

دکتر مجید باقرزاده
دکتر رویال عمران
حمید خدادادی



بر اساس یک پژوهش در بورس منطقه‌ای تبریز صورت گرفت

بررسی تاثیر عوامل فردی بر خرید سهام

چکیده

این تحقیق به بررسی ارتباط عوامل فردی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار تبریز می پردازد. در این تحقیق تاثیر عوامل جنسیت، سابقه خدمت، سن، سطح تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی، و اعتقادات و باورهای دینی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار مورد ارزیابی قرار می گیرد. جهت آزمون فرضیه ها از روش میانگین یک نمونه ای استفاده شده است. پس از آزمون فرضیه ها مشخص شد که بین عوامل فردی و قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار ارتباط معنی داری وجود دارد. متغیرهای جنسیت، سابقه خدمت، سن، وضعیت تاهل، سطح تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی و اعتقادات و باورهای دینی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار تاثیر مستقیم دارند.

واژگان کلیدی: سرمایه گذاری، عوامل فردی، تصمیم گیری

بروز می دهند عوامل زیادی از جمله عوامل فردی بر رفتار خرید افراد تأثیر می گذارند. عوامل فردی، تأثیرات قابل توجهی بر حرکات و اعمال انسان ها دارند و رفتار افراد را شکل می دهند بررسی تأثیر عوامل فردی بر قصد و تصمیم افراد در بورس اوراق بهادار می تواند بسیاری از ابهامات را درباره رفتار خرید سهامداران رفع کند. لذا تحقیق حاضر به بررسی تأثیر عوامل فردی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار می پردازد.

۲-۱. اهمیت و ضرورت تحقیق

برای آن که تحلیل گران بتوانند تحلیل درستی از رفتار خرید افراد ارائه کنند باید همه عوامل اثرگذار بر قصد و تصمیم افراد در مورد خرید سهام را بشناسند. تحقیق حاضر می تواند به تحلیل گران کمک کند که عوامل فردی تأثیرگذار بر رفتار افراد در مورد خرید سهام را شناسایی کنند. شناسایی عوامل فردی تأثیرگذار در خصوص سرمایه گذاری در بورس به تحلیل گران کمک می کند برای جذب سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار اقدامات صحیح تری انجام داده و علاوه بر توجه به سایر متغیرهای مالی و اقتصادی به عوامل فردی افراد هم به عنوان متغیرهای مهم و اثرگذار بر تصمیمات افراد در خصوص خرید سهام بیش از پیش توجه کنند، همچنین برنامه ریزان مالی می توانند از یافته های این تحقیق استفاده کنند چرا که می تواند به آن ها در تدوین راه کارها و تجهیز و تخصیص منابع مالی کمک شایانی بنماید.

۳-۱. مبانی نظری تحقیق

مطالبی را که در مبانی نظری به آن ها اشاره می کنیم به ترتیب زیر هستند:

۱- نحوه تصمیم گیری خرید افراد
۲- فرآیند خرید

۳- عوامل موثر در فرآیند تصمیم گیری خرید
۱-۳-۱. تصمیم گیری و فرآیند تصمیم

گیری خرید

از تصمیم گیری تعاریف متفاوتی شده است که به دو مورد از آن ها اشاره می کنیم:

- تصمیم گیری به فرآیند شناخت مسئله و حل آن گفته می شود.

- کونتز معتقد است که تصمیم گیری اصل و اساس برنامه ریزی را تشکیل می دهد.

محدوده مطالعه رفتاری خریدار، نوع خرید، علت خرید، چگونگی تصمیم خرید، زمان و محل

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر عوامل فردی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار تبریز است و فرضیات زیر جهت این بررسی طراحی شدند:

فرضیه اصلی

عوامل فردی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار موثر هستند.

فرضیه های فرعی:

۱- اعتقادات دینی افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار موثر است.

۲- ویژگی های زندگی نامه ای (سن، جنسیت، سابقه خدمت، وضعیت تاهل) افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار موثر است.

۳- رشته تحصیلی افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار موثر است.

۴- سطح تحصیلات افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار موثر است.

نتایج تحقیقات در مورد تأثیر عوامل فردی بر مشارکت افراد در بورس اوراق بهادار نهایتاً به این بحث منجر شده که این ارتباط مشاهده شده یک ارتباط مستقیم و معنی دار است به عبارت دیگر عواملی همچون سطح تحصیلات، رشته تحصیلی و سابقه خدمت از تباط مستقیمی با مشارکت افراد در بازار سرمایه دارند و با افزایش تحصیلات و سابقه خدمت میزان مشارکت افراد در بورس اوراق بهادار افزایش می یابد.

۱-۱. بیان مسئله

دستیابی به رشد بلندمدت و مداوم اقتصادی، نیازمند تجهیز و تخصیص بهینه منابع در سطح ملی است و این مهم بدون کمک بازارهای مالی به ویژه بازار سرمایه گسترده و کارآمد به سهولت امکان پذیر نیست. در یک اقتصاد سالم وجود شبکه مالی کارآمد در توزیع مناسب سرمایه و منابع مالی نقش اساسی دارد. بازار سرمایه به عنوان یک ابزار سرمایه گذاری در دسترس، هم برای سرمایه گذاران کلان و هم برای عموم مردم مطرح شده است، طوری که افراد می توانند وجوه نقدی را که در دست دارند و هیچگونه سودی برای آن ها به همراه ندارد در بورس اوراق بهادار سرمایه گذاری کنند که این کار باعث می شود از یک طرف سرمایه گذار سود بدست آورده و منتفع شود و از طرف دیگر در سطح ملی، از طریق کاهش نگهداری دارایی های نقدی و افزایش نرخ رشد سرمایه های فیزیکی، حداقل در بلندمدت رشد اقتصادی را افزایش می دهد. افراد زمانی که اقدام به خرید سهام می کنند نوعی رفتار راز خود

از جمله عوامل مهم در رشد اقتصادی کشورها، فراهم آوردن سرمایه لازم به منظور تامین مالی قسمت ها و بخش های مختلف اقتصاد است (گیلیس و دیگران، ۱۳۸۵). تامین مالی تشکیل سرمایه داخلی از طرق مختلفی از جمله بدهی خارجی، استفاده از پس اندازهای داخلی، جذب سرمایه های خارجی و ... امکان پذیر است. لیکن با توجه به کاهش عرضه سرمایه های خارجی (به دلایل مختلف)، دولت ها در بسیاری از کشورها در حال توسعه توجه زیادی به توسعه بازار سرمایه به عنوان راهی به منظور افزایش عرضه میان مدت و بلند مدت سرمایه، استفاده کاراتر از دارایی های موجود و بهبود تحرک منابع داخلی معطوف داشته اند (سعیدی، ۱۳۷۸).

اما با توجه به اهمیت بازار سرمایه به طور تعجب آوری بسیاری از خانوارها در سهام سرمایه گذاری نمی کنند. طوری که مدیران بورس در حالی خبر از ورود ۷۰۰ میلیارد تومان نقد بنگی توسط سهامداران حقیقی در شش ماهه نخست سال ۱۳۸۸ می دهند که برخی از کارشناسان بر این باور هستند با توجه به حدود ۱۸۰ هزار میلیارد تومان نقد بنگی در جامعه و همچنین رشد و رونق شش ماهه نخست سال ۱۳۸۸ که با دوره رشد سال های پیش از این برابری می کرد رقم بسیار ناچیزی است و تعداد افراد بسیار اندکی در بازار سرمایه سرمایه گذاری می کنند (معطوفی، ۱۳۸۸). عوامل زیادی بر قصد و تصمیم افراد به سرمایه گذاری در بورس اوراق بهادار تأثیر می گذارند، که می توان این عوامل را به دو دسته عوامل درونی (روانی و فردی و ...) و عوامل بیرونی (سیاسی، اقتصادی و ...) تقسیم بندی کرد. (دهقان، ۱۳۸۷).

خرید را شامل می شود (صمدی، ۱۳۸۲). داشتن درک صحیح از خریدارن و فرآیند خرید مزیت های متعددی دارد که می توان کمک به مدیران جهت تصمیم گیری، تهیه یک مبنای شناختی از طریق تحلیل خریداران، کمک به قانون گذاران برای وضع قوانین مربوط به خرید و فروش و در نهایت کمک به خریداران در جهت تصمیم گیری بهتر اشاره کرد. (اردستانی و سعدی، ۱۳۸۶). در ورای هر عمل خرید یک فرآیند مهم تصمیم گیری نهفته است که باید بررسی شود (عبداله زاده، ۱۳۸۱).
 مراحلی را که خریدار طی می کند تا تصمیمی را اتخاذ کند فرآیند تصمیم گیری خرید می نامند. این فرآیند شامل پنج مرحله می باشد که به ترتیب عبارتند از:

۱- تشخیص مسئله

۲- جستجوی اطلاعات
 ۳- ارزیابی راه چاره ها
 ۴- تصمیم خرید
 ۵- رفتار بعد از خرید
 به طور خلاصه می توان فرآیند تصمیم گیری خرید توسط افراد را در شکل زیر نشان داد (روستا و دیگران، ۱۳۸۴):

۲-۳-۱. عوامل موثر در فرآیند تصمیم گیری خرید

بازاریابی موفق با درک چرایی و چگونگی رفتار خریداران آغاز می شود فرآیند تصمیم گیری خرید تحت تاثیر عوامل گوناگونی است که در زیر نشان داده شده است (روستا و دیگران، ۱۳۸۴).

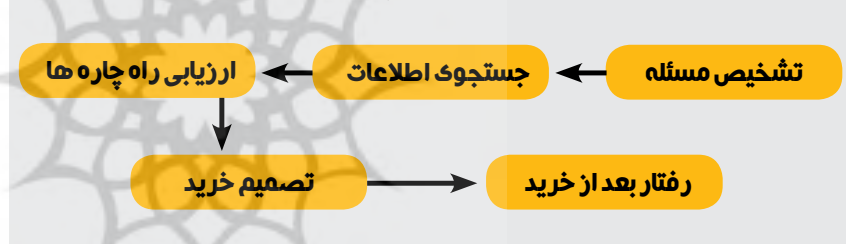
۳-۳-۱. عوامل فردی

امروزه برای درک بهتر چرایی عملکرد خریداران،

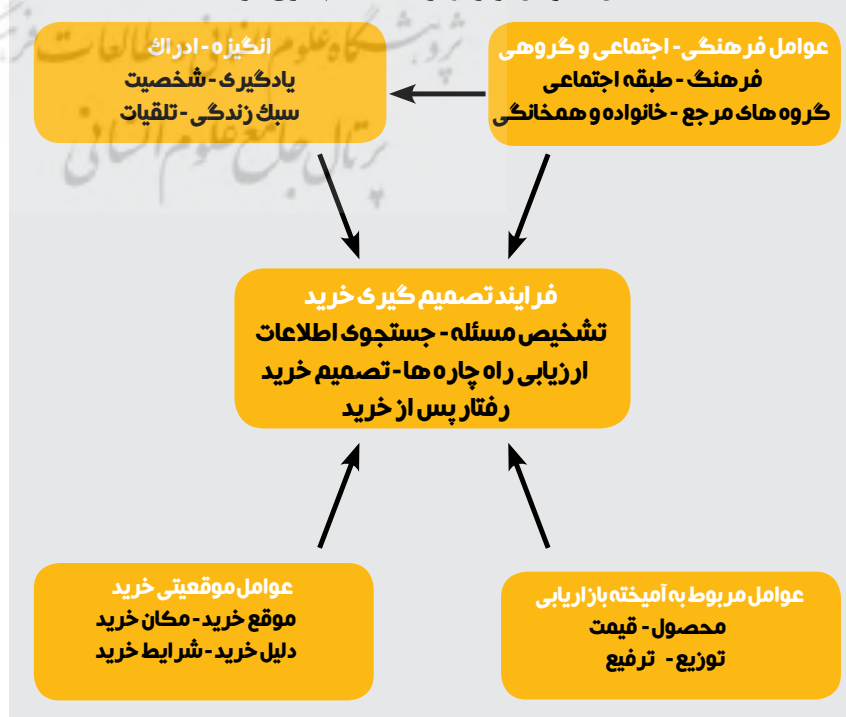
اکثر بازاریابان از علوم رفتاری استفاده می برند (احمدی، ۱۳۸۲). روانشناسان به موضوع درک رفتار فرد توجه می کنند و می خواهند رفتار را درک کرده و چرایی آن را در یابند (نصر اصفهانی، ۱۳۸۱). علم روان شناسی ثابت کرده است که انسان به اعتبار ملاک هایی چون سن، جنس، تجربه، یادگیری و شرایط روانی حاکم بر افراد رفتارهای گوناگونی را از خود نشان می دهند (احمدی، ۱۳۸۴). عوامل فردی فرآیندهای شناختی را که تاثیر گذار بر افراد در گیر در اکتساب، مصرف و کنار گذاری کالاها، خدمات و تجربیات هستند، نشان می دهد (اردستانی، ۱۳۸۱).

اعتقادات دینی: امروزه بسیاری از انسان ها خود را منتسب به دین می دانند و در نتیجه خود را متدین می شناسند و دیگران بسیاری از رفتارهای آن ها را به دین نسبت می دهند و آن ها را متأثر از دین می دانند (احمدی، ۱۳۸۴).

شکل ۱. فرآیند تصمیم گیری خرید



شکل ۲. عوامل موثر در فرآیند تصمیم گیری خرید



ویژگی های زندگی نامه ای

۱- سن: رابطه بین سن و عملکرد از جمله مسائلی است که در دو دهه گذشته مورد توجه بوده است و بررسی های جدیدی در این زمینه انجام شده است.

۲- جنس: یکی از موضوع هایی که بیشترین مباحث را پیرامون خود برانگیخته است مساله مقایسه عملکرد زنان و مردان است. مدارک بدست آمده نشان می دهد که بین زن و مرد از نظر توان فردی در حل مساله یا مشکل، مهارت و تجربه و تحلیل مسائل، رقابت پویایی، انگیزش، رهبری، یادگیری یا سازش با دیگران هیچ تفاوت فاحشی وجود ندارد و تقریباً مانند یکدیگر هستند (رابینز، ۱۳۷۸).

۳- وضعیت تاهل

۴- سابقه خدمت: تعداد سال هایی که افراد مشغول به کار هستند.

۴-۱. مبانی تجربی تحقیق

سید حسین ساداتی خادر در سال ۱۳۸۷ پژوهشی را تحت عنوان رابطه بین دانش مالی و مشارکت افراد در بازار سرمایه ایران انجام داد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آنالیز واریانس و آماره F استفاده شده است. یافته های این تحقیق نشان می دهد که بین دانش رسمی مالی و مشارکت افراد در بازار سرمایه رابطه وجود دارد و با افزایش دانش رسمی مالی افراد میزان مشارکت آن ها در بازار سرمایه بیشتر می شود. معطوفی در سال ۱۳۸۶ تحقیقی را با موضوع

انجام دادند و دریافتند که بین ریسک‌گریزی افراد و سن، درآمد، ثروت و تحصیلات افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد یعنی با افزایش درآمد، ثروت و تحصیلات افراد، درجه ریسک‌پذیری آن‌ها نیز افزایش پیدا کرد و افراد در مورد سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیرتر بودند ولی بین سن افراد و ریسک‌پذیری رابطه عکس وجود دارد.

لبرون، فارلی و گلا تحقیقی را در سال ۱۹۹۲ انجام دادند و به بررسی ارتباط بین عوامل درونی افراد و میزان ریسک‌گریزی آن‌ها پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که درجه ریسک‌گریزی افراد تابعی از عوامل درونی شخص است و به ملاحظات بیرونی بازار ارتباطی ندارد.

بارنیول در سال ۱۹۸۷ به مطالعه رفتار سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه در کشور های فوق پیشرفته پرداخت و در بررسی که انجام داد، تاثیر سبک زندگی، میزان ریسک‌گریزی و شغل فرد را بر رفتار سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه مورد سنجش قرار داده و در مطالعات خود دریافت که رفتار سرمایه‌گذار در بازار را می‌توان بر اساس خصوصیات سبک زندگی، میزان ریسک‌گریزی و شغل فرد پیش‌بینی کرد به عبارت دیگر سبک زندگی، میزان ریسک‌گریزی و شغل فرد بر رفتار افراد در بازار سرمایه تاثیر می‌گذارد و ارتباط معناداری میان سبک زندگی، میزان ریسک‌گریزی، شغل فرد و رفتار افراد در بازار سرمایه وجود دارد.

کینگ و لیب (۱۹۸۷) طی بررسی ۴۰ درصد افرادی که در بازار سرمایه مشارکت نکرده بودند به این نتیجه رسیدند که آن‌ها اطلاعات کافی در مورد بازار سهام نداشته‌اند، لذا دلیلی برای نگهداری سهام نمی‌دیدند.

یافته‌های مطالعات لولین، لیس و اسکالرابام (۱۹۷۷) نشان می‌دهد که بین ترجیحات سرمایه‌گذاری افراد و سن، جنسیت و تحصیلات افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مینیکو و زلدس در سال ۱۹۱۰ پژوهشی را انجام دادند و به بررسی و مقایسه سهامداران و غیر سهامداران پرداختند. آن‌ها براساس یافته‌های پژوهش بیان می‌کنند، دلیلی که افراد غیر سهامدار اقدام به خرید سهام نمی‌کنند این است که سهم بزرگی از غیر سهامداران دارای، دارایی‌های نقدی کمی هستند همچنین کمبود نقدینگی تنها عامل در عدم سرمایه‌گذاری افراد نیست. آن‌ها با بیان این مطلب که بسیاری از افراد که دارای دارایی‌های نقدی مناسبی هستند در سهام سرمایه‌گذاری نمی‌کنند، وجود عوامل دیگر مثل هزینه ثابت اطلاعات یا عوامل غیر اقتصادی مانند عوامل روانشناختی را

خرید سهام منصرف می‌کند؛ لذا کاهش هزینه‌های ثابت ورود باعث می‌شود این پس‌اندازکنندگان از سمت ابزارهای پس‌انداز با ریسک و بازده کم مثل حساب‌های بانکی و اوراق بهادار بازار پول به سمت بازار سرمایه و سهام تغییر جهت دهند و اقدام به خرید سهام و سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار نمایند. بنابراین کاهش هزینه‌های ثابت ورود منجر به افزایش تعداد سهامداران خواهد شد.

جوسیو و جاپلی در سال ۲۰۰۳ به بررسی عوامل موثر بر مشارکت افراد در بازار سرمایه پرداختند. آن‌ها عدم مشارکت افراد در بازار سرمایه را ناشی از عوامل مختلفی از قبیل تحصیلات، ثروت، درآمد، روابط بلندمدت با بانک، گرایش به تعاملات اجتماعی و خواندن روزنامه‌های ملی می‌دانند. آن‌ها اگرچه هر یک از عوامل فوق را در شکل‌گیری معمای عدم مشارکت دخیل می‌دانند ولی اثر متغیر

با افزایش سطح تحصیلات خانوارها میزان مشارکت آن‌ها در بازار سهام افزایش می‌یابد و هر اندازه رشته تحصیلی خانوارها با بازار سرمایه و بورس و به طور کلی اقتصاد مرتبط و نزدیک باشد میزان مشارکت آن‌ها در بازار سرمایه افزایش می‌یابد

آگاهی و داشتن اطلاعات مالی را مهم‌تر تلقی کرده و فرضیه خود را به این شکل مطرح می‌کنند، فقدان اطلاعات مالی بر عدم مشارکت افراد در بازار سرمایه موثر است.

هلیاسوس و برتوت (۱۹۹۵) معتقدند، خانوارها احتمالاً بخشی از ثروت خود را به خاطر برخی مقاصد یا انگیزه‌های کوتاه‌مدت از قبیل نیاز به انجام معامله یا مخارج جاری در دارایی‌های بدون ریسک، سرمایه‌گذاری می‌کنند. آن‌ها همچنین بیان می‌کنند، در همه گروه‌های سنی مورد بررسی متوسط سهام‌نگداری شده و متوسط ثروت مالی متناسب با افزایش تحصیلات، افزایش می‌یابند.

رایلی و چو در سال ۱۹۹۲ تحقیقی را در مورد ارتباط بین سن، درآمد، ثروت و سطح تحصیلات با ریسک‌گریزی افراد در بورس‌های معتبر جهان

بررسی عوامل موثر بر مشارکت افراد در بازار سرمایه ایران انجام داد. او در این پژوهش سه متغیر دانش مالی، متغیرهای جمعیت‌شناختی و متغیر مالی را بررسی کرد. پس از بررسی به این نتیجه رسید که اکثر افرادی که در بازار سرمایه ایران مشارکت می‌کنند و اقدام به خرید اوراق بهادار می‌نمایند دارای تحصیلات رسمی هستند. یعنی با افزایش تحصیلات رسمی افراد میزان مشارکت آن‌ها در بازار سرمایه ایران افزایش می‌یابد. همچنین یافته دیگر این پژوهش این بود که بین رشته‌های تحصیلی سرمایه‌گذاران و مشارکت آن‌ها در بازار سرمایه ایران رابطه وجود دارد، به عبارت دیگر افرادی که رشته‌های تحصیلی آن‌ها در مورد سرمایه‌گذاری و بازار سرمایه باشد بیشتر به مشارکت در بازار سرمایه اقدام می‌کنند. همچنین این نتیجه نیز آشکار شد که بین سطح تحصیلات همسر سرمایه‌گذار و مشارکت او در بازار سرمایه ارتباط وجود دارد، یعنی هر اندازه سطح تحصیلات همسر سرمایه‌گذار بالا باشد میزان مشارکت او در بازار سرمایه ایران افزایش می‌یابد.

کریستیانسن و همکارانش در سال ۲۰۰۵ پژوهشی را انجام داده و به بررسی تاثیر نوع و سطح تحصیلات خانوارها بر میزان مشارکت آن‌ها در بازار سهام پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها به این صورت بود که نوع و سطح تحصیلات خانوارها بر میزان مشارکت آن‌ها در بازار سهام موثر است؛ به عبارت دیگر، با افزایش سطح تحصیلات خانوارها میزان مشارکت آن‌ها در بازار سهام افزایش می‌یابد و هر اندازه رشته تحصیلی خانوارها با بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری در بورس و به طور کلی اقتصاد مرتبط و نزدیک باشد میزان مشارکت آن‌ها در بازار سرمایه افزایش می‌یابد.

آلن در سال ۲۰۰۵ تحقیقی را تحت عنوان «بررسی تاثیر هزینه‌های مشارکت بر تصمیم‌گیری در مورد خرید و نگهداری سهام» انجام داده و به تعیین میزان هزینه مشارکت اقدام نموده است. آلن در این پژوهش از میان هزینه‌های مشارکت تنها هزینه ثابت ورود را مورد بررسی قرار داد و با ارائه مدلی به تخمین هزینه ثابت ورود پرداخت. او با استناد به شواهد تجربی در کشورهای توسعه یافته بیان می‌کند، حداقل ۵۰ درصد خانوارها به طور مستقیم و غیر مستقیم سهام نگهداری نمی‌کنند؛ بنابراین، میان سن ورود به بازار سهام بالاست و در حدود ۴۵ سال می‌باشد. یافته‌های این تحقیق بیان می‌کند که بین هزینه‌های ثابت ورود و مشارکت در بازار سرمایه رابطه قوی و معنی‌داری وجود دارد. آلن بیان می‌کند که وجود هزینه‌های ثابت ورود، پس‌اندازکنندگان کوچک را از تصمیم

بر عدم سرمایه گذاری افراد در سهام موثر می دانند. همچنین یافته های پژوهش آن ها نشان می دهد میزان سرمایه گذاری افراد در سهام با افزایش درآمد افزایش می یابد حتی زمانی که سطح تحصیلات افراد ثابت نگه داشته می شود و از طرف دیگر با افزایش سطح تحصیلات افراد حتی زمانی که درآمد ثابت نگه داشته می شود، میزان سرمایه گذاری آن ها در سهام افزایش می یابد.

نتایج پژوهش فوق نشان می دهد، نادیده گرفتن فرصت های سرمایه گذاری توسط افراد یک مانع اصلی در عدم مشارکت افراد در سهام می باشد و این نادیده گرفتن فرصت ها ناشی از عدم آگاهی است. همچنین بیان می کنند، افرادی که دارای تحصیلات بالایی هستند نسبت به افراد با تحصیلات پایین تر اطلاعات بیش تری دارند، لذا مشارکت آن ها در بازار سرمایه و حتی در بازار اوراق قرضه بیش تر است به عبارت دیگر سطح تحصیلات با مشارکت افراد در بازار سرمایه رابطه معنی داری داشته و هر اندازه افراد تحصیلات بیشتری داشته

باشند میزان مشارکتشان در بازار سرمایه بیشتر خواهد بود و سهام بیشتری خریداری می کنند. آن ها معتقدند، داشتن تحصیلات دانشگاهی موجب افزایش آگاهی های مالی افراد شده و احتمال مشارکت آن ها را در بازار سهام افزایش می دهد، در این میان داشتن تحصیلات اقتصادی می تواند آگاهی های مالی در مورد شرکت های سرمایه گذاری، حساب های سرمایه گذاری و اوراق قرضه شرکت ها را افزایش دهد.

۱-۵. اهداف تحقیق

اهدافی که در این تحقیق به دنبال دستیابی به آن ها هستیم به دو دسته اهداف کلی و جزئی تقسیم می شوند:

۱-۵-۱. هدف کلی:

بررسی تاثیر عوامل فردی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار

۱-۵-۲. اهداف جزئی:

۱- تعیین تاثیر اعتقادات دینی افراد بر مشارکت

آن ها در بورس اوراق بهادار
۲- تعیین تاثیر کانون کنترل (درونی و بیرونی) افراد، بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار
۳- تعیین تاثیر ویژگی های زندگی نامه ای (سن، جنسیت، سابقه خدمت و وضعیت تاهل) افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار
۴- تعیین تاثیر سطح تحصیلات افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار
۵- تعیین تاثیر رشته تحصیلی افراد بر مشارکت آن ها در بورس اوراق بهادار

۲. روش تحقیق

۱-۲. جامعه آماری و نحوه نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق شامل همه سهامداران بورس اوراق بهادار تبریز می باشد. حجم نمونه آماری تحقیق که از جدول تعیین حجم نمونه کرجسی و مورگان و کوهن استخراج شده و با توجه به حجم جامعه آماری ما که شامل ۴۰۲۰ سهامدار در بورس اوراق بهادار تبریز (طبق آمار

جدول شماره ۱: خلاصه نتایج تحلیل داده ها با استفاده از رگرسیون

متغیرهای تحقیق	مجموع مربعات	درجه آزادی	آماره فیشر (F)	سطح معنی داری رگرسیون (Sig)
اعتقادات دینی	۷/۴۲	۱	۶/۵۶	۰/۰۱۱
رشته تحصیلی	۸/۳۰	۱	۷/۵۲	۰/۰۰۶
سطح تحصیلات	۵/۱۸	۱	۴/۷۵	۰/۰۳
سابقه خدمت	۹/۶۶	۱	۸/۴۵	۰/۰۰۴
سن	۷/۴۷	۱	۶/۵۳	۰/۰۱۱
جنسیت	۸/۰۴	۱	۷/۲۸	۰/۰۰۷
وضعیت تاهل	۷/۰۷	۱	۶/۱۱	۰/۰۱۴

جدول شماره ۲: خلاصه نتایج تحلیل داده ها با استفاده از همبستگی پیرسون

متغیرهای تحقیق	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی داری	تعداد
اعتقادات دینی	۰/۱۳۱	۰/۰۱۱	۳۸۰
رشته تحصیلی	۰/۱۴۶	۰/۰۰۶	۳۴۶
سطح تحصیلات	۰/۱۱۷	۰/۰۳	۳۴۳
سابقه خدمت	۰/۱۵۴	۰/۰۰۴	۳۵۰
سن	۰/۱۳۶	۰/۰۱۱	۳۴۸
جنسیت	۰/۱۴۱	۰/۰۰۷	۳۶۳
وضعیت تاهل	۰/۱۳۱	۰/۰۱۴	۳۵۰

اعتقادات و باورهای دینی بر روی بر قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار تاثیر مستقیم دارند به عبارت دیگر جنسیت مذکر (آقایان) و افرادی که دارای سابقه خدمت بالا، سن بالا، سطح تحصیلات بالا، رشته تحصیلی مرتبط با اقتصاد و سرمایه گذاری و اعتقادات و باورهای دینی هستند بیشتر به طرف بورس اوراق بهادار جهت سرمایه گذاری حرکت کرده و اقدام به خرید سهام می نمایند.

۴. بحث و نتیجه گیری

این تحقیق در قالب یک فرضیه کلی و هفت فرضیه فرعی مطرح شد که پس از بررسی همه فرضیات فرعی تحقیق تایید شده بنابراین فرضیه کلی تحقیق نیز تایید شد به عبارت دیگر یافته های این تحقیق نشان می دهد که ارتباط معنی داری بین عوامل فردی و قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار وجود دارد به عبارت دیگر آقایان در مقایسه با خانم ها بیشتر به طرف بورس اوراق بهادار جهت خرید سهام می آیند و با افزایش سابقه خدمت، بالا رفتن سن، سطح تحصیلات بالا، رشته تحصیلی مرتبط با اقتصاد و سرمایه گذاری و اعتقادات و باورهای دینی هستند بیشتر به طرف بورس اوراق بهادار جهت سرمایه گذاری حرکت کرده و اقدام به خرید سهام می نمایند. علت اینکه افرادی که دارای ویژگی های مذکور باشند بیشتر در بورس اوراق بهادار مشارکت می کنند این است که با افزایش سابقه خدمت افراد تجربه و توانایی های مختلفی را می آموزند، بالا رفتن سن موجب می شود که افراد تجربه و وقت کافی جهت حضور در بورس اوراق بهادار را داشته باشند، با افزایش سطح تحصیلات، آگاهی افراد در زمینه های مختلف افزایش می یابد، افرادی که رشته تحصیلیشان مرتبط با اقتصاد و سرمایه گذاری است به انواع روش های سرمایه گذاری آگاه می شوند و افرادی که با توجه اعتقادات و باورهای دینی معتقد هستند می باید به نحوی به عمران و آبادانی کشور اسلامی کمک کنند و در پیشرفت کشور سهیم باشند، همه این افرادی که نام بردیم نسبت به سایر افرادی که ویژگی های مذکور را ندارند بیشتر به طرف بورس اوراق بهادار جهت سرمایه گذاری حرکت کرده و اقدام به خرید سهام می نمایند.

های آماری در جدول زیر خلاصه شده است:

همچنین با استفاده از رگرسیون و روش همبستگی فرضیه های تحقیق را آزمون شد که نتایج رگرسیون نشان داده که همه متغیرهای مستقل به صورت مستقیم و معنی دار بر قصد افراد به سرمایه گذاری تأثیر دارند. این نتیجه گیری با توجه به مقدار Sig بدست آمده که کمتر از میزان خطای تحقیق می باشد. لازم به ذکر است که برای بررسی میزان ارتباط و همبستگی متغیرهای تحقیق از روش همبستگی جزئی (Partial) و همبستگی کلی (Bivariate) نیز استفاده گردیده است. به طور کلی می توان این گونه نتیجه گیری کرد که با توجه به آزمونهای متفاوت صورت گرفته، تمامی فرضیات این پژوهش با احتمال ۹۵ درصد اطمینان مورد تأیید قرار می گیرد. با توجه به جدول شماره ۲ نتایج همبستگی پیرسون نشان می دهد که با توجه

یافته های این تحقیق

نشان می دهد آقایان در مقایسه با خانم ها بیشتر به طرف بورس اوراق بهادار جهت خرید سهام می آیند و با افزایش سابقه خدمت، بالا رفتن سن، سطح تحصیلات و... بیشتر به طرف بورس اوراق بهادار جهت سرمایه گذاری حرکت کرده و اقدام به خرید سهام می کنند

به سطح معنی داری تمامی فرضیات تحقیق تایید می شوند و ارتباط معنی داری بین متغیرهای فردی و خرید سهام در بورس اوراق بهادار تریز وجود دارد و بنابراین فرضیه اصلی تحقیق نیز تایید می شود. نهایتاً پس از آزمون فرضیه های تحقیق مشخص شد که بین عوامل فردی و قصد و تصمیم افراد در رابطه با خرید سهام در بورس اوراق بهادار ارتباط معنی داری وجود دارد متغیرهای جنسیت، سابقه خدمت، سن، سطح تحصیلات دانشگاهی، رشته تحصیلی و

اعلام شده از سوی پایگاه اطلاع رسانی بورس اوراق بهادار تبریز) است تعداد نمونه پژوهش ما بر اساس جدول مورگان برابر با ۳۵۴ نفر می باشند که برای اعتبار بیشتر پژوهش حجم نمونه را ۳۸۴ (برای جامع آماری ۱۰۰۰۰ نفر) نفر انتخاب می کنیم. همچنین از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده می شود چون اعضای جامعه تحقیق از نظر صفت مورد مطالعه همگن هستند و دسترسی به افراد مورد نظر مشکل است نمی توان از سایر روش های نمونه گیری استفاده کرد.

۳. یافته های تحقیق

پس از تجزیه و تحلیل داده ها مشخص شد که ۸۹٫۸ درصد افراد (۳۴۵ نفر) حاضر در نمونه آماری، مرد و ۱۰٫۲ درصد زن (۳۹ نفر) هستند. ۷۴٫۲ درصد افراد (۲۸۵ نفر) متاهل و ۲۵٫۸ درصد (۹۹ نفر) مجرد می باشند. ۱۶٫۱ درصد از پاسخ دهندگان (۶۲ نفر) به میزان کم و خیلی کمی تمایل به خرید سهام بیشتر را دارند، ۳۱ درصد از پاسخ دهندگان (۱۱۹ نفر) به طور متوسط تمایل به خرید سهام بیشتر را دارند، ۵۲٫۹ درصد از پاسخ دهندگان (۲۰۳ نفر) به میزان زیاد و خیلی زیاد تمایل به خرید سهام بیشتر را دارند.

۴٫۷ درصد افراد (۱۸ نفر)، سطح تحصیلاتشان تا مقطع ابتدایی می باشد، ۳٫۹ درصد از افراد (۱۵ نفر)، سطح تحصیلاتشان تا مقطع راهنمایی می باشد، ۰٫۸ درصد افراد (۳ نفر) سطح تحصیلاتشان تا مقطع متوسطه می باشد، ۲۴٫۷ درصد افراد (۹۵ نفر) سطح تحصیلاتشان دیپلم می باشد، ۴٫۷ درصد افراد (۱۸ نفر) سطح تحصیلاتشان فوق دیپلم (کاردانی) می باشد، ۴۶٫۱ درصد افراد (۱۷۷ نفر) سطح تحصیلاتشان مقطع لیسانس (کارشناسی) می باشد، ۱۲٫۸ درصد افراد (۴۹ نفر) سطح تحصیلاتشان مقطع فوق لیسانس (کارشناسی ارشد) می باشد، ۱ درصد افراد (۴ نفر) سطح تحصیلاتشان تا مقطع دکتری می باشد و ۱٫۳ درصد افراد (۵ نفر) بی سواد هستند. فرضیات تحقیق را در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد آزمون قرار دادیم و نتایج آزمون های آماری با توجه به سطح معنی داری به این صورت می باشد که تمامی فرضیات تایید شدند ($\text{sig} > 0.05$). نتایج آزمون

منابع

- ۱- صالح اردستانی، عباس (۱۳۸۱)، رفتار مصرف کننده، انتشارات آثار
- ۲- روستا، احمد، بطحایی، عطیه (۱۳۸۵)، رفتار مصرف کننده، انتشارات ساز گل
- ۳- صالح اردستانی، عباس و سعدی، محمد رضا (۱۳۸۶)، رفتار مصرف کننده (عوامل درونی و بیرونی)، انتشارات اتحاد - جهان نو

- ۴- روستا، احمد، ونوس، داور و ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۸۴)، مدیریت بازاریابی، انتشارات سمت
- ۵- استیفین بی، رایبیز (۱۳۸۵)، رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه ها، کاربردها)، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دهم
- منابع مقاله در دفتر ماهنامه بورس موجود است.
- ۱- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد تبریز
- ۲- عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد تبریز
- ۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی مؤسسه آموزش عالی ارس تبریز