



الثقافة المالية

الصف الحادي عشر - المسار الأكاديمي

الفصل الدراسي الثاني

١١

فريق التأليف

د. عدلي شحادة قنديح (رئيساً)

أ. منال عبدالله أبو السمن

د. رعد محمود التل

أ. فاطمة أحمد العبادي (منسقاً)

الناشر: المركز الوطني لتطوير المناهج

يسُرُّ المركز الوطني لتطوير المناهج استقبال آرائكم وملحوظاتكم على هذا الكتاب عن طريق العنوانين 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 16/11/2025 م، وقرار مجلس التربية والتعليم رقم (2025/247)، تاريخ 04/12/2025 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 للمكتاب:

عنوان الكتاب:	الثقافة المالية: الصف الحادي عشر، الفصل الدراسي الثاني
إعداد/ هيئة:	الأردن. المركز الوطني لتطوير المناهج
بيانات النشر:	عمان: المركز الوطني لتطوير المناهج، 2025
رقم التصنيف:	375.001
الواصفات:	/ تطوير المناهج // المقررات الدراسية// مستويات التعليم// المناهج/
الطبعة:	الطبعة الأولى

يتحمّل المؤلف كامل المسؤلية القانونية عن محتوى مُصنّفه، ولا يُعبّر هذا المُصنّف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية.

تصميم وإخراج

عمر أحمد أبو عليان

التحرير اللغوي

نضال أحمد موسى





قائمة المحتويات

4

المقدمة

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، والصلاه والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، وبعد:

فانطلاقاً من إيمان المملكة الأردنية الهاشمية والرؤيه الملكية الساميه بأهميه تنهيه قدرات الإنسان الأردني وتسليمه 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 ومتّميّز يُسهم في إعداد أجيال قادرة على مواجهة التحدّيات المستقبلية.

جاء كتاب الثقافة المالية للصف الحادي عشر مُنسجاً مع فلسفة التربية والتعليم وخطّة تطوير التعليم في المملكة الأردنية الهاشمية، ومحققاً مضمون الإطار العام والإطار الخاص لمنهاج الثقافة المالية، ومتّسقاً مع معاييره ومؤشراته أدائه. يهدف الكتاب إلى إعداد جيل ملِّم بمهارات القرن الحادي والعشرين، وقدر على إدارة المعرفة ونقلها، وتحمل 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، وحل المشكلات، ومهارات التواصل والعمل الجماعي. يعزّز محتوى الكتاب القيم التي تتحثّ على احترام التنوّع، وتلك التي تُعني بتنمية شخصيات الطلبة، إضافةً إلى بناء اتجاهات إيجابية لديهم حيال عملية التعلّم والتعليم. وقد اشتغل الكتاب على العديد من الأنشطة التعليمية التي تراعي الفروق الفردية بين الطلبة، وتهدف إلى توظيف المعارف المُكتسبة في بناء مجتمع فعال ومتكافئ.

تهدف دراسة هذه الموضوعات إلى تنمية الوعي الاقتصادي لدى الطلبة، وتعزيز فهمهم للأسوق والأنظمة الاقتصادية، وتمكينهم من اتخاذ قرارات مالية رشيدة تسهم في بناء مجتمع واعٍ ومنتج.

ونحن إذ نُقدّم هذا الكتاب، فإننا نُؤمّل أن يُسهم في تحقيق الأهداف المنشودة، ويُشري معارف الطلبة في ما يخصّ المفاهيم الاقتصادية، وَيَعِدُ بأن نستمر في تطويره بناءً على ما يصلنا من ملاحظات سديدة.

والله ولي التوفيق

المركز الوطني لتطوير المناهج

نسخة قبل الإعداد

الوحدة الشّائعة

3



الأسواق



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

مفهوم السوق وأنواعه

استكشف



أتخيّل نفسي في صباح يوم جمعة أَنْني أتجوّل في سوق شعبي، حيث يشغل الباعة بترتيب الخضروات والفواكه ذات الألوان الزاهية، ويعجُّ المكان بأصوات الباعة والزبائن وهم مُنهمكون في عمليات البيع والشراء، ومحاولة الحصول على أفضل سعر: «سعر كيلو البطاطا هو الأقلُّ في السوق»، «هذه أفضل بضاعة معروضة في السوق اليوم». وفي هذه الأثناء، أستمتع باستنشاق رائحة التوابيل الطازجة المُنتشرة في الأرجاء، ثم أُسارع إلى تفحُّص الفواكه وتقلبيها بيديّ. يا لجمال هذا المكان النابض بالحياة! حقًا إنَّه يمنحك المرء تجربة فريدة للتسوق، ويُشكّل لوحة فنية مُتناغمة تتفاعل معها جميع الحواس.

ثمَّ أَقْفُل عائداً إلى المنزل، حيث أطلب وجبة غداء باستخدام أحد التطبيقات الذكية المُخزَّنة في هاتفي المحمول. وما هي إلَّا دقائق معدودة حتّى وصلت الوجبة إلى عتبة باب المنزل من دون أنْ أحِرِّك ساكناً؛ إذ لم أناقِش البائع في سعر وجبة الطعام، ولم أمسها قبل عملية الشراء؛ فكل ذلك حدث عبر واجهة رقمية افتراضية، لكنَّها فعالة على نحوٍ مُذهلٍ. في المساء، ظهر على شاشة التلفاز خبر مفاده: «ارتفاع أسعار النفط عالمياً». صحيحُ أَنِّي لم أبرح مکاني، ولم أذهب إلى أيٍّ من الأسواق المُنتشرة في مختلف دول العالم، لكنَّ هذا الخبر سيُؤثِّر - لا محالة - في سعر الوقود (البنزين) الذي سيملأ به والدي خزان سيارته الخاصة، حتى إنَّ ذلك سيُؤثِّر في أسعار المواد البلاستيكية المعروضة في السوق الشعبي الذي زرْتُه صباحاً.

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

- ما المقصود بالسوق؟
- ما أول صورة تَرِدُ إلى الذهن عند سماع هذه الكلمة؟
- ما الفرق الرئيس بين شراء رغيف خبز من المَخبَز في الحي وشراء هاتف محمول عن طريق شبكة الإنترنت؟
- هل تُعدُّ الواقع الإلكتروني شكلاً من أشكال السوق الذي تتمُّ فيه عمليات البيع والشراء؟
- فِيمَ يختلف السوق الإلكتروني عن السوق التقليدي؟

مفهوم السوق:

نّتاجات التعلم:

- 1- توضيح مفهوم السوق.
- 2- بيان أهمية الأسواق في الحياة الاقتصادية.
- 3- تعرّف أنواع الأسواق بحسب:
 - النطاق الجغرافي (أسواق محلية، أسواق إقليمية، أسواق عالمية).
 - نوع المنتج (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).

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

أهمية السوق:

يُعدُّ السوق منصة فعالة تُسهم في تنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وتَتَبَرَّجُ من وجوده آثارٌ إيجابية مُتعدّدة تُنعكس على الاقتصاد والمجتمع.

تتمثل أهمية السوق في إجابة السؤال الآتي: لماذا يُعدُّ السوق مُهماً؟ في ما يُمثّل الأدوار الكبرى التي تُبرِّز قيمته في حياة الأفراد والاقتصاد. يمكن إجمال أهمية السوق في الجوانب الأساسية الآتية:

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

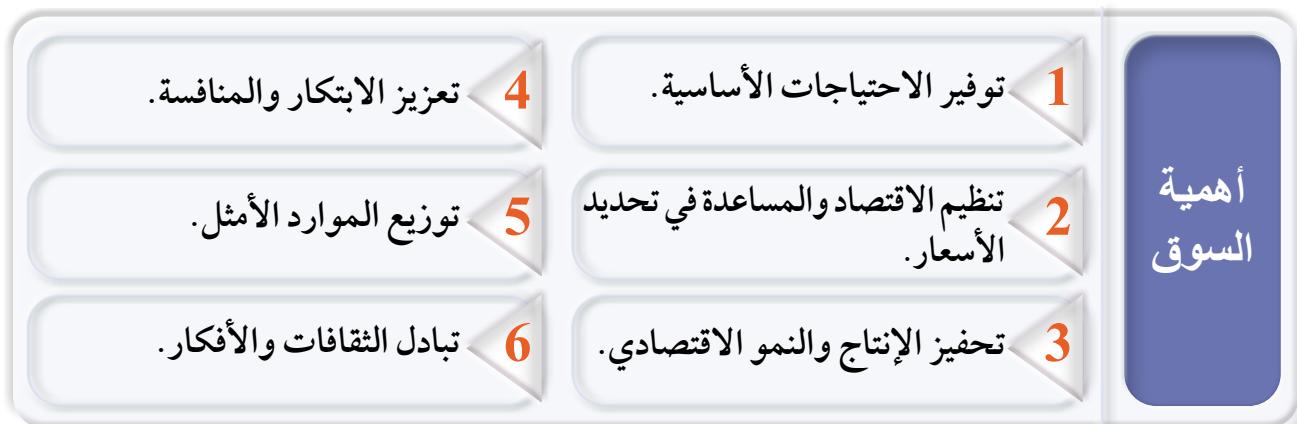
2- تنظيم الاقتصاد، والمساعدة في تحديد الأسعار: يُمثّل السوق آلية طبيعية لتحقيق التوازن بين العرض والطلب؛ إذ تحدّد الأسعار تلقائياً، بحيث ترتفع عند قلة العرض أو كثرة الطلب، وتتحفّض عند زيادة العرض أو قلة الطلب؛ ما يساعد على تنظيم الاقتصاد دون تدخل مباشر من الحكومة.

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

4- تعزيز الابتكار والمنافسة: تُحفّز بيئة السوق التنافسية الشركات والأفراد إلى تطوير منتجات وخدمات مُبتكرة، وتحسين جودتها، وخفض تكاليفها، وهو ما ينعكس إيجاباً على رفاهية المستهلك.

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

6- تبادل الثقافات والأفكار: تُعدُّ الأسواق منصات مُهمَّة للفيتوال بين مختلف الثقافات، ونشر الابتكارات؛ ما يُثري التنوُّع الاجتماعي والاقتصادي محلياً وعالمياً، أنظر الشكل (1).



الشكل (1): أهمية السوق.

؟ كيف يُسِّهم السوق في تحفيز الإنتاج والنمو الاقتصادي ؟

● وظائف السوق الأساسية:

تُعرَّف وظائف السوق الأساسية بأنَّها العمليات والمهام الرئيسة التي يضطلع بها السوق، مُمثَّلة في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتنسيق العلاقة بين المُتَجَّر والمُسْتَهْلِك.

تُسِّهم هذه الوظائف إسهاماً فعَالاً في الاقتصاد بأدائها أربع وظائف أساسية، هي:

1- تسهيل عمليات الإنتاج:

تيح الأسواق للمُتَجَّرين الحصول على مدخلات الإنتاج اللازمَة لتصنيع السلع وتقديم الخدمات، مثل: المواد الخام، والعمالة، ورأس المال.

مثال:

تحتاج مصانع الألبان الأردنية إلى حليب طازج من مَزارع الأبقار، ويوفر سوق العمل العَمالَة المُؤَهَّلة لتشغيل هذه المصانع. كذلك تحتاج المصانع أحياناً إلى اقتراض الأموال من البنوك، أو جذب مُستثمرين لشراء معدَّات جديدة، أو تطوير خطوط الإنتاج.

2- توجيه الاستهلاك وتنظيمه:

تقدِّم الأسواق للمُسْتَهْلِكين خيارات مُتنوِّعة؛ ما يمنحهم القدرة على المقارنة بين السلع والخدمات من حيث الجودة والسعر، و اختيار ما يناسبهم. وهو ما يدفع الشركات إلى تحسين مُتَجَّاتها وخفض أسعارها في ظل المنافسة القوية بينها. فمثلاً، حين يرغب أحد المواطنين في شراء هاتف ذكي، فإنه يتوجَّه إلى السوق، أو يتصفَّح الموقع الإلكتروني، حيث يجد عشرات العروض من علامات تجارية مختلفة. ولا شكَّ في أنَّ هذا التنوُّع يمنحك حرية الاختيار، ويدفع الشركات إلى التنافس في ما بينها من حيث العروض والتقييمات 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 توجه كلاً من المستهلكين والمُستهلكين في ما يخص قراراتهم الاقتصادية. فمثلاً، يشهد فصل الصيف في الأردن زيادة في حجم الطلب على الخضروات، مثل: البندورة، والخيار؛ نتيجة لارتفاع درجات الحرارة، وزيادة معدل الاستهلاك. وإذا اقترن ذلك بنقص المعروض بسبب عوامل مناخية، فإن الأسعار ستزداد في الأسواق، مثل سوق الجملة المركزي في العاصمة عمّان. وهذا الارتفاع سيحفز المزارعين في الأغوار ومناطق الشمال إلى زيادة الإنتاج في المواسم التالية.



أفكار

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

4- توفير منصات للتبادل الرقمي والخدمات الحديثة:

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

تحديد الأسعار.

3

تسهيل عمليات الإنتاج.

1

توفير منصات للتبادل الرقمي والخدمات الحديثة.

4

وظائف السوق الأساسية

الشكل (2): وظائف السوق الأساسية.

● أنواع الأسواق:

تشتّت الأسواق تنوّعاً كبيراً اعتماداً على معايير عديدة، أبرزها: النطاق الجغرافي (محلي، إقليمي، عالمي)، ونوع المنتج (أسواق سلع، خدمات، أوراق مالية)، والوضع القانوني (رسمية، غير رسمية)، والتقنية المستخدمة (تقليدية، إلكترونية، افتراضية). يسهم هذا التنوّع في توفير احتياجات مختلفة لكلاً من المستهلكين والمُستهلكين، ويزيد من مرونة النشاط الاقتصادي وتنوّعه.

● أنواع الأسواق بحسب النطاق الجغرافي:

تختلف الأسواق في ما بينها من حيث النطاق الجغرافي؛ ما يؤثّر في طبيعة المنتجات المعروضة، وحجم التبادل التجاري، والقوانين والأنظمة المنظمة لها.

تصنّف 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 مورّدين ومستهلكين من المنطقة نفسها، ومتاز بوجود علاقات مباشرة بين البائع والمشتري. تُعرض في هذه الأسواق سلع استهلاكية يومية وبسيطة، مثل: الخضروات، والملابس، والمواد الغذائية.

من الأمثلة على الأسواق المحلية:

- الأسواق الشعبية، مثل الأسواق المركزية للخضروات.
- المتاجر الصغيرة.

2 - الأسواق الإقليمية (Regional Markets):

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

من الأمثلة على الأسواق الإقليمية:

- سوق المنتجات الزراعية المشتركة بين بعض بلاد الشام، مثل: الأردن، وسوريا، ولبنان؛ إذ يمكن لهذه الدول تبادل الفواكه والخضروات وفقاً لقواعد واتفاقيات معينة.
- التبادل التجاري الحرّ بين دول الاتحاد الأوروبي، مثل بيع السيارات والمواد الغذائية عبر حدود هذه الدول من دون فرض رسوم جمركية كبيرة عليها، وفقاً للاحتجازات الموقعة بينها.

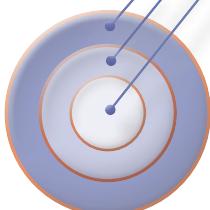
3 - الأسواق العالمية (Global Markets):

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

من الأمثلة على الأسواق العالمية:

- تصدير النفط السعودي إلى الصين.
- استيراد ألمانيا للسيارات اليابانية.

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



الشكل (3): أنواع الأسواق بحسب النطاق الجغرافي.

يُبيّن هذا التصنيف كيف تتدخل مستويات الأسواق المختلفة، ويفاعل بعضها مع بعض لتشكيل شبكة اقتصادية عالمية مُعقدة، تُسهل تدفق السلع والخدمات عبر الحدود، بما في ذلك منصات التسويق الإلكترونية التي تجاوز نطاقها الحدود الجغرافية، وأمكن لها الوصول إلى المستهلكين 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 المنتج المُتداول فيها؛ ما يؤثّر في آلية عملها، ونوعية المشاركين فيها، والقوانين المنظمة لها، أنظر الشكل (4).

تصنّف الأسواق بحسب طبيعة المنتج إلى ثلاثة أنواع رئيسة، هي:



1- أسواق السلع (Commodity Markets)

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

- أ- السلع الاستهلاكية النهائية: سلع يستهلكها الأفراد مباشرة، مثل: الأغذية الجاهزة، والملابس، والأجهزة الإلكترونية. ويعُد سوق الجملة المركزي للخضار والفواكه في العاصمة عمّان مثالاً على الأسواق التي تُباع فيها الأغذية الجاهزة.
- ب- السلع الإنتاجية: مواد خام تُستخدم بوصفها مدخلات 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 تُعد هذه الدول من أكثر دول العالم إنتاجاً للنفط الخام.



2- أسواق الخدمات (Service Markets)

أماكن أو منصات تُتبادل فيها الخدمات غير الملموسة بين مُقدمي الخدمة والمُستهلكين لقاء عائد مادي أو منفعة متفق عليها. تشمل هذه الأسواق الخدمات غير المادية المقدمة للأفراد والشركات. وفيها تقسم الخدمات أساساً إلى قسمين، هما:

- أ- الخدمات الشخصية، مثل: التعليم (مدارس، كليات، جامعات...)، والسياحة (شركات طيران، فنادق...).
- ب- الرعاية الصحية (مستشفيات، عيادات خاصة...).

- أ- الخدمات التجارية، مثل: الاستشارات الإدارية والقانونية، والتسويق، والنقل اللوجستي (شركات شحن، شركات تخزين...).

تجدر الإشارة إلى أنَّ جودة الخدمة المقدمة ومصداقيتها تؤثّران تأثيراً مباشراً في تنشيط حركة السوق، وتمكن الشركات من المنافسة.

3 - الأسواق المالية (Financial Markets)



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

أ- سوق رأس المال: سوق متخصص في تداول الأوراق المالية الطويلة الأجل، مثل: الأسهم، والسنداط. من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق: بورصة عمان للأوراق المالية.

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

ج- سوق العملات الأجنبية (الفوركس): سوق مُمتد في جميع أنحاء العالم، وهو يتاثر بالعرض والطلب العالميين، ويتحضر في صرف العملات لمجموعة من المُشارِكين، مثل: البنوك العالمية، والمؤسسات الدولية، والأسواق المالية، والمُتداوِلين الأفراد.

د- سوق الأصول الرقمية (المُشفرة): سوق عالي المخاطر يتاثر بالتطورات التكنولوجية والتشريعية. من الأمثلة على العملات المُتداوَلة في هذا السوق: البيتكوين، والإثيريوم.

يتبيّن مما سبق أنَّ طبيعة المنتج تحدّد خصائص السوق وآليات عمله؛ سواء كان المنتج سلعةً ماديَّة، أو خدمةً تعتمد على المعرفة والتكنولوجيا، أو أصلًا مالِيًّا يتاثر بالعرض والطلب والمخاطر، انظر الشكل (4).

أَفْسَر: كيف تعمل طبيعة المنتج المُتداوَل في السوق على التأثير في آلية عمل السوق ونوعية المشارِكين فيه؟

أنواع الأسواق بحسب طبيعة المنتج

الأسواق المالية

- 1 سوق رأس المال.
- 2 سوق النقد.
- 3 العملات الأجنبية (الفوركس).
- 4 سوق الأصول الرقمية (المُشفرة).

أسواق الخدمات

- 1 الخدمات الشخصية.
- 2 الخدمات التجارية.

أسواق السلع

- 1 السلع الاستهلاكية النهائية.
- 2 السلع الإنتاجية.

الشكل (4): أنواع الأسواق بحسب طبيعة المنتج.

● أنواع الأسواق بحسب درجة الاعتماد على التقنية:

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

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

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

من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق:

- سوق البخارية في العاصمة عمان؛ وهو سوق متخصص في بيع الملابس والأحذية بأسعار منخفضة.
- سوق الجملة المركزي للخضار والفواكه في العاصمة عمان.
- المجمعات التجارية (المولات) المنتشرة في العاصمة عمان وغيرها من المدن الأردنية.

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

مزايا الأسواق الإلكترونية:

- أ- توفير الوقت والجهد.
- ب- تعدد خيارات البيع والشراء، والمقارنة بين الأسعار بسهولة.
- ج- الاعتماد على موقع 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 متخصصة في عمليات البيع والشراء.

ب- بوابة تواصل.

2- عالمياً: أ- موقع أمازون (Amazon).

ب- موقع (eBay).

3- الأسواق الافتراضية (Virtual Markets):

تعد الأسواق الافتراضية مرحلة متقدمة من تطور الأسواق الإلكترونية؛ إذ يكون العمل فيها ضمن عالم افتراضي أو محاكاة رقمية تخيل للمستخدم أنه موجود داخل الواقع نفسه، وأنه يتفاعل مع العناصر الرقمية على نحو تبدو فيه أشياء بالحقيقة.

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

أ- العالم الافتراضي (Metaverse):

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

من الأمثلة على ذلك:

- حضور معرض أو التجول في سوق داخل العالم الافتراضي.
- التنقل بين المحال التجارية.
- تجربة المستجات.
- التفاعل المباشر مع أشخاص آخرين .

ب- المنصات الثلاثية الأبعاد (3D Platforms):

برامج أو تطبيقات تقدم بيئه افتراضية ثلاثة الأبعاد، يمكن للمستخدمين التفاعل معها.

من الأمثلة على ذلك:

- تصفح متجر ثلاثي الأبعاد في شبكة الإنترنت.
- مشاهدة المستجات من جميع الروايات.
- إجراء عمليات شراء تبدو كأنها داخل متجر حقيقي.

مزايا الأسواق الافتراضية:

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

يتيح هذا النوع من التقنيات للمستخدم العيش في بيئه رقمية، والتجول في المتاجر، والتفاعل مع المستجات كأنها حقيقة.

من الأمثلة على ذلك:

- تجربة نظارات الواقع الافتراضي (Virtual Reality: VR) للتجول في متجر افتراضي.
- استخدام تقنية الواقع المعزز (AR) لتجربة أثاث في غرفتي قبل شرائه.

بوابة تواصـل أول بوابة إلكترونية حكومية موحدة لتعزيز المشاركة المجتمعية في صنع القرار، وقد أطلقتها وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة؛ وهي منصة إلكترونية حكومية موحدة تهدف إلى التشاور في التشريعات والمشروعات والسياسات قبل اعتمادها، وإشراك المواطنين والمقيمين والقطاع الخاص والمجتمع المدني في صنع القرار، بما يعزز الشفافية والثقة، ويعـزـزـنـ جـودـةـ الخدمات الحكومية على نحو يـفـيـ باـحـتـيـاجـاتـ المستـفـيدـينـ،ـ وـيـمـكـنـهـمـ من الدخـولـ عـبـرـ تـطـيـقـ سـنـدـ أوـ البرـيدـ الإـلـكـتـرـوـنـيـ الخـاصـ بـكـلـ مـنـهـمـ،ـ وـتـقـدـيمـ المـقـرـراتـ وـطـلـبـاتـ الـحـصـولـ عـلـىـ المـعـلـومـاتـ وـمـتـابـعـتـهاـ بـطـرـيـقـةـ تـفـاعـلـيـةـ شاملـةـ.



الربط مع التكنولوجيا

خرائط السوق الرقمية: فهم السوق بذكاء

أنا أتحت وسائل التكنولوجيا الحديثة اليوم للمستخدم فهم آلية الأسواق على نحو أسهل من ذي قبل؛ إذ يمكنه استخدام أدوات بسيطة (مثل: Canva)، أو برامج مجانية في شبكة الإنترنت لإنشاء خرائط رقمية تفاعلية تتعلق بالسوق، وتساعده على أداء ما يأتي:

- ربط المعلومات مباشرةً بأسعار المستجات في المتاجر الإلكترونية، أو بتقييمات العملاء في منصات التواصل الاجتماعي.
- تحليل البيانات تلقائيًا باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد الاتجاهات والفرص.
- اكتشاف الفرص والتهديدات بسرعة، مثل: ظهور مُنافس جديد، وارتفاع مُتّجح حديث.

تأسيساً على ذلك، يمكننا اتخاذ قرارات أكثر ذكاءً، استناداً إلى بيانات حقيقة، بدلاً من التخمين؛ سواء أكانت مشروعاتنا صغيرة أم كبيرة.

بـ- خوض تجربة تسوُّق فريدة وتفاعلية:

تيح الأسواق الافتراضية للمستخدم التفاعل المباشر مع المستجات، ومشاهدة تفاصيلها من جميع الزوايا، على نحو أشبه بالتجول في متجر حقيقي، في ما يُعد تجربة أكثر متعة مقارنة بالشراء التقليدي عبر شبكة الإنترنت.

جـ- محاكاة فضاء ثلاثي الأبعاد:

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

العلاقة بين الأسواق الإلكترونية والأسواق الافتراضية:

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

أوجه الاختلاف بين الأسواق الإلكترونية والأسواق الافتراضية:

يُبيّن 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 (موقع ويب، تطبيقات).	بيانات رقمية غامرة، ثلاثة الأبعاد تحاكي العالم الحقيقي.
طريقة التفاعل.	القوائم، والنصوص، والصور، ومقاطع الفيديو.	الشخصيات الافتراضية (Avatars)، والتجول في فضاء ثلاثي الأبعاد.
التقنيات.	مُتصفحات الإنترنٌت، وتطبيقات الهواتف الذكية.	نظارات (VR)، وتقنيات (AR).

أوضح مزايا كلٍّ من الأسواق التقليدية والأسواق الإلكترونية.



تجربة السوق الافتراضي في الأردن: حَلٌّ مُبتكَر في زمن الأزمة وتحديات الاستمرارية

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

آلية العمل:

اعتمد نموذج السوق الافتراضي على منصّات اتصال تفاعلية مثل، (Zoom)، و(Google Meet)، من دون أن يُمثل بيئه افتراضية مُتكاملة ثلاثية الأبعاد (ميترافيرس) (Metaverse). وقد نُظمت الغرف الافتراضية على هيئة أكشاك رقمية، ومبنيّ كل بائع كشكًا خاصًا لعرض بضاعته مباشرة عن طريق الفيديو. كذلك أتيح للمُستهلكين التجول بين هذه الأكشاك، والتحدث مباشرة إلى البائعين، وطرح الأسئلة، ومشاهدة المستجاثات لحظة عرضها مباشرة، في محاولة لمحاكاة التجربة الاجتماعية والتفاعلية الخاصة بالسوق التقليدي، ولكن بصورة رقمية.

التطور والمآل:

بعد تراجع حدة الجائحة، وعودة الحياة الاقتصادية إلى طبيعتها تدريجيًّا، شهد النموذج تراجعاً ملحوظاً 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 منصة دائمة.

الخلاصة والاستنتاج:

تُؤكّد هذه التجربة قدرة الأسواق الافتراضية على إيجاد حلول طارئة وفعالة أثناء الأزمات؛ إذ توفر بدلاً تفاعليًّا يحافظ على استمرارية النشاط الاقتصادي والرابط الاجتماعي بين الأفراد والشركات. غير أنَّ التحديات التي واجهتها هذه التجربة، وبخاصة على مستوى الاستدامة الطويلة المدى بعد زوال عامل الضرورة، تثير تساؤلات عِدَّة عن مدى جدواها ونجاحها مستقبلاً. بناءً على ما آلت إليه التجربة، فإنَّ نجاح نموذج السوق الافتراضي على المدى البعيد محكم بتطوير حلول تقنية أكثر تخصُّصاً (مثلاً دمج تقنيات الواقع الافتراضي، والواقع المُعزَّز)، واستخدام استراتيجيات أعمال تلائم سياق السوق المحلي وتفضيلات المستهلك وقت الأزمة.

الأسئلة:

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

● أنواع الأسواق بحسب التصنيف القانوني:

تصنّف الأسواق بحسب التصنيف القانوني إلى نوعين، هما:

1- الأسواق الرسمية (المُنظمة): أسواق تعمل ضمن إطار قانوني وتنظيمي معترف به من الدولة، وت تخضع للرقابة الحكومية، وتلتزم بدفع الضرائب، وتطبيق معايير الجودة، والحصول على التراخيص الالزام.

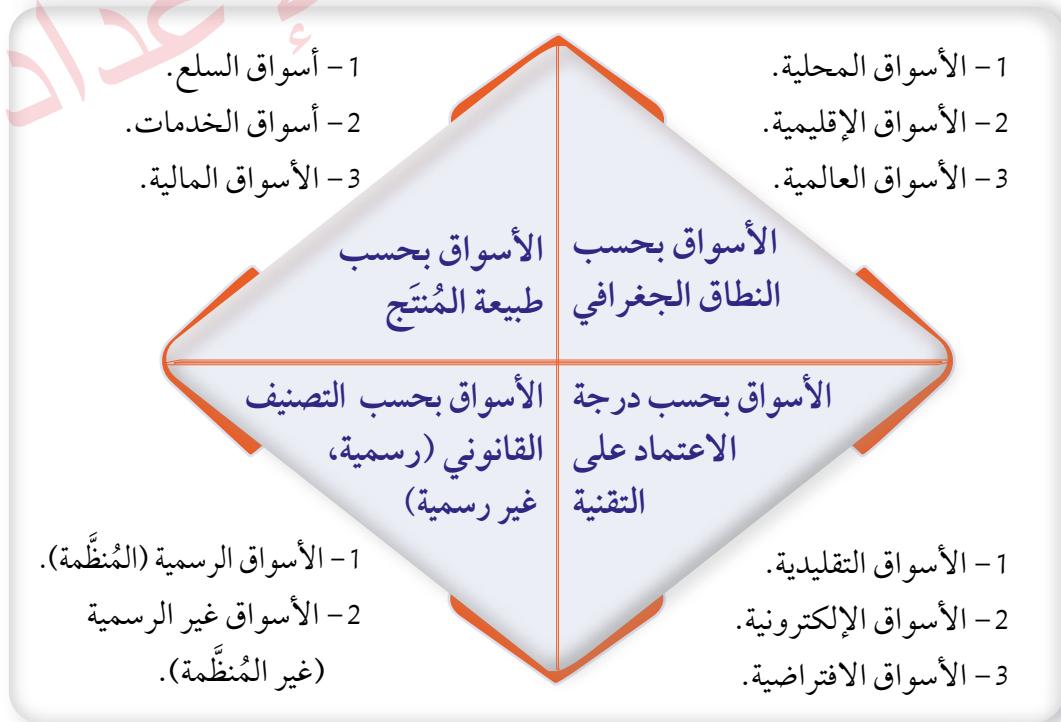
من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق: المتاجر المُرخصة، والشركات المسجلة، والأسوق المالية، والmarkets التجاريه الكبوري.

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

من الأمثلة على هذا النوع من الأسواق: الباعة المتجولون، والأسوق 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، انظر الشكل (5).

أوضح الفرق بين الأسواق الرسمية والأسواق غير الرسمية من حيث الرقابة والالتزام القانوني، ثمَّ أذكر مثالاً واحداً على كلِّ منها.



الشكل (5): أنواع الأسواق.

نشاط أنا في السوق

أكتب فقرة قصيرة تحمل عنوان (أنا في السوق: تجربة من حياتي اليومية)، وأصف فيها موقعاً واقعياً اشتريتُ فيه سلعة ما أو خدمة معينة، وأعمل على تضمين الفقرة كلاً من العناصر الآتية:

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

بعد أن أنهى من كتابة الفقرة، اختار شكل التوثيق المناسب باستخدام إحدى التقنيتين الآتتين:

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

بعد الانتهاء، أشارك الزملاء/ الزميلات في تجربتي؛ إما شفهياً باستعراضها أمامهم، وإما رقمياً عن طريق المنشآة المستخدمة.

تقييم تأثير التكنولوجيا:

لتعرف تأثير التقنية المستخدمة في عملية شرائي، أجيب عن السؤالين الآتيين:

- 1- كيف أثرت التقنية المستخدمة في قراري الخاص بعملية الشراء؟
- 2- هل سهلت هذه التقنية تجربتي أم جعلتها أكثر تعقيداً؟

معلومة تعلمْتُها، وأُشارك فيها عائلتي

لا يُعد السوق مكاناً للبيع والشراء فحسب، بل يُمثل آلية تنظم الاقتصاد عن طريق تفاعل العرض والطلب؛ إذ تحدد الأسعار فيه بناءً على احتياجات الأفراد ومدى توافر السلع. وهذا يعني أنَّ السوق يؤدي دوراً مهماً في تحفيز الإنتاج، وإيجاد فرص العمل، وتحقيق التوازن بين ما يُنتَج وما يستهلك.

نصيحة

يعتَيَن على كل فرد مِنَّا أن يكون واعياً بعمليات الشراء المُتنوّعة؛ فالسوق يُوفِّر خيارات مُتعدّدة، والمقارنة بين الأسعار والجودة تساعدنا على اتخاذ القرارات الاقتصادية الذكية التي تحافظ على ميزانيتنا.



أقِيمْ تعلّمي

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

السؤال الثاني: أذكر ثلاثة من وظائف السوق الأساسية.

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

السؤال الرابع: أعمل ما يأتي:

- 1- يمثل السوق آلية لتنظيم الاقتصاد.
- 2- ازداد انتشار الأسواق الإلكترونية في السنوات الأخيرة.
- 3- تُعد الأسواق الرسمية أكثر أماناً للمستهلك.
- 4- تمثل الأسواق الافتراضية تطوراً جديداً في عالم التسويق.

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

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

- 1- يلتقي البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات في _____.
- 2- يحدّد 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 والسنادات تُسمى _____.
- 6- من الأسواق التقليدية في الأردن: _____، و_____.

السؤال السابع: أفترض أنني رائد أعمال، ما نوع السوق الذي يمكن أن أختاره لتسويق منتجي الجديد؟ أبّرر إجابتي.



السؤال الثامن: اختار رمز الإجابة الصحيحة في كُلّ ممّا يأتي:

1- من الأمثلة على أسواق السلع الإنتاجية:

ب) مصنع الحديد.

أ) المستشفى الخاص.

د) مكتب الاستشارات.

ج) شركة السياحة.

2- الأسواق التي تُقدّم خدمات عديدة، مثل التعليم والصّحة، تُصنَّف ضمن:

ب) الأسواق غير الرسمية.

أ) أسواق السلع.

د) أسواق الخدمات.

ج) الأسواق المالية.

3- من الأسواق المالية:

ب) سوق الجملة المركزي.

أ) السوق المفتوح.

د) سوق البخارية.

ج) بورصة عُمان.

4- السوق الذي تُباع فيه المنتجات عن طريق المِنْصَات الرقمية، مثل أمازون (Amazon)، يُسمّى:

ب) سوقاً مادياً.

أ) سوقاً تقليدياً.

د) سوقاً غير رسمي.

ج) سوقاً إلكترونياً.

5- يُطلق على السوق الذي تُستخدم فيه التقنيات الحديثة، ويحاكي بيئه رقمية ثلاثة الأبعاد، اسم:

ب) السوق التقليدي.

أ) السوق المادي.

د) السوق المحلي.

ج) السوق الافتراضي.

أشكال السوق وأليات التسعير

نماذج التعلم:

- 1- تعرّف أشكال السوق:
 - سوق المنافسة الكاملة.
 - سوق الاحتكار الكامل.
 - سوق احتكار القِلة.
 - 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.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

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

استكشف



- هل تتأثر الأسعار بعدد من العوامل، مثل: جودة المنتج، ومكان البيع، وعدد البائعين؟
- لماذا يوجد في المدينة كثير من بائعي الخضروات، 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 يحدّد التنافس شكل السوق بوجه عام؟

● أشكال الأسواق الاقتصادية، وأثر التنافس في تحديد الأسعار:

تُصنَّف الأسواق الاقتصادية إلى أنواع وأشكال مختلفة بناءً على درجة التنافس بين الأطراف التي تعامل فيها. ولا شكَّ في أنَّ تعرّف أشكال السوق وأنواعها يساعد على تحليل طبيعة النشاط الاقتصادي، وتعريف سلوكات المستهلكين والمُستهلكين في مختلف الأحوال، وتحديد مدى فعالية السوق في تحقيق العدالة والكفاءة. وفي هذا السياق، تؤدي درجة التنافس دوراً أساسياً في تحديد الأسعار، وتوزيع الموارد، وتعريف مدى تدخل الحكومة لضبط الأداء.

تصنف الأسواق الاقتصادية إلى الأشكال الأربع الرئيسية الآتية التي يُبيّنها الشكل (١):



الشكل (١): أشكال السوق.

١ - سوق المنافسة الكاملة (Perfect Competition Market)

سوق يحوي عدداً كبيراً جدًا من المشترين 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 مشتري وبائع الأسعار والكمية المُتوافرة من السلع.

من الأمثلة على هذا السوق: سوق الخضار والفواكه؛ إذ يبيع فيه عدد كبير من المزارعين أنواع الخضراوات والفاكه نفسها، مثل: البندورة، والبطاطا، والتفاح؛ فكلها متشابهة تقريباً. ومن ثم لا يستطيع أي مزارع رفع السعر؛ لأنَّ المشتري يُمكِنه شراء السلعة نفسها من مزارع آخر بسعر أقلَّ.



العوامل المؤثرة في تذبذب الأسعار:
يُعد السوق بيئة مثالية للمنافسة في عمليات البيع والشراء، لكنَّ أسعار المنتجات فيه قد تتذبذب قليلاً نتيجةً للعوامل الآتية:

- 1- المنطقة الجغرافية؛ إذ تختلف أسعار المنتجات في المدن عنها في الأحياء والقرى.
- 2- المُدَّة الزمنية؛ إذ تختلف أسعار المنتجات تبعاً لاختلاف المواسم مثل الأعياد وأوقات البيع (صباحاً، مساءً).
- 3- الجودة؛ إذ تختلف أسعار المنتجات تبعاً لحجمها، ونضجها، ومستوى جودتها.

صحيح أنَّ سوق المنافسة الكاملة يحدُّ من القدرة على التحكُّم في الأسعار، لكنَّ العوامل الطبيعية (مثل: الجودة، والموسم، والموقع) قد تسبِّب تذبذباً محدوداً في الأسعار.

أُوضِّح خصائص سوق المنافسة الكاملة.



أُفَكَّر

- أفترض أنَّ جميع الأسواق العالمية تحولَت فجأة إلى سوق احتكار كامل (منتج واحد فقط يتحكُّم في كل السلع والخدمات):
- ما النتائج والتأثيرات المُمحتملة لهذا الوضع في المستهلكين والاقتصاد بوجه عام؟
 - كيف يمكن للحكومة أنْ تتدخل لإصلاح هذا الوضع؟

2- سوق الاحتكار الكامل (Monopoly Market):

سوق يحوي مُنتجاً أو بائعاً واحداً فقط يتحكُّم في توفير السلعة أو الخدمة، ويتحكُّم في السعر والكمية المعروضة.

خصائص سوق الاحتكار الكامل:

- أ- غياب البديل: عدم وجود بديل للسلعة أو الخدمة المُتوافرة في السوق؛ ما يمنح المُحتكِر 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 يؤدّي إلى انخفاض عدد المستهلكين، وتدنّي إيرادات السوق، وعدم العدالة في عملية التوزيع؛ أيْ عدم وصول السلعة إلى جميع المستهلكين الذين يحتاجون إليها، واقتصرار ذلك على منْ يملكون القدرة على الدفع.
- ج- غياب المنافسة: حصر قرارات التسعير والإنتاج في يد طرف واحد فقط لعدم وجود مُنافِسين.

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

- ؟ - ما المقصود بسوق الاحتكار الكامل؟
؟ - لماذا يستطاع المُحتكِر التحكُّم في سعر المنتج أو الخدمة؟

- ٣- سوق احتكار القلة (Oligopoly Market) :

سوق يقترب من الاحتكار، لكنه يضم عددًا قليلاً من الشركات أو المستويين الذين يسيطرون معاً على غالبية السوق.

خصائص سوق احتكار القلة:

- أ- التأثير الواضح لكل شركة أو طرف في تحديد الأسعار أو الكميات المعروضة.
- ب- مراقبة كل شركة قرارات منافسيها قبل اتخاذ قراراتها الخاصة في أغلب الأحيان.
- ج- التنسيق بين الشركات بصورة مباشرة أو غير مباشرة، في ما يُعرف بالاتفاقات الاحتكارية.
- د- احتفاظ السوق بسمات تَحدُّ 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 توفر خدمات الاتصال والإنترنت. وهذه الشركات هي التي تُسيطر على السوق، وتحكم فيه، لكن الأسعار والخدمات تكون غالباً مُتقاربة؛ لأن كل شركة تُراقب الأخرى. ومن ثم، فإن المنافسة بين هذه الشركات تكون محدودة بالرغم من وجودها جزئياً.

بوجه عام، تخضع الأسعار للرقابة؛ أي إن الحكومة أو الجهات الرسمية تُراقب الأسعار، وتُحدّد لها سقفًا؛ لكي لا ترفع الشركات أسعار خدماتها بشكل مبالغ فيه، وتستغل قلة المنافسة لمصلحتها.

- ٤- 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 تقدم منتجات وخدمات متشابهة، لكنها غير مُتطابقة.
- ب- سعي كل شركة إلى تمييز منتجاتها عن طريق العلامة التجارية، والجودة، والسعر، وطريقة العرض.
- ج- لكل شركة قدرة محدودة على التأثير في السعر بالرغم من وجود عدد كبير من المنافسين.

من الأمثلة على هذا السوق: شركات الإنتاج الفني، ومتاجر الألبسة، والمطاعم؛ إذ تقدم جميعها خدمات مُقاربة، لكن كلاً منها يحاول تقديم تجربة مختلفة.

مثال تطبيقي: المطعم.

يوجد عدد كبير من المطاعم في المدن، وهي تقدم الطعام من دون استثناء، لكن كل مطعم يحاول التمييز بنوع معين من الأطباق، أو بطريقة تقديم خاصه للطعام. بالرغم من تشابه الخدمة (تقديم الطعام) في هذه المطاعم، فإن الزبون يختار المطعم بناءً على الجودة أو الاسم أو التجربة؛ ما يمنع كل مطعم بعض القدرة على تحديد أسعاره.

ما المقصود بسوق احتكار القلة؟

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

أشكال الأسواق وصلتها بالتكنولوجيا

1- سوق المنافسة الكاملة:

يوجد العديد من الأسواق الإلكترونية المفتوحة، مثل منصات البيع المباشر. وقد وفرت 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، وتعزّز جودة السلع بسهولة.

2- سوق الاحتكار الكامل:

قد تحكر إحدى الشركات تطبيقاً ما أو خدمةً رقميةً معينةً، مثل امتلاك شركة واحدة التراخيص الخاصة بالبرامج الحكومية. في هذه الحالة، يمكن لوسائل التكنولوجيا الحديثة أنْ تعزّز الاحتكار عند استحواذ شركة واحدة على إحدى براءات الاختراع، أو على منصة رقمية معينة لا يمكن الاستغناء عنها.

3- سوق احتكار القلة:

يمكن لعدد محدود من الشركات السيطرة على السوق الرقمي والتحكم فيه. ومن ثمَّ، فإنَّ التنافس بين هذه الشركات سيكون محدوداً بالرغم من امتلاك كلٍّ منها قاعدة مستخدمين ضخمة، كما هو حال الشركات المُنخصصة في أنظمة التشغيل، مثل: (Microsoft)، و(Apple)، و(Google).

4- سوق المنافسة الاحتكارية:

تعمل بعض المتاجر الإلكترونية على بيع منتجات مُتشابهة، لكنَّها تستخدم لذلك طرائق عرض مختلفة؛ إذ تتيح وسائل التكنولوجيا الحديثة للشركات الصغيرة تمييز منتجاتها 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 (تعرف الأشكال المختلفة للأسوق).

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

- يقسّم المعلم / المعلّمة طلبة الصف إلى مجموعات.

- يوزّع المعلم / المعلّمة على كل مجموعة عدداً من البطاقات العشوائية، كُتب على بعضها أسماء الأسواق الأربع، وكتُب على بعضها الآخر أمثلة حقيقة أو أمثلة افتراضية على هذه الأسواق، مثل: المطاعم، وشركات الاتصالات، وسوق الخضروات، وشركة الكهرباء.

- يطلب المعلم / المعلّمة إلى أفراد كل مجموعة تحليل شكل السوق المبيّن في البطاقة، ثمَّ ربط المثال المعطى بالسوق المناسب، وبيان السبب.

- يوجّه المعلم / المعلّمة أفراد كل مجموعة إلى إعداد مشهد تمثيلي قصير، تتراوح مدّته بين دقيقةتين وثلاث دقائق، ويوصّل آلية عمل السوق، ثمَّ الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- * كيف يُحدَّد السعر؟
 - * هل يوجد أي نوع من المنافسة؟
 - * ما دور المستهلك في ذلك؟
 - * هل يمكن دخول السوق بسهولة؟
- يطلب المعلم / المعلمة إلى أفراد كل مجموعة عرض إجاباتهم أمام أفراد المجموعات الأخرى، ثم مناقشتها معاً.
- يوجّه المعلم / المعلمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى تسجيل المشهد التمثيلي باستخدام تطبيق (Canva Video)، أو تطبيق (Flipgrid)، أو إعداد عرض تقديمي باستخدام برنامج (Google Slides)، أو برنامج (PowerPoint)، وتضمين العرض صوراً أو رسوماً توضيحية تُبيّن شكل السوق.

دراسة حالة



مدينة الأسواق والمطاعم

يقطن إحدى المدن أفراد يعتمدون في معيشتهم على مجموعة مُتنوّعة من السلع والخدمات. تمتاز هذه المدينة بوجود أربعة أشكال للسوق، يُمثل كل منها نمطاً مختلفاً من التنافس والقرارات الاقتصادية. ومن أمثلتها:

- سوق المدينة للخضار: يجتمع عشرات المزارعين كل صباح لبيع الخضراوات والفواكه في سوق مفتوح، حيث الأسعار مُتقاربة جداً، والمشترون يتنقلون بسهولة بين البائعين الذين يعرضون منتجات مُتشابهة بصورة كبيرة، ولا قيود على دخول السوق أو الخروج منه.
- شركة النور للكهرباء: هي الشركة الوحيدة التي توفر خدمة الكهرباء للسكّان؛ إذ لا يوجد بديل عنها، وهي تحدّد الأسعار بالتنسيق مع الحكومة.
- شركة سمارت وتكنو للاتصالات: هما الشركتان الوحيدتان اللتان تقدّمان خدمات الإنترن特 والهواطف المحمولة لأفراد المجتمع. وكل شركة تعمل على تقديم عروض جديدة، لكنها تُراقب جيداً تسعيرة الشركة الأخرى، وتحرص أن تظلّ أسعار السوق مُتقاربة جداً.
- كذلك يوجد في هذه المدينة منطقة خاصة بالمطاعم، تسمى منطقة الذوق الرفيع للمطاعم، وهي تحوي عشرات المطاعم التي تقدّم وجبات مُتنوّعة، لكن لكل مطعم منها طابعاً خاصاً؛ إذ يختص أحدها بتقديم الطعام الإيطالي، ويختص آخر بتقديم الطعام الأردني، ويختص غيرهما بتقديم أجواء ترفيهية. صحيح أنَّ الأسعار مُنفّاوتة قليلاً، لكنَّ الزيون يهتمُ بالجودة أولاً، ولا يُركِّز فقط على السعر.

- 1- أصنّف كل حالة من الحالات الأربع بحسب شكل السوق (سوق احتكار القليلة، سوق المنافسة الاحتكارية، سوق المنافسة الكاملة، سوق الاحتكار الكامل).
- 2- أوضح مُسْوَغ التصنيف بناءً على الخصائص.
- 3- ما نوع التدخل الحكومي (إنْ وُجد) المناسب الذي يهدف إلى تحسين الأداء الاقتصادي لكل سوق؟



معلومة تعلمُها، وأشاركُ فيها عائلتي

توجد للسوق أشكال مختلفة، يمتاز كل منها بخصائص مُعيّنة. ففي سوق المنافسة الكاملة مثلاً، لا يستطيع أيٌّ باع تحديد السعر وحده كما في سوق الخضروات والفواكه. أمّا في سوق الاحتكار، فإنَّ بائعاً واحداً يتحكَّم في السوق، ويُحدِّد الأسعار كيما يشاء. وأمّا في سوق احتكار القِلة، فإنَّ مجموعة قليلة من الشركات تُهيمن على السوق. وأمّا في سوق المنافسة الاحتكارية، فإنَّ العديد من الشركات تُميّز منتجاتها لجذب الزبائن. ولا شكَّ في أنَّ فهم شكل السوق يساعد على تعرُّف كيفية تحديد الأسعار، وكيف تؤثِّر المنافسة في جودة المنتجات ومستوى الأسعار.

نصيحة



عند تعرُّف السوق وأشكاله، من المهم فهم كيف تؤثِّر المنافسة في الأسعار وجودة المنتجات؛ لأنَّ الفهم الجيد يساعدنا على اتّخاذ قرارات ذكية بوصفنا مستهلكين أو رواد أعمال مستقبليين.



أقِيم تعلّمي

السؤال الأول: أوضح المقصود بكلٍّ من المفهومين الآتيين:
سوق المنافسة الكاملة، سوق احتكار القلة.

السؤال الثاني: أقارِن بين سوق المنافسة الكاملة وسوق المنافسة الاحتкаرية من حيث التأثير في الأسعار، وسلوك المستهلكين.

السؤال الثالث: أذكر مثلاً واحداً على كلٍّ من سوق المنافسة الاحتکارية، وسوق الاحتكار الكامل، وسوق احتكار القلة.

السؤال الرابع: أفسّر ما يأتي:

- 1 - لا يستطيع أيّ بائع في سوق المنافسة الكاملة التأثير في سعر السلعة.
- 2 - تتدخل الحكومة في سوق الاحتكار الكامل أحياناً لتنظيم الأسعار.
- 3 - تُعدُّ شركات الاتصالات مثلاً على سوق احتكار القلة.
- 4 - يُمكِّن للشركات في سوق المنافسة الاحتکارية أنْ تؤثِّر 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 أيّ طرف التأثير في _____.
- 2- في سوق الاحتكار الكامل، يتحكّم مُتّجِّع واحد فقط في توفير _____.
- 3- في سوق احتكار القلة، يُراقب كل طرف قرارات المُناهِسيْن قبل اتّخاذ _____.
- 4- تمتاز السلع في سوق المنافسة الكاملة بأنّها مُتجانسة _____.

السؤال السادس: أستنتج: إذا قدَّم عدد كبير من المُتّجِّين سلعاً مُتشابهةً بأسعار مُتفاوتة، فإلى أيّ أشكال السوق ينتمي هذا النهج؟ أُبَرِّر إجابتي، وأدعمها بمثال.

السؤال السابع: أقيِّم مدى فعالية كلٍّ من أشكال السوق الآتية في تحقيق العدالة الاقتصادية، ثمَّ أُبَرِّر إجابتي:
سوق المنافسة الكاملة، سوق المنافسة الاحتکارية، سوق احتكار القلة، سوق الاحتكار الكامل.

السؤال الثامن: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كُلٌّ ممّا يأتي:

1- من الأمثلة على سوق المنافسة الكاملة:

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

2- من الأمثلة على سوق المنافسة الاحتكارية:

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

3- الذي يحدّد السعر في سوق الاحتكار الكامل هو:

- ب) العرض والطلب.
- د) مُتّبع أو باع واحد فقط.
- أ) الحكومة.
- ج) عدد كبير من البائعين.

4- السّمة المشتركة بين الشركات في سوق احتكار القليل هي :

- ب) عدم القدرة على التأثير في الأسعار.
- د) تقديم المنتج نفسه بالطريقة نفسها.
- أ) عدم وجود معلومات واضحة بين الأطراف.
- ج) التنسيق معًا، أو مراقبة بعضهم البعض.

تأثير الأسواق في حياتنا اليومية

أستكشف



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

- 1- ما أبرز التحديات التي تواجهها المستهلكون في هذا السوق الشعبي؟
- 2- ما الآثار السلبية المحتملة لهذا السوق الشعبي في الصَّحة العامة أو الاستقرار الاقتصادي؟
- 3- أيهما أفضل: أن أشتري من السوق الشعبي أم من السوق المنظم؟ أُبَرِّر إجابتي.

نَتْجَاتُ التَّعْلِم:

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

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

التجارة الإلكترونية، المستهلك الذكي.



أُفْكَر

كيف غيرت التجارة الإلكترونية
شكل الأسواق التقليدية؟

● الأسوق في حياتنا:

تعزّزت سابقاً أهمية السوق ووظائفه، ممثلاً في تنظيم عمليات البيع والشراء، وتحديد الأسعار، وتسهيل عمليات تبادل السلع والخدمات بين المستهلكين والمُستهلكين.

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

كذلك سأعرّف التحديات التي تواجهها الأسواق اليوم، وأتعلّم كيف أصبح مُستهلكاً ذكيّاً، 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:

تؤدي الأسواق دوراً محورياً في حياتنا اليومية؛ إذ تمثل نظاماً متكاملاً يؤثّر في طريقة عيشنا بشكل أساسى، ويظهر ذلك جلياً في الجوانب الثلاثة الرئيسة الآتية التي يبيّنها الشكل (١) :

١ - توفير السلع والخدمات:

تمثل الأسواق القناة الرئيسة التي توفر لنا كل احتياجاتنا، بدءاً بالطعام، وانتهاءً بالخدمات المعقّدة، مثل: الاتصالات، والرعاية الصحية. كذلك تمنحنا الأسواق الحديثة، وبخاصة الإلكترونيّة منها، وصولاً غير مسبوق إلى المستجدات العالمية؛ ما يوسع من نطاق خياراتنا، ويوفر علينا الوقت والجهد في عمليات المقارنة والشراء. وبالتالي، فإنّ تنوع المنتجات يؤثّر في أنماط حياتنا وعاداتنا الاستهلاكية، وذلك بتقديم مُنتجات جديدة تغيّر من طرائقنا في العمل وتناول الطعام والترفيه عن النفس.

٢ - إيجاد فرص العمل:

تعمل الأسواق بوصفها محركاً 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 منصة مثالية للأفراد؛ إذ تُمكّنهم من إطلاق مشروعاتهم الصغيرة ومشروعاتهم المتوسطة؛ ما يدعم الابتكار، ويقلل من معدّلات البطالة.

3- تشجيع الأدخار والاستثمار:

تُمثل الأسواق حلقة وصل مهمّة بين المُدخرِين والمُستثمرِين؛ ما يعزّز النمو الاقتصادي. فمن جهة، تتيح الأسواق المالية (مثل سوق الأسهم) للشركات الحصول على رأس المال اللازم للتَّوسيع والابتكار؛ ما يؤدي إلى إنتاج سلع وخدمات أفضل، وإيجاد مزيد من فرص العمل. ومن جهة أخرى، تمنح الأسواق الأفراد فرصة لاستثمار مدخراتهم وزيادتها؛ سواءً أكان ذلك مباشرةً عن طريق الأسهم والسندات، أم بصورة غير مباشرة عن طريق صناديق الاستثمار. ومن ثمَّ، فإنَّ الاستثمار الناجح يعود بالنفع على

الاقتصاد كاملاً، وذلك بزيادة ثروات الأفراد، ومضاعفة قدرة الشركات على الإنتاج؛ ما يعكس إيجاباً على مستوى المعيشة.

تأسيساً على ما سبق، تُمثل الأسواق شريان الحياة لل الاقتصاد الحديث؛ إذ تُسهم إسهاماً مباشراً في توفير احتياجاتنا، وإيجاد فرص عمل عديدة، وتحفيز النمو الاقتصادي عن طريق الاستثمار.



الشكل (١): 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:

يؤثّر تنظيم الأسواق تأثيراً كبيراً في حياتنا اليومية، بدءاً بالطعام الذي نتناوله، ومروراً بالملابس التي نرتديها، وانتهاءً بالأموال التي ننفقها. في الأسواق المنظمة، تكون المنتجات خاضعة لفحوص السلامة وجودة؛ ما يمنحك شعوراً بالراحة والاطمئنان عند شراء الطعام أو الدواء. كذلك تكون الأسعار مستقرة وعادلة بسبب الرقابة على الاحتكار، وتكون حقوق المستهلك مَحْمِيَة (مثل إمكانية استرجاع المنتجات 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 منتجات فاسدة أو منتجات مغشوشة، والتقلبات الكبيرة غير المُبررة في الأسعار، وعدم وجود ضمان من العيوب والخسائر بعد عملية الشراء، والتعرُّض لخطر الاحتيال عند الدفع نقداً أو إلكترونياً، إضافةً إلى اعتماد معايير غير موثوق بها للخدمات والمنتجات؛ ما قد يؤثّر سلباً في حياتنا على المدى الطويل.

الأثار اليومية للأسوق المنظمة:

- 1- أثر الأسواق المنظمة في المستهلك: الشعور بالراحة النفسية والثقة الكبيرة، والسوق الأسرع والأكثر أماناً، والحماية المالية من الغش والخداع.
- 2- أثر الأسواق المنظمة في البائع: تعزيز الاستقرار، وزيادة فرص النمو، وترسيخ المنافسة العادلة، ومنع الاحتكار.
- 3- أثر الأسواق المنظمة في المجتمع: إرساء دعائم أفضل للصحة العامة، وضمان الاستقرار الاقتصادي، وجمع الضرائب اللازمة لتمويل الخدمات العامة.

يتبيّن مما سبق أنَّ الأسواق المنظمة تُوفِّر بيئة آمنة تُعزّز الثقة بالأسواق، وتشجع الاستثمار والنمو، في حين تُولَّد الأسواق غير المنظمة حالة من الشكّ وعدم اليقين، تدفعنا إلى الاعتماد على خبراتنا الشخصية لحماية أنفسنا وأموالنا.

- ما الفرق بين الأسواق المنظمة والأسواق غير المنظمة؟

- كيف يؤثِّر ذلك في المستهلكين؟

الربط مع التكنولوجيا



المؤسسة الاستهلاكية المدنية
المتجر الإلكتروني

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

أطلقت المؤسسة الاستهلاكية المدنية متجرها الإلكتروني بتاريخ 25 أيلول 2021م؛ بُعْيَةَ تحسين جودة الخدمات، وتسهيل وصول المواطنين إلى السلع الأساسية (مثل: السُّكَّر، والأرْزُ، والزيت) بأسعار مدعومة؛ ما يُسِّهم في تخفيف الأعباء المعيشية عنهم، ويوفر لهم بدائل اقتصادية في ظل ارتفاع الأسعار. ومن ثَمَّ، فقد أسلَّم تطبيق المؤسسة في تحسين تجربة المستهلك عبر عمليات الشراء الإلكتروني، وتسهيل عملية الاستفسار عن الأسعار والكميات، وتتبع توافر المواد في الأسواق، إلى جانب تقديم خدمات مُخصَّصة للموظفين والموردين، وإطلاق خدمة التوصيل المنزلي في العاصمة عمّان لضمان راحة المستخدمين.

كذلك أسلَّم هذا التطبيق في ضبط السوق بإيجاد نوع من التوازن السعري، والحدّ من التلاعب بالأسعار، وتحفيز التجار إلى تحسين جودة مُنتجاتهم، إضافةً إلى تعزيز الأمان الغذائي الوطني، وتشجيع ثقافة الشراء الذكي عن طريق التخطيط المُسبَّق، والمقارنة بين المنتجات، والاستهلاك الوعي. وقد بدأت المرحلة التجريبية لخدمة التوصيل المنزلي في العاصمة عمّان باستخدام سيارات خاصة؛ لضمان إيصال الطلبات إلى المواطنين من دون دفعهم أيَّ مبالغ إضافية، باستثناء الطلبات الصغيرة؛ إذ تُفرض على إيصالها مبالغ رمزية.

يُذَكَّر أنَّ تطبيق المؤسسة مُتوافق في نظام (Android) ونظام (iOS)، وهو يتيح عرض الأسعار والكميات وخدمة التوصيل.

● التحديات المعاصرة التي تواجهها الأسواق:

تواجه الأسواق اليوم عدداً من التحديات التي تؤثر سلباً 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 والمتجرون الرقمية، وتشمل تبادل السلع والخدمات، والدفع الإلكتروني، وإتمام المعاملات عن بعد. بالرغم من سهولة التسوق عبر شبكة الإنترنت والمنصات الرقمية، فإن هذه العملية لا تخلو من المخاطر، مثل: الاحتيال، وضعف جودة المنتجات؛ لذا يتعمّن على المستهلك توخي الحذر عند الشراء من المتاجر الإلكترونية، والتحقق من موثوقية البائع وجودة المنتج.

1

مخاطر التجارة الإلكترونية

2

الاحتكار

3

التضخم

يحدث الاحتكار حين تسيطر شركة ما أو جهة واحدة على سوق معين؛ مما يقلل من عملية المنافسة، ويرفع الأسعار على نحو غير عادل. وهذا يؤثّر سلباً في المستهلكين؛ لأنّهم يدفعون نقوداً أكثر لشراء منتجات أقلّ جودة.

3- التضخم:

يقصد بالتضخم ارتفاع الأسعار العام في السوق، الذي يحدّ 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 سبّبت اضطرابات مباشرة في الإمدادات والقطاعات، وأحدثت تحولاً كبيراً في السلوك نحو الاعتماد على الحلول الرقمية، أنظر الشكل (1).

الشكل (2): التحديات المعاصرة التي تواجهها الأسواق.

● المستهلك الذكي في مختلف أنواع الأسواق:

ينبغي لنا أن نعي جيداً ما يدور في الأسواق؛ لكي نتمكن من الاستفادة منها آياماً استفادة. وهذا يتطلّب مينا أن تكون مستهلكين ذكياء. يُعرف المستهلك الذكي (Smart Consumer) بأنه الشخص الذي يتخذ قرارات شراء مدرّسة وعقلانية، ويحرص على تحقيق الاستفادة القصوى من موارده المالية، وبهتمّ بالجودة والسعر واحتياجاته الحقيقة. في ما يأتي أبرز النصائح التي تساعد المستهلك ليكون ذكيّاً 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 جداً؛ فقد تكون مضللة، أو غير حقيقة.

- 4- التحقق من موثوقية البائع أو الموقع، وبخاصة عند الشراء عن طريق الإنترنت.
- 5- إبلاغ الجهات المختصة عن أيّ ممارسات غير عادلة، أو عمليات بيع لمُنتجات مغشوشة.

إنَّ اتِّباع هذه النصائح يساعدنا على شراء المُنتج الجيِّد بسعر مناسب، ويسهم في إيجاد سوق عادل ومنظم يحمي حقوق جميع الأطراف.

كيف يمكننا أن نكون مستهلكين ذكياء في مختلف أنواع الأسواق؟

نشاط

أنا المستهلك الذكي.

- اختار - بالتعاون مع أفراد مجموعي - واحدة من المهام الآتية:
 - * تمثيل مشهد ل موقف حيادي حدث في سوق إلكتروني ، مثل: المتاجر الإلكترونية.
 - * تمثيل مشهد ل موقف حيادي حدث في سوق شعبي غير منظم.
 - * تمثيل مشهد ل موقف حيادي حدث في متجر منظم ، مثل: المجمع التجاري (المول) ، ودكّان بيع المواد الغذائية (السوبر ماركت).
 - * تمثيل مشهد ل جهة رقابية ، مثل: حماية المستهلك.
- أكتب أنا وأفراد مجموعي سيناريو المشهد التمثيلي ، بحيث تراوح مُدّته بين ثلات دقائق وخمس دقائق ، ويتضمن ما يأتي:
 - * عملية شراء أو استهلاك سلعة ، أو الحصول على خدمة مُعيَّنة.
 - * مشكلة واجهها رد فعل المستهلك الذكي ، وكيف تصرف بصورة قانونية واعية لمعالجة الموقف.
 - * رد فعل المستهلك الذكي ، وكيف تصرف بصورة قانونية واعية لمعالجة الموقف.
- أستخدم أنا وأفراد مجموعي المفاهيم التي تعلَّمناها عن حقوق المستهلك ، والحماية المالية ، واتخاذ القرارات الرشيدة في تحليل المشهد التمثيلي:
 - * ما المشكلة أو الخطأ الذي ظهر في المشهد؟
 - * ما السلوك الذكي الذي أقدم عليه المستهلك؟
 - * هل كان ذلك كافياً؟
 - * ما النصيحة أو الإجراء الذي يمكن إضافته لتحسين التعامل مع الموقف؟
- أعد أنا وأفراد مجموعي شرائح بسيطة تُوضّح خلفية المشهد ، أو المفاهيم المرتبطة به ، أو تسلسل الأحداث ، وذلك باستخدام برنامج (Google Slides) ، أو برنامج (PowerPoint) .
- أنشئ أنا وأفراد مجموعي صوراً افتراضية تُمثّل 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 مجموعي الأفكار الرئيسية والنصائح الذكية في خريطة ذهنية تفاعلية.

● أخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية:

تؤدي أخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية دوراً فعّالاً في بناء نظام اقتصادي عادل ومستدام. وما إن يتبنّى الأفراد والشركات مبادئ النزاهة والشفافية والموضوعية، حتّى يصبح السوق مُحرّكاً للربح، بل داعماً للتنمية المجتمعية الشاملة.

1- مسؤولية الشركات:

يتعيّن على الشركات أنْ تضطلع بمسؤولياتها المهنية والأخلاقية والاجتماعية تجاه المستهلكين والعاملين والبيئة والمجتمع. وفي ما يأتي بيان لذلك:

- أ- المستهلكون: يكون ذلك بتقديم منتجات آمنة، ذات جودة عالية، إضافةً إلى التزام الصدق في عمليتي التسويير 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 والصّحة، وتنفيذ المشروعات الصغيرة، والمشاركة في التنمية المحلية.

2- مسؤولية الأفراد والمجتمع المدني:

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

- أ- الشراء الوعي.

- ب- دعم الشركات التي تلتزم مبادئ 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 تُعد المسؤولية البيئية جزءاً من الالتزام الأخلاقي والاقتصادي للشركات؛ ما يُسهم في استدامة الموارد.
- 3- تعزيز العدالة الاجتماعية؛ إذ تعمل على تقليل الهوة بين الطبقات، وبناء مجتمع متماسك.

إنَّ دمج الأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية في استراتيجيات السوق يجعل الاقتصاد مرنًا وعادلًا، ويتحقق أزدهاراً ينعم به الجميع. قال تعالى: ﴿وَيَنْهَا الْمُطَفِّقُونَ ١ إِنَّمَا كَلُوبُهُمْ أَوْرَادٌ وَرَبُّوْهُمْ يَحْسِرُونَ ٢﴾.

(المطففين: ١-٣)

كيف تُسهم أخلاقيات السوق والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز التنمية المستدامة؟

معلومة تعلَّمتُها، وأُشارِكُ فيها عائليٍ

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

نصيحة

أحرِص أنْ أكون مُستهليًّا ذكيًّا ومسؤولاً، وأنْ أختار ما يلزمني بعناية، وأنْ أقارن بين الأسعار، وأنْ أدعم الأسواق المنظمة؛ لكي تُسهم في بناء اقتصاد متين ومجتمع أفضل.



أقيِّم تعلُّمي

السؤال الأول: أوضِّح المقصود بمفهوم المستهلك الذكي.

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

السؤال الثالث: أملا 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 - توفر الأسواق فرص عمل مُتنوّعة، مثل: العمل في مجال _____، و _____.
- 4 - إذا استخدِّم المال في مشروعات مُتّيجة، فقد يتحوّل الأدخار إلى _____.

السؤال الرابع: أعلّل ما يأتي:

- 1 - أسهمت الأسواق الإلكترونية في إيجاد وظائف جديدة.
- 2 - يُعدُّ الأدخار خطوة مُهمَّة نحو الاستثمار.
- 3 - تُعدُّ الأسواق المُنظَّمة أكثر أماناً للمُستهلكين من الأسواق غير المُنظَّمة.

السؤال الخامس: أدرس الموقف الآتي، ثم أُجيب عن السؤالين التاليين:

لاحظ سعيد أنَّ أحد المتاجر الإلكترونية يُقدِّم عروضاً مُغريَّة جدًّا، لكنَّه تفاجأ بعد عملية الشراء بأنَّ السلع رديئة، وأنَّها غير مطابقة لما جاء في العروض من وصف ومزايا».

- 1 - ما الخطأ الذي وقع فيه سعيد؟
- 2 - كيف يُمكِّن تجنب هذا النوع من المشكلات؟ أُبَرِّر إجابتي.

السؤال السادس: أفترض أنَّ صديقي يُؤيد شراء مُتَجَّبات الشركات التي لا تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية:

- 1 - كيف سأتصرَّف حال ذلك؟
- 2 - ما تأثير هذا السلوك في المجتمع؟ أُبَرِّر إجابتي.

السؤال السابع: اختار رمز الإجابة الصحيحة في كلٌ مما يأتي :

1- إذا احتكرت إحدى الشركات سوقاً ما، فإنَّ:

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

2- من صفات المستهلك الذكي:

- أ) المقارنة بين الأسعار والمُنتَجات، والمُساعدة إلى الشراء دون التحقق من جودة المنتج.**
- ب) شراء ما يُعلَّن عنه نتيجة الانجداب إليه من دون تفكير أو حاجة حقيقة إليه.**
- ج) قراءة المعلومات المدوَّنة على المنتج، والمقارنة بين الأسعار والمُنتَجات، ومراعاة الجودة قبل الشراء.**
- د) الاطلاع على تاريخ الصلاحية، وعدم مراعاتها عند تقييم سلامة المنتج.**

3- يُطلق 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 المنظمة.**

التسويق

أستكشف



أفترض أنّي أريد بيع متّج جديد فاخر، لكنَّ الناس يجهلونه، ولا يعرفون عنه شيئاً، فما السبيل إلى تعرّيفهم به؟ وكيف يُمكِّن جذب انتباهم وكسب ثقفهم؟ وهل التسويق يعني فقط الإعلان عن متّج ما أو خدمة معينة؟ ولماذا يحتفظ المقهى مثلاً بأسماء عمالئه، ويحرص على تلبية رغباتهم، ويراعي اهتماماتهم؟ وكيف يُمكِّن لمقهى يُقدّم قهوة عالية الجودة أنْ يجذب الزبائن، ويكسب ودَّهم، وينال ثقفهم؟

نتائج التعلم:

- 1- تعرّف مفهوم التسويق.
- 2- تتبع مراحل تطُور التسويق من التوجُّه الإنتاجي إلى التسويق الحديث المُترَكّز 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:

مفهوم التسويق:

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

التسويق، الهُويَّة 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.

مراحل تطور علم التسويق:

شهد علم التسويق عدداً من مراحل التطور على مدار السنين؛ استجابةً لتغيير 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 المنتجات وتسويقيها من دون إيلاء احتياجات العملاء أهمية كبيرة.
- 3- مرحلة التوجّه التسويقي الحديث: أصبح العميل في هذه المرحلة محور العملية التسويقية، وأخذت الجهد تتركّز على فهم احتياجاته ومحاولته إرضائه؛ لضمان استمرارية العلاقة، وبناء جسور من الثقة والولاء.

أهداف التسويق:

يُعدُّ التسويق أداة مُهمَّة لنجاح أيّ مشروع أو مؤسسة؛ إذ لا يقتصر دوره فقط على التعريف بالمنتج أو الخدمة المُقدَّمة، وإنما يمتدُ ليشمل تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تضمن استمرارية العمل ونموه، والتي يتمثّلُ أبرزها في ما يأتي:

- 1- زيادة حجم المبيعات: يكون ذلك بجذب عملاء جدد، وتحفيزهم إلى الشراء.
- 2- تعزيز الهوية والعلامة التجارية (Brand Identity / Brand): يُقصد بذلك نظرية العملاء إلى الشركة أو المنتج، وتكون صورة إيجابية ومميزة عنهم في أذهان العملاء.
- 3- فهم طبيعة العملاء وتوجّهاتهم: يجب دراسة رغبات المستهلكين واحتياجاتهم بصورة مُعمَّقة؛ لتقديم عروض تناسب مع توقعاتهم واهتماماتهم.
- 4- بناء علاقات مستدامة: يكون ذلك بتعزيز ولاء العملاء، وضمان استمرار تعاملهم مع المنتج المعروض أو الخدمة المقدَّمة.



التسويق الحكومي الرقمي

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



الربط مع التكنولوجيا

1- منصة الإعلانات الحكومية الموحدة (advs.gov.jo):

تُقدّم وزارة الاقتصاد الرقمي والريادة خدمة إعلانية مُوحَّدة للمؤسسات الحكومية، تشمل نشر الأخبار، والعطاءات، والوظائف، وأية مستجدات حكومية.

تُعد هذه المنصة مركزاً شاملاً يجمع كل ما ذكر آنفًا، وهي توفر كذلك آلية مرنة لأصحاب الأعمال والمواطنين الباحثين عن فرص عمل للاطلاع على أحدث المستجدات في مختلف القطاعات.

2- برنامج التسويق الرقمي:

يُعد هذا البرنامج نتاج تعاون مشترك بين وزارة الشباب ومعهد الإدارة العامة، وهو يهدف إلى تمكين الشباب ومساعدتهم على مواكبة التطورات الحديثة في عالم الإعلام الرقمي، وذلك بإكسابهم المهارات العملية والمعرفية المتعلقة بتقنيات التسويق الرقمي؛ مما يعزز فرصهم في سوق العمل الرقمي.

أنواع التسويق:

تتعدد أساليب التسويق تبعاً للوسيلة والجمهور المستهدف والأسلوب، ومن ثم تسعى الشركات إلى اختيار الاستراتيجية المناسبة لتحقيق أهدافها. يصنف التسويق إلى أنواع عديدة، يمكن إجمالها في ما يأتي:

1- التسويق بحسب الوسيلة:

أ- التسويق التقليدي (Traditional Marketing):

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

ب- التسويق الإلكتروني (E-Marketing):

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

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

ج- التسويق الرقمي (Digital Marketing):

يُعد التسويق الرقمي جزءاً من التسويق الإلكتروني، وهو يركِّز تحديداً على الأنشطة التسويقية التي تُنفذ عبر شبكة الإنترنت باستخدام الوسائل الرقمية.

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

يتلخص الفرق بين التسويق الإلكتروني والتسويق الرقمي في نطاق كُلِّ منهما؛ فالتسويق الإلكتروني أوسع نطاقاً؛ إذ يشمل أيَّ وسيلة إلكترونية تُستخدم في التسويق؛ سواءً أكانت متصلة بالإنترنت أم غير متصلة به، في حين يقتصر التسويق الرقمي على الوسائل الرقمية المتصلة بالإنترنت فقط.

هل يُعد كل تسويق إلكتروني تسويقاً رقمياً؟ أُبرِّر إجابتي.

2- التسويق بحسب الجمهور المستهدف:

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

ب- التسويق بين الشركة والمستهلك (Business to Consumer: B2C): تسويق تستهدف فيه الشركات المستهلك الفردي مباشرة، مثل: متجر إلكتروني يبيع الأحذية للزبائن مباشرة عبر موقعه الإلكتروني، ومطعم يقدم وجبات سريعة لأفراد داخل الفرع أو عبر تطبيق التوصيل، ومتجر لبيع الأجهزة الإلكترونية يتبع الشراء المباشر للمستهلك.

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 قوية وطويلة الأمد مع العملاء الحاليين؛ بغية تعزيز ولائهم، وضمان استمرار تعاملهم مع المنتجات أو الخدمات المقدمة، بدلاً من التركيز فقط على جذب عملاء جدد.

مثال:

شركة تأمين صحية مُخصصة؛ بغية خصومات ومزايا إضافية للعملاء الذين يجددون عقودهم سنويًا، وترسل إليهم نصائح صحية مُخصصة؛ بغية تعزيز العلاقة بهم، وتحفيزهم إلى الاستمرار مع الشركة.

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

هـ- التسويق بواسطة المؤثرين: اتفاق مع أشخاص مؤثرين في منصات التواصل الاجتماعي للترويج للمنتجات أو الخدمات، أنظر الشكل (1).

أوضح أنواع التسويق.

أنواع التسويق

بحسب الأسلوب

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

بحسب الجمهور المستهدف

- التسويق بين الشركات (B2B).
- التسويق بين الشركة والمستهلك (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 المُسْوَقُون في التخطيط لاستراتيجيات التسويق وتنفيذها بشكل متكامل، وهو يهدف إلى تلبية احتياجات العملاء، وتحقيق أهداف الشركات. يُعد المزيج التسويقي من الركائز الأساسية لنجاح أي خطّة تسويقية، وهو يشتمل على أربعة عناصر رئيسة تُعرف باسم 4Ps، وهي:

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

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

2 - **السعَر (Price)**: يجب تحديد سعر مناسب للمنتج؛ بغية جذب الفئة

المُستهدفة، وتحقيق ربح معقول للشركة المنتجة.

3 - **المَكَان (Place)**: يُقصد بذلك قنوات التوزيع والأماكن التي يُعرض فيها

المنتج، والتي تُسْهِل وصوله إلى العملاء.

4 - **الترويج (Promotion)**: يشمل الترويج جميع أنشطة التواصل والتسويق

التي تهدف إلى تعريف المستهلكين بالمنتج، وحذبهم إلى تجربته أو شرائه،

وإقناعهم بجدوى العرض المقدّم. من الطرائق المستخدمة في عملية الترويج:

الحملات الإعلانية، والعروض الترويجية، والتسويق عبر وسائل الإعلام

التقليدية وال الرقمية، إضافةً إلى العلاقات العامة، والتسويق المباشر.



أَفْكَر

أراد أحد رجال الأعمال تسويق مُتَجَهٍ المُفَضَّل، بالتركيز على فهم احتياجات العملاء بدلاً من الانشغال فقط ببيع المنتج. ما طريقة التسويق المناسبة للمنتج في هذه الحالة؟

أَعْدَّ عناصر المزيج التسويقي.

نشاط

أصنِّع علامتي التجارية الرقمية.

- اختار - بالتعاون مع أفراد مجموعي - مُتَجَهًا حقيقىًّا لتسويقه إلكترونيًّا، أو نبتكر معاً فكرة ما يُمْكِن تحويلها إلى مشروع رقمي.

- أطبق أنا وأفراد مجموعي عناصر المزيج التسويقي الرقمي (4Ps):

* **المُنْتَج**: تصميم صورة أو نموذج للمنتج باستخدام إحدى أدوات التصميم الرقمية.

* **السعَر**: إعداد شريحة عن استراتيجية التسعير تُبيّن سبب اختيار سعر المنتج.

* **المَكَان**: رسم خريطة رقمية تُبيّن توزيع المنتج، أو تُظْهِر موقع المتاجر الإلكترونية التي سيُعرَض فيها المنتج.

* **الترويج**: تنظيم حملة رقمية صغيرة للتعریف بالمنتج وتسويقه، مثل: الملصق الرقمي، والمنشور في وسائل التواصل الاجتماعي، ومقاطع فيديو قصير، وقصة في تطبيق Instagram.

- أصمّ أنا وأفراد مجموعي ملصقاً رقمياً، ثم نُعْدُ معاً منشوراً لوسائل التواصل الاجتماعي، ثم نعمل على إنتاج مقطع فيديو قصير، ثم نختار نوع التسويق الرقمي المناسب للمنتج، ونُبَيّن سبب اختيار هذا النوع.

- أستخدم أنا وأفراد مجموعي أجهزة الحاسوب أو الأجهزة اللوحية.

- أستفيد أنا وأفراد مجموعي من برامج التصميم المجانية، مثل: Canva، وPowerPoint)، أو أي أدوات أخرى لإنشاء المحتوى الرقمي.

- أعرض - بالتعاون مع أفراد مجموعي - مشروعنا على الشاشة التفاعلية، أو نُشارِكه معاً عبر الرابط الإلكتروني الخاص بالمجموعة.

- أشرح أنا وأفراد مجموعي استراتيجيات التسويق التي طبقناها في المشروع.

- أفارن أنا وأفراد مجموعي بين المشروعات المقدمة.
- أحـلـ أنا وأفراد مجـمـوعـي الأـفـكـارـ الإـبـدـاعـيـةـ، ثمـ نـناـقـشـ مـعـاـ كـيـفـ يـمـكـنـ لـلـتـكـنـوـلـوـجـياـ تعـزـيزـ عـمـلـيـةـ التـسـويـقـ وـتـحـقـيقـ أـهـدـافـهاـ المـنـشـودـةـ.

خطوات تطبيق الاستراتيجية التسويقية:

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

1 - دراسة السوق: يُقصَد بذلك جمع معلومات عن المنافسين والعملاء المحتملين، ثمَّ تحليل هذه المعلومات؛ لفهم اتجاهات السوق، وتعريف احتياجات العملاء.

2 - تحديد الفئة المستهدفة: يجب تعرُّف أكثر الفئات طلباً للمُنتَج، لضمان توجيه الجهود التسويقية بشكل فعال.

3 - إعداد خطة تسويقية: يتعيَّن اختيار الاستراتيجيات والأدوات المناسبة لتحقيق الأهداف المحددة.

4 - التنفيذ والمتابعة: يشمل ذلك تطبيق الخطة، ومراقبة النتائج، وتقييم الأداء، لإجراء التحسينات الازمة، وضمان تحقيق الأثر المنشود، أنظر الشكل (2).



الشكل (2): خطوات تطبيق الاستراتيجية التسويقية.

معلومة تعلَّمْتها، وأُشارِكُ فيها عائلتي

لا يقتصر التسويق فقط على بيع المنتجات، وإنما يمتد ليشمل فهم ما يلزم العملاء، وكيف يُمكِّن توفير احتياجاتهم على نحوٍ يزيد من ثقتهم بالمنتج، أو يُحفِّزُهم إلى الاستمرار في طلب الخدمة المقدمة؛ فالتسويق الحديث يُركِّز على العميل أولاً، لا على المنتج فحسب، ولا شكَّ في أنَّ بناء علاقات جيدة مع العملاء أهمُّ من الاكتفاء فقط بزيادة حجم المبيعات.

نصيحة

أحرِص دائمًا على استكشاف قدراتي، وإظهار تميُّزِي، والتعامل مع الآخرين على نحوٍ يعزِّز ثقتهم بي.



أقيِّم تعلُّمي

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

السؤال الثاني: أعدد المراحل الثلاث لتطور علم التسويق.

السؤال الثالث: ما التحدّي الأكْبَر الذي يواجهه المسوّقون عند التحوّل من التسويق التقليدي إلى التسويق الرقمي؟ أبْرِر إجابتِي.

السؤال الرابع: أعلّل ما يأنّي:

- 1- إنَّ تكوين علاقَة مستدامة مع العملاء أهُمُّ من زيادة المبيعات على المدى القصير.
- 2- من المهم تحديد السعر المناسب في المزيج التسويقي لتحقيق أهداف الشركة.
- 3- التسويق الرقمي أكثر فعالية اليوم من التسويق التقليدي في الوصول إلى الفئة المستهدفة.

السؤال الخامس:

- 1- أقارِن بين التوجُّه الإنتاجي والتوجُّه التسويقي الحديث من حيث التركيز على العملاء، واحتياجات كُلِّ منهم.
- 2- أقارِن بين التسويق التقليدي والتسويق الرقمي من حيث قنوات الوصول، وطريقة التفاعل مع العملاء.

السؤال السادس: اختار رمز الإجابة الصحيحة في كُلِّ ممّا يأنّي:

- 1- المرحلة التي يصبح فيها العميل محور العملية التسويقية هي:
أ) التوجُّه الإنتاجي.
ب) التوجُّه البيعي.
ج) التسويق التقليدي.
- 2- جميع الآتية من أهداف التسويق الأساسية، ما عدا:
أ) زيادة المبيعات.
ب) مَدَّ جسور الثقة مع العملاء.
ج) تحسين كفاءة الإنتاج فقط.
- 3- يُطَلَّق على التسويق الذي يُركِّز على تقديم محتوى قيِّم لجذب العملاء اسم:
أ) تسويق المحتوى.
ب) التسويق الرقمي.
ج) تسويق العلاقات.
د) التسويق التقليدي.
- 4- عنصر المزيج التسويقي الذي يهتمُ بتحديد السعر المناسب هو:
أ) المُستَجَّ.
ب) السعر.
ج) المكان.
د) الترويج.



اختبار نهاية الوحدة

السؤال الأول:

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

السؤال الثاني:

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

السؤال الثالث:

ما مدى فعالية كلٍّ 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- تقارب الأسعار في سوق احتكار القلة.

4- وجود الأسواق يُسهم في تحسين مستوى المعيشة للأفراد.

5- يؤثر التضخم سلباً في الأسر ذات الدخل المحدود.

6- التزام المستهلك بالإبلاغ عن الغش التجاري يُسهم 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. أقترح 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؟ أبُرّ إجابتي.



السؤال الثامن:

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

السؤال التاسع:

- ١- أقارن بين تسويق العلاقات وتسويق المحتوى من حيث الهدف الرئيس لكُلّ منها.
 - ٢- أقارن بين المنتج والترويج، بوصفهما عنصرين من عناصر المزيج التسويقي، من حيث الدور الذي يؤدّيه كُلّ منها.

السؤال العاشر:

أختار رمز الإجابة الصحيحة في كل مما يأتي:

- ١- من خصائص الأسواق الرسمية أنها:

 - أ) لا تخضع لأي نوع من أنواع الرقابة.
 - ب) تعمل خارج القانون.
 - ج) تخضع لرقابة الدولة، وتدفع الضرائب.
 - د) تدار فقط من الأفراد.

2- تكون الأسواق غير الرسمية غالباً:

- أ) ضمن المجمعات التجارية.
ج) خاضعة لقوانين الاستثمار.

ب) معفاة من الضرائب، وتنشر بصورة عشوائية.
د) مُتخصصة 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 تقدمان خدمة الإنترنت.

د) عدّة مطاعم تقدم أطعمة متشابهة بتجارب مختلفة.

4- السوق الذي يمتاز بعدم وجود حواجز للدخول والخروج هو:

- ج) سوق احتكار القلة.
 - د) السوق العالمي.
 - ب) سوق الاحتكار الكامل.
 - أ) سوق المنافسة الكاملة.

- 5- سوق الاحتكار الكامل أقل كفاءة من حيث العدالة في التوزيع؛ لأنَّ
أ) فيه عدداً كبيراً من المنافسين.
ب) الحكومة هي التي تحدُّد الأسعار.
ج) المستهلكين لا يملكون بدائل أخرى.
د) تكاليف النقل مرتفعة.
- 6- من وظائف السوق الأساسية:
أ) تخزين الأموال.
ب) تبادل السلع والخدمات.
ج) سن القوانين.
- 7- السوق الذي يعتمد على الإنترنٌت في عمليات البيع والشراء هو السوق:
أ) التقليدي.
ب) المنظم.
ج) الإلكتروني.
د) غير الرسمي.
- 8- من التحديات التي تواجهها الأسواق المعاصرة:
أ) وفرة المنتجات.
ب) مخاطر التجارة الإلكترونية.
ج) التنافس الحر.
د) انخفاض الأسعار.
- 9- من خصائص الأسواق المنظمة:
أ) غياب الرقابة.
ب) انتشار الغش التجاري.
ج) بيع سلع مغشوشة.
د) وجود قوانين تحمي المستهلك.
- 10- ينجم عن نشاط الأسواق في المجتمع:
أ) زيادة نسبة البطالة.
ج) توفير فرص العمل.
ب) ضعف التبادل التجاري.
د) تقليل الدخل الأسري.
- 11- من الأمثلة على التسويق التقليدي:
أ) الإعلانات في تطبيق (Instagram).
ج) الإعلانات في الصحف والتلفاز.
ب) نشر مقاطع فيديو تعليمية في موقع (YouTube).

أفترض أنّي وأفراد مجّمعتي أصحاب مشروع تجاري صغير (متجر إلكتروني، مقهى، مصنع محلي، تطبيق رقمي)، وأنّنا 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 بالقيمة 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 الطالبية.
- 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 مُعينة من المجتمع (طلبة، أمّهات...).
- 3- تحليل أثر المبادرة في المجتمع والسوق.
- 4- تصميم ملصق (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 / الملصق (البوستر): يُرفق بالرسم أو التصميم. |

التقييم:

يُقيّم المشروع وفق سلّم بناءً على المعايير الآتية:

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

سلّم التقدير اللفظي لتقدير المشروع

المعيار	بحاجة إلى تحسين (1)	جيد (2)	جيد جداً (3)	ممتر (4)
وضوح فكرة المشروع	الفكرة غير واضحة، أو غير مناسبة للمجتمع.	الفكرة مفهومة، لكنها 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، لكنَّ أثراً محدود.	المبادرة مناسبة، وهي تُظهر وعيًا بالمسؤولية.	المبادرة مُتميزة، وهي تُظهر حسًّا عالًيا بالمسؤولية تجاه المجتمع.
تحليل الأثر في المجتمع والسوق	التحليل غير واضح، أو الأثر معدوم.	التحليل محدود، وهو لا يُظهر فهماً كافياً.	التحليل جيد، وهو يُظهر فهماً عاماً لأهمية المشروع.	التحليل دقيق، وهو يُظهر فهماً عميقاً لأهمية المشروع وتأثيره.
الشعار، المُلصق (البوستر)، طريقة العرض	التصميم غير واضح، أو غير مُرتبط بالفكرة.	التصميم بسيط، ومُفتقر إلى بعض عناصر الجذب.	التصميم مناسب، ومحبر عن الفكرة بوضوح.	التصميم إبداعي وجاذب، وهو يُمثل هوية 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 فعالة، ومشاركة أغلبهم في أداء المهام.	توزيع المهام بين أفراد المجموعة على نحوٍ يضمن مشاركتهم بصورة فعالة مُتوازنة.

- مواطن القوّة في المشروع:
-
 -
- الجوانب التي يمكن 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 سُكّان جزيرة صغيرة للتشاور بخصوص كيفية إدارة مواردهم؛ فقد كان بعض السُّكّان يزرعون القمح، وكان آخرون يصنّعون الأدوات، في حين اشتغل عدد آخر ببيع ما يُتّجه الجميع في السوق. لاحظ سُكّان الجزيرة أنَّ بعض العائلات تملك فائضاً من الطعام، وأنَّ عائلات أخرى تعاني نقصاً في الطعام، وأنَّ الأسعار تختلف من يوم إلى آخر، ولا تخضع لأيٍّ تنظيم. عندئذٍ، طرح حاكم الجزيرة على السُّكّان مجموعة من الأسئلة، أبرزها:

- كيف نُوزِّع خيراتنا بعدلة؟
- من الذي يُقرّر ما نُتّبع وما نستهلك؟
- كيف يُمكِّننا توزيع الموارد؟
- مَنْ يملِك وسائل الإنتاج؟
- ماذا سيحدث إذا لم يوجد نظام في المجتمع يتولّى تنظيم عمليتي الإنتاج والتوزيع؟
- أيُّهما أفضل: تحُكُم الدولة الكامل في الاقتصاد أم تحُكُم الأسواق فيه؟ أُبَرِّر إجابتي.

نَتَاجات التَّعْلِم:

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

النظام الاقتصادي، الموارد الاقتصادية.

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



أُفْكَر

إذا كانت موارد بلدٍ ما وفيرةً جدًا،
فهل سيظلُّ هذا البلد بحاجةٍ إلى
نظام اقتصادي؟ أُبَرِّر إجابتي.

● مفهوم النظام الاقتصادي (Economic System)

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

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

● النظام الاقتصادي ومسوغاته وجوده:

لما كانت الموارد محدودة وال حاجات غير محدودة، فلا بد من وجود نظام قادر على إدارة الموارد بكفاءة، وتنظيم عملية استخدامها بصورة فعالة وعادلة.

ومن ثمَّ، فإنَّ وجود نظام اقتصادي هو أمر ضروري لمعالجة المشكلة الاقتصادية الأساسية التي تمثل في ندرة الموارد ومحدوديتها (مثل: الأرضي، ورأس المال، والعاملة)، والطلب المُتزايد المستمر على الحاجات؛ ذلك أنَّ رغبات الأفراد ومتطلباتهم تفوق كثيراً الموارد المتاحة. ولهذا، فإنَّ الأنظمة الاقتصادية مُصمَّمة على نحوٍ يُمكِّنها من الإجابة عن ثلاثة أسئلة جوهريَّة، هي:

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

لماذا نحتاج إلى وجود نظام اقتصادي في المجتمع؟



● عناصر النظام الاقتصادي:

يتطلَّب أيُّ نظام اقتصادي وجود عناصر أساسية تُمكِّنه من أداء وظائفه بكفاءة، وتحقيق التوازن بين الموارد المتاحة والاحتياجات المُتزايدة. تشمل هذه العناصر كُلَّاً من الموارد الاقتصادية، وأدوات التنسيق الاقتصادي، والدور الحكومي.

١- 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 تُعد الموارد الاقتصادية المدخلات الأساسية لعملية الإنتاج، وهي تنقسم إلى العناصر الأربع الرئيسية الآتية:

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

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

ج- رأس المال: يُصنف رأس المال إلى نوعين، هما:

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

- رأس المال المالي، مثل: التمويل، والاستثمارات.

لهذا يُعد رأس المال عنصراً مهماً لتعزيز الإنتاجية والكفاءة الاقتصادية.

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

ما أبرز العناصر التي يقوم عليها أي نظام اقتصادي؟

٢- آليات التنسيق الاقتصادي:

يقصد 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، والتحكم 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: يتبع هذا النظام حرية النشاط الاقتصادي ضمن ضوابط شرعية تُحكم 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 بــ لاختلاف النظام الاقتصادي، وهو يتمثل في أحد الأدوار الآتية:

- أ- الدور المحدود، كما في الاقتصاد الحر؛ إذ تترك الدولة على حماية حقوق الملكية، وتطبيق القوانين، وتنظيم المنافسة.
- ب- الدور المهيمن، كما في الاقتصاد المخطط؛ إذ تحكم 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).



الدور الحكومي الرقمي في الأنظمة المختلطة

الربط مع التكنولوجيا

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

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

مثال:

قوانين حماية البيانات في الاتحاد الأوروبي (GDPR: General Data Protection Regulation).

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

مثال:

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

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

مثال: نظام (تكافل) في الأردن الذي يقدم مساعدات للأسر المحتاجة عن طريق المحفظ الإلكتروني.

● النظام الاقتصادي: الأهداف، الدور، الأهمية:

تُمثل الأنظمة الاقتصادية الهيكل الأساسي الذي ينظم الحياة الاقتصادية في المجتمع، ويتاح تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تضمن استدامة النشاط الاقتصادي وتحسين جودة حياة الأفراد. غير أنه لا يمكن فصل هذه الأهداف عن الدور التنظيمي للنظام، أو عن أهميته في حياتنا اليومية؛ فهي جميعاً تشكّل منظومة مترابطة تحقق التوازن الاقتصادي والاجتماعي.

أولاً: الأهداف الأساسية للنظام الاقتصادي.

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

1 - الكفاءة: يقصد بالكفاءة الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة (مثلاً: الأرضي، ورأس المال، والعمل)؛ بغية إنتاج السلع والخدمات التي يحتاج إليها المجتمع بأقل تكلفة ممكِنة وأعلى إنتاجية.

2 - العدالة: تهدف العدالة إلى تحقيق توزيع عادل للثروات والدخل والفرص بين أفراد المجتمع، بما يُقلّص الفجوات الاقتصادية، علمًا بأنَّ مفهوم العدالة يختلف من نظام اقتصادي إلى آخر.

3 - الاستقرار: يقصد بالاستقرار الحدُّ من التقلبات الاقتصادية الحادة، مثل: التضخم المفرط، وارتفاع معدّلات البطالة؛ ما يضمن توفير بيئة اقتصادية مستقرة يُمكن التنبؤ بها.

4 - النمو: يقصد 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.

- يُقسّم المعلم / المعلّمة طلبة الصف إلى مجموعات.
- يُوجّه المعلم / المعلّمة أفراد كل مجموعة إلى استعراض عدد من المواقف والأمثلة على الأهداف الاقتصادية، مثل: توفير فرص العمل، وارتفاع الأسعار، وتقليل الفجوة بين الأغنياء والفقرا، والاستثمار في قطاعي التعليم والصّحة.
- يطلب المعلم / المعلّمة إلى أفراد كل مجموعة توظيف عدد من التقنيات الحديثة أثناء أداء المهمة المنوطة بهم، مثل:
 - * (Kahoot)، أو (Quizizz).
 - لإنشاء اختبارات تفاعلية تتضمّن تحويل المواقف إلى أسئلة اختيار من متعدد، وتحديد الهدف الاقتصادي المرتبط بكل موقف.
 - * (Padlet):
 - لإنشاء لوحات تفاعلية افتراضية، تحوي كل منها أربعة أعمدة (الكفاءة، العدالة، الاستقرار، النمو)، وتتضمن وضع الأمثلة أو الصور المناسبة في العمود الصحيح.
 - * (Mentimeter):
 - لإنشاء العروض التقديمية التفاعلية واستطلاعات الرأي المباشرة، التي تتضمّن طرح سؤال مفتوح، مثل: ما أهم تأثير للنظام الاقتصادي في حياتنا اليومية؟ ثم تعرّض الإجابات على هيئة سحابة كلمات.
- يُوجّه المعلم / المعلّمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى كتابة ملخص موجز يوضح الروابط بين الأمثلة والأهداف الاقتصادية، والاستنتاجات التي توصل إليها أفراد كل مجموعة.

ثانيًا: دور النظام الاقتصادي في تنظيم النشاط الاقتصادي (كيف تتحقق الأهداف؟).

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

- 1- **تحقيق الكفاءة:** يكون ذلك بتنظيم عمليات الإنتاج، وتحديد أولويات السلع والخدمات، وتجهيز الموارد نحو أكثر الاستخدامات فعالية.
- 2- **تحقيق العدالة:** يكون ذلك بوضع آليات تُنظم توزيع الدخل والثروة، مثل: الضرائب التصاعدية، وبرامج الدعم الاجتماعي.
- 3- **تحقيق الاستقرار:** يكون ذلك بضبط العلاقة بين العرض والطلب، وضمان استقرار الأسعار، والحدّ من الممارسات الضارّة، مثل الاحتكار.
- 4- **تحفيز النمو:** يكون ذلك بدعم الاستثمار، وتشجيع الابتكار، وتهيئة بيئة أعمال تُسهم في زيادة الإنتاجية والتوظيف.

ثالثاً: أهمية النظام الاقتصادي في حياتنا.

تُؤثّر أهداف النظام الاقتصادي وأدواره تأثيراً مباشراً في حياة الأفراد والمجتمعات، وتمثلّ 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، ويحسّن جودتها.

3- بناء مجتمع متماسك: يكون ذلك بتحقيق العدالة الاجتماعية، وتقليل الفجوات الاقتصادية، وتعزيز الشعور بالإنصاف والعدالة.

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

5- ضمان الأمن الاقتصادي: يكون ذلك بالحفاظ على الاستقرار المالي، والحدّ من آثار الأزمات الاقتصادية والاجتماعية؛ ما يمنّح أفراد المجتمع والمُستثمرين شعوراً بالأمن والطمأنينة.

إنَّ الأنظمة الاقتصادية ليست نظرياتٍ أكاديمية فحسب، بل تمثّل 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 مُجتمعةً إلى الغاية الكبرى، وهي بناء مجتمعٍ مُستقرٍّ مُزدهِرٍ يتمتعُ أفراده بالأمن الاقتصادي وجودة الحياة، أنظر الشكل (3).

أهمية النظام الاقتصادي في حياتنا

1 منع الفوضى الاقتصادية.

2 تعزيز الرفاهية.

3 بناء مجتمع متماسك.

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 تعلّمتُها، وأشراك فيها عائلتي

يمكن تشبيه النظام الاقتصادي في أي دولة بعقل الإنسان الذي يحكم تصرُفاته وسلوكياته، ويُمكّنه من تسخير شؤون حياته اليومية؛ إذ يعمل النظام الاقتصادي على تنظيم استخدام الموارد (مثل: الأرض، والعمّال، والمال)، ويُبيّن كيف يمكن الإفادة منها على النحو الأمثل. فهو الذي يحدّد ما يتَعَيَّن علينا إنتاجه، وكيف نُنتِجه، ولمن نُنتِجه؛ ما يؤدّي إلى تلبية حاجات الأفراد، وتحقيق التوازن بين العدالة والكافأة.



نصيحة

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



أقِيمْ تعلّمي

السؤال الأول: ما العناصر الأساسية للنظام الاقتصادي؟

السؤال الثاني: أُعدّ الأهداف الأساسية لأنظمة الاقتصادية.

السؤال الثالث: أُعَلِّل ما يأتي:

- 1- يحتاج كل مجتمع إلى وجود نظام اقتصادي فيه.
- 2- تختلف آلية التنسيق الاقتصادي من نظام إلى آخر.
- 3- لا يمكن الاستغناء عن الدور الحكومي في أي نظام اقتصادي.
- 4- يُسهم النظام الاقتصادي في منع الفوضى الاقتصادية.

السؤال الرابع: كيف تؤثّر آلية السوق والخطيط المركزي في النظام الاقتصادي في توزيع الموارد والدخل بين الأفراد وتحقيق العدالة الاجتماعية؟ أُدعّم إجابتي بمثال على ذلك.

السؤال الخامس: أفترض وجود مجتمع يعتمد على آلية السوق ومجتمع آخر يعتمد على التخطيط المركزي:

- 1- أي النظائر سأختار؟
- 2- ما الأسباب التي قد تدفعني إلى تفضيل أحد النظائر على الآخر؟

السؤال السادس: اختار رمز الإجابة الصحيحة في كلٍّ مما يأتي:

1- يعرّف النظام الاقتصادي بأنه:

- أ) طريقة لإنتاج السلع والخدمات وإعادة تدويرها.
- ب) أسلوب ينظم النشاط الاقتصادي بما يتضمّنه من إنتاج وتوزيع واستهلاك.
- ج) وسيلة لجني مزيد من الأرباح وزيادة المشروعات الربحية في الدولة.
- د) نظام قانوني يحدّد شكل الحكومة، وقوانينها، والضرائب التي تفرضها.

2- السبب الرئيس لوجود الأنظمة الاقتصادية هو:

أ) وفراة 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، وأآليات التنسيق، والدور الحكومي.

ب) الاستهلاك، والإدخار، والاستثمار في المشروعات.

ج) الزراعة، والصناعة، والتجارة، والخدمات الحكومية.

د) الضرائب، والتعليم، والصّحة، والصناعة.

4- إحدى الآتية تُعدُّ من الموارد البشرية:

ب) الآلات، والمصانع.

أ) النفط، والغاز.

د) التمويل، والديون.

ج)قوى العاملة، والمهارات.

أنواع الأنظمة الاقتصادية وخصائصها

أستكشف



- هل يمكن توزيع الموارد المحدودة على جميع الأفراد بصورة عادلة؟
- إذا كانت الإجابة بالإيجاب، فكيف يمكن تحقيق ذلك؟
- لماذا تختلف الدول في ما بينها من حيث مستوى المعيشة؟
- هل يعزى ذلك فقط إلى النظام الاقتصادي؟
- ما الفرق بين الملكية الخاصة والملكية العامة والملكية الوقفية؟
- كيف تؤثر كل من هذه الملكيات في إدارة الموارد؟

أنواع الأنظمة الاقتصادية:

تختلف المجتمعات في طائق تنظيم أنشطتها الاقتصادية؛ أي تختلف في كيفية إنتاج الموارد والسلع والخدمات، وتوزيعها، واستهلاكها. ولهذا تعتمد كل دولة أو مجتمع على نظام اقتصادي يحدّد مَنْ يمتلك وسائل الإنتاج، وُبَيِّنَ كيف تُتَحَذَّز القرارات الاقتصادية، ويُوضَّح الآليات التي تُنظِّم حركة السوق.

بواسطة عام، تُصنَّف الأنظمة الاقتصادية إلى الأنواع الرئيسية الآتية التي يُبيِّنُها الشكل (1):

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

نتائج التعلم:

- 1- تعرُّف أنواع الأنظمة الاقتصادية.
- 2- توضيح مفهوم الأنظمة الاقتصادية (النظام الرأسمالي، النظام الاشتراكي، النظام الاقتصادي الإسلامي، والنظام المختلط).
- 3- استنتاج خصائص كُلٌّ 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 الرئيسية:

- النظام الرأسمالي، النظام الاشتراكي،
- النظام الاقتصادي الإسلامي، النظام المختلط، الملكية الخاصة، الملكية الوقفية.



أُفْكَر

هل يمكن لنظام اقتصادي واحد أن يحقق الكفاءة والعدالة في آنٍ معًا، أم أن التوازن بينهما يتطلب مزيجًا من الأنظمة؟ أُبَرِّر إجابتي.

علمًا بأنَّ كل نظام من هذه الأنظمة يتميز بأسلوبه الخاص في تنظيم الاقتصاد، وتحقيق التوازن بين احتياجات الأفراد واحتياجات المجتمع.

سأعرِّفُ في هذا الدرس الأنظمة الاقتصادية الرئيسية، والخصائص المميزة لكل منها؛ فأتمنَّ من بناء فهم عميق لآلية عمل كُلِّ منها، وأثر ذلك في حياة الأفراد.

ما الأنواع الرئيسية للأنظمة الاقتصادية؟



١- النظام الرأسمالي (Capitalist System)

يُعَدُّ **النظام الرأسُمالي** نظامًا اقتصاديًّا يقوم على **المُلْكِيَّةِ الْخَاصَّةِ** (Private Property) لوسائل الإنتاج، ويعتمد على آلية السوق الحُرَّة في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتحديد الأسعار، وتخصيص الموارد.

يُقصَدُ بمفهوم **المُلْكِيَّةِ الْخَاصَّةِ** حقُّ الفرد والجهة الخاصة في التصرُّف في المال أو العقار أو الموارد وفقًا لرغبة كُلِّ منهما، ضمن حدود القانون؛ أي إنَّ صاحب المُلْكِيَّةِ الْخَاصَّةِ يحقُّ له استخدام هذه المُلْكِيَّةِ، أو بيعها، أو تأجيرها، أو التنازل عنها متى شاء.

مثال (١):

امتلاك شخص ما أو شركة خاصة متنزلاً أو أرضاً.

ينتَحِيُّ **النظام الرأسُمالي** للسوق تحديد الأسعار وتوزيع الموارد بناءً على قوى العرض والطلب، ويشمل ذلك وسائل الإنتاج من مصانع وشركات وأراضٍ، ومن ثُمَّ يُمْكِن للأفراد والمؤسسات امتلاك هذه الموارد وإدارتها بصورة كاملة، بما يتحقَّق المصالح والأهداف المنشودة لـكُلِّ من الأفراد والمؤسسات.

مثال (2):

الشركات التي تمثل نماذج بارزة للمملوكة الخاصة (مثل: شركات المقاولات، والمستشفيات الخاصة، وشركة أبل، وشركة مايكروسوفت)، وتسعى إلى تحقيق أرباح متزايدة. يتيح النظام الرأسمالي للأفراد والمؤسسات اتخاذ القرارات الاقتصادية بصورة لامركزية، ومن ثم تقرير ما يمكن إنتاجه، وكيف شعر المنتجات وفقاً لإشارات السوق ورغبات المستهلكين.

مثال (3):

ابتكار أحد المطاعم وجبات جديدة استجابة لطلبات الزبائن. يعتمد توزيع الموارد في هذا النظام على آلية السوق؛ أي بحسب قانون العرض والطلب. فإذا ارتفع الطلب على سلعة معينة مثل الهواتف الذكية، زاد المستهلكون من إنتاجها؛ تلبية لهذا الطلب، وسعياً لكسب أرباح إضافية. أما الحوافز التي تحرك الأفراد والشركات فهي غالباً مادية؛ إذ يسعى الجميع إلى تعظيم الأرباح وزيادة حجم الثروة.

مثال (4):

اتخاذ أحد رجال الأعمال قراراً يقضي بتوسيع استثماراته لتحقيق عوائد مالية أكبر.

لماذا يُشجّع النظام الرأسالي 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، وتشير على إدارتها؛ خدمةً للمصلحة العامة بدلاً من تحقيق الربح. على سبيل المثال، بعض الحكومات الاشتراكية تضع يدها على القطاعات المهمة، مثل: قطاع الصحة، وقطاع الطاقة، وقطاع التعليم؛ للوفاء باحتياجات المواطنين الأساسية.

كذلك تحرص الدول الاشتراكية على اتخاذ 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 محدد من الأطباء، ثم توزعهم على المناطق المختلفة، بناءً على حاجة السكان والأولوية الوطنية. **والخطة الخمسية** برنامج حكومي للتنمية، مدته خمس سنوات، وهو يتضمن تحديد فيه أهداف الدولة ومواردها لتحقيق التنمية في مختلف المجالات.

يهدف النظام الاشتراكي إلى تحقيق العدالة الاجتماعية، وتقليل الفروق الطبقية بين فئات المجتمع، عن طريق توفير الخدمات الأساسية للمواطنين (مثل: السكن، والتعليم، والرعاية الصحية) إما بصورة مجانية، وإما بدعم حكومي مباشر، بعيداً عن تقلبات السوق وألياتها المتعددة.

يعنى النظام الاشتراكي بتحفيز الأفراد معنوياً ومادياً؛ فإلى جانب اهتمام الدولة بالعنصر المادي (مثل: الأجور، والرواتب)، فإنها تهتم بتعزيز المنظومة المجتمعية، وذلك بتشجيع الأفراد المشاركة في أعمال تطوعية تُسهم في بناء المجتمع، وتعود بالنفع على المصلحة العامة، مثل تخصيص المعلم جل وقته لتعليم الأطفال في المناطق النائية بدافع المسؤولية الاجتماعية.

بالرغم من ذلك، فقد تعرّض النظام الاشتراكي للعديد من الانتقادات؛ لِمَا يُعَتَّرُض طريقه من تحديات ومواعِدات، مثل: ضعف الكفاءة في تخصيص الموارد أحياناً، ونقص الحوافز الداعمة للابتكار والإبداع، إضافةً إلى البطء في اتخاذ القرارات، وصعوبة إدارة الاقتصاد بصورة مركبة؛ ما قد يؤدّي إلى نقص في بعض السلع، أو تراجع في الجودة مقارنةً بالاقتصادات القائمة على المنافسة.

ما طبيعة المُلكية وطرائق اتخاذ 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 بمزجـه بين المُلكية الخاصة والمُلكية العامة والمُلكية الوقفية؛ إذ يمكن للأفراد امتلاك وسائل الإنتاج ضمن حدود الشريعة، لكنـ الدولة تحتفظ ببعض القطاعات الأساسية لضمان المصلحة العامة.

تُعرف **المُلكية الوقفية (Waqf Property)** بأنـها نظام يقوم على تخصيص مال (مثل: العقار، والمحل التجاري)، بحيث يبقى أصلـه محفوظـاً (لا يُباع، ولا يوهـب، ولا يورـث)، ويُخـصـص رـيعـه أو منفـعـته (مثل إجارـته) بشـكل دائم لـتمويل مشروع خيري معـيـن أو مشروع اجتماعي مـحـدـد (مثل: المساجـد، والمدارـس، والمستشـفيـات)، أو لإـعـانـة الفـقـراءـ والـطـلـبـاءـ، وفقـاـ لـشـروـطـ الشـخـصـ المـوقـفـ (الواـهـبـ).

من الأمثلـة على المـلكـيةـ الـوقـفـيةـ: بنـاءـ أحدـ الأـفـرادـ مـسـجـداـ، أوـ مـسـتـشـفـىـ، أوـ مـدـرـسـةـ، ثـمـ تـخـصـيـصـ هـذـاـ الـبـنـاءـ وـقـفـاـ لـلـمـصـلـحةـ الـعـامـةـ.

تـتـخـذـ القرـاراتـ الـاـقـتـصـاديـ فيـ هـذـاـ النـظـامـ بـنـاءـ عـلـىـ ضـوـابـطـ الشـرـيـعـةـ الـإـسـلـامـيـةـ التـيـ تـحـرـمـ الـرـبـاـ، وـتـمـنـعـ الـاحـتـكـارـ، وـتـشـجـعـ التـجـارـةـ التـيـ أـرـسـىـ دـعـائـمـهـاـ الـإـسـلـامـ. وـمـنـ ثـمـ تـحـرـصـ الـبـنـوـكـ الـإـسـلـامـيـةـ عـلـىـ تـقـدـيمـ التـموـيلـ الـلـازـمـ لـلـأـفـرـادـ وـالـمـؤـسـسـاتـ وـفـقـيـ شـرـعـيـةـ، مـثـلـ الـمـرـاـبـحةـ.

في سياق متصل، يهدف توزيع الموارد في النظام الإسلامي إلى تحقيق العدالة والكافـيـةـ لـلـجـمـيعـ، وـذـلـكـ باـسـتـخـدـامـ العـدـيدـ منـ الأـدـوـاتـ (مـثـلـ الـزـكـاـةـ، وـالـصـدـقـاتـ)ـ التـيـ تـسـتـهـدـفـ الـفـقـرـاءـ وـالـمـحـاجـينـ؛ لـضـمـانـ حـيـةـ كـرـيمـةـ لـهـمـ. وـفـيـ مـاـ يـخـتـصـ بـالـحـوـافـزـ فـيـ النـظـامـ الـإـسـلـامـيـ، فـإـنـهـاـ تـجـمـعـ بـيـنـ مـاـ هـوـ دـنـيـويـ مـثـلـ تـحـقـيقـ الـرـبـحـ، وـمـاـ هـوـ أـخـرـوـيـ، مـثـلـ الـأـجـرـ وـالـثـوابـ.

ما طبيعة المـلكـيةـ وـطـرـائقـ اـتـخـاذـ القرـاراتـ الـاـقـتـصـاديـ فيـ النـظـامـ الـإـسـلـامـيـ؟

4 - النظام المختلط (Mixed System)

يـجـمـعـ **النـظـامـ المـخـلـطـ**ـ بـيـنـ خـصـائـصـ النـظـامـ الرـأـسـمـالـيـ وـخـصـائـصـ النـظـامـ الـاشـتـراـكيـ، وـيـتـمـثـلـ فـيـ مـشارـكةـ الـحـكـومـةـ وـالـقـطـاعـ الـخـاصـ فـيـ النـشـاطـ الـاـقـتـصـاديـ.

يـعـدـ هـذـاـ النـظـامـ مـزيـجاـ مـنـ المـلكـيـةـ الـخـاصـةـ وـمـلكـيـةـ الـدـولـةـ فـيـ مـاـ يـخـصـ قـطـاعـاتـ الـأـسـاسـيـةـ. عـلـىـ سـبـيلـ المـثالـ، تـوـجـدـ فـيـ الـأـرـدنـ شـرـكـاتـ خـاصـةـ، مـثـلـ الـبـنـوـكـ وـالـمـطـاعـمـ، إـلـىـ جـانـبـ قـطـاعـاتـ حـيـوـيـةـ يـغـلـبـ عـلـيـهـاـ طـابـ الـمـلـكـيـةـ الـعـامـةـ، مـثـلـ: قـطـاعـ الـكـهـرـبـاءـ، وـقـطـاعـ الـمـيـاهـ، وـالـطـرـقـ الـعـامـةـ.

الربط مع التكنولوجيا

الأنظمة المختلطة والتكنولوجيا

في ظل انتشار الأنظمة الاقتصادية المختلطة، أصبح التحول 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، والتباين بتأثير السياسات الاقتصادية؛ ما يتيح لها تعديل السياسات مباشرة (في الوقت الفعلي)، لتحقيق الكفاءة والعدالة.

2- منصات التعاون الرقمي: تشهد كثير من دول العالم اليوم تطوير منصات مشتركة بين القطاع العام والقطاع الخاص لتشجيع الشركات الاستثمارية، لا سيما في مجال التكنولوجيا المالية ومجال الطاقة المتجدددة؛ ما يعزز الكفاءة الاقتصادية، ويحقق 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 التحول الرقمي، وتحسين سرعة الإنترن特، وتقليل الفجوة الرقمية.

نشاط من يدير الاقتصاد؟

- يُقسّم المعلم / المعلّمة طلبة الصّف إلى ثلّاث مجموعات.
- يُوزَع المعلم / المعلّمة المهام على أفراد المجموعات كما يأتي:
 - * المجموعة الأولى (السوق): تمثيل النّظام الرأسمالي.
 - * المجموعة الثانية (التخطيط المركزي): تمثيل النّظام الاشتراكي.
 - * المجموعة الثالثة (النّظام المختلط): تمثيل مزيج من النّظاريين السابقين.
- يطلب المعلم / المعلّمة إلى أفراد كل مجموعة تخيل دولة صغيرة تتبع النظام الذي يُمثّلونه، ويُطلب منها:
 - * إنتاج الغذاء، وتوفيره للمواطنين.
 - * تقديم الخدمات الصّحيّة.
 - * تحديد أسعار السلع والمُتّجّبات.
- يطلب المعلم / المعلّمة إلى أفراد كل مجموعة الإجابة عن الأسئلة الآتية:
 - كيف سيمُتّ تحديد الإنتاج؟
 - من الجهة التي ستُحدّد الأسعار؟
 - ما الدور الذي تؤديه الحكومة في هذه الدولة؟

- يطلب المعلم / المعلمة إلى أفراد كل مجموعة عرض النتائج التي توصل إليها أمام أفراد المجموعات الأخرى.

- يمنحك المعلم / المعلمة أفراد المجموعات الأخرى وقتاً كافياً لطرح أسئلة بناءة، أو تقديم ملاحظات وتعليقات إيجابية على هذه النتائج ومناقشتها.

- يوجه المعلم / المعلمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى المقارنة بين الأنظمة الثلاثة في لوحة أو جدول مشترك؛ على أن تتضمن اللوحة أو الجدول المحاور الآتية:

* آلية التنسيق (سوق، تخطيط، مزيج).

* دور الحكومة (محدود، مهيمن، تكميلي).

* النظام الذي يحقق كفاءة أكبر.

* النظام الأكثر عدالة اجتماعية.

* احتمال وجود نظام مثالي يجمع مزايا الأنظمة الثلاثة معًا.

معلومات تعلمُوها، وأشارِك فيها عائلتي

توجد أنظمة اقتصادية عديدة، تختلف في ما بينها من حيث المزايا، والتحديات، وتنظيم الملكية، واتخاذ القرار، وتوزيع الموارد، والحوافز. ولا شك 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، وتعريف الأسباب التي تدفع بعض الدول إلى تبني النظام المختلط، ويتمثل أبرزها في تحقيق التوازن بين سياسات السوق الحرة والتدخل الحكومي لتحقيق المصلحة العامة.

نصيحة

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



أقيِّم تعلُّمي

السؤال الأول: أوضّح المقصود بكلٍّ من المفهومين الآتيين: النظام الرأسمالي، النظام الاشتراكي.

السؤال الثاني:

- 1- كيف يحدّد النظام الرأسمالي أسعار السلع والخدمات؟
- 2- ما الدور الذي تؤديه الدولة في النظام الاشتراكي؟
- 3- كيف يمكن تحقيق التكافل الاجتماعي في النظام الاقتصادي الإسلامي؟

السؤال الثالث: أعدّ اثنين من وسائل الإنتاج التي يمتلكها الأفراد في النظام الرأسمالي.

السؤال الرابع: أذكِر مثلاً واحداً على كلٍّ مما يأتي:

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

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

- 1- يقوم النظام الرأسمالي على الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج، ويترك للسوق تحديد _____. _____.
- 2- يهدف النظام الاشتراكي إلى تحقيق العدالة الاجتماعية، وإزالة _____. _____.
- 3- يُستخدم 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 متعدد الطبقات؟
- 2- ما التعديلات التي يمكن إدخالها على هذا النظام ليصبح أكثر عدالة وكفاءة؟

السؤال السابع: اختار رمز الإجابة الصحيحة في كُلِّ ممّا يأتي:

- 1- النظام الاقتصادي الذي يعتمد على الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج، ويتبع للسوق تحديد الأسعار، هو النظام:
أ) الاشتراكي.
ب) الرأسمالي.
ج) المختلط.
د) الاقتصادي الإسلامي.
- 2- النظام الاقتصادي الذي تتحَّذَّد فيه القرارات الاقتصادية بصورة مركزية عن طريق الدولة هو النظام:
أ) الرأسنالي.
ب) المختلط.
ج) الاشتراكي.
د) الاقتصادي الإسلامي.
- 3- النظام الاقتصادي الذي يدمج بين الملكية الخاصة والملكية العامة، ويعتمد على تدخل الدولة عند الحاجة، هو النظام:
أ) الرأسنالي.
ب) الاشتراكي.
ج) المختلط.
د) الاقتصادي الإسلامي.
- 4- يهدف النظام الاقتصادي الإسلامي أساساً إلى:
أ) تحقيق الربح بأيّ وسيلة ممكِّنة، وتجنب الخسائر المادية.
ب) تحقيق العدالة الاجتماعية والكافية للجميع وفق أحكام الشريعة الإسلامية.
ج) التحكُّم 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 افترضت عدم وجود أي نظام يختص بتنظيم عملية الإنتاج أو التوزيع، فماذا سيحدث في المجتمع؟

- إذا كانت الموارد محدودة والاحتياجات غير محدودة، فمن الجهة التي تُقرّر ما الذي يجب أن يُنتَج، وكيف يُنتَج، ولمن يُنتَج؟

نتائج التعليم:

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

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

النشاط الاقتصادي.

تسعى كل دولة إلى تنظيم النشاط الاقتصادي فيها، بما يحقق حاجات أفرادها، ويضمن استدامة مواردها. غير أنَّ هذا التنظيم يختلف تبعًا لاختلاف المبادئ التي يقوم عليها كل نظام اقتصادي. سأتعرف في هذا الدرس كيف تعمل الأنظمة الاقتصادية الرئيسية على إدارة العمليات الأساسية للنشاط الاقتصادي (الإنتاج، التوزيع، والاستهلاك)، بما يُسِّهم 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.



أُفْكَر

ماذا سيحدث إذا ارتفعت أسعار إحدى السلع الأساسية؟

يقوم النشاط الاقتصادي على ثلاث عمليات متكاملة يبيّنها الشكل (١)، وهي:

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

إن 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 المنظمة للنشاط الاقتصادي وعملياته الثلاث.

؟ - ما العمليات الثلاث الأساسية للنشاط الاقتصادي؟

- لماذا يتطلب النشاط الاقتصادي تنظيماً من النظام الاقتصادي؟



الشكل (١): عمليات النشاط الاقتصادي الأساسية.

لذا لا بد من وجود إطار منظم لأي نشاط اقتصادي، وهو ما يتطلب الإجابة عن الأسئلة الاقتصادية الثلاثة: ماذا نتُبَحِّث؟ وكيف نتُبَحِّث؟ ولمن نتُبَحِّث؟؛ إذ يمكن بهذه الأسئلة تحديد ملامح أي نظام اقتصادي، بصرف النظر عن فلسفته، وتوجُّهه، وأنشطته المتعددة، أنظر الشكل (٢).

١- ماذا نُنتِج؟

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

مثال:

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

٢- كيف نُنتِج؟

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

مثال:

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

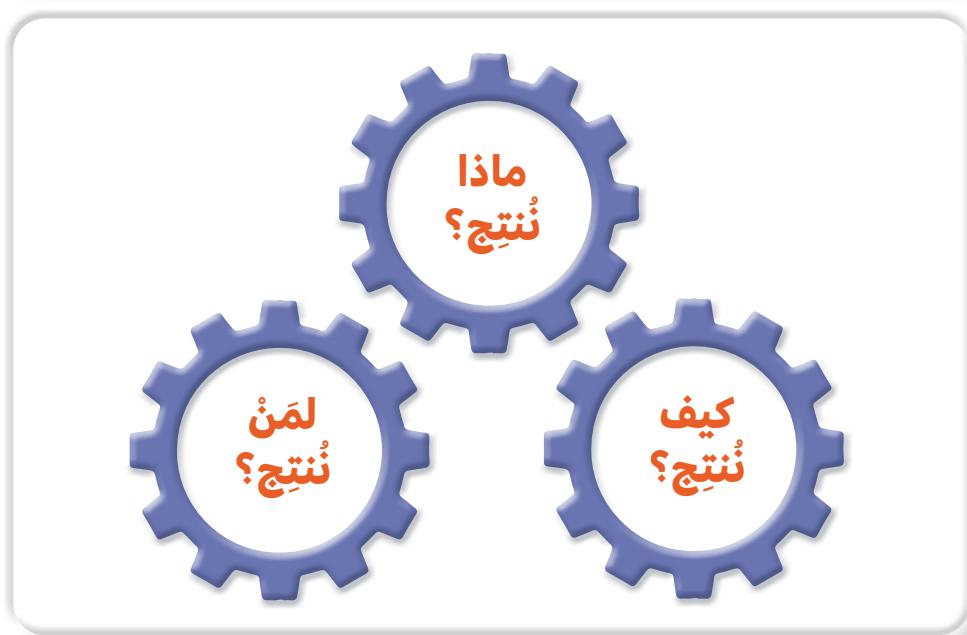
٣- لمن نُنتِج؟

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

مثال:

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

ما الأسئلة الثلاثة الأساسية التي يتبعَن على أيّ نظام اقتصادي أنْ يجب عنها؟



الشكل (2): الأسئلة الأساسية للنظام الاقتصادي.

نشاط

محاكاة الاقتصاد المصغر.

- يُقسّم المعلم / المعلمة طلبة الصف إلى مجموعات، تمثل كل منها دولة ما.
- يوزع المعلم / المعلمة على كل مجموعة عدداً من الوسائل التي تمثل الموارد المحدودة للدولة، مثل: (10) بطاقات تمثل العمالة، و(5) أوراق تمثل الأرض، و(8) أفلام تمثل رأس المال.
- يوجّه المعلم / المعلمة أفراد كل مجموعة إلى الإجابة عن الأسئلة الثلاثة الآتية:
 - * ماذا سننتيج؟ (طعام، أدوات، خدمات تعليمية...).
 - * كيف سننتيج؟ (توزيع الموارد بين العمالة، الأرض، رأس المال).
 - * لمن سننتيج؟ (جميع أفراد المجتمع بالتساوي، للأغنياء أكثر من غيرهم، بحسب الحاجة).
- يطلب المعلم / المعلمة إلى أفراد كل مجموعة عرض نظامهم أمام أفراد المجموعات الأخرى، وبيان أسباب اختيار هذا الشكل من الإنتاج والتوزيع.
- يمنحك المعلم / المعلمة أفراد المجموعات الأخرى وقتاً كافياً لطرح أسئلة بناءة، أو تقديم ملاحظات وتعليقات إيجابية على هذه التائج ومناقشتها.
- يوجّه المعلم / المعلمة أفراد المجموعات - في نهاية النشاط - إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:
 - * ما أوجه التشابه والاختلاف بين الدول المصغرة؟
 - * أي الأنظمة بدا أكثر عدالة؟
 - * أي الأنظمة بدا أكثر كفاءة؟

أدوات تنظيم النشاط الاقتصادي:

تؤدي الأنظمة الاقتصادية دوراً أساسياً في تنظيم النشاط الاقتصادي، وذلك بوضع الإطار الذي يحدّد كيفية إدارة الموارد وتوزيعها بين أفراد المجتمع؛ ما يعني أنَّ هذه الأنظمة هي التي تحدّد مَن يملك وسائل الإنتاج، وكيف تَتَّخذ القرارات الاقتصادية، وتبيّن دور كُلٍّ 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. أمّا النظام المختلط فيوازن بين الحرية الاقتصادية والتدخل الحكومي لضمان المصلحة العامة. وأمّا النظام الاقتصادي الإسلامي فيقوم على مبدأ العدالة والتكافل، ويوازن بين المصلحة الفردية والمصلحة العامة، وينهى الاحتكار، ويسعِّي الاستثمار المشروع لتحقيق التنمية والعدالة الاجتماعية.

تأسيساً على ذلك، تعدُّ الأنظمة الاقتصادية أداة لتنظيم العلاقات الاقتصادية، وضبط سلوك الأفراد والمؤسسات، بما يحقق أهداف المجتمع في الكفاءة والعدالة والاستقرار.

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

تؤدي التكنولوجيا الحديثة دوراً مهماً 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 المستجات.
- توظيف المنصات التجارية الإلكترونية (مثل: منصة أمازون، ومنصة نون) في تسهيل التجارة الإلكترونية، وتسريع وصول المستجات إلى المستهلكين.
- إسهام تطبيقات النقل التشاركي 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 بعدلة وشفافية.

معلومة تعلّمُها، وأشراك فيها عائلتي

يتبع كل نظام اقتصادي منهاجاً مختلفاً في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتحدد 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 ومُتطلبات السوق. أمّا النظام المختلط فيجمع بين تلك الأنظمة لتحقيق المرونة المنشودة والتوازن المطلوب. ولا شكّ في أنّ فهم هذه الأدوار يساعدنا على إدراك كيف تؤثّر السياسات الاقتصادية في حياة الأفراد والمجتمع.

نصيحة

أحرص على فهم النظام الاقتصادي جيداً؛ فتعزّز كيفية تنظيم النشاط الاقتصادي يساعدني على التفكير بذكاء، واتخاذ قرارات تفضي إلى تحقيق الكفاءة والعدالة في حياتي ومجتمعي.



أقِيمْ تعلّمي

السؤال الأول:

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

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

- 1 - يتركز النشاط الاقتصادي على ثلات 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 أي تنظيم، فقد يؤدي ذلك إلى حدوث _____، أو _____.

السؤال الثالث: أعمل ما يأتي:

- 1 - يتطلب النشاط الاقتصادي نظاماً اقتصادياً يعمل على تنظيم عملياته.
- 2 - يُعد الاستقرار الاقتصادي هدفاً رئيساً لأي نظام اقتصادي.

السؤال الرابع: أفترض أنني مسؤول عن مشروع صغير. كيف سأَتَّخذ قراراتي الاقتصادية على نحو يخدم أكثر الفئات حاجة؟

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

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

السؤال السادس: أختار رمز الإجابة الصحيحة في كلٍ مما يأتي:

1 - يرتبط سؤال: كيف نُتَّج؟ بـ:

- أ) تحديد المستهلكين المستفيدين.
- ب) اختيار وسائل الإنتاج وأساليبه.
- د) طرائق الاستهلاك.
- ج) تحديد نوعية السلع المستَّاجة.



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

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

نسخة قبل الإعداد

أستكشف



- هل يوازن 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 يمكن للقطاع الخاص أن يساعد على إيجاد فرص عمل جديدة في الأردن؟

نَتْجَاتُ التَّعْلِمِ:

تعُرِّفُ النَّظَامَ الْإِقْتَصَادِيَّ فِيِ الْأَرْدَنَ.

يُعَدُّ النَّظَامُ الْإِقْتَصَادِيُّ فِيِ الْأَرْدَنَ وَاحِدًا مِنَ الْأَنظَمَاتِ الْمُمِيَّزَةِ فِيِ الْمِنْطَقَةِ الشَّرْقِيَّةِ الْأَوْسَطِ؛ إِذ يجْمِعُ بَيْنَ آلِيَّاتِ السَّوقِ الْحُرَّةِ وَتَدْخُلِ الدُّولَةِ لِتَوجِيهِ الشَّاطِئِ الْإِقْتَصَادِيِّ وَتَحْقِيقِ التَّنْبُّهِ الْمُسْتَدَامَةِ. وَقَدْ تَأثَّرَ هَذَا النَّظَامُ بِالعَدِيدِ مِنَ الْعَوْمَلِيَّاتِ الْدَّاخِلِيَّةِ وَالْعَوْمَلِيَّاتِ الْخَارِجِيَّةِ، مِثْلِ: مَحْدُودِيَّةِ الْمَوَارِدِ الطَّبِيعِيَّةِ، وَالتَّزايِدِ السُّكَّانِيِّ، وَالْتَّحَديَّاتِ الْإِقْلِيمِيَّةِ؛ مَا دَفَعَ الْأَرْدَنَ إِلَىِ تَبْيَانِ سِيَاسَاتٍ إِصْلَاحِيَّةٍ وَهِيَكِلِيَّةٍ تَهْدِي إِلَىِ تَعْزِيزِ الْإِنْتَاجِيَّةِ وَجَذْبِ الْاسْتِثْمَاراتِ.

المفاهيم والمصطلحات الرئيسية:

الْمُلْكِيَّةُ الْمُرْدَوَّجَةُ.

كَذَلِكَ يَسْعِيُ الْأَرْدَنُ - اِنْطَلَاقًا مِنْ رَؤْيَا التَّحْدِيدِ الْإِقْتَصَادِيِّ - إِلَىِ بَنَاءِ اقْتَصَادٍ مُنْتَوِّعٍ يَقُومُ عَلَىِ الْمَعْرِفَةِ وَالابْتِكَارِ، وَيَهْدِي إِلَىِ تَحْسِينِ بَيْئَةِ الْأَعْمَالِ؛ بُعْنَيَّةً مُواكِبَةِ الْمُتَغَيِّرَاتِ الْعَالَمِيَّةِ، وَتَحْقِيقِ الرَّفَاهِ لِلْمُوَاطِنِينَ.

- ما الذي يميّز النَّظَامَ الْإِقْتَصَادِيَّ فِيِ الْأَرْدَنَ عَنِ غَيْرِهِ مِنَ الْأَنظَمَاتِ الْإِقْتَصَادِيَّةِ فِيِ الْمِنْطَقَةِ؟



● 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 ضعفًا)، ويظهر فيه ما يُعرف بالملكية المزدوجة (Dual Ownership)؛ بأن تتوزع ملكية الموارد ووسائل الإنتاج بين الدولة والقطاع الخاص؛ إذ تؤدي القطاع الخاص دورًا نشطًا في الإنتاج والاستثمار، في حين تحفظ الدولة بملكية قطاعات استراتيجية، مثل: قطاع الطاقة، وقطاع المياه، والمياه وبعض الصناعات الكبرى.

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

ملامح النظام الاقتصادي الأردني:

تمثل 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، ويتميز بوجود تبادل للأدوار بين القطاع العام والقطاع الخاص؛ إذ تؤدي الدولة دوراً في تنظيم السوق وت تقديم الخدمات الأساسية، في حين يُسهم القطاع الخاص إسهاماً كبيراً في عمليات الإنتاج والتوظيف.

2- الاعتماد على الخدمات: يُمثل قطاع الخدمات (مثلاً: 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.



أُفَكْرٌ

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

6- الانفتاح الاقتصادي: أصبح الأردن عضواً في اتفاقيات التجارة الحرة مع عدد من الدول؛ ما عزّز دوره بوصفه مركزاً تجارياً إقليمياً، وأتاح للشركات الأردنية الوصول إلى الأسواق العالمية، أنظر الشكل (1).

ما طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الأردن؟



ملامح النظام الاقتصادي الأردني

1. الاقتصاد المختلط.
2. الاعتماد على الخدمات.
3. الاعتماد على الموارد الخارجية.
4. المرونة في السياسات الاقتصادية.
5. التركيز على الاستثمار والتصدير.
6. الانفتاح الاقتصادي.

الشكل (1): ملامح النظام الاقتصادي الأردني.

● تأثير النظام الاقتصادي الإسلامي في النظام الاقتصادي الأردني:

بالرغم من أنَّ النظام الاقتصادي السائد في الأردن هو النظام المختلط، فإنَّه يشهد حضوراً واضحاً لمبادئ الاقتصاد الإسلامي، وبخاصة في القطاعين المالي والاجتماعي. يتجلّى هذا الحضور والتأثير في المحاور الرئيسية الآتية:

1- القطاع المصرفي الإسلامي: توجد بنوك إسلامية تعتمد صيغة تمويلية إسلامية، مثل: المربحة، والمضاربة، والمشاركة، والإجارة. وقد أسهمت هذا القطاع في تنوع الخدمات المالية، وتوفير خيارات مُتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية لشرائح واسعة من المجتمع.

2- الإطار التشريعي والرقابي: توجد إطاراً تشريعياً ورقابياً خاصاً من البنك المركزي الأردني، تضمن سلامة أداء المصادر الإسلامية والتزامها بمعايير الشريعة الإسلامية، عن طريق هيئات رقابة شرعية مستقلة.

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

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

التكنولوجيا ودورها في النظام الاقتصادي الأردني

- أ- منصة (سجّل) <https://sajjal.gov.jo/> : هي المنصة 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 متنوعة.
- ب- منصة الحكومة الإلكترونية e-Gov (Electronic Government): بوابة رقمية تجمع الخدمات الحكومية الإلكترونية في الأردن، مثل: إصدار الوثائق الرسمية، ودفع الفواتير، وتجديد الرخص، والاستعلام عن المعاملات الحكومية عن طريق الإنترن特 على نحو آمن وسريع.
- كذلك أسهمت التكنولوجيا إسهاماً فعالاً في تعزيز أداء القطاع الخاص، وبخاصة في مجال الريادة والابتكار، ممثلاً في الشركات الناشئة في مجال التطبيقات والخدمات الرقمية.

● تحليل النظام الاقتصادي الأردني (الفرص والتحديات):

يُحفل الاقتصاد الأردني بالعديد من الفرص الوعادة، ويواجه - في الوقت نفسه - مجموعة من التحديات المستمرة التي تحدّد مسار نموه واستدامته. ويُعدُّ فهم هذه المعطيات والمؤشرات 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- العمالة المستقرّة.
- 5- الكفاءات البشرية المؤهلة.

مواطن الضعف:

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

الفرص المتاحة:

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

التحديّات والتهديدات:

- 1- عدم استقرار الأوضاع الإقليمية، والتقلّب في أسعار الطاقة.
- 2- تأثيرات التغيير المناخي.
- 3- التضخّم.
- 4- اشتداد المنافسة الإقليمية في الأسواق والموارد.

نشاط



دراسة حالة: شركة لوجستية وطنية.

- يُقسّم المعلم / المعلّمة طلبة الصيف إلى مجموعات عمل غير مُتجانسة.

- يوزّع المعلم / المعلّمة على أفراد كل مجموعة ورقة: «دراسة حالة: شركة لوجستية وطنية».

- يطلب المعلم / المعلّمة إلى أفراد كل مجموعة الإجابة عن الأسئلة في نهاية الحالة.

بدأت هذه الشركة الوطنية مسيرتها العملية بوصفها مشروعًا محليًّا صغيرًا في الأردن، يهدف إلى تقديم حلول ناجعة للنقل السريع والشحن الموثوق به داخل البلاد. وبمرور الوقت، أمكن للشركة توسيع نطاق الخدمات التي تقدّمها، بحيث شملت الشحن الدولي، والاستثمار في قطاع التكنولوجيا الحديثة؛ لتتبع الطرود، وتحسين إدارة العمليات. واليوم، تُعدُّ الشركة واحدة من الشركات الرائدة في قطاع الخدمات اللوجستية، وتتمتّع بحضور لافت في الأسواق العالمية.

أهداف الشركة:

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

أبرز استراتيجيات النجاح:

- 1- التركيز على الجودة وسرعة الخدمة.
- 2- التوسيع 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 المقدمة خلال العقد الأخير.
- 2- تحسين مستوى رضا العملاء عن طريق تقنيات التتبع وخدمات الدعم.
- 3- المساهمة الملحوظة في دعم الاقتصاد الوطني عن طريق إيجاد فرص العمل، وتنشيط قطاعي النقل والتجارة.

الأسئلة:

- 1- ما القطاع الاقتصادي الرئيس الذي تنتهي إليه هذه الشركة؟ (خدمي، صناعي، زراعي).
- 2- كيف أمكن لسياسة الانفتاح الاقتصادي والتجارة الحرة التي يتبعها الأردن أن تساعد هذه الشركة على التوسيع خارج حدود الوطن؟
- 3- أُحلّ 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 يمكن أن تتخذها الشركة اللوجستية الوطنية للاستمرار في المنافسة عالمياً؟
- 5- هل تُعد استراتيجيات الشركة الحالية كافية لمواجهة تحديات السوق المستقبلية؟ أُبرر إجابتي.
- 6- يطلب المعلم / المعلمة إلى الطلبة في كل مجموعة عرضنتائج التي توصلوا إليها أمام أفراد المجموعات الأخرى، ثم مناقشتها معاً.

معلومة تعلّمتها، وأشارك فيها عائلي

النظام الاقتصادي الأردني هو نظام مختلط يجمع بين حرية السوق وتدخل الدولة لتحقيق العدالة الاجتماعية، إلى جانب التأثر الملحوظ بمبادئ الاقتصاد الإسلامي، لا سيما 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 المهم أن نتعلم موضوعات عن الاقتصاد الأردني؛ لأن ذلك يساعدنا على فهم تأثير السياسات الحكومية وأ آلية السوق في حياتنا اليومية، مثل: أسعار السلع، وفرص العمل؛ فكلما فهمنا ذلك فهماً جيداً، أصبحنا أكثر وعيًا باتخاذ قراراتنا المالية والشخصية.



أقِيمْ تعلّمي

السؤال الأول: ما طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الأردن؟

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

السؤال الثالث: ما المقصود بالملكية المزدوجة 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: اختار رمز الإجابة الصحيحة في كلٌ مما يأتي:

1- يمتاز النظام الاقتصادي الأردني بأنه نظام:

- أ) رأسمالي خالص.
- ب) اشتراكي صرف.
- ج) مختلط.
- د) إسلامي بُحث.

2- من أبرز التحدّيات التي يُواجهها الاقتصاد الأردني:

- أ) وفرة الموارد الطبيعية.
- ب) انخفاض الدين العام.
- ج) ارتفاع معدلات 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 المتعددة الجنسيات.
- د) أسعار الفائدة.



اختبار نهاية الوحدة

السؤال الأول:

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

السؤال الثاني:

1 - ما آليّات التنسيق الاقتصادي؟

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

السؤال الثالث:

أعُلّل 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، أيُّ الأنظمة الاقتصادية أكثر قدرة على مواجهة الأزمات، مثل جائحة كورونا؟ أُبَرِّر إجابتي.

السؤال الخامس:

أملاً الفراغ بما هو مناسب في ما يأتي:

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

2 - يُسَهِّل القطاع الخاص الأردني في مجالات عِدَّة، أبرزها: _____، و_____، و_____.

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

السؤال السادس:

ما القيم الاقتصادية والقيم الاجتماعية التي يمكننا تعلّمها من دراسة الاقتصاد الأردني؟ أُدْعِم إجابتي بأمثلة.

السؤال السابع:

أفارق بين النظام الاقتصادي الإسلامي والنظام الرأسمالي من حيث النظرة إلى الملكية الخاصة.

السؤال الثامن:

اختار رمز الإجابة الصحيحة في كلٍ مما يأتي:

1 - تعتمد آلية التنسيق الاقتصادي في النظام الرأسالي 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 آني 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) التضخم، والبطالة.
ب) الكفاءة، والعدالة، والنمو.

ج) الفوضى الاقتصادية.
د) زيادة الضرائب فقط.

4 - من الحوافز المشتركة بين النظام الرأسالي والنظام المختلط:

أ) الحوافز المادية لتحقيق الربح.
ب) الحوافز الأخروية.

ج) الحوافز الاجتماعية فقط.
د) لا توجد حواجز مشتركة بينهما.

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

أ) تدخل 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 الأربع (الرأسمالي، الاشتراكي، الإسلامي، المختلط)، ويهدف إلى تقديم رؤية إبداعية لكيفية تنظيم عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، بما يحقق العدالة والكفاءة وحماية حقوق الأفراد.

خطوات العمل:

- 1- مراجعة الأنظمة الاقتصادية الأربع (الرأسمالي، الاشتراكي، الإسلامي، المختلط).
- 2- تعرّف دور كل نظام اقتصادي ومزاياه بشكل مختصر.
- 3- تحديد التحديات المستمرة للأنظمة الاقتصادية التقليدية، مثل: الفقر، والبطالة، والتفاوت الاجتماعي، ونقص الخدمات، وعدم المساواة، وسوء توزيع الموارد.
- 4- تصميم النموذج الجديد على نحو يجمع بين المزايا المناسبة لكلٍ من الأنظمة الاقتصادية الأربع، ويوضح دور كلٍ من السوق والدولة، ويبين أسلوب إدارة الملكية، وكيفية توزيع الموارد، وأ آلية كلٍ من الملكية، واتخاذ القرار، وتوزيع الموارد، والحوافر.
- 5- اختيار قطاع محدد (مثل: قطاع التعليم، أو قطاع الصحة، أو قطاع الصناعة)، ثمَّ بيان كيف يمكن تطبيق النموذج الجديد عليه.

العرض والمناقشة:

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

التقييم:

يُقيّم المشروع وفق سلّم بناءً على المعايير الآتية:

- 1- فهم الأنظمة الاقتصادية الأربع.
- 2- تحديد التحديات الاقتصادية.
- 3- تصميم النموذج الاقتصادي.
- 4- التصور العملي (التطبيق على قطاع معين).
- 5- العرض والمناقشة.

سلّم التقدير اللفظي لتقدير المشروع

المعيار	بحاجة إلى تحسين (1)	جيّد (2)	جيّد جدًّا (3)	ممتاز (4)
فهم الأنظمة الاقتصادية الأربع	الفهم العميق والدقيق لخصائص الأنظمة الاقتصادية الأربع، ومتزاياها، والمقارنة الواضحة بينها.	الفهم الجيد للأنظمة الاقتصادية الأربع، ولكن يوجد نقص في المقارنة أو التفصيل.	بيان المفهوم الأساسي لكلٍ من الأنظمة الاقتصادية الأربع، ولكن بصورة سطحية أو ناقصة.	الفهم محدود، أو غير مترابط.
تحديد التحدّيات الاقتصادية	تحديد جميع التحدّيات الاقتصادية بدقة، 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 مُبتكَر ومُكَامِل، يُوضَح بجلاءٍ كُلًا من المُلكية، والقرارات، وتوزيع الموارد، والحوافر.	النموذج الاقتصادي جيد ومبتكَر، لكنه يحتاج إلى مزيد من التوضيح أو العمق.	النموذج الاقتصادي ضعيف، ولكنه واضح بوجه عام، لكنه بسيط، ويفتقر إلى الإبداع.	النموذج الاقتصادي ضعيف، وغير مترابط، أو ناقص في عناصره الأساسية.
التصوّر العملي (التطبيق على قطاع معين)	تقديم مثال عملي واقعي ومفصل يُوضَح كيفية التطبيق.	تقديم مثال عملي جيد، لكنه عام، أو غير مُفصَّل على نحوٍ كافٍ.	تقديم مثال عملي بسيط، لكنه محدود، أو غير مُكَتمِل.	تقديم مثال عملي غير مترابط، أو ضعيف الصلة.
العرض والمناقشة	العرض منظم وجاذب، واللغة واضحة وواضحة، والمناقشة ثرية وفعالة.	العرض جيد ومنظم، عادي، والمناقشة مقبولة.	العرض مفهوم، لكنه محدودة.	العرض ضعيف، والمناقشة سطحية أو قصيرة.

مواطِن القوَّة في المشروع:

الجوانب التي يُمْكِن تحسينها في المشروع:

مسرد المصطلحات

التعريف	المصطلح (المفهوم)	
بيئة يلتقي فيها البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات؛ سواءً أكانت مادية (مثل: أسواق الخضار، والمراكز التجارية)، أم افتراضية (مثل المتاجر الإلكترونية).	Market	السوق
أسواق تقتصر على نطاق جغرافي صغير داخل الدولة، مثل: المدينة، والقرية، والحي السكني، وهي تعتمد على مورّدين ومستهلكين من المنطقة نفسها، وتمتاز بوجود علاقات مباشرة بين البائع والمشتري. تُعرض في هذه الأسواق سلع استهلاكية يومية وبسيطة، مثل: الخضروات، والملابس، والمواد الغذائية.	Local Markets	الأسواق المحلية
أسواق تشمل دولةً مجاورةً، أو منطقةً جغرافيةً واسعةً، مثل: بلاد الشام، ودول الخليج العربي، ودول الاتحاد الأوروبي. وهي تُعد أكبر حجماً وأكثر تنظيماً من الأسواق المحلية، وتخضع لاتفاقيات تجارية إقليمية موحدة.	Regional Markets	الأسواق الإقليمية
أسواق مخصصة للتبادل التجاري بين دول من القارات والمناطق المختلفة حول العالم. وهي تخضع لقوانين ومعايير جمركية وضرافية دولية مُعقدة، وتتأثر كثيراً بالسياسات الاقتصادية والعلاقات الدبلوماسية بين الدول، وتشمل في الغالب سلعاً استراتيجية، مثل: النفط، والسيارات، والأجهزة الإلكترونية.	Global Markets	الأسواق العالمية
أماكن أو منصات تُتبادل فيها السلع (مادية، أوّلية، استهلاكية) بين البائعين والمشترين وفقاً لآلية العرض والطلب التي تُحدّد الأسعار والكميات المُتداولة.	Commodity Markets	أسواق السلع
أماكن أو منصات تُتبادل فيها الخدمات غير الملحوظة بين مقدمي الخدمة والمُستهلكين لقاء عائد مادي أو منفعة مُتفق عليها.	Service Markets	أسواق الخدمات
مؤسسات أو منصات تُتداول فيها الأدوات المالية (مثل: الأسهم، والسندا، والعملات) بين المستثمرين، بهدف تشغيل المدخرات وتوجيهها نحو الاستثمار.	Financial Markets	الأسواق المالية
سوق مالي تُتداول فيه الأدوات المالية وأدوات الاستدامة القصيرة الأجل، التي تكون آجال استحقاقها عادةً أقل من سنة، وتمتاز بسيطرة 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.	Money Market	سوق النقد

التعريف	المصطلح (المفهوم)
سوق مُمتدٌ في جميع أنحاء العالم، وهو يتأثر بالعرض والطلب العالميين، ويختص في صرف العملات لمجموعة من المُشارِكين، مثل: البنوك العالمية، والمؤسسات الدولية، والأسواق المالية، والمُتداولين الأفراد.	Foreign Exchange Market (Forex)
سوق عالي المخاطر يتأثر بالتطورات التكنولوجية والتشريعية. من الأمثلة على العملات المُمتدَّلة في هذا السوق: البيتكوين، والإيثيريوم.	Digital Assets Market
أسواق مادية تحدث فيها عمليات البيع والشراء وجهاً لوجه في موقع جغرافي مُحدد.	Traditional Markets
منصات رقمية تُستخدم في عمليات البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت، وتسمح للبائع والمشتري أن يتفاعلاً معاً بصورة إلكترونية من دون حاجة إلى وجودهما شخصياً في المكان نفسه.	E-Markets
مرحلة مُتقدمة من تطور الأسواق الإلكترونية؛ إذ يكون العمل في الأسواق الافتراضية ضمن عالم افتراضي أو محاكاة رقمية تُخْلِل للمُستخدم أنه موجود داخل الواقع نفسه، وأنه يتفاعل مع العناصر الرقمية على نحوٍ تبدو فيه أشبه بالحقيقة.	Virtual Markets
سوق يحوي عدداً كبيراً جداً من المشترين والبائعيين، ولا يستطيع فيه أي طرف أن يؤثِّر في سعر السلعة أو الخدمة.	Perfect Competition Market
سوق يحوي منتجًا أو بائعاً واحداً فقط يتحكَّم في توفير السلعة أو الخدمة.	Monopoly Market
سوق يقترب من الاحتكار، لكنَّه يضم عدداً قليلاً من الشركات أو المُتَجَّجين الذين يسيطرون معاً على غالبية السوق.	Oligopoly Market
سوق يجمع بين سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار الكامل. وهو مرحلة مُتقدمة من تطور الأسواق الإلكترونية؛ إذ يكون العمل في الأسواق الافتراضية ضمن عالم افتراضي أو محاكاة رقمية تُخْلِل للمُستخدم أنه موجود داخل الواقع نفسه، وأنه يتفاعل مع العناصر الرقمية على نحوٍ تبدو فيه أشبه بالحقيقة.	Monopolistic Competition Market

التعريف	المصطلح (المفهوم)
عمليات البيع والشراء التي تتم عبر شبكة الإنترنت عن طريق المنصات والمتجار الرقمية، وتشمل تبادل السلع والخدمات، والدفع الإلكتروني، وإتمام المعاملات عن بعد.	E-Commerce التجارة الإلكترونية
شخص يَتَّخِذ قرارات شراء مدروسة وعقلانية، ويحرص على تحقيق الاستفادة القصوى من موارده المالية، ويهتم بالجودة والسعر واحتياجاته الحقيقية.	Smart Consumer المُستهلك الذكي
عملية استراتيجية متكاملة تساعد الشركات والأفراد على التعريف بمتطلباتهم أو خدماتهم للعملاء المستهدفين، بطريقة تجذب انتباهم، وتلبّي احتياجاتهم بفعالية.	Marketing التسويق
نظرة العملاء إلى الشركة أو المنتج، وتكوين صورة إيجابية ومميزة عنهم في أذهان العملاء.	Brand Identity / Brand الهوية والعلامة التجارية
إطار استراتيجي يستخدمه المسوّقون في التخطيط لاستراتيجيات التسويق وتنفيذهما بشكل متكامل، وهو يهدف إلى تلبية احتياجات العملاء، وتحقيق أهداف الشركات.	Marketing Mix المزيج التسويقي
أقدم أشكال التسويق، وهو يعتمد على القنوات التقليدية (مثل: التلفاز، والصحف، والمُلصقات، والإذاعة) للوصول إلى العملاء.	Traditional Marketing التسويق التقليدي
مفهوم واسع يشمل استخدام أي وسيلة إلكترونية في الأنشطة التسويقية، مثل: شبكة الإنترنت، والبريد الإلكتروني، والرسائل النصية (SMS)، والشاشات الإلكترونية.	E-Marketing التسويق الإلكتروني
ترويج للمُنتجات أو الخدمات عبر شبكة الإنترنت باستخدام الوسائل الرقمية، مثل: وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات الإلكترونية؛ ما يتيح تفاعلاً مباشراً وسريعاً مع الجمهور.	Digital Marketing التسويق الرقمي
تسويق تستهدف فيه الشركات عملاء من شركات أخرى، مثل بيع أحد المصانع معدات لمصنع آخر.	Business to Business التسويق بين الشركات (B2B)
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 للمُستهلكين.	Business to Consumer التسويق بين الشركة والمستهلك (B2C)

التعريف	المصطلح (المفهوم)
<p>تسويق يُركّز على إنشاء علاقات وطيدة وطويلة الأمد مع العملاء الحاليين؛ بغية تعزيز ولائهم، وضمان استمرار استخدامهم للمُنتجات المعروضة، وتعاملهم مع الخدمات المقدمة، بدلاً من التركيز فقط على جذب عملاء جدد.</p>	<p>Relationship Marketing</p> <p>تسويق العلاقات</p>
<p>تسويق يعتمد على تقديم محتوى قيم ومفيد (مثل: المقالات، ومقاطع الفيديو، والنصائح، والإرشادات)؛ لجذب العملاء، وتعزيز ثقتهم بالعلامة التجارية.</p>	<p>Content Marketing</p> <p>تسويق المحتوى</p>
<p>جميع أنشطة التواصل والتسويق التي تهدف إلى تعريف المستهلكين بالمنتج، وجذبهم إلى تجربته أو شرائه، وإقناعهم بجدوى العرض المقدم. من الطرائق المستخدمة في عملية الترويج: الحملات الإعلانية، والعروض الترويجية، والتسويق عبر وسائل الإعلام التقليدية وال الرقمية، إضافةً إلى العلاقات العامة، والتسويق المباشر.</p>	<p>Promotion</p> <p>الترويج</p>
<p>قنوات التوزيع والأماكن التي يُعرض فيها المنتج، والتي تسهل وصوله إلى العملاء.</p>	<p>Place</p> <p>المكان</p>
<p>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.</p>	<p>Economic System</p> <p>النظام الاقتصادي</p>
<p>كل ما يستخدمه المجتمع في إنتاج السلع والخدمات لتلبية احتياجات الأفراد؛ سواءً كانت موارد طبيعية، أم موارد بشرية، أم موارد مالية، أم قدرات ابتكارية. وبذلك تُعدُّ الموارد الاقتصادية المدخلات الأساسية لعملية الإنتاج.</p>	<p>Factors of Production</p> <p>الموارد الاقتصادية</p>
<p>نظام اقتصادي يقوم على الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج، ويعتمد على آلية السوق الحرة في تنظيم النشاط الاقتصادي، وتحديد الأسعار، وتخصيص الموارد.</p>	<p>Capitalist System</p> <p>النظام الرأسمالي</p>
<p>نظام يقوم 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 والمصنع الكبرى، وتشير على إدارتها؛ خدمةً للمصلحة العامة بدلاً من تحقيق الربح.</p>	<p>Socialist System</p> <p>النظام الاشتراكي</p>

التعريف	المصطلح (المفهوم)	
<p>نظام يرتكز على مبادئ الشريعة الإسلامية في جميع معاملاته وتعاملاته، مثل: تحريم الربا، وتشجيع أداء الزكاة، وتحقيق التكافل الاجتماعي.</p> <p>يمتاز هذا النظام بمزجه بين الملكية الخاصة والملكية العامة والملكية الوقفية؛ إذ يمكن للأفراد امتلاك وسائل الإنتاج ضمن حدود الشريعة، لكن الدولة تحفظ بعض القطاعات الأساسية لضمان المصلحة العامة.</p>	<p style="text-align: center;">Islamic Economic System</p>	<p style="text-align: center;">النظام الاقتصادي الإسلامي</p>
<p>نظام يجمع بين خصائص النظام الرأسمالي وخصائص النظام الاشتراكي، ويتمثل في مشاركة الحكومة والقطاع الخاص في النشاط الاقتصادي.</p>	<p style="text-align: center;">Mixed System</p>	<p style="text-align: center;">النظام المختلط</p>
<p>حق الفرد والجهة الخاصة في التصرف في المال أو العقار أو الموارد وفقاً لرغبة كلّ منهما، ضمن حدود القانون؛ أي إنَّ صاحب الملكية الخاصة يحق له استخدام هذه الملكية، أو بيعها، أو تأجيرها، أو التنازل عنها متى شاء.</p>	<p style="text-align: center;">Private Property</p>	<p style="text-align: center;">الملكية الخاصة</p>
<p>نظام يقوم على تخصيص مال (مثلاً: العقار، والمحل التجاري)، بحيث يبقى أصله محفوظاً (لا يُباع، ولا يوهب، ولا يورث)، ويُخصص زِيَّنه أو منفعته (مثل إجارته) بشكل دائم لتمويل مشروع خيري مُعِين أو مشروع اجتماعي مُحدَّد (مثل: المساجد، والمدارس، والمستشفيات)، أو لإعانة الفقراء والطلبة، وفقاً لشروط الشخص الموقف (الواهب).</p>	<p style="text-align: center;">Waqf Property</p>	<p style="text-align: center;">الملكية الوقفية</p>
<p>عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك للسلع والخدمات التي يقوم بها الأفراد أو المؤسسات؛ لإشباع الحاجات، وتحقيق المنفعة الخاصة والمنفعة العامة.</p>	<p style="text-align: center;">Economic Activity</p>	<p style="text-align: center;">النشاط الاقتصادي</p>
<p>توزع ملكية الموارد ووسائل الإنتاج بين الدولة والقطاع الخاص في آنٍ معًا؛ إذ يوجد قطاع خاص نَشَط يشارك في عمليات الإنتاج والاستثمار والتصنيع، إلى جانب ملكية الدولة لقطاعات استراتيجية، مثل: قطاع الطاقة، وقطاع المياه، وبعض الصناعات الكبرى.</p>	<p style="text-align: center;">Dual Ownership</p>	<p style="text-align: center;">الملكية المزدوجة</p>