشركات الحصول على رأس المال اللازم للتوسّع والابتكار؛ ما يؤدي إلى إنتاج سلع وخدمات أفضل، وإيجاد مزيد من فرص العمل. ومن جهة أخرى، تمنح الأسواق الأفراد فرصة لاستثمار مدخراتهم وزيادتها؛ سواء أكان ذلك مباشرة عن طريق الأسهم والسندات، أم بصورة غير مباشرة عن طريق صناديق الاستثمار. ومن ثَمَّ، فإنَّ الاستثمار الناجح يعود بالنفع على الاقتصاد كاملاً، وذلك بزيادة ثروات الأفراد، ومضاعفة قدرة الشركات

على الإنتاج؛ ما ينعكس إيجاباً على مستوى المعيشة. تأسيساً على ما سبق، تُمثِّل الأسواق شريان الحياة للاقتصاد الحديث؛ إذ تُسهِّم إسهاماً مباشراً في توفير احتياجاتنا، وإيجاد فرص عمل عديدة، وتحفيز النمو الاقتصادي عن طريق الاستثمار.



الشكل (1): تأثير الأسواق في حياتنا اليومية.

ما الدور الذي تؤديه الأسواق في حياتنا اليومية من حيث توفير السلع والخدمات، وإيجاد فرص العمل، وتشجيع الاستثمار؟

• أثر الاختلاف بين الأسواق المنظمة والأسواق غير المنظمة في حياتنا اليومية:

يؤثر تنظيم الأسواق تأثيراً كبيراً في حياتنا اليومية، بدءاً بالطعام الذي نتناوله، ومروراً بالملابس التي نرتديها، وانتهاءً بالأموال التي ننفقها. في الأسواق المنظمة، تكون المُنتجات خاضعة لفحوص السلامة والجودة؛ ما يمنحنا شعوراً بالراحة والاطمئنان عند شراء الطعام أو الدواء. كذلك تكون الأسعار مُستقرّة وعادلة بسبب الرقابة على الاحتكار، وتكون حقوق المُستهلك مَحْمِيّة (مثل إمكانية استرجاع المُنتجات المعيبة أو إصلاحها)، ويكون الدفع الإلكتروني آمناً، وتكون الخدمات (مثل: الوقود، والكهرباء) مُطابقةً للمواصفات ومعايير السلامة العامة.

أما الأسواق غير المنظمة فتحمل في ثناياها مخاطر أكبر، مثل: احتمال شراء مُنتجات فاسدة أو مُنتجات مغشوشة، والتقلُّبات الكبيرة غير المُبرّرة في الأسعار، وعدم وجود ضمان من العيوب والخصائر بعد عملية الشراء، والتعرُّض لخطر الاحتيال عند الدفع نقداً أو إلكترونياً، إضافةً إلى اعتماد معايير غير موثوق بها للخدمات والمُنتجات؛ ما قد يؤثر سلباً في حياتنا على المدى الطويل.

الآثار اليومية للأسواق المُنظمة:

- 1- أثر الأسواق المُنظمة في المُستهلك: الشعور بالراحة النفسية والثقة الكبيرة، والتسوّق الأسرع والأكثر أماناً، والحماية المالية من الغش والخداع.
 - 2- أثر الأسواق المُنظمة في البائع: تعزيز الاستقرار، وزيادة فرص النمو، وترسيخ المنافسة العادلة، ومنع الاحتكار.
 - 3- أثر الأسواق المُنظمة في المجتمع: إرساء دعائم أفضل للصّحة العامة، وضمان الاستقرار الاقتصادي، وجمع الضرائب اللازمة لتمويل الخدمات العامة.
- يتبيّن ممّا سبق أنّ الأسواق المُنظمة تُوفّر بيئة آمنة تُعزّز الثقة بالأسواق، وتُشجّع الاستثمار والنمو، في حين تُولّد الأسواق غير المُنظمة حالة من الشكّ وعدم اليقين، تدفعنا إلى الاعتماد على خبراتنا الشخصية لحماية أنفسنا وأموالنا.

- ما الفرق بين الأسواق المُنظمة والأسواق غير المُنظمة؟
- كيف يُؤثر ذلك في المُستهلكين؟

الربط مع التكنولوجيا



المؤسسة الاستهلاكية المدنية
المتجر الإلكتروني

<https://www.jcscshop.gov.jo/>

أطلقت المؤسسة الاستهلاكية المدنية متجرها الإلكتروني بتاريخ 25 أيلول 2021م؛ بُغية تحسين جودة الخدمات، وتسهيل وصول المواطنين إلى السلع الأساسية (مثل: الشكّر، والأرز، والزيت) بأسعار مدعومة؛ ما يسهم في تخفيف الأعباء المعيشية عنهم، ويُوفّر لهم بدائل اقتصادية في ظلّ ارتفاع الأسعار. ومن ثمّ، فقد أسهم تطبيق المؤسسة في تحسين تجربة المُستهلك عبر عمليات الشراء الإلكتروني، وتسهيل عملية الاستفسار عن الأسعار والكميات، وتتبع توافر المواد في الأسواق، إلى جانب تقديم خدمات مُخصّصة للموظّفين والموردين، وإطلاق خدمة التوصيل المنزلي في العاصمة عمّان لضمان راحة المُستخدمين.

كذلك أسهم هذا التطبيق في ضبط السوق بإيجاد نوع من التوازن سعري، والحدّ من التلاعب بالأسعار، وتحفيز التّجار إلى تحسين جودة مُنتجاتهم، إضافةً إلى تعزيز الأمن الغذائي الوطني، وتشجيع ثقافة الشراء الذكي عن طريق التخطيط المُسبق، والمقارنة بين المُنتجات، والاستهلاك الواعي. وقد بدأت المرحلة التجريبية لخدمة التوصيل المنزلي في العاصمة عمّان باستخدام سيّارات خاصة؛ لضمان إيصال الطلبات إلى المواطنين من دون دفعهم أيّ مبالغ إضافية، باستثناء الطلبات الصغيرة؛ إذ تُفرض على إيصالها مبالغ رمزية.

يُذكر أنّ تطبيق المؤسسة مُتوافر في نظام (Android) ونظام (iOS)، وهو يتيح عرض الأسعار والكميات وخدمة التوصيل.

● التحديات المعاصرة التي تواجهها الأسواق:

تواجه الأسواق اليوم عددًا من التحديات التي تؤثر سلبًا في طريقة عملها وفي حياة المستهلكين. وهذه أبرز التحديات:

1- مخاطر التجارة الإلكترونية (E-Commerce):

تشير **التجارة الإلكترونية** إلى عمليات البيع والشراء التي تتم عبر شبكة الإنترنت عن طريق المنصات والمتاجر الرقمية، وتشمل تبادل السلع والخدمات، والدفع الإلكتروني، وإتمام المعاملات عن بُعد. بالرغم من سهولة التسوق عبر شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية، فإن هذه العملية لا تخلو من المخاطر، مثل: الاحتيال، وضعف جودة المنتجات؛ لذا يتعين على المستهلك توخي الحذر عند الشراء من المتاجر الإلكترونية، والتحقق من موثوقية البائع وجودة المنتج.

2- الاحتكار:

يحدث الاحتكار حين تسيطر شركة ما أو جهة واحدة على سوق معين؛ ما يقلل من عملية المنافسة، ويرفع الأسعار على نحو غير عادل. وهذا يؤثر سلبًا في المستهلكين؛ لأنهم يدفعون نفودًا أكثر لشراء منتجات أقل جودة.

3- التضخم:

يقصد بالتضخم ارتفاع الأسعار العام في السوق، الذي يحدث من قدرة الأفراد الشرائية، ويحول دون شراء بعض الأسر للسلع والخدمات بسهولة، لا سيما الأسر ذات الدخل المحدود. كذلك تواجه الأسواق تحديات مؤقتة، مثل: الكوارث، والأزمات. فجائحة كورونا مثلاً سببت اضطرابات مباشرة في الإمدادات والقطاعات، وأحدثت تحولًا كبيرًا في السلوك نحو الاعتماد على الحلول الرقمية، أنظر الشكل (1).

● المستهلك الذكي في مختلف أنواع الأسواق:

ينبغي لنا أن نعي جيدًا ما يدور في الأسواق؛ لكي نتمكن من الاستفادة منها أياً استفادة. وهذا يتطلب منا أن نكون مستهلكين أذكياء. يُعرّف **المستهلك الذكي (Smart Consumer)** بأنه الشخص الذي يتخذ قرارات شراء مدروسة وعقلانية، ويحرص على تحقيق الاستفادة القصوى من موارده المالية، ويهتم بالجودة والسعر واحتياجاته الحقيقية.

في ما يأتي أبرز النصائح التي تساعد المستهلك ليكون ذكيًا في عمليات الشراء وإدارة موارده المالية ونفقاته المتعددة:

1- قراءة المعلومات المدونة على السلعة قبل الشراء، مثل: السعر، وتاريخ الصلاحية، وجودة المنتج.

2- المقارنة بين الأسعار في أكثر من مكان أو متجر للحصول على أفضل سعر.

3- الحذر من العروض التي تبدو جيدة جدًا؛ فقد تكون مضللة، أو غير حقيقية.



1

مخاطر التجارة
الإلكترونية

2

الاحتكار

3

التضخم

الشكل (2): التحديات المعاصرة التي تواجهها الأسواق.

- 4- التحقق من موثوقية البائع أو الموقع، وبخاصة عند الشراء عن طريق الإنترنت.
- 5- إبلاغ الجهات المتخصصة عن أي ممارسات غير عادلة، أو عمليات بيع لمنتجات مغشوشة.
- إنَّ اتباع هذه النصائح يساعدنا على شراء المنتج الجيد بسعر مناسب، ويسهم في إيجاد سوق عادل ومُنظَّم يحمي حقوق جميع الأطراف.

كيف يُمكننا أن نكون مُستهلكين أذكياء في مختلف أنواع الأسواق؟



نشاط أنا المُستهلك الذكي.

- أختار - بالتعاون مع أفراد مجموعتي - واحدة من المهام الآتية:
 - * تمثيل مشهد لموقف حياتي حدث في سوق إلكتروني، مثل: المتاجر الإلكترونية.
 - * تمثيل مشهد لموقف حياتي حدث في سوق شعبي غير مُنظَّم.
 - * تمثيل مشهد لموقف حياتي حدث في متجر مُنظَّم، مثل: المُجمَّع التجاري (المول)، ودُكان بيع المواد الغذائية (السوبرماركت).
 - * تمثيل مشهد لجهة رقابية، مثل: حماية المُستهلك.
- أكتب أنا وأفراد مجموعتي سيناريو المشهد التمثيلي، بحيث تتراوح مدَّته بين ثلاث دقائق وخمس دقائق، ويتضمَّن ما يأتي:
 - * عملية شراء أو استهلاك سلعة، أو الحصول على خدمة مُعيَّنة.
 - * مشكلة واجهها ردُّ فعل المُستهلك الذكي، وكيف تصرَّف بصورة قانونية واعية لمعالجة الموقف.
 - * ردُّ فعل المُستهلك الذكي، وكيف تصرَّف بصورة قانونية واعية لمعالجة الموقف.
- أستخدم أنا وأفراد مجموعتي المفاهيم التي تعلَّمتها عن حقوق المُستهلك، والحماية المالية، واتَّخاذ القرارات الرشيدة في تحليل المشهد التمثيلي:
 - * ما المشكلة أو الخطأ الذي ظهر في المشهد؟
 - * ما السلوك الذكي الذي أقدم عليه المُستهلك؟
 - * هل كان ذلك كافياً؟
 - * ما النصيحة أو الإجراء الذي يُمكن إضافته لتحسين التعامل مع الموقف؟
- أعدُّ أنا وأفراد مجموعتي شرائح بسيطة تُوضِّح خلفية المشهد، أو المفاهيم المُرتبطة به، أو تسلسل الأحداث، وذلك باستخدام برنامج (Google Slides)، أو برنامج (PowerPoint).
- أنشئ أنا وأفراد مجموعتي صوراً افتراضية تُمثِّل نوع السوق (سوق شعبي، سوق إلكتروني...)، وذلك باستخدام إحدى أدوات التصميم، مثل (Canva)، أو إضافة خلفيات واقعية باستخدام إحدى أدوات الذكاء الاصطناعي.
- ألخص أنا وأفراد مجموعتي الأفكار الرئيسة والنصائح الذكية في خريطة ذهنية تفاعلية.

● أخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية:

تؤدي أخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية دوراً فعالاً في بناء نظام اقتصادي عادل ومستدام. وما إن يتبنى الأفراد والشركات مبادئ النزاهة والشفافية والموضوعية، حتى يصبح السوق مُحَرِّكاً للربح، بل داعماً للتنمية المجتمعية الشاملة.

1- مسؤولية الشركات:

يتعين على الشركات أن تضطلع بمسؤولياتها المهنية والأخلاقية والاجتماعية تجاه المُستهلكين والعاملين والبيئة والمجتمع. وفي ما يأتي بيان لذلك:

أ- المُستهلكون: يكون ذلك بتقديم مُنتجات آمنة، وذات جودة عالية، إضافةً إلى التزام الصدق في عمليتي التسعير والإعلان.

ب- العاملون: يكون ذلك بضمان بيئة عمل عادلة وآمنة، إضافةً إلى دفع أجور مناسبة، ومراعاة الحقوق.

ج- البيئة: يكون ذلك بتبني ممارسات صديقة للبيئة، والاستخدام المستدام للموارد.

د- المجتمع: يكون ذلك بدعم قطاعي التعليم والصحة، وتنفيذ المشروعات الصغيرة، والمشاركة في التنمية المحلية.

2- مسؤولية الأفراد والمجتمع المدني:

تقع على كاهل الأفراد والمجتمع المدني مسؤولية اجتماعية تتمثل في ما يأتي:

أ- الشراء الواعي.

ب- دعم الشركات التي تلتزم بمبادئ النزاهة والشفافية والموضوعية والعدالة.

ج- الرقابة الإعلامية والمجتمعية على الممارسات غير الأخلاقية.



مزايا الالتزام بأخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية:

- 1- بناء الثقة والسمعة الحسنة؛ فهما أساس استمرارية الأعمال، وجاذبية الاستثمار.
 - 2- حماية البيئة؛ إذ تُعدُّ المسؤولية البيئية جزءًا من الالتزام الأخلاقي والاقتصادي للشركات؛ ما يُسهم في استدامة الموارد.
 - 3- تعزيز العدالة الاجتماعية؛ إذ تعمل على تقليل الهوة بين الطبقات، وبناء مجتمع مُتماسك.
- إنَّ دمج الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات السوق يجعل الاقتصاد مرناً وعادلاً، ويُحقِّق ازدهاراً يُنعم به الجميع. قال تعالى: ﴿وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ الَّذِينَ إِذَا لَوْ أَعْلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳﴾.

(المطففين: 1-3)

كيف تُسهم أخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز التنمية المستدامة؟

معلومة تعلّمُها، وأُشارك فيها عائلي

لا يُنظر إلى الأسواق بوصفها أماكن لشراء السلع والخدمات فحسب، بل تُعدُّ مصدرًا رئيسًا لفرص العمل؛ إذ يعمل كثير من الناس بائعين وموظفين. وبالمثل، فإنَّ توسُّع الأسواق الإلكترونية أفضى إلى إيجاد فرص عمل جديدة في مجال التعبئة والشحن وخدمة العملاء.

نصيحة

أحرص أن أكون مُستهلكًا ذكيًا ومسؤولًا، وأن أختار ما يلزمني بعناية، وأن أقارن بين الأسعار، وأن أَدعم الأسواق المُنظَّمة؛ لكي تُسهم في بناء اقتصاد متين ومجتمع أفضل.



السؤال الأول: أَوْضَحِ المقصود بمفهوم المُستهلكِ الذكي.

السؤال الثاني: ما الدور الذي تؤديه الأسواق في حياتنا اليومية؟

السؤال الثالث: أَمَلِّ الفراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

- 1- السوق هو المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لتبادل _____ و _____ .
- 2- تتيح الأسواق للأفراد الحصول على _____ و _____ ، مثل _____ .
- 3- تُوفّر الأسواق فرص عمل مُتنوّعة، مثل: العمل في مجال _____ ، و _____ .
- 4- إذا استُخدِمَ المال في مشروعات مُنتجة، فقد يتحوّل الادخار إلى _____ .

السؤال الرابع: أَعْلِلْ ما يأتي:

- 1- أسهمت الأسواق الإلكترونية في إيجاد وظائف جديدة.
- 2- يُعدُّ الادخار خطوة مُهمّة نحو الاستثمار.
- 3- تُعدُّ الأسواق المُنظّمة أكثر أمانًا للمُستهلكين من الأسواق غير المُنظّمة.

السؤال الخامس: أدرس الموقف الآتي، ثمّ أجب عن السؤالين التاليين:

«لاحظ سعيد أن أحد المتاجر الإلكترونية يُقدِّم عروضًا مُغريّة جدًّا، لكنّه تفاجأ بعد عملية الشراء بأنّ السلع رديئة، وأنّها غير مُطابقة لما جاء في العروض من وصف ومزايا».

- 1- ما الخطأ الذي وقع فيه سعيد؟
- 2- كيف يُمكن تجنّب هذا النوع من المشكلات؟ أبرّر إجابتي.

السؤال السادس: افترض أنّ صديقي يُؤيّد شراء مُنتجات الشركات التي لا تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية:

- 1- كيف سأتصرّف حيال ذلك؟
- 2- ما تأثير هذا السلوك في المجتمع؟ أبرّر إجابتي.

السؤال السابع: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلِّ ممَّا يأتي :

1- إذا احتكرت إحدى الشركات سوقًا ما، فإنَّ:

- (أ) الأسعار تقلُّ. (ب) المنافسة تزداد.
(ج) الخيارات تتنوع. (د) الجودة تقلُّ، والأسعار ترتفع.

2- من صفات المستهلك الذكي:

- (أ) المقارنة بين الأسعار والمنتجات، والمُسارعة إلى الشراء دون التحقق من جودة المنتج.
(ب) شراء ما يُعلن عنه نتيجة الانجذاب إليه من دون تفكير أو حاجة حقيقية إليه.
(ج) قراءة المعلومات المدوَّنة على المنتج، والمقارنة بين الأسعار والمنتجات، ومراعاة الجودة قبل الشراء.
(د) الاطلاع على تاريخ الصلاحية، وعدم مراعاتها عند تقييم سلامة المنتج.

3- يُطلَق على ارتفاع أسعار السلع والخدمات باستمرار اسم:

- (أ) الادخار. (ب) التضخم. (ج) الاستثمار. (د) الاحتكار.

4- الإبلاغ عن الممارسات التجارية غير العادلة يهدف إلى:

- (أ) زيادة مبيعات السوق. (ب) تحقيق الربح السريع.
(ج) حماية حقوق المستهلك. (د) دعم الأسواق غير المنظَّمة.

أستكشف



أفترض أنني أريد بيع مُنتَج جديد فاخر، لكنَّ الناس يجهلونهُ، ولا يعرفون عنه شيئاً، فما السبيل إلى تعريفهم به؟ وكيف يُمكن جذب انتباههم وكسب ثقتهم؟ وهل التسويق يعني فقط الإعلان عن مُنتَج ما أو خدمة مُعيَّنة؟ ولماذا يحتفظ المقيّم مثلاً بأسماء عملائه، ويحرص على تلبية رغباتهم، ويراعي اهتماماتهم؟ وكيف يُمكن لمقيّم يُقدِّم قهوة عالية الجودة أن يجذب الزبائن، ويكسب ودَّهم، وينال ثقتهم؟

نتائج التعلُّم:

- 1- تعرّف مفهوم التسويق.
- 2- تتبّع مراحل تطوُّر التسويق من التوجُّه الإنتاجي إلى التسويق الحديث المُتركَز على العميل.
- 3- بيان أهداف التسويق الأساسية.
- 4- التمييز بين أنواع التسويق (التسويق التقليدي، التسويق الرقمي، التسويق الإلكتروني، تسويق العلاقات، تسويق المحتوى...).
- 5- توضيح عناصر المزيج التسويقي (المُنتَج، السعر، المكان، الترويج).

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

التسويق، الهوية والعلامة التجارية، التسويق التقليدي، التسويق الإلكتروني، التسويق الرقمي، التسويق بين الشركات (B2B)، التسويق بين الشركة والمستهلك (B2C)، تسويق العلاقات، تسويق المحتوى، المزيج التسويقي، المكان، الترويج.

● مفهوم التسويق:

التسويق (Marketing): عملية استراتيجية متكاملة تساعد الشركات والأفراد على التعريف بمنتجاتهم أو خدماتهم للعملاء المُستهدفين، بطريقة تجذب انتباههم، وتُلبي احتياجاتهم بفعالية. لا يقتصر التسويق على عملية البيع فحسب، بل يشمل دراسة السوق، وفهم مُتطلَّبات العملاء، والبحث عن أفضل السُّبل لإيصال القيمة المنشودة إليهم.



مراحل تطوّر علم التسويق:

شهد علم التسويق عددًا من مراحل التطوّر على مدار السنين؛ استجابةً لتغيّر احتياجات الأسواق والعملاء. ويمكن إجمال هذه المراحل في ما يأتي:

1- مرحلة التوجّه الإنتاجي: تمثلت هذه المرحلة في التركيز على زيادة كميات الإنتاج وتحسين كفاءته، بصرف النظر عن رغبات العملاء.

2- مرحلة التوجّه البيعي: تمثلت هذه المرحلة في التركيز على بيع المُنتجات وتسويقها من دون إيلاء احتياجات العملاء أهمية كبيرة.

3- مرحلة التوجّه التسويقي الحديث: أصبح العميل في هذه المرحلة محور العملية التسويقية، وأخذت الجهود تتركز على فهم احتياجاته ومحاولة إرضائه؛ لضمان استمرارية العلاقة، وبناء جسور من الثقة والولاء.

أهداف التسويق:

يُعَدُّ التسويق أداة مُهمّة لنجاح أيّ مشروع أو مؤسسة؛ إذ لا يقتصر دوره فقط على التعريف بالمنتج أو الخدمة المُقدّمة، وإنّما يمتدُّ ليشمل تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تضمن استمرارية العمل ونموه، والتي يتمثّل أبرزها في ما يأتي:

1- زيادة حجم المبيعات: يكون ذلك بجذب عملاء جُدد، وتحفيزهم إلى الشراء.

2- تعزيز الهوية والعلامة التجارية (Brand Identity/ Brand): يُقصد بذلك نظرة العملاء إلى الشركة أو المنتج، وتكوين صورة إيجابية ومُميّزة عنهما في أذهان العملاء.

3- فهم طبيعة العملاء وتوجّهاتهم: يجب دراسة رغبات المُستهلكين واحتياجاتهم بصورة مُعمّقة؛ لتقديم عروض تتناسب مع توقّعاتهم واهتماماتهم.

4- بناء علاقات مستدامة: يكون ذلك بتعزيز ولاء العملاء، وضمان استمرار تعاملهم مع المنتج المعروض أو الخدمة المُقدّمة.

أعدّد أهداف التسويق.



التسويق الحكومي الرقمي

الربط مع التكنولوجيا

تسعى الحكومة الأردنية إلى تعزيز دور التكنولوجيا في تسويق الخدمات الحكومية وترسيخ مبادئ الشفافية والموضوعية والمشاركة المجتمعية. وتحقيقًا لهذا الهدف، أطلقت الحكومة مجموعة من الخدمات الرقمية، أبرزها:

1- منصّة الإعلانات الحكومية الموحّدة (advs.gov.jo):

تقدّم وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة خدمة إعلانية موحّدة للمؤسسات الحكومية، تشمل نشر الأخبار، والعطاءات، والوظائف، وأيّة مستجدات حكومية.



تُعَدُّ هذه المِنَصَّة مركزًا شاملًا يجمع كل ما ذُكِرَ آنفًا، وهي تُوفِّر كذلك آليَّة مرنة لأصحاب الأعمال والمُواطنين الباحثين عن فرص عمل للاطِّلاع على أحدث المستجدات في مختلف القطاعات.

2- برنامج التسويق الرقمي:

يُعَدُّ هذا البرنامج نتاج تعاون مُشترك بين وزارة الشباب ومعهد الإدارة العامة، وهو يهدف إلى تمكين الشباب ومساعدتهم على مواكبة التطوُّرات الحديثة في عالم الإعلام الرقمي، وذلك بإكسابهم المهارات العملية والمعرفية المُتعلِّقة بتقنيات التسويق الرقمي؛ ما يُعزِّز فرصهم في سوق العمل الرقمي.

● أنواع التسويق:

تتعدَّد أساليب التسويق تبعًا للوسيلة والجمهور المُستهدف والأسلوب، ومن ثَمَّ تسعى الشركات إلى اختيار الاستراتيجية المناسبة لتحقيق أهدافها. يُصنَّف التسويق إلى أنواع عديدة، يُمكن إجمالها في ما يأتي:

1- التسويق بحسب الوسيلة:

أ- التسويق التقليدي (Traditional Marketing):

أقدم أشكال التسويق، وهو يعتمد على القنوات التقليدية (مثل: التلفاز، والصحف، والمُلصقات، والإذاعة) للوصول إلى العملاء.

ب- التسويق الإلكتروني (E-Marketing):

مفهوم واسع يشمل استخدام جميع الوسائل والتقنيات الإلكترونية في الأنشطة التسويقية؛ سواء أكانت متصلة بشبكة الإنترنت أم غير متصلة بها.

من أمثلته: البريد الإلكتروني، والرسائل النصي (SMS)، والشاشات الإلكترونية في الأماكن العامة، والإعلانات عبر الراديو الرقمي، والمواقع الإلكترونية، والإعلانات عبر التلفاز (حتَّى في حال عدم الاتصال بالإنترنت). وبذلك، فإنَّ التسويق الإلكتروني يشمل أيَّ وسيلة إلكترونية تُستخدَم في التسويق، بصرف النظر عن اتصالها بالإنترنت.

ج- التسويق الرقمي (Digital Marketing):

يُعَدُّ التسويق الرقمي جزءًا من التسويق الإلكتروني، وهو يُركِّز تحديدًا على الأنشطة التسويقية التي تُنفَّذ عبر شبكة الإنترنت باستخدام الوسائط الرقمية.

من أمثلته: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والتسويق عبر مُحركات البحث (SEO)، والإعلانات المُستهدفة عبر الإنترنت، وتسويق المحتوى الرقمي.

يتلخَّص الفرق بين التسويق الإلكتروني والتسويق الرقمي في نطاق كلٍّ منهما؛ فالتسويق الإلكتروني أوسع نطاقًا؛ إذ يشمل أيَّ وسيلة إلكترونية تُستخدَم في التسويق؛ سواء أكانت متصلة بالإنترنت أم غير متصلة به، في حين يقتصر التسويق الرقمي على الوسائط الرقمية المتصلة بالإنترنت فقط.

هل يُعَدُّ كل تسويق إلكتروني تسويقًا رقميًا؟ أبرِّر إجابتي.

2- التسويق بحسب الجمهور المُستهدف:

أ- **التسويق بين الشركات (Business to Business: B2B)**: تسويق تستهدف فيه الشركات عملاء من شركات أخرى، مثل بيع أحد المصانع معدّات لمصنع آخر.

ب- **التسويق بين الشركة والمُستهلك (Business to Consumer: B2C)**: تسويق تستهدف فيه الشركات المُستهلك الفردي مباشرة، مثل: متجر إلكتروني يبيع الأحذية للزبائن مباشرة عبر موقعه الإلكتروني، ومطعم يُقدّم وجبات سريعة للأفراد داخل الفرع أو عبر تطبيق التوصيل، ومتجر لبيع الأجهزة الإلكترونية يتيح الشراء المباشر للمُستهلك.

3- التسويق بحسب الأسلوب:

أ- **التسويق المباشر**: تسويق يتمثل في التواصل المباشر مع العملاء (مكالمات، رسائل، بريد إلكتروني...).

ب- **التسويق غير المباشر**: تسويق يتمثل في الحملات الإعلانية العامة التي تهدف إلى بناء صورة ذهنية.

ج- **تسويق العلاقات (Relationship Marketing)**: نوع من التسويق يُركّز على بناء علاقات قويّة وطويلة الأمد مع العملاء الحاليين؛ بُغية تعزيز ولائهم، وضمان استمرار تعاملهم مع المُنتجات أو الخدمات المُقدّمة، بدلاً من التركيز فقط على جذب عملاء جُدد.

مثال:

شركة تأمين صحيّة مُخصّصة؛ بُغية خصومات ومزايا إضافية للعملاء الذين يُجدّدون عقودهم سنويّاً، وتُرسِل إليهم نصائح صحيّة مُخصّصة؛ بُغية تعزيز العلاقة بهم، وتحفيزهم إلى الاستمرار مع الشركة.

د- **تسويق المحتوى (Content Marketing)**: تسويق يعتمد على تقديم محتوى قيّم ومفيد (مثل: المقالات، ومقاطع الفيديو، والنصائح، والإرشادات)؛ لجذب العملاء، وتعزيز ثقتهم بالعلامة التجارية.

هـ- **التسويق بواسطة المؤثّرين**: اتّفاق مع أشخاص مؤثّرين في منصّات التواصل الاجتماعي للترويج للمُنتجات أو الخدمات، أنظر الشكل (1).

أوضح أنواع التسويق.

أنواع التسويق

بحسب الأسلوب

- التسويق المباشر.
- التسويق غير المباشر.
- تسويق العلاقات.
- تسويق المحتوى.
- التسويق بواسطة المؤثّرين.

بحسب الجمهور المُستهدف

- التسويق بين الشركات (B2B).
- التسويق بين الشركة والمُستهلك (B2C).

بحسب الوسيلة

- التسويق التقليدي.
- التسويق الإلكتروني.
- التسويق الرقمي.

الشكل (1): أنواع التسويق.

● عناصر المزيج التسويقي (Marketing Mix – 4Ps):

يُعرَّف **المزيج التسويقي** بأنه إطار استراتيجي يستخدمه المُسوّقون في التخطيط لاستراتيجيات التسويق وتنفيذها بشكل متكامل، وهو يهدف إلى تلبية احتياجات العملاء، وتحقيق أهداف الشركات. يُعدُّ المزيج التسويقي من الركائز الأساسية لنجاح أيّ خطة تسويقية، وهو يشتمل على أربعة عناصر رئيسة تُعرف باسم 4Ps، وهي:

1 - **المُنتَج (Product)**: يعتمد نجاح المُنتَج في عملية التسويق على جودته،

وخصائصه، ومواصفاته، ومدى قدرته على توفير حاجات العميل وإشباع رغباته.

2 - **السعر (Price)**: يجب تحديد سعر مناسب للمُنتَج؛ بُغية جذب الفئة المُستهدفة، وتحقيق ربح معقول للشركة المُنتجة.

3 - **المكان (Place)**: يُقصد بذلك قنوات التوزيع والأماكن التي يُعرَض فيها المُنتَج، والتي تُسهّل وصوله إلى العملاء.

4 - **الترويج (Promotion)**: يشمل الترويج جميع أنشطة التواصل والتسويق التي تهدف إلى تعريف المُستهلكين بالمُنتَج، وجذبهم إلى تجربته أو شرائه، وإقناعهم بجدوى العرض المُقدّم. من الطرائق المُستخدمة في عملية الترويج: الحملات الإعلانية، والعروض الترويجية، والتسويق عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، إضافةً إلى العلاقات العامة، والتسويق المباشر.



أفكر

أراد أحد رجال الأعمال تسويق مُنتَجَه المُفضَّل، بالتركيز على فهم احتياجات العملاء بدلاً من الانشغال فقط ببيع المُنتَج. ما طريقة التسويق المناسبة للمُنتَج في هذه الحالة؟

أعدّد عناصر المزيج التسويقي.

نشاط اصنع علامتي التجارية الرقمية.

- أختار - بالتعاون مع أفراد مجموعتي - مُنتَجًا حقيقيًا لتسويقه إلكترونياً، أو نبتكر معاً فكرة ما يُمكن تحويلها إلى مشروع رقمي.
- أطبّق أنا وأفراد مجموعتي عناصر المزيج التسويقي الرقمي (4Ps):
 - * المُنتَج: تصميم صورة أو نموذج للمُنتَج باستخدام إحدى أدوات التصميم الرقمية.
 - * السعر: إعداد شريحة عن استراتيجية التسعير تُبيّن سبب اختيار سعر المُنتَج.
 - * المكان: رسم خريطة رقمية تُبيّن توزيع المُنتَج، أو تُظهر مواقع المتاجر الإلكترونية التي سيُعرَض فيها المُنتَج.
 - * الترويج: تنظيم حملة رقمية صغيرة للتعريف بالمُنتَج وتسويقه، مثل: المُلصَق الرقمي، والمنشور في وسائل التواصل الاجتماعي، ومقطع فيديو قصير، وقصة في تطبيق (Instagram).
- أصمّم أنا وأفراد مجموعتي مُلصَقًا رقميًا، ثمَّ نعدُّ معاً منشورًا لوسائل التواصل الاجتماعي، ثمَّ نعمل على إنتاج مقطع فيديو قصير، ثمَّ نختار نوع التسويق الرقمي المناسب للمُنتَج، ونُبيّن سبب اختيار هذا النوع.
- أستخدم أنا وأفراد مجموعتي أجهزة الحاسوب أو الأجهزة اللوحية.
- أستخدم أنا وأفراد مجموعتي من برامج التصميم المجانية، مثل: (Canva)، و(PowerPoint)، أو أيّ أدوات أخرى لإنشاء المحتوى الرقمي.
- أعرض - بالتعاون مع أفراد مجموعتي - مشروعنا على الشاشة التفاعلية، أو نُشاركه معاً عبر الرابط الإلكتروني الخاص بالمجموعة.
- أشرح أنا وأفراد مجموعتي استراتيجيات التسويق التي طبّقناها في المشروع.

- أُقارن أنا وأفراد مجموعتي بين المشروعات المُقدَّمة.
- أُحلَّل أنا وأفراد مجموعتي الأفكار الإبداعية، ثمَّ تُناقش معًا كيف يُمكن للتكنولوجيا تعزيز عملية التسويق وتحقيق أهدافها المنشودة.

● خطوات تطبيق الاستراتيجية التسويقية:

إنَّ تطبيق الشركة استراتيجية تسويقية ناجحة يتطلَّب اتِّباع خطوات منهجية تُفضي إلى تحقيق أهدافها المنشودة، والوصول إلى العملاء بشكل فعَّال. يُمكن إجمال هذه الخطوات في ما يأتي:

- 1- **دراسة السوق:** يُقصد بذلك جمع معلومات عن المُنافسين والعملاء المُحتملين، ثمَّ تحليل هذه المعلومات؛ لفهم اتجاهات السوق، وتعرُّف احتياجات العملاء.
- 2- **تحديد الفئة المُستهدَفة:** يجب تعرُّف أكثر الفئات طلبًا للمُنتج؛ لضمان توجيه الجهود التسويقية بشكل فعَّال.
- 3- **إعداد خُطة تسويقية:** يتعيَّن اختيار الاستراتيجيات والأدوات المناسبة لتحقيق الأهداف المُحدَّدة.
- 4- **التنفيذ والمتابعة:** يشمل ذلك تطبيق الخُطة، ومراقبة النتائج، وتقييم الأداء؛ لإجراء التحسينات اللازمة، وضمان تحقيق الأثر المنشود، أنظر الشكل (2).



الشكل (2): خطوات تطبيق الاستراتيجية التسويقية.

معلومة تعلَّمُها، وأُشارك فيها عائلتي

لا يقتصر التسويق فقط على بيع المُنتجات، وإنَّما يمتدُّ ليشمل فهم ما يلزم العملاء، وكيف يُمكن توفير احتياجاتهم على نحوٍ يزيد من ثقتهم بالمنتج، أو يُحفِّزهم إلى الاستمرار في طلب الخدمة المُقدَّمة؛ فالتسويق الحديث يُركِّز على العميل أولاً، لا على المنتج فحسب، ولا شكَّ في أنَّ بناء علاقات جيِّدة مع العملاء أهمُّ من الاكتفاء فقط بزيادة حجم المبيعات.

نصيحة

أحرص دائماً على استكشاف قدراتي، وإظهار تميُّزي، والتعامل مع الآخرين على نحوٍ يُعزِّز ثقتهم بي.



السؤال الأول: أَوْضَحِ المقصود بالمفاهيم والمصطلحات الآتية:
التسويق، الترويج، تسويق المحتوى.

السؤال الثاني: أعدّد المراحل الثلاث لتطوّر علم التسويق.

السؤال الثالث: ما التحديّ الأكبر الذي يُواجهه المُسوّقون عند التحوّل من التسويق التقليدي إلى التسويق الرقمي؟ أبرّر إجابتي.

السؤال الرابع: أعلّل ما يأتي:

- 1- إنّ تكوين علاقة مستدامة مع العملاء أهمّ من زيادة المبيعات على المدى القصير.
- 2- من المُهمّ تحديد السعر المناسب في المزيج التسويقي لتحقيق أهداف الشركة.
- 3- التسويق الرقمي أكثر فعالية اليوم من التسويق التقليدي في الوصول إلى الفئة المُستهدّفة.

السؤال الخامس:

- 1- أقرّن بين التوجّه الإنتاجي والتوجّه التسويقي الحديث من حيث التركيز على العملاء، واحتياجات كلّ منهم.
- 2- أقرّن بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي من حيث قنوات الوصول، وطريقة التفاعل مع العملاء.

السؤال السادس: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلّ ممّا يأتي:

- 1 - المرحلة التي يصبح فيها العميل محور العملية التسويقية هي:
(أ) التوجّه الإنتاجي. (ب) التوجّه البيعي.
(ج) التسويق التقليدي. (د) التوجّه التسويقي الحديث.
- 2 - جميع الآتية من أهداف التسويق الأساسية، ما عدا:
(أ) زيادة المبيعات. (ب) مدّ جسور الثقة مع العملاء.
(ج) تحسين كفاءة الإنتاج فقط. (د) تعزيز الهوية والعلامة التجارية.
- 3 - يُطلَق على التسويق الذي يُركّز على تقديم محتوى قيّم لجذب العملاء اسم:
(أ) تسويق المحتوى. (ب) التسويق الرقمي. (ج) تسويق العلاقات. (د) التسويق التقليدي.
- 4 - عنصر المزيج التسويقي الذي يهتمّ بتحديد السعر المناسب هو:
(أ) المُنتَج. (ب) السعر. (ج) المكان. (د) الترويج.



اختبار نهاية الوحدة

السؤال الأول:

أوضح المقصود بكل من المفهومين الآتيين: سوق الاحتكار الكامل، الأسواق الإقليمية.

السؤال الثاني:

أيهما أكثر فعالية: السوق التقليدي أم السوق الإلكتروني؟ أبرر إجابتي.

السؤال الثالث:

ما مدى فعالية كل من المنافسة الكاملة والمنافسة الاحتكارية في تحقيق العدالة الاقتصادية؟

السؤال الرابع:

أوضح العلاقة بين الادخار والاستثمار.

السؤال الخامس:

أعلل ما يأتي:

- 1- لا توجد أرباح اقتصادية في سوق المنافسة الكاملة على المدى الطويل.
- 2- سوق الاحتكار الكامل أقل كفاءة في توزيع الموارد من سوق المنافسة الكاملة.
- 3- تتقارب الأسعار في سوق احتكار القلة.
- 4- وجود الأسواق يسهم في تحسين مستوى المعيشة للأفراد.
- 5- يؤثر التضخم سلباً في الأسر ذات الدخل المحدود.
- 6- التزام المستهلك بالإبلاغ عن الغش التجاري يسهم في تحسين بيئة السوق.
- 7- قد يؤدي تسويق المحتوى إلى زيادة ثقة العملاء بالعلامة التجارية.

السؤال السادس:

لاحتكار القلة في سوق الاتصالات آثار سلبية عديدة. اقترح حلولاً للحد من هذه الآثار.

السؤال السابع:

أيهما أفضل: شراء منتج معين سعره مرتفع من متجر موثوق، أم شراء المنتج نفسه بسعر منخفض من موقع إلكتروني غير معروف؟ أبرر إجابتي.



السؤال الثامن:

أفترض أنني أعيش في منطقة لا تتوافر فيها أسواق مُنظمة، ويكثر فيها الغش وارتفاع الأسعار. ما الحلول التي أقترحها لتحسين واقع السوق في هذه المنطقة؟

السؤال التاسع:

- 1- أقرن بين تسويق العلاقات وتسويق المحتوى من حيث الهدف الرئيس لكل منهما.
- 2- أقرن بين المنتج والترويج، بوصفهما عنصرين من عناصر المزيج التسويقي، من حيث الدور الذي يؤديه كل منهما.

السؤال العاشر:

أختار رمز الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

- 1- من خصائص الأسواق الرسمية أنها:
(أ) لا تخضع لأي نوع من أنواع الرقابة.
(ب) تعمل خارج القانون.
(ج) تخضع لرقابة الدولة، وتدفع الضرائب.
(د) تُدار فقط من الأفراد.
- 2- تكون الأسواق غير الرسمية غالباً:
(أ) ضمن المُجمّعات التجارية.
(ب) معفاة من الضرائب، وتنتشر بصورة عشوائية.
(ج) خاضعة لقوانين الاستثمار.
(د) مُتخصّصة فقط في بيع الخدمات.
- 3- من الأمثلة على سوق المنافسة الاحتكارية وجود:
(أ) شركة واحدة فقط لإنتاج الكهرباء.
(ب) وجود سوق للبطاطا في الحقول الزراعية.
(ج) شركتين فقط تُقدّمان خدمة الإنترنت.
(د) عدّة مطاعم تُقدّم أطعمة مُتشابهة بتجارب مختلفة.
- 4- السوق الذي يمتاز بعدم وجود حواجز للدخول والخروج هو:
(أ) سوق المنافسة الكاملة.
(ب) سوق الاحتكار الكامل.
(ج) سوق احتكار القلّة.
(د) السوق العالمي.

- 5- سوق الاحتكار الكامل أقل كفاءة من حيث العدالة في التوزيع؛ لأن:
- (أ) فيه عددًا كبيرًا من المنافسين.
(ب) الحكومة هي التي تُحدّد الأسعار.
(ج) المُستهلكين لا يملكون بدائل أخرى.
(د) تكاليف النقل مُرتفعة.
- 6- من وظائف السوق الأساسية:
- (أ) تخزين الأموال.
(ب) تبادل السلع والخدمات.
(ج) سنّ القوانين.
(د) إصدار الشهادات.
- 7- السوق الذي يعتمد على الإنترنت في عمليات البيع والشراء هو السوق:
- (أ) التقليدي.
(ب) المُنظّم.
(ج) الإلكتروني.
(د) غير الرسمي.
- 8- من التحدّيات التي تُواجهها الأسواق المعاصرة:
- (أ) وفرة المُنتجات.
(ب) مخاطر التجارة الإلكترونية.
(ج) التنافس الحُرّ.
(د) انخفاض الأسعار.
- 9- من خصائص الأسواق المُنظمة:
- (أ) غياب الرقابة.
(ب) انتشار الغش التجاري.
(ج) بيع سلع مغشوشة.
(د) وجود قوانين تحمي المُستهلك.
- 10- ينجم عن نشاط الأسواق في المجتمع:
- (أ) زيادة نسبة البطالة.
(ب) ضعف التبادل التجاري.
(ج) توفير فرص العمل.
(د) تقليل الدخل الأسري.
- 11- من الأمثلة على التسويق التقليدي:
- (أ) الإعلانات في تطبيق (Instagram).
(ب) نشر مقاطع فيديو تعليمية في موقع (YouTube).
(ج) الإعلانات في الصحف والتلفاز.
(د) إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني.

أفترض أنني وأفراد مجموعتي أصحاب مشروع تجاري صغير (متجر إلكتروني، مقهى، مصنع محلي، تطبيق رقمي)، وأننا نريد إعداد مبادرة اجتماعية أو مبادرة بيئية تراعي مبادئ المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، وتسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- تعزيز روح الريادة الأخلاقية والمسؤولية.
- 2- ربط السلوك الاقتصادي بالقيم الاجتماعية والقيم البيئية.
- 3- فهم العلاقة بين السوق والمجتمع.
- 4- تطوير مهارات العمل الجماعي.
- 5- التفكير الإبداعي.

خطوات العمل:

- 1- اختيار نوع المشروع التجاري، مثل: تطبيق للتوصيل المحلي، ومتجر لبيع المستلزمات الطلابية.
- 2- إعداد مبادرة اجتماعية أو مبادرة بيئية ذات صلة بالمشروع، مثل: تخصيص جزء من الأرباح لدعم الطلبة المحتاجين، واستخدام مواد صديقة للبيئة، وتنظيم حملات توعوية، وتوفير فرص عمل مرنة لفئات مُعيَّنة من المجتمع (طلبة، أمهات...).
- 3- تحليل أثر المبادرة في المجتمع والسوق.
- 4- تصميم مُلصق (بوستر)، أو إعداد عرض تقديمي مرئي.

نموذج مُقترح:

- اسم المشروع التجاري:
- فكرة المشروع:
- المبادرة (الاجتماعية، أو البيئية):
- الجهة المستفيدة من المبادرة:
- أثر المشروع في المجتمع والسوق:
- الشعار / المُلصق (البوستر): يُرفق بالرسم أو التصميم.

التقييم:

يُقيّم المشروع وفق سُلّم بناءً على المعايير الآتية:

- 1- وضوح الفكرة.
- 2- جودة المبادرة.
- 3- تحليل الأثر في المجتمع والسوق.
- 4- الشعار، المُلصق (البوستر)، طريقة العرض.
- 5- العمل الجماعي التعاوني.

سَلَمُ التقدير اللفظي لتقييم المشروع

المعيار	بحاجة إلى تحسين (1)	جَيِّد (2)	جَيِّد جدًا (3)	ممتاز (4)
وضوح فكرة المشروع	الفكرة غير واضحة، أو غير مناسبة للمجتمع.	الفكرة مفهومة، لكنّها تقليدية، أو غير مُتماسكة بعض الشيء.	الفكرة واضحة، ومناسبة، وفيها شيء من الابتكار.	الفكرة مُبتكرة، وواضحة، ومناسبة لاحتياجات المجتمع.
جودة المبادرة	المبادرة سطحية، أو تأثيرها غير واضح.	المبادرة بسيطة، لكنّ أثرها محدود.	المبادرة مناسبة، وهي تُظهر وعيًا بالمسؤولية.	المبادرة مُتميّزة، وهي تُظهر حسًا عاليًا بالمسؤولية تجاه المجتمع.
تحليل الأثر في المجتمع والسوق	التحليل غير واضح، أو الأثر معدوم.	التحليل محدود، وهو لا يُظهر فهمًا كافيًا.	التحليل جيّد، وهو يُظهر فهمًا عامًّا لأهمية المشروع.	التحليل دقيق، وهو يُظهر فهمًا عميقًا لأهمية المشروع وتأثيره.
الشعار، المُلصق (البوستر)، طريقة العرض	التصميم غير واضح، أو غير مُرتبط بالفكرة.	التصميم بسيط، ومُفتقر إلى بعض عناصر الجذب.	التصميم مناسب، ومُعبر عن الفكرة بوضوح.	التصميم إبداعي وجاذب، وهو يُمثّل هويّة المشروع بشكل ممتاز.
العمل الجماعي التعاوني	عدم وجود تعاون بين أفراد المجموعة، أو الاعتماد على فرد واحد في أداء المهام.	مشاركة بعض أفراد المجموعة في أداء المهام بصورة محدودة.	تعاون أفراد المجموعة بصورة فعّالة، ومشاركة أغلبهم في أداء المهام.	توزيع المهام بين أفراد المجموعة على نحوٍ يضمن مشاركتهم بصورة فعّالة مُتوازنة.

مَواطن القوّة في المشروع:

الجوانب التي يُمكن تحسينها في المشروع:



الوحدة الرابعة

4

الأنظمة الاقتصادية



- كيف تختار الدول الطريقة المناسبة لتنظيم إنتاج السلع وتوزيعها واستهلاكها من خلال الأنظمة الاقتصادية المختلفة؟

الأنظمة الاقتصادية: المفهوم، والأهمية

أستكشف



في أحد الأيام، اجتمع سُكَّان جزيرة صغيرة للتشاور بخصوص كيفية إدارة مواردهم؛ فقد كان بعض السُّكَّان يزرعون القمح، وكان آخرون يصنعون الأدوات، في حين اشتغل عدد آخر ببيع ما يُنتِجه الجميع في السوق. لاحظ سُكَّان الجزيرة أنَّ بعض العائلات تملك فائضاً من الطعام، وأنَّ عائلات أخرى تعاني نقصاً في الطعام، وأنَّ الأسعار تختلف من يوم إلى آخر، ولا تخضع لأيّ تنظيم. عندئذٍ، طرح حاكم الجزيرة على السُّكَّان مجموعة من الأسئلة، أبرزها:

- كيف نُوزِّع خيراتنا بعدالة؟
- مَنْ الذي يُقرِّر ما ننتج وما نستهلك؟
- كيف يُمكننا توزيع الموارد؟
- مَنْ يملك وسائل الإنتاج؟
- ماذا سيحدث إذا لم يوجد نظام في المجتمع يتولَّى تنظيم عمليتي الإنتاج والتوزيع؟
- أيُّهما أفضل: تحكُّم الدولة الكامل في الاقتصاد أم تحكُّم الأسواق فيه؟ أبرِّر إجابتي.

نتائج التعلُّم:

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

النظام الاقتصادي، الموارد الاقتصادية.

- 1- تعرَّف مفهوم النظام الاقتصادي.
- 2- بيان أهداف النظام الاقتصادي المُتمثَّلة في تحقيق الكفاءة والعدالة والاستقرار الاقتصادي.
- 3- توضيح دور الأنظمة الاقتصادية في تنظيم النشاط الاقتصادي.
- 4- تقدير أهمية النظام الاقتصادي.



أفكر

إذا كانت موارد بلد ما وفيرة جداً، فهل سيظلُّ هذا البلد بحاجة إلى نظام اقتصادي؟ أبرّر إجابتي.

● مفهوم النظام الاقتصادي (Economic System):

يشير مفهوم **النظام الاقتصادي** إلى الأسلوب الذي يعتمد عليه المجتمع أو الدولة في تنظيم النشاط الاقتصادي، ويشمل ذلك عمليات الإنتاج (تصنيع السلع وتقديم الخدمات)، والتوزيع (تخصيص الموارد والثروات)، والاستهلاك (استخدام الأفراد للسلع والخدمات)؛ للوفاء بحاجات الأفراد، وتحقيق التوازن بين الموارد المتاحة والاحتياجات.

كذلك يُعرّف النظام الاقتصادي بأنه الإطار المؤسسي والقانوني الذي يُحدّد كيفية إدارة الأنشطة الاقتصادية وتنظيمها داخل المجتمع.

● النظام الاقتصادي ومُسوِّغات وجوده:

لَمَّا كانت الموارد محدودة والحاجات غير محدودة، فلا بُدَّ من وجود نظام قادر على إدارة الموارد بكفاءة، وتنظيم عملية استخدامها بصورة فعّالة وعادلة.

ومن ثَمَّ، فإنَّ وجود نظام اقتصادي هو أمر ضروري لمعالجة المشكلة الاقتصادية الأساسية التي تتمثّل في ندرة الموارد ومحدوديتها (مثل: الأراضي، ورأس المال، والعمالة)، والطلب المتزايد المستمر على الحاجات؛ ذلك أنَّ رغبات الأفراد ومُتطلّباتهم تفوق كثيراً الموارد المتاحة. ولهذا، فإنَّ الأنظمة الاقتصادية مُصمَّمة على نحوٍ يُمكنها من الإجابة عن ثلاثة أسئلة جوهرية، هي:

- 1- ماذا ننتج؟ أي اختيار السلع والخدمات وفقاً للأولويات.
- 2- كيف ننتج؟ أي تحديد التقنيات المُستخدمة، وتوزيع الأدوار بين القطاعات.
- 3- لِمَنْ ننتج؟ أي توزيع الناتج بين الأفراد، أو توزيعه على الطبقات الاجتماعية.

لماذا نحتاج إلى وجود نظام اقتصادي في المجتمع؟



● عناصر النظام الاقتصادي:

يتطلّب أيُّ نظام اقتصادي وجود عناصر أساسية تُمكنه من أداء وظائفه بكفاءة، وتحقيق التوازن بين الموارد المتاحة والاحتياجات المتزايدة. تشمل هذه العناصر كلاً من الموارد الاقتصادية، وآليات التنسيق الاقتصادي، والدور الحكومي.

1 - الموارد الاقتصادية (Factors of Production):

يشير مفهوم **الموارد الاقتصادية** إلى كل ما يستخدمه المجتمع في إنتاج السلع والخدمات لتلبية احتياجات الأفراد؛ سواء كان ذلك موارد طبيعية، أو موارد بشرية، أو موارد مالية، أو قدرات ابتكارية. وبذلك تُعدّ الموارد الاقتصادية المُدخلات الأساسية لعملية الإنتاج، وهي تنقسم إلى العناصر الأربعة الرئيسة الآتية:

أ- **الموارد الطبيعية (الأرض):** تشمل هذه الموارد المواد الخام، مثل: النفط، والغاز، والمعادن، والمياه. وهي تُعدّ ركيزة أساسية للأنشطة الاقتصادية، وبخاصة في القطاعات الزراعية والصناعية والاستخراجية.

ب- **الموارد البشرية (العمل):** تشمل هذه الموارد حجم القوى العاملة ونوعها. وهي تتأثر بعوامل عدّة، مثل: التعليم، والمهارات، والصّحة، والإنتاجية.

ج- **رأس المال:** يُصنّف رأس المال إلى نوعين، هما:

- رأس المال الحقيقي، مثل: الآلات، والتكنولوجيا، والبنية التحتية.

- رأس المال المالي، مثل: التمويل، والاستثمارات.

لهذا يُعدّ رأس المال عنصراً مُهمّاً لتعزيز الإنتاجية والكفاءة الاقتصادية.

د- **الريادة (ريادة الأعمال):** تشمل الريادة القدرة على تحمّل المخاطر، وتنظيم الموارد، وتحفيز الابتكار لإطلاق المشروعات وتطويرها.

ما أبرز العناصر التي يقوم عليها أيّ نظام اقتصادي؟

2 - آليات التنسيق الاقتصادي:

يُقصدّ بذلك الوسائل التي تُستخدم في تنظيم عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، والتي تختلف بحسب طبيعة النظام الاقتصادي، وهي:

أ- **آلية السوق:** تعتمد هذه الآلية على قوى العرض والطلب؛ لتحديد الأسعار، وتوزيع الموارد، كما في النظام الرأسمالي.

ب- **التخطيط المركزي:** يكون ذلك بتحديد الدولة لحجم الإنتاج والأسعار، والتحكّم في عملية توزيع الموارد، كما في النظام الاشتراكي.

ج- **الأنظمة المختلطة:** تدمج هذه الأنظمة بين آلية السوق والتخطيط المركزي؛ لتحقيق التوازن بين الكفاءة الاقتصادية والعدالة الاجتماعية.

د- **النظام الاقتصادي الإسلامي:** يتيح هذا النظام حرية النشاط الاقتصادي ضمن ضوابط شرعية تحكّم التعاملات الاقتصادية.

- ما أبرز آليات التنسيق الاقتصادي؟

- كيف تختلف هذه الآليات من نظام إلى آخر؟

3- الدور الحكومي:

- يختلف الدور الذي تؤديه الدولة في هذا المجال تبعاً لاختلاف النظام الاقتصادي، وهو يتمثل في أحد الأدوار الآتية:
- أ- الدور المحدود، كما في الاقتصاد الحر؛ إذ تُركّز الدولة على حماية حقوق المُلْكِيَّة، وتطبيق القوانين، وتنظيم المنافسة.
 - ب- الدور المهيمن، كما في الاقتصاد المُخطَّط؛ إذ تتحكَّم الدولة في معظم الأنشطة الاقتصادية.
 - ج- الدور التكميلي، كما في الأنظمة المختلطة؛ إذ تتدخل الدولة لضمان العدالة الاجتماعية، وتوفير الخدمات الأساسية، والإبقاء - في الوقت نفسه - على دور السوق، أنظر الشكل (1).



الشكل (1): عناصر النظام الاقتصادي.

الدور الحكومي الرقمي في الأنظمة المختلطة

الربط مع التكنولوجيا

يُمكن للدولة أن تؤدي أدواراً مُتعدِّدة في المجال الرقمي تبعاً لدرجة تدخلها في الاقتصاد. وهذه أبرز الأدوار:

1- الدور المحدود: يقتصر هذا الدور على وضع أطر تنظيمية، مثل: حماية المُلْكِيَّة الفكرية الرقمية، وحوكمة البيانات لضمان المنافسة العادلة.

مثال:

قوانين حماية البيانات في الاتحاد الأوروبي (GDPR: noitalugeR noitcetorP ataD lareneG).

2- الدور المهيمن: يتمثل هذا الدور في إدارة الموارد والإنتاج عبر بوابات رقمية وطنية، واستخدام تقنيات إنترنت الأشياء (Internet of Things: IoT) في مراقبة سلاسل التوريد والإنتاج.

مثال:

إدارة الصين المصانع الذكية والبنية التحتية للطاقة عن طريق المنصات الحكومية الرقمية.

3- الدور التكميلي: يُركّز هذا الدور على تقديم خدمات حكومية إلكترونية شفافة، مثل: الدعم الاجتماعي، والتحويلات النقدية المباشرة عن طريق التطبيقات الرقمية.

مثال: نظام (تكافل) في الأردن الذي يُقدِّم مساعدات للأسر المحتاجة عن طريق المحافظ الإلكترونية.

● النظام الاقتصادي: الأهداف، الدور، الأهمية:

تُمثِّل الأنظمة الاقتصادية الهيكل الأساسي الذي يُنظَّم الحياة الاقتصادية في المجتمع، ويتيح تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تضمن استدامة النشاط الاقتصادي وتحسين جودة حياة الأفراد. غير أنَّه لا يُمكن فصل هذه الأهداف عن الدور التنظيمي للنظام، أو عن أهميته في حياتنا اليومية؛ فهي جميعًا تُشكِّل منظومة مترابطة تُحقِّق التوازن الاقتصادي والاجتماعي.

أولاً: الأهداف الأساسية للنظام الاقتصادي.

يسعى أيُّ نظام اقتصادي إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسة متكاملة، هي:

- 1- **الكفاءة:** يُقصد بالكفاءة الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة (مثل: الأراضي، ورأس المال، والعمل)؛ بُغية إنتاج السلع والخدمات التي يحتاج إليها المجتمع بأقل تكلفة مُمكنة وأعلى إنتاجية.
- 2- **العدالة:** تهدف العدالة إلى تحقيق توزيع عادل للثروات والدخل والفرص بين أفراد المجتمع، بما يُقلِّص الفجوات الاقتصادية، علمًا بأنَّ مفهوم العدالة يختلف من نظام اقتصادي إلى آخر.
- 3- **الاستقرار:** يُقصد بالاستقرار الحدُّ من التقلُّبات الاقتصادية الحادَّة، مثل: التضخُّم المُفْرِط، وارتفاع مُعدَّلات البطالة؛ ما يضمن توفير بيئة اقتصادية مُستقرَّة يُمكن التنبُّ بها.
- 4- **النمو:** يُقصد بالنمو تعزيز الإنتاجية، وزيادة الدخل القومي على المدى الطويل؛ ما يؤدي إلى تحسُّن مستمر في مستوى المعيشة، أنظر الشكل (2).



الشكل (2): الأهداف الأساسية للنظام الاقتصادي.

ما أبرز الأهداف التي يسعى النظام الاقتصادي إلى تحقيقها؟



نشاط رحلة الأهداف الاقتصادية.

- يُقسَّم المُعَلِّم / المُعَلِّمة طلبة الصف إلى مجموعات.
- يُوجَّه المُعَلِّم / المُعَلِّمة أفراد كل مجموعة إلى استعراض عدد من المواقف والأمثلة على الأهداف الاقتصادية، مثل: توفير فرص العمل، وارتفاع الأسعار، وتقليص الفجوة بين الأغنياء والفقراء، والاستثمار في قطاعي التعليم والصَّحة.
- يطلب المُعَلِّم / المُعَلِّمة إلى أفراد كل مجموعة توظيف عدد من التقنيات الحديثة أثناء أداء المهمة المنوطة بهم، مثل:

* (Quizizz)، أو (Kahoot):

- لإنشاء اختبارات تفاعلية تتضمَّن تحويل المواقف إلى أسئلة اختيار من مُتعدد، وتحديد الهدف الاقتصادي المُربَّط بكل موقف.

* (Padlet):

- لإنشاء لوحات تفاعلية افتراضية، تحوي كلُّ منها أربعة أعمدة (الكفاءة، العدالة، الاستقرار، النمو)، وتتضمَّن وضع الأمثلة أو الصور المناسبة في العمود الصحيح.

* (Mentimeter):

- لإنشاء العروض التقديمية التفاعلية واستطلاعات الرأي المباشرة، التي تتضمَّن طرح سؤال مفتوح، مثل: ما أهم تأثير للنظام الاقتصادي في حياتنا اليومية؟ ثمَّ تُعرض الإجابات على هيئة سحابة كلمات.

- يُوجَّه المُعَلِّم / المُعَلِّمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى كتابة مُلخص موجز يوضِّح الروابط بين الأمثلة والأهداف الاقتصادية، والاستنتاجات التي توصَّل إليها أفراد كل مجموعة.

ثانياً: دور النظام الاقتصادي في تنظيم النشاط الاقتصادي (كيف تتحقَّق الأهداف؟).

يتطلَّب تحقيق الأهداف الأساسية للنظام الاقتصادي أن يضطلع هذا النظام بمجموعة من الأدوار التنظيمية التي تُوجَّه النشاط الاقتصادي، وتضبط توازنه. وهذه أبرزها:

1- **تحقيق الكفاءة:** يكون ذلك بتنظيم عمليات الإنتاج، وتحديد أولويات السلع والخدمات، وتوجيه الموارد نحو أكثر الاستخدامات فعالية.

2- **تحقيق العدالة:** يكون ذلك بوضع آليات تُنظِّم توزيع الدخل والثروة، مثل: الضرائب التصاعدية، وبرامج الدعم الاجتماعي.

3- **تحقيق الاستقرار:** يكون ذلك بضبط العلاقة بين العرض والطلب، وضمان استقرار الأسعار، والحدِّ من الممارسات الضارَّة، مثل الاحتكار.

4- **تحفيز النمو:** يكون ذلك بدعم الاستثمار، وتشجيع الابتكار، وتهيئة بيئة أعمال تُسهِّم في زيادة الإنتاجية والتوظيف.

ثالثاً: أهمية النظام الاقتصادي في حياتنا.

تؤثر أهداف النظام الاقتصادي وأدواره تأثيراً مباشراً في حياة الأفراد والمجتمعات، وتتمثل أهمية هذا النظام في ما يأتي:

1- **منع الفوضى الاقتصادية:** يكون ذلك بتنظيم عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، وضمان توافر السلع الأساسية، ومكافحة الاحتكار.

2- **تعزيز الرفاهية:** يكون ذلك بتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد؛ ما يزيد من وفرة السلع والخدمات، ويُحسّن جودتها.

3- **بناء مجتمع مُتماسك:** يكون ذلك بتحقيق العدالة الاجتماعية، وتقليص الفجوات الاقتصادية، وتعزيز الشعور بالإنصاف والعدالة.

4- **توفير فرص عمل مستقبلية:** يكون ذلك بدعم النمو الاقتصادي المستدام الذي يُولد فرص عمل جديدة للأفراد والأجيال القادمة.

5- **ضمان الأمن الاقتصادي:** يكون ذلك بالحفاظ على الاستقرار المالي، والحدّ من آثار الأزمات الاقتصادية والاجتماعية؛ ما يمنح أفراد المجتمع والمستثمرين شعوراً بالأمان والطمأنينة.

إنّ الأنظمة الاقتصادية ليست نظريات أكاديمية فحسب، بل تُمثّل أداة عملية لتنظيم الحياة الاقتصادية، وتحقيق التوازن بين حاجات الأفراد وإمكانيات المجتمع. وهي تسعى من خلال أدوارها التنظيمية إلى بلوغ الأهداف الأساسية التي تتمثّل في الكفاءة والعدالة والاستقرار والنمو، وتؤدي مُجمعةً إلى الغاية الكبرى، وهي بناء مجتمع مُستقرّ مُزدهر يتمتّع أفرادُه بالأمن الاقتصادي وجودة الحياة، أنظر الشكل (3).

أهمية النظام الاقتصادي في حياتنا

1 منع الفوضى الاقتصادية.

2 تعزيز الرفاهية.

3 بناء مجتمع مُتماسك.

4 توفير فرص عمل مستقبلية.

5 ضمان الأمن الاقتصادي.

الشكل (3): أهمية النظام الاقتصادي في حياتنا.

كيف يُسهم النظام الاقتصادي في تحسين جودة حياة الأفراد والمجتمعات؟



معلومة تعلّمُها، وأُشارك فيها عائلتي

يُمكن تشبيه النظام الاقتصادي في أيّ دولة بعقل الإنسان الذي يحكم تصرّفاته وسلوكاته، ويُمكنه من تسيير شؤون حياته اليومية؛ إذ يعمل النظام الاقتصادي على تنظيم استخدام الموارد (مثل: الأرض، والعُمل، والمال)، ويُبيّن كيف يُمكن الاستفادة منها على النحو الأمثل. فهو الذي يُحدّد ما يتعيّن علينا إنتاجه، وكيف نُنتجه، ولمن نُنتجه؛ ما يؤدي إلى تلبية حاجات الأفراد، وتحقيق التوازن بين العدالة والكفاءة.



نصيحة

ينبغي لنا أن نبحث عن الطرائق المناسبة لتحسين استخدام الموارد من حولنا، بما في ذلك أوقاتنا، ومهاراتنا، وأموالنا؛ فكل نظام اقتصادي ناجح يبدأ باختيارنا اليومية.

نسخة قيد الإعداد



السؤال الأول: ما العناصر الأساسية للنظام الاقتصادي؟

السؤال الثاني: أعدّد الأهداف الأساسية للأنظمة الاقتصادية.

السؤال الثالث: أعلّل ما يأتي:

- 1- يحتاج كل مجتمع إلى وجود نظام اقتصادي فيه.
- 2- تختلف آليّة التنسيق الاقتصادي من نظام إلى آخر.
- 3- لا يُمكن الاستغناء عن الدور الحكومي في أيّ نظام اقتصادي.
- 4- يُسهّم النظام الاقتصادي في منع الفوضى الاقتصادية.

السؤال الرابع: كيف تُؤثّر آليّة السوق والتخطيط المركزي في النظام الاقتصادي في توزيع الموارد والدخل بين الأفراد وتحقيق العدالة الاجتماعية؟ أدعّم إجابتي بمثال على ذلك.

السؤال الخامس: افترض وجود مجتمع يعتمد على آليّة السوق ومجتمع آخر يعتمد على التخطيط المركزي:

- 1- أيّ النظامين سأختار؟
- 2- ما الأسباب التي قد تدفعني إلى تفضيل أحد النظامين على الآخر؟

السؤال السادس: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلّ ممّا يأتي:

- 1- يُعرّف النظام الاقتصادي بأنّه:
 - أ) طريقة لإنتاج السلع والخدمات وإعادة تدويرها.
 - ب) أسلوب يُنظّم النشاط الاقتصادي بما يتضمّن من إنتاج وتوزيع واستهلاك.
 - ج) وسيلة لجني مزيد من الأرباح وزيادة المشروعات الربحية في الدولة.
 - د) نظام قانوني يُحدّد شكل الحكومة، وقوانينها، والضرائب التي تفرضها.

2- السبب الرئيس لوجود الأنظمة الاقتصادية هو:

- أ) وفرة الموارد والأموال الموجودة في البنوك.
- ب) محدودية الموارد، وزيادة الطلب على الحاجات غير المحدودة.
- ج) سهولة الحصول على كل ما يحتاج إليه الإنسان.
- د) غياب الحاجة إلى التنظيم والخدمات.

3- من عناصر النظام الاقتصادي:

- أ) الموارد الاقتصادية، وآليات التنسيق، والدور الحكومي.
- ب) الاستهلاك، والادخار، والاستثمار في المشروعات.
- ج) الزراعة، والصناعة، والتجارة، والخدمات الحكومية.
- د) الضرائب، والتعليم، والصحة، والصناعة.

4- إحدى الآتية تُعدُّ من الموارد البشرية:

- أ) النفط، والغاز.
- ب) الآلات، والمصانع.
- ج) القوى العاملة، والمهارات.
- د) التمويل، والديون.

أنواع الأنظمة الاقتصادية وخصائصها

أستكشف



- هل يُمكن توزيع الموارد المحدودة على جميع الأفراد بصورة عادلة؟
- إذا كانت الإجابة بالإيجاب، فكيف يُمكن تحقيق ذلك؟
- لماذا تختلف الدول في ما بينها من حيث مستوى المعيشة؟
- هل يُعزى ذلك فقط إلى النظام الاقتصادي؟
- ما الفرق بين المُلْكِيَّة الخاصة والمُلْكِيَّة العامة والمُلْكِيَّة الوقفية؟
- كيف تُؤثِّر كلٌّ من هذه المُلْكِيَّات في إدارة الموارد؟

● أنواع الأنظمة الاقتصادية:

تختلف المجتمعات في طرائق تنظيم أنشطتها الاقتصادية؛ أي تختلف في كيفية إنتاج الموارد والسلع والخدمات، وتوزيعها، واستهلاكها. ولهذا تعتمد كل دولة أو مجتمع على نظام اقتصادي يُحدِّد مَنْ يملك وسائل الإنتاج، ويبيِّن كيف تُتخذ القرارات الاقتصادية، ويوضِّح الآليات التي تُنظِّم حركة السوق.

بوجه عام، تُصنَّف الأنظمة الاقتصادية إلى الأنواع الرئيسة الآتية التي يبيِّنها الشكل (1):

- النظام الرأسمالي.
- النظام الاشتراكي.
- النظام الاقتصادي الإسلامي.
- النظام المختلط.

نتائج التعلُّم:

- 1- تعرَّف أنواع الأنظمة الاقتصادية.
- 2- توضيح مفهوم الأنظمة الاقتصادية (النظام الرأسمالي، النظام الاشتراكي، النظام الاقتصادي الإسلامي، النظام المختلط).
- 3- استنتاج خصائص كلٍّ من النظام الرأسمالي، والنظام الاشتراكي، والنظام الاقتصادي الإسلامي، والنظام المختلط.
- 4- تحليل أثر كل نظام اقتصادي في حياة الأفراد والمجتمع، مثل: مستوى المعيشة، والعدالة الاجتماعية، والكفاءة الاقتصادية.
- 5- تبني موقف إيجابي تجاه التعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص لتحقيق مصلحة المجتمع.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسة:

النظام الرأسمالي، النظام الاشتراكي، النظام الاقتصادي الإسلامي، النظام المختلط، المُلْكِيَّة الخاصة، المُلْكِيَّة الوقفية.



أفكر

هل يُمكن لنظام اقتصادي واحد أن يُحقّق الكفاءة والعدالة في آنٍ معاً، أم أنّ التوازن بينهما يتطلب مزيجاً من الأنظمة؟ أبرّر إجابتي.

علماً بأنّ كل نظام من هذه الأنظمة يمتاز بأسلوبه الخاص في تنظيم الاقتصاد، وتحقيق التوازن بين احتياجات الأفراد واحتياجات المجتمع. سأتعرف في هذا الدرس الأنظمة الاقتصادية الرئيسة، والخصائص المُميّزة لكلٍّ منها؛ فأتمكّن من بناء فهم عميق لآلية عمل كلّ منها، وأثر ذلك في حياة الأفراد.

ما الأنواع الرئيسة للأنظمة الاقتصادية؟



الشكل (1): أنواع الأنظمة الاقتصادية.

1 - النظام الرأسمالي (Capitalist System):

يُعَدُّ **النظام الرأسمالي** نظاماً اقتصادياً يقوم على المُلْكِيَّة الخاصة (Private Property) لوسائل الإنتاج، ويعتمد على آلية السوق الحرة في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتحديد الأسعار، وتخصيص الموارد. يُقصد بمفهوم **المُلْكِيَّة الخاصة** حقُّ الفرد والجهة الخاصة في التصرف في المال أو العقار أو الموارد وفقاً لرغبة كلّ منهما، ضمن حدود القانون؛ أي إنّ صاحب المُلْكِيَّة الخاصة يحقُّ له استخدام هذه المُلْكِيَّة، أو بيعها، أو تأجيرها، أو التنازل عنها متى شاء.

مثال (1):

امتلاك شخص ما أو شركة خاصة منزلاً أو أرضاً. يتيح النظام الرأسمالي للسوق تحديد الأسعار وتوزيع الموارد بناءً على قوى العرض والطلب، ويشمل ذلك وسائل الإنتاج من مصانع وشركات وأراضٍ، ومن ثمّ يُمكن للأفراد والمؤسسات امتلاك هذه الموارد وإدارتها بصورة كاملة، بما يُحقّق المصالح والأهداف المنشودة لكلٍّ من الأفراد والمؤسسات.

مثال (2):

الشركات التي تُمثّل نماذج بارزة للملكية الخاصة (مثل: شركات المقاولات، والمستشفيات الخاصة، وشركة أبل، وشركة مايكروسوفت)، وتسعى إلى تحقيق أرباح مُتزايدة. يتيح النظام الرأسمالي للأفراد والمؤسسات اتّخاذ القرارات الاقتصادية بصورة لامركزية، ومن ثمّ تقرير ما يُمكن إنتاجه، وكيف تُسعر المُنتجات وفقاً لإشارات السوق ورغبات المُستهلكين.

مثال (3):

ابتكار أحد المطاعم وجبات جديدة استجابةً لطلبات الزبائن. يعتمد توزيع الموارد في هذا النظام على آلية السوق؛ أيّ بحسب قانون العرض والطلب. فإذا ارتفع الطلب على سلعة مُعيّنة مثل الهواتف الذكية، زاد المُنتجون من إنتاجها؛ تلبيةً لهذا الطلب، وسعيًا لكسب أرباح إضافية. أما الحوافز التي تُحرّك الأفراد والشركات فهي غالبًا مادية؛ إذ يسعى الجميع إلى تعظيم الأرباح وزيادة حجم الثروة.

مثال (4):

اتّخاذ أحد رجال الأعمال قرارًا يقضي بتوسيع استثماراته لتحقيق عوائد مالية أكبر.

لماذا يُشجّع النظام الرأسمالي كلاً من الابتكار والمنافسة؟

2- النظام الاشتراكي (Socialist System):

يقوم **النظام الاشتراكي** على الملكية الاجتماعية أو الملكية العامة لوسائل الإنتاج، إلى جانب هيمنة التخطيط المركزي على توجيه الاقتصاد وتوزيع الموارد. في هذا النظام، تستحوذ الدولة على القطاعات الحيوية والمصانع الكبرى، وتُشرف على إدارتها؛ خدمةً للمصلحة العامة بدلاً من تحقيق الربح. على سبيل المثال، بعض الحكومات الاشتراكية تضع يدها على القطاعات المُهمّة، مثل: قطاع الصّحة، وقطاع الطاقة، وقطاع التعليم؛ للوفاء باحتياجات المُواطنين الأساسية.

كذلك تحرص الدول الاشتراكية على اتّخاذ القرارات الاقتصادية بشكل مركزي؛ إذ تعمل هيئة التخطيط على تحديد ما يجب إنتاجه من سلع وخدمات، وبيان كيفية توزيعها، فضلاً عن تحديد أنواع هذه السلع والخدمات وكمياتها. على سبيل المثال، قد تضع الحكومة - التي تتبع النظام الاشتراكي - خطة خماسية لتدريب عدد مُحدّد من الأطبّاء، ثمّ تُوزّعهم على المناطق المختلفة، بناءً على حاجة السكّان والأولوية الوطنية. **والخطة الخماسية** برنامج حكومي للتنمية، مدّته خمس سنوات، وهو يتضمّن تحديد فيه أهداف الدولة ومواردها لتحقيق التنمية في مختلف المجالات.

يهدف النظام الاشتراكي إلى تحقيق العدالة الاجتماعية، وتقليل الفروق الطبقيّة بين فئات المجتمع، عن طريق توفير الخدمات الأساسية للمُواطنين (مثل: السكن، والتعليم، والرعاية الصّحية) إمّا بصورة مجّانية، وإمّا بدعم حكومي مباشر، بعيداً عن تقلّبات السوق وآلياتها المُتعدّدة.

يُعنى النظام الاشتراكي بتحفيز الأفراد معنوياً ومادياً؛ فالى جانب اهتمام الدولة بالعنصر المادي (مثل: الأجور، والرواتب)، فإنّها تهتمّ بتعزيز المنظومة المجتمعية، وذلك بتشجيع الأفراد المشاركة في أعمال تطوّعية تُسهم في بناء المجتمع، وتعود بالنفع على المصلحة العامة، مثل تخصيص المُعلّم جُلّ وقته لتعليم الأطفال في المناطق النائية بدافع المسؤولية الاجتماعية.

بالرغم من ذلك، فقد تعرّض النظام الاشتراكي للعديد من الانتقادات؛ لما يعترض طريقه من تحدّيات ومُعَوَّقات، مثل: ضعف الكفاءة في تخصيص الموارد أحياناً، ونقص الحوافز الداعمة للابتكار والإبداع، إضافةً إلى البطء في اتّخاذ القرارات، وصعوبة إدارة الاقتصاد بصورة مركزية؛ ما قد يؤدي إلى نقص في بعض السلع، أو تراجع في الجودة مقارنةً بالاقتصادات القائمة على المنافسة.

ما طبيعة المُلْكِيَّة وطرائق اتّخاذ القرارات الاقتصادية في النظام الاشتراكي؟

3 - النظام الاقتصادي الإسلامي (Islamic Economic System):

يرتكز **النظام الاقتصادي الإسلامي** على مبادئ الشريعة الإسلامية في جميع معاملاته، مثل: تحريم الربا، وفرض أداء الزكاة، وتحقيق التكافل الاجتماعي.

يمتاز هذا النظام بمزجه بين المُلْكِيَّة الخاصة والمُلْكِيَّة العامة والمُلْكِيَّة الوقفية؛ إذ يُمكن للأفراد امتلاك وسائل الإنتاج ضمن حدود الشريعة، لكنّ الدولة تحتفظ ببعض القطاعات الأساسية لضمان المصلحة العامة.

تُعرّف **المُلْكِيَّة الوقفية (Waqf Property)** بأنّها نظام يقوم على تخصيص مال (مثل: العقار، والمحل التجاري)، بحيث يبقى أصله محفوظاً (لا يُباع، ولا يوهب، ولا يُورث)، ويُخصّص ريعه أو منفعته (مثل إيجارته) بشكل دائم لتمويل مشروع خيري مُعيّن أو مشروع اجتماعي مُحدّد (مثل: المساجد، والمدارس، والمستشفيات)، أو لإعانة الفقراء والطلبة، وفقاً لشروط الشخص الموقّف (الواهب).

من الأمثلة على المُلْكِيَّة الوقفية: بناء أحد الأفراد مسجداً، أو مستشفى، أو مدرسة، ثمّ تخصيص هذا البناء وفقاً للمصلحة العامة.

تُتخذ القرارات الاقتصادية في هذا النظام بناءً على ضوابط الشريعة الإسلامية التي تُحرّم الربا، وتمنع الاحتكار، وتُشجّع التجارة التي أرسى دعائمها الإسلام. ومن ثمّ تحرص البنوك الإسلامية على تقديم التمويل اللازم للأفراد والمؤسسات وفق صيغ شرعية، مثل المرابحة.

في سياق متصل، يهدف توزيع الموارد في النظام الإسلامي إلى تحقيق العدالة والكفاية للجميع، وذلك باستخدام العديد من الأدوات (مثل: الزكاة، والصدقات) التي تستهدف الفقراء والمحتاجين؛ لضمان حياة كريمة لهم. وفي ما يختصّ بالحوافز في النظام الإسلامي، فإنّها تجمع بين ما هو دنيوي مثل تحقيق الربح. وما هو أُخروي، مثل الأجر والثواب.

ما طبيعة المُلْكِيَّة وطرائق اتّخاذ القرارات الاقتصادية في النظام الاقتصادي الإسلامي؟

4 - النظام المختلط (Mixed System):

يجمع **النظام المختلط** بين خصائص النظام الرأسمالي وخصائص النظام الاشتراكي، ويتمثّل في مشاركة الحكومة والقطاع الخاص في النشاط الاقتصادي.

يُعَدُّ هذا النظام مزيجاً من المُلْكِيَّة الخاصة ومُلْكِيَّة الدولة في ما يخصّ القطاعات الأساسية. على سبيل المثال، توجد في الأردن شركات خاصة، مثل البنوك والمطاعم، إلى جانب قطاعات حيوية يَغلب عليها طابع المُلْكِيَّة العامة، مثل: قطاع الكهرباء، وقطاع المياه، والطرق العامة.

الربط مع التكنولوجيا

الأنظمة المختلطة والتكنولوجيا

في ظل انتشار الأنظمة الاقتصادية المختلطة، أصبح التحوّل الرقمي أداة أساسية لتحقيق التوازن بين تدخل الدولة وسياسات السوق. وهذه بعض الأمثلة على ذلك:

1- التحليل الاقتصادي الذكي: تستخدم العديد من الحكومات تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة لمراقبة الأسواق، والتنبؤ بتأثير السياسات الاقتصادية؛ ما يتيح لها تعديل السياسات مباشرة (في الوقت الفعلي)؛ لتحقيق الكفاءة والعدالة.

2- منصّات التعاون الرقمي: تشهد كثير من دول العالم اليوم تطوير منصّات مشتركة بين القطاع العام والقطاع الخاص لتشجيع الشراكات الاستثمارية، لا سيّما في مجال التكنولوجيا المالية ومجال الطاقة المتجددة؛ ما يعزّز الكفاءة الاقتصادية، ويحقّق العدالة الاجتماعية.

فمثلاً، مشروع (شبكة الألياف الضوئية الوطنية) في الأردن هو مبادرة استراتيجية تهدف إلى إنشاء بنية تحتية رقمية متكاملة باستخدام الألياف الضوئية؛ لدعم عملية التحوّل الرقمي، وتحسين سرعة الإنترنت، وتقليل الفجوة الرقمية.

أمّا بالنسبة إلى اتّخاذ القرارات الاقتصادية في النظام المختلط، فإنّه يكون مُشترَكًا بين السوق والحكومة؛ إذ تُحدّد الشركات الخاصة أسعار مُنتجاتها وخدماتها بحريّة، في حين تتدخّل الدولة عند الضرورة لحماية المواطنين، كما في حال دعم الخبز والوقود وقت الأزمات، وتحديد أسعار الأدوية الأساسية.

بحسب هذا النظام، فإنّ الموارد تُوزّع جزئيًا باليّة السوق، وتُوزّع جزئيًا كذلك بتدخل الحكومة لتحقيق العدالة والتوازن الاجتماعي. ويتجلى ذلك في تقديم الخدمات الأساسية (مثل: التعليم، والصّحة) بأسعار رمزية أو بصورة مجانيّة، إضافةً إلى تخصيص برامج للدعم الاجتماعي، مثل إعانات الأسر محدودة الدخل.

تمتاز الحوافز في النظام المختلط بأنّها مزيج بين ما هو مادي وما هو معنوي؛ إذ يسعى المُستثمرون إلى تحقيق الأرباح، وتُحفّزهم الدولة - في الوقت نفسه- إلى خدمة المجتمع، بتقديمها مجموعة من التسهيلات، مثل: منح الإعفاءات الضريبية لقاء توفير فرص عمل للشباب، أو الاستثمار في مشروعات صديقة للبيئة.

نشاط من يُدير الاقتصاد؟

- يُقسّم المُعلّم / المُعلّمة طلبة الصف إلى ثلاث مجموعات.
- يُوزّع المُعلّم / المُعلّمة المهام على أفراد المجموعات كما يأتي:
- * * المجموعة الأولى (السوق): تمثيل النظام الرأسمالي.
- * المجموعة الثانية (التخطيط المركزي): تمثيل النظام الاشتراكي.
- * المجموعة الثالثة (النظام المختلط): تمثيل مزيج من النظامين السابقين.
- يطلب المُعلّم / المُعلّمة إلى أفراد كل مجموعة تخيل دولة صغيرة تتبع النظام الذي يمثّلونه، ويطلب منها:
- * إنتاج الغذاء، وتوفيره للمواطنين.
- * تقديم الخدمات الصحيّة.
- * تحديد أسعار السلع والمُنتجات.
- يطلب المُعلّم / المُعلّمة إلى أفراد كل مجموعة الإجابة عن الأسئلة الآتية:
- كيف سيتمّ تحديد الإنتاج؟
- من الجهة التي ستُحدّد الأسعار؟
- ما الدور الذي تؤديه الحكومة في هذه الدولة؟

- يطلب المُعلِّم / المُعلِّمة إلى أفراد كل مجموعة عرض النتائج التي تتوصَّل إليها أمام أفراد المجموعات الأخرى.
- يمنح المُعلِّم / المُعلِّمة أفراد المجموعات الأخرى وقتًا كافيًا لطرح أسئلة بناءً، أو تقديم ملاحظات وتعليقات إيجابية على هذه النتائج ومناقشتها.
- يُوجِّه المُعلِّم / المُعلِّمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى المقارنة بين الأنظمة الثلاثة في لوحة أو جدول مُشترك؛ على أن تتضمن اللوحة أو الجدول المحاور الآتية:
 - * آلية التنسيق (سوق، تخطيط، مزيج).
 - * دور الحكومة (محدود، مُهيمن، تكميلي).
 - * النظام الذي يُحقِّق كفاءة أكبر.
 - * النظام الأكثر عدالة اجتماعية.
 - * احتمال وجود نظام مثالي يجمع مزايا الأنظمة الثلاثة معًا.

معلومة تعلَّمْتُها، وأُشارك فيها عائلتي

توجد أنظمة اقتصادية عديدة، تختلف في ما بينها من حيث المزايا، والتحدّيات، وتنظيم المُلْكِيَّة، واتِّخاذ القرار، وتوزيع الموارد، والحوافز. ولا شكَّ في أنَّ فهم هذه الفروق والاختلافات بينها يساعدنا على تحليل الواقع الاقتصادي لمجتمعنا، وإدراك أهمية الدور الذي تؤديه السياسات الاقتصادية في تحقيق التوازن بين الكفاءة والعدالة، وتعرُّف الأسباب التي تدفع بعض الدول إلى تبني النظام المختلط، ويتمثَّل أبرزها في تحقيق التوازن بين سياسات السوق الحرة والتدخل الحكومي لتحقيق المصلحة العامة.

نصيحة

من المُهمِّ تعرُّف أنظمة الاقتصاد المختلفة، والتفكير في حلول ذكية مُبتكرة لتطوير المجتمع، وتحسين حياة الأفراد من حولنا.



السؤال الأول: أَوْضَحِ المقصود بكُلِّ من المفهومين الآتيين:
النظام الرأسمالي، النظام الاشتراكي.

السؤال الثاني:

- 1- كيف يُحدّد النظام الرأسمالي أسعار السلع والخدمات؟
- 2- ما الدور الذي تؤديّه الدولة في النظام الاشتراكي؟
- 3- كيف يُمكن تحقيق التكافل الاجتماعي في النظام الاقتصادي الإسلامي؟

السؤال الثالث: أَعِدِّ اثنتين من وسائل الإنتاج التي يمتلكها الأفراد في النظام الرأسمالي.

السؤال الرابع: أذكر مثلاً واحداً على كُلِّ ممّا يأتي:

- 1- القطاع الخاص في النظام المختلط بالأردن.
- 2- القطاع العام في النظام المختلط بالأردن.
- 3- تدخّل الدولة في النظام المختلط لحماية المواطنين.

السؤال الخامس: أَمَلِّ الفَراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

- 1- يقوم النظام الرأسمالي على المُلْكِيّة الخاصّة لوسائل الإنتاج، ويُتْرَك للسوق تحديد _____.
- 2- يهدف النظام الاشتراكي إلى تحقيق العدالة الاجتماعية، وإزالة _____.
- 3- يُستخدَم نظام الزكاة في النظام الاقتصادي الإسلامي لضمان توزيع الموارد على _____.
- 4- يجمع النظام المختلط بين حرية السوق و_____.

السؤال السادس: بناءً على التجارب المختلفة للدول:

- 1- ما النظام الاقتصادي الأنسب لمجتمع حديث مُتعدّد الطبقات؟
- 2- ما التعديلات التي يُمكن إدخالها على هذا النظام ليصبح أكثر عدالة وكفاءة؟

السؤال السابع: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلِّ ممَّا يأتي:

1 - النظام الاقتصادي الذي يعتمد على المُلْكِيَّة الخاصة لوسائل الإنتاج، ويتيح للسوق تحديد الأسعار، هو النظام:

- أ) الاشتراكي.
- ب) الرأسمالي.
- ج) المختلط.
- د) الاقتصادي الإسلامي.

2 - النظام الاقتصادي الذي تُتَّخَذ فيه القرارات الاقتصادية بصورة مركزية عن طريق الدولة هو النظام:

- أ) الرأسمالي.
- ب) المختلط.
- ج) الاشتراكي.
- د) الاقتصادي الإسلامي.

3 - النظام الاقتصادي الذي يدمج بين المُلْكِيَّة الخاصة والمُلْكِيَّة العامة، ويعتمد على تدخُّل الدولة عند الحاجة، هو النظام:

- أ) الرأسمالي.
- ب) الاشتراكي.
- ج) المختلط.
- د) الاقتصادي الإسلامي.

4 - يهدف النظام الاقتصادي الإسلامي أساسًا إلى:

- أ) تحقيق الربح بأيِّ وسيلة مُمكنة، وتجنُّب الخسائر المادية.
- ب) تحقيق العدالة الاجتماعية والكفاية للجميع وفق أحكام الشريعة الإسلامية.
- ج) التحكم الكامل في السوق عن طريق القرارات الحكومية والتسويات المالية.
- د) تعزيز المنافسة بين الشركات في القطاع الخاص والبنوك الإسلامية.

النشاط الاقتصادي: مفهومه، عملياته، أدوات تنظيمه

أستكشف



- إذا افترضتُ عدم وجود أيّ نظام يختصُّ بتنظيم عملية الإنتاج أو التوزيع، فماذا سيحدث في المجتمع؟
- إذا كانت الموارد محدودة والاحتياجات غير محدودة، فمن الجهة التي تُقرّر ما الذي يجب أن يُنتج، وكيف يُنتج، ولمن يُنتج؟

نتائج التعلّم:

- 1- تفسير دور النظام الاقتصادي في الإجابة عن الأسئلة الاقتصادية الثلاثة: ماذا يُنتج؟ وكيف يُنتج؟ ولمن يُنتج؟
- 2- بيان دور الأنظمة الاقتصادية في تنظيم النشاط الاقتصادي.
- 3- تعرّف أهمية الأنظمة الاقتصادية.
- 4- المقارنة بين الأنظمة الاقتصادية المختلفة من حيث دور كلّ منها في إدارة النشاط الاقتصادي.
- 5- تنمية الوعي بأهمية المشاركة الاقتصادية الفعّالة في خدمة المجتمع وتحسين مستوى معيشة أفراد.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

النشاط الاقتصادي.

تسعى كل دولة إلى تنظيم النشاط الاقتصادي فيها، بما يُحقّق حاجات أفرادها، ويضمن استدامة مواردها. غير أنّ هذا التنظيم يختلف تبعاً لاختلاف المبادئ التي يقوم عليها كل نظام اقتصادي. سأتعرف في هذا الدرس كيف تعمل الأنظمة الاقتصادية الرئيسة على إدارة العمليات الأساسية للنشاط الاقتصادي (الإنتاج، التوزيع، والاستهلاك)، بما يُسهم في تحقيق التوازن والرفاه في المجتمع.

● مفهوم النشاط الاقتصادي (Economic Activity) وعملياته الأساسية:

يشير مفهوم **النشاط الاقتصادي** إلى عمليات إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها واستهلاكها، وهي عمليات يقوم بها الأفراد أو المؤسسات بهدف إشباع الحاجات، وتحقيق المنفعة الخاصة والمنفعة العامة.



أفكر

ماذا سيحدث إذا ارتفعت أسعار إحدى السلع الأساسية؟

يقوم النشاط الاقتصادي على ثلاث عمليات متكاملة يُبينها الشكل (1)، وهي:

- أ- الإنتاج: تصنيع السلع وتوفير الخدمات اللازمة لتلبية حاجات الأفراد.
- ب- التوزيع: نقل السلع والخدمات من المُنتِجين إلى المُستهلكين أو المؤسسات.
- ج- الاستهلاك: الاستفادة من السلع والخدمات في إشباع الحاجات والرغبات.

إنَّ افتقار هذه العمليات إلى التنظيم قد يؤدي إلى حدوث فوضى اقتصادية، مثل: الاحتكار، وندرة السلع الأساسية. وهنا تبرز الحاجة إلى استخدام نظام اقتصادي يضع الأطر الحاكمة والقواعد المُنظمة للنشاط الاقتصادي وعملياته الثلاث.

؟ ما العمليات الثلاث الأساسية للنشاط الاقتصادي؟
- لماذا يتطلب النشاط الاقتصادي تنظيمًا من النظام الاقتصادي؟



الشكل (1): عمليات النشاط الاقتصادي الأساسية.

لذا لا بُدَّ من وجود إطار مُنظم لأيِّ نشاط اقتصادي، وهو ما يتطلب الإجابة عن الأسئلة الاقتصادية الثلاثة: ماذا نُنتج؟ وكيف نُنتج؟ ولمن نُنتج؟؛ إذ يُمكن بهذه الأسئلة تحديد ملامح أيِّ نظام اقتصادي، بصرف النظر عن فلسفته، وتوجُّهه، وأنشطته المُتعدِّدة، أنظر الشكل (2).

1- ماذا نُنتج؟

- أ - تحديد نوعية السلع (ضرورية، كمالية، استثمارية) والخدمات المُقدَّمة.
ب- تحديد كمّ السلع والخدمات المُقدَّمة بناءً على الموارد المتاحة واحتياجات المجتمع.

مثال:

حرص الأردن على إنتاج القمح والدواء لضمان الأمن الغذائي والأمن الدوائي.

2- كيف نُنتج؟

- أ- اختيار الأساليب والوسائل اللازمة لعملية الإنتاج (تقليدية، آليّة، حديثة).
ب- تحديد نوعية التكنولوجيا المُستخدمة.

مثال:

اختيار صاحب المصنع - في دولة تعتمد النظام الرأسمالي - أحدث الآلات لتعظيم الربح، وتحديد وسائل الإنتاج في النظام الاشتراكي وفقاً لخُطة الدولة.

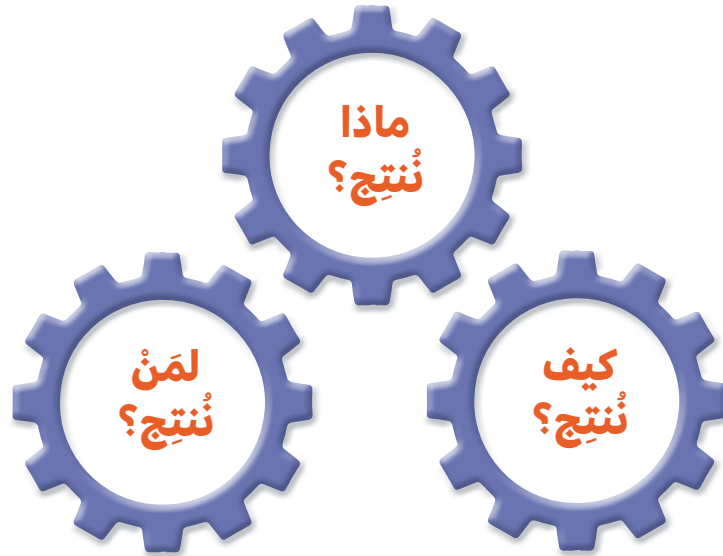
3- لمن نُنتج؟

- أ- تحديد الفئات المستفيدة من الإنتاج، وكيفية توزيع الثروة.
ب- تحديد آليات التوزيع (آليات السوق، تدخّل الدولة، الجمع بينهما).

مثال:

قَصُر دعم الخبز والكهرباء في الأردن على الفئات المحدودة الدخل لضمان وصول الدعم إلى مستحقيه فقط.

ما الأسئلة الثلاثة الأساسية التي يتعيّن على أيّ نظام اقتصادي أن يجيب عنها؟



الشكل (2): الأسئلة الأساسية للنظام الاقتصادي.

نشاط محاكاة الاقتصاد المُصغَّر.

- يُقسَّم المُعلِّم / المُعلِّمة طلبة الصف إلى مجموعات، تُمثِّل كلُّ منها دولة ما.
- يُوزَّع المُعلِّم / المُعلِّمة على كل مجموعة عددًا من الوسائل التي تُمثِّل الموارد المحدودة للدولة، مثل: (10) بطاقات تُمثِّل العمالة، و(5) أوراق تُمثِّل الأرض، و(8) أقلام تُمثِّل رأس المال.
- يُوجَّه المُعلِّم / المُعلِّمة أفراد كل مجموعة إلى الإجابة عن الأسئلة الثلاثة الآتية:
 - * ماذا سننتج؟ (طعام، أدوات، خدمات تعليمية...).
 - * كيف سننتج (توزيع الموارد بين العمالة، الأرض، رأس المال).
 - * لمن سننتج؟ (جميع أفراد المجتمع بالتساوي، للأغنياء أكثر من غيرهم، بحسب الحاجة).
- يطلب المُعلِّم / المُعلِّمة إلى أفراد كل مجموعة عرض نظامهم أمام أفراد المجموعات الأخرى، وبيان أسباب اختيار هذا الشكل من الإنتاج والتوزيع.
- يمنح المُعلِّم / المُعلِّمة أفراد المجموعات الأخرى وقتًا كافيًا لطرح أسئلة بناءة، أو تقديم ملاحظات وتعليقات إيجابية على هذه النتائج ومناقشتها.
- يُوجَّه المُعلِّم / المُعلِّمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:
 - * ما أوجه التشابه والاختلاف بين الدول المُصغَّرة؟
 - * أيُّ الأنظمة بدا أكثر عدالة؟
 - * أيُّ الأنظمة بدا أكثر كفاءة؟

● أدوات تنظيم النشاط الاقتصادي:

تؤدي الأنظمة الاقتصادية دورًا أساسيًا في تنظيم النشاط الاقتصادي، وذلك بوضع الإطار الذي يُحدِّد كيفية إدارة الموارد وتوزيعها بين أفراد المجتمع؛ ما يعني أنَّ هذه الأنظمة هي التي تُحدِّد مَنْ يملك وسائل الإنتاج، وكيف تُتخذ القرارات الاقتصادية، وتُبيِّن دور كلٍّ من الدولة والسوق في توجيه النشاط الاقتصادي. فالنظام الاقتصادي الرأسمالي مثلاً يعتمد على حرية الأفراد والمنافسة لتحديد الأسعار والإنتاج، في حين يقوم النظام الاشتراكي على تدخل الدولة في التخطيط وتوزيع الموارد لتحقيق العدالة الاجتماعية. أمَّا النظام المختلط فيوازن بين الحرية الاقتصادية والتدخل الحكومي لضمان المصلحة العامة. وأمَّا النظام الاقتصادي الإسلامي فيقوم على مبدأي العدالة والتكافل، ويوازن بين المصلحة الفردية والمصلحة العامة، ويمنع الاحتكار، ويُشجِّع الاستثمار المشروع لتحقيق التنمية والعدالة الاجتماعية.

تأسسًا على ذلك، تُعدُّ الأنظمة الاقتصادية أداة لتنظيم العلاقات الاقتصادية، وضبط سلوك الأفراد والمؤسسات، بما يُحقِّق أهداف المجتمع في الكفاءة والعدالة والاستقرار.

كيف يُسهِّم النظام الاقتصادي في تنظيم إدارة الموارد وتوزيعها بين أفراد المجتمع؟



الربط مع التكنولوجيا

دور التكنولوجيا في تنظيم النشاط الاقتصادي ضمن الأنظمة الاقتصادية المختلفة

- تؤدّي التكنولوجيا الحديثة دورًا مهمًا في تطوير الاقتصاد عن طريق تحسين عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك. وهذه بعض الأمثلة على ذلك:
- استخدام الروبوتات في المصانع (مثل مصانع تسلا) لزيادة الإنتاجية، ورفع جودة المنتجات.
 - توظيف المنصات التجارية الإلكترونية (مثل: منصة أمازون، ومنصة نون) في تسهيل التجارة الإلكترونية، وتسريع وصول المنتجات إلى المستهلكين.
 - إسهام تطبيقات النقل المشترك في تحسين كفاءة خدمات النقل، وتقليل وقت الانتظار.
 - استخدام الحكومات منصات إلكترونية معينة (مثل: منصة تكافل، ومنصة دعم الخبز) لضمان وصول الدعم إلى الفئات المستحقة بعدالة وشفافية.

معلومة تعلّمها، وأشارك فيها عائلتي

يتبع كل نظام اقتصادي منهجًا مختلفًا في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتحدّد طبيعة هذا المنهج بحسب رؤية النظام الاقتصادي لدور كلّ من الدولة والسوق. فالنظام الرأسمالي يعتمد على قوى السوق (تفاعل قوّة العرض مع قوّة الطلب داخل السوق)، والنظام الاشتراكي يعتمد على التخطيط المركزي، في حين يمزج النظام الاقتصادي الإسلامي بين الأحكام الشرعية والقيم ومُتطلّبات السوق. أمّا النظام المختلط فيجمع بين تلك الأنظمة لتحقيق المرونة المنشودة والتوازن المطلوب. ولا شكّ في أنّ فهم هذه الأدوار يساعدنا على إدراك كيف تُؤثّر السياسات الاقتصادية في حياة الأفراد والمجتمع.



نصيحة

أحرّص على فهم النظام الاقتصادي جيّدًا؛ فتعرّف كيفية تنظيم النشاط الاقتصادي يساعدني على التفكير بذكاء، واتّخاذ قرارات تُفضي إلى تحقيق الكفاءة والعدالة في حياتي ومجتمعي.



السؤال الأول:

- 1- ما الأسئلة الثلاثة الأساسية التي يتعيّن على أيّ نظام اقتصادي أن يجيب عنها؟
- 2- أذكر هدفين من أهداف تنظيم النشاط الاقتصادي.

السؤال الثاني: أملأ الفراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

- 1- يركز النشاط الاقتصادي على ثلاث عمليات متكاملة، هي: _____، و_____، و_____.
- 2- يشير مفهوم النشاط الاقتصادي إلى عمليات الشراء والبيع والإنتاج للسلع والخدمات التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات؛ لإشباع الحاجات، وتحقيق _____.
- 3- إذا افتقر النشاط الاقتصادي إلى أيّ تنظيم، فقد يؤدي ذلك إلى حدوث _____، أو _____.

السؤال الثالث: أعلّل ما يأتي:

- 1- يتطلّب النشاط الاقتصادي نظامًا اقتصاديًا يعمل على تنظيم عملياته.
- 2- يُعدّ الاستقرار الاقتصادي هدفًا رئيسًا لأيّ نظام اقتصادي.

السؤال الرابع: افترض أنني مسؤول عن مشروع صغير. كيف سأأخذ قراراتي الاقتصادية على نحوٍ يخدم أكثر الفئات حاجة؟

السؤال الخامس: أضع إشارة (✓) بجانب العبارة الصحيحة، وإشارة (X) بجانب العبارة غير الصحيحة في ما يأتي:

- 1- يُقصد بالتوزيع استخدام السلع والخدمات لإشباع الحاجات. ()
- 2- تعمل الدولة التي تتبع النظام الاشتراكي على تحديد ما يُنتج، وكيف يُنتج ولمن يُنتج. ()
- 3- يقوم النظام الاقتصادي الإسلامي على مبدأي العدالة والتكافل، إضافةً إلى منع الاحتكار. ()

السؤال السادس: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلّ ممّا يأتي:

- 1- يرتبط سؤال: كيف ننتج؟ بـ:
 - (أ) تحديد المستهلكين المستفيدين.
 - (ب) اختيار وسائل الإنتاج وأساليبه.
 - (ج) تحديد نوعية السلع المُنتجة.
 - (د) طرائق الاستهلاك.



- 2 - الجهة المسؤولة عن تحديد ما يُنتج في النظام الرأسمالي هي:
- أ) الدولة.
 - ب) السوق (العرض والطلب).
 - ج) النقابات العمالية.
 - د) المنظمات الدولية.

- 3 - من الأمثلة على التزام الأردن بمبدأ (ماذا ننتج؟)، اهتمامه بإنتاج:
- أ) السيارات.
 - ب) القمح والدواء.
 - ج) الألعاب الإلكترونية.
 - د) الأسلحة فقط.

نسخة قيد الإعداد

أستكشف



- هل يُوازن النظام الاقتصادي في الأردن بين العدالة الاجتماعية وحرية السوق؟
- ماذا سيحدث إذا توقفت الحكومة عن دعم السلع الأساسية في الأردن؟
- ما تأثير ذلك في المواطنين والاقتصاد؟
- كيف يُمكن للقطاع الخاص أن يساعد على إيجاد فرص عمل جديدة في الأردن؟

نتائج التعلم:

تعرف النظام الاقتصادي في الأردن.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

الملكية المُزدوجة.

يُعدُّ النظام الاقتصادي في الأردن واحدًا من الأنظمة المُميّزة في منطقة الشرق الأوسط؛ إذ يجمع بين آليات السوق الحرة وتدخّل الدولة لتوجيه النشاط الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة. وقد تأثّر هذا النظام بالعديد من العوامل الداخلية والعوامل الخارجية، مثل: محدودية الموارد الطبيعية، والتزايد السكاني، والتحديات الإقليمية؛ ما دفع الأردن إلى تبني سياسات إصلاحية وهيكلية تهدف إلى تعزيز الإنتاجية وجذب الاستثمارات.

كذلك يسعى الأردن - انطلاقاً من رؤية التحديث الاقتصادي - إلى بناء اقتصاد مُتنوّع يقوم على المعرفة والابتكار، ويهدف إلى تحسين بيئة الأعمال؛ بُغية مواكبة المُتغيّرات العالمية، وتحقيق الرفاه للمواطن.

- ما الذي يُميّز النظام الاقتصادي في الأردن عن غيره من الأنظمة الاقتصادية في المنطقة؟



● طبيعة النظام الاقتصادي الأردني:

يعتمد الأردن على النظام الاقتصادي المختلط في تعاملاته المالية؛ وهو نظام يجمع بين عناصر الاقتصاد الرأسمالي (حرية السوق والمبادرة الفردية) وعناصر النظام الاشتراكي وعناصر النظام الاقتصادي الإسلامي (تدخل الدولة في بعض القطاعات لتحقيق العدالة الاجتماعية وحماية أكثر الفئات ضعفاً)، ويظهر فيه ما يُعرف **بالمُلكية المزدوجة (Dual Ownership)**؛ بأن تتوزع ملكية الموارد ووسائل الإنتاج بين الدولة والقطاع الخاص؛ إذ يؤدي القطاع الخاص دوراً نشطاً في الإنتاج والاستثمار، في حين تحتفظ الدولة بملكية قطاعات استراتيجية، مثل: قطاع الطاقة، وقطاع المياه، والمياه وبعض الصناعات الكبرى.

ومن ثم، فهو ليس نظاماً رأسمالياً خالصاً ولا نظاماً اشتراكياً صرفاً، وإنما هو مزيج بينهما؛ إذ يأخذ من مزايا كل نظام بما يُوائم أحوال الأردن الاقتصادية والاجتماعية.

ملامح النظام الاقتصادي الأردني:

تتمثل أبرز ملامح النظام الاقتصادي الأردني في ما يأتي:

1- الاقتصاد المختلط: يشتمل النظام الاقتصادي الأردني على عناصر من النظام الرأسمالي، وعناصر من النظام الاشتراكي، وعناصر من النظام الاقتصادي الإسلامي، ويمتاز بوجود تبادل للأدوار بين القطاع العام والقطاع الخاص؛ إذ تؤدي الدولة دوراً في تنظيم السوق وتقديم الخدمات الأساسية، في حين يُسهم القطاع الخاص إسهاماً كبيراً في عمليات الإنتاج والتوظيف.

2- الاعتماد على الخدمات: يُمثل قطاع الخدمات (مثل: السياحة، والبنوك، والتعليم، والصحة) النسبة الكبرى من الناتج المحلي الإجمالي، في حين تؤدي الصناعات التحويلية والقطاع الزراعي دوراً محدوداً نسبياً.

3- الاعتماد على الموارد الخارجية: يعتمد الأردن على الواردات والتحويلات المالية من الخارج؛ نظراً إلى محدودية الموارد الطبيعية، وبخاصة النفط والمعادن الأساسية.

4- المرونة في السياسات الاقتصادية: يتبنى البنك المركزي الأردني والحكومة الأردنية سياسات مالية ونقدية تُحفز النمو، وتعمل على إحداث توازن في الأسواق، مثل: تعديل الضرائب، وتغيير أسعار الفائدة.

5- التركيز على الاستثمار والتصدير: انتهج الأردن العديد من السياسات التي تهدف إلى تشجيع الاستثمار المحلي والاستثمار الأجنبي، ودعم الصادرات، لا سيما تلك المتعلقة بالصناعات التحويلية، والصناعات الدوائية، والصناعات النسيجية.



أفكر

إذا كنتُ أعيش في دولة تستخدم التكنولوجيا على نطاق واسع في نظامها الاقتصادي، فهل سيؤدي ذلك - برأيي - إلى تقليل الفجوة بين الأغنياء والفقراء؟ أبرر إجابتي.

6- **الانفتاح الاقتصادي:** أصبح الأردن عضوًا في اتفاقيات التجارة الحرة مع عدد من الدول؛ ما عزز دوره بوصفه مركزًا تجاريًا إقليميًا، وأتاح للشركات الأردنية الوصول إلى الأسواق العالمية، أنظر الشكل (1).

ما طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الأردن؟



الاقتصاد المختلط.

1

الاعتماد على الخدمات.

2

الاعتماد على الموارد الخارجية.

3

المرونة في السياسات الاقتصادية.

4

التركيز على الاستثمار والتصدير.

5

الانفتاح الاقتصادي.

6

ملامح النظام الاقتصادي الأردني

الشكل (1): ملامح النظام الاقتصادي الأردني.

● تأثير النظام الاقتصادي الإسلامي في النظام الاقتصادي الأردني:

بالرغم من أن النظام الاقتصادي السائد في الأردن هو النظام المختلط، فإنه يشهد حضورًا واضحًا لمبادئ الاقتصاد الإسلامي، وبخاصة في القطاعين المالي والاجتماعي. يتجلى هذا الحضور والتأثير في المحاور الرئيسة الآتية:

1- **القطاع المصرفي الإسلامي:** توجد بنوك إسلامية تعتمد صيغًا تمويلية إسلامية، مثل: المراجعة، والمضاربة، والمشاركة، والإجارة. وقد أسهم هذا القطاع في تنوع الخدمات المالية، وتوفير خيارات متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية لشرائح واسعة من المجتمع.

2- **الإطار التشريعي والرقابي:** توجد أطر تنظيمية ورقابية خاصة من البنك المركزي الأردني، تضمن سلامة أداء المصارف الإسلامية والتزامها بمعايير الشريعة الإسلامية، عن طريق هيئات رقابة شرعية مستقلة.

3- **التكافل الاجتماعي بالزكاة والوقف:** توجد دائرة للزكاة تُشرف عليها وزارة الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية، وتُستخدم مواردها في دعم الفقراء والأيتام. كذلك تُساهم الأوقاف الإسلامية في تمويل التعليم والخدمات الاجتماعية؛ ما يُعزز التكافل.

4- **المبادئ الأخلاقية والعدالة الاجتماعية:** تُستلهم بعض السياسات الاقتصادية من القيم الإسلامية، مثل: منع الاحتكار، وتشجيع الاستثمار، وتحقيق التوازن بين الكفاءة الاقتصادية والتكافل الاجتماعي.

- أ- مِنَصَّة (سَجِّل) <https://sajjil.gov.jo/> : هي المِنَصَّة الوطنية الأردنية للتشغيل، التي أطلقتها وزارة العمل؛ لتسهيل الربط بين الباحثين عن عمل وأصحاب العمل في القطاع الخاص، ومساعدة الأفراد على إيجاد فرص عمل وتدريب مناسبة، وتمكين أصحاب العمل من إيجاد موظفين مؤهلين، ضمن رؤية الأردن لتحقيق التميز في سوق العمل، وتلبية احتياجاته من الكفاءات الوطنية، إضافةً إلى توفير فرص تدريب مُتنوّعة.
- ب- مِنَصَّة الحكومة الإلكترونية (Electronic Government: e-Gov): بوابة رقمية تجمع الخدمات الحكومية الإلكترونية في الأردن، مثل: إصدار الوثائق الرسمية، ودفع الفواتير، وتجديد الرخص، والاستعلام عن المعاملات الحكومية عن طريق الإنترنت على نحو آمن وسريع.
- كذلك أسهمت التكنولوجيا إسهامًا فعّالًا في تعزيز أداء القطاع الخاص، وبخاصة في مجال الريادة والابتكار، مُمثلاً في الشركات الناشئة في مجال التطبيقات والخدمات الرقمية.

● تحليل النظام الاقتصادي الأردني (الفرص والتحديات):

يُخفّل الاقتصاد الأردني بالعديد من الفرص الواعدة، ويواجه - في الوقت نفسه - مجموعة من التحديات المستمرة التي تُحدّد مسار نموه واستدامته. ويُعدّ فهم هذه المعطيات والمؤشّرات ضروريًا لتقييم الوضع الراهن واستشراف آفاق تطوير الأداء الاقتصادي.

مواطن القوة:

- 1- الاستقرار السياسي، والاستقرار الأمني.
- 2- قطاع الخدمات المُتطوّر الذي يشمل التعليم، والصّحة، والبنوك.
- 3- الموقع الاستراتيجي الذي يتيح الوصول إلى أسواق المنطقة والعالم.
- 4- العملة المُستقرّة.
- 5- الكفاءات البشرية المؤهّلة.

مواطن الضعف:

- 1- محدودية الموارد الطبيعية.
- 2- ارتفاع مستوى الدّين العام.
- 3- الاعتماد على المساعدات الخارجية.
- 4- ارتفاع مُعدّلات البطالة، وبخاصة بين الشباب.

الفرص المتاحة:

- 1- تطوير مصادر الطاقة المُتجدّدة لتقليل الاعتماد على الاستيراد.
- 2- جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، لا سيّما في مجالي التكنولوجيا والسياحة.
- 3- تعزيز ريادة الأعمال والابتكار بين الشباب.
- 4- الاستفادة من الموقع الجغرافي والاتفاقيات الدولية في زيادة الصادرات، ودعم الاقتصاد المعرفي والسياحة الرقمية.

التحديات والتهديدات:

- 1- عدم استقرار الأوضاع الإقليمية، والتقلب في أسعار الطاقة.
- 2- تأثيرات التغير المناخي.
- 3- التضخم.
- 4- اشتداد المنافسة الإقليمية في الأسواق والموارد.



نشاط

دراسة حالة: شركة لوجستية وطنية.

- يُقسّم المُعلّم / المُعلّمة طلبة الصف إلى مجموعات عمل غير مُتجانسة.
 - يُوزّع المُعلّم / المُعلّمة على أفراد كل مجموعة ورقة: «دراسة حالة: شركة لوجستية وطنية».
 - يطلب المُعلّم / المُعلّمة إلى أفراد كل مجموعة الإجابة عن الأسئلة في نهاية الحالة.
- بدأت هذه الشركة الوطنية مسيرتها العملية بوصفها مشروعاً محلياً صغيراً في الأردن، يهدف إلى تقديم حلول ناجعة للنقل السريع والشحن الموثوق به داخل البلاد. وبمرور الوقت، أمكن للشركة توسيع نطاق الخدمات التي تُقدّمها، بحيث شملت الشحن الدولي، والاستثمار في قطاع التكنولوجيا الحديثة؛ لتتبع الطرود، وتحسين إدارة العمليات. واليوم، تُعدّ الشركة واحدة من الشركات الرائدة في قطاع الخدمات اللوجستية، وتتمتع بحضور لافت في الأسواق العالمية.

أهداف الشركة:

- 1- توسيع نطاق الخدمات لتشمل حلول الشحن المُتكاملة، بما في ذلك التخزين والتوزيع.
- 2- الاستثمار في قطاع التكنولوجيا والابتكار؛ لتحسين كفاءة العمليات، وتقليل التكاليف، والمساهمة في تعزيز مكانة الأردن بوصفه شريكاً تجارياً موثقاً به على المستوى الدولي.

أبرز استراتيجيات النجاح:

- 1- التركيز على الجودة وسرعة الخدمة.
- 2- التوسّع المدروس في الأسواق الخارجية.
- 3- الالتزام بالمعايير الدولية.
- 4- الاهتمام بالموارد البشرية وتطوير مهارات الموظفين باستمرار.

أبرز الإنجازات:

- 1- النمو الملحوظ في عدد الفروع والخدمات المُقدّمة خلال العقد الأخير.
- 2- تحسين مستوى رضا العملاء عن طريق تقنيات التتبع وخدمات الدعم.
- 3- المساهمة الملموسة في دعم الاقتصاد الوطني عن طريق إيجاد فرص العمل، وتنشيط قطاعي النقل والتجارة.

الأسئلة:

- 1- ما القطاع الاقتصادي الرئيس الذي تنتمي إليه هذه الشركة؟ (خدمي، صناعي، زراعي).
- 2- كيف أمكن لسياسة الانفتاح الاقتصادي والتجارة الحرة التي يتبعها الأردن أن تساعد هذه الشركة على التوسع خارج حدود الوطن؟
- 3- أحلّل تأثير هذه الشركة في الاقتصاد الأردني من حيث:
أ- توفير فرص العمل للأردنيين محلياً ودولياً.
ب- دعم قطاع النقل والتجارة.
ج- تعزيز سمعة الأردن التجارية على المستوى الدولي.
- 4- برأيك، ما الخطوات التي يُمكن أن تتخذها الشركة اللوجستية الوطنية للاستمرار في المنافسة عالمياً؟
- 5- هل تُعدّ استراتيجيات الشركة الحالية كافية لمواجهة تحديات السوق المستقبلية؟ أبرّر إجابتي.
- 6- يطلب المُعلّم/ المُعلّمة إلى الطلبة في كل مجموعة عرض النتائج التي توصّلوا إليها أمام أفراد المجموعات الأخرى، ثمّ مناقشتها معاً.



معلومة تعلّمُها، وأشارِك فيها عائلي

النظام الاقتصادي الأردني هو نظام مختلط يجمع بين حرية السوق وتدخل الدولة لتحقيق العدالة الاجتماعية، إلى جانب التأثير الملموس بمبادئ الاقتصاد الإسلامي، لا سيّما في القطاع المصرفي، والتمويل، والبرامج الاجتماعية، مثل: الزكاة، والوقف.

وهذا يُكسب الاقتصاد الأردني طبيعة مرنة تراعي حاجات المجتمع ومحدودية الموارد، وتحرص على إيجاد نوع من التوازن بين الانفتاح على العالم والمحافظة على قيم العدالة والتكافل.



نصيحة

من المُهمّ أن نتعلّم موضوعات عن الاقتصاد الأردني؛ لأنّ ذلك يساعدنا على فهم تأثير السياسات الحكومية وآلية السوق في حياتنا اليومية، مثل: أسعار السلع، وفرص العمل؛ فكلّما فهمنا ذلك فهمًا جيّدًا، أصبحنا أكثر وعياً باتخاذ قراراتنا المالية والشخصية.



السؤال الأول: ما طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الأردن؟

السؤال الثاني: هل التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص يجعل الاقتصاد الأردني أكثر قوة؟ أبرّر إجابتي.

السؤال الثالث: ما المقصود بالملكية المُزدوجة في النظام الاقتصادي الأردني؟

السؤال الرابع :

1- كيف تُسهم سياسات الحكومة الأردنية والبنك المركزي الأردني في تحقيق الاستقرار الاقتصادي؟

2- ما الدور الذي يؤديه القطاع الخاص في خدمة الاقتصاد الأردني؟

السؤال الخامس: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلٍّ ممّا يأتي:

1- يمتاز النظام الاقتصادي الأردني بأنّه نظام:

(أ) رأسمالي خالص. (ب) اشتراكي صرّف.

(ج) مختلط. (د) إسلامي بَحْت.

2- من أبرز التحدّيات التي يُواجهها الاقتصاد الأردني:

(أ) وفرة الموارد الطبيعية. (ب) انخفاض الدّين العام.

(ج) ارتفاع مُعدّلات البطالة. (د) غياب القطاع الخاص عن المشهد الاقتصادي.

3- من أدوات تعزيز العدالة الاجتماعية في النظام الاقتصادي الإسلامي:

(أ) الضرائب التصاعدية. (ب) الزكاة والوقف.

(ج) الشركات المُتعدّدة الجنسيات. (د) أسعار الفائدة.



اختبار نهاية الوحدة

السؤال الأول:

أوضح المقصود بالمفاهيم والمصطلحات الآتية : النظام الاقتصادي، النشاط الاقتصادي، النظام المختلط.

السؤال الثاني:

1 - ما آليات التنسيق الاقتصادي؟

2 - أذكر اثنين من الأهداف الرئيسة التي يسعى النظام الاشتراكي إلى تحقيقها.

السؤال الثالث:

أعلل ما يأتي:

1 - تشجيع النظام الرأسمالي كلاً من الابتكار والمنافسة.

2 - استخدام التكنولوجيا بوصفها جزءاً لا يتجزأ من عملية الإنتاج الحديثة.

3 - تدخل الدولة في الاقتصاد لتحقيق العدالة الاجتماعية.

4 - عدم النظر إلى النظام الاقتصادي الأردني بوصفه نظاماً رأسمالياً خالصاً، أو نظاماً اشتراكياً صرفاً.

5 - النظام المختلط مزيج من النظام الرأسمالي والنظام الاشتراكي.

السؤال الرابع:

برأيك، أي الأنظمة الاقتصادية أكثر قدرة على مواجهة الأزمات، مثل جائحة كورونا؟ أبرر إجابتي.

السؤال الخامس:

أملأ الفراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

1 - النظام الاقتصادي الذي يعتمد عليه الأردن، ويجمع بين الحرية الاقتصادية والعدالة الاجتماعية، هو_____.

2 - يُسهم القطاع الخاص الأردني في مجالات عدّة، أبرزها: _____، و_____، و_____.

3 - من أدوات النظام الاقتصادي الإسلامي لمعالجة الفقر: _____، و_____.

السؤال السادس:

ما القيم الاقتصادية والقيم الاجتماعية التي يُمكننا تعلّمها من دراسة الاقتصاد الأردني؟ أدعم إجابتي بأمثلة.

السؤال السابع:

أُقارن بين النظام الاقتصادي الإسلامي والنظام الرأسمالي من حيث النظرة إلى المُلْكِيَّة الخاصة.

السؤال الثامن:

أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلِّ ممَّا يأتي:

1 - تعتمد آليَّة التنسيق الاقتصادي في النظام الرأسمالي على:

- (أ) التخطيط المركزي.
- (ب) قرارات الحكومة.
- (ج) قوى العرض والطلب.
- (د) المساعدات الخارجية.

2 - هدف الأنظمة الاقتصادية الرئيس لتوزيع الموارد هو:

- (أ) تحقيق العدالة والكفاءة في آنٍ معاً.
- (ب) رفع الأسعار، وزيادة الأرباح.
- (ج) تركيز الثروة في أيدي فئة محدودة.
- (د) إلغاء مبدأ التوزيع بين الأفراد.

3 - من أهداف الأنظمة الاقتصادية:

- (أ) التضخُّم، والبطالة.
- (ب) الكفاءة، والعدالة، والنمو.
- (ج) الفوضى الاقتصادية.
- (د) زيادة الضرائب فقط.

4 - من الحوافز المُشتركة بين النظام الرأسمالي والنظام المختلط:

- (أ) الحوافز المادية لتحقيق الربح.
- (ب) الحوافز الأخروية.
- (ج) الحوافز الاجتماعية فقط.
- (د) لا توجد حوافز مُشتركة بينهما.

5 - تخصيص الأردن دعم الخبز والكهرباء للفئات المحدودة الدخل يُعدُّ مثلاً على:

- (أ) تدخُّل الدولة لضمان العدالة الاجتماعية.
- (ب) تحرير الأسعار لتحقيق التوازن.
- (ج) حرية السوق المطلقة.
- (د) الاعتماد على آليات العرض والطلب فقط.

أعمل - بالتعاون مع أفراد مجموعتي - على ابتكار نموذج نظام اقتصادي جديد ومستدام يجمع بين مزايا الأنظمة الاقتصادية الأربعة (الرأسمالي، الاشتراكي، الإسلامي، المختلط)، ويهدف إلى تقديم رؤية إبداعية لكيفية تنظيم عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، بما يُحقّق العدالة والكفاءة وحماية حقوق الأفراد.

خطوات العمل:

- 1- مراجعة الأنظمة الاقتصادية الأربعة (الرأسمالي، الاشتراكي، الإسلامي، المختلط).
- 2- تعرّف دور كل نظام اقتصادي ومزاياه بشكل مختصر.
- 3- تحديد التحديات المشتركة للأنظمة الاقتصادية التقليدية، مثل: الفقر، البطالة، والتفاوت الاجتماعي، ونقص الخدمات، وعدم المساواة، وسوء توزيع الموارد.
- 4- تصميم النموذج الجديد على نحو يجمع بين المزايا المناسبة لكلٍّ من الأنظمة الاقتصادية الأربعة، ويوضح دور كلٍّ من السوق والدولة، ويبيّن أسلوب إدارة الملكية، وكيفية توزيع الموارد، وآلية كلٍّ من الملكية، واتخاذ القرار، وتوزيع الموارد، والحوافز.
- 5- اختيار قطاع مُحدّد (مثل: قطاع التعليم، أو قطاع الصّحة، أو قطاع الصناعة)، ثمّ بيان كيف يُمكن تطبيق النموذج الجديد عليه.

العرض والمناقشة:

- 1- عرض النموذج أمام أفراد المجموعات الأخرى.
- 2- شرح المُبررات والأفكار والرؤى.
- 3- مناقشة الإيجابيات والتحديات.

التقييم:

يُقيم المشروع وفق سُلم بناءً على المعايير الآتية:

- 1- فهم الأنظمة الاقتصادية الأربعة.
- 2- تحديد التحديات الاقتصادية.
- 3- تصميم النموذج الاقتصادي.
- 4- التصوّر العملي (التطبيق على قطاع مُعيّن).
- 5- العرض والمناقشة.

سَلَمُ التَّقْدِيرِ اللفْظي لتَقْيِيمِ المَشْرُوعِ

المعيار	بحاجة إلى تحسين (1)	جَيِّد (2)	جَيِّد جدًا (3)	ممتاز (4)
فهم الأنظمة الاقتصادية الأربعة	الفهم العميق والدقيق لخصائص الأنظمة الاقتصادية الأربعة ومزاياها، والمقارنة الواضحة بينها.	الفهم الجيد للأنظمة الاقتصادية الأربعة، ولكن يوجد نقص في المقارنة أو التفصيل.	بيان المفهوم الأساسي لكل من الأنظمة الاقتصادية الأربعة، ولكن بصورة سطحية أو ناقصة.	الفهم محدود، أو غير مُترابط.
تحديد التحدّيات الاقتصادية	تحديد جميع التحدّيات الاقتصادية بدقّة، وبيان أسبابها وتأثيرها.	ذكر معظم التحدّيات الاقتصادية، وتقديم شرح مقبول لها.	ذكر بعض التحدّيات الاقتصادية من دون توضيح كافٍ لها.	ذكر تحدّيات اقتصادية قليلة على نحوٍ غير واضح.
تصميم النموذج الاقتصادي	تقديم نموذج اقتصادي مُبتكّر ومُتكامِل، يُوضّح بجلاء كلاً من المُلْكِيّة، والقرارات، وتوزيع الموارد، والحوافز.	النموذج الاقتصادي جيّد ومُبتكّر، لكنّه يحتاج إلى مزيد من التوضيح أو العمق.	النموذج الاقتصادي واضح بوجه عام، لكنّه بسيط، ويفتقر إلى الإبداع.	النموذج الاقتصادي ضعيف، وغير مُترابط، أو ناقص في عناصره الأساسية.
التصوُّر العملي (التطبيق على قطاع مُعيّن)	تقديم مثال عملي واقعي ومُفصّل يُوضّح كيفية التطبيق.	تقديم مثال عملي جيّد، لكنّه عام، أو غير مُفصّل على نحوٍ كافٍ.	تقديم مثال عملي بسيط، لكنّه محدود، أو غير مُكتَمِل.	تقديم مثال عملي غير مُترابط، أو ضعيف الصلة.
العرض والمناقشة	العرض مُنظّم وجاذب، واللغة واضحة وواثقة، والمناقشة ثرية وفعّالة.	العرض جيّد ومُنظّم، والمناقشة مقبولة.	العرض مفهوم، لكنّه عادي، والمناقشة محدودة.	العرض ضعيف، والمناقشة سطحية أو قصيرة.

مواطن القوّة في المشروع:

الجوانب التي يُمكن تحسينها في المشروع:

مسرد المصطلحات

المصطلح (المفهوم)	التعريف
السوق	Market بيئة يلتقي فيها البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات؛ سواء أكانت مادية (مثل: أسواق الخضار، والمراكز التجارية)، أم افتراضية (مثل المتاجر الإلكترونية).
الأسواق المحلية	Local Markets أسواق تقتصر على نطاق جغرافي صغير داخل الدولة، مثل: المدينة، والقرية، والحي السكني، وهي تعتمد على مُوردين ومُستهلكين من المنطقة نفسها، وتتميز بوجود علاقات مباشرة بين البائع والمشتري. تُعرض في هذه الأسواق سلع استهلاكية يومية وبسيطة، مثل: الخضراوات، والملابس، والمواد الغذائية.
الأسواق الإقليمية	Regional Markets أسواق تشمل دولاً مُتجاورة، أو منطقة جغرافية واسعة، مثل: بلاد الشام، ودول الخليج العربي، ودول الاتحاد الأوروبي. وهي تُعدُّ أكبر حجماً وأكثر تنظيمًا من الأسواق المحلية، وتخضع لاتفاقيات تجارية إقليمية موحدة.
الأسواق العالمية	Global Markets أسواق مُخصَّصة للتبادل التجاري بين دول من القارَّات والمناطق المختلفة حول العالم. وهي تخضع لقوانين ومعايير جمركية وضريبية دولية مُعقَّدة، وتتأثر كثيرًا بالسياسات الاقتصادية والعلاقات الدبلوماسية بين الدول، وتشمل في الغالب سلعا استراتيجية، مثل: النفط، والسيَّارات، والأجهزة الإلكترونية.
أسواق السلع	Commodity Markets أماكن أو منصات تُتبادل فيها السلع (مادية، أولية، استهلاكية) بين البائعين والمشتريين وفقًا لآلية العرض والطلب التي تُحدِّد الأسعار والكميات المُتداوَلة.
أسواق الخدمات	Service Markets أماكن أو منصات تُتبادل فيها الخدمات غير الملموسة بين مُقدِّمي الخدمة والمُستهلكين لقاء عائد مادي أو منفعة مُتَّفَق عليها.
الأسواق المالية	Financial Markets مؤسسات أو منصات تُتداول فيها الأدوات المالية (مثل: الأسهم، والسندات، والعملات) بين المُستثمرين، بهدف تشغيل المدخرات وتوجيهها نحو الاستثمار.
سوق النقد	Money Market سوق مالي تُتداول فيه الأدوات المالية وأدوات الاستدانة القصيرة الأجل، التي تكون آجال استحقاقها عادةً أقل من سنة، وتتميز بسيولة كبيرة ومخاطر مُنخفضة، مثل: أدون الخزنة، وشهادات الإيداع، والأوراق التجارية. تتمثل وظيفة سوق النقد في تلبية احتياجات التمويل القصير الأجل للمؤسسات والأفراد، وهو يخضع لإشراف البنك المركزي.

المصطلح (المفهوم)	التعريف
سوق العملات الأجنبية (الفوركس) Foreign Exchange Market (Fores)	سوق مُمتدّ في جميع أنحاء العالم، وهو يتأثر بالعرض والطلب العالميين، ويتخصّص في صرف العملات لمجموعة من المُشاركين، مثل: البنوك العالمية، والمؤسسات الدولية، والأسواق المالية، والمُتداولين الأفراد.
سوق الأصول الرقمية (المُشفرة) Digital Assets Market	سوق عالي المخاطر يتأثر بالتطورات التكنولوجية والتشريعية. من الأمثلة على العملات المُتداولة في هذا السوق: البيتكوين، والإثيريوم.
الأسواق التقليدية Traditional Markets	أسواق مادية تحدث فيها عمليات البيع والشراء وجهاً لوجه في موقع جغرافي مُحدّد.
الأسواق الإلكترونية E-Markets	منصّات رقمية تُستخدم في عمليات البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت، وتسمح للبائع والمشتري أن يتفاعلا معاً بصورة إلكترونية من دون حاجة إلى وجودهما شخصياً في المكان نفسه.
الأسواق الافتراضية Virtual Markets	مرحلة مُتقدّمة من تطوّر الأسواق الإلكترونية؛ إذ يكون العمل في الأسواق الافتراضية ضمن عالم افتراضي أو محاكاة رقمية تُخيّل للمستخدم أنه موجود داخل الواقع نفسه، وأنّه يتفاعل مع العناصر الرقمية على نحوٍ تبدو فيه أشبه بالحقيقية.
سوق المنافسة الكاملة Perfect Competition Market	سوق يحوي عدداً كبيراً جداً من المشترين والبائعين، ولا يستطيع فيه أيُّ طرف أن يؤثّر في سعر السلعة أو الخدمة.
سوق الاحتكار الكامل Monopoly Market	سوق يحوي مُنتجاً أو بائعاً واحداً فقط يتحكّم في توفير السلعة أو الخدمة.
سوق احتكار القِلّة Oligopoly Market	سوق يقترب من الاحتكار، لكنّه يضمُّ عدداً قليلاً من الشركات أو المُنتجين الذين يسيطرون معاً على غالبية السوق.
سوق المنافسة الاحتكارية Monopolistic Competition Market	سوق يجمع بين سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار الكامل. وهو مرحلة مُتقدّمة من تطوّر الأسواق الإلكترونية؛ إذ يكون العمل في الأسواق الافتراضية ضمن عالم افتراضي أو محاكاة رقمية تُخيّل للمستخدم أنه موجود داخل الواقع نفسه، وأنّه يتفاعل مع العناصر الرقمية على نحوٍ تبدو فيه أشبه بالحقيقية.

المصطلح (المفهوم)	التعريف
التجارة الإلكترونية E-Commerce	عمليات البيع والشراء التي تتم عبر شبكة الإنترنت عن طريق المنصات والمتاجر الرقمية، وتشمل تبادل السلع والخدمات، والدفع الإلكتروني، وإتمام المعاملات عن بُعد.
المستهلك الذكي Smart Consumer	شخص يتخذ قرارات شراء مدروسة وعقلانية، ويحرص على تحقيق الاستفادة القصوى من موارده المالية، ويهتم بالجودة والسعر واحتياجاته الحقيقية.
التسويق Marketing	عملية استراتيجية متكاملة تساعد الشركات والأفراد على التعرف بمنتجاتهم أو خدماتهم للعملاء المستهدفين، بطريقة تجذب انتباههم، وتلبي احتياجاتهم بفعالية.
الهوية والعلامة التجارية Brand Identity/ Brand	نظرة العملاء إلى الشركة أو المنتج، وتكوين صورة إيجابية ومميزة عنهما في أذهان العملاء.
المزيج التسويقي Marketing Mix	إطار استراتيجي يستخدمه المسوقون في التخطيط لاستراتيجيات التسويق وتنفيذها بشكل متكامل، وهو يهدف إلى تلبية احتياجات العملاء، وتحقيق أهداف الشركات.
التسويق التقليدي Traditional Marketing	أقدم أشكال التسويق، وهو يعتمد على القنوات التقليدية (مثل: التلفاز، والصحف، والمُلصقات، والإذاعة) للوصول إلى العملاء.
التسويق الإلكتروني E-Marketing	مفهوم واسع يشمل استخدام أي وسيلة إلكترونية في الأنشطة التسويقية، مثل: شبكة الإنترنت، والبريد الإلكتروني، والرسائل النصية (SMS)، والشاشات الإلكترونية.
التسويق الرقمي Digital Marketing	الترويج للمنتجات أو الخدمات عبر شبكة الإنترنت باستخدام الوسائط الرقمية، مثل: وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الإلكترونية؛ ما يتيح تفاعلاً مباشراً وسريعاً مع الجمهور.
التسويق بين الشركات (B2B) Business to Business	تسويق تستهدف فيه الشركات عملاء من شركات أخرى، مثل بيع أحد المصانع معدات لمصنع آخر.
التسويق بين الشركة والمستهلك (B2C) Business to Consumer	تسويق تستهدف فيه الشركات المستهلك الفردي مباشرة، مثل: متجر إلكتروني يبيع الأحذية للزبائن مباشرة عبر موقعه الإلكتروني، ومطعم يقدم وجبات سريعة للأفراد داخل الفرع أو عبر تطبيق التوصيل، ومتجر لبيع الأجهزة الإلكترونية يتيح الشراء المباشر للمستهلكين.

المصطلح (المفهوم)	التعريف
تسويق العلاقات Relationship Marketing	تسويق يُركّز على إنشاء علاقات وطيدة وطويلة الأمد مع العملاء الحاليين؛ بُعْيَة تعزيز ولائهم، وضمان استمرار استخدامهم للمُنتجات المعروضة، وتعاملهم مع الخدمات المُقدّمة، بدلاً من التركيز فقط على جذب عملاء جُدد.
تسويق المحتوى Content Marketing	تسويق يعتمد على تقديم محتوى قيّم ومفيد (مثل: المقالات، ومقاطع الفيديو، والنصائح، والإرشادات)؛ لجذب العملاء، وتعزيز ثقتهم بالعلامة التجارية.
الترويج Promotion	جميع أنشطة التواصل والتسويق التي تهدف إلى تعريف المُستهلكين بالمنتج، وجذبهم إلى تجربته أو شرائه، وإقناعهم بجدوى العرض المُقدّم. من الطرائق المُستخدمة في عملية الترويج: الحملات الإعلانية، والعروض الترويجية، والتسويق عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، إضافةً إلى العلاقات العامة، والتسويق المباشر.
المكان Place	قنوات التوزيع والأماكن التي يُعرض فيها المنتج، والتي تُسهّل وصوله إلى العملاء.
النظام الاقتصادي Economic System	أسلوب يعتمد المجتمع أو الدولة في تنظيم النشاط الاقتصادي، وهو يشمل عمليات الإنتاج (تصنيع السلع وتقديم الخدمات)، والتوزيع (تخصيص الموارد والثروات)، والاستهلاك (استخدام الأفراد للسلع والخدمات)؛ للوفاء بحاجات الأفراد، وتحقيق التوازن بين الموارد المتاحة والاحتياجات.
الموارد الاقتصادية Factors of Production	كل ما يستخدمه المجتمع في إنتاج السلع والخدمات لتلبية احتياجات الأفراد؛ سواء أكانت موارد طبيعية، أم موارد بشرية، أم موارد مالية، أم قدرات ابتكارية. وبذلك تُعدّ الموارد الاقتصادية المُدخلات الأساسية لعملية الإنتاج.
النظام الرأسمالي Capitalist System	نظام اقتصادي يقوم على المُلكية الخاصة لوسائل الإنتاج، ويعتمد على آليّة السوق الحُرّة في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتحديد الأسعار، وتخصيص الموارد.
النظام الاشتراكي Socialist System	نظام يقوم على المُلكية الاجتماعية أو المُلكية العامة لوسائل الإنتاج، إلى جانب هيمنة التخطيط المركزي على توجيه الاقتصاد وتوزيع الموارد. في هذا النظام، تستحوذ الدولة على القطاعات الحيوية والمصانع الكبرى، وتُشرف على إدارتها؛ خدمةً للمصلحة العامة بدلاً من تحقيق الربح.

المصطلح (المفهوم)	التعريف
النظام الاقتصادي الإسلامي Islamic Economic System	نظام يركز على مبادئ الشريعة الإسلامية في جميع معاملاته وتعاملاته، مثل: تحريم الربا، وتشجيع أداء الزكاة، وتحقيق التكافل الاجتماعي. يمتاز هذا النظام بمزجه بين الملكية الخاصة والملكية العامة والملكية الوقفية؛ إذ يُمكن للأفراد امتلاك وسائل الإنتاج ضمن حدود الشريعة، لكن الدولة تحتفظ ببعض القطاعات الأساسية لضمان المصلحة العامة.
النظام المختلط Mixed System	نظام يجمع بين خصائص النظام الرأسمالي وخصائص النظام الاشتراكي، ويتمثل في مشاركة الحكومة والقطاع الخاص في النشاط الاقتصادي.
الملكية الخاصة Private Property	حق الفرد والجهة الخاصة في التصرف في المال أو العقار أو الموارد وفقاً لرغبة كل منهما، ضمن حدود القانون؛ أي إنَّ صاحب الملكية الخاصة يحقُّ له استخدام هذه الملكية، أو بيعها، أو تأجيرها، أو التنازل عنها متى شاء.
الملكية الوقفية Waqf Property	نظام يقوم على تخصيص مال (مثل: العقار، والمحل التجاري)، بحيث يبقى أصله محفوظاً (لا يُباع، ولا يوهب، ولا يُورث)، ويُخصَّص ريعه أو منفعته (مثل إيجارته) بشكل دائم لتمويل مشروع خيري مُعَيَّن أو مشروع اجتماعي مُحدَّد (مثل: المساجد، والمدارس، والمستشفيات)، أو لإعانة الفقراء والطلبة، وفقاً لشروط الشخص الموقِّف (الواهب).
النشاط الاقتصادي Economic Activity	عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك للسلع والخدمات التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات؛ لإشباع الحاجات، وتحقيق المنفعة الخاصة والمنفعة العامة.
الملكية المزدوجة Dual Ownership	توزُّع ملكية الموارد ووسائل الإنتاج بين الدولة والقطاع الخاص في آنٍ معاً؛ إذ يوجد قطاع خاص نشِط يشارك في عمليات الإنتاج والاستثمار والتصنيع، إلى جانب ملكية الدولة لقطاعات استراتيجية، مثل: قطاع الطاقة، وقطاع المياه، وبعض الصناعات الكبرى.