

# راهنماک سرمایه‌گذارک

سال پنجم / شماره ۵۰۵ / اسفند ۱۳۹۹  
قیمت: ۴۵ هزار تومان

ماهنامه اجتماعی اقتصادی

تله‌های  
روان‌شناختی که  
سدراه موفقیت  
مالی شما هستند



چگونه یک کنشگر شویم

■ چرا باید به کودکانمان

پول نقد بدهیم؟

■ به پای یک برند پیر

نشوید!





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.50

# راهنمای سرمایه‌گذاری

ماهنامه اجتماعی اقتصادی



عَلْفَکَرَس

a l a f k e r s

## ماهنامه راهنمای سرمایه‌گذاری

اسفند ۹۹ / سال پنجم / شماره ۵۰

مدیر هنری: سمیرا هژبری  
ویراستار: فاطمه هدیه‌لو  
هیئت تحریریه: فاطمه هدیه‌لو  
محمد سجاد علی مددی

صاحب امتیاز: موسسه غیر تجاری راهنمای اندیشه  
هدفمند با شماره ثبت ۴۹۲۶۵ (موسسه فرهنگی دیجیتال)  
مدیر مسئول: سید محمدباقر غروی نخجوانی  
سر دبیر: ملیحه خیر خواه



### قلک

چرا باید به کودکان پول نقد بدهیم؟..... ۴  
تأثیر عوامل دیجیتال بر مسئولیت‌های مالی والدین..... ۸

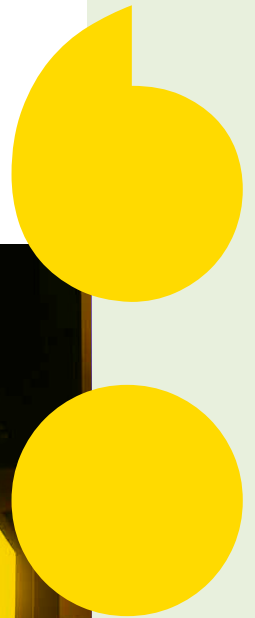
### ورود آقایان ممنوع

زنان همچون مردان می‌توانند پول را مدیریت کنند؛ اگر ..... ۱۲  
زنان درباره پول بهتر عمل می‌کنند یا مردان؟..... ۱۴

### پشت پرده خرید

به پای یک برند پیر نشوید!..... ۱۸

تسلط



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

۲۲..... ولع سیری ناپذیری، یک خواسته‌ی خوشایند یا خطرناک؟  
۲۶..... چگونه یک کنشگر شویم.....

## ■ دانستنی‌های مالی

۲۹..... چگونه مستر پی ثروتش را از ۱۰ هزار دلار به ۲۵۰ میلیون دلار رساند؟

## ■ دودوتا چهارتای زندگی

۳۰..... تله‌های روان‌شناختی که سد راه موفقیت مالی شما هستند.....





## چرا باید به کودکانمان پول نقد بدهیم؟

نتایج تحقیقات متعددی نشان می‌دهد که کودکان اطلاعات مالی خود را بیش از هر منبع دیگری، از طریق والدین‌شان می‌آموزند. فرایند انتقال دانش مالی به فرزندان را «اجتماعی شدن مالی» نیز می‌نامند. «اجتماعی شدن مالی» کودکان بر دو چیز تمرکز دارد: نخست، الگوی رفتاری والدین برای فرزندشان و دیگر چیزهایی که پدر و مادرها به‌طور مستقیم به کودکان‌شان می‌آموزند. «اشلی لبارون»، دانشجوی دکترای دانشگاه آریزونا، در تحقیقات خود سعی دارد تا نگاه عمیق‌تری به بُعد سوم این موضوع مهم داشته باشد: اهدای پول فیزیکی به دست کودک، تا به‌وسیله‌ی آن، به تمرینات مدیریت پول بپردازد.

### ■ به کودکانان اجازه خطا کردن بدهید

لبارون می‌گوید: «اگر برای اولین بار است که کودک‌تان قصد استفاده از کارت بانکی را دارد یا مجبور به کار یا پس‌انداز برای خرید هدف خاصی شده یا اولین بار است که صاحب حساب بانکی شده، زمان خوبی جهت آموزش به او نیست. والدین می‌بایست تجربیات مادی مناسب سن کودکان‌شان را هنگامی که در حال مشاهده‌ی آن‌ها هستند، در اختیارشان بگذارند. به فرزندان‌تان اجازه دهید تا مرتکب خطا شوند. از این طریق می‌توانید به آن‌ها بفهمانید تا از آن اشتباه درس گرفته و به پروراندن عادات خوب آن‌ها کمک کنید، تا قبل از آن‌که روی پای خودشان بایستند، کاملاً آماده باشند. در زمان بزرگسالی پیامدهای خطای مالی بسیار شدیدتر خواهد بود و آن‌ها

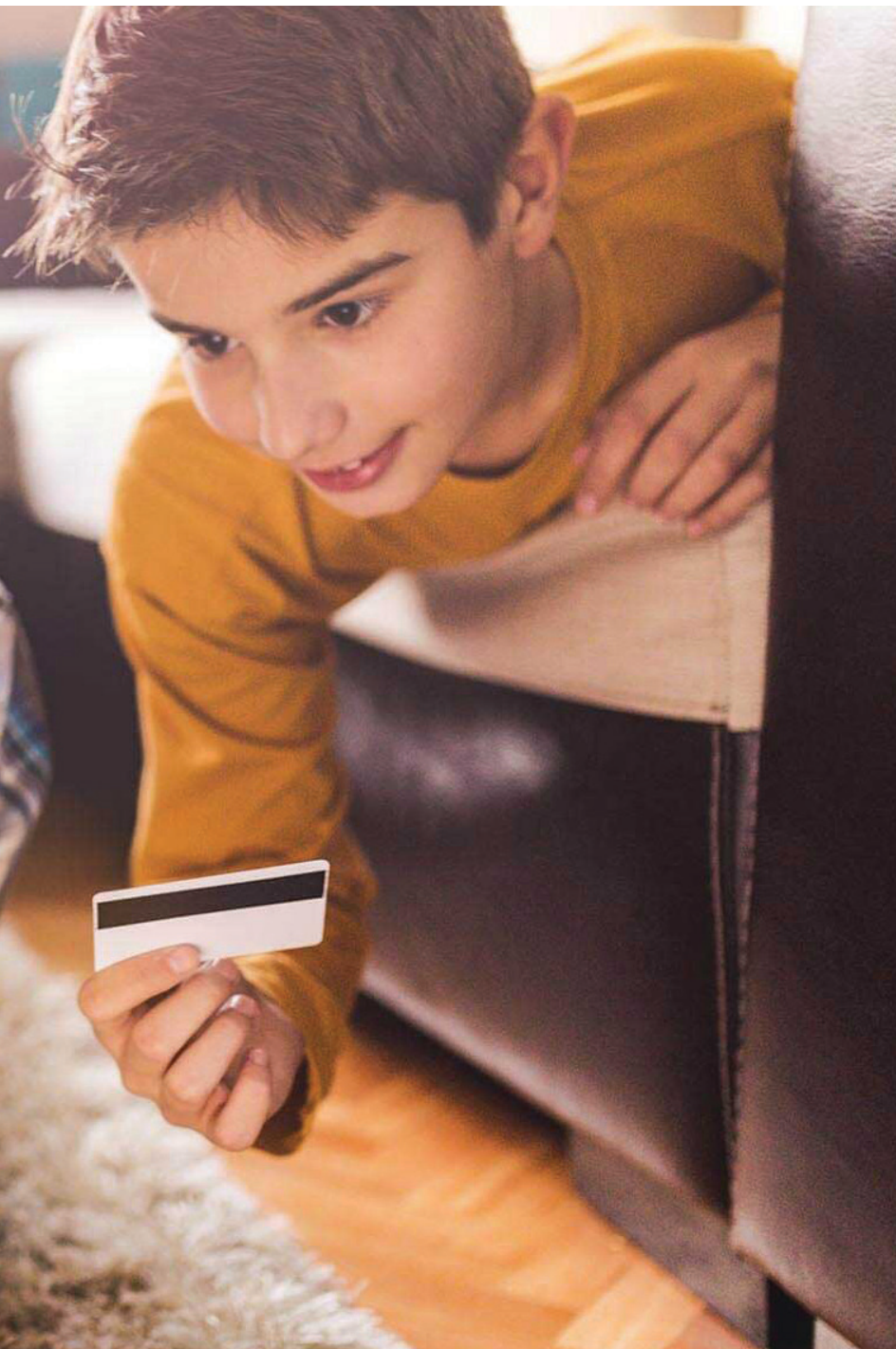
آخرین مقاله‌ی لبارون، با عنوان «با تمرین به بهترین‌ها دست می‌یابیم»، درباره‌ی اهمیت تجربه‌ی دنیای حقیقی با اعطای پول نقد به کودکان، جهت کمک به آماده‌سازی مالی آن‌ها در بزرگسالی است. لبارون در این مقاله پیشنهاد می‌دهد که کارشناسان باید در آینده، این‌گونه آموزش تجربی را به‌عنوان سومین نکته‌ی کلیدی به‌منظور اجتماعی شدن مالی کودکان در نظر بگیرند.

والدین می‌توانند با استفاده از پول نقد، به روش‌های گوناگونی با کودک‌شان به تمرین مدیریت پول بپردازند: آن‌ها می‌توانند به فرزندان‌شان مقداری پول توجیبی بدهند؛ در راستای انجام فعالیت‌های فراتر از وظایف‌شان در محیط خانه، به آن‌ها پول بپردازند؛ برای تشویق نمرات خوبشان، پاداش در نظر بگیرند یا آن‌ها را تشویق کنند پول خود را برای دست‌یابی به هدف‌هایی مانند اعمال خیر پس‌انداز کنند.

لبارون معتقد است که جزئیات این موضوع و هم‌چنین میزان پولی که به کودک می‌دهید، اهمیتی چندانی ندارد؛ زیرا موقعیت مالی هر خانواده با دیگری تفاوت دارد. مهم‌ترین نکته‌ای که والدین می‌بایست به یاد داشته باشند آن است که تا دیر نشده، تجربیات عملی خود با پول را در اختیار کودک‌شان بگذارند.

اجتماعی کردن مالی کودکان بر سه اصل مهم متمرکز است: نخست، الگوی رفتاری والدین برای فرزندان‌شان است، دیگر چیزهایی که والدین به صورت مستقیم به کودکان‌شان می‌آموزند و سوم هم اهدای پول فیزیکی به دست کودک است تا به‌وسیله‌ی آن، به تمرینات مدیریت پول بپردازد.





مجبورند تا با مقدار سنگین تری از پول دست‌وپنجه نرم کنند.»  
لبارون به همراه همکارانش در دانشگاه «بریگ‌هام»، با ۱۱۵ شخص مختلف، که شامل ۹۰ دانشجوی بین ۱۸ تا ۳۰ سال و همچنین تعدادی از والدین و پدربزرگ‌های آن‌ها می‌شد، مصاحبه کردند. در این تحقیق، از دانشجویان سؤال شد که والدین‌شان چه نکاتی و از چه روشی مسائل مالی را به آن‌ها آموخته‌اند. از والدین نیز پرسیده شد که چه چیزهایی و از چه طریقی به کودکان‌شان درباره‌ی پول آموزش می‌دهند. اغلب شرکت‌کنندگان اذعان کردند که در دوران کودکی‌شان تجربیات فیزیکی با پول داشته‌اند و به نظرشان کسب آن تجربیات، تأثیر فراوانی در آمادگی فعلی آن‌ها جهت مدیریت پول گذاشته است. آن دسته از شرکت‌کنندگانی که در کودکی تجربه‌ی کافی با پول نداشته‌اند نیز افسوس می‌خورند که کاش تجربه‌ی بیش‌تری را در این زمینه کسب می‌کردند.

بر طبق نتایج حاصل از این مصاحبه، لبارون و دستیارانش سه دیدگاه کلی را پیرامون آموخته‌هایی که شرکت‌کنندگان از تجربیات مالی‌شان در سنین کودکی به دست آورده‌اند، مشخص کردند: آن‌ها از این طریق یاد گرفتند که چطور سخت‌کوش باشند؛ چطور پول‌شان را مدیریت و به‌صورت عاقلانه خرج کنند. محققین هم‌چنین از صحبت‌های والدین، به سه دلیل اصلی آن‌ها را برای در اختیار کودکان گذاشتن پول، جهت آموزش مدیریت پول، دست یافته‌اند: مهارت‌های مالی را به آن‌ها بیاموزند؛ ارزش‌های مادی را به آن‌ها نشان دهند و نحوه‌ی صحیح دستیابی به استقلال را پیش‌روی‌شان بگذارند.

لبارون می‌گوید به این دلیل جذب مطالعه‌ی «اجتماعی شدن مالی» کودکان شده است؛ زیرا مدام جملات کلیشه‌ای را درباره‌ی آن‌که نوجوانان رابطه‌ی بدی با پول دارند، از بزرگسالان می‌شنید. او به‌تدریج به این فرضیه رسید که ممکن است نسل جوان‌تر به‌قدر کافی با پول (به‌صورت فیزیکی) سروکار نداشته و بنابراین، تجربیاتش در این زمینه نسبت به والدین خود و والدین نسل قبل، بسیار پایین‌تر باشد.

در حالی‌که لبارون اطلاعات کافی جهت شفاف‌سازی تفاوت نسل‌ها در موضوع

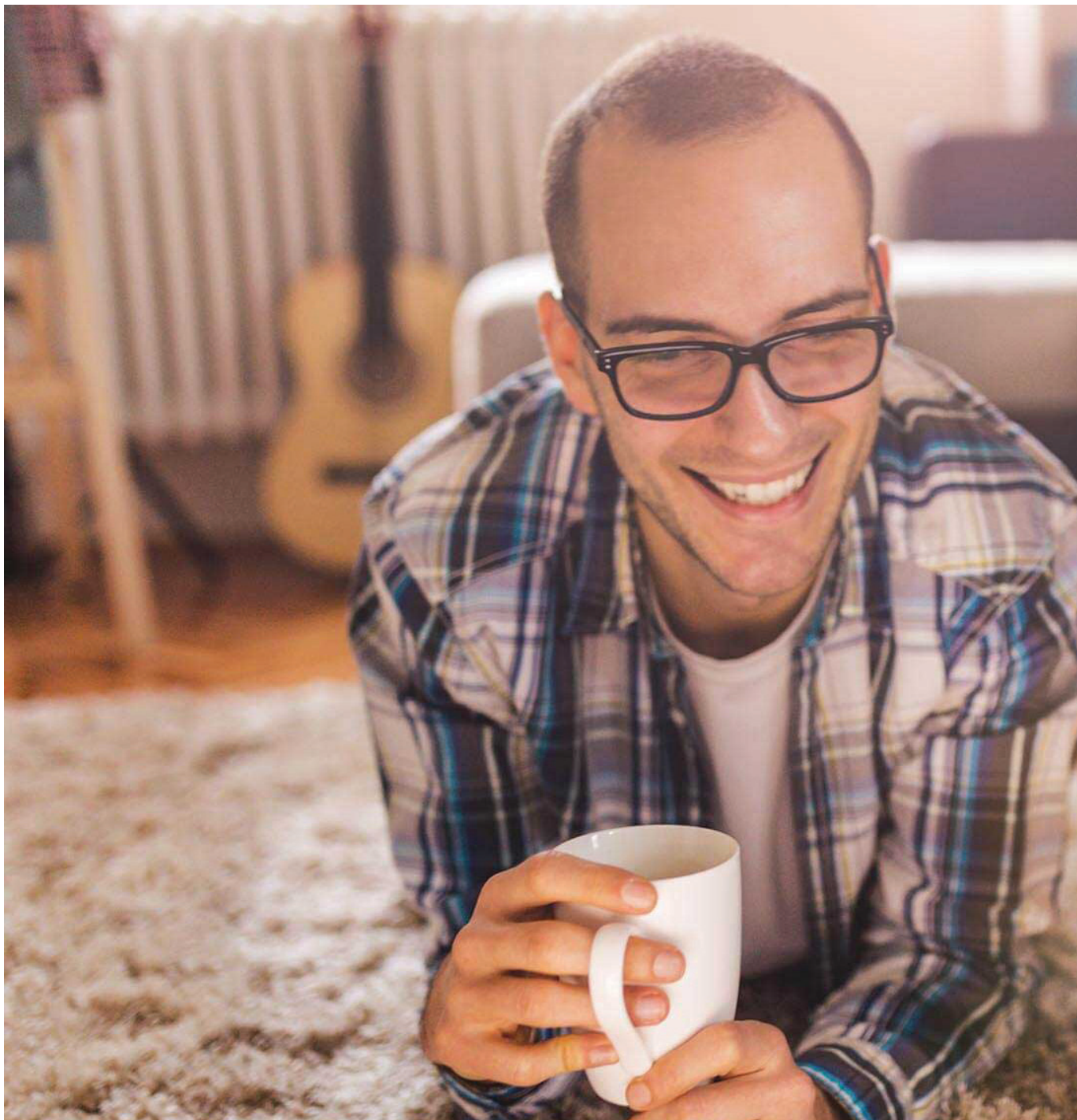
پول در دست ندارد، حدس می‌زند که بسیاری از والدین امروزی ممکن است برای پول دادن به کودک‌شان، اعتماد کافی نداشته باشند و این امر از نظر او، بدترین قسمت ماجرا است.

لبارون در این باره می‌گوید: «به عقیده‌ی من گاهی برای والدین سخت است که به فرزندان‌شان اجازه‌ی ارتکاب خطا بدهند.

سپر بلا شدن درمورد هر چیزی که به پول مربوط می‌شود، امری غریزی برای والدین به شمار می‌رود؛ اما آن‌ها می‌بایست هر چه زودتر پول را در دست کودک‌شان قرار دهند تا او فرصت درگیر شدن با پول را داشته باشد، سپس به مدیریت پولش بپردازد و در نهایت، چگونگی خرج کردن عاقلانه آن را بیاموزد.»

والدین می‌توانند به بهانه‌های مختلف پول نقد در اختیار کودکان خود بگذارند. جزئیات این موضوع و هم‌چنین میزان پولی که به کودک می‌دهید، اهمیتی چندانی ندارد؛ زیرا





دهند، فرزندان‌شان شانس بالایی جهت آموختن دروس مهم مربوط به پول خواهند داشت.»

بسیاری از والدین امروزی ممکن است درمورد پول دادن به کودک‌شان، اعتماد کافی نداشته باشند و این موضوع، بدترین قسمت ماجرا است.

والدین باید فرصت اشتباه کردن به کودکان بدهند تا آن‌ها از این طریق بتوانند مهارت‌های مدیریت پول را بیاموزند.

موقعیت مالی هر خانواده با دیگری تفاوت دارد.

مهم‌ترین نکته‌ای که والدین می‌بایست به یاد داشته باشند آن است که تا دیر نشده، تجربیات عملی خود با پول را در اختیار کودک‌شان بگذارند.

### ■ شانس کودکان‌تان را برای موفقیت در آینده بالا ببرید

لبارون توصیه می‌کند که والدین با الگو قرار دادن خود، توضیحات و تجربیات کافی را درباره‌ی پول در اختیار فرزندانشان گذاشته و هرچه زودتر به آن‌ها درباره‌ی پول آموزش دهند. نتایج پژوهش‌های لبارون نشان می‌دهد: «بهترین راه دست‌یابی به این هدف، ترکیب سه نکته‌ی مهم با یکدیگر است: والدین می‌بایست الگوی خوبی برای فرزندشان باشند؛ بحث‌های آزاد و مستمر درمورد پول داشته باشند و فرصت تمرین با پول را به کودکان‌شان بدهند. اگر والدین این سه مورد را انجام



# تأثیر عوامل دیجیتال بر مسئولیت‌های مالی والدین

عادات درست مالی دو دهه قبل، همچنان عاداتی خوبی به شمار می‌روند و ما می‌بایست نکات مهمی را که در دل آن‌ها نهفته‌اند، به کودکانمان آموزش بدهیم. از سویی، تکنولوژی باعث شده تا طرز نگرش جامعه به پول و بهره‌وری از آن تغییر کند. این موضوع سبب یک «حواس‌پرتی دیجیتالی» بر وظایف ما به‌عنوان والدین شده است و نشان می‌دهد که اگرچه عادات مالی دهه‌های گذشته لازم است؛ اما به تنهایی کافی نیست.



### ■ ماهیت پول از گذشته تا به حال فرقی نکرده است

پول همواره یک ابزار جهت دادوستد بوده و هست. اگرچه پول در طول تاریخ به صورت کاغذ، سکه، صدف و گلبرگ وجود داشته، اما ماهیت ذاتی آن، همان ابزار دادوستد باقی مانده است. این ماهیت پنجاه سال پیش همین بوده، امروز نیز همان است و در آینده نیز تغییری نخواهد کرد.

درحالی‌که ماهیت پول همواره یکسان بوده، شکل ظاهری پول در طول زمان دست‌خوش تغییر شده است و در آینده نیز تغییر خواهد کرد. چندین قرن قبل، از صدف‌های دریایی و گلبرگ‌هایی خاص به‌عنوان پول استفاده می‌کردند؛ امروزه اما به‌شکل کاغذ و سکه درآمده است. در آینده نیز به نظر می‌رسد ارزهای مجازی فراگیرتر شوند.

### ■ دلایل زیادی برای دیجیتالی شدن پول وجود دارد:

■ **سهولت:** نیازی نیست که قبل از خرید در صف برداشت حساب بمانیم. هیچ احتیاجی به کش‌مکش‌های مربوط به پول خرد نداریم؛ نیازی به بانک رفتن جهت واریز حقوق به حساب‌مان نیست؛ زیرا امروزه به‌راحتی و با چند کلیک، خریدمان را انجام می‌دهیم. هم‌چنین کارمندان امروزی با وجود تراکنش‌های آن‌لاین، حقوق خود را به‌صورت الکترونیکی دریافت می‌کنند.

### ■ عدم محدودیت: دیگر احتیاجی برای

سفر به آن سوی شهر برای خرید چیزی نداریم؛ با چند کلیک تقریباً هرآن‌چه می‌خواهیم، می‌خریم.

### ■ آنی بودن: به‌جای پرداخت از طریق

پول نقد، انتقالات آن‌لاین بانکی، تقریباً عملیات پرداخت را آنی کرده‌اند.

امروزه بسیاری از تراکنش‌ها پولی به‌شکل نامحسوس انجام می‌شوند. ما با خرید از طریق کارت‌های بانکی، به‌صورت آن‌لاین به حساب یک‌دیگر پول انتقال می‌دهیم. با این‌حال، هنوز یک عدم کفایت در سیستم فعلی‌مان، خصوصاً در تراکنش‌های بین‌المللی وجود دارد. برای مثال جهت انتقال پول به یک حساب بانک خارجی مجبوریم تا از کدها و شاخص‌های ارزی خاص استفاده کنیم.



را با خود و خانواده‌مان تمرین کنیم. در ادامه، برخی از تغییرات دیجیتالی امروزی را معرفی می‌کنیم:

#### ■ خرید و فروش وسایل خانه

مردم در گذشته برای فروش وسایلی که دیگر از آنها استفاده نمی‌کردند، مجبور بودند تا به فروشگاه‌های لوازم دست‌دوم محله‌شان بروند. حال و در عصر دیجیتال، این فرایندها از طریق سایت‌ها و نرم‌افزارهای گوشی تلفن همراه، بسیار آسان‌تر، سریع‌تر و ارزان‌تر شده‌اند.

#### ■ مقایسه قیمت کالاهای مختلف و خرید

در گذشته برای خرید و تحقیق درباره‌ی وسایل مورد نیازمان، مجبور به حضور فیزیکی در فروشگاه‌ها یا مطالعه‌ی

تمام این کارها زمان می‌برند (راحت نیستند)؛ بنابراین هنوز تراکنش‌های مالی‌مان دقیقاً بدون مرز و تحقیقاتی نیستند. تکنولوژی «بلاک‌چین» و «ارز دیجیتال» پتانسیل بی‌نقص ساختن این فرایند را در آینده دارند. ظاهر پول در آینده به احتمال فراوان به شکل دیجیتالی خواهد بود. پول نهایتاً تبدیل به یک ابزار نامحسوس خواهد شد. تغییرات جامعه در همه‌ی عرصه‌ها ضرورت بازنگری در شیوه‌های آموزش نسل‌های جدید را ضروری ساخته است. بنابراین ممکن است بسیاری از آموزش‌هایی که ما در گذشته درباره‌ی پول دیده‌ایم برای نسل‌های جدید کارایی نداشته باشد. در دنیای دیجیتالی‌شده‌ی امروز آموزش مالی به کودکان الزامات و پیچیدگی‌های خاص خود را دارد.

#### ■ عادات صحیح مالی: همان قواعد همیشگی، اما به شکلی دیگر

«درآمد»، «پس‌انداز» و «خرج کردن» سه عادت ریشه‌ای مربوط به پول‌اند؛ این موارد عاداتی هسته‌ای‌اند که می‌بایست به نحوی به دست‌شان بیآوریم. اگرچه، طریق کسب هر کدام از این عادات نیازمند تغییرات توأمان جامعه و پول است.

از نظر روانشناسی به‌طور میانگین، وقتی یک الگوی رفتاری را ۶۶ بار تکرار کنیم، در نهایت تبدیل به یک عادت می‌شود. طریق شکل‌دهی عادات پولی بستگی به روش استفاده‌مان از آن، در جامعه دارد. مادامی که جامعه تغییر می‌کند، الگوی رفتاری ما با پول نیز می‌بایست با این تغییرات وفق پیدا کند؛ بنابراین می‌بایست طریقه رفتارمان

پرداخت حقوق و دستمزدهای ما به صورت آن لاین و در کمترین زمان ممکن انجام می شود. بنابراین نیازی نیست برای واریز حقوق مان به بانک برویم، بلکه تنها برای برداشت آن به بانک سر می زنیم. پلتفرم های آن لاین، نحوه ی پس انداز ما را سریع تر و بهینه تر ساخته اند.

### ■ تمامی این ها به چه معنا است؟

پیش زمینه ی مشترک تمامی مثال های بالا به ما نشان می دهد که تراکنش های مالی با سرعت بالا به سوی آن لاین شدن پیش می روند. این امر سبب ایجاد چالش سختی در وظایف ما جهت پرورش عادات صحیح مالی در فرزندان مان شده است. دادوستدهایی که در گذشته آموخته ایم، و تمریناتی که جهت کسب عادات صحیح مالی انجام داده ایم، با امروز تفاوت دارند.

مادامی که روش بهره روری جامعه از پول تغییر می کند، ما نیز می بایست روش آموزش عادات درست مالی به کودکان مان را تغییر دهیم. اغلب چیزهایی که ما در زمان کودکی آموخته ایم به درد کودکان مان نمی خورند. به عبارت دیگر، تکنولوژی سبب شده تا وظایف ما در تربیت مالی فرزندانمان دچار چالش شود.

ما دیگر نمی توانیم از تراکنش های «آفلاین» جهت آموزش مسائل مالی به کودکان مان استفاده کنیم، زیرا این نوع تراکنش ها کم کم رو به ناپودی می روند. هم چنین نمی توانیم به کلی، تمام وقایع مالی کودکان مان را به شکل آن لاین در آوریم. هنوز تراکنش هایی وجود دارند که به صورت آفلاین انجام می گیرند، وظیفه ی والدین در این شرایط این است که یک راه مناسب جهت حفظ تعادل در معاملات آفلاین و آن لاین پیدا کنند. در عین حال می بایست عمدتاً دروس و عادات خوب مالی را به فرزندان شان یاد بدهند.

در آینده، تحقیقات و نکات بیش تری را درباره ی چگونگی ادامه ی آموزش های والدین به منظور پرورش عادات خوب کودکان در عصر دیجیتال در اختیارتان می گذاریم. از نظر روانشناسی به طور میانگین، وقتی یک الگوی رفتاری را ۶۶ بار تکرار کنیم، در نهایت، تبدیل به یک عادت می شود. روش شکل دهی عادات پولی بستگی به روش استفاده مان از آن، در جامعه دارد. مادامی که جامعه تغییر می کند، الگوی رفتاری ما با پول نیز می بایست با این تغییرات وفق پیدا کند. بنابراین می بایست روش رفتارمان را با خود و خانواده مان تمرین کنیم.



کاتالوگ های تبلیغاتی بودیم. امروز اما تقریباً تمام مایحتاج را می توان به راحتی از طریق وبسایت های مختلف به صورت آن لاین تهیه و با مقایسه ی قیمت های کالای مختلف بهترین قیمت و کیفیت را انتخاب کرد.

### ■ نحوه پس انداز

در گذشته پرداخت حقوق ها به طور تمام و کمال توسط اسکناس و سکه صورت می گرفت. ما مجبور بودیم تا این پول های نقد را نزد خود نگاه داشته، سپس به حساب بانکی مان واریز کنیم. این امر مشکلات فراوانی داشت. برای مثال ممکن بود در هنگامی که قصد واریز به حساب مان را داشتیم، بانک تعطیل شود. اما امروزه نحوه ی پرداخت ها به سوی دیجیتالی شدن پیش می رود.

# زنان همچون مردان می توانند پول را مدیریت کنند: اگر جامعه بگذارد



ارائه این تصویرها از زن‌ها موجب شده است که این تصاویر بازتابی از زندگی واقعی زنان به نظر برسند؛ اما در واقعیت این‌طور نیست. این‌طور نیست که زنان به‌علت نشان رفتار درست با پول را بلد نباشند، همان‌طور که زن مردان، علت رفتار درست آن‌ها با پول نیست. چنین تصورات اشتباهی درباره زنان، نقش بسیار مهمی را در تجربه‌های مالی زنان و حتی در روابطشان ایفا می‌کند. برخی تحقیقات اثبات کرده‌اند دیدگاه‌های منفی همسران نسبت به نحوه مدیریت مالی شریک زندگی‌شان، می‌تواند منجر به مشکلات زناشویی شود، صرف نظر از این‌که این دیدگاه منفی درست است یا خیر.

تصوری که در جوامع درمورد ارتباط زنان و پول و نحوه مدیریت امور مالی آن‌ها شکل گرفته، حاوی این پیام است که زنان نمی‌دانند با پول چگونه رفتار کنند. این مسئله آن‌قدر فراگیر است که در بسیاری از فیلم‌ها، سریال‌ها و کتاب‌ها، زنان به گونه‌ای بازنمایی شده‌اند که بیش از حد تحت تأثیر فرهنگ مصرف‌گرایانه قرار دارند و با خریدهای غیرضروری خودشان یا همسرشان را در فشار مالی قرار می‌دهند. بعضی از بازنمایی‌ها نیز به‌نحوی است که در آن زنان، با این‌که همواره بیش از حد کار می‌کنند و با وجود از خودگذشتگی، همیشه فقیر و زیر بار قسط هستند.

## ■ زنان با پول رابطه خوبی ندارند؟

همانند بسیاری از موضوعات دیگر مرتبط با زنان، معمولاً در جوامع به دلایل فرهنگی، تصویری منفی از زنانی که به مسائل مالی اهمیت می‌دهند، وجود دارد. جمله «زنان با پول رابطه خوبی ندارند»، به آسانی و به دفعات ممکن است به کار برده شود؛ اما معنایی که در پس این جمله نهفته است، به‌طور غیرمستقیم به این موضوع اشاره می‌کند که زنان موجوداتی بیش از حد عاطفی هستند یا حتی فراتر از این، افراد احساسی نمی‌توانند امور مالی خانواده را مدیریت کنند یا نمی‌توانند تصمیم‌گیری عاقلانه‌ای راجع به مسائل اساسی (مثلاً یک خرید بزرگ) داشته باشند، در نهایت، نتیجه‌گیری این خواهد شد که زنان باید توسط مردان حمایت شوند. بنابراین، مردان باید مدیر مسائل مالی باشند؛ مسائلی که نقش مهمی در هر خانواده بازی می‌کند. پول همیشه منبع اصلی قدرت بوده و هست. به همین دلیل است که ظاهراً این موضوع با مردان بیشتر گره خورده تا زنان. چنین برداشتهایی در مورد زنان در طی تاریخ شکل گرفته است. به‌عنوان مثال، داستان ماری آنتوانت؛ داستان ملکه‌ای که به خوشگذرانی و ولخرجی معروف بود و با شکستن هنجارها، کارهایی می‌کرد که در آن زمان مختص مردان بود و به همین دلیل شدیداً از او انتقاد می‌شد. درباره او گفته می‌شد که به‌عنوان یک ملکه، درکی از وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم نداشت او به «مادام کسری بودجه» معروف شده بود. آنچه ما از دوران ماری آنتوانت می‌دانیم این است که مردم فرانسه بسیار فقیر بودند، طوری که حتی پول خرید نان هم نداشتند. زمانی که به

ملکه گفتند مردم نان برای خوردن ندارند او پاسخ داد اگر نمی‌توانند نان بخورند، به جایش کیک بخورند. اگرچه این حرف در هیچ جا مستند نشده که توسط ماری آنتوانت زده شده است؛ اما تأییدی است بر این که زنان در مدیریت امور مالی ضعیف هستند. آنچه مستندات نشان می‌دهد این است که ماری آنتوانت، در واقع، در مقایسه با دیگر مقامات، توجه بیشتری به فقرا نشان می‌داد. با این وجود سعی کرده‌اند حتی اقدامات مثبت او را این‌گونه توجیه کنند که او به‌عنوان ملکه باید حفظ ظاهر می‌کرد. به‌عنوان یک مثال مدرن‌تر، تا سال ۱۹۷۴ میلادی، بانک‌ها زنان را وادار می‌کردند تا برای گرفتن وام‌های خود، مردان را به‌عنوان ضامن همراه داشته باشند، فارغ از وضعیت مالی و درآمد زن. قرن‌ها این ایده رایج بود که به‌طور قطع هر مردی بهتر از یک زن می‌تواند مسئولیت حسابداری وام را مدیریت کند. حتی اکنون هم زنان در مورد پول کمتر آموزش داده می‌شوند و به‌طور کلی تشویق نمی‌شوند که درباره پول صحبت کنند. این امر ممکن است احساس خودکم‌بینی در زنان ایجاد کند که منجر می‌شود زنان باور کنند نظراتشان در مسائل مالی به‌اندازه مردان ارزشمند نیست.

## ■ تفاوت دستمزد را فراموش نکنید!

تأثیر اختلاف دستمزد حاصل از جنسیت، بر زندگی مالی زنان، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این مسئله در اکثر کشورها صادق است. قوانین، گرچه برابری دستمزد زنان و مردان را مصوب کرده است؛ اما هر جا که نظارت قانون کمتر باشد، از زنان فقط به‌عنوان نیروی کار ارزان‌تر استقبال می‌شود. مطالعات نشان داده‌است که به‌طور میانگین زنان بهتر از مردان پول خود را مدیریت می‌کنند. مشکل اینجاست که اعتماد به‌نفس کافی برای به‌کار بردن استراتژی‌هایشان را ندارند. از سوی دیگر، مردان معمولاً بدهی وام‌هایشان را سریع‌تر می‌پردازند و پس‌انداز بیشتری برای روز مبادا و برای بازنشستگی‌شان دارند؛ مسائلی که دقیقاً به‌طور مستقیم به درآمد شخص مرتبط است؛ زیرا مردان درآمد بیشتری دارند.

مطمئناً اعتماد به‌نفس به‌طور خودکار پول ایجاد نمی‌کند؛ ولی درک فرد را بالا می‌برد و نداشتن آن همچون مانعی برای زنانی است که اهداف مالی دارند. وقتی که بدترین تصورات را راجع به توانایی‌های مالی خود داشته باشید، مسلماً باور داشتن تصورات و اهداف مالی، کار دشواری است.

به توانمند کردن خود فکر کنید و سعی کنید با افزایش اعتماد به‌نفس، تصورات و برداشتهای اشتباه جامعه را درباره عملکرد خود به‌عنوان یک زن نادیده بگیرید و از آن‌ها نهراسید. نگاهتان روبه‌جلو و تکیه‌تان به توانایی‌ها و تلاش خود باشد. مشاهده و الگو قرار دادن زنان موفق دلگرمی بزرگی است برای این‌که باور کنید شما نیز می‌توانید.

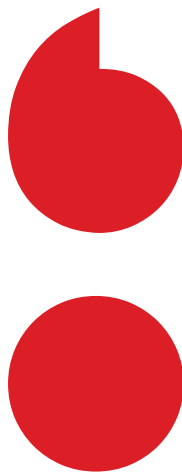
مطمئناً اعتماد به‌نفس به‌طور خودکار پول ایجاد نمی‌کند؛ ولی درک فرد را بالا می‌برد و نداشتن آن همچون مانعی برای زنانی است که اهداف مالی دارند. وقتی که بدترین تصورات را راجع به توانایی‌های مالی خود داشته باشید، مسلماً باور داشتن تصورات و اهداف مالی، کار دشواری است.





## زنان درباره پول بهتر عمل می کنند یا مردان؟

زمان‌های زیادی این باور غلط که زنان به‌نحوی رابطه‌شان با پول خوب نیست، تمام اذهان، بازار و رسانه‌ها را پر کرده بود. نصیحت‌هایی که بر اساس این طرز دید غلط داده می‌شد بیان می‌کرد که زنان اشتباه می‌کنند و اگر کمی سفت و سخت‌تر مذاکره کنند، ریسک بیشتری کنند و به‌طور خلاصه بیشتر شبیه مردان رفتار کنند، ممکن است موفق شوند؛ اما این هم بخشی از باورهای غلط در مورد رابطه‌ی زنان و پول است. باورهای اشتباه دیگری نیز وجود دارد که در اینجا به آن‌ها خواهیم پرداخت.





بگیرند تبعیض و جهت‌گیری ناخودآگاه در وجود این شکاف نقش دارند. البته برخی منتقدان توضیح دیگری را ارائه کرده‌اند: اگر اختلاف دستمزد به این دلیل باشد که زنان درخواست حقوق بیشتر نکرده‌اند چه؟

این باور اشتباه مسئولیت را بر دوش زنان می‌گذاشت تا بیشتر و سخت‌تر مذاکره کنند، جرئت بیشتری داشته باشند و در محیط کاری مردمحور، بیشتر شبیه مردان باشند. حقیقت این است که زنان نیز هم‌اندازه مردان درخواست افزایش حقوق می‌کنند، منتها به همان اندازه مورد توجه قرار نمی‌گیرند.

**هلن اولن (Helain Olen) نویسنده کتاب پوندد احمق: افشای جنبه تاریک صنعت امور مالی شخصی، بخش‌های تاریک صنعت امور مالی شخصی را توضیح می‌دهد. او می‌گوید: «این اتفاق به‌خاطر این نیست که زنان برای مبلغ کمتر درخواست می‌کنند. بلکه به زنان پیشنهاد مبلغ کمتری می‌شود و زنان بیشتر از بقیه هنگامی که درخواست مبلغ بیشتری کنند، درخواستشان رد می‌شود.»** برخلاف باور معمول که زنان کمتر مذاکره می‌کنند، حقیقت این است که آن‌ها درخواست می‌کنند، اما به آن نمی‌رسند.

زنان یک‌چهارم کمتر از بقیه افزایش حقوق دارند، حتی اگر همان مبلغ را درخواست کرده باشند. مهم است که ما این جهت‌گیری‌های ناخودآگاه را ریشه‌یابی کنیم و پیشرفت‌ها و

سیاست‌های خود را به کار گیریم تا به یک حرکت موثر ختم شود. احتمالاً شما هم این آمار نخنما و تکراری را شنیده‌اید: اگر مردان برای شغلی درخواست دهند، حتی اگر ۶۰ درصد شرایط را داشته باشند درخواستشان قبول می‌شود، اما اگر زنان درخواست دهند، تنها زمانی درخواستشان قبول می‌شود که ۱۰۰ درصد شرایط را داشته باشند. این اطلاعات از یک گزارش داخلی و محرمانه طی مصاحبه خصوصی با مأموران اجرایی در یک شرکت بزرگ به دست آمده است.

### ■ زنان سرمایه‌گذاران بدی هستند

تحقیقی که با موضوع زنان و پول انجام شده، نشان داده است که تنها ۹ درصد از زنان فکر می‌کنند ممکن است دارایی‌های زنان بیشتر از دارایی‌های مردان باشد. در حالی که خلاف این قضیه واقعیت دارد: دارایی‌های زنان به‌طور پیوسته، هر ساله بیشتر از دارایی‌های مردان می‌شود.

در تحقیق دیگری که ۳۵ هزار زن خانه‌دار در آن مشارکت داشتند، معلوم شد که زنان به برنامه‌های سرمایه‌گذاری خود چسبیده‌اند، در حالی که مردان در حال معامله‌گری بیشتری هستند. این یعنی در مقایسه با زنان، میانگین سوددهی و



### ■ زنان برای حقوق بیشتر درخواست نمی‌کنند

زنان به‌طور میانگین به‌ازای هر یک دلار درآمد مردان تنها ۸۰.۵ سنت در سال ۲۰۱۷ درآمد داشتند. البته زنانی که رنگین‌پوست بودند، وضع بدتری داشته و ۶۰.۸ سنت درآمد داشتند. این پرداخت نابرابر همان اختلاف درآمدی است که منجر به بی‌عدالتی می‌شود. اختلاف سطح درآمد صرف‌نظر از نوع صنعت، شغل، تحصیلات و ساعت کاری وجود دارد. تحقیقی که دانشگاه کورنل انجام داد، تمام این عناصر را در نظر گرفته بود؛ ولی همچنان ۳۸ درصد از اختلاف سطح بدون محاسبه باقی مانده بود که باعث شد محققان نتیجه



بازگشت پول مردان یک‌صدم درصد کمتر است. با این اوصاف، دیگر باید با گرگ‌های وال‌استریت خداحافظی و به زنان وال‌استریت سلام کنیم!

در تحقیق دیگری رفتارهای سرمایه‌گذاری ۸ میلیون مشتری مقایسه شده و یافته‌ها مشخص کردند که زنان در ۴۰ نقطه‌ی اساسی یا ۰.۴ درصد، نسبت به مردان موفقیت بیشتری داشته‌اند. همان‌طور که تحقیق توضیح می‌دهد: در نگاه اول ممکن است یک تفاوت ناچیز به شمار برود؛ اما می‌تواند در طول زمان تأثیر زیادی داشته باشد.

### ■ پس چرا زنان کمتر سرمایه‌گذاری می‌کنند؟

اگرچه زنان می‌توانند بهتر عمل کنند، باز با این حال کمتر از مردان سرمایه‌گذاری می‌کنند. تا جایی که دلیل را متوجه شده‌ایم، این مسئله به دلیل ریسک‌پذیری کمتر زنان است. تحقیقی به‌نام «تفاوت جنسیتی» که فرایند تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری را بررسی کرده است، توضیح دیگری می‌دهد: زنان می‌توانند بیشتر سرمایه‌گذاری کنند؛ البته اگر درآمد بیشتری داشته باشند.

طبق یافته‌های این پژوهش، زنانی که درآمد بالایی دارند، تمایل بیشتری هم به سرمایه‌گذاری در بورس دارند. البته همان اول باید گفت، همان‌طور که زنان کمتر از مردان درآمد دارند، پس به نظر منطقی می‌آید که کمتر نیز سرمایه‌گذاری کنند. مشخص شده است که ۹۱ درصد از زنان در توانایی رقابت جنسیت خود شک دارند؛ اما هیچ‌گاه از اینکه یکی از آنان به صنعت مالی ورود کند، شگفت‌زده نمی‌شوند. برخلاف قدرت اثبات‌شده‌ی زنان به‌عنوان سرمایه‌گذار، تنها ۱۶ درصد از مشاوران مالی زن هستند. به‌نظر می‌رسد می‌توان با ترویج این حقیقت که «زنان اگر سرمایه‌گذاری کنند، موفق خواهند بود»، میزان سرمایه‌گذاری آن‌ها را افزایش داد.

### ■ زنان بیشتر از آن‌که پس‌انداز کنند، خرج می‌کنند

نیازی نیست که خیلی جست‌وجو کنید

تا یک زن را در فیلمی ببینید که مدام کارت می‌کشد و با افتخار خرید می‌کند. در حقیقت، مردان نیز با عددی برابر با زنان، تصمیماتی می‌گیرند که منجر به خریدهای اجباری می‌شود. شرکت سرمایه‌گذاری باندا Bundle اقدام به جمع‌آوری اطلاعاتی از دولت آمریکا درباره‌ی خرج کردن جنسیت‌ها، تراکنش‌های خرید از سرویس‌های بانکی و سرویس‌های ارتباطی میان سیستم بانکی و مردم کرده است. آن‌ها یافته‌اند که مردان تقریباً برای هر چیزی پول خرج می‌کنند. مطالب مالی، زنان را به‌عنوان خرج‌کنندگان افراطی تعریف می‌کنند که در نهایت به نصیحت‌هایی منتهی می‌شود که به آنان می‌گوید ولخرجی خود را کنترل کنند. در حالی که همین مقاله‌ها برای همین کار مردان واژه‌هایی مانند جرئت و سرمایه‌گذاری را به کار می‌برند. ستون‌های توصیه در نشریات، مردان را به سمت سرمایه‌گذاری کردن سوق می‌دهند، در حالی که زنان را تشویق می‌کنند به دنبال تخفیف باشند تا از این طریق پس‌انداز کنند. زنان خریداران بی‌عقلی نیستند که برای حضور در رسانه ساخته شده باشند، بلکه کارهای پول‌ساز بزرگی را انجام می‌دهند.

کنترل امور مالی را به دست بگیرد. مشکل اینجاست که بیشتر زنان در برخی از نقاط زندگی‌شان باید مدیریت پولشان را خودشان به عهده بگیرند. همان‌طور که میانگین عمر زنان رو به افزایش است، زنان بیشتری مسئول امور مالی زندگی‌شان می‌شوند. ما همچنان شاهد هستیم که مردان تصمیم‌گیرنده‌های اصلی در موضوعات مالی هستند. در حالی که این زنان هستند که بیش از نیمی از ثروت آمریکا را در اختیار دارند و ۷۰ الی ۸۰ درصد از تصمیم‌ها را درباره خرید می‌گیرند. امروزه زنان می‌توانند به‌طور قانونی حساب بانکی برای خودشان باز کنند و برای خود املاک شخصی بخرند (این قانون در سال ۱۹۸۱ به تصویب رسیده است).

### ■ سخن نهایی

ریشه‌یابی این باورهای غلط کاری مهم است؛ چون اطلاعات غلطی که رایج شده‌اند، مانند آتش در حال گسترش هستند و شعله‌هایشان زبانه می‌کشد. بسیاری از اطلاعاتی که ما به آن‌ها استناد می‌کنیم، در حقیقت اشتباهند. علی‌رغم تمام این مسائل، ما در حال پیشرفتیم. منسوخ شدن هر باور یک گام روبه‌جلو است.

درست همان‌طور که زنان بیشتری کنترل زندگی مالی خودشان را به عهده می‌گیرند، اختلاف میزان دستمزد نیز هر سال رو به کاهش است و علت آن نیز شفافیت حقوق پرداختی و پیشنهادهای بدون مذاکره‌ای است که شرکت‌ها ارائه می‌کنند. در صورت وجود حقوق برابر برای زنان و مردان، می‌توانیم به‌زودی شاهد رشد سرمایه‌گذاران زن باشیم.



زنان در صد سال اخیر پیشرفت زیادی کرده‌اند؛ اما باورهای عمومی درباره رفتارهای مالی آن‌ها همچون گذشته است؛ خریدارانی حریص یا مقتصدانی صرفه‌جو که هرگز دست به سرمایه‌گذاری نمی‌زنند.

### ■ زنان تصمیم‌های اصلی پولی را نمی‌گیرند

تا سال ۱۹۷۴، زنان برای گرفتن وام از بانک به اجازه همسرانشان نیاز داشتند. حقوق و شهرت آنان اهمیتی نداشت، به این دلیل که بانک‌ها مردان را در پرداخت اقساط مسئولیت‌پذیرتر از زنان می‌دانستند. در میان والدینی که فرزندان زیر ۲۱ سال دارند، ۶۹ درصد از پدران و ۵۲ درصد از مادران با این مسئله موافق هستند که همسر آینده‌ی دخترشان



# به پای یک برند پیرن شوید!

داشتن درک درست از چیزی که مشتری را برای خرید تشویق و تهییج می‌کند به شما کمک می‌کند تا تصمیم‌گیری درستی برای انتخاب کالا داشته باشید. کسانی که محصولات خاصی را می‌فروشند باید بدانند که چه برندهایی را می‌توان کنار یکدیگر به کار برد و از چه کالاهایی می‌توان برای پیشرفت استفاده کرد. مشتریان عموماً محصولاتی که برند نیستند را به دلیل قیمت کم می‌خرند. آن‌ها برندها را به دلایل متفاوتی می‌خرند. نکته: افراد محصولات برندها را به دلایل متفاوتی می‌خرند. تنوع این دلایل در حد داشتن یک تجربه خوب از آن برندها گذشته تا پیدا کردن وجهه خاص با استفاده از آن است. در ضمن باید گفت خیلی از خریداران به برند محبوبشان وفاداری زیادی دارند.



## ■ اعتماد به یک تجربه

یا حتی در اجتماع. به همین دلیل هم اغلب برند می‌خرند چون باور دارند که برندها باعث ایجاد مقبولیت اجتماعی می‌شود. البته این مورد در مد کاملاً درست است.

مشتریان عموماً لباس‌هایی را می‌خرند که برند، طبق مد روز و به قولی کلاس بالا باشند و یا اینکه سعی می‌کنند تا طبق نوعی سنت یا مدل خاص لباس خود را انتخاب کنند. مشوق اصلی

مشتریان به این امید یک کالا را برای اولین بار می‌خرند که تجربه خوبی را با آن داشته باشند. آن‌ها امید دارند که یک رایانه به خوبی کار کرده و در انجام کارها به آن‌ها کمک کند. آن‌ها به این امید غذا را می‌خرند که مزه خوب و مواد مغذی کافی داشته باشد. داشتن شناخت نسبت به هر برند با توجه به نام آن می‌تواند به مطرح شدن کیفیت و ثبات در داشتن کیفیت آن برند کمک کرده و آن را در مسیر موفقیت قرار دهد. اغلب مواقع مشتریان برای خرید یک جنس برای اولین بار به حرف‌های دیگران و یا تجربه قبلی خود اتکا می‌کنند.

## ■ خرید برند و مقبولیت اجتماعی

مردم به جا افتادن علاقه دارند. فرقی ندارد در یک مدرسه جدید باشد، در محل کار



رفته رفته شما شیفته آن برند شوید. شیفتگی نسبت به یک برند می‌تواند منافع مالی شما را تحت تاثیر قرار دهد.

خریدهایی اینگونه فقط می‌تواند این باشد که شما بخواهید همیشه هم‌رنگ جماعت باشید.

#### ■ وفاداری مشتریان به برندها

**■ تعصب و وفاداری به برند**  
زمانی که دو شرکت در رقابت با یکدیگر هستند، هوادارانشان نسبت به آن‌ها وفاداری بیشتری پیدا می‌کنند. آن‌ها برای این کار خود دلایل خوبی هم دارند. خیلی از آن‌ها به دلیل مزه یا شکل و یا مناسب بودن آن برند برای خودشان این وفاداری را پیدا کرده‌اند. زمانی که بین هواداران جدل صورت گیرد، این فضای رقابتی توانایی برابری با فضای رقابتی سیاسی را نیز دارد.

برندهای کوکا و پپسی بهترین مثال هستند. می‌توانید شدت وفاداری هواداران را در رستوران‌ها ببینید که فقط راضی به استفاده از یکی از این دو برند هستند.

امروزه در بازارهای مختلف، رقابت شدیدی بین محصولات وجود دارد که ویژگی‌های یکسان ولی برندهای متفاوتی دارند. شاید این سوال خیلی

در طول زمان مشتریان نسبت به یک برند وفادار می‌شوند و این باعث ایجاد تجربه‌ای پایدار و با کیفیت می‌شود. وفاداری به یک برند بیشتر به دلیل وابستگی احساسی به یک برند است. برخی از خریداران ماشین، حس قوی را نسبت به برند مورد دارند درحالی که بقیه ممکن است همین حس را نسبت به برند شورولت داشته باشند.

وفاداری به یک برند ممکن است مشتری را در سختی قرار دهد و همچنین او را وادار کند تا برای برندی خاص پول بیشتری را خرج کند. ساختن یک برند قوی و برآورده کردن علایق مشتریان می‌تواند به میزان بیشتری وفاداری ختم شود که در نهایت و در بلند مدت منافع زیادی را به همراه دارد.

#### ■ وجهه شخصی یا حرفه‌ای

همانطور که یک شرکت یا برند هویتی را برای خود دارد انسان‌ها نیز اینگونه هستند. برخی برندهای خاص را می‌خرند تا وجهه شخصی یا حرفه‌ای خود را حفظ کنند. مشتریانی که عموماً محصولات اپل را می‌خرند علاقه خاصی به فناوری قوی و شکل هندسی خاص آن دارند و این برند را می‌خرند تا به آن‌ها «عاشق فناوری» گفته شود. خرید ماشین‌های گران‌قیمتی مانند لکسوس یا پوشیدن لباس‌هایی از برند آرمانی می‌تواند شما را به‌عنوان فردی با کلاس، ثروتمند و فردی حرفه‌ای و پیچیده نشان دهد.

هر چند توصیه اصلی این است که بدون تعصب نسبت به برند خاصی نیازهای خود را برطرف کنید اما اگر به برند خاصی علاقه دارید باید بدانید که ممکن است

ها باشد که چگونه می‌شود ما برندها را دوست داشته باشیم؛ یا اصلا چرا ما به یک برند خاص وفادار هستیم و به برندی دیگر نه؟! تحقیقات درباره اینکه چگونه برندها ویژگی‌های رقابتی را کسب و حفظ می‌کنند نشان می‌دهد که همیشه پای یک انتخاب در میان است. مغز انسان تمایل دارد یک کار را به دفعات تکرار کند و هر بار که مشتری یک محصول را انتخاب می‌کند، در نظر مشتری آن محصول امتیاز مثبتی نسبت به باقی محصولات خریداری نشده کسب می‌کند.

وفاداری یک مشتری بر اساس میزان دسترسی و یک انتخاب تکراری ساخته می‌شود. اگر مشتری فکر کند تا زمانی که از تاید استفاده کند لباس‌های تمیزتری خواهد داشت چون تاید هم همیشه در دسترس است؛ نسبت به خرید دوباره آن ترغیب می‌شود و این کار را انجام می‌دهد.

شاید بتوان گفت که دلیل برخی خریدهای ادامه‌دار مشتریان این است ولی معتقدم که وفاداری به یک برند به این برمی‌گردد که مشتری به طور آگاهانه یک برند را انتخاب می‌کند و دلیلش هم این است که او لازمه برطرف شدن احتیاجش را آن



برند می‌داند.

برای درک بهتر وفاداری به یک برند، اخیراً در تحقیقی داده‌های رفتاری و روانشناسی مشتریان آزمایش شد. نتایج نشان می‌دهد که رابطه خاصی بین یک فرضیه معروف روانشناسی و احساسات مشتریان نسبت به برندها وجود دارد. تحقیقات درباره اینکه چگونه برندها ویژگی‌های رقابتی را کسب و حفظ می‌کنند نشان می‌دهد که همیشه پای یک انتخاب در میان است. مغز انسان تمایل دارد یک کار را به دفعات تکرار کند و هر بار که مشتری یک محصول را انتخاب می‌کند، در نظر مشتری آن محصول امتیاز مثبتی نسبت به باقی محصولات خریداری نشده کسب می‌کند.

### ■ هرم نیازهای مازلو و تمایل به خرید برند

بیایید هرم نیازهای مازلو را در نظر بگیریم. مازلو معتقد بود که مردم در سطوح مختلف زندگی تشویق می‌شوند تا هدف‌های خاصی را به دست آورند و برای آن‌ها اولویت‌بندی نیز قائل می‌شوند. زمانی که یک فرد نیازهای اساسی خود را برآورده کرد، به دنبال این خواهد بود که نیازهای سطوح دیگر را برآورده کند. زمانی که یک فرد بتواند تمامی سطوح نیازها را برآورده کند می‌تواند به بالاترین حد قدرت و خودمحموری برسد. هرم مازلو در تمام کلاس‌ها و محل‌های کار جهان به‌عنوان یک رفتار سازمانی اجرا شده است اما چگونه این طبقه‌بندی نیازها به مشتریان و وفاداری آنان به برندها مرتبط است؟

### ■ سلسله‌مراتب پیوستگی برندها

بین هرم نیازهای مازلو و روشی که مشتریان خرید می‌کنند شباهت‌های اساسی وجود دارد. زمانی که این فرضیه‌ها را بر روی رفتارهای واقعی مشتریان برای خرید اعمال کنیم، به سلسله‌مراتبی دست پیدا می‌کنیم که شامل سطوح مختلفی از پیوستگی برندها مانند شناخته شدن، شیفتگی، صداقت و تبلیغات است. مشتریان برای خرید نیازهای اساسی‌شان تنها نیازمند کالایی هستند که یک کار به خصوص را انجام بدهد، کاری که به آن منظور تولید شده است. اما همانطور که مشتریان در راستای سلسله‌مراتب پیوستگی برندها خرید می‌کنند، انگیزه آنان بیشتر شده و بیشتر به سود آن محصول فکر می‌کنند.

همانطور که مشتری اعتمادش نسبت به برند بیشتر می‌شود رابطه او نیز تغییر می‌کند که در نهایت به شیفتگی مشتری نسبت به برند ختم می‌شود. در این زمان آن‌ها احساس می‌کنند که یک برند خاص می‌تواند باعث بهبود شخصی آن‌ها شده و حس وابستگی، رضایت و حتی شیفتگی را نسبت به آن برند تجربه خواهند کرد.

برای به دست آمدن وفاداری، یک برند باید اساس رسیدن مشتریان به حداکثر قدرتشان را فراهم کند. برند باید با نیاز اصلی مشتری مرتبط بوده و نشان‌دهنده شخصیت واقعی آن‌ها باشد. نیاز اصلی آن‌ها نیز این است که به سادگی می‌توان گفت بدون آن برند نمی‌توانند زندگی کنند.

در مطالعه اخیری که انجام شده است تقریباً نیمی از مشتریان گفته‌اند که به خرید از یک برند به این دلیل ادامه می‌دهند که برند به هویت اصلی و نیازهای اصلی آنان نزدیک بوده و یا ارزش واقعی برند با ارزش‌های مشتری به یکدیگر وابسته هستند.

وفاداری یک مشتری بر اساس میزان دسترسی و یک انتخاب تکراری ساخته می‌شود. وفاداری به یک برند بیشتر به دلیل وابستگی احساسی به یک برند است. وفاداری به یک برند ممکن است مشتری را در شرایط سختی قرار دهد و همچنین او را وادار کند تا برای برندی خاص پول بیشتری را خرج کند. ساختن یک برند قوی و برآورده کردن علایق مشتریان می‌تواند به میزان بیشتری وفاداری ختم شود.





## ولع سیری ناپذیری، یک خواسته خوشایند یا خطرناک؟

اصطلاح انگلیسی Lifestyle Creep به ترجمه‌ی ما یعنی «ولع سیری ناپذیری» و مفهوم کلی آن افزایش تدریجی نیازهای انسان و تغییر وضعیت تجملات سابق به ضروریات فعلی است. به این معنی که مثلاً اگر تا دیر روز استفاده از استخر و باشگاه لوکس و... برای شخصی یک امر تجملاتی و غیر ضروری به حساب می‌آمد، حالا با تغییر سبک زندگی و افزایش درآمد، به امری ضروری تبدیل شده است. در این مطلب به شما خواهیم گفت ولع سیری ناپذیری چیست و چگونه باید در تل‌ه آن گرفتار نشد.

نیکول دیکر، معلم، نویسنده و ویراستار، سال ۲۰۱۵ در یادداشتی، راجع به درجه‌های ولع سیری ناپذیری در زندگی مالی مطلبی نوشته بود. او در این یادداشت از تلفن همراه جدیدش گفته بود که پس از سال‌ها کار کردن با یک گوشی واقعاً از کار افتاده، آن را خریده بود. زندگی نیکول پس از خریدن این گوشی بسیار بهبود پیدا کرد؛ اما این بهتر شدن، به خاطر این نبود که نیکول صاحب یک وسیله جدید و جذاب برای بازی کردن شده بود؛ بلکه زندگی او

«ولع سیری ناپذیری» در واقع وضعیتی است که سبک زندگی افراد یا استانداردهای زندگی‌شان به تناسب افزایش درآمد در اختیارشان بهبود پیدا می‌کند؛ چه این افزایش به علت افزایش درآمد باشد، چه به علت کاهش هزینه‌ها. وقتی ولع سیری ناپذیری شکل می‌گیرد، پول بیشتری خرج نحوه زندگی کردن می‌شود و چیزهایی که قبلاً تجملی به نظر می‌آمد، جزء ضروریات به حساب می‌آیند.» این به خودی خود، چیز بدی نیست.

### ■ آیا ولع سیری ناپذیری همیشه مخرب است؟

بسیاری از مردم جهان در شرایطی پر از مشکلات اقتصادی وارد بازار کار می‌شوند اما این موضوع باعث نمی‌شود تا سبک زندگی‌شان را نسبت به نسل قبل سخت‌تر کنند. در واقع نسل‌های جدید، بیشتر به مسائل مالی اهمیت می‌دهند؛ اما آزمون و خطا برای پیدا کردن شیوه زندگی مالی راهکار درستی نیست. بهتر است ابتدا بدانیم بهترین شیوه برای عادات‌های مالی چیست.





سیری‌ناپذیری موجب می‌شود احساس کنیم شبیه یک فرد عادی زندگی می‌کنیم. دیگر مجبور نیستیم بین دستمال‌توال و غذا یکی را انتخاب کنیم. مجبور نیستیم برای خریدن غذا صبر کنیم حقوق بگیریم. استطاعت این را خواهیم داشت که در خانه اینترنت پرسرعت داشته باشیم و یک گوشی هوشمند بخریم. اتومبیلی را برانیم که شش بار در سال خراب نمی‌شود و به‌جای اجاره دادن، خانه خودمان را داشته باشیم. بنابراین، از نظر من، ولع سیری‌ناپذیری خیلی خوب است و من آن را دوست دارم.»

شاید بگویید این دیگر ولع سیری‌ناپذیری نیست؛ بلکه یک سطح اساسی از کیفیت زندگی است که البته برداشت درستی هم است؛ اما نشان می‌دهد که ولع سیری‌ناپذیری مفهومی است که به چیزهای مختلفی بستگی دارد و اغلب، بسیار شخصی است. وقتی ولع سیری‌ناپذیری شکل می‌گیرد، پول بیشتری خرج نحوه زندگی کردن می‌شود و چیزهایی که قبلاً تجملی به‌نظر می‌آمد، جزء ضروریات به‌حساب می‌آیند.

با داشتن یک آپارتمان کاربردی، چقدر خوب و شگفت‌انگیز خواهد شد. اگر من خانه‌ای داشتیم که محل جمع‌شدنم با دوستانم می‌شد، زندگی‌ام بسیار بهتر می‌توانست شود؛ به‌جای فضایی که فقط میز تحریرم در آن جا می‌گیرد و از داخل آن، فقط می‌توانم از طریق اینترنت با دنیای خارج ارتباط برقرار کنم.»

آخرسر، نیکول از آپارتمان کوچکش به یک جای مناسب نقل مکان کرد. آیا او می‌توانست به زندگی در آپارتمان کوچکش ادامه دهد؟ بله؛ اما همان‌طور که بعد از خریدن گوشی جدیدش، اتفاق افتاد، وقتی از لحاظ مالی آن قدری که بتواند ترقی کند، تأمین شد، کیفیت زندگی‌اش تا حد زیادی بهبود پیدا کرد و این از نظر من، ارزشش را داشت.

از افراد دیگری نیز درباره تجربه‌های مشابهشان سؤال شده است. یکی از مصاحبه‌شوندگان این‌طور گفته است: «معنی ولع سیری‌ناپذیری (مطابق تعریفی که ابتدای متن از آن ارائه دادیم) خیلی این نیست که چیزهای تجملی سابق تبدیل به ضروریات شوند؛ بلکه بهتر است بگوییم که ولع

بهبود پیدا کرد؛ چون او توانست به چیزهای واقعاً ارزشمندی دسترسی پیدا کند که احتمالاً یکی از مهم‌ترین آن‌ها این بود: او به‌خاطر کارکرد گوشی جدیدش توانست خیلی بهتر از قبل، ارتباط برقرار کند؛ مخصوصاً با کسانی که برایش اهمیت داشتند.

اینکه نیکول توانست از گوشی جدیدش استفاده بهینه کند، اهمیت دارد؛ چون موجب خوشحالی حقیقی در او شد. با این توصیفات، سخت است که شکلی از ولع سیری‌ناپذیری را که در زندگی نیکول رخ داده است، پدیده‌ای منفی و مخرب بشماریم.

وقتی نیکول گوشی جدیدش را خرید، در یک آپارتمان خیلی کوچک زندگی می‌کرد؛ در حقیقت یک اتاق بدون بسیاری از امکاناتی که ما احتمالاً الزامات اساسی یک آپارتمان می‌دانیم؛ مثل آشپزخانه. در نهایت، داشتن یک گوشی کاربردی موجب شد نیکول به این نتیجه برسد:

«اولین چیزی که من بعد از خریدن آن گوشی، به آن فکر کردم این بود که اگر با داشتن یک گوشی به‌دردبخور، این‌قدر زندگی‌ام تغییر می‌کند، پس



## ■ چه موقع ولع سیری‌ناپذیری شما را به دردمر می‌اندازد؟

زمانی ولع سیری‌ناپذیری به یک مسئله تبدیل می‌شود که شما بخواهید سطح زندگی‌تان را فراتر از استطاعت مالی‌تان ببرید. جالب است که هیچ‌یک از صاحب‌شوندگان به این جنبه از ولع سیری‌ناپذیری در گفته‌هایشان توجه نکرده‌اند. می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که خرج نکردن فراتر از توانایی مالی برای آن‌ها مسئله‌ای طبیعی است که مشمول تعبیر خوب یا بد نمی‌شود. در خیلی از توصیه‌های مالی چیز دیگری پیشنهاد می‌شود. نگاه مشاوران

مالی این است که اگر سطح زندگی‌تان فراتر از امکانات مالی‌تان است، از ولع سیری‌ناپذیری اجتناب و جلوگیری کنید یا آن را کنار بگذارید. برای نمونه بگذارید نکته‌ای از کتاب «عادات غنی» «توماس کرلی» نقل کنم. او در بخش مربوط به کسب‌وکار کتابش، وضعیت چند نفر از مشتریان را شرح داده است که ولع سیری‌ناپذیری موجب سقوط آن‌ها شده است؛ چون وقتی که درآمدشان افزایش پیدا کرد، آن‌ها را خرج خانه‌های گران‌قیمت، ماشین‌های اسپرت جدید و دیگر چیزهای تجملی و زائد کردند، فقط به این خاطر که

مواجهه با مشکلاتشان را به تعویق بیندازند، زمانی که دیگر تمام ثروتشان را به باد داده‌اند. مردم ولع سیری‌ناپذیری را به شکل‌های متفاوتی تجربه می‌کنند. مثلاً یکی دیگر از صاحب‌شوندگان از خانواده‌اش گفته است، این‌که آن‌ها هیچ‌وقت برای غذا خوردن بیرون نمی‌رفتند و معمولاً مسافت‌های زیادی را طی می‌کردند تا چیزهایی را که نیاز دارند با قیمت‌های کمتری پیدا کنند. ادامه گفته‌هایش را به‌طور مستقیم نقل می‌کنم: «من الان، حدوداً دوبرابر بیشتر از درآمد خانواده‌ام، زمانی که کودک بودم، پول

سال زودتر بازنشسته شوید یا تعطیلات بیشتری در سال داشته باشید؟ دوست دارید بتوانید در مخارج دانشگاه به فرزندان کمک کنید یا یک اتومبیل بهتر بخرید؟ ما نمی‌توانیم همه چیز را داشته باشیم. ما باید به‌طور فعالانه، انتخاب کنیم: تعطیلات یا بازنشستگی؟ باید گفت پاسخ صحیحی برای این سؤال وجود ندارد.

آیا دوست دارید وام‌های تحصیلی‌تان را زودتر بدهید یا با دوستان‌تان آخر هفته سفر بروید و یک خانه اجاره کنید؟ آیا می‌خواهید مبلغ زیادی پرداخت کنید و فوراً اتومبیل‌تان را عوض کنید یا ترجیح می‌دهید با مبالغ کمتری، مال خودتان را تعمیر کنید قبل از آن که مجبور شوید یک اتومبیل جدید بخرید؟ دوست دارید به زندگی با چند هم‌خانه ادامه بدهید تا پول بیشتری پس‌انداز کنید و زودتر بازنشسته شوید یا داشتن یک مکان شخصی برایتان اولویت دارد؟ پاسخ درستی وجود ندارد. فقط باید دید چه چیز برای شما بهتر است.

بسیاری از صاحب‌شوندگان به تفاوت میان نیازها و خواسته‌ها توجه کرده‌اند. از نظر آن‌ها، تمایز قائل شدن میان این دو کمک می‌کند ولع سیری‌ناپذیری را تحت کنترل خود درآوریم. چیزی که باید به‌خاطر داشته باشیم این است که ممکن است چیزی برای ما نیاز باشد و برای دیگری خواسته، و برعکس. باید ببینید چه چیزی از زندگی می‌خواهید و قصد دارید با پولتان چه کنید، در چه موقعیت مالی‌ای قرار دارید و می‌خواهید به کجا برسید.

این سؤال‌ها را از خودتان بپرسید و ببینید چه انتخاب‌هایی شما را به چه جاهایی ممکن است برساند. چه وقت‌هایی به ولع سیری‌ناپذیری دچار شدید و از نظرتان آن خوب بوده و ارزشش را داشته یا نه. انداختن نگاهی کلی به تصمیمات مالی‌ای که تا به حال گرفته‌اید و نتایج آن‌ها، به اتخاذ تصمیم‌های بهتر در آینده کمک خواهد کرد.

زمانی ولع سیری‌ناپذیری به یک مسئله تبدیل می‌شود که شما بخواهید سطح زندگی‌تان را فراتر از استطاعت مالی‌تان ببرید.

عادی است. پولی که فعلاً درمی‌آورم برای خرج روزبه‌روزم است و احساس می‌کنم هر ماه ضعیف‌تر می‌شوم؛ اما باید امسال، تعطیلات طولانی پنج‌هفته‌ای داشته باشم و برای این هدف تلاش می‌کنم.»

شخص دیگری این‌چنین گفته است: «بعد از آن‌که از مدرسه فارغ‌التحصیل شدم و یک شغل واقعی پیدا کردم، میزان خریدهای آن‌لاین من خیلی زیاد شد. پیش از آن، در نوعی صرفه‌جویی عاقلانه درجا می‌زدم که البته موجب شد مقدار قابل توجهی را بابت وام‌های تحصیلی برگردانم.»

جالب اینجا است که بسیاری از این خرج‌های افزون‌شونده تحت عنوان چیزهایی که ما می‌خواهیم برای خوشحال کردنمان خرج کنیم، قرار می‌گیرند: چیزهایی که برای ما تجربه به‌ارمغان می‌آورند و موجب صرفه‌جویی در وقت ما می‌شوند. بسیاری از صاحب‌شوندگان در این‌باره گفته‌اند یا طوری پول‌هایشان را بودجه‌بندی می‌کنند که از ولع سیری‌ناپذیری جلوگیری کنند یا کارهایی می‌کنند که بتوانند عادات مرتبط با ولع سیری‌ناپذیری را مدیریت کنند؛ نکته‌ای در اینجا وجود دارد که اگر شما منابع لازم برای زندگی کردن مطابق میل‌تان را داشته باشید، عادت به ولع سیری‌ناپذیری موجب خوشحالی‌تان می‌شود؛ اما اگر آن‌ها را نداشته باشید، چه کار می‌توانید بکنید؟

گاهی ولع سیری‌ناپذیری طبیعی و سالم است؛ نکته در آن است که وقت‌هایی که ولع سیری‌ناپذیری نقش معنادار و مهمی در زندگی‌تان بازی نمی‌کند، آن را محدود کنید یا از بین ببرید.

### ■ رام کردن ولع سیری‌ناپذیری

گاهی ولع سیری‌ناپذیری طبیعی و سالم است؛ نکته در آن است که وقت‌هایی که ولع سیری‌ناپذیری نقش معنادار در زندگی‌تان بازی نمی‌کند، آن را محدود کنید یا از بین ببرید. شما نمی‌توانید موقعیت مالی خودتان را برای مانع شدن از بروز ولع سیری‌ناپذیری تغییر دهید؛ به‌جای آن، باید تصمیم‌هایتان را هوشمندانه‌تر بگیرید: آیا می‌خواهید یک



در می‌آورم. من زیاد برای غذا خوردن به بیرون می‌روم، گاهی یک یا دو بار در هفته، نمی‌توانم گفت تعداد بیرون رفتن‌هایم بیش از حد است، اما به‌طور محسوسی زیاد است. خیلی وقت‌ها می‌بینم که کاملاً احمقانه، در حال خریدن چیز گرانی هستم، در حالی که می‌توانم همان را در جایی دیگر ارزان‌تر بخرم؛ فقط به‌خاطر این‌که راحت‌تر است و این‌که به خودم می‌گویم: وقتی پولش را دارم، چرا از همین‌جا نخرم؟ شخص دیگری تجربه‌اش را این‌طور تعریف کرده است: «من در خیلی از تعطیلات سال کار می‌کنم و این برایم

# چگونه یک کنشگر شویم



## ■ اجازه و کنترل

وقتی کودک هستیم ما را شرطی می کنند که اگر می خواهیم کاری بکنیم اول اجازه بگیریم. شما به اجازه‌ی والدین نیاز دارید تا از سر میز شام بلند شوید یا به بازی مشغول شوید. شما به اجازه‌ی معلم نیاز دارید تا وسط کلاس به دستشویی بروید. حتی وقتی بزرگ هم می شویم حس می کنیم باید اجازه بگیریم. شما به اجازه‌ی رئیس خود نیاز دارید تا زود از سر کار برگردید. شما به اجازه‌ی همسر خود نیاز دارید تا به جای کارهای منزل، با دوستان خود به بیرون بروید. شما به اجازه‌ی شهرداری نیاز دارید تا در حیاط پشتی خانه تان یک آلونک بسازید.

نتیجه این شده است که بیشتر ما نقطه‌ای بیرونی را برای کنترل در نظر می گیریم. در روانشناسی شخصیت، اصطلاح «مرکز کنترل» به این معنی است که افراد دنیای اطراف خود را چگونه می بینند و مسئولیت اتفاقاتی را که در زندگی شان رخ می دهد به عهده‌ی چه کسی می سپارند. اگرچه این مسئله ممکن است پیچیده به نظر برسد اما مفهوم ساده‌ای است.

■ اگر مرکز کنترل درونی داشته باشید، باور دارید که کیفیت زندگی شما وابسته به تصمیمات و اعمال خود شما است. باور

گاهی از اطرافیان این جمله را می شنویم: «ما اگر شانس داشتیم وضعمان این نبود!» بسیاری از افراد هستند که ناکامی هایشان را به طور کامل محصول شرایط می دانند. باید گفت بین افراد موفق و ناموفق تفاوت‌هایی بنیادین وجود دارد که در بیشتر موارد این تفاوت‌ها در اکثر آدم‌ها تکرار می شود. متخصصان معتقدند به طور کلی، افراد موفق باور دارند که کنترل سر نوشتشان به دست خودشان است؛ ولی افراد ناموفق چنین باوری ندارند. شما جزء کدام دسته از افراد هستید؟ به عنوان مثال «تی. هارو اکر» در کتاب راز ذهن میلیونر هفده تفاوت را بین طرح‌های مالی افراد پولدار و طرح‌های افراد فقیر و طبقه‌ی متوسط فهرست می کند. فکر می کنید تفاوت اول در فهرست او چیست؟ افراد پولدار باور دارند: «من زندگی‌ام را می سازم.» افراد فقیر باور دارند: «زندگی برای آن‌ها رخ می دهد.» این مسئله در هنگام بحث درباره‌ی تفاوت بین افراد موفق و افراد ناموفق بارها تکرار می شود. افراد موفق کنشگر هستند، مسئولیت آینده‌ی خود را به عهده می گیرند و کنترل درونی دارند. افراد ناموفق باور دارند که قربانی تقدیر یا شرایط هستند. بیایید به این مسئله بپردازیم که چرا بسیاری از مردم حس می کنند کنترل زندگی شان را ندارند و چگونه می شود یاد گرفت که کنشگر بود.



دارید که خودتان مسئول شخصیتان هستید .

■ اگر مرکز کنترل بیرونی داشته باشید باور دارید که کیفیت زندگی شما توسط عوامل محیطی، شانس و تقدیر تعیین می‌شود. باور دارید که دیگران مسئول شخصیتان هستند.

البته به این صورت نیست که شما یکی از این دو مرکز کنترل را داشته باشید. مرکز کنترل زنجیره‌ای پیوسته است. اما بسیاری از مردم دوست دارند یک طرف این زنجیره را بالاتر از دیگری بگیرند.

جولیان بی. راتر در سال ۱۹۵۴ مفهوم مرکز کنترل را به‌عنوان بخشی از نظریه‌ی یادگیری اجتماعی شخصیت خود توسعه داد. استیون آر. کاوی در سال ۱۹۸۹ این ایده را با کتاب هفت عادت افراد مؤثر محبوب کرد. او خوانندگان را تشویق می‌کرد تا کنشگر باشند.

### ■ چگونه کنشگر شویم؟

کاوی باور دارد که ما تجربیات خود را قبل از این که به ناحیه‌ی هوشیار مغز برسند تصفیه می‌کنیم. او می‌نویسد: «انسان می‌تواند بین محرک و پاسخ انتخابی داشته باشد.» خودآگاه، تصورات، وجدان و اراده‌ی آزاد ما همگی به ما این امکان را می‌دهند تا پاسخ خود را به شرایط مختلف زندگی انتخاب کنیم.

### ■ کاوی می‌گوید انسان‌ها دو دسته هستند: کنشگر و واکنشگر

■ افراد کنشگر متوجه این مسئله می‌شوند که خودشان مسئول واکنشی هستند که به محرک‌های بیرونی نشان می‌دهند. آن‌ها مرکز کنترل درونی دارند. آن‌ها تقصیر را گردن شرایط، محیط یا شرطی شدن نمی‌اندازند و باور دارند که وجودشان محصول انتخاب‌های شخصی بر اساس ارزش‌های شخصی است.

■ افراد واکنشگر باور دارند که شرایط آن‌ها محصول محیط فیزیکی و اجتماعی آن‌ها است. آن‌ها مرکز کنترل بیرونی دارند. خلقیات آن‌ها به خلقیات دیگران بستگی دارد یا وابسته به اتفاقاتی است که برای آن‌ها رخ می‌دهد. آن‌ها اجازه می‌دهند دنیای بیرونی، وجود درونی آن‌ها را کنترل کند.

کاوی برای این که تفاوت بین افراد کنشگر و واکنشگر را نشان دهد در این باره بحث می‌کند که ما چگونه زمان و انرژی خود را متمرکز می‌کنیم. همه‌ی ما نگرانی‌های مختلفی داریم: سلامتی، خانواده، شغل، دوستان، امور دنیا، بدبختی فقرا، تهدید تروریسم، وضعیت محیط زیست. همگی این موارد در جایی قرار می‌گیرند که کاوی به آن «دایره‌ی نگرانی» می‌گوید.

در دایره‌ی نگرانی برخی مسائل زیرمجموعه‌ای هستند که روی آن‌ها کنترل مستقیم و کامل داریم: چقدر ورزش می‌کنیم، چه زمانی می‌خوابیم، چه زمانی به سر کار می‌رسیم، چه غذاهایی می‌خوریم، چه جایی زندگی می‌کنیم، با چه افرادی معاشرت می‌کنیم. این موارد در جایی قرار می‌گیرند که کاوی به آن «دایره‌ی تأثیر» می‌گوید که خودش داخل دایره‌ی نگرانی است.

جیمز کلیر این مفهوم را این گونه نشان می‌دهد:

در آن روی سکه افراد واکنشگر ترجیح می‌دهند روی دایره‌ی نگرانی تمرکز کنند. آن‌ها زمان و انرژی خود را صرف مسائلی می‌کنند که نمی‌توانند تأثیری روی آن‌ها بگذارند (یا به‌سختی می‌توانند تأثیری روی آن‌ها بگذارند). آن‌ها سعی می‌کنند دیگران را تغییر

دهند، ناعدالتی‌های اجتماعی را درست کنند، الگوی فکری یک ملت یا وضعیت را عوض کنند. تلاش‌های آن‌ها به میزان زیادی خسته‌کننده و عبث هستند. به‌علاوه، وقتی آن‌ها روی دایره‌ی نگرانی خود تمرکز می‌کنند دایره‌ی تأثیرشان بر اثر نادیده‌گیری کوچک و کوچک‌تر می‌شود. هرزمانی که تمرکز خود را از روی دایره‌ی تأثیر روی دایره‌ی نگرانی ببرید به عوامل بیرونی اجازه می‌دهید تا شما را کنترل کنند. آزادی خود را فدا می‌کنید. خوشی و سلامتی خود را در دستان دیگران قرار می‌دهید. اگر خودتان کاری نکنید محکوم به این هستید که دیگران برای شما کاری کنند .

### ■ آیا شانس وجود دارد؟

اما شانس چه می‌شود؟ آیا زمانی وجود ندارد که مورد بخشایش کائنات قرار بگیریم؟ البته که وجود دارد. اما پاسخ‌ها و واکنش‌های ما همیشه مال ما هستند. انور رزولت می‌گوید: «هیچ کس نمی‌تواند بدون رضایت شما به شما آسیب برساند.» کاوی هم موافق است:

«اتفاقی که برای ما می‌افتد مهم نیست، این واکنش ما به آن اتفاق است که به ما آسیب می‌زند. البته مسائلی وجود دارند که می‌توانند به ما آسیب‌های جسمانی یا مالی وارد کنند و موجب ناراحتی شوند. اما لازم نیست شخصیت ما، هویت ما صدمه ببیند.»

### ■ نمونه‌های بد از افراد ناموفق

افراد موفق باور دارند که کنترل سرنوشتشان را به دست دارند ولی افراد ناموفق چنین تصویری ندارند. بگذارید چند مثال خاص بزنم:

■ خانومی را می‌شناسم که صاحب کسب‌وکاری است. کار او همیشه نزدیک به فروپاشی‌ست. او باور دارد وضعیت مغازه‌اش به این شکل است چون قوانین شهری دشوار هستند و صاحب مغازه‌اش هم بی‌مسئولیت است. اگر چه مغازه‌های مجاور که همین شرایط را دارند روزبه‌روز رونق بیشتری پیدا می‌کنند. متوجه نیست که شاید مشکل از نحوه‌ی اداره‌ی مغازه است: ساعات عجیب باز و بسته کردن مغازه است، وضعیت مغازه مطلوب نیست، رفتارشان با مشتریان مناسب نیست.

■ شخصی را می‌شناسم که مشکلات مالی خودش را داشت. در عرض یک سال مجبور شد خانه و خودوری خود را بفروشد. در ابتدا باور نداشت که این اتفاقات تقصیر خودش

شده بود بسیاری از زندانیان اراده‌ی خود را از دست بدهند و مرگ را انتخاب کنند. زندانیان راهی نداشتند که از مرگ خود مطمئن شوند ولی فرآنکل نظر دیگری دارد: «یک مرد می‌تواند حتی در چنین شرایطی تصمیم بگیرد که از نظر ذهنی و معنوی چه اتفاقی برای او بیفتد. او ممکن است کرامت انسانی خود را حتی در یک اردوگاه کار اجباری حفظ کند».

او در کتاب ارزشمند انسان در جست‌وجوی معنا این چنین می‌نویسد:

«می‌توان همه‌ی دارایی‌های یک فرد به‌جز یکی را از او گرفت: آخرین آزادی‌های انسان این‌که انتخاب کند در هر شرایطی چه رفتاری داشته باشد، این‌که راه و روش خود را انتخاب کند».

اگرچه زندانیان دایره‌ی تأثیر محدودی داشتند اما بازم می‌توانستند نحوه‌ی نزدیکی به سرنوشتشان را انتخاب کنند. پذیرش مسئولیت برای سرنوشت و رفتار انسان می‌تواند ناراحت‌کننده و ترسناک باشد. وقتی می‌توانید وضعیت خود را به شانس و اقبال، کار خدا و دنیا ربط دهید تسلی خاطر پیدا می‌کنید.

اما فهمیدن این مسئله که شما آزاد هستید و اراده دارید خود می‌تواند رهایی‌بخش باشد. وقتی کنترل امور را به دست بگیرید، ترس‌های خود را رها می‌کنید، برای خود اطمینان ایجاد می‌کنید و می‌فهمید آزادتر از آن هستید که تصور می‌کردید.

شما رئیس خودتان هستید. شما به اجازه‌ی کسی نیاز ندارید تا بدهی‌های خود را پرداخت کنید یا اتومبیل جدیدی بخرید یا درخواست افزایش حقوق نمایید. و کسی هم ناگهان وارد صحنه نمی‌شود تا به شما سود سرمایه‌گذاری، بیمه‌ی سلامت یا قرارداد کارت اعتباری شما را توضیح دهد. خودتان مسئولیت را به عهده بگیرید.

روی مسائلی تمرکز کنید که می‌توانید آن‌ها را کنترل نمایید. از آن کنترل استفاده کنید تا محدودیت‌ها و رفتاری‌ها را از زندگی خود بیرون کنید. دایره‌ی تأثیر خود را قوی و بزرگ‌تر کنید. این تنها راه تغییر دایره‌ی نگرانی شما است. شما کنترلی روی گذشته ندارید ولی می‌توانید انتخاب کنید که با آن در آینده چه کنید.

در روانشناسی شخصیت، اصطلاح «مرکز کنترل» به این معنی است که افراد دنیای اطراف خود را چگونه می‌بینند و مسئولیت اتفاقاتی را که در زندگی‌شان رخ می‌دهند به عهده‌ی چه کسی می‌سپارند.

است. فکر می‌کرد بدشانس بوده و او و همسرش صرفاً قربانی شرایط بد شده‌اند. فکر می‌کردند تقصیر مردم احمق و اقتصاد خراب است. یک دهه بعد نگرش او تغییر کرد. اخیراً با او حرف زدم و جالب بود که مسئولیت اتفاقی را که افتاد به عهده می‌گرفت.

سال‌ها مرکز کنترل خود من بیشتر بیرونی بود. وزنم زیاد بود، زیر بار بدهی بودم و خوشحال هم نبودم. تا حدی می‌دانستم این وضعیت به خاطر تصمیم‌های خودم است ولی بیشتر وقتم را صرف دلیل آوردن می‌کردم: وقت ورزش نداشتم، اتومبیلم خراب شد، کاری را که می‌خواستم پیدا نکردم. هیچ‌وقت اتفاق خوبی برای من نیفتاد. (به این عبارت دقت کنید: برای من نیفتاد!) فکر می‌کردم اکثر مسائل از کنترل من خارج هستند.

خبر خوب این است که مردم می‌توانند عوض شوند. اگر مرکز کنترل بیرونی دارید می‌توانید مرکز کنترل درونی داشته باشید. اگر واکنش‌گر هستید می‌توانید کنشگر شوید. با گذشت زمان متوجه شدم که اگر از زندگی توقع بیشتری دارم به عهده‌ی خود من است که این توقع را برآورده کنم. به تدریج مرکز کنترلم از بیرونی به درونی تغییر یافت. تصمیم گرفتم که خودم مسئول سرنوشت و خوشحالی‌ام باشم. به عهده‌ی من است که زندگی را آن‌گونه که دوست دارم زندگی کنم.

### ■ من مسئول وضع خودم هستم

اگر خوشحال نیستید کسی نمی‌تواند این شرایط را برای شما تغییر دهد. خود شما هستید که باید شرایط را بهتر کنید. روی مسائلی تمرکز کنید که قابل کنترل هستند و از این کنترل استفاده کنید تا مسائل دیگر را هم برای خود مطلوب نمایید. از این طریق می‌توانید به تدریج اعتمادبه‌نفس و کنترل بیشتری روی وضعیت آینده‌ی خود به دست آورید. به‌طور کلی افراد موفق باور دارند که کنترل سرنوشتشان به دست خودشان است ولی افراد ناموفق چنین باوری ندارند.

### ■ نمونه‌های خوب از افراد موفق

از زمانی که از این تفاوت آگاه شده‌ام تفاوت بین افرادی که باور دارند کنترل زندگی را در دست دارند و افرادی که چنین باوری ندارند؛ نمی‌توانم جلوی خودم را بگیرم و هر جا که می‌روم این الگو را می‌بینم.

از اعتراف به این مسئله تنفر دارم ولی حرف زدن با افرادی که مرکز کنترل بیرونی دارند خیلی سخت است، افرادی که دایره‌ی نگرانی آن‌ها از دایره‌ی تأثیرشان پیشی گرفته است. سخت است که بینم دوستانم تصمیمات اشتباه مکرری می‌گیرند. در طرف دیگر، وقت گذراندن با افرادی که نمی‌گذارند زندگی مانع آن‌ها شود خوشایند است.

دوستم کیم مثالی عالی از فردی کنشگر است. هیچ‌وقت نمی‌گذارد کسی یا مسئله‌ای مانع او شود. اگر مشکلی پیش بیاید راه دیگری پیدا می‌کند تا به اهدافش برسد. او مسئولیت کامل آینده‌ی او را که می‌خواهند برای خود بسازد به عهده می‌گیرد.

این امر در موارد بسیاری مشخص است:

■ اگر کیم متوجه مسئله‌ای نشود سؤال می‌پرسد.

■ اگر با شرکتی به مشکل برخورد تماس می‌گیرد و به‌جای شکایت کردن مشکل را توضیح می‌دهد.

■ اگر وسیله‌ای خراب شود راه تعمیر آن را پیدا می‌کند.

■ هیچ‌وقت منتظر اوضاع نمی‌ماند تا بهتر شود و همیشه خودش در حال بهبود شرایط است. افراد موفق تقصیر را گردن شرایط، محیط یا شرطی شدن نمی‌اندازند و باور دارند که وجودشان محصول انتخاب‌های شخصی بر اساس ارزش‌های شخصی است.

### ■ شما رئیس خودتان هستید

تغییر مرکز کنترل از بیرونی به درونی فقط برای خوشی زندگی مهم نیست بلکه برای ایجاد معنا در زندگی و دستیابی به آزادی شخصی و مالی هم اهمیت دارد. آزادی با تمرکز بر روی دایره‌ی تأثیر و نه دایره‌ی نگرانی ایجاد می‌شود. تا زمانی که درگیر با مسائل غیرقابل کنترل زندگی هستید، آزاد نیستید.

پرواضح است که اتفاق بدی رخ می‌دهد. ولی این اتفاقات برای همه‌ی مردم رخ می‌دهند. درنهایت شخصیت ما با اتفاقاتی که برای ما رخ می‌دهند، تعیین نمی‌شود بلکه با نوع پاسخ ما به آن اتفاقات تعیین می‌شود. ویکتور فرانکل روانپزشک اتریشی بود که در جنگ جهانی دوم از اردوگاه‌های مرگ نازی‌ها نجات یافته بود. رنج شدید و شرایط طاقت‌فرسا باعث

# چگونه مستر پی ثروتش را از ۱۰ هزار دلار به ۲۵۰ میلیون دلار رساند؟



پرسی رابرت میلر معروف به «مستر پی» در ۲۹ آوریل ۱۹۷۰ به دنیا آمد. او یک ریپر، بازیگر، تاجر، تهیه‌کننده موسیقی، خبّر و بسکتبال‌بست سابق است.

پرسی در یک خانه دولتی در نیواورلئان آمریکا بزرگ شد؛ آپارتمانی با تنها سه اتاق خواب و شانزده نفر سکنه؛ اما او رویاهایی بزرگ‌تر از خانه و شهر کوچکشان در سر داشت. پرسبی از طریق موسیقی هیپ‌هاپ در دهه‌ی نود میلادی به شهرت و ثروت رسید و سپس به عرصه‌ی بازیگری و تهیه‌کنندگی قدم گذاشت. با این‌که او آموزش‌ی درباره‌ی مسائل مالی ندیده بود، مانند بسیاری دیگر از افرادی که از طریق ورزش یا هنر در زمان کوتاهی به ثروت رسیده‌اند، پول‌هایش را هدر نداد.

مستر پی به جایی رسید که صاحب امپراطوری تجاری بزرگی شد؛ تجارتی که مجله‌ی فوربس در سال ۲۰۱۳، ارزش آن را ۲۰۰ میلیون دلار تخمین زده است و تا امروز ارزش آن به ۲۵۰ میلیون دلار رسیده است. در ادامه راهنمایی‌های او را به عنوان مؤسس یک شرکت بزرگ و موفق خواهیم خواند.

شما انگیزه بدهد. دوستان خوب مشوقان خوبی هستند و همیشه بهترین نصیحت‌ها را می‌کنند. کسانی که مدام منفی‌بافی می‌کنند، همراهان خوبی برای رسیدن به رویاپتان نیستند.

## دیگران را نادیده بگیرید

مستر پی از ابتدا افراد زیادی را کنار خود داشت. به‌خصوص پدر بزرگ و مادر بزرگی که با آن‌ها زندگی می‌کرد. با این حال کسانی هم بودند که حامی او نباشند. خیلی‌ها هستند که چشم دیدن موفقیت شما را ندارند و به همین خاطر از شما خوششان نمی‌آید.

خم به ابرو نیاورید. اگر به دنبال موفق شدن هستید بدانید این قدرت و اراده است که شما را به مقصد می‌رساند. من هم این تجربه را داشتم و برای رسیدن به هدفم افراد زیادی را از زندگی‌ام خط زده‌ام.

## کار خیر انجام دهید

مستر پی می‌گوید: «من برای رسیدن به پول کار نمی‌کنم. سخت‌کوشی من به این دلیل است که می‌خواهم به افراد بیشتری کمک کنم. کار کردن را دوست دارم؛ چون هر چقدر بیشتر دریاورم بیشتر می‌توانم کار خیر کنم. اگر کار نکنم نمی‌توانم به فعالیت مورد علاقه‌ام، کمک به هم‌عوانم، برسم.» پرسبی می‌گوید که ویژگی خاصی در او باعث شده راه موفقیت را سریع‌تر ببیماید: «حتی هنگامی که زاغه‌نشین بودم، ذهنیت متفاوتی داشتم. من بچه‌ی کوچکی بودم که با وجود فقر همیشه می‌گفتم: من در یک عمارت بزرگ زندگی می‌کنم. هرگز نمی‌گفتم بی‌پولم. می‌گفتم: پول در راه است و بالاخره می‌رسد. این کلمات قدرت داشتند و من خودم را مستر پی نامیدم؛ چون می‌خواستم در هر کاری که می‌کنم قوی و ماهر باشم.»

## ریسک کنید

مستر پی زمانی که در حال مذاکره با Priority Records بود، ۲۰۰ هزار دلار برای بازاریابی هزینه کرد. او این پول را از فروش سی‌دی در صندوق عقب ماشینش به‌دست آورده بود. پرسبی می‌گوید: «این یعنی ریسک کردن. یعنی پول خودت را وسط بگذاری و رئیس خودت باشی. اینکه پول بازاریابی را از سرمایه‌ی خودم بدهم به من قدرت داد.»

او همچنین معتقد است: «کسی که می‌خواهد کاری را راه بیندازد باید بداند که شرط موفق بودن کار کردن از دل و جان و تعهد داشتن است.»

خطر کردن فرصت‌های پیشرفت را به ما نشان می‌دهد. با اجتناب از ریسک خودمان را عقب نگه می‌داریم.

## کسی را پیدا کنید که مشوق شما باشد

مستر پی با نگاه به راهی که طی کرده، زندگی را به یک ماراتون تشبیه می‌کند. او در مورد این‌که چگونه به تلاش برای رسیدن به یک هدف ادامه دهیم، توصیه می‌کند که به داستان دکتر سوس دقت کنیم: «دکتر سوس می‌خواست کتاب‌هایش را در سطل زباله بیندازد؛ اما دوستش به او گفت که این کتاب‌ها با ارزشند.»

شما باید کسی را پیدا کنید که تشویقتان کند. اگر می‌خواهید موفق باشید نیاز به آن فرد دارید که تارسیدن به خط پایان به

## مالک باشید

اگر شما توان انجام دادن معامله‌های پرسود را ندارید راهنمایی او این است: «از یک مقدار کم شروع کنید. مالک دارایی و کسب‌وکار خودتان باشید.»

مستر پی همیشه سعی داشته که مالک و صاحب آنچه به دست می‌آورد باشد. در دهه‌ی نود میلادی وقتی او به مذاکره برای توافق با کمپانی عظیم Priority Records مشغول بود، کاری کرد که کمپانی او، No Limit Records، مالکیت کامل تمام نسخه‌های اصلی قطعات موسیقی را به‌دست آورد. (او همچنین سهم ۸۵ درصدی و بی‌سابقه‌ای از فروش محصولات را از آن خود کرد.)

اگر به دنبال موفق شدن هستید بدانید این قدرت و اراده است که شما را به مقصد می‌رساند پس خم به ابرو نیاورید و به راهتان ادامه دهید.

## زیروبم کسب‌وکارتان را بشناسید

قبل از اینکه مستر پی کمپانی‌اش را تأسیس کند، ۱۰ هزار دلار از پدر بزرگش به ارث برده بود. او با این پول یک فروشگاه موسیقی در سن‌فرانسیسکو باز کرد و تجارت موسیقی را از ریشه یاد گرفت. او می‌گوید: اگر کسب‌وکاری راه می‌اندازید، باید همه‌چیز راجع به آن را بدانید. باید بدانید سرایدار چه می‌کند. آشپز در چه حالی است. در اتاق رسیدگی به مکاتبات چه می‌گذرد. برای موفق شدن باید از همه‌چیز اطلاع داشته باشید.

# تله‌های روان‌شناختی که سد راه موفقیت مالی شما هستند

شاید شما هم گرفتار این مشکل ناخوشایند در زندگی شده باشید: مشکل به‌بازی گرفتن و فریب دادن خودتان در مسائل مالی و پولی. یکسری رفتارها که در خیلی از ما هم وجود دارد، وادارمان می‌کند همه‌ی حقوق و درآمدمان را به راحتی و بدون هیچ فکری خرج کنیم. این رفتارها ناشی از تله‌های روان‌شناختی هستند که جلوی پس‌انداز کردن را می‌گیرند و راه رسیدن به موفقیت را دشوار می‌کنند. پس بهتر است با شناخت بهتر، خود را از این چهار تله‌ی روان‌شناختی دور نگه داریم:



## ■ هیجان برای خرج کردن

در دوران غارنشینی، زنده‌ماندن برای انسان‌ها بسیار دشوار بود. همیشه حیوان درنده‌ای در گوشه‌وکنار پرسه می‌زد و آماده بود که انسان‌های غارنشین را شکار کند. وجود این ناامنی دائمی و قریب‌الوقوع باعث شد تا یک بخش از مغزمان، همیشه حواس جمع و خیردار باشد. گاهی از این قسمت مغز با نام «مغز سوسماری» هم یاد می‌شود، چون فعالیت مغزی سوسمارها فقط به وسیله‌ی همین بخش انجام می‌گیرد. این قسمت از مغز نقش‌هایی اولیه و اساسی مثل مقابله کردن، فرار کردن، غذا خوردن و رابطه‌ی جنسی را بر عهده دارد.

مغز سوسماری نیاکانمان آن‌ها را به تصمیم‌گیری‌های هیجانی وامی‌داشت و باعث می‌شد طوری زندگی کنند که گویی هر روز آخرین روز عمرشان است.

از آن زمان تاکنون، قرن‌های بسیاری سپری شده و مغز انسان‌ها تکامل یافته است، اما هنوز هم فعالیت بخشی از ذهن ما باعث می‌شود خیلی‌ها دل‌شان

بخواهد همین الان پول‌شان را خرج کنند و لذتش را ببرند. سعی کنید با یادآوری این نکته به خودتان که برخلاف نیاکان‌تان احتمالاً آینده‌ی درازی برای برنامه‌ریختن و دوراندیشی خواهید داشت، جلوی هیجان‌تان برای ول‌خرجی بایستید و دائماً اوضاع مالی‌تان را تجزیه و تحلیل کنید.

**راه‌حل:** در هر لحظه از روز ممکن است که بخشی از مغز، کنترل ما را تحت اختیار خودش بگیرد و به کنش‌های هیجانی وادارد. تاریخ‌هایی را برای مرور



## ■ سوگیری تأییدی

یک ضرب‌المثل معروف می‌گوید «کسی را که خوابیده است می‌توان بیدار کرد؛ اما کسی را که خودش را به خواب زده است خیر!»

اگر به یافتن یا به رسمیت‌شناختن اطلاعاتی که باورهای کنونی‌تان را به چالش می‌کشند، بی‌میل باشید، آن وقت می‌توان گفت که دچار سوگیری تأییدی هستید. این پدیده‌ی روان‌شناختی موجب می‌شود توجه‌تان فقط و فقط به پژوهش‌ها، اخبار و اموری معطوف شود که هم‌راستا با باورهای کنونی‌تان هستند و آن را تقویت می‌کنند.

وقتی این‌گونه خودتان را اسیر یک واقعیت مخدوش و دست‌کاری‌شده می‌کنید، ممکن است با تصمیم‌گیری‌های تک‌بعدی و نه‌چندان به‌جا، پول زیادی هدر دهید. بیاید فرض کنیم که واقعا از لپ‌تاپ‌های مک‌بوک خوش‌تان می‌آید و قصد خرید رابانه‌ای را هم دارید. سوگیری تأییدی به این شکل شما را در دام خود می‌اندازد:

■ جست‌وجوهایتان را فقط به وبسایت‌هایی محدود می‌کنید که روی مک‌بوک‌ها تمرکز کرده‌اند و وبسایت‌هایی را که انواع زیادی از لپ‌تاپ‌ها را بررسی کرده‌اند، نادیده می‌گیرید.

■ فقط به فروشگاه‌هایی می‌روید که صرفاً محصولات شرکت اپل را می‌فروشند؛ چون ناخودآگاه دل‌تان می‌خواهد تنها همان چیزهایی را بشنوید که هم‌اکنون باور دارید.

■ با هر نوع اطلاعات و شواهدی که نشان می‌دهد با همان هزینه می‌توان محصولی به همان خوبی (یا بهتر) از یک برند دیگر خرید به‌سختی مقابله خواهید کرد.

■ وقتی از شما دلایل اصلی انتخاب این محصول را می‌پرسند، تنها می‌توانید بگویید «خوشم می‌آید» یا صرفاً یکی از آن جملات تبلیغاتی فروشندگان اپل را تکرار کنید.

**راه‌حل:** تصمیم‌گیری‌تان را روی حس ششم یا اولین مطلبی که در جست‌وجوی گوگل ظاهر می‌شود، بنا نکنید. پذیرای اطلاعات بی‌طرفانه از



وضعیت مالی‌تان اختصاص دهید (مثلاً هر سه‌ماه، شش‌ماه، یا یک‌سال در میان) و پس از تحلیل‌های دقیق، برای رفع نقص‌ها اقدام کنید. سعی کنید با یادآوری این نکته که آینده در راه است با دوراندیشی، جلوی هیجان‌تان برای ول‌خرجی بایستید و دائماً اوضاع مالی‌تان را تجزیه و تحلیل کنید. وقتی که چشم‌بسته و ناسنجیده‌الگوهای مصرفی‌تان را ادامه می‌دهید، قادر به دیدن میزان پولی که می‌توانید پس‌انداز کنید، نخواهید بود.

## ■ تعمیم‌دهی چشم‌بسته

عادت‌ها می‌توانند به راحتی کنترل‌تان کنند. همه‌ی شما یک فیلم محبوب دارید که می‌توانید بارها بارها تماشا کنید یا شاید هم عاشق برند خاصی از یک محصول باشید که تصور زندگی کردن بدون آن برایتان دشوار باشد. مسئله‌ای که راجع به علائق‌تان وجود دارد این است که گمان می‌کنید چیزهایی که زمانی برایتان خاص بوده‌اند، هنوز هم پابرجا هستند. تعمیم‌دهی چشم‌بسته به همین موضوع اشاره دارد. وقتی که چشم‌بسته و ناسنجیده‌الگوهای مصرفی‌تان را ادامه می‌دهید، قادر به دیدن میزان پولی که می‌توانید پس‌انداز کنید، نخواهید بود.

مثلاً یک قهوه‌ی ۱۵ هزار تومانی را که هر روز می‌نوشید، در نظر بگیرید. بیاید فرض کنیم که شکل‌گیری این عادت به اولین شغل‌تان برمی‌گردد. آن موقع جوان بودید، قهوه‌ساز نداشتید و نوشیدنش در اتوبوس قبل از رسیدن به محل کار برایتان لذت‌بخش بود. اکنون ۱۰ سال از آن موقع گذشته است، ازدواج کرده‌اید و خانه دارید، و با ماشین خودتان به محل کار می‌روید. آیا هنوز هم لازم است که هر روز آن قهوه‌ی ۱۵ هزار تومانی را (که احتمالاً قیمتش چندین برابر شده) بخرید؟ اگر از این قهوه‌ی ۱۵ هزار تومانی دست بردارید و پولش را پس‌انداز و سرمایه‌گذاری کنید، پس از گذشت ده سال، چقدر ثروت از خوردن قهوه ساخته‌اید؟

**راه‌حل:** به عادت‌ها و کارهایی که مدام انجام می‌دهید فکر کنید. جایگزین‌های کم‌هزینه‌تری برای عادت‌های روزانه یا هفتگی‌تان پیدا کنید. سپس، پولی را که با این کار برایتان باقی می‌ماند پس‌انداز کنید.

اگر پیشاپیش به این حساب‌ها رسیدگی کرده‌اید، بهتر است یک حساب پس‌انداز اضطراری باز کنید یا پول بیشتری به آن اختصاص دهید.

اگر تمایلی برای به دست آوردن اطلاعاتی که باورهای کنونی‌تان را درمورد خرید و هزینه‌های زندگی‌تان، به چالش می‌کشد، نداشته باشید، توجه‌تان فقط و فقط به پژوهش‌ها، اخبار و اموری معطوف می‌شود که هم‌راستا با باورهای کنونی‌تان هستند و آن را تقویت می‌کنند.



به تأخیراندازیِ ارضای نیازها برای رسیدن به پاداش‌های دیرتر، اما چشم‌گیرتر این است که تجربه‌های مشخص و موثقی برای خود یا دیگران در این زمینه تدارک ببینید. برای مثال، وقتی به خودتان قول می‌دهید که تا چند سال دائماً به مقدار مشخصی پول پس‌انداز کنید و سپس با رفتن به یک سفر تفریحی به خارج از کشور به خودتان جایزه بدهید، اگر در این کار موفق بودید، آن وقت حتماً به سفری که قولش را به خودتان داده بودید بروید.

چنانچه به این قولی که داده بودید عمل نکنید و با خودتان بگویید «آخرش که چیزی نصیبم نشد»، باعث می‌شود دفعه‌ی بعدی که می‌خواهید یک هدف مالی بزرگ دیگر را برای خودتان مشخص کنید، چندان جدی‌اش نگیرید. پس به قول‌هایی که به خود یا دیگران می‌دهید عمل کنید.

**چه تله‌های روان‌شناختی دیگری می‌شناسید که جلوی پس‌انداز کردن‌مان را می‌گیرند یا از آن می‌کاهند؟**

منابع مختلف باشید و وقتی داده‌های موجود نشان می‌دهد که یکی از باورهایتان نادرست است، در کنار گذاشتنش تردید نکنید. برای هزینه‌های زندگی خود از روی حس ششم‌تان تصمیم‌گیری نکنید. پذیرای اطلاعات بی‌طرفانه از منابع مختلف باشید و وقتی داده‌های موجود نشان می‌دهد که یکی از باورهایتان نادرست است، تعصب‌تان را کنار بگذارید و در کنار گذاشتنش تردید نکنید.

#### ■ «امروز را بچسب»

برای شما هم حتماً پیش آمده که هر وقت به اینستاگرام یا فیسبوک سر می‌زنید، نقل‌قولی با مضمون گذرابودن زندگی و اهمیت خوش‌گذرانی در لحظه را ببینید. حرف حساب این نقل‌قول‌ها این است که «امروز را بچسبید». یعنی، به عبارتی، مبلغ ارضای فوری نیازها هستند. اگر قرار باشد بین ۳۰۰ هزار تومانی که می‌توانیم همین حالا خرجش کنیم و ۵۰۰ هزار تومانی که فقط می‌توانیم شش سال دیگر استفاده کنیم یکی را برداریم، بیشترمان همان ۳۰۰ هزار تومان را برمی‌داریم.

اما والدین‌مان راست می‌گفتند که باید در برابر لذت‌ها از خودمان خودداری نشان دهیم. پژوهش‌هایی که در بیش از چهار دهه‌ی اخیر انجام شده، نشان می‌دهد توانایی کودکان در تأخیراندازیِ ارضای نیازهایشان یکی از عوامل حیاتی موفقیت‌شان در زندگی است. آزمایش‌های روان‌شناسی به نام والتر میشل (Walter Mischel)، که تحت عنوان «تست مارشملو» شناخته می‌شود، توضیح می‌دهد که پرورش خویشتن‌داری چطور شما را برای انواع چالش‌های زندگی، از جمله چالش‌های مالی، آماده‌تر می‌کند.

وارن بافت که جزء موفق‌ترین سرمایه‌گذاران تاریخ است، یکی از اصلی‌ترین مبلغان یادگیری خویشتن‌داری نیز محسوب می‌شود. او در نامه‌ای به سهام‌داران شرکتش نوشت «سایه‌ای که امروز زیرش دمی می‌آسایید، به‌خاطر درختی است که شخصی دیگر سال‌ها پیش کاشته است.»

**راه‌حل:** پژوهش‌ها نشان داده‌اند که کارآمدترین شیوه‌ی یادگیری یا آموزش دادن

# 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>



پول علف خرس است / نیست!؟

با alafkhers در شبکه‌های اجتماعی همراه باشید



[www.alafkhers.com](http://www.alafkhers.com)