

المأحي سللمان آءم سعيلء

# فن الشراء والتسوق

ملئ بالقصص الواقعية في الشراء والتسوق لكل  
أفراد العائلة

سبتمبر 2009م

**جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلف**  
لا يجوز طبع أو استنساخ أو تصوير أو تسجيل أي  
جزء من هذا الكتاب بأي وسيلة كانت إلا بعد  
الحصول على الموافقة الكتابية من المؤلف.

**الطبعة الأولى**  
سبتمبر 2009م

قال تعالى:

(وكلوا واشربوا ولا تسرفوا إن الله لا يحب  
المسرفين)

## المحتويات

7	الإهداء.....
8	شكر وتقدير.....
9	آلة شرائية استهلاكية.....
12	فكرة الكتاب.....
15	اشتر ولكن.....
17	بائعو الخراف.....
20	فخ تنزيلات الأسعار.....
23	هوس الشراء.....
26	لا تجعل الشراء خيارك الأول.....
31	بين الحاجة والرغبة.....
38	قبل أن تشتري.....
41	رتب أولوياتك.....
46	استطلاع السوق.....
51	تحديد المواصفات.....
56	الوقت المناسب.....

61.....	شرك الأسعار المنخفضة جداً
64.....	خصم الأسعار
72.....	هيا إلى الجسر لنرى
76.....	إنهم يُسَوِّقُونَ للمرض؟
79.....	عبد السلام تاجر التجزئة
82.....	إنها الجمارك
86.....	صيد السمك في الصحراء
89.....	قارن، استمتع، ووفر
92.....	أحصل على خدمات ما بعد البيع
95.....	تكلفة دورة حياة الأدوات والمعدات
98.....	اختلاف الأسعار
102.....	لا تقم بدور الخبير
105.....	دراجة سليمان
108.....	مصيدة الشراء بالتقسيط
112.....	أدخل المزاد ولكن
115.....	الإعلانات التجارية
118.....	لا تهمل زوجتك وإلا

121	كيف تحصل على صفقة ناجحة؟
124	كيف توظف دخلك
127	بعض أساليب الباعة للإيقاع بالمشتريين
130	ملخص الكتاب

## الإهداء

إليكم جميعاً.

وإلى نفسي.

نعم إلى نفسي.. حيث استطعت بفضل الله أولاً، ثم بتطبيق مبادئ هذا الكتاب، تمزيق فاتورة إستئجار المنزل وبناء بيت أحلامي في فترة وجيزة جداً وأنا في مقتبل العمر؛ الأمر الذي شجعني لطبع هذا الكتاب ونشره لتعم الفائدة.

## شكر وتقدير

أجدني مدين في هذا الكتاب لعدد من الأصدقاء والزملاء الذين شجعوني لإصداره، وأخص بالشكر الأستاذة رشا خالد طه العاص من قرية ود بلال بالجزيرة لتشجيعها اللامحدود لي في إخراجه ومدّي ببعض القصص الواردة به.

الشكر أجزله لزوجتي الوفية انتصار موسى عمر لتكبتها مشاق انشغالي عنها بالكتابة والتدريب وهي عروس ومن ثم مراجعتها للمسودة الأخيرة وإضفاء بعض السايكولوجيات عليه.

الشكر موصول للدكتور عمر عبد القادر لمراجعته المسودة الأولى واسهاماته الفاعلة عبر إبدائه الكثير من الاقتراحات والتصويبات.



## آلة شرائية استهلاكية

حدث في شتاء عام 2003م أن زرت إحدى قريباتي وأبناءها الخمسة دون سن التخرج، والتي قضت فترة مع زوجها تفوق العشرة سنين في المملكة العربية السعودية، ثم عادوا بعد أن تدهور عمل الزوج إثر قرارات (سعودة) الوظائف بالمملكة.

كانت أكبر معاناة لهذه الأسرة الصغيرة تتمثل في إيجار المنزل الذي يبتلع كل أو جل ما يرسله رب الأسرة من المهجر. ثم تتجدد رحلة البحث عن لقمة العيش، وإنه ليوم أسود حين يمرض أحد الأبناء.

رثيت لحالها ولحال بيتها الذي يكاد يخلو من الأثاث. علماً بأن رب الأسرة كان يعمل في وظيفة مرموقة تدر عليه وعلى أسرته دخلاً كبيراً. وكنت وقتذاك على وشك السفر للمملكة. فقلت لها

بماذا تتصحيني وأنتك قد عدت من دولة أنا إليها  
ذاهب؟ وتوقعت بأن تتصحني بعدم السفر، ولكن  
حدث العكس، إذ ظلت تشجيني وتحثي على إغتنام  
الفرصة. قلت لها ولكن يبدو أنكم لم تستفيدوا من  
المملكة. قالت لي: "إنه الصرف الاستهلاكي". قلت  
لها ماذا تقصدين؟. قالت نعم كان دخلنا كبيراً ولكن  
كان همنا الأول أن نشترى كل ما تقع عليه أعيننا  
وما نسمع به عند الجيران وفي الإعلانات. كنا "آلة  
شرائية استهلاكية" مع أننا لا نستمتع بكل ما  
نشترىه من أطعمة لم تجلب لنا إلا الأمراض  
وملابس لا نلبسها إلا عدد قليل من المرات، وأثاث  
لا نحضره حتى نفكر في غيره. بإختصار كنا  
نجاري من حولنا، وصرنا "مهووسين بالشراء"  
لدرجة لم نستطع أن نصمد أمام أول إختبار بعد  
أكثر من عشرة أعوام، وهو فقدان وظيفة رب  
الأسرة، ولم نجد بداً من تركه وحيداً يعاني المرض  
وكبر السن ليوفر لنا ما يستطيع توفيره، ولم يتمكن

من زيارتنا منذ ثمان سنوات. كانت تحكي بألم  
وتجهش بالبكاء، نعم لقد تزوجنا زواجاً لا مثيل له،  
وعشنا ترفاً وبذخاً لا مثيل له ولكننا لم نحتاج إلى  
أنَّ الأسرة تكبر شيئاً فشيئاً، وأن هنالك عوامل مثل  
المرض والعجز وتقدم السن وتزايد الإحتياجات كما  
ونوعاً. كنا نشترى فقط لنحس بأننا لسنا أقل من  
غيرنا في شيء، لا لأننا نحتاج إلى ما نشترينه.  
ودعتها وأنا أفكر في عباراتها القوية مثل  
"الصرف الاستهلاكي"، و"آلة شرائية استهلاكية"،  
و"صرنا مهوسين بالشراء". ولكن ما الفرق بين  
الشراء الطبيعي، والشراء الهوسي؟ وكيف نقلل من  
الصرف الاستهلاكي؟. هذا ما ستجده داخل هذا  
الكتاب.

## فكرة الكتاب

ما دفعنا إلى اصدار هذا الكتاب هو أننا نستقبل كما هائلاً من طلب الاستشارات والنصح من الأقارب والأصدقاء وزملاء العمل بحكم تخصصنا في مجال الشراء ووجودنا في السوق (يعني أولاد سوق). فهو الكتاب الذي ينتظره الجميع. فعندما أصدرنا كتابنا أسس وأساليب الشراء الحديث قالوا لنا ذاك للمنظمات والشركات فماذا عن الأفراد الذين يهدرون أموالهم المحدودة في صفقات خاسرة يوماً تلو الآخر؟! بل ساعة تلو أخرى!؟

لسنا هنا بصدد الأمر والنهي ولكننا نتناول فناً عريقاً متجدداً هو فن اكتساب الكثير بالقليل. فما أجمل أن تحس بالراحة تجاه تصرفاتك ومشترياتك من السلع والخدمات عندما تتيقن أنك عقدت صفقات رابحة وكنت ناجحاً في قراراتك الشرائية

واختيارك وأن يثني من حولك على براعتك في  
الشراء لتتحرك في نفسك مشاعر النصر والظفر  
وتكبر في نظر نفسك والآخرين.

وضعنا هذا الكتاب بلغة سلسة وواضحة  
ملئية بروح الدعابة والقصص الواقعية فنحن نقصد  
به كل فرد يملك قرار أن يشتري؛ ليقراه المدير  
والغفير والمتقف والبسيط وأصحاب الأعمال  
وربات البيوت والطلاب وننصح بقراءته قراءة  
أولية عامة ثم قراءة أخرى متأنية ثم أخرى أكثر  
تأنياً ثم وضعه في مكان بارز ليكون مرجعاً لنا  
ودليلاً نهتدي به في مشترياتنا اليومية وتسوقنا سيما  
وأنه يحتوي على طرق شراء أصناف بعينها كما  
يحتوي على قصص واقعية وإرشادات عملية من  
أهل الخبرة.

هذا ونعلم تماماً أن نفرأ من الطابور  
الخامس (التجار والباعة هنا) سوف لا يألون جهداً  
في قراءة هذا الكتاب فقد صرّح لي صديق يعمل

في مجال بيع الأثاث أنه ينتظر فرصة قراءة كتابنا هذا بفارق الصبر ليتعرف على ما أتينا بها من استراتيجيات حتى يقوم بوضع استراتيجيات مضادة ويغير من أساليبه، خاصة وهو يعترف بأن الكتاب سيحدث نقلة مفاهيمية كبيرة في الشراء والتسوق، الأمر الذي قد يخفض من مبيعاتهم في المدى الطويل وهو هدف لا نسعى إليه في هذا الكتاب، فهما ينصب على تثقيف القارئ بكيفية وتوقيت الشراء ولا نقول لا تشتري فلابد للمرء أن يشتري لكي يعيش ويحيا حياة كريمة لا تخلو من الرفاهية. أما كيف تشتري؟، هذا ما ستجيب عليه القصص الواردة بهذا الكتاب.

## اشتر ولكن...

" أرني ماذا اشتريت؟ " بسُسُس!! عليك  
الله دي حاجة تشتريها!! " والله غشوك". كم مرة  
سمعنا مثل هذه العبارات؟ وكم مرة أحسنا فيها  
بالغبن؟ ونهم بإرجاع ما اشتريناه وعندما نعود إلى  
المتجر نرى عبارة معلقة في ركن قصي تقول:  
" عفواً لا ترد البضاعة بعد خروجها من المحل " فما  
أمر أن تحس بأنك كنت ضحية كلام معسول.  
يقوم هذا الكتاب على فكرة بسيطة وهي:  
"إذا كان الباعة والمنتجون يتخصصون فينا  
ويدرسون سلوكنا كمستهلكين فلماذا لا نتخصص  
نحن فيهم، وندرس سلوكهم طباعة ومنتجين؟!"  
كم مرة نشترى فيها وعندما نعود إلى  
البيت نكتشف أننا دفعنا أكثر مما ينبغي؟ وكم مرة  
نشترى سلعة نظنّها جيدة "وما فيها كلام" ثم نأتي  
ونكتشف أن فيها عيباً كبيراً "تقول كنا عميانين؟"

وكم مرة نشترى أشياء كثيرة ثم نأتي لنكتشف أننا  
اشترينا أشياء ليست لنا بها حاجة؟.

عندما تحدثت إلى بروفيسور في البرمجة  
العصبية عن كتابي "أسس وأساليب الشراء  
الحديث"، أخبرني بأنه لا شيء يخيفه في الدنيا مثل  
الشراء، وقال لي بصوت المتلهف: "ما عندك لينا  
كتاب نحن الأفراد يساعدنا على الشراء والتسوق".  
المفارقة أن البروفيسور أقرّ بأنه يعرف البيع جيداً  
وماهر فيه ولكن الشراء هو مشكلته الرئيسية ..  
خاصة شراء العقارات .. لأن السماسرة كثر  
ويعلمون الغش والاحتيال – حسب قوله.  
ويتابع.. "كنت مرة بصدد شراء منزل ولكن  
السماسرة جننوني وهدوا حيلي وأخيراً وقعت وقعة  
سوداء".

أخيراً نقول: اشتر ولكن.. بعد أن تقرأ  
هذا الكتاب.

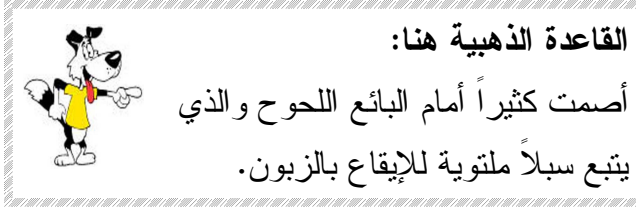


## بائعو الخراف

وقعت ذات يوم في "شر أعمالى" عندما ذهبت إلى سوق الخراف لكي اشترى كبشاً قرباناً وشكراً لله أن شفى صديق عزيز عليّ، ولكنى كدت أن أكون أنا الكبش، إذ وجدت قوماً يتبعونى منذ أن ترجّلت من السيارة، وكل منهم يقسم بالله أنه يريد مصلحتى وأن (وجهي) صباح خير، و(أستاهل الخدمة!!)، ويريد مساعدتى. وعندما وجدت الكبش الذي أريد، كان هنالك أربعة أشخاص حولي هم صاحب الكبش، والوسيط والذي يريد مصلحتى (واقف في صفى)، ومنافسى فى شراء الكبش (مشتري آخر)، ومنافس لصاحب الكبش (بائع آخر) يريد بيعى كبش آخر وحقيقة الأمر كانوا كلهم يتبعون لصاحب الكبش الذي أريد ولكنهم تقاسموا الأدوار بينهم حتى لا أخرج من قبضتهم. أما كيف عرفت ذلك؟ فكننت أطيل الصمت ولا

أنطق بكلمة واحدة ثم أذهب إلى بائع آخر، فأفاجأ  
باللجنة الرباعية ذاتها ترافق سُموِّي وتتبعني إلى  
البائع الآخر. وما إن ظهر زبوناً آخر حتى هرول  
القوم إليه حيث لم يجدوا ضالتهم في صمتي  
المتعمد.

إكتشفت أنني أمام مافيا من نوع غريب.  
فأنا لا أعرف كيف أُقيّم الخروف وما هي الأسعار  
الحقيقية في السوق. ولكن من بائع إلى آخر  
استطعت أن أعرف متوسط سعر السوق، ثم سألت  
نفسي لم لا أستعين بأحد المتخصصين في الخراف  
من الأصدقاء؟ تصرفت سريعاً وهاتفت أحد  
معارفي المتخصصين في الخراف ليلحق بي وقد  
كان، حيث خرجنا بكبش سمين وسعر هزيل.



ولكن ماذا لو كان الأمر يتعلق بتنزيلات  
الأسعار؟ وسمعت أن هنالك تخفيضات لم يسبق لها  
مثيل يقدمها أحد مراكز التسوق بالمدينة؟ هل  
ستغتنم الفرصة أم ستتردد؟ دعنا نكتشف ذلك سوياً  
في الجزء القادم المتعلق بتنزيلات الأسعار.

## فخ تنزيلات الأسعار

في رمضان 1427هـ تناولنا الإفطار مع عمتي زينب وما إن نهضنا لصلاة المغرب حتى صاحت جارتها أم حبيبة: يا زينب ألحقي ما يفوتك، مركز المدينة فيه تخفيضات في الأسعار تجنّب هيا اسرعي نحصلّ قبل الخير ينتشر والناس تعرف. وفي لحظات انتقل حماس أم حبيبة لزينب وفجأة نسمع صوت مجموعة من النساء استأجرن بص للذهاب لذلك المركز الذي يبعد عشرين كيلومتراً عن الحي، وستدفع كل منهن مبلغ عشرة جنيهات نصيبها من أجرة البص.

غابت زينب لفترة ستة ساعات لتأتي بملابس أقل ما توصف به أنها لا تناسب الجو الحار حيث كان الوقت صيفاً، كما أن السعر هو سعر السوق العادي. أي أن أسعار المركز كانت

أصلاً مرتفعة وتم تخفيضها ولكنها بعد هذا  
التخفيض "الكبير" ليست بأقل من أسعار السوق.  
رجعت زينب في اليوم الثاني بذات الحماس  
مع نساء الحي لمركز المدينة حيث أحست أن  
النقود خذلتها في اليوم الأول وبذات البص أبو  
عشرة جنيهات ولكن في خمس ساعات بدلاً عن  
سنة لتكتشف أنها اشترت أشياء وهنتش بزهاء الألف  
دولار ليست في حاجة حقيقية لها.  
هكذا كل شيء تم على عجل فدون سابق  
تخطيط تجد العمه زينب أنها صرفت فوق الألف  
الدولار في ملابس أطفال غير مناسبة وأواني  
منزلية لا حاجة لها بها.  
هل مر بك موقفاً مشابهاً لموقف العمه  
زينب هذا؟.



**القاعدة الذهبية هنا:**

قد تجرنا تنزيلات الأسعار إلى شراء  
ما لا نحتاجه، فانتبه.

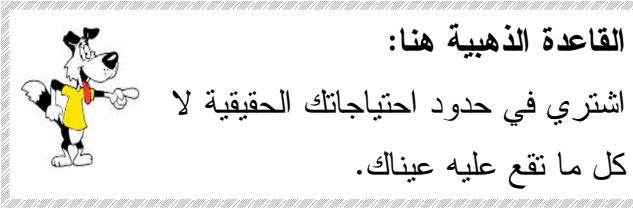
إن لم تكن كذلك فهل أنت مهووس  
بالشراء؟ دعنا نكتشف ذلك سوياً في الجزء القادم.

## هوس الشراء

إليك هذه القصة التي شاهدتها في أسواق  
(بنده) بمدينة (الخبر) السعودية حيث وقع شجاراً  
بين رجل وزوجته كاد أن يفضي إلى طلاق إذ  
كانت المرأة تصر على شراء كل ما تقع عليه  
عينها، وزوجها واقف ينتظرها قرب الكاشير بعد  
أن ظنَّ أنهما اشتريا أغراضهما كلها؛ فإذا بالمرأة  
تضع في عربة التسوق (الترولي) كل ما تقع عليه  
عينها، حتى أخبرت العامل البنغالي أن يحضر لها  
عربة إضافية، وكان الرجل يستعجلها وهو ممسكاً  
بالطفل يبكي، مما أثار غضبه، وقام بانتهازها ولم  
تستجب، وأخيراً أقسم عليها أن لا تأخذ شيئاً حتى  
ما اختاراه سوياً وسط دهشة وضحكات الباعة  
والزبائن ليعودا إلى البيت في حالة غضب وإرهاق  
وإحساس بالإحراج دون أن يشتريا شيئاً.

أكبر مشكلة تواجهنا في حياتنا اليومية هي شراء ما لا نحتاجه. فمن ينظر إلى الأجهزة التي لا نستخدمها إلا نادراً والملابس التي تملأ الخزانات والأطعمة التي نتخلص منها يومياً يعلم تماماً أننا أمام أزمة شرائية، وثقافية، وأخلاقية.

كنا نضحك على الفلبينيين في شركتنا ولكنهم في المقابل يضحكون علينا عندما نذهب للتسوق سوياً ونشتري كل ما تقع عليه أعيننا ويكتفون هم بشراء صنفين أو ثلاث في مجملها لا تتعدى الكيلو والنصف ونضطر نحن للاستعانة بعربة تاكسي أحياناً لحمل مشترياتنا.





إن كنت تظن عزيزي القارئ أن الأمر يتعلق فقط بالسلع الاستهلاكية؟ – وهذا ليس بالمقصود – ولكن ماذا عن السلع التي يتوقع لها فترة حياة أطول نسبياً – السلع المعمرة؟ هل نجعل الشراء خيارنا الأول؟ هذا ما يجب عليه الجزء القادم.

## لا تجعل الشراء خيارك الأول

لماذا نضع الشراء خيارنا الأول؟ بمعنى آخر ماذا يحدث إذا لم نشتر ما نحن بصدد شرائه؟ فالشراء ينشأ عن حاجة نريد سدها أو رغبة نريد إشباعها، ويقولون الحاجة أم الاختراع.. فلماذا أول ما نخترعه هو الشراء؟! لماذا لا نجرب وسائل أخرى لسد حاجاتنا وإشباع رغباتنا؟ اللهم إلا إذا كان الشراء في حد ذاته رغبة. وهو أن تحس أنك تريد أن تشتري شيئاً ما.. لا بد أن تشتري.. لا يهم ماذا ستشتري!! وهنا يكون الشراء عادة مزمنة تتحول إلى عاهة مادية جسيمة وليست مجرد وسيلة لإشباع حاجة أو رغبة.

فكم مرة تشتري شيئاً ليست هنالك حاجة لشرائه.. نعم هنالك حاجة له.. ولكن ليس هنالك حاجة لشرائه؛ كيف يحدث هذا؟ قم بأخذ نسخة من

صحف الإعلانات المجانية وأفتح صفحة مقتنيات للبيع. لتجد مثلاً: "ترغب في بيع فستان زفاف بحالة ممتازة شبه جديد..". فهل ليلة الزفاف تحتاج إلى شراء فستان زفاف؟، أما كان من الممكن استلاف أو استئجار فستان الزفاف من جهة متخصصة بأبسط الأسعار؟. هنالك كثير من السلع لا نستخدمها إلا نادراً جداً فلماذا نصر على اقتنائها على الرغم من ارتفاع سعرها؟. مثال آخر، أحياناً نصر على شراء بعض الكتب كالروايات مثلاً في الوقت الذي يمكن استلافها أو الحصول عليها من خلال الإنترنت!!.

تقول نكتة فرنسية ساخرة أن عربياً ثرياً كان يتجول في شوارع باريس فأحس بصداع – مجرد صداع – فقال لمساعدته فوراً: "اشتر لي مستشفى". فهل الحاجة للشفاء تتطلب شراء مستشفى بأكمله يحتوي على معدات وجراحين

وممرضات آسيويات وفراشيين؟ أم أنهم يسخرون  
من أسلوب عيشنا القائم على الشراء.

**دعونا نقترح بعض القواعد للشراء..**

نقترح أن لا يكون الشراء هو خيارنا  
الأوحد إلا عندما تكون هنالك حاجة ماسة أو رغبة  
شديدة في شيء ما لا يمكن تجنبها و

– أو أنه لا يمكننا صنع السلعة بأنفسنا  
بالجودة المطلوبة أو لعدم توفر الوقت، أو  
الخبرة الكافية، أو لارتفاع تكاليف القيام بها  
بأنفسنا أو تحتاج لأدوات لا نملكها؛

– وكذلك أن تكون السلعة قابلة للاستهلاك ولا  
يمكن استلافها أو استئجارها كالمواد  
الغذائية؛

– وأن تكون استخدامنا للسلعة بصورة  
مستمرة أو شبه مستمرة وفي فترات  
متقاربة كالملابس العادية؛

- وأن تكون السلعة متعلقة بصحتنا وسلامتنا  
مثل فلاتر المياه وأجهزة تنقية الهواء؛ مما  
يعد في باب الضروريات أو الحاجات  
الملحة.
- يحتاج للسلعة في حالة الطوارئ مثل  
الطفايات وأدوات إزاحة التربة مثل  
الكوريك؛
- اقتناء السلعة يمنحنا مكانة اجتماعية حقيقية  
نرغب في اكتسابها أو دلالة دينية قوية ولا  
يؤثر ذلك سلباً على وضعنا المادي حالياً  
ومستقبلاً مثل اللوحات الفنية المشهورة؛
- تعتبر السلعة اقتصادية ويمكن توليد دخلاً  
معتبراً منها.



### القاعدة الذهبية هنا:

هنالك أكثر من وسيلة لإشباع الحاجات والرغبات، فلا تجعل الشراء هو خيارك الأول.

لعلنا بعد ذلك في حاجة ماسة للتمييز بين الحاجة والرغبة من جهة، والرغبة الحقيقية والرغبة في تقليد الآخرين من جهة أخرى. وهذا ما تم تفصيله في الجزء التالي – ما بين الحاجة والرغبة.

## بين الحاجة والرغبة

تنشأ الحاجة من الرغبة في تغيير وضع قائم لدرء مخاطر أو لتحقيق مكاسب. هنالك حاجات دائمة، كما أنّ هنالك حاجات عرضية. فعندما نشعر بالعطش تكون هنالك حاجة للماء، وعندما نريد أن نظهر بمظهر حسن في مناسبة ما تنشأ الحاجة لملابس جديدة أو عمل حمام بخار أو الذهاب إلى أماكن التجميل. ولكن كيف تنشأ الحاجة إلى امتلاك سيارة مثلاً؟ هل عندما يعيننا ركوب المواصلات؟ أم عندما نحس بأنّ الوقت لا يسعفنا لقضاء كل حاجاتنا ما لم نمتلك سيارة؟ أم لأن جارنا أو صديقنا اشترى سيارة فاخرة ونريد أن نقلده؟.

أذكر أن صديقي (عمر) عرض عليّ أن اشترى سيارته لأن عمله انتقل من العاصمة إلى إحدى الولايات وسيسكن في نفس مبنى العمل لمدة

لا تقل عن سنتين الأمر الذي يجعله ليس في حاجة إلى سيارة خلال تلك السنتين. فالسيارة كانت لعمر وسيلة نقل لا أكثر. أما أنا فحدث ولا حرج فلا أخفي أن رغبتني في امتلاك سيارة كانت مظهراً اجتماعياً أكثر من كونها حاجة حقيقية!. فلا يوجد أحد في شركتي في درجتي الوظيفية لا يملك سيارة فقلت لنفسني: "يا ماحي ما فيش حد أحسن من حد" في الوقت الذي كنت لا أملك أرضاً ولا منزلاً وأسكن بالإيجار. أخشى أن تكون أنت (ماحي) آخر عزيزي القارئ.

الأدهى وأمر إنني عندما اشتريت سيارتي الأولى وعلى الرغم من أنها كانت سيارة اقتصادية كما يسمونها ولكني لم أحسب التكاليف المستقبلية من رسوم ترخيص وأقساط تأمين ونسبة تحمل في الحوادث والمحروقات وغيرها.

كم منّا يشتري سلعة أو يشترك في خدمة لحاجة حقيقية وكم منّا (ماحي) يحاكي أو يقلد



الآخرين. لسوء الحظ لا تتوفر لدينا معايير واضحة للتمييز بين الحاجة والتوهم بالحاجة.. ولكن يمكننا القول: "أن الحاجة تكون حقيقية كلما كانت تشكل فرقاً ايجابياً حقيقياً في حياتنا".

المعيار الحقيقي المتوفر لدينا هو النسبية. فالسيارة قد تكون في حقي ترف بينما تكون في حق آخر ضرورة.

**إذاً نقترح مرة أخرى..**

نقترح وضع إعتبار خاص للمسائل التالية عند الإقدام على شراء شيء ما ذو قيمة عالية:

1. **التكلفة.** التي نتحملها من أجل الحصول

على ما نريد كنسبة من جملة ما نملك هي التي تبرر ضرورة سد الحاجة أم لا. ففيما عدا الضروريات والسلع الرأسمالية التي نرجو منها دخلاً نقترح أن لا ننفق نسبة

كبيرة مما نملك في سلع وخدمات يمكن أن  
تستمر حياتنا بدونها؛

2. الوقت. قد تكون هنالك حاجة لامتلاك شيء

ما ولكن الوقت غير مناسب لذلك؛

3. الأولويات. قد تكون هنالك حاجة لسلعة ما

ولكن هنالك حاجة ماسة جداً لسلعة أخرى

ولديك مبلغ محدد مثل أن تكون أمام

خيارين هل تشتري ثلاجة أم تلفاز.

4. مقدار الحاجة. فقد أكون محتاج لتلفزيون

ولكن أي مقياس يفي بالحاجة؟ هل 14

بوصة أم 21 بوصة أم 29 بوصة.

5. درجة إلحاح الحاجة. وتفسرها الإجابة

على مثل السؤال: ماذا يحدث إذا لم نشبع

تلك الحاجة؟

**القاعدة الجوهرية للتعامل مع الرغبات**

أما بالنسبة للرغبات فالقاعدة الجوهرية

تقول: "يجب أن لا ترقى الرغبات إلى درجة

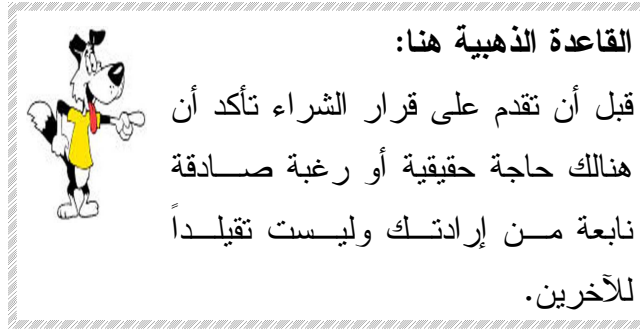
الحاجات وبالتالي يجب أن لا يزيد الإنفاق على الرغبات على حساب الحاجات". فبينما يمكن الاستدانة لسد بعض الحاجات (علاج مثلاً)، يجب أن لا نستدين لإشباع الرغبات (مثل الرغبة في امتلاك طقم أواني منزلية لا توجد حاجة ماسة له). يجب أن لا ننفق أكثر مما ينبغي على الرغبات. فرغبتنا في امتلاك تقنية باهظة الثمن لا توجد حاجة حقيقية لها، يجب أن لا يكون على حساب حاجات ضرورية مثل تأمين الرسوم الدراسية لأبنائنا أو سداد بعض الفواتير الضرورية.

**إذاً كيف نميِّز بين الرغبة الحقيقية والميول**

**للتقليد؟**

- الرغبة الحقيقية هي الرغبة النابعة من دواخلنا ولها ارتباط قوي بشخصيتنا نابعة من إرادتنا وليست لضغوط حولنا أو رغبة في تقليد الآخرين.

- الرغبة الحقيقية لا تكون مجارة للآخرين، لأن للآخرين ظروف وأوضاع ومعطيات تختلف عن ظروفنا وأوضاعنا ومعطياتنا.
- الرغبة الحقيقية تنبع من اعتزازنا بأشياننا وشخصيتنا الحقيقية لا شخصيات الآخرين، فاللهت وراء تقليد ومحاكاة الآخرين سيفقدنا توازننا الروحي والمادي والذهني، ويجعل منا مسخاً يلاحقه العوز والشقاء مدى الحياة.



وأخيراً حتى إذا تأكدنا من أن هنالك حاجة  
ماسة أو رغبة حقيقية نابغة من إرادتنا، فقبل  
أن نشترى لا بد أن نراعي بعض الجوانب  
الحاسمة والتي يفصلها الموضوع القادم .. قبل  
أن نشترى.

## قبل أن نشترى

إذا تأكدنا من أن هنالك حاجة حقيقية أو  
رغبة صادقة ولا يمكن إشباعهما إلا عن طريق  
الشراء بحيث لا يمكننا تصنيع ما نريد أو استلافه  
أو استجاره فسنحتاج للتأكد من – وإعمال الأسئلة  
في – الجوانب الثمانية التالية:

– ما هي أولوياتنا؟


– هل استطلعنا السوق وتأكدنا من وجود ما  
نريد بالسعر المناسب؟ حيث يفيد استطلاع  
السوق في معرفة الخيارات المتاحة ومعرفة  
الأسعار.

– هل صغنا ما نريد في شكل مواصفات  
واضحة؟

– هل نحتاج إلى استشارة أو نصائح من بعض  
الأصدقاء أو المختصين وكيف نحصل  
عليها؟؟

- هل الوقت مناسب للشراء؟
- هل سنشتري نقداً أم بالدفع الآجل؟
- كيف يمكننا أن نحقق أفضل قيمة للنقود<sup>1</sup> التي سنشتري بها؟
- هل من الممكن أن نحصل على خصم في الأسعار؟
- هل خدمات ما بعد البيع ضرورية وهل سنحصل عليها؟

**القاعدة الذهبية هنا:**



قبل أن تشتري، رتب أولوياتك، استطلع السوق، حدد ما تريد، استشر، تخير الوقت، وفكر في طريقة الدفع، وكيفية تعظيم قيمة نقودك، وحاول أنت تحصل على الخصم المناسب، وابتحث عن خدمات ما بعد البيع إذا وجدت.

<sup>1</sup> أي تعظيم القيمة الفعلية للنقود عبر شراء الكثير بالقليل.

ما هي الأولويات وكيف نرتبها ومالذي يحدث إذا عملنا بغير مقتضاها. هي ما يجب عليه الجزء التالي.



## رتب أولوياتك

هل حدث أنك اشتريت شيئاً أو أشياء ثم اكتشفت بعدها أن هنالك ما هو أهم؟ إن لم تكن أنت.. فقد اشتريت أنا يوماً كتباً – غالباً لا أقرأها إلا بعد عدة أشهر – واكتشفت بعد خروجي من المكتبة مباشرة أنني لم أدفع فاتورة الهاتف التي حان وقت سدادها في الوقت الذي لا أملك فيه سيولة كافية للقيام بالأمرين معاً أضف إلى أنني انتظر مكالمات في غاية الأهمية بخصوص توظيفي في إحدى الشركات المرموقة. الأمثلة كثيرة في حياتنا بحيث إذا نظرنا إلى حياتنا وإلى حياة من حولنا نجد أننا نقع في فخ شراء ما هو مهم وننسى ما هو أهم.

**ولكن لماذا يجب العمل بالأولويات؟**

الموارد بطبيعتها محدودة فنحن نملك مبلغاً محدوداً من المال في فترة زمنية محددة كالراتب

الشهري مثلاً وفي ذات الوقت لدينا حاجات لا محدودة ولا نهائية مثل الوجبات اليومية، والوقود، والغاز، وفاتورة الكهرباء، وفاتورة المياه، وفاتورة الهاتف، والرسوم الدراسية للأبناء، وربما استئجار المنزل، وغيرها. كذلك لدينا رغبات لا محدودة مثل القيام ببعض الزيارات، والرحلات الترفيهية، وشراء بعض ألعاب الكمبيوتر، والاسطوانات (الأقراص المدمجة) لبعض الأفلام والفيديو كلب، وتجديد الملابس والأحذية، والأنس مع الأصدقاء عبر الهاتف، وشراء بعض ما تقع عليه العين دون وجود حاجة حقيقية له. كذلك هنالك طوارئ يجب الاحتياط لها مثل المرض، ومساعدة الأقارب والأصدقاء في مناسباتهم التي إذا لم نساهم فيها مادياً فسننال من اللوم والعتاب وتقل مكانتنا الأدبية بين المجتمع.

كل هذا الكم الهائل من الحاجات والرغبات والأشياء الطارئة وفي ذات الوقت محدودية الدخل تجربنا على العمل بالأولويات. فيجب:

**أولاً: اشباع الحاجات التي لا يمكن تأجيلها.** كالسكن، والأكل والشرب، والحاجة إلى التنقل والتواصل مثل الحاجات المرتبطة بحياتنا وصحتنا وعملنا،

**ثانياً: الاحتياط للطوارئ الصعبة.** مثل المرض والوفاة وغيرها.

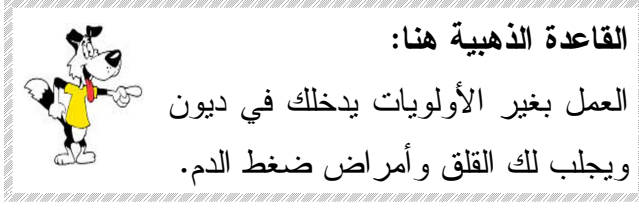
**ثالثاً: الحاجات المرتبطة بالرفاهية وغيرها.**

ليست هذه دعوة إلى التقشف ولكن العمل بغير الأولويات سيجعلنا كمن يشتري عمامة قبل الجلابية. فإذا كنت قد أمّنت أشياءك الأهم فلا بأس أن تنتقل إلى ما هو مهم، وإذا كنت قد اشتريت حاجاتك فلا بأس أن تنتقل إلى رغباتك إذا كان لديك المزيد من المال.

**اتعظ من هذه القصة القصيرة:**

حدثت هذه القصة في مطلع مايو 2008م عندما انتهى تأمين سيارتي الذي يفترض أن أجده قبل الانتهاء بيوم ولكن مكالمته من والدتي أخبرتني فيها بحاجتها الماسة إلى نقود جعلتني أفكر عاطفياً وأقوم بإرسال مخصص تأمين السيارة لها وقد أفنعت نفسي بأنني طيلة السنوات الماضية لم أقع في حادث فهل يعقل أن أقع فيه في ظرف يومين دون تأمين؟. وكانت الحسرة عندما صدمني بص النقل الجماعي لشرطة الاحتياط المركزي في الطريق العام في نفس يوم انتهاء التأمين وكنت أنا المخطئ إذ قطعت الطريق دون إعطاء الأولوية للقادم من الطريق العام. فاضطرت لدفع ما يعادل 1500 دولار لإصلاح سيارتي هذا غير مبلغ إصلاح بص الشرطة. والمحزن في الأمر أنني لم أملك ذلك المبلغ في ذلك الوقت مما اضطرني إلى الاستلاف ومن ثم قطع المصرف من والدتي لفترة

ثلاثة أشهر في الوقت الذي كان من الممكن أن  
أؤجله ليومين فقط.



هب أنه ووفقاً لأولوياتنا يجب أن نشترى  
شيئاً ما، كيف سنستطلع السوق؟ هل هنالك قواعد  
تفصيلية لاستطلاع السوق؟ هل هنالك ما يجب وما  
لا يجب في استطلاع السوق؟ هذا ما سنعرفه في  
الجزء القادم.

## استطلاع السوق

من الغريب أننا لا نتمتع بثقافة إستطلاع السوق. هل لأنه ليس هنالك وقت كافٍ لذلك؟ أم أننا نرى أنه من العيب أن نسأل الباعة ونحن لا نريد أن نشترى في الوقت الحالي؟. أدرى أن الكثير من الباعة في بلادنا لا يقبل فكرة استطلاع السوق والسؤال عن الأسعار دون أن يكون هنالك إستعداد للشراء. وبمجرد أن يعرف أنك لا تريد أن تشتري في الوقت الحالي يقول لك: "عندما تأتي للشراء فلن نختلف". هؤلاء الباعة ربما أنهم مصابون بقصر النظر التسويقي، فهم لا يهتمهم سواء إتمام صفقة البيع الآتية. ربما لأن مديريهم يكافئونهم فقط على مبيعاتهم الفورية ولا يحفزونهم للشرح للعملاء المحتملين. هذا شأنهم ولكن ماذا عنا نحن المشترين؟. فهل نستسلم لرغباتهم ونستحي عن مجرد الاستطلاع دون الشراء؟. إن استطلاع

السوق متعة في ذاته وهو لا يشمل على أي نوع من الشراء اللهم إلا شراء عصير فواكه لتجديد النشاط ومواصلة البحث.. نعم، لا يكون استطلاع السوق بغرض الشراء بل بغرض معرفة الخيارات المتاحة من حيث الجودة والسعر والوفرة وغيرها. ولكي يكون الاستطلاع ناجحاً يجب أن لا تحمل نقوداً ولا حتى بطاقتك الائتمانية. أنظر بعينك واسأل وشاور ولا تخف من فوات فرصة ما. لا توهم نفسك بذلك، فالسوق الآن خاصة بالنسبة لسلع التسوق العادية هو سوق مشتريين بالدرجة الأولى "ولا يهملك"، (أي أن المشترون هم المتحكمون في السوق فالعرض أكثر من الطلب)، فأنت الملك والبائعون هم المحتاجون لما معك من جنهات. بعض التجار لا يتعاونون في إعطاء معلومات عن السلعة والسعر إذا اكتشفوا أنك تستطلع فقط، لأنك ستأخذ فرصة للتفكير والتشاور لذا لا تهتم للأمر وأبحث عن البائع الصادق المتعاون.

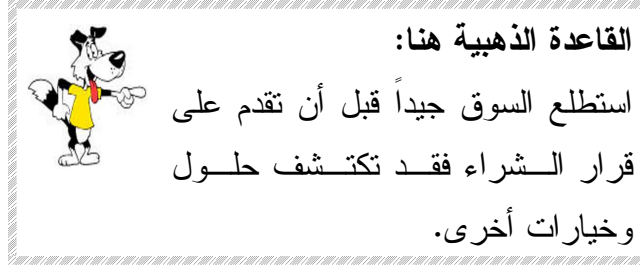
كذلك نقترح عند استطلاع السوق زيارة أكثر من محل أو معرض للمعرفة والمقارنة حسب أهمية السلعة، صدقني ستجد خيارات واسعة، وكلما كان الوقت كافياً كلما كان استطلاع السوق ناجحاً. نعم لا تؤدي استطلاع السوق على عجل أو في وقت غير مناسب، أذهب إلى السوق في وقت مبكر حيث لا يكون هنالك كثير من المشترين، وذلك لتتمكن من محاوره رجال البيع وتحصل على المعلومات المطلوبة. ومن المفيد في استطلاع السوق أن توضح الغرض من شراء السلعة للبائع ولا تتمسك فقط بالشيء الذي في رأسك. أشرك البائعين عبر تحديد كيفية تحقيق الغرض الذي من أجله تريد شراء السلعة فستحصل على عدة نصائح وخيارات واستشارات لن تحصل عليها إذا كان سؤالك فقط عن السلعة بالموصفات التي في بالك. نعم فالسلعة لا تُشترى لذاتها ولكنها وسيلة لإشباع حاجة أو رغبة ما وهنالك دائماً أكثر من خيار تمثل



جميعها جملة حلول يجب أن نختار أفضلها وأيسرها.

أذكر أنني كنت أستطلع سوق الموبايلات في مومباي بالهند حيث أبحث عن موبايل أجد فيه خدمة ترجمة انجليزي انجليزي، وانجليزي عربي والعكس. قال صاحب المحل الأول لا يوجد مثل هذا النوع من الموبايلات في السوق، أما البائع بالمحل الثاني فقال إن ذلك ممكن في الموبايلات ماركة I-mate. ولكنه أخبرني بأن القاموس عبارة عن برنامج منفصل يتم تحميله في الموبايل، لذلك عليّ أن اشتري الموبايل أولاً. أحسست بالمخاطرة وذهبت للمحل الثالث والرابع وأخيراً الخامس حيث وجدت طلبي ولكن السعر العال جعلني أفكر في حل آخر هو أن أشتري قاموس إلكتروني صغير أحمله في جيبتي وأستخدم نفس موبايلي القديم وكفى الله المؤمنين القتال!.

استطلاع السوق يعتبر خطوة مهمة لتختار  
الحل الذي يناسبك وأنت في بر الأمان. safe side.  
وتعقب استطلاع السوق المشورة وطلب النصح  
حسب أهمية السلعة. وكلما كانت السلعة مهمة كلما  
ننصح بتكرار استطلاع السوق أكثر من مرة.



ماذا بعد أن استطلعنا السوق جيداً؟ ما هي  
الخطوة التالية؟ الخطوة التي تعتبر حاسمة وبدونها  
نجعل مصيرنا بين يدي البائع؟ الجزء القادم يكشف  
لنا ذلك السر.

## تحديد المواصفات

عندما تذهب إلى السوق لتشتري — لاحظ  
لتشتري لا لتستطلع — وأنت لا تحمل مواصفات  
محددة، فأنت تسلّم أمرك للباعة كي يحددوا لك  
المواصفات بأنفسهم. وفي كثير من الأحيان قد لا  
تتفق تلك المواصفات مع ما تريد. يقترح الباعة في  
الغالب مواصفات تتفق وحجم الفائض أو الأرباح  
لديهم. ما قبل استطلاع السوق كنت تحمل تصوراً  
عاماً لحاجاتك ورغباتك ولكن بعد استطلاع السوق  
تتضح لديك الرؤية وتستطيع أن تضع مواصفات  
واضحة للسلعة التي تريد.

### قواعد ذهبية عند تحديد المواصفات

ولكي يكون تحديد المواصفات فعّالاً ننصح  
باتباع القواعد الخمسة التالية:

— كن دقيقاً في تحديد ما تريد لا ما لا تريد.  
فبدلاً من نقول لا أريد سيارة لا تنطبق عليها


مواصفات السلامة من الأفضل أن تقول أريد سيارة بها كيس هواء air bag ونظام فرامل اتوماتيكي automatic brake system (ABS) وهكذا..

- **حدد المواصفات الرئيسية والثانوية.** فمثلاً أريد ثلاثية 14 قدم في المقام الأول (مواصفة رئيسية) ويا حبذا لو أن بها بابان (مواصفة ثانوية). تصنيف أهمية المواصفات يجعلك تركز جيداً على المواصفات الرئيسية بدلاً من أن يلهيك البائع بمواصفات ثانوية.
- **ضع المواصفات بصورة واضحة غير معقدة.** ويا حبذا لو دعمتها بصور توضيحية أو كتالوجاً عندما يكون ذلك مطلوباً؛
- **ضع المواصفات بصورة تسمح بتوسيع الخيارات.** بدلاً من أن تحصر نفسك في خيار واحد سواء أن كان بائعاً أو علامة تجارية؛

- لا تصف بالعلامة التجارية. ما لم تكن في حالة عدم تأكد تامة من العلامات التجارية الأخرى المتوفرة بالسوق، ولا يسمح لك الوقت بذلك. الوصف بالعلامة التجارية سهل ومريح ويمنحك الإحساس بالأمان ولكنه في المقابل نجد أنّ السلعة ذات العلامة التجارية المشهورة تكون أعلى من مثيلاتها بالسوق. لذلك فهي معادلة بين التكلفة من جهة والمخاطرة من جهة أخرى. استطلاع السوق بصورة متأنية والاستشارات تقلل من عنصر المخاطرة.

طريقة وضعنا للمواصفات هي التي تحدد ما إذا كنا سنحصل على السلعة المناسبة أم السلعة المثيرة للسخط. فضلاً عن أن المواصفات الصحيحة توفر الوقت والجهد والتكاليف.  
لك أن تتخيل

تخيّل أنك تريد شراء باب لغرفة جديدة  
ولكنك لم تأخذ المقاسات بصورة دقيقة وذهبت  
للسوق واشتريت الباب الخطأ وعندما جئت لتركيبه  
اتضح أن الباب أكبر من المقاس المطلوب. فكر في  
حجم المتاعب التي يمكن أن تجرّها عدم دقّة  
المواصفات.



**القاعدة الذهبية هنا:**  
قبل أن تتجه للسوق بغرض الشراء  
حدّد مواصفات ما تريد شراءه بدقة  
ووضوح وبساطة.

بعد أن استطلعنا السوق، وحددنا مواصفات ما نريد  
شراءه بدقة، متى سنذهب إلى السوق؟ متى  
سنشتري؟ هذا ما سنتركه للجزء القادم ليحدثنا عنه.

## الوقت المناسب

يلعب التوقيت الصحيح دوراً ليس بالسهل في نجاح قرارات الشراء، هل قلت قرارات؟. نعم فأبي قرار لا يتخذ في الوقت المناسب قد يكون وبالاً على متخذه وعلى الجهات والموارد التي ستتأثر بإتخاذ القرار. وكثيراً ما نسمع عبارات مثل: "القرار صحيح ولكنه تأخر كثيراً" أو "القرار صحيح ولكن هذا ليس وقته" كمن يخطب في العزاء. وفي الشراء غالباً ما يكون عدم التوقيت السليم تبيداً – وبعزقة بالدارجية السودانية – للموارد هنالك عدة معاني للوقت المناسب منها المعاني الأربعة التالية:

– وقت الحاجة الفعلية للسلعة؛

– ظروف السوق والتي تدخل فيها الملاءمة والموسمية والكساد والازدهار وتقلب الأسعار؛



## – الظرف المادي للمشتري.

وقت الحاجة الفعلية للسلعة. تتمثل خطورة شراء سلعة في غير الوقت الحاجة الفعلية ما لم يكن ذلك مطلوباً ومقصوداً، في أنه يتعارض مع مبدأ العمل بالأولويات، وبالتالي قد تجمد نقودك في شيء لن تستخدمه في الوقت الحالي بينما هنالك حاجات أخرى ملحة لا تتمكن من إشباعها بسبب توظيف النقود في أغراض أخرى لا حاجة لها في الوقت الحالي. الأمر أشبه بأن تشتري دراجة لمولودك الجديد فرحةً به.

أما ظروف السوق فقد تعني الموسمية وفيها فهما متعاكسان. الفهم الأول هو أن هنالك سلع نحتاج لها في موسم معين بانتظام مثل الملابس الصيفية أو الشتوية؛ هذه السلع ترتفع أسعارها في موسمها، وذلك لتفوق الطلب على العرض، اي (سوق بائعين) فالسيوترات والبطاطين مثلاً ترتفع أسعارها في الشتاء لذلك يمكن أن يكون الوقت المناسب

لشرائها هو الصيف وليس الشتاء حيث لا يكون هنالك طلب عليها وبالتالي يتحول السوق إلى سوق مشتريين (المشترون هم الذين يتحكمون في السعر وليس البائعين) لأن العرض أكبر من الطلب بدلاً عن سوق بائعين في الشتاء. الفهم الثاني والذي يتعلق بالموسمية أيضاً، هو أن بعض السلع وخاصة المواد الغذائية ترخص في موسمها حيث يفوق العرض الطلب كـ بعض أنواع الفواكه والخضروات مثل البطيخ والمانجو والتفاح والطماطم. فكيلو الطماطم في غير موسمها يتضاعف عشرات المرات عن موسمها.

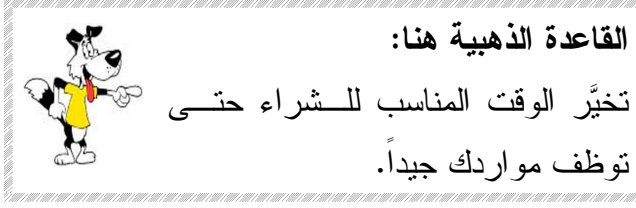
أحياناً تتراوح ظروف السوق بين الندرة والوفرة وارتفاع الأسعار ونزولها مثل بعض مواد البناء كالاسمنت، والبتروول. فتخير ظرف السوق الملائم يجنبنا معضلة الشراء بأسعار أعلى مما تعودنا عليه. أذكر أن طن الأسمنت قفز من 560 جنيه إلى 800 جنيه عندما كان العمل جار في بيتي

الجديد، فقامت فوراً بإيقاف العمل حتى يستقر سعر  
الأسمنت وقد عاد إلى سعره الأول بعد أقل من  
ثلاث أسابيع.

أما الظرف المادي فيتعلق بمسألة ترتيب  
الأولويات. تخيل أن يطلب منك زوجك توفير أشياء  
كالمالية في وقت تعاني فيه من توفير المستلزمات  
الضرورية للأسرة. ففي بداية العام الدراسي يتركز  
هم الأسرة في دفع الرسوم المدرسية وتوفير  
المستلزمات المطلوبة لأبنائها. هذا الوقت قد لا  
يسمح – بسبب محدودية الميزانية – بشراء حلى  
ذهبية باهظة الثمن أو تجديد أثاث المنزل.

عدم تخير الظرف المادي المناسب قد  
يوقع الأسرة في سلسلة من الديون لا حصر لها.  
أما إذا كنت في مجتمع يتعامل بالفائدة المركبة  
(الربا) فهناك ثلاث احتمالات وهي الهم والغم  
والاكتئاب ثم أمراض ضغط الدم والاحتمال الثالث

هو دخول السجن بحكم اسمه "يقي لحين السداد  
أعاذنا الله".



حددنا أولوياتنا، واستطلعنا السوق جيداً،  
وحددنا مواصفات ما نريد بدقة، وبعدها تخيرنا  
الوقت المناسب. وأنت متجه لتشتري، احذر من  
الوقوع في شرك الأسعار المنخفضة جداً ولا تقع ما  
وقع فيه المؤلف في شبه القارة الكتيبة، أقصد  
الهندية. الجزء التالي يكشف عن ملابس ذلك.

## شرك الأسعار المنخفضة جداً

أثناء فترة دراستي بمعهد آبتك بالهند، طلب مني إستاذي أن اشترى مرجعاً محدداً في الأوركل لا يوجد بمكتبة المعهد. هذا إذا استطعت. قلت له جداً. وما إن ذهبت إلى المكتبة حتى صعقت من الأسعار. ليست لأنها مرتفعة جداً بل لأنها منخفضة جداً لدرجة تثير الدهول خاصة لشخص مثلي يستطيع أن يقتصد في شراء أي شيء إلا الكتب.

وبدأت أتجول مذهباً في المكتبات ثم الباعة على الأرض. إنها شبه القارة الكتبية وليست الهندية. نعم فحتى الكتب الغربية تطبع في الهند بأبخس الأثمان وتجد عبارة مكتوبة على ظهر الكتاب تقول: "فقط للبيع في الهند، وبنغلاديش، وسريلانكا، والنيبال". لعلها إتفاقية خاصة مع دور نشر غربية، لا أدري. ولكن هذه الإتفاقية الملعونة

جعلتني أنفق آلاف الدولارات في شراء كتب أقل ما توصف به أنني لن أستطيع قراءتها ولو إعطيت مثل عمري مرتين. كنت اشترى بهوس كل كتب الحاسوب والمشتريات التي هي تخصصي ثم كتب الإدارة ثم كتب علم النفس والسلوك.

كانت إدارة الفندق تظن أنني أعمل في تجارة الكتب. وكان المأذق الأكبر عندما أردت ترحيل هذه الكتب إلى بلدي حيث وجدت سعر الكيلو للوزن الزائد لا يطاق. مما اضطرني إلى شحنها عبر شركة شحن استلمتها فيما بعد وكان كل شيء مرهقاً حتى التخليص الجمركي وترحيلها إلى البيت ثم الحيز الذي شغلته.

إنها لعنة الأسعار المنخفضة جداً دفعتني إلى شراء ما ليس لي حاجة به أو ما لا أحتاجه في المستقبل القريب.



ولكن مهلاً في كثير من الأحيان توجد أنواع حقيقية  
لخصم الأسعار، يجب معرفتها والتطلع إليها بل  
المطالبة بها، ولكن قبل ذلك دعونا نتعرف عليها  
أولاً في الجزء التالي.

## خصم الأسعار

معظم الشركات تقوم بتعديل أسعارها المعلنة والمحددة مسبقاً - بكتالوجاتها وقوائم أسعارها - وتقوم بمنح خصم ومسموحات في الأسعار عند حالات الدفع المقدم مثلاً، وعند كبر حجم المشتريات، والشراء الموسمي، وغيرها. وتقوم الشركات بحساب الخصم بصورة دقيقة حتى لا يؤثر على أرباحها المخططة.

التسعير عن طريق تقديم خصم أصبح طريقة العمل *modus operandi* لدى عدد كبير من شركات السلع والخدمات. مندوبو البيع - على وجه الخصوص - يميلون لتقديم تخفيضات في الأسعار لإتمام صفقاتهم، أحياناً تقوم بعض الشركات بوضع أسعار عالية ثم تُقدّم خصماً لعملائها لتوهم بأنها قد جاملتهم ولتغريهم به. غني عن القول أن الخصم الكبير جداً والمبالغ فيه قد



يكون مؤشراً لعدم صدق البائع. ولكن قد يرجع الأمر إلى ميولنا الشخصي. فهل أنت ممن يفضلون الحصول على خصم بغض النظر عن السعر أم السعر المقبول حتى ولو لم تحصل على خصم؟؟. بعض الأفراد يميلون إلى مجادلة ومفاوضة البائعين ويتجنبوا المحال التي تعطي أسعار ثابتة. إذا أرجعت ذلك السؤال لي؟، فأنا لا إلى هؤلاء ولا إلى هؤلاء، فالأمر يتعلق عندي بالمعلومة الصحيحة، فمتى ما حصلت على المعلومة الصحيحة عن سعر السوق لا يهمني بعد ذلك الطريقة التي يقدم بها البائع سعره. لا حظ، فأنا قلت "الطريقة" لأنه في الغالب يكون السعر محدد سلفاً من قبل البائع ولكن يضع أكثر من طريقة للوصول إلى سعره الذي يريده، وتقديم خصم للزبون تمثل إحدى هذه الطرق. يقول الإنجليز: "إنه لا يوجد عشاءً مجاني"، فالخصم الذي يقدمه معظم الباعة والمنتجين غالباً ما يحصلون عليه أو

ما يقابله بطريقة أو بأخرى. بعض الشركات التي تعمل بطاقتها القصوى تميل لتقديم تخفيضات كبيرة على أسعارها أو تقوم بتقديم بعض الخدمات المجانية مثل توصيل المنتج إلى المستهلك.

### أنواع خصم الأسعار:

هنالك أربعة أنواع رئيسية لخصم الأسعار يجب أن نفهمها ونفهم طريقة عملها حتى نتمكن من الاستفادة منها وهي:

- الخصم التجاري؛
- خصم الكمية؛
- الخصم الموسمي؛
- الخصم النقدي.

### الخصم التجاري:

الخصم التجاري هو تخفيض في السعر المعلن (سعر كتالوج أو قائمة أسعار) يُقدّم للزبون مكافأةً على شرائه للمنتج، أو يُقدّم للموزعين

لمكافأتهم على أداء وظائف تسويقية محددة للمنتج الأصلي . الخصم التجاري دائماً ما يتم تصميمه في شكل سلسلة من النسب (مثل 25% و 10% و 5%)، وفي هذه الحالة تسمى خصم السلسلة chain discount. أولئك الذين يقومون بتوزيع المنتج فقط يحصلون على نوع واحد أو نوعين من الخصم. إذا كان سعر التجزئة للسلعة يساوي 100 جنيه فإنه يتم حساب الخصم الكلي في السعر كالاتي: 25% من 100 جنيه تساوي 25 جنيه؛ 10% من (100 جنيه - 25 جنيه) تساوي 7.50 جنيه؛ 5% من (100 جنيه - 25 جنيه - 7.50 جنيه) تساوي 3.38 جنيه. إذاً يكون السعر الحقيقي للسلعة من المنتج مباشرة كالاتي: (100 جنيه - 25 جنيه - 7.50 جنيه - 3.38 جنيه)، أي يساوي 64.12 جنيه.

مما تقدّم فإن المشتريين الذين يشترون عبر موزعين يجب - لطبيعة الخصم التجاري

المتسلسل – أن يكونوا متأكدين من أنهم يشترون من الموزع المناسب (وهو الموزع الذي يحصل على أعلى خصم). القاعدة العامة هنا هي: "أنك إذا لم تستطع أن تشتري من المنتج مباشرة فاشترى من الموزع الأقرب للمنتج بقدر الإمكان". مثلاً، إذا كنت بصدد شراء كمية كبيرة من ورق الطباعة فمن الأفضل أن تقوم بشرائها من الموزع الرئيسي الذي يحصل على أكبر خصم ممكن، بدلاً من أن تقوم بشرائها من المكتبات الصغيرة التي تحصل على خصم أقل.

### خصم الكمية Quantity Discount

هذا النوع من تخفيضات الأسعار يُعطى دائماً للزبون الذي يقوم بشراء كميات كبيرة من السلع أو المواد. عادة يتم تقديم هذا النوع من الخصم في الأوضاع الآتية:

– شراء كمية محددة من الصنف دفعة واحدة؛

- الشراء بمبلغ محدد كمجموع لعدد من الأصناف المختلفة في دفعة واحدة؛
- الشراء بمبلغ محدد كمجموع لعدد من الأصناف لفترة متفق عليها.

النوع الثالث من خصم الكمية المذكور أعلاه يسمى بالخصم التراكمي *accumulated discount*. وقد تكون فترة الخصم شهراً، أو ثلاث أشهر، أو أكثر كسنة مثلاً. يجب أن يبحث المشتري عن هذا النوع من الخصم عند الشراء بمبالغ كبيرة بصورة متكررة. ولأن الزيادات غير المخططة تحدث في العمل بصورة متكررة فمن المفيد أن يضمن المشترون شرطاً في عقود الشراء مثل: (إذا تجاوز حجم الشراء رقماً محدداً فإن المشتري يستحق خصماً بقيمة محددة من جملة مشترياته).

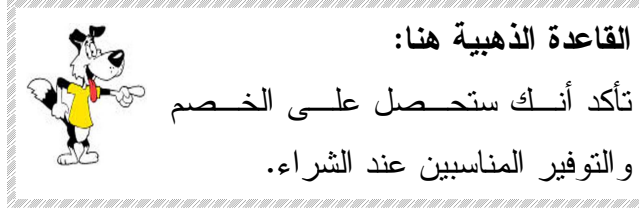
### الخصم الموسمي *Seasonal Discount*

بناءً على الطبيعة الموسمية لبعض المنتجات (خاصة السلع الاستهلاكية) فإن المنتجين عادة ما يقدمون تخفيضات على المبيعات التي تحدث خلال الموسم. هنالك مفهومات للخصم الموسمي؛ فالخصم الموسمي قد ينتج عن زيادة الإنتاج والعرض ويكون بذلك أشبه بخصم الكمية. كما أن هنالك خصم موسمي مضاد مصدره انخفاض الطلب على نوع معين من السلع والخدمات في غير موسمها، مثلاً يمكن الحصول على تخفيضات معتبرة عند شراء مكيفات هواء في فصل الشتاء وليس الصيف، لأنه في الصيف يكون الطلب على المكيفات عالياً مما يؤدي إلى ارتفاع السعر.

### **الخصم النقدي Cash discount**

في معظم الصناعات، يقوم البائعون بتقديم خصم على الأسعار عند الدفع النقدي الفوري للفاتورة (الكاش يقلل النقاش). عندما يتم تقديم مثل

هذه التخفيضات فإنها تُقدِّمُ كنسبة من صافي سعر الفاتورة.



هل تؤمن عزيزي القارئ بمبدأ الأخذ برأي الخبراء في بعض المشتريات العالية القيمة، أو ذات قدر من الأهمية؟ حتى المؤلف يؤمن بذلك.. ولكن يجب التمييز بين الخبير والسمسار من الجهة، والخبير والمدعي بأنه خبير من جهة أخرى. القصة الواردة بالجزء التالي توضح ذلك جلياً.

## هيا إلى الجسر نرى

"فشلنا في الحصول على نوع الحجر المطلوب". هذا ما قاله لي المهندس المدني المتعاقد لبناء منزلي في أول يوم من بداية العمل. وأردف: "ولكن هنالك نوعاً آخر لا يقل جودة عن النوع الذي نبحث عنه وسعر الشاحنة ساعة 18 متر يساوي 550 جنيه، وحتى إذا وجدنا الحجر الذي نبحث عنه فإنّ سعره سيتجاوز 650 جنيه". كان بصحبة المهندس رجل خمسيني يبدو عليه الوقار. استلم الرجل دفعة الحوار قائلاً: "نعم يا بني، إنّ ذلك النوع من الحجر الذي تبحث عنه لم يعد موجوداً، فقد كنت من الموردين له والآن أعمل في نوع آخر يسمى بالحجر الزجاجي مقاوم للماء وقد بعته منه كميات كبيرة لإدارة جسر النيل الذي بقربكم وقد أعجب المهندسين كثيراً ويمكنني أن أثبت لك ذلك بزيارة إلى الجسر.



"هيا إلى الجسر لنرى". كان طلباً مبالغتاً  
مني للرجل الوقور وصديقه المهندس خاصة وأن  
الجسر على بعد أقل من كيلومتر من منزلي. تلعثم  
الرجل وبدى عليه الاضطراب وقال: "ولكني لا  
أدري في أي موضع من الجسر استخدموا الحجر  
الذي أحضرته لهم؟" قلت له: "نحن نتحدث عن  
حجر، فلا بد أنهم استخدموه في المكان الذي أنزلته  
لهم". قال: "صراحة يا إبنني نسيت المكان" وأردف:  
"عليك أن تصدقني فأنا أكبر منك سنّاً" قلت له: "أنا  
لا أكذبك ولكني أريد براهين محسوسة لا كلاماً".  
ثم طلبت منه مهلة كي أجري مزيد من  
المشاورات. وطلبت من المهندس أن يذهب معي  
إلى مكان الشاحنات. وإكتشفت أن النذرة كان قصة  
ملفقة. حيث أن النوع المطلوب من الحجر متوفر  
بسعر 550 جنيه للشاحنة سعة 18 متر. إحمرّ وجه  
المهندس خجلاً وإحمرّ وجهي غضباً وطلبت من  
المهندس أن نتوجه إلى مناجم الحجر خاصة وأنها

لا تبعد كثيراً عن منطقتنا. وافق المهندس وفي خلال 10 دقائق كنا أمام عدد من أصحاب المحاجر وكل منهم يقدم عرضاً مختلفاً، وأخيراً استطعنا أن نحصل على الحجر المطلوب بالمقاسات المطلوبة وفي الوقت المطلوب وبالكميات المطلوبة بسعر 500 جنيه فقط. وبما أننا اشترينا 10 شحنات فقد حققنا توفيراً كبيراً فضلاً عن حصولنا لما نريد. لا تصدق كل ما يقوله الخبراء فأحياناً تكون لهم مصالح خاصة في تركيباتهم.

ليت الأمر يقتصر على الأمور العادية، ولكن تخيل إذا كان الخبير الذي تثق فيه هو طبيبك الذي تسلمه أمرك تماماً وتثق بكل ما يقول. هذا الموقف مشابه لمواقف الكثير من الأطباء الذين يوصون بعقاقير تتبع لشركات بعينها أو أن يقولوا لك أن هذا الدواء لا تجده إلا في الصيدلية الفلانية (الصيدلية التي أعمل لصالحها) لأن لهم نسبة في المبيعات التي تأتي من طرفهم. فيتحول بذلك كثير

من الأطباء إلى مندوبي بيع. ولكن الأمر يصبح خطيراً عندما يحاول الطبيب أن يسوّق المرض ليضع المريض فيما يسمى بالـ Lock-in عند أهل التسويق. أي تجعل الزبون يدور في فلكك ولا يبارحك. كيف يحدث ذلك؟ هذا ما ستجده في القصة التالية.



## إنهم يُسَوِّقُونَ للمرض؟

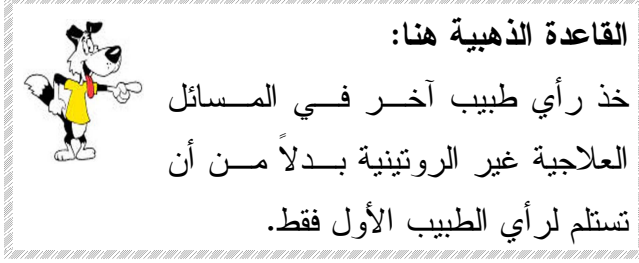
حكى لي صديقي قائلاً: إلى وقت قريب كنت أحترم طبيبي الذي أتعالج عنده لعقد من الزمان وأتابع معه بعض الحالات الإلتهابية التي تأتيني في السنة مرة منذ فترة مبكرة من عمري. في إحدى الزيارات وعلى غير العادة بدأ يحدثني بصورة مرعبة عن حالتي المرضية ويجب عليّ أن أزوره مرتين على الأقل في الشهر لعدد من السنين حتى يعيد إجراء الفحوصات لكي لا يتطور المرض، وأنه - على حد زعمه - يريد مني أن لا أذهب بهذه الحالة إلى طبيب غيره حتى لا أهدم ما بناه.. كدت أعجب لحرص الطبيب على صحتي وتكبده مشاق رؤية وجهي مرتين في الشهر على الأقل. يا ترى كيف سيتحمل ذلك؟ ولكن ثمة حدث جعلني أضحك ساخراً في وجهه وأقول له: "إذاً لن

تراني بعد هذا اليوم". فيا يترى مالذي جعلني أفعل ذلك؟

أثناء حديث الطبيب كنت أتساءل لماذا لم يقل ذلك من قبل؟ هل أنَّ حالتي استفحلت لهذه الدرجة؟ ولكني لا أشعر بما يقوله عن حالتي، كما أنها من الحالات الشائعة عند الشباب. وأخذت أجول ببصري في مكتبه حتى وقعت عيناى على كتاب بدولابه الزجاجي بعنوان "كيف تبيع المرض؟" ضحكت ضحكة هستيرية وقلت له يبدو أنك تتحدث من وحي الكتاب الذي بدولابك يا دكتور وليس من وحي حالتي المرضية. عموماً أشكرك ولكنك لن تراني مرة ثانية وخرجت وتركته واجماً.

هب أنك كنت في مكاني، وأمطرك الطبيب بهذا الكم الهائل من الرعب. يا ترى كيف ستصرف؟ ينصحك المخلصون من الأطباء بأن تأخذ رأي طبيب آخر. second opinion. وربما

رأي ثالث حسب الحالة خاصة إذا كانت ستترتب  
على رأي الطبيب الأول عمليات جراحية أو تكاليف  
عالية أو ضياع مزيد من الوقت.



هل حدث أن اشتريت سلعة استهلاكية ثم  
بعد أن وصلت البيت اكتشفت انتهاء فترة  
صلاحيتها؟ ستكون محظوظاً وستحافظ على  
صحتك إذا اكتشفت ذلك قبل استخدامها، وستكون  
محظوظاً وستحافظ على صحتك ومالك إذا اكتشفت  
ذلك قبل شرائها. هذه ما ستكشفه لنا قصة عبد  
السلام تاجر التجزئة في الجزء التالي.

## عبد السلام تاجر التجزئة

قبل أن يفتتح عبد السلام تاجر التجزئة متجره الجديد، هرول إلى أسواق الجملة ليشتري البضائع التي يحتاجها متجر تجزئة بحي شعبي. ولم يصدق أنه وجد أسعار أفضل بكثير من تلك التي عرضها عليه بعض صغار الموزعين بالحي حتى قرر أن يشتري كل ما يحتاجه دفعة واحدة ليقفل تكلفة النقل إلى متجره الذي يبعد حوالي 30 كيلومتراً عن تلك الأسواق.

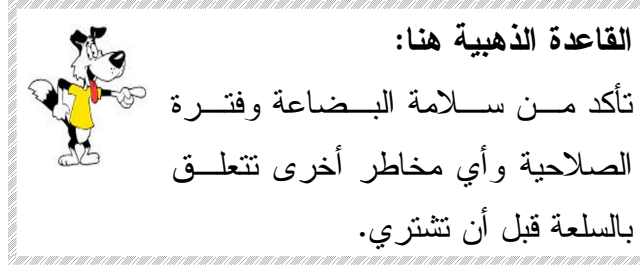
أحضر عبد السلام البضاعة حيث كانت معظمها مواد غذائية مثل لبن البدرة والبسكويت والشاي والدقيق وغيرها. وكان متحمساً لوضع بضاعته على الرفوف حتى يرى حلمه في فتح متجر تجزئة قد أصبح واقعاً. كما نصحه صديقه أحمد بأن يستفيد من الخصم الذي حصل عليه في الأسعار بتقديم أسعار منخفضة أيضاً لسكان الحي

حتى يكسب الزبائن. ولكن ثمة أمر استدركه أحمد  
وكان مفاجئاً لعبد السلام بل حول فرحته وحماسه  
إلى إحباط وحزن ومن ثم إكتئاب. يا ترى ما هو  
ذلك الأمر؟

رفع أحمد أحد صناديق البسكويت وقلَّبه  
ليعرف فترة الصلاحية فلم تصدق ما رأت عيناه.  
إنتهاء صلاحية البسكويت. ثم رفع علبة الطحنية  
التي تبقت لها أياماً، ثم أكياس الحلوى التي تبقى لها  
شهرًا واحدًا، ثم ... ثم ... ثم ... التي انتهت  
صلاحيتها قبل شهر. "لقد خدعوك يا عبد السلام"  
صاح أحمد. ياللمأساة! لقد استغل التجار قلة خبرة  
عبد السلام وباعوه بضاعة ضاربة بأسعار زهيدة.  
قبل أن تتجه إلى السوق أسأل نفسك هل ما  
أريد شراءه لديه فترة صلاحية محددة؟ ومن ثم تأكد  
من أن فترة الصلاحية مكتوبة بصورة واضحة، لا  
لبس فيها، وأنها تغطي فترة استخدامك لما تريد أن  
تشتريه، قبل أن تدفع نقودك وتذهب إلى البيت



ويأتيك صديق مثل أحمد ليكشف لك أنك وقعت في فخ السلع الضاربة، هذا إن كنت محظوظاً بعض الشيء، أما إذا لم تكن محظوظاً فستستخدم ذلك السم أو ستقدمه إلى أفراد أسرتك وتضرهم ضرراً بليغاً.



عادة ما يبرر التجار لارتفاع أسعار  
بضاعتهم، ولكن أن يبرر التاجر لانخفاض سعر  
بضاعته فهذا أمر آخر يمكن اكتشافه من خلال  
وقائع القصة التالية.

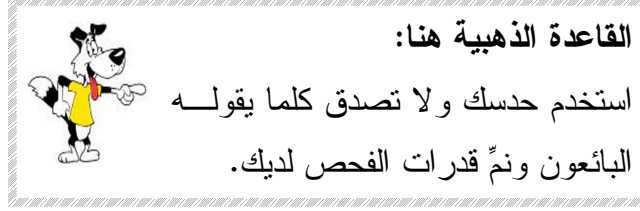
## إنها الجمارك

ذهبت إيناس إلى السوق لشراء هدية يحبها خطيبها بمناسبة عيد ميلاده. لم تصدّق إيناس أنها وجدت عطر خطيبها المفضل – والذي كانت تعشق أن تشتمه فيه – عند أحد الباعة المتجولين وسألته في حذر عن السعر، فأجاب البائع بأن السعر 15 جنيه وقابل للتفاوض، علماً بأن سعر العطر في السوق يساوي 45 جنيهاً. إنتابت إيناس الدهشة وأخذت تقلب الزجاجاة فوجدتها هي هي، والتغليظ هو هو، والرائحة هي هي. باغتت إيناس البائع بسؤال مليء بالحماس: "يا عمي هل أنت متأكد من أن هذا العطر أصلي؟" وكان رد البائع: "معاذ الله أن أغش في رزق أبنائي يا بنتي". "إذاً مالذي يجعل سعرك أقل بكثير من سعر السوق؟" سألت إيناس مرة ثانية. فكانت إجابة البائع من كلمتين فقط: "إنها الجمارك". "الجمارك؟! سألت

إيناس في تعجب. "نعم الجمارك. فالعطور التي تباع في أسواق العطور عليها جمارك عالية وهذه العطور تأتي إلينا مهربة من دول الجوار. لعن الله الجمارك! أرجو أن لا تكوني موظفة بالجمارك يا بنتي." رد البائع.

ضحكت إيناس قائلة: "بعد الشر يا عمي. إذا بكم تبيعني العطر؟". "يظهر عليك أنك بنت أصيلة ولا ترضي إلا بالأصلي لذا سأكرمك بجنيهين تخفيض." رد البائع. فرحت إيناس فرحاً شديداً وأحست في غمرتها بيدي خطيبها تمسك بالعطر من يدها. يا للرومانسية!. وقامت بعد النقود فوراً 13 جنيه. ثم إنطلقت نحو مكان تغليف الهدايا. وفي يوم عيد ميلاده قامت إيناس بتقديم الهدية لخطيبها. فرح الخطيب فرحاً شديداً بالعطر إلا أنه إكتشف في اليوم التالي أن زجاجة العطر كانت مليئة بالماء العادي، وأن البائع قد قام بحقن أنبوب الزجاجة بالعطر الأصلي. ياللاجراج!

تخيلوا معي كيف سيكون الموقف عندما  
يكتشف الخطيب أن أعلى هدية لديه كانت  
مغشوشة. لا لا.. أرجوكم تخيلوا أي شيء غير  
فسخ الخطوبة. مثل تقديم عطور مغشوشة في  
الشنطة أو ذهب مغشوش. فالرجال يعرفون كيف  
ينتقمون.



يقول المثل السوداني: "الطمع ودرّ ما  
جمع". ونحن نقول أطمع ولكن فليكن طمعك  
مدروساً ولا يعميك عن بحث إجابات للأسئلة  
البديهية. فلعل هنالك من نصب لك فخاً. هذا تقريباً

ما تكشف عنه قصة صيد السمك في الصحراء  
بالجزء التالي.

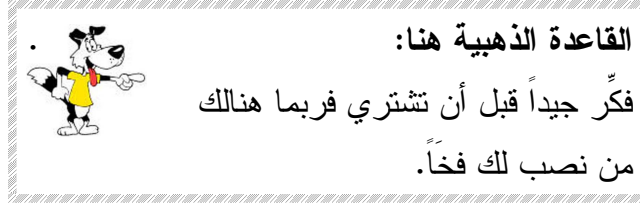
## صيد السمك في الصحراء

هل سمعتم بتاجر الأبيّض؟. الأبيّض مدينة سودانية وهي حاضرة ولاية شمال كردفان. قَدِمَ إلى هذه المدينة رجل يبيع الصنّارات (جمع صنّارة) لصيد الأسماك. وعندما عرض صنّاراته على تجار المدينة، كانوا يضحكون عليه. فالمدينة صحراوية، وتسمى بعروس الرمال، ولا يمر بها نهر ولا بحر، ولا توجد بها مياه إلا مياه الآبار. إذاً مالذي يجعل للأسماك وجوداً بهذه المدينة؟ اللهم إلا أسماك للزينة بحوض زجاجي صغير بمنزل أحد الأثرياء.

بعد أن تيقن الرجل أنه قصد المكان الخطأ لبيع صنّاراته، قام بتدبير حيلة حتى لا يعود بصنّاراته ويخسر رحلته، وقام بجمع عدد من الصديّة وأعطاهم بعض النقود ليذهبوا ويسألوا تجار المدينة عن صنّارات. كان يمر على التاجر الواحد

حوالي سبعة صبية في أوقات متفاوتة. ندم التجار على تفويتهم لبائع الصنارات ولكن الطمع والإحساس بتفويت الفرصة لم يجعلهم يسألون أنفسهم أو الصبية عن مكان صيد الأسماك. لعل السلطات المحلية أقامت مزرعة أسماك مفتوحة!، من يدري؟!.

وفي صبيحة اليوم التالي ظهر تاجر الصنارات من جديد وقام بعض تجار المدينة بشراء كل الكميات التي بحوزته.



يمكننا أن نتعامل مع الشراء والتسوق كنوع من الفن. في الجزء التالي تناولنا الشراء كلعبة game

للمقارنة بين العروض المختلفة، لعبة  
يمكننا أن نخرج منها بالمتعة والتوفير.




## قارن، استمتع، ووفر

في الشتاء الماضي أردت أن اشترى  
"مشاية" لبنتي إيمان ذات الخمس أشهر. حددنا  
بالاشتراك مع والدتها المواصفات التي نريدها  
بالضبط كما عرفنا من جارتنا أن سعر المشاية التي  
نريدها يتراوح بين 35 و40 جنية. وهي سلعة  
يمكنني شراؤها من المتاجر قبالة الطريق ولا  
تحتاج إلى الذهاب إلى سوق متخصص حتى لا  
تزيد من تكلفة الحصول عليها. وفي طريقي وأنا  
عائد إلى البيت سألت صاحب المعرض الأول عن  
المشاية، فقال لي أن سعرها 75 جنيهاً ومستعد  
لتقديم 5 جنية خصم. ثم ركبت سيارتي وتوقفت  
عند متجر آخر يبعد كيلومتراً عن المتجر الأول  
ووجدت السعر 60 جنيهاً لنفس مواصفات المشاية  
ثم توقفت عند المتجر الثالث وكان السعر 35 جنية  
ومستعد لتقديم خصم 3 جنيهاً. أحسست بالمتعة

وتركته أيضاً، وعند قرب منزلنا سألت معرضاً آخر عن سعر المشاية، فقال 45 جنيهاً، ومستعداً لتقديم 5 جنيه تخفيض. تركته وذهبت البيت وحكيت القصة لزوجتي. وفي اليوم التالي مررت على التاجر الذي أعطاني سعراً 32 جنيه واشتريتها منه.

إذاً قبل أن نشترى دعونا نحدد المواصفات التي نريدها، ومن ثم نجمع معلومات أولية عن السعر وأماكن البيع، ثم نبحت عن عدد من العروض لنفس المواصفات، وبعدها نشترى من التاجر صاحب أدنى سعر. كلما زادت أهمية السلعة كلما كان علينا بذل جهد أكبر في البحث.



**القاعدة الذهبية هنا:**  
كلما إزدادت أهمية السلعة أو سعرها  
كلما كان علينا بذل جهد أكبر في  
البحث والمقارنة.

في الغالب لا تنتهي العملية الشرائية بدفع النقود واستلام السلعة أو الخدمة، ولكن هنالك أمور أخرى في غاية الأهمية دعنا نكتشفها في الجزء التالي الخاص بخدمات ما بعد البيع.

## أحصل على خدمات ما بعد البيع

خدمات ما بعد البيع هي الخدمات التي يقدمها التجار وتقدمها الشركات لإرضاء الزبون، خاصة بالنسبة للسلع المعمرة. مثل أن يقوم معرض الأثاث بنقل الأثاث إلى مكان المشتري وتركيبه، أو أن يقوم المغلق بترحيل الأسمنت ومواد البناء الأخرى للزبون. أو تقوم شركة المولدات الكهربائية بالترحيل والتركيب وهكذا..

كثير من الأدوات الكهربائية والإلكترونية التي نستخدمها تحتاج إلى خدمات ما بعد البيع ومنها الصيانة المجانية وفترات الضمان وتوفير قطع الغيار لأدوات مثل الثلاجات والتلفزيونات والغسالات وأجهزة الحاسوب وغيرها.

إحدى أهم خدمات ما بعد البيع هي خدمة الإرجاع في حالة عدم الملاءمة، أو وجود عيب ظهر لاحقاً بالسلعة.

كذلك من خدمات ما بعد البيع التتقيف  
والتعريف بالمنتج، وتقديم المساعدة وتوفير  
المعلومات المتعلقة بتشغيل المنتج.

يوجد بالسوق أربعة أنواع من التجار فيما  
يتعلق بخدمات ما بعد البيع هم:

النوع الأول يقدم خدمات ما بعد البيع بصورة  
كاملة ودون تحميلها على الزبون. حيث تكون  
عبارة عن مكافأة للزبون لشرائه السلعة.

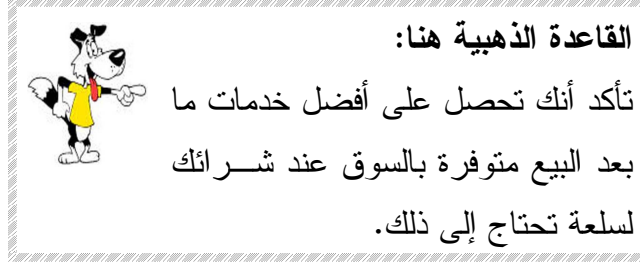
النوع الثاني لا يقدم خدمات ما بعد البيع ولا  
يفهمها ولا يتعامل معها.

النوع الثالث يقدم خدمات ما بعد البيع بأسعار  
إضافية كأنها خدمات منفصلة عن الصفقة.

النوع الرابع يوعد بخدمات ما بعد البيع ولكنه لا  
يفي بها ويتصل عنها فيما بعد. وهذا هو النوع  
السائد في السوق.

فكن يقظاً بالنسبة لشراء الأدوات والسلع  
المعمرة التي لها فترة تشغيل طويلة نسبياً، وتأكد

من أنك حصلت على فترة الضمان المناسبة  
وخدمات ما بعد البيع الأفضل مقارنة بالعروض  
المتوفرة في السوق.




من ظن أن سعر الشراء هو كل ما يجب  
دفعه، من أجل التمتع بمنافع السلعة أو الخدمة  
فليقرأ الجزء التالي الذي يوضح إجمالي ما يتم  
تحمله من تكاليف من أجل التمتع بالمنافع المرتقبة.

## تكلفة دورة حياة الأدوات والمعدات

عندما تقدم على شراء أدوات أو معدات لها عمر تشغيلي أطول، فيجب أن لا يكون سعر الشراء أو الجودة هو الفيصل. ولكنها التكلفة الكلية التي تغطي حياة الأداة أو الأصل الذي قمنا بشراؤه. مثلاً إذا كنت بصدد شراء سيارة فإن معرفة قدرة الماكينة مهم جداً لتحديد صرف الوقود فكما كانت الماكينة صغيرة كلما قل صرف الوقود والعكس كلما كانت الماكينة كبيرة كلما زاد صرف الوقود. هذا الأمر مهماً حتى لا تفاجأ بسيارة عالية الصرف. كذلك فإن التأكد من توفر وأسعار قطع الغيار يعتبر أمراً بالغ الأهمية في قرار شراء السيارة. هذه الأمور نسبية ولكن أنت ومستوى دخلك ومقدار حاجتك. فمثلاً هل تحتاج السيارة للسفر لمسافات طويلة بصورة متكررة أم تريدها فقط داخل المدينة؟ وحتى داخل المدينة فإن حجم

الاستخدام أيضاً يجب أن يوضع في الإعتبار عند اتخاذ قرار بشراء سيارة.

هنالك تكاليف أخرى مثل التأمين والترخيص السنوي وهما دالتان في سعر السيارة. أي كلما زاد سعر السيارة كلما زاد مبلغ التأمين والترخيص السنوي. هذا غير تكاليف الأعطال. وكذلك القيمة التي تفقدها السيارة عند إعادة بيعها فهنالك سيارات مرغوبة في السوق وهنالك سيارات غير مرغوبة في السوق على الرغم من متانتها وجمالها. كل هذه التكاليف لا تظهر إلا في خلال حياة السيارة، أي بعد فترة من الشراء.



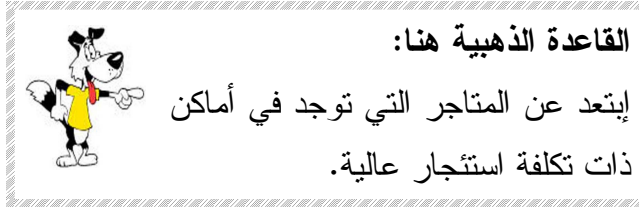
**القاعدة الذهبية هنا:**  
عند شرائنا لسلعة يتوقع لها أن تعيش فترة طويلة يجب أن نفكر في تكلفة دورة حياة السلعة الكلية بدلاً عن التفكير في مجرد سعر الشراء.



لا بد أنك مررت ببعض التجارب التي  
تجد فيها سلعة بسعر محدد في مكان ما، ثم تجد  
نفس السلعة بسعر آخر في مكان آخر. مالذي يؤدي  
إلى اختلاف الأسعار لنفس السلعة؟ دعنا نكتشف  
ذلك سوياً في الجزء القادم.

## اختلاف الأسعار؟

دعنا نتساءل عن أسباب إختلاف الأسعار بين تاجر وآخر. حيث هنالك عدة أسباب تؤدي إلى إختلاف الأسعار بين التجار لنفس السلعة ونفس المواصفات. نوردها فيما يلي:



أولاً: بعض التجار لهم تكاليف إستئجار عالية. مثل أولئك الذين يستأجرون معارض في المطارات أو الأحياء الراقية. أولئك لهم تكاليف إيجار مختلفة عن الذين يتواجدون في أماكن عادية أو الباعة المتجولون الذين ليس عليهم تكلفة استئجار أو ضرائب أصلاً.

### القاعدة الذهبية هنا:



إبتعد عن المتاجر التي لا تتمتع  
بالقدرات المالية الكافية.

ثانياً: بعض تجار التجزئة ليست لهم القدرة المالية  
الكافية ولا يستطيعون شراء الكميات كبيرة بالتالي  
لا يحصلون على خصم الكمية، أو يشترون بالدفع  
الآجل وبالتالي يحصلون على أسعار عالية. كنت  
أسأل التجار الذين يقدمون أسعار عالية نسبياً  
مقارنة بتجار آخرين، فتأتي الإجابات مثل نحن  
نشترى بالدين أو نحن لا نشترى بكميات كبيرة.

### القاعدة الذهبية هنا:

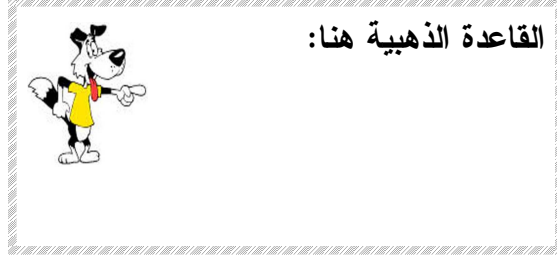


اشتر دائماً من المتاجر العادية ما دمت  
ستجد نفس السلعة بنفس المواصفات.

ثالثاً: المتاجر الشهيرة – ما لم تكن مشهورة  
بالأسعار المنخفضة – أو تلك التي يرتادها

المشاهير غالباً ما تقدم أسعاراً عالية بناءً على شهرتها مقارنةً بالمتاجر العادية.

رابعاً: بعض المتاجر تضع هامش ربح عالٍ أو لديها إدارة تكاليف سيئة وعدم خبرة كافية وبالتالي تفشل في تقديم أسعار مناسبة. لاحظت في مرة من المرات أن إحدى الصيدليات تقدم أسعار أعلى من تلك التي موجودة بالسوق، وليس هنالك ما يميز تلك الصيدلية فهي موجودة في منطقة عادية، وتبدو جيدة التجهيز، فتجرت وسألت الصيدلي عن سبب ارتفاع الأسعار بالصيدلية، فأفادني بأن إدارة الصيدلية لا تتمتع بالخبرة الكافية في التسعير وهي مشكلة يتم نقاشها بصورة يومية. فتأكدت على الفور أنني ارتاد الصيدلية الخطأ. وسأترك لك عزيزي القارئ ملء مربع القاعدة الذهبية هنا.



كما أوردنا من قبل، لا تصدق كل ما  
يقوله الخبراء ولكن هذا لا يعني أن تقوم أنت بدور  
الخبير، وإلا ستدفع الثمن غالياً كما دفعته زميلتنا  
(مي) في القصة التالية.

## لا تقم بدور الخبير

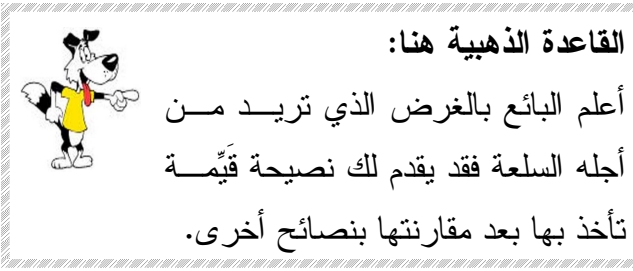
طلبت مني زميلتي (مي) أن أجد لها زبوناً لشراء ماكينة تصوير مستندات وقد مدتني بكل المعلومات إلا معلومة واحدة لنكتشف سوياً ما هي؟ كانت المعلومات المقدمة عبارة عن ماكينة تصوير ريكو 2015 – أرجو أن أكون موفقاً في رقم الموديل – وهي مستعملة ونسخت عدد 120000 نسخة، إلخ.

سألت (مي) عن سبب بيعها للماكينة فقالت أنها اشترتها كمشروع استثماري صغير بقيمة 8000 جنيهه ومنذ أن اشترتها لم تحصل منها على دخل مجز ولا تدري بالسبب.

اتصلت فوراً بوكيل شركة ريكو وطلبت منه أن يزودني بمعلومات عن ذلك الموديل من ماكينات الريكو. فكانت المعلومة التي لم تقلها (مي). وهي أن ذلك الموديل ديجتال وليس أنالوج.

سألته ومالفرق؟ قال إن ماكينات تصوير المستندات  
الديجتال مصممة للأعمال المكتبية الخاصة ولا  
تصلح للعمل في السوق لأن ثمن حبرها مرتفع  
مقارنة بماكينات التصوير الأنالوج. إذاً هذا هو سر  
عدم ربح مي من استثمارها.

قلت لزميلتي (مي) هذه الماكينة ثمن  
حبرها مرتفع ولا تصلح للعمل بالسوق. قالت لي  
(مي) بالضبط هذا ما لم أسأل عنه عند شرائي  
للماكينة. كنت فقط أقول لهم ماكينة ذات مواصفات  
عالية وذلك لهوسي بالجودة، وتفسيرتي للجودة بأنها  
تعني المواصفات العالية.



أطفالنا فلذات أكبادنا، وىجب أن  
نوفر لهم ما استطعنا كل ما يحتاجون،  
ولكن بعيداً عن شراء كل ما يطلبون.  
القصة التالية تكشف طرق التعامل مع  
الأطفال عندما يطلبون كل ما تقع عليه  
أعينهم.



## دراجة سليمان

لعلك عزيزي القارئ قد سمعت بسفينة نوح، أو بحوت يونس، أو حتى بخاتم سليمان، ولكنك قطعاً لم تسمع بدراجة سليمان فهي قصة تنتمي إلى العصر الحديث، فضلاً عن أن سليمان هو إيني ذو الست سنوات.

سليمان يريد أن يشتري كل ما تقع عليه عيناه، ألعاب كمبيوتر، لعب أطفال، ملابس، سيارات، مباني، قطارات، طائرات. المهم كل ما رأت عيناه شيئاً، يباغتني بعبارة: "أبي أشتري لي هذا". المدهش أن إثارة سليمان تنتهي بشراء الشيء الذي يريده. كنت أسعى لتلبية معظم طلباته عدا السيارات وطائرات الإيرباص، ولكنني إكتشفت أنني أمام هوس كبير إسمه: "أبي اشتر لي هذا". ثم بعد ذلك اعتمدت استراتيجية جديدة في التعامل معه.


صرت أحدثه بأن الشراء يحتاج إلى نقود  
والنقود محدودة ولا تتوفر في أي وقت، وهي بالكاد  
تغطي حاجاتنا الأساسية من سكن وطعام وعلاج  
وما إلى غير ذلك.

بدأت الصورة تتضح شيئاً فشيئاً لسليمان  
ثم تحولت عبارة: "أبي اشتر لي هذا" إلى عبارة:  
"أبي هل لدينا نقود كافية لشراء هذا؟"، وأنا أقول  
له: "لا يا إبنني لكن عندما تتوفر النقود فلن ندخر  
وسعاً في شرائها".

بمرور الوقت تنازل سليمان عن جميع  
رغباته إلى شيئاً واحداً ظل عالقاً بذاكرته. "دراجة".  
أخبرته أن الدراجة تحتاج إلى نقود، وأنا لا يمكننا  
شراؤها إلا إذا وفرّ هو مبلغاً يومياً من مصروفه  
المدرسي. إقتنع سليمان بالفكرة وبدأ التوفير وكاد  
أن يشتري الدراجة لولا أن اشتدت بنا الحاجة ذات  
يوم وسطونا أنا وأمه على صندوق مدخراته، ثم  
أقنعناه بأننا أسرة واحدة ونحتاج لبعضنا البعض،

وتمر بنا ظروف وهكذا.. الآن آخر وعد لسليمان  
أن نشترى له الدراجة من مبيعات هذا الكتاب.

**القاعدة الذهبية هنا:**



لسنا مضطرون لمجاراة رغبات أطفالنا  
في شراء كل ما يريدون، وبدلاً عن  
ذلك سنجد منهم التفهم والتعاون إذا شرحنا لهم  
الواقع بوضوح وصدق.

هل تحس عزيزي القارئ بالراحة لوجود  
الكثير من شركات التقسيط في أسواقنا؟ حتى أنا  
كنت أحس بذلك ولكن دعنا ننظر للأمر بزاوية  
مختلفة قليلاً في الجزء التالي الخاص بالشراء  
بالتقسيط.

## مصيدة الشراء بالتقسيط

"كلام فارغ". هذه العبارة يتوصل لها معظم الذين مروا بتجارب الشراء عن طريق التقسيط. لا يقدم التقسيط كمنحة مجانية للمشتريين ولكن للتقسيط أيضاً ثمنٌ باهظٌ غير ثمن السلعة التي تشتريها. يمكننا أن نستبدل عبارة "الشراء بالتقسيط" بعبارة أخرى تحمل نفس المعنى ولكنها تجسد الحقيقة. وهي "الشراء بأسعار مضاعفة". من منّا يريد أن يشتري بأسعار مضاعفة؟. نعم فشركات التقسيط تضع أسعار فائدة أو تزيد هامش أرباحها بصورة مبالغ فيها تصل إلى أكثر من 75% عن سعر السوق، وهي عبارة عن العائد على الاستثمار لأنها ستحصل على نقودها مستقبلاً أو لن تحصل عليها البتة بدلاً عن الحصول عليها الآن.

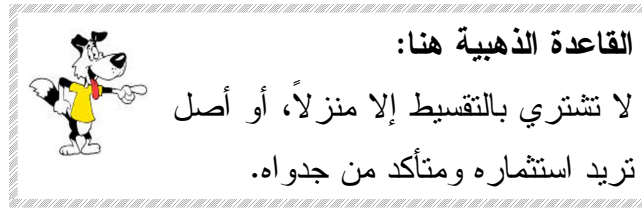
أذهب لشركة بيع بالتقسيط وخذ قائمة الأصناف منها ثم أذهب وقارنها بالسوق، ستجد

فرقاً مذهلاً. يستشرني الكثيرات من ربوات البيوت في البيع بالتقسيط، فأشرح لهن فروقات الأسعار وشروط الدفع القاسية التي هن في غنى عنها. فيتعلل بعضهن بأنهن يحتجن مثلاً إلى غسالة ولا يملكن نقوداً كافية، فأقول لإحداهن أنت صبرت زمناً طويلاً بدون غسالة فلماذا لا تصبري أكثر حتى توفي ثمن الغسالة بدلاً من أن تستقطي جزءاً مقدراً من راتبك الشهري لتسديد قيمة الأقساط. فتحتج بأنها لا تستطيع ذلك، فأقترح لها أن تشتري مع جاراتها في الحي أو زميلاتها في العمل في صندوق توفير تستطيع من خلاله أن توفر ثمن شراء الغسالة دون أن تضطر إلى دفع أسعار مضاعفة.

كذلك الأمر بالنسبة للسيارات، فإذا كنا لا ننصح بشراء سيارة جديدة أصلاً لإرتفاع سعرها، فكيف بها إذا كانت بالأقساط؟. قد تبدو الفكرة مذهلة ومثيرة "أحصل على سيارتك المفضلة

بتقسيط يصل إلى خمس سنوات ودون دفع مقدّم".  
إنها إثارة لحسرة الحرمان أكثر من كونها فرصة  
لصالح الفرد. تريد الشركات أن تُعظّم مبيعاتها  
فماذا تريد أنت؟ المدهش أنك مجرد أن تستلم  
السيارة وتقوم بتأمينها وترخيصها تكون قد فقدت ما  
لا يقل عن 20% من سعرها والذي هو خصماً  
على راتبك ودخلك الشهري.

قد يكون التقسيط مفيداً إذا كان ذلك للسكن  
وأنت مستأجر وكان السعر مناسباً، كما قد يكون  
التقسيط مفيداً إذا اشتريت أصلاً بغرض استثماره  
وكنت متأكد من جدوى الاستثمار مثل مشاريع  
الأسر المنتجة. ولكن الشراء بالتقسيط بغرض  
الاستهلاك يعتبر حماقة في حق الكثيرين.



هنالك عزيزي القارئ وسيلة أخرى  
للشراء غير التقسيط، وهي الشراء عبر المزادات.  
ففي المزادات فرصة كبيرة للمشتريين لتحديد  
الأسعار المنخفضة التي يرغبون في دفعها، كما أن  
الشراء عبر المزاد يعتبر متعة في حد ذاته، ولكن..  
دعنا نكتشف ضوابط ذلك سوياً في الجزء التالي.

## أدخل المزاد ولكن..

بينما كنت في إحدى دوراتي التدريبية المتخصصة في أسس وأساليب الشراء الحديث سألني أحد المشاركين عن نصائحي للشراء عبر المزاد. فأخبرته بقواعدي الخمسة عند دخول المزاد. وهي كالاتي:

أولاً: "أن على من يدخل المزاد أن ينسى أنه يدخل مزاداً". كيف ذلك؟ يجب أن ننسى أن الموضوع يتعلق بالأسعار، حيث أن أسخف المنافسات تلك التي تبني على السعر سواء أن كانت بيعاً أم شراء. فالمنافسة على أساس السعر تصرف المشتريين تماماً عن الهدف الأساسي للشراء.

ثانياً: لا تدخل المزاد إلا وأنت تحتاج إلى السلعة المعروضة بالمزاد حاجة ماسة أو تريد إعادة بيعها.

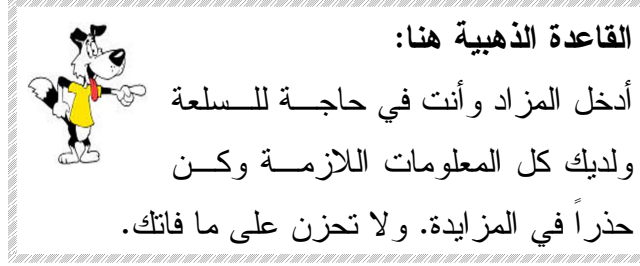


ثالثاً: يجب أن تقوم بفحص السلعة المعروضة بالمزاد جيداً حتى ولو تطلب ذلك الاستعانة بأحد المتخصصين الثقات للتأكد من أن مواصفات السلعة المعروضة تتفق مع الغرض الذي تريد من أجله السلعة.

رابعاً: إذا كنت تريد السلعة للإستخدام الشخصي فيجب أن تلم بسعرها في السوق وأن تحدد أقصى سعر مستعد أنت لدفعه مقابل السلعة المعروضة بالمزاد، أما إذا كنت تنوي إعادة بيع السلعة التي ستشتريها من المزاد فعلاوة على معرفة سعرها بالسوق يجب أن تحدد أو تعرف السعر الذي يمكنك أن تبيعها به بحالتها الراهنة أو إذا أجريت عليها بعض الاصلاحات مثلاً إذا كنت تنوي ذلك.

خامساً: لا تشعر بالندم إذا رسي المزاد على غيرك. فإذا كانت تقديراتك صحيحة فإن الشخص الذي سيرسو عليه المزاد إما أن يكون تابعاً لصاحب المزاد ومكلف بزيادة الأسعار أو أنه ليس

لديه المعرفة الكافية بسوق السلعة، وفي كلا  
الحالتين يجب أن لا تحزن. واعلم أن ما أصابك لم  
يكن ليخطئك وما أخطأك لم يكن ليصيبك.



هل للإعلانات التجارية دور كبير في  
اتخاذ قرار الشراء لديك؟ نحن لسنا ضد ذلك جملة،  
ولكن على الأقل ليس كل إعلان، بل ليس معظمها،  
وإلا سيتحول الأمر إلى هوس. الجزء التالي يناقش  
ذلك.

## الإعلانات التجارية

لا تكن صيداً سهلاً للإعلانات التجارية، حيث يستخدم المعلنون عدة أساليب لإقناعك. فمنهم من يستخدم المشاهير مثل شركة البيبسي حيث تستخدم لا عبي كرة القدم لسلعة أثبتت البحوث أنها تؤدي إلى زيادة الوزن، ومثل شركات معجون الأسنان التي تستخدم الأطباء. ومثل شركات مستحضرات التجميل التي تستخدم المطربات والممثلات، وما إلى ذلك.

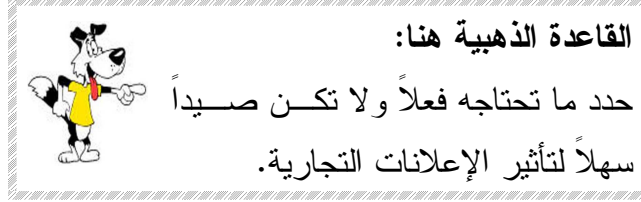
ما نود توضيحه هنا هو أن ما تراه ليس بالضرورة هو الواقع الفعلي. ففي كثير من الحالات لا يعدو الإعلان كونه مجرد مونتاج وموسيقى تصويرية وفن في التصوير. أنهم يبذلون قصارى جهدهم لجعلك تنفق أكبر حصة من دخلك على منتجاتهم وخدماتهم.

النساء هن أكثر ضحايا الإعلانات التجارية، لذلك تجد أن معظم تلك الإعلانات موجهة تماماً للجنس اللطيف. في حين أن الكثير من مستحضرات التجميل مثلاً يجب أن تخضع لإستشارة الطبيب لأنها بصورة أو بأخرى سميات وعقاقير. كما على النساء أن يدركن أن استخدامهن لمستحضر التجميل المعلن عنه لن يحيلهن إلى هيئة النجمة المطربة أو الممثلة التي استخدمت في الإعلان.

شاشة التلفاز أو السينما أو غيرها من صفحات الإعلان بالمجلات والصحف أو بالويب يجب أن لا تكون الدافع الأساسي للشراء. الدافع الأساسي يجب أن تكون الحاجة في المقام الأول ثم لا تعدو تلك الإعلانات كونها مجرد خيارات مطروحة قابلة للإختبار والنقاش والاستشارات.

الرجال أيضاً مهووسون ببعض أنواع الإعلانات الموجهة لهم مثل العطور والسيارات

وغيرها، فأذكر أن صديقنا صلاح ما إن يشاهد إعلاناً في التلفاز لعطر ما حتى يصر على إقتناؤه، علماً بأنه من ذوي الدخل المحدود. فكنت أطرح عليه سؤالاً بسيطاً وهو: إلى متى ستشتري كل ما يعرض على التلفاز يا صلاح؟.



أخيراً إليك هذا السؤال الطريف. هل لإهمال الزوج لزوجته أثر على جيبه؟ دعنا نكتشف ذلك سوياً في الجزء التالي.

## لا تهمل زوجتك وإلا..

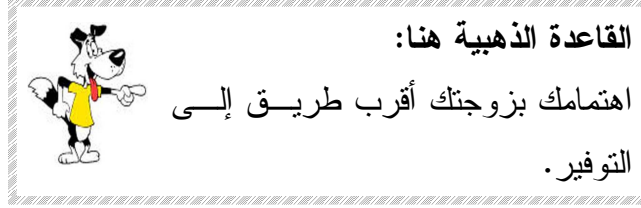
نشر أحد مواقع الانترنت دراسة طريفة ورد فيها أن الزوج قد يكون أحد الأسباب التي تدفع السيدات لهوس الشراء بسبب وبدون سبب، حتى وإن كانت الزوجة غير مسرفة. يا رب سترك وعفوك ورضاك. حيث أشار بعض الخبراء إلى أن إهمال الزوج للمرأة يدفعها للبحث عن حل لتتأثر من خلاله لشخصها وكرامتها، فتتعمد الرد على زوجها من خلال جيبه الخاص معتبرة أن ماله عزيز عليه فنقوم بصرفه بشراهة مبالغ فيها.

ونسبت الدراسة إلى كلية الإعلام "جامعة القاهرة" حيث كشفت أن المرأة تتعرض لإغراء الشراء والتسوق أكثر من الرجل، وذلك لأنها تجد في ذلك فرصة للتنفيس عن الضغوط والمشاكل التي تتأتي من خلال علاقتها بشريكها، فهو مشغول عنها دائماً بعمله في النهار وأصدقائه والتلفزيون

والكمبيوتر في الليل، فتجد في السوق والتسوق رفيقاً تفرغ فيه ما يصيبها من قلق وتوتر وتعب نفسي. كما أوضحت الدراسة أن نحو 80% من الإعلانات التلفزيونية موجهة للمرأة لأنها صاحبة قرار الشراء في الأسرة، ولأنها على عكس الرجل، تنقاد بسرعة وتضعف أمام بريق الإعلان. وكتجربة شخصية فإنني كلما ابتعدت عن زوجتي كثيراً وانشغلت عنها بالتأليف والتدريب والسفر كلما إرتفع منحنى المصروفات بالبيت، وتكاد لا تخلو مكالمة هاتفية من شيء جديد تم شراؤه. حتى نظمت بعض الأبيات من الشعر الرديء:

دعي عنك جيبي  
ولك اهتمامي وشوقي وحبّي  
فمهما ارتحلت وغببت كثيراً  
ومهما انشغلت بشغلي وكتبي  
فأنت بقُربي

وشوقي إليك يحرق قلبي  
ولكن جيبى يطيح بلبي  
إذا ما استنيح بصرف تمادى إلى كل صوب  
فلطفاً دعيني أحبك أكثر  
دعيني  
دعي عنك جيبى





## كيف تحصل على صفقة ناجحة؟

أما إنني لست من دعاة الوصفات الجاهزة، ولكن هنالك نقاط تذكيرية تلخص تلك القصص والمواقف التي سردناها بصورة أو بأخرى، وهي خمسة عشر نصيحة ذهبية:

- لا تتسوق إلا وأنت هادئ المزاج ولا تعاني من توتر نفسي؛
- تأكد من أن ما تطلبه هو ما تريده فعلاً؛
- لا تظهر إعجابك أو ولعك بالسلعة أمام البائع؛
- أجمع معلومات من متجرين أو أكثر عن السلعة والسعر قبل أن تشتري؛
- أنت لست مضطراً لقبول أدنى سعر يقدمه لك البائع، وأبحث عن جوانب أخرى مثل الجودة والخدمات المصاحبة؛

- يمكنك أن تظهر للبائع أنك غير مهتم بالسلعة التي تريد شرائها ولكن إذا وجدت عرضاً مغرياً (لا بأس) أن تشتريها؛
- لا تستجيب للكلام المعسول من البائعين؛
- لا تصدق بائعاً وإن أقسم لك ولكن أبحث عن المعلومة؛
- التزم الصمت كثيراً أمام البائع اللحوح؛
- لا تقدم تنازلات في السعر دون مقابل مثل أن تقبل بدفع السعر الذي وقف عنده البائع مقابل تخفيض سلعة أخرى تود شراؤها؛
- لا تساوم في الأسعار دون معرفة سعر السوق فقد يطلب البائع سعراً عالٍ جداً كي يحصل على السعر الذي يريد، فالسعر الذي بعده لا يرغب البائع في اتمام الصفقة ولا يهتم بعزوفك عن الصفقة تقريباً هو السعر الحقيقي.

- تعامل بحذر مع البائع الذي يقدم تنازلات كبيرة، مثلاً من 100 جنيه إلى 40 جنيه؛
- لا تبادر في طرح السعر الذي تريد إذا لم تكن متأكداً ودع البائع يبادر بسعره ثم أضغط عليه دون أن تحدد سعراً محدداً؛
- دائماً استخدم مثل هذه العبارة في حالة عدم التأكد من سعر السوق. "أعطني آخر سعر إما أن أشتري عنده أو أتخلى عن السلعة"؛
- احذر الشراء على عجل. إذ غالباً ما تكون فيه أنت الضحية.

## كيف توظف دخلك

إليك عزيزي القارئ ثمان وصايا تم تصميمها بعناية لتساعدك في توظيف دخلك بأفضل طريقة ممكنة وهي:

- لا تستدين إلا لأمر جليل لا يمكن تجنبه، شيء يؤثر على حياتك مباشرة أو أحد أفراد أسرتك. صدقتي أنني لم أجد أرهق وأثقل حملاً من الدين في حياتي. حتى إكرام الضيف لا يعتبر سبباً للدين، فالجود بالموجود.
- تخلص من ديونك أولاً بأول ولا تأخرها ما دمت تستطيع سدادها ولو بتخفيضها قليلاً. فمثل هذا التصرف يرفع من قدرك بين الناس وتقول الحكمة الشعبية "من سدد دينه نامت عينه".

- إِدْخِرْ قَدْرًا مِّن رَّاتِبِكَ مَهْمَا كَانَ بَسِيطًا، فَالْقَرَشِ الْأَبْيَضِ لِلْيَوْمِ الْأَسْوَدِ. وَتَذَكَّرْ أَنَّ الْحَاجَاتِ لَا تَنْتَهِي، وَتَذَكَّرْ أَيْضًا أَنَّ أَوَّلَ خُطْوَةٍ نَحْوِ الثَّرْوَةِ هِيَ التَّوْفِيرُ. يَقُولُ خَبْرَاءُ الْإِقْتِصَادِ أَنَّ تَكُونَ الثَّرْوَةَ لَا عِلَاقَةَ لَهُ بِحَجْمِ الدَّخْلِ وَلَكِنْ لَهُ عِلَاقَةٌ مَبَاشِرَةٌ بِحَجْمِ الْإِنْفَاقِ. لَا تَنْفِقْ كُلَّ دَخْلِكَ. كَمَا أَنَّ التَّوْفِيرَ يَقِيكَ شَرَّ الدَّيْنِ.
- لَا تَوَجَّلْ عَمَلِ الْيَوْمِ إِلَى الْغَدِ، وَلَكِنْ أَجِّلْ قَرَارَ الشِّرَاءِ إِلَى أَسْبُوعٍ عَلَى الْأَقْلَى مِنْ لِحْظَةِ إِحْسَاسِكَ بِالْحَاجَةِ أَوْ الرِّغْبَةِ. فَكَثِيرٌ مِنَ الرِّغْبَاتِ تَكُونُ نَزَوَاتٍ تَحْتَ تَأْثِيرِ مَعِينِ إِعْلَانٍ، أَوْ تَقْلِيدٍ، وَالتَّأْجِيلُ كَفِيلٌ بِإِزَالَةِ التَّأْثِيرِ الْوَاقِعِ عَلَيْكَ.
- إِيَّاكَ وَالمِيزَانِيَّةَ المِفْتُوحَةَ. يَجِبُ أَنْ تَنْفِقَ مَعَ عَائِلَتِكَ عَلَى إِحْتِيَاجَاتِ الشَّهْرِ وَالتَّقْيِيدِ

بها ما أمكن، إلا في حالات الطوارئ  
وبعض الحالات الاستثنائية.

- لا تسكن في بيت لا يتناسب وحجم دخلك.  
لأنك ستدفع الكثير من المصروفات التي  
أنت في غنى عنها مثل فاتورة الكهرباء،  
والنظافة، والضرائب العقارية (العتب)  
وغيرها.

- إحذر شراء سيارة جديدة أو تكنولوجيا  
جديدة. واشتر المستعمل بعد مرور سنتين  
مثلاً على الموديل. ينخفض سعر السيارة  
إلى 50%. إليك سر آخر، فإذا اشترت  
سيارة جديدة من الشركة وقمت بتأمينها  
وترخيصها فوراً، وجئت لتبيعها في  
السوق في نفس اليوم فإن سعرها سيقبل  
بقرابة 15% عنها دون تأمين ودون  
ترخيص. أما التكنولوجيا الجديدة فيعمد  
المنتجون فيها إلى تقديم أسعار عالية حتى

يغطوا تكاليفهم في البداية قبل أن يدخل المنافسون. ثم بعد أن يدخل المنافسون تأخذ الأسعار في الهبوط.

- لا تدخل السوق إلا وفي يدك قائمة بما تريد شرائه. يمكن أن يكون السوق مكاناً جيداً للنزهة واستطلاع الأسعار ولكن بشرط أن لا يكون في جيبك نقوداً ولا تحمل بطاقتك الإئتمانية.

### بعض أساليب الباعة للإيقاع بالمشتريين

من خلال تجربتنا الطويلة في الشراء والتسوق قمنا برصد أهم أساليب الباعة للإيقاع بالمشتريين ونلخصها في الآتي:

- الكلام المعسول. أكثر من 90% من الباعة يميلون للكلام المعسول. يقول لك: "والله

هذا السعر عشانك". "عشاني؟! لماذا؟".

أسأل نفسك مثل هذا السؤال؛

- عندما تبادر أنت بسعر يعجبه يقسم لك أن هذا هو سعر التكلفة ويطلب منك وضع ربح فوقها ولو طفيف؛
- استدرار عطف المشتري الديني أو الرياضي أو الإنساني؛
- يقولون لك دور على كل السوق فلن تجد أفضل من هذا السعر؛
- إذا ذكرت له أنك وجدت سعراً أقل من سعره في متجر آخر يقول لك إن البضاعة بتختلف وأحياناً لا يستطيع أن يظهر لك سبب الاختلاف. ويقول لك أن هذا إيطالي وهذا صيني، أو يقول لك أنه لا يتعامل إلا في البضاعة الجيدة.



- إذا اشتريت منه شيئاً يعرض لك سلعاً أخرى يوهمك بأنها مكلمة لما اشتريت وما إلى ذلك.
- البعض يهدد. حيث يقول إنني أعطيتك أفضل سعر ولن تجده مثله في السوق، وإذا أردت استطلاع السوق، لن أبيع لك بنفس هذا السعر مرة ثانية.
- يستخدمون المشاهير. البعض يقول لك أن هذه السلعة اشتراها فلان. مثلاً أن هذا العطر يشتريه المطرب فلان. وهكذا..

## ملخص الكتاب

أخيراً عزيزي القارئ نلخص أهم ما ورد من قواعد ذهبية بهذا الكتاب، علماً بأن القفز إلى الخلاصة دون المرور على المواقف والقصص التي حوتها يجعلها عرضة للنسيان وعدم الرسوخ، فضلاً عن ضياع المتعة التي حوتها تلك التجارب الصادقة. وقد أوردنا الخلاصة حتى تكون دليلاً سهلاً تؤكدك القصص الواقعية التي سردناها. وهي ليست بالضرورة ذات القواعد الذهبية الواردة بمربع "القاعدة الذهبية هنا" عند نهاية كل موقف أو موضوع. والخلاصة هي.

- قلل الصرف الاستهلاكي للحد الذي لا يمكن الاستغناء عنه فهو لا ينتهي.
- أحصل على المعلومة واستشر الأصدقاء والمختصين

- لا تجعل الشراء خيارك الأول
- تأكد أن هنالك حاجة حقيقية أو رغبة نابعة عن إرداتنا ولا تقلد الآخرين
- استطلع السوق جيداً قبل أن تشتري
- حدد مواصفات ما تريد شراءه بدقة ووضوح وبساطة
- تخير الوقت المناسب للشراء حتى توظف مواردك جيداً
- رتب أولوياتك
- اشتر ما تحتاجه لا ما قل سعره
- تأكد أنك ستحصل على الخصم المناسب
- تعامل مع رأي الخبراء ولكن بحذر
- الزم الصمت أمام البائع اللحوح أو الذي يتبع أساليب ملتوية
- خذ رأياً آخر 2<sup>nd</sup> opinion
- احتط للمخاطر المصاحبة للشراء

- استخدم حدسك ولا تصدق كل ما يقوله البائعون
- فكر جيداً قبل أن تشتري فربما هنالك من نصب لك فخاً
- قارن بين أكبر عدد من العروض لتجار مختلفين ولا تقبل عرضاً واحداً من تاجر واحد
- أخبر البائع بالعرض الذي تريد من أجله السلعة فقد يقدم لك خياراً مفيداً
- لا تجاري رغبات طفلك في الشراء واحرص على ما ينفعه وعلمه واشرح له
- لا تندفع وراء الشراء بالتقسيط
- حدد ما تحتاجه فعلاً ولا تندفع وراء الإعلانات التجارية
- لا تهمل زوجتك حتى لا تنتقم منك عبر جيبك

انتهى الكتاب ولكن الحوار لم ينته بعد. فلماذا لا  
نتراسل عبر بريدي الإلكتروني:  
[almahisuliman@gmail.com](mailto:almahisuliman@gmail.com)  
سأسعد جداً بأي نقاش أو اقتراح أو رأي يصلني  
وسأقوم بالرد عليه فوراً إن شاء الله.

الماحي سليمان آدم سعيد  
الخرطوم  
سبتمبر/أيلول 2009م

رقم الإبداع: 2009/549