

بہ نام خداوند جان و خرد



دانشکده مدیریت و مهندسی صنایع

گروه: مدیریت

واکاوی گرایش‌ات و رفتار مالی افراد
در فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه روزمره؛
با تمرکز بر جوامع ایرانی

دانشجو:

آرمان فلاحتی

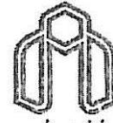
استاد راهنما:

دکتر محمد علی مولایی

مشاور:

مجید عامری

تابستان ۱۳۹۱



دانشگاه علمی کاربردی

مدیریت تحصیلات تکمیلی

فرم شماره (۶)

بسمه تعالی

شماره: ۳۹۱-۲۴۵۶

تاریخ: ۹۱/۷/۲۹

ویرایش:

فرم صورتجلسه دفاع پایان نامه تحصیلی دوره کارشناسی ارشد

با تأییدات خداوند متعال و با استعانت از حضرت ولی عصر (عج) جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد آقای آرمان فلاحی، رشته MBA گرایش General تحت عنوان: واکاوی گرایشات و رفتار مالی افراد در فرایندهای سرمایه گذاری و تخصیص سرمایه روزمره؛ با تمرکز بر جوامع ایرانی، که در تاریخ ۹۱/۷/۲۹ با حضور هیأت محترم داوران در دانشگاه صنعتی شاهرود برگزار گردید به شرح زیر است:

قبول (با درجه: بسیار خوب امتیاز ۱۸.۷۵)	☒	دفاع مجدد	☐	مردود	☐
--	-------------------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------

۲- بسیار خوب (۱۸ - ۱۸/۹۹)

۱- عالی (۲۰ - ۱۹)

۴- قابل قبول (۱۵ - ۱۴/۹۹)

۳- خوب (۱۷ - ۱۶/۹۹)

۵- نمره کمتر از ۱۴ غیر قابل قبول

عضو هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	مرتبه علمی	امضاء
۱- استادارهنما	محمد علی مرادی	استادیار	
۲- اسناد مشاور	غیاثی	مربی	
۳- نماینده شورای تحصیلات تکمیلی	محمد علی مرادی	مربی	
۴- استاد ممتحن	میرزا محمد آقایی	استادیار	
۵- استاد ممتحن	میرزا محمد آقایی	استادیار	

تأیید رئیس دانشکده

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

تقدیم بہ

چشمان منظر مادرم

و

دستان خستہ می پدرم

تشکر و قدردانی

سپاس یزدان را که مهربان است و یگانه.

سپاسگزاری می‌نمایم از استاد گرامی جناب آقای دکتر محمد علی مولایی که رهنمودهای بی‌دریغشان رهتوشه‌ی این نوشتار بوده است. سپاس از پروفیسور می‌وانگ^۱ و همچنین آقای مجید عامری. سپاسگزار تمامی اساتیدی هستم که از دانش و بینششان بهره‌برده‌ام.

سپاسگزارم از خانواده‌ی مهربانم که همواره پشتوانه‌ی من بوده و مرا اندیشیدن آموختند.

شان و تندرست زیوند. زندگیشان به‌کامه باشد.

^۱ Mei Wang

تعمد نامه

اینجانب آرمان فلاحتی دانشجوی دوره کارشناسی ارشد رشته MBA دانشکده مدیریت و مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی شاهرود نویسنده پایان نامه با عنوان «واکاوی گرایش‌ها و رفتار مالی افراد در فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه روزمره؛ با تمرکز بر جوامع ایرانی» تحت راهنمایی دکتر محمد علی مولایی متعهد می‌شوم.

- تحقیقات در این پایان نامه توسط اینجانب انجام شده است و از صحت و اصالت برخوردار است.
- در استفاده از نتایج پژوهش‌های محققان دیگر به مرجع مورد استفاده استناد شده است.
- مطالب مندرج در پایان‌نامه تاکنون توسط خود یا فرد دیگری برای دریافت هیچ نوع مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نشده است.
- کلیه حقوق معنوی این اثر متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می‌باشد و مقالات مستخرج با نام «دانشگاه صنعتی شاهرود» و یا «Shahrood University of Technology» به چاپ خواهد رسید.
- حقوق معنوی تمام افرادی که در به دست آمدن نتایج اصلی پایان نامه تأثیرگذار بوده‌اند در مقالات مستخرج از پایان‌نامه رعایت می‌گردد.
- در کلیه مراحل انجام این پایان‌نامه، در مواردی که از موجود زنده (یا بافت‌های آن‌ها) استفاده شده است ضوابط و اصول اخلاقی رعایت شده است.
- در کلیه مراحل انجام این پایان‌نامه، در مواردی که به حوزه اطلاعات شخصی افراد دسترسی یافته یا استفاده شده است اصل رازداری، ضوابط و اصول اخلاق انسانی رعایت شده است.

تاریخ

امضای دانشجو

مالکیت نتایج و حق نشر

- کلیه حقوق معنوی این اثر و محصولات آن (مقالات مستخرج، کتاب، برنامه‌های رایانه‌ای، نرم افزارها و تجهیزات ساخته شده) متعلق به دانشگاه صنعتی شاهرود می‌باشد. این مطلب باید به نحو مقتضی در تولیدات علمی مربوطه ذکر شود.
- استفاده از اطلاعات و نتایج موجود در پایان‌نامه بدون ذکر مرجع مجاز نمی‌باشد.

چکیده

واکاوی گرایش‌ها و رفتار مالی افراد

در فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه روزمره؛ با تمرکز بر جوامع ایرانی

به کوشش

آرمان فلاحی

این پژوهش کوششی است برای تحلیل گرایش‌ها و رفتار مالی افراد در فرایندهای مالی و اقتصادی روزمره. در این راستا می‌کوشد تا با تدوین یک نقشه یا پلان رفتار مالی، شبه‌مدلی را از این گرایش‌ها و رفتار مالی ارائه دهد. احساس نیاز به یک چنین طرحی از مقایسه‌ی آمارهای مالی و اقتصادی استان فارس با استان مشابه اصفهان پدید آمد. مطالعه‌ی آمارهای یاد شده که همگی از سوی منابع رسمی ارائه شده‌اند، نشان از وجود نقصان در ساز و کار مالی - اقتصادی این منطقه دارد.

از این رو، پس از نیاز سنجی صورت گرفته، به منظور داشتن یک دید سیستمی نسبت به قضیه، به تحلیل پنج زمینه‌ی مرتبط با این موضوع پرداختیم. این پنج زمینه عبارتند از: مالی رفتاری، مدیریت و برنامه‌ریزی مالی شخصی، روان‌شناسی پول، روان‌شناسی بازار سرمایه و سرمایه‌گذار و در نهایت، جامعه‌شناسی اقتصاد. بر اساس مطالعات وسیع صورت گرفته، و پس از تعیین لایه‌های مهم اطلاعاتی تشکیل دهنده‌ی نقشه‌ی رفتار مالی، متدولوژی‌ای برای ادامه‌ی پژوهش و به دست‌آوردن داده‌های مورد نیاز طراحی گردید.

فعالیت‌هایی که در این راستا طراحی شده و انجام گردیدند عبارتند از ۱- طراحی و پیاده‌سازی یک پرسش‌نامه‌ی مناسب که بتواند اطلاعات مورد نیاز را با کمترین خطا فراهم آورد. این پرسش‌نامه با دقت بسیار و با بهره‌گیری از پرسش‌نامه‌های استاندارد موجود در زمینه‌های مرتبط و نظر اساتید، خبرگان و مشاوران طراحی گردید. روایی و پایایی این پرسش‌نامه با استفاده از روش‌های گوناگون مورد سنجش قرار گرفته و تأیید گردیدند. کیفیت این پرسش‌نامه، در دقت خروجی حاصل‌شده نمایان است. ۲- جمع‌آوری داده و سپس انجام تحلیل جمعیت شناختی بر روی نمونه‌های آماری جهت داشتن دیدی روشن نسبت به جامعه‌ی تحت پژوهش ۳- انجام تحلیل عاملی اکتشافی بر روی داده‌ها جهت پیدا کردن عامل‌های سازه ۴- یافتن خوشه‌های رفتار مالی با استفاده از تحلیل خوشه‌ای دو مرحله‌ای ۵- تحلیل و مقایسه‌ی توزیع‌های جمعیت شناختی خوشه‌ها و نیز آزمودن فرضیات پژوهش با استفاده از آزمون‌های دو جمله‌ای، کای دو و t. در نهایت اطلاعات به دست آمده به صورتی جامع ارائه گردیدند.

واژگان کلیدی: رفتار مالی، مالی رفتاری، سوگیری، ابهام، عامل‌های سازه

فصل اول: کلیات و تعاریف

۱	
۲	۱,۱ مقدمه
۴	۲,۱ بیان مسأله‌ی پژوهش
۸	۳,۱ ضرورت و اهمیت پژوهش
۱۰	۴,۱ اهداف پژوهش
۱۱	۵,۱ سوالات پژوهش
۱۳	۶,۱ فرضیات پژوهش
۱۳	۷,۱ کاربردهای پژوهش
۱۴	۸,۱ مخاطبان پژوهش
۱۵	۹,۱ قلمرو پژوهش
۱۵	۱,۹,۱ قلمرو زمانی
۱۵	۲,۹,۱ قلمرو مکانی
۱۵	۳,۹,۱ قلمرو موضوعی
۱۶	۱۰,۱ نوآوری پژوهش
۱۷	۱۱,۱ بسط پذیری پژوهش
۱۸	۱۲,۱ تعریف واژه‌های تحقیق

فصل دوم: ادبیات و پیشینه‌ی پژوهش

۲۰	
۲۱	۱,۲ مقدمه
۲۱	۲,۲ مالی رفتاری
۲۱	۱,۲,۲ مقدمه و تعریف
۲۲	۲,۲,۲ تاریخچه و شکل‌گیری

۲۵	۳,۲,۲ اجزاء و زیرساخت‌ها
۲۷	۴,۲,۲ تورش‌های رفتاری
۲۷	۱,۴,۲,۲ منابع تورش
۲۷	۲,۴,۲,۲ تورش‌های اصلی مورد تأکید در پایان‌نامه
۲۷	۱,۲,۴,۲,۲ «کوتاه‌نگری»
۲۷	۱,۱,۲,۴,۲,۲ توصیف عمومی
۲۹	۲,۱,۲,۴,۲,۲ توصیف تکنیکی
۳۱	۳,۱,۲,۴,۲,۲ کاربرد عملی
۳۱	۴,۱,۲,۴,۲,۲ اشتباهات سرمایه‌گذاری ناشی از ابهام‌گزینی
۳۴	۵,۱,۲,۴,۲,۲ سنجش
۳۴	۶,۱,۲,۴,۲,۲ پیشنهادات
۳۸	۲,۲,۴,۲,۲ «ابهام‌گزینی»
۳۸	۱,۲,۲,۴,۲,۲ توصیف عمومی
۳۹	۲,۲,۲,۴,۲,۲ توصیف تکنیکی
۴۰	۳,۲,۲,۴,۲,۲ کاربرد عملی
۴۱	۴,۲,۲,۴,۲,۲ مفاهیم ضمنی برای سرمایه‌گذاران
۴۲	۵,۲,۲,۴,۲,۲ اشتباهات سرمایه‌گذاری ناشی از ابهام‌گزینی
۴۳	۶,۲,۲,۴,۲,۲ مروری بر تحقیقات انجام شده
۴۴	۷,۲,۲,۴,۲,۲ سنجش
۴۵	۸,۲,۲,۴,۲,۲ پیشنهادات
۴۷	۳,۴,۲,۲ سایر تورش‌های اصلی
۵۴	۴,۴,۲,۲ چگونگی واکنش به سوگیری‌های رفتاری در فرآیند تخصیص سرمایه
۵۵	۵,۲,۲ مدل‌های روان‌نموداری مورد استفاده در مالی رفتاری
۵۶	۱,۵,۲,۲ مدل دو طرفه‌ی «بارنوال»
۵۷	۲,۵,۲,۲ مدل پنج طرفه‌ی «بایلارد»، «بایل» و «کایزر»
۵۹	۶,۲,۲ افراد تاثیرگذار در حیطه مالی رفتاری
۶۰	۳,۲ مدیریت و برنامه‌ریزی مالی شخصی
۶۰	۱,۳,۲ مقدمه و تعریف
۶۱	۲,۳,۲ حوزه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی شخصی
۶۲	۳,۳,۲ عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی مالی شخصی
۶۲	۱,۳,۳,۲ موقعیت زندگی

۶۳	۲,۳,۳,۲ ارزش‌های شخصی
۶۴	۳,۳,۳,۲ عوامل اقتصادی
۶۵	۴,۳,۲ پیشینه
۶۸	۴,۲ روانشناسی پول
۶۸	۱,۴,۲ مقدمه و تعریف
۷۰	۲,۴,۲ رویکردهای ذهنی مختلف نسبت به پول
۷۳	۳,۴,۲ روانشناسی پول و تفاوت‌های زنان و مردان
۷۳	۴,۴,۲ روانشناسی پول و پس‌انداز
۷۴	۵,۴,۲ جمع‌بندی
۷۵	۵,۲ روانشناسی بازار سرمایه و سرمایه‌گذار
۷۵	۱,۵,۲ مقدمه
۷۶	۲,۵,۲ روانشناسی سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه
۷۶	۱,۲,۵,۲ تعاریف
۷۷	۲,۲,۵,۲ انواع افراد در برخورد با پدیده‌های مالی
۷۹	۶,۲ جامعه‌شناسی اقتصاد
۷۹	۱,۶,۲ مقدمه و تعریف
۷۹	۲,۶,۲ اطلاع از تفاوت‌های فرهنگی
۸۰	۳,۶,۲ مفهوم فرهنگ
۸۰	۴,۶,۲ ارزش‌ها و هنجارها
۸۱	۵,۶,۲ عوامل موثر بر تغییر اجتماعی
۸۱	۶,۶,۲ تأثیر متقابل شرایط اجتماعی و شرایط مالی و اقتصادی
۸۲	۷,۶,۲ جامعه‌شناسی کار و بیکاری
۸۳	۸,۶,۲ دلایل عمومی افزایش بیکاری از منظر جامعه‌شناختی
۸۴	۹,۶,۲ مشکلات اقتصادی کوتاه‌نگری از دیدگاه جامعه‌شناسی ایران
۸۶	۷,۲ پیشینه‌ی پژوهش
۸۹	۸,۲ جمع‌بندی

۹۲	۱,۳ مقدمه
۹۳	۲,۳ چهارچوب تئوریک
۹۴	۳,۳ نوع مطالعه
۹۵	۴,۳ تعریف عملیاتی متغیرها
۹۵	۵,۳ جمع‌آوری داده
۹۶	۱,۵,۳ استفاده از اطلاعات و مدارک موجود
۹۶	۲,۵,۳ پرسش‌نامه
۹۸	۱,۲,۵,۳ محتوای پرسش‌نامه
۱۰۰	۶,۳ تحلیل روایی و پایایی
۱۰۰	۱,۶,۳ روایی
۱۰۱	۲,۶,۳ پایایی
۱۰۲	۱,۲,۶,۳ آلفای کرونباخ
۱۰۳	۷,۳ جامعه‌ی آماری
۱۰۳	۱,۷,۳ اندازه‌ی نمونه
۱۰۴	۱,۱,۷,۳ روش سریع اما غیردقیق
۱۰۴	۲,۱,۷,۳ قضیه‌ی حد مرکزی
۱۰۵	۳,۱,۷,۳ روابط آماری
۱۰۶	۲,۷,۳ روش نمونه‌گیری
۱۰۷	۸,۳ تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۰۷	۱,۸,۳ تحلیل عاملی
۱۰۸	۱,۱,۸,۳ مراحل انجام تحلیل عاملی
۱۰۸	۲,۱,۸,۳ انواع تحلیل عاملی
۱۱۰	۲,۸,۳ تحلیل خوشه‌ای
۱۱۱	۱,۲,۸,۳ انواع تحلیل خوشه‌ای
۱۱۱	۲,۲,۸,۳ خوشه‌بندی دو مرحله‌ای
۱۱۲	۱,۲,۲,۸,۳ مرحله‌ی اول: مرحله‌ی پیش‌خوشه‌بندی
۱۱۲	۲,۲,۲,۸,۳ مرحله‌ی دوم: خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی از خوشه‌های قبلی

۱۱۳	۳,۲,۸,۳ محاسبه شاخص کیفیت خوشه‌بندی
۱۱۳	۴,۲,۸,۳ تفاوت تحلیل خوشه‌ای و تحلیل تشخیصی
۱۱۳	۳,۸,۳ آزمون کای دو یا کای اسکور
۱۱۴	۴,۸,۳ آزمون دو جمله‌ای
۱۱۴	۹,۳ ابزار تحلیل داده‌ها

۱۱۵ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل نتایج

۱۱۶	۱,۴ تحلیل عاملی پرسش‌نامه
۱۲۲	۲,۴ تحلیل عامل‌های سازه
۱۲۶	۳,۴ بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش
۱۲۹	۴,۴ تحلیل خوشه‌ای
۱۳۰	۵,۴ خوشه‌بندی داده‌های پرسش‌نامه بر اساس شاخص (AIC)
۱۴۰	۱,۵,۴ تحلیل خوشه‌ها (دسته‌ها)
۱۴۱	۶,۴ بررسی فرضیات تحقیق
۱۴۱	۱,۶,۴ مردم استان فارس بیشتر درآمد خود را در امور غیرمولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه می‌کنند
۱۴۱	۲,۶,۴ مردم استان فارس تمایل دارند پول خود را خارج از استان فارس سرمایه‌گذاری کنند
۱۴۵	۳,۶,۴ بین تمایل به خرج کردن درآمد در امور غیر مولد و کوتاه‌نگری، همبستگی وجود دارد
۱۵۰	۱,۳,۶,۴ مردم استان فارس، دچار تورش «کوتاه‌نگری» هستند.
۱۴۷	۴,۶,۴ بین تمایل به خروج سرمایه از کشور و ابهام‌گریزی، همبستگی وجود دارد
۱۴۶	۱,۴,۶,۴ مردم استان فارس دچار تورش «ابهام‌گریزی» هستند
۱۵۲	۵,۶,۴ بررسی توزیع (همگونی) متغیرهای جمعیت‌شناختی در دو خوشه
۱۵۲	۱,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر سن در دو خوشه یکسان نیست.
۱۵۳	۲,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر شهر سکونت در دو خوشه یکسان نیست.
۱۵۴	۳,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر وضعیت تأهل در دو خوشه یکسان نیست.
۱۵۵	۴,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر جنسیت در دو خوشه یکسان نیست.
۱۵۶	۵,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر سطح تحصیلات در دو خوشه یکسان نیست.
۱۵۶	۶,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر سطح درآمد در دو خوشه یکسان نیست.
۱۵۸	۷,۴ جمع‌بندی

۱۶۰	فصل پنجم: نتیجه‌گیری و ارائه‌ی پیشنهادات
۱۶۱	۱,۵ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۶۲	۲,۵ محدودیت‌های پژوهش
۱۶۳	۳,۵ پیشنهادات برای پژوهشگران آتی
۱۶۵	پیوست ۱: نقشه‌ی استان فارس
۱۶۶	پیوست ۲: جدول ویژگی‌های سینوپتیک استان فارس
۱۶۷	پیوست ۳: نسخه‌ی اولیه‌ی پرسش‌نامه
۱۷۱	پیوست ۴: پرسش‌نامه‌ی نهایی
۱۸۰	پیوست ۵: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌ی آماری
۱۸۵	منابع و مراجع

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۴	جدول ۱.۱ برابری‌ها و مشابهت‌های دو استان فارس و اصفهان
۶	جدول ۲.۱ مقایسه میزان فعالیت بخش خصوصی در فعالیتهای ساختمانی
۶	جدول ۳.۱ مقایسه کل تسهیلات و سپرده‌های ریالی و ارزی بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری
۶	جدول ۴.۱ مقایسه نرخ بیکاری در هفت سال اخیر
۷۳	جدول ۱.۲ تفاوت موضع زنان و مردان نسبت به پول
۱۰۰	جدول ۱.۳ تفکیک پرسش‌های پرسش‌نامه
۱۱۶	جدول ۱.۴ شاخص کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عاملی
۱۱۸	جدول ۲.۴ مقادیر اشتراک اولیه و استخراجی
۱۲۰	جدول ۳.۴ کل واریانس‌های استخراج شده
۱۲۱	جدول ۴.۴ عوامل شناسایی شده و متغیرهای هر کدام
۱۲۲	جدول ۵.۴ لیست نهایی عامل‌ها و سوالات مربوط به هر عامل
۱۲۸	جدول ۶.۴ روایی سازه و پایایی هر کدام از عامل‌ها
۱۳۶-۱۳۷	جدول ۷.۴ ویژگی‌های مهم خوشه اول
۱۳۸-۱۳۹	جدول ۸.۴ ویژگی‌های مهم خوشه دوم
۱۴۱	جدول ۹.۴ آزمون t یک جامعه فرض ۱ قسمت اول
۱۴۲	جدول ۱۰.۴ آزمون دو جمله‌ای فرض ۱ قسمت دوم
۱۴۳	جدول ۱۱.۴ آزمون دو جمله‌ای فرض ۱ قسمت سوم
۱۴۴	جدول ۱۲.۴ آزمون دو جمله‌ای فرض ۲
۱۴۵	جدول ۱۳.۴ آزمون دو جمله‌ای فرض ۳
۱۴۶	جدول ۱۴.۴ آزمون دو جمله‌ای فرض α
۱۴۷	جدول ۱۵.۴ آزمون دو جمله‌ای فرض ۴
۱۴۸	جدول ۱۶.۴ درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا استان‌های دیگر را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟» در هر خوشه
۱۴۸	جدول ۱۷.۴ درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا استان‌های دیگر را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟» در کل

۱۴۹	درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا کشورهای دیگر را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟» در هر خوشه	جدول ۱۸.۴
۱۴۹	درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا کشورهای دیگر را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟» در کل	جدول ۱۹.۴
۱۵۰	آزمون دو جمله‌ای برای فرض جانبی ابهام‌گریزی در مردم فارس	جدول ۲۰.۴
۱۵۲	جدول توافقی متغیر سن و خوشه‌ها	جدول ۲۱.۴
۱۵۲	آزمون کای دو برای بررسی همگونی متغیر سن	جدول ۲۲.۴
۱۵۳	جدول توافقی متغیر شهر سکونت و خوشه‌ها	جدول ۲۳.۴
۱۵۳	آزمون کای دو برای بررسی همگونی شهر محل سکونت	جدول ۲۴.۴
۱۵۴	جدول توافقی متغیر تأهل و خوشه‌ها	جدول ۲۵.۴
۱۵۴	آزمون کای دو برای بررسی همگونی تأهل	جدول ۲۶.۴
۱۵۵	جدول توافقی متغیر جنسیت و خوشه‌ها	جدول ۲۷.۴
۱۵۵	آزمون کای دو برای بررسی همگونی متغیر جنسیت	جدول ۲۸.۴
۱۵۶	جدول توافقی متغیر سطح تحصیلات و خوشه‌ها	جدول ۲۹.۴
۱۵۶	آزمون کای دو برای بررسی همگونی متغیر سطح تحصیلات	جدول ۳۰.۴
۱۵۷	جدول توافقی متغیر سطح درآمد و خوشه‌ها	جدول ۳۱.۴
۱۵۷	آزمون کای دو برای بررسی همگونی متغیر سطح درآمد	جدول ۳۲.۴
۱۵۷	آزمون دو جمله‌ای برای بررسی همگونی متغیر سطح درآمد	جدول ۳۳.۴
۱۵۹	جمع‌بندی نتایج حاصل از آزمون فرضیات	جدول ۳۴.۴
۱۶۶	پارامترهای سینوپتیک استان فارس	جدول ۱.۲
۱۸۰	اطلاعات توصیفی سن	جدول ۱.۵
۱۸۰	طبقه‌بندی سن	جدول ۲.۵
۱۸۱	شهر سکونت	جدول ۳.۵
۱۸۱	وضعیت تأهل	جدول ۴.۵
۱۸۲	سطح تحصیلات	جدول ۵.۵
۱۸۲	جنسیت	جدول ۶.۵
۱۸۳	سطح درآمد	جدول ۷.۵
۱۸۴	گذراندن دوره‌های آموزشی	جدول ۸.۵

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۴۷	شکل ۱,۲ مقایسه عملکرد گروه‌های سرمایه‌گذار
۵۷	شکل ۲,۲ مدل گرافیکی پنج‌طرفه‌ی BB&K
۶۳	شکل ۳,۲ چرخه‌ی زندگی مالی افراد
۱۲۹	شکل ۱.۴ کیفیت خوشه بندی بر اساس شاخص AIC
۱۳۰	شکل ۲.۴ اندازه هر کدام از خوشه‌ها
۱۳۱-۱۳۴	شکل ۳.۴ نحوه پاسخگویی به سوالات پرسشنامه در هر خوشه
۱۳۵	شکل ۴.۴ میزان اهمیت نسبی هر کدام از سوالات پرسشنامه در تفکیک خوشه‌ها
۱۶۵	شکل ۱,۱ نقشه‌ی استان فارس

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۱۸۰	نمودار ۵.۱ طبقه‌بندی سن و فراوانی آن‌ها
۱۸۱	نمودار ۵.۲ وضعیت سکونت پاسخ‌گویان بر اساس فراوانی نسبی
۱۸۱	نمودار ۵.۳ وضعیت تأهل پاسخ‌گویان بر اساس فراوانی نسبی
۱۸۲	نمودار ۵.۴ وضعیت تحصیلات پاسخ‌گویان بر اساس فراوانی نسبی
۱۸۲	نمودار ۵.۵ وضعیت جنسیت پاسخ‌گویان بر اساس فراوانی نسبی
۱۸۳	نمودار ۵.۶ وضعیت درآمد پاسخ‌گویان بر اساس فراوانی نسبی
۱۸۴	نمودار ۵.۷ وضعیت پاسخ‌گویان درگذراندن دوره‌های آموزشی بر اساس فراوانی نسبی

فهرست فرمول‌ها

صفحه	عنوان
۱۰۲	فرمول ۱.۳ آلفای کرونباخ
۱۰۲	فرمول ۲.۳ آلفای کرونباخ
۱۰۴	فرمول ۳.۳ اندازه‌ی نمونه به روش سرانگشتی
۱۰۵	فرمول ۴.۳ اندازه‌ی نمونه به روش کوکران
۱۰۷	فرمول ۵.۴ عامل در تحلیل عاملی

فصل اول: کلیات و تعاریف

۱,۱ مقدمه

بررسی‌های انجام شده در آمارهای مالی و اقتصادی، نشان از ضعف و کم‌کاری استان فارس در زمینه‌های مالی و اقتصادی دارد. بدیهی است که بخش خصوصی، نقش مهمی را در وضعیت مالی و اقتصادی هر منطقه‌ای ایفا می‌کند. چنانچه افراد، در سرمایه‌گذاری‌های روزمره خود دقت بیشتری داشته باشند و سرمایه‌های خود را در اموری خرج کنند که علاوه بر مولد و کارآفرین بودن، سود مالی مناسبی نیز به همراه آورد، بالطبع شاهد بهبود وضعیت مالی و اقتصادی منطقه خواهیم بود، میزان بیکاری کاهش خواهد یافت و آینده‌ای درخشان در انتظار این منطقه خواهد بود؛ و این امر ممکن نخواهد شد مگر با به‌کار بستن ابزار مناسب همچون برنامه‌ریزی صحیح و واقع‌بینانه، ارائه مشاوره‌های مناسب در امور مالی و اقتصادی، فرهنگ سازی و در نهایت تلاش برای جذب سرمایه‌های برون منطقه‌ای و نگهداری و به‌کار بستن سرمایه‌های درون منطقه‌ای. در غیر این صورت همچون گذشته و چه بسا بیش از پیش شاهد خروج سرمایه‌های افراد از این منطقه و نیز هدر رفتن بخش قابل توجهی از آن خواهیم بود.

پر واضح است که پیش از هرگونه برنامه‌ریزی، مشاوره، فرهنگ‌سازی و سایر تلاش‌هایی از این دست، نیازمند انجام بررسی‌هایی هستیم که مواد اولیه این تلاش‌ها را به نحوی مناسب فراهم آورده و در اختیار قرار دهد.

از جمله‌ی این موارد دانستن تمایلات و سمت‌وسویی است که مردم در فرآیندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه‌ی روزانه‌ی خود دارند. در این بین، شناسایی سوگیری‌های رفتار مالی ایشان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. پی بردن به چرایی این تمایلات و سوگیری‌ها نیز می‌تواند روشن‌گر راه مشاوران، برنامه‌ریزان و سرمایه‌گذاران شود.

مطالعات سیستمی در این باره، ما را به زمینه‌های گوناگون و در عین حال مرتبطی رهنمون است که هر یک به گونه‌ای پیوسته، ابعاد مختلفی از این قضیه را بر ما می‌گشاید.

این نوشتار به یافتن پاسخ‌های علمی برای مسائل یاد شده می‌پردازد و در این راه ساختارهای ایرانی و بومی را مد نظر قرار داده و کنکاش می‌کند. این نوشتار قابل بسط به مناطقی است که دارای متغیرها و ساختار فرهنگی-اجتماعی مشابه می‌باشند.

این پایان نامه که در ۵ بخش نگارش شده، ابتدا به شرح و بسط موضوع پرداخته و در ادامه، نگاهی دارد به ۵ بخش از زمینه‌های مرتبط با این مقوله؛ یعنی: مالی رفتاری، مدیریت و برنامه ریزی مالی شخصی، روان‌شناسی باز سرمایه، روان‌شناسی پول و در نهایت، جامعه‌شناسی اقتصاد (بخشی که از دید نگارنده، با وجود دارا بودن اهمیت بسیار، از توجه و بررسی‌های مکفی، به دور مانده است). سپس در مورد روش‌شناسی پژوهش توضیح داده شده است و در ادامه نتایج عددی به دست آمده، به تفصیل بیان گردیده‌اند. تفسیر این داده‌ها و نیز جمع بندی و نتیجه‌گیری از مباحث مذکور، خاتمه بخش این نوشتار می‌باشند.

۲.۱ بیان مسأله‌ی پژوهش

از دیرباز دواستان فارس و اصفهان به عنوان دو استان همسایه، برادر، مشابه و مهم تلقی می‌شده‌اند. دو استانی که از لحاظ وسعت، جمعیت، متوسط میزان نزولات آسمانی، دیرینگی و قدمت فرهنگی، دسترسی به راه‌های ارتباطی، میانگین درآمد خانوار، متوسط هزینه‌ی خانوار و بسیاری موارد دیگر، بسیار به هم شبیه‌اند. تمامی این موارد باعث شده‌اند که توقع عملکردی مشابه از هر دو خطه وجود داشته باشد.

جدول ۱.۱: برابری‌ها و مشابهت‌های دو استان فارس و اصفهان

اصفهان	فارس		
۶	۱۲۲،۶۰۸	۵	مساحت ^۱
۳	۴،۵۲۸،۵۱۳	۴	جمعیت ^۲
۹	۳۰۶،۸	۷	میانگین بارش برف و باران ^۳
۲	خطوط ریلی (اتصال به راه آهن سراسری کشور)، هوایی (فرودگاه بین المللی و داخلی)، زمینی (آزاد راه و بزرگراه)، مخابرات و اینترنت	۲	دسترسی به راه‌های ارتباطی ^۴

^۱ بر اساس «جدول عناصر و واحدهای تقسیمات کشوری بهار ۱۳۸۸». پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت کشور.

^۲ بر اساس «برآورد جمعیت استان‌های کشور به تفکیک شهری و روستایی بین سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۸۵». سازمان ملی آمار ایران.

^۳ بر اساس «آمار بارش در طولانی مدت». سازمان ملی هواشناسی ایران.

^۴ نقل از دانش نامه آزاد ویکی پدیا

متوسط درآمد ناخالص ماهانه خانوار ^۱	۹۸۰۰۰۰	۱۲	۱۱۶۸۰۰۰	۴
متوسط هزینه ماهانه خانوار ^۲	۱۰۹۰۰۰۰	۱۹	۱۲۸۰۰۰۰	۱۱
نسبت درآمد به هزینه متوسط ^۳	۰,۸۹	۱۵	۰,۹۱	۱۴

لیکن آمارهای بانک مرکزی و آمارهای مرکز آمار ایران، نشان‌گر وضعیتی غیر از این می‌باشد. با وجود این برابری‌ها، در سال‌های اخیر، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ساختمان^۴ در استان اصفهان تقریباً ۲,۲۷ برابر استان فارس بوده است.^۵ کل مانده تسهیلات و سپرده‌های ریالی و ارزی بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری استان اصفهان نیز بیش از ۱,۵ برابر استان فارس بوده است.^۶ در سایر بخش‌ها نیز آمارهای کمابیش مشابهی را شاهدیم.

از همه جالب‌تر این که طبق آمار ارائه شده از سوی دولت، استان فارس در سالیان گذشته از رکورد داران نرخ بیکاری در کشور بوده است! آماری که باز هم در مقایسه با استان اصفهان حکایت از اختلافی فاحش دارد یعنی چیزی در حدود ۱,۵ برابر نرخ بیکاری استان اصفهان!^۷

^۱ به دست آمده از «جدول متوسط هزینه ناخالص سالانه یک خانوار ۱۳۸۹». بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. بررسی بودجه‌ی خانوار در مناطق شهری ایران.

^۲ به دست آمده از «جدول متوسط درآمد ناخالص سالانه یک خانوار ۱۳۸۹». بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. بررسی بودجه‌ی خانوار در مناطق شهری ایران.

^۳ به دست آمده از تقسیم دو فاکتور قبلی

^۴ طبق گزارش بانک مرکزی، این شاخص، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های مالی نشان‌دهنده‌ی میزان مشارکت بخش خصوصی در امور مالی-اقتصادی است.

^۵ آمار مربوط به «نتایج بررسی فعالیت‌های ساختمانی بخش خصوصی در مناطق شهری استان‌های ایران ۱۳۹۰». بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. دایره‌ی آمارهای ساختمانی.

^۶ بر اساس آمار مربوط به «کل مانده تسهیلات و سپرده‌های ریالی و ارزی بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری توسعه به تفکیک استان ۱۳۹۰». بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. اداره اطلاعات بانکی. دایره‌ی آمارهای استانی.

^۷ بر اساس آمار مربوط به «طرح آمارگیری نیروی کار ۱۳۹۰-۱۳۸۴». مرکز آمار ایران. دفتر آمارهای جمعیت، نیروی کار و سرشماری.

جدول ۲,۱: مقایسه میزان فعالیت بخش خصوصی در فعالیتهای ساختمانی (بر اساس میلیون ریال)

اصفهان	فارس	
سال ۱۳۸۹	۲۸۵۸۰۱۶۹	۱۴۵۶۱۵۴۱
سال ۱۳۹۰	۱۹۴۳۵۶۶۰	۶۶۰۸۵۳۳
میانگین دو سال ۸۹ و ۹۰	۲۴۰۰۷۹۱۴	۱۰۵۸۵۰۳۷

جدول ۳,۱: مقایسه کل تسهیلات و سپردههای ریالی و ارزی بانکها و موسسههای اعتباری (بر اساس میلیارد ریال)

اصفهان	فارس	
سپردهها	۲۱۶۸۷۷	۱۴۴۹۶۹
سپردهها با کسر سپرده قانونی	۱۹۰۸۰۹	۱۲۶۷۵۶
تسهیلات	۱۸۳۵۶۸	۱۱۶۱۵۴

جدول ۴,۱: مقایسه نرخ بیکاری در هفت سال اخیر

اصفهان	فارس	
نرخ بیکاری در سال ۱۳۸۹	۱۵,۳	۲۰,۵
نرخ بیکاری در سال ۱۳۹۰	۱۳,۲	۱۸,۵
میانگین نرخ بیکاری از سال ۱۳۸۴ الی ۱۳۹۰	۱۱,۸	۱۷,۷۲

این آمارها امکان وجود اشکالی را در ساز و کارهای مالی و اقتصادی استان فارس تداعی می‌کنند. به‌علاوه، می‌دانیم که در کنار تأثیرات غیر قابل انکار بخش دولتی، بخش قابل توجهی از وضعیت مالی و اقتصادی هر خطه را رفتارهای مالی و اقتصادی بخش خصوصی آن خطه رقم می‌زند.

حال این ابهام مطرح می‌شود که در منطقه‌ای مانند استان فارس که از پتانسیل‌های بالقوه فراوانی برخوردار است، سرمایه مردم به کجا می‌رود که این گونه آمارهایی را شاهدیم؟ تمایلات، گرایش‌ها و رفتار مالی افراد در فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه روزمره به چه صورت است؟ این رفتار از کدام سوگیری‌ها تأثیر می‌پذیرد؟ متغیرهای جمعیت شناختی^۱ و روان‌شناختی^۲ چه نقشی در این بین دارند؟ در کل نقشه یا پلان رفتار مالی آن‌ها چگونه است؟ و در نهایت، کدام اقدامات اصلاحی-مشاوره‌ای لازم است تا بتوانیم این رفتار را در مسیری مطلوب جهت دهی کرده و موجبات بهبود و ارتقاء شاخص‌های مالی-اقتصادی منطقه را فراهم آوریم؟

این نوشتار کوششی است برای پاسخ دادن به پرسش‌های بالا. در این راه به صورت توأمان از ابزارهای کمی و کیفی، بهره برده می‌شود.

^۱ Socio demographic

^۲ Psychiatric / Psychologic

۳.۱ ضرورت و اهمیت پژوهش

انجام این پژوهش از منظرهای مختلفی پاسخگوی نیازهای موجود در منطقه است. در نتیجه از ابعاد گوناگون ضرورت می‌یابد که در ادامه به شرح آن‌ها می‌پردازیم.

۱- بهبود کیفیت زندگی از جمله اهدافی است که هر جامعه‌ای برای رسیدن به آن می‌کوشد. کیفیت زندگی طبیعتاً تحت تأثیر وضعیت مالی و اقتصادی است و بدون پیشرفت در اوضاع مالی و اقتصادی، نمی‌توان پیشرفت چندانی را برای کیفیت زندگی افراد متصور شد.

پیشرفت مالی و اقتصادی، پیامد بهره‌برداری مناسب از ابزارهایی همچون برنامه‌ریزی، مشاوره و فرهنگ سازی است. ابزارهایی که بدون داشتن شناختی کافی از بستر خود، ره به جایی نخواهند برد. یکی از ابعاد این بستر، رفتار مالی افراد است که خود متأثر از عوامل متعددی همچون مذهب، شرایط سیاسی، شرایط اقلیمی و غیره می‌باشد.

۲- جزء بسیار مهمی از رفتار مالی افراد و در نتیجه تراکنش‌های مالی و اقتصادی هر منطقه‌ای را سرمایه‌گذاری‌های روزمره افراد عادی تشکیل می‌دهد. از یک سو نیاز است که این افراد، شناخت دقیقی از خود و جامعه‌ی خود داشته باشند، از سوی دیگر شرکت‌هایی که در امر طراحی و ارائه ابزار و مشاوره‌های مالی و اقتصادی فعالند و یا در ابعاد کلان، در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مالی و اقتصادی دخیلند، باید شناخت دقیقی نسبت به موضوع یاد شده داشته باشند.

۳- نیاز به داشتن ادراکی دقیق و عمیق از مشتری، کسب و کار امروز را بیش از پیش در بر گرفته‌است. در زمینه‌های مالی و اقتصادی نیز همچون سایر عرصه‌های کسب و کار، باید دانست که مشتری چه می‌خواهد، چگونه رفتار می‌کند و چه گرایشاتی دارد. بدیهی است که مورد بررسی قرار دادن نفر به نفر مشتریان، کاری بسیار هزینه‌بر و گاهی ناممکن است. لذا نیاز است که از پیش، دسته‌بندی مشخصی برای افراد و رفتار مالی آن‌ها داشت، به گونه‌ای که هر یک از این دسته‌ها، نمود نوع خاصی از گرایش‌ات

و رفتار مالی باشند. سپس می‌توان مشتریان را با تطبیق دادن در هر کدام از آن دسته‌ها، شناسایی کرده و بهترین رویکرد را در قبال آن‌ها اتخاذ نمود. بدین شیوه، امر شناخت مشتری‌های بالقوه و بالفعل تسهیل گردیده و در نتیجه موجبات ارائه کالا و خدمات مالی مفیدتر و صحیح‌تر، فراهم می‌آید.

۴- با توجه به نیاز مبرم کشور به گام برداشتن در جهت رشد مالی و تعالی اقتصادی، ناگزیر می‌نماید که هر چه سریع‌تر به فنون و علوم مدرن موجود در این زمینه پرداخته شود تا بتوانیم تحلیل‌های درست‌تر و عملی‌تری نسبت به عملکردهای مالی و اقتصادی ارائه دهیم و به علاوه، در جهت افزایش بهره‌وری، عملکردهای کم‌خطا تر و بهینه‌تری را طراحی و پیاده‌سازی کنیم.

در دنیای واقعی، روابط کلاسیک اقتصادی موجود، همیشه درست نیستند و ناهمخوانی‌های متعددی بین استنباط‌های ما از این روابط و آنچه که در دنیای واقعی رخ می‌دهد وجود دارد. این ناهمخوانی‌ها ریشه در مباحث واقع بینانه‌تر و عملی‌تری دارند. در این هنگام، علوم مدرنی همچون مالی رفتاری و روان‌شناسی پول، در کسب ادراکی عمیق از موضوع به ما کمک می‌کنند و دریچه‌ی تازه‌ای را بروی ما می‌گشایند.

این علوم در دنیای بسیار متغیر و غیر قطعی امروز، رفتارهایی را که مالی کلاسیک از توجیه آن‌ها عاجز بود، برای ما تشریح می‌کنند. لذا مهم است که در شناسایی افراد، رفتار مالی آن‌ها و عوامل تأثیر گذار بر این رفتار مالی، از علوم یاد شده بهره ببریم.

۴.۱ هدف‌های پژوهش

این پژوهش می‌کوشد تا با به کار بستن علومی همچون مالی رفتاری، جامعه‌شناسی، آمار، روان‌شناسی، و غیره اطلاعاتی را جمع‌آوری و تدوین نماید که در شناخت رفتار مالی مردم منطقه بدان‌ها نیازمندیم. در ادامه به بررسی خاص سمت‌وسوی این رفتار پرداخته و در پی فراهم نمودن بخشی از زیربنای لازم جهت اموری همچون برنامه‌ریزی مالی، مشاوره‌ی مالی و سرمایه‌گذاری‌های مالی و اقتصادی و غیره می‌باشد. در این راستا لازم است که پلان رفتار مالی مردم منطقه طراحی شود. این پلان مانند هر پلان یا نقشه‌ی دیگری، مجموعه‌ای است از لایه‌های اطلاعاتی مختلف که هر لایه، بخشی از اطلاعات مورد نیاز را تأمین کرده و عموماً به یک زمینه‌ی بخصوص محدود می‌شود.

این پژوهش، در پی محقق کردن هدف‌های زیر است:

هدف اصلی

- تدوین یک طرح، نقشه یا پلان کلی از گرایش‌ها و رفتار مالی افراد در فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه روزمره، در استان فارس.

هدف‌های فرعی

- شناسایی خوشه‌های رفتار مالی در مردم استان فارس^۱.
- به دست آوردن ویژگی‌های رفتار مالی هر خوشه

^۱ جهت سهولت امر بررسی‌های آتی. به این طریق که هر دسته/خوشه نماینده‌ی نوع به خصوصی از گرایش‌ها و رفتار مالی در افراد منطقه باشد و بتوان در آینده، صرفاً با تعیین اینکه فرد مخاطب ما در کدام دسته قرار می‌گیرد، بخش قابل توجهی از اطلاعات مورد نیازمان را بر اساس ویژگی‌های آن دسته، فراهم کنیم.

- بررسی وجود سوگیری های پیش بینی شده در مردم استان فارس
- بررسی ارتباطات و نحوه ی توزیع متغیرهای جمعیت شناختی در خوشه های رفتار مالی
- بررسی تئوری ها و مطالب مالی- روان شناختی- جامعه شناختی موجود در این باره جهت ممکن شدن شناخت هر چه بیشتر و بهره جستن از این موارد در اموری همچون انجام اقدامات اصلاحی و مشاوره ای.
- به دست آوردن میزان تمایل افراد منطقه به هزینه کردن دارایی های خود در امور غیر مولد و همچنین خارج کردن سرمایه از استان و دلایل آن، جهت کمک به امر برنامه ریزی برای کاهش مسائلی همچون بیکاری و افزایش مشارکت بخش خصوصی.^۱

۵.۱ سوال های پژوهش

این پژوهش با استفاده از تکنیک های مختلف آماری مختلف و نیز با بهره گیری از مباحث تئوریک موجود، در پی پاسخ دادن به سوالاتی است که پیش از این در بیان مسئله در مورد آن ها به اجمال توضیح داده شد. سوال هایی که این پژوهش در پی یافتن پاسخ آن می باشد، به شرح زیر می باشند:

سوال های اصلی

- در استان فارس، خوشه های رفتار مالی به چه صورت است؟
- اطلاعات موجود در لایه های ده گانه ی اطلاعاتی در نقشه رفتار مالی مردم استان فارس به چه صورت است؟

^۱ این اطلاعات، خود، یکی از لایه های اطلاعاتی پلان مالی می باشد

سوال‌های فرعی

- جایگاه افراد هر خوشه در مدل روان‌نموداری مالی رفتاری چگونه است؟
- میزان ابتلای مردم در هر خوشه و در کل به سوگیری‌های کوتاه‌نگری و ابهام‌گریزی چگونه است؟
- رویکرد افراد هر خوشه در هر کدام از زمینه‌های پنج‌گانه مدیریت و برنامه‌ریزی مالی شخصی چگونه است؟
- جایگاه افراد هر خوشه در دسته‌بندی روانشناسی سرمایه‌گذاری چگونه است؟
- میزان تمایل به هزینه‌کردن دارایی در زمینه‌های مولد/غیر مولد در هر خوشه و در کل جامعه چگونه است؟
- میزان تمایل فرد برای خارج کردن سرمایه از منطقه در هر خوشه و در کل جامعه چگونه است؟
- نگرش فرد به پول در هر خوشه چگونه است؟
- جایگاه افراد هر خوشه در ارتباطات اجتماعی چگونه است؟
- عوامل تأثیرگذار در تصمیم‌افراد برای سرمایه‌گذاری مولد در هر خوشه کدامند؟
- اطلاعات جمعیت‌شناختی هر خوشه به چه صورت است؟

۶,۱ فرضیات پژوهش

فرضیه‌های اصلی

۱. مردم استان فارس بیشتر درآمد خود را در امور غیر مولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه می‌کنند.
۲. مردم استان فارس در صورت تمایل به سرمایه‌گذاری کردن دارایی‌هایشان، این دارایی را برای سرمایه‌گذاری به خارج از استان فارس می‌برند.

فرضیه‌های فرعی

۳. بین تمایل به هزینه کردن درآمد در امور غیر مولد و ابتلا به سوگیری کوتاه‌نگری همبستگی وجود دارد.
۴. بین تمایل به خارج کردن سرمایه از استان و ابتلا به سوگیری ابهام‌گریزی همبستگی وجود دارد.
۵. توزیع متغیرهای جمعیت‌شناختی، در خوشه‌های رفتار مالی، یکسان نیست. (متغیرهای جمعیت‌شناختی: ۱ سن، ۲ محل سکونت، ۳ وضعیت تأهل، ۴ جنسیت، ۵ تحصیلات، ۶ درآمد)

۷,۱ کاربردهای پژوهش

کاربردهای نتایج حاصل از این پژوهش را می‌توان به چند بخش تقسیم نمود که در زیر به تفصیل به آن‌ها خواهیم پرداخت.

پلان رفتار مالی حاصل از این پژوهش، یکی از ابزارهای اولیه‌ای است که در امر برنامه‌ریزی‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت مالی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

دسته‌بندی حاصل از این پلان، روند شناسایی افراد و مشتریان را برای سرمایه‌گذاران و صاحبان کسب و کار تسهیل می‌کند. زیرا کافی است با پرسیدن چند پرسش ساده بدانند که مخاطبشان از کدام دسته است و در نتیجه بهترین رویکرد در قبال شخص وی به سادگی مشخص خواهد شد.

دانستنناخت تمایلات و گرایشاتی که افراد در رفتار مالی خود دارند در کنار دانستن سوگیری‌های رفتاری احتمالی آنان، می‌تواند مشاوران مالی را در ارائه مشاوره‌های کاربردی و عملی، یاری کند.

با در دست داشتن این اطلاعات می‌توان در امر فرهنگ سازی و آموزش، طرحی را در پیش گرفت که بیشترین کارایی و تأثیر را داشته باشد.

اطلاعات حاصل، در شرح و توضیح چرایی رخدادهای مالی و اقتصادی، در شناخت شرایط مالی و اقتصادی فعلی و نیز در پیش‌بینی رخدادهای و شرایط آتی مفید خواهند بود.

۸,۱ مخاطبان پژوهش

با توجه به کاربردهای یاد شده، مخاطبان این پژوهش به شرح زیر می‌باشند:

مدیران و برنامه‌ریزان مالی و اقتصادی، مشاوران مالی و اقتصادی، روانشناسان مدیریت، سرمایه‌گذاران و صاحبان کسب و کار، طراحان برنامه‌های آموزشی و فرهنگی، سایر پژوهشگران مالی رفتاری.

۹.۱ قلمرو پژوهش

۱.۹.۱ قلمرو زمانی

این پژوهش از مهرماه ۱۳۹۰ تا شهریور ۱۳۹۱ به طول انجامید. در استنباط‌های اولیه، از آمارهای دو سال اخیر استفاده شده است. در برخی مسائل، برای افزایش اطمینان از تصادفی نبودن روند مشاهده شده، آمار سال‌های ۱۳۸۴ الی ۱۳۹۰ مورد بررسی قرار گرفته شد.

۲.۹.۱ قلمرو مکانی

از آن‌جا که جامعه‌ی آماری این تحقیق، مردم استان فارس می‌باشند، قلمرو مکانی این پژوهش استان فارس می‌باشد و از این مجموعه، افرادی مد نظر هستند که حداقل حقوق مصوب وزارت کار را دریافت می‌دارند^۱.

۳.۹.۱ قلمرو موضوعی

با توجه به موضوع بیان شده، قلمرو این پژوهش به طور عام در حیطه‌ی مالی و به طور خاص در حیطه‌ی مالی رفتاری می‌باشد.

در نتیجه آمیخته‌ای خواهد بود از حوزه‌های مالی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی.

^۱ این حقوق، مبلغی است که برای تأمین حداقل مایحتاج بسیار اولیه زندگی کفایت می‌کند. در نتیجه منطقی است که افرادی که کمتر از این مبلغ را حقوق می‌گیرند، کلیه درآمد خود را صرف نیازمندی‌های ضروری، اجباری و گریز ناپذیر می‌کنند و در رفتارهای مالی، گزینه‌ی انتخابی برای آن‌ها نمی‌ماند. افرادی که گزینه‌ی انتخاب ندارند، اکثر غریب به اتفاق رفتار مالی‌شان ناشی از اجبار است و نه تمایلات و گرایش‌ها.

۱۰.۱ نوآوری پژوهش

این پژوهش از جنبه‌های گوناگون حائز ویژگی نوآوری می‌باشد. پیش از هر چیز، زمینه‌ی بنیادین این پژوهش یعنی مالی رفتاری، زمینه‌ای است که در ایران بسیار نو و تازه بوده و پژوهش‌های صورت گرفته در آن، انگشت شمار می‌باشد. اکثر غریب به اتفاق پژوهش‌های مذکور نیز تنها بخش محدود و کوچکی از این زمینه‌ی علمی را مورد استفاده و بررسی قرار داده‌اند. این در حالی است که مالی رفتاری در سالیان گذشته در دانشگاه‌های معتبر دنیا از اهمیت روزافزونی برخوردار گشته و بودجه‌های قابل توجه و ویژه‌ای بدان اختصاص یافته است.

موضوع این پژوهش، موضوعی است که برای نخستین بار در ایران اجرا می‌شود. این موضوع در میان پایان‌نامه‌های ثبت شده در مراکز علمی، عینیت خارجی نیز نداشته و لذا از تازگی کافی برخوردار است. در پژوهش‌های پیشین به گوشه‌های مختلفی از این پژوهش پرداخته شده است لکن پژوهشی که از این جامعیت و چندجانبه‌نگری برخوردار باشد دیده نشد.

از لحاظ جامعه‌ی تحت پژوهش نیز ذکر این نکته خالی از لطف نیست که تا کنون پژوهش ثبت شده-ای در این زمینه در این خطه صورت نگرفته است.

از لحاظ متدولوژی نیز سعی شده است تا با بهره جستن از قوی‌ترین تکنیک‌های آماری موجود و با به کار بستن روش‌های غیر کلیشه‌ای و در عین حال اثبات شده، پاسخ‌های واقعی و مناسب به‌دست آورده شود.

۱۱،۱ بسط پذیری پژوهش

چه از دیدگاه روان‌شناختی و چه از دیدگاه جامعه‌شناختی، رفتارهای مردم متأثر از زمینه‌های آن است. زمینه‌هایی که می‌توان آن‌ها را به سه دسته‌یکلی تقسیم کرد:

۱- مسائلی که مستقیماً بر نحوه‌ی نگرش و تفکر افراد تأثیر دارد مانند دین و تاریخ

۲- مسائلی که مستقیماً بر میزان سختی و آسانی امرار معاش تأثیر دارد مانند شرایط اقلیمی، میزان دسترسی به راه‌های ارتباطی، میزان حاصل‌خیزی خاک و فراوانی آب

۳- مسائلی که مستقیماً بر جو کلی تأثیر داشته و غالباً ناشی از مسائل فرا منطقه‌ای است مانند شرایط سیاسی.

بالطبع چنانچه دو یا چند منطقه در هر سه زمینه‌ی یاد شده در بالا، دارای مشابهت‌های قابل توجهی باشند، می‌توان احتمال داد که دسته‌های رفتاری تقریباً مشابهی در مردم این مناطق مشاهده خواهد شد.

لذا چنانچه رفتار مردم یکی از این مناطق را در زمینه‌ای خاص، با روشی سیستماتیک بررسی کنیم و برای آن یک دسته‌بندی و الگو ارائه دهیم. می‌توان با احتمال بالا گفت که این دسته‌بندی و الگو در مورد سایر مناطق مشابه نیز به مقدار مطلوبی قابل استفاده خواهد کرد. البته همان طور که هیچ دو منطقه‌ای از لحاظ سه زمینه‌ی یاد شده صد در صد یکسان نیستند، وجود اندکی تفاوت در رفتارهای مردمانشان نیز امری است ناگزیر. با این وجود می‌توان دسته‌بندی مناطق مشابه را با اندکی تنظیم و تعدیل به دست آورد.

استان فارس از لحاظ تاریخی جایگاه قوم پارس بوده است و اقوام دیگری نیز در کنار این قوم زیسته‌اند. این خطه دارای قدمت تاریخی ۵۰۰۰ ساله است. جنگ‌ها و نبردهای تاریخی ویژه‌ای را به چشم دیده-

است. دین قدیم اکثریت قاطع مردم آن، دین زرتشت و دین امروز اکثریت قاطع مردم آن، دین اسلام است. جدول ویژگی‌های سینوپتیک آن در ضمیمه ۲ آمده است. راه‌های ارتباطی آن عبارتند از: خطوط ریلی (اتصال به راه آهن سراسری کشور)، هوایی (فرودگاه بین‌المللی و داخلی)، زمینی (آزاد راه و بزرگراه)، مخابرات و اینترنت. خاک آن جزو خاک‌های نسبتاً حاصل‌خیز محسوب می‌شود. بخشی از کشور ایران و حکومت جمهوری اسلامی ایران است و الی آخر.

مناطق و استان‌هایی که در ویژگی‌های مذکور، شبیه و یا همسان با استان فارس هستند به احتمال فراوان دارای دسته بندی رفتاری مشابهی می‌باشند.

۱۲.۱ تعریف واژه‌های تحقیق

واکاوی: معنی این واژه، ترکیبی است از مفاهیمی همچون تحقیق کردن، تفحص کردن، بحث و فحص کردن، کنکاش کردن به شیوه‌ای علمی و فنی، بررسی کردن به گونه‌ای عمیق و دقیق.

فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه: به کلیه فرایندها و عملکردهایی گفته می‌شود که در طی آن‌ها، شخص، پول و یا سایر انواع دارایی خود را در جهت بهره‌مند شدن خود یا دیگران از موضوعی هزینه می‌کند.

این فرایندها اشاره به عملکردهای عمدی و خودآگاه دارد. به عنوان مثال چنانچه فردی بر اثر اشتباه در تایپ کردن یک مبلغ و یا اشتباه در خواندن کد کالایی که سفارش می‌دهد، سرمایه‌ی خود را به موضوعی ناخواسته اختصاص دهد، این موضوع از حیطه‌ی فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه مورد بحث ما خارج است.

گرایش‌ات و رفتار مالی افراد: هر فرد در فعالیت‌های مالی خود گرایش‌اتی دارد که این گرایش‌ات شکل دهنده‌ی رفتاری خواهند بود که وی در فعالیت‌های مالی، از خود بروز خواهد داد.

به عنوان مثال برخی از افراد از لحاظ روانی «پول» را هدیه‌ای می‌دانند که باید آن را با سایر افراد سهیم شوند؛ در نتیجه آنها اغلب درصد معینی از درآمد خود را به امور خیریه اختصاص می‌دهند. یعنی نوع تفکر به خصوص این افراد، «گرایش به سهیم شدن پول خود با دیگران» را ایجاد کرده و این گرایش، به «رفتار اختصاص دادن درصدی از آن به امور خیریه» می‌انجامد.

باید توجه داشت که همیشه همه‌ی گرایش‌ات به صورت رفتار نمود پیدا نمی‌کنند اما رفتار مشاهده شده نتیجه‌ی گرایش‌ات درونی با ترجیح داده‌شده‌ی فرد می‌باشند.

فصل دوم: ادبیات و

پیشینه‌ی پژوهش

۱,۲ مقدمه

در این فصل ابتدا به مرور ادبیات تحقیق می‌پردازیم. همان طور که پیش از این گفته شد، این پژوهش به سه زمینه‌ی پیوسته و در هم مستتر مالی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی نیاز دارد. در این راستا در حد کفایت این نوشتار و بر اساس نیازمندی‌های آن پنج مورد را شرح می‌دهیم: ۱- مالی رفتاری ۲- مدیریت و برنامه‌ریزی مالی شخصی ۳- روان‌شناسی پول ۴- روان‌شناسی بازار سرمایه ۵- جامعه‌شناسی اقتصاد.

پس از فراهم آوردن محتوای علمی مورد نیاز، به شرح پیشینه‌ی کلی پژوهش خواهیم پرداخت.

۲,۲ مالی رفتاری

۱.۲.۲ مقدمه و تعریف

در ادبیات اقتصاد غرب، ماهیت وجودی انسان‌ها به عنوان موجودی منطقی که تحت شرایط کاملاً شفاف تصمیم‌گیری می‌کند، تعریف می‌شود. این موجود کامل که اغلب از آن به عنوان انسان اقتصادی یاد می‌شود، همواره در بهینه‌سازی منافع دلخواهش کامیاب است و تمام اطلاعاتی را که بر گزینه‌ها و تصمیماتش تأثیر دارند، جمع‌آوری می‌کند و موقعیتی آرمانی را که مطمئناً در دنیای واقعی بسیاری از سرمایه‌گذاران یافت نمی‌شود خلق می‌کند.

اما هربرت سایمون-پیشرو در رفتار مالی- انسان اقتصادی را موجودی غیرواقعی در نظریه‌های اقتصادی تشخیص داد. میر استمن نیز در مقاله‌ای با عنوان «بازبینی تخصیص دارایی با استفاده از چالش رفتار مالی» بیان کرد که افراد در نظریه‌های سنتی، کاملاً منطقی هستند در حالی که رفتار مالی افراد را باید نرمال فرض کرد، یعنی یک سرمایه‌گذار ممکن است تصمیمی اتخاذ کند که از نظر اقتصادی توجیه نداشته باشد.

مالی رفتاری، به عنوان بخشی از علم مالی، مطرح است که مباحث و مسائل مالی را با کمک گرفتن از نظریات روانشناسی شناختی تشریح می‌کند. این مبحث، نه تنها مطلق بودن پیش‌بینی‌های صورت گرفته توسط نظریه‌های مالی کلاسیک نظیر بازارهای کارا را مورد تردید قرار می‌دهد بلکه در سطح خرد نیز در مورد نظریاتی مانند: بیشینه سازی مورد انتظار و انتظارات عقلایی تردید دارد.

مالی رفتاری می‌کوشد که در کنار مالی کلاسیک و با تکامل آن به شناخت و گاهاً پیش‌بینی رفتارهایی بپردازد که افراد در زمینه‌های مالی و اقتصادی از خود بروز می‌دهند.

۲،۲،۲ تاریخچه و شکل‌گیری

قدمت بحث در مورد سرمایه‌گذارانی که رفتار عقلایی نداشته‌اند^۱، به اندازه بازارهایی است که عملکرد آنان منطبق بر عقلانیت نبوده است.

در سال ۱۳۸۹، گستاولی بن^۲ کتاب معروف خود به نام «اجتماع، بررسی ذهن اجتماع» که یکی از معروف‌ترین و پر اثر ترین کتاب‌های علوم روان‌شناسی اجتماعی تا حال حاضر است را نوشت. می‌توان گفت این کتاب نقطه عطفی در پدید آمدن علمی بود که به مالی رفتاری انجامید. در سال ۱۹۱۲ سلدن^۳ کتاب روان‌شناسی بازار سرمایه را نوشت. کتاب وی مبتنی بر این باور بود که تغییر قیمت‌ها در بازار تا حد زیادی به نگرش روانی سرمایه‌گذار و همچنین شرایط عمومی تجارت بستگی دارد.

وقوع چند رویداد مهم در دهه‌های ۱۹۳۰ و ۱۹۵۰، پایه و اساس اقتصاد رفتاری را شکل داد. توسعه‌ی اقتصاد آزمایشگاهی^۴ مفروضات زیر بنایی انسان اقتصادی را به شدت مورد تردید قرار داد. بر پایه‌ی این

^۱Investor irrationality

^۲Gustave le Bon

^۳Selden

^۴Experimental economics

مطالعات، سایمون^۱ در سال ۱۹۵۵ عقلانیت محدود را به جای عقلانیت کامل در نمونه‌های تصمیم‌گیری پیشنهاد کرد.

در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل ۱۹۶۰ رشته اقتصاد آزمایشگاهی توسعه یافت. آزمایشات زیادی انجام شد و جنبه‌های جدیدی از ابعاد تصمیم‌گیری‌های اقتصادی انسان را روشن ساخت. نهایتاً این تلاش‌ها منجر به توسعه و تکوین همزمان دو رشته علمی جدید شد که در تکوین مالی رفتاری موثر بودند. این دو رشته عبارت بودند از «روانشناسی شناختی» و «تئوری تصمیم».

مقاله‌ی اسلویچ^۲ در سال ۱۹۷۲ در حوزه‌ی رفتار فردی سرمایه‌گذاران در خصوص برداشت نادرست افراد از ریسک، نقطه‌ی عطفی در تحقیقات رفتاری در حوزه‌ی مالی بود. یکی از مهم‌ترین مقالات که باعث توسعه‌ی اقتصاد و حوزه‌ی مالی رفتاری شد. مقاله‌ی کانمن و تورسکی^۳ در سال ۱۹۷۹ با عنوان «نظریه دورنما^۴، تصمیم‌گیری در شرایط ریسک» بود که در آن از روش‌های روان‌شناسی شناختی برای توضیح شماری از پدیده‌های غیرمعمول در چارچوب تصمیم‌گیری بر مبنای اقتصاد عقلایی استفاده شد.

گسترده‌ی تحقیقات مالی و یافتن پدیده‌های غیرمعمول و استثنائات بیشتر و بیشتر در واقعیت‌های بازار (که نظریه‌های پیشرفته سرمایه‌گذاری قادر به تبیین آن‌ها نبودند)، محققان را به شکل رایج تری به سمت نظریه‌های رفتاری رهنمون ساخت.

دی‌بونت و تالر در سال ۱۹۸۵ نشان دادند وقتی سهام بر مبنای بازدهی ۳ تا ۵ سال به شکل تاریخی رتبه‌بندی می‌شوند، سهامی که در گذشته بازدهی بیش‌تری داشته‌اند (برندگان پیشین^۵) در سال‌های

^۱ Simon

^۲ Slovic

^۳ Kahneman and Tversky

^۴ Prospect Theory

^۵ Past Winner Money Investors

بعد بازدهی کم‌تری ارائه داده‌اند (بازندگان آتی)^۱. البته آن‌ها این رفتار بازدهی را به عکس‌العمل بیش از حد و کم‌تر از حد^۲ سرمایه‌گذاران نسبت داده‌اند. به عبارت دیگر سرمایه‌گذاران در مقابل برندگان پیشین، بیش از حد خوش‌بین و در مقابل بازندگان پیشین، بیش از حد بدبین بوده‌اند که البته همین امر خود منجر به فاصله‌ی قیمت‌های ذاتی و قیمت‌های بازار می‌شود.

سرانجام کنفرانس دانشگاه شیکاگو در سال ۱۹۸۷ و فصلنامه‌ی اقتصاد (یادبود آموس تورسکی) که به موضوعات اقتصاد رفتاری اختصاص یافته بود، نقطه‌ی عطفی در توسعه‌ی تحقیقات مشابه شد.

در سال ۱۹۹۲ کانمن و تورسکی نظریه دورنما را توسعه دادند و «نظریه دورنمای تجمعی»^۳ را ارائه دادند که بسیاری از تحقیقات قبل از آن را به صورت یک نظریه منسجم پوشش می‌داد. از آن به بعد نیز مطالعات تجربی زیادی مفروضات و نتایج این نظریه را تأیید کرده است.

مقاله‌ی جیگادیش^۴ و تیتمن^۵ در سال ۱۹۹۳ پدیده‌ی غیرعادی دیگری را نشان داد که سهام دارای بازده بالاتر در طول ۶ ماه گذشته، در سال بعد بازدهی بیش‌تری را نسبت به سهام دارای بازده کم‌تر ایجاد می‌کند.

در سال ۱۹۹۸ دانیل، هیرشیفر و همکارانش^۶ مقاله‌ی «روان‌شناسی سرمایه‌گذار و عکس‌العمل بیش از حد و کم‌تر از حد بازار سهام»^۷ را مطرح کردند. در این مقاله پدیده‌ی اطمینانبیش از اندازه^۸

^۱ Future Losers

^۲ Overreaction and Underreaction

^۳ Cumulative Prospect Theory (CPT)

^۴ Jegadeesh

^۵ Titman

^۶ Daniel et al.

^۷ Investor Psychology and Security Market Under and Overreaction

^۸ Overconfidence

خوداسنادی^۱ تبیین شد. در همان سال یعنی سال ۱۹۹۸ دو مقاله‌ی دیگر در بیان عکس‌العمل بیش از اندازه و کم‌تر از اندازه توسط باربریز و همکارانش ارائه شد.

هابر من^۲ در سال ۲۰۰۱ بیان کرد که مردم در مشاغلی که به آن تمایل دارند سرمایه‌گذاری می‌کنند و اصول پرتفی را نادیده می‌گیرند. جایزه‌ی نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۲ به دانیل کانمن به علت تحقیقات گسترده‌اش در کاربرد روان‌شناسی در اقتصاد اعطا شد و بدین ترتیب حوزه‌ی گسترده‌ای از تحقیقات مورد توجه محققان قرار گرفت. گیلویچ، گریفن و کاهنمن در سال ۲۰۰۲ کتاب «کشفیات و سوگیری-ها، روانشناسی شهودی قضاوت» را نوشتند که بیشتر نتایج تحقیقات پیشین را مورد تأیید قرار می‌داد.

نتایج تحقیقات گروه مریکاس^۴ در سال ۲۰۰۳ در بازار بورس یونان نشان داد که سرمایه‌گذار برای ورود به سرمایه‌گذاری تنها معیارهایش اقتصادی نیست، بلکه با فاکتورهای روانشناختی نیز توأم می‌باشد. یافته‌های مریکاس آشکار ساخت که سرمایه‌گذار تصمیمات کاملاً عقلایی اتخاذ نمی‌نماید بلکه اطلاعات موجود را با احساس و انتظار خویش آمیخته نموده و وارد سرمایه‌گذاری می‌شود. وسلی چان و همکارانش^۵ در سال ۲۰۰۴ تحقیقی انجام دادند و در آن قابلیت پیش بینی تعدادی از تئوری‌های مالی رفتاری را مورد سنجش قرار دادند.

۳,۲,۲ اجزاء وزیر ساخت‌ها

نظریه‌های رفتار مالی در دو سطح خرد و کلان تأثیر گذار هستند:

^۱ Self-Attribution Theory

^۲ Barberis et al.

^۳ Haberman

^۴ Merikas et.al

^۵ Wesley chan et al.

۱- رفتار مالی خرد (BFMI): به بررسی رفتارها یا سوگیری‌های سرمایه‌گذاران می‌پردازد و آنها را از عاملان اقتصادی منطقی و عقلایی که در نظریه‌ی اقتصاد کلاسیک متصوریم، باز می‌شناساند.

۲- رفتار مالی کلان (BFMA): با استفاده از الگوهای رفتاری، به شناسایی و تشریح ناهنجاری‌هایی می‌پردازد که در نظریه بازارهای کارا مشاهده می‌شود.

در بحث "مدیریت دارایی"^۱ و سرمایه‌گذاری، تمرکز اصلی ما بر رفتار مالی خرد است. یعنی مطالعه رفتار سرمایه‌گذاران در سطح فردی، با تأکید بر شناسایی سوگیری‌های روانشناختی و تاثیر آن بر تصمیمات تخصیص دارایی‌ها؛ با این هدف که بتوانیم برنامه‌ریزی عملی و بهتری داشته و نیز اثر این سوگیری‌ها را در فرایند سرمایه‌گذاری، کنترل نماییم.

رفتار مالی شامل دو عنصر سازنده^۲ است که عبارت‌اند از: روان‌شناسی شناختی (افراد چگونه فکر می‌کنند) و محدودیت‌های آربیتراژ (بازار، چه زمانیکارا خواهد بود).
در ادامه به تشریح این دو عنصر می‌پردازیم.

۱- عنصر اول، دخالت عوامل روانشناختی سرمایه‌گذاران است که با مطالعه‌ی آنها می‌توان خطاهای اشخاص را هنگام قضاوت و تصمیم‌گیری بررسی کرد.

۲- عنصر دوم، محدودیت در آربیتراژ است. یعنی سرمایه‌گذاران به راحتی نمی‌توانند از فرصت‌های آربیتراژی استفاده کنند، چرا که این فرض مستلزم ایجاد شرایط خاصی از جمله پذیرش سطوح مختلف ریسک و تحمل هزینه‌های معاملاتی است و در نتیجه تعادل بازار وجود ندارد. از طرفی می‌دانیم بسیاری از مسائل مالی از جمله موضوع ارزش‌گذاری اوراق بهادار و خصوصاً اوراق مشتقه با

^۱Wealth management

^۲Building block

فرض آربیتراژ به انجام می‌رسد. بنابراین حوزه‌ی مالی رفتاری روش‌های ارزش‌گذاری اوراق مشتقه را نمی‌پذیرد.

۴,۲,۲ تورش‌های رفتاری

۱,۴,۲,۲ منابع تورش

منابع تورش به اختصار در زیر آمده‌اند:

- عقلانیت محدود و اینکه انسان در شناخت دچار تورش می‌شود.
- محدودیت زمانی افراد در دوره‌های زمانی کوتاه مدت که باید تصمیمات زیادی را در آن اتخاذ کنند. بنابر این وقت کافی برای بررسی دقیق وجود ندارد.
- عوامل احساسی بر قضاوت‌های انسان اثر می‌گذارند.
- عوامل اجتماعی و تعلق انسان به جامعه باعث می‌شود در تصمیم‌گیری‌ها، برخی متغیرهای اجتماعی (از قبیل توجه به تصمیمات گروهی) را در نظر گیرد.

۲,۴,۲,۲ تورش‌های اصلی مورد تأکید در این نوشتار

۱,۲,۴,۲,۲ «کوتاه‌نگری»^۱

نوع سوگیری : احساسی

۱,۱,۲,۴,۲,۲ توصیف عمومی

سوگیری کوتاه‌نگری یک گرایش رفتاری در انسان است که افراد را بر می‌انگیزاند تا به جای اینکه برای فردا پس‌انداز کنند، امروز خرج کنند. رفتارهایی که در مورد پرداخت مالیات وجود دارد، مثال رایجی

^۱Self-control Bias

در این زمینه است. تصور کنید به عنوان یک پرداخت کننده مالیات برآورد می کنید که درآمد امسال شما باعث می شود که میزان مالیات بر درآمدها حدود ۳۶۰۰۰۰۰۰ ریال افزایش یابد و موعد پرداخت این مالیات یکسال بعد است. مصلحت محافظه کاری توصیه می کند که شما پول خود را پس انداز کنید. در واقع دو انتخاب پیش رو دارید: یا ترجیح می دهید که در طول ۱۲ ماه آینده، ماهانه ۳۰۰۰۰۰۰ ریال در حساب پس اندازی که برای فصل پرداخت مالیات مورد نظر ایجاد شده است، پس انداز کنید و یا اینکه ترجیح می دهید ماهانه ۳۰۰۰۰۰۰ از درآمد شما کسر شود، تا با این عمل کشیدن یک چک (با مبلغ زیاد) در پایان سال منتفی شود. تفکر اقتصادی عقلایی به شما می گوید که روش حساب پس انداز را ترجیح دهید، زیرا به پول شما بهره تعلق گرفته و شما در واقع بیشتر سود می کنید. با این وجود، بسیاری از مؤدیان مالیاتی گزینه دوم (کسر مالیات از حقوق) را انتخاب می کنند زیرا در عمل به دلیل کوتاه نگری، طرح حساب پس انداز را پیچیده و مشکل می بینند.

سوگیری کوتاه نگری را می توان به صورت یک تعارض بین میل افراد به مبالغه کردن در مورد خود (بیش از حد روی خود حساب کردن) و ناتوانی آنها نیز توصیف نمود. این تعارض از نبود انقباض شخصی و کوتاه نگری در اقدام عینی و محسوس برای رسیدن به تمایلات، نشأت می گیرد. به عنوان مثال، یک شخص دچار اضافه وزن که در خلاص شدن از دست چاقی ناامید شده است ممکن است میزان مصرف بستنی خامه ای و سوسه انگیز را کاهش دهد. با این حال واقعیت نشان می دهد که تعداد زیادی از افراد در موقعیت های این چنینی، اهداف بلند مدت خود را برای به دست آوردن رضایت مندی موقتی و زودگذر به هم می ریزند.

در مبحث سرمایه گذاری نیز این موارد مصداق دارد. چالش اساسی در سرمایه گذاری، پس انداز کردن وجوه کافی برای دوره بازنشستگی است. قسمت عمده ای این مبحث بر رفتارهای پس انداز سرمایه - گذاران تأکید کرده و چگونگی انجام بهترین کار برای ارتقای تسلط بر نفس و غلبه بر کوتاه نگری در این عرصه غالباً مسأله ساز را به تصویر می کشد.

توصیف تکنیکی سوگیری کوتاه نگری را می توان به بهترین نحو در فرضیه چرخه عمر مشاهده نمود. در این فرضیه رابطه روشنی بین رفتارهای مصرف و پس انداز در افراد و مراحل رشد از کودکی تا سال های پرکاری و نهایتاً دوره بازنشستگی توصیف می شود. اساس و زیربنای این مدل تصمیم به پس انداز است که تقسیم درآمد بین مصرف و پس انداز را برنامه ریزی می کند. تصمیم به پس انداز، اولویت ها و ترجیحات نسبی فرد را در مورد مصرف فعلی در مقابل مصرف آینده، منعکس می کند. از آنجا که فرضیه چرخه عمر به طور جدی بر اساس تئوری مطلوبیت مورد انتظار بوده و بر رفتار عقلایی تکیه دارد، پیروی کامل تصمیمات بهینه در مورد پس انداز در طول زندگی را می توان تنها با در نظر داشتن جریان درآمد برآوردی خانوار در مقایسه با تابع مطلوبیت محاسبه نمود.

نمودار درآمد در طول چرخه عمر، با درآمد پائین در طول سال های اولیه فعالیت شروع شده و با افزایش درآمد که تا قبل از بازنشستگی به نقطه اوج خود می رسد ادامه می یابد. درآمد در طول سال های بازنشستگی، (بر اساس مفروضات موجود در مورد مستمری و حقوق بازنشستگی) به طور قابل ملاحظه ای پائین تر است. به منظور جبران درآمد پائین در طول دوره بازنشستگی و به منظور اجتناب از افت سریع و ناگهانی مطلوبیت در شروع بازنشستگی، افراد بخشی از درآمد خود را در طول سال های فعالیت، پس انداز کرده و سپس در جریان بازنشستگی مصرف می کنند. بنابراین پیش بینی اصلی فرضیه چرخه عمر، یک نمودار پس انداز در طول عمر است که از طریق یک منحنی قوسی شکل، توصیف می شود. در این منحنی، پس انداز به طور تدریجی شکل گرفته، به حداکثر خود رسیده و نهایتاً به صورت تابعی از زمان افت می کند.

دو گرایش رایج در افراد، زیر بنای الگوهای مصرف را (بر اساس فرضیه چرخه عمر) شکل می دهد:

۱- مردم سطح بالاتر زندگی را به سطح پائین‌تر ترجیح می‌دهند، به این معنی که افراد مایلند میزان مصرف خود را در زمان حال حداکثر کنند.

۲- مردم ترجیح می‌دهند که یک سطح زندگی نسبتاً ثابت را در طول زندگی خود حفظ کنند. آن‌ها به نوسان پذیری علاقه‌ای نداشته و مایل نیستند گاهی در رفاه کامل و گاهی در رنج و تهیدستی به‌سر برند.

اساساً فرضیه چرخه عمر می‌گوید افراد تلاش می‌کنند بالاترین و هموارترین روند ممکن مصرف را داشته باشند.

اکنون ما به درکی از فرضیه چرخه عمر رسیده‌ایم که می‌توانیم مفاهیم رفتاری توجیه کننده رفتار پس‌انداز در دنیای واقعی را نشان دهیم. در سال ۱۹۹۸، «ریچارد تالر» و «هرش شفرین» یک فرضیه رفتاری چرخه عمر را معرفی کردند که مدلی توصیفی از پس‌انداز در دنیای واقعی است و در آن کوتاه‌نگری و عدم تسلط بر نفس، نقشی کلیدی ایفا می‌کند. فرضیه اصلی تئوری چرخه عمر رفتاری این است که خانوارها حتی در صورت نبود یک استدلال منطقی، با اجزای ثروت خود به صورت موارد غیر قابل جایگزین و غیر قابل مبادله برخورد می‌کنند. به ویژه در این تئوری ثروت به سه «حساب ذهنی»^۱ تقسیم می‌شود: (۱) «درآمد فعلی»^۲ (۲) «دارایی‌های فعلی»^۳ و (۳) «درآمد آتی»^۴، همچنین فرض می‌شود که کشش و وسوسه‌ی مصرف درآمد فعلی از همه بیشتر و درآمد آتی از همه کمتر است.

شواهد و مدارک تجربی قابل ملاحظه‌ای از وجود تئوری چرخه عمر رفتاری حمایت می‌کند. «تالر» و «شفرین» در یک بررسی روی انتظارات دانشجویان از مصرف آتی، شواهدی به دست آوردند که اصول

^۱ Mental account

^۲ Current income

^۳ Current assets

^۴ Future income

تئوری چرخه عمر رفتاری را به طور مستقیم تأیید می‌کرد. این دو محقق در بررسی خود دریافتند افرادی که خود را ذینفع یک پول باد آورده و ثروت غیر مترقبه می‌پندارند، پیش‌بینی می‌کنند که اگر این پول به عنوان درآمد جاری (نه دارایی‌های فعلی) در نظر گرفته شود، بلافاصله در همان سال بخش عمده‌ای از آن را مصرف خواهند کرد. این افراد اذعان داشتند که اصولاً کمترین مصرف را به درآمد آتی تخصیص می‌دهند. برای اکثر مردم میزان مصرف، درآمد و پس انداز، از تصمیمات نهادها و سازمان‌ها نیز تأثیر می‌پذیرد. مثال‌هایی در این زمینه عبارتند از برنامه و جدول زمانبندی بازپرداخت وام‌های رهنی در بخش مسکن و نیز طرح‌های بازنشستگی. این ابزارها غالباً فقط پس‌انداز اسمی افراد را نشان می‌دهد و وجوه اضافی کنار گذاشته شده را در بر نمی‌گیرد.

کوتاه‌نگری هزینه دارد و افراد مایلند برای اجتناب از حکمفرما شدن محرک‌های طبیعی، بهایی را بپردازند. مصرف‌کنندگان به نحوی اقدام می‌کنند که گوئی وجوه جداگانه‌ای درون سیستم‌های حسابداری شخصی خود دارند و درآمد خود را به درآمد فعلی و ثروت تقسیم می‌کنند. میل نهایی به مصرف با توجه به منبع درآمد (مثل دستمزد در مقابل پاداش) متغیر است، حتی اگر معیار اندازه‌گیری به کار رفته و منبع درآمد یکسان باشد (مثل کار) احتمال اینکه افراد دارایی‌ها یا پس اندازهای خود را با پول‌هایی که از منظر آنها ثروت تلقی می‌شود، افزایش دهند، بیشتر از آن است که برای این منظور از درآمدهای جاری استفاده کنند. به بیانی دیگر برای درآمدهای جاری میل به مصرف، بیشتر از میل به پس انداز است. بسیاری از محققان در حال حاضر به مطالعه چرخه عمر رفتاری و خصوصاً رابطه این مدل با پس انداز در طول دوره‌های بازنشستگی ادامه می‌دهند.

۳,۱,۲,۴,۲,۲ کاربرد عملی

تشویق افراد به پس انداز بیشتر، وظیفه‌ای است که مشاوران مالی را دائماً به چالش می‌کشد. هدف برنامه «فردا بیشتر پس انداز کن» که توسط پرفسور «ریچارد اچ. تالر» از دانشگاه «شیکاگو» و پروفیسور «شلوما بنارتزی» از مدرسه عالی بازرگانی «آندرسون» در «یو. سی. ال. ا.» اجرا شده است. این است

که به کارکنان و کارمندانی که دوست دارند بیشتر پس انداز کنند، ولی اراده کافی برای انجام این کار را ندارند. کمک کند. این برنامه بینش های مفید زیادی در مورد رفتار پس انداز ارائه می کند که بررسی آن مبحث کاربرد در عمل این فصل ما را در بر می گیرد.

«برنامه فردا بیشتر پس اندازکن» چهار جنبه اساسی دارد:

- ۱- نرخ مشارکت کارکنان در این طرح در طول زمان به طور خودکار افزایش می یابد.
 - ۲- مشارکت در طرح با نخستین چک حقوق بعد از افزایش پرداخت، شروع شده و به طور خودکار افزایش می یابد.
 - ۳- کارکنان به طور خودکار با هر افزایش حقوق زمانبندی شده به نرخ مشارکت خود می افزایند تا زمانی که نرخ مشارکت به نقطه حداکثر از قبل تنظیم شده برسد.
 - ۴- کارکنان می توانند در هر زمانی از طرح کناره گیری کنند.
- در این پژوهش مشخص شد که افراد عموماً در برنامه ریزی و پس انداز برای دوره بازنشستگی خود ضعیف عمل می کنند. آن ها نیاز به کنترل و انضباط شخصی دارند که دائماً گوشزد شود و آنها را به اهداف خود در زمینه پس انداز برساند.

۴,۱,۲,۴,۲,۲ اشتباهات سرمایه گذاری ناشی از ابهام گریزی

همانطور که قبلاً گفته شد یکی از موضوعات موضوع اساسی در رابطه با کوتاه نگری، فقدان توان لازم پس انداز کردن برای دوره بازنشستگی است. افزون بر این، چندین رفتار دیگر در زمینه کوتاه نگری وجود دارد که می تواند اشتباهاتی را در عرصه سرمایه گذاری به بار آورد.

- ۱- سوگیری کوتاه نگری می تواند سرمایه گذاران را وادارد به جای پس انداز برای فردا، امروز بیشتر مصرف کنند. این رفتار می تواند برای ثروت افراد نامطلوب باشد، زیرا بازنشستگی خیلی سریعتر از آنچه

افراد فکر کنند فرا می‌رسد و آن زمانی است که سرمایه گذار به اندازه کافی پس انداز نکرده است. بنابراین افراد برای جبران زمان از دست رفته، متحمل درجات نامناسبی از ریسک در پرتفوی خود می‌شوند، که خود می‌تواند مشکل را وخیم تر کند.

۲- سوگیری کوتاه‌نگری ممکن است سرمایه گذاران را وادار نماید در برنامه ریزی برای بازنشستگی خود دچار قصور و کوتاهی شوند. مطالعات نشان داده است افرادی که برای دوره بازنشستگی خود طرح و برنامه‌ای ندارند در مقایسه با افرادی که از این برنامه‌ها برخوردارند؛ در دوران بازنشستگی ایمنی کمتری دارند. شواهد نشان می‌دهد افرادی که برای دوره بازنشستگی خود برنامه‌ای ندارند، کمتر در زمینه‌های مولد سرمایه گذاری می‌کنند. این موضوع سبب می‌شود بخش اعظمی از درآمد افراد وارد چرخه‌ی اقتصادی نشود و به جای خلق کار برای سایرین و نیز خلق درآمد آتی برای صاحب آن، اصطلاحاً «خورده شود».

۳- سوگیری کوتاه‌نگری موجب می‌شود مشکلاتی در زمینه عدم توازن در تخصیص دارایی رخ دهد. به عنوان مثال؛ برخی از سرمایه‌گذاران به دلیل ذهنیت «امروز خرج کن» دارایی‌هایی را ترجیح می‌دهند که درآمد جاری مستمر دارند. این رفتار می‌تواند در بلند مدت برای پرتفوی مخاطره آمیز باشد؛ زیرا تعدد دارایی‌های با درآمد مستمر می‌تواند مانع از آن شود که پرتفوی همراه و پایه‌پای تورم حرکت کند. برخی سرمایه‌گذاران ممکن است فقط به طبقات مختلفی از دارایی‌ها مانند سهام اهمیت دهند، فقط به این دلیل که ریسک پذیری را دوست دارند و نمی‌توانند رفتار خود را کنترل کنند.

۴- سوگیری کوتاه‌نگری موجب می‌شود سرمایه‌گذاران از به‌کارگیری اصول اساسی دانش مالی از جمله ارزش زمانی پول و رفتارهای نظم دهنده مشابهی که پیروی از آن‌ها می‌تواند به خلق ارزش (چه برای خود و چه برای اجتماع) در بلند مدت منجر شود؛ محروم شوند.

۵- سوگیری کوتاه نگری ممکن است موجب شود که افراد صرفاً رفاه شخصی خود را در نظر بگیرند و تصور کنند این رفاه تا ابد به همین منوال ادامه خواهد داشت. یعنی از داشتن دید سیستمی نسبت به بحث رفاه و به خصوص رفاه مالی غافل بمانند.

سنجش ۵,۱,۲,۴,۲,۲

برای سنجش این تورش، سه فاکتور را در افراد مورد پرسش قرار می‌دهیم. این سه فاکتور عبارتند از میل به خرید غیر مولد، میزان برنامه‌ریزی برای آینده و هدف مندبودن مخارج، میزان انضباط پذیری مالی.

بر اساس پاسخ‌های که فرد به پرسش‌های طراحی شده در هر مورد می‌دهد می‌توان میزان ابتلای وی به این سوگیری و یا میزان مستعد بودن وی برای ابتلا به این سوگیری را تعیین کرد.

البته باید توجه داشت که کوتاه نگری یک سوگیری بسیار رایج است و بسته به نوع فرهنگ و نگرشی که مردم نسبت به زندگی دارند، بسیار مشاهده شود.

پیشنهادهات ۶,۱,۲,۴,۲,۲

یک مشاور در مواجهه با سوگیری کوتاه نگری می‌تواند در چهار زمینه توصیه و مشاوره‌های خود را ارائه کند: (۱) کنترل مصرف (۲) برنامه ریزی (۳) تخصیص موزون دارایی در پرتفوی (۴) مزایای نظم و انضباط مالی (۵) دوری از خود بینی مالی

کنترل مصرف: سوگیری کوتاه نگری می‌تواند سرمایه‌گذاران را وادار کند بیشتر از آنچه برای آینده خود پس انداز می‌کنند، در حال حاضر مصرف کنند. غالباً مردم میل شدیدی دارند که آزادانه و بی قید و بند پول خود را همین امروز مصرف کنند. این رفتار می‌تواند برای دستیابی به اهداف مالی بلند مدت زیان بار باشد، زیرا اغلب قبل از اینکه سرمایه‌گذاران برای پس انداز کافی برنامه‌ریزی کرده‌باشند، بازنشستگی فرا می‌رسد. این موضوع ممکن است افراد را وادار نماید که در لحظات آخر؛ مقدار غیر

عادی از ریسک را تقبل کنند تا از این راه جبران مافات کنند (گرایشی که در واقع امنیت مالی آتی فرد را در معرض ریسک فزاینده ای قرار می دهد). مشاوران باید به مشتریان خود توصیه کنند که قبل از تخصیص وجوهی برای خرج کردن، مبالغی را به طور مداوم کنار گذاشته و پس انداز کنند تا از راحتی و آسایش خود در ادامه زندگی، مطمئن شوند. اگر مشاور با سرمایه گذارانی مواجه است که سنشان از ۶۰ سال گذشته است و پس انداز کافی برای دوره بازنشستگی ندارند، موقعیتی مشکل تر و پیچیده تر به وجود می آید. باید توازن دقیقی بین پس انداز، سرمایه گذاری و پذیرش ریسک برقرار شود، برای اینکه میزان وجوه بازنشستگی افزایش یابد، اغلب مشتریان می توانند سایر گزینه ها مانند کار نیمه وقت یا تقلیل دادن میزان مصرف را مد نظر قرار دهند. در هر حال، تاکید بر اختصاص دادن میزان بسنده ای از اولویت به آینده به جای مصرف امروز امری حیاتی است.

فقدان برنامه ریزی: سوگیری کوتاه نگری ممکن است موجب شود سرمایه گذاران برنامه ریزی کافی برای مخارج آتی خود نداشته باشند. مطالعات نشان داده است افرادی که برای آتی خود طرح و برنامه ای ندارند، در مقایسه با افرادی که برای آتی خود برنامه ریزی کرده اند، بیشتر در معرض خطر هستند. افرادی که برای دوره ای از زندگی خود برنامه ریزی نکرده اند ممکن است در زمینه های مولد و یا زمینه هایی که اندک پیچیدگی در خود دارند، سرمایه گذاری نکنند. مشاوران باید بر این موضوع تاکید کنند که سرمایه گذاری بدون برنامه ریزی، مانند احداث یک ساختمان بدون طرح و نقشه کلی است. برنامه ریزی راه حلی مسلم برای رسیدن به اهداف مالی بلند مدت است افزون بر آن لازم است طرح ها و برنامه ها به صورت مکتوب مدون شود تا بتوان آنها را به طور منظم مورد بازنگری قرار داد. ممکن است سرمایه گذاران بدون برنامه ریزی نتوانند خود را برای سرمایه گذاری در سهام آماده کنند و در نتیجه در پوشش ریسک تورم دچار مشکل شوند. به طور خلاصه "هیچ کس برای شکست خود برنامه ریزی نمی کند، اما به سادگی در برنامه ریزی خود شکست می خورد".

تخصیص دارایی‌ها در پرتفوی. سوگیری کوتاه‌نگری می‌تواند منجر به بروز مشکلاتی در عدم توازن تخصیص دارایی‌ها شود. سرمایه‌گذارانی که در معرض این سوگیری هستند ممکن است دارایی‌هایی با درآمد مستمر را ترجیح دهند؛ زیرا در آنها ذهنیت "امروز مصرف کن" شکل گرفته است. این رفتار می‌تواند مانعی در راه رسیدن به اهداف مالی بلند مدت باشد، زیرا نگهداری زیاده از حد دارایی‌های با درآمد جاری (نظیر اوراق مشارکت) می‌تواند مانع از آن شود که پرتفوی همگام با تورم حرکت کند. سوگیری کوتاه‌نگری همچنین می‌تواند موجب شود افراد بدون هیچ دلیل خاصی برخی طبقات دارایی را ترجیح دهند. مثلاً ممکن است سهام را به اوراق مشارکت ترجیح دهند؛ چرا که نمی‌توانند تمایل و کشش خود به ریسک‌پذیری را کنترل کنند. اطلاعات و شواهد بسیار خوبی در مورد مزایای تخصیص بهینه دارایی وجود دارد که می‌توان آن‌ها را به گونه‌ای متقاعد کننده برای سرمایه‌گذاران توضیح داد. مشتریانی که کوتاه‌نگری در آنها مشهود است نیاز دارند که در مورد حفظ پرتفوهای موزون و مناسب خود تحت مشاوره قرار گیرند تا از این راه بتوانند به اهداف مالی بلند مدت خود نائل شوند.

تأثیر نظم و انضباط مالی. سوگیری کوتاه‌نگری می‌تواند موجب شود سرمایه‌گذاران قدرت دید خود را در مورد اصول اساسی دانش مالی از جمله ارزش زمانی پول، ساختار نرخ بهره و هزینه متوسط سرمایه از دست بدهند. سرمایه‌گذارانی که در کسب مزایای نظم و انضباط در طول زمان ناکام می‌مانند، فرصت‌های جمع‌آوری ثروت در بلند مدت را از دست می‌دهند. شاید مهم‌ترین موضوع این است که به سرمایه‌گذاران در مورد مزایای «مرابحه»^۱ مشاوره دهید. برنامه‌های نرم‌افزاری بسیاری وجود دارد که نشان می‌دهد حتی یک تفاوت ناچیز یک تا دو درصدی در بازده (اگر در طول چند ماهه به صورت مرکب محاسبه شود) به راحتی می‌تواند به معنای تفاوت بین یک نتیجه‌ی بسیار مطلوب و یک نتیجه‌ی نامطلوب مالی باشد.

^۱ compounding

در مباحث مربوط به قدرت اراده گفته می شود که دستیابی به مزایای مقابله با کوتاه نگری در سرمایه گذاری مانند رسیدن به سطحی مطلوب از آمادگی جسمانی در عرصه ورزش؛ سخت است. با این وجود دستاوردهای این تلاش؛ ارزش تحمل سختی را دارد.

دوری از خود بینی مالی: افرادی که دچار این سوگیری می شوند غالباً تأثیر متقبل را که رفاه شخصی و رفاه اجتماعی بر یکدیگر دارند را نمی بینند. لازم است برای اینان تشریح شود که رفاه هر فرد علاوه بر عوامل شخصی، تحت تأثیر عوامل اجتماعی نیز هست؛ عواملی همچون میزان امنیت اجتماعی و غیره. کمبود امنیت اجتماعی، ناشی از وجود افراد مجرم است. مجرم شدن بسیاری از افراد از ناتوانی آن ها برای تأمین مایحتاج اولیه ریشه می گیرد. بخش بزرگی از این ناتوانی، ناشی از بیکاری و نداشتن درآمد است. لذا چنانچه افراد یک جامعه به جای اینکه درآمد خود را سریع در راستای تمایلات شخصی شان هزینه کنند، بخشی از آن را پس انداز کرده و با سرمایه گذاری در امور مولد، موجب ایجاد کار و اشتغال شوند، در کل سیستم تأثیر مطلوب گذاشته و موجبات امنیت و آرامش خود را فراهم می آورند. به علاوه برای آتی خود منبع درآمدی فراهم می آورند که امنیت مالی آن ها را تقویت می کند.

فهماندن این مطالب و این ارتباطات سیستمی از جمله کمک هایی است که یک مشاور مالی می تواند به فرد بکند. این موضوع باید خودش را در نتیجه ی عملکردی سه بخش پیشین، نشان بدهد و لحاظ شود.

۲,۲,۴,۲,۲ «ابهام‌گریزی»^۱

نوع سوگیری: شناختی

۱,۲,۲,۴,۲,۲ توصیف عمومی

انسان‌ها در مواجهه با توزیع احتمالات نامعلوم، تمایلی به پذیرش ریسک از خود نشان نمی‌دهند. عموماً افراد در موقعیت‌های مبهم، دچار تردید می‌شوند و گرایشی در آنها شکل می‌گیرد که ابهام‌گریزی نام دارد. «فرانک نایت»^۲ اقتصاد دان برجسته دانشگاه شیکاگو از نخستین کسانی بود که در مورد ابهام‌گریزی، مطالبی را به رشته‌ی تحریر درآورد. رساله دکترای «نایت» در سال ۱۹۲۱ به عنوان «ریسک، عدم اطمینان و سود»، «ریسک»^۳ را به عنوان نوعی شرط بندی با توزیع احتمال معین تعریف نمود. طبق تعریف نایت «شرایط نامعلوم»^۴ مربوط به حالتی است که توزیع پیامدهای ممکنه قابل تعیین و شناسایی نباشد. او در رساله خود چنین نتیجه‌گیری کرد که انسان‌ها از شرایط نامعلوم بیشتر از شرایط ریسکی، گریزانند.

ابهام‌گریزی، در زمینه‌های گوناگونی بروز می‌کند. به عنوان مثال، یک محقق از فردی می‌خواهد که احتمال برد یک تیم خاص را در مسابقات فوتبال تخمین بزند. این شخص احتمال برد تیم مورد نظر را ۵۰ درصد برآورد می‌کند. محقق سپس از فرد می‌خواهد که یک ماشین الکترونیکی را که تضمین شده است عدد ۱ یا عدد صفر را با احتمال مساوی ۵۰ درصد نشان می‌دهد، مد نظر قرار دهد. حال از شخص سوال می‌شود آیا ترجیح می‌دهد روی بازی فوتبال (شرایط نامعلوم)، شرط بندی کند یا روی ماشین الکترونیکی (شرط بندی که در آن ابهامی در مورد توزیع احتمال وجود ندارد)؟ به طور کلی

^۱ Ambiguity Aversion Bias

^۲ Frank H. Knight

^۳ Risk

^۴ Uncertainty

مشخص شده است اکثر افراد در چنین تحقیقی، ماشین الکترونیکی را ترجیح می‌دهند. این واقعیت سوگیری ابهام‌گزیزی را نشان می‌دهد.

۲.۲،۲،۴،۲،۲ توصیف تکنیکی

« لئونارد ساوج » مولف کتاب « مبانی آمار » در سال ۱۹۴۵، « تئوری مطلوبیت مورد انتظار ذهنی » (SEUT) را برای مفهوم مطلوبیت مورد انتظار در اقتصاد معرفی نمود. در این تئوری « ساوج » معتقد است که تحت شرایط معین، انتظار یک فرد از مطلوبیت، از طریق ارزیابی احتمال ذهنی او وزن داده می‌شود.

با استفاده از تئوری SEUT، « دانیل الزبرگ » یک آزمایش کلاسیک را در رابطه با ابهام‌گزیزی انجام داد. در این آزمایش ابهام‌گزیزی از نظر تکنیکی مورد بررسی قرار گرفت. آزمایش وی به ترتیب زیر بود:

فرض کنید که افراد تحت مطالعه دو جعبه به نام های جعبه ۱ و جعبه ۲ داده شده است. به آنها گفته می‌شود که جعبه ۲، حاوی ۱۰۰ توپ است که نیمی از آنها سفید و نیمی سیاه است. جعبه ۱ نیز همین گونه شامل ۱۰۰ توپ است که تعدادی از آنها سفید و تعدادی سیاه است، اما نسبت توپ‌های سفید به سیاه در جعبه ۱ معلوم نیست.

از افراد خواسته می‌شود که یکی از دو گزینه زیر را انتخاب کنند، با این وعده که بسته به رنگ توپی که به طور تصادفی از جعبه مربوطه خارج می‌شود، پاداش احتمالی ۱۰۰ دلاری نصیب آنان می‌شود.

۱. الف. یک توپ از جعبه یک برداشته می‌شود اگر توپ سفید باشد، ۱۰۰ دلار پاداش دارد و اگر توپ سیاه باشد پاداشی تعلق نمی‌گیرد.

۱. ب. یک توپ از جعبه دو برداشته می‌شود. اگر توپ سفید باشد، ۱۰۰ دلار پاداش دارد و اگر توپ سیاه باشد پاداشی تعلق نمی‌گیرد.

متعاقباً سناریو مشابهی مطرح و از افراد خواسته می‌شود که از بین گزینه‌های زیر نیز یکی را انتخاب کنند.

۲. الف. یک توپ از جعبه یک برداشته می‌شود اگر توپ سفید باشد، هیچ پاداشی تعلق نمی‌گیرد

ولی اگر سیاه باشد ۱۰۰ دلار پاداش دارد

۳. ب. یک توپ از جعبه دو برداشته می‌شود اگر توپ سفید باشد، صفر دلار و اگر سیاه باشد ۱۰۰

دلار پاداش تعلق می‌گیرد.

نتایج نشان داد که در مجموع گزینه ۱-ب به گزینه ۱-الف و نیز گزینه ۲-ب به گزینه ۲-الف ترجیح داده می‌شود.

این انتخاب‌ها با تئوری SEUT ناسازگاری دارند: انتخاب گزینه ۱-ب بر این احتمال ذهنی دلالت دارد که کمتر از پنجاه درصد توپ‌های موجود در جعبه یک سفید است درحالی‌که انتخاب گزینه ۲-ب دلالت بر عکس این مورد دارد. این آزمایش نشان می‌دهد که افراد موقعیت‌هایی را که در آن توزیع احتمال معلوم نیست دوست ندارند. تئوری SEUT درجه اطمینان یک عامل را در یک توزیع احتمال به حساب نمی‌آورد و در پیش بینی دقیق و صحیح پیامد آزمایش الزبرگ با شکست مواجه می‌شود زیرا این تئوری ابهام‌گریزی را پوشش نمی‌دهد.

۳.۲،۲،۴،۲،۲ کاربرد عملی

اگر این موضوع را به بازارهای مالی بسط دهیم می‌بینیم که افراد اغلب تصمیمات خود را بر اساس احتمالات ذهنی اتخاذ می‌کنند. بعنوان مثال با آگاهی از این که سیستم فدرال رزرو آمریکا قصد دارد نرخ‌های بهره را افزایش دهد سرمایه‌گذار قاعداً باید احتمال سقوط قیمت برخی سهام مثلاً سهم «سیتی گروپ» را حدس بزنند. آیا ابهام‌گریزی در حصول اطمینان و تضمین ارزیابی احتمال ذهنی به حساب آورده می‌شود؟ «تورسکی» و «هیت» در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که این موضوع به

سطح توانایی ذهنی سرمایه‌گذار بستگی دارد. زمانی که افراد احساس می‌کنند ماهر یا آگاه و مطلع هستند ترجیح می‌دهند که به جای شرط‌بندی در رویدادهای تصادفی با احتمال برابر (رویدادهایی که احتمال وقوع آنها مشخص است) روی رویدادهای مبهمی که معتقدند می‌توانند پیامدها و نتایج آنها را بر اساس قضاوت و ارزیابی خود پیش‌بینی نمایند شرط‌بندی کنند. در مقابل زمانی که افراد احساس مهارت یا آگاهی در خود ندارد ترجیح می‌دهند در رویدادهای تصادفی با احتمال برابر شرط‌بندی کنند. این را «اثر کاردانی» می‌نامند که خود جنبه‌ای از ابهام‌گریزی است و ارتباط زیادی با سرمایه‌گذاران پیدا می‌کنند. در ادامه این مورد را با جزئیات بیشتری مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۴.۲،۲،۴،۲،۲ مفاهیم ضمنی برای سرمایه‌گذاران

رفتار سرمایه‌گذاران حقیقی اغلب نشان دهنده ابهام‌گریزی است. واضح‌ترین موقعیت؛ عدم اطمینان سرمایه‌گذار در رابطه با توزیع بازده ابزارهای مالی است. به عنوان پیش شرطی برای سرمایه‌گذاری، افراد در شرایط نامعلوم به احتمال زیاد نرخ بازده مورد انتظار بیشتری را در مقایسه با زمانی که در مورد ریسک و بازده سرمایه‌گذاری مورد نظر احساس اطمینان می‌کنند، طلب می‌نمایند. «پاسکال منوت» نشان داد که اگر سرمایه‌گذاران در مورد بازده یک سرمایه‌گذاری با ابهام مواجه باشند، صرف ریسک بیشتری را در پاسخ به جبران ابهام موجود در توزیع احتمالی که در ذهن خود مجسم کرده‌اند، طلب می‌کنند.

ابهام‌گریزی همچنین بر مسأله تنوع بخشی ناکافی سایه می‌افکند. به عنوان مثال؛ سرمایه‌گذاران ممکن است این احساس را داشته باشند که شاخص‌های سهام بورس‌های داخلی در مقایسه با شاخص بورس‌های خارجی آشناتر بوده و ابهام کمتری دارد و یا بالعکس. آنها همچنین ممکن است شرکت‌هایی که از نظر موقعیت جغرافیایی به مکان زندگی آنها نزدیک‌تر است را در مقایسه با شرکت‌های دورتر؛ دارای ابهام کمتری بدانند. و یا بازار کشوری که قوانین شفاف‌تری دارد برای سرمایه‌گذاری انتخاب کنند. برخی دیگر ممکن است برای سهام شرکتی که در آن کار می‌کنند؛ در مقایسه با سهم

شرکت‌های ناآشنا، اولویت فزاینده‌ای قائل شده و میزان ابهام آن را کمتر تلقی کنند. به این ترتیب از آنجا که دارایی‌های با ابهام کمتر؛ جذاب هستند. افراد بیشتر در آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، ولی در دارایی‌های با ابهام بیشتر، یا اصلاً سرمایه‌گذاری نمی‌کنند و یا میزان سرمایه‌گذاری آن‌ها اندک است. بنابراین پرتفوی آن‌ها نسبت به آنچه تئوری پرتفوی توصیه می‌کند نامتنوع است.

جنبه‌ی مهم دیگر ابهام‌گریزی که اهمیت زیادی برای سرمایه‌گذاران دارد، اثر کاردانی است. در این مورد سرمایه‌گذارانی که معتقدند در اتخاذ تصمیمات مالی نسبت به بقیه ماهرتر یا مطلع‌تر هستند؛ تمایل بیشتری به فعالیت بر مبنای نظرات و قضاوت‌های شخصی خود دارند. به عنوان مثال، سرمایه‌گذارانی که خود را کاردان‌تر احساس می‌کنند. ممکن است در مقایسه با سرمایه‌گذارانی که احساس کاردانی و شایستگی کمتری در خود دارند به دفعات بیشتری معامله کنند. در همین راستا، سرمایه‌گذاران زمانی که احساس می‌کنند می‌توانند درک درستی از بازارهای خارجی به دست آورند، تمایل بیشتری به جابه‌جایی دارایی‌ها در خارج از بازارهای داخلی از خود نشان می‌دهند.

۵.۲،۲،۴،۲،۲ اشتباهات سرمایه‌گذاری ناشی از ابهام‌گریزی

۱- ابهام‌گریزی ممکن است موجب شود سرمایه‌گذاران بازده بیشتری را در قبال ریسک‌های مشاهده شده سرمایه‌گذاری در دارایی‌های خاصی طلب کنند. بنابراین سرمایه‌گذاران تنها به سرمایه‌گذاری‌های محتاطانه روی می‌آورند که این امر می‌تواند پیامدهای نامساعدی را در پی داشته باشد.

۲- ابهام‌گریزی می‌تواند سرمایه‌گذاران را به شاخص‌های بازارها و بورس‌های شفاف‌تر و آشناتر محدود سازد، زیرا این شاخص‌ها در مقایسه با شاخص‌های دیگر، آشناتر هستند.

۳- ابهام‌گریزی می‌تواند موجب بروز این باور در سرمایه‌گذاران شود که سهام شرکت‌هایی که در آن کار می‌کنند، در مقایسه با سهام سایر شرکت‌ها، ایمن‌تر و کم‌خطرتر هستند. زیرا از نظر آن‌ها سرمایه

گذاری در سایر شرکت ها با ابهام توأم است. بحران های مالی در «انرون» و «ورلد کام» خطرات واضح سرمایه گذاری سنگین در یک سهم را نشان می دهند.

۴- یک جنبه منحصر به فرد ابهام گریزی، اثر کاردانی است. در این مورد سرمایه گذارانی که با یک توزیع احتمال نامعلوم مواجه هستند، ممکن است به خاطر سوگیری ابهام گریزی، احتیاط را پیشه کنند. از سوی دیگر، حکم دادن به کاردانی خود در برخی زمینه ها (مانند سهام خارجی، سهام شرکت- های کوچک و نظایر آن) موجب می شود برخی سرمایه گذاران واقعاً بیشتر از آنچه که باید، متحمل ریسک و مخاطره شوند.

۶.۲،۲،۴،۲،۲ مروری بر تحقیقات انجام شده

«گراهام»، «هاروی» و «هانگ» در مقاله خود با عنوان «کاردانی سرمایه گذار، دفعات انجام معامله و سوگیری وابستگی بومی» چنین استدلال کردند: سرمایه گذارانی که خود را از نظر مالی زیرک و باهوش تصور می کنند. در تطابق با اثر کاردانی، تمایل بیشتری به فعالیت بر اساس نظرات و قضاوت- های شخصی خود دارند. افزون بر این، آن ها نشان دادند سرمایه گذارانی که احساس کاردانی و لیاقت بیشتری می کنند در مقایسه با سرمایه گذارانی که احساس می کنند از کاردانی کمتری بهره مند هستند تمایل دارند معاملات بیشتری انجام دهند.

مطالب زیر گزیده ای از مقدمه تحقیق یاده شده است:

زمانی که افراد احساس می کنند در یک عرصه ماهر و آگاه هستند؛ ترجیح می دهند بر اساس قضاوت ها و نظرات شخصی خود حتی اگر مبهم باشد ریسک کنند؛ به جای اینکه در رویدادهای تصادفی با احتمال برابر (مثل برداشتن توپ از گلدانی که محتویات آن مشخص است) شرط بندی کنند.

اما زمانی که افراد خود را کاردان نمی‌دانند، ترجیح می‌دهند در رویدادهای تصادفی بدون ابهام شرط‌بندی کنند. بنابراین اثرات ابهام‌گریزی مشروط به سطح کاردانی است که مشارکت-کنندگان در ذهن خود مجسم می‌کنند. زمانی که افراد احساس می‌کنند از دانش و آگاهی کمی برخوردارند تمایل آنها بر این است که بازی در بخت آزمایی های شانسی را انتخاب کنند. اثر کاردانی به خصوص در درک رفتار سرمایه گذار کاربرد دارد. در بازارهای مالی، سرمایه گذاران دائماً نیازمند اتخاذ تصمیمات بر اساس احتمالات ذهنی و مبهم هستند. این احتمال وجود دارد که زمینه تحصیلاتی و سایر ویژگی های جمعیت شناسی، این احساس را در برخی از سرمایه‌گذاران به وجود آورد که در درک آرایش اطلاعات مالی و فرصت های موجود نسبت به بقیه از کاردانی و لیاقت بیشتری برخوردار هستند.

ما دو نوع رفتار سرمایه گذار را مورد مطالعه قرار دادیم: دفعات انجام معامله و سوگیری وابستگی بومی. اگر چه ادبیات گسترده ای هم در مورد دفعات انجام معامله و هم در مورد سوگیری وابستگی بومی وجود دارد، اما با این دو فاکتور همواره به طور جداگانه برخورد شده است. ما در این مقاله بحث می کنیم که این دو جنبه از رفتار سرمایه گذار (حداقل تا حدودی) از سوگیری روانشناختی مشابهی به نام اثر کاردانی نشات می گیرد. با در نظر داشتن دفعات انجام معامله. ما فرض کردیم سرمایه گذارانی که خود را بیشتر کاردان می بینند، به دفعات بیشتری معامله می کنند. زیرا سرمایه گذارانی که احساس می کنند از دانش و آگاهی بیشتری در اتخاذ تصمیمات مالی برخوردارند، شاید تمایل بیشتری به فعالیت بر اساس نظرات و قضاوت های شخصی خود داشته باشند... دستاوردهای تجربی ما با این فرضیه سازگار است.

سنجش ۷.۲,۲,۴,۲,۲

برای سنجش این تورش، دو فاکتور را در افراد مورد پرسش قرار می‌دهیم. این دو فاکتور عبارتند از تمایل به انتخاب گزینه با توضیح احتمال قطعی یا انتخاب گزینه غیر قطعی، تمایل به اثر کاردانی.

بر اساس پاسخ‌های که فرد به پرسش‌های طراحی شده در هر مورد می‌دهد می‌توان میزان ابتلای وی به این سوگیری و یا میزان مستعد بودن وی برای ابتلا به این سوگیری را تعیین کرد.

مشارکت کنندگان نخست سطح آگاهی ذهنی خود را در مورد بازی فوتبال بازگو می‌کنند. سپس از آن‌ها خواسته می‌شود برنده یک بازی فوتبال را پیش‌بینی کرده و نیز احتمالات ذهنی خود را در مورد درستی این پیش‌بینی‌ها اعلام نمایند. در مرحله بعد از آن‌ها خواسته می‌شود از بین دو شرط‌بندی زیر یکی را انتخاب نمایند: شرط بندی روی قضاوت خود یا یک بخت آزمائی که شانس برابری از برد را ارائه می‌دهد. در این مثال اثر کاردانی از دو بعد مجسم می‌شود: سطح آگاهی رتبه بندی شده توسط خود فرد و احتمال ذهنی درست بودن پیش‌بینی بازی فوتبال. درصد مشارکت‌کنندگانی که شرط-بندی روی قضاوت و ارزیابی خود را انتخاب کرده‌اند، همراه با هر دو بعد (معیار) کاردانی ذهنی افزایش می‌یابد. زمانی که افراد احساس می‌کنند در پیش‌بینی نتایج بازی‌های فوتبال بسیار کاردان هستند، ترجیح می‌دهند روی قضاوت خود شرط بندی و قبول مخاطره کنند. حتی زمانی که یک بخت آزمایی با شانس برد بیشتر به آنها عرضه می‌شود؛ همچنان شرط‌بندی روی پیش‌بینی‌های خود از نتیجه بازی فوتبال را ترجیح می‌دهند. به عبارت دیگر آن‌ها می‌خواهند به شرط‌بندی روی قضاوت‌های خود، جایزه بدهند.

۸.۲،۲،۴،۲،۲ پیشنهادات

دو زمینه اساسی برای مشاوره دادن به افرادی که در معرض سوگیری ابهام‌گریزی هستند وجود دارد: مدیریت ابهام‌گریزی و تاکتیک‌های ملاحظه اثر کاردانی.

۱- مدیریت ابهام‌گریزی: همانگونه که قبلاً نیز اشاره شد؛ چندین عرصه اساسی وجود دارد که سرمایه‌گذاران باید در مواجهه با آن از سوگیری ابهام‌گریزی آگاهی داشته باشند. افراد ابهام‌گریز

ممکن است در برخی طبقات دارایی سرمایه گذاری نکنند، زیرا صرف ریسک بسیار بالایی را طلب می-کنند.

زمانی که افراد برای سرمایه گذاری در برخی طبقات دارایی (مانند شرکت‌های بین المللی، شرکت‌های کوچک و نظایر آن) صرف بسیار بالایی را طلب می‌کنند و درک درستی از توزیع پیامدهای بالقوه ندارند. آموزش در اصلاح چنین رفتاری نقش موثری دارد. بنابراین لازم است سرمایه گذاران در مورد نحوه عمل طبقات مرتبط دارایی و نیز در این مورد که اضافه کردن این نوع دارایی‌ها به یک پرتفوی چگونه می‌تواند یک فعالیت سود آور باشد، تحت آموزش قرار گیرند. افرادی که فقط در برخی شاخص-های آن سرمایه‌گذاری می‌کنند به این دلیل که احساس می‌کنند نمی‌توانند مزایای احتمالی سرمایه-گذاری در سایر موقعیت‌ها را پیش‌بینی نمایند. نیز می‌توانند به همین طریق یعنی آموزش، از اطلاعات بیشتری در مورد مزایای سایر گزینه های سرمایه گذاری بهره مند شوند. به طور خلاصه آموزش، عامل اساسی در غلبه بر ابهام‌گریزی است.

۲- تاکتیک‌های مقابله با اثر کاردانی: وقتی که سرمایه‌گذاری در معرض اثر کاردانی قرار دارد بسیار اهمیت دارد که در مورد اشتباهات بالقوه‌ای مانند انجام مکرر معاملات که برای دارایی فرد زیان‌بار است. به آن‌ها مشاوره داده شود. «گراهام»، «هاروی» و «هانگ» نشان دادند؛ سرمایه‌گذارانی که تمایل بیشتری به تبدیل بخشی از دارایی‌های خود به اوراق بهادار خارجی دارند؛ آن‌هایی هستند که احساس می‌کنند بیشترین کاردانی را در سرمایه‌گذاری دارایی‌های خارجی دارند. توصیه اساسی این است که اجازه ندهید کاردانی و خبرگی در یک عرصه خاص، مانع از سرمایه‌گذاری در سایر عرصه‌ها شود. به عنوان مثال اگر شما به عنوان مشاور؛ یک مشتری دارید که در زمینه املاک و مستغلات تبحر دارد، آیا موافقید که این فرد صد در صد سرمایه‌گذاری خود را به ملاک و مستغلات اختصاص دهد؟ کاملاً روشن است که پاسخ این سوال منفی است و باید به اصول و مبانی یک پرتفوی با تنوع مطلوب وفادار بمانید.

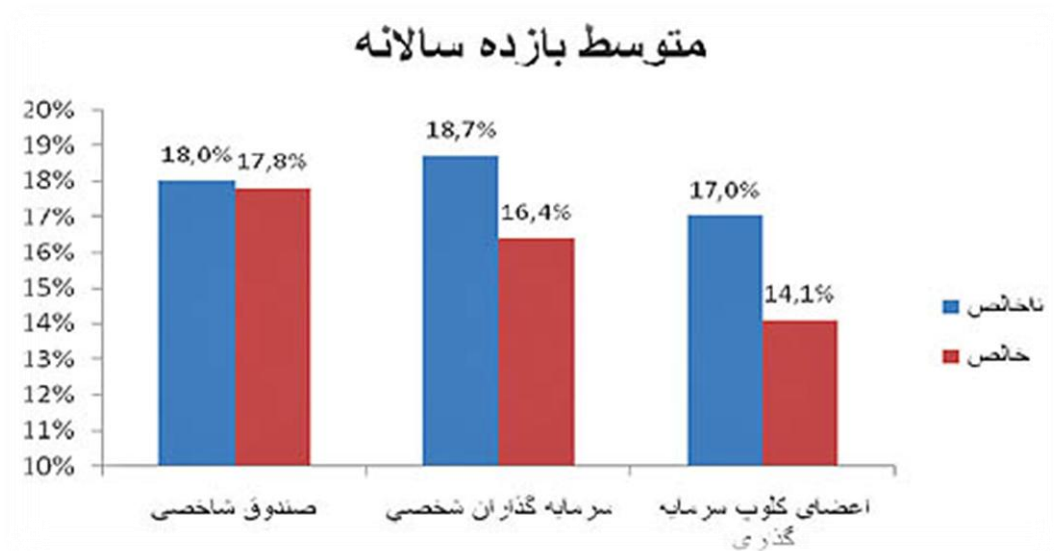
۳,۴,۲,۲ سایر تورش‌های اصلی

در ادامه به شرح مختصر تورش‌های اصلی می‌پردازیم:

۱- بیش‌اعتمادی^۱

این سوگیری، یک اعتماد بی‌اساس در مورد توانایی شناختی، قضاوت و استدلال شهودی فرد است. معمولاً افراد در مورد تواناییهای خود در پیش‌بینی و هم‌درمورد دقت اطلاعاتی که در اختیار آنان قرارداد، برآوردی بیش از اندازه دارند. همچنین در تخمین احتمالات عملکردی ضعیف دارند و رویدادهایی را که حتمی می‌دانند، غالباً دارای احتمال وقوع بسیار کمتر از صد در صد است.

شکل زیر از منظر دقیقتری آثار پدیده معاملات بیش از حد و ارتباط آن با اعتماد بیش از حد را بررسی می‌کند. نمودار (باربر و اودین، ۲۰۰۰) عملکرد چند گروه از سرمایه‌گذاران را در یک بازه زمانی طولانی مدت (۷ سال) نشان می‌دهد.



شکل ۲.۱: مقایسه عملکرد گروه‌های سرمایه‌گذار

^۱ Over confidence

۲ - مُعرف‌گرایی^۱

این سوگیری شناخت غلط یک پدیده جدید به علت مشابهت‌های آن با پدیده‌های آشنای قبلی است. معمولاً افراد موضوعات و تفکرات خود را طبقه‌بندی می‌کنند. زمانی که یک پدیده با طبقه‌بندی‌های پیشین ساخته آنان ناسازگار است سعی می‌کنند به هر طریق ممکن این پدیده را با طبقه‌بندی پیشین خود تطبیق دهند. اما گاهی اوقات یک محرک جدید شبیه و معرف^۲ عناصر آشنایی است که قبلاً طبقه‌بندی شده است ولی موارد قیاس پذیری وجود دارد که شدیداً با یکدیگر متفاوت هستند و در چنین مواردی واکنش طبقه‌بندی گمراه کننده بوده و درک نادرستی از عنصر جدید ایجاد می‌کند.

۳ - اتکاء و تعدیل^۳

این سوگیری تخمین اشتباه یک متغیر به علت انتخاب مبنای نادقیق تخمین اولیه است. افراد عموماً در زمان تخمین یک رقم اولیه ذهنی را مبنا قرار می‌دهند. سپس سعی می‌کنند روی این رقم تعدیل مثبت یا منفی کنند تا اطلاعات جدیدی به دست آید. مطالعات متعدد نشان داده است که افراد بدون توجه به کیفیت و نحوه انتخاب نقطه اتکاء اولیه دست به این کار می‌زنند و بنابراین قادر نیستند تعادل لازم را به اندازه کافی رعایت کنند.

۴ - سازگارگرایی^۴

این سوگیری تلاشی برای غلبه بر ناراحتی ذهنی حاصل از تضاد دو شناخت^۵ است. مراد از شناخت، نگرش^۶، احساسات^۷، باورها^۱، و ارزش‌ها^۲ است. افراد معمولاً زمانی که با اطلاعات جدیدی که با ادراکات

^۱ Representativeness

^۲ Representative

^۳ Anchoring & Adjustment

^۴ Cognitive Dissonance

^۵ Cognition

^۶ Attitude

^۷ Emotion

قبلی آنها در تضاد است مواجه می‌شوند نوعی ناراحتی ذهنی را تجربه می‌کنند. سازگارگرایی نوعی عدم تعادل است که پاسخی در قالب ستیز و تلاش جهت سازگار کردن تضادها و غلبه بر ناراحتی ذهنی است.

۵ - آشناگرایی^۳

این سوگیری “یک قاعده سرانگشتی” و یک میان بر ذهنی است که برای تخمین یک احتمال استفاده میشود. افراد برای حدس احتمال وقوع یک پیامد بر اساس میزان شیوع یا رواج آن مبتنی بر زندگی و تجربیات خود اقدام می‌کنند. بر اساس این روش افراد تخمین احتمالات پیچیده را بر اساس تجربیات قبلی خود به سادگی برآورد می‌کنند.

۶ - خوداسنادی^۴

این سوگیری باعث می‌شود که افراد ریشه موفقیت‌ها را از ویژگی‌های ذاتی و توانمندیهای خود دانسته و ریشه شکست‌ها را در عوامل بیرونی تفسیر کنند. این سوگیری از دو نوع خود ارتقای^۵ و خود پشتیبانی^۶ رایج‌تر است.

۷ - توهم کنترل^۷

این سوگیری گرایشی را در انسان توصیف می‌کند که موجب می‌شود افراد تصور کنند که می‌توانند پیامدها را کنترل کرده یا بر آنها تاثیر بگذارند در حالیکه در واقعیت اینگونه نیست.

^۱ Belief

^۲ Value

^۳ Availability

^۴ Self Attribution

^۵ Self-enhancing

^۶ Self-protecting

^۷ Illusion of control

۸ - دیرپذیری^۱

این سوگیری نوعی فرایند ذهنی است که موجب می‌شود افراد به دیدگاه یا پیش‌بینی‌های قبلی خود متمسک شوند و اطلاعات جدید را نادیده بگیرند و یا واکنش کمتری نسبت به آن‌ها نشان بدهند.

۹ - خطای تصادفی بودن^۲

ادراک انسان کم و بیش تحت تأثیر شانس و خرافات است. البته این امر در فرهنگ‌های مختلف متفاوت است. برای مثال در مشرق زمین اعتقاد به شانس و خرافات بیشتر است. این امر با کانون کنترل مرتبط است. همین افراد معتقدند که برخی از وقایع به خاطر شانس اتفاق می‌افتد. این مسئله در بورس اوراق بهادار و خرید و فروش سهام بسیار اتفاق می‌افتد. چیزی که باعث می‌شود تصمیم‌گیری از شانس و خرافات تأثیر نامطلوب بپذیرد این است که انسان برای این امر شانس و تصادفی معانی خرافی متفاوتی می‌سازد و تفسیر می‌کند.

۱۰ - داشته بیش‌نگری^۳

افراد در معرض سوگیری “داشته بیش‌نگری” زمانی که از حقوق مالکیت یک دارایی برخوردار هستند، ارزش بیشتری را برای آن در مقایسه با زمانی که آن دارایی مایملک آن‌ها نیست قائل می‌شوند. به هر حال قیمت‌های پیشنهادی فروش افراد بیشتر از حداکثر قیمت‌های خریدی است که آن‌ها حاضرند بابت همان کالا بپردازند.

^۱ Conservatism

^۲ Randomness bias

^۳ Endowment

۱۱ - تشدید تعهد^۱

تشدید تعهد زمانی رخ می دهد که روند و جریان تصمیم، یکسری از تصمیمات متوالی را در پی داشته باشد. تشدید تعهد به این موضوع اشاره دارد که حتی وقتی یک تصمیم اشتباه است و شواهد و تبعات تصمیم نیز این امر را تصدیق می کند باز هم اصرار بر ادامه آن تصمیم وجود دارد و شدیدتر می شود. حتی زمانی که خود فرد مسئول شکست است اصرار بر تعهد پیشین تشدید می شود تا نشان دهد که تصمیم نخست‌اش غلط نبوده است.

۱۲ - بهینه بینی^۲

این سوگیری باعث می شود که افراد خصیصه های شخصی خود را مثبت و بالاتر از حد متوسط ارزیابی می کنند. افراد معمولاً اقتصاد، بازار و پتانسیل های عملکردی خود را بیش از اندازه بهینه می بینند و فکر می کنند که مشکلاتی که دیگران دارند برای آنها نخواهد بود. در واقع افراد تکیه بر مشخصات درونی را مناسب تر از تکیه بر مشخصات بیرونی می دانند.

۱۳ - حساب انگاری^۳

افراد با طبقه بندی امتیازات و ویژگی های پول های مختلف که از منابع مختلف به دستشان می رسد، رفتاری دارند که تفاوت عقلایی ندارد. مثلاً کاربردهایی که برای پول حاصل از سود یک قرارداد در ذهنشان ترسیم کرده اند با پولی که از یک قرعه کشی یا شرط بندی به دست آمده یا از یک ارثیه

^۱ Escalation of commitment

^۲ Optimism

^۳ Mental Accounting

متفاوت است. به عبارت دیگر درآمد جاری، دارایی‌های فعلی و درآمدهای آتی در ذهن افراد جایگاه متفاوتی دارد و کشش برای مصرف درآمد جاری در آن‌ها بیشتر است.

۱۴ - تاییدگرایی^۱

این سوگیری باعث می‌شود که بر ایده‌ها و پدیده‌هایی تاکید کنیم که موید باورهای ماست و آنچه که در تضاد با نظرات ماست را بی اهمیت بدانیم.

۱۵ - رویدادگرایی^۲

رویدادگرایی باعث می‌شود که ما حتی اگر یک پدیده‌ای قابل پیش‌بینی هم نباشد، همواره بگوئیم: «از اولش می‌دانستم اینجوری می‌شود». توصیف کلیه‌ی وقایع به صورت قابل پیش‌بینی باعث می‌شود که در پیش بینی آینده عدم قطعیتی که پیش از رویداد مورد نظر وجود دارد را دست کم بگیریم.

۱۶ - زیان‌گریزی^۳

از نظر روانی، امکان وقوع زیان به عنوان یک محرک، دو برابر امکان کسب سود در تصمیم افراد موثر است. زیان‌گریزی باعث می‌شود که افراد دو دستی به یک سرمایه‌گذاری و یا طرح زیان‌ده بچسبند تا اوضاع عوض شده و شاهد سودآوری آن باشند.

۱۷ - تازه‌گرایی^۴

این سوگیری باعث می‌شود که افراد به نحو بارزی بیشتر از رویدادهای گذشته، رویدادها و مشاهدات اخیر را به یادآورند و بر آن‌ها تمرکز کنند.

^۱ Confirmation

^۲ Hindsight

^۳ Loss Aversion

^۴ Recency

۱۸- پشیمان‌گریزی^۱

این سوگیری باعث می‌شود برای آنکه پشیمان نشویم دست به عمل قاطع نزنیم. ترس از رسیدن به چیزی کمتر از انتظار و وفادار ماندن به موقعیت‌های زیان‌ده قبلی و پیشگیری از رنج بدتر شدن اوضاع از عوارض این سوگیری است. افراد مبتلا به این سوگیری همواره در اجتناب از «خطای اقدام» و «خطای غفلت» هستند.

۱۹- شکل‌گرایی^۲

این سوگیری باعث می‌شود که ما در تصمیم‌گیری به شکل^۳ واقعیت بیشتر واکنش نشان دهیم تا خود واقعیت. مثلاً در یک فروشگاه یک نسکافه با لیوان کنار آن ممکن است ما را به این برداشت برساند که این دو چون داخل یک بسته هستند، قیمت بسته ارزان‌تر از خرید تک تک قهوه و لیوان خواهد بود. در واقع قبل از آنکه افراد دقت کنند که تخفیف فله‌ای در کار بوده است یا نه شکل عرضه باعث می‌شود که نسبت به خرید ترغیب بیشتری نشان داده و قضاوت ذهنیشان وجود تخفیف باشد.

۲۰- دگرگون‌گریزی^۴

این سوگیری عملاً اجتناب از تغییر و گرایش به ثابت ماندن است. به علت این سوگیری افراد چیدمان انتخاب‌ها و گزینه‌هایشان را به گونه‌ای انجام می‌دهند تا منجر به انتخابی شود که وضع موجود را تأیید می‌کند.

^۱ Regret Aversion

^۲ Framing

^۳ Frame

^۴ Status Que

۴,۴,۲,۲ چگونگی واکنش به سوگیری‌های رفتاری در فرآیند تخصیص سرمایه

بر اساس مقاله‌ای که در مارس ۲۰۰۵ توسط دو تن از اساتید بزرگ مالی رفتاری یعنی میشل پمپین و جان لانکو با عنوان «ورود مالی رفتاری به فعالیت سرمایه‌گذاری»^۱ به چاپ رسید، دو اصل برای طراحی بهترین تخصیص دارایی در عمل با مد نظر گرفتن سوگیری‌های رفتاری مشتری وجود دارد. این اصول از نوع قطعی و تجویزی نیست، بلکه باید به همراه سایر اطلاعات موجود در مورد ظرفیت پذیرش ریسک، اهداف مالی، اولویت‌های طبقات دارایی و سایر موارد به کار گرفته شود. این اصول به آن اندازه کلی است که با موقعیت مشتریان مختلف قابل تطبیق باشد. در عین حال در برخی موارد استثنایی ممکن است تطبیق صورت نگیرد.

هنگام مد نظر قرار دادن سوگیری‌های رفتاری در تخصیص دارایی، مشاوران مالی باید نخست تعیین کنند که قصد دارند ترجیحات مشتری را تعدیل کنند یا آن را بپذیرند. اصول ارائه شده رهنمودی برای معمای «چه زمانی تعدیل، چه زمانی قبول»^۱ فراهم می‌سازد.

اصل اول: سوگیری‌های رفتاری سرمایه‌گذار ثروتمند را قبول کنید و سوگیری‌های رفتاری مشتریان نه‌چندان ثروتمند را تعدیل کنید.

اگر یک برنامه تخصیص دارایی به این دلیل که هم‌نوایی و انطباق زیادی با سوگیری‌های سرمایه‌گذار دارد، عملکردی ضعیف را به همراه داشته باشد، زندگی یک سرمایه‌گذار ضعیف را به طور جدی به مخاطره می‌اندازد. اما آن‌هایی که از نظر مالی در امنیت قرار دارند، آسیب کمتری می‌بینند.

اصل دوم: سوگیری‌های رفتاری شناختی را تعدیل کنید و نوع احساسی آن قبول کنید.

^۱When to moderate, when to adapt

سوگیری‌های رفتاری در دو طبقه اصلی جای می‌گیرند. «شناختی»^۱ و «احساسی»^۲ که هر دو گونه می‌تواند «قضاوت‌های غیر عقلایی»^۳ را موجب شود. از آنجائیکه منشاء تمایلات شناختی استدلال نادرست است، غالباً اطلاعات بیشتر و مشاوره می‌تواند آن را تصحیح کند. در مقابل تمایلات احساسی، نه از محاسبات آگاهانه که از «شهود»^۴ یا «انگیزش»^۵ نشأت می‌گیرد، بنابراین تصحیح آن‌ها مشکل است. تمایلات شناختی شامل «غیر مستدل»^۶ مثل «تکا و تعدیل»^۷، «آشنا گرایی»^۸ و «نماگری»^۹ است. سایر تمایلات شناختی شامل «ابهام گریزی»^{۱۰}، «خود اسنادی»^{۱۱} و «دیرپذیری»^{۱۲} است. تمایلات احساسی شامل «داشته بیش نگری»^{۱۳}، «زیان گریزی»^{۱۴} و «کوتاه نگری»^{۱۵} است.

بکارگیری همزمان اصل اول و دوم نیز امکان پذیر است. به عنوان مثال یک سرمایه‌گذار ضعیف با تمایلات احساسی قوی هم باید تعدیل و هم تطبیق داده شود.

۵.۲.۲ مدل‌های روان نموداری مورد استفاده در مالی رفتاری

مدل‌های «روان نموداری»^{۱۶} به منظور طبقه بندی افراد بر اساس رفتارها، گرایش‌ها و ویژگی‌های معین طراحی شده است. طبقه بندی روان نموداری به ویژه به ظرفیت پذیرش ریسک و استراتژی فردی مرتبط شده است. زمینه و تجربیات گذشته‌ی یک سرمایه‌گذار می‌تواند نقش مهمی را در

^۱ Cognitive

^۲ Emotional

^۳ Irrational Judgments

^۴ Intuition

^۵ Impulse

^۶ Heuristics

^۷ Anchoring and Adjustment

^۸ Availability

^۹ Representative ness

^{۱۰} Ambiguity Aversion

^{۱۱} Self-Attribution

^{۱۲} Conservatism

^{۱۳} Endowment

^{۱۴} Loss Aversion

^{۱۵} Self-Control

^{۱۶} Psychographic

تصمیمات اتخاذ شده در فرآیند تخصیص دارایی ایفا کند. اگر این نمودارها بتوانند تمایلات سرمایه-گذاران را به تصویر بکشد آنگاه حرفه‌ای‌های بازار می‌توانند از آن‌ها در تشخیص و شناسایی سوگیری-های رفتاری، قبل از اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری استفاده کنند.

دو مطالعه مهم در این رابطه کار «بارن وال»^۱ در سال ۱۹۸۷ و دیگری «مدل بایلارد، بایل و کایرز»^۲ در سال ۱۹۸۶ است.

۱,۵,۲,۲ مدل دو طرفه‌ی «بارن وال»

این مدل، بین دو گونه‌ی شناخته شده از سرمایه‌گذاران تمایز قائل شد: «سرمایه‌گذاران منفعل»^۳ و «سرمایه‌گذاران فعال»^۴: توصیف این دو گونه به شرح زیر است:

سرمایه‌گذاران منفعل گروهی هستند که به روش منفعلانه مثل ارث یا استفاده از سرمایه دیگران (به جای به مخاطره انداختن سرمایه خود) ثروتمند شده‌اند. سرمایه‌گذاران منفعل در مقایسه با گروهی که ظرفیت پذیرش ریسک دارند نیاز بیشتری به امنیت احساس می‌کنند.

هرچه منافع اقتصادی در اختیار یک فرد کمتر باشد، احتمال اینکه او یک فرد سرمایه‌گذار منفعل باشد، بیشتر است. کمبود منابع، توان و ظرفیت پذیرش ریسک را در فرد کاهش داده و به جای آن احساس نیاز بیشتر به امنیت را جایگزین می‌کند بنابراین درصد بالایی از طبقات پایین و میانی جامعه نیز (از نظر اقتصادی) به عنوان سرمایه‌گذاران منفعل طبقه‌بندی می‌شوند.

سرمایه‌گذاران فعال گروهی هستند که ثروت را با فعالیت خود به دست آورده‌اند. این افراد فعالانه خلق ثروت کرده و سرمایه خود را در کسب آن به مخاطره انداخته‌اند. در گروه سرمایه‌گذاران فعال، ظرفیت

^۱ Barnewaall

^۲ Bailard , Biehl and Kaiser

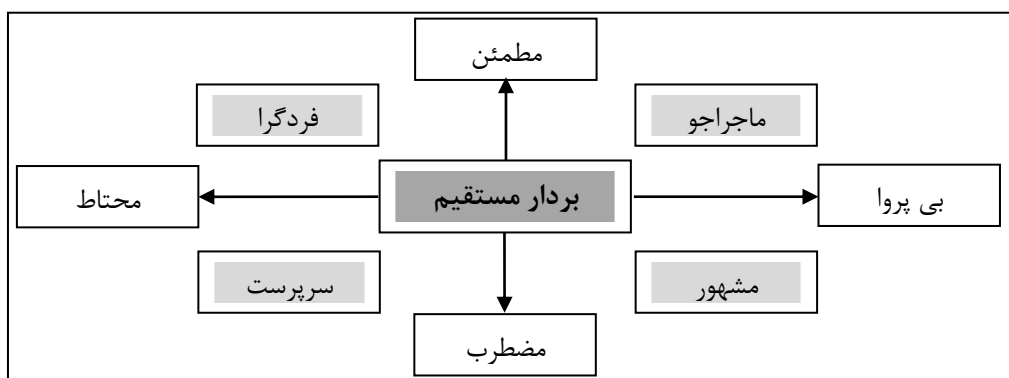
^۳ Passive investors

^۴ Active investors

پذیرش ریسک بیشتر از نیاز به امنیت است. همین ریسک پذیری موجب می‌شود تا آن‌ها ترجیح دهند کنترل سرمایه گذاری‌های خود را در دست داشته باشند. این افراد خود را باور دارند و علی‌رغم در اختیار داشتن مدیرانی که برای آن‌ها کار می‌کنند، خودشان نیز فعالانه درگیر کار می‌شوند. شاید به این دلیل که فکر می‌کنند از این طریق می‌توانند ریسک خود را به یک سطح قابل قبول کاهش دهند. بارون وال معتقد است با نگاهی به شرح احوال و زندگی افراد می‌توان طبقه آن‌ها را از حیث فعال و غیر فعال بودن تشخیص داد و در طراحی پرتفوی از آن استفاده نمود.

۲,۵,۲,۲ مدل پنج طرفه «بایلارد»، «بایل» و «کایزر»

مدل پنج طرف بایلارد و کایزر (BB&K) برخی از اصول و مبانی مدل بارون وال را به نمایش می‌گذارد اما با طبقه‌بندی شخصیت‌های سرمایه‌گذاران در امتداد دو محور «سطح اطمینان»^۱ و «روش عمل»^۲ جنبه‌ی دیگری از تحلیل را معرفی می‌کند. نمایش گرافیکی این مدل در شکل زیر ارائه شده است:



شکل ۲,۲: مدل گرافیکی پنج‌طرفه‌ی BB&K

نخستین جنبه‌ی شخصیت با این موضوع سروکار دارد که سرمایه‌گذار با چه سطحی از اطمینان به زندگی می‌نگرد، بدون توجه به اینکه همین نگرش را نسبت به حرفه و ثروت خود دارد. این موارد انتخاب‌های احساسی مهمی هستند و از طریق میزان اطمینان یا عدم اطمینان سرمایه‌گذار به برخی موضوعات تعیین می‌شود. دومین عامل به این موضوع مربوط می‌شود که آیا سرمایه‌گذار در نگرش

^۱ - Level of Confidence

^۲ - Method of Action

خود به زندگی دارای سبک با احتیاط و تحلیل‌گر است یا اینکه احساسی و بی‌پروا است. این دو عامل را می‌توان به عنوان دو محور روانشناختی فردی در نظر گرفت، اولی محور «مطمئن-مضطرب»^۱ و دومی محور «محتاط-بی‌پروا»^۲ نامیده می‌شود.

در ۵ تا ۱۰ سال گذشته تحولات تازه‌ای در کاربرد عملی مالی رفتاری در سطح خرد رخ داده است. خصوصاً تحقیقات خوبی در زمینه چگونگی کارکرد مغز انسان حین اتخاذ تصمیمات مالی انجام شده است. همچنین این تحقیقات به دنبال آن بوده‌اند که نحوه‌ی رفتار تیپ‌های شخصیتی متفاوت را هنگام تصمیم‌گیری‌های مالی به تصویر بکشد.

ماجرای افراد هستند که تمایل دارند روی هر چیزی شرط‌بندی کنند و برای پیروز شدن با همه توان بجنگند. شاید به این دلیل که به برد خود اطمینان دارند. مشاوره به این افراد کار مشکلی است، چرا که ایده‌های خاص خود را در سرمایه‌گذاری دنبال می‌کنند. آن‌ها تمایل به پذیرش ریسک دارند و از دیدگاه یک مشاور سرمایه‌گذاری مشتریان نوسان‌پذیری تلقی می‌شوند.

مشهور: این افراد علاقه دارند که در مرکز توجه قرار گیرند. آن‌ها همیشه نگران کنار گذاشته شدن هستند. این افراد غالباً از ایده‌های خود در مورد سرمایه‌گذاری پیروی نمی‌کنند. اگرچه ممکن است در مورد سایر موضوعات زندگی ایده داشته‌باشند، اما در مورد سرمایه‌گذاری این‌چنین نیست. در نتیجه آن‌ها طعمه خوبی برای معاملات با حجم بالای کارگزاران هستند.

فرد محور: این گروه، افرادی هستند که تمایل دارند راه خود را بروند. نمونه‌هایی مثل مالکین کسب کارهای کوچک یا افراد مستقل حرفه‌ای مانند مشاورین حقوقی، مهندسين و حسابداران رسمی از این دسته‌اند. این افراد با احتیاط پیشه‌کردن در مورد موضوعات و با داشتن سطح معینی از اطمینان

^۱Confident -Anxious

^۲Careful-Impetuous

خودشان تصمیم می‌گیرند. در عین حال محتاط، دارای سبک و تحلیل‌گر هستند. این گروه برای مشاوران سرمایه‌گذاری مشتریان مناسبی هستند، سرمایه‌گذاران عقلایی که یک مدیر پرتفوی به راحتی می‌تواند با آن‌ها سخن بگوید.

سرپرست : هنگامی که افراد پا به سن می‌گذارند و یا بازنشسته می‌شوند، به این تیپ شخصیتی متمایل می‌شوند. آن‌ها محتاط و تا حدی نگران پول خود هستند. آن‌ها می‌دانند که زمان محدودی برای کسب درآمد دارند و لذا باید از دارایی‌هایشان مراقبت کنند. این گروه به نوسان‌پذیری و هیجان علاقه‌ای ندارند. از آنجایی که این طبقه نسبت به توانایی خود در پیش‌بینی آینده و یا تشخیص موارد مناسب سرمایه‌گذاری مطمئن نیستند، از راهنمایی و مشاوره استقبال می‌کنند.

بردار مستقیم: این گروه بسیار متعادل هستند و در هیچ یک از مناطق چهارگانه قرار نمی‌گیرند. لذا از ویژگی‌های نسبتاً متوازی مرکب از هر یک از چهار گونه دیگر برخوردار بوده و تمایل به پذیرش ریسک متوسطی دارند.

۶,۲,۲ افراد تاثیرگذار در حیطه مالی رفتاری

نیکلاس باربریز (Nicholas Barberis)، شلومو بنارتزی (Shlomo Benartzi)،

کنت دنیل (Kent Daniel)، دیوید هیرشلیفر (David Hirshleifer)،

هریسون هنگ (Harrison Hong)، ترنس ادین (Terrance Odean)،

هرش شفرین (Hersh Shefrin)، رابرت شیلر (Robert Shiller)،

آندری شلیفر (Andrei Shleifer)، میر استیتمن (Meir Statman)،

جرمی استین (Jeremy Stein)، ای. سابراهمنیام (Subrahmanyam A)،

ریچارد تالر (Richard Thaler)، ورنر دیبوند (Werner DeBondt)

۳،۲ مدیریت و برنامه ریزی مالی شخصی

۱،۳،۲ مقدمه و تعریف

شاید پاسخی ساده به این سؤال این باشد که برنامه‌ریزی کاری است که (برنامه ریزان) انجام می‌دهند! بنابراین، سؤال کماکان باقی می‌ماند فقط به این شکل تغییر می‌یابد که برنامه‌ریزان چه کسانی هستند؟

در کتب مختلف می‌بینیم که مفهوم برنامه‌ریزی و به خصوص معادل لغوی فرنگی آن "To plan" به معانی مختلفی بکار رفته است.

مهندسين، آن را تهیه‌ی نقشه و طراحی فیزیکی کاری که می‌خواهند انجام دهند (نظیر بنای ساختمان یا ساختن هواپیما) می‌دانند! پزشکان آن را مرحله‌ای پس از تشخیص، و به عنوان تنظیم پروتکل اقدامات درمانی می‌دانند. متخصصین حوزه‌های «بخشی»^۱ برنامه را ترکیبی از اقدامات هماهنگ پیش‌بینی شده، برای غلبه بر چالش‌های شناخته شده و تبیین شده بخش‌های مختلف، نظیر کشاورزی، آب، انرژی، آموزش و پرورش، بهداشت، صنعت و معدن و غیره قلمداد می‌کنند.

متخصصین آمایش منطقه‌ای هم برنامه‌ریزی را انطباق راهبردهای کلان با ویژگی‌ها، توانمندی‌ها و مشکلات جغرافیایی، منطقه‌ای و سرزمینی مناطق مختلف می‌انگارند.

اقتصاد دانان، جامعه شناسان و سایر متخصصان علوم اجتماعی، برنامه‌ریزی را برای نیل به اهداف توسعه‌ای، ارتقاء درآمد ملی، بهبود کیفیت زندگی، توزیع عادلانه درآمدها و سطوح بهره‌مندی اجتماعی و به‌خصوص تأمین نیازهای اولیه و ضروری، قلمداد می‌کنند.

^۱Sectoral

علاوه براین، مباحث مختلفی در ترجیحات برنامه های موضعی و موضوعی (پروگرام) و برنامه های جامع، و نکات ضعف و قوت هریک نسبت به دیگری هم در بین صاحب نظران مربوطه مطرح می باشد! به طور کلی، برنامه ریزی، معمولاً معادل آینده نگری در نظر گرفته شده است، و عبارت از مجموعه اقداماتی است که به پیش بینی «آینده» می پردازد و برای طراحی و دستیابی به یک آینده مطلوب تلاش می کند. برنامه ریزی به این معنی، متضاد «روزمرگی» است و از آنجا که لازمه طراحی آینده، تفکر و اندیشه است، برنامه ریزی، متضاد انجام عادی و شهودی و حسی کارها و فعالیت ها نیز قرار می گیرد.

به عبارت دیگر، کمال انسانی در تفکر، حکمت، تعقل، شناسایی چالش های پیش رو و اتخاذ تدابیر لازم و پیش گیرانه برای غلبه بر چالش ها تجلی می نماید. بدین سان، برنامه ریزی، فعالیت «عالی» و کمال جویانه برای انسان ها تلقی می شود.

۲,۳,۲ حوزه های مدیریت و برنامه ریزی شخصی

مدیریت مالی شخصی دارای حوزه های مختلفی می باشد که هر شخصی در هر دوره از حیات خویش یک یا چند حوزه را متناسب با شرایط خویش مورد توجه مضاعف قرار می دهد. این مراحل عبارت اند از:

۱- برنامه ریزی مالی

۲- مدیریت پول

۳- محافظت از درآمد و دارائی

۴- برنامه ریزی سرمایه گذاری

۵- برنامه ریزی بازنشستگی و دارایی ها

۳,۳,۲ عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی مالی شخصی

عوامل مختلفی، تصمیم‌گیری‌های مالی روزانه را تحت تاثیر خویش قرار می‌دهند، که وابسته به سن و تعداد اعضای خانواده تا نرخ بهره و تورم می‌باشد. ورودی‌های متعددی به عنوان ورودی‌های اصلی این سیستم می‌باشد، که شامل: ارزش‌ها، نگرش‌ها، سبک زندگی، خواسته‌ها، نیازها، افراد پیرامون، منابع انسانی، منابع مادی و مواد اولیه، ارتباطات، پول و ثروت شخص می‌باشد.

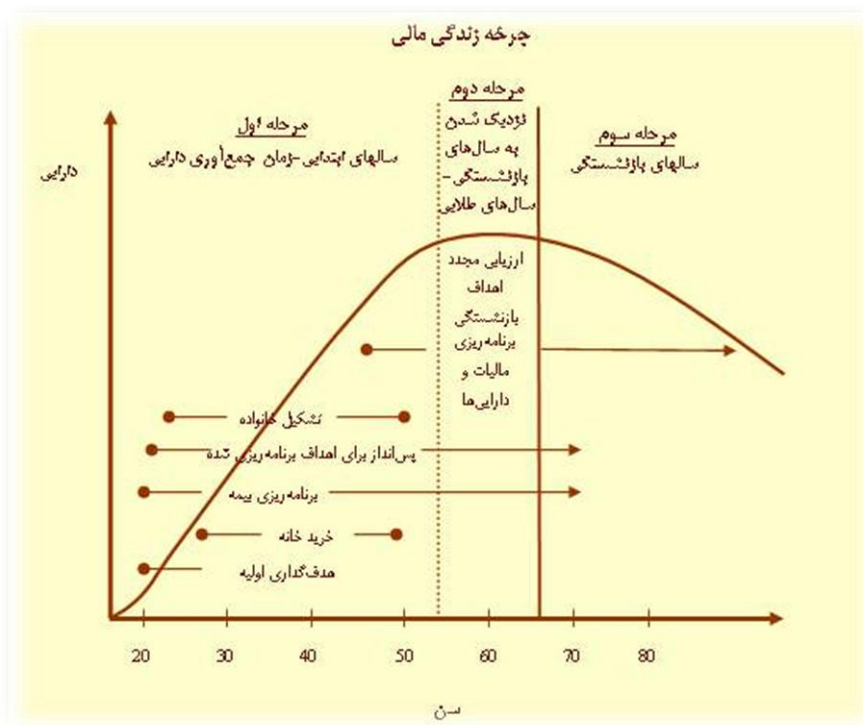
بر اساس این ورودی‌ها برنامه‌هایی برای هزینه‌ها و پس‌اندازها، مدیریت ریسک و انباشته کردن ثروت فراهم می‌شوند، تا بر اساس تلاش‌های مدیریتی که شامل برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، اجرا، کنترل، ارزیابی، تطبیق یافتن، بازخورد، ارتباطات و سایر تلاش‌های مدیریتی می‌شود، به خروجی سیستم که دست یافتن به اهداف مالی می‌باشد، نایل شوند.

در اینجا به سه رکن اساسی که فعالیت‌های برنامه‌ریزی مالی را تحت تاثیر قرار می‌دهند، به صورت مبسوط‌تری می‌پردازیم.

۱,۳,۳,۲ موقعیت زندگی

نوع رفتار اقتصادی جوان بیست ساله با فردی پنجاه ساله کاملاً متفاوت می‌باشد. عوامل شخصی همچون سن، درآمد، تعداد اعضای خانواده، اعتقادات شخصی، الگوهای رفتاری اشخاص را تحت تاثیر قرار می‌دهد. موقعیت زندگی شما یا سبک زندگی شما بر اساس عوامل مختلفی شکل گرفته است.

به طور کلی چرخه زندگی مالی یک فرد در طول دوران زندگی‌اش را می‌توان به صورت زیر نشان داد:



شکل ۳،۲: چرخه‌ی زندگی مالی افراد

۲،۳،۳،۲ ارزش‌های شخصی

ارزش‌ها عبارتند از عقاید و اصولی که افراد صحیح، مطلوب و مهم می‌پندارند. ارزش‌ها اثر مستقیم بر روی تصمیمات اشخاص دارند. بنابراین ارزش‌های پذیرفته شده هر فرد اثر مستقیم در زمینه‌ی هزینه‌کردن یا پس‌انداز کردن برای آینده او دارد.

این ارزش‌ها بر دو دسته‌اند:

ارزش‌های بنیادین و ارزش‌های مقطعی

ارزش‌های بنیادین، ثابت و غیر قابل تغییرند و غالباً اعتبار جهانی و گسترده دارند. مثل صداقت و تعهد. اما ارزش‌های مقطعی، غیر ثابت و مربوط به شرایط و موقعیت‌ها و انتخاب‌های افراد می‌باشند. به عنوان مثال توجه به زیبایی ظاهری ممکن است برای فردی ارزش باشد و لذا بخش مهمی از درآمدهای خود را به آن اختصاص دهد اما برای دیگری مهم نباشد و به آن توجه ویژه‌ای ننماید.

فعالیت‌های اقتصادی روزانه به عنوان یکی دیگر از عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی مالی شخصی می‌باشد. محیط اقتصادی در برگیرنده نهادهای مختلف، کسب‌کارهای اصلی، نیروی انسانی و دولت می‌باشد، که می‌بایست با همدیگر کار کنند تا خواسته‌ها و نیازها را برآورده نمایند. به طور کلی موارد زیر، به عنوان عوامل اقتصادی، برنامه‌ریزی مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

۱- قیمت‌های مصرفی: تورم به عنوان عامل افزایش در سطح عمومی قیمت‌ها می‌باشد. بر اثر تورم قدرت خرید پول کاهش می‌یابد. دلیل اصلی برای تورم، افزایش سطح تقاضا بدون افزایش متناسب در عرضه می‌باشد. تورم برای افرادی که با سطح ثابتی از درآمد زندگی می‌کنند، بسیار آزاردهنده می‌باشد. زیرا بر اثر تورم، افراد بازنشسته و سایر افرادی که درآمد آنها قابلیت تغییر ندارد، به میزان کمتری از کالاها و خدمات بهره‌مند می‌گردند.

در نقطه مقابل، تورم به صورت معکوس به نفع وام‌گیرندگان می‌باشد. زیرا پولی را که وام‌گیرندگان گرفته‌اند، دارای قدرت خرید بالاتری نسبت به پولی است که بازپرداخت می‌نمایند. این منفعت را با سود حاصل از زمانی که پول در اختیار آنان می‌باشد، اضافه کنید تا ارزش وام گرفتن در زندگی مالی را دریابید. البته در اکثر موارد نرخ بهره وام‌ها در دوره افزایش تورم، افزایش می‌یابد. اما در صورتی که مبلغ وام‌ها به صورت ثابت برای یک دوره زمانی مشخص با دامنه سود معقولی داده می‌شود، منفعت حاصل از این فرصت، امتیازات بالایی برای وام‌گیرندگان ایجاد می‌کند. به عنوان مثال اگر وام گیرنده، مبلغ دریافتی را در یک پروژه مناسبی سرمایه‌گذاری کند که نرخ سود آن بیشتر از نرخ بهره وام باشد، از فرصت حاصل از این امتیاز بهره‌مند شده است.

۲- پرداخت‌های مصرف‌کننده: تقاضا برای کالاها و خدمات در اقتصاد، فرصت‌های اشتغال و پتانسیل برای درآمد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هنگامی که میزان خریدهای مصرف‌کنندگان بالا می‌

رود، منابع مالی برای فرصت‌های شغلی فعلی و آتی افزایش می‌یابد که موقعیت مالی بسیاری از خانوارها را بهبود می‌بخشد. در مقابل، کاهش تقاضاها منجر به بیکاری می‌شود، که حاصل از کاهش منابع مالی کسب و کارها می‌باشد. مشکلات مالی ناشی از بیکاری به عنوان یکی از نگرانی‌های اصلی کسب و کارها، نیروی انسانی و دولت‌ها می‌باشد.

۳- نرخ بهره: نرخ بهره مشخص کننده هزینه پول می‌باشد. همانند هر چیزی پول هم دارای قیمتی می‌باشد. به طور معمول میزان عرضه و تقاضای پول اثر گذار بر نرخ بهره می‌باشد. هنگامی که تمایل به پس انداز و سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد، نرخ بهره کاهش می‌یابد. همین طور زمانی که تقاضا برای دریافت پول افزایش می‌یابد، نرخ بهره بالا می‌رود. بر اساس نوع سرمایه‌گذاری، پس انداز، و وام‌گیری، تغییرات نرخ بهره برنامه مالی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۴,۳,۲ پیشینه

حرفه‌ی برنامه‌ریزی مالی شخصی در کشورهای آسیایی تقریباً حرفه‌ی جدیدی محسوب می‌شود اما به عنوان یک حرفه‌ی بسیار قوی و تأثیر گذار در آینده‌ای نه چندان دور ظهور خواهد کرد. چراکه با پیچیده شدن روزافزون تصمیم‌گیری‌های اقتصادی، نیاز به افراد متخصص و یا گروه‌هایی است که بتوانند از منظرهای گوناگون این امر را بررسی کرده و بهترین تصمیم را اتخاذ کنند. در این زمینه تحقیقات وسیعی صورت گرفته است که در زیر به اختصار چند مورد را در هر بخش ذکر می‌کنیم.

در مدیریت پول

لی و لیم^۱ (۲۰۰۱) در یک بررسی تجربی، نگرش افراد را نسبت به پول و کار سنجیدند و بیان کردند که این نگرش تحت تأثیر عملکرد اقتصادی کشورشان است.

^۱ Lee and Lim

مارتین و همکارانش^۱ (۲۰۰۳) ارتباطات جالبی بین رویکرد اعضای خانواده نسبت به پول و رویکرد فرزندان نسبت به پول را نشان دادند.

آروکاس^۲ و وایتساید^۳ (۲۰۰۳) مقیاس‌های اخلاقی پول را مورد مطالعه قرار دادند. پول از این دید می‌تواند بودجه، شر، موفقیت و یا محرک قلمداد شود. آنان به این نتیجه رسیدند که جنسیت، وضعیت تاهل، میزان رضایت از زندگی در این نگرش تأثیر دارند.

در برنامه‌ریزی بیمه

گلوی^۴ (۱۹۹۴) شرح داد که مدیران و متخصصان باید به امر برنامه‌ریزی بیمه توجه داشته باشند با این حال اکثر آن‌ها قابلیت‌های لازم را برای پرداختن به این قضیه ندارند و لذا به مشاوره‌ی متخصصان نیاز پیدا خواهند کرد.

گلوور^۵ و همکارانش (۲۰۰۳) دلایل افزایش و کاهش تقاضا را برای بیمه در آمریکا مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که هزینه‌های بیمه و هزینه‌های درمانی، مهم‌ترین عوامل تأثیر گذار در این امر می‌باشند.

در برنامه‌ریزی سرمایه‌گذاری

کنیکل^۶ و همکارانش (۱۹۹۶) یک گروه آزمایش را مورد بررسی قرار دادند تا عادت مربوط به پس‌انداز کردن و برنامه‌ریزی مالی را مورد پژوهش قرار دهند. در این پژوهش نشان داده شد که نگرانی‌های

^۱ Martin
^۲ Arocas
^۳ whiteside
^۴ Gloyn
^۵ Glover
^۶ Kennickell

حاصل از تغییراتی چون افزایش سن، عدم قطعیت در سلامت، درآمد آتی و نگرانی‌هایی از این دست مهم‌ترین عوامل تأثیر گذار در این موضع می‌باشند.

در برنامه‌ریزی بازنشستگی

مائوله^۱ (۱۹۹۵) در پژوهش‌های خود به عواملی اشاره کرد که در تصمیم‌گیری‌های برنامه‌ریزی بازنشستگی تأثیر گذارند. وضعیت سلامت جسمی و روحی خود افراد، همسر و فرزندان در این امر دخیل است. در این میان، تفاوت‌هایی میان کارگرانی که به صورت ساعتی حقوق می‌گیرند و کارگرانی که به صورت ثابت حقوق می‌گیرند وجود دارد. کارگرانی که حقوق ساعتی می‌گیرند بیشتر نگران بازنشستگی خود هستند.

لوساردی^۲ (۲۰۰۰) نشان داد که میان مدت زمان باقی مانده تا بازنشستگی افراد و عملکرد آن‌ها برای برنامه‌ریزی بازنشستگی، ارتباط وجود دارد. هر چه این زمان کوتاه‌تر باشد، حساسیت بیشتری نسبت به این قضیه مشاهده می‌شود.

برادرز^۳ (۲۰۰۲) نشان داد که افراد الزاماً همیشه تصمیمات عقلایی و کاملاً مناسب در مورد بازنشستگی خود اتخاذ نمی‌کنند.

در برنامه‌ریزی دارایی و املاک

امواتنگ^۱ (۲۰۰۲) دریافت که در شرایط مطلوب اقتصادی، افراد تمایل کمتری به پس‌انداز از خود نشان می‌دهند و این موضوع ممکن است تا حد نگران کننده‌ای پیش رود. همین طور وضعیت اقتصادی در تصمیم‌گیری مردم برای چگونگی تخصیص دارایی‌شان به سهام تأثیر دارد.

^۱Maule
^۲lusardi
^۳Brothers

۴,۲ روان‌شناسی پول

۱,۴,۲ مقدمه و تعریف

در مطالعات و تحقیقات علمی پیشین همیشه ورود به ۳ موضوع ممنوع تلقی می‌شده است. جنگ، روابط جنسی و پول. اما امروزه شاهدیم که محققان بسیاری در این سه حوزه به تحقیق و نظریه پردازی اشتغال دارند. پول به عنوان یکی از مهمترین اختراعات تاثیرگذار بر زندگی همواره مورد علاقه نظریه پردازان در علوم مختلف بوده است. امروز به همت محققان تحقیقاتی در خور توجه در زمینه پول صورت پذیرفته است. به طور کلی چند گروه به پول علاقه نشان می دهند که شامل دیدگاه های زیر است.

۱- ادیان: ادیان هریک نظرات خود در مورد پول را در شریعت بیان کرده اند و در کتب و منابع خود در خصوص ثروت و پول نظر داده و چارچوبهایی را مشخص کرده‌اند.

۲- اقتصاد دانان: این گروه البته بیشتر به موضوع نقدینگی و اثرات آن بر اقتصاد نظر دارند و با تئوریهای خود در خصوص نقدینگی و پول سعی دارند ضمن تحلیل و بررسی رویدادهای اقتصادی در سطح خرد و کلان تا حد ممکن آن را مدیریت و حتی پیش بینی نمایند.

۳- جامعه شناسان: این گروه نیز علاقمند هستند تا بدانند چه کسی پول دارد؟ اختلافات طبقاتی حاصل از داشتن یا نداشتن پول چیست؟ هر طبقه چه رفتارهایی دارد و غیره.

۴- روانشناسان پول: این گروه هم در پی کشف مشکلات ذهنی در خصوص پول هستند. به عنوان مثال یکی از موضوعات مورد علاقه این گروه کشف بیماری‌های روانی مربوط به پول است. روانشناسی پول دانشی میان رشته‌ای است که در مرز بین کسب و کار و روانشناسی به مطالعه می پردازد.

^۱Amoateng

آنچه امروز از آن تحت عنوان "روانشناسی پول" نام برده می‌شود با بحث رفتار مالی افراد، مرتبط است. این موضوع دربرگیرنده‌ی رابطه‌ی فرد با پول است، اینکه او چگونه پول خود را خرج می‌کند؛ چه احساسی در مورد آن دارد؛ و چگونه از آن استفاده می‌کند.

در همین راستا فروید توجه ما را به نمادهای ناخود آگاه درباره پول که رفتارهای پولی غیرعقلایی و غیرطبیعی افراد از آن‌ها ناشی می‌شوند، جلب می‌کند. تاکنون موضوع پول از جنبه‌های مختلفی مورد بررسی روانشناختی قرار گرفته است. مثلاً روانشناسان شناخت‌گرا نشان داده‌اند که چگونه در زمینه پول، حواس، حافظه و پردازش اطلاعات دچار خطاهایی می‌شوند. برخی روانشناسان بالینی به بررسی آسیب‌شناسی پول، یعنی رفتارهایی مانند تمایل شدید به قمار، ولخرجی یا خساست علاقه‌مند هستند. روانشناسان رشد هم به سهم خود، زمان و چگونگی آشنایی کودکان با مسایل اقتصادی و چگونگی درک آنان را از مفهوم پول مدّ نظر قرار داده‌اند.

در دهه‌های اخیر، روانشناسان اقتصادی به جنبه‌های مختلف استفاده از پول، دلایل پس‌انداز کردن مردم و اجتناب و طفره از پرداخت مالیات، نگاهی همه جانبه انداخته و همه‌ی این مسایل را ناشی از جنبه‌های روانی پول دانسته‌اند.

پول به خودی خود فاقد قدرت است. اما زمانی که با معانی ویژه‌ای همراه می‌شود، لبریز از نیرویی خاص می‌گردد. روانشناسان به رفتارهایی علاقه‌مند هستند که در رویارویی با پول رخ می‌دهند. این سؤال که دلیل رفتارهای مردم در مقابل پول چیست و پول چه تأثیری بر روابط انسان‌ها می‌گذارد، موضوع مهمی در روانشناسی پول است.

نظریات روانشناختی در زمینه پول انگشت شمارند و نظریه‌های روانکاوی، نظریه رشد پیاژه، نظریه‌ی یادگیری رفتارگرایان و به تازگی نظریه‌های جالب روانشناسان اقتصادی، مهمترین نظریات این حوزه هستند.

۲،۴،۲ رویکرد های ذهنی مختلف نسبت به پول

مردم در قبال پول نظرات بسیار متفاوتی دارند، اما به طور کلی در این نوشتار در مورد ۶ رویکرد نسبت به پول، بحث می‌شود.

۱- گروه اول کسانی هستند که می‌گویند من به پول اهمیت نمی‌دهم. اینگونه افراد فقط می‌خواهند به مقدار کافی پول در بیاورند و خیلی در مورد مقدار پولی که عایدشان می‌شود یادر حساب بانکی‌شان ذخیره می‌کنند، نگران نیستند. اینگونه افراد مادامی که پولی کافی برای گذران زندگی‌شان داشته باشند، شاد هستند و احساس رضایت می‌کنند.

نتیجه این اعتقاد، مدیریت ضعیف منابع مالی است. برای مثال، ممکن است حتی اگر فرد، استطاعت مالی خرید چیزی را نداشته باشد، آن را بخرد فقط برای اینکه دلش می‌خواهد. در این زمینه قرض گرفتن و به‌خصوص استفاده از کارت‌های اعتباری، کاری معمولی است. اینگونه افراد برای پرداخت‌های خود تمایل زیادی به استفاده از چک دارند؛ هرچند داشتن رویکرد ذهنی «من به پول اهمیت نمی‌دهم» لزوماً به این معنا که چنین فردی فقیر باشد نیست. حتی افرادی که در زندگی خود چنین ذهنیتی در مورد پول دارند، ممکن است واقعاً دستمزدهای خوب و قابل توجهی نیز به دست بیاورند. چون این افراد به پول اهمیت نمی‌دهند، هر آنچه را که به دست می‌آورند به سرعت، صرف خرید اجناس و کالاهای مختلف می‌کنند.

۲- گروه دوم، کسانی هستند که معتقدند پول مایه شرارت بوده و چیز بدی است و معتقدند اگر پول وجود نداشت، دنیا مکان بهتری می‌شد. آنها افراد ثروتمند را به چشم موجوداتی حریص، طماع و پلید می‌بینند. به بیان دیگر، آنها افراد ثروتمند و پولدار را با زاویه دیدی منفی می‌بینند. این افراد پول را فقط در حد گذران روزمره زندگی می‌خواهند و معمولاً پولی برای ذخیره در حساب بانکی‌شان ندارند. کسانی که فکر می‌کنند پول چیز بدی است، معمولاً درآمد کمی دارند و همان مبلغ کم را نیز به سرعت خرج می‌کنند؛ گویا نسبت به پول آلرژی دارند. اینگونه افراد طبقه سوم جامعه را می‌سازند و

ممکن است حتی کمک‌های مالی دولتی یا کمک‌هایی از افراد نیکوکار دریافت کنند. چنین رویکردی اشتباه‌ترین رویکرد نسبت به پول است و ممکن است در دوران کودکی و اعتقادات والدین ریشه داشته باشد.

۳- گروه سوم افرادی هستند که از نظرشان، پول مهم‌ترین چیز در زندگی است و سخت کار می‌کنند تا هرچه بیشتر پول به دست بیاورند. آن‌ها حتی ممکن است برای به دست آوردن پول بیشتر، دزدی کنند، مرتکب قتل شوند یا به صورت دروغین ازدواج کنند. از آنجایی که پول برای این افراد از اهمیت زیادی برخوردار است، آن‌ها معمولاً مقادیر زیادی پول نیز دارند. هزینه‌های زندگی شخصی، هزینه‌های درمانی و هزینه‌های مربوط به مراوده‌های آنها نیز گران است. داشتن پول زیاد لزوماً به این معنا نیست که اینگونه افراد در زمان حال یا آینده، توانایی لذت بردن از آن را نیز خواهند داشت.

کسانی که پول را همه چیز می‌دانند، معمولاً درآمد فراوانی نیز دارند. زیاد خرج می‌کنند و پس اندازی معقول نیز در حساب بانکی‌شان موجود است. این افراد به طور معمول دوست دارند وسایلی گران با طراحی خاص (مثل لباس یا ماشین و...) داشته باشند که آنها را از سایر افراد متمایز کرده و در سطح بالاتری قرار دهد. اینگونه افراد، طبقه بالا یا متوسط رو به بالا را در جامعه تشکیل می‌دهند.

۴- چهارمین دسته از افراد آنهایی هستند که اهمیت و ارزش پول را تشخیص می‌دهند، اما اجازه نمی‌دهند که تفکر «پول همه چیز است» بر روند زندگی‌شان تأثیر منفی داشته باشد. این افراد می‌دانند پول خود را چگونه به روشی عاقلانه مدیریت کنند و احساس شادمانی داشته باشند. آن‌ها می‌توانند به راحتی ثروتمند شوند اما به دلیل آن که مانند مردم عادی رفتار می‌کنند، ممکن است شما متوجه این موضوع نشوید.

وقتی چنین ذهنیتی در مورد پول دارید ممکن است فرد، مقدار زیادی پول داشته باشد یا خیر. اما نداند چطور و به شیوه‌ای معقول مقدار پولی را که دارد، مدیریت کند تا میزانی منطقی از آن را برای آینده پس انداز کرده و از خرید چیزهایی که توان خرید آنها را دارد، خودداری کند. افرادی که چنین

رویکردی نسبت به پول دارند، از لحاظ مالی احساس راحتی خیال داشته و معمولاً طبقه‌ی متوسط جامعه را تشکیل می‌دهند.

۵- گروه پنجم افرادی هستند که خسیس نامیده می‌شوند. کسانی خسیس نامیده می‌شوند که پول خود را محکم می‌چسبند و تا آنجا که ممکن است تلاش می‌کنند هزینه‌های خود را کاهش دهند؛ مانند افرادی که معتقدند پول همه چیز است، افراد خسیس نیز پول را چیزی بی‌نهایت مهم در زندگی می‌دانند و در عین حال پول درآوردن را کار سختی دانسته و به همین دلیل پول را خیلی گران‌بها می‌پندارند. افراد خسیس ممکن است خیلی پولدار باشند یا نه، اما پولی که دارند به درستی مدیریت نمی‌کنند.

افراد خسیس فقط به این خاطر که پولشان به جانشان بسته است و معمولاً همه آن را در بانک پس‌اندازی کنند، لزوماً افرادی ثروتمند یا صاحب درآمدی بالا نیستند. مشخصه این افراد، استعداد آن‌ها در بودجه بندی درآمدشان است به‌طوری‌که همیشه اجناس ارزان یا دست‌دوم خریداری می‌کنند. خسیس‌ها معمولاً هزینه‌های شخصی‌شان پایین است چرا که نمی‌خواهند درآمدشان را هدر بدهند. اگرچه افراد خسیس ثروتمند هم وجود دارند اما این افراد به دلیل اینکه معتقدند نباید پول خود را با خرید اجناس لوکس هدر داد، پول آن‌ها نقشی اساسی در آسایش و بهتر زندگی کردن آن‌ها ندارد.

۶- گروه ششم افرادی هستند که دیدگاه پرهیزکارانه دارند، پول را هدیه‌ای می‌دانند که می‌توانند با سایر افراد سهیم شوند؛ در نتیجه آن‌ها اغلب درصد معینی از درآمد خود را به امور خیریه اختصاص می‌دهند. این دست افراد معمولاً اعتقادات مذهبی دارند یا معتقد به آموزه‌های معنوی‌ای هستند که آن‌ها را به سهیم شدن ثروتشان با سایر افراد، ترغیب می‌کند. افرادی با این دیدگاه معمولاً به خوبی می‌توانند پول خود را مدیریت کرده و آن را در جایی که مؤثرتر است هزینه کنند.

از آنجایی که این افراد درصد معینی از درآمدشان را (معمولاً به صورت ماهانه) صرف امور خیریه می‌کنند، آن‌ها نیز درآمدشان را با دقت مدیریت می‌کنند؛ این بدین معناست که ابتدا اجناس مهم و

اساسی را خریداری می‌کنند و اگر مبلغی باقی ماند و توان خرید جنسی لوکس را که از آن خوش‌شان آمده، داشته باشند، آن را خریداری می‌کنند. افرادی که چنین دیدگاهی دارند، تمایل به داشتن پس‌اندازی معقول و خوب دارند تا بتوانند همچنان به اختصاص درصد معینی از درآمدشان به امور خیریه ادامه دهند. در طبقه بندی میزان ثروت، افراد عاقل و منصف در طبقه متوسط جای می‌گیرند چرا که آن‌ها مقداری از ثروت خود را به افرادی که توان مالی‌شان کمتر است، اختصاص می‌دهند. افراد کمی را مانند بیل گیتس که نیکوکار و بسیار ثروتمند هستند، می‌توان یافت. چرا که اکثر این افراد بیشتر ثروت خود را صرف هزینه‌های مربوط به امور خیریه می‌کنند.

۳,۴,۲ روانشناسی پول و تفاوت‌های زنان و مردان

یکی دیگر از موضوعاتی که در روانشناسی پول بدان پرداخته می‌شود تفاوت دیدگاه زنان و مردان نسبت به پول است. این تفاوت دیدگاه در جدول زیر خلاصه شده است.

جدول ۱.۲: تفاوت موضع زنان و مردان نسبت به پول

زنان	مردان
ارزش پول به چیزی است که می‌توان با آن خرید	پول به خودی خود ارزشمند است
احساس کنترل کمتر روی آینده مالی	احساس کنترل بیشتر روی زندگی مالی
شاخص دغدغه پولی پائین تر	شاخص دغدغه پولی بالاتر
کیفی فکر می‌کنند	کمی فکر می‌کنند

۴,۴,۲ روانشناسی پول و پس‌انداز

به طور معمول ۴ مکانیزم پس‌انداز در انسان‌ها قابل شناسایی است. فروش دارایی‌ها، کاهش هزینه، کاربیشتر و قرض گرفتن. این دسته‌بندی که حاصل تحقیقات در کشورهای مختلف جهان است نشان

می‌دهد که انسان‌ها رفتار قرض خود را در طول زندگی زیاد تغییر نمی‌دهند. اما با افزایش سن بیشتر به کاهش هزینه‌ها اقدام می‌کنند. این امر در خصوص «کار بیشتر» نمود بیشتری دارد. یعنی افراد بزرگسال، کار بیشتر را یکی از راه‌های افزایش قدرت پس‌انداز می‌دانند.

۵,۴,۲ جمع بندی

در مجموع می‌توان گفت که آگاهی از دیدگاه افراد نسبت به پول یکی از ابتدایی‌ترین گام‌هایی است که براساس آن می‌توان بهتر درک کرد که پول چگونه عمل کرده و چگونه بر زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. از همین جهت، مبحث پول از دیر باز مورد توجه دانشمندان علوم مختلف بوده‌است و همواره مورد پژوهش واقع شده است.

به طور کلی، افراد از لحاظ نوع نگرشی که نسبت به پول دارند به شش دسته تقسیم می‌شوند: کسانی که می‌گویند من به پول اهمیت نمی‌دهم، کسانی که معتقدند پول مایه شرارت بوده و چیز بدی است، افرادی که از نظرشان، پول مهم‌ترین چیز در زندگی است، افرادی که می‌گویند پول مهم است اما همه چیز نیست، افراد خسیس و سرانجام افرادی با دیدگاه پرهیزکارانه. به طور عموم، دیدگاهی که زن و مرد نسبت به پول دارند نیز به طور عام تفاوت‌هایی با هم دارد.

در کنار این مسائل و در بحث پس‌انداز، ۴ مکانیزم کلی در انسان‌ها قابل شناسایی است: فروش دارایی-ها، کاهش هزینه‌ها، کار بیشتر و قرض گرفتن. کسب آگاهی در این زمینه‌ها یکی از گام‌های اولیه در شناخت این مطلب است که افراد در حین خرج کردن پول خود و یا در سرمایه‌گذاری‌هایشان به کدام سمت و سو می‌روند.

۵,۲ روانشناسی بازار سرمایه

۱,۵,۲ مقدمه

بازار سرمایه ایران به دلیل افزایش سهم عوامل محیطی و فزونی یافتن ریسک سیستماتیک نسبت به ریسک غیر سیستماتیک، به مراتب پیچیده‌تر از گذشته شده است. تغییرات رو به تزاید نرخ فلزات کانی و افزایش بهای جهانی نفت، منجر به رشد جهشی شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه در نیمه اول سال جاری شد.

تهدیدهای منطقه‌ای، اعتصابات کارگری و تقاضای روزافزون برخی کشورها برای مواد اولیه جهت تداوم رشد اقتصادی و سایر عوامل منجر به افزایش بهای بسیاری از مواد کانی و غیرکانی در بازارهای بین-المللی شد.

بنابراین با توجه به روابط پیچیده در دنیای معاصر برنامه ریزی استراتژیک متناسب با این شرایط بسیار دشوار و غیرعملی است زیرا برنامه ریزی استراتژیک فرآیندی است که در آن به محیطی قابل پیش بینی و به روابط خطی نیاز دارد. گری هامل استراتژیست برجسته معتقد است برنامه ریزی یک فرآیند است و فرآیندها نمی توانند استراتژی تولید کنند. بنابراین استراتژی یک برنامه نیست بلکه رویکردی است که براساس آن، فرصت های بالقوه مورد شناسایی قرار می گیرد، در واقع تشخیص فرصت ها، جوهره اصلی استراتژی محسوب می شود.

توانایی درک محیط و تشخیص پارادایم الگوی ذهنی جدید، از اصول اساسی تفکر استراتژی جدید به شمار می‌رود. ناتوانی در تشخیص فضای جدید باعث می شود سرمایه گذاری ها به درستی صورت نپذیرد و فرصت‌های در حال شکل گیری مورد شناسایی قرار نگیرند.

۲,۵,۲ روانشناسی سرمایه گذاران در بازار سرمایه

۱,۲,۵,۲ تعاریف

بازار سرمایه، نمونه‌ای از جوامع انسانی محسوب می‌شود، بنابراین می‌توان برخی از مراحل معاملات خرید و فروش احساسی، تاثیر جو روانی بازار و پیروی محض از شایعات بازار را با مراحل تبدیل یک پدیده جدید به هنجار و پذیرش و پیروی عامه از آن در جامعه، به عنوان بخشی از رفتار انسانی مورد مقایسه و مطالعه قرار داد.

راجرز جامعه شناس آمریکایی در تحقیقات خود اعضای جامعه را در زمینه پذیرش تدریجی یک پدیده، به پنج دسته، نوآورها^۱، زود پذیرها^۲، اکثریت زود^۳، اکثریت دیر^۴ و دیرپذیرها یا عقب مانده‌ها^۵ تقسیم می‌کند. در این تقسیم بندی بیشترین تعداد شامل افراد اکثریت زود است. در واقع بعد از شروع حرکت هنجاری ابتدا، زود پذیرها و سپس اکثریت زود، «استراتژی اطمینان» را در پیش می‌گیرند و برای عقب نماندن از پدیده‌ای که می‌رود به زودی هنجار شود، پیروی می‌کنند.

در این الگو موتور حرکت زودپذیرها هستند. با نگاهی عمیق به بازار سرمایه و نحوه تصمیم گیری سرمایه گذاران در هنگام معامله می‌توان این الگو را مشاهده کرد. سفته بازان در بازار سرمایه نقش زود پذیرها را بازی می‌کنند. در واقع موتور حرکت در بازار سرمایه آنان هستند. سفته بازان پس از شناسایی صنایع پیشرو و یا بعضاً با سفته بازی در سهام، فعالیت خود را عملیاتی می‌نمایند و به دنبال آنان اکثریت زود اقدام به معامله سهام می‌کنند. با گذشت تدریجی زمان و با تأخیر در چند نقطه در

^۱Inovators

^۲Early adopters

^۳Early majority

^۴late majority

^۵laggards

دامنه تغییرات حجم مبنا، اکثریت دیر و سپس با تاخیر بعدی دیر پذیرها یا عقب مانده ها وارد معاملات می‌شوند.

عموماً ورود دیرپذیرها و عقب‌مانده‌ها در بازار سرمایه هنگامی صورت می‌گیرد که نوآورها و زودپذیرها در حال خروج از بازار هستند و با کسب بازده مورد انتظار، ریسک را به تازه واردان منتقل می‌کنند. در این شرایط نسبت قیمت به درآمد p/e به مرور افزایش یافته و ریسک خرید و نگهداری سرمایه (سهام) افزایش می‌یابد.

به طور کلی اتخاذ استراتژی سرمایه‌گذاری در بازار سهام، با اهداف سه گانه کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت و میزان سهم هر یک از آنان در سبد سرمایه‌گذاری تبیین می‌شود و با شخصیت روانی سرمایه‌گذاران مرتبط است. در یک الگوی تحلیلی، شخصیت سرمایه‌گذاران و رفتار آنان در بازار سرمایه را می‌توان با الگوی راجرز در زمینه دسته بندی افراد در مواجهه با تغییر ارزش ها مطابقت داد.

۲.۲.۵.۲ انواع افراد در برخورد با پدیده‌های مالی

نوآورها: نوآورها صنایع پیشرو را مورد شناسایی قرار می‌دهند. این سرمایه‌گذاران، عموماً سرمایه خود را به دو قسمت کوتاه مدت و میان مدت تقسیم می‌کنند و برای آنان سرمایه‌گذاری بلند مدت جاذبه ای ندارد. سبد مالی آنان از ریسک و نیز بازدهی بالایی برخوردار است.

زود پذیرها: این افراد هنگامی که پارادایم جاری در بازار سرمایه تغییر می‌کند و فرصت جدیدی برای بهره‌برداری به وجود می‌آید، فعالانه بخش قابل توجهی از استراتژی را بر محوریت نوآورها استوار می‌سازند. در نتیجه چیدمان سبد مالی آنان از ریسک و نیز بازدهی نسبتاً بالایی برخوردار است.

اکثریت زود: این دسته از سرمایه‌گذاران فرصت های جدید را شناسایی کرده و آن را در قواعد پارادایم جاری می‌پذیرند و میزان سرمایه‌گذاری میان مدت بیشترین درصد را در سبد مالی آنان تشکیل می‌دهد. سبد مالی آنان از بازدهی و نیز ریسک متوسطی برخوردار است.

اکثریت دیر: این افراد حداقل درصد سرمایه را به سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت تخصیص می‌دهند، استراتژی آنان فاقد برتری است و منجر به تحول اساسی در بازده مورد انتظار نمی‌شود و سبد مالی آنان با حداقل ریسک و نیز بازدهی همراه است.

دیرپذیرها و عقب مانده‌ها: این افراد استراتژی سبد مالی خود را براساس جو روانی بازار و با تاخیر زمانی تشکیل می‌دهند. بنابراین سبد مالی آنان با بازدهی کم و ریسک بسیار تشکیل می‌شود.

این طبقه‌بندی به ما کمک می‌کند تا درک روشنی از سرمایه‌گذاری خود داشته باشیم و چنانچه انتظارات خود را از حضور در بازار، تحقق نیافته می‌بینیم تغییرات لازم را برای دستیابی به نتایج مورد انتظار در رفتار سرمایه‌گذاری خود بدهیم.

بنابراین تعیین میزان هر یک از اهداف سه گانه سرمایه‌گذاری همیشه تابعی از ریسک و بازده است. با توجه به اهمیت ریسک‌پذیری در بازار سرمایه، بدیهی است که میزان موفقیت سرمایه‌گذاران علاوه بر دانش و اطلاعات عمیق نسبت به بازار، تا حدود زیادی بستگی به خصوصیات شخصیتی سرمایه‌گذاران دارد.

۶,۲ جامعه‌شناسی اقتصاد

۱,۶,۲ مقدمه و تعریف

جامعه‌شناسی مطالعه زندگی اجتماعی انسان، گروه‌ها و جوامع انسانی است. کار یک جامعه‌شناس بسیار جذاب و گیرا است. چون موضوع مطالعه‌ی او، رفتارهای خود ما در مقام موجودات اجتماعی است. اکثر ما جهان را بر اساس سیمای آشنای زندگی‌های خودمان می‌نگریم. جامعه‌شناسی بیان‌گر نیاز به داشتن دیدگاه بسیار وسیعی به این پرسش است که چرا ما اینگونه‌ایم که اکنون هستیم و چرا بدین گونه عمل می‌کنیم؟ جامعه‌شناسی به ما می‌آموزد که آنچه طبیعی، اجتناب‌ناپذیر، خوب یا حقیقی می‌شماریم، شاید چنین نباشد و اوضاع کنونی زندگی ما به شدت تحت تأثیر نیروهای تاریخی و اجتماعی قرار دارد. فهم شیوه‌های ظریف اما پیچیده و ژرف نحوه‌ی انعکاس زمینه‌های تجربی و اجتماعی در زندگی‌های فردی ما سنگ‌بنای نگرش جامعه‌شناختی است.

۲,۶,۲ اطلاع از تفاوت‌های فرهنگی

نخست جامعه‌شناسی به ما امکان می‌دهد که به دنیای اجتماعی از دیدگاه‌هایی غیر از دیدگاه خودمان بنگریم. در اغلب اوقات اگر درک درستی از چگونگی زندگی دیگران داشته باشیم به فهم بهتری از چرایی مسائل آن‌ها نیز می‌رسیم. آن دسته از سیاست‌های عملی که مبتنی بر اطلاع و آگاهی از شیوه‌های زندگی مردم نیستند بخت ناچیزی برای موفقیت دارند. بنابر این مدد کار اجتماعی سفید پوستی که در یک اجتماع عمدتاً سیاه پوست کار می‌کند نمی‌تواند اعتماد اعضای این اجتماع را به دست آورد مگر اینکه نسبت به تفاوت تجربه‌های اجتماعی جداکننده‌ی سیاهان و سفیدان به اندازه‌ی کافی هوشیار و حساس شود.

۳,۶,۲ مفهوم فرهنگ

وقتی جامعه‌شناسان از فرهنگ سخن می‌گویند مقصودشان آن دسته از جنبه‌های جوامع بشری است که آموخته می‌شوند نه آن‌هایی که به صورت ژنتیکی به ارث می‌رسند. اعضای جامعه همه در این عناصر فرهنگ سهیم هستند و به همین دلیل امکان همکاری و ارتباط متقابل به وجود می‌آید. این عناصر فرهنگی متن و زمینه‌ی همگانی و مشترکی تشکیل می‌دهند که افراد جامعه زندگی خود را در آن می‌گذرانند. فرهنگ یک جامعه هم شامل جنبه‌های نامحسوس مانند عقاید، اندیشه‌ها و ارزش‌هایی که محتوای فرهنگ را می‌سازند و هم جنبه‌های ملموس و محسوس است. یعنی مواردی مانند اشیاء، نمادها یا فناوری که باز نمود محتوای یاد شده باشد.

۴,۶,۲ ارزش‌ها و هنجارها

بنیان همه‌ی فرهنگ‌ها، تصورات و اندیشه‌هایی است که مشخص می‌کنند چه چیزی مهم، ارزشمند، مطلوب و پسندیده است. این تصورات انتزاعی یا ارزش‌ها به آدمیان در تعامل با دنیای اجتماعی معنی می‌دهند و آن‌ها را هدایت می‌کنند. تک همسری، وفادار ماندن به شریک، مثالی از یک ارزش است که در اکثر جوامع غربی رواج دارد. هنجارها قواعدی برای رفتارند که ارزش‌ها یک فرهنگ را منعکس کرده و تجسم می‌بخشند. ارزش‌ها و هنجارها در کنار یکدیگر به چگونگی رفتار اعضای یک فرهنگ در محیط اجتماعی‌شان شکل می‌دهد. برای مثال در فرهنگ‌هایی که ارزش بالایی به تعلیم و یادگیری می‌دهند، هنجارهای فرهنگی در جهت تشویق دانش‌آموزان و دانش‌جویان به صرف انرژی زیاد برای مطالعه و حمایت و پشتیبانی والدین به صورت از خود گذشتگی و فداکاری برای تحصیل کردن فرزندان‌شان عمل می‌کنند. در فرهنگی که ارزش زیادی به مهمان نوازی می‌دهد هنجارهای فرهنگی ممکن است راهنمای چشم‌داشت‌ها و توقعات مردم در زمینه‌ی هدیه دادن یا در زمینه‌ی رفتارهای اجتماعی میهمانان و میزبانان باشد.

ارزش‌ها و هنجار تنوع بسیار وسیعی در فرهنگ‌های گوناگون دارند. برخی از فرهنگ‌ها ارزش والایی به فرد گرایی می‌دهند در حالی که ممکن است فرهنگ‌های دیگر تأکید بیشتری روی نیازهای مشترک داشته باشند.

حتی در یک جامعه یا اجتماع واحد ممکن است ارزش‌های در تناقض با هم دیده‌شود. برخی از افراد ممکن است به عقاید دینی و سنتی بها بدهند در حالی که دیگران تنها پیشرفت و علم را مهم بدانند. جایی که بعضی از مردم موفقیت و آسایش مادی را ترجیح می‌دهند ممکن است دیگران طرفدار سادگی و زندگی آرام باشند. در عصر در حال تغییر ما که آینده از حرکت‌های جهانی مردم، اندیشه‌ها، کالاها و اطلاعات است شگفت آور نیست که با مواردی از تضاد و تعارض ارزش‌های فرهنگی روبه‌رو شویم.

۵,۶,۲ عوامل موثر بر تغییر اجتماعی

طی دو سده‌ی گذشته نظریه پردازان اجتماعی کوشیده‌اند نظریه‌کلانی بپرورانند که ماهیت تغییر اجتماعی را تبیین کند اما هیچ یک از نظریه‌های تکاملی نمی‌توانند نتوع و گوناگونی توسعه‌ی اجتماعی انسان از جوامع مبتنی بر شکار و گردآوری و شبانی تا تمدن‌ها سنتی و بالاخره تا نظام‌های اجتماعی بسیار پیچیده‌ی امروزی را توضیح دهند. با این حال، ما می‌توانیم سه عامل عمده را شناسایی کنیم که بدون شک بر تغییر اجتماعی تأثیر داشته‌اند: محیط مادی، سازمان سیاسی و عامل فرهنگی. بنا بر نیاز این پژوهش در ادامه به اختصار تأثیر محیط مادی را بررسی می‌نماییم.

۶,۶,۲ تأثیر متقابل شرایط اجتماعی و شرایط مالی و اقتصادی

محیط مادی اغلب بر توسعه‌ی سازمان اجتماعی انسان تأثیر داشته است. این قضیه در شرایط محیطی حاد و افراطی، روشن‌تر از جاهای دیگر دیده می‌شود. یعنی در شرایطی که مردم ناچارند روش‌های زندگی خود را مطابق با شرایط اقلیمی سازمان‌دهی کنند. ساکنان مناطق سرد ضرورتاً عادات و اعمالی

در پیش می‌گیرند که متفاوت با کسانی است که در نواحی گرم زندگی می‌کنند. طبعاً هر کدام از آن‌ها الگوهای زندگی اجتماعی متفاوتی با مردم سایر مناطق دارند. بنابر شرایط جغرافیایی، اغلب نوع خاصی از دادوستد، ممکن و به نسبت، آسان می‌گردد. دما، رطوبت و سایر شرایط آب و هوایی، کار کردن در ساعات خاصی از شبانه روز را ممکن می‌سازد. جنس خاک و آب، کاشت نوع خاصی از محصولات را ممکن می‌سازد و نوع معادن و مخازن روزمینی و زیر زمینی، صنایع به خصوصی را در هر منطقه پدید می‌آورد. مجموعه‌ی موارد اینچنینی است که رویکردهای مشابهی را در مردم یک منطقه رقم می‌زند. رویکردهایی که گستره‌ی وسیعی از نحوه کار و فعالیت و خرج کردن درآمدها و دارایی‌ها گرفته تا نحوه شادی کردن و گذران اوقات فراغات و ارتباطات اجتماعی را در بر می‌گیرد.

این چنین است که اگر بخواهیم رویکرد و عملکرد مردم در هر کدام از موارد یاد شده را به نحوی واقع بینانه و دقیق بررسی کنیم، باید حیطه‌ی پژوهش خود را در حدی محدود سازیم که افراد تحت پژوهش، تحت شرایط نسبتاً مشابهی واقع شده باشند و از مسائل نسبتاً مشابهی تأثیر بپذیرند. در اکثر غریب به اتفاق مواقع، تقسیم بندی‌های استانی، محدوده‌ی مذکور را فاهم می‌آورد. چرا که اکثر نقاط استان‌ها دارای شرایط اقلیمی، کاری، قومی و نژادی مشابه بوده و می‌توان مردم آن را در غالب یک گروه دارای سو دهنده‌های رفتاری مشترک، مورد بررسی قرار داد.

استان فارس نیز از پیوستگی نسبی مطلوبی در موارد یاد شده، برخوردار است و می‌توان مردم نواحی مختلف آن را به صورت یک گروه واحد مورد بررسی قرار داد و عادات و سوگیری‌های رفتاری آنان را در موارد مختلف مورد پژوهش قرار داد.

۷,۶,۲ جامعه‌شناسی کار و بیکاری

بیکاری مسأله‌ای دائمی در کشورهای قرن بیستم بوده‌است. در مطالعه کار و اقتصاد ما نمی‌توانیم توجه خود را فقط بر افرادی که در وضعیت اشتغال ثابت تمام وقت هستند متمرکز کنیم. در هر زمانی

تنها اقلیتی از جمعیت بزرگ سال در نیروی کار مزدبگیر شاغل است. جوانان، افراد سالمند، نسبت بالایی از زنان، کسانی که از راه درآمدهایی که با کار به دست نیامده زندگی می‌کنند، و بیکاران، همه خارج از آن هستند. برای اکثر مردم بیکاری وضعیت خوشایندی نیست. فاقد کار بودن هنگامی که شخص به آن نیاز دارد در نداشتن منبع لازم برای گذران یک زندگی رضایت بخش، علاوه بر سختی مادی رنج روحی به همراه می‌آورد.

در جوامع امروزی داشتن شغل برای حفظ عزت نفس فرد، مهم است. حتی در مواردی که شرایط کار نسبتاً ناخوشایند و وظایف کسل کننده است، کار معمولاً عنصر شکل دهنده‌ای در ترکیب روانی مردم و دور فعالیت‌های روزانه‌ی آن‌هاست. بتایر این تجربه‌ی بیکاری تنها بر حسب اینکه داشتن شغل چه چیزهایی برای شخص فراهم می‌سازد می‌تواند به درستی درک شود.

۸,۶,۲ دلایل عمومی افزایش بیکاری از منظر جامعه‌شناختی

مجموعه‌ای از عوامل احتمالی، افزایش شدید در میزان بیکاری در سال‌های اخیر را توضیح می‌دهد. یک عامل مهم افزایش رقابت بین المللی در صنایعی است که پیشرفت روز افزون غرب بر پایه‌ی آن بنیاد نهاده شده بود. دو، وجود کساد اقتصادی جهانی. سه، استفاده از میکروالکترونیک در صنعت که نیاز به نیروی کار را کاهش داده است. چرا که زنان بیش از پیش در جستجوی اشتغال مزدبگیری بر آمده‌اند. با این نتیجه که افراد بیشتری به دنبال تعداد محدود مشاغل موجود هستند.

در کنار مسائل یاد شده می‌توان از بُعد اجتماعی، کار را از زاویه‌ی دیگری نگریست. میزان ارزشی که فرهنگ هر منطقه برای کار، فعالیت و کوشش قائل می‌شود تاثیر عمده‌ای در وضعیت کار منطقه دارد. اینکه تا چه میزان بیکار بودن و مولد نبودن در فرهنگ یک منطقه نکوهیده باشد، تاثیر غیر قابل انکاری بر چگونگی وضعیت کار و فراغت آن منطقه دارد. نیز تلاش برای زدودن بیکاری، از این مسیر ارزشمند و اجرایی می‌شود.

۹,۶,۲ مشکلات اقتصادی کوتاه نگری از دیدگاه جامعه شناسی ایران

ایران بر خلاف جامعه‌ی دراز مدت اروپا جامعه‌ای کوتاه مدت بوده است. در این جامعه تغییرات (حتی تغییرات بنیادین) اغلب عمری کوتاه داشته‌اند. این، بی‌تردید نتیجه‌ی فقدان یک چهارچوب استوار است که می‌توانست تداومی دراز مدت را تضمین کند. بدین ترتیب تاریخ آن بدل به رشته‌ای از دوره-های کوتاه مدت به هم پیوسته شده است. تغییرات در این جامعه فراوان و اغلب نمایان بوده است. حتی تحرک اجتماعی در درون طبقات گوناگون بیشتر از جوامع سنتی اروپا بوده است. اما بنابر آنچه گفتیم در این جامعه انباشت تغییرات دراز مدت از جمله انباشت دراز مدت مالکیت، ثروت، سرمایه و نهادهای اجتماعی و خصوصی حتی در نهادهای آموزشی بسیار دشوار بوده است.

اگر نکته‌ای وجود داشته باشد که تمام نظریه‌های عمده‌ی توسعه‌ی مالی و اقتصادی بر سر آن توافق داشته باشند، آن نکته این است که انقلاب صنعتی نتیجه‌ی انباشت درازمدت سرمایه‌ی تجاری و بعد، سرمایه‌ی صنعتی بود. انباشت دراز مدت سرمایه، شرط لازم، اما نه شرط کافی، برای توسعه‌ی اقتصادی مدرن است.

بدون این انباشت نه سرمایه‌گذاری لازم در عرصه‌ی تجاری صورت می‌پذیرد و نه این فرایند به تولید کالاهایی می‌انجامد که اختراعات جدید و بکارگیری تکنیک‌های تازه را ممکن می‌کند.

اقتصاد دانان کلاسیک دریافتند که بنگاه اقتصادی برای گسترش نیاز به انباشت دارد و برای انباشت باید اول پس‌انداز کند. این همان چیزی بود که گاه سرمایه می‌نامیدند. آدام اسمیت اعلام کرد که عامل اصلی در توسعه‌ی اقتصادی، پیشرفت فنی نیست بلکه پس‌انداز و سرمایه‌گذاری است به گونه‌ای که پس‌انداز کنندگان را دوست و اسراف کنندگان را دشمن جامعه دانست. وی معتقد بود که سرمایه-ی جامعه مجموعه‌ی سرمایه‌های افراد آن است.

بعدها مالتوس، مارکس و کینز با استفاده از رویکردهای متفاوت با استدلالاتی محکم نشان دادند که این نظریه تا آنجا که تقاضای کل و عرضه‌ی کل در چارچوب اشتغال کامل با هم می‌خواند، معتبر است. به خصوص تا آنجا که پول احتکار نمی‌شود. یعنی پس‌انداز غیر فعال نمی‌ماند و پس‌انداز کننده یا کسی که از او وام می‌گیرد این پول را تبدیل به سرمایه‌گذاری می‌کند.

اقتصاد دانان کلاسیک و بعدها نویسندگان تاریخ اقتصاد و متخصصان توسعه، همواره با معمایی روبرو بودند و آن این بود: چرا فرایند انباشت سرمایه در جوامعی مثل ایران در دورانی که بسیار ثروتمند و برخوردار از تکنولوژی پیشرفته بودند (در مقایسه با جوامع دیگر) مثلاً در اوایل قرون وسطی آغاز نشد؟ روشن‌ترین پاسخ اقتصاد دانان این است که اقدام به پس‌انداز دراز مدت به علت ترس از غارت و مصادره شدن و مواردی اینچنینی، کار عاقلانه‌ای نبود و در موارد معدودی هم که کوششی به عمل می‌آمد و به هر دلیلی ثروتی انبوه گرد می‌آمد، غارت و مصادره این فرایند را قطع می‌کرد. این روند در ادوار مختلف تاریخ جامعه‌ی ایران به وضوح قابل مشاهده است.

این جاست که سوگیری کوتاه نگری (و یا حداقل بخشی از آن)، متأثر از ابهام فراوانی است که در آینده‌ی جامعه‌ی ایران، در ادوار مختلف، شکل گرفته است. این ابهام به سوگیری ابهام‌گریزی نیز دامن می‌زند.

۷,۲ پیشینه پژوهش

این پژوهش صرفاً به یک یا چند سوگیری رفتاری نمی‌پردازد. بلکه الگوی کلی رفتار مالی افراد را مورد بررسی قرار می‌دهد. پژوهش‌های پیشین اغلب، تنها بخشی از این الگو و سوگیری‌ها را مورد بررسی قرار داده‌اند.

بار بریس^۱ (۲۰۰۳) بیان کرد که رفتار افراد به میزان قابل توجهی با رفتار عقلایی مورد انتظار مدل‌های مالی، تفاوت دارد. با آگاهی از این تفاوت، کامرر^۲ و لونشتاین^۳ با آگاهی از محدودیت‌های مالی کلاسیک در تشریح رفتار مالی افراد، از مالی رفتاری جهت بهبود بینش موجود در این زمینه بهره جستند. این بهبود به مدد ترکیب علم روانشناسی و علوم مالی و اقتصادی ممکن شد.

کپتین^۴ و تپا^۵ (۲۰۰۳) میزان ریسک‌گریزی و ارتباط آن با نحوه‌گزینش سبد کالا توسط خانواده‌ها را مورد بررسی قرار دادند. وود^۶ و زایچکفسکی^۷ (۲۰۰۴) تأثیرات ریسک را بر رفتار بررسی کردند. گریبلو همکارانش^۸ (۲۰۰۸) تأثیر عوامل محیطی-روانی-جامعه‌شناختی را در میزان ریسک‌پذیری رفتار مالی افراد بررسی کردند.

نورمن^۹ و لنگر^{۱۰} (۲۰۰۲) و همچنین ایووالز و همکارانش^{۱۱} (۲۰۰۴) به رویکرد افراد در پس‌انداز دارایی‌ها پرداختند.

^۱ Barberis

^۲ camerer

^۳ Loewenstein

^۴ Kaptain

^۵ Teppa

^۶ Wood

^۷ Zaichkowsky

^۸ Grableet al.

^۹ Normann

^{۱۰} Langer

^{۱۱} Euwals et al.

گونارسن^۱ و واهلوند^۲ (۱۹۹۷) مدلی را پیشنهاد کردند که بتوان رفتار مالی افراد را بر اساس عادات پس انداز کردن، دسته بندی کرد. السیا^۳ و تپا^۴ (۲۰۰۴) عوامل ایجاد کننده ی انگیزه ی پس انداز را مورد بررسی قرار دادند. کیم^۵ (۲۰۱۰) عادات و رفتار مربوط به پس انداز را در مردم آمریکا بررسی کرد.

لوساردی^۶ (۲۰۰۳) دلایل عدم موفقیت خانواده ها را در برنامه ریزی مالی برای دوران بازنشستگی مورد بررسی قرار داد. برواین و همکارانش^۷ (۲۰۰۳) چهارچوبی برای رفتار عقلایی محدود، در زمینه ی رفتار سرمایه گذاری در املاک ارائه دادند. پژوهشگرانی همچون باربر^۸ و ادن^۹ (۲۰۰۱)، کِلِر^{۱۰} و سِیرِست^{۱۱} (۲۰۰۶) و آگاروال و همکارانش^{۱۲} (۲۰۰۷) به رفتار و تصمیمات اتخاذ شده در زمینه ی اوراق بهادار پرداختند.

ریجاس^{۱۳} (۱۹۹۸) به این موضوع پرداخت که انواع مختلف خانواده ها، چگونه پول خود را خرج می کنند. ییلماز^{۱۴} (۲۰۰۸) تأثیر ازدواج را بر نحوه ی تخصیص دارایی زنان مورد بررسی قرار داد. ژورگ^{۱۵} (۲۰۰۵) رفتار مالی گروه های حرفه ای مانند دندان پزشکان و مدیران را مورد بررسی قرار داد.

^۱ Gunnarsson

^۲ Wahlund

^۳ Alessie

^۴ Teppa

^۵ Kim

^۶ Lusardi

^۷ Bruin et al.

^۸ Barber

^۹ Odean

^{۱۰} Keller

^{۱۱} Siegrist

^{۱۲} Agarwal et al.

^{۱۳} Raijas

^{۱۴} Yilmaz

^{۱۵} Jorg

وانگ^۱ (۲۰۰۵) و نیز رایچ^۲ (۲۰۰۸) عادات افراد در استفاده از پول، معنای پول از نظر افراد و در نهایت ارزش‌های بنادین موثر در این زمینه را مورد بررسی قرار دادند.

تانگ^۳ (۱۹۹۵) و نیز لیم^۴ و تئو^۵ (۱۹۹۷) جنبه‌های اخلاقی رفتار مالی را بررسی کردند. کنسلاندی و همکارانش^۶ (۲۰۰۹) در یک تحقیق آزمایشگاهی، ارتباط بین رفتار عقلایی و ترجیحات اخلاقی سرمایه-گذاران را بررسی کردند. امین هنودین و همکارانش^۷ (۲۰۱۱) استفاده از رویکرد مالی شخصی اسلامی را در مالزی بررسی کردند.

هریسون^۸ (۱۹۹۴) معتقد بود که می‌توان سرمایه‌گذاران را بر اساس میزان دانش و بلوغ ذهنیشان دسته‌بندی کرد. جانسون^۹ و شرادن^{۱۰} (۲۰۰۷) به بررسی قابلیت مالی و رفتار مالی افراد پرداختند. تیلور^{۱۱} (۲۰۱۰) راهکاری برای سنجش میزان توانای مردم در مدیریت کردن و کنترل امور مالی خود، ارائه داد و در مورد عوامل موثر در این امر بحث کرد. وی در پژوهش دیگری که در سال ۲۰۱۱ انجام شد به ارتباط میزان قابلیت مالی افراد و سلامت روانی آن‌ها پرداخت.

گونارسون^{۱۲} و وهلاند^{۱۳} (۱۹۹۷) بیان داشتند که در صنعت خدمات مالی، بخش بندی بازار روشی معمول برای فهم بهتر نیاز مشتری و در نتیجه خدمات دهی مشتری مدار و منطبق با رفتارها و نیازهای بسیار متنوعشان است. فشارهای رقابتی ناشی از مقررات زدایی بازار خدمات مالی نیاز به یک

^۱ Wang

^۲ Raich

^۳ Tang

^۴ Lim

^۵ Teo

^۶ Consolandi et al.

^۷ Hanudin et al.

^۸ Harison

^۹ Johnson

^{۱۰} Sherraden

^{۱۱} Taylor

^{۱۲} Gunnarsson

^{۱۳} Wahlund

دانش بومی از بازار و بخش‌های گوناگونش را افزایش می‌دهد. دانشمندان بسیاری در تحقیقات قبلی بر این عقیده بوده‌اند که در اتخاذ رویکرد بخش بندی بازار مزایای بسیاری موجود است. بسیاری از آن‌ها تأثیر این تکنیک را بر توان ایجاد وفاداری در مشتری نشان داده‌اند. از این جمله می‌توان به هریسون^۱ و آنسل^۲ (۲۰۰۲) و نیز مارتنسون^۳ (۲۰۰۸) اشاره کرد.

آژزن^۴ (۱۹۹۱) در تحقیقات خود نشان داد در حالیکه رفتار در طول زمان تغییر می‌کند، رفتار گذشته ملاک بسیار خوبی برای پیش بینی رفتار آینده ی فرد می باشد. البراسین^۵ و گلسمن^۶ (۲۰۰۶) نشان دادند که بین گرایشات و رفتار افراد می‌توان همبستگی قوی‌ای مشاهده کرد و شناخت این گرایشات می‌تواند قدرت پیش‌بینی قابل توجهی در مورد رفتارهای آنان به ما بدهد.

وی‌خنگ^۷ (۲۰۰۴) به بررسی رفتار مردم در بخش‌های پنج گانه‌ی برنامه‌ریزی مالی شخصی پرداخت. وانگ^۸ (۲۰۰۸) به بررسی بخشی از تمایلات مردم کشورش در رفتارهای مالی روزمره‌شان پرداخت.

۸,۲ جمع بندی

در این فصل در حد نیاز این پژوهش به شرح مالی رفتاری، روان‌شناسی پول، روان‌شناسی بازار سرمایه و در نهایت جامعه‌شناسی اقتصاد پرداختیم. دیدم که هر کدام از این‌ها لایه‌ای از لایه‌های لازم برای رسم نقشه‌ی مالی را فراهم می‌آورند با بهره گرفتن از دستاوردهای هر کدامشان می‌توان بخشی از اطلاعات لازم جهت شناخت و دسته‌بندی افراد (از لحاظ گرایشات و رفتار مالی) را مهیا نمود.

^۱Harrison

^۲Ansell

^۳Martenson

^۴Ajzen

^۵Albarracin

^۶Glasman

^۷Wei Khong

^۸Wang

در ادامه به شرح پیشینه‌ی کلی پژوهش پرداختیم و دیدیم که در کلیه پژوهش‌های قبلی تنها به گوشه‌ای از قضیه پرداخته شده‌است. اما هدف از تحقیق حاضر به دست آوردن درک و فهم بهتری از افراد در مسائل مالی است. درک و فهمی که ویژگی‌هایی همچون سوگیری‌ها، تمایلات و نیازمندی‌های مالی افراد را بر ما بگشاید. این پژوهش بر خلاف بسیاری از کوشش‌های پیشین، به ابزارهای ساده-انگارانه‌ای همچون متغیرهای جمعیت شناختی محدود نیست. بلکه در این راه همواره می‌کوشد تا با داشتن یک دید سیستمی و بهره بردن از تکنیک‌های ویژه، پاسخی واقعی و جامع ارائه نماید. به علاوه، طیف وسیع‌تری از رفتار و گرایش‌ات مالی-اقتصادی را مد نظر قرار خواهد داد.

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۱,۳ مقدمه

در این پژوهش ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای وسیعی جهت گردآوری اطلاعات بنیادین مورد نیاز انجام شد. در ادامه مشخص شد که برای داشتن یک پلان رفتار مالی، به چه لایه‌های اطلاعاتی نیاز است و برای داشتن هر لایه دقیقاً چه چیزهایی را باید سنجید. در این مرحله، روش‌ها و مراحل جمع‌آوری داده‌ها به دقت بررسی و تعیین شدند. سپس پرسش‌هایی که موارد مورد نظر را به بهترین و دقیق‌ترین نحو مورد سوال قرار دهند، انتخاب شدند. این پرسش‌ها در غالب یک پرسش‌نامه جمع‌آوری شدند. در طراحی پرسش‌نامه‌ی مذکور، ابعاد گوناگون علمی و فنی در نظر گرفته شد.

در مرحله بعد تکنیک‌های آماری مختلف مورد بررسی قرار گرفتند. نتیجه حاصله این بود که بهترین روش استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی است تا بتوان تعداد فاکتورها را کاهش داد و عوامل کلیدی را تعیین کرد. به علاوه مشخص شد که قوی‌ترین و مناسب‌ترین ابزار دسته‌بندی برای این پژوهش، ابزاری است تحت عنوان دسته بندی خوشه‌ای دو مرحله‌ای. سپس مقرر شد که برای تکمیل لایه‌های اطلاعاتی که روی دسته‌ها قرار می‌گیرند، از سایر تکنیک‌های آماری همچون آزمون دو جمله‌ای و کای دو و آمار توصیفی بهره گرفته شود.

در ادامه پرسش‌نامه اولیه، به صورت عملی و با کمک یک گروه ۳۱ نفری از پاسخ دهندگان، مورد سنجش قرار گرفت و اصلاحات لازم بر روی آن انجام شد. پرسش‌نامه‌ی نهایی، در جامعه‌ی آماری پژوهش (یعنی مردم شهرهایی که به صورت تصادفی از نواحی گوناگون استان فارس انتخاب شده بودند) پخش و جمع‌آوری شد. در مجموع ۱۲۰۰ پرسش‌نامه به صورت‌های الکترونیکی و دستی توزیع گردیدند. در مجموع ۵۸۸ پرسش‌نامه بازگشت داده شد که از این بین، تعداد ۵۲۷ پرسش‌نامه به صورت کامل و صحیح پر شده بودند و در نتیجه قابلیت استفاده در تحلیل‌های آماری را دارا بودند. لازم به ذکر است که پایایی این پرسش‌نامه با توجه به ضریب آلفا کرونباخ در حدود ۰/۹۲ برآورد شد

که در نتیجه از پایایی مطلوبی برخوردار است. به علاوه، ضریب بارتلت برای کفایت داده‌ها، در حدود ۰/۸۰۲ برآورد شد که نشان می‌دهد کفایت داده‌ها در حد مطلوب است.

در ادامه با استفاده از تکنیک‌های یاد شده، تحلیل‌های لازم انجام گرفت و نتایج به دست آمده از این تحلیل‌ها، بر اساس داده‌های فصل دو تفسیر شده و نتایج نهایی پژوهش حاصل شدند.

در این فصل ابتدا به شرح چهارچوب تئوریک پژوهش می‌پردازیم. سپس اجزای طرح تحقیق را تشریح خواهیم کرد و در انتها به شرح تکنیک‌های آماری ای خواهیم پرداخت که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۲.۳ چهارچوب تئوریک

رفتارهای مردم متأثر از زمینه‌های آن است. زمینه‌هایی که می‌توان آن‌ها را به سه دسته‌ی کلی تقسیم کرد:

- ۱- مسائلی که مستقیماً بر نحوه‌ی نگرش و تفکر افراد تأثیر دارد مانند دین و تاریخ
- ۲- مسائلی که مستقیماً بر میزان سختی و آسانی امرار معاش تأثیر دارد مانند شرایط اقلیمی، میزان دسترسی به راه‌های ارتباطی، میزان حاصل‌خیزی خاک و فراوانی آب
- ۳- مسائلی که مستقیماً بر جو کلی تأثیر داشته و غالباً ناشی از مسائل فرا منطقه‌ای است مانند شرایط سیاسی

(آنتونی گیدنز ۲۰۱۱)

چنانچه زمینه‌ها و شرایطی که شکل دهنده‌ی رفتار مردم یک منطقه هستند در طول زمان چندان متحول نشده و تقریباً ثابت بماند، می‌توان رفتار گذشته مردم آن منطقه را با قطعیت بالایی، به آینده بسط داد. (حسن قاضی مرادی ۱۳۸۱) در حقیقت می‌توان نشان داد در حالیکه رفتار در طول زمان

تغییر می کند، رفتار گذشته ملاک بسیار خوبی برای پیش بینی رفتار آینده ی فرد می باشد (آژزن ۱۹۹۱).

برای شناسایی و بررسی این افراد یکی از بهترین روش ها این است که آن ها را دسته بندی کرده و در غالب گروه ها یا کلاس های مجزا بررسی کنیم (وارنراید ۲۰۰۱). بخش بندی افراد از لحاظ رفتار مالی ایشان مزایای بسیاری در بررسی، شناخت و برنامه ریز خواهد داشت هریسون^۱ و آنسل^۲ (۲۰۰۲) و نیز مارتنسون^۳ (۲۰۰۸).

طراحی یک پلان رفتار مالی برای مردم یک منطقه می تواند گام مهمی در مدیریت و برنامه ریزی مالی آن باشد (توماسون ۲۰۰۲). مهم ترین بخش در هر پلان رفتار مالی، بخش هایی است که انواع رفتار مالی مردم را در خود جای داده اند (وانگ ۲۰۰۴). یک پلان رفتار مالی مانند هر پلان دیگر، از لایه های اطلاعاتی متعددی تشکیل شده است (توماسون ۲۰۰۲).

این پژوهش می کوشد جهت ساده شدن امر بررسی رفتار و گرایشات مالی آینده ی افراد از پیشینه ی آن ها در این زمینه استفاده کند و در این راه تلاش دارد تا با فراهم آوردن مهم ترین لایه های اطلاعاتی، یک پلان رفتار مالی اولیه از مردم منطقه تبیین نماید.

۳,۳ نوع مطالعه

هدف نهایی این پژوهش، طراحی یک نقشه یا پلان از رفتار و گرایشات مالی مردم منطقه است. در این پژوهش سعی بر آن است که تعدادی از مهم ترین لایه های اطلاعاتی مورد نیاز جهت یک چنین پلانی، تولید و تدوین شوند.

^۱ Harrison

^۲ Ansell

^۳ Martenson

در صورت تدوین حداقل شمای اولیه‌ای از این پلان، می‌توان آن را در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها و مشاوره‌ها، مورد بهره‌برداری قرار داد. پژوهش حاضر به افزایش دانش و درک ما از رفتار و گرایش‌های مالی افراد جهت کمک به حل بخشی از مشکلاتی که سرمایه‌گذاران، مشاوران، برنامه‌ریزان، بازیابان و غیره با آن مواجه هستند، کمک می‌کند. در نتیجه از نوع نظری-کاربردی می‌باشد.

این پژوهش از نظر گردآوری داده‌ها، یک تحقیق توصیفی پیمایشی است چرا که هدف آن شناخت بیشتر شرایط و یاری دادن به فرآیند تصمیم‌گیری، با توجه به شرایط موجود است. (سرمد ۱۳۸۵)

۴.۳ تعریف عملیاتی متغیرها

در تعریف آمده است که یک متغیر، هر نوع پدیده‌ای است که می‌تواند ارزش‌های متفاوت و متغیر به خود بگیرد (دانایی فرد و هم‌کاران، ۱۳۸۳). متغیر را بر اساس عوامل مختلف به گونه‌های متفاوتی تقسیم‌بندی می‌نمایند. براساس اهداف تحقیق، ما سه نوع متغیر را مورد نظر قرار می‌دهیم.

متغیر وابسته: آن متغیری است که متغیر مستقل بر روی آن اثر می‌کند.

متغیرمستقل: آن متغیری است که محقق تاثیر آن را بر سایر متغیرها مورد سنجش قرار می‌دهد.

متغیرهای پژوهشی: متغیرهایی که مقادیری را اندازه‌گیری می‌کنند و به ما در درک کلیت مطلب کمک می‌کنند.

۵.۳ جمع‌آوری داده

یکی از اصلی‌ترین بخش‌های هر کار پژوهشی را جمع‌آوری اطلاعات تشکیل می‌دهد. چنانچه این کار به شکل منظم و صحیح صورت پذیرد کار تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری از داده‌ها با سرعت و دقت خوبی انجام خواهد شد. برای جمع‌آوری اطلاعات در کارهای پژوهشی چهار روش عمده را مورد استفاده قرار می‌دهند:

۱- استفاده از اطلاعات و مدارک موجود ۲- مشاهده ۳- مصاحبه ۴- پرسش نامه

در این پژوهش از روش اول و روش چهارم جهت جمع‌آوری داده استفاده شده است. در ادامه به اختصار به شرح آن‌ها می‌پردازیم.

۱,۵,۳ استفاده از اطلاعات و مدارک موجود

در برخی تحقیقات، اطلاعاتی که باید به‌عنوان داده مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرند از پیش آماده هستند. بدین صورت که محقق می‌تواند نسبت به جمع‌آوری اطلاعاتی که از قبل تهیه شده- است بپردازد.

از مزایای این روش می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد: به واسطه موجود بودن اطلاعات ارزان است. به علاوه در وقت نیز صرفه جویی می‌شود. اما مهم‌ترین مزیت آن امکان ارزیابی روند موضوع مورد بررسی در گذشته است که در مطالعات گذشته نگر بسیار حائز اهمیت است.

در این پژوهش با مطالعات آمار رسمی، مسائلی شناسایی شدند که در فصل نخست بدان‌ها پرداختیم. سپس بر حسب نیاز محتوایی آن، تعدادی از مقالات و کتب مطرح و به‌روز، تهیه گردیده و مورد مطالعه قرار گرفتند. از هر کدام نکاتی استنباط شد که در بخش دو به طور مفصل بیان گردیدند. به علاوه، جهت انجام فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مورد نیاز، کتب آماری و تکنیک‌ها و روش‌های متعددی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند.

۲,۵,۳ پرسش نامه

دومین روش به کار رفته جهت جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، استفاده از پرسش‌نامه بود. هدف از ارائه پرسش‌نامه کسب اطلاعات معین در مورد موضوعی مشخص است. بزرگ بودن گروه یا جامعه مورد مطالعه یکی از دلایل مهم برای استفاده از پرسش‌نامه است چون امکان مطالعه نمونه‌های بزرگ را فراهم می‌آورد. کیفیت تنظیم پرسش‌نامه در به دست آمدن اطلاعات صحیح و درست و قابل تعمیم

بسیار با اهمیت است. مهم‌ترین اصول نگارش پرسش‌نامه عبارتند از: ۱- درستی محتوای پرسش‌ها ۲- چگونگی نگارش پرسش‌ها و سطح یا دشواری زبان به کار رفته ۳- اطلاعات شخصی که از پاسخ دهنده در خواست می شود ۴- تقدم و تأخر پرسش‌ها ۵- نوع و شکل ظاهری پرسش‌ها و پرسش‌نامه.

در طراحی این پرسش‌نامه هر پنج مورد مذکور مورد توجه قرار گرفتند. جهت طراحی این پرسش‌نامه ابتدا تعدادی از پرسش‌نامه‌های موجود در زمینه‌های مشابه و مورد نیاز جمع‌آوری شد. پس از ترجمه‌ی پرسش‌نامه‌های غیر فارسی زبان، سؤالاتی که فاکتورهای مورد نظر این پژوهش را به شیواترین صورت مورد سوال قرار می‌دادند انتخاب گردیدند. سپس برای آن بخش‌هایی از پژوهش که پرسش‌نامه‌ی استاندارد برایشان موجود نبود پرسش‌هایی طراحی شد. در انتخاب و طراحی پرسش‌ها، همواره مسائل فنی و علمی متعددی در نظر گرفته شد.

در گام بعدی شیوایی زبان پرسش‌نامه و نیز ترتیب و توالی پرسش‌ها تعیین گردید و بلوک‌های پرسش‌نامه تدوین شد. سپس با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای کامپیوتری شکل ظاهری پرسش‌نامه در دو قالب طراحی شد. یک قالب برای پرسش‌نامه‌ی اینترنتی هوشمند (که مسائل فنی ویژه‌ای را در بر داشت) و یک قالب برای پر کردن پرسش‌نامه به صورت دستی.

پر کردن پرسش‌نامه‌ی الکترونیکی برای بسیاری از افراد به خصوص جوانان، راحت‌تر و سریع‌تر است. به علاوه می‌توان با استفاده از ابزارهای برنامه نویسی، کنترل‌های همزمان^۱ بر آن اعمال کرد. از دیگر مزایای پرسش‌نامه‌ی الکترونیکی این است که به سادگی و به سرعت و نیز با صرف هزینه‌ی بسیار اندک می‌توان آن را برای تعداد زیادی از افراد ارسال کرد. اما لازمه‌ی آن اینترنت است که متأسفانه دسترسی به آن همیشه و همه جا میسر نیست. به علاوه عده‌ای از مردم به خصوص قشر سالخورده‌ی جامعه، دانش کافی برای کار با آن را در اختیار ندارند و به‌گونه‌ای با پر کردن پرسش‌نامه‌ی الکترونیکی،

^۱Real time controls

راحت نیستند. لذا در این پژوهش جهت پوشش دادن هر دو قشر، از هر دو نوع پرسش‌نامه استفاده شد.

در ادامه لازم به ذکر است که این پرسش‌نامه از لحاظ ماهیت، در دسته‌ی پرسش‌نامه‌های بسته قرار می‌گیرد. در نوع الکترونیکی آن، توضیحات لازم به همراه پرسش‌نامه برای افراد ارسال شد و در نوع کاغذی، کسانی که پرسش‌نامه را در مناطق و شهرهای مختلف پخش می‌کردند، توضیحات لازم را به افراد می‌دادند. بدین منظور از پیش هماهنگی‌های کامل با پخش‌کننده‌های پرسش‌نامه به عمل آمد و به آن‌ها توضیحات کافی در زمینه‌های مربوطه (از نحوه برخورد با افراد گرفته تا توضیحات لازم در مورد محتوای پرسش‌نامه) داده شد.

۱,۲,۵,۳ محتوای پرسش‌نامه

این پرسش‌نامه در کل شامل سه بخش بود: ۱- نامه‌ی همراه ۲- دستور العمل ۳- پرسش‌ها در بخش نامه‌ی همراه سعی شد تا به صورتی مختصر و مفید، توضیحی در مورد محتوا و موضوع پرسش‌نامه داده شود، از پاسخ‌دهنده برای همکاری دعوت به عمل آید، به پاسخ‌دهنده در مورد امنیت و محرمانه ماندن اطلاعات وارد شده اطمینان داده شود و در انتها از همیاری وی تشکر شود. از آن‌جا که این پرسش‌نامه بخش‌های مختلفی را در بر می‌گرفت و هر بخش، توضیحات ویژه‌ی خودش را داشت، در ابتدای هر بخش از پرسش‌نامه دستور العمل آن بخش آورده شد. پرسش‌های این پرسش‌نامه به ۱۷ بلوک یا بخش تقسیم شدند. که این ۱۷ بخش، ۴۶ پرسش را در خود جای دادند. جدول زیر به شرح کاربرد و جایگاه هر بخش می‌پردازد.

شماره بخش	شماره ی پرسش های بخش	هدف اصلی	منبع
۱	۱ الی ۱۷	تعیین عامل های خوشه ساز	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی
۲	۱۸	تعیین رویکرد فرد نسبت به حجمی از پول یکباره	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی
۳	۱۹	تعیین موضع فعال / غیر فعال مالی فرد	پرسش نامه استاندارد روان شناسی سرمایه
۴	۲۰	سنجش نسبت درآمدی	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی
۵	۲۱ الی ۲۴	سنجش جایگاه فرد در مدل روان نموداری	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی
۶	۲۵	سنجش درگیر بودن با مسائل مالی و وضعیت فعلی	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی
۷	۲۶	تعیین رویکرد فرد نسبت به حجمی از پول تدریجی	افزوده شده توسط محقق
۸	۲۷	تعیین نوع گرایش سرمایه گذاری فرد	پرسش نامه استاندارد گرایشات مالی
۹	۲۸ الی ۳۰	سنجش تمایل فرد به خارج کردن سرمایه اش از استان / کشور	افزوده شده توسط محقق
	۳۱ و ۳۲	بررسی وجود سوگیری ابهام گریزی در فرد	پرسش نامه استاندارد مالی رفتاری
۱۰	۳۳	سنجش حریم تمایلات اجتماعی فرد	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی

۱۱	۳۴	سنجش وضعیت تمایلات اجتماعی فرد	پرسش نامه استاندارد مالی شخصی
۱۲	۳۵	سنجش میل به خرید غیر مولد (فاکتور اول تعیین کننده کوتاه‌نگری)	پرسش نامه استاندارد مالی رفتاری
۱۳	۳۶	سنجش میزان برنامه ریزی برای آینده (فاکتور دوم تعیین کننده کوتاه‌نگری)	پرسش نامه استاندارد مالی رفتاری
۱۴	۳۷	تعیین رویکرد روانی فرد نسبت به پول	پرسشنامه اساندارد روانشناسی پول
۱۵	۳۸	سنجش میزان انضباط پذیری مالی (فاکتور سوم تعیین کننده کوتاه‌نگری)	پرسش نامه استاندارد مالی رفتاری
۱۶	۳۹	عوامل موثر بر اخذ تصمیم به سرمایه‌گذاری مولد	افزوده شده توسط محقق
۱۷	۴۰ الی ۴۶	کسب اطلاعات جمعیت شناختی	افزوده شده بر اساس نیاز پژوهش

جدول ۳. ۱: تفکیک پرسش‌های پرسش‌نامه

۶.۳ تحلیل روایی و پایایی

قبل از بکارگیری ابزارهای اندازه‌گیری لازم است پژوهشگر از طریق علمی، نسبت به روا بودن ابزار اندازه‌گیری مورد نظر و پایایی آن (که مکمل هم به حساب می‌آیند) اطمینان نسبی پیدا کند.

۱.۶.۳ روایی:

مقصود این است که آیا ابزار اندازه‌گیری مورد نظر می‌تواند ویژگی و خصوصیتی که ابزار برای آن طراحی شده است را اندازه‌گیری کند یا خیر؟ موضوع روایی از آن جهت اهمیت دارد که اندازه‌گیری‌های نامتناسب می‌تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش سازد.

روایی انواع مختلفی دارد همچون روایی محتوا، روایی سازه و غیره. در مورد روایی سازه، در فصل آینده توضیح خواهیم داد و در اینجا به ذکر این نکته بسنده می‌کنیم که از آنجایی که همه سوالات، بار عاملی بالایی در هر سازه داشتند بنابر این پرسش‌نامه از روایی سازه بالایی برخوردار است.

در مورد روایی محتوا نظر کارشناسان و خبرگان می‌تواند کمک خوبی برای بهبود ابزار اندازه‌گیری باشد. بنابر این برای افزایش روایی ابزار تحقیق در این پژوهش ابتدا ادبیات موضوع از طریق مطالعات کتابخانه‌ای از جمله پایان‌نامه‌ها و مقالات و کتب مختلف بررسی گردید و پس از اخذ مشاوره از خبرگان، متغیرهای تحقیق شناسایی و بر اساس آن‌ها پرسش‌نامه تهیه گردید. بعد از تهیه پرسش‌نامه اولیه با استاد راهنما و مشاورین مشورت گردید و اصلاحاتی در آن صورت گرفت. پس از آزمودن پرسش‌نامه به صورت آزمایشی، پس از اطمینان از اینکه پاسخگویان سوالات را درک کرده‌اند و پس از این که اصلاحات لازم انجام شد پرسش‌نامه نهایی توزیع گردید.

۲,۶,۳ پایایی:

پایایی (reliability) با این امر سر و کار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. به عبارت دیگر، «همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات در یک آزمون معادل که به صورت مستقل بر یک گروه آزمودنی به دست آمده است» چقدر است. به بیان دیگر اگر ابزار اندازه‌گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار به یک گروه واحدی از افراد بدهیم نتایج حاصل نزدیک به هم باشد.

برای محاسبه ضریب پایایی ابزار اندازه‌گیری، شیوه‌های مختلفی به کار برده می‌شود. از جمله:

(الف) اجرای دوباره آزمون یا روش بازآزمایی (Test – Retest)

(ب) روش موازی یا روش آزمونهای همتا (Equivalence)

(ج) روش تنصیف یا دونیمه کردن آزمون (Split – half)

(د) روش کودر _ ریچاردسون (Kuder – Richardson)

(ه) روش آلفای کرونباخ (Cronbach Alpha)

در این پژوهش برای تحلیل پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد.

۱،۲،۶،۳ آلفای کرومباخ

ضریب آلفای کرونباخ توسط کرونباخ ابداع شده و یکی از متداولترین روش‌های اندازه‌گیری اعتماد پذیری و یا پایایی پرسش‌نامه‌هاست. منظور از اعتبار یا پایایی پرسش‌نامه این است که اگر صفت‌های مورد سنجش با همان وسیله و تحت شرایط مشابه و در زمانهای مختلف مجدداً اندازه‌گیری شوند، نتایج تقریباً یکسان حاصله شود.

ضرب آلفای کروناخ، برای سنجش میزان تک بعدی بودن نگرش‌ها، عقاید و... بکار می‌رود. در واقع می‌خواهیم ببینیم تا چه حد برداشت پاسخگویان از سوالات یکسان بوده است.

آلغای کرونیباخ به طور کلی با استفاده از یکی روابط زیر محاسبه می شود.

$$\alpha = \frac{k\bar{C}}{\bar{V} + (k-1)\bar{C}}$$

L

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{\sigma^2} \right)$$

فرمول ۲.۳

فرمول ۱.۳

که در این روابط k تعداد سوالات، S_i^p واریانس سوال i ام، σ^p واریانس مجموع کلی سوالات، $\bar{C}$ میانگین کواریانس بین سوالات، و $\bar{V}$ واریانس میانگین سوالات می باشند^۱.

بدیهی است هر قدر شاخص آلفای کرونباخ به ۱ نزدیکتر باشد، همبستگی درونی بین سوالات بیشتر و در نتیجه پرسشها همگن تر خواهند بود. کرونباخ ضریب پایایی ۴۵٪ را کم، ۷۵٪ را متوسط قابل قبول، و ضریب ۹۵٪ را زیاد پیشنهاد کرده (کرونباخ، ۱۹۵۱). بدیهی است در صورت پایین بودن مقدار آلفا، بایستی بررسی شود که با حذف کدام پرسشها مقدار آن را می توان افزایش داد.

در این پرسشنامه ضریب آلفای کرونباخ ۹۲٪ می باشد و بنا بر توضیحات بالا، از پایایی مطلوبی برخوردار است.

۷,۳ جامعه‌ی آماری

جامعه آماری مورد مطالعه‌ی این پژوهش، مردم استان فارس می باشد. روش نمونه‌گیری نیز به صورت تصادفی است. چرا که قشر خاصی مد نظر این پژوهش نبوده و «مردم» به معنای عام، مورد هدف این پژوهش است.

۱,۷,۳ اندازه‌ی نمونه

در ابتدای هر پژوهش این سوال مطرح است که در صورت داشتن جامعه‌ی آماری، اندازه‌ی نمونه باید چقدر باشد. این سوال موضوع مهمی است و هرگز نباید از اهمیت آن غافل شد. انتخاب نمونه‌ی بزرگتر از حد نیاز به اتلاف منابع و انتخاب نمونه‌ی کوچکتر از حد نیاز به نتایج نه چندان واقعی و قابل استفاده می انجامد. (آذر و مومنی ۱۳۸۵)

از این رو در ادامه، روش‌های مختلف تعیین حجم نمونه را بررسی خواهیم کرد.

^۱ برگرفته از آلن و ین، ۲۰۰۲

۱,۱,۷,۳ روش سریع اما غیر دقیق

در بین تحلیل گران آماری روشی سریع برای تعیین حجم نمونه وجود دارد. این روش دقت بالایی ندارد اما برای ایجاد بصیرت نسبی در زمینه‌ی تعیین حجم نمونه با قواعد سرانگشتی^۱ در تحقیقاتی که نیاز به سرعت بالا دادند کاربرد دارد.

این قاعده بیان می‌کند که یک حجم نسبی و معقول نمونه ۱۰ برابر تعداد متغیرهای اولیه‌ی مساله است. به عبارتی، طبق این قاعده در مسئله پژوهش حاضر، یک برآورد نسبتاً معقول از حجم نمونه برابر است با:

تعداد متغیرهای اولیه‌ی مساله $\times 10$

فرمول ۳,۳

$$\Leftarrow 46 \times 10 = 460$$

۲,۱,۷,۳ قضیه حد مرکزی

افرادی که صرفاً با تکیه بر قضیه حد مرکزی حجم نمونه را تعیین می‌نمایند، میان‌بری را انتخاب می‌کنند که چندان دقیق نیست اما حداقل توزیع نمونه را به منحنی نرمال نزدیک می‌نماید. طبق این قضیه، در اکثر پژوهش‌ها هر نمونه‌ای که بزرگ‌تر از عدد ۳۰ باشد دارای توزیع نرمال است، به عبارت دیگر، بسیاری از پژوهشگران باز هم بر اساس یک قاعده‌ی سرانگشتی و تجربی معتقدند که صرف نظر از توزیع جامعه‌ی آماری، حداقل یک نمونه‌ی ۳۰ تایی لازم است تا بتوان گفت توزیع آماره نرمال است (آذر و مومنی، ۱۳۸۵).

^۱ Rules of thumb

بنابر همین اصل، در مرحله‌ی آزمودن پرسش‌نامه‌ی اولیه، عدد ۳۱ انتخاب شد و ۳۱ نفر این پرسش-
نامه را پر کردند.

۳,۱,۷,۳ روابط آماری

این روش که دقیق‌ترین روش است بر روابط آماری ریاضی استوار است. بر اساس تحقیقات صورت
گرفته، مناسب‌ترین روش آماری برای این پژوهش استفاده از روش کواکران است که در ادامه به شرح
آن می‌پردازیم. در این روش اگر حجم جامعه مشخص باشد خواهیم داشت:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{d^2(N-1) + Z^2 pq}$$

فرمول ۴.۳

N: حجم جامعه آماری

n: حجم نمونه

Z: مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد، که در سطح اطمینان ۹۵ درصد برابر ۱,۹۶ می باشد

P: مقدار نسبت صفت موجود در جامعه است. اگر در اختیار نباشد می توان آن را ۵/۰ در نظر گرفت. در

این حالت مقدار واریانس به حداکثر مقدار خود می رسد .

Q: درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه هستند (q = ۱-p)

d: مقدار اشتباه مجاز

با توجه به موارد فوق، حجم نمونه در حدود ۴۰۰ می‌شود. (دقیقاً ۳۸۵)

در این پژوهش با توجه به روش‌های گفته شده و به منظور افزایش دقت سنجش، با در نظر گرفتن درصدی خطا، تعداد ۱۲۰۰ پرسش نامه توزیع شد تا به اندازه‌ی کافی پرسش نامه‌ی کامل و صحیح و قابل استفاده در تحلیل‌ها حاصل شود. در نهایت تعداد ۵۲۷ پرسش نامه‌ی کامل و صحیح حاصل شد.

۲,۷,۳ روش نمونه گیری

نمونه گیری که همه اعضای جامعه را شامل شود و هر عضو برای انتخاب شدن از شانس مساوی برای انتخاب شدن برخوردار باشد، یعنی نمونه گیری ساده تصادفی (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳)، عملاً بسیار مشکل، پرهزینه و وقت‌گیر می باشد؛ به گونه‌ای که در این گستره‌ی جغرافیایی، تنها توسط دستگاه‌های دولتی قابل اعمال است. لذا در این تحقیق از «نمونه گیری تصادفی» استفاده گردیده است. در این پژوهش از نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. در این روش این احتمال به میزان زیادی وجود دارد که الگوهای توزیع ویژگی‌های مورد نظر جامعه، در آزمودنی‌هایی که برای نمونه‌ی خود برگزیده‌ایم موجود باشد.

به منظور پوشش دادن نواحی استان، از بین شهرستان‌های شرقی استان، شهرهای نیریز و فسا، از بین شهرستان‌های مرکزی، جهرم و مرودشت، از بین شهرستان‌های جنوبی، لار و لامرد، از بین شهرستان‌های غربی، کازرون و فیروز آباد و از بین شهرستان‌های شمالی، آباده و اقلید انتخاب شدند. این انتخاب به صورت تصادفی ساده و به منظور پوشش دادن وسعت جغرافیایی استان انجام گرفت. شهر شیراز نیز به دلیل اینکه بیشترین جمعیت استان را در خود جای داده و علاوه بر مرکز استان بودن، بیشترین میزان تأثیرگذاری فرهنگی، مالی و اقتصادی را در این استان دارا است به عنوان شهر مرکزی در جامعه‌ی آماری قرار گرفت.

۸,۳ تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحقیقات کمی انبوهی از اعداد را تولید می کنند که باید آن‌ها را خلاصه، توصیف و تجزیه و تحلیل نمود. مشخصات به دست آمده از داده‌ها، باید توسط کشیدن نمودارها و نقشه‌ها، رسم جداول متقاطع و محاسبه میانگین و انحراف معیار توصیف و کاوش شوند.

برای انجام تجزیه و تحلیل‌های مورد نیاز این پژوهش، هم از آمار توصیفی و هم از آمار استنباطی استفاده می گردد. این تکنیک‌ها به اختصار عبارتند از تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل خوشه‌ای دو مرحله‌ای، آزمون کای دو، آزمون دو جمله‌ای، آزمون t و غیره. در ادامه به شرح موارد یاد شده می‌پردازیم.

۱,۸,۳ تحلیل عاملی

در برخی تحقیقات به دلایل مختلف با حجم زیادی از متغیرها روبرو هستیم. برای تحلیل دقیق‌تر و رسیدن به نتایج علمی‌تر و در عین حال عملیاتی‌تر، پژوهشگر به دنبال کاهش حجم متغیرها و تشکیل ساختار جدیدی برای آنها است و به این منظور از روش تحلیل عاملی استفاده می‌کنند.

نخستین کار درباره تحلیل عاملی توسط چارلز اسپیرمن (۱۹۰۴) صورت گرفت، به گونه ای که وی را پدر این روش شناخته اند. در حقیقت، هدف تشخیص این عامل‌های مشاهده ناپذیر بر پایه مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده پذیر است. عامل، متغیر جدیدی است که از طریق ترکیب خطی نمره‌های اصلی متغیرهای مشاهده شده بر پایه فرمول زیر برآورد می شود:

$$F_j = \sum W_{ji} X_i = W_{j1} X_1 + W_{j2} X_2 + \dots + W_{jp} X_p$$

فرمول ۳. ۵

که در آن W ها بیانگر ضرایب نمره عاملی و P معرف تعداد متغیرها است.

امید این است که با تعداد کمی از این عاملها (یعنی ترکیبهای خطی نمره‌های اصلی متغیرهای مشاهده شده)، بتوان تقریباً همه اطلاعاتی را که توسط مجموعه بزرگتری از متغیرها به دست می‌آید، در بر گرفته و در نتیجه توصیف ویژگی‌های هر مشاهده را ساده ساخت.

۱,۱,۸,۳ مراحل انجام تحلیل عاملی

۱. تشکیل ماتریسی از ضرایب همبستگی متغیرها،^۲ استخراج عامل‌ها از ماتریس ضریب همبستگی
۳. چرخش عامل‌ها به منظور به حداکثر رساندن رابطه بین متغیرها و عامل‌ها^۴. محاسبه بار عاملی (نمره عامل‌ها) برای تعیین عامل‌های مورد نظر

نکته ۱: معمولاً عاملهایی انتخاب می‌شوند که بار عاملی آنها بیشتر از $0/4$ باشد.

- نکته ۲: برخی از صاحب‌نظران معتقدند در تحلیل عاملی، تعداد مشاهدات (Cases) حداقل باید ۱۰ برابر تعداد متغیرها باشد.

۲,۱,۸,۳ انواع تحلیل عاملی

(۱) تحلیل عاملی اکتشافی^۱

محقق درصدد کشف ساختار زیربنایی مجموعه نسبتاً بزرگی از متغیرها است بدون وجود هیچ تئوری اولیه‌ای. هر متغیری ممکن است با هر عاملی ارتباط داشته باشد.

کاربردها: کاهش داده‌ها^۲ یا شناسایی ساختارها^۳

^۱ Exploratory Factor Analysis

^۲ Data Reduction

^۳ Structure Detection

۲) تحلیل عامل تأییدی^۱

پیش فرض اساسی محقق، آن است که هر عاملی با زیرمجموعه خاصی از متغیرها ارتباط دارد. حداقل شرط لازم این است که محقق در مورد تعداد عامل‌های مدل قبل از انجام تحقیق، پیش فرض معینی داشته باشد.

در هر روش استخراجی که مد نظر باشد، یک راه حل خوب باید پاسخ مناسبی به این دو سؤال ارائه کند: ۱- چه تعداد عامل برای معرفی متغیرها لازم است؟ ۲- عامل‌ها چه معنا و مفهومی دارند؟

با توجه به تعاریفی که ارائه شد، برای این پژوهش، تحلیل عاملی اکتشافی مناسب می‌باشد و می‌تواند خروجی مناسبی را تولید کند. به همین منظور با انجام مراحل گفته شده در بالا، تحلیل عاملی اکتشافی بر روی داده‌های پرسش‌نامه انجام شد و در نهایت چهار عامل اصلی به دست آمد که در فصل آینده در این باره توضیحات کافی داده خواهد شد.

در اینجا لازم است این تکتک را توضیح دهیم که همبستگی هر متغیر با هر عامل بار عاملی (Factor Loading) نامیده می‌شود و مقدار آن بین ۱- و ۱+ تغییر می‌کند. واریانس تبیین شده توسط هر عامل برابر است با مجذور بارهای عاملی آن. این واریانس مقدار ویژه (Eigen Value) نامیده می‌شود. اولین مقدار ویژه همواره بیشترین بوده و از ۱ بزرگتر می‌باشد. مقدار ویژه برای عامل‌های بعدی کوچکتر می‌باشد.

در اینجا باید گفت که تمام عامل‌های استخراج شده مورد علاقه محقق نیست. هدف تحلیل عاملی تبیین پدیده‌های مورد نظر با تعداد کمتری از متغیرهای اولیه است. در وهله اول هدف تعیین تعداد عامل‌هایی است که در تحلیل نگه داشته می‌شود. در واقع، عامل‌هایی باید نگه داشته شود که اعتبار صوری یا نظری داشته باشد. منتها قبل از فرایند چرخش نمی‌توان به معنی هر عامل به خوبی پی برد،

^۱ Confirmatory Factor Analysis

بنابراین معمولاً از ملاک های ریاضی مانند ملاک کایزر یا آزمون اسکری کتل برای نگه داشتن عاملها استفاده می شود.

۲,۸,۳ تحلیل خوشه ای

اصطلاح تحلیل خوشه ای^۱ اولین بار توسط تریون^۲ در سال ۱۹۳۹ برای روش های گروه بندی اشیائی که شبیه بودند مورد استفاده قرار گرفت. تجزیه خوشه ای ابزار میانبر تحلیل داده هاست که هدف آن نظم دادن به اشیا مختلف به گروه هایی است که در آنها درجه ارتباط بین دو شیء، چنانچه به یک گروه تعلق داشته باشند حداکثر و در غیر این صورت حداقل است. به عبارت دیگر تحلیل خوشه ای ساختار داده ها را نشان می دهد.

تحلیل خوشه ای یک ابزار اکتشاف است و نتایج آن ممکن است (۱) در تعریف یک طرح طبقه بندی مانند رده بندی افراد یا گیاهان و غیره مفید باشد. (۲) قواعدی برای اختصاص موارد جدید به طبقه ها به منظور شناسایی و تشخیص به دست دهد. (۳) حدود تعریف، اندازه و تنوع و تعریف برای آنچه قبلاً به شکل مفاهیم وسیعی بوده است، فراهم آورد. (۴) نمونه هایی برای معرفی طبقه ها بیابد. (۵) مدل آماری برای توصیف جامعه ارائه دهد.

مفاهیم فاصله و تشابه از مفاهیم اساسی تحلیل خوشه ای است. فاصله اندازه ای است که نشان می دهد دو مشاهده تا چه حد جدا از یکدیگرند. در حالی که تشابه شاخص نزدیکی آنها با یکدیگر است. پژوهشگر قبل از تحلیل، نخست باید یک مقیاس کمی را که بر پایه هم خوانی (تشابه) بین مشاهده ها اندازه گرفته می شود را انتخاب کند. این شاخص ها با توجه به الگوریتم تشکیل خوشه، ماهیت متغیرها (پیوسته، گسسته یا دو ارزشی) و مقیاس اندازه گیری انتخاب می شوند.

^۱Cluster Analysis
^۲Tryon

غالباً در تحلیل خوشه ای، تصمیم‌گیری درباره تعداد خوشه‌ها بر مبنای ملاک بیزی و ملاک آکائیکه گرفته می‌شود. جوابی که در سطح حداقل ملاک بیزی و ملاک آکائیکه به دست می‌آید، می‌تواند معرف بهترین تعادل موجود بین دقت و پیچیدگی باشد که مهم‌ترین تأثیرات را در نظر بگیرد و اهمیت آن‌ها را کم نشان ندهد. همچنین، راه دیگر برای تصمیم‌گیری در زمینه تعداد خوشه‌ها، استفاده از نسبت فاصله می‌باشد. بهینه‌ترین تعداد خوشه‌ها هنگامی است که تغییری بزرگ در نسبت فاصله مشاهده می‌گردد (بردندت ۲۰۰۵).

۱,۲,۸,۳ انواع تحلیل خوشه ای

۱. تحلیل خوشه ای دو مرحله ای (T-SCATwo-Step Cluster Analysis)

۲. تحلیل خوشه ای K-میانگین (K-MCAK-Means Cluster Analysis)

۳. تحلیل خوشه ای سلسله مراتبی HCA (Hierarchical Cluster Analysis)

در این پژوهش بنابه توانایی‌های تحلیل خوشه‌ای دو مرحله‌ای، از این نوع تحلیل خوشه‌ای بهره برده شده است که در ادامه به شرح آن می‌پردازیم.

۲,۲,۸,۳ خوشه بندی دو مرحله ای^۱

این رویه، ابزاری اکتشافی است که برای آشکار نمودن گروه‌ها (خوشه‌ها)ی ذاتی و طبیعی موجود در مجموعه داده که به طور معمول دیده نمی‌شوند، طراحی شده است. وجه تمایز الگوریتم موجود در این رویه با فنون سنتی خوشه بندی:

- قابلیت خوشه بندی بر اساس متغیرهای گسسته (رسته‌ای) و پیوسته
- انتخاب خودکار تعداد خوشه‌ها
- قابلیت تحلیل کارآمد فایل داده‌های بسیار بزرگ

^۱Two step cluster

خوشه بندی دو مرحله ای برای پیدا کردن گروه های واقعی موجود در مشاهدات یا متغیرها بسیار مفید است. همزمان با متغیرهای پیوسته و گسسته به خوبی کار می کند. همچنین، می تواند فایل داده های بسیار بزرگ را تحلیل نماید. این روش از دو مرحله خوشه بندی داده ها استفاده می کند که بر خلاف سایر روش ها نیازی به دانستن تعداد خوشه نیست و بر اساس شاخص های (BIC)^۱ و (AIC)^۲ مقدار بهینه خوشه ها محاسبه می گردد. الگوریتم خوشه بندی بر اساس فاصله محاسبه شده در صورتی که متغیرها مستقل و متغیرهای پیوسته دارای توزیع نرمال و متغیرهای مقوله ای از توزیع چند جمله ای برخوردار باشند بهترین نتیجه را حاصل می کند. اما در زمانی که برخی از این پیش فرض ها همزمان برآورده نباشند این الگوریتم باز هم می تواند جواب های منطقی را ارائه دهد. چون تحلیل خوشه ای شامل هیچ آزمون فرضی یا سطح معناداری نمی شود به همین دلیل در شرایطی هم که پیش فرض ها به خوبی برآورده نشده باشند باز هم می تواند عملکرد خوبی در خوشه بندی داده ها داشته باشد.

۱،۲،۲،۸،۳ مرحله اول: مرحله پیش خوشه بندی^۳

اولین گام شکل دادن خوشه های کوچک هست. هدف از این مرحله کاهش اندازه ماتریس فاصله ای بین تمامی زوج داده ها موجود می باشد. در این مرحله فقط از موارد (cases) واقعی که به صورت داده های خام وجود دارند استفاده می شود. زمانی که داده ها خوانده می شود الگوریتم بر اساس فاصله محاسبه شده تصمیم می گیرد که آیا داده مورد بررسی می بایست در شاخه های قبلی ادغام شود و یا در خوشه های جدیدتر جای گیرد.

۲،۲،۲،۸،۳ مرحله دوم: خوشه بندی سلسله مراتبی از خوشه های قبلی

در این مرحله به کمک الگوریتم استاندارد خوشه بندی، سلسله مراتبی از خوشه های قبلی حاصل می گردد و بر اساس شاخص های (BIC) یا (AIC) مقدار بهینه خوشه ها محاسبه می گردد.

^۱ Schwarz Bayesian Criterion

^۲ Akaike's Information Criterion

^۳ Preclustering

۳,۲,۸,۳ محاسبه شاخص کیفیت خوشه بندی

چون مقیاس سوالات پرسش‌نامه هم به صورت رتبه‌ای و هم مقوله‌ای است به همین دلیل برای محاسبه فاصله در خوشه بندی از معیار (Log-Likelihood) استفاده می‌شود که در فصل آینده جداول مربوطه را مشاهده خواهید کرد.

۴,۲,۸,۳ تفاوت تحلیل خوشه ای و تحلیل تشخیصی

در تحلیل تشخیصی گروه‌ها (خوشه‌ها) از قبل تشکیل شده‌اند و هدف از تحلیل آن است که ترکیب خطی آن دسته از متغیرهای مستقلی که گروه‌ها را به بهترین نحو از همدیگر تفکیک می‌کنند تعیین شود، اما در تحلیل خوشه‌ای گروه‌ها از قبل تعیین نشده‌اند بلکه هدف این است که بهترین روشی را که بتوان از طریق آن پاسخگویان (یا متغیرها) را در گروه‌هایی مشخص خوشه بندی کرد تعیین کرد.

۳,۸,۳ آزمون کای دو یا کای اسکور

یکی از مهمترین آزمونهای ناپارامتریک آزمون χ^2 است. اساس و پایه این آزمون بررسی فراوانی مشاهده شده که در طرح‌های تحقیقاتی جمع شده‌اند با فراوانی‌های مورد انتظار است. یعنی می‌خواهیم بدانیم آیا بین فراوانی مشاهده شده و فراوانی‌های مورد انتظار تفاوتی معنی دار وجود دارد یا آنکه این تفاوت ناچیز و حاصل شانس است. در واقع می‌خواهیم بدانیم که بین دو متغیر ارتباطی وجود دارد یا آن دو متغیر مستقل از هم می‌باشند.

توزیع χ^2 را معمولاً وقتی بکار می‌برند که داده‌های جمع آوری شده به صورت فراوانی بوده و فرضیه‌ها بصورت رابطه‌ای و تفاوتی باشند.

تصمیم‌گیری: اگر مقدار آماره آزمون بزرگتر از مقدار کای-مربع جدول باشد پس فرض H_0 در سطح خطای α درصد رد شده و فرض H_1 (وجود ارتباط بین دو متغیر) پذیرفته خواهد شد (عادل آذر، ۱۳۸۱).

۴,۸,۳ آزمون دو جمله‌ای

آزمون دوجمله‌ای^۱ یک آزمون ناپارامتری می‌باشد که در آن بر مبنای یک مقدار یا مشخصه، به بررسی موفقیت و شکست پرداخته می‌شود. منظور از موفقیت و شکست، وجود یا عدم وجود یک متغیر در جامعه‌ی مورد بررسی می‌باشد. برای نمونه، محقق درصدد است میزان رضایت مشتریان یک بانک را با استفاده از این آزمون بسنجد. وی با دو حالت رضایت‌مندی (موفقیت) و عدم وجود رضایت (شکست) سر و کار دارد. بنابراین برای وجود و یا عدم وجود یک متغیر، از آزمون دوجمله‌ای سود برده می‌شود. از این آزمون، از آنجایی که با یک متغیر سروکار داریم، برای آزمون فرضیه‌های توصیفی استفاده می‌شود. این آزمون هم‌ردیف آزمون پارامتری T می‌باشد.

تصمیم‌گیری: در آزمون دو جمله‌ای، چنانچه سطح معنی‌داری کمتر از میزان خطا باشد، بالابودن و یا وجود متغیر مورد نظر استنباط می‌شود. از آنجا که این آزمون معمولاً در سطح خطای ۵ درصد در نظر گرفته می‌شود، برای رسیدن به این نتیجه باید سطح معنی‌داری کمتر از ۵ درصد باشد.

۹,۳ ابزار تحلیل داده‌ها

داده‌های جمع‌آوری شده می‌تواند به صورت دستی یا رایانه‌ای تجزیه و تحلیل شوند. چنانچه حجم اطلاعات از حد معینی بیشتر باشد امکان تجزیه و تحلیل دستی وجود نخواهد داشت. امروزه تقریباً در همه موارد این امر با استفاده از رایانه و برنامه‌های مختلف تجزیه و تحلیل آماری انجام می‌پذیرد. در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS تکنیک‌های آماری یاد شده اجرا و پیاده‌سازی شدند. به علاوه از این نرم‌افزار برای انجام آن‌ار توصیفی نظیر جداول، توزیع فراوانی و نمودارهای هیستوگرام استفاده شد. از نرم‌افزار excel نیز جهت عملیات ابتدایی بر روی داده‌ها بهره گرفته شد.

^۱Binomial

فصل چہارم: تجزیہ و تحلیل نتائج

۱,۴ تحلیل عاملی پرسشنامه

همان طور که پیش از این بیان شد، در تحلیل اکتشافی (Exploratory factor analysis) پژوهشگر به دنبال بررسی داده‌های تجربی به منظور کشف و شناسایی شاخص‌ها (عامل‌های سازه) و نیز روابط بین آن‌هاست و این کار را بدون تحمیل هر گونه مدل معینی انجام می‌دهد. به بیان دیگر تحلیل اکتشافی علاوه بر آنکه ارزش تجسسی یا پیشنهادی دارد می‌تواند ساختار ساز، مدل ساز یا فرضیه ساز باشد. تحلیل اکتشافی وقتی به کار می‌رود که پژوهشگر شواهد کافی قبلی و پیش تجربی برای تشکیل فرضیه درباره تعداد عامل‌های زیربنایی داده‌ها نداشته و به واقع مایل باشد درباره تعیین تعداد یا ماهیت عامل‌هایی که هم پراشی بین متغیرها را توجیه می‌کنند داده‌ها را بکاود. بنابراین تحلیل اکتشافی بیشتر به عنوان یک روش تدوین و تولید تئوری و نه یک روش آزمون تئوری در نظر گرفته می‌شود.

در تحلیل عاملی برای هر متغیر، ۵ تا ۱۰ نمونه توصیه شده است. به عنوان نمونه اگر منظور پژوهشگر تحلیل عاملی برای ۱۰ متغیر باشد، حداقل باید یک نمونه ۵۰ تایی انتخاب کند. برای مشخص نمودن کفایت تعداد نمونه، از شاخص KMO نیز می‌توان استفاده نمود.

جدول ۱.۴: شاخص کفایت نمونه‌گیری در تحلیل عاملی

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.۸۰۵
Approx. Chi-Square		۱۲۱۲,۴۸۶
Bartlett's Test of Sphericity	Df	۱۳۶
	Sig.	.۰۰۰

همان طور که در جدول ۴-۱ مشاهده می‌شود ضریب بارتلت (KMO) برابر با ۰/۸۰۵ است که نشان دهنده حد مطلوب نمونه‌گیری در تحلیل عاملی است.

همچنین مقدار sig آزمون بارتلت، کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب است. بنابراین می‌توانیم از تحلیل عاملی برای یافتن سازه‌ها (متغیرهای مفهومی) استفاده کرد.

برای تحلیل عاملی از روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی برای استخراج سازه‌ها و از چرخش واریمکس جهت چرخش عامل‌ها استفاده شده است.

در جدول ۴-۲ به ترتیب اشتراک اولیه و اشتراک استخراجی را نشان می‌دهد. اشتراک یک متغیر برابر مربع همبستگی چندگانه (R^2) برای متغیرهای مربوطه با استفاده از عامل‌ها (به عنوان پیش‌بینی کننده) است.

به دلیل این که ستون اشتراک اولیه، اشتراک‌ها را قبل از استخراج عامل‌ها بیان می‌کند، تمامی اشتراک‌های اولیه برابر با یک است. هر چه مقدار اشتراک استخراجی بزرگ‌تر باشد، عامل‌های استخراج شده، متغیرها را بهتر نمایش می‌دهند.

اگر هر یک از مقادیر اشتراکی بسیار کوچک باشد ممکن است استخراج عامل دیگری الزامی باشد. با توجه به خروجی که در جدول ۴.۲ آمده است همه متغیرها اشتراک استخراجی بالایی دارند بنابراین در این مرحله نیازی به حذف متغیری وجود ندارد.

جدول ۲.۴: مقادیر اشتراک اولیه و استخراجی

Communalities

	Initial	Extraction
Q۱	۱,۰۰۰	.۶۶۰
Q۲	۱,۰۰۰	.۵۹۶
Q۳	۱,۰۰۰	.۷۹۰
Q۴	۱,۰۰۰	.۵۴۸
Q۵	۱,۰۰۰	.۵۹۴
Q۶	۱,۰۰۰	.۴۶۲
Q۷	۱,۰۰۰	.۶۴۹
Q۸	۱,۰۰۰	.۶۹۲
Q۹	۱,۰۰۰	.۶۴۸
Q۱۰	۱,۰۰۰	.۷۲۶
Q۱۱	۱,۰۰۰	.۷۷۳
Q۱۲	۱,۰۰۰	.۷۳۰
Q۱۳	۱,۰۰۰	.۷۴۰
Q۱۴	۱,۰۰۰	.۷۶۸
Q۱۵	۱,۰۰۰	.۸۱۹
Q۱۶	۱,۰۰۰	.۷۱۶
Q۱۷	۱,۰۰۰	.۸۳۲

Extraction Method: Principal

ComponentAnalysis.

در جدول ۳.۴ سه قسمت وجود دارد:

در قسمت اول (با برچسب Initial Eigenvalues) مربوط به مقادیر ویژه است و تعیین کننده عامل‌هایی است که در تحلیل باقی می‌ماند (عامل‌هایی که دارای مقدار ویژه کمتر از ۱ هستند از تحلیل خارج می‌شوند). عوامل خارج شده از تحلیل، عواملی هستند که حضور آن‌ها باعث تبیین بیشتر واریانس نمی‌شود.

قسمت دوم (با برچسب Extraction sum of squared loading) مقدار ویژه عوامل استخراجی بدون چرخش است.

قسمت سوم (با برچسب Rotation sum of squared loading) نشان دهنده مقدار ویژه عوامل استخراجی با چرخش می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد عامل‌های ۱، ۲، ۳، ۴ دارای مقدار ویژه بزرگ‌تر از ۱ هستند و در تحلیل باقی می‌مانند. به عبارت دیگر متغیرهای پرسشنامه تحت تأثیر ۴ عامل زیر بنایی یا سازه، قرار دارد. این چهار عامل می‌توانند تقریباً ۶۸ درصد از تغییر پذیری (واریانس) متغیرها را توضیح دهند.

جدول ۴.۴ ماتریس چرخیده شده اجزا را نشان می‌دهد که شامل بارهای عاملی هر یک از متغیرهای باقی مانده پس از چرخش می‌باشد. متغیرهایی که در هر عامل بار عاملی بالایی دارند نشان داده شده است.

جدول ۴.۳: کل واریانس‌های استخراج شده

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	درصد واریانس	در صد تجمعی	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
۱	۵,۹۹۶	۳۵,۲۷۳	۳۵,۲۷۳	۵,۹۹۶	۳۵,۲۷۳	۳۵,۲۷۳	۴,۵۱۶	۲۶,۵۶۶	۲۶,۵۶۶
۲	۲,۸۴۸	۱۶,۷۵۳	۵۲,۰۲۷	۲,۸۴۸	۱۶,۷۵۳	۵۲,۰۲۷	۴,۰۹۳	۲۴,۰۷۵	۵۰,۶۴۱
۳	۱,۶۷۶	۹,۸۵۷	۶۱,۸۸۳	۱,۶۷۶	۹,۸۵۷	۶۱,۸۸۳	۱,۷۲۶	۱۰,۱۵۵	۶۰,۷۹۵
۴	۱,۱۳۵	۶,۶۷۸	۶۸,۵۶۲	۱,۱۳۵	۶,۶۷۸	۶۸,۵۶۲	۱,۳۲۰	۷,۷۶۶	۶۸,۵۶۲
۵	.۹۳۷	۵,۵۱۲	۷۴,۰۷۴						
۶	.۷۵۶	۴,۴۴۸	۷۸,۵۲۲						
۷	.۷۰۶	۴,۱۵۵	۸۲,۶۷۷						
۸	.۵۸۳	۳,۴۲۸	۸۶,۱۰۵						
۹	.۴۳۰	۲,۵۲۸	۸۸,۶۳۳						
۱۰	.۴۱۴	۲,۴۳۷	۹۱,۰۷۰						
۱۱	.۳۲۰	۱,۸۸۵	۹۲,۹۵۵						
۱۲	.۳۱۳	۱,۸۴۲	۹۴,۷۹۷						
۱۳	.۲۶۸	۱,۵۷۴	۹۶,۳۷۱						
۱۴	.۲۱۷	۱,۲۷۷	۹۷,۶۴۸						
۱۵	.۱۷۵	۱,۰۳۲	۹۸,۶۸۰						
۱۶	.۱۳۵	.۷۹۲	۹۹,۴۷۲						
۱۷	.۰۹۰	.۵۲۸	۱۰۰,۰۰۰						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

جدول ۴.۴: عوامل شناسایی شده و متغیرهای هر کدام

Rotated Component Matrix^a

	عوامل			
	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳	عامل ۴
Q۱۲	.۸۳۵			
Q۱۴	.۸۰۴			
Q۱۳	.۷۹۳			
Q۹	.۷۳۰			
Q۱۶	.۷۰۷			
Q۱۷	.۶۸۸	.۵۰۹		
Q۸		.۷۸۴		
Q۱۱		.۷۸۲		
Q۱۰		.۷۶۸		
Q۴		.۷۰۱		
Q۱۵	.۵۹۱	.۶۸۵		
Q۲		.۶۴۱		
Q۱		.۵۲۵	.۵۰۱	
Q۷			-.۷۳۶	
Q۵			.۶۸۴	
Q۳				-.۸۶۹
Q۶				.۵۲۶

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in ۸ iterations.

همانطور که در جدول ۴.۴ مشاهده می شود سه سوال Q۱, Q۱۵, Q۱۷ با دو عامل رابطه دارند بنابراین با مرور ادبیات تحقیق و بررسی رابطه منطقی این سه متغیر با سایر متغیرهای موجود در عامل ها تصمیم گرفته شد که متغیر Q۱ و Q۱۵ در در عامل سوم قرار گیرند.

سوال Q۱۷ چون به لحاظ منطقی ارتباط چندان قوی ای با دو عامل اول و دوم نداشت از لیست سوالات حذف گردید.

دو سوال Q۳ و Q۶ چون در ارتباط با اعتماد به نفس بودند بنابراین عامل آن «کمبود اعتماد به نفس در مسائل مالی» نام گذاری شد.

دو سوال Q۵ و Q۷ در عاملی به نام «تمایل به اخذ تصمیمات شهودی و حسی» قرار گرفتند. سوالات Q۱۱, Q۱۰, Q۸, Q۴, Q۲, Q۱ و Q۱۵ در عامل «حساب شده عمل کردن» قرار گرفتند. در آخر، سوالات Q۱۴, Q۱۳, Q۱۲, Q۹ و Q۱۶ در عاملی به نام «ولخرجی» در نظر گرفته شدند. در جدول ۴-۵ بصورت خلاصه لیست عامل های سازه و متغیرهای هر کدام آورده شده است.

جدول ۴-۵: لیست نهایی عامل ها و سوالات مربوط به هر عامل

۵ ۳ ۹	ولخرجی	Q۱۲	Q۱۴	Q۱۳	Q۹	Q۱۶		
	حساب شده عمل کردن	Q۸	Q۱۱	Q۱۰	Q۴	Q۱۵	Q۲	Q۱
	تمایل به اخذ تصمیمات شهودی و حسی	Q۷	Q۵					
	کمبود اعتماد به نفس در مسائل مالی - اقتصادی	Q۳	Q۶					

۲.۴ تحلیل عامل های سازه

در اینجا مجدداً به جدول ۴-۵ مراجعه کرده و عامل های به دست آمده را مورد تحلیل قرار می دهیم. بدین منظور، لازم است شرح پرسش هایی که هر عامل را تعیین می کنند آورده شود.

ولخرجی
هنگامی که غمگین یا نا امید باشم پول خرج می‌کنم؟
پیشنهادات ویژه (special offers)، می‌توانند مرا ترغیب به خریدن کنند؟
حتی در خرید های بسیار بزرگ، بی‌اختیار پول خرج می‌کنم؟
خرج کردن پول را بیشتر از پس‌انداز کردن آن دوست دارم؟
عموماً از اوضاع شکایت نمی‌کنم، حتی اگر دلیلی برای این کار داشته‌باشم؟

به وضوح مشاهده می‌شود که چهار پرسش اول میزان تمایل فرد برای خرید کردن و خرج کردن را مورد سنجش قرار می‌دهد. پرسش پنجم نیز حاکی از سخت نگرفتن به امور است که می‌توان آن را به نوعی جدی نگرفتن مسائل در نظر گرفت که به عادت ولخرجی دامن می‌زند. در نتیجه برای این عامل، عنوان ولخرجی در نظر گرفته شد. این عنوان در ادبیات مالی نیز کاربرد دارد و به همین معنی به کار می‌رود.

حساب شده عمل کردن
بخش مالی رسانه‌ها (روزنامه/ اینترنت/ تلویزیون/ ...) رابه دقت مطالعه/ بررسی می‌کنم؟
هنگامی که در مورد مسائل مالی، گفتگویی آغاز می‌شود، علاقه دارم که در آن گفتگو شرکت کنم؟
به مسائل مالی و پولی علاقه مند هستم؟
ریسک موجود در گزینه‌های مختلف را اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنم؟
از خواندن و مقایسه کردن نتایج به دست آمده از تست یک یا چند محصول، لذت می‌برم؟
برای من سخت است که برای روز مبادا، پولی ذخیره نکرده باشم؟
توجه به آینده برای من امری ضروری است؟

در سه پرسش اول، فرد به دنبال کسب اطلاعات از مسائل مالی و اقتصادی است. در این سه پرسش نسبت به این مسائل علاقه و توجه نشان می‌دهد. در پرسش چهارم و پنجم فرد در تلاش برای یافتن بهترین گزینه‌ها است و برای این کار وقت می‌گذارد و تحلیل و بررسی می‌کند. در دو پرسش آخر، فرد آینده‌نگری خود را نشان می‌دهد. در مجموع این دسته از پرسش‌ها می‌سنجند که فرد تا چه میزان در مسائل مالی محتاط، علاقه‌مند، دقیق و آینده‌نگر است. در ادبیات مالی، عاملی که مفاهیم یاد شده را در بر گیرد، حساب شده عمل کردن نامیده می‌شود.

-۳-

تمایل به اخذ تصمیمات شهودی و حسی
اصولاً تمایل دارم که تصمیمات مالی را به تعویق بیندازم. (تصمیماتی مثل پس‌انداز/ خرید ملک/ خرید سهام/ بیمه/ ...)
اصولاً در پایان روز به صورت حسی تصمیماتی را در زمینه‌های مالی و اقتصادی اتخاذ می‌کنم؟

در این دسته، پرسش اول دلالت بر نداشتن حوصله‌ی پرداختن به ددرسهای اخذ یک تصمیم مالی دارد. به علاوه می‌تواند حاکی از نداشتن توان و دانش کافی در این زمینه باشد. عنصر عدم اطمینان نیز در این پرسش دیده می‌شود. پرسش دوم نیز حسی رفتار کردن در تصمیمات مالی و اقتصادی را نشان می‌دهد. مجموع این دو سوال عاملی را می‌سنجند که از آن تحت عنوان تمایل به اخذ تصمیمات شهودی و حسی یاد می‌شود.

-۴-

کمبود اعتماد به نفس در مسائل مالی - اقتصادی
ادبیات خاص به کار رفته توسط کارشناسان و خبرگان مسائل مالی، در من ایجاد حس عدم اطمینان می‌کند؟
پس از اخذ یک تصمیم مالی، مدام نگرانم که ببینم آیا تصمیم اخذ شده صحیح بوده است یا خیر؟

باید دقت شود که در پرسش نخست گفته نشده «سردرگمی» بلکه گفته شده «عدم اطمینان». به همین دلیل این پرسش با کمبود دانش ارتباط مستقیم ندارد بلکه با کمبود اطمینان از دانش موجود ارتباط مستقیم دارد. پرسش دوم نیز نشان دهنده عدم اطمینان فرد از تصمیماتی است که اتخاذ کرده است. در نتیجه مجموع این دو پرسش میزان اعتماد به نفس فرد را در مسائل مالی و اقتصادی مورد سنجش قرار می‌دهد.

در این جا لازم به ذکر است که پرسش شماره‌ی ۱۷ به دلیل عدم کسب درجه‌ی ارتباط کافی، از مجموعه حذف شد.

سایر پرسش‌هایی که نمره‌ی کافی را داشته و در دسته بندی قرار گرفتند، پیوستگی مفهومی کاملی با یکدیگر داشته و در هیچ‌کدام از دسته‌ها، پرسش نامرتبط دیده نمی‌شود. این موضوع نشان دهنده‌ی آن است که تا این مرحله از پژوهش دقت کافی و مناسب صورت گرفته است.

۳.۴ بررسی روایی و پایایی ابزار پژوهش

یک آزمون خوب باید از تعدادی ویژگی مطلوب مانند عینیت، سهولت اجرا، عملی بودن، سهولت تعبیر و تفسیر، روایی و پایایی برخوردار باشد. مهم‌ترین موارد ذکر شده در این ویژگی‌ها، روایی و پایایی است. که در اینجا به بررسی این دو مورد پرداخته می‌شود. اگر پرسشنامه دارای این دو معیار باشد این بدان معنی است که میزان یا درصد اشتباه محقق در اندازه‌گیری ملاک‌ها و عوامل مورد نظر، اگر صفر نباشد به حداقل ممکن می‌رسد. پس روایی و پایایی نقطه مقابل اشتباه در اندازه‌گیری‌ها هستند. به طوری که هرچه میزان اشتباه محقق در مورد ملاک‌ها و عوامل اندازه‌گیری کمتر باشد اعتبار و قابلیت آن در اندازه‌گیری بیشتر می‌باشد. اعتبار در اندازه‌گیری را روایی^۱ و قابلیت اعتماد را پایایی^۲ می‌گویند.

منظور از روایی آن است که مقیاس و محتوای ابزار یا سؤالات مندرج در ابزار، دقیقاً متغیرها و موضوع مورد مطالعه را بسنجد؛ یعنی اینکه هم داده‌های گردآوری شده از طریق ابزار، عین واقعیت را به خوبی نشان دهد. روایی به این پرسش پاسخ می‌دهد که آیا پرسشنامه همان چیزی را اندازه‌گیری می‌کند که واقعاً در پی سنجش آن هستیم یا خیر. روایی آزمون عبارت است از توانایی ابزار مورد نظر در اندازه‌گیری صفتی که آزمون برای اندازه‌گیری آن ساخته شده است و شامل روایی صوری، روایی پیش‌بینی، روایی محتوا و... می‌باشد.

پایایی یک وسیله اندازه‌گیری، عمدتاً به دقت نتایج حاصل از آن اشاره می‌کند. پایایی به: دقت، اعتمادپذیری، ثبات یا تکرارپذیری نتایج آزمون اشاره می‌کند. پایایی ابزار، عبارت است از این که اگر یک وسیله اندازه‌گیری که برای سنجش متغیر و صفتی ساخته شده در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مشابهی از آن حاصل شود. قابلیت اعتماد نشانگر آن است که تا چه اندازه ابزار اندازه‌گیری، ویژگی‌های باثبات آزمودنی یا ویژگی‌های موقتی و متغیر را می‌سنجد. برای

^۱ Validity

^۲ Reliability

تعیین پایایی پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه همابستگی‌های درونی ابزارهای اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلفی را اندازه‌گیری می‌کنند به کار می‌رود. ضریب آلفای کرونباخ توسط کرونباخ^۱ ابداع شده و یکی از متداول‌ترین روش‌های اندازه‌گیری اعتمادپذیری یا پایایی پرسشنامه‌ها است. در بررسی یک مقیاس دو موضوع مطرح می‌شود:

۱- اعتبار که معمولاً با سازگاری درونی (به وسیله ضریب آلفا) و پایایی سنجیده می‌شود.

۲- روایی که مهم‌ترین آن روایی سازه می‌باشد

مناسب‌ترین شیوه برای سنجش روایی سازه^۲ استفاده از تحلیل عاملی است. تحلیل عاملی، یک فن آماری است که در علوم انسانی کاربرد فراوان دارد. با استفاده از تحلیل عاملی می‌توان مشخص نمود که آیا سؤالات پرسشنامه در قالب عوامل، شاخص‌های مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کنند یا خیر. در تحلیل عاملی باید سؤالاتی که برای ارزیابی یک شاخص یا صفت خاص طرح شده‌اند دارای یک بار عاملی مشترک باشند و این عوامل معنی دار باشند.

در مورد پایایی، با حذف یک سوال در مرحله قبل در مجموع آلفای کرونباخ برای پرسش نامه محاسبه شد و مقدار آن برابر با ۰/۹۴ محاسبه گردید که نشان دهنده پایایی بالای پرسش‌نامه می باشد. نتایج حاصل از روایی سازه و پایایی هر کدام از عامل های پرسشنامه بصورت خلاصه در جدول ۶.۴ آورده شده است.

با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ همه عامل‌ها بیشتر از ۰/۷ است و از آنجایی که همه سؤالات بار عاملی بالایی در هر سازه دارند بنابراین پرسش‌نامه از روایی و پایایی بالایی نیز برخوردار است.

^۱ Cronbach
^۲ Construct Validity

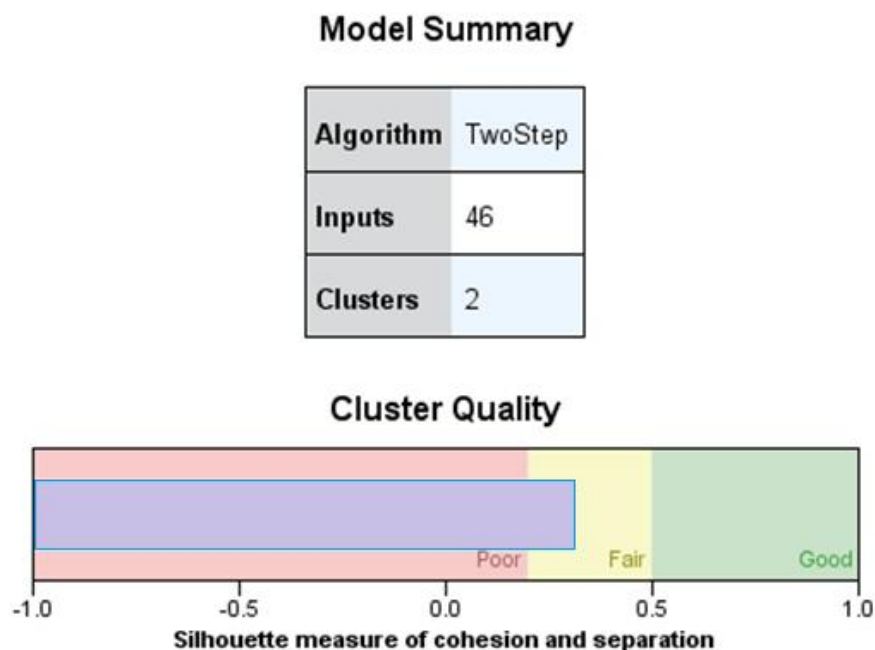
جدول ۴.۶: روایی سازه و پایایی هر کدام از عامل‌ها

عامل‌ها	بار عاملی	آلفای کرونباخ
کمبود اعتماد به نفس در مسائل مالی		۰/۹۶
Q ^۳	-.۸۶۹	
Q ^۶	.۵۲۶	
تمایل به اخذ تصمیمات شهودی و حسی		۰/۹۳
Q ^۷	-.۷۳۶	
Q ^۵	.۶۸۴	
حساب شده عمل کردن		۰/۸۱۷
Q ^۸	.۷۸۴	
Q ^{۱۱}	.۷۸۲	
Q ^{۱۰}	.۷۶۸	
Q ^۴	.۷۰۱	
Q ^{۱۵}	.۶۸۵	
Q ^۲	.۶۴۱	
Q ^۱	.۵۲۵	
ولخرجی		۰/۹۷
Q ^{۱۲}	.۸۳۵	
Q ^{۱۴}	.۸۰۴	
Q ^{۱۳}	.۷۹۳	
Q ^۹	.۷۳۰	
Q ^{۱۶}	.۷۰۷	

۴.۴ تحلیل خوشه‌ای

همان طور که در فصل قبل گفته شد، تجزیه و تحلیل خوشه‌ای، یک روش آماری برای گروه‌بندی داده‌ها یا مشاهدات، با توجه به شباهت یا درجه نزدیکی آن‌ها است. از طریق تجزیه و تحلیل خوشه‌ای داده‌ها یا مشاهدات به دسته‌های همگن و متمایز از هم تقسیم می‌شوند. از این روش برای بخش‌بندی کردن مشتریان بر مبنای شباهت‌هایشان استفاده می‌شود (بردندت^۱ ۲۰۰۵).

تمامی داده‌های مربوط به پرسشنامه توسط نرم افزار SPSS به کمک روش خوشه‌بندی دو مرحله‌ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. شاخص کیفیت خوشه‌بندی بر اساس شاخص (AIC) محاسبه شد که در شکل ۱.۴ مشاهده می‌شود:

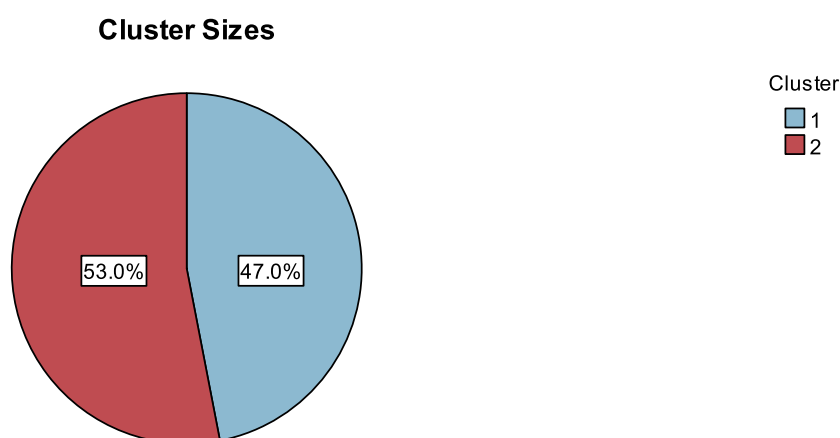


شکل ۱.۴: کیفیت خوشه‌بندی بر اساس شاخص AIC

^۱Brandt

۵.۴ خوشه بندی داده های پرسشنامه بر اساس شاخص (AIC)

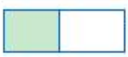
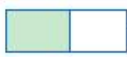
همان طور که در شکل ۲.۴ مشاهده می شود رفتار پاسخگویان به سوالات به دو خوشه تقسیم بندی می شود که میزان درصد هر کدام از خوشه ها به ترتیب ۵۳ درصد، ۴۷ درصد می باشد.



شکل ۲.۴: اندازه هر کدام از خوشه ها

در شکل ۳.۴ هر دو خوشه به همراه ویژگی هر کدام آمده است. برای مثال در خوشه اول میانگین پاسخگویی به سؤال هشتم برابر ۲/۸ است و میانگین پاسخ به همین سؤال در خوشه دوم ۱/۵۹ می باشد و به همین ترتیب در خوشه اول ۸۱ درصد به گزینه ۱ سؤال ۲۲ و در خوشه دوم ۷۳ درصد به گزینه ۲ سؤال ۲۲ پاسخ داده اند که برای هر خوشه سایر سوالات پرسشنامه به همین ترتیب قابل تفسیر می باشد.

بنابراین به کمک این جدول می توانیم ویژگی های مربوط به هر خوشه را توصیف نماییم. که این ویژگی ها در جداول ۷.۴ و ۸.۴ آورده شده است.

Cluster	1	2
Label		
Description	خوشه ی یک	خوشه یدو
Size	 47.0%	 53.0%
Inputs	Q8 2.80	Q8 1.59
	Q10 2.67	Q10 1.57
	Q12 2.69	Q12 3.82
	Q22 1.00 (81.5%)	Q22 2.00 (73.8%)
	Q24 1.00 (81.5%)	Q24 2.00 (72.1%)
	Q23 1.00 (96.3%)	Q23 2.00 (52.5%)
	Q33 1.00 (61.1%)	Q33 2.00 (88.5%)
	Q38 2.00 (57.4%)	Q38 2.00 (52.5%)
	Q34 1.00 (98.1%)	Q34 1.00 (54.1%)
	Q15 2.91	Q15 2.07
	Q21 1.00 (85.2%)	Q21 2.00 (60.7%)
	Q4 2.78	Q4 1.93
	Q45 2.00 (63.0%)	Q45 3.00 (32.8%)

شکل ۴.۳: نحوه پاسخگویی به سوالات پرسشنامه در هر خوشه

Q26 6.00 (42.6%)	Q26 1.00 (33.3%)
Q11 1.97	Q11 2.76
Q36 2.00 (55.7%)	Q36 2.00 (57.4%)
Q35 2.00 (54.1%)	Q35 2.00 (70.4%)
Q9 3.25	Q9 2.46
Q2 2.16	Q2 2.89
Q37 2.00 (59.0%)	Q37 2.00 (74.1%)
Q19 1.00 (39.3%)	Q19 3.00 (38.9%)
Q30 0.00 (49.2%)	Q30 0.00 (79.6%)
Q25 3.00 (37.7%)	Q25 4.00 (27.8%)
Q40 41.00 (9.8%)	Q40 26.00 (16.7%)
Q20 1.00 (37.7%)	Q20 2.00 (64.8%)
Q28 3.00 (49.2%)	Q28 1.00 (50.0%)

شکل ۳.۴: نحوه پاسخگویی به سوالات پرسشنامه در هر خوشه (ادامه)

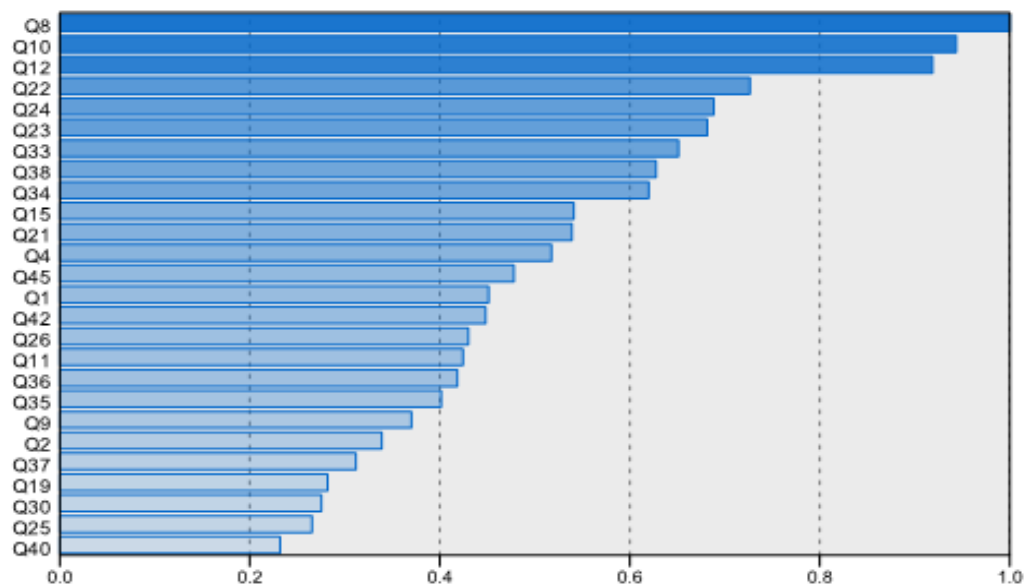
Q3 3.05	Q3 2.52
Q39 1.00 (39.3%)	Q39 4.00 (24.1%)
Q14 3.56	Q14 3.15
Q17 2.34	Q17 2.70
Q6 1.69	Q6 2.07
Q31 2.00 (73.8%)	Q31 2.00 (57.4%)
Q44 1.00 (55.7%)	Q44 1.00 (72.2%)
Q13 2.87	Q13 2.56
Q5 3.54	Q5 3.24
Q43 1.00 (62.3%)	Q43 1.00 (50.0%)
Q16 3.15	Q16 2.94
Q46 2.00 (68.9%)	Q46 2.00 (57.4%)
Q41 1.00 (73.8%)	Q41 1.00 (70.4%)

شکل ۳.۴: نحوه پاسخگویی به سوالات پرسشنامه در هر خوشه (ادامه)

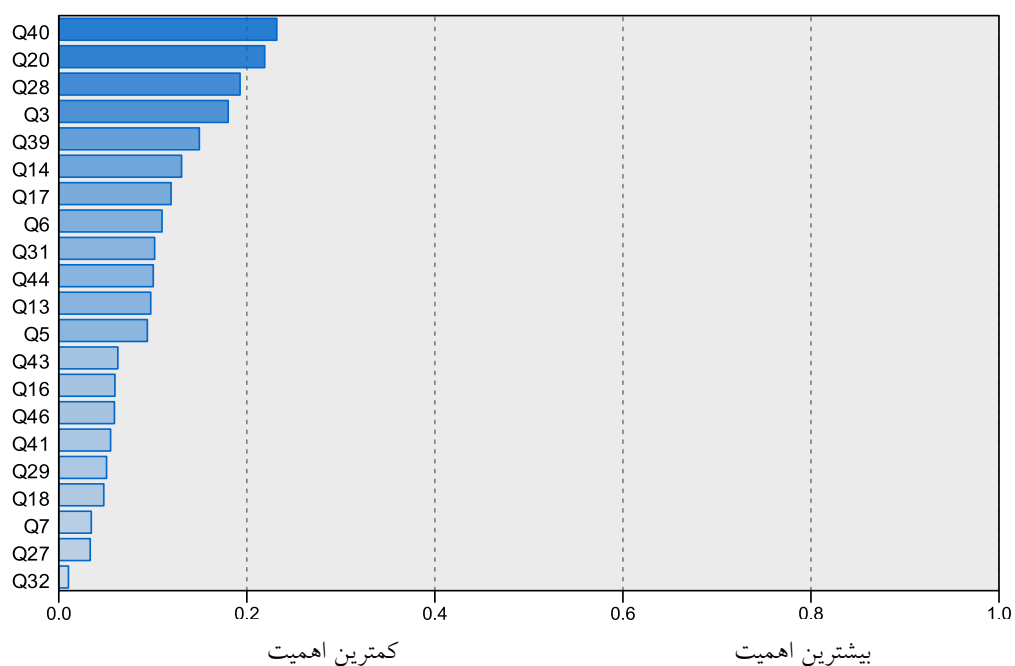
Q29 0.00 (80.3%)	Q29 0.00 (70.4%)
Q18 7.00 (18.0%)	Q18 1.00 (13.0%)
Q7 2.61	Q7 2.78
Q27 2.00 (24.6%)	Q27 2.00 (31.5%)
Q32 1.00 (63.9%)	Q32 1.00 (66.7%)

شکل ۳.۴: نحوه پاسخگویی به سوالات پرسشنامه در هر خوشه (ادامه)

در شکل ۴.۴ هر کدام از سوالات پرسشنامه بر اساس میزان اهمیت آنها در خوشه بندی رتبه بندی شده‌اند. ملاک رتبه بندی بر اساس آماره کای دو پیرسون تعیین می‌شود. به عبارت دیگر چنانچه تغییری از پرسشنامه تفاوت بیشتری را بین خوشه‌ها ایجاد کند از اهمیت بالاتری در خوشه بندی برخوردار است.



شکل ۴.۴: میزان اهمیت نسبی هر کدام از سوالات پرسشنامه در تفکیک خوشه‌ها



شکل ۴.۴: میزان اهمیت نسبی هر کدام از سوالات پرسشنامه در تفکیک خوشه‌ها (ادامه)

جدول ۷.۴: ویژگی‌های مهم خوشه اول

مشخصات خوشه ۱	
۱	ریسک‌های موجود در گزینه‌های مختلف را بعضی مواقع اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنم (میانگین پاسخ‌ها ۲/۸)
۲	توجه به آینده برای من بعضی مواقع امری ضروری است (میانگین پاسخ‌ها ۲/۶۷)
۳	بعضی مواقع هنگامی که غمگین یا نا امید باشم پول خرج می‌کنم (میانگین پاسخ‌ها ۲/۶۹)
۴	دوستانان شما را برای امروزش زندگی می‌کند توصیف می‌کنند (۸۸ درصد)
۵	دوستانان شما را کسی که بر اساس غریزه‌اش رفتار می‌کند توصیف می‌کنند (۸۱ درصد)
۶	دوستانان شما را مملو از شادی‌های زندگی توصیف می‌کنند (۹۶ درصد)
۷	شما ترجیح می‌دهید حلقه وسیعی از دوستان را داشته باشید (۶۱ درصد)
۸	بعضی مواقع از خواندن و مقایسه کردن نتایج به دست آمده از تست یک یا چند محصول، لذت می‌برم (میانگین پاسخ‌ها ۲/۹۱)
۹	دوستانان شما را قهرمان دو سرعت توصیف می‌کنند (۸۵ درصد)
۱۰	بعضی مواقع به مسائل پولی و مالی علاقه‌مند هستم (میانگین پاسخ‌ها ۲/۷۸)
۱۱	بیشتر افراد این خوشه مجرد هستند

	(۸۵ درصد)
۱۲	اگر ۱۰ درصد به حقوق اضافه شود صرف تفریح و سرگرمی می کنند (۳۳ درصد)
۱۳	بعضی مواقع برای من سخت است که برای روز مبادا پولی ذخیره نکرده باشم (میانگین پاسخ ها ۲/۷۶)
۱۴	بیشتر مواقع خرج کردن پول را به پس انداز آن ترجیح می دهم (میانگین پاسخ ها ۲/۴۶)
۱۵	بعضی مواقع که در مورد مسائل مالی صحبت می شود علاقه دارم که در گفتگو شرکت کنم (میانگین پاسخ ها ۲/۸۹)
۱۶	برای بهبود وضعیت مالی سعی می شود بیشتر پس انداز شود و کمتر خرج شود (۳۸ درصد)
۱۷	این روزها اوضاع بر وفق مراد پیش می رود (۲۷ درصد)
۱۸	بیشتر افرادی که در این خوسه قرار دارند ۲۶ سال سن دارند (۱۶ درصد)
۱۹	در مقایسه با همکارانی که از لحاظ سن و هم تحصیلات مشابه شما هستند درآمدتان را مساوی آنها ارزیابی می کنید (۶۷ درصد)
۲۰	۵۰ درصد از افراد این خوسه ترجیح می دهند در استان فارس سرمایه گذاری کنند
۲۱	جو سیاسی تأثیر بیشتری بر تصمیمات سرمایه گذاری جهت امور مولد می گذارد (۲۴ درصد)

جدول ۸.۴ : ویژگی‌های مهم خوشه دوم

مشخصات خوشه ۲	
۱	ریسک‌های موجود در گزینه‌های مختلف را بیشتر مواقع اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنم (میانگین پاسخ‌ها ۱/۵۹)
۲	توجه به آینده برای من بیشتر مواقع امری ضروری است (میانگین پاسخ‌ها ۱/۵۷)
۳	به ندرت هنگامی که غمگین یا نا امید باشم پول خرج می‌کنم (میانگین پاسخ‌ها ۳/۸۲)
۴	دوستانتان شما را برنامه ریز برای آینده توصیف می‌کنند (۷۳ درصد)
۵	دوستانتان شما را محتاط و برنامه ریز توصیف می‌کنند (۷۲ درصد)
۶	دوستانتان شما را جدی توصیف می‌کنند (۵۲ درصد)
۷	شما ترجیح می‌دهید تعداد اندکی دوست ماندگار و صمیمی را داشته باشید (۸۵ درصد)
۸	بیشتر مواقع از خواندن و مقایسه کردن نتایج به دست آمده از تست یک یا چند محصول، لذت می‌برم. (میانگین پاسخ‌ها ۲/۰۷)
۹	دوستانتان شما را قهرمان دو ماراتن توصیف می‌کنند (۶۰ درصد)
۱۰	بیشتر مواقع به مسائل پولی و مالی علاقه‌مند هستم (میانگین پاسخ‌ها ۱/۹۳)
۱۱	بیشتر افراد این خوشه متأهل هستند (۷۸ درصد)

۱۲	اگر ۱۰ درصد به حقوق اضافه شود صرف پس انداز می کنند (۴۲ درصد)
۱۳	بیشتر مواقع برای من سخت است که برای روز مبادا پولی ذخیره نکرده باشم (میانگین پاسخ ها ۱/۹۷)
۱۴	به ندرت خرج کردن پول را به پس انداز آن ترجیح می دهم (میانگین پاسخ ها ۳/۲۵)
۱۵	بیشتر مواقع که در مورد مسائل مالی صحبت می شود علاقه دارم که در گفتگو شرکت کنم (میانگین پاسخ ها ۲/۱۶)
۱۶	برای بهبود وضعیت مالی سعی می شود حقوق دریافتی را با اضافه کاری و مأموریت و... افزایش دهد (۳۹ درصد)
۱۷	این روزها در حال طی کردن پله های ترقی در شغلم هستم (۳۷ درصد)
۱۸	بیشتر افرادی که در این خوشه قرار دارند ۴۱ سال سن دارند (۹ درصد)
۱۹	در مقایسه با همکارانی که از لحاظ سن و هم تحصیلات مشابه شما هستند درآمدتان را بیشتر از آن ها ارزیابی می کنید (۳۷ درصد)
۲۰	۶۹ درصد از افراد این خوشه ترجیح می دهند در خارج استان فارس سرمایه گذاری کنند
۲۱	هزینه های زندگی تأثیر بیشتری بر تصمیمات سرمایه گذاری جهت امور مولد می گذارد (۳۹ درصد)

۱,۵,۴ تحلیل خوشه‌ها (دسته‌ها)

دسته نخست را اغلب جوانان مجردی تشکیل می‌دهند که بی برنامه‌گی مالی در رفتار آن‌ها دیده می‌شود. این افراد در حال زندگی می‌کنند و سعی می‌کنند که حال را خوش بگذرانند. اصولاً روابط اجتماعی بسیار گسترده و باز دارند. این افراد در مخارج خود بسیار اسراف می‌کنند و منابع بسیاری را هدر می‌دهند. به راحتی تحت تأثیر فعالیت‌های بازاریابی قرار می‌گیرند. از لحاظ اقتصادی موضع منفعل داشته و در تصمیمات مالی‌شان چندان حساب شده عمل نمی‌کنند. این افراد تمایل دارند که بیشتر به صورت حسی و شهودی تصمیم‌گیری کنند. چندان آینده نگر نیستند و مسائل سیاسی را بسیار مهم و تأثیرگذار می‌دانند.

دسته‌ی دوم را اغلب افرادی میان سال و متأهل تشکیل می‌دهند. این افراد در مسائل مالی به صورت حساب شده رفتار کرده و احتیاط پیشه می‌کنند. این افراد آینده نگر هستند و با جدیت برای آن تلاش می‌کنند. این افراد، در مقایسه با دسته قبلی، برنامه ریز و محتاط می‌باشند. از لحاظ اقتصادی موضع فعال داشته و تصمیماتشان را به صورتی فنی و اصولی اتخاذ می‌کنند. بیشتر تمایل به پس انداز کردن دارند و تبلیغات و بازاریابی‌ها تأثیر بزرگی بر عادات خرید آن‌ها ندارند. از لحاظ ارتباطات اجتماعی، روابط محدود و حساب شده را ترجیح می‌دهند و هزینه‌های زندگی، مهم ترین عامل در تصمیم آن‌ها برای فعالیت اقتصادی مولد است.

در بحث روان‌شناسی پول برای تحلیل هر خوشه از جدول زیر استفاده می‌کنیم:

درصد فراوانی پاسخ‌های سوال ۳۷ در هر خوشه

گزینه ۱	گزینه ۲	گزینه ۳	گزینه ۴	گزینه ۵	گزینه ۶	
۴	۵۵	۹	۲	۲۳	۷	خوشه‌ی ۲
۹	۶۷	۵	۲	۱	۱۶	خوشه‌ی ۱

۶,۴ بررسی فرضیات تحقیق

۱,۶,۴ مردم استان فارس بیشتر درآمد خود را در امور غیر مولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه می‌کنند. (چنانچه بخواهند درآمد خود را سرمایه‌گذاری کنند)

۱: چنانچه امتیاز فرد در عامل ولخرجی شدید باشد، فرد دچار این حالت است. (استخراج شده در تحلیل عاملی)

۲: سؤال ۱۸: چنانچه فرد یکی از گزینه‌های ۱ و ۲ و ۳ و ۱۰ و ۱۱ را انتخاب کرده باشد دچار این حالت است.

۳: سؤال ۲۶: چنانچه فرد یکی از گزینه‌های ۱ و ۴ را انتخاب کرده باشد دچار این حالت است.

برای بخش اول داریم:

فرض صفر: امتیاز فرد در عامل ولخرجی شدید نیست (میانگین در طیف لیکرت برابر یا کمتر ۳ است)

فرض مقابل: امتیاز فرد در عامل ولخرجی شدید باشد (میانگین در طیف لیکرت بیشتر از ۳ است)

جدول ۹.۴: آزمون t یک جامعه

	Test Value = ۳					
	t	Df	Sig. (۲-tailed)	Mean Difference	۹۵% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
عامل ولخرجی	۱,۰۲۲	۵۲۷	.۳۰۹	.۰۵۶۹۰	-.۰۵۳۴	.۱۶۷۲

با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد بنابراین فرض صفر تایید می‌شود. به عبارت

دیگر افراد به عامل ولخرجی گرایش شدیدی ندارند.

برای بخش دوم داریم:

فرض صفر: ۵۰ درصد افراد به گزینه‌های ۱ و ۲ و ۳ و ۱۰ و ۱۱ سؤال ۱۸ پاسخ گفته‌اند.

فرض مقابل: خلاف فرضیه صفر

برای آزمون این فرضیه از آزمون دو جمله ای استفاده می‌شود.

جدول ۴.۱۰: آزمون دو جمله ای

		Category	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (۲-tailed)
سؤال ۱۸	به گزینه‌های ۱ و ۲ و ۳ و ۱۰ و ۱۱ سؤال ۲۶ پاسخ گفته‌اند.	۱,۰۰	.۳۴	.۵۰	.۰۰۱
	به گزینه‌های ۱ و ۲ و ۳ و ۱۰ و ۱۱ سؤال ۱۸ پاسخ نگفته‌اند.	.۰۰	.۶۶		
	Total		۱,۰۰		

همان طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر رد می‌شود. برای دانستن اینکه کدام گروه درصد بیشتری داشتند به جدول بالا نگاه می‌کنیم همان طور که می‌بینیم در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر افراد یعنی ۶۶ درصد به گزینه‌های ۱ و ۲ و ۳ و ۱۰ و ۱۱ سؤال ۱۸ پاسخ نگفته‌اند. بنابراین نتیجه می‌گیریم که افراد ولخرج نیستند.

برای بخش سوم داریم:

فرض صفر: ۵۰ درصد افراد به گزینه‌های ۱ و ۴ سؤال ۲۶ پاسخ گفته‌اند.

فرض مقابل: خلاف فرضیه صفر

برای آزمون این فرضیه از آزمون دو جمله‌ای استفاده می‌شود.

جدول ۴.۱۱: آزمون دو جمله‌ای

		Category	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (۲-tailed)
سؤال ۲۶	به گزینه‌های ۱ و ۴ سؤال ۲۶ پاسخ گفته‌اند.	۱,۰۰	.۳۰	.۵۰	.۰۰۰
	به گزینه‌های ۱ و ۴ سؤال ۲۶ پاسخ گفته‌اند.	.۰۰	.۷۰		
	Total		۱,۰۰		

همان طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر رد می‌شود. برای دانستن اینکه کدام گروه درصد بیشتری داشتند به جدول بالا نگاه می‌کنیم همان طور که می‌بینیم در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر افراد یعنی ۷۰ درصد به گزینه‌های ۱ و ۴ سؤال ۲۶ پاسخ نگفته‌اند. بنابراین نتیجه می‌گیریم که افراد ولخرج نیستند. چون در هر سه سؤال تایید شد که افراد ولخرج نیستند بنابراین اکثریت مردم استان فارس بیشتر درآمد خود را در امور غیر مولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه نمی‌کنند.

۲.۶,۴ مردم استان فارس تمایل دارند پول خود را خارج از استان فارس سرمایه گذاری کنند (در صورتی که بخواهند پول خود را سرمایه گذاری کنند)

برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. فرضیات به این شرح است:

فرض صفر: بیشتر از پنجاه درصد افراد تمایل ندارند پول خود را خارج از استان فارس سرمایه گذاری کنند (به گزینه یک سؤال اول بخش نهم پاسخ داده‌اند).

فرض مقابل: بیشتر از پنجاه درصد افراد تمایل دارند پول خود را خارج از استان فارس سرمایه گذاری کنند (به گزینه های دوم و سوم سؤال اول بخش نهم پاسخ داده‌اند).

جدول ۴. ۱۲: آزمون دو جمله‌ای

		Category	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (۲-tailed)
بخش نهم	به گزینه اول سؤال یک پاسخ گفتند	≤ 1	.۴۰	.۵۰	.۰۳۲
	به گزینه دوم و سوم سؤال یک پاسخ گفتند	> 1	.۶۰		
	Total		۱,۰۰		

با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده است بنابراین فرض صفر رد می‌شود. بنابراین با توجه به جدول بالا نتیجه می‌گیریم بیشتر افراد به گزینه های دوم و سوم سؤال اول بخش نهم پاسخ گفته‌اند (۶۰ درصد) که این مطلب به معنای آن است که بیشتر افراد تمایل دارند پول خود را خارج از استان فارس سرمایه گذاری کنند.

۳,۶,۴ بین تمایل به خرج کردن درآمد در امور غیر مولد و کوتاه‌نگری همبستگی وجود دارد.

فرض صفر: در بین این افراد، نسبت فراوانی افراد کوتاه‌نگر به افرادی که کوتاه‌نگر نیستند برابر است.
فرض مقابل: در بین این افراد، نسبت فراوانی افراد کوتاه‌نگر به افرادی که کوتاه‌نگر نیستند برابر نیست.

بخش های ۱۲ و ۱۳ و ۱۵ جهت سنجش صحت فرض فرعی اول است.
احتمال ابتلای فرد به این سوگیری به طریق زیر محاسبه می شود: در هر سوال، گزینه یک: احتمال ۱۰ درصد، گزینه دو: احتمال ۵۰ درصد و گزینه سه: احتمال ۹۰ درصد. در مجموع، میانگین احتمال-های حاصل از هر سه سوال، احتمال نهایی ابتلا به این سوگیری می شود.

جدول ۱۳.۴: آزمون دو جمله ای

	Category	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (1-tailed)
گروه اول	کوتاه‌نگر هستند	.۷۱	.۵۰	.۰۰۴
گروه دوم	کوتاه‌نگر نیستند	.۲۹		

با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر رد می شود. به عبارت دیگر اکثریت کسانی که بیشتر درآمد خود را در امور غیر مولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه می کنند، دچار تورش کوتاه‌نگری هستند. (۷۱ درصد).

در اینجا پرسش دیگری ایجاد می شود و آن چگونگی توزیع درصد مبتلایان به سوگیری کوتاه‌نگری در کل جامعه است. بدین منظور فرض جانبی زیر را مطرح کرده و مورد بررسی قرار می دهیم:

۱,۳,۶,۴ فرض α : مردم استان فارس، دچار تورش «کوتاه نگری» هستند.

فرض صفر: پنجاه درصد یا بیشتر به گزینه یک پاسخ داده‌اند

فرض مقابل: کمتر از پنجاه درصد به گزینه یک پاسخ داده‌اند

جدول ۱۴.۴: آزمون دو جمله‌ای روی بخش ۱۲

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	گزینه ۱	۱۵۵	۳۰,۲	۳۰,۲	۳۰,۲
	گزینه ۲	۳۳۱	۶۲,۱	۶۲,۱	۹۲,۲
	گزینه ۳	۴۱	۷,۸	۷,۸	۱۰۰,۰
	Total	۵۲۷	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰	

برای آزمون فرضیه از آزمون دوجمله‌ای استفاده می‌شود. همان طور که در جدول زیر مشاهده می‌شود سطح معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای بخش ۱۲، ۱۳ و ۱۵ کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر رد می‌شود به عبارت دیگر بیشتر از پنجاه درصد افراد به گزینه‌های دوم و سوم پاسخ داده‌اند. پس نتیجه می‌گیریم افراد دارای تورش کوتاه نگری هستند.

با مقایسه‌ی سه فرض قبلی می‌بینیم که عده‌ای از افراد با وجود کوتاه‌نگری، سرمایه‌خود را الزاماً در امور غیر مولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه نمی‌کنند. در نتیجه ابتلا به سوگیری کوتاه نگری الزاماً به خرج کردن سرمایه در امور غیر مولد نمی‌انجامد.

این افراد غالباً کسانی هستند که سرمایه خود را در امور مولد و کسب و کار هزینه می‌کنند، اما به دلیل ابتلا به کوتاه‌نگری، از برنامه‌های استراتژیک و طولانی مدت اجتناب می‌کنند و این موضوع در نتیج کارشان اثر می‌گذارد. متأسفانه در بسیاری از مواقع، بخشی از پتانسیل‌های موجود، به دلیل وجود این سوگیری، از بین می‌رود.

۴.۶.۴ بین تمایل به خارج کردن سرمایه از کشور و ابهام گریزی همبستگی وجود دارد.

فرض صفر: در بین این افراد، نسبت فراوانی افراد ابهام گریز به افرادی که ابهام گریز نیستند برابر است.
فرض مقابل: در بین این افراد، نسبت فراوانی افراد ابهام گریز به افرادی که ابهام گریز نیستند برابر نیست.
سؤال‌های ۴ و ۵ با هم، وجود سوگیری ابهام گریزی را در افراد بررسی می‌کنند به این صورت که اگر فرد در سؤال ۴ گزینه ۲ و در سؤال پنجم گزینه ۱ را انتخاب کند، وی به احتمال بسیار زیاد مبتلا به سوگیری ابهام گریزی است.

جدول ۴. ۱۵: آزمون دو جمله‌ای

	Category	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (۲-tailed)
گروه اول	ابهام گریزی هستند	.۷۴	.۵۰	.۰۰۳
گروه دوم	ابهام گریز نیستند	.۲۶		
Total		۱.۰۰		

با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر رد می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت اکثریت کسانی که تمایل به خروج سرمایه‌شان از کشور دارند ابهام گریزند (۷۴ درصد).
حال دو نکته مطرح است:

۱- در وحله‌ی اول چنین استدلالی به ذهن می‌رسد که مردم از به دلیل ابهام گریز بودن، از ابهام موجود در منطقه گریخته و سرمایه خود را به مناطق کم ابهام‌تر می‌برند. اما این استدلال هنوز از استحکام کافی برخوردار نیست. چرا که هنوز واقعاً نمی‌دانیم که مردم، از چه رو سرمایه‌شان را خارج می‌کنند و از این کار چه قصدی را دنبال می‌کنند. چون ممکن است مردم هر چند ابهام گریزند اما به دلیل دیگری سرمایه خود را خارج می‌کنند. در پرسش نامه، برای این قضیه، پیش‌بینی لازم صورت گرفته است و با چند سوال، این قضیه را مورد بررسی قرار می‌دهد. برای اینکه بتوانیم استدلال خود را

مستحک‌تر سازیم لازم است توزیع فراوانی پاسخ‌های داده شده به این سوال‌ها را بررسی کنیم. توزیع-
های فراوانی مذکور به صورت زیر می‌باشند:

جدول ۱۶.۴: درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا استان‌های دیگر
را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟» در هر خوشه^۱

	خوشه‌ها	
	خوشه ۱	خوشه ۲
اب هوای بهتر	۰	۰
نیروی کار بهتر	۱۰	۳
همکاری بیشتر مسئولین استان	۸	۳
هزینه‌های کمتر	۲	۰
موقعیت جغرافیایی بهتر	۱	۱
Total	۲۱	۷

جدول ۱۷.۴: درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا استان‌های
دیگر را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟» در کل

	سوال ۲۸		
	گزینه ۱	گزینه ۲	گزینه ۳
گزینه ۱	۰	۰	۰
گزینه ۲	۰	۱۳	۰
سوال ۲۹ گزینه ۳	۰	۱۱	۰
گزینه ۴	۰	۲	۰
گزینه ۵	۰	۲	۰

^۱ درصد فراوانی را از این جهت محاسبه نمودیم که بتوان از آن در تحلیل ویژگی‌های خوشه‌ها نیز بهره جست

جدول ۱۸.۴: درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا کشورهای دیگر را برای سرمایه گذاری انتخاب می کنید؟» در هر خوشه

	خوشه ها	
	خوشه ۱	خوشه ۲
امنیت سرمایه گذاری بیشتر	۲۰	۲
فراهم شدن امکان زندگی در آن کشور	۳	۴
وجود قوانین شفاف تر	۹	۰
وجود تنوع بیشتر	۰	۱
وجود اطلاعات شفاف تر	۳	۰
Total	۳۵	۷

جدول ۱۹.۴: درصد فراوانی پاسخ‌های داده شده به سوال «چرا کشورهای دیگر را برای سرمایه گذاری انتخاب می کنید؟» در هر خوشه

	سوال ۲۸		
	گزینه ۱	گزینه ۲	گزینه ۳
گزینه ۱	۰	۰	۲۲
گزینه ۲	۰	۱	۷
گزینه ۳	۰	۰	۹
گزینه ۴	۰	۰	۱
گزینه ۵	۰	۰	۳

با مراجعه به این جداول مشاهده می‌شود که درصد قبل توجهی از افرادی که سرمایه‌خود را به خارج از منطقه می‌برند، این کار برای گریز از ابهامات موجود انجام می‌دهند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود اکثر این افراد گزینه‌هایی همچون امنیت بیشتر سرمایه و وجود قوانین شفاف‌تر و وجود اطلاعات شفاف‌تر را انتخاب کرده‌اند.

۲- نکته‌ی دوم این است که توزیع درصد مبتلان به این سوگیری در کل جامعه به چه شکل است. در این جا یک فرض جانبی را مطرح می‌نماییم و آن را مورد آزمون قرار می‌دهیم:

۱.۴.۶.۴ مردم استان فارس دچار تورش «ابهام گریزی» هستند

فرض صفر: نسبت فراوانی افراد ابهام گریز به افرادی که ابهام گریز نیستند برابر است.

فرض مقابل: نسبت فراوانی افراد ابهام گریز به افرادی که ابهام گریز نیستند برابر نیست.

سؤال‌های ۴ و ۵ با هم، وجود سوگیری ابهام گریزی را در افراد بررسی می‌کنند به این صورت که اگر فرد در سؤال ۴ گزینه ۲ و در سؤال پنجم گزینه ۱ را انتخاب کند، وی به احتمال بسیار زیاد مبتلا به سوگیری ابهام گریزی است.

جدول ۴.۲۰: آزمون دو جمله‌ای برای فرض جانبی ابهام گریزی در مردم فارس

	Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (۲-tailed)
گروه اول	ابهام گریزی هستند	۲۱۴	.۴۱	.۵۰	.۰۷۷
گروه دوم	ابهام گریز نیستند	۳۱۳	.۵۹		
Total		۵۲۷	۱.۰۰		

با توجه به اینکه سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر تایید می‌شود. به عبارت دیگر نمی‌توان گفت که بیشتر افراد دچار تورش ابهام گریز هستند.

می‌بینیم که این سوگیری در کل جامعه گسترده است و با مقایسه‌ی اعداد مشاهده می‌کنیم که کل افراد ابهام‌گریز، سرمایه‌ی خود را از کشور خارج نمی‌کنند. بر اساس آنچه در جامعه‌شناسی اقتصاد در فصل دوم آورده شد، عده‌ای از افراد ابهام‌گریز که به هر دلیلی نمی‌توانند یا نمی‌خواهند دارایی خود را به مناطقی با ابهام کمتر منتقل کنند، در گریز از ابهام موجود در مورد آینده و نیز نتایج سرمایه‌گذاری، دچار کوتاه‌نگری می‌شوند. چرا که تنها زمان حال است که از ابهام کمتری برخوردار است و تنها اقدامات کوتاه مدت است که نتایج فوری و با قطعیت نسبی بالا دارد. در نتیجه، حالنگری و عدم توجه به آینده، در فرد شکل می‌گیرد.

۵,۶,۴ بررسی توزیع (همگونی) متغیرهای جمعیت شناختی در دو خوشه

۱,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر سن در دو خوشه یکسان نیست.

حل) برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. ابتدا متغیر سن طبقه بندی می‌شود و در ادامه به آزمون همگونی این متغیر در خوشه‌ها پرداخته می‌شود. در جدول زیر نحوه توزیع متغیر سن در خوشه‌ها آمده است.

جدول ۴. ۲۱: جدول توافقی متغیر سن و خوشه‌ها

		خوشه‌ها		Total
		۱	۲	
سن	۲۰-۳۰	۲۱۷	۴۰	۲۵۷
	۳۱-۴۰	۸۸	۶۸	۱۵۶
	۴۱-۵۰	۲۵	۶۲	۸۷
	۵۱-۶۵	۵	۲۲	۲۷
Total		۳۳۵	۱۹۲	۵۲۷

همان طور که در جدول زیر نشان داده شده است میزان سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است به عبارت

دیگر فرض صفر مبتنی بر همگون بودن متغیر سن در دو خوشه رد می‌شود.

جدول ۴. ۲۲: آزمون کای دو

	Value	Df	Asymp. Sig. (۲-sided)
آماره کای دو پیرسون	۲۱,۲۸۱ ^a	۳	.۰۰۰

۲,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر شهر سکونت در دو خوشه یکسان نیست.

حل) برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. همان طور که در جدول آزمون کای دو مشاهده می‌شود سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر مبتنی بر همگونی متغیر شهر سکونت در خوشه‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۲۳.۴: جدول توافقی متغیر شهر سکونت و خوشه‌ها

Count

	خوشه‌ها		Total
	۱	۲	
شیراز	۲۵۷	۱۱۰	۳۶۷
لار و لامرد	۱۰	۴۰	۵۰
جهرم و مرودشت	۱۸	۱۸	۳۶
فسا	۱۸	۲	۲۰
کازرون و فیروز آباد	۱۱	۳	۱۴
نیریز	۹	۱۳	۲۲
آبادیه و اقلید	۱۲	۶	۱۸
Total	۳۳۵	۱۹۲	۵۲۷

جدول ۲۴.۴: آزمون کای دو

	Value	Df	Asymp. Sig. (۲-sided)
آماره کای دو پیرسون	۱۱,۲۲۳ ^a	۶	.۰۸۲

۳,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر وضعیت تأهل در دو خوشه یکسان نیست.

حل) برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. همان طور که در جدول آزمون کای دو مشاهده می‌شود سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر مبتنی بر همگونی متغیر وضعیت تأهل رد می‌شود.

جدول ۴.۲۵: جدول توافقی متغیر تأهل و خوشه‌ها

	خوشه‌ها		Total
	۱	۲	
مجرد	۱۹۵	۱۵	۲۱۰
متأهل	۱۴۰	۱۷۷	۳۱۷
Total	۳۳۵	۱۹۲	۵۲۷

جدول ۴.۲۶: آزمون کای دو

	Value	Df	Asymp. Sig. (۲-sided)
آماره کای دو پیرسون	۹,۸۲۰ ^a	۱	.۰۰۲

۴,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر جنسیت در دو خوشه یکسان نیست.

حل) برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. همان طور که در جدول آزمون کای دو مشاهده می‌شود سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر مبتنی بر همگونی متغیر جنسیت در خوشه‌ها رد می‌شود.

جدول ۴.۲۷: جدول توافقی متغیر جنسیت و خوشه‌ها

	خوشه‌ها		Total
	۱	۲	
مذکر	۱۸۲	۱۱۵	۲۹۷
مونث	۱۵۳	۷۷	۲۳۰
Total	۳۳۵	۱۹۲	۵۲۷

جدول ۴.۲۸: آزمون کای دو

	Value	Df	Asymp. Sig. (۲-sided)
آماره کای دو پیرسون	۵,۴۷۹ ^a	۱	.۰۱۹

۵,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر سطح تحصیلات در دو خوشه یکسان نیست.

حل) برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. همان طور که در جدول آزمون کای دو مشاهده می‌شود سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر مبتنی بر همگونی متغیر سطح تحصیلات در خوشه‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۴. ۲۹: جدول توافقی متغیر سطح تحصیلات و خوشه‌ها

	خوشه‌ها		Total
	۱	۲	
کارشناسی	۲۱۲	۱۲۲	۳۳۴
کارشناسی ارشد	۱۲۳	۷۰	۱۹۳
Total	۳۳۵	۱۹۲	۵۲۷

جدول ۴. ۳۰: آزمون کای دو

	Value	Df	Asymp. Sig. (۲-sided)
آماره کای دو پیرسون	.۳۳۳ ^a	۱	.۵۶۴

۶,۵,۶,۴ فرضیه: توزیع (همگونی) متغیر سطح درآمد در دو خوشه یکسان نیست.

حل) برای بررسی این فرضیه از آزمون کای دو استفاده می‌شود. همان طور که در جدول آزمون کای دو مشاهده می‌شود سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است به عبارت دیگر فرض صفر مبتنی بر همگونی متغیر سطح درآمد در خوشه‌ها رد می‌شود.

جدول ۴.۳۱: جدول توافقی متغیر سطح درآمد و خوشه‌ها

	خوشه‌ها		Total
	۱	۲	
کمتر از ۴۰۰۰۰۰	۰	۰	۰
۴۰۰۰۰۰ الی ۶۰۰۰۰۰	۱۶۳	۳۷	۲۰۰
۶۰۰۰۰۰ الی ۹۰۰۰۰۰	۱۱۱	۵۲	۱۶۳
۹۰۰۰۰۰ الی ۱۳۰۰۰۰۰	۴۳	۵۱	۹۴
۱۳۰۰۰۰۰ الی ۲۰۰۰۰۰۰	۱۷	۴۰	۵۷
بیشتر از ۲۰۰۰۰۰۰	۱	۱۲	۱۳

جدول ۴.۳۲: آزمون کای دو

	Value	Df	Asymp. Sig. (۲-sided)
آماره کای دو پیرسون	۳۰,۰۰۳ ^a	۵	.۰۰۰

جدول ۴.۳۳: آزمون دو جمله‌ای

		Category	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (۲-tailed)
بخش ۱۲	Group ۱	<= ۱	.۳۰	.۵۰	.۰۰۰
	Group ۲	> ۱	.۷۰		
	Total		۱,۰۰		
بخش ۱۳	Group ۱	<= ۱	.۱۷	.۵۰	.۰۰۰
	Group ۲	> ۱	.۸۳		
	Total		۱,۰۰		
بخش ۱۵	Group ۱	<= ۱	.۲۴	.۵۰	.۰۰۰
	Group ۲	> ۱	.۷۶		
	Total		۱,۰۰		

۷.۴ جمع‌بندی

در این فصل به منظور کشف و شناسایی شاخص‌ها (عامل‌های سازه) از تحلیل عاملی اکتشافی بهره بردیم. در نهایت چهار عامل سازه شناسایی گردید. این چهار عامل سازه عبارتند از ولخرجی، تمایل به اخذ تصمیمات حسی و شهودی در زمینه‌های مالی-اقتصادی، حساب شده عمل کردن و کمبود اعتماد به نفس در زمینه‌های مالی-اقتصادی.

برای مشخص نمودن کفایت تعداد نمونه، از شاخص KMO نیز می‌توان استفاده کردیم. ضریب بارتلت (KMO) برابر با $0/805$ است که نشان دهنده حد مطلوب نمونه‌گیری در تحلیل عاملی است. همچنین مقدار sig آزمون بارتلت، کوچک‌تر از $0/05$ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب بوده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که مقدار آن برابر 94% است. از آنجایی که همه سوالات بار عاملی بالایی در هر سازه دارند بنابراین پرسش‌نامه از روایی و پایایی بالایی نیز برخوردار است.

از طریق تجزیه و تحلیل خوشه‌ای دو مرحله‌ای داده‌ها یا مشاهدات را به دسته‌های همگن و متمایز از هم تقسیم کردیم. برای تصمیم‌گیری درباره تعداد خوشه‌ها از مبنای ملاک آکائیکه (AIC)^۱ بهره گرفته شد. مقیاس سوالات پرسش‌نامه هم به صورت رتبه‌ای و هم مقوله‌ای بود. به همین دلیل برای محاسبه فاصله در خوشه بندی از معیار (Log-Likelihood) استفاده کردیم. بر اساس شاخص AIC کیفیت خوشه بندی در ناحیه‌ی Fare یا مطلوب قرار گرفت.

پس از خوشه بندی، هر کدام از سوالات پرسشنامه بر اساس میزان اهمیت آن‌ها در خوشه بندی رتبه بندی شدند. ملاک رتبه بندی بر اساس آماره کای دو پیرسون تعیین شد. بر این اساس ویژگی‌های مهم و کلیدی هر خوشه مشخص شد. این ویژگی‌ها، خوشه‌ها را تحلیل پذیر می‌نمایند. سپس بر اساس توزیع‌های مختلف به شرح و تفسیر هر خوشه پرداختیم و بخشی از خصوصیات شاخص آن‌ها را

^۱Akaike's Information Criterion

برشمردیم. در ادامه، به منظور تکمیل اطلاعات مورد نیازمان به آزمون فرضیات پژوهش پرداختیم که خلاصه‌ی آن را در جدول زیر مشاهده می‌نمایید:

جدول ۴. ۳۴: جمع‌بندی نتایج حاصل از آزمون فرضیات

شماره فرض	فرض	وضعیت تأیید یا رد
۱	مردم استان فارس بیشتر درآمد خود را در امور غیر مولد و اموری غیر از کسب و کار هزینه می‌کنند.	رد
۲	مردم استان فارس تمایل دارند پول خود را خارج از استان فارس سرمایه گذاری کنند	تأیید
۳	بین تمایل به خرج کردن درآمد در امور غیر مولد و کوتاه‌نگری همبستگی وجود دارد	تایید
۴	بین تمایل به خارج کردن سرمایه از کشور و ابهام‌گریزی همبستگی وجود دارد	تایید
۱-۵	توزیع (همگونی) متغیر سن در دو خوشه یکسان نیست.	تأیید
۲-۵	توزیع (همگونی) متغیر شهر سکونت در دو خوشه یکسان نیست.	رد
۳-۵	توزیع (همگونی) متغیر وضعیت تأهل در دو خوشه یکسان نیست.	تایید
۴-۵	توزیع (همگونی) متغیر جنسیت در دو خوشه یکسان نیست.	تایید
۵-۵	توزیع (همگونی) متغیر سطح تحصیلات در دو خوشه یکسان نیست.	رد
۶-۵	توزیع (همگونی) متغیر سطح درآمد در دو خوشه یکسان نیست.	تایید
α	مردم استان فارس، دچار تورش «کوتاه‌نگری» هستند.	تایید
β	مردم استان فارس دچار تورش «ابهام‌گریزی» هستند	رد

مجموعه‌ی اطلاعات حاصل شده از این فصل، دانشی است که از آن تحت عنوان لایه‌های ده گانه‌ی اطلاعاتی در یک نقشه یا پلان مالی یاد کرده‌ایم. بدین وسیله اطلاعاتی را آشکار کردیم که دید نسبتاً مناسبی نسبت به رفتار مالی مردم منطقه به‌دست می‌دهد.

فصل پنجم: نتیجه گیری و

ارائه پیشنهادات

۱.۵ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مطالعه‌ی آمارهای مالی اقتصادی رسمی کشور در مورد استان فارس و قیاس آن با استان‌های مشابه نشان از وجود مشکل یا مشکلاتی در عرصه‌های مالی و اقتصادی استان فارس داشت. گزارش‌هایی همچون نرخ بیکاری و غیره نیز گواه دیگری بود بر این مطلب. این مسئله، نیاز به یافتن راهکار یا بهره‌بردن از ابزاری را نشان می‌داد که بتواند در اصلاح و بهبود اوضاع مالی و اقتصادی این منطقه مفید واقع شود و پاسخ پرسش‌های مطرح شده در این باره را بدهد. در ضمن می‌دانیم که حل مشکلات احتمالی موجود، بدون بررسی و ریشه‌یابی مناسب ممکن نخواهد بود.

در این پژوهش مجموعه‌ای را فراهم آوردیم از دانش مورد نیاز برای تبیین رفتار مالی افراد. در این نوشتار ابتدا به پنج زمینه مرتبط با رفتار مالی افراد پرداختیم این پنج زمینه عبارت بودند از مالی رفتاری، مدیریت و برنامه‌ریزی مالی شخصی، روان‌شناسی بازار سرمایه و سرمایه‌گذار، روان‌شناسی پول و در نهایت جامعه‌شناسی اقتصاد. تحقیقات پیشین ما را به این نتیجه رساند که در صورت داشتن یک پلان یا نقشه از رفتار مالی مردم منطقه می‌توانیم برای بسیاری از پرسش‌هایمان پاسخی مناسب بیابیم. به علاوه می‌توانیم از آن در برنامه‌ریزی‌ها و مشاوره‌های مالی-اقتصادی آتی استفاده کنیم. این شبه‌مدل، در بخش‌های دیگری منجمله بازاریابی و بیمه نیز کاربرد خواهد داشت. بدین منظور و برای یافتن روابط متغیرهای دخیل، از تکنیک‌های تحلیل عاملی اکتشافی و سپس خوشه‌بندی دو مرحله‌ای بهره بردیم. خوشه‌های به دست آمده، به مثابه محله‌های مختلف در یک نقشه‌ی شهری می‌باشند. اطلاعات تکمیلی مورد نیاز را نیز سوالات پرسش نامه فراهم آوردند. از آنجا که متغیرهای جمعیت شناختی در بسیاری از مسائل مالی رفتاری نقش مهمی را ایفا کرده‌اند، پوشش و توزیع هر کدام از این متغیرها را بر خوشه‌ها به دست آورده و مقایسه کردیم. در ادامه و در راستای تکمیل اطلاعات پیشین، به بررسی فرضیاتی پرداختیم که بر اساس پیشینه‌ی پژوهش و مشکلات مشاهده شده در منطقه مطرح شده بودند.

این فرضیات دو سوگیری رفتار مالی را نیز در بر می‌گرفتند. ابتلای اکثریت مردم منطقه به هر دو سوگیری (کوتاه‌نگری و ابهام‌گریزی) تأیید گردید. در کنار این دو سوگیری تمایل شدید مردم منطقه به هزینه‌های غیر مولد، رد، و تمایل شدید مردم به خارج کردن سرمایه‌شان از منطقه تأیید شد. ریشه‌ها و عوامل موثر در نتایج فوق به صورتی مفصل در فصول دو و چهار بحث و فحص شدند. همچنین علت وجودی ویژگی‌های هر خوشه را می‌توان در مطالب فصل دو به وضوح مشاهده نمود.

حال ما لایه‌های اطلاعاتی ده‌گانه‌ای را در دست داریم که در کنار یکدیگر، شما و یا شبه مدلی از سوگیری‌ها، گرایش‌ها و تمایلات مالی-اقتصادی مردم منطقه را ترسیم می‌کند و بسیاری از روابط موجود را آشکار می‌سازد. دو خوشه‌ی مجزا را شناسایی کرده‌ایم و می‌دانیم ویژگی‌های هر کدام به چه صورت است. بخش قابل توجهی از ارتباطات عامل‌های آن‌ها را نیز می‌شناسیم. در نتیجه در جایگاه یک مشاور و یا برنامه‌ریز، کافی است بدانیم مخاطب ما جزء کدام خوشه است. با مراجعه به ویژگی‌های بارز آن خوشه، شناخت مناسبی نسبت به وی به دست آورده و بهترین رویکرد را در قبال او اتخاذ خواهیم نمود.

لازم است در این امر از دید جزء نگر پرهیز کرده و به صورتی سیستمی، کلیه عوامل را با هم و در کنار یکدیگر مد نظر قرار دهیم.

باشد که نتایج حاصل از این پژوهش گامی باشد هر چند کوچک، در راستای اعتلای روز افزون این خاک پر گهر.

۲,۵ محدودیت‌های پژوهش

از ابتدایی ترین و رایج‌ترین محدودیت‌ها و مشکلاتی که پژوهش‌هایی از این دست با آن مواجه‌اند، جمع آوری تعداد و مقدار مکفی داده و پرسش‌نامه‌ی کامل و قابل استفاده است. در اکثر مواقع، پر

کردن دقیق پرسش‌نامه از حوصله‌ی افراد خارج است و این امر فرایند جمع‌آوری اطلاعات را با مشکل مواجه می‌کند.

یکی دیگر از مشکلات مهمی که در این پژوهش وجود داشت، کمبود شدید منابع علمی دست اول فارسی زبان در این زمینه بود. به نحوی که به جرأت می‌توان گفت مجموع تعداد کتب، مقالات و پایان‌نامه‌هایی که در این زمینه به زبان فارسی موجود است، از تعداد انگشتان دست، تجاوز نمی‌کند.

پراکندگی جغرافیایی اعضای جامعه‌ی آماری، یکی دیگر از مشکلات این پژوهش بود. همکاری و پشتیبانی ارگان‌های دولتی می‌تواند تا حدود قابل توجهی از این مشکل بکاهد.

در کنار موارد یاد شده لازم است به این مورد نیز اشاره کنیم که در این مبحث، مجموعه‌ای از مسائل جامعه‌شناختی و انسان‌شناختی دخیل می‌باشند. از آن‌جا که هر ملتی ویژگی‌های خاص خودشان را در این زمینه‌ها دارند، نمی‌توان همه‌ی مطالعات صورت گرفته در دیگر ملل را به راحتی بر جامعه‌ی خودمان قابل بسط دانست. لذا یافته‌های پژوهش‌های خارجی در بسیاری موارد در جامعه‌ی خودمان صادق نبوده و لازم است که آن پژوهش‌ها از ابتدا طرح‌ریزی و اجرا شوند.

۳.۵ پیشنهادات برای پژوهشگران آتی

پژوهشگران آتی می‌توانند با فراهم آوردن تعداد بیشتری از لایه‌های اطلاعاتی رفتار مالی به تکمیل این پلان کمک کنند و در نتیجه موجب دقیق‌تر شدن و افزایش سودمندی آن بشوند.

لازم است که پژوهشگران آتی با در نظر گرفتن علوم مربوطه، برای هر خوشه، کاتالوگ‌های تخصصی-موضوعی دقیق طراحی کنند. یعنی برای هر کدام از خانه‌های ماتریس زیر، یک دفترچه‌ی راهنمای عملیاتی تدوین نمایند.

	برای مردم خوشه‌ی یک	برای مردم خوشه‌ی دو
مشاوران مالی		
برنامه ریزان مالی شخصی		
برنامه ریزان مالی کلان		
بازاریابان		
...		

بدین ترتیب متخصصان مختلف قادر خواهند بود پس از شناسایی خوشه‌ای که فرد بدان تعلق دارد، تنها با مراجعه به کاتالوگ موضوعی مورد نظرشان، از نحوه‌ی برخورد با وی، نیازمندی‌های وی و بسیاری اطلاعات مورد نیاز دیگر، آگاهی یابند. هر چند این پژوهش گام‌هایی را در این زمینه برداشته است اما لازم است که این پروسه تکمیل شده و گسترش یابد.

پژوهشگران آتی می‌توانند در دل هر کدام از خوشه‌های به دست آمده در این پژوهش به دنبال خوشه-های ریز تر بگردند و تقسیم‌بندی ریز تری را ارائه دهند. در صورت وقوع چنین حالتی، سرعت کار در بسیاری از موارد بالا رفته و دقت عمل نیز افزایش می‌یابد.

لازم است پژوهشگران آتی، این رویه را در سایر مناطق کشور اجرا کنند تا از کنار هم قرار دادن دست-آورد مجموعه‌ی این پژوهش‌ها، یک پلان ملی سراسری حاصل گردد.

در نهایت، پژوهشگران آتی می‌توانند سوگیری‌های بیشتری را مورد تحقیق و بررسی قرار دهند.

پیوست ۱: نقشه‌ی استان فارس



شکل ۱، پ: نقشه‌ی استان فارس

پیوست ۲: جدول ویژگی‌های سینوپتیک استان فارس

بیانگین بلند مدت پارامترهای هو اشخاصی ایستگاههای سیدو پتیک اداره کل هو اشخاصی استان فارس

اسم شهر	طول عرض جغرافیایی	عرض جغرافیایی	ارتفاع	درجه حرارت				ظروف جوی				ملاحظات											
				موسمه	حدائق	موسمه	حدائق	موسمه	حدائق														
ایله	52.40	31.11	2030	14.3	-21.4	39.6	17	52	35	133.4	43	58.6	2515.7	3375.2	89	16	224	2.3	1010.1	798.7	QFE	قشر هوا	
سیدان	52.00	30.14	2201	14.8	-15.5	36.4	29	51	40	652.9	52	138.0	4228.2	3305.4	58	12	210	2.7	1013.0	792.0	QFF	قشر هوا	
ارسنجان	53.16	29.56	1703	18.3	-7.0	41.6	20	46	33	307.2	33	64.1	3303.2	3377.7	33	11	272		1012.0	832.0			
استهبان	54.02	29.05	1690	17.5	-8.2	41.0	20	55	38	308.9	39	100.8	3411.5	3463.7	53	13	203	1.8	*	827.0			
القلید	52.38	30.54	2300	12.8	-20.8	36.6	17	49	33	317.3	50	105.0	3352.6	3264.5	86	17	227	3.2	1010.0	774.0			
ابزار دخت	52.07	31.32	2188	13.8	-19.0	39.2	21	48	35	148.7	36	55.0	3327.5	3237.4	83	14	233	4.1	*	784.0			
یویات	53.40	30.28	2231	13.6	-19.2	36.6	17	47	32	233.1	43	53.4	3328.1	3219.3	74	16	239	4.2	*	*			
نختجه	52.54	29.56	1605	17.3	-8.0	43.0	30	68	46	285.4	38	298.0	76.2	3432.0	55	10	243	1.0	*	*			
چهرم	53.32	28.29	1082	20.5	-5.2	45.7	28	63	59	285.4	27	68.9	3494.3	3285.3	20	8	216	2.1	*	891.0			
داراب	54.17	28.47	1088	29.8	-2.6	46.5	22	59	41	263.0	40	126.5	3190.8	32105.8	30	11	296	1.7	1008.7	840.2			
سندرورگان	52.17	30.11	1650	17.6	-9.8	41.0	24	62	43	474.1	46	126.5	3307.0	32249.1	74	13	240	1.2	1011.0	840.0			
زرگان	52.43	29.47	1596	16.2	-13.6	42.5	23	62	43	316.9	48	109.0	3344.7	3051.6	6	11	235	2.3	*	*			
زرین دشت	54.25	28.21	1029	23.1	-3.2	46.2	16	48	32	187.7	22	73.7	3358.2	2599.1	42	13	248	2.4	1007.5	847.5			
شیراز	52.36	29.32	1484	18.0	-14.4	43.2	20	61	38	227.2	37	100.4	3376.1	2756.4	35	14	203	1.4	*	778.0			
صفه شهر	53.09	30.35	2251	11.8	-21.6	37.6	21	56	45	295.5	31	295.5	3376.1	2756.4	35	12	282	1.1	*	*			
فراشید	52.06	28.48	779	22.0	-5.6	46.4	23	59	40	295.2	37	152.8	3260.2	2591.9	6	11	288	1.1	1009.8	865.7			
فسا	53.41	28.58	1288	19.3	-6.2	45.0	21	48	35	317.3	37	434.8	3427.6	2982.7	2	11	270	*	*	*			
فروزیاد	52.33	28.53	1362	20.6	-5.0	42.2	23	51	42	371.2	22	77.2	3219.1	3163.5	4	12	237	*	918.0				
قیر و گلزیه	53.02	28.29	767	25.8	-1.8	48.8	23	62	23	371.2	27	106.7	3419.6	3330.3	4	12	223	2.1	1007.8	920.5			
گلزون	51.39	29.36	860	30.1	-3.6	45.8	23	60	24	205.1	29	87.6	3346.0	3358.4	0	12	267	1.7	963.7	1010.6			
لار	54.17	27.41	792	23.6	-4.8	47.8	24	61	24	215.6	41	566.6	3000.5	2741.1	10	13	225	*	828.0	1009.0			
امرد	53.12	30.04	972	21.3	-6.0	46.0	22	47	34	185.3	34	67.8	3504.6	2911.1	18	12	186	2.7	1009.9	845.4			
ممشین	51.32	30.04	1632	25.8	-7.6	41.8	22	47	39	306.8	37	152.8	3335.3	2629.8	38	12.3	238	2.3	1009.9	845.4			
نمیدیز	54.20	29.12	1632	26.4	-21.6	49.6	22	56	56	39	306.8	37	152.8	3335.3	2629.8	38	12.3	238	2.3	1009.9	845.4		
استان فارس																							

پیوست ۳: نسخه‌ی اولیه‌ی پرسش نامه

پرسش نامه شخصیت مال

هرگز	به ندرت	بعضی وقت‌ها	در اغلب مواقع	قطعاً همیشه	جملات زیر تا چه میزان با خصوصیات فردی شما تطابق دارد؟	
					۱ من بخش مالی روزنامه را به دقت مطالعه می‌کنم.	
					۲ هنگامی که در مورد مسائل مالی، گفتگویی آغاز می‌شود، علاقه دارم که در آن گفتگو شرکت کنم.	
					۳ ادبیات خاص به کار رفته توسط کارشناسان مالی در من ایجاد اطمینان می‌کند.	
					۴ به مسائل مالی و پولی علاقه مند هستم.	
					۵ تمایل دارم که تصمیمات مالی را به تعویق بیندازم.	
					۶ پس از اخذ یک تصمیم مالی، مشتاقم که ببینم تصمیم اخذ شده صحیح بوده است یا خیر.	
					۷ در پایان روز، در مسائل مالی، به صورت حسی تصمیماتی را اتخاذ می‌کنم.	
					۸ ریسک موجود در گزینه‌های مختلف را را اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنم.	
					۹ خرج کردن پول را بیشتر از پس‌انداز کردن آن دوست دارم.	
					۱۰ توجه به آینده برای من امری ضروری است.	
					۱۱ برای من سخت است که پولی برای روز مبادا ذخیره نکرده باشم.	
					۱۲ هنگامی که غمگین یا نا امید باشم پول خرج می‌کنم.	
					۱۳ پیشنهادات ویژه ^۱ ، می‌توانند مرا ترغیب به خرید کنند.	
					۱۴ حتی در خرید های بزرگ، بی‌اختیار پول خرج می‌کنم.	

^۱ Special offers

۱۵	از خواندن و مقایسه کردنِ نتایج به دست آمده از تست یک یا چند محصول، لذت می‌برم.				
۱۶	عموماً از اوضاع شکایت نمی‌کنم، حتی اگر دلیلی برای این کار داشته باشم.				
۱۷	هنگامی که اوضاع به دلخواهم پیش نرود دلخور می‌شوم.				

اگر ۱۰۰۰۰ دلار برنده شوید کدام یک از گزینه های زیر را برای خرج کردن این پول انتخاب می‌کنید؟
لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید.

	تفریح و مسافرت
	هنر/ اشیاء عتیقه
	مبلمان
	سرمایه گذاری در اوراق قرضه
	سرمایه‌گذاری‌های پر ریسک
	مهمانی گرفتن با دوستان و آشنایان
	پرداخت قسط اول برای خرید یک اتومبیل جدید

کدام یک از موارد زیر، "پتانسیل‌های شما جهت بهبود وضعیت مالی‌تان" را به بهترین نحو توصیف می‌کند؟
(امکان به کار بستن کدام مورد برای شما بیشتر است.) لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید.

	کسب درآمد بیشتر (حقوق بیشتر)
	به دست آوردن بازده بیشتر، از سرمایه‌گذاری‌هایم
	بیشتر پس انداز کردن و کمتر خرج کردن
	کاهش میزان مخارج خانواده
	بهره بردن پیش از موعد، از ارث و میراث

در مقایسه با همکارانی که از لحاظ سن و تحصیلات مشابه شما هستند، در آمد خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

	بیشتر
	مساوی
	کمتر

دوستان شما چه توصیفی از شما دارند؟ می‌توانید بیش از یک گزینه را انتخاب کنید.

قهرمان دو سرعت		دونده مارا تن	
برای امروزش زندگی می‌کند		برنامه ریز برای آینده	
مملو از شادی‌های زندگی		جدی	
کسی که بر اساس غریزه‌اش رفتار می‌کند.		محتاط	

این روزها بیشتر درگیر چه چیزی هستید؟ (فقط یک گزینه را انتخاب کنید)

در حال گذراندن دوره‌های آموزشی و حرفه‌ای هستم.	
در مراحل آغازین شغلم هستم.	
در حال طی کردن پله‌های ترقی در شغلم هستم.	
اوضاع بر وفق مرادم پیش می‌روند.	
در حال تغییر جهت در حرفه‌ام هستم.	
در حال تغییر جهت بنیادین در زندگی‌ام هستم.	
به فکر دوران بازنشستگی هستم.	
بازنشسته هستم.	
از لحاظ اقتصادی فعال نیستم.	

در صورتی که ۱۰ درصد به حقوق یا درآمد ماهانه شما افزوده شود این مبلغ را صرف چه کاری می‌کنید؟ در صورتی که بیش از یک گزینه را انتخاب می‌کنید، به ترتیب اولویت شماره گذاری کنید.

الف) تفریح و سرگرمی

ب) سرمایه گذاری در کسب و کار

ج) هزینه برای تحصیل خود یا اعضای خانواده

د) خرید مایحتاج زندگی

ر) هزینه در امور خیریه

و) پس انداز

ه) بیمه عمر

ی) سایر

در صورتی که سرمایه کافی در اختیار داشته و قصد سرمایه گذاری داشته باشید کدام یک را انتخاب می‌کنید؟

الف) سرمایه گذاری در داخل کشور

ب) سرمایه گذاری در خارج از کشور

در صورتی که گزینه ب را انتخاب کرده‌اید به پرسش زیر پاسخ دهید

چرا کشورهای دیگر را برای سرمایه‌گذاری انتخاب می‌کنید؟

الف) امنیت سرمایه گذاری بیشتر

ب) فراهم شدن امکان زندگی در آن کشور

ج) وجود قوانین

سال تولد:..... جنسیت: زن / مرد

میزان تحصیلات:.....

آیا در دو سال اخیر دوره آموزشی حرفه‌ای دیده‌اید که بیش از دو ماه طول بکشد؟ بله / خیر

پیوست چهار: پرسش‌نامه‌ی نهایی

پرسش‌نامه شخصیت مالی

پرسشنامه‌ای که پیش رو دارید، به منظور بررسی گرایش‌ها و رفتار مالی افراد در فرایندهای سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه روزمره می‌باشد. خواهشمند است سوالات را بدقت مطالعه کرده و به آنها پاسخ دهید. لازم به ذکر است که نیازی به نوشتن نام و نام خانوادگی نبوده و اطلاعات، محرمانه خواهند ماند. از این اطلاعات صرفاً جهت تجزیه و تحلیل در پایان نامه‌ی دوره‌ی کارشناسی ارشد در دانشگاه استفاده خواهد شد.

از اینکه وقت شریف خود را در اختیار ما قرار می‌دهید سپاسگزاری می‌نماییم.

بخش ۱:

در پاسخ به سوالات زیر گزینه‌ای را انتخاب کنید که بهتر از سایر گزینه‌ها توصیف‌گر وضعیت شما باشد.

همیشه	بیشتر مواقع	بعضی مواقع	به ندرت	هرگز	
☐	☐	☐	☐	☐	۱ بخش مالی رسانه‌ها (روزنامه/اینترنت/تلویزیون/...) را به دقت مطالعه/بررسی می‌کنم.
☐	☐	☐	☐	☐	۲ هنگامی که در مورد مسائل مالی، گفتگویی آغاز می‌شود، علاقه دارم که در آن گفتگو شرکت کنم.
☐	☐	☐	☐	☐	۳ ادبیات خاص به کار رفته توسط کارشناسان و خبرگان مسائل مالی، در من ایجاد حس عدم اطمینان می‌کند.
☐	☐	☐	☐	☐	۴ به مسائل مالی و پولی علاقه مند هستم.
☐	☐	☐	☐	☐	۵ اصولاً تمایل دارم که تصمیمات مالی را به تعویق بیندازم. (تصمیماتی مثل پس‌انداز/خرید ملک/خرید سهام/بیمه/...)
☐	☐	☐	☐	☐	۶ پس از اخذ یک تصمیم مالی، مشتاقم که ببینم آیا تصمیم اخذ شده صحیح بوده است یا خیر.
☐	☐	☐	☐	☐	۷ در پایان روز، به صورت حسی تصمیماتی را در مسائل مالی اتخاذ می‌کنم.
☐	☐	☐	☐	☐	۸ ریسک موجود در گزینه‌های مختلف را اندازه‌گیری و مقایسه می‌کنم.

هرگز	به ندرت	بعضی مواقع	بیشتر مواقع	همیشه	
☐	☐	☐	☐	☐	۹ خرج کردن پول را بیشتر از پس انداز کردن آن دوست دارم.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۰ توجه به آینده برای من امری ضروری است.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۱ برای من سخت است که برای روز مبادا، پولی ذخیره نکرده باشم.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۲ هنگامی که غمگین یا نا امید باشم پول خرج می کنم.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۳ پیشنهادات ویژه (special offers)، می توانند مرا ترغیب به خریدن کنند.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۴ حتی در خرید های بسیار بزرگ، بی اختیار پول خرج می کنم.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۵ از خواندن و مقایسه کردن نتایج به دست آمده از تست یک یا چند محصول، لذت می برم.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۶ عموماً از اوضاع شکایت نمی کنم، حتی اگر دلیلی برای این کار داشته باشم.
☐	☐	☐	☐	☐	۱۷ هنگامی که اوضاع به دلخواهم پیش نرود دلخور می شوم.

بخش ۲

اگر بیست میلیون تومان برنده شوید کدام یک از گزینه های زیر را برای خرج کردن این پول انتخاب می کنید؟

لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	تفریح و مسافرت	☐
۲	هنر / اشیاء عتیقه	☐
۳	مبلمان	☐
۴	سرمایه گذاری های کم ریسک تر (و دارای بازده احتمالی نسبتاً کم تر)	☐
۵	سرمایه گذاری های پر ریسک (و احتمالاً دارای بازده احتمالی بالا)	☐
۶	مهمانی گرفتن با دوستان و آشنایان	☐
۷	پرداخت قسط برای خرید یک اتومبیل جدید	☐

بخش ۳

در صورت نیاز به بهبود وضعیت مالی خود، در حال حاضر امکان به کار بستن کدام یک از موارد زیر برای شما بیشتر است؟
لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید.

۱	افزایش دادن حقوق دریافتی (با اضافه کاری / ماموریت / ...)	☐
۲	به دست آوردن بازده بیشتر، از سرمایه‌گذاری‌هایی که تا کنون انجام داده‌ام	☐
۳	بیشتر پس انداز کردن و کمتر خرج کردن	☐
۴	کاهش میزان مخارج خانواده	☐
۵	بهره بردن پیش از موعد، از ارث و میراث	☐

بخش ۴

در مقایسه با همکارانی که از لحاظ سن و تحصیلات مشابه شما هستند، در آمد خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بیشتر	مساوی	کمتر
☐	☐	☐

بخش ۵

دوستان شما چه توصیفی از شما دارند؟ می‌توانید بیش از یک ردیف را انتخاب کنید. اما در هر ردیف تنها یکی از دو گزینه‌ی موجود را انتخاب کنید.

۱	قهرمان دو سرعت	☐	دونده مارا تن	☐
۲	برای امروزش زندگی می‌کند	☐	برنامه ریز برای آینده	☐
۳	مملو از شادی‌های زندگی	☐	جدی	☐
۴	کسی که بر اساس غریزه‌اش رفتار می‌کند.	☐	محتاط و برنامه‌ریز	☐

بخش ۶

این روزها بیشتر درگیر کدام یک از موارد زیر هستید؟ لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	در حال گذراندن دوره‌های آموزشی و حرفه‌ای هستم.	۶	در حال تغییر جهت بنیادین در زندگی‌ام هستم.
۲	در مراحل آغازین شغلم هستم.	۷	به فکر دوران بازنشستگی هستم.
۳	در حال طی کردن پله‌های ترقی در شغلم هستم.	۸	بازنشسته هستم.
۴	اوضاع بر وفق مرادم پیش می‌روند.	۹	از لحاظ اقتصادی فعال نیستم.
۵	در حال تغییر جهت در حرفه‌ام هستم.		

بخش ۷

در صورتی که ۱۰ درصد به حقوق یا درآمد ماهانه شما افزوده شود این مبلغ را صرف چه کاری می‌کنید؟ لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	تفریح و سرگرمی	۵	هزینه در امور خیریه
۲	سرمایه گذاری در کسب و کار	۶	پس انداز
۳	هزینه برای تحصیل خود یا اعضای خانواده	۷	بیمه عمر
۴	خرید مایحتاج زندگی	۸	سایر

بخش ۸

در صورتی که سرمایه کافی در اختیار داشته باشید و بخواهید سرمایه گذاری کنید، کدام بخش را انتخاب می‌کنید؟ لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	بازار بورس و اوراق بهادار	۵	اوراق مشارکت دولتی
۲	ملک	۶	ارزهای خارجی / فلزات گران بها
۳	تولیدی	۷	پس انداز در جاهایی که سود پرداخت می‌کنند
۴	خدماتی		

بخش ۹

در صورتی که سرمایه کافی در اختیار داشته و قصد سرمایه گذاری داشته باشید کدام یک را انتخاب می-کنید؟

لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

الف) سرمایه گذاری در داخل استان فارس	ب) سرمایه گذاری در خارج از استان فارس، در داخل ایران	ج) سرمایه گذاری در خارج از کشور
☐	☐	☐

در صورتی که گزینه ب را انتخاب کرده‌اید به پرسش ۱ و در صورتی که گزینه ج را انتخاب کرده‌اید به پرسش های ۲ و ۳ و ۴ پاسخ دهید.

پرسش ۱: چرا استان های دیگر را برای سرمایه گذاری انتخاب می کنید؟

۱	آب و هوای بهتر	☐
۲	نیروی کار بهتر	☐
۳	همکاری بیشتر مسئولین آن استان	☐
۴	هزینه های کمتر	☐
۵	موقعیت جغرافیایی بهتر	☐

پرسش ۲: چرا کشورهای دیگر را برای سرمایه گذاری انتخاب می کنید؟

۱	امنیت سرمایه گذاری بیشتر در آن کشور	☐
۲	فراهم شدن امکان زندگی در آن کشور	☐
۳	وجود قوانین شفاف تر در آن کشور	☐
۴	وجود تنوع بیشتر در انواع سرمایه گذاری	☐
۵	وجود اطلاعات شفاف تر و در دسترس تر در آن کشور	☐

پرسش ۳: فرض کنید شما طرفدار تیم ورزشی شهرتان هستید. فردی به شما پیشنهاد یک شرط بندی را می-دهد. این فرد ناشناس نخست از شما می پرسد که شانس برد تیم شما در بازی امشب چقدر است. شما تخمین می زنید که شانس برد ۵۰ درصد است. سپس او از شما می پرسد که آیا تمایل دارید مبلغی روی نتیجه بازی شرط بندی کنید. شما به ارزیابی خود مطمئن بوده و شرط بندی را می پذیرید. (فرض کنید که شرط بندی، کار بدی نیست). در همین هنگام، یک فرد دیگر، یک ماشین الکترونیکی را به شما نشان داده و پیشنهاد می کند که می توانید به جای شرط بندی روی بازی، شرط بندی روی ماشین الکترونیکی را انتخاب کنید. با این فرض که ماشین در هر مرتبه رنگ قرمز یا آبی را با احتمال دقیقاً ۵۰ درصد نشان می دهد.

شما می‌توانید روی قرمز یا آبی آمدن شرط بندی کنید.

فرض کنید که مقدار پول شرط بندی شده در هر دو مورد برابر است؛ شما کدام شرط بندی را می‌پذیرید؟

۱	شرط بندی روی مسابقه	☐
۲	شرط بندی روی دستگاه	☐

پرسش ۴: سناریو همان سناریوی پرسش ۲ است. با چند تفاوت:

(۱) فرض کنید شما نه تنها طرفدار پرو پا قرص تیم شهر خود هستید؛ بلکه به ایجاد تیم نیز کمک کرده و همه رقبای موجود در لیگ را به خوبی می‌شناسید.

(۲) این بار زمانی که فرد غریبه به شما پیشنهاد می‌دهد؛ فرض کنید که شانس برد تیم مورد علاقه خود را به جای ۵۰ درصد؛ ۶۷ درصد تخمین می‌زنید.

(۳) از آنجا که شما اطلاعات زیادی در مورد تیم دارید به اندازه کافی به مثبت بودن جواب خود در مقابل این سوال که آیا مایل به شرط بندی روی نتیجه بازی هستید، مطمئن خواهید بود.

(۴) همانند قبل فرض کنید اگر ماشین الکترونیکی، رنگ قرمز را نشان دهد، شما به همان اندازه پول بدست می‌آورید.

(۵) این بار احتمال به نتیجه رسیدن ماشین الکترونیکی، یعنی نشان دادن رنگ قرمز، ۷۰ درصد در هر بار است.

با توجه به این شرایط، کدام شرط بندی را انتخاب می‌کنید؟

۱	شرط بندی روی مسابقه	☐
۲	شرط بندی روی دستگاه	☐

بخش ۱۰

کدام یک از دو گزینه زیر را ترجیح می‌دهید؟

۱	حلقه بسیار وسیعی از دوستان	☐
۲	تعداد اندکی دوست ماندگار و صمیمی	☐

بخش ۱۱

کدام یک از دو گزینه زیر بهتر شما را توصیف می‌کنند؟

۱	به شدت به داشتن روابط اجتماعی مندم	☐
۲	تنهایی را ترجیح می‌دهم	☐

بخش ۱۲: فرض کنید به یک اتومبیل جدید نیاز دارید. مدت هفت سال است که از اتومبیل فعلی خود استفاده کرده و اکنون زمان آن است که آن را تعویض کنید. همچنین فرض کنید با محدودیت هایی در این خرید مواجه هستید؛ مثل اینکه پول علف خرس نیست و به آسانی بدست نمی آید! کدامیک از گزینه های زیر را ترجیح می دهید؟

۱	معمولاً پول زیادی بابت یک اتومبیل خرج نمی کنم؛ زیرا اتومبیل از نظر من فقط وسیله حمل و نقل است و نیازی به اشیاء تجملی و پر زرق و برق با هزینه گزاف ندارم. از این گذشته می توانم پول مازادی را که می خواهم خرج خرید یک اتومبیل لوکس و گران قیمت کنم در حساب بانکی خود پس انداز کنم.
۲	معمولاً اتومبیلی با قیمت متوسط خریداری می کنم که دارای برخی تجهیزات لوکس است و این کار را به آن جهت انجام می دهم که از یک اتومبیل خوب لذت می برم. ممکن است خرید سایر مایحتاج را نادیده بگیرم تا اینکه استطاعت خرید یک اتومبیل خوب را بدست آورم. تصور نمی کنم که روزی حماقت کرده و پول خود را اسراف کنم، اما یک اتومبیل خوب چیزی است که من تا حد معقولی برای آن ارزش قائل شده و از این رو قصد دارم برای بدست آوردن آن پول خرج کنم.
۳	وقتی صحبت از اتومبیل می شود دیگر نمی توانم جلوی خودم را بگیرم! به احتمال زیاد برای خرید اتومبیلی درجه یک، ولخرجی کرده و همه یا اکثر گزینه های لوکس و پر زرق و برق موجود را در نظر می گیرم. حتی اگر برای خرید این اتومبیل مجبور شوم همه پس انداز چند ساله ام را صرف کنم، این کار را انجام می دهم.

بخش ۱۳: الگوهای پس انداز خود برای دوره بازنشستگی را چگونه توصیف می کنید؟ فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	با مشاوران خود مشورت کرده و مطمئن می شوم که همه بهترین و کم هزینه ترین راه پس انداز و سرمایه گذاری برای بازنشستگی را انتخاب کرده ام. غالباً وجوه اضافی خود را در حساب های دارای معافیت مالیاتی پس انداز می کنم.
۲	معمولاً از مزایای پس اندازها و سرمایه گذاری هایی که بیشترین معافیت مالیاتی را دارند، بهره می گیرم. در برخی موارد اطلاع از جزئیات ممکن است توجه ام را جلب کند تا مقداری از پولم را در حساب های دارای معافیت یا تخفیف مالیاتی پس انداز کنم. اما گاهی نیز ممکن است این کار را انجام ندهم.
۳	به ندرت برای دوره بازنشستگی خود پس انداز می کنم. قسمت اعظم درآمد خود را خرج می کنم بنابراین مبلغ اندکی برای پس انداز کردن باقی می ماند.

بخش ۱۴: کدام یک از گزینه‌های زیر، رویکرد شما نسبت به پول را بهتر توصیف می‌کند؟

لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	به پول اهمیت نمی‌دهم.	☐	۴	پول مایه شرارت بوده و چیز بدی است.	☐
۲	پول بسیار مهم است و باید در راستای ایجاد رفاه و شادی در زندگی خرج شود.	☐	۵	داشتن پول بسیار مهم است و تا آنجا که ممکن است نباید آن را خرج کرد.	☐
۳	پول مهم‌ترین چیز در زندگی است.	☐	۶	پول هدیه است و باید آن را با سایر افراد سهیم شد.	☐

بخش ۱۵: پایبندی خود را نسبت به اهداف و برنامه‌هایتان، چگونه ارزیابی می‌کنید؟ لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

کنید

۱	اگر هدفی برای من اهمیت داشته باشد؛ همیشه به آن دست پیدا می‌کنم. اگر به عنوان مثال بخواهم ده کیلو از وزنم را کم کنم رژیم گرفته و سرسختانه ورزش می‌کنم تا به این هدف برسم.	☐
۲	اغلب می‌توانم به اهدافم برسم، ولی گاهی در رفع موانعی که در مسیر رسیدن به هدف وجود دارد، دچار مشکل می‌شوم.	☐
۳	در عمل کردن به قول و قرارهایی که با خود گذاشته‌ام خیلی مشکل دارم. انضباط شخصی من یا خیلی کم است یا اصلاً وجود ندارد و اغلب برای دستیابی به اهداف اصلی‌ام، خود را نیازمند کمک دیگران می‌بینم.	☐

بخش ۱۶

کدام یک از موارد زیر، می‌تواند تأثیر بیشتری بر تصمیم شما برای سرمایه‌گذاری کردن پولتان در امور مولد و اشتغال‌زا، داشته باشد؟ لطفاً فقط یک گزینه را انتخاب کنید

۱	هزینه‌های زندگی	☐	۴	جو سیاسی	☐	۷	نظرات خبرگان امور مالی	☐
۲	نرخ تورم	☐	۵	نرخ سود وام	☐	۸	حمایت مسئولین	☐
۳	نرخ سود سپرده‌های بانکی	☐	۶	نرخ ارز	☐	۹	سایر	☐

بخش ۱۷: اطلاعات عمومی پاسخ دهنده		
سن:	شهر محل سکونت:	وضعیت تأهل: ☐ مجرد ☐ متأهل
جنسیت: ☐ مذکر ☐ مؤنث	تحصیلات:	
متوسط درآمد ماهیانه (تومان):		
☐ کمتر از ۴۰۰,۰۰۰	☐ ۴۰۰,۰۰۱ الی ۶۰۰,۰۰۰	
☐ ۶۰۰,۰۰۱ الی ۹۰۰,۰۰۰	☐ ۹۰۰,۰۰۱ الی ۱,۳۰۰,۰۰۰	
☐ ۱,۳۰۰,۰۰۱ الی ۲,۰۰۰,۰۰۰	☐ بالاتر از ۲,۰۰۰,۰۰۰	
آیا در دو سال اخیر دوره آموزشی حرفه‌ای دیده‌اید که بیش از دو ماه طول بکشد؟		
☐ خیر ☐ بله		

پیوست پنج: ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه‌ی آماری

سن پاسخ دهندگان

در جدول زیر اطلاعات مربوط به سن پاسخ‌دهندگان آورده شده است. همان طور که مشاهده می‌شود میانگین سن برابر ۳۳ است و حداقل و حداکثر سن برابر با ۲۱ تا ۶۳ سال می‌باشد.

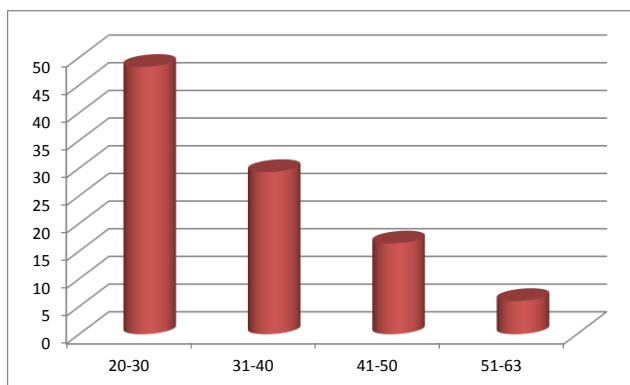
جدول ۵. ۱. پ: اطلاعات توصیفی سن

انحراف معیار	میانگین	حد اکثر	حد اقل	سن پاسخ دهندگان
۸,۸۴۵۱۴	۳۳,۱۵۵۲	۶۳,۰۰	۲۱,۰۰	

برای توصیف بهتر سن افراد در طبقه بندی شده است. اطلاعات توصیفی طبقات در جدول ۲ و نمودار ۱ آورده شده است.

جدول ۵. ۲. پ: طبقه بندی سن

درصد تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۴۸,۷	۴۸,۷	۲۵۷	۲۰-۳۰
۷۸,۳	۲۹,۶	۱۵۶	۳۱-۴۰
۹۴,۸	۱۶,۵	۸۷	۴۱-۵۰
۱۰۰,۰	۵,۲	۲۷	۵۱-۶۳
	۱۰۰,۰	۵۲۷	Total



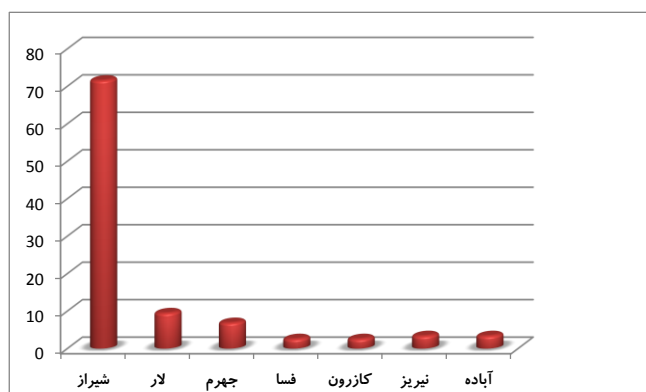
نمودار ۵. ۱. پ: طبقه بندی سن و فراوانی نسبی آن‌ها

شهر محل سکونت

مطابق با جدول ۳ در حدود ۸۳ درصد پاسخگویان در شهر شیراز سکونت دارند. ۱۱ درصد در لار، ۸ درصد جهرم، ۳ درصد فسا، ۳ درصد کازرون، ۴ درصد نیریز و ۴ درصد در آباد سکونت دارند.

جدول ۵.۳. پ: شهر سکونت

درصد تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۶۹,۶	۶۹,۶	۳۶۷	شیراز
۷۹	۹,۴	۵۰	لار و لامرد
۸۶	۷	۳۶	جهرم و مرودشت
۸۹,۷	۳,۷	۲۰	فسا
۹۲,۳	۲,۶	۱۴	کازرون و فیروز آباد
۹۶,۴	۴,۱	۲۲	نیریز
۱۰۰	۳,۴	۱۸	آباد و اقلید
	۱۰۰,۰	۵۲۷	مجموع



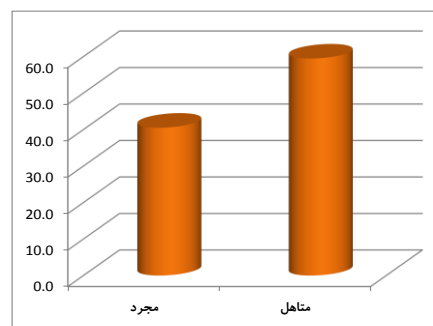
نمودار ۵.۲. پ: وضعیت سکونت پاسخگویان
بر اساس فراوانی نسبی

وضعیت تأهل

مطابق با جدول ۴ در حدود ۴۱ درصد پاسخگویان مجرد و ۵۹ درصد متأهل هستند. در نمودار ۳ نیز این مطلب به خوبی نمایش داده شده است.

جدول ۵.۴. پ: وضعیت تأهل

درصد تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۳۹,۸	۳۹,۸	۲۱۰	مجرد
۱۰۰,۰	۶۰,۲	۳۱۷	متأهل
	۱۰۰,۰	۵۲۷	مجموع



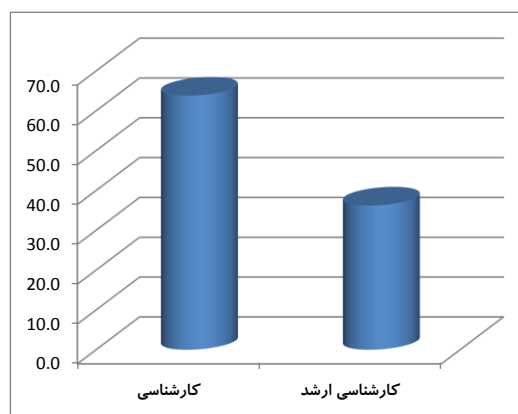
نمودار ۵.۳. پ: وضعیت تأهل پاسخگویان
بر اساس فراوانی نسبی

سطح تحصیلات

از میان پاسخ دهندگان ۶۴ درصد دارای مدرک کارشناسی و ۳۶ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد هستند.

جدول ۵.۵. پ: سطح تحصیلات

	فراوانی	فراوانی نسبی	درصد تجمعی
کارشناسی	۳۳۴	۶۴,۵	۶۴,۵
کارشناسی ارشد به بالا	۱۹۳	۳۶,۵	۱۰۰,۰
مجموع	۵۲۷	۱۰۰,۰	



نمودار ۵.۴. پ: وضعیت تحصیلات پاسخگویان بر اساس

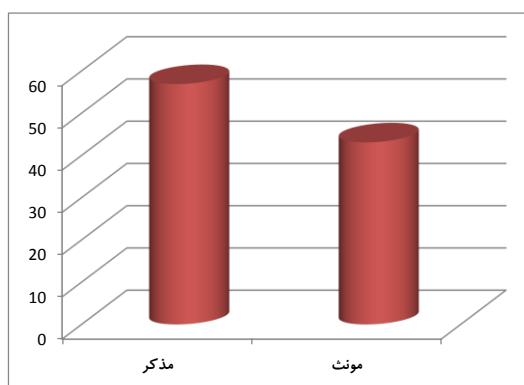
فراوانی نسبی

جنسیت

مطابق با جدول ۵ در حدود ۵۷ درصد از پاسخ دهندگان مرد و ۴۳ درصد را زنان تشکیل داده است.

جدول ۵.۶. پ: جنسیت

	فراوانی	فراوانی نسبی	فراوانی تجمعی
مذکر	۲۹۷	۵۶,۴	۵۶,۴
مؤنث	۲۳۰	۴۳,۶	۱۰۰,۰
مجموع	۵۲۷	۱۰۰,۰	



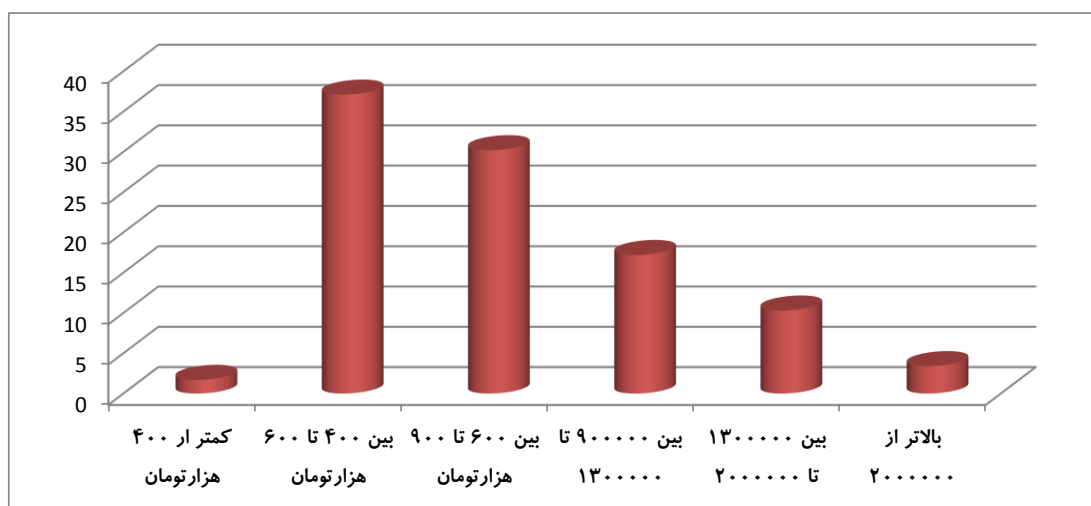
نمودار ۵.۵. پ: وضعیت جنسیت پاسخگویان بر اساس فراوانی نسبی

سطح درآمد

همان طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی متعلق به بازه ۶۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومانی باشد. سایر فراوانی‌ها در جدول و نمودار زیر آورده شده است.

جدول ۵. ۷. پ: سطح درآمد

درصد تجمعی	فراوانی نسبی	فراوانی	
۰	۰	۰	کمتر از ۴۰۰ هزار تومان
۳۷,۹	۳۷,۹	۲۰۰	بین ۴۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان
۶۸,۸	۳۰,۹	۱۶۳	بین ۶۰۰ تا ۹۰۰ هزار تومان
۸۶,۶	۱۷,۸	۹۴	بین ۹۰۰۰۰۰ تا ۱۳۰۰۰۰۰
۹۷,۴	۱۰,۸	۵۷	بین ۱۳۰۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰۰۰
۱۰۰,۰	۲,۶	۱۳	بالاتر از ۲۰۰۰۰۰۰



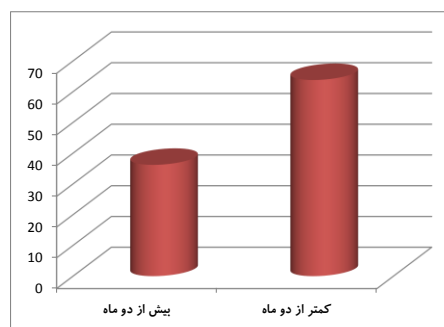
نمودار ۵. ۶: وضعیت درآمد پاسخگویان بر اساس فراوانی نسبی

گذراندن آموزش‌های حرفه‌ای

از میان پاسخ دهندگان ۳۶ درصد بیش از دو ماه دوره‌های آموزشی را گذرانده است و ۶۴ درصد کمتر از دو ماه آموزش دیده‌اند.

جدول ۵. ۸. پ: گذراندن آموزش‌های حرفه‌ای

	فراوانی	فراوانی نسبی	درصد تجمعی
بیش از دو ماه	۱۹۳	۳۶,۲	۳۶,۲
کمتر از دو ماه	۳۳۴	۶۳,۸	۱۰۰,۰



نمودار ۵. ۷. پ: وضعیت پاسخگویان در گذراندن

دوره‌های آموزشی بر اساس فراوانی نسبی

- اسلامی بیگدلی، غلامرضا، (۱۳۸۸)، مالی رفتاری مرحله‌ی گذر از مالی استاندارد تا نوروفاينانس
- اسلامی بیگدلی، سعید، (۱۳۸۷) تورش‌های رفتاری و مشاوره سرمایه‌گذاری
- اورنسون، الیوت، (۱۳۶۴)، روانشناسی اجتماعی، ترجمه: حسین شکرکن، چاپ دوم. اهواز: مرکز انتشارات و چاپ دانشگاه شهید چمران. ص ص ۱۹۸-۲۳۷
- گیدنز، آنتونی، (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، چاپ هفدهم، نشر نی
- سنگه، پیتز (۱۳۸۶)، پنجمین فرمان، ترجمه: حافظ کمال هدایت، محمد روشن، چاپ هفتم، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
- تلنگی، (۱۳۸۳)، تقابل نظریه نوین مالی و مالی رفتاری، تحقیقات مالی، شماره ۱۷
- جعفری، ابولفضل و دولتی، نیکو (۱۳۸۶)، مقدمه‌ای بر مالی و اقتصاد رفتاری
- خواجوی، شکراله، (۱۳۸۵)، فصلنامه تحقیقات مالی، شماره ۲۰، فرضیه‌ی بازار کارا و مالی رفتاری، ص ص ۴۹-۶۹
- راعی، رضا و فلاح پور سعید، (۱۳۸۳)، مالیه رفتاری، رویکردی متفاوت در حوزه مالی، تحقیقات مالی، ۱۸، ص ص ۷۷-۱۰۶
- رفیع پور، فرامرز، (۱۳۸۰) توسعه و تضاد، چاپ پنجم، انتشارات انتشار
- روشنگر زاده، امین، (۱۳۸۸)، مروری بر نظریات مالی رفتاری
- شهر آبادی ا. و یوسفی ر، (۱۳۸۶)، مقدمه‌ای بر مالی رفتاری، ماهنامه بورس، شماره ۶۹
- قاضی مرادی، حسن (۱۳۸۷)، کار و فراغت ایرانیان، چاپ دوم، نشر نی
- کاتوزیان، محمد علی، (۱۳۹۰)، ایران جامعه‌ی کوتاه مدت، ترجمه: عبدالله کوثری، نشر نی

- پمپین، میشل ام.، (۱۳۸۸)، دانش مالی رفتاری و مدیریت دارایی، ترجمه: احمد بدری، چاپ اول، انتشارات کیهان
- والهی، مصطفی، روزنامه شرق، شماره ۸۴۵، صفحه ۱۳ (بورس)
- غفاریان، وفا و عمادزاده، (۱۳۸۳) مفهوم استراتژی، چاپ اول، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی