

فصل چهارم: درس سیزدهم | تصمیم‌گیری در مخارج

درس ۱۳: تصمیم‌گیری در مخارج

نقشه راه

کسی که **مدبرانه و هوشمندانه** خرید می‌کند و قیمت‌ها و محصولات را ارزیابی می‌کند، می‌تواند با صرفه‌جویی، کالاها و خدمات با **کیفیت‌تری** تهیه کند.

- کالاهای را که برای خرید انتخاب می‌کنیم، با داشتن معیار یا یکدیگر مقایسه و هوشمندانه انتخاب می‌کنیم.

طرح مسئله

برای خرید باید، برنامه بودجه‌ای خود را با برنامه خرید خود، انطباق دهیم.

- خرید هوشمندانه به انسان کمک می‌کند تا بتواند از **صرفه‌جویی** صورت گرفته، هزینه‌های فعالیت‌های دیگر را تأمین کند.
- مهارت مدیریت مخارج و خرید از جمله مهارت‌هایی است که برخی افراد در سنین بزرگسالی نیز ندارند و برای کوچک‌ترین خرید بسیار تردید می‌کنند و حتی بعد از خرید هم پشیمان می‌شوند.

خرید هوشمندانه

- خرید باید **آگاهانه و هوشمندانه** باشد.
- این خرید از روی **هوس** است.
- این خرید **بدون تفکر** است.
- این خرید از روی **احساسات آنی** است.
- این نوع خرید عمدتاً **پشیمانی** همراه دارد.
- ویژگی‌های خرید غیر هوشمندانه**
- مثالی برای خرید ناآگاهانه** — در راه برگشت از مدرسه چون خیلی گرسنه‌ایم با این که می‌دانیم در خانه مادر برایمان غذای سالم و خوشمزه‌ای آماده کرده، نمی‌توانیم جلوی خودمان را بگیریم و خیلی زود همه پول‌های توی جیبمان را به هله هوله تبدیل می‌کنیم.
- خرید هوشمندانه، خیلی دشوار نیست** — فقط به این نکته باید توجه کرد که ما اکنون به عنوان عضوی از یک خانواده و عضو یک جامعه در حال خرید کردن
- هستیم **پس اگر** — به فکر رونق و پیشرفت اقتصادی خود هستیم — این پیشرفت اقتصادی در **گرو (۱) خانواده (۲) جامعه** است.
- برای خرید هوشمندانه، مراقب باشیم که **نقش اجتماعی** خود را در میدان اقتصاد فراموش نکنیم.

فصل چهارم: درس سیزدهم | تصمیم‌گیری در مخارج

مراحل یک خرید هوشمندانه

۱- طرح دقیق مشکل

مشکل و مسئله خودتان را دقیق مشخص کنید. برای این کار باید به سؤال‌های زیر پاسخ داد:

الف) دقیقاً به چه چیزی نیاز دارید؟

ب) بررسی کنید که آیا آن چه می‌خواهید، نیاز است یا خواسته؟

پ) از چه راه‌هایی می‌توان آن نیاز و خواسته‌ها را برطرف کرد؟

ت) آیا راه‌های دیگر غیر از خرید کردن وجود دارد؟

۲- تعیین بودجه (قید بودجه)

در این مرحله، باید مشخص کنید چه میزان قرار است هزینه کنید.

۳- بررسی و تحلیل گزینه‌های موجود

در این مرحله، باید مشخص کنید، که چه گزینه‌هایی در سطح پولی که شما می‌خواهید هزینه کنید، وجود دارد. (برای این کار می‌توانید از وبسایت‌ها و

فروشگاه‌های اینترنتی استفاده کنید. موارد را در لیستی یادداشت کنید.)

۴- مشخص کردن ویژگی‌های محصول

در این مرحله ویژگی‌های کالای هدف را مشخص کنید.

ویژگی‌های کالاهای هدف را می‌توانید در سه دسته تقسیم‌بندی کنید.

الف) ویژگی‌هایی که می‌خواهید حتماً در کالای هدف باشد.

ب) ویژگی‌هایی که اگر باشد بهتر است.

پ) ویژگی‌هایی که اصلاً نمی‌خواهید باشد.

۵- بررسی و مقایسه گزینه‌ها با هم

در این مرحله با استفاده از جدول خرید مقایسه‌ای، گزینه‌های مختلف را بررسی کنید.

۶- انتخاب و تصمیم نهایی

در این مرحله، انتخاب می‌کنیم و می‌خریم.

خرید مقایسه‌ای

منظور از خرید مقایسه‌ای ← فرآیند بررسی قیمت‌ها و ویژگی‌های محصولات مشابه قبل از تصمیم‌گیری برای خرید است.

نکته ← هر چه کالا یا خدمات گران‌تر و پیچیده‌تر باشد، نیاز بیش‌تری به خرید هوشمندانه وجود دارد.

در خرید مقایسه‌ای ← باید گزینه‌های مختلف را قبل از انتخاب با هم مقایسه کنید.

۱- ویژگی

۲- اندازه‌ها

۳- کیفیت محصول

۴- هویت محصول

۵- عملکرد محصول

۶- قیمت محصول

در خرید مقایسه‌ای عوامل مختلفی

در نظر گرفته می‌شود از جمله تفاوت در

فصل چهارم: درس سیزدهم | تصمیم‌گیری در مخارج

مراحل شکل‌گیری یک خرید مقایسه‌ای

۱- تعریف مسئله

شامل بیان این‌که واقعاً برای رفع چه مشکلی یا حل چه مسئله‌ای نیاز به خرید و مصرف دارید؛ مثلاً برخی افراد بدون دانستن عکاسی برای خرید دوربین حرفه‌ای برنامه‌ریزی می‌کنند. این خرید مناسبی برای آن‌ها نیست، بلکه برای این کار یک دوربین ساده نیز کافی است.

۲- فهرست گزینه‌ها

شامل مواردی که می‌توان مشکل را رفع یا مسئله را حل کند.

۳- تعیین معیارها

معیارهایی که عملاً برای افراد هنگام انتخاب مهم است؛ مثلاً در خرید یخچال ← جادار بودن، مصرف انرژی، سهولت تعمیرات و زیبایی ظاهری و نیز ایرانی بودن محصول برای خرید مهم است.

۴- ارزیابی

سنجش گزینه‌ها براساس معیارهای مختلف که اغلب براساس جدول خرید انجام می‌شود.

۵- تصمیم‌گیری

انتخاب گزینه ی نهایی

جدول خرید مقایسه‌ای

➤ ابتدا کالاها یا خدمات مختلف را می‌نویسیم و معیارهای مدنظر خود را فهرست می‌کنیم، سپس به هر یک از کالاها و خدمات از نقطه نظر معیارهای تعیین شده امتیاز می‌دهیم و در خاتمه انتخاب می‌کنیم.

فعالیت فردی در کلاس

فرض کنید که باید یخچال بخرید و دو گزینه هم پیش رو دارید. برای این خرید، جدول خرید مقایسه‌ای را پر کنید و سپس تصمیم به خرید کنید.

معیار (۱): گنجایش	معیار (۲): مصرف انرژی	معیار (۳): ارتفاع	معیار (۴): برفک	معیار (۵): کشور سازنده	گزینه‌های موجود در بازار
۳۰۰ لیتر	B	۱۸۰	ندارد	ایران	گزینه (۱): یخچال ایرانی
۲۹۰ لیتر	A	۱۸۵	ندارد	کره	گزینه (۲): یخچال خارجی
طرف یخچال ایرانی بیش تر است.	مصرف انرژی یخچال خارجی مناسب‌تر است	برای خانه ما یخچال ایرانی بهتر است	یکسان	تولید داخلی ارجحیت دارد	نتیجه مقایسه

• باتوجه به شرایط و مقایسه‌ای که صورت گرفت، یخچال داخلی از امتیاز بیش تری برخوردار است.

درس زندگی

کالاها دارای هویت و شناسنامه هستند ← کشور سازنده، ارزش کالا و ...

✓ کالاهای ایرانی

۱- این کالاها در ایران و یا توسط شرکت‌های ایرانی تولید می‌شوند.

۲- سرمایه‌گذاران ایرانی برای تولید این کالاها سرمایه‌گذاری می‌کنند.

۳- نیروی کار و مهندسین تولید این کالاها ایرانی هستند.

✓ اما، برخی از خریداران

۱- برخی از خریداران، هنگام خرید کالاها، به هویت و ملیت کالاها توجهی نمی‌کنند و مشابه خارجی کالاها را ترجیح می‌دهند.

۲- بعضی از مردم بدون آن که حتی یک بار کالای ایرانی را تجربه کرده باشند، کالای ایرانی را بی‌کیفیت می‌نامند.

مزایای خرید کالای ایرانی

۱- خرید این کالاها به نفع اقتصاد خانواده است.

۲- خرید کالای ایرانی، به نفع اقتصاد ملی است.

فصل چهارم: درس سیزدهم | تصمیم گیری در مخارج

۵- خرید کالاهای ایرانی مانع شکل گیری رکود اقتصادی در کشور می شود.

مزایا و معایب خرید مقایسه ای

مزایا و منافع خرید مقایسه ای	معایب خرید مقایسه ای
<p>۱- امکان صرفه جویی و پس انداز بخشی از پولمان فراهم می شود. زیرا در صورت مقایسه درست معمولاً هزینه های کم تری پرداخت می شود.</p> <p>۲- ویژگی ها یا ارزش بیش تری با همان مقدار پول دریافت می کنید.</p> <p>۳- محصولی با کیفیت و با عملکرد بهتر می خریم.</p> <p>۴- با مقایسه کالاها با یکدیگر، اطلاعاتمان درباره ویژگی های آن کالا بیش تر می شود.</p> <p>۵- نسبت به خرج کردن پول خود احساس آرامش بیش تری می کنیم.</p>	<p>۱- زمان بر بودن؛ خرید مقایسه ای زمان بر است؛ این زمان را می توانستیم برای کسب درآمد، انجام کارهای سرگرم کننده یا رسیدگی به خانواده صرف کنیم.</p> <p>۲- هزینه بر بودن؛ ممکن است خرید مقایسه ای هزینه بر باشد، مانند هزینه هایی که برای تماس تلفنی یا سوخت خودرو برای بازدید از فروشگاه های مختلف صرف می کنیم.</p> <p>۳- غیراقتصادی بودن؛ ممکن است پس انداز حاصل از خرید مقایسه ای، به ویژه برای اقلام با قیمت پایین، کم تر از هزینه های زمان، بنزین یا سایر هزینه های دیگر برای کسب اطلاعات باشد.</p>

روش های فروش

فروشندهگان از روش ها و فنون مختلفی برای تحریک و تشویق خریداران به خرید کالا و خدمات استفاده می کنند، آشنایی با این فنون می تواند به تصمیم گیری درست در خرید کمک کند.

برخی از این فنون عبارتند از تبلیغات کاذب، بزرگنمایی، قسم خوردن، ارائه اطلاعات نادرست و ...

الگوی خارج کردن

✓ داشتن اصل و الگو در انتخاب های اقتصادی و از جمله در خرج کردن، یک ضرورت است.

- یک ضرورت است.
 - نشان دهنده شخصیت منطقی و عقلانی است.
 - در برنامه ریزی های اقتصادی، کمک شایانی می کند.
- ✓ داشتن یک الگوی مناسب برای خرید

✓ انسان هایی که از روی هوس تصمیم می گیرند و زندگی هوس بازانه ای دارند، نمی توانند به الگوی مشخص برای خرج کردن دست یابند و همواره در زندگی خود با مشکلاتی دست به گریبان اند.

مزایای قناعت و ساده زیستی

- ۱- این ویژگی به انسان کمک می کند تا بخشی از درآمد خود را برای مصارف مهم تر پس انداز کند.
 - ۲- این ویژگی به انسان کمک می کند تا با آرامش روحی و روانی، انتخاب اقتصادی مناسبی در زندگی تجربه کند.
- طمع ← باعث خوار شدن و ضعف انسان می شود.
- داشتن زندگی ساده و همراه با قناعت ← (۱) روح انسان را آرام می کند. (۲) چشمه های شادی را در قلب ما می جوشاند. (داستان نقل شده از شبلی در این رابطه است).
- حضرت علی (ع) می فرماید ← کسی که به دنبال آرامش است، قناعت بورزد.
- قناعت به معنای تلاش نکردن در راه توسعه اقتصادی زندگی نیست؛ بلکه به معنای ترک حرص و طمع و رضایت درونی از نعمتهایی است که خداوند در اختیارمان قرار داده است.

مصرف گرایی و مخارج تجملی

برخی از اقتصاددانان و جامعه شناسان ← از بیماری ای به نام مصرف گرایی و مخارج تجملی سخن می گویند. آن ها (برخی از اقتصاددانان) معتقدند ← گروه زیادی از مردم آرامش و لذت را در خرج کردن و استفاده بیش تر از کالاها و حتی به رخ کشیدن آن می بینند.

چون

فصل چهارم: درس سیزدهم | تصمیم‌گیری در مخارج

مصرف مسئولانه

براساس گزارش فانو (سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد) ← سالیانه حدود ۱/۳ میلیارد تن از موادغذایی تولید شده برای مصرف انسان در جهان دورریخته می‌شود. این مقدار، یک سوم کل محصول غلات جهان را شامل می‌شود.

- ◆ اتلاف محصولات غذایی در ایران ← بعضی از گزارش‌ها نشان از آن دارد که در ایران اتلاف موادغذایی بسیار فراتر از متوسط جهانی است.
- ◆ سالانه ده‌ها هزار قلم کالا در حجم‌های مختلف تولید می‌شود و به مصرف خانواده‌ها می‌رسد. با مشاهده رفتار مصرفی افراد جامعه و ملاحظه ویژگی، کیفیت و نوع کالاها می‌توان گفت همه ساله بخشی از کالاهای تولید شده بدون بهره‌برداری صحیح تلف می‌شوند.
- ◆ مفهوم اتلاف ← به معنای دور ریختن و هدر دادن منابع است.
- ◆ مقایسه اسراف و اتلاف ← اسراف مفهومی عام‌تر از اتلاف دارد.

موارد اسراف

- بلا استفاده گذاشتن اموال
- مصرف بیجا
- مصرف در معصیت
- مصرف فراتر از سطح زندگی عمومی
- مصرف فراتر از توان مالی
- عدم رعایت اولویت در به کارگیری سرمایه‌های شخصی و ملی

معنای مصرف

- مصرف به معنای تغییر و تبدیل چیزی به چیز دیگر است.
- ◆ مثال: غذایی که مصرف شده ← تبدیل به انرژی در بدن می‌شود ← این انرژی در مرحله بعد به کاری تبدیل می‌شود ← محصول کار ما در کالایی که مجدداً به مصرف فرد دیگری می‌رسد ظاهر می‌شود.
- در محیط زیست دائماً این تغییرات رخ می‌دهد.
- ◆ در طبیعت ← منابع غذایی که یک درخت آن را مصرف می‌کند ← به میوه تبدیل می‌شود.

مصرف مسئولانه

- ◆ مصرفی است که اجازه می‌دهد، چرخه تبدیل‌ها و تغییرات طبیعی همواره ادامه پیدا کند و متوقف نشود.
- مثالی برای مصرف صحیح و مسئولانه از یک طرف و مصرف غیرمسئولانه از طرف دیگر ← استفاده از ظروفی که به راحتی در طبیعت تجزیه می‌شوند و به چرخه تبدیل و تغییر آسیبی نمی‌زنند. ← در مقابل ظروف پلاستیکی یا فلزی که، سال‌ها در طبیعت می‌مانند و عملاً به چیز دیگری تبدیل نمی‌شوند و به محیط‌زیست آسیب می‌زنند.

یکی از روش‌های مصرف مسئولانه، روش «۶ ب» است

- بهینه مصرف کردن ← از حداقل منابع به حداکثر تولید برسیم یا با انرژی کمتر به دست آورد بیش تری رسیدند.
- بازیافت ← ادامه فرایند تولید است، می‌توان گفت پردازش مجدد و تبدیل یک کالا به کالای دیگر
- بازسازی ← تعمیر و استفاده مجدد از یک کالا
- بازداشتن ← جلوگیری از اسراف و زیاده‌روی، نه گفتن به خرید چیزهایی که نیاز نداریم.
- بازتفکر ← تبدیل یک کالا به کالای دیگر
- بازصرف ← استفاده چندباره از کالا

- ◆ نه گفتن به خرید چیزهایی که نیاز نداریم و یا مضرند، یافتن راه‌های بهتر، پردازش مجدد و تبدیل یک کالا به کالای دیگر، کم تر مصرف کردن یا با انرژی کم تر ولی دستاورد بیش تر مصرف کردن، استفاده از چیزی بیش از یک بار، درست کردن چیزی که خراب و یا از کار افتاده است، همه از موارد روش «۶ ب» به شمار می‌روند.

فصل چهارم: درس سیزدهم | تصمیم‌گیری در مخارج

تعاریف و اصطلاحات

- ۱- پیامد خرید هوشمندانه ← صرفه‌جویی در هزینه‌ها و پس‌انداز پولمان
- ۲- ویژگی خرید خوب ← خرید خوب، خریدی آگاهانه و هوشمند است.
- ۳- خرید ناآگاهانه ← خرید از روی هوس، بدون فکر و از روی احساسات آنی، که معمولاً با پشیمانی همراه است.
- ۴- پیشرفت اقتصادی ← در گرو پیشرفت خانواده و جامعه است.
- ۵- رسیدن به خرید هوشمندانه ← برای خرید هوشمندانه، باید نقش اجتماعی خود را در میدان اقتصاد فراموش نکنیم.
- ۶- مراحل خرید هوشمندانه ← ۱ طرح دقیق مشکل و مسئله ۲ تعیین قید بودجه ۳ بررسی و تحلیل گزینه‌های موجود ۴ تعیین ویژگی‌های محصول ۵ استفاده از جدول مقایسه‌ای ۶ انتخاب نهایی
- ۷- منظور از خرید مقایسه‌ای ← فرآیند بررسی قیمت‌ها و ویژگی‌های محصولات مشابه قبل از تصمیم‌گیری برای خرید است.
- ۸- عواملی که در خرید مقایسه‌ای باید به آن‌ها توجه شود ← ۱ تفاوت در ویژگی‌ها ۲ اندازه‌ها ۳ کیفیت محصول ۴ هویت محصول ۵ عملکرد محصول ۶ قیمت.
- ۷ خدمات پس از فروش و...
- ۹- مراحل خرید مقایسه‌ای ← ① تعریف مسئله ② فهرست گزینه‌ها ③ تعیین معیارها ④ ارزیابی ⑤ تصمیم‌گیری
- ۱۰- تعریف مسئله ← شامل بیان این‌که واقعا برای رفع چه مشکل یا حل مسئله‌ای نیاز به خرید و مصرف داریم.
- ۱۱- فهرست گزینه‌ها ← شامل مواردی که می‌تواند مشکل را رفع یا مسئله را حل کند.
- ۱۲- تعیین معیارها ← معیارهایی که عملاً برای افراد هنگام انتخاب مهم است.
- ۱۳- ارزیابی ← شامل سنجش گزینه‌ها براساس معیارهای مختلف
- ۱۴- تصمیم‌گیری ← انتخاب گزینه نهایی است.
- ۱۵- هویت و شناسنامه کالا ← منظور زادگاه و ارزش کالا است.
- ۱۶- فواید خرید ملی ← درنظر گرفتن نفع اقتصاد خانواده و کشور است.
- ۱۷- پیامد خرید ملی ← باعث ادامه چرخه تولید، جلوگیری از بیکار شدن هموطنان و مانع شکل‌گیری رکود اقتصادی می‌شود.
- ۱۸- مزایا و معایب خرید مقایسه‌ای ← ۱ افزایش پس‌انداز ۲ استفاده بهتر از پولمان ۳ مقایسه کیفیت و عملکرد محصولات مختلف ۴ آگاهی بیش‌تر از مزایای کالا و خدمات انتخاب شده ۵ احساس آرامش از خرج کردن
- ۱۹- معایب خرید مقایسه‌ای ← ۱ زمان‌بر بودن ۲ هزینه‌بر بودن ۳ نابرابری موقعیت به‌دست آمده با موقعیت‌های از دست رفته
- ۲۰- مزایای داشتن الگو برای خرج کردن ← نشان‌دهنده شخصیت منطقی و عقلانی است، داشتن الگوی خرید یک ضرورت است و کمک به برنامه‌ریزی اقتصادی می‌کند.
- ۲۱- مزایای قناعت و ساده‌زیستی ← به ما کمک می‌کند تا بخشی از درآمد خود را برای مصارف مهم‌تر پس‌انداز کنیم و با آرامش روحی و روانی، انتخاب اقتصادی مناسبی را در زندگی تجربه کنیم.
- ۲۲- بیماری مصرف‌گرایی و مخارج تجملی ← گروه زیادی از مردم آرامش و لذت را در خرج کردن و استفاده بیش‌تر از کالاها و حتی به رخ کشیدن آن می‌بینند.
- ۲۳- پیامد بیماری مصرف‌گرایی ← آن‌ها در زندگی کم‌تر به آرامش می‌رسند و همواره در رنج نرسیدن به خواسته‌های خود هستند.
- ۲۴- پیامد زندگی ساده همراه با قناعت ← روح انسان را آرام می‌کند و چشمه‌های شادی را در قلب ما می‌جوشاند.
- ۲۵- حضرت علی (ع) ← کسی که به دنبال آرامش است، قناعت بورزد.
- ۲۶- معنای قناعت ← قناعت به معنای تلاش نکردن در راه توسعه اقتصادی زندگی نیست، بلکه به معنای ترک حرص و طمع و رضایت درونی از نعمتهایی است که خداوند در اختیارمان قرار داده است.
- ۲۷- سازمان فانو ← سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد است.
- ۲۸- اتلاف ← به معنای دور ریختن و هدر دادن منابع است.
- ۲۹- اسراف ← مفهومی عام‌تر از اتلاف است.
- ۳۰- موارد اسراف ← ① بلااستفاده گذاشتن اموال ② مصرف بیجا ③ مصرف در معصیت ④ مصرف فراتر از سطح زندگی عمومی ⑤ مصرف فراتر از توان مالی ⑥ عدم رعایت اولویت در به‌کارگیری سرمایه‌های شخصی و ملی
- ۳۱- معنای مصرف ← مصرف، به معنای تغییر و تبدیل چیزی به چیز دیگر است.
- ۳۲- مصرف مسئولانه ← مصرفی است که اجازه می‌دهد، چرخه تبدیل‌ها و تغییرات طبیعی همواره ادامه پیدا کند و متوقف نشود.
- ۳۳- روش «ب» ← یکی از روش‌های مصرف مسئولانه، روش «ب» است که شامل: ① بهینه مصرف کردن ② بازیافت ③ بازسازی ④ بازداشتن ⑤ بازتفکر ⑥ باز مصرف