

سواد مالی به زبان ساده

• یادگیری خرد (Microlearning)

فهرست مطالب

- | | | | |
|----|------------------------------|-----|--------------------------------|
| 0. | معرفی | 10. | مالیات و انواع آن، سایر کسورات |
| 1. | مقدمه‌ای بر سواد مالی | 11. | قدرت خرید و تورم |
| 2. | قابلیت مالی و نرخ سواد مالی | 12. | انواع تورم |
| 3. | سواد سرمایه‌گذاری و ابعاد آن | 13. | علل و اثرات تورم |
| 4. | تصمیم‌گیری‌های مالی | 14. | عوامل تاثیرپذیر از تورم |
| 5. | آزمون ریسک‌پذیری | 15. | راهبردهای خرید |
| 6. | اقتصاد چیست؟ | 16. | طرح خرید |
| 7. | درآمد، مزایا، پرداخت | 17. | حفاظت در برابر تقلب |
| 8. | درآمد تحقق نیافته | 18. | مسئولیت‌پذیری مالی |
| 9. | مالیات و انواع آن | | |

مقدمه‌ای بر سواد مالی

سواد مالی

سواد مالی به معنای توانایی درک، تحلیل و به کارگیری مفاهیم و اطلاعات مالی به منظور اتخاذ تصمیم‌های آگاهانه و مؤثر در حوزه‌هایی همچون مدیریت درآمد، کنترل هزینه‌ها، پس انداز، سرمایه‌گذاری و ارزیابی ریسک است.

فردی که از **سواد مالی** برخوردار است، قادر است منابع مالی خود را به شکلی هوشمندانه مدیریت کرده، از بدهی‌های غیرضروری اجتناب نماید و با برنامه‌ریزی هدفمند، آینده مالی پایداری برای خود رقم بزند.

ابعاد شش گانه سواد مالی از نظریونسکو



- ❖ سواد عاطفی
- ❖ سواد ارتباطی
- ❖ سواد رسانه
- ❖ سواد آموزش و پرورش
- ❖ سواد رایانه
- ❖ سواد مالی

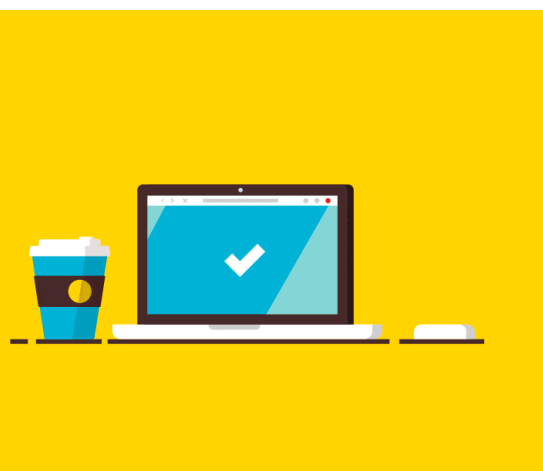
توضیح ابعاد شش‌گانه

- ❖ **سواد عاطفی:** توانایی برقراری روابط عاطفی با خانواده و دوستان به نحو احسن؛
- ❖ **سواد ارتباطی:** توانایی برقراری ارتباط و تعامل با اعضای جامعه (آداب معاشرت - روابط اجتماعی)؛
- ❖ **سواد رسانه:** توانایی تشخیص رسانه‌های معتبر و نامعتبر و تشخیص وثوق اخبار؛
- ❖ **سواد آموزش و پرورش:** توانایی تربیت فرزندان به نحو احسن؛
- ❖ **سواد رایانه:** توانایی استفاده از مهارت‌های هفت‌گانه رایانه، مفاهیم پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات، استفاده از رایانه و مدیریت فایل‌ها؛
- ❖ **سواد مالی:** توانایی مدیریت اقتصادی درآمد (چگونگی پس انداز، سرمایه گذاری و مدیریت خرج)؛

قابلیت مالی و نرخ سواد مالی

قابلیت مالی (Financial Capability)

- **قابلیت مالی**، توانایی فرد برای عمل کردن در جهت بهترین منافع خود، با در نظر گرفتن شرایط اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است؛ و دانش، نگرش‌ها، مهارت‌ها، رفتار مصرف‌کنندگان در ارتباط با شناخت، انتخاب، و استفاده از خدمات مالی و توانایی ارزیابی خدمات مالی متناسب با نیازهای خود را شامل می‌شود.



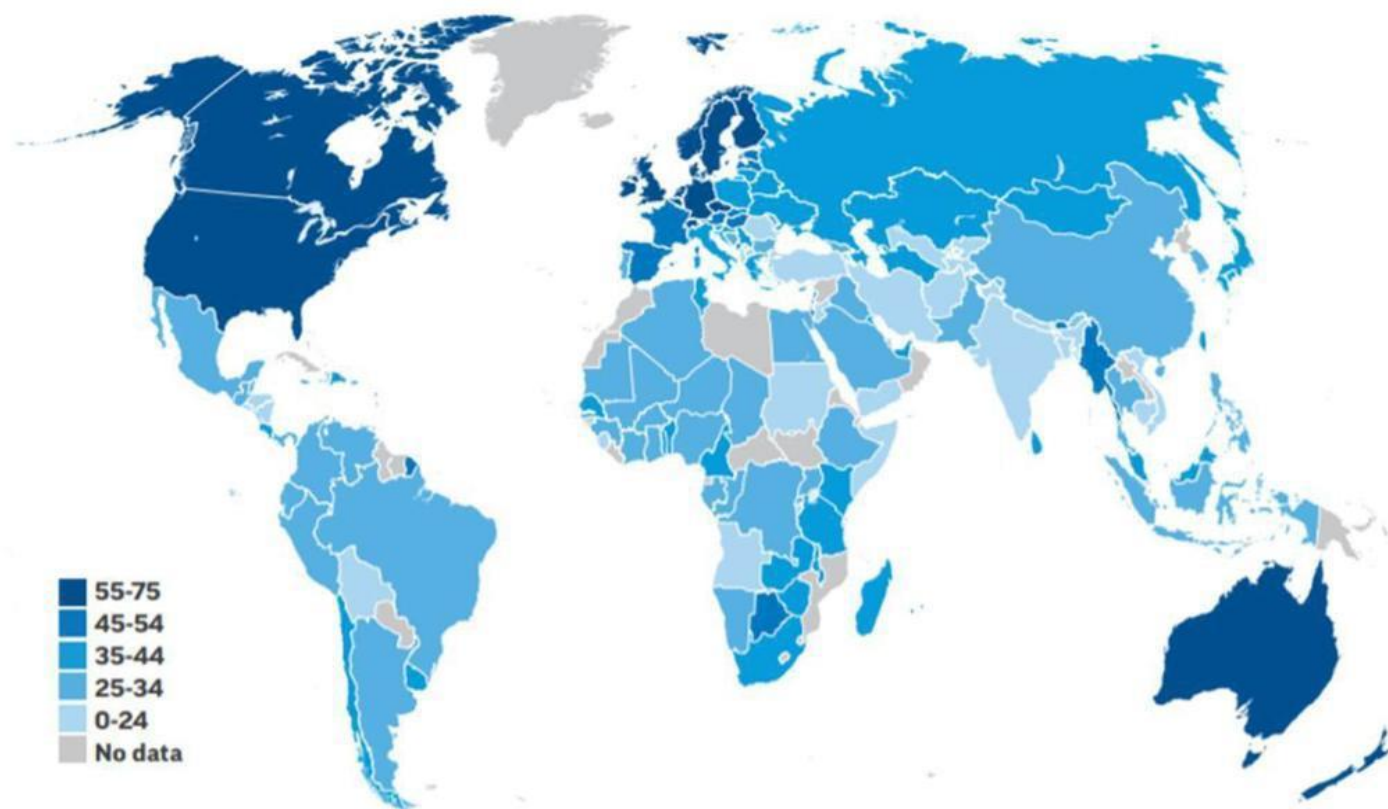
سواد مالی (Financial Literacy)

سواد مالی، توانایی شناخت نحوه کارکرد پول، نحوه کسب، مدیریت، و سرمایه‌گذاری، و هزینه کردن پول (حتی شامل امور خیریه) برای کمک به دیگران است. به دلیل فقدان سواد مالی است که بخش بزرگی از جمعیت جهان با مشکل بدهی روبرو است.



نرخ سواد مالی در دنیا

MAP 1: GLOBAL VARIATIONS IN FINANCIAL LITERACY
(% OF ADULTS WHO ARE FINANCIALLY LITERATE)



Source: S&P Global FinLit Survey

- داده‌های بانک جهانی نشان می‌دهد که نرخ سواد مالی در سراسر دنیا در وضعیت بسیار بدی قرار دارد. بانک جهانی

سواد سرمایه‌گذاری و ابعاد آن

مشکلات ناشی از ضعف سواد مالی

❖ مدیریت درآمد- هزینه

❖ سرمایه‌گذاری‌های مولد

❖ عدم شناخت کافی از ابزارهای قانونی سرمایه‌گذاری

سواد سرمایه گذاری (investment Literacy)

- تعریف سازمان بین المللی کمیسیون های اوراق بهادار (آیسکو):
شناخت سرمایه گذاران عادی از اصول اولیه بازار، ابزارها، سازمان ها و مقررات مرتبط.



ابعاد سواد سرمایه گذاری

- مفاهیم مالی پایه
- ویژگی‌های محصولات سرمایه‌گذاری: کارمزدها، ریسک و بازدهی
- مناسب بودن سرمایه‌گذاری‌ها
- اجتناب از تقلب شامل استفاده از اخبارها
- حقوق و مسئولیت‌های سرمایه‌گذاران
- طرح و پیگیری شکایت‌ها

چرا نهاد ناظر به مقوله آموزش سواد سرمایه گذاری ورود می‌کند؟

- آموزش‌های مستقل و بی طرفانه ارائه می‌کند.
- دسترسی به تخصص و داده‌های مورد نیاز دارد.
- بینش ارزشمندی نسبت به سازوکارهای بازار دارد.
- با اقدامات نظارتی قادر است تاثیر مستقیمی داشته باشد.
- موقعیت مناسبی جهت اتخاذ نقش رهبری در این حوزه دارد.
- می‌تواند سواد مالی را در دل راهبردهای مالی قرار دهد.

تصمیم‌گیری‌های مالی

پاسخ‌های رفتاری کلیدی در تصمیم‌گیری مالی

لختی	افشای تضاد	سوگیری تأیید	ترجیح تصمیم	لنگراندازی و تعدیل
گزینه پیش فرض	چارچوب بندی موقت	بیش اعتمادی	زیان گریزی کوتاه نظر	زیان گریزی

پاسخ‌های رفتاری کلیدی در تصمیم‌گیری مالی

- لنگراندازی: برآورد اولیه یا نقطه شروع بر تصمیم نهایی اثر می‌گذارد.
- زیان‌گریزی: در صورتی که در محدوده بودجه خرج شود رخ نمی‌دهد.
- ترجیح تصمیم: گزینه‌های زیاد، بر انتخاب تصمیم تاثیر می‌گذارند.
- زیان‌گریزی کوتاه‌نظر: ترکیبی از زیان‌گریزی و تمایل به ارزیابی مستمر خروجی.
- سوگیری تایید: استفاده از داده‌های موافق یا تایید کننده دیدگاه شما. همراه با سوگیری بیش‌اعتمادی
- بیش‌اعتمادی: معامله بیش از حد و آسیب به عملکرد. در صورت کم‌تجربگی شدت می‌یابد.
- افشای تضاد: افشای تضاد منافع باعث افزایش احتمال وقوع واقعی آن تضاد می‌شود.
- چارچوب بندی موقت: مزایای آتی را بیش از حد دست‌کم می‌گیرد.
- لختی: گزینه پیش‌فرض با اینکه بهینه نیست، انتخاب می‌شود.

سایر سوگیری‌های مربوط به تصمیم‌گیری مالی

ریسک‌گریزی	چارچوب‌بندی محدود	بی‌توجهی به اخبار کلان اقتصادی	بی‌توجهی در سطح صندوق	ابهام‌گریزی
شرکت‌های کوچک	سوگیری حال	اثر ژانویه	رفتار رمه‌ای	دسترسی‌پذیری
اثر آخر هفته	پشیمانی	سوگیری محلی	توهم کنترل	اثر موهبت
اثر تمایلی	نماگری	ترجیح سهام بخت‌آزماگونه	بی‌توجهی به اخبار سود	اثر چارچوب‌بندی

سایر سوگیری‌های مربوط به تصمیم‌گیری مالی

- **ابهام‌گزیزی:** تمایل به دوری از شرایط مبهم، حتی در مواقعی که باعث افزایش مطلوبیت مورد انتظار می‌شود.
- **دسترسی پذیری:** افراد فراوانی یا احتمال بعضی رویدادها را بر مبنای به خاطر آوردن راحت تر مثال هایی از آنها، قضاوت می‌کنند.
- **اثر موهبت:** افراد وقتی می‌خواهند چیزی که خودشان مالک هستند را بفروشند، در مقایسه با زمانی که می‌خواهند همان چیز را بخرند، بالاتر قیمت گذاری می‌کنند.
- **اثر چارچوب بندی:** تصمیم تحت تأثیر چارچوب یا قالب بندی مربوطه قرار می‌گیرد.
- **بی توجهی در سطح صندوق:** گرایش به معامله صندوق‌های سرمایه گذاری حول اخبار اقتصادی
- **رفتار رمه ای:** وقتی افراد مختلف یک اقدام را انجام می‌دهند.
- **توهم کنترل:** انتظار موفقیت فردی در مقایسه با احتمالات واقعی، بالاتر ارزیابی می‌شود.

سایر سوگیری‌های مربوط به تصمیم‌گیری مالی

- **بی توجهی به اخبار سود:** میزانی که سرمایه‌گذار حوالی اعلام سود اقدام به خرید و فروش سهم خاص نمی‌کند.
- **بی توجهی به اخبار کلان اقتصادی:** عدم تمایل به خرید و فروش سهام حوالی اعلام اخبار کلان اقتصادی
- **اثر ژانویه:** تمایل به بازدهی بالاتر در ابتدای سال جدید
- **سوگیری محلی:** تمایل به خرید سهم یا صندوقی که دفتر اصلی‌اش در محله شما است.
- **ترجیح سهام بخت‌آزماگونه:** تمایل به خرید سهم‌هایی که قیمت پایین، نوسان بالا و بازدهی‌های چوله دارند.
- **چارچوب بندی محدود:** خرید سهام به شکل فردی به جای بررسی اثر آن بر سبد.
- **سوگیری حال:** وزن‌دهی بیش از حد مزایا و معایب فعلی

سایر سوگیری‌های مربوط به تصمیم‌گیری مالی

- **پشیمانی:** احساس منفی سرمایه‌گذار پس از تصمیم نادرست یا از دست دادن فرصت
- **نماگری:** ارزیابی خروجی و مدل مربوطه یا نمونه و جامعه مربوطه
- **ریسک‌گریزی:** تمایل سرمایه‌گذار به اجتناب از ریسک، حتی با وجود بازدهی بالاتر
- **اثر شرکت‌های کوچک:** بازدهی بالاتر شرکت‌های کوچک
- **اثر آخر هفته:** بازدهی غیرعادی در آخر هفته‌ها
- **اثر تمایلی:** تمایل یک سرمایه‌گذار به فروش زود هنگام برنده‌ها و خرید زود هنگام بازنده‌ها

شمول مالی (financial inclusion)

- شمول مالی در حالتی اتفاق می‌افتد که افراد و کسب و کارها، به محصولات و خدمات مالی مفید و معقول دسترسی داشته باشند، به نحوی که نیازهای آنها را به شکل مسئولانه و پایدار تأمین کند. شمول مالی در قالب دسترسی پذیری و برابری فرصت دسترسی به خدمات مالی تعریف می‌شود.

آزمون ریسک پذیری

چقدر ریسک پذیر هستید؟

- <https://ifc.ir/risk>



چرا آزمون ریسک پذیری؟

- پرسشنامه‌های ارزیابی ریسک سرمایه‌گذاری ابزارهایی هستند که برای شناخت میزان تمایل، تحمل و توان ریسک‌پذیری افراد طراحی می‌شوند. این آزمون‌ها به سرمایه‌گذاران و مشاوران مالی کمک می‌کنند تا:
 1. نوع مناسب سرمایه‌گذاری را انتخاب کنند – مثل انتخاب بین اوراق کم‌ریسک یا سهام پرریسک.
 2. پرتفوی مالی متناسب با شخصیت فرد بسازند – با توجه به اهداف، افق زمانی، و روحیات فرد.
 3. جلوی تصمیمات هیجانی یا غیرمنطقی را بگیرند – به‌ویژه در زمان نوسانات شدید بازار.
 4. شفاف‌سازی در مشاوره مالی – مشاور می‌تواند برای فرد ریسک کند و چه راهکارهایی مناسب اوست.
- در عمل، افراد می‌توانند از این آزمون در شروع مسیر سرمایه‌گذاری، هنگام مشاوره مالی یا پیش از ورود به بازارهای جدید (مثل رمزارزها یا بورس خارجی) استفاده کنند تا سرمایه‌گذاری با آرامش و آگاهی بیشتری انجام شود.

اقتصاد و اثرات آن

اقتصاد چیست؟

اقتصاد به تمام فعالیت‌های مربوط به تولید و توزیع کالاها و خدمات در یک حوزه‌ی جغرافیایی یا یک کشور اشاره دارد. علم اقتصاد مطالعه این امر است که تصمیمات در سطح فردی و در سطح کلان جامعه چگونه اتخاذ می‌شوند.

مطالعه‌ی علم اقتصاد، با نام مطالعه منابع کمیاب نیز خوانده می‌شود، که به این دلیل رخ می‌دهد که نیازها و خواسته‌های افراد نامحدود هستند، در حالی که منابع محدود هستند. مثال‌هایی از منابع، شامل درآمد یک فرد یا مواد مورد نیاز برای تولید محصولات می‌شود. چون این منابع محدود هستند، افراد و کسب و کارها باید تصمیم بگیرند که کدام نیازها و خواسته‌ها را برآورده کنند.

- بدون توجه به اینکه کجا زندگی می‌کنید، تحت تاثیر اقتصاد قرار دارید.

اقتصاد و قیمت ها

- اقتصاد بازار؟ اکثر کشورهای دنیا، اقتصاد بازار دارند که مبتنی بر قوانین عرضه و تقاضا است.
- تعادل عرضه و تقاضا



تبادل عرضه و تقاضا

در اقتصاد بازار، قیمت یک قلم کالا در نقطه‌ای مشخص می‌شود که مصرف‌کننده مایل به پرداخت آن قیمت و فروشنده مایل به دریافت آن قیمت باشد. به عبارت دیگر، فروشندگان آنچه در تحمل بازار می‌باشد را به عنوان قیمت فروش در نظر می‌گیرند.

تولیدکنندگان مایل به افزایش سود هستند؛ مصرف‌کنندگان مایل به دریافت بالاترین ارزش از محل هر تومان خرج شده‌ی خود هستند.

مقدار کالاها و خدماتی که تولیدکنندگان قادرند عرضه‌کنند، عرضه نامیده می‌شود.

تمایل و توانایی مصرف‌کنندگان برای خرید کالاها و خدمات، تقاضا نامیده می‌شود.

وقتی تقاضا بیشتر از عرضه باشد، کسب و کارها می‌توانند قیمت بالاتری بابت محصولات خود مطالبه کنند. این قیمت‌ها بر تصمیمات مبنی بر خرید اقلام تاثیر می‌گذارد، به این دلیل که منجر به مصرف درآمد شما می‌شود.

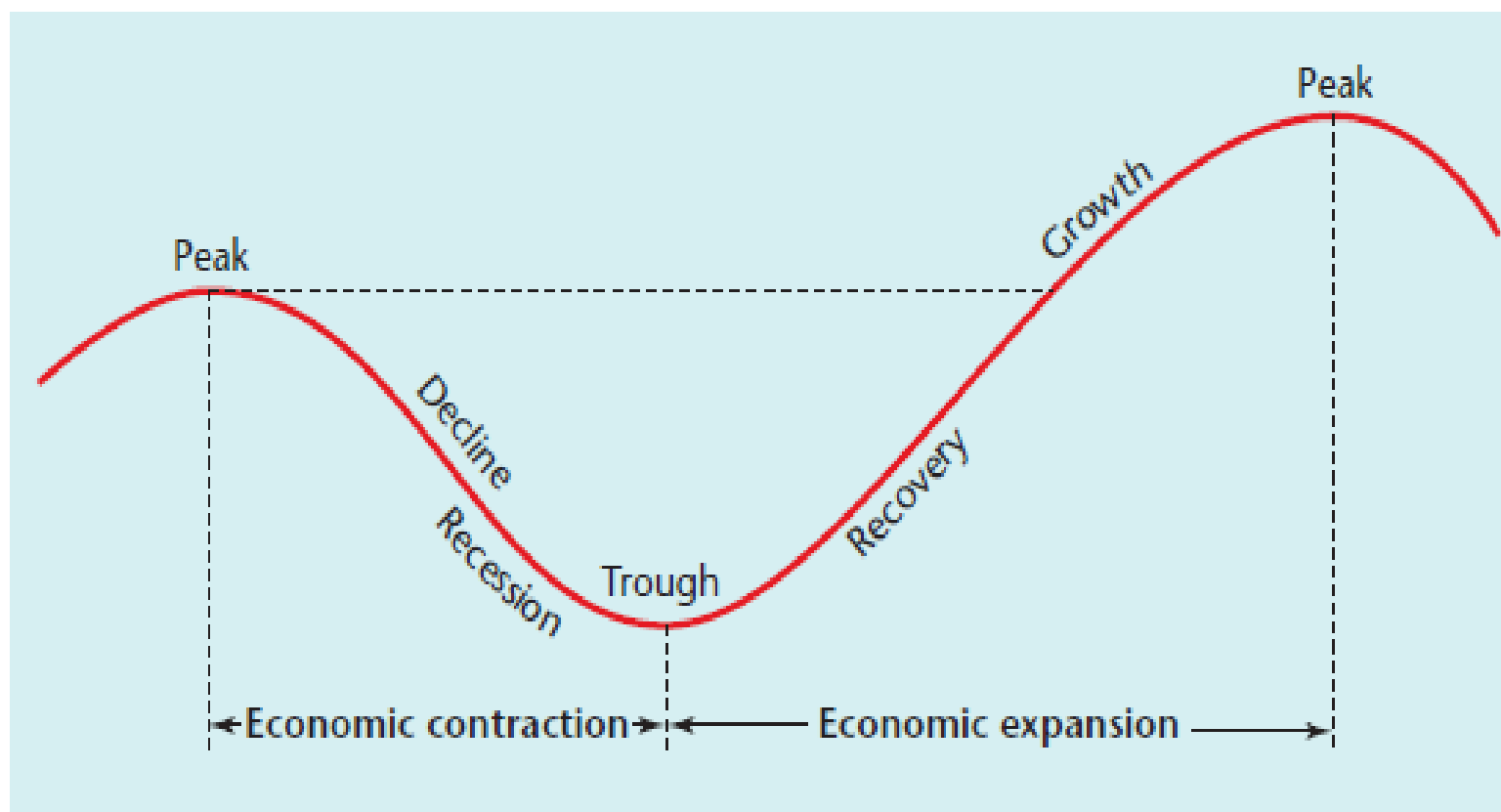
اقتصاد و درآمد

رونق یا رکود؟

وقتی اقتصاد در حال رشد باشد، افراد در حال خرید کالاها و خدمات می‌باشند. مشاغل ایجاد می‌شوند و کسب و کارها مشغول استخدام کارگرم هستند. کارفرمایان تمایل بیشتری برای افزایش حقوق و پاداش به کارکنان نشان می‌دهند. یافتن و حفظ شغلی که امنیت مالی داشته باشد، ساده تر می‌باشد.

از سوی دیگر، وقتی اقتصاد در حال رکود باشد، افراد کالاها و خدمات کمتری می‌خرند. تقاضای کمتر برای خرید کالاها و خدمات می‌تواند به این معنی باشد که کسب و کارها در حال رشد نیستند. ممکن است کارگران از مشاغل خود اخراج شوند و احتمال کمتری وجود دارد که مشمول افزایش حقوق شوند. کارگران کمتری استخدام می‌شوند.

اقتصاد در عمل - چرخه های تجاری



اقتصاد در عمل - چرخه های تجاری

اقتصاد در چرخه ی تجاری دارای مراحل مختلفی است. چرخه ی تجاری دوره های متناوب رشد و نزول در اقتصاد است. درک این امر که هر نقطه در این چرخه به چه معنی است و چگونگی مهیا شدن احتمالی شما و واکنش شما به این حالت ها، اهمیت دارد.

چهار مرحله ی چرخه ی تجاری وجود دارند: بازیابی (رشد)، اوج، رکود (نزول)، و فرود.

طی دوره های بازیابی، اقتصاد در حال رشد است. افراد به این دلیل که خوش بین هستند و اوضاع خوبی دارند، مخارج خود را افزایش می دهد. کسب و کارها استخدام می کنند و شرکت ها در حال افزایش تولید محصولات خود هستند. این مرحله، زمانی است که علاوه بر خرج کردن، باید پس انداز نیز کرد.

اقتصاد در عمل - چرخه های تجاری

فهم اینکه اقتصاد در چه زمانی به اوج خود رسیده است، یعنی زمانی که اقتصاد در قدرتمندترین وضعیت خود قرار دارد، مشکل است. در این دوره، قیمت ها به دلیل بالا بودن تقاضا، گران هستند.

وقتی افراد خرید خود را کاهش می دهند و قادر به پرداخت قیمت های گران نیستند، اقتصاد وارد دوره سرازیری می شود که رکود نام دارد. در دوره ی رکود، مشاغل از بین می روند، تولید کاهش می یابد، و افراد بدبین می شوند. با خرج کردن کمتر افراد، اقتصاد بیشتر نزول می کند. طی دوره ی نزول اقتصادی است که وجوه پس انداز شده طی دوره رشد، بالاترین قدرت خرید را فراهم می کند. به این دلیل که وجه نقد برای خرج کردن در اختیار دارید، ارزان ترین قیمت ها (بیشترین ارزش) را می توانید به خود اختصاص دهید.

وقتی به کف می رسید، که فرود نامیده می شود، اقتصاد تعطیل است. کسب و کارها به دلیل کاهش شدید در فروش، قادر به استخدام نیستند و افراد زیادی بیکار شده اند و قادر به ایفای تعهدات بدهی خود نمی باشند. فرود تا زمانی که افراد مجدداً شروع به مصرف کنند، کسب و کارها شروع به استخدام کارگران کنند، و تولید کالاها روند افزایشی به خود گیرد، ادامه خواهد داشت.

درآمد، مزایا، و پرداخت‌ها

درآمد، سایر مزایا، و مالیات

افراد به دلیل کاری که انجام می دهند، درآمد (حقوق و دستمزد) دریافت می کنند.

آنها می توانند از محل سرمایه گذاری های خود (بهره و سود نقدی) نیز درآمد کسب کنند.

منبع دیگر درآمد ممکن است پرداخت های دولتی باشد که به افرادی که درآمد کافی برای پرداخت نیازهای اساسی خود را ندارند، پرداخت می شود.

کارگران همچنین مزایایی از قبیل مرخصی های باحقوق و مرخصی های درمانی دریافت می کنند. این مزایا، بخشی از کل بسته ی جبران خدمت آنها است.

درآمد تحقق یافته شامل تمام درآمدهای کسب شده از محل اشتغال می شود. این درآمد شامل دستمزد، حقوق، انعام، کارمزدها و سود های خالص ناشی از خوداشتغالی می شود. درآمدهای کسب شده مشمول مالیات هستند.

مالیات نوعی پرداختی اجباری برای حمایت از مخارج دولتی است. ممکن است مالیات بر مبنای مواردی از قبیل سودها، ارزش دارایی ها، یا قیمت فروش اقلام تعیین شوند.

دستمزد، انعام، و کارمزدها

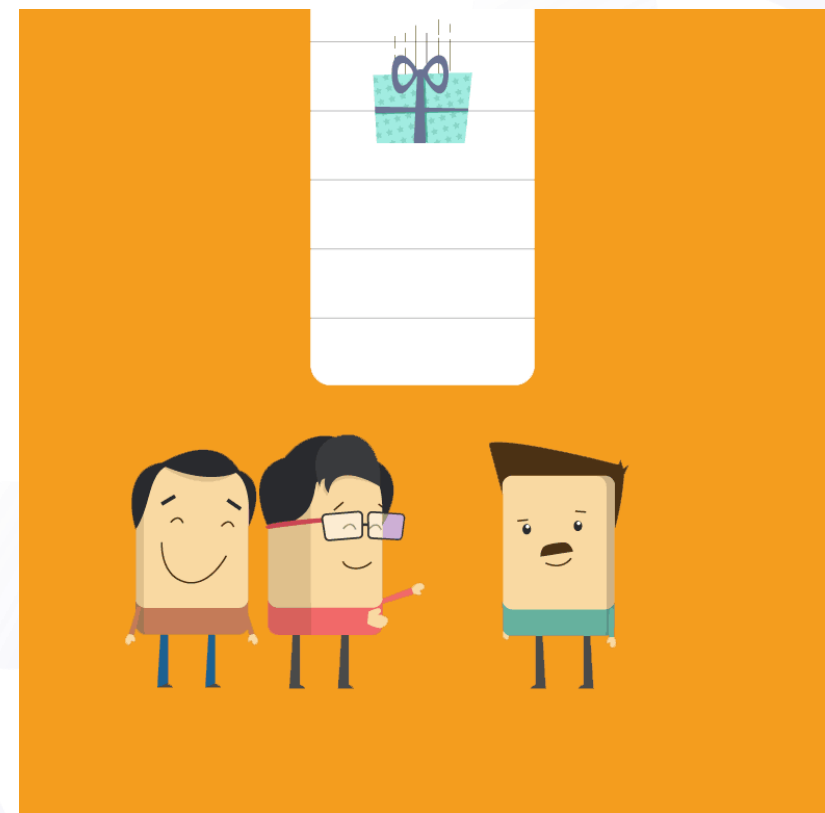
کارکنانی که ساعتی کار می‌کنند، دستمزد دریافت می‌کنند. حداقل دستمزد کمترین حقوق پرداختی طبق قانون برای هر ساعت کار معمول است.

ساعت کار هفتگی طبق قانون کار، 44 ساعت در هفته می‌باشد. ساعت کاری مازاد بر ساعت کاری استاندارد، ساعت کاری اضافه کاری می‌باشند. وقتی کارگران مجبور باشند ساعت های کاری مازاد بر ساعت کاری استاندارد کار کنند، مشمول دریافت نرخ اضافه کاری خواهند شد.

بعضی کارگران، علاوه بر حقوق انعام دریافت می‌کنند. انعام هدیه‌ی نقدی است که بر مبنای درصدی از کل صورت حساب پرداخت شده به فرد بابت ارائه‌ی یک خدمت پرداخت می‌شود. میزان انعام می‌تواند بر مبنای کیفیت خدمات ارائه شده تعیین شود. برای مثال، بسیاری از کارکنان خدماتی از قبیل پیش خدمت‌ها و پیرایش‌گران، از مشتریانی که از خدمات آنها راضی هستند، انعام دریافت می‌کنند.

بعضی کارگران، کارمزد دریافت می‌کنند. کارمزد حق الزحمه‌ی تعیین شده یا درصدی از فروش است که به جای حقوق و دستمزد یا مازاد بر آنها به یک کارمند پرداخت می‌شود. کارمزد فروش تنها زمانی کسب می‌شود که یک فروش انجام شده باشد. اگر هیچ فروشی انجام نشود، هیچ کارمزدی دریافت نمی‌شود.

مزایای مازاد بر حقوق - پرداخت بدون کارکردن



مزایای مازاد بر حقوق - پرداخت بدون کارکردن

کارگران تمام وقت، مزایایی از طرف کارفرما دریافت می‌کنند. مزایا اشکالی از جبران خدمت مازاد بر حقوق یا دستمزد هستند. مزایای متداول پرداخت شده توسط کارفرما مواردی از قبیل پرداختی بابت سفر و تعطیلات را پوشش می‌دهند. برای سایر مزایا، از قبیل خدمات درمانی، کارگر باید بخشی از هزینه یا تمام آن را پرداخت کند.

مزایا، ارزش کلی که کارگر از یک شغل دریافت می‌کند را افزایش می‌دهد. درآمد در دسترس و جوهری است که برای خرج یا پس انداز کردن پس از پرداخت مالیات در دسترس است. وجوه دریافت شده یا پس انداز شده از محل مزایای خاص، درآمد در دسترس کارگران را افزایش می‌دهد.

بیشتر مزایای کارگران، معاف از مالیات می‌باشد. این بدان معنی است که کارگران چیزی دریافت می‌کنند و هزینه‌ای بابت مالیات آن دریافتی پرداخت نمی‌کنند.

پرداختی بدون کارکردن به مواقعی اشاره دارد که وقتی یک کارمند کار نمی‌کند، حقوق دریافت می‌کند:

- پرداختی بابت تعطیلات و مرخصی‌های باحقوق،
- مرخصی‌های درمانی

بیمه

حق بیمه

- از جمله اموری که کسب و کارها باید بلافاصله (حداکثر ظرف 15 روز از ثبت شرکت) پس از تاسیس و ثبت شرکت انجام دهند، تشکیل پرونده بیمه و اخذ کد کارگاهی است. قیمت پرداختی بابت بیمه درمانی، حق بیمه نامیده می شود. بعضی کارفرمایان کل حق بیمه را به عنوان مزایا به کارمند، به شرکت بیمه کننده پرداخت می کنند.

متداول ترین است که کارفرما و کارگر، حق بیمه را پرداخت کنند.

• بیمه های اختیاری:

- بیمه تکمیلی
- بیمه عمر گروهی
- بیمه از کار افتادگی



درآمد تحقق نیافته

درآمد تحقق نیافته

- بهره
- سود نقدی
- یارانه های نقدی

درآمد تحقق نیافته پول دریافت شده از منابعی غیر از اشتغال، خواه برای خود یا شخصی دیگر است. مانند درآمد تحقق یافته، بیشتر اشکال این درآمدها نیز مشمول مالیات هستند. با این حال، نرخ های مالیاتی این درآمدها در مقایسه با نرخ های مالیاتی درآمدهای تحقق یافته، کمتر هستند. چون این درآمد از طریق کار واقعی کسب نمی شود، مشمول مالیات های اشتغال نمی باشد.

طرح های بازنشستگی



مالیات و انواع آن

چرا مالیات می‌دهیم؟

پرداخت مالیات می‌تواند به فردی که پرداخت را انجام می‌دهد و سایر افرادی که پرداخت را انجام نمی‌دهند، نفع برساند. برای مثال، کارگران طی دوران کاری خود، مالیات خدمات اجتماعی پرداخت می‌کنند. وقتی بازنشسته می‌شوند، پرداخت‌هایی از محل خدمات اجتماعی یا همان بیمه‌های بازنشستگی به آنها پرداخت می‌شود. این مورد یکی از مزایای مستقیم پرداخت مالیات است.

مالیات دارای مزایای غیرمستقیم نیز می‌باشد. کالاهای عمومی کالاها و خدمات ارائه شده توسط دولت هستند که از محل مالیات‌ها تامین مالی می‌شوند. مثال‌هایی از این دست شامل امنیت ملی، نیروی انتظامی، آموزش عمومی، پارک‌های ملی، جاده‌ها و بزرگراه‌ها می‌باشد. کالاهای عمومی سه کیفیت منحصر بفرد دارند: همگان از آنها استفاده می‌کنند (کالاهای عمومی استاندارد کلی زندگی در یک کشور را ارتقا می‌دهند).

هیچ کس را نمی‌توان از مزایای کالاهای عمومی محروم کرد.

افراد به میزان مالیات پرداخت‌شده در کالاهای عمومی سهم ندارند؛ آنهایی که بیشترین استفاده را می‌برند، کمترین پرداختی را دارند.

انواع مالیات ها

مالیات ها بر مبنای منابع متعددی دریافت می شوند. مالیات ها مبتنی بر مصرف، درآمد و ثروت هستند. این مالیات ها ممکن است توسط دولت و شهرداری ها نیز اخذ شوند.

- بعضی از این مالیات ها، مستقیم، هستند که به این معنی است که مصرف کننده مستقیماً به دولت پرداخت می کند.
- سایر مالیات ها غیرمستقیم هستند که به این معنی است که بر مبنای کالاها یا خدمات خریداری شده توسط مصرف کنندگان محاسبه می شوند. در چنین مواردی، کسب و کارها، مالیات های وصولی را به دولت پرداخت می کنند.

مالیات مستقیم: مالیات بر درآمد و ثروت

جدول مالیات بر درآمد حقوق سال ۱۴۰۴

ردیف	از مبلغ	تا مبلغ	مشمول مالیات	نرخ مالیات	مالیات قابل پرداخت
۱	۰	۲۴۰/۰۰۰/۰۰۰	معاف از مالیات	معاف از مالیات	معاف از مالیات
۲	۲۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰٪	۶/۰۰۰/۰۰۰
۳	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۵٪	۱۲/۰۰۰/۰۰۰
۴	۳۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۲۰٪	۲۴/۰۰۰/۰۰۰
۵	۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۲۵٪	۴۰/۰۰۰/۰۰۰
۶	نسبت به مازاد	نسبت به مازاد	نسبت به مازاد	۳۰٪	

مالیات مستقیم: مالیات بر اموال

- افرادی که مالک املاک و مستغلات هستند، باید بر مبنای ارزش برآوردی املاک و مستغلات تحت مالکیت خود، مالیات بر ثروت پرداخت کنند که توسط سازمان امور مالیاتی شهر یا شهرستان مربوطه تعیین می‌شود. ارزش کارشناسی معمولاً درصدی از ارزش بازار اموال است که بالاترین قیمتی است که اموال به یک خریدار مایل قابل فروش است.

مالیات و انواع آن، سایر کسورات

مالیات غیرمستقیم: مالیات بر مصرف

مالیات مصرف بر مبنای آنچه مصرف کنندگان مصرف می کنند یا می خرند، محاسبه می شود. تنها افرادی که کالاها و خدمات خاصی را خریداری می کنند، مشمول این مالیات می شوند. این شکل از مالیات، مالیات غیرمستقیم است.



سایر کسورات حقوق

پرداخت ناخالص یا خالص پرداختی؟

به عنوان یک کارمند، حقوق یا دستمزد دریافت می‌کنید. پرداخت ناخالص کل حقوق و دستمزد کسب‌شده طی دوره‌ی پرداخت است. مقادیر کسر شده از پرداخت ناخالص، کسورات نامیده می‌شوند. بعضی کسورات به موجب قانون الزامی هستند در حالی که سایر کسورات اختیاری هستند. وقتی کسورات کسر می‌شوند، آنچه دریافت می‌شود خالص پرداختی یا رقم حقوق دریافتی شما است.

قدرت خرید و تورم

برای افزایش قدرت خرید

- به منظور اجتناب از پرداخت بهره، بدهی‌ها را سریع تر پرداخت کنید.
- تصمیمات خرید منطقی اتخاذ کنید، نه احساسی.
- عاقلانه خرید کنید تا بهترین ارزش را با کمترین قیمت به دست آورید.
- در مواقع افزایش سطح قیمت‌ها، از محل کار خود درخواست افزایش حقوق کنید.
- اکنون پس انداز کنید تا از استقراض در آینده اجتناب کنید.

تورم چیست؟

تورم افزایش در سطح عمومی کالاها و خدمات است. تورم نشان می‌دهد که قیمت‌ها چقدر افزایش یافته‌اند.

- قدرت خرید ارزش زمانی پول است که در قالب میزان کالاها و خدماتی که می‌توان خریداری کرد، اندازه‌گیری می‌شود. ارزش هر تومان در شرایط وجود تورم ثابت باقی نمی‌ماند. با افزایش تورم، قدرت خرید واقعی هر تومان کاهش می‌یابد.

- چون قدرت خرید در گذر زمان با افزایش تورم، کاهش می‌یابد، پولی که کارگران کسب می‌کنند، در زمان افزایش قیمت‌ها قدرت خرید کمتری خواهد داشت. این بدان معنی است برای حفظ استاندارد زندگی پیشین، باید بتوانید درآمد بیشتری کسب کنید. اگر درآمد بیشتری کسب نکنید، استاندارد زندگی شما کاهش خواهد یافت. کارکنان اغلب پرداختی بابت صلاحیت‌های بالاتر، یا پاداش‌هایی دریافت می‌کنند. این افزایش درآمد، قدرت خرید بیشتری فراهم می‌کند.

در دوران تورم، باید این امر را در نظر بگیرید که ارزش زمانی پول به تأثیری بر قدرت خرید شما دارد. ارزش زمانی پول مفهومی است که بیان می‌کند یک تومان دریافتی در آینده، کمتر از یک تومان امروز ارزش دارد. این مفهوم فرض می‌کند که قیمت‌ها در حال افزایش هستند.

روش متداول استفاده شده برای اندازه‌گیری عملکرد اقتصادی کشور، تولید ناخالص داخلی است.

تولید ناخالص داخلی

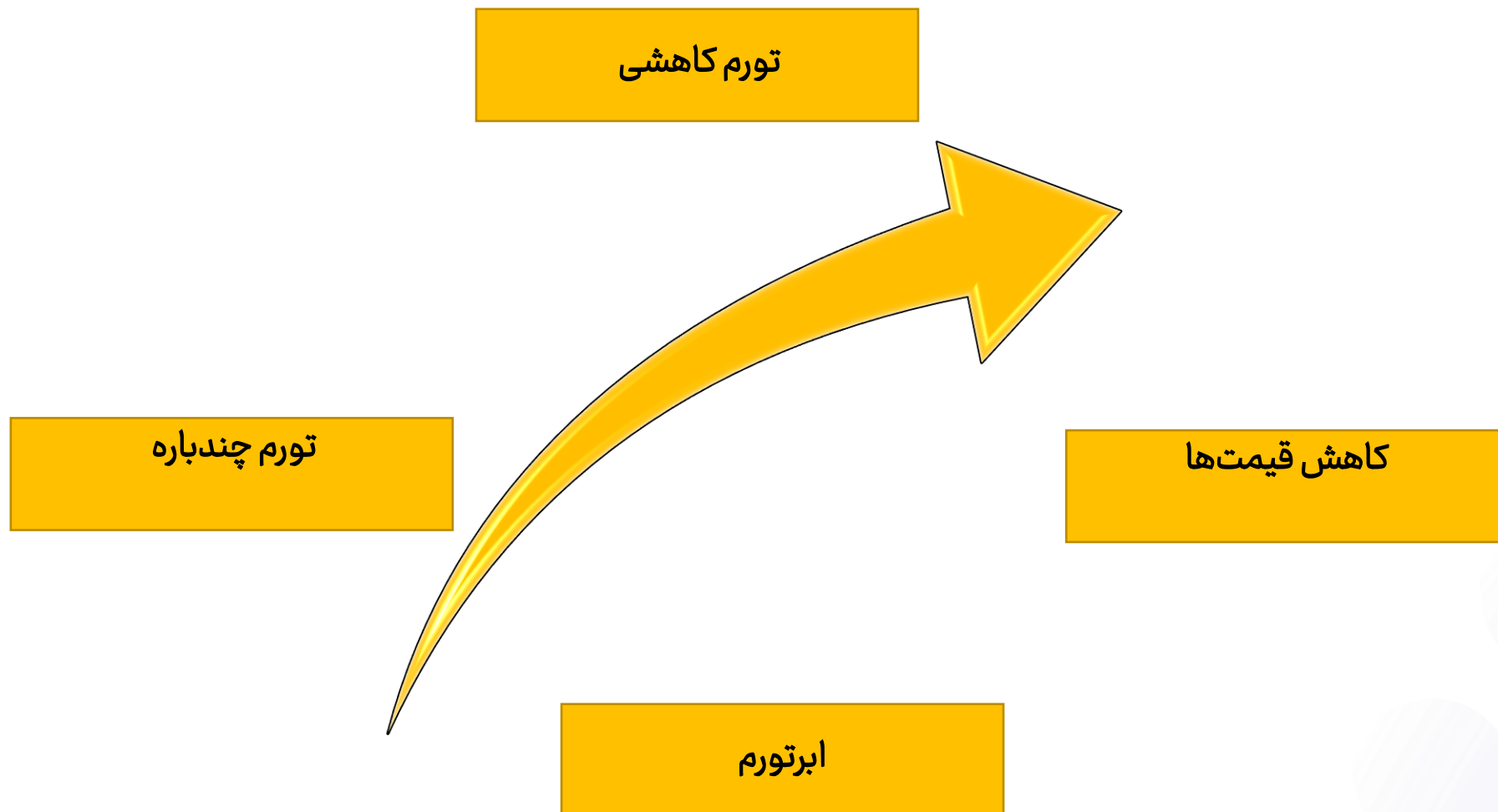
تولید ناخالص داخلی ارزش تمام کالاها و خدمات تولید شده در یک کشور، در یک دوره‌ی زمانی خاص، برای مثال یک سال می‌باشد. این شاخص شامل کالاها و خدمات جدیدی می‌شود که مصرف‌کنندگان خریداری می‌کنند، از قبیل خودروها، تلفن‌های هوشمند، پوشاک، و خدمات پیرایشی. این شاخص همچنین شامل مخارج دولتی در حوزه‌هایی از قبیل جاده‌ها و بزرگراه‌ها و تجهیزات انتظامی و ارتشی می‌شود. محصولات تولید شده در کشور که به سایر کشورها صادر می‌شوند نیز در تولید ناخالص داخلی محاسبه می‌شوند. بزرگترین بخش تولید ناخالص داخلی، مخارج مصرف‌کنندگان است.

تولید ناخالص داخلی

مقایسه‌ی تولید ناخالص داخلی طی چند سال، نماگر خوبی از قدرت و ضعف اقتصاد به دست می‌دهد. وقتی تولید ناخالص داخلی در حال افزایش است، کشور کالاها و خدمات بیشتری تولید می‌کند که عموماً به اشتغال بالاتر، درآمد بیشتر مصرف کنندگان برای خرج کردن، و استاندارد زندگی بالاتر منتهی می‌شود. سمت دیگر ماجرا در زمانی نمایان می‌شود که تولید ناخالص داخلی کاهش یابد. در زمان ارزشیابی تولید ناخالص داخلی، تورم یکی از عوامل است. اگر قیمت‌ها در حال افزایش باشند، افزایش در تولید ناخالص داخلی ممکن است به جای اینکه ماحصل سطوح بالاتر تولید باشد، ماحصل تورم باشد. برای مثال، اگر تولید ناخالص داخلی به میزان 4 درصد طی یک سال رشد کند، اما سطح عمومی قیمت‌ها به میزان 2 درصد افزایش یافته باشند، تنها 2 درصد کالاها و خدمات بیشتری تولید شده‌اند. این مورد، تولید ناخالص داخلی تعدیل شده بابت تورم را نشان می‌دهد.

انواع تورم

انواع تورم



انواع تورم

- **تورم کاهشی** افزایش قیمت ها با شیب کاهنده می باشد. سرعت افزایش قیمت در بعضی محصولات و خدمات کمتر از افزایش قیمت سایر موارد است. تورم کاهشی در میان محصولات و خدماتی که با رقابت شدید روبرو هستند و جایگزین های متعدد دارند، بیشتر مشاهده می شود. ممکن است قیمت ها همچنان بالا و فزاینده باشند، اما با نرخ آهسته تر افزایش یابند.
- **کاهش قیمت ها** کاهش در سطح عمومی قیمت های کالا و خدمات را نشان می دهد. این تعریف در تضاد با تعریف تورم قرار دارد. به عبارت دیگر، قیمت ها در حال کاهش هستند. کاهش قیمت ها زمانی رخ می دهد که تولید کنندگان مایل به ارائه ی محصولات و خدمات به قیمت های پایین تر هستند و قادرند این کار را انجام دهند، اما بنا به دلایل خاص مصرف کنندگان مقادیر کمتری خریداری می کنند. کاهش قیمت ها اغلب به بیکاری منجر می شود، چرا که سطوح پایین تر تقاضا در اقتصاد وجود دارد. ممکن است در صورتی که کسب و کارها سودآور نباشند، شرکت ها مجبور به تعطیلی یا تعدیل نیرو شوند.

انواع تورم

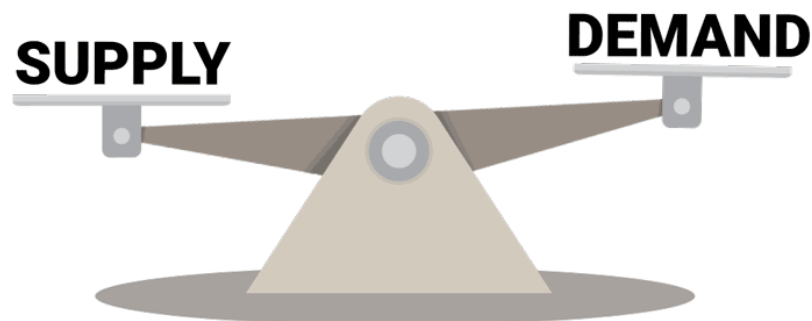
- **تورم چندباره** زمانی رخ می دهد که قیمت های بالا، به قیمت های پایین تر، و سپس به سطوح قبلی و قیمت های بالاتر منجر می شوند. شاید در گزارش های خبری با اخباری که قیمت های نفت را بازگو می کنند روبرو شده باشید. تورم چندباره زمانی می تواند رخ دهد که عرضه موجود یک محصول از قبیل نفت خام، بالا و پایین می شود.
- **ابرتورم** نشان دهنده ی افزایش سریع قیمت ها است که خارج از کنترل اتفاق می افتند. با ابرتورم، مصرف کنندگان وجوه خود را در اولین فرصت هزینه می کنند، چون از قیمت های سریعاً فزاینده هراس دارند. این مخارج به تورم بیشتر منجر می شود. سپس افراد قادر نخواهند بود کالاهایی که برای زندگی راحت نیاز دارند را تهیه کنند.

علل و اثرات تورم

علل و اثرات تورم

تورم ممکن است به دلیل عوامل مختلفی در اقتصاد رخ دهد. ممکن است مصرف‌کنندگان تمایل داشته باشند تا کالاها و خدمات بیش از آنچه در دسترس است را خریداری کنند، که قیمت‌ها افزایش می‌یابد. ممکن است تولید کنندگان مجبور شوند برای تحصیل منابع مورد نیاز برای تولید محصولات مبالغ بالاتری را پرداخت کنند و در نتیجه به افزایش قیمت‌ها منتهی شود. هر دو موقعیت می‌توانند به تورم منتهی شوند.

- تورم ناشی از تقاضا
- تورم ناشی از بهای تولید



علل و اثرات تورم

متداول ترین نوع تورم، تورم ناشی از تقاضا است. تورم ناشی از تقاضا به قیمت های بالاتر به دلیل تمایل مصرف کنندگان به خرید کالاها و خدماتی بیشتر از مقداری که تولید کنندگان قادر به عرضه هستند، اطلاق می شود. مصرف کنندگان به محض کسب درآمد، آن را خرج می کنند و همچنین ممکن است تمایل داشته باشند تا درآمدهای آتی (اعتبار) را نیز خرج کنند. این خرج کردن باعث می شود کسب و کارها تقلا کنند تا بتوانند تقاضا برای محصولات را تامین کنند.

تورم ناشی از بهای تولید زمانی رخ می دهد که قیمت ها به دلیل افزایش هزینه های تولید، افزایش می یابند. برای مثال، وقتی دستمزدها افزایش می یابند، هزینه تولید افزایش می یابد. تولید کنندگان در نتیجه مجبور به افزایش قیمت می شوند. اگر تولید کنندگان قیمت ها را افزایش ندهند، سود کاهش خواهد یافت.

عوامل تاثیرپذیر از تورم

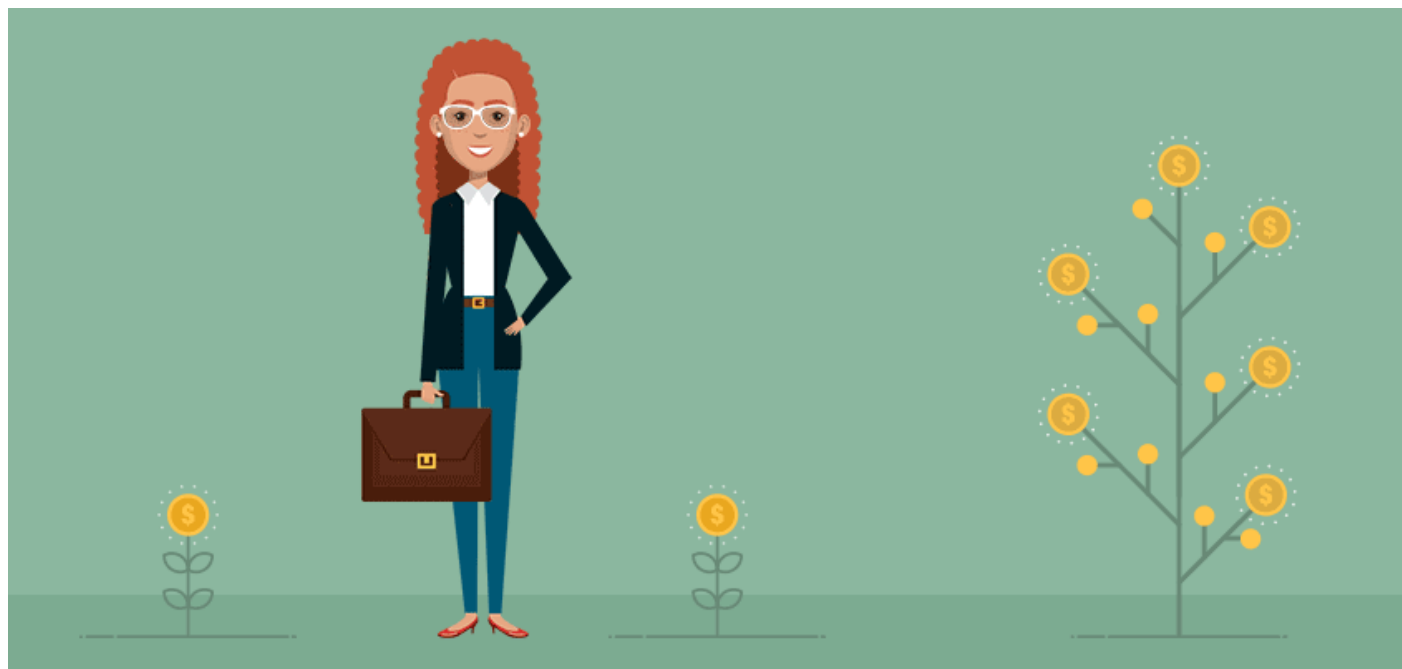
عوامل تأثیرپذیر از تورم

مخارج

سرمایه گذاری

اشتغال

پس انداز



عوامل تاثیرپذیر از تورم

متداول ترین نوع تورم، تورم ناشی از تقاضا است. تورم ناشی از تقاضا به قیمت های بالاتر به دلیل تمایل مصرف کنندگان به خرید کالاها و خدماتی بیشتر از مقادیری که تولید کنندگان قادر به عرضه هستند، اطلاق می شود. مصرف کنندگان به محض کسب درآمد، آن را خرج می کنند و همچنین ممکن است تمایل داشته باشند تا درآمدهای آتی (اعتبار) را نیز خرج کنند. این خرج کردن باعث می شود کسب و کارها تقلا کنند تا بتوانند تقاضا برای محصولات را تامین کنند.

تورم ناشی از بهای تولید زمانی رخ می دهد که قیمت ها به دلیل افزایش هزینه های تولید، افزایش می یابند. برای مثال، وقتی دستمزدها افزایش می یابند، هزینه تولید افزایش می یابد. تولید کنندگان در نتیجه مجبور به افزایش قیمت می شوند. اگر تولید کنندگان قیمت ها را افزایش ندهند، سود کاهش خواهد یافت.

قیمت‌گذاری در اقتصاد بازار



سود عادی

درصد سود

قیمت گذاری بازیابی بها

قیمت گذاری به اضافه بها

قیمت گذاری مبتنی بر ارزش

قیمت گذاری مبتنی بر بازار

عوامل تاثیرپذیر از تورم

- در اقتصاد بازار، قیمت ها تحت تاثیر چند عامل قرار دارند. بعضی از این عوامل توسط تولید کنندگان کنترل می شوند که سود مورد نظریکی از این عوامل است. اقدامات مصرف کنندگان نیز بر قیمت ها در بازار تاثیر می گذارند. برای مثال، اگر مصرف کنندگان تمایل داشته باشند و بتوانند محصولی را خریداری کنند، باعث می شود قیمت آن محصول افزایش می یابد. گاهی، تولید کننده تصمیم می گیرد تولید محصول را متوقف کند.
- فروشندگان باید در تعیین قیمت برای محصولات خود مراقب باشند. اگر قیمت بیش از حد بالا باشد، مصرف کنندگان محصول را خریداری نمی کنند. ممکن است بضاعت خرید محصول را نداشته باشند، یا ممکن است فکر کنند قیمت پیشنهادی متناسب با ارزش دریافتی به دلیل خرید محصول نیست. از سوی دیگر، اگر قیمت ها بسیار پایین تعیین شوند، مصرف کنندگان ممکن است احساس کنند که محصول بی ارزشی است. این امر باعث می شود تقاضای محصول کاهش یابد. همچنین اگر قیمت ها بسیار بیش از حد پایین باشند، شرکت ممکن است هیچ سودی از فروش محصول کسب نکند. کسب و کارها برای تداوم فعالیت اقتصادی، نیاز به سود عادی دارند. سود عادی سودی است که به کسب و کارها اجازه بقا و رشد می دهد.

عوامل تاثیرپذیر از تورم

- تعیین قیمت محصول می تواند امر پیچیده ای باشد. ارائه ی محصولات به قیمت درست برای موفقیت کسب و کارها بسیار حیاتی است. شرکت ها از روش های مختلفی برای تعیین قیمت ها استفاده می کنند. گاهی بیش از یک روش برای تعیین قیمت به کار می رود. فروشندگان تمایل دارند قیمت هایی را تعیین کنند که از بالاترین تقاضا پشتیبانی کند و سودآور باشد.
- **قیمت گذاری بازیابی بها** قیمت اولین محصولات را به نحوی بالا تعیین می کند تا هزینه های تحقیق و توسعه را پوشش دهد. چون قیمت بالا تعیین می شود، رقابت را حتی در اقلام عمومی افزایش می دهد که جایگزین های ارزانی دارند.
- روش دیگری که فروشندگان برای تعیین قیمت استفاده می کنند، **قیمت گذاری به اضافه بها** است که مبتنی بر تعیین قیمت بر مبنای هزینه ی تولید به علاوه ی یک درصد از پیش تعیین شده به نام **درصد سود** می باشد. درصد سود همچنین حاشیه ی سود یا سود ناخالص نیز نامیده می شود. استفاده از این روش اطمینان می دهد که شرکت سود مشخصی در صورت فروش موفقیت آمیز محصول دریافت می کند. مثالی از قیمت گذاری به اضافه ی بهای مبلمان به شرح زیر ارائه شده است.

عوامل تاثیرپذیر از تورم

- فروشنده با استفاده از قیمت گذاری مبتنی بر ارزش تلاش می کند قیمت را بر مبنای مبلغی که مصرف کننده حاضر است پرداخت کند، تعیین کند. به عبارت دیگر، محصول به بالاترین قیمتی که بازار (مصرف کننده) تحمل می کند تعیین می شود. اگر مصرف کننده برای محصول یا خدمت ارزش قائل باشند، در یک محدوده ی معقول حاضر به پرداخت هر قیمتی خواهند شد.
- با قیمت گذاری مبتنی بر بازار، قیمت به نحوی تعیین می شود که در مقایسه با محصولات مشابه موجود در بازار، رقابتی باشد. اگر یک کسب و کار برای یک محصول که در بازار مشابه دارد، قیمت رقابتی بالاتری مطالبه کند، مصرف کنندگان احتمالاً از عرضه کنندگان دیگر خریداری می کنند تا قیمت های پایین تری پرداخت کنند. تولید کننده یا خرده فروش تصمیم می گیرد که آیا می تواند محصول یا خدمت را به قیمت جاری عرضه کند و همچنان در منطقه ی سودآوری باقی بماند یا خیر. قیمت گذاری مبتنی بر بازار همچنین با عنوان قیمت گذاری رقابتی شناخته می شود.

راهبردهای خرید

راهنمای خرید



خرید منطقی

خرید احساسی

خرید تکانشی

اقتصادی سازی

بهینه سازی

راهنمای خرید

- مصرف کنندگان نقشی حیاتی در تعیین قیمت ها در اقتصاد بازار ایفا می کنند. وقتی مصرف کنندگان با دقت و هشیارانه خرید می کنند، به پایین آمدن قیمت ها کمک می کنند. وقتی مصرف کنندگان هشیارانه خرید نمی کنند، اقدامات آنها به دلیل تقاضای بیشتر به قیمت های بالاتر منتهی می شود.
- مصرف کنندگانی که در جهت بیشترین منافع خود عمل می کنند، در واقع اقدام به خرید منطقی می کنند. خرید منطقی فرایند انتخاب کالاها و خدمات بر مبنای نیاز، خواسته ها و تصمیمات منطقی است.
- گاهی مصرف کنندگان اقدام به خرید احساسی می کنند که به خرید محصولات بر مبنای تمایلات به جای منطق اطلاق می شود. وقتی احساس اندوه، عصبانیت، تنهایی یا سایر احساسات بر مصرف کننده چیره شود، ممکن است بر مبنای حالت های احساسی به جای منطق، خریدهای غیرمنطقی انجام دهد.
- خرید تکانشی به خرید محصولات به دلیل یک احساس ناگهانی بدون فکر کردن کامل یا طرح ریزی قبلی اطلاق می شود. ممکن است چیزی در فروشگاه ببینید و به شکل تکانشی آن را خریداری کنید. فروشندگان اقلام تکانشی خاص را در نقاط کلیدی از قبیل ستون های مرکزی روش گاه ها، در انتهای راهرو ها، و مناطق خروجی قرار می دهند.

راهبردهای خرید

- مصرف کنندگان زمانی اقتصادی سازی می کنند که تا بیشترین اندازه ی ممکن پس انداز کنند و صرفاً در مواقع ضروری خرج کنند. با استفاده از این رویکرد، مصرف کنندگان تنها تا زمانی که ضرورت نیابد، اقدام به خرج کردن نمی کنند. آنها تا کمترین حد ممکن و به پایین ترین اقدام ممکن اقدام به خرید می کنند. آنها مقادیر زیاد یا بیش از آنچه نیاز دارند خریداری نمی کنند. آنها به سادگی تلاش می کنند تا کمترین میزان ممکن بابت کالای مورد نیاز خرید کنند.
- راهبرد دیگر خرج کردن، بهینه سازی است. بهینه سازی به معنی کسب بیشتری ارزش از پول خرج شده است. ارزش بالا می تواند در قالب خرید مقادیر زیاد یا خرید محصولات یا خدمات باکیفیت ایجاد شود. برای مثال، اگر یک محصول که اغلب استفاده می شود، در وضعیت فروش با تخفیف است و می توان در گذر زمان آن را ذخیره کرد، خرید مقدار زیاد از آن می تواند نوعی استفاده ی بهینه از قیمت های دارای تخفیف باشد. وقتی اقلام در مقادیر زیاد بسته بندی و فروخته می شوند، بهای هر واحد آن قلم معمولاً پایین تر می آید.

طرح خرید

طرح خرید

- طرح خرید، روش سازمان‌یافته‌ای برای اتخاذ تصمیمات خرید مناسب است. این طرح به شما کمک می‌کند منابع محدود خود را به بهترین شکل استفاده کنید، از پشیمانی خریدار که به دلیل اتخاذ تصمیمات بد خرید است ممانعت می‌کند. وقتی یک خرید بزرگ انجام می‌دهید، طرح خرید می‌تواند به فرایند تصمیم‌گیری کمک کند. طرح خرید، نسخه مفصل تر بودجه است.



خرید

- قبل از انجام خرید
- خرید مقایسه ای
- حین خرید
- پس از خرید



خرید

پیش از خرید – اقدامات آماده‌سازی

- خرید مقایسه‌ای انجام دهید: بررسی قیمت، برند و کیفیت فروشندگان مختلف (از طریق اینترنت یا درگاه‌های خرید) برای یافتن بهترین انتخاب.
- برنامه‌ریزی خرید: فهرستی تهیه کرده و مبلغ مورد نظر برای خریدها را از پیش تعیین کنید تا از خرید اضافی و هزینه‌های غیرضروری جلوگیری شود.
- زمان مناسب برای خرید را انتخاب کنید: هنگام خستگی، گرسنگی یا حالات احساسی شدید (شادی یا ناراحتی) خرید نکنید؛ چون ممکن است تصمیمات اشتباه بگیرید.
- تحقیق درباره فروشندگان: از منابع مطمئن استفاده کنید تا فروشندگان معتبر و باکیفیت پیدا کنید، مخصوصاً در خریدهای آنلاین.

خرید

در زمان خرید و پس از آن

راهبردهای زمان خرید

- از خریدهای لحظه‌ای بپرهیزید
- فقط اقلام موجود در فهرست را بخرید
- فریب تخفیف‌های وسوسه‌کننده را نخورید
- برچسب‌ها و اصطلاحات فروش را بشناسید
- مفهوم “فروش”، “ترخیص” یا “تصفیه” لزوماً به معنای قیمت پایین‌ترین نیست
- قراردادهای و قیمت نهایی را بررسی کنید
- قبل از امضا، قرارداد را بخوانید
- قیمت نهایی را با احتساب هزینه‌های جانبی حساب کنید

خرید

پس از خرید

- رسید و گارانتی‌ها را نگه دارید
- از تجربه خرید خود ارزیابی کنید
- به کسب و کارهای معتبر و فادار بمانید و تجربه خوب یا بد خود را با دیگران به اشتراک بگذارید

حفاظت در برابر تقلب

تقلب‌های پیش روی مصرف‌کنندگان

- روش فروش طعمه پراکنی و تغییر محصول
- ترفند هرمی
- ترفند پانزی
- دانه پاشی برای کبوتر
- تبلیغات به ظاهر آگاهی بخش
- بازاریاب‌های تلفنی
- سایر



حفاظت در برابر تقلب

وقتی با ادعاهای زیر روبرو شدید، مراقب باشید:

- می توانید بدون پرداخت، چیزی به دست بیاورید.
- می توانید محصول با کیفیت بالا را با قیمت بسیار پایین خریداری کنید.
- برای دریافت جایزه یا محصول یا خدمت رایگان، باید شماره کارت اعتباری یا حساب جاری خود را وارد کنید یا هزینه ی ارسال بالایی پرداخت کنید.
- اگر اکنون اقدام کنید یک جایزه ی رایگان دریافت می کنید.
- شما یا خانواده ی شما به شکل ویژه انتخاب شده اید.
- شما می توانید در جلسه شرکت کنید و هیچ تعهدی به خرید وجود ندارد.
- اگر اکنون تصمیم نگیرید، فرصت را از دست خواهید داد.

حفاظت از خود در برابر تقلب

- عمل کردن به عنوان یک مصرف کننده مسئولیت پذیر به معنی انجام مراقبت های لازم برای اجتناب از تصمیمات بد است. پیشگیری بهترین حفاظت است. برای حفاظت از خود، نسبت به علائم هشداردهنده ی تقلب ها هشیار باشید. خودتان را از محصولات و قیمت ها آگاه کنید و در صورت نیاز به دنبال جبران زیان خود باشید.
- وقتی با ادعاهای غیرواقعی روبرو می شوید، شک کنید. به دنبال علائم هشداردهنده در ادعاها یا پیشنهادهای ارائه شده در غالب تبلیغات و توسط فروشندگان باشید.
- خرید اینترنتی ایمن انجام دهید.

مسئولیت پذیری مالی

مسئولیت پذیری مالی

- مصرف کنندگان به شکل روزانه محصولات و خدمات خریداری می کنند. بعضی از این تصمیمات خرید خوب و بعضی از آنها بد هستند.
- به عنوان یک مصرف کننده باید مسئولانه خرید کنید تا امنیت و آزادی مالی خود را ممکن سازید. خرید مسئولانه نیازمند تصمیم گیری سیستماتیک است که به معنی فرایند اتخاذ تصمیمات به شکلی است که با در نظر گرفتن تمام منافع و معایب در کنار هزینه ها، با اهداف شما سازگار باشد. برای این کار باید از نظر مالی نیز مسئولیت پذیر باشید.

مسئولیت پذیری مالی

برای مسئولیت پذیری مالی، اقدامات زیر را انجام دهید:

- امکانات خود را درک کنید
- ابتدا به خودتان پرداخت کنید یا مقداری وجه نقد برای پس انداز کنار بگذارید.
- نحوه بودجه بندی را یاد بگیرید، و از خرج کردن بیش از حد بپرهیزید
- صورتحساب های خود را سر وقت پرداخت کنید

مسئولیت پذیری مالی

مسئولیت پذیری مالی زمانی رخ می دهد که درآمد، مخارج و پس انداز فرد در جهت تحقق اهداف زیر باشند:

- سبک زندگی راحتی فراهم کنند.
- نیازها و خواسته های فرد را ممکن سازند
- امکان زمان فراغت و سفر فراهم کنند
- برای رویدادهای تی شناخته و ناشناخته پس انداز کند
- رویدادهای فرهنگی، علایق و سرگرمی ها را دنبال کنند.

پایان