



پلتفرم های خرید آنلاین چگونه ما را به مصرف کننده منفعل تبدیل می کنند؟

اعتیاد مدرن پشت ویتترین های مجازی

مرجان قندی- گروه گزارش/ هر شب قبل از خواب گوشی‌اش را چک می‌کند و اگر تخفیفی ببیند، با خودش کلتجار می رود که بخرم یا نه! خانه‌اش پر از وسایل کوچک و بی‌مصرفی است که محصول همین کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است.

شید، دانشجوی ۲۴ ساله‌ای است که به گفته خودش برای سرگرمی وارد سایت فروشگاه‌های آنلاین می‌شود. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است.

شید، دانشجوی ۲۴ ساله‌ای است که به گفته خودش برای سرگرمی وارد سایت فروشگاه‌های آنلاین می‌شود. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است.

شید، دانشجوی ۲۴ ساله‌ای است که به گفته خودش برای سرگرمی وارد سایت فروشگاه‌های آنلاین می‌شود. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است.

شید، دانشجوی ۲۴ ساله‌ای است که به گفته خودش برای سرگرمی وارد سایت فروشگاه‌های آنلاین می‌شود. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است. خرید آنلاین برای او مثل کلتجار رفتن‌ها و وسوسه‌های لحظه‌ای است.



مطالعات نشان داده‌اند که فعالیت مغز در اعتیاد به خرید شباهت زیادی با اعتیاد به بازی های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت دارد. مهم‌ترین عواملی که افراد را به خرید اینترنتی سوق می‌دهد، استرس، بی‌حوصلگی و خاموش کردن احساسات ناخوشایند است

و بی‌انگیزگی می‌دهد. اگر این چرخه ادامه پیدا کند، حتی می‌تواند به افسردگی منجر شود. «قدرتی تأکید می‌کند که احساس گناه و شرم هم در این افراد شایع است. او می‌گوید: «فرد معمولاً پس از خرید پشیمان می‌شود، خود را سرزنش می‌کند و احساس ارزشمندی‌اش کاهش می‌یابد. این روند در درازمدت سلامت روان او را تضعیف می‌کند. حتی افرادی که از خرید اینترنتی به عنوان راهی برای تنظیم هیجانات و کاهش احساسات ناخوشایند استفاده می‌کنند، این رفتارشان باعث می‌شود که روش‌های سالم مدیریت استرس و مقابله با هیجان‌های منفی را یاد نگیرند و به جای آن، به خرید به عنوان راه‌حل سریع پناه ببرند.»

سرگرمی یا تهدید

این روانشناس با بیان اینکه اعتیاد به خرید اینترنتی فقط یک مشکل فردی نیست و به‌تدریج می‌تواند به مسائله‌ای خانوادگی تبدیل شود و روابط نزدیک را دچار آسیب کند، می‌گوید: «یکی از پیامدهای شایع این اعتیاد، پنهانکاری مالی است. فرد ممکن است خریدهای خود را مخفی یا میزان بدهی و هزینه‌ها را انکار کند. این رفتارها به مرور زمان اعتماد میان همسران یا اعضای خانواده را فرسوده می‌کند و در روابط بلندمدت، آسیب به اعتماد حتی از مشکلات مالی جدی‌تر خواهد بود. خریدهای کنترل‌نشده می‌تواند بدهی و فشار اقتصادی ایجاد کند و همین فشارها زمینه‌ساز مشارجات مکرر و سرزنش متقابل می‌شود. فردی که مسئول تأمین هزینه‌های زندگی است، معمولاً احساس می‌کند بار زندگی به طور نامعادله‌ای تقسیم شده و این حس می‌تواند اعتماد و صمیمیت عاطفی را کاهش دهد.»

او همچنین به جنبه رفتاری این اعتیاد اشاره می‌کند: «وقتی فرد مدت زمان زیادی را صرف جست‌وجوی کالا، بررسی سفارش‌ها و دنبال کردن تخفیف‌ها می‌کند، زمان کمتری برای گفت‌وگو و ارتباط با دیگر اعضای خانواده باقی می‌ماند. در نتیجه، خانواده فقط در کنار هم زندگی می‌کنند بدون اینکه ارتباط عاطفی عمیقی داشته باشند. مشابه آنچه در بسیاری از اعتیادهای رفتاری به فضای مجازی دیده می‌شود.»

قدرتی با این هشدار که این رفتار والدین می‌تواند الگوی نادرست برای کودکان ایجاد

کند، می‌گوید: «وقتی کودک شاهد چنین مصرف‌گرایی باشد، احساس ناامنی می‌کند و این رفتار را تقلید می‌کند. ما به این فرآیند، یادگیری مشاهده‌ای می‌گوییم.» این روانشناس با اشاره به پیامدهای اقتصادی و مالی خریدهای اینترنتی افراطی برای فرد و خانواده، توضیح می‌دهد: «این اعتیاد معمولاً به‌صورت تدریجی اما عمیق، وضعیت مالی فرد و خانواده را تحت تأثیر قرار می‌دهد. خریدهای اینترنتی اغلب مبالغ زیادی ندارند، اما چون تکرار می‌شوند، فرد متوجه میزان هزینه‌هایش نمی‌شود. بدهی‌های کوچک به مرور انباشته می‌شوند و فرد برای جبران آنها از کارت‌های اعتباری یا قرض استفاده می‌کند. در نتیجه، بدهی‌ها بدون اینکه ناگهانی باشند، به‌تدریج از کنترل خارج می‌شوند.»

قدرتی تأکید می‌کند که تصمیم‌گیری‌های مالی بر اساس احساسات لحظه‌ای، مانع پس‌انداز و رسیدن به اهداف مهم می‌شود. او می‌گوید: «فرد ممکن است نتواند هزینه‌های تحصیل یا درمان را تأمین کند، چون مبالغی که باید پس‌انداز شود، صرف خریدهای لحظه‌ای می‌شود. این روند خانواده را مجبور می‌کند از هزینه‌های ضروری بکاهد و کیفیت زندگی کاهش یابد. قرض‌های مکرر فشار اقتصادی ایجاد می‌کنند که خود زمینه‌ساز تنش‌های عاطفی و تعارضات خانوادگی است. این موضوع می‌تواند پیامدهای شغلی برای افراد داشته باشد مثل اینکه وقتی فرد بدهی و نگرانی‌های مالی دارد، تمرکز شغلی‌اش کم می‌شود و احتمال خطا بالا می‌رود و عملکرد اوافت می‌کند. این وضعیت حتی می‌تواند امنیت شغلی فرد را به خطر بیندازد.»

اعتیاد به خرید اینترنتی درمان دارد

این روانشناس درباره نشانه‌ها و معیارهای تشخیص اعتیاد به خرید اینترنتی توضیح می‌دهد: «این اعتیاد می‌تواند در سه سطح رفتاری، شناختی و هیجانی خود را نشان دهد. از نظر رفتاری، فرد کنترل خریدهای خود را از دست می‌دهد، یعنی ممکن است تصمیم بگیرد چیزی نخرد یا مبلغ مشخصی را برای خرج کردن تعیین کند، اما معمولاً موفق نمی‌شود و بیشتر از حد برنامه‌ریزی شده هزینه می‌کند.

از نظر شناختی، فرد دچار اشتغال ذهنی می‌شود، بخش زیادی از زمان خود را صرف

فکر کردن به خرید، جست‌وجو در سایت‌ها و دنبال کردن تخفیف‌ها و پیشنهادهای خاص می‌کند، حتی زمانی که نیازی به کالا ندارد.»

قدرتی درباره اقدامات پیشگیرانه برای جلوگیری از اعتیاد به خرید اینترنتی می‌گوید: «مهم‌ترین اقدام، افزایش آگاهی و سواد روان‌شناختی افراد است. باید اعتیاد به خرید اینترنتی به افراد معرفی و توضیح داده شود که چگونه فرد می‌تواند در یک خرید معیوب گرفتار شود، چرخه‌ای که با افزایش دوبارن آغاز می‌شود، تکانشگری را بیشتر می‌کند و اگرچه هیجانات منفی را در کوتاه‌مدت کاهش می‌دهد، اما پیامدهای منفی بلندمدتی به همراه دارد. آگاهی از شگردهای بازاریابی و فریب‌های پلتفرم‌ها به افراد کمک می‌کند رفتار خرید خود را آگاهانه‌تر ارزیابی کنند. همچنین آموزش مهارت‌های تنظیم هیجان و خودکنترلی بسیار مؤثر است. فرد می‌تواند تصمیم خرید را ۲۴ ساعت به تعویق بیندازد، هزینه‌های ماهانه را یادداشت و نیازهای واقعی خود را مشخص کند.»

او همچنین به نقش محیط اشاره می‌کند و می‌گوید: «غیرفعال کردن اعلان‌ها، حذف اپلیکیشن‌های خرید غیرضروری و ایجاد تغییرات محیطی می‌تواند به کنترل رفتار کمک کند.» به گفته قدرتی، آموزش مفاهیمی مانند بودجه‌بندی و مدیریت مالی از سنن پایین اهمیت زیادی دارد، او توضیح می‌دهد: «اگر نوجوانان و جوانان این آموزش‌ها را دریافت کنند، احتمال گرفتار شدن در اعتیاد به خرید اینترنتی کاهش می‌یابد. خانواده‌ها باید با الگوسازی مصرف متعادل و نظارت، مسیر درست را برای فرزندان فراهم کنند.»

او همچنین به نقش رسانه‌ها اشاره می‌کند و می‌گوید: «رسانه‌ها باید به مردم یاد دهند که بین نیاز و میل‌گرا تفاوت وجود دارد. آنها باید شفاف توضیح دهند که سایت‌ها چگونه افراد را ترغیب به خرید می‌کنند، در حالی که خرید زیاد لزماً حال افراد را بهتر نمی‌کند. افزایش آگاهی و قدرت گفتن در مردم ضروری است. اگر فرهنگ مصرف‌گرایی کاهش یابد، این مشکلات بسیار کم‌رنگ‌تر خواهند شد. صرفاً نصیحت کردن افراد برای حل مشکل کافی نیست و باید تغییرات ساختاری و فرهنگی ایجاد شود.»

از تخفیف‌های وسوسه‌انگیز تا ماه‌هایی که حقوق فقط صرف پرداخت بدهی می‌شود

زندگی قسطی



برش

کیما افابگلو- خرید قسطی دیگر محدود به یخچال و خودرو نیست. افزایش هزینه‌های اجتناب‌ناپذیر زندگی باعث شده بسیاری از شهروندان برای تهیه خرده‌کالاهای روزمره، از پوشاک تا اقلام مصرفی، به پرداخت اقساطی روی بیاورند. شیوه‌ای که در ابتدا راهکاری برای مدیریت فشار مالی به نظر می‌رسد، اما به‌تدریج به عادت‌های پرهزینه تبدیل می‌شود؛ عادت‌ی که بخش قابل توجهی از درآمد ماهانه را به بازپرداخت بدهی اختصاص می‌دهد. در این میان، فروشندگان با استفاده از تخفیف‌های زمان‌دار، پیامک‌های تبلیغاتی و سازوکارهای هوشمند، خرید قسطی را به گزینه‌ای وسوسه‌انگیز و در دسترس تبدیل کرده‌اند؛ گزینه‌ای که مرز میان «نیاز» و «میل به خرید» را هر روز کم‌رنگ‌تر می‌کند.

به گفته کاربری از زمانی که خرید قسطی برای خرده محصولات امکان‌پذیر شده، اعتیاد به خرید پیدا کرده است. او می‌گوید وقتی می‌تواند محصولی را با مبلغی نسبتاً زیاد در چهار قسط پرداخت کند؛ چرا باید پرداخت کلی انجام دهد. اما همراه گول همین مسأله را می‌خورد و ماهی چند میلیون قسط می‌دهد، همراه هم به خودش قول می‌دهد تا روی این کوه غلیم بدهی، سنگ دیگری اضافه نکند اما سایت‌های فروشنده با تخفیفات و پیشنهادات شگفت‌انگیز خود، او را راه نمی‌کنند. درحقیقت خرید قسطی در خریدار باعث دیدار شدن اثر روانی به نام آتی‌سازی شده است. این به معنی آن است که تقسیم مبلغ و دریافت پیراهن قسطی، فرد کمتر در درددل می‌شود. آرمان عمرانی، روانشناس به «ایران» می‌گوید: «توان مالی ۱۰ میلیون تومان، از طریق خرید اقساطی امکان‌تیه ساعتی ۴۰ میلیون تومانی را پیدا می‌کند. در این فرآیند، ذهن فرد به‌طور کاذب توانایی مالی بالاتری را برای خود تصور می‌کند. دستیابی به کالای لوکس و گران‌قیمت، احساسی از غرور و قدرت برای او ایجاد کرده. در نتیجه

یکی از روش‌های مرسوم برای بازگشت حس ارزشمندی، خرید به خصوص از نوع قسطی است. خرید قسطی می‌تواند موثراً احساس فقدان و کمبود را کنار بزند. این رفتار توهمی از مالکیت فوری را برای فرد رقم می‌زند که این مالکیت کاذب است. زیرا برخلاف توان واقعی آن آدم است. او با ذکر مثالی به تفهیم این موضوع کمک می‌کند: «فردی با توان مالی ۱۰ میلیون تومان، از طریق خرید اقساطی امکان‌تیه ساعتی ۴۰ میلیون تومانی را پیدا می‌کند. در این فرآیند، ذهن فرد به‌طور کاذب توانایی مالی بالاتری را برای خود تصور می‌کند. دستیابی به کالای لوکس و گران‌قیمت، احساسی از غرور و قدرت برای او ایجاد کرده. در نتیجه

این عمل

او، نوعی عزت نفس مالی موقت در فرد شکل می‌گیرد، ولی در طولانی مدت باعث تشدید فقر می‌شود؛ چون به احتمال زیاد شخص، توانایی مالی زیادی نداشته که به خرید قسطی روی آورده است. به مرور زمان با بدتر شدن وضعیت مالی، عزت نفس او به نسبت قبل با شکستگی بیشتری مواجه می‌شود. به نتیجه شخص به خودش می‌گوید: «وقتی کار حقوق خود را صرف پرداخت قسط می‌کند.» فرآیندی که فرد پس از خرید قسطی تجربه می‌کند، شامل چند عامل روانی مخرب می‌شود. (انکار پرداخت هزینه) یکی از اولین نشانه‌های روانی است که در فرد پدیدار می‌شود. عمرانی درباره مفهوم آن توضیح می‌دهد: «فرد از سر ناچاری و فشار، پرداخت را به زمانی دیگر موکول می‌کند. مورد دیگری که در این فرآیند گریبانگیر شخص می‌شود، جابه‌جایی نام دارد. جابه‌جایی به معنی آن است که فرد فکری کند نیازهای برآورده نشده خود را مثل محبت با کالاهایی که دارد و می‌خرد، می‌تواند جبران و جابه‌جا کند. طبق پژوهش‌ها، خرید محصول باعث می‌شود تا مغز شروع به تشریح دوپامین کند.

دوپامین که به هورمون شادی معروف است، باعث می‌شود شخص برای لحظاتی از حس سردرگمی و خلأیی که دارد، جدا شود. اما آخرامه که زمان تسویه بدهی اقساط است، فشار بیشتری به او وارد می‌شود و در نتیجه افسردگی در او تشدید می‌شود. فشار اجتماعی یکی دیگر از پیامدهای روانی است که خرید قسطی به فرد می‌دهد. او با مشاهده محصولات ترند شده در اینستاگرام حس می‌کند از جامعه عقب مانده و ناخودآگاه خرید آن محصول را الزامی می‌بیند.»

اقتصاد رفتاری در خدمت فروش قسطی

طبق پژوهش‌های دانشگاهی در رابطه با مقوله اقتصاد رفتاری (Behavioral Economics)، خرید قسطی می‌تواند اثر روانی به نام (توهم پرداخت کوچک) را در شخص به وجود آورد. این به معنی آن است که با تقسیم هزینه به مبالغ کوچک‌تر، قدرت تحلیل قیمت حقیقی محصول کاهش می‌یابد. شرکت‌های بزرگ هم برای افزایش درصد فروش به شگردهای روانشناسی متوسل می‌شوند. برای مثال حجم عظیمی از پیامک‌هایی با عنوان (آخرین موجودی) یا (تخفیف چند درصدی) و (فقط تا امروز) در تلفن همراه همه‌ما پیدا می‌شود. این درحالی است که محتوای این پیام‌ها اثر روانی به نام FOMO (ترس از جاماندن) را ایجاد می‌کند. مصرف‌کننده با دریافت پیام‌هایی با این محتوا ناخودآگاه تحت فشار قرار می‌گیرد و به خرید محصول ترغیب می‌شود. عمرانی توضیح می‌دهد: «پیامک‌های تخفیف‌دار مثل یک دعوت وسوسه‌انگیز برای اشخاص عمل می‌کنند. پیام‌ها دارای معانی مختلفی هستند و می‌توانند باعث عواطف گوناگون همچون اضطراب و تنش در فرد بشوند. پیام‌هایی با مضمون فرصت‌های استثنایی و بی‌آخرین مهلت، احساس اضطراب را در افراد تشدید می‌کند. چون انسان‌ها به‌طور غریزی از دیر کردن و ترسیدن هراس دارند. در حقیقت این پیام‌ها به نوعی طراحی شده‌اند که با تشدید احساس خلأ در افراد خرید محصول را برای پرکردن نیاز خود الزامی ببینند. بعضی از شرکت‌های بزرگ از افرادی که دارای ظاهر زیبا هستند، استفاده می‌کنند. شاید فکر کنید این امری عادی در بازاریابی است، اما مفهومی روانشناسی پشت آن است. شخصی که از ظاهر خود راضی نیست و در این باره با کمبود درونی مواجه است، با دیدن محصولی که توسط فرد زیبا تبلیغ شده، احساس می‌کند که خرید آن محصول تأثیر مثبتی روی زندگی‌اش خواهد داشت.»



فردی با توان مالی ۱۰ میلیون تومان، از طریق خرید اقساطی امکان‌تیه ساعتی ۴۰ میلیون تومانی را پیدا می‌کند. در این فرآیند، ذهن فرد به‌طور کاذب توانایی مالی بالاتری را برای خود تصور می‌کند. دستیابی به کالای لوکس و گران‌قیمت، احساسی از غرور و قدرت برای او ایجاد کرده است



رسانه‌ها باید به مردم یاد بدهند که بین نیاز و هوس تفاوت وجود دارد. آنها باید شفاف توضیح دهند که سایت‌ها چگونه افراد را ترغیب به خرید می‌کنند، در حالی که خرید زیاد لزماً حال افراد را بهتر نمی‌کند



این رفتار توهمی از مالکیت فوری را برای فرد رقم می‌زند که این مالکیت کاذب است. زیرا برخلاف توان واقعی آن آدم است. او با ذکر مثالی به تفهیم این موضوع کمک می‌کند: «فردی با توان مالی ۱۰ میلیون تومان، از طریق خرید اقساطی امکان‌تیه ساعتی ۴۰ میلیون تومانی را پیدا می‌کند. در این فرآیند، ذهن فرد به‌طور کاذب توانایی مالی بالاتری را برای خود تصور می‌کند. دستیابی به کالای لوکس و گران‌قیمت، احساسی از غرور و قدرت برای او ایجاد کرده. در نتیجه

