فصلنامه علمی پژوهشی
دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
سال دهم / شماره ٤٠/ زمستان ١٤٠٠

ارائه مدلی بر مبنای چارچوب فرهنگی هافستد برای تصمیم گیری مالی سرمایه گذاران

حامد فلامرزی
دانشجو مقطع دکتری گروه حسابداری، واحد سیرجان، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران.
hamed.falamarzi2013@gmail.com

زاداله فتحی
استادیارگروه حسابداری، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز، ایران (نویسنده مسئول)
z_fathi46@yahoo.com

حسین شفیعی
استادیار گروه حسابداری، واحد سیرجان، دانشگاه آزاد اسلامی، سیرجان، ایران.
hossein.shafii@gmail.com

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۰/۰۹ تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۲۳

چکیده

اهمیت شناخت عوامل فرهنگی به اندازه ای است که امروزه رمز و راز موفقیت در عرصه رقابت محسوب گردیده و پیش زمینه ای برای جهانی عمل کردن می باشد. لذا بایستی در یک سیستم جهانی تفاوت فرهنگ ها را درک نموده و متناسب با آن فرهنگ تصمیم گیری نمود.پژوهشگر در این تحقیق به دنبال پاسخی برای چگونگی تاثیر فرهنگ بر سبک های تصمیم گیری و تصمیمات برنامه ریزی نشده می باشد که در این راستا ارتباط بین عوامل فرهنگی (فردگرایی و جمع گرایی،زن گرایی و مرد گرایی) با استفاده از تحقیقات و مطالعات موجود مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. در این تحقیق پس از گرد اوری پرسشنامه های تکمیل شده مربوط به ابعاد فرهنگی اقدام به خوشه بندی با استفاده از الگوریتم شبکه خود سازمانده نقشه های امتیاز دهی فرهنگی خوشه بندی شده ابتدا با استفاده از شاخص های پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد شامل: مردگرایی در مقابل زن گرایی؛فردگرایی در مقابل جمع گرایی و سپس چهار نوع سبک تصمیم گیری شامل:سبک تصمیم گیری هدایتی؛سبک تصمیم گیری تحلیلی؛سبک تصمیم گیری ادراکی و سبک تصمیم گیری رفتاری با نقشه ارتباط داده می شوند. به عبارت دیگر، ابتدا ما انواع فرهنگ های سرمایه گذاران فعال در بورس را خوشه بندی کردیم و سپس چهار سبک تصمیم گیری با خوشه های اثرات بررسی شد. شواهد تجربی این مطالعه نشان می دهد که سبک های تصمیم گیری با دو بعد فرهنگی روابط متفاوتی دارند. هنگام بررسی جزئیات خوشه ها ،رابطه بین مولفه ها و اثربخشی پیچیده تر می شود.

واژه‌های کلیدی: سبک تصمیم گیری سرمایه گذاران ، چارچوب فرهنگی هافستد ، فردگرایی در مقابل جمع گرایی.

۱- مقدمه

امروزه سرمایه‌گذاران برای انتخاب سرمایه‌گذاری دامنه بسیار وسیعی دارند، اما تا به حال پژوهش های محدودی در خصوص فرایند انتخاب از بین سرمایه‌گذاری‌های مختلف انجام گرفته است. تصمیمات مالی مردم روز به روز پیچیده‌تر و پرمخاطره‌تر می‌شود در حالی که نتایج این تصمیمات بر شیوه زندگی مردم بسیار موثر است(سالتانا،[۱] ۲۰۱۰). بیشتر نظریه-های مالی فرض می کنند که سرمایه‌گذاران منطقاً به افزایش سرمایه خود می اندیشند و به نشانه‌های مالی توجه می کنند. افراد در تصمیم‌های مالی خود برای ارزیابی هر تصمیم، دارای بستر فرهنگی خاصی می باشند و سعی می‌کنند عواقب هر تصمیم (مثبت یا منفی) را در بستر فرهنگی خود بررسی کنند. به این ترتیب ممکن است تصمیم‌هایی بگیرند که به حداکثرسازی ثروت آنان نیانجامد (ریچارد، تالر،۱۹۹۹،[۲]). نقشی که فرهنگ در رفتار انسان ایفا می‌کند، یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در علوم رفتاری وجود دارد. در دو دهۀ گذشته مطالعات زیادی دربارۀ ارتباط فرهنگ ملی و به کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات انجام گرفته است. تفاوت های فرهنگی ممکن است بر اعتماد اثر گذارد.بدین معنی که برقرای ارتباط بین فرهنگ های متفاوت مستلزم وجود اعتماد است. معروف ترین مطالعه در این زمینه، مطالعۀ هافستد است(ایلاگان[۲]،۲۰۰۹:۴).در زمینۀ بررسی تأثیر فرهنگ بر رفتار تصمیم گیری، الگوی فرهنگی هافستد[۳] مناسب ترین الگو است، چون الگوهای دیگر فرهنگی به فرهنگ داخلی سازمان اشاره دارند و به فرهنگ های ملی اشاره ای نکرده اند. ابعاد فرهنگ هافستد شامل فاصلۀ قدرت، ابهام گریزی، فردگرایی در برابر جمع گرایی، مردگرایی در برابر زن گرایی است. از همین رو این تحقیق بر آن است تا درجه اهمیّت عوامل از جمله فردگرایی در مقابل جمع گرایی و مردگرایی در مقابل زنگرایی را مشخص کند تا به سرمایه‌گذاران نوپا کمک نماید تا بر اساس شاخص هایی که سرمایه‌گذاران باتجربه از آن استفاده می کنند، تصمیم‌گیری نمایند. ضرورت انجام پژوهشی نیزدر حوزه سرمایه گذاری در بورس اوراق بهادارب دلیل توسعه و پیچیدگی روزافزون معیار های تصمیم گیری، پیشرفت مستمر فن آوری، افزایش حجم فعالیت ها، کمبود منابع، افزایش رقابت و وجود انواع خطرات تهدید کننده اهداف و سیاستهای مالیه شخصی، سبب شده تا ذهن سرمایه گذاران به مسایل بی شماری معطوف شده و کنترل مسایل محیطی، غیرممکن شود. به همین دلیل، نیاز به داشتن یک چارچوب سنخ شناسی اثربخش به عنوان جزئی لاینفک از سیستم تصمیم گیری مورد توجه جدی قرار گرفته است. هدف از انجام این پژوهش، سنخ شناسی و بررسی چارچوب فضای فرهنگی حاکم بر تصمیم گیری سرمایه گذاران حقیقی مورد استفاده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که مسأله اصلی در آنها ارزیابی سبک های نصمیم گیری است. این تحقیق در تلاش است که نشان دهد مدل تصمیم گیری های مالی سرمایه گذاران در قالب چارچوب فرهنگی هافستد راهنمایی کلی ارائه می نماید، و جزئیات آن بر عهده خود سرمایه گذاران می باشد .

مبانی نظری پژوهش

فرهنگ پدیده‌ای است که با توجه به خواسته‌های طبیعی و نیروهای اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. جغرافیای منطقه، تاریخ و رویدادهای قوم، زبان و ادبیات رایج در میان مردم، دین و مذهب، اقتصاد و شیوۀ معیشت مردم در پیدایش فرهنگ اثر گذاشته و در ترکیبی سازگار با یکدیگر، مجموعه‌ای از ارزشها و باورهای چیره را پدید می‌آورند که بر رفتار انسانی تأثیر می‌گذارد و ارتباط میان مردم را آسان می‌سازد(لوتانز[۴]،۱۹۷۳).

الوسون (۲۰۰۲) معتقد است مفهوم فرهنگ از پارادایم ساختاری- کارکردی حاکم بر حوزه انسان شناسی به امانت گرفته شده است. این پارادایم که در نگاه به سازمان تا حد زیادی به استعاره ارگانیسم متکی است انسجام اجتماعی و تعادل را اهداف اصلی سیستم می‌داند. شولتز (۱۹۹۵) نیز در همین چارچوب مدعی است که مطالعه سازمان از منظر فرهنگ عبارت است از مطالعه "معانی و باورهایی که اعضا سازمان به رفتارهای سازمانی تخصیص می‌دهند و اینکه چگونه این معانی تخصیص یافته به رفتارها، در مرحله بعد شیوه رفتار آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. جرج گردن نیز فرهنگ اجتماعی را نظام فرضیات و ارزش‌های مشترکی می‌خواند که به طور گسترده رعایت می‌شود و به الگوی رفتار خاصی منجر می‌شود. گردن عناصر مدل خود را سازگاری، مسئولیت، استانداردها ، پاداش‌ها، شفافیت‌سازی صمیمیت و حمایتو رهبری بیان می‌کند.

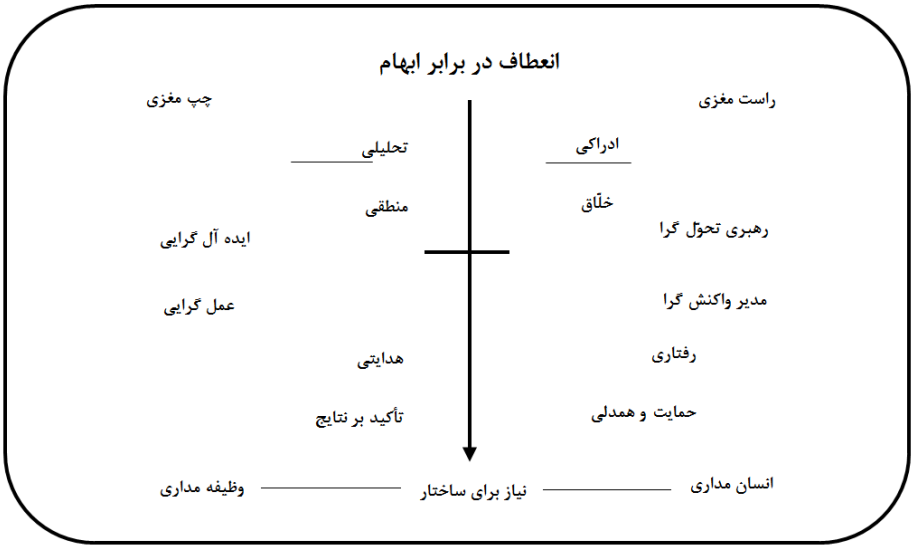
استیفن رابینز بیان می کند افراد از نظر شخصیت دارای نوعی ثبات رویه هستند که می‌توان براساس آن نوع نگرش و رفتار آن‌ها را پیش‌بینی کرد، سازمان هم مانند انسان دارای ویژگی‌هایی است که این ویژگی‌ها می‌توانند به صورت صمیمی، خلاق، نوآور یا محافظه کار باشند. براساس همین ویژگی‌ها می‌توان نگرش‌ها و رفتارهای کسانی را که درون این سازمان‌ها هستند، پیش‌بینی نمود.

چارچوب فرهنگی هافستد نتیجه‌ی تحلیل عاملیِ انجام شده بر روی یک نظرسنجی جهانی درباره‌ی سیستم ارزش کارکنان در IBM بین سال‌های ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۳ بود. این نظریه

یکی از نظریه‌های اولیه‌ای بود که توانست تفاوت‌های فرهنگی را مورد سنجش قرار بدهد. نظریه‌ی اصلی‌ای که هافستد مطرح کرد از چهار بعد صحبت می‌کرد؛ فاصله‌ی قدرت، اجتناب از عدم قطعیت، فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و مردانگی در مقابل زنانگی. اثر هافستد ابعاد ارزش‌هایی را نشان می‌دهند که عمیقا درون فرهنگ‌های گوناگون تعبیه شده‌اند. این ارزش‌ها نه تنها بر چگونگی رفتار انسان‌ها با زمینه‌های مختلف فرهنگی، بلکه بر شیوه‌ی رفتار بالقوه‌ی آنها در زمینه‌ی مرتبط با کار نیز تأثیر دارند. فاصلهٔ قدرت نشان می دهد مردم جامعه تا چه حد حاضرند نابرابری در توزیع قدرت در سازمان های خود را تحمل کنند. افراد در فرهنگ های با فاصلهٔ قدرت بالا، سلطه و اقتدار را راحت تر از کسانی می پذیرند که در فرهنگ هایی با فاصلهٔ قدرت پایین زندگی می کنند . در فرهنگ هایی با فاصلهٔ قدرت پایین، برابری طبقات و برابری افراد، ارزش محسوب می شوند در پژوهش آداپا (۲۰۰۸) مشخص شد در کشور هند متغیر فاصلهٔ قدرت با تصمیم به خرید رابطهٔ مستقیم دارد. در حالی که در استرالیا متغیر فاصلهٔ قدرت با خرید رابطهٔ معکوس دارد. یکی از ابعاد فرهنگی که بر رفتار خرید اینترنتی تأثیر میگذارد، فردگرایی در برابر جمع گرایی است. طبق نظر هافستد (۲۰۰۱) فردگرایی اشاره دارد به اینکه در یک فرهنگ تا چه حد از افراد انتظار می رود به طور مستقل از دیگر اعضای جامعه فعالیت کنند. به عبارت دیگر، تمایل افراد به حفاظت از منافع خود و خانواده یشان. جمع گرایی عبارت است از تمایل افراد به وابستگی به گروه ها و اجتماعات و مراقبت از یکدیگر(هیتوسوجی ،۲۰۰۹).افراد فردگرا، خود و سپس، خانواده را مهمتر از جمع در نظر می گیرند . از طرف دیگر، در فرهنگ های جمع گرا، هماهنگی در گروه بالاترین اولویت را دارد و منفعت فردی نسبت به توسعهٔ اجتماعی گروه اهمیت کمتری دارد. مردسالاری/ زن سالاری به میزان باور فرد دربارهٔ تمایز نقش های جنسیتی در جامعه اشاره دارد . افراد در جوامع مردسالار معتقدند نقش های زن و مرد باید مجزا و متمایز باشد. در این فرهنگ ها از مردان انتظار می رود جسور و پرخاشگر باشند و بر موفقیت مادی تأکید کنند و از زنان نیز انتظار می رود با حیا و حساس باشند و به کیفیت زندگی اهمیت دهند. ولی افراد معتقد به زن سالاری، به همپوشی و اشتراک نقش های جنسی باور دارند. افراد در فرهنگ های زن سالار به امنیت شغلی و محیط زندگی خود اهمیت می دهند. در مقابل، فرهنگ های مردسالار به پیشرفت در کسب وکار و رقابت اهمیت می دهند.یکی دیگر از ابعاد فرهنگی که ممکن است بر تصمیم گیری های مالی تأثیرگذار باشد، ابهام گریزی است . ابهام گریزی اشاره به راههایی دارد که از طریق آن جوامع انسانی آموخته اند عدم اطمینان را مدیریت کنند، که می توان آن را به دو دستهٔ ابهام گریزی قوی و ضعیف تقسیم کرد. ابهام گریزی بر تمایل افراد برای پذیرش عدم اطمینان مؤثر است . افراد از فرهنگ هایی با سطح بالای ابهام گریزی کمتر تحمل عدم اطمینان را دارند و گرایش کمتری به خرید دارند. تحقیقات نشان داده است افراد از فرهنگ هایی با سطح بالای ابهام گریزی در مقابل تغییر مقاومت بیشتری نشان می دهند، در حالی که افراد از فرهنگ های با سطح پایین ابهام گریزی از آینده ترسی ندارند و در مقابل تغییرات مقاومت کمتری نشان می دهند(هیتوسوجی ، ۲۰۰۹).

تصمیم گیری عبارت است از انتخاب یک راه از میان راه‌های مختلف (امانی سازی و همکاران،۱۳۹۰). تصمیم گیری، فرآیند اتّخاذ تصمیم به منظور پیش بینی و انتخاب راه حل‌هایی برای مسائل احتمالی در آینده یا به منظور حل مسائل موجود می‌باشد (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۵). مدل های تصمیم گیری عبارت است از الگویی که از واقعیّت گرفته شده و روابط بین متغیّرها را نشان می‌دهد و می‌توان از آن برای پیش بینی در تصمیم گیری استفاده کرد این مدل ها شامل : مدل های تشریحی ، مدل های شماتیک ، مدل های فیزیکی ، مدل های ریاضی و مدل های ادراکی می باشند.

سبک‌های تصمیم گیری راوو و مسن مدل سبک تصمیم گیری را نشان می‌دهد، محور عمودی نشان دهنده میزان تحمّل و انعطاف در برابر پیچیدگی است و محور افقی علائق محیطی یا ارزش‌های فرد را نشان می‌دهد، افرادی که انعطاف پذیری کمتری در برابر پیچیدگی و عدم اطمینان دارند محیط را یرحسب یک یا دو عامل مورد توجّه قرار می‌دهند و نیاز زیادی به ساختار دارند، افرادی که در عوض پیچیدگی شناختی زیاد دارند انعطاف بیشتری در برابر ابهام و عدم اطمینان دارند و قادرند که دلایل و عوامل گوناگون را در خصوص یک مسئله شناسایی و با هم ترکیب کنند. محور افقی در مدل نشان دهنده توجّه به مقوله‌های تکنیکی، فنّی و وظیفه ای در برابر توجّه به عوامل انسانی و انسان مداری می‌باشد. یک فرد ممکن است به عوامل فنّی و کار توجّه بیشتری داشته باشد و دیگری به عوامل انسانی و کارکنان و نیازهای آنان اهمّیت می‌دهد.



شکل ۱ مدل سبک تصمیم گیری

براساس نظر راوو و مسن و با توجّه به عوامل فوق الذکر سبک‌های تصمیم گیری شامل هدایتی[۵] ، تحلیلی[۶] ، ادراکی و رفتاری[۷] می باشد.

پیشینه تحقیق

ژان وانگ و همکاران(۲۰۱۹) در تحقیقی با عنوان«نقش سرمایه اجتماعی و فرهنگ در محدودیت های تصمیم گیری اجتماعی: یک تحقیق چند مرحله ای» عنوان می کنند که سرمایه اجتماعی یک تئوری قدرتمند است که چگونگی دستیابی سازمانها و اعضای آنها به منابع از طریق روابط را توضیح می دهد.پژوهش آنان با بررسی پیامد های منفی در گروه های منسجم داخلی با چشم انداز پیوند سرمایه اجتماعی متمرکزشده است و نشان دادند که هنجارها وفاصله قدرت با افزایش فاصله و اعتماد ، تصمیم گیری اجتماعی را در هر دو سطح فردی و شرکتی کاهش می دهد ، در حالی که عدم اطمینان کم و زیاد فقط در سطح فردی در افزایش تصمیم گیری اجتماعی نقش دارد. در مقایسه با مطالعات قبلی ، یافته های فعلی درک جامع تری از تأثیرات چند سطحی سرمایه اجتماعی ارائه می دهد.

فرنباچر و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان«تأثیر فرهنگ و چارچوب فرهنگی در تصمیمات سرمایه گذاری» نشان می دهند که مطالعات فرهنگی در تحقیقات تجاری و اقتصادی هنوز محدود به فرهنگهای خاص است. دانش در مورد اختلافات فرهنگی ممکن است به شرکتهای بین المللی کمک کند تا شیوه های مدیریت را مطابق با بازارهایی که در آن فعالیت می کنند ، تطبیق دهند. هدف از این مقاله بررسی مسئله اصرار بر تعهد و چارچوب فرهنگی در یک محیط فرهنگی جدید درآلمان و ویتنام است. این چارچوب فرهنگی منحصر به فرد و جالب است زیرا آلمان بزرگترین بازار اروپا و ویتنام یکی از سریعترین بازارهای در حال ظهور در آسیا است.آنان دریافتند که شرکت کنندگان ویتنامی تمایل قوی تری برای سرمایه گذاری منابع اضافی دارند و شواهدی دارند که اطلاعات با چارچوب منفی منجر به افزایش بیشتر تعهدات می شود.

تیراتون و همکاران(۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان«داده های بزرگ ، فرهنگ تحلیلی و شواهدی از تصمیم گیری مبتنی بر تحلیل در استرالیا» نشان دادند که چگونه تصمیم گیری مدیریتی تحت تأثیر داده های بزرگ ، به صورت تحلیلی و فرهنگ تحلیلی در می آید. تجزیه و تحلیل آنان نشان می دهد که مدیران در سازمان های کوچک به طور قابل ملاحظه ای تصمیمات خود را بر اساس نتایج تحلیلی نسبت به مدیران در سازمان های بزرگ پایه می گذارند که این نشان می دهد که استفاده از تحلیل های سابق برای رقابت در برابر همکاران بزرگتر خود باقی مانده است.

شفرین و استاتمن(۲۰۱۶) تحقیقاتی در مورد روان شناسی مالی انجام دادند، و اشاره به این نکته دارند: که تصمیمات سرمایه گذاران ممکن است متأثر از فاکتورهای رفتار داخلی از قبیل خود شناسی و فاکتورهای رفتار خارجی، مانند طریقه انجام یک سرمایه گذاری باشد.

گاداوگالال[۸](۲۰۰۹) درپژوهشی نقش فرهنگ درتجارت الکترونیک،نقش های اعتماد،ابهام گریزی،آشنایی بامسایل مالی وشهرت رابه عنوان عوامل مؤثربر ادراک گروه هدف برای تصمیم گیری مالی برجسته می کند نتایج نشان دادآشنایی واعتبار درک شدۀ مقدمۀ اصلی اعتماد به سرمایه گذاری است.

توفیقی(۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان« رابطه فرهنگ سازمانی با الگوی تصمیم گیری در آموزش و پرورش» انجام داده است. در این پژوهش ۱۳ فرضیه وجود دارد و نتایج بیانگر رابطه مستقیم و معنا دار بین فرهنگ سازمانی و تصمیم گیری به عنوان فرضیه اصلی است و ۶ مورد از فرضیه های فرعی نیز تایید گردیدند. از جمله در گیر شدن در کار و تصمیم گیری منطقی و شهودی، فرهنگ ماموریتی و تصمیم گیری سیاسی، فرهنگ سازگاری و تصمیم گیری سیاسی و شهودی و فرهنگ انعطاف پذیری و تصمیم گیری سیاسی. بین همه این متغیر ها رابطه معنا داری وجود دارد.

اردشیر و کاظمی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان« تأثیر ابعاد ارزش های فرهنگی بر چسبندگی هزینه ها» انجام داده اند. هدف پژوهش آنها، بررسی تاثیرابعاد ارزش های فرهنگی بر چسبندگی هزینه ها در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. این پژوهش، برروی ۳۰ شرکت در سال ۱۳۹۵ انجام شده است که در نهایت مشخص شد هیچ کدام از چهار بعد مذکور بر افزایش و یا کاهش چسبندگی هزینه ها تاثیر معناداری ندارند.

عباسی ریکانی و ایمانی برندق(۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان« بررسی رابطه بین فرهنگ با رفتار تصمیم گیری خرید و فروش سهام در بورس های منطقه ای منتخب اوراق بهادار در ایران» از نمونه شامل۱۰۰سهامدار برای دوره زمانی ۱۳۹۳ بررسی شده است. نتایج نشان داد بین فرهنگ و تیوری های رفتاری مورد استفاده سهامداران در تصمیم گیری آنها در خرید و فروش سهام رابطه وجود دارد.

واثقی و همکاران(۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان« بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی و سبک های تصمیم گیری مدیران ادارات دولتی شهرستان اردبیل جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه مدیران ادارات دولتی شهرستان اردبیل تشکیل می دهند که تعداد آنها برابر ۲۸۵ نفراست. نتایج تحقیق نشان داد که بین فرهنگ سازمانی ومولفه های آن (فرهنگ مشارکتی، فرهنگ سازگاری، فرهنگ انطباق پذیری و فرهنگ ماموریتی) با سبک های تصمیم گیری مدیران رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه تحقیق

همان طور که از موضوع پژوهش استنباط می‌شود، فرضیه اصلی پژوهش را می‌توان به صورت ذیل بیان نمود که سؤال تحقیقی به شرح زیر دارد:

- چه مشخصه های فرهنگی از سبک تصمیم گیری برای سرمایه گذاری افراد، بیان کننده بعد خاصی از چارچوب فرهنگی هافستد می باشد؟

جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل سرمایه گذاران فعال در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. نمونۀ پژوهش از طریق مراجعه در روزهای مختلف به تالار بورس به طور تصادفی انتخاب می‌گردد. که سرمایه گذاران مرتبط با مباحث مالی و سرمایه گذاری می‌باشد. ابتدا با توجه به نرمال بودن داده‌ها، بین هر دو متغیر (بر اساس چارچوب پژوهش) آزمون میانگین با کمک نرم افزار اس پی اس اس آزمون می‌شود. به دلیل تعداد زیاد شرکت‌ها در ایران حجم جامعه آماری این تحقیق در ابتدای کار نامعلوم است. بر این اساس مطابق فرمول زیر تعداد نمونه آماری را برآورد می‌کنیم:

$$n = ((Z^{2}_{\alpha/2} \times S^{2}) / d$$

در این فرمول مهمترین پارامتری که نیاز به برآورد دارد S^{2} است که همان واریانس نمونه اولیه است. مقدار $Z^{2}_{\alpha/2}$یک مقدار ثابت است که به فاصله اطمینان و سطح خطا (α) بستگی دارد. مقدار d نیز براساس همان سطح خطا یا برابر ۰،۰۵ در نظر گرفته می‌شود.

ابزار گردآوری اطلاعات:

برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزارهای مختلفی مانند: پرسش‌نامه، مصاحبه و یا مشاهده می‌توان استفاده نمود که در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات مدنظر از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و از پرسش‌نامه جهت گردآوری اطلاعات و استخراج داده‌ها استفاده گردیده است . پرسشنامه تحقیق بر اساس طیف لیکرت تنظیم گردیده است. این طیف ازپنج قسمت مساوی تشکیل شده ومحقق متناسب با موضوع، تعدادی سئوال در اختیار پاسخگو قرار می‌دهد تا نظر خود را درباره آن مشخص نماید این طیف ازقسمت‌های خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد و خیلی زیاد تشکیل شده است .

شیوه نمره گذاری و تفسیر

۱) پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد(۱۹۸۰) دارای۱۴ گویه است که هدف اصلی بررسی ابعاد نگرش های فرهنگی (مردگرایی در مقابل زن گرایی، فردگرایی در مقابل جمع گرایی می باشد.

- نحوه امتیاز بندی مردگرایی در مقابل زن گرایی: مربوط به سوالات ۱ تا ۹ است که در طیف لیکرت باامتیاز ۱ ، کاملا مخالفم ؛امتیاز ۲ مخالفم ؛امتیاز ۳ ، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم ؛ و امتیاز ۵، کاملا موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۱ تا ۹ با هم جمع شده و حاصلجمع تقسیم بر عدد ۹ می شود. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ تر از ۳ باشد فرهنگ مرد سالاری، اگر کوچک تر از ۳ باشد فرهنگ زن سالاری و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل فرهنگی وجود دارد.
- نحوه امتیاز بندی فردگرایی در مقابل جمع گرایی: مربوط به سوالات ۱۰ تا ۱۴ است که در طیف لیکرت باامتیاز ۱ ، کاملا مخالفم ؛امتیاز ۲ مخالفم ؛امتیاز ۳ ، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم ؛ و امتیاز ۵، کاملا موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۱۰تا ۱۴ با هم جمع شده و حاصلجمع تقسیم بر عدد ۵ می شود. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ تر از ۳ باشد فرهنگ جمع گرایی، اگر کوچک تر از ۳ باشد فرهنگ فردگرایی و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل فرهنگی وجود دارد.

۲) پرسشنامه تصمیم گیری تحلیل سرمایه گذاری راو و منسون[۹](۱۹۸۷) مشتمل بر ۱۸ پرسش و دارای ۴ بعد می باشد.

- نحوه امتیاز بندی سبک تصمیم گیری هدایتی: مربوط به سوالات ۱ تا ۴ است که در طیف لیکرت با باامتیاز ۱ ، کاملا مخالفم ؛امتیاز ۲ مخالفم ؛امتیاز ۳ ، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم ؛ و امتیاز ۵، کاملا موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۱ تا ۴ با هم جمع شده و حاصلجمع تقسیم بر عدد ۴ می شود. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری هدایتی بالا ، اگر کوچک تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری هدایتی پایین و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل در سبک تصمیم گیری هدایتی وجود دارد.
- نحوه امتیاز بندی سبک تصمیم گیری تحلیلی: مربوط به سوالات ۵ تا ۹ است که در طیف لیکرت باامتیاز ۱ ، کاملا مخالفم ؛امتیاز ۲ مخالفم ؛امتیاز ۳ ، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم ؛ و امتیاز ۵، کاملا موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۵ تا ۹ با هم جمع شده و حاصلجمع تقسیم بر عدد ۶ می شود. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری تحلیلی بالا ، اگر کوچک تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری تحلیلی پایین و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل در سبک تصمیم گیری تحلیلی وجود دارد.
- نحوه امتیاز بندی سبک تصمیم گیری ادراکی: مربوط به سوالات ۱۰ تا ۱۳ است که در طیف لیکرت با باامتیاز ۱ ، کاملا مخالفم ؛امتیاز ۲ مخالفم ؛امتیاز ۳ ، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم ؛ و امتیاز ۵، کاملا موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۱۰ تا ۱۳ با هم جمع شده و حاصلجمع تقسیم بر عدد ۴ می شود. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری ادراکی بالا ، اگر کوچک تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری ادراکی پایین و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل در سبک تصمیم گیری ادراکی وجود دارد.
- نحوه امتیاز بندی سبک تصمیم گیری رفتاری: مربوط به سوالات ۱۴ تا ۱۸ است که در طیف لیکرت باامتیاز ۱ ، کاملا مخالفم ؛امتیاز ۲ مخالفم ؛امتیاز ۳ ، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم ؛ و امتیاز ۵، کاملا موافقم قرار دارد.. امتیازات سوالات ۱۴تا ۱۸ با هم جمع شده و حاصلجمع تقسیم بر عدد ۵ می شود. اگر امتیاز به دست آمده بزرگ تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری رفتاری بالا ، اگر کوچک تر از ۳ باشد نمره سبک تصمیم گیری رفتاری پایین و اگر عدد ۳ باشد یک حالت تعادل در سبک تصمیم گیری رفتاری وجود دارد.

داده‌های این تحقیق کیفی هستند که در قالب پرسش‌نامه مطرح گردیده‌اند که برای تبدیل آنها به داده‌های کمی از طیف لیکرت به شرح زیراستفاده گردیده است که به آن طیف مجموعه نمرات هم‌گفته می‌شود.

(−−)	(−)	(−+)	(+)	(++)
کاملاً خالف	مخالف	بی‌نظر	موافق	کاملاًموافق
۱	۲	۳	۴	۵

پژوهش‌های کاربردی به منظور تعیین موارد استفاده عملی از دستاوردها و یافته‌های حاصل از پژوهش‌های پایه و تعیین راه‌ها و روش‌های جدید برای دسترسی به اهداف از پیش تعیین شده و مشخص انجام می‌شود و پژوهش‌های کاربردی ایده‌ها را تبدیل به " عمل" و"کاربرد" می‌نماید (طیبی وهمکاران، ۱۳۸۸).

۳-۲- روش تحقیق

تحقیق حاضر، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. این پژوهش به لحاظ هدف از نوع کاربردی است و بر مبنای روش از نوع توصیفی و با در نظر گرفتن عامل زمان یک پژوهش مقطعی است.پژوهش حاضر از شاخه پژوهش های شبه آزمایشی و از نوع پس رویدادی است.در این تحقیق جهت تدوین متون و ادبیات پژوهش، از مطالعه کتاب‌خانه‌ای استفاده شده است و در بخش میدانی برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه استفاده گردیده است.

۳-۳- متغیرهای مورد بررسی

متغیر مستقل:

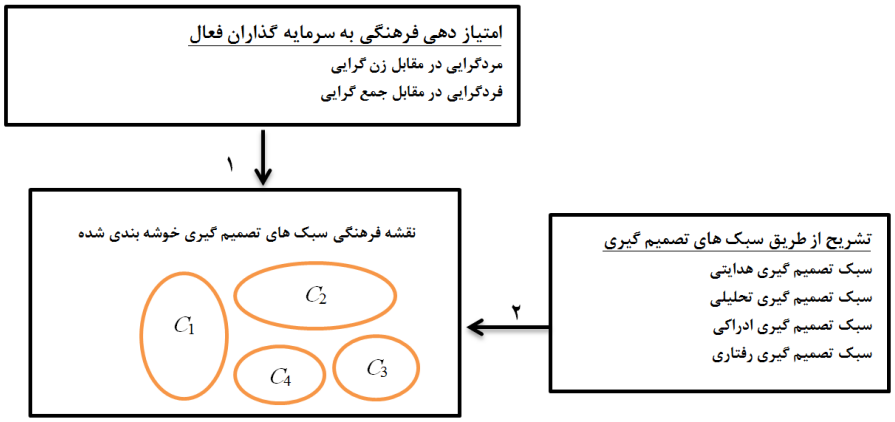
ابعاد فرهنگی: برای اندزه گیری ابعاد فرهنگی از پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد(۱۹۸۰) دارای۱۴ گویه استفاده می شود که هدف اصلی آن بررسی ابعاد نگرش های فرهنگی (مردگرایی در مقابل زن گرایی و فردگرایی در مقابل جمع گرایی) می باشد.

متغیر وابسته:

سبک تصمیم گیری: برای اندازه گیری سبک تصمیم گیری سرمایه گذاران از پرسشنامه تصمیم گیری تحلیل سرمایه گذاری راو و منسون (۱۹۸۷) مشتمل بر ۱۸ پرسش و دارای ۴ بعد استفاده می شود.

۳-۷- روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها:

به منظور تحلیل کیفی اطلاعات به۳۰ عدد از سؤال های پرسشنامه، از طبقه بندی و سازمان دهی اطلات، درصد هر گزینه و درصد تجمعی و آماره های توصیفی (میانه، میانگین، نما و انحراف معیار برای طبقه بندی سوال ها استفاده می شود. برای تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده از پرسشنامه، از نرم افزارهای ۲۰۱۳Excel و *Viscovery Somine* استفاده خواهد شد.تجزیه و تحلیل داه ها در دو مرحله انجام می شود. در مرحله اول توزیع فراوانی و درصد فراوانی اطلاعات عمومی پرسشنامه محاسبه و در ادامه توزیع فراوانی و درصد فراوانی تجمعی و آماره های توصیفی برای سولات پژوهش محاسبه می شود. روش آزمون فرضیه نخست با استفاده از عامل تحلیل، داده های جمع آور شده را تجزیه و تحلیل می کنیم بنابراین با استفاده از داده های نظر سنجی شده، قادریم متغیرها را شناسایی و اندازه گیری کنیم . در این تحقیق برای خوشه بندی مشخصه های ساختار کنترل داخلی که بیان کننده سطح خاصی از سودمندی کنترل داخلی از الگوریتم شبکه خود سازمان ده[۱۰] (*SOM*) استفاده می کنیم. در شبکه ی خود سازمان ده، از روش یادگیری رقابتی برای آموزش استفاده می شود و مبتنی بر مشخصه های خاصی از مغز انسان توسعه یافته است. سلولها در مغز انسان در نواحی مختلف طوری سازمان دهی شده اند که در نواحی حسی مختلف، با نقشه های محاسباتی مرتب و معنی دار ارائه می شوند. چارچوب روش شناسی در شکل ۳-۱ نشان داده شده است. این شکل نشان می دهد که نقشه های امتیاز دهی فرهنگی خوشه بندی شده ابتدا با استفاده از شاخص های پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد شامل: ۱) مردگرایی در مقابل زن گرایی؛۲) فردگرایی در مقابل جمع گرایی و سپس چهار نوع سبک تصمیم گیری شامل: ۱) سبک تصمیم گیری هدایتی؛۲)سبک تصمیم گیری تحلیلی؛۳) سبک تصمیم گیری ادراکی؛و۴) سبک تصمیم گیری رفتاری با نقشه ارتباط داده می شوند. به عبارت دیگر، ابتدا ما انواع فرهنگ های سرمایه گذاران فعال در بورس را خوشه بندی کردیم و سپس چهار سبک تصمیم گیری با خوشه های اثرات بررسی شد.



شکل شماره ۲ ،چارچوب روش شناسی خوشه بندی اجزای فرهنگی و سبک تصمیم گیری

آزمون تحقیق با شبکه خودسازمان ده

در این تحقیق به خوشه هایی مختلفی از ابعاد فرهنگی توجه می شود که از نظر سبک تصمیم گیری دارای اثربخشی مشابهی باشند. برای اجرای الگوریتم شبکه خودسازمان ده از نرم افزار *Viscovery SOMine* نسخه ۵,۱ استفاده می شود.

نقشه با استفاده از دو بعد فرهنگی آموخته شد ۱) مردگرایی در مقابل زن گرایی؛۲)فردگرایی در مقابل جمع گرایی نقشه نهایی مطابق شکل زیر شامل ۱۳۲ گره (تعداد نمونه نهایی)است که به چهار خوشه تقسیم شده اند. اندازه نقشه تابعی از هدف مدل است؛ اگر هدف تصویرسازی محض باشد، نقشه ای بزرگتر به دست می آید و درجه دقت بالاتری را به دنبال خواهد داشت. در حالی که نقشه کوچکتر برای اهداف خوشه ای بهتر است اما از درجه دقت کمتری برخوردار است.(دسمت ۲۰۰۱؛ کوهونن،۲۰۰۱).

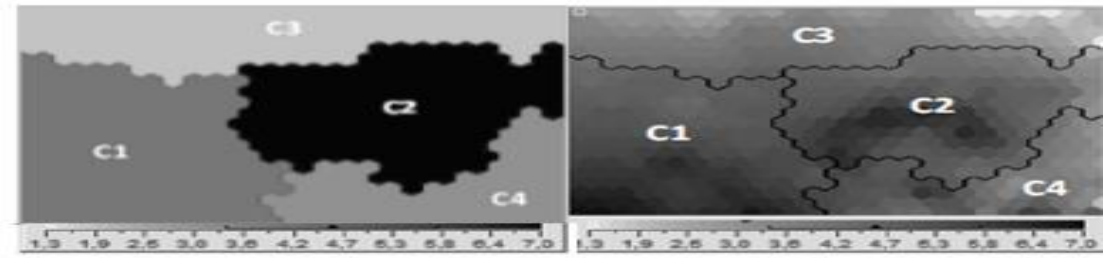


شکل شماره ۳ ، خوشه های نهایی موجود بر روی نقشه

نتایج تجربی و تجزیه و تحلیل داده ها

نقشه نهایی آموخته شده (شکل ۴) دو گروه مختلف (یا خوشه ها) در بورس اوراق بهادار را بر اساس سبک تصمیم گیری آنها مشخص می کند. این بدان معنی است که با استفاده از خوشه های شناسایی شده در شبکه خود سازمان ده ،توانستیم چهار خوشه متفاوت را با الگوهای متفاوت تصمیم گیری در سرمایه گذاری پیدا کنیم. با استفاده از طرح های بصری ویژگی های هر خوشه ای از سرمایه گذاران بورس اوراق بهادار را با جزئیات بیشتری شناسایی می کنیم. این طرح های بصری ویژگی های تقریبی متغیرها را در هر منطقه خاص از نقشه نشان می دهند که با استفاده از یک سایه رنگ که در آن مقادیر بالا با رنگ های تیره و مقادیر پایین با رنگ های روشن مشخص می شوند. مردگرایی در مقابل زن گرایی معمولا در خوشه C_1 قرار دارند (سایه های تیره روی نقشه)،مردگرایی در مقابل زن گرایی متوسط در C_2 و C_4 (سایه های متوسط روی نقشه) و مردگرایی در مقابل زن گرایی کم C_3 (سایه های روشن بر روی نقشه). فردگرایی در مقابل جمع گرایی به طور کلی در خوشه C_1 زیاد و در خوشه های C_3 و C_4 متوسط هستند به طور کلی فردگرایی در مقابل جمع گرایی در خوشه C_4، زیاد تا متوسط است.

برای اعتبارسنجی خوشه بندی مدل، از تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد.تفاوت در سطح ۰,۰۰۰ برای تمام خوشه ها معنی دار بود. آزمون HSDتوکی نشان داد که تفاوت بین متغیرها در هر چهار خوشه قابل توجه بوده است. بنابراین، می توان نتیجه گرفت که خوشه ها به وضوح مجزا و قابل تفکیک از یکدیگر بوده و در عین حال درونی هستند، بنابراین خوشه بندی نقشه تایید می شود.



شکل شماره ۴ ویژگی های نقشه مربوط به دو متغیر آموخته شده ۱) مردگرایی در مقابل زن گرایی ۲)فردگرایی در مقابل جمع گرایی

توصیف و تحلیل خوشه ای

علاوه بر متغیرهایی که برای آموزش نقشه استفاده می شود، چهار سبک تصمیم گیری با نقشه آموخته شده (شکل ۴) مرتبط است. بنابراین، می توانیم مشخصات داده ها را در یک خوشه با استفاده از داده های مربوط به خارج از فرایند آموزش را در جدول ۱ ارزیابی کنیم.

تجزیه و تحلیل ها در جدول شماره ۳ نشان داد که خوشه ۲ از مقادیر خوشه ۳ در سبک تصمیم گیری ادراکی،سبک تصمیم گیری رفتاری، سبک تصمیم گیری تحلیلی و سبک تصمیم گیری هدایتی بیشتر است.

مجددا با یک آزمون تحلیل واریانس یک طرفه مشخص شد که فاصله های بین خوشه ها در سطح ۰,۰۰۰ از لحاظ آماری معنی دار است. پس از انجام آزمون HSDتوکی ، دریافتیم که مقادیر ابعاد فرهنگی در خوشه ۱از لحاظ آماری معنی دار هستند.

جدول شماره ۴ نشان دهنده یک همبستگی قوی در اثربخشی بین ابعاد فرهنگی است. چهار گروه از سبک های تصمیم گیری از یکدیگر قابل تفکیک هستند:

۱) بالاترین همبستگی در رابطه بین تصمیم گیری تحلیلیبا فردگرایی در مقابل جمع گرایی (۳۰ درصد)؛

۲) اجتناب از فردگرایی در مقابل جمع گرایی کم در سبک تصمیم گیری هدایتی (۱۰ درصد)؛

جدول ۱،آمار توصیفی متغیر های چارچوب کوزو

متغیر	خوشه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Min	Max
مردگرایی در مقابل زن گرایی	C1	58	4.0	0.49	3	5
	C2	43	3.5	0.62	2	5
	C3	50	2.4	0.61	1	3
	C4	30	3.1	0.72	1	5
	جمع	**180**	**3.3**	**0.87**	**1**	**5**
فردگرایی در مقابل جمع گرایی	C1	58	4.6	0.34	4	5
	C2	43	2.8	0.76	1	4
	C3	50	4.0	0.82	1	5
	C4	30	3.5	0.99	1	5
	جمع	**180**	**3.8**	**0.98**	**1**	**5**

جدول ۲، درجه بندی توصیفی ابعاد فرهنگی

خوشه	مردگرایی در مقابل زن گرایی	فردگرایی در مقابل جمع گرایی
C1	زیاد	زیاد
C2	متوسط	کم
C3	کم	متوسط
C4	متوسط	متوسط

جدول ۳ ، آمار توصیفی شاخص های مربوط به هر خوشه

متغیر	خوشه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Minimum	Maximum
سبک تصمیم گیری هدایتی	C1	58	4.09	0.57	1	5
	C2	43	3.79	0.61	1	5
	C3	50	3.59	0.71	1	5
	C4	30	3.64	0.68	2	5
	جمع	180	3.81	0.67	1	5
سبک تصمیم گیری تحلیلی	C1	58	3.64	0.75	2	5
	C2	43	3.34	0.83	1	5
	C3	50	3.14	0.84	1	5
	C4	30	3.30	0.81	1	5
	جمع	180	3.37	0.83	1	5

متغیر	خوشه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Minimum	Maximum
سبک تصمیم گیری ادراکی	C1	58	3.72	0.56	2	5
	C2	43	3.36	0.66	2	5
	C3	50	3.19	0.73	1	5
	C4	30	3.31	0.69	1	5
	جمع	180	3.42	0.69	1	5
سبک تصمیم گیری رفتاری	C1	58	3.85	0.50	2	5
	C2	43	3.38	0.62	1	5
	C3	50	3.26	0.63	2	5
	C4	30	3.39	0.64	2	5
	جمع	180	3.50	0.64	1	5

Masculinity Versus Feminity	MVF	مردگرایی در مقابل زن گرایی
Individualism Versus Collectivism	IVC	فردگرایی در مقابل جمع گرایی
Leading Decision making Style	LD	سبک تصمیم گیری هدایتی
Analytical Decision making Style	AN	سبک تصمیم گیری تحلیلی
Perceptional Decision making Style	PC	سبک تصمیم گیری ادراکی
Behavioral Decision making Style	BH	سبک تصمیم گیری رفتاری

جدول ۴ ، همبستگی بین اجزا

	MVF	IVC	LD	AN	PC	BH
MVF	1	0.451	0.213	0.203	0.167	0.19
IVC	0.254	1	0.351	0.271	0.279	0.291
LD	0.113	0.108	1	0.075	0.102	0.11
AN	0.12	0.299	0.208	1	0.08	0.144
PC	0.158	0.179	0.124	0.134	1	0.192
BH	0.151	0.13	0.166	0.186	0.182	1

نتیجه گیری و پیشنهادات

در این تحقیق از یک روش داده کاوی اکتشافی برای بررسی ابعاد فرهنگی هافستد و ارتباط آن با چهار سبک تصمیم گیری استفاده گردید. ،امکان استفاده از داده های نظرسنجی و کشف چهار خوشه بدیل با استفاده از روش خوشه بندی شبکه های خودسازمان ده در بین سرمایه گذاران بورس اوراق بهادار، تفاوت ارزیابی فرهنگی را نشان داد.تجزیه و تحلیل چهار خوشه متفاوت نشان داد که اثرات سبک های تصمیم گیری متفاوت است. تجزیه و تحلیل خوشه ها نشان می دهد که یک بعد فرهنگی ممکن است در سطح بالایی از نمره فرهنگی (مانند مرد گرایی در برابر زن گرایی) باشد. یافته های محققان علاوه بر ارزیابی ابعاد فرهنگی (پاپ و اسپکل،۲۰۱۲) نشان می دهد که ابعاد فرهنگی و سبک های تصمیم گیری مفهومی جامع تر از پدیده ای یک بعدی دارد. ما دریافتیم که آن دسته از سرمایه گذارانی که مؤثرترین مألفه فرهنگی را داشتند، بیشترین نمره را در چهار سبک تصمیم گیری کسب کرده اند. با این حال، چهار جزء پایین ترین مقادیر در خوشه ۳ نشان دادند که مردگرایی در برابر زن گرایی پایین ترین مقدار را دارد، اما جمع گرایی در برابر فرد گرایی بیش از حد متوسط بود. این نتیجه نشان می دهد که اجزا مرتبط با یکدیگر هستند و با یافته های کلام و واتسون (۲۰۰۹) همخوانی دارد. به طور خلاصه، نتایج نشان می دهد که رابطه بین چهار سبک تصمیم گیری و ابعاد فرهنگی، رابطه مطلوب و مورد انتظار نیست.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از فرضیه‌های این پژوهش، موارد پیشنهادی در راستای ارتقای برنامه ریزی برای پیش بینی تصمیمات سرمایه گذاران ، به شرح ذیل است :

۱) یافته‌ها نشان داد که روش خوشه‌بندی موجب بهبود در پیش بینی سبک های تصمیم گیری بر اساس مشخصه های فرهنگی می‌شود، به مدیران مالی و مشاوران و گارگزاران بورس توصیه می‌شود به‌منظور پیش بینی بهتر رفتار تصمیم گیری سرمایه گذاران ، از روش خوشه‌بندی بهره‌مند شوند، چراکه یافته‌های حاکی از این موضوع است که روش خوشه‌بندی

موجب بهبود ساختار پیش بینی سبک های تصمیم گیری بر اساس مشخصه های فرهنگی می‌شود.

۲) همچنین یافته‌ها نشان داد که از بین مؤلفه‌های روش خوشه‌بندی سبک های تصمیم گیری تحلیلی و فرایندی بیشترین امتیاز را داند، بنابراین به تحلیلگران توصیه می‌شود که به این دو سبک تصمیم گیری توجه بیشتری داشته باشند.

۳) توصیه می‌شود تشکیل جلسات منظم و مستمر کارگروه با حضور کارناسان و تحلیلگران به‌منظور کنترل و نظارت بر تجزیه و تحلیل و طبقه بندی تصمیمات سرمایه گذاران بر اساس چارچوب تعیین‌شده و طرح نقص‌ها و ضعف‌های موجود و سعی در برطرف کردن آنها، انجام گیرد.

دو بخش اصلی در این تحقیق وجود داشت.نخست، بر اساس شواهد تجربی از بورس اوراق بهادار ، نتایج نشان می دهد که سبک های مختلف تصمیم گیری با مشخصه های فرهنگی متفاوت است. علاوه بر این، نتایج نشان می دهد که اجزاء به صورت غیر خطی و پیچیده با یکدیگر مرتبط هستند. دوم ،این تحقیق یک چارچوب سنخ شناسی را مطرح می کند که روش های جایگزین را برای چگونگی بهبود تصمیم گیری در سرمایه گذاری در بورس اوراق بهادار برای ارائه تحلیل بهتر ارائه می دهد.

پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

سنخ شناسی، تحلیلگران را قادر می سازد تا بتوانند اثربخشی پیش بینی رفتار سرمایه گذاران را بهبود بخشند. با توجه به نتایج سنخ شناسی ، بورس اوراق بهادار تهران باید به شکل پیچیده تری ساختار پیش بینی و تحلیل رفتار سرمایه گذاران را ارزیابی و موانع را به نحو مؤثری کنترل کنند. . ارزیابی سبک های تصمیم گیری سرمایه گذاران برای تشکیل استراتژی طبقه بندی و تحلیل می تواند استفاده شود. ما مدیریت بورس اوراق بهادار را تشویق می کنیم تا بر نتایج ارائه شده تمرکز کند و در جهت بهبود کارآیی تحلیل های داخلی در بخش های تابعه خود تلاش کند. همچنین کارشناسان می توانند از نتایج برای ارتباط با سرمایه گذاران در مورد مسائل مربوط به مشاوره مالی استفاده کنند.

محدودیت های تحقیق

۱) این مطالعه دارای محدودیت هایی است؛ اول اینکه از داده های نظرسنجی استفاده شده و لزوما بیانگر اطلاعات مستند و مستدل نخواهد بود.

۲) این تحقیق در یک مؤلفه خاص ناحیه ای انجام شده و برای ارزیابی اعتبار بیرونی نتایج، مطالعات تکاملی باید در سایر زمینه ها انجام شود.

۳) شناسایی ابعاد فرهنگی براساس ادبیات موجود انجام گرفته است، این ابعاد ممکن است در مطالعات آینده بهبود یافته و اعتبار، قابلیت اطمینان و سازگاری سبک تصمیم گیری پیشرفت بیشتری داشته باشد.

۴) نگرش روش شناختی موجود در این تحقیق نمی تواند دیدگاه جامعی برای دلایل سطوح فرهنگی بیان کند و فقط الگوهای ورای این دلایل را مطرح می کند. به این دلیل نمی توانیم متغیرهای پنهانی که سبب بروز این نتایج شده اند را نادیده بگیریم.

۵) عدم وجودروشی متقن برای جمع آوری داده ها به نحوی که بتوان اهداف تحقیق را به صورت جداگانه بررسی کرد.

۶) وجود مشکل اعتبار سنجی نتایج با روش شبکه های خودسازمان ده(وسانتو و همکاران، ۲۰۰۲؛ دبوت و همکاران،۲۰۰۳)). با این حال، معمولا در محدوده های مشخصی، انتخاب پارامتر به به دقت یادگیری، به ویژه در نقشه های کوچک تر بستگی دارد.

فهرست منابع

* امانی ساری بگلو، جواد؛ غلامعلی لواسانی، مسعود؛ اژ ه ای، جواد؛ خضری آذر، هیمن(۱۳۹۰)«رابطهٔ ارزش های فرهنگی و متغیرهای فردی با میزان استفاده از رایانه در دانشجویان»مجلهٔ علوم رفتاری دورهٔ ۵، شمارهٔ ۱، صص ۱-۱۰
* توفیقی, سیده طاهره، ۱۳۹۷، رابطه فرهنگ سازمانی با الگوی تصمیم گیری در آموزش و پرورش، سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش، محمودآباد، موسسه علمی پژوهشی ISR- دانشگاه فنی و حرفه ای کشور - آموزش و پرورش محمودآباد.
* اردشیر, رویا و حسین کاظمی، ۱۳۹۷، تاثیر ابعاد ارزش های فرهنگی بر چسبندگی هزینه ها، پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، انجمن مدیریت ایران.
*
* عباسی ریکانی, مهسا و محمد ایمانی برندق، ۱۳۹۶، بررسی رابطه بین فرهنگ با رفتار تصمیم گیری خرید و فروش سهام در بورس های منطقه ای منتخب اوراق بهادار در ایران، دومین کنگره بین المللی علوم انسانی، مطالعات

فرهنگی، تهران، مرکز توانمندسازی مهارتهای فرهنگی و اجتماعی جامعه.

* میرسپاسی . ناصر ، دانایی فرد .حسن.(۱۳۸۵). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و سبک تصمیم گیری و ارائه یک الگوی بهینه ، آینده پژوهی مدیریت ، (پیاپی ۶۸)، بهار ۱۳۸۵ شماره۱، صص ۲۳-۴۶.
* واثقی, علی؛ صمد جباری اصل و مسعود امامی نژاد، ۱۳۹۵، بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی و سبک های تصمیم گیری مدیران ادارات دولتی شهرستان اردبیل، سومین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، تهران، انجمن توسعه و ترویج علوم و فنون بنیادین.
* Adapa, S. (۲۰۰۸). "Adoption of Internet Shopping: Cultural Considerations in India and Australia". Journal of Internet Banking and Commerce, ۱۳ (۲), ۳۵۱-۳٦٦.
* Arciniegas, I., Daniel, B. and Embrechts, M.J. (2001), "Exploring financial crises data with self-organizing maps (SOM)", in Allinson, N., Yin, H., Allinson, L. and Slack, J. (Eds), Advances in Self-Organizing Maps, Springer-Verlag, London, pp. 39-46.
* Bishop, C.M. (1995), Neural Networks for Pattern Recognition, Avon, Oxford University Press.
* Deboeck, G.J. (1998), "Software tools for self-organizing maps", in Deboeck, G.J. and Kohonen, T. (Eds), Visual Explorations in Finance using Self-Organizing Maps, Springer-Verlag, pp. 179-194.
* Eklund, T., Back, B., Vanharanta, H. and Visa, A. (2003), "Using the self-organizing map as a visualization tool in financial benchmarking", Information Visualization, Vol. 2 No. 3, pp. 171-181.
* Eklund, T., Back, B., Vanharanta, H. and Visa, A. (2008), "Evaluating a SOM-based financial benchmarking tool", Journal of Emerging Technologies in Accounting, Vol. 5 No. 1, pp. 109-127.
* Fehrenbacher, D., Roetzel, P. and Pedell, B. (۲۰۱۸), "The influence of culture and framing on investment decision-making", Cross Cultural & Strategic Management, Vol. ۲۵No. ٤, pp. .۷۸۰-۷٦۳
* Ghada, R. & Galal, H. (۲۰۰۹). "The role of culture in e-commerce use for the Egyptian consumers". Business Process Management Journal, ۱۵ (۱), ۳٤-٤۷.
* Han, J. and Kamber, M. (2001), Data Mining: Concepts and Techniques, Academic Press, San Diego, CA.
* Hitosugi,C.I. (۲۰۰۹). Effects of culture on online initial trust: individual level analysis. A doctoral dissertation of philosophy in communication and information sciences, University.
* Hofsted,G. (۲۰۰۱). Culture's consequences: Comparing values, behavior, institution and organizations across nations. (۲nd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
* House, R.J.; Javidan, M.; Hanges, P.J. & Dorfman, P.W. (۲۰۰۲). "Understanding Cultures & Implicit Leadership Theories Across the Globe: An Introduction to Project GLOBE". Journal of World Business, ۳۷, ۳-۱۰.
* Hsiu-Jen Fu., (2006). "Effects Of FinancialInformation Transparency On InvestorBehavior In Taiwan Stock Market"
* Ilagan, S. V. (۲۰۰۹). Exploring the impact of culture on the formation of consumer trust in internet shopping, A thesisfor the degree of master of arts in Communication, Department of Communication and Journalism and The Graduate School of the University of Wyoming.
* Jarvenpaa, S. & Tractinsky, N. (۱۹۹۹). "Consumer trust in an Internet store: A crosscultural". Journal of Computer-Mediated Communication, ٥. Retrieved on February ۱۸, ۲۰۰۸ .
* Kiviluoto, K. (1998), "Predicting bankruptcies with the self-organizing map", Neurocomputing, Vol. 21 Nos 1/3, pp. 191-201.
* Länsiluoto, A. and Eklund, T. (2008), "Comparison of the suitability of the self-organizing map for analyzing the macro and firm environment – an empirical field survey", benchmarking: An International Journal, Vol. 15 No. 4, pp. 402-419.
* Lee, S.C., Suh, Y.H., Kim, J.K. and Lee, K.J. (2004), "A cross-national market segmentation of online game industry using SOM", Expert Systems with Applications, Vol. 27 No. 4, pp. 559-570.
* Sarlin, P. and Eklund, T. (2011), "Fuzzy two-level clustering of the self-organizing map: some applications on financial time series", in Laaksonen, J. and Honkela, T. (Eds), WSOM 2011, LNCS, 6731, Heidelberg: Springer, pp. 40-50.
* Thirathon U., Wieder B., Matolcsy Z., Ossimitz M.-L.(2017), Big Data, Analytic Culture and Analytic-Based Decision Making Evidence from Australia, Procedia Computer Science, 121 , pp. 775-783.
* Wang Z., McNally R., Lenihan H. (2019), The role of social capital and culture on social decision-making constraints: A multilevel investigation , European Management Journal, 37 (2) , pp. 222-232.
* Yoon, C. (۲۰۰۹). "The effects of national culture values on consumer acceptance of ecommerce: Online shoppers in China". Information & Management. ٤٦ (۲), ۲۹٤–۳۰۱.

یادداشت‌ها

1- Sultana
2 - Ilagan
3-Hofstede
4 -Lothans
5-Directive
6-Analytic
7-Behavioral
8-Ghada&Galal
9 - Rowe and Manson
10 - Self-organizing map (SOM)