

المحاضرة رقم 6 مفهوم السلعة والحاجة:

تمهيد :

بعدما تناولنا في المحاضرة السابقة السوق وآلياته فإننا سوف نحاول التعرف على السلعة وأنواعها ومفهوم الحاجة باعتبار الحاجة هي من تحرك السلوك الاستهلاكي محددين بذلك مستويات الحاجات عند الانسان.

1. تعريف السلعة:

السلعة في الاقتصاد هي عبارة عن شيء يفي بالاحتياجات البشرية، ويوفر المنفعة (وهناك السلع المادية والسلع غير المادية) كالخدمات (هناك أيضا السلع الأساسية أو الضرورية.

والسلع الاستهلاكية هي " تلك السلع الي يتم انتاجها لأغراض الاستهلاك فقط وهي لا تمثل عناصر الإنتاج لأنها لا تساهم في انتاج سلع وخدمات جديدة " ((الوادي، دس، صفحة 49) السلع والخدمات الموجهة إلى الاستهلاك المباشر حيث تشبع الحاجات الانسانية بصفة مباشرة دون الحاجة إلى عمليات تحويلية تجرى عليها كالخبز والملابس.

2. أنواع السلع:

1 السلع الأساسية أو الضرورية: التي لا يمكن الاستغناء عنها في المعيشة اليومية غالبا ما تكون متاحة على مدار ساعات اليوم وفي أي وقت ومكان. ويمكن الحصول عليها بسهولة ويسر مثل الخبز والسكر، وتتميز بزيادة الطلب عليها بصورة متكررة ودائمة وانخفاض قيمة الش اراء وعدم بذل جهد في سبيل الحصول عليها .

2. سلع التسوق: تخضع لمنطق العقل عند الشراء وذلك لخضوع عملية الشراء لعمليات المفاضلة والمقارنة بين الأنواع المتشابهة بها والبديلة وعند اتخاذ قرار الشراء يكون المستهلك قد انتقى السلعة التي تلبي حاجاته ورغباته لذا تسمى أيضا السلع الانتقائية (توجد للسلع بدائل يمكن للمستهلك أن يفاضل بينها القهوة والشاي).

3. السلع الخاصة: وهي تخص المستهلك فنجد بعض المستهلكين تكون لهم رغبة عالية في التميز والخصوصية ... وتعرف بالسلع الخاصة بأنها ذات خصائص متميزة تنفرد بها عن غيرها لتشبع رغبات خاصة لدى بعض المستهلكين ولذلك يبدل المستهلكين جهدا كبيرا في الحصول عليها بغض النظر على أسعارها، ويغلب عليها طابع الفخامة والرفي والابهار ، غالبا ما تصاحب السلعة سياسة إعلانية تخاطب تلك الشريحة من المستهلكين مع ضرورة تمييز تلك السلعة بعلامة تجارية.

4. السلع الوسيطة: "وهي السلع التي تستخدم في إنتاج السلع الاستهلاكية أو الإنتاجية (الرأسمالية والتجهيزية)، كالمنتجات التي تستخدم في صنع الملابس والجلود لصنع الأحذية... إلخ" (صخري، 2007، صفحة 8)؛ وبمعنى آخر هي سلع تحويلية تكون وسيطة لأنه يتم تحويل المواد الأولية ثم في مرحلة ثانية يتم تحويل السلع الوسيطة إلى سلع استهلاكية مثل صناعة الجلود هي سلع وسيطة لأنه يتم تحويل المواد الأولية إلى سلعة الجلود ثم في مرحلة ثانية تستعمل الجلود في صناعة مثلاً حقائب اليد والأحذية كما سبق الإشارة إلى ذلك.

3. مفهوم الحاجة:

في معجم لغة العرب : حاج بمعنى افتقر ، واحتاج افتقر إليه تحوج ، أي طلب الحاجة أما الحاج فهو المفتقر ، وحاجة هي ما افتقر إليه الإنسان ويطلبه.

أما التعريف الاصطلاحي: فهو يختلف من تخصص علمي لآخر وتباين وفق التوجهات الايديولوجية لكل باحث ومع ذلك فهي تدور كلها حول معنى واحد مؤداه أن الحاجة هي كل ما يحتاجه الفرد من أجل الحفاظ على حياته واشباع رغباته المتنوعة وتوفير ما هو مفيد لتطويره ونموه.

ومن المنظور السوسيولوجي طرح Kaufman مفهوم فجوة الاحتياجات " حيث يرى أن الحاجة هي الفرق الحاصل بين ما تم تحقيقه في الوقت الحالي وما هو مطلوب تحقيقه أي الفجوة بين النتائج الحالية والنتائج المرغوب الوصول لها وإذا لم تتواجد هذه الفجوة بين النتائج فهذا يدل على عدم وجود أي حاجة.

تصنيف الحاجات الانسانية

يعتبر تصنيف ماسلو (أبرهام ماسلو) من أقدم التصنيفات والذي افترض في نظريته أن هناك مستويات لسلسلة من الحاجات حيث افترض أن الانسان يصبح من خلالها متطلع لاحتياجاته في نظام تصاعدي بحيث أن اشباع أي مستوى يأتي دائما بعد اشباع الحاجات الأساسية في المستوى المتدني وقد حدد خمس مستويات للحاجات أو ما تسمى هرمية ماسلو للحاجات وهي (أبو غزال معاوية، 2015، صفحة 207):

1. الحاجات الفسيولوجية (وهي ضرورية لحياة الانسان مثل الطعام والماء والهواء).

2. الحاجة إلى الشعور بالأمن والطمأنينة (الحماية من الأذى).

3. الحاجة للانتماء لجماعة ما.

4. الحاجة للإحترام

5. الحاجة لتحقيق الذات وهي أعلى مستوى

للاشباع والشكل الموالي يوضح ذلك



ولا يمكن الانتقال من مستوى متدني إلى المستوى الموالي الأعلى إلا بعدما يحد الاشباع الكامل للحاجة الأولى المتدنية وهكذا.

وتأتي قوة تأثير الحاجات، بشكل عام، من خلال ما يأتي :

أ. مستوى الاشباع أو درجة الحرمان : حيث كلما زادت درجة عدم الاشباع أو الحرمان الذي يشعر به الفرد لحاجة معينة كلما ازدادت قوة البحث عن السبل الكفيلة باشباعها واعتبارها الموجه الرئيسي للسلوك الفردي.

ب . قوة المنبه (المؤثر): كلما زادت درجة إثارة الفرد من خلال المنبهات (أو المثيرات) الخارجية كلما زادت سبل البحث عن الاشباع، حيث أن بعض الحاجات غالبا ما تكون كامنة في ذات الفرد، إلا إذا تأثرت بمتغيرات خارجية ساعدت على تنشيطها أو تحريكها" (حسن الشماع و خيضر كاظم، 2009، صفحة 135) .

ومن هنا يبدو جليا بأن الحاجات تعد ذات أثر كبير في توديه سلوك الإنسان بشكل عام وسلوكه الاقتصادي بشكل خاص.

وقد وجه إلى هذا المدخل العديد من الانتقادات (فماهي هذه الانتقادات ؟ سؤال يبحث فيه الطالب ؟)

خلاصة : تعتبر السلعة أساس عملية التبادل بين البائع والمشتري في حيز السوق، وهناك العديد من التصنيفات للسلعة و التي حددها العلماء، فنجد السلعة الضرورية والسلعة الاستهلاكية ، والوسيلة والخاصة وغيرها من التصنيفات الأخرى، ويرتبط الاقبال على سلعة بالحاجات التي تحرك سلوك الانسان نحو استهلاكها أو استعمالها، وعليه فقد عمدنا إلى ادراج سلم الحاجات لماسلو وهنزبرج وهما من أشهر الباحثين حول الحاجات وحددت بخمس حاجات ترتبط بمستوى الاشباع عند الانسان وهي في الحقيقة انعكاس للقيم الثقافية والاجتماعية للمجتمع.

قائمة المراجع:

- خليل محمد حسن الشماع ، و حمود خيضر كاظم. (2009). *نظرية المنظمة*. عمان: دار الميسرة.
- عمر صخري. (2007). *اقتصاد المؤسسة* (المجلد طبعة 5). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- محمود أبو غزال معاوية. (2015). *علم النفس العام ، عمان. دار وائل للنشر*. (المجلد الطبعة 6). عمان: دار وائل للنشر.
- محمود، وآخرون الوادي. (دس). *الأساس في علم الاقتصاد، دار اليازوري، عمان، الطبعة العربية، دس، ص 49*. عمان: دار اليازوري.

