شرح الدرس

أثر الإعلانات في اتخاذ القرارات المالية

مفهوم الإعلان

الإعلان: وسيلة تهدف إلى الترويج للسلع والخدمات وإقناع المستهلك بشرائها، عن طريق عرضها بصورة جاذبة عبر وسائل مختلفة، مثل التلفاز والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

تأثير الإعلانات في قرارات الشراء:

- إثارة الرغبة في الشراء.
- تشجيع الشراء السريع من دون تفكير، وهو الشراء العشوائي.
- التأثير في تفضيلات الأفراد وعاداتهم الاستهلاكية.

الشراء المستدام:

الشراء المستدام: هو اختيار الفرد للمنتجات التي تلزمه بذكاء ومسؤولية، بحيث يحافظ على البيئة، ويوفر المال، ويحترم المجتمع.

قبل الشراء، يسأل الفرد نفسه ثلاثة أسئلة:

- هل أحتاج حقًا إلى المنتج الذي أريد شراءه؟
- هل هذا المنتج صديق للبيئة؟
- هل يمكن استخدامه مدة طويلة؟

الفرق بين الشراء المستدام والشراء العشوائي:

- الشراء العشوائي: شراء سريع من دون تفكير.
- الشراء المستدام: شراء يراعي الحاجة إلى المنتج وأثره في البيئة وإمكان استخدامه مدة طويلة.

وسائل الإعلام وعادات الإنفاق:

تسهم وسائل الإعلام في تشكيل عادات الإنفاق من خلال:

- عرض أنماط مختلفة من الاستهلاك.
- الترويج لسلع معينة بوصفها سلعًا ضرورية.
- التأثير في طريقة تفكير الأفراد في المال والشراء.

وسائل التواصل الاجتماعي وعادات الإنفاق:

تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في قرارات الإنفاق من خلال:

- الإعلانات الموجهة.
- المؤثرين وصناع المحتوى.
- المقارنات الاجتماعية والرغبة في التقليد.