

راهنمای سرمایه‌گذاری

سال پنجم / شماره ۴۱ / خرداد ۱۳۹۹
قیمت: ۴۵ هزار تومان

ماهنامه اجتماعی اقتصادی

+ آموزش الفبای مالی به کودکان

چرا زن‌ها خرید می‌کنند؟

چگونه اشتباهات بزرگ زنان درباره

پول را تکرار نکنیم؟



وقتی می‌گویند
تو نمی‌توانی



مدیر پول خود باشید



اولین قدم به سمت تغییر و موفقیت مالی،
آگاهی است و دومین گام پذیرش. دانش، ارزشی
نخواهد داشت مگر اینکه به کار گرفته شود.



a l a f k h e r s

NO.41

راهنمای سرمایه‌گذاری

ماهنامه اجتماعی اقتصادی



عَلْفِخِرْس

a l a f h k h e r s

ماهنامه راهنمای سرمایه‌گذاری

سر دبیر: ملیحه خیر خواه
مدیر هنری: سمیرا هژبری
ویراستار: فاطمه هدیه‌لو

خرداد ۹۹ / سال پنجم / شماره ۴۱
صاحب امتیاز: حسین ظفری عاشق دوست
مدیر مسئول: سید محمدباقر غروی نخجوانی

هیئت تحریریه: محمد هاتفیان / محمد سجاد علی مددی.

■ قلم

آموزش الفبای مالی به کودکان..... ۴

■ ورود آقایان ممنوع

چگونه اشتباهات بزرگ زنان درباره پول را تکرار نکنیم؟..... ۶

■ پشت پرده خرید

چرا زن‌ها خرید می‌کنند؟..... ۱۰

سرمایه‌گذاری



www.alafkhers.com

نشانی: سعادت آباد. بلوار پیام. میدان بهرود. خیابان عابدی. پلاک ۳- واحد ۳ تلفن: ۲۲۱۱۲۴۶۳

چاپ: نشر یزدا

کیلومتر جاده قدیم تهران کرج، سه راه شهریار، باغستان، ابتدای سعیدآباد، شهرک صنعتی گلگون،
خیابان پنجم جنوبی، پلاک ۳۵



■ باشگاه موفقیت

وقتی می‌گویند تو نمی‌توانی.....۱۶

■ دانستنی‌های مالی

اگر می‌خواهید کار فرما باشید، حتما این ده فیلم را ببینید.....۲۰

■ دودوتا چهارتای زندگی

نقشه راه موفقیت: تصورات اشتباه در مورد بودجه بندی را کنار بگذارید.....۲۶

مدیر پول خود باشید.....۳۰



آموزش الفبای مالی به کودکان

(بخش دوم)

سطح درک و توان یادگیری کودک همزمان با رشد او بالا می‌رود. به همین منظور، در این مقاله هم در ادامه مقاله‌ی قبلی، راهنمایی‌های قدم‌به‌قدم از زبان کارشناس مالی، «اریکا سندبرگ»، در اختیارتان قرار گرفته است تا بدانید برای گروه‌های سنی ۱۰ تا ۱۲ سال چه آموزش‌های مالی‌ای مناسب‌تر است.

■ ده‌سالگی: کودک را با کارت‌های بانکی آشنا کنید

در دوران دبستان، فرزندان قطعاً در مورد کارت بانکی می‌شنوند. قبل از آن که دچار سوء تفاهم شود یا تحت تأثیر بدآموزی‌های هم‌سین‌هایش قرار گیرد، اطلاعاتی دقیق از ساختار کارت بانکی و کارت هدیه در اختیارش بگذارید.

■ فعالیت پیشنهادی: کارت‌های بانکی‌تان را از کیف پول در آورده و به آن‌ها نشان دهید. هرگاه با او به فروشگاه رفتید، اجازه دهید خودش برای شما کارت بکشد. به او بفهمانید که این عمل او، منجر به کسر پول از حساب‌تان می‌شود؛ حتی می‌توانید پیام برداشت پول را به او نشان بدهید.

■ درسی که کودک می‌آموزد:

چگونگی پرداخت از طریق کارت‌های بانکی، فهم مساوی بودن آن با پول حقیقی، با ورود به ده‌سالگی شما می‌توانید کودکان را با کارت‌های بانکی آشنا کنید. اینکه آن‌ها درک کنند کارت بانکی شما همانند پول نقد است، اهمیت زیادی دارد.

■ یازده‌سالگی: کودک را از تبلیغات دور نگه دارید

در دوران پیش از دبیرستان، رفتار کودکان در محیط مدرسه کاملاً در «منم بازی بدید» خلاصه می‌شود. در این سن، کودکان انواع و اقسام پیام‌ها را درباره آن‌ها که چه کارهایی انجام



بدهند، یا چه چیزهای خاصی بخرند تا به نظر دیگران «باحال» بیایند، دریافت می‌کنند. از خطرات این مقطع آگاه باشید، تا کودک‌تان از مسیر درست خارج نشود.

■ **فعالیت پیشنهادی:** با یکدیگر به بررسی چند تبلیغ از برندهای مختلفی که در یک مجله وجود دارد، پردازید. هزینه تبلیغی را که آن‌ها صرف متقاعد کردن مشتری کرده‌اند، تخمین بزنند. به کودک بفهمانید که بسیاری از چیزهایی که «باحال» به نظر می‌رسند (حتی معروف‌ترین آن‌ها)، فقط به دلیل تیرنگ‌های تبلیغ‌کنندگان آن‌ها است. همین کار را در هنگام تماشای پیام‌های بازرگانی تلویزیون نیز انجام دهید.

■ **درسی که کودک می‌آموزد:**

هرگز در دام برندهای تبلیغاتی نیفتد.

■ چگونه تبلیغات کودک شما را مصرف‌گرا می‌کند؟

نباید فراموش کنید که کودکان در این سنین برای اینکه در جمع همسالان خود مورد قبول باشند، ممکن است گرفتار تبلیغات اغواگرانه شوند. با آن‌ها در مورد روش‌های اقناع مخاطب در تبلیغات صحبت کنید.

■ دوازده‌سالگی: روش خرید هوشمندانه را به کودک نشان دهید

از زمانی که کودکان به بلوغ نزدیک می‌شوند باید خود را برای گرفتن تصمیمات درست هنگام هزینه کردن پول‌هایشان آماده کنند. آن‌ها به‌زودی مستقل خواهند شد و رفتارشان شبیه بزرگ‌ترها می‌شود. پس می‌بایست با چشمانی باز تشخیص دهند که چه زمانی باید کالای با قیمت ارزان و چه زمان اجناس گران‌قیمت بخرند (چگونگی فرایند تشخیص کیفیت نیز مهم است).

■ **فعالیت پیشنهادی:** با کودک به خرید بروید. در فروشگاه یک محصول ارزان‌قیمت و یک مورد باکیفیت‌تر مشابه آن را انتخاب کنید. به او توضیح دهید که از کجا می‌فهمید کدام یک کیفیت بهتری دارد (مانند لمس جنس پارچه و نوع دوخت و...). هم‌چنین توضیح دهید که چه زمان تصمیم به خرید جنس ارزان‌تر، و چه زمان جنس باکیفیت‌تر می‌گیرید. اگر از علاقه‌مندان خریدن اجناس بادوام یا سازگار با محیط زیست هستید، دلیل آن را برای کودک توضیح دهید؛ مانند چگونگی تشخیص‌شان از روی لوگو و دلیل آن‌که چرا گاهی اوقات تمایل به صرف هزینه بیشتر برای خرید آن جنس خاص دارید.

■ **درسی که کودک می‌آموزد:**

برای تصمیم‌گیری درباره خرید، نمی‌توان تنها به قیمت آن بسنده کرد. بلکه باید به جای انتخاب سریع محصولی که ارزان‌تر است، تصمیم هوشمندانه بگیرد.

در بخش بعدی این مقاله، دوران حیاتی نوجوانی را بررسی می‌کنیم. همیشه بهترین انتخاب را در خرید انجام دهید. در روند به اجماع رسیدن برای انتخاب یک کالا کودکان را مشارکت دهید. آن‌ها باید بتوانند تصمیم بگیرند که چگونه یک کالا را به بهترین قیمت بخرند یا چه وقت به کیفیت اجناس توجه کنند.



چگونه اشتباهات بزرگ زنان درباره پول را تکرار نکنیم؟



زمانی که به بحث بهبود وضعیت مالی، پس انداز و افزایش ثروت می‌رسیم، افراد بهانه‌های زیادی می‌آورند که چرا این کارها را انجام نمی‌دهند. با این حال، منظم بودن وضعیت مالی برای زنان بسیار حیاتی است. چرا؟ به دلایل مختلف، مثلاً این حقیقت که زنان کمتر از مردان درآمد دارند، زمان بیشتری را بابت بزرگ کردن فرزندان دور از کار هستند، و چون عمر طولانی‌تری نسبت به مردان دارند، پس باید پس انداز بیشتری برای حمایت از خود در طول این مدت داشته باشند. این‌ها فقط تعداد کمی از این دلایل زیاد است. فرقی ندارد که شما در امور مالی خود منظم هستید یا نه، پس انداز دارید یا اصلاً پس انداز نمی‌کنید، وقتی بحث پول می‌شود، همیشه راهی برای بهتر کردن شرایط وجود دارد. رابطه بین زنان و پول لزوماً نباید یک رابطه منفی باشد! در ادامه، برخی از بزرگ‌ترین اشتباهاتی را که زنان در امور مالی خود مرتکب می‌شوند به شما خواهیم گفت. بهتر است که از آن‌ها دوری کنید.

■ نمی‌توانم پس‌انداز کنم

زمانی که به بحث زنان و پول می‌رسیم، خیلی از زنان می‌گویند بعد از پرداخت اقساط، دیگر پولی برای افزایش پس‌انداز زمان بازنشستگی یا پس‌انداز اضطراری ندارند. با این حال، برخی از این زنان همچنان راهی پیدا می‌کنند تا به ناخن‌های خود برسند، برای شام و تفریح بیرون بروند و خیلی کارهای دیگر انجام بدهند! بیشتر اوقات حتی می‌شنویم که آن‌ها می‌گویند شب فقط ۲۰ هزار تومان شده، این که مبلغی نیست!

فکر می‌کنید ۲۰ هزار تومان تفاوتی ایجاد نمی‌کند؟ بهتر است دوباره فکر کنید. کنار گذاشتن هفتگی ۲۰ هزار تومان به مدت یک سال در حسابی که اصلاً سوددهی هم نداشته باشد، در آخر سال به شما ۱ میلیون و ۴۰ هزار تومان پس می‌دهد. تصور کنید که این کار را به مدت ۵ سال انجام دهید. شما چیزی بیشتر از ۵ میلیون تومان پول دارید! حال تصور کنید اگر بیشتر از ۲۰ هزار تومان پس‌انداز کرده بودید چه؟ حال می‌توانیم به این فکر کنیم که این پول را سرمایه‌گذاری کرده تا به آن سود نیز تعلق گیرد و حالا شما سرمایه بیشتری نیز خواهید داشت. پس دفعه بعد که فکر کردید ۲۰ هزار تومان فرقی ایجاد نمی‌کند، بهتر است که دوباره فکر کنید.



■ برنامه‌ای برای پرداخت بدهی ندارم

مشاوران مالی همیشه قرض و بدهی را به‌عنوان سدی بزرگ در راه افزایش ثروت تعریف می‌کنند. برای خلاص شدن از شر این موانع به یک برنامه نیاز دارید. البته باید گفت پس‌انداز کردن در شرایطی که با سود بالا اقساط وام‌ها و قرض‌هایتان را می‌دهید، ممکن است کار بسیار سختی باشد.

با این حال، ترتیب دادن یک برنامه قوی و اجرای آن برای خلاص شدن از شر قرض‌ها، خصوصاً اقساط بانکی، به شما این امکان را می‌دهد که سریع‌تر از دست آن‌ها رها شوید. بعد از آن می‌توانید روی افزایش پس‌انداز خود تمرکز کنید. اگر یک حقیقت درباره زنان و پول وجود داشته باشد، این است که شما نمی‌توانید با افزایش میزان قرض‌های خود یا پرداخت سود بالا چیزی به ثروتتان اضافه کنید.





■ در آینده پس انداز خواهیم کرد

این یکی از بزرگترین تصورات غلط زنان در باره پول است. خیلی از زنان می‌گویند که وقت زیادی دارند و به‌جای انجام دادن کاری، بیشتر وقتشان را هدر می‌دهند. روزها، هفته‌ها و ماه‌ها و حتی سال‌ها می‌آیند و می‌روند و آن‌ها هیچ کاری نمی‌کنند و هنوز هم فکر می‌کنند که زمان دارند.

زمان بزرگترین دارایی یک انسان است؛ اما شما وقتی از آن به‌خوبی بهره برده‌اید که از بیشتر آن استفاده مفیدی کرده باشید. دیگر صبر کردن جایز نیست. همین الان باید شروع کنید. اگر می‌توانید تنها ۱۰ هزار تومان از بدهی خود را امروز بدهید، پس بهتر است این کار را انجام دهید. اگر می‌توانید در یک هفته فقط ۱۰ هزار تومان پس انداز کنید، بهتر است این کار را بکنید. شما که نمی‌خواهید بعداً به گذشته نگاه کرده و افسوس بخورید که چرا این کار را زمانی که می‌توانستید، انجام نداده‌اید و زمان خود را هدر داده‌اید؟ زمان خود را مدیریت کنید تا فرصت کافی برای کارهای مالی خود داشته باشید. در این زمانها سعی کنید یک فرایند سرمایه‌گذاری مالی را پی‌ریزی و عملیاتی کنید.



■ بعد از ازدواج به پس انداز فکر می‌کنم

باز هم می‌گوییم: مردها برنامه مالی دوپا نیستند! حتی اگر با مرد ثروتمندی هم ازدواج کنید، شرایط فرقی نخواهد کرد. زندگی بعد از ازدواج نیز جریان دارد و این یعنی خواسته‌ها و مخارج شما هیچ کجا نمی‌روند. اگر قبل از ازدواج فکری به حال وضعیت مالی خود نکنید، حتی بعد از ازدواج نیز این کار را نخواهید کرد.

بهترین توصیه درباره‌ی پول به زنان این است که قبل از ازدواج برای وضعیت مالی خود برنامه‌ای داشته باشند. همسر شما نیز باید برنامه مالی مشخصی برای وضعیت مالی‌اش داشته باشد. فرقی ندارد که ازدواج کرده باشید یا نه، اگر برنامه‌ای ندارید، بازنده‌اید!

برای پس انداز کردن نباید از کنار مبالغ به‌ظاهر کم نیز به‌سادگی گذشت. علاوه بر این، به‌یاد داشته باشید، قرض و بدهی سدی بزرگ در راه افزایش ثروت به شمار می‌رود. پس همیشه باید برای کاهش میزان بدهی‌مان برنامه‌ریزی مالی داشته باشیم.

■ نقشه دوم یا پشتیبان ندارم

داشتن یک نقشه پشتیبان به‌سادگی شما را از اتفاقات ناگهانی زندگی که هزینه به‌همراه می‌آورند، حفظ می‌کند. برای ایجاد یک رابطه مثبت بین خودتان و پول، به یک نقشه پشتیبان قوی نیاز دارید و این می‌تواند شامل بودجه برای مواقع اضطراری (هزینه عادی ۳ تا ۶ ماه زندگی) و نوع درست بیمه باشد (سلامت، ماشین، عمر، نقص عضو، خانه و غیره...).

رعایت این نکته‌ها می‌تواند هنگام رخ دادن این اتفاقات شما را محافظت کند. همچنین باعث می‌شود که برنامه مالی شما همچنان به قوت خودش باقی بماند. شما با این کار همیشه به‌جای قرض گرفتن یا از دست دادن تمام پس‌انداز و سرمایه‌گذاری‌هایتان، برنامه‌ای برای حفظ وضعیت خود دارید.

در بودجه‌بندی خود مواقع اضطراری را هیچ‌گاه فراموش نکنید. آینده‌نگر باشید و هرچه سریع‌تر تمهیداتی برای زمان بازنشستگی خود بیندیشید.

آیا شما هم اشتباهات ذکرشده را انجام می‌دهید؟ اگر این‌طور است شاید بهتر باشد هرچه زودتر برنامه‌ریزی کرده و آن‌ها را ترک کنید. آیا اکنون اقدامات درستی برای افزایش ثروت انجام می‌دهید؟ پس بهتر است بدانید که همیشه راه بهتری هم برای افزایش و بهبود پس‌اندازها وجود دارد. آن‌ها را انجام دهید تا پول بیشتری پس‌انداز کنید.



چرا زن‌ها خرید می‌کنند؟

■ تفاوت مردان و زنان در خرید چیست؟

آیا می‌دانستید تحقیقات زیادی انجام شده‌اند که سعی می‌کنند عادات خرید مصرف‌کنندگان را پیش‌بینی و کنترل کنند؟ تولیدکنندگان و فروشندگان مشهور مقدار زیادی پول را صرف تحقیق در این باره می‌کنند که ما چرا و چه زمانی خرید می‌کنیم تا بتوانند از پاسخ این سؤالات به نفع خود استفاده کنند. البته برخی از

از نظر تاریخی خرید راهی است که به زنان قدرت می‌دهد؛ زیرا زنان می‌توانند «خودشان تصمیم بگیرند». تصمیم‌گیری در مورد خرید و رفتار توأم با احترام فروشندگان با مشتریان زن، چیزی است که به زنان حس قدرت می‌دهد.

داشته باشند بیرون می‌روند تا بهترین غذاها و اجناس را برای خود و خانواده‌شان پیدا کنند. از یک مغازه به مغازه‌ی بعدی می‌روند تا جنسی را پیدا کنند یا بهترین معامله‌ی ممکن را انجام بدهند و همین موضوع این ایده را تقویت می‌کند که زن‌ها ذاتاً گردآورنده هستند.

از سوی دیگر، مردها تمایل به صورتی از خرید دارند که اسم آن را تک‌تمرکزی می‌گذاریم. مردها بدون توجه به اینکه حراج فصلی است یا جنسی تخفیف دارد، بر روی آنچه نیاز دارند تمرکز کرده و سریع خرید می‌کنند. مردها بعد از فقط ۲۶ دقیقه خرید حوصله‌شان سر می‌رود، درحالی‌که این عدد برای زن‌ها به دو ساعت کامل می‌رسد.

■ زن‌ها در کانون خرید قرار دارند

تحقیقاتی هم در زمینه‌ی تفاوت‌های خرید مردها و زن‌ها انجام شده که زن‌ها را به‌عنوان مراقب یا نگهبان در نظر می‌گیرند. در اکثر خانواده‌های جهان، معمولاً زن‌ها مسئولیت مراقبت از دیگر اعضای خانواده را به عهده می‌گیرند، زن‌ها در این نقش، خودشان را مسئول خرید برای سایر اعضای خانواده می‌بینند و از طرف هر کس دیگری در زندگی‌شان خرید می‌کنند.

زن‌ها در کانون مصرف هستند و معمولاً برای دیگر اعضای خانواده «در ورودی» محسوب می‌شوند، به همین دلیل بسیاری از فروشندگان به مرکز کانون - یعنی زنان - توجه ویژه‌ای دارند و دنبال راهی هستند تا بتوانند عادات خرید مصرف‌کنندگان زن را کنترل کنند.

آن‌ها می‌گویند قصد دارند تجربه‌ی خرید ما را بهبود ببخشند و در این پروسه به ما «خدمت کنند». ولی وقتی فروشندگان، انگیزه‌ی ما را از خرید بهتر از خودمان بدانند، می‌توانند از آن برای اثرگذاری روی تصمیم‌گیری ما استفاده کنند و ما روحمان هم خبردار نمی‌شود.

یکی از جالب‌ترین تحقیق‌ها، پژوهش‌هایی است که درباره‌ی تفاوت‌های بین عادات خرید مردها و زن‌ها انجام شده است. در ادامه، از نتایج جالب این پژوهش‌ها خواهیم گفت.

■ در خرید مردها شکارچیان و زنان

گردآورندگان بهتری هستند

همان‌طور که بیشتر زن‌ها می‌دانند، مردها معمولاً دوست ندارند به‌اندازه‌ی زنان خرید کنند. دو استدلال برای این موضوع مطرح می‌شود. طبق تحقیقی که در دانشگاه میشیگان انجام شد، تفاوت زنان و مردان در خرید احتمالاً در دوران ماقبل تاریخ، یعنی دوران شکارچی گردآورنده ریشه دارد. بر طبق این تحقیق «در زمانه‌ی اجدادمان، احتمالاً اغلب مردها شکارچی و اغلب زن‌ها گردآورنده بوده‌اند.» زن‌ها برای هزاران سال، تمام طول روز را بیرون بودند و به دنبال باکیفیت‌ترین غذا و منابع دردسترس می‌گشتند. حتی بعضی مواقع این کار را گروهی و همراه فرزندان انجام می‌دادند. درعین‌حال، مردها بیرون می‌رفتند تا شکار کنند و اغلب تنها بودند و بزرگ‌ترین تکه‌ی گوشتی را که می‌توانستند پیدا کنند، با خود به خانه می‌آوردند.

این تمایلات به نحوی هنوز هم در زندگی بسیاری از افراد پابرجا است. زن‌ها اگر وقت





■ مردها در خرید به کار بردی بودن فکر می‌کنند

به‌عنوان مثال، فروشندگان می‌دانند زن‌ها در هر خریدی به این موضوع توجه می‌کنند که خریدشان ممکن است چه تاثیری بر دیگران داشته باشد و به همین دلیل به شدت تحت تأثیر نقدها و پیشنهادهای قرار می‌گیرند.

تحقیقات همچنین نشان می‌دهند زن‌ها با شدت بیشتری (چه منفی چه مثبت) به تعامل با کارکنان فروش واکنش نشان می‌دهند.

برخلاف زن‌ها، مردها بیشتر به کاربرد فکر می‌کنند؛ آیا فروشگاه جنس موردنظرشان را دارد، آیا جای پارک خوبی دارد، چقدر طول می‌کشد تا از آنجا خارج شوند؟ مردان در خرید کردن به نظرات دیگران یا تاثیری که خریدشان بر دیگران می‌گذارد، اهمیتی نمی‌دهند و برایشان مهم است که آیا انتخابی که کرده‌اند کاربردی است یا نه؟

طبق تحقیقات انجام‌شده در مورد تفاوت خرید زنان و مردان، زنان یکی از مشکلات اصلی خرید کردن را «کمک نکردن فروشندگان هنگامی که آن‌ها نیاز دارند» عنوان می‌کنند. در واقع یکی از دلایلی که مغازه‌دارن مشتریان زن خود را از دست می‌دهند همین موضوعی است که به آن اشاره شد؛ چرا که بسیاری از خریداران خانم ممکن است در صورت کمک نکردن فروشنده دیگر به آن فروشگاه نروند.



■ خرید به زنان قدرت می‌دهد

یک فرضیه‌ی دیگر در مورد خرید زن‌ها وجود دارد. از نظر تاریخی، خرید راهی بود که زنان می‌توانستند «خودشان تصمیم بگیرند». نه تنها در این فرایند از آن‌ها پرسیده می‌شد «چه می‌خواهند»، بلکه فروشندگان هم با شیوه‌ای خاص با آن‌ها رفتار می‌کردند و در حین مشاهده‌ی محصولات به آن‌ها چای و نوشیدنی تعارف می‌کردند. زن‌های معمولی برای اولین بار در زندگی‌شان با دنیایی انحصاری آشنا شده بودند که به آن‌ها توجه می‌شد و این توجه به آن‌ها حس قدرت می‌داد. مغازه‌ها و فروشگاه‌ها با تکیه بر همین حس، به تدریج خرید برای ملزومات را، که سالی یکی دو بار رسم بود، به عملی روزانه و یک نوع عادت برای زنان تبدیل کردند؛ عادت‌هایی که زنان نه تنها در گذشته، بلکه همین الان می‌توانند با آن طبق خواسته‌ی خود رفتار کرده و احساس قدرت کنند.

به نظر شما کدام‌یک از نظریه‌ها یا تحقیقات بالا صحیح‌تر است؟ ریشه‌های تفاوت رفتاری زنان و مردان در خرید کردن چیست؟ شناخت این تفاوت‌ها چه تاثیری در رفتار خرید زنان و رفتار فروشندگان دارد؟



چرا زن‌ها خرید می‌کنند؟

(بخش دوم)



در بخش قبلی متوجه شدیم چند نظریه‌ی شگفت‌انگیز در دنیای علم وجود دارد که سعی دارد دلایل خرید زن‌ها را توضیح دهد. زنان عاشق خرید هستند اگرچه هر امری استثنای خود را دارد اما آمار نشان می‌دهد حدوداً دوسوم از زنان به‌طور مرتب از این کار لذت می‌برند، مخصوصاً وقتی زمان این کار را داشته باشند.

برای خرید زن‌ها پنج دلیل عمده وجود دارد:

■ زن‌ها و حس مسئولیت

همان‌طور که در بخش اول ذکر شد، زن‌ها نگهبانان خانواده هستند. همان‌طور که نویسنده‌ی نشریه‌ی Forbes، بریجت برنان می‌گوید: «در هر جامعه‌ای در دنیا، زن‌ها بیشتر مسئولیت‌های مراقبتی از کودکان و سالمندان را به عهده می‌گیرند. زن‌ها در این نقش مراقبتی، برای هر فرد دیگری در زندگی‌شان خرید می‌کنند.» او ادامه می‌دهد: «گاهی فکر می‌کنم اگر زن‌ها این‌قدر به فکر نبودند همه‌ی صنایع یک‌شبه متلاشی می‌شدند.» بدون توجه به اینکه آیا زن‌ها از این



مسئولیت لذت می‌برند یا این واقعیت که مردها می‌خواهند به آن‌ها کمک کنند، زن‌ها هنوز هم مسئولیت خرید خانواده را به عهده دارند. خوشبختانه، بیشتر زن‌ها به خاطر غریزه و اینکه اهل عمل هستند، می‌توانند علی‌رغم زندگی‌های همیشه شلوغشان از عهده‌ی این مسئولیت بربایند. متأسفانه، جنبه منفی این مسئولیت این است که زن‌ها اغلب بیش از میزان مقرر پول خرج می‌کنند. به طور مثال در بسیاری از موارد زمانی که زن‌ها به خرید می‌روند بیشتر از آنچه نیاز است و حتی بیشتر از آنچه خودشان توقع دارند خرید می‌کنند. به عبارت دیگر همه ممکن است بدون فکر خرید کنند مخصوصاً وقتی خسته، گرسنه یا شتابزده هستند اما این رفتار در زنان شدت بیشتری دارد.

■ تعریف کردن خود و حفظ وجهه

مدارک علمی بسیاری وجود دارند که نشان

زندگی‌تان، حتی خرید یک برگر خیلی بزرگ، می‌تواند تاثیرگذار باشد و نشان دهد که شما در وضعیت مالی خوبی به سر می‌برید. اجناس لوکس عملکرد مهمی در روابط عاشقانه‌ی مردها برای جذب جنس مخالف دارند. مردها در روابط عاشقانه و رابطه با جنس مخالف از کالاهای لوکس استفاده می‌کنند تا تصویر بهتری در ذهن طرف مقابلشان ایجاد کنند.

■ داشتن حس بهتر

تحقیقی توسط پروفیسور کارن جی. پاین از دانشگاه هر تفوردشایر نشان داده است:

- زن‌ها وقتی احساساتی می‌شوند، چه حسشان منفی باشد و چه مثبت، بیشتر خرید می‌کنند. زن‌ها خرید می‌کنند تا حالشان خوب شود. البته معمولاً به‌طور لحظه‌ای موفق هستند ولی بعد به حس پشیمانی بلندمدت دچار می‌شوند. زن‌ها حس می‌کنند که احساسات منفی مثل افسردگی یا دل‌سردی مرتباً باعث خرید غیرموجه آن‌ها می‌شود، خریدهایی که اغلب هم به بدهی می‌انجامند.
- زن‌ها گاهی حس می‌کنند خرید، «مصرف جبرانی» است یعنی با خرید می‌توانند جای خالی که در زندگی‌شان حس می‌کنند پر کرده و خلاهایشان را جبران کنند.
- زن‌ها گاهی به این خاطر خرید می‌کنند که حوصله‌شان سر رفته است یا فقط می‌خواهند کاری برای انجام دادن داشته باشند.

در این تحقیق زن‌ها اعتراف کردند (۷۵ درصدشان) وقتی باید از کسی پذیرایی کنند، در خرید زیاده‌روی می‌کنند و (۵۲ درصد) این کار را انجام می‌دهند تا دیگران و به‌خصوص عزیزانشان را تحت تأثیر قرار دهند.

■ به دست آوردن رضایت لحظه‌ای

متأسفانه خرید بدون فکر و لحظه‌ای هم برای مردها و هم برای زن‌ها پیش می‌آید. این خریدها به دلیل هیجان‌زدگی، بی‌کاری، غم و اندوه، عصبانیت یا ناهشیاری انجام می‌شوند. مردها در اوقات ناهشیاری بیشتر خرید می‌کنند و زن‌ها وقتی ناراحت هستند در این کار زیاده‌روی می‌کنند. ممکن است خرید لحظه‌ای پس از مدتی به یک اعتیاد تبدیل شود. این اعتیاد هم مانند سایر انواع اعتیاد به بی‌فکری یا عدم کنترل هوس‌ها مربوط می‌شود.

■ خرید تحت تاثیر فعالیت هورمون‌ها

همه ما این مسئله را می‌دانیم که هورمون‌ها به طرق مختلفی روی زندگی ما اثر دارند. موضوعی که تا همین چند وقت پیش مشخص نبود این است که، عادات خرید زن‌ها هم تحت تأثیر هورمون‌ها قرار می‌گیرند؟ طبق تحقیقی توسط پروفیسور کارن پاین و پروفیسور بن فلچر، «زن‌ها در مرحله‌ی تخمک‌گذاری کنترل کمتری روی خرید دارند و بی‌فکرتر و بیشتر هزینه می‌کنند. پاین و فلچر ادامه می‌دهند: «زن‌ها در این دوره، تغییر خلق‌وخو، افزایش تحریک‌پذیری و تکانشگری و همچنین اختلال حافظه و اختلال تمرکز را تجربه می‌کنند. پس تعجبی ندارد زن‌ها در این مرحله، در ارتباط با پول نیز رفتار ناکارآمدی داشته باشند. این ناکارآمدی خودش را به‌صورت حس عدم کنترل، خرج کردن پول بیشتر و هزینه‌های غیر برنامه‌ریزی‌شده و یا خریدهای لحظه‌ای نشان می‌دهد».

همه ما در طول زندگی‌مان حداقل یک‌بار به خاطر تمامی دلایل بالا خرید کرده‌ام. ولی حالا با درکی بهتر از اینکه چرا زن‌ها (و البته مردها) معمولاً خرید می‌کنند خیلی راحت‌تر می‌توان انگیزه‌ها و محرک‌های این کار را شناسایی کرد. دوباره می‌گوییم که خرید کردن یا خرید نکردن اشکالی ندارد اما زمان این رسیده است که ببینیم واقعاً از خرید کردن چه می‌خواهیم. به‌یاد داشته باشیم این مسئله آن قدر اهمیت دارد که بیشتر شرکت‌ها حتی شرکت‌های کوچک، بخش‌هایی دارند که کارشان شناسایی عادات خرید ما است تا بتوانند پول را از جیب ما در بیاورند. پس خود ما می‌توانیم با آگاهی از دلایل و انگیزه‌هایی که ما را به سمت خرید کردن سوق می‌دهد کیف پولمان را بهتر از قبل مدیریت کنیم.

می‌دهند هم زن‌ها و هم مردها با اجناسی که می‌خرند هویت خودشان را تعریف می‌کنند و وجهه خاصی برای خودشان می‌سازند. بر اساس نظریاتی که وجود دارد مصرف‌کنندگان از دارایی‌ها و برندها استفاده می‌کنند تا هویت خود را خلق کنند و با این هویت‌ها با دیگران ارتباط داشته باشند. به‌عبارت‌دیگر ما آنچه خریداری می‌کنیم، هستیم.

نکته‌ی جالب این است که نحوه‌ی نمایش هویت و وجهه‌ی هر جنسیت از طریق خرید، برای زن‌ها و مردها متفاوت است. برای مثال اجناس لوکس عملکرد مهمی در روابط عاشقانه‌ی مردها برای جذب جنس مخالف دارند، و مردها در روابط عاشقانه و رابطه با جنس مخالف از کالاهای لوکس استفاده می‌کنند تا تصویر بهتری در ذهن طرف مقابلشان ایجاد کنند.

ولی زن‌ها چه می‌شوند؟ زن‌ها با نمایش اجناس لوکس، کیفیت روابطشان را به زن‌های دیگر نشان می‌دهند. پس درحالی‌که مردها خرید می‌کنند تا جنس مخالف را جذب کنند، زن‌ها خرید می‌کنند تا زن‌های دیگر را تحت تأثیر قرار دهند. مسئله‌ی جذاب‌تر این است که مردم از خرید به عنوان ابزاری استفاده می‌کنند تا وضعیتشان در جامعه را در معرض نمایش بگذارند. مصرف‌کنندگان حتی در زمان خرید محصولات عادی هم، می‌توانند وضعیت خود را با اندازه یا میزان خرید خود نشان دهند. به‌طور مثال بسته به محل



وقتی می‌گویند تو نمی‌توانی

ممکن است زمانی که در مورد رویاهایی که در سر دارید با اطرافیان صحبت می‌کنید، افرادی باشند که به دستیابی شما به آن رویا تردید داشته باشند و آن را بر زبان بیاورند. زمانی که شما احساس می‌کنید می‌توانید، آن‌ها به شما می‌گویند: «نه، تو نمی‌توانی.» زمانی که شما مطمئنید، آن‌ها تردید در دلتان می‌اندازند و هنگامی که هوشمندانه عمل می‌کنید، شما را کم‌هوش و کارت‌ان را بی‌ارزش جلوه می‌دهند.

در معرض تردیدهای بیرونی قرار گرفتن در نهایت، منجر به تردید درونی در شما خواهد شد. مطالعات نشان داده‌اند که همین تردیدها، قاتل رویاهای شماست!

زندگی و موفقیت به اتفاق‌هایی که برایتان رخ می‌دهد بستگی ندارد؛ بلکه به درک شما از آن واقعه، واکنش‌تان نسبت به آن و در نهایت برخورد شما با «تردیدکنندگان» وابسته است! این افراد ممکن است سریع و کوبنده در مسیر رسیدن به رویاهایتان مانع شوند، پس برای برخورد با آن‌ها باید آماده بود و از آن‌ها عبور کرد. این کار شدنی است، چگونه؟ با ما همراه باشید.

۲) تردیدکنندگان نقاط**ضعف را به شما نشان****می‌دهند**

برای لحظه‌ای هم که شده احساس مورد اهانت واقع شدن شخصیت‌تان را کنار بگذارید و ببینید منتقدان‌تان چه می‌گویند. اگر بتوانید غرورتان را کنار بگذارید، می‌توانید چیزهای بسیاری را از این طریق بیاموزید. انتقادات را به صورت عینی بپذیرید. تلاش کنید درباره انتقادهایی که به شما وارد می‌شود، حداقل یک نمونه معتبر و عینی بیابید. برای مثال، اگر یک استعدادیاب توانایی شما را برای کسب شغلی بزرگ‌تر نادیده بگیرد، به احتمال ۹۹ درصد اشتباه می‌کند. آن یک درصد باقیمانده می‌تواند قطعه‌ای از بینشی باشد که قرار است به شما کمک کند. این قطعه می‌تواند مهارت مورد نیاز شما باشد، یا فردی که باید با او ارتباط برقرار کنید یا زمان‌بندی بهتری که برای حرکت‌ها و واکنش‌هایتان نیاز دارید. بار بعدی که شنیدید کسی به توانایی‌های شما شک دارد، از میان کلام او در پی رگه‌هایی از حقیقت بگردید. این کار را به یک بازی برای خود تبدیل کنید. این عمل به شما کمک خواهد کرد تا خود را بهبود بخشیده و بهتر شوید. آن‌ها با انتقاد کردن از شما به شما می‌گویند که روی چه قسمت‌هایی باید بیشتر کار کنید. انتقادات را به صورت عینی بپذیرید. تلاش کنید از انتقادهایی که به شما وارد می‌شود، حداقل یک نمونه‌ی معتبر و عینی بیابید.

۱) شما برای تردیدکنندگان با اهمیت هستید

از کسانی که به رویای‌تان ایمان ندارند، متنفر نباشید؛ چراکه شاید آن‌ها افرادی‌اند که واقعاً شما را دوست دارند. در اغلب موارد، بلندترین صدای مخالفت را از کسانی می‌شنوید که بسیار به شما نزدیکند. این فرد می‌تواند پدرتان، همسرتان یا بهترین دوست‌تان باشد. گاهی اوقات، حتی عزیزترین افراد زندگی‌تان هم نمی‌توانند تصویری را که شما از آینده‌تان می‌بینید، ببینند. آن‌ها ناخواسته محدودیت‌های خودشان را روی شما اعمال می‌کنند، تا از درد و اندوه شکست نجات‌تان بدهند. پدری که خودش در کسب‌وکار خویش ناکام مانده، ممکن است به فرزند رویاپردازش اصرار کند که در پی شغلی با حقوق ثابت باشد.

خبر خوب این است: آن‌ها از صمیم قلب می‌خواهند شما موفق باشید. آن‌ها پس از آن که مخالفت خود را ابراز کردند، به پشتیبانان وفادار و دائمی شما تبدیل خواهند شد.

هم‌چنان که در مسیر خود مصمم ایستاده‌اید، به آن‌ها اجازه بدهید که نصیحت‌تان کنند. با شناسایی عمیق‌ترین ترس آن‌ها از فعالیت‌ها و تلاش‌هایتان، می‌توانید رضایت و پشتیبانی ایشان را جلب کنید. هنگامی که به‌سوی هدف‌تان پیش بروید، به آن‌ها نیز کمک خواهید کرد که از فکر و گمان بد درباره‌ی موفقیت شما دست برداشته و حتی محدودیت‌های شخصی‌شان را نیز از سر راه خود بردارند.

وقتی رویای بزرگی در سر دارید و با دیگران درباره‌ی رسیدن به رویاهایتان صحبت می‌کنید، افرادی هستند که در شما تردید به وجود می‌آورند و به شما می‌گویند که نمی‌توانی به روایت دست پیدا کنی. تردیدکنندگان می‌توانند قاتل بسیاری از رویاهای شما باشند، پس برای رویارویی با آن‌ها آماده باشید.



۲) تردیدکنندگان بهترین انگیزه‌ها را برای شما ایجاد می‌کنند

مایکل جردن (بزرگ‌ترین بازیکن بسکتبال تاریخ) در سخنرانی‌اش در تالار مشاهیر، از منتقدان خود به‌خاطر انگیزه‌ای که به او بخشیده بودند، تشکر کرد. او آن‌ها را نیروی محرکه‌ی پشت حرکت افسانه‌ای خود خواند. جردن بازیکنی مصمم و رقیبی قدرتمند بود. او در دوره‌ی ورزش حرفه‌ای خود به‌ندرت به عاملی برای حرکت رو به جلو نیاز پیدا می‌کرد. با این حال، تصمیم‌گرفت تردیدکنندگان خود را قربانی کند، تا بزرگی و عظمت خویش را ثابت کند.

آن‌ها مهره‌های انگیزه‌بخش مایکل جردن بودند. البته هشیار باشید که برخورد احساسی با انتقادات می‌تواند شما را نابود کند. تا زمانی که شما این انتقادات را شخصی برداشت نکنید، مهم نیست که منظور منتقدان تان شخصی بوده است یا نه. عمر خویش را در مسیر مدیریت کردن نظرات دیگران درباره‌ی خودتان هدر ندهید.

این را بدانید که شک و تردیدها نمی‌توانند معرف شما باشند؛ مگر این که خودتان این اجازه را به آن‌ها بدهید. عمل تردیدکنندگان تان را به عکس‌عملی مثبت و نیرومند تبدیل کرده و از آن در جهت علاقه‌مندی‌ها و خواسته‌های خودتان استفاده کنید. شاید آن انگیزه‌ای که برای اثبات اشتباه بودن انتقادها پیدا کرده‌اید، همان نیروی محرکه‌ای باشد که برای رسیدن به موفقیت به آن نیاز داشته‌اید.

عمل تردیدکنندگان تان را به عکس‌عملی مثبت و نیرومند تبدیل کرده و از آن در جهت علاقه‌مندی‌ها و خواسته‌های خودتان استفاده کنید. شاید آن انگیزه‌ای که برای اثبات اشتباه بودن انتقادها پیدا کرده‌اید، همان نیروی محرکه‌ای باشد که برای رسیدن به موفقیت به آن نیاز داشته‌اید.



۴) تردیدکنندگان می‌توانند به متحدان قدرتمند شما تبدیل شوند

مخالفان معمولاً حاصل تفاوت‌ها هستند. افراد می‌توانند ایده‌ها و بلندپروازی‌هایی را که هم‌سو با باورها، اعتقادات و عملکرد خودشان نیست، بی‌رحمانه قضاوت کنند. اگر شما قادر به گردهم‌آوردن نظرات مخالف و ساختن روابط برد-برد باشید، تردیدکنندگان به متحدان قدرتمندتان تبدیل خواهند شد. آن‌ها پیش از این ثابت کرده‌اند که صدایی دارند و مایل‌اند از آن استفاده کنند؛ با این تفاوت که این بار از صدای‌شان در جهت خواسته‌های شما بهره خواهند گرفت.

در قالب یک تیم، هدف شما از استفاده کردن از روابط و مهارت‌های ارتباطی‌تان با مردم تنها برنده شدن در بحث نیست، بلکه باید علاقه و اشتیاق دیگران را نیز جلب کنید. به اشتراک گذاشتن دیدگاه‌تان و جلب حمایت دیگران به آن کار آسانی نخواهد بود؛ اما نتیجه‌ای که از آن حاصل می‌شود، همیشه ارزش تلاش کردن را دارد. ساختن هوادار برای رویای‌تان، همیشه منجر به هموارتر شدن مسیر موفقیت‌تان می‌شود. هرچه رویای‌تان بزرگ‌تر و بی‌پروا تر باشد، مخالفت‌های بیش‌تری را هم تجربه خواهید کرد. مانند یوسین بولت (رکورددار دوی سرعت و سریع‌ترین انسان جهان) باشید که گفت: «به همه‌ی تردیدکنندگان خود می‌گویم، از شما بسیار سپاسگزارم؛ چرا که شما مرا رو به جلو هل داده‌اید.»

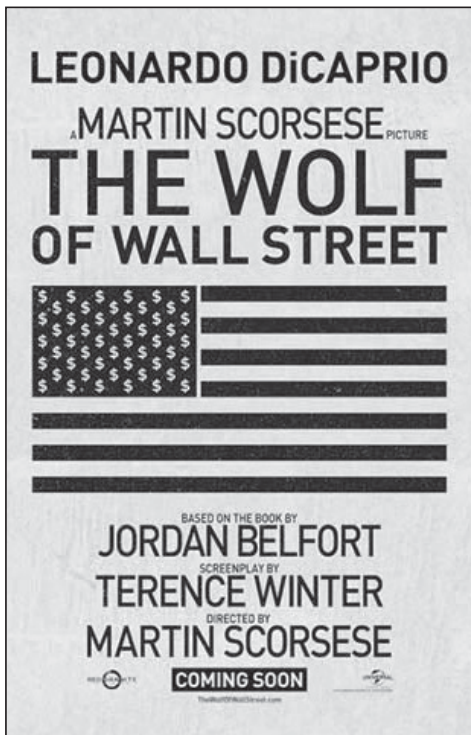
اگر شما قادر به گردهم‌آوردن نظرات مخالف و ساختن روابط برد-برد باشید، تردیدکنندگان به متحدان قدرتمندتان تبدیل خواهند شد.

اگر یکی از سرگرمی‌ها در اوقات فراغت تماشای فیلم باشد، کارفرما برای این استراحت و کار نکردن احساس گناه می‌کند. اما اگر این فیلم‌ها برای مؤسس یک شرکت الهام‌بخش باشد و حرفه‌ی او را تحت تأثیر قرار دهد چه می‌شود؟ اکنون ۱۰ فیلم را به شما معرفی می‌کنیم که علاوه بر سرگرم‌کننده بودن، جنبه‌ی آموزشی دارند و پیغام‌های مفیدی در باره کار و تجارت به شما می‌رسانند.



اگر می‌خواهید کارفرما باشید، حتما این ۱۰ فیلم را ببینید

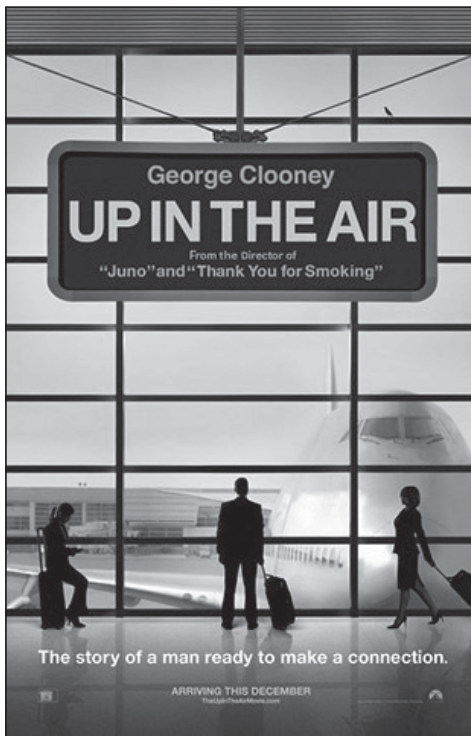




1

گرگ‌وال استریت

بازار فروش یک بخش مهم از حرفه و تجارت است؛ این فیلم به صاحبان کسب‌وکار کمک می‌کند تا به فروش و نتیجه‌ی بهتری برسند. نکته مهمی که پس از اکران فیلم مشخص شد، مقاله‌ای بود که موضوع آن زندگی و شیوه‌ی کار «جردن بلفورت» است.



2

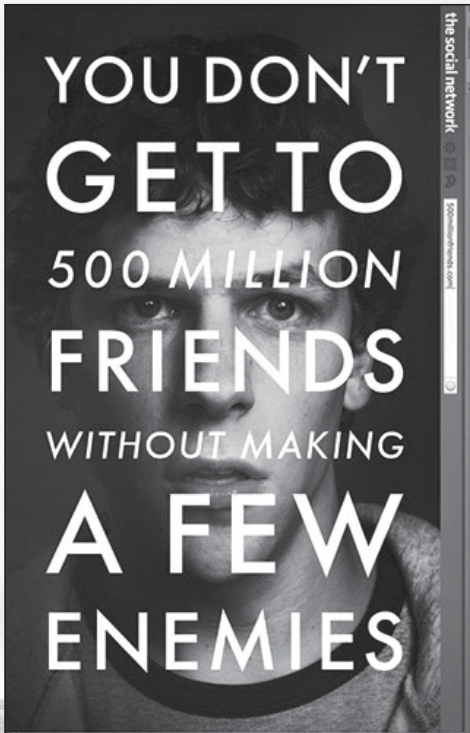
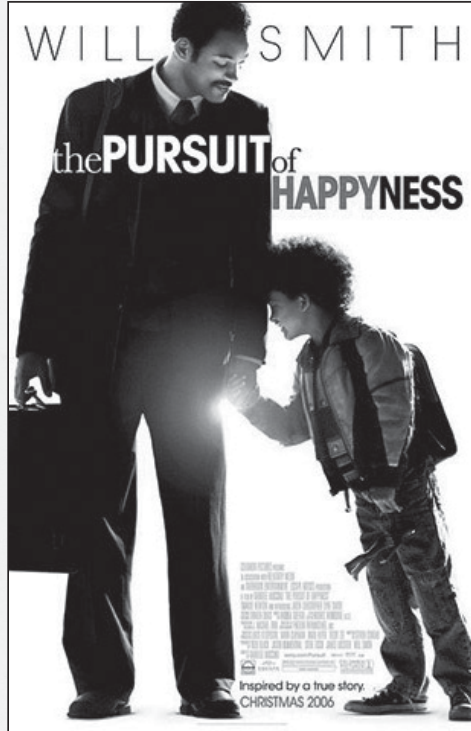
بالا در آسمان

در طول فیلم، «جرج کلونی» مشغول مقابله با ایده‌ی رئیس خود بود که می‌گفت: «کارها را ماشینی پیش ببریم». این فیلم نشان می‌دهد که انسان‌ها می‌توانند کارهایی را انجام دهند که تکنولوژی قادر به انجام آن‌ها نیست. درسی که «بالا در آسمان» به ما می‌دهد، گوش دادن به نظرات کارمندان در آن زمینه است.

3

در جست و جوی خوشبختی

این فیلم یک داستان واقعی از زندگی فردی است که بی خانمان و آواره بوده و سپس به یک مدیر موفق تبدیل شده است. او یک الگو و انگیزه برای کسانی است که می خواهند به اوج موفقیت رسیده و مشکلات این راه را پشت سر بگذارند. «کریس گاردنر» با یک تدبیر مناسب شرایط بد زندگی خود را تغییر داد.

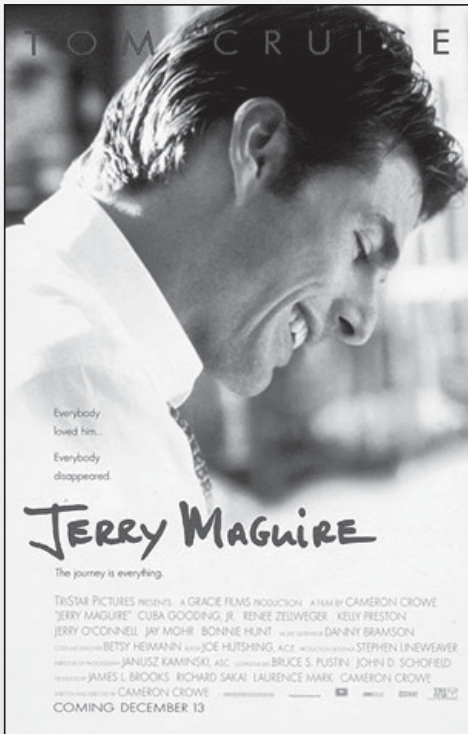


شبکه اجتماعی

مانند خیلی از افراد موفق در زمینه‌ی تکنولوژی، پیشرفت «مارک زاکربرگ» هم با سختی‌های زیادی همراه بود. این فیلم اهمیت انسجام و انعطاف پذیری در طول ساخت یک حرفه را به نمایش می گذارد. همچنین بیان می کند که برای ایجاد تجارت و حرفه، داشتن دوست و کمک گرفتن از آنها هم کارساز و مفید است.

4





جری مگوایر

پس از این که «جری مگوایر» اخراج شد و شغلش را از دست داد، برای آغاز حرفه‌ی خود به‌تنهایی، بسیار تلاش کرد. با این‌که موفقیت به‌ظاهر غیرممکن بود، او به راهش ادامه داد. شجاعت او برای وارد عمل شدن و شروع کار منحصر به‌فرد خود، برای تازه‌کاران در این زمینه نقل‌کردنی و تحسین‌برانگیز است.



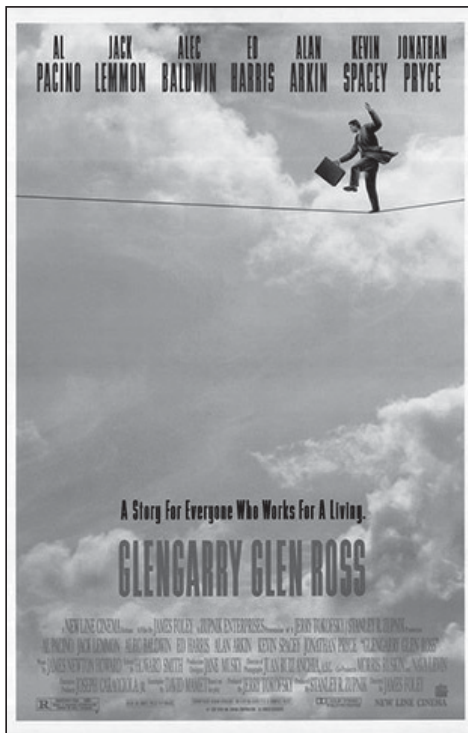
محیط‌اداره

سیاست‌ها و تدبیرهایی که برای کار در اداره در این فیلم وجود دارد، برای بسیاری از کارمندان مفید و کارآمد است. مطلب قابل استفاده برای مدیران این است که آن‌ها می‌توانند نحوه‌ی ایجاد انگیزه در کارمندان را از اشتباهات زیاد بیل لامبرگ یاد بگیرند.

7

گلن گری گلن راس

موضوع این فیلم مانند گرگ وال استریت درباره‌ی فروش است. شرایط سختی که در این فیلم به نمایش گذاشته شده، بیانگر این است که چگونه حس رقابت باعث موفقیت تیم فروش یک شرکت می‌شود.

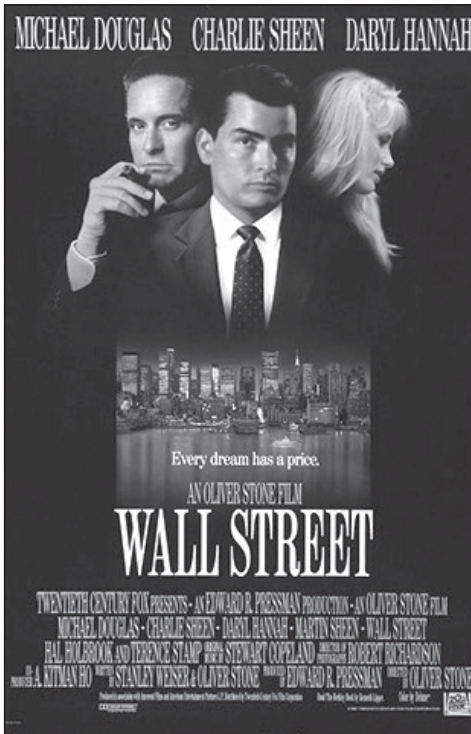


بارقه‌ای از نبوغ

رابرت کرنز بیش از یک دهه وقت خود را صرف مبارزه با تولیدکنندگان خودرو کرد؛ زیرا مشخص شد که آن‌ها ایده‌ی او را که درباره‌ی برف‌پاک‌کن ماشین بود، دزدیده‌اند. این فیلم به‌عنوان یک داستان هشداردهنده در رابطه با قانون ثبت اختراع است.

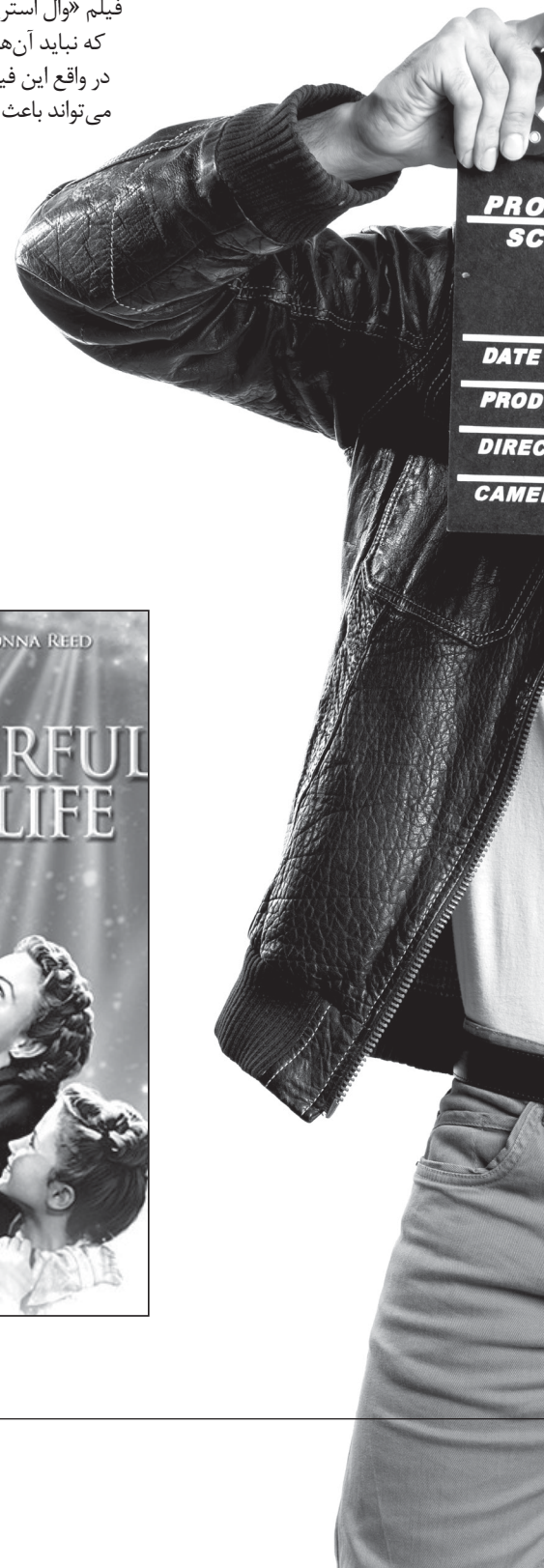


9



وال استریت

فیلم «وال استریت» مثال خوبی برای کارهایی است که نباید آن‌ها را در راهاندازی یک حرفه انجام داد. در واقع این فیلم نشان می‌دهد که چگونه موفقیت می‌تواند باعث حرص و طمع شود؛ حرص و طمعی که ما را به نابودی می‌کشاند.



راهنمای سرمایه‌گذاری

10

چه زندگی شگفت‌انگیزی

بسیاری از افراد معتقدند که این فیلم یک گزینه‌ی مناسب برای اوقات فراغت است که اهمیت دوست را نشان می‌دهد. اما موضوع مهم این فیلم رقابت و جدال «جرج بایلی» با «هنری پاتر»، پول‌دارترین مرد شهر است. با وجود آن که «جرج بایلی» مورد بخشش و رحمت «هنری پاتر» قرار گرفت، اما خود را در موقعیتی یافت که می‌توانست تمام کسب‌وکارش را به‌آسانی از دست بدهد. با انتخاب درست، مؤسسان شرکت می‌توانند فیلمی را که در اوقات فراغت خود تماشا می‌کنند به یک سرگرمی مفید و کارآمد تبدیل کنند. این نوع فیلم‌ها فقط نقل‌کردنی نیستند؛ بلکه می‌توانند تاثیرگذار هم باشند. در حین تماشای فیلم، کارفرما احتمالاً انگیزه‌ی لازم برای پیش‌گرفتن یک راه یا اتخاذ یک رویکرد نوآورانه برای توسعه‌ی کار و تجارت خود را به‌دست می‌آورد.



1-Jun	1-Jul	1-Aug	1-Sep	1-Oct	1-Nov
1.307,85	1.240,64	1.235,42	939,09	1.300,67	843,29
0,00	698,18	0,00	0,00	40,07	0,00
215,80	78,42	38,16	15,62	256,67	25,46
2,03	1.485,22	6.062,23	447,24	16.048,05	349,55
5	677,87	503,91	1.094,97	5.620,31	2.560,60
	0,00	310,01	3.142,38	9.779,24	14.693,66
	0,00	670,64	1.259,50	4.294,85	7.473,24
	283,58	39.386,87	17.848,02	34.414,47	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	19.577,90	11.799,74	14.874,16	33.010,21	
	1.335,55	21,76	865,15	348,10	
	0,00	0,00	12.032,74	24.740,68	
	0,00	0,00	4.387,73	18.444,80	
	0,00	701,60	4.796,53	502,91	
	0,00	2.144,68	2.000,27	1.727,45	
	0,00	10.857,02	0,00	0,00	82,02
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	0,00	0,00	4.829,68
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	0,00	0,00	48.000,19	15,23	
	0,00	131,43	160,07	0,00	
	0,00	101.087,81	143.638,64	0,00	
	0,00	8.466,82	16.979,67	0,00	
	0,00	0,00	0,00	0,00	
	63.475,90	17.167,82	50.288,56	35,5	
	492,26	391,49	586,29		

نقشه راه موفقیت: تصورات اشتباه در مورد بودجه بندی را کنار بگذارید

■ باورهای غلط درباره بودجه‌بندی

به احتمال زیاد تا به حال حرف‌های بی‌اساس زیادی در مورد بودجه‌بندی شنیده‌اید. شاید هم قبلاً سعی کرده‌اید بودجه‌بندی کنید؛ ولی حتی یک ماه هم نتوانسته‌اید، ادامه‌اش دهید. درباره بودجه‌بندی به این زودی قضاوت نکنید و ببینید این متن چه اطلاعاتی در اختیارتان قرار می‌دهد.

داشتن بودجه‌بندی برای اینکه بتوانید بدهی‌هایتان را پرداخت کنید و با پولتان به موفقیت برسید ضروری است. بودجه‌بندی همان نقشه راهی است که برای ادامه مسیر نیاز دارید، اما خیلی از مواقع تصورات اشتباه شما در مورد بودجه‌بندی باعث می‌شود از این کار منصرف شوید و مسیر موفقیت را گم کنید. به همین دلیل تعدادی از باورهای غلط درباره بودجه‌بندی را در ادامه توضیح خواهیم داد. آشنایی با این باورهای غلط به شما کمک می‌کند تا آگاهانه‌تر و با اطمینان بیشتر در این مسیر قدم بردارید.

■ بودجه‌بندی کار سخت و کسل‌کننده‌ای است و من از اعداد متنفرم

صحبت کردن از ریاضی و اعداد آن قدرها هم سخت نیست. بلد بودن چهار عمل اصلی ریاضی کافی است تا به راحتی بتوانید بودجه‌بندی کنید. فقط باید سعی کنید که اختلاف درآمد و مخارجتان برابر با صفر باشد. همین! در حقیقت متنفر بودن از ریاضی بهانه خوبی نیست. یعنی تنفرتان از ریاضی بیشتر از تنفرتان از بدهی است؟ به خاطر سخت بودن ریاضیات بودجه‌بندی را کنار نگذارید.



بودجه‌بندی کردن به این معنی نیست که کارهای لذت‌بخش زندگی‌تان را کنار بگذارید. باور داشته باشید یا نه، بودجه‌بندی واقعاً به شما اختیار این را می‌دهد که پولتان را به درستی خرج کنید و این به معنی کنار گذاشتن شادی‌های کوچک زندگی نیست.



بودجه‌بندی کمک بگیرید تا انگیزه بیشتری به شما بدهند. بودجه‌بندی به شما کمک می‌کند تا از بدهی راحت شوید و اینجاست که دیگر خسته‌کننده نخواهد بود.

■ من برای بودجه‌بندی وقت ندارم

اگر فقط به علت نداشتن زمان بودجه‌بندی نمی‌کنید، وقتش رسیده که اولویت‌هایتان را بازنگری کنید. احتمالاً با زمان گذاشتن برای بودجه‌بندی، تعداد زیادی از هزینه‌هایی را که می‌توانید حذف کنید تا دوباره وضعیت اقتصادی‌تان را به شکل قبل برگردانید، می‌یابید و از تعداد آن‌ها شگفت‌زده خواهید شد و خواهید فهمید که آن‌ها واقعا آن قدر مهم نیستند که بخواهند کنترل پول شما را در دست بگیرند.

ممکن است در اوایل راه مجبور باشید چند ساعت در ماه برای بودجه‌بندی وقت بگذارید؛ اما بعد از آن دیگر کارتان راحت می‌شود و به‌سادگی اعداد را وارد کرده و معادلات را انجام می‌دهید.

تعداد کسانی که به‌علت این‌که بودجه‌بندی کاری کسل‌کننده است انجامش نمی‌دهند، شگفت‌آور است؛ اما چیزهای خسته‌کننده دیگری مثل صورت‌حساب خریدها و گاهی ورشکستگی هم وجود دارند که بسیار ناخوشایند هستند.

هنگامی که از بودجه‌بندی خسته می‌شوید، نفس عمیقی بکشید و دوباره به کارتان ادامه دهید. یک‌بار که آن را انجام دهید خواهید فهمید که بودجه‌بندی اصلاً بد نیست. قطعاً پس از چندبار خواهید دید که جالب هم به‌نظر می‌رسد. از همسر یا دوستان برای

بودجه‌بندی کردن به این معنی نیست که شما به هیچ وجه نمی‌توانید شاد باشید. باور داشته باشید یا نه، بودجه‌بندی واقعاً به شما این اختیار را می‌دهد که پولتان را به‌درستی خرج کنید.

■ بودجه‌بندی یعنی نمی‌توانم برای غذا خوردن به رستوران بروم، من از آشپزی متنفرم!

اگر از آشپزی متنفرید، ما هم با شما همدردیم. با خدماتی که رستوران‌ها ارائه می‌دهند، فقط با چند حرکت ساده غذا جلوی در خانه‌تان خواهد بود؛ اما یادگیری دستور پخت چند غذای ساده واقعاً ارزشش را دارد.

داشتن بودجه‌بندی به این معنی نیست که شما دیگر پایتان را در رستوران نخواهید گذاشت؛ بلکه فقط باید برای آن از قبل بودجه تعیین کنید. قرار گذاشتن و بیرون رفتن با دوستانتان را هم در بودجه‌بندی لحاظ کنید. یک ستون برای غذاهای مورد علاقه خود در نظر بگیرید. فقط قبل از آن که پولی بابت آن صرف کنید، مطمئن شوید که آن را در بودجه‌بندی‌تان لحاظ کرده‌اید. بودجه‌بندی شما را محدود نمی‌کند؛ بلکه دستتان را باز می‌کند تا با خیال راحت به علایقتان برسید؛ چون مطمئن می‌شوید که هزینه‌ی علایقتان لحاظ شده و فشاری بابت آن به حساب بانکی‌تان نخواهد آمد.

■ الان وقت مناسبی نیست که بودجه‌بندی کنم

آیا منتظر هستید زمان خاصی برسد تا بودجه‌بندی را آغاز کنید؟ معمولاً زمانش فرا نمی‌رسد! بالاخره زندگی است دیگر، همیشه اتفاقی ناگهانی پیش می‌آید. شاید هم به این دلیل که روز تولد یا سالگرد ازدواج کسی نزدیک است، بودجه‌بندی را متوقف کرده‌اید. برای خودتان بهانه درست نکنید. الان بیشتر از هر وقتی به بودجه‌بندی کردن نیاز دارید.

بودجه به شما کمک می‌کند تا بدانید برای هدیه‌ها و جشن‌ها چقدر قرار است خرج کنید. مطمئناً هر ماه بودجه متفاوت خواهد بود؛ اما نکته خوبی که وجود دارد این است که شما تاریخ آن تعطیلات، تولدها و سالگردهای ازدواج را می‌دانید. این تاریخ‌ها هیچ‌گاه تغییر نمی‌کنند! آن‌ها را در بودجه‌بندی ماهانه در نظر بگیرید تا بتوانید برایشان پول ذخیره کنید. به‌علاوه با این کار، این تاریخ‌های مهم را هیچ‌گاه فراموش نمی‌کنید.

■ من در ذهنم بودجه‌بندی کنم

اگر بتوانید هر ماه طوری بودجه‌بندی ذهنی کنید که دو طرف معادله درآمد و هزینه‌ها صفر شود، شما قطعاً درخشان‌ترین استعداد ریاضی روی زمین هستید. لطف می‌کنید با همان سیستم ذهنی بودجه دولت را هم تعیین کنید؟

بودجه‌بندی ذهنی فایده‌ای ندارد و فقط یک ایده مبهم ذهنی درباره مخارج به شما می‌دهد که هیچ کمکی هم نمی‌کند. برای اینکه بودجه‌بندی شما کاربردی باشد، نیاز است کاری انجام دهید که بتوانید مخارج را ثبت و بررسی کنید. اگر ازدواج کرده‌اید و با این حال باز هم بودجه‌بندی را ذهنی انجام می‌دهید، نشان می‌دهد که فقط یکی از شما در بودجه‌بندی تصمیم می‌گیرد و دیگری قطعاً هیچ نقشی ندارد. در حالی که در زندگی زناشویی لازم است هر دو شما با هم کار کنید.

■ من بودجه‌بندی را با ثبت مخارجم انجام می‌دهم

ثبت مخارج آغاز خوبی است؛ اما این کار بودجه‌بندی نیست. وقتی مخارجتان را ثبت می‌کنید، نگاهتان فقط به گذشته است و هرگز به آینده فکر نمی‌کنید. بودجه‌بندی در واقع برنامه شما برای ماه آینده است. شما باید برای پولی برنامه‌ریزی کنید که آن را خرج نکرده‌اید و هنوز در حسابتان است.

هنگامی که رسیدهایتان را نگه می‌دارید یا از صورت‌حساب‌های بانکی‌تان استفاده می‌کنید تا مخارج خود را در ماه گذشته بررسی کنید، فقط دارید به ماه گذشته نگاه می‌کنید.

باید در حالی که نگاهی به مخارج گذشته‌تان دارید، برای ماه آینده هم برنامه‌ریزی کنید. اگر تا الان مخارجتان را ثبت کرده باشید، طبیعتاً قدم بعدی بودجه‌بندی است.

■ بودجه‌بندی محدودکننده و دست‌وپاگیر است

ما می‌دانیم که شما نمی‌خواهید کارهای لذت‌بخش‌تان نظیر رفتن به کافه را کنار بگذارید. نگران نباشید! شما می‌توانید هر هفته به کافه بروید، فقط کافی است این خواسته‌هایتان را در بودجه‌بندی لحاظ کنید.

به عبارت دیگر، زمانی که بودجه ماهانه‌تان را تعیین می‌کنید، حتماً فعالیت‌های مورد علاقه خود را هم در آن وارد کنید. بودجه‌بندی برای تفریحات آخر هفته، بیرون رفتن جمعه‌شب، یا رفتن به سینما.



■ سخن آخر: بودجه‌بندی راهی به‌سوی

مدیریت مالی

احتمالاً پس از مطالعه‌ی این متن به ضرورت بودجه‌بندی پی برده و به درکی از داشتن نقشه‌ی راه رسیده‌اید.

بودجه‌بندی در معنای ساده، شناسایی و دسته‌بندی هزینه‌هاست، جایی که شما متوجه می‌شوید وقت آن رسیده است که جلوی خرج‌های نامنظم بایستید و به مدیریت مالی در زندگی خود جدی‌تر فکر کنید.

مزیت دیگر بودجه‌بندی پس از گذشت چند ماه شناسایی الگوهای هزینه‌ای است. شما متوجه می‌شوید که چه درصدی از درآمدها را صرف چه اموری می‌کنید.

در نهایت، اگر همچنان به باورهای غلط مطرح‌شده ایمان دارید و نمی‌خواهید ترکشان کنید، باید گفت که نرم‌افزارهای زیادی وجود دارد که به شما در بودجه‌بندی و حسابداری شخصی کمک می‌کنند و می‌توانید با استفاده از آن‌ها خود را از بی‌برنامگی در مدیریت مالی نجات دهید.

■ همیشه هزینه‌های ناگهانی وجود دارند،

پس چرا برای بودجه‌بندی زحمت بکشیم؟

قطعاً خیلی مسائل به‌طور غیرمنتظره اتفاق می‌افتند؛ اما به این معنی نیست که در بودجه‌ی شما خللی ایجاد می‌کنند. طبق تجربیات ما، همه‌ی اتفاقات آن‌طور هم که به نظر می‌رسند، غیرمنتظره نیستند. شما می‌دانید که فرزند دوستتان در ماه آینده به دنیا می‌آید، یا می‌دانید سررسید سالانه بیمه خودرویتان چه زمانی است یا می‌دانید تعطیلات عید هر ساله در چه تاریخی شروع می‌شوند. مطمئن شوید که در بودجه‌بندی خود این مسائل را در نظر گرفته‌اید.

اگر فکر می‌کنید که قطعاً هزینه‌های غیرمنتظره برایتان اتفاق می‌افتند، بهتر است یک دسته‌بندی برای هزینه‌های متفرقه یا روز مبادا در نظر بگیرید. با این کار زمانی که اتفاق غیرمنتظره‌ای رخ داد، از آن استفاده خواهید کرد. فقط به خاطر داشته باشید که از آن سوءاستفاده نکنید.

■ من در آمد خوبی دارم پس به بودجه‌بندی نیاز ندارم

اگر تصورتان این است که بودجه‌بندی فقط برای کسانی است که دخل و خرجشان به هم نمی‌خورد، تفکرتان را عوض کنید. مهم نیست که درآمد کمی داشته باشید یا میلیونر باشید، باید بدانید پولتان کجا می‌رود و خرج چه چیزی می‌شود.

همه‌ی افراد به بودجه‌بندی نیاز دارند. جالب است بدانید که بیشتر افرادی که درآمد خوبی دارند، پول زیادی ندارند!

اغلب افراد از بهانه‌هایی که برایتان شرح دادیم استفاده می‌کنند تا از بودجه‌بندی فرار کنند. اما شما مثل آن‌ها نباشید! شما این قدرت را دارید که پولتان را مدیریت کنید، تنها کاری که لازم است انجام دهید برداشتن اولین گام است!





مدیر پول خود باشید: برای مخارجتان برنامه‌ریزی داشته باشید

سومین گام برای مدیریت حساب، تنظیم یک برنامه برای هزینه‌هایتان است. در هر صورت شما برای کنترل مخارج باید بودجه‌بندی را یاد بگیرید. این‌جا دقیقاً همان نقطه‌ای است که کار اصلی شما شروع می‌شود؛ زیرا این «برنامه‌ی هزینه‌ها» است که امکان استفاده از پول را در مسیر رسیدن به اهداف اقتصادی به شما خواهد داد.

■ آیا بودجه‌بندی با برنامه‌مخارج تفاوت دارد؟

توصیه‌ی اکثر مشاوران اقتصادی برای مدیریت حساب، همان روش سنتی و قدیمی است که حول بودجه‌بندی می‌چرخد. اما اگر فقط کمی دقت کنید، بودجه‌بندی برای اکثریت افراد چندان راحت نیست. در حقیقت، بیش‌تر مردم فقط یک برنامه می‌نویسند که به آن‌ها بگویند: «راه ایدئال برای خرج کردن پول این است!» هم‌چنین با این‌که این برنامه شامل مصارف شخصی آن‌ها می‌شود، ذره‌ای با زندگی واقعی‌شان انطباق ندارد. برنامه‌ی مخارج هرچند در ظاهر شبیه به بودجه‌بندی است؛ اما در واقع با آن تفاوت‌های زیادی دارد. برخلاف بودجه‌بندی‌های معمول، یک برنامه‌ی هزینه‌ی خوب بر اساس واقعیت طراحی شده است و قرار نیست مخارج شما را در هیچ زمینه‌ای محدود کند.

یک برنامه‌ی هزینه‌ی ایدئال نشان‌دهنده‌ی روش خرج کردن شماست. اگر این مدل خرج کردن را دوست ندارید، کافی‌ست آن را اصلاح کنید و سپس برنامه‌ی خود را طبق همان تغییر دهید تا چیزی را که می‌خواهید نشان دهد.

■ تنظیم برنامه‌مخارج

هر چقدر که فکر می‌کنید لازم است برای تنظیم این برنامه وقت بگذارید. ممکن است کامل شدن این برنامه حتی چندین ماه هم طول بکشد. مسیری را که پول‌تان در آن خرج می‌شود دنبال و آن را ثبت کنید.

مشخص کنید که برای هر موردی که نوشته‌اید، در ماه چقدر خرج می‌کنید و این عدد را

در ستون روبه‌روی آن یادداشت کنید. برخی هزینه‌ها مثل بیمه‌ی منزل و مالیات سالی یک‌بار انجام می‌شوند، این مبالغ را بر ۱۲ ماه تقسیم کنید تا میانگین‌شان را به‌دست آورید. این مسیر را دنبال کنید تا بدانید پول‌تان دقیقاً کجا تمام می‌شود. مبالغ پس‌انداز و بازنشستگی خود را نیز (البته اگر از آن‌ها استفاده می‌کنید) اضافه کنید.

■ ارزش واقعی تنظیم برنامه

همان‌طور که راجع به چک کردن ماهانه‌ی ارزش خالص گفتیم، برنامه‌ی هزینه هم یکی از عناصر مهم در موفقیت اقتصادی است. بسیاری از افراد هیچ اطلاعی از نحوه‌ی خرج شدن پول‌هایشان ندارند. با اطلاعاتی که در دست دارید، در واقع می‌توانید برای ایجاد تغییرات احتمالی در خرج کردن پول‌تان اقدام کنید.





پول علف خرس است / نیست؟!؟

www.alafkhers.com



کمک های کوچک برای کارهای بزرگ

ما را در بهبود شرایط زندگی بیماران هموفیلی کمک نمایید

با پرداخت حداقل ده هزار تومان در این امر خیرخواهانه مشارکت نماییم

***737*859#**



هموفیلی

کانون هموفیلی ایران

Iranian hemophilia society

World Federation of Hemophilia



<https://hemophilia.org.ir>