Research Article

Interpretive Structural Modeling Analysis of Socio-Cultural Factors Affecting Public Participation in the Stock Market

Seyed Samad Beheshty[1]
Associate Professor, Department of Social Sciences, Yasouj University, Yasouj, Iran
Ali Akbar Farzinfar
Assistant Professor, Department of Accounting, Islamic Azad University, Kashan, Iran
Marzieh Barkhordari Naghani
MA in Accounting, Department of Accounting, Islamic Azad University, Natanz, Iran

Recievied:2024/03/09 Accepted: 2025/11/30
https://doi.org/10.22034/jis.2025.2024574.1007

Extended Abstract

Introduction: Achieving a high level of development is a desirable and essential goal for Iran. This important objective is not possible except through capital accumulation and the existence of a strong capital market. The stock exchange, as the most important segment of the capital market, alongside the money market, is a sub-branch of Iran's financial market and symbolizes the productive sector of the country's economy, which essentially aims to mobilize monetary resources for productive activities. Although this market has grown significantly over the past decade in terms of volume and value of transactions and the number of active companies, an examination of the data and information related to this market shows that it is not in its true position and, compared to the markets of other countries, does not play a significant role in the economic development of the country. Therefore, this research seeks to answer the question: What factors affect public participation in the stock market?

Method: This research was written using a qualitative methodology and the Interpretive Structural Modeling (ISM) technique. The study field (or target population) for this research consists of experts who are knowledgeable about Iran's social and and economic issues and are themselves active participants in the stock market. The sampling method was purposive (or purposeful) and employed the snowball technique. The sample population of this research comprised 21 experts. The data collection instruments included note-taking/documentation from relevant documents and literature, as well as interviews with the research sample.

Findings: The findings of this research indicate that macro and structural factors determine public participation in the stock market. According to the ISM model cultural capital, social capital, economic factors, macro-political factors, values, and social conformity were placed in the independent region (meaning they have high influence and low dependence). The component of reference groups was observed in the autonomous region. Dependent Region: Components of personality traits and trust are observed in the dependent region (meaning they have low influence and high dependence). Boundary/Other: Three components—economic culture, media, and attitude—are located at the border between the connected and independent regions. The variable of awareness is placed on the border between the connected and dependent regions.

Conclusion: The result is that by implementing more precise policymaking, changing current economic policies, activating the stock market based on the factors identified in this research, and ensuring non-interference by the government in this market, it is possible to elevate the status of the stock market within Iran's financial sector and move toward sustained economic development.

Keywords: Stock market, Public participation, Interpretive structural modeling.

Citation: Beheshty, S. S., Farzinfar, A. & Barkhordari Naghani, M. (2025). Interpretive Structural Modeling (ISM) Analysis of Socio-Cultural Factors Affecting Public Participation in the Stock Market. *Journal of Industrial Sociology*, 2(2), 20-46.

1. Corresponding author, E-mail: sbeheshty@yu.ac.ir

مقاله پژوهشی

تحلیل ساختاری تفسیری عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مشارکت مردم در بازار بورس اوراق بهادار

سید صمد بهشتی[۱]

دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران

علی اکبر فرزین فر

استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، کاشان، ایران

مرضیه برخورداری ناغانی

دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، نطنز، ایران

تاریخ دریافت: ۱٤۰۲/۱۲/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱٤۰۳/۰۳/۰۵

https://doi.org/10.22034/jis.2025.2024574.1007

چکیده مبسوط

مقدمه: دستیابی به توسعه، هدفی مطلوب برای بسیاری از کشورها، از جمله ایران، است. این هدف مهم جز از طریق انباشت سرمایه و وجود یک بازار سرمایه قوی امکان‌پذیر نیست. بورس اوراق بهادار، به عنوان مهم‌ترین بخش بازار سرمایه، در کنار بازار پول، زیرمجموعه‌ای از بازار مالی ایران و نماد بخش تولیدی اقتصاد کشور است که اساساً هدف آن بسیج منابع پولی برای فعالیت‌های تولیدی است. اگرچه این بازار در طول دهه گذشته از نظر حجم و ارزش معاملات و تعداد شرکت‌های فعال رشد قابل توجهی داشته است، اما بررسی داده‌ها و اطلاعات مربوط به این بازار نشان می‌دهد که این بازار در جایگاه واقعی خود قرار ندارد و در مقایسه با بازارهای سایر کشورها، نقش قابل توجهی در توسعه اقتصادی کشور ایفا نمی‌کند. بنابراین، این تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال است: چه عواملی بر مشارکت عمومی در بازار سهام تأثیر می‌گذارند؟

روش: این تحقیق با روش کیفی و با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری نگاشته شده است. میدان مطالعه این تحقیق متخصصانی هستند که به مسایل اجتماعی و اقتصادی ایران اشراف داشته و خود از فعالان بازار بورس هستند. شیوه نمونه گیری به صورت هدفمند و با استفاده از شیوه گلوله برفی بود ه‌است. ۲۱ نفر متخصص، جمعیت نمونه این تحقیق را تشکیل داده اند. ابزار جمع آوری اطلاعات فیش برداری از اسناد و ادبیات مربوط به موضوع و نیز مصاحبه با نمونه تحقیق بوده است.

یافته ها: یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که عوامل کلان و ساختاری، تعیین‌کننده مشارکت عمومی در بازار سهام هستند. بر اساس قدرت محرک (نفوذ) و وابستگی، چهار گروه (خوشه) از عناصر شناسایی شدند: منطقه مستقل: مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل کلان سیاسی، ارزش‌ها و همنوایی اجتماعی در منطقه مستقل قرار گرفتند (به این معنی که نفوذ بالا و وابستگی کم دارند). منطقه خودمختار: مؤلفه گروه‌های مرجع در منطقه خودمختار مشاهده شد. منطقه وابسته: مؤلفه‌های ویژگی‌های شخصیتی و اعتماد در منطقه وابسته مشاهده شدند (به این معنی که نفوذ کم و وابستگی زیاد دارند). مرز/سایر: سه مؤلفه – فرهنگ اقتصادی، رسانه و نگرش – در مرز بین مناطق متصل و مستقل قرار دارند. متغیر آگاهی در مرز بین مناطق متصل و وابسته قرار دارد.

نتیجه گیری: با سیاست گذاری دقیق تر و تغییر سیاست های اقتصادی فعلی، فعال کردن بازار بورس بر حسب عوامل شناخته شده این تحقیق و همچنین عدم دخالت دولت در این بازار می توان جایگاه بازار بورس را در بازار مالی ایران اعتلا بخشید و در مسیر توسعه اقتصادی قدم برداشت.

کلید واژه ها: بازار بورس اوراق بهادار، مشارکت مردمی، مدل سازی ساختاری تفسیری

ارجاع: بهشتی، سیدصمد.، فرزین فر، علی اکبر، برخورداری ناقانی، مرضیه. (۱٤۰٤). تحلیل ساختاری تفسیری عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مشارکت مردم در بازار بورس اوراق بهادار. *مجله جامعه‌شناسی صنعتی*، ۲(۲)، ٤٦-۲۰.

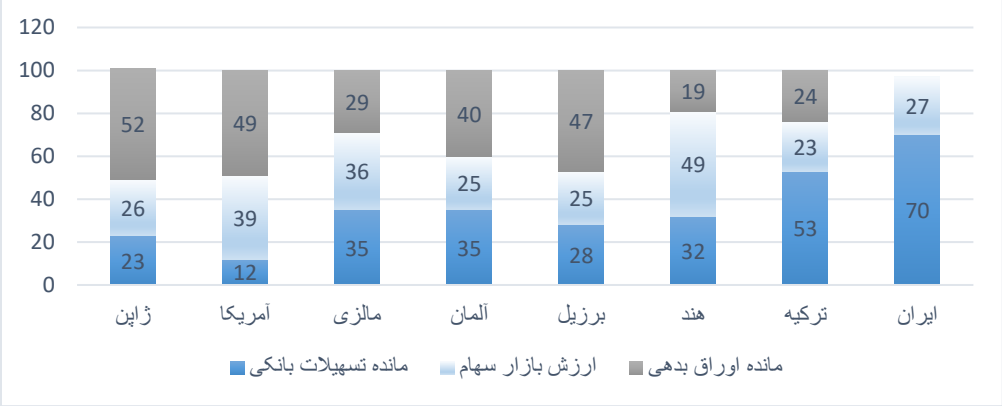
۱. ایمیل نویسنده مسئول: sbeheshty@yu.ac.ir

مقدمه

امروزه دغدغه بسیاری از کشورهای توسعه نیافته و یا در حال توسعه رسیدن به سطح بالای توسعه است و کشورهای توسعه یافته نیز تلاش وافری در خصوص افزایش سطح توسعه خود می‌کنند. از آنجا که یکی از مهمترین عوامل موثر در رسیدن به توسعه انباشت سرمایه اقتصادی و نیز تامین نیاز مالی فعالیت های اقتصادی می باشد؛ وجود بازارهای مالی قدرتمند می تواند کشورها را به این هدف نزدیک کند. بازار بورس به عنوان مهمترین بخش بازار سرمایه در کنار بازار پول به عنوان زیر شاخه ای از بازار مالی ایران نماد بخش مولد اقتصاد کشور است که در واقع هدف تجهیز منابع پولی برای فعالیتهای مولد را دنبال می‌کند. هر چند این بازار در طی دهه گذشته از نظر حجم و ارزش معاملات و تعداد شرکت‌های فعال رشد زیادی داشته است اما بررسی داده‌ها و اطلاعات مربوط به این بازار نشان می‌دهد که این بازار در جایگاه واقعی خود قرار ندارد و در مقایسه با بازار سایر کشورها نقش چندانی در توسعه اقتصادی کشور ایفا نمی کند. بازار مالی اقتصاد هر کشوری در مجموع از بازار پول و بازار سرمایه تشکیل می شود و بازار سرمایه نیز از دو بازار سهام و بازار اوراق بدهی تشکیل می شود. با این وصف در مجموع می توان بازار مالی هر اقتصادی را متشکل از سه جزء بازار پول، بازار اوراق بدهی و نهایتا بازار سهام دانست. بازار سرمایه و به طور کلی بازار، سازوکاری است که به کمک آن اشخاص به خرید و فروش کالا و خدمات می‌پردازند. وظیفه اصلی بورس اوراق بهادار که خود نوعی بازار است، فراهم آوردن بازاری شفاف و منصفانه برای دادوستد و اوراق بهادار و همچنین سیستمی مناسب برای نظارت بر جریان دادوستد عملیات بازار و فعالیت اعضای آن است و ویژگی اساسی آن نیز حمایت قانونی صاحبان منابع پس‌اندازی و الزامات قانونی برای متقاضیان سرمایه است. در تعریفی می توان گفت بورس اوراق بهادار، یک بازار اقتصادی است که در آن، خرید و فروش اوراق بهادار تحت ضوابط و قوانین خاص صورت می‌گیرد. بازار سرمایه یکی از بازارهای مالی است، که جایگاه تامین بلندمدت سرمایه شرکت‌ها است. در کشورهای پیشرفته بازار سرمایه و به خصوص بورس اوراق بهادار مهم‌ترین جایگاه تامین سرمایه واحدهای تجاری و صنعتی است. در حالی که در کشورهای کمتر توسعه یافته همچون ایران، تمرکز تامین مالی بر شبکه بانکی است. امروزه همه کشورها با نظام‌های سیاسی متفاوت، ضرورت ایجاد یا تقویت و گسترش بورس را از اهداف استراتژی خود می‌دانند (سازکار یزدی، ۱۳۹۵). مهمترین عملکرد بازار بورس به عنوان جزیی از بازار سرمایه، هدایت منابع از بخش غیر مولد به بخش مولد اقتصاد کشورهاست. این عملکرد نقش بسیار اساسی در رشد اقتصادی، سرمایه گذاری، اشتغالزایی، تثبیت وضعیت پولی و مالی کشور و در نهایت افزایش سطح رفاه مادی جامعه را بر عهده دارد. این بازار از راه های تخصیص بهینه منابع، بهبود نقد شوندگی دارایی ها، تامین مالی بنگاه ها، بهبود راهبری شرکتی و افزایش شفافیت در اقتصاد به مانند شریان حیاتی اقتصاد کشور ها عمل می کند. بازار سرمایه و اقتصاد ایران نیز از موارد مذکور در سطور قبل مستثنی نیست و هرچند در سال‌های اخیر تلاش‌های زیادی برای رونق این بازار در ایران صورت گرفته اما هنوز تا رسیدن به وضعیت کشورهای توسعه یافته فاصله زیادی مانده است.

با در نظر گرفتن اجزای مالی هر اقتصاد ذیل سه دسته بازار پول، بازار اوراق بهادار و بازار اوراق بدهی می توان جهت گیری اقتصاد هر کشوری را به روشنی دید. اگر

تسهیلات بانکی را به عنوان نماینده بازار پول و بازار سهام را به عنوان نماینده بازار اوراق بهادار در نظر بگیریم و برای مقایسه آنها از سنجه عمق مالی[1] استفاده کنیم متوجه تفاوت اساسی اقتصاد ایران با اقتصاد کشورهای پیشرفته می شویم. این سنجه که از تقسیم هریک از بازارهای مالی بر تولید ناخالص ملی به دست می آید نشان می دهد بر خلاف کشورهای پیشرفته نظیر ژاپن، آمریکا، آلمان، برزیل و ... که بازار مالی خود را بر محور اوراق بدهی و اوراق سهام مدیریت می کنند در اقتصاد ایران بازار مالی بیشتر حول بازار پول و تسهیلات بانکی مدیریت می شود و این امر البته آسیب های خاص خود را دارد که در تجربه نیز خود را نشان داده است. تفکیک عناصر تشکیل دهنده بازار مالی کشورها که در نمودار ۱ ارائه شده است نشان می دهد برای مثال کشور ژاپن۵۲ درصد بازار مالی خود را به اوراق بدهی واگذار کرده و ۲٦ درصد را در اختیار بازار سهام قرار داده است و با این وصف نزدیک به ۷۸ درصد بازار مالی خود را با اوراق بهادار و تنها ۲۳ درصد آنرا با تسهیلات بانکی مدیریت می کند حال آنکه بر اساس داده های همین نمودار در ایران ۷۰ درصد مدیریت مالی کشور بوسیله تسهیلات بانکی و تنها ۳۰ درصد آن بوسیله بازار سرمایه مدیریت می شود و جالبتر اینکه در این سهم ۳۰ درصدی نیز تنها ۳ درصد از اوراق بدهی استفاده می شود. وقتی این وضعیت را با اقتصاد آمریکا مقایسه کنیم وضعیت بهتر خود را نشان می دهد چنانکه در آمریکا سهم تسهیلات بانکی در بازار مالی تنها ۱۲ درصد ولی سهم بازار سهام و اوراق بدهی به ترتیب ۳۹ و ٤۹ درصد است.

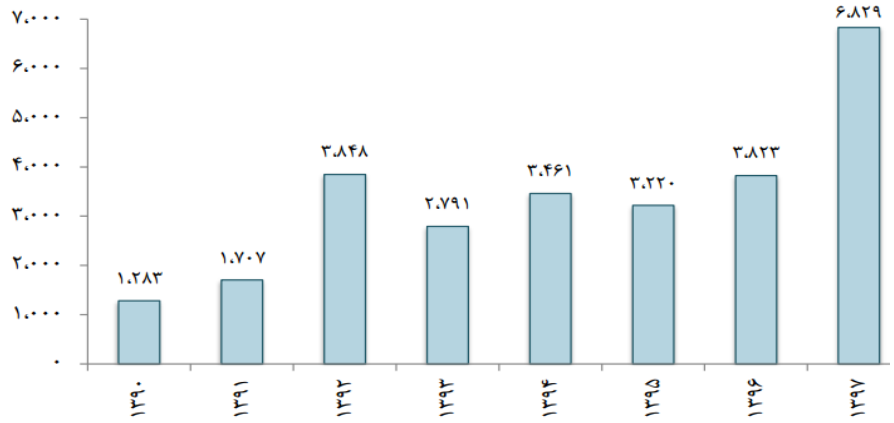


نمودار ۱. تفکیک عناصر تشکیل دهنده بازار مالی کشورها (درصد کل بازار مالی)

اگر به صورت مشخص تر نیز بر ترکیب منابع مالی اقتصاد ایران متمرکز شویم می‌بینیم، فاصله زیادی بین تسهیلات بانکی و سایر منابع مالی اقتصاد ایران وجود دارد. طبق آمارهای موجود نه تنها جذب سرمایه گذاری های خارجی در اقتصاد ایران چندان قابل توجه نبوده، بلکه سهم زیاد بازار پول و تسهیلات بانکی و در مقابل سهم اندک بازار سرمایه در تامین منابع مالی اقتصادی کشور به خوبی نمایان است. در کنار این، می توان شاهد نوسان نسبت به بازار سهام در اقتصاد ایران در سال های اخیر بود. در کنار اطلاعات فوق برخی از شاخص های عملکرد

1.Financial Depth

بازار سرمایه مانند سهم ارزش معاملات بورس از تولید ناخالص ملی، تعداد شرکت های پذیرفته شده در بورس و میزان مشارکت مردم در آنها مورد توجه اقتصاد دانان و سیاستگذاران می‌باشد. در دنیای امروز سهم بالای بازار سرمایه از تولید ناخالص ملی و نیز حجم مشارکت مردم در این بازار نشانگر توسعه یافتگی اقتصادی است. آنچه در اعداد و ارقام دیده می شود این حجم از مشارکت چندان مناسب با جایگاه ایران نیست. حجم مشارکت مردم (٤ درصد مردم) و سهم ارزش معاملات از تولید ناخالص داخلی (۷ درصد) حتی در مقایسه با کشورهای در حال توسعه نیز بسیار پایین بوده و عملکرد مناسبی برای اقتصاد ایران به شمار نمی آید(حسن نژاد و شمس، ۱۳۹۵). البته لازم به ذکر است که روند این شاخص ها نشان دهنده سیر صعودی جایگاه بازار بورس در اقتصاد ایران است. برای مثال ارزش بازار سهام اوراق بهادار تهران در هشت سال منتهی به سال ۱۳۹۷ چنین رشدی را تجربه کرده است.



نمودار۲. ارزش بازار سهام بورس اوراق بهادار تهران (هزار میلیارد ریال)

در مجموع، برآیند اطلاعاتی که در نمودارها و جداول فوق نشان داده شد این است که بازار اوراق بهادار در ایران علیرغم رشد قابل توجهی که در سال های اخیر داشته، جایگاه مناسبی در اقتصاد کشور ندارد و بار اصلی تامین منابع مالی فعالیت های اقتصادی بر عهده بانک هاست و این روند اصلا به نفع اقتصاد ایران نیست. تحقیقات مختلف و نیز میزان مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی در بازار بورس ایران به نسبت جمعیت این کشور نشان دهنده این واقعیت است که اولا بسیاری از مردم از وجود بازار بورس و یا کارکردهای آن اطلاعی ندارند و بالطبع در این بازار حضور پیدا نمی کنند و ثانیا اینکه این بازار به شدت تحت تاثیر عوامل غیر اقتصادی و بویژه عوامل سیاسی و اجتماعی است. چنانکه مشاهده می‌شود در فواصل زمانی مختلف مردم به این بازار هجوم برده و یا سرمایه های خود را از این بازار بیرون کشیده و در سایر زمینه ها مثل طلا، ارز و مستغلات وارد می کنند.اهمیت بازر بورس را می توان از ابعاد مختلفی مورد توجه قرار داد: ۱) عدم مشارکت مردم در بازار سرمایه موجب می شود هم سرمایه افراد از بازده اندکی برخوردار شود و هم اینکه شرکت های درگیر در فعالیت های اقتصادی در تامین منابع خود با مشکل روبرو شوند که در نتیجه، روند رشد تولید ناخالص داخلی با کندی مواجه

می شود. این در حالی است که با ورود مردم به بازار سرمایه، به خاطر شفافیت ایجاد شده در نقل و انتقال وجوه در بازار و امکان نظارت بر آن، هم فعالیت های اقتصادی با شفافیت بیشتری شکل می گیرند و هم میزان فعالیت های اقتصادی زیر زمینی کاهش پیدا می کند. ۲)وضعیت بازار مالی ایران در حال حاضر نشان دهنده تمایل مردم به سپرده گذاری در بانک هاست. تجربه ایرانیان نشان می دهد این موضوع از چند بعد مشکل ساز است. اول اینکه می تواند شرکتها و صنایع داخلی را با مشکلات عدیده ای در راستای کسب نقدینگی روبرو سازد. دوم اینکه بانک ها محلی می شوند برای توزیع امتیازات و رانت ها به گروه های خاص(کافی است به آمار اختلاس ها و تسهیلات بدون بازگشت توجهی کنیم). ۳) با گسترش روند سپرده گذاری و دریافت سود، فرهنگ کار در کشور مختل می شود. چرا که موجب می شود بسیاری از مردم از فرهنگ کار تولیدی کناره گیری کنند که پیامدهای بسیار منفی برای کشور به همراه داشته است. ٤) آخرین مورد را می توان در تبعات سیاسی و آشوب های اجتماعی ناشی از مالباختگی مردم در بانک ها و موسسات مالی عنوان کرد. مشخص است که با شفافیتی که در بازار بورس اوراق بهادار وجود دارد به سادگی می توان از بروز آشوب های ناشی از مالباختگی افراد جلوگیری کرد. هرچند به نظر می رسد فعالیت در بازار بورس یک عمل کاملا عقلانی و اقتصادی است اما بدون شک برخی عوامل غیر اقتصادی در سوق دادن مردم به این بازار و تشویق آنها به مشارکت در بورس اثر گذار است. در این بین عوامل اجتماعی و فرهنگی می توانند با تاثیر بیشتری وارد عمل شده و فعالیت های عقلانی و اقتصادی مردم را در بازار بورس تحت تاثیر قرار دهند. شناسایی این عوامل و مکانیسم اثر گذاری آنها بر کنش عقلانی مردم و مشارکت آنها در بازار بورس، انگیزه نویسندگان این مقاله را شکل داده است. با توجه به کلیت مطالب مطرح شده در سطور قبل این سوال مطرح می شود که چرا مردم ایران آنچنان که شایسته است تمایل و رغبتی به حضور در این بازار ندارند؟ از اینرو این تحقیق با هدف پاسخگویی به سوالات زیر نگاشته شده است: کدام عوامل فرهنگی و اجتماعی در مشارکت مردم در بازار بورس اوراق بهادار اثر گذار است؟ از بین عوامل احصا شده کدام عوامل نقش علی و تعیین کننده تری در مشارکت مردم در بازار بورس دارد؟

پیشینه پژوهش

تحقیقاتی که مستقیما به موضوع این مقاله پرداخته باشند انگشت شمارند. با این حال، برخی تحقیقات انجام شده در این زمینه به شرح زیر می باشد.

باقری و همکاران(۱٤۰۲) در پژوهشی به تحلیل جامعه شناختی عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر رفتار سرمایه گذاری سهامداران در بازار بورس تهران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که رسانه ها، گروه های مرجع، حمایت از دولت، اخبار و تحولات سیاسی و همچنین حرکات جمعی سهامداران می تواند به عنوان عوامل مداخله گر، رفتار سرمایه گذاران را تحت تاثیر قرار دهد. ابراهیمی سروعلیا و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود به تبیین عوامل فرهنگی و اجتماعی و روانی اثرگذار بر رفتار سرمایه گذاران حقیقی پرداختند. تحلیل عاملی تاییدی داده های تحقیق با تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری نشان داد می توان با عوامل پنهان مسایل روانی، فرهنگی و اجتماعی با بارهای عاملی به ترتیب (۰.۷۸، ۰.۸٦ و

۰.۷۳) سازه رفتار سرمایه گذاران را اندازه گیری کرد. متفکرآزاد و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی به بررسی نقش متغیر میانجی اعتماد در بورس اوراق بهادار ایران پرداختند. در این تحقیق متغیرهای مربوط به عوامل فرهنگی اجتماعی و مشارکت در بورس و نیز اعتماد بر اساس سه عامل ابهام گریزی، مخاطره گریزی و خوش بینی اندازه گیری شد و داده ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد، هرچند بر اساس آزمون متغیر های عوامل فرهنگی اجتماعی، تاثیر برخی متغیر ها مانند اعتقادات بر مشارکت در بورس رد یا مانند آموزش، درآمد و قوانین تایید می شود اما از طریق آزمون بر متغیرهای اعتماد مانند خوش بینی،ابهام گریزی و مخاطره گریزی و تاثیر معنی دار و مستقیم این متغیر ها بر مشارکت در بورس بر نقش تاثیرگذار متغیرهای مربوط به عوامل فرهنگی اجتماعی تاکید می گردد. در خصوص عوامل غیر اقتصادی موثر بر رفتار سرمایه گذاران در بازار سهام، ابراهیمی سروعلیا و عظیمی(۱۳۹٦) در مقاله ای به بررسی تأثیر هوش معنوی بر روی تورش های رفتاری از نوع احساسی سرمایه گذاران در بورس تهران با روش پیمایشی پرداختند. جامعه آماری تحقیق، سرمایه گذاران بازار بورس اوراق بهادار تهران بودند که با شیوه غیر تصادفی(دردسترس)، تعداد ۳۸٤ نفر به عنوان جامعه مورد هدف انتخاب شدند و ابزارتحقیق نیز پرسشنامه بوده است. نتیجه پژوهش می گوید که بین هوش معنوی و سوگیری هایی مانند خودکنترلی، زیان گریزی، پشیمان گریزی، بیش نگری رابطه معنادار وجود داشته ولی بین هوش معنوی و تورش های رفتاری دگرگون گریزی و بهینه بینی رابطه معناداری وجود ندارد. فرخی استاد و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به بررسی اثر شبکه های مجازی بر رفتار سهامداران پرداختند. در این پژوهش، اثر حمایت مجازی در ایجاد رفتار توده وار در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۹۳-۹٤ بررسی شده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که همه ابعاد حمایت مجازی در ایجاد زمینه برای شکل گیری رفتار توده وار موثر است.از اینرو می توان نتیجه گرفت که سرمایه گذاران در تصمیم گیری هایشان بیشتر تحت تاثیر تصمیمات دیگران قرار داشته‌اند. ابراهیمی سروعلیا و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله ای به تدوین مدل تصمیم گیری سهامداران حقیقی پرداختند. در این پژوهش با بهره گیری از استراتژی دلفی و سپس پیمایشی این نتیجه به دست آمد که عوامل اجتماعی و بویژه عوامل سیاسی در مقایسه با عوامل اقتصادی در تصمیم گیری سهامداران حقیقی قدرت تبیین کنندگی بیشتری دارد. حسن نژاد و شمس(۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل موثر بر میزان مشارکت مردم در بازار سرمایه ایران» به تحلیل مبانی تئوریک مشارکت مردم در بازار سرمایه و عوامل موثر بر آن با روش کمی پرداختند. نتایج تحقیق آنها نشان می دهد که میزان مشارکت مردم در بازار سرمایه به صورت مستقیم تحت تاثیر بازارها و نهادهای موازی بازار سرمایه، عوامل اجتماعی فرهنگی، عوامل تکنولوژیک، قوانین و مقررات حاکم بر بازار سرمایه و فرآیندها و رویه های سازمان بورس و اوراق بهادار می باشد. ناظمی اردکانی(۱۳۹۰) در

خصوص مهندسی فرهنگی و تاثیر فرهنگ بر اقتصاد نشان می دهد، یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر رفتار مالی تاثیر گذار باشد فرهنگ است که حداقل در سه مسیر می تواند موثر باشد. مسیر اول، ارزشهایی است که بر یک کشور یا گروه در نتیجه اثرگذاری فرهنگ بر آنها حاکم است. مسیر دوم، فرهنگی است که بر نهادها و موسسات اثرگذار است. مسیر سوم، فرهنگی است که بر تخصیص منابع در اقتصاد یک کشور تاثیر می‌گذارد. خشنود و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله ای به تحلیل شبکه ای رفتار سهامداران پرداختند. بر اساس نتایج این پژوهش، عوامل مربوط به بازار سهام و آموزش و فرهنگ، بیش از سایر عوامل بر رفتارهای سرمایه گذاران موثر است. طهرانی(۱۳۸۵) به بررسی رابطه اعتماد بیش از حد سرمایه گذاران انفرادی و حجم مبادلات آنها در بورس اوراق بهادار تهران پرداخت. او بر این اساس بیان کرد که هر چقدر اعتماد بیش از حد سرمایه گذاران بالاتر باشد، حجم مبادلات بیشتر است.

در بخش مطالعات خارجی، کاستیا[1] و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی محرک های مشارکت در بازار بورس در ۱۹ کشور اروپایی پرداختند. یافته های این پژوهش نشان داد، عوامل نهادی، متغیرهای سنتی در سطح فردی، و متغیرهای رفتاری، تعیین کننده های گرایش به بازار بورس هستند. براساس نتایج تحقیق، اثرات متغیرهای سنتی و متغیرهای رفتاری برحسب سطوح مختلف کیفیت نظارتی و برحسب سطوح مختلف ثروت و تحصیلات، متفاوت است. در کشورهای با کیفیت نظارتی بالا و در میان ثروتمندان و افراد با تحصیلات بالا، متغیرهایی که منعکس کننده ارزش‌ها و نگرش‌ها هستند، اثرات بیشتری دارند. انجی و همکاران(۲۰۱۵) طی پژوهشی به بررسی رفتار اخلاقی و اعتماد در رابطه با بازار سهام پرداختند. یافته ها نشان داد، تاثیر بازار سهام نقدی که در آن سطح بالایی از رفتار اخلاقی و اعتماد وجود دارد در رشد تولید ناخالص داخلی و بهره وری کل عوامل تولید در دوره مورد مطالعه پس از بحران مالی ۲۰۰۸ مثبت و معنی دار بوده است. بیاتکوفسکی[2] و همکاران(۲۰۱۲) نیز اعتماد را به عنوان یکی از عواملی که بر رفتارهای اقتصادی و مالی تاثیرگذار می‌باشد در نظر گرفت. از نظر ایشان اعتماد بنیان شخصی ترین روابط است و روابط، یک عامل مهم تعیین کننده رفتار انسان است. اعتماد همچنین می‌تواند به مردم اطمینان دهد تا مقدار کمی پول را در یک سرمایه‌گذاری مالی به کار بگیرد یا در مورد دیگری استفاده کند. اعتماد می‌تواند بر رفتار افراد جهت ورود به سرمایه گذاری در بازار سرمایه موثر باشد. براون و تیلور[3](۲۰۱۰) با استفاده از داده های طولی مطالعه ملی رشد کودکان بریتانیا پیرامون بررسی رابطه بین تعامل اجتماعی و مشارکت در بورس سهام به این نتیجه رسیدند که داشتن تعاملات مثبت بین اعضای جامعه و نیز داشتن سرمایه اجتماعی به مشارکت مثبت مردم در بازار بورس می انجامد. جانگ[4](۲۰۰۹) در مطالعه ای در خصوص تسهیم اطلاعات و مشارکت در بازار بورس به

1. Kaustia
2. Biatkowski
3. Brown & Taylor
4. Geng

این نتیجه رسیدند که وجود تعاملات اجتماعی بین خانواده ها و امکان تسهیم اطلاعات در بین آنها احتمال مشارکت در بازار بورس را زیاد می‌کند. بویژه اینکه در حال حاضر کانال های ارتباطی متنوعی نیز برای تعاملات اجتماعی و تسهیم اطلاعات وجود دارد. گریف[1](۱۹۹٤) به نقش اعتقادات برآمده از فرهنگ‌های متنوع در جامعه در رفتارهای مالی و تجاری آنها پرداخت. در پژوهشهای گوئیسو و همکارانش طی یک دهه اخیر چنین بیان گردید که جهت بررسی رفتار مالی افراد در بازار سرمایه و بورس نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی با اهمیت می‌باشد. ایشان در پژوهشی که انجام دادند به بررسی تاثیر عوامل فرهنگی و اجتماعی بر اعتماد و در ادامه تاثیر آن بر مشارکت افراد در بورس اوراق بهادار پرداختند. همچنین آنها طی تحقیقات در کشورهای مختلف دریافتند که ضعف در اعتماد، مهمترین عامل مشارکت محدود در بورس می‌باشد. ارتباط عوامل اجتماعی فرهنگی و عوامل موثر بر اعتماد با میزان مشارکت افراد در بورس از نتایج تحقیقات ایشان در کشورهای مورد مطالعه بود که لزوم تحقیق بیشتر در کشورهای دیگر را نشان داد.

چنانکه پیداست، پژوهش هایی که موضوعات اجتماعی و فرهنگی موثر بر مشارکت در بازار بورس را بررسی کرده اند انگشت شمارند. در بین همین پژوهش ها نیز تنها برخی عوامل خاص و محدود مورد بررسی قرار گرفته اند و نهایتا شیوه بررسی آنها نیز کمی بوده و یا اینکه به عنوان جزئی از یک کار کمی و پیمایشی بزرگتر انجام شده اند. حال آنکه نویسندگان تحقیق حاضر تلاش دارند طیفی از عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر مشارکت در بازار بورس را به شیوه تحلیل ساختاری تفسیری بررسی کنند که دارای نوآوری های موضوعی و روشی است.

چارچوب مفهومی

از آنجا که این پژوهش با شیوه کیفی و مبتنی بر تکنیک تحلیل ساختاری تفسیری انجام میشود، به مانند تحقیقات کمّی به دنبالِ طرح فرضیه و نظریه آزمایی نیست. از این رو محقق نیازی به طرح نظریه هایی که تبیین کننده کنش انسانی در معنای عام و یا مشارکت در بازار بورس در معنای خاص هستند، ندارد. بنابراین، در این بخش تنها برای ایجاد حساسیت نظری و مرور برخی نظریه های تبیین کننده کنش انسانی، به برخی از نظریه های مذکور به صورت کلی پرداخته می شود.

دیدگاه‌های اقتصادی و فنی

دیدگاه های اقتصادی و فنی که از پیشگامان تبیین کنش افراد هستند بر این فرض استوارند که انسان ها موجوداتی عقلانی بوده و بر اساس محدودیت منابعی که دارند به دنبال به حداکثر رساندن مطلوبیت هایشان هستند (براهمان[2] و همکاران، ۲۰۰۹). هر چند این دیدگاه ها در نوع خود موثر و کارگشا بوده اند اما ضعف های عمده ای هم دارند که از دقت نتایج آنها می کاهد. استرن مهمترین ضعف دیدگاه اقتصادی را نوعی تقلیل گرایی می

1. Greif

1.Brohmann

داند که در آن تمامی تحلیل منحصرا روی قیمت ها، اطلاعات مربوط به خرید و سرمایه گذاری‌ها متمرکز می شود . وی معتقد است این دیدگاه‌ها، نقاط کوری[1] در تحلیل دارند که مهمترین آنها نادیده گرفتن انگیزه‌های غیر مالی انسان ها است. از قبیل: نادیده گرفتن عوامل نگرشی و روانشناختی افراد و نادیده گرفتن ارزش ها و هنجارهای شخصی آنها.

دیدگاه های روانشناسی اجتماعی

با مشخص شدن ضعف تبیین های فنی و اقتصادی، بویژه ناکارآمدیشان در خصوص نادیده گرفتن ابعاد غیر عقلانی رفتار انسان ها، روانشناسان اجتماعی وارد عمل شدند تا بتوانند درکی صحیح تر و کاربردی تر از کنش انسانی ارایه دهند. محور اصلی مطالعات این دسته از اندیشمندان حول نگرش و نحوه تغییر نگرش متمرکز است. بیکر وسلیگمن مطالعه نگرش ها را مهم دانسته اند چرا که معتقدند نگرش ها و اعتقادات مناسب، رفتار مناسب را شکل می دهد (بکر[2] و همکاران،۱۹۸۱). این محققان با اعتقاد به تاثیر نگرش ها روی رفتار، اعتقاد دارند که با رویکردهای موجود در روانشناسی نظیر تکنیک های آگاه سازی و اطلاع رسانی، تعهد فردی و گروهی، شیوه های تقویت مثبت، محرک های پولی، طراحی محیط، بازخورد، الگو سازی، نمایش، آموزش و ترغیب و ... می توان به اصلاح نگرش افراد پرداخت و رفتار مردم را تغییر داد.

تغییرات اجتماعی-فرهنگی و مشارکت در بازر بورس

عوامل مختلفی در بروز تغییرات و تحولات اجتماعی تاثیر دارند. بروس کوئن سرچشمه دگرگونی های اجتماعی و فرهنگی را در چند عامل می داند: تغییرات تکنولوژیکی، تغییر در محیط طبیعی، تغییرات جمعیتی و نیز تغییرات متناسب با نیازهای شناخته شده که جنبه روانی و ذهنی دارند و با تغییر اوضاع پدید می آیند. وی تکنولوژی را مهمترین عامل تغییرات فرهنگی و اجتماعی جوامع امروزی می داند(کوئن، ۱۳۷۲). با شناخت تاثیر این عوامل می توان علت روی آوردن و مشارکت مردم در بازار بورس را در سطح کلان تبیین کرد. اختراع و به کارگیری انواع وسایل الکترونیکی و سیستم های ارتباط اینترنتی که باعث ازجاکندگی زمان و مکان می شوند و به کاربر این اجازه را می دهند تا بتواند فارغ از نگرانی های مربوط به محدودیت زمانی و مکانی در سیستم معاملاتی وارد شده و یا در کنار شغل اصلی خود به داد و ستد در بازار بپردازد، می تواند در این زمینه بسیار اثر گذار باشد. اینگونه تغییرات تکنولوژیکی در زمینه برخی تحولات اجتماعی و فرهنگی به نحو موثرتری خود را نشان می دهد. برای مثال رشد و گسترش رسانه های جمعی و نیز رشد صنعت تبلیغات می تواند تغییرات شدیدتری را ایجادکند. تحقیقات مختلف نشان داده اند صنعت تبلیغات به مدد رسانه های جمعی علاوه بر آگاهی رسانی می توانند اقدام به نیاز سازی کند.در این راستا نباید نسبت به تغییرات فرهنگی و حضور گسترده زنان در مشاغل اقتصادی نیز بی توجه بود. همچنین تغییراتی که منجر به

1. Blind spots

1.Becker

رشد و گسترش فعالیت های خدماتی و مالی شده است و توان فعالیت اقتصادی را از توانایی بدنی تا حد زیادی جدا کرده است. همچنین بالا رفتن عمومی سطح تحصیلات شهروندان و نیز امکان حضور سالمندان و بازنشستگان در این زمینه اثر گذار بوده است.

آگاهی و مشارکت در بازار

آگاهی را می توان اینگونه تعریف کرد: مجموعه ای است از دانستنی ها درباره خود بازار، نقش بازار در زندگی انسان ها، فرایند های حضور و معامله در بازار، شناسایی عوامل و روندهای غیر اقتصادی موثر بر بازار و ... مقوله آگاهی به یکی از عوامل بسیار مهم در مشارکت در بازار بورس اشاره دارد. چرا که قسمت شناختی ذهن انسان را تشکیل می دهد و تا زمانی که فرد راجع به چیزی اطلاعاتی نداشته باشد نسبت به آن موضوع حساسیتی ندارد و نمی توان انتظار داشت رفتاری متناسب با آن انجام دهد.

نظریه های سبک زندگی

یکی از ویژگی های دنیای مدرن این است که بر خلاف گذشته بسیاری از متغیرهایی که در تحلیل های اجتماعی اثر گذار بودند به نوعی تاثیر خود را از دست داده و یا کمرنگ شده اند و سبک زندگی جای آنها را گرفته است. در مجموع سبک زندگی، مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش است که افراد آنها را انتخاب کرده و کنش شان در زندگی روزمره بواسطه آن ها هدایت می-شود(فاضلی ، ۱۳۸۲). نظریه پردازانی چون گیدنز، بوردیو، گیبینز و ریمر سبک زندگی را نتیجه همه انتخاب ها و گزینش هایی می دانند که شخص نسبت به زندگی خود انجام می دهد (گیبینز و بو ریمر، ۱۳۸۱). سبک زندگی الگوی خاص فعالیت زندگی روزمره می باشد که هر فرد را توصیف می نماید. در حالی که سبک زندگی هر کس، منحصر به فرد بوده و همانند سبک زندگی دیگری نیست اما در عین حال هر فرد سبک های زندگی خود را با شرایط عمومی و اجتماعی تطبیق می دهد. به تعبیر دیگر ما سبک زندگی خود را در ارتباط با سبک های زندگی سایر افراد بر می‌گزینیم (فارناس[1] و همکاران، ۱۹۹۵). این مفهوم جامعه شناسانه بیان کننده این است که نمی توان مشارکت در فعالیت های اقتصادی و بوِیژه بازار بورس را تنها یک کنش کاملا فردی دانست. چرا که این نوع کنش به مانند بسیاری از زمینه های کنشی دیگر کاملا الگومند است و تحت تاثیر عوامل مختلف شکل گرفته و کنش افراد را هدایت می کند. در زمینه سبک زندگی، بوردیو معتقد است فضای اجتماعی که ما در آن زندگی می کنیم میدانی است که در آن هر کس انواعی از سرمایه را با خود به همراه دارد. صور مختلف این سرمایه عبارتند از: سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه نمادین و سرمایه اجتماعی(استونز، ۱۳۸۱؛ کوئن، ۱۳۷۲؛ ریتزر ، ۱۳۷٤؛ فاضلی، ۱۳۸٤).

1.Fornas

سرمایه اقتصادی و مشارکت در بازار بورس

طبق تعریف بوردیو سرمایه اقتصادی شامل درآمد و بقیه انواع منابع مالی می شود که در قالب مالکیت، جلوه نهادی پیدا می کند. تحقیقات مختلف نشان دهنده رابطه مستقیم و مثبت بین سطح درآمد و فعالیت های اقتصادی افراد است. بدین معنی که با بالا رفتن سطح درآمد افراد و بهتر شدن اوضاع مالکیت سطح فعایت های اقتصادی آنها افزایش می یابد. می توان این موضوع را از این بعد دید که سطوح بالاتر درآمدی از یک سو امکان سرمایه گذاری فرد در زمینه های دیگر را فراهم می کند و از سوی دیگر داشتن سرمایه و پس انداز ریسک پذیری فرد را افزایش داده و جراتمندی بیشتری برای ورود به سایر زمینه ها به فرد می بخشد. نتیجه هر دو حالت فوق به نوعی انباشت سرمایه و بهتر شدن وضع اقتصادی و مالکیت فرد می انجامد.

سرمایه اجتماعی و مشارکت در بازار بورس

نوع بسیار مهم دیگری از انواع سرمایه بوردیو که می تواند به صورت بالقوه و بالفعل روی فعالیت اقتصادی افراد اثر گذار باشد سرمایه اجتماعی است. فوکویاما نهاد خانواده را از منابع اصلی ایجاد کننده‌ی سرمایه اجتماعی برمی‌شمرد (بهزاد داوود، ۱۳۸٤). سرمایه اجتماعی ابزار مناسب و مفیدی است برای تبیین اینکه چگونه هنجارهای اجتماعی، شبکه های اجتماعی و سطوح به هم پیوسته اعتماد و عمل متقابل از طریق تمرکز بر اثرات کنش متقابل اجتماعی بین مردم و تکنولوژی و محیطشان فعالیت اقتصادی و نیز مشارکت افراد در بازار بورس را متاثر می سازند. به طورکلی سرمایه اجتماعی از پیوندهای بین افراد، شبکه های اجتماعی، هنجارهای اعتماد و کنش متقابل این پیوندها ناشی می شود. سرمایه اجتماعی منابعی در دسترس هستند نظیر اطلاعات، اندیشه ها، راهنماییها، فرصتهای کسب و کار، قدرت و نفوذ، پشتیبانی احساسی، خیرخواهی، اعتماد و همکاری. با توجه به قید اجتماعی در این نوع سرمایه می توان به ماهیت جمعی و غیر شخصی بودن آن پی برد. آنچه تعیین کننده این منابع و میزان آنها است روابط موجود در جامعه است. بنابر این دسترسی به سرمایه اجتماعی به کسانی که می شناسیم بستگی دارد، یعنی اندازه، کیفیت و گوناگونی شبکه های ارتباطی شخصی مان در آن موثر است. همچنین میزان این سرمایه به کسانی که به طور غیر مستقیم با آنها ارتباط داریم نیز بستگی دارد. سرمایه اجتماعی دارای ابعاد مختلفی چون مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی است. مشارکت اجتماعی: به آن دسته از فعالیتهای ارادی دلالت دارد که از طریق آن اعضاء یک جامعه در امور محله، شهر و روستا به طور مستقیم یا غیرمستقیم درشکل دادن حیات اجتماعی مشارکت دارند (ازکیا، ۱۳۸۰). انسجام اجتماعی: توافق جمعی میان اعضاء یک جامعه بر اساس اصل پذیرش و درونی کردن نظام ارزشی و هنجاری جامعه و وجود تعلق جمعی و تراکمی از وجود تعامل درمیان افراد آن جامعه است(ازکیا، ۱۳۸۰). اعتماد اجتماعی: بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تایید شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت

به سازمانها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند دلالت دارد (ازکیا، ۱۳۸۰).

یکی از مفاهیم مفید در خصوص ارتباط سرمایه اجتماعی با رفتار افراد، شبکه اعتماد است. شبکه اعتماد، عبارت از گروهی است که بنا بر اعتماد متقابل به یکدیگر، از اطلاعات، هنجارها و ارزش‌های یکسانی در تبادلات فیمابین خود استفاده می‌کنند. اعتماد مردم به یکدیگر، اعتماد مردم به حکومت و نهادهای اصلی جامعه، اعتماد نهادهای مذکور به یکدیگر و اعتماد حکومت و این نهادها به مردم، وجوه گوناگون اعتماد اجتماعی را شکل می‌دهند. بر اساس مطالب پیشگفته و با توجه به گستره حضور دولت ایران(در معنای عام) در بسیاری از ابعاد زندگی ایرانی ها و بویژه در بعد اقتصادی، وجود اعتماد به حکومت و نظام اقتصادی و همچنین اعتماد مردم به یکدیگر می تواند به صورت کاملا موثری بر مشارکت مردم در بازار بورس اوراق بهادار اثر گذار باشد.

سرمایه فرهنگی و مشارکت در بازار

سرمایه فرهنگی در بر گیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در اوانباشته می شود (فاضلی، ۱۳۸٤). بوردیو تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می داند. کالاها، مهارت و عناوین کمیاب، سرمایه فرهنگی را شکل می دهند(استونز، ۱۳۸۱).

نظام سیاسی و مشارکت در بازار بورس

با توجه به گستره ورود دولت ایران در فعالیت های اقتصادی به صورت مستقیم و یا غیر مستقیم در قالب انواع شرکت های شبه خصوصی و یا خصولتی و ... و اینکه در ایران فعالیت های اقتصادی تحت نظارت شدید دولت قرار دارد، باید به این نکته توجه کرد که جدای از میزان سرمایه اجتماعی فردی و گروهی ایرانیان، میزان اعتماد مردم به نهادها و سازمان ها و بویژه اعتماد به دولت و سازمان های مرتبط با تولید، خدمات، و نیز بازارهای پولی و مالی بسیار مهم است. اهمیت این موضوع وقتی روشن می شود که بسیاری از تحقیقات، فرسایش اعتماد اجتماعی و بویژه بعد نهادی و تعمیم یافته آن را نشان می دهند. به نحوی که در برخی تحقیقات میزان این اعتماد کمتر و یا نهایتا در حد متوسط برآورد شده است(بهشتی و کهنسال، ۱۳۹۸؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۹).

فرهنگ اقتصادی و مشارکت در بازار بورس

شخصیت اساسی هر ملت هرچند قابل تقلیل به افراد نیست ولی از دید جامعه شناسان می توان ریشه های آنرا در بسیاری از اعضای یک جامعه دید. این ویژگی ها که به نوعی در بیان بوردیو عادت واره های افراد را تشکیل می دهد چه بسا بعد تاریخی دارند و با انتقال از نسلی به نسل دیگر به صورت ناخودآگاه در بین اعضای جامعه درونی می شوند. با مطالعه نوشته های برخی سفرنامه نویسان و یا کسانی که در مورد خلقیات ایرانیان مشاهدات و یا پژوهش هایی انجام داده اند می توان برخی زمینه های شکل گیری رفتار اقتصادی ایرانیان را تشخیص داد که می تواند در ورود و یا عدم ورود مردم به بازار بورس موثر باشد. برای مثال، شاردن سفرنامه نویس معروف در

سفرنامه خود از علاقه مندی ایرانیان به فعالیت های غیر مولد اقتصادی می گوید و معتقد است ایرانیان به دلالی علاقه داشته و توجهی به پس انداز و سرمایه گذاری ندارند... دوست دارند کالا را بخرند، استفاده‌ای از آن گرفته و بفروشند(شاردن، ۱۳۷٤). در همین راستا خصایصی چون فرهنگ کار و داشتن وجدان کاری، علاقه مندی به فعالیت های دلالی و واسطه گری، میزان ریسک پذیری و ... می تواند بر کمیت و نیز کیفیت ورود و سرمایه گذاری در بازار بورس اثر گذار باشد.

روش پژوهش

روش پژوهش در این تحقیق، کیفی است. مهمترین ویژگی روش تحقیق کیفی این است که به صورت استقرایی انجام می شود و پدیده مورد نظر در محیط طبیعی خود بررسی می شود. برای انجام این روش در تحقیق حاضر از دو تکنیک دلفی و مدل‌سازی ساختاری تفسیری[1] استفاده شده است. این مدل‌سازی تکنیکی مناسب برای تحلیل تأثیر یک عنصر بر دیگر عناصر است. این روش ترتیب و جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سامانه را بررسی می کند. به بیان دیگر ابزاری است که به وسیله آن می‌توان بر پیچیدگی بین عناصر غلبه کرد (آگاروال[2] و همکاران، ۲۰۰۷).در این پژوهش متخصصان مسایل جامعه شناختی و اقتصادی که خود فعال بازار بورس هستند میدان تحقیق را شکل داده اند. دلیل انتخاب افرادی با این ویژگی، این بوده است که هم علم آکادامیک و هم تجربه عملی آنها در بازار بورس مد نظر بوده است. از آنجا که تحلیل ساختاری تفسیری از نوع روش های غیر قیاسی است و محقق در آن به دنبال تعمیم آماری یافته ها نیست کسانی را باید به عنوان مصاحبه شونده بپذیرد که بیشترین اطلاعات را در زمینه موضوع تحقیق به او بدهند، از اینرو شیوه گلوله برفی برای انتخاب اعضای نمونه به کارگرفته شده است به این صورت که از هر مصاحبه شونده خواسته شده تا با توجه به دو معیار انتخاب اعضاء، دیگرانی را که می توانند در رابطه با این موضوع بیشترین اطلاعات دهند را معرفی نماید. در روش های کیفی تحقیق بر خلاف روش های کمی تعداد اعضای نمونه از قبل مشخص نمی شود و نمونه گیری تا رسیدن به حداشباع ادامه پیدا می کند. یعنی نمونه گیری تا زمانی که داده های جدیدی به تحقیق اضافه می‌شود ادامه خواهد یافت. در این تحقیق، محققین با انجام ۲۱ مصاحبه به حد اشباع رسیدند. به این صورت که در آخرین مصاحبه‌ها عملا چیزی افزون بر اطلاعات مصاحبه های قبلی اضافه نشد. گردآوری اطلاعات تحقیق حاضر در دو مرحله انجام شده است: در مرحله اول برای آشنایی با ادبیات تحقیق و موضوع پژوهش از روش اسنادی و کتابخانه ای و در مرحله دوم برای شناسایی عوامل و مکانیسم اثر گذاری آنها از مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شده است و برای تحلیل داده ها نخست از نرم افزار ISM و

1. Interpretive Structural Modeling

2. Agarwal

سپس برای تشخیص و تحلیل قدرت نفوذ[1] و وابستگی[2] متغیرها از نرم افزار م«یک مک» استفاده شده است.

یافته‌ها

چنانکه در مباحث پیشین توضیح داده شد در این تحقیق از نظرات ۲۱ نفر از خبرگان پیرامون موضوع تحقیق استفاده شده است. در قالب جدول ۱، رشته تحصیلی و درجه علمی اعضای نمونه تحقیق نمایش داده شده است (بر اساس روند معمول در تحقیقات کیفی از ذکر اسامی این افراد خودداری شده و به هر فرد یک کد شناسایی اختصاص داده شده است).

جدول۱. ویژگیهای افراد مشارکت کننده در پژوهش

کد شناسایی	رشته تحصیلی	درجه علمی	کد شناسایی	رشته تحصیلی	درجه علمی
کد۱	جامعه شناسی	استادیار	کد۱۱	جامعه شناسی	دانشجوی دکتری
کد۲	جامعه شناسی	استادیار	کد۱۲	زبان شناسی	مربی
کد۳	اقتصاد	استادیار	کد۱۳	اقتصاد	استادیار
کد٤	جامعه شناسی	دانشجوی دکتری	کد١٤	جامعه شناسی	دانشجوی دکتری
کد۵	اقتصاد	استادیار	کد۱۵	جامعه شناسی	دانشجوی دکتری
کد٦	بانکدار	کارشناسی---	کد١٦	جامعه شناسی	دانشجوی دکتری
کد۷	جامعه شناسی	دکترا	کد۱۷	جامعه شناسی	استاد
کد۸	جامعه شناسی	استادیار	کد۱۸	جامعه شناسی	دکترا
کد۹	جامعه شناسی	دکترا	کد۱۹	جامعه شناسی	دانشیار
کد۱۰	جامعه شناسی	دانشجوی دکتری	کد ۲۰	جامعه شناسی	دانشیار
کد ۲۱	جامعه شناسی	دکترا فعال بورس			

با مطالعه ادبیات نظری موضوع و نیز تحلیل مصاحبه‌های به دست آمده از اعضای نمونه، در مجموع، ۵۱ متغیر معرفی و احصا گردیدند که در جدول شماره ۲ نمایش داده شده اند. از آنجا که از یک سو متغیرهای فوق، تنوع زیادی دارند و در عین حال، بین برخی از آنها روابط جزء و کل وجود دارد، و از سوی دیگر با توجه به الزامات روش تحلیل ساختاری تفسیری باید برای مراحل بعدی تحلیل، تعداد آنها محدودتر می‌شد، مجددا این جدول در اختیار خبرگان مشارکت کننده در پژوهش قرار داده شده و از آنها خواسته شد تا عوامل مندرج در جدول را مجددا ملاحظه و آنها را در ابعاد کلی‌تر و انتزاعی‌تر تلخیص کنند. با انجام این کار توسط خبرگان، هرچند اختلاف نظر بسیار اندکی در دسته بندی‌ها وجود داشت ولی در مجموع، منجر به این شد که ۱۳ عامل استخراج گردد که

1. Driving Power

2. Dependence

در جدول شماره ۳ نمایش داده شده است. در مرحله بعد، جدول مذکور به منظور اطلاع متخصصان از ابعاد کمی و کیفی سیزده عامل استخراج شده، به همراه ماتریس این عوامل، بارِ دیگر به متخصصان و خبرگان برگردانده شد و از آنها خواسته شد که بر اساس جدول ٤، ماتریس مورد نظر را کامل نموده و مجددا برای محقق ارسال کنند (مرحله ماتریس ساختاری متغیرها).

بعد از تشکیل ماتریس ساختاری متغیرها، در گام سوم تحلیل، نوبت به تهیه ماتریس دستیابی (ماتریس دسترسی اولیه) از طریق تبدیل نمادهای روابط ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها به اعداد صفر و یک رسید. این قواعد در جدول ۵ بیان شده است.

جدول ۲. متغیرهای استخراج شده در مرحله اول تحقیق

ردیف	متغیر	تعداد	ردیف	متغیر	تعداد
۱	داشتن فرهنگ سرمایه گذاری	۱	۲۷	سودآوری بی زحمت	۲
۲	تبلیغات و اطلاع رسانی	۱۰	۲۸	احتساب بورس به عنوان شغل دوم	۱
۳	آگاهی از بازار بورس	۷	۲۹	دسترسی آسان	۱
٤	عدم آموزش در زمینه بازار بورس	۱	۳۰	وجود زیر ساخت های لازم (کارگزاری ها، اینترنت و	۱
۵	حضور فعال گروه های مرجع در بازار بورس	۱	۳۱	آینده نگری	۱
٦	اولویت های سیاسی	۱	۳۲	توانایی چشم پوشی از منافع آنی برای منافع آتی	۱
۷	نحوه نگرش مردم به بازار بورس و ریسک های آن	۱	۳۳	فردگرایی	۱
۸	تسهیم اطلاعات میان اعضای خانوار	۱	۳٤	طبقه اجتماعی	۲
۹	ثبات در قوانین و بازار بورس	۱	۳۵	وجود رانت ها	۱
۱۰	عوامل تکنولوژیکی	۱	۳٦	فرهنگ سوداگری و دلالی	۲
۱۱	تقلید	۱	۳۷	فرهنگ کسب درامدهای بادآورده	۲
۱۲	سرمایه فرهنگی	۱	۳۸	ریسک پذیری	۳
۱۳	سرمایه اجتماعی	۲	۳۹	گذارندن اوقات فراغت	۱
۱٤	تحصیلات	۲	٤۰	گروههای دوستان	۳
۱۵	اعتماد به دولت	٦	٤۱	احساس امنیت اجتماعی	۱
۱٦	اعتماد به نظام سیاسی	۷	٤۲	گروه مرجع	۱
۱۷	اعتماد به نهادهای تخصصی	۲	٤۳	تجربه زیسته مردم از روند اقتصادی ایران	۱

۱۸	اعتماد به دیگران	٤	٤٤	نامیدن امسال بعنوان سال جهش تولید و تفسیر مردم از حمایت نظام از تولید اقتصادی	۱
۱۹	اعتماد به بازار بورس	۳	٤٥	تکرار حمایت از بورس در سخنان رئیس جمهور	۱
۲۰	عضویت در شبکه های اجتماعی	٤	٤٦	جذب مردم در بورس و اثر آن بر کاهش اعتراضات	۱
۲۱	مذهب و اعتقادات مذهبی(قمار دانستن بورس)	٤	٤۷	رشد ارزشهای مادی گرایانه و منفعت طلبانه	۲
۲۲	وجود اپلیکیشن ها	۱	٤۸	امید داشتن به آینده	۱
۲۳	آزاد سازی سهام عدالت	۳	٤۹	سواد الکترونیکی	۱
۲٤	ریسک ناپذیری افراد	۲	٥۰	تمایل به توسعه ملی	۱
۲٥	جوسازیهای روانی(شایعات، مد اجتماعی)	٥	٥۱	امید به کسب اشتغال	۱
۲٦	پیروی از دیگران	٦			

جدول ۳. متغیرهای استخراج شده در مرحله دوم تحقیق

ردیف	عوامل کلی	عوامل جزیی
۱	همنوایی اجتماعی	تقلید/ جوسازی‌های روانی (شایعه و مد اجتماعی)/ پیروی از دیگران
۲	آگاهی (دانش بورسی)	آگاهی از بازار بورس/ آموزش در زمینه‌ی بازار بورس/ سواد الکترونیکی
۳	نگرش به آینده	آینده‌نگری/ امید به کسب اشتغال/ امید داشتن به آینده/ توانایی چشم‌پوشی از منافع آنی به‌خاطر منافع آتی
٤	گروه‌های مرجع	حضور فعال گروه‌های مرجع در بازار بورس/ گروه‌های دوستان/ تکرار حمایت از بورس در سخنان رئیس جمهور، حمایت رهبری از تولید و بازار بورس
٥	اعتماد اجتماعی	اعتماد به دولت/ اعتماد به نظام سیاسی/ اعتماد به نهادهای تخصصی/ اعتماد به بازار بورس/ ثبات در قوانین بازار بورس
٦	ویژگی های شخصی	نحوه‌ی نگرش به بازار بورس و ریسک‌های آن/ اعتقادات مذهب/ ریسک‌پذیری
۷	ارزش‌های مدرن	فردگرایی/ رشد ارزش‌های مادی‌گرایانه و منفعت‌طلبانه
۸	رسانه‌ها و ارتباطات	تبلیغات و اطلاع‌رسانی/ اپلیکیشن‌ها/ شبکه‌های اجتماعی/ وجود زیرساخت‌های لازم (کارگزاری، اینترنت و...)/ دسترسی آسان
۹	فرهنگ اقتصادی	سودآوری بی‌زحمت/ رانت‌خواری/ سوداگری و دلالی/ فرهنگ کسب درآمد بادآورده/ سرمایه‌گذاری
۱۰	عوامل کلانِ سیاسی	تمایل به توسعه‌ی ملی/ جذب مردم در بورس و اثر آن بر کاهش اعتراضات/ نامیدن امسال به‌عنوان سال جهش تولید/ آزادسازی سهام عدالت/ اولویت‌های سیاسی

۱۱	عوامل اقتصادی	طبقه اجتماعی/ احتساب بورس بعنوان شغل دوم/ تجربه زیسته از روند اقتصادی ایران/ تفسیر مردم از حمایت نظام از تولید اقتصادی
۱۲	سرمایه فرهنگی	انباشت اطلاعات و داده های فرهنگی/ تحصیلات/ اوقات فراغت
۱۳	سرمایه اجتماعی	اعتماد به دیگران/ مشارکت در سایر عرصه های عمومی/ حضور آشنایان فعال در بورس/عضویت در شبکه های اجتماعی، احساس امنیت اجتماعی/ حمایت اجتماعی/ تسهیم اطلاعات میان اعضای خانواده

جدول ٤. روابط مفهومی در تشکیل ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها

نماد	مفهوم نماد
V	**i** بر **j** تأثیر می‌گذارد.
A	**j** بر **i** تأثیر می‌گذارد.
X	بین **i** و **j** رابطه دوطرفه (تأثیر متقابل) وجود دارد.
O	**i** و **j** بر یکدیگر بی‌تأثیرند و بین آنها رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول ۵. نحوه تبدیل روابط مفهومی به اعداد

نماد	**i به j**	**j به i**
V	1	0
A	0	1
X	1	1
O	0	0

با استفاده از دستورالعمل فوق، در مجموع ۲۱ ماتریس ساختاری استخراج شده تبدیل به ماتریس دستیابی شدند. با استفاده از مدل سلول ها، کلیه ماتریس های جمع آوری شده تبدیل به یک ماتریس دستیابی نهایی شدند. مطابق با شیوه عمل مدل سازی ساختاری تفسیری در ادامه کار به منظور امکان انجام تحلیل ها، اصلاحاتی انجام شد تا سازگاری درونی ماتریس ایجاد شود. فرآیند آن به این صورت بود که اگر متغیر ۱ منجر به متغیر ۲ شود و متغیر ۲ هم منجر به متغیر ۳ شود، باید متغیر ۱ نیز منجر به متغیر ۳ شود. برای برقرار کردن سازگاری درونی ماتریس دستیابی در این تحقیق، از نرم افزار ISM استفاده شد. نویسندگان این نرم افزار بر مبنای الگوریتمی محاسبات این نرم افزار را برنامه نویسی کرده اند که با وارد کردن اطلاعات ماتریس دستیابی به نرم افزار، نرم افزار به صورت خودکار محاسبات لازم برای سازگاری درونی ماتریس را انجام می دهد. در مرحله پنجم تحقیق، نوبت

متغیر		مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	مجموعه مشترک	سطح
همنوایی اجتماعی	1	1,2,3,4,5,6,7,8	1,2,3,4,9,10,11,12,13	1,2,3,4	2
آگاهی(دانش پورسی)	2	1,2,3,4,5,6,7,8	1,2,3,4,9,10,11,12,13	1,2,3,4,	2
نگرش به آینده	3	1,2,3,4,5,6,7,8	1,2,3,4,9,10,11,12,13	1,2,3,4,	2
گروه‌های مرجع	4	1,2,3,4,5,6,7,8	1,2,3,4,9,10,11,12,13	1,2,3,4	2
اعتماد اجتماعی	5	5	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	5	5
ویژگی های شخصی	6	5,6	1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13	6	4
ارزش‌های مدرن	7	5,6,7,8	1,2,3,4,7,8,9,10,11,12,13	7,8	3
رسانه‌ها و ارتباطات	8	5,6,7,8	1,2,3,4,7,8,9,10,11,12,13	7,8	3
فرهنگ اقتصادی	9	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	1
عوامل کلان سیاسی	10	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	1
عوامل اقتصادی	11	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	1
سرمایه فرهنگی	12	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	1
سرمایه اجتماعی		1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	9,10,11,12,13	1

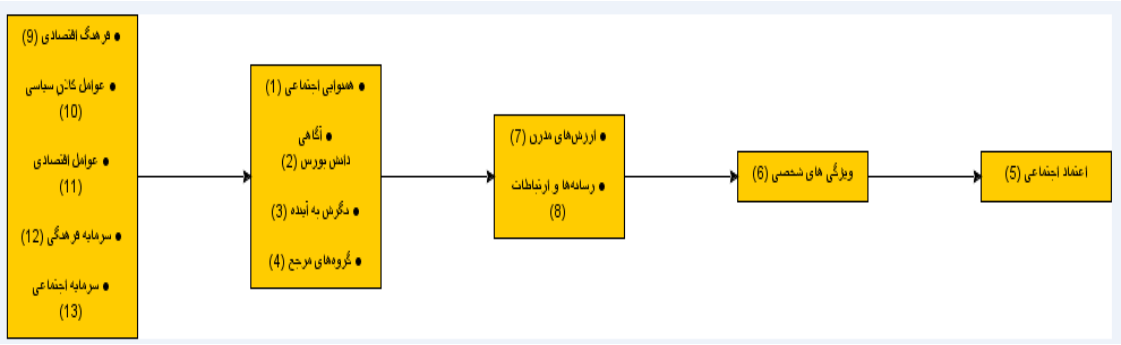
به تعیین سطح متغیرها رسید. در این مرحله، مجموعه خروجی (مجموعه دستیابی[1]/ دریافتی) و نیز مجموعه ورودی (مجموعه پیش‌نیاز/ مقدماتی) برای هریک از متغیرها از روی ماتریس دستیابی سازگارشده استخراج شد. مجموعه خروجی برای یک متغیر خاص، عبارت است از خودِ آن متغیر به انضمامِ سایر متغیرهایی که از آن تأثیر می‌پذیرند و مجموعه ورودی برای هر متغیر شامل خود آن متغیر است به انضمام سایر متغیرهایی که بر آن تأثیر می‌گذارند. نتیجه نهایی این مرحله، در جدول شماره ٦ مشاهده می‌گردد[2]:

جدول٦. تعیین سطح متغیرهای تحقیق

برای رسم مدل و جایگذاری سطوح متغیرهای تحقیق از خروجی نرم افزار ISM استفاده شده است. مدل به دست آمده از تحلیل این نرم افزار سطوح متغیرهای تحقیق را به شکل زیر نشان می دهد.

1. Reachability Set

۲. لازم به ذکر است که در این جدول مجموعه ورودی و خروجی و مشترک مربوط به اولین دور و خروجی نهایی ۵ مرحله در ستون آخر ذکر شده است.



شکل ۱. سطوح اثر گذاری متغیرهای موثر بر مشارکت مردم در بازار بورس اوراق بهادار

در مورد این مدل در قسمت نتیجه گیری به صورت کامل توضیح داده خواهد شد. در اینجا فقط به ذکر این نکته اکتفا می شود که در اینگونه مدل ها متغیرهای سطوح پایینتر(از چپ به راست) روی متغیرهای ستون بالاتر اثر می گذارند ضمن اینکه این پیش فرض وجود دارد که متغیرهای هر سطر نیز با هم دارای هم کنشی هستند.آخرین مرحله از تحلیل مدلسازی ساختاری تفسیری تعیین قدرت نفوذ و وابستگی متغیرهاست چرا که شناسایی و طبقه‌بندی متغیرهای کلیدی، امری ضروری برای توسعه سیستم مورد مطالعه محسوب می‌شود. در این مرحله با استفاده از نرم افزار MICMAC قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر محاسبه شده است. روند کار در این نرم افزار به این صورت است که جمع سطری مقادیر در ماتریس دست‌یابی نهایی برای هر عنصر بیانگر میزان نفوذ و جمع ستونی نشانگر میزان وابستگی خواهد بود. عواملی که در سطوح پایین‌تر مدل قرار دارند به دلیل دارا بودن قدرت پیش برندگی بیشتر به عنوان عوامل هادی و عواملی که در سطوح بالاتر قرار دارند به دلیل وابستگی به عوامل هادی، پیرو محسوب می‌شوند (آگاروال و همکاران، ۲۰۰۷). بر اساس قدرت نفوذ و وابستگی، چهار گروه (خوشه) از عناصر قابل شناسایی خواهند بود:

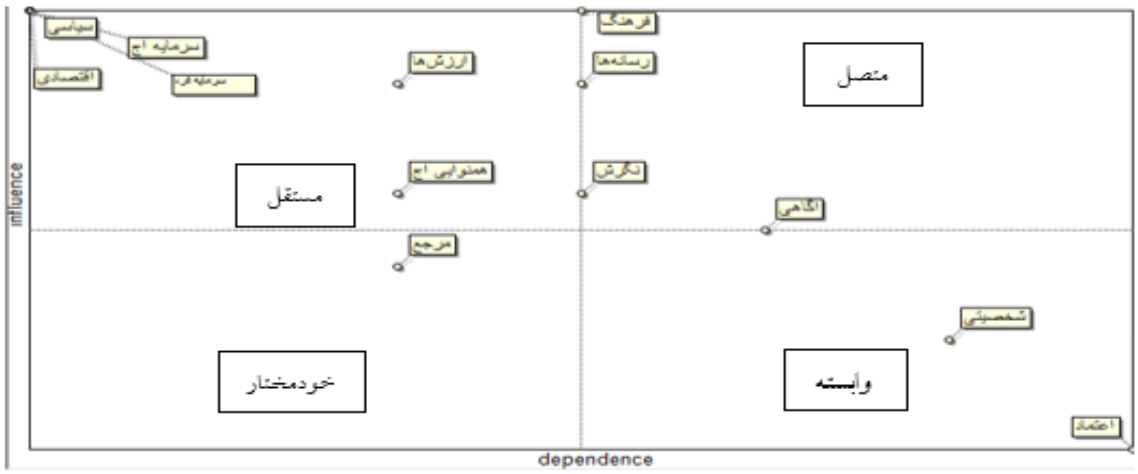
خود مختار: عواملی که دارای قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف می‌باشند (ناحیه ۱)

وابسته: عواملی که دارای قدرت نفوذ کم ولی وابستگی شدید می‌باشند (ناحیه ۲)

متصل (پیوندی): عواملی که دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیاد هستند (ناحیه ۳)

مستقل: عواملی که دارای قدرت نفوذ قوی ولی وابستگی ضعیف می‌باشند (ناحیه ٤)

همان‌گونه که در شکل زیر مشاهده می‌شود، مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل کلان سیاسی، ارزش‌ها و همنوایی اجتماعی در منطقه‌ی «مستقل» قرار گرفتند. مؤلفه‌ی گروه های مرجع در منطقه «خودمختار» و مؤلفه‌های ویژگی های شخصیتی و اعتماد در منطقه «وابسته» مشاهده می‌شوند. همچنین، سه مؤلفه‌ی فرهنگ اقتصادی، رسانه ها و نگرش در مرز منطقه «متصل» و «مستقل» هستند. متغیر آگاهی نیز در مرز میان منطقه «متصل» و «وابسته» قرار گرفته است.



شکل ۲. خروجی نرم افزار میک مک برای نمایش قدرت نفوذ و وابستگی متغیرها

بحث و نتیجه گیری

چنانکه توضیح داده شد امروزه رسیدن به سطح بالایی از توسعه یافتگی به عنوان هدف مطلوب بسیاری از کشورها از جمله ایران در سایه انباشت سرمایه و وجود بازارهای مالی قدرتمند امکان پذیر است. این بازار مالی که در مجموع متشکل از بازر پول و بازار سرمایه است نقش بی بدیلی در وضعیت اقتصادی کشورها بازی می کند. بر اساس تحلیل های انجام شده در این تحقیق می توان چنین قضاوت کرد که جریان کلی تحلیل ها نشان می‌دهد آنچه سطح زیر بنایی وضعیت مشارکت مردم در بازار بورس را تعیین می کند عوامل ساختاری است. یعنی عواملی که خارج از اراده و کنترل افراد بوده و خود را به افراد تحمیل می کنند و با اجباری که ایجاد می کنند در مشارکت یا عدم مشارکت مردم نقش آفرینی می کنند. هر چند در کل این تحقیق بنا بر این بوده است که متغیرهای اقتصادی نظیر وضع تورم، وضعیت بازارهای موازی، قیمت عمومی کالا ها و ... دیده نشود ولی آنچه به وضوح چه در بررسی ادبیات موضوع و چه در نظر نخبگان خود را نشان داد حکایت از این داشت که به هیچ عنوان نمی توان نقش این عوامل را نادیده گرفت. به هر حال نویسندگان این تحقیق تلاش کردند با در پرانتز گذاشتن عوامل اقتصادی صرف، نقش عوامل غیر اقتصادی را بررسی نمایند.

بر اساس نتایج حاصل از مدلسازی ساختاری تفسیری در بنیادی ترین سطح عوامل مرتبط با موضوع تحقیق، عوامل کلانی قرار می گیرند که عبارتند از: فرهنگ اقتصادی مردم، عوامل کلان سیاسی، عوامل اقتصادی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی. با رجوع به ادبیات نظری تحقیق می توان نتیجه گرفت ته نشست های فکری و حافظه تاریخی مردم ایران از فعالیت های اقتصادی در قالب فرهنگ اقتصادی می تواند به عنوان یک متغیر بسیار اثر گذار بر مشارکت و یا عدم مشارکت مردم در بازار بورس اثر گذار باشد. ویژگی هایی چون آماده خواری، علاقه مندی به کسب سود زیاد بدون داشتن فعالیتی خاص، روحیه رانت خواری و روی آوری به اقتصاد دلالی و ... و نیز عدم امنیت اقتصادی به خاطر تورم بالا ، تمرکز گرایی اقتصاد دولتی و در کنار آن وجود نوعی اقتصاد حکومتی که مانع از تثبیت و کارآیی قوانین می شود

همگی به نوعی باعث شده است که مردم به بازار بورس روی بیاورند و عمدتا بدون کسب دانش لازم و با اتکا به سیگنال های اطلاعاتی از مراجع رسمی و غیر رسمی مختلف به دنبال کسب سود باشند.علاوه بر موارد فوق عوامل سیاسی نیز نقش موثر و پایه ای در گرایش مردم به بازار بورس داشته اند: بی اعتمادی به بانک ها و صندوق های مالی بویژه تجربه اختلاس های متعدد در ایران و معوقات بانکی بسیار بزرگ از یک سو موجب بی اعتمادی به نظام بانکی شده است و از سوی دیگر با سرمایه گذاری ارگان های سیاسی(بویژه دولت) برای تشویق مردم به سرمایه گذاری در بازار بورس و نیز با توجه به شعارهای سال سنوات گذشته در خصوص جهش تولید و امید به بهبود فعالیت های اقتصادی فضای روشنی را با مشارکت در بازار بورس به روی مردم باز کرده است. یافته های این تحقیق در خصوص تاثیر عوامل سیاسی بر مشارکت در بازار بورس با یافته های ابراهیمی سرو علیا و همکاران(۱۳۹۵) همخوانی دارد و آنرا تایید می کند.در کنار این موضوع جایگاه طبقات اقتصادی افراد و وجود نقدینگی سرگردان در بسیاری از اعضای جامعه و بویژه طبقات سطح متوسط و بالاتر و نیز ملزومات بازار بورس به عنوان یک شغل کامل در کنار شغل اصلی افراد بعلاوه تجربه زیسته مردم ایران در خصوص مضرات نگهداری پول و لزوم تبدیل آن به کالا و یا اوراق مالی معتبر و نیز حمایت بسیار جدی نظام اقتصادی از بازار بورس بویژه در یکسال گذشته سبب شده است نگاه اقتصادی خاصی در مردم شکل بگیرد که در این تحقیق تحت عنوان عوامل اقتصادی دسته بندی شدند و در کنار سایر عواملی که قبل از این گزارش شدند بر مشارکت مردم در بازار بورس اثر گذار باشند.در کنار سه متغیر زیر بنایی فوق سرمایه اجتماعی و نیز سرمایه فرهنگی افراد نیز از دیگر متغیرهای زیر بنایی موثر در موضوع این تحقیق هستند که از سوی نخبگان شناسایی و مطرح شدند. داشتن تحصیلات به عنوان یکی از مولفه های سرمایه فرهنگی می تواند زمینه ساز فهم و درک بیشتر مردم از مکانیسم بازار سرمایه باشد و آنها را به سمت این بازار تشویق نماید. همچنین داشتن فراغت از کار و زمان کافی برای پرداختن به دغدغه های غیر معیشتی که عمدتا در گروه هایی با سرمایه فرهنگی بالاتر وجود دارد می تواند زمینه ساز حضور مردم در بازار سرمایه باشد.در عین حال سرمایه اجتماعی افراد نیز با ایجاد مولفه هایی مثل گستره شبکه های اجتماعی و ارتباطات میان فردی(بویژه ارتباط با کسانی که در بازار بورس فعالیت دارند)، وجود زمینه های مناسب برای مشارکت در فعالیت های مدنی و حوزه عمومی، مشارکت در فعالیت های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و مذهبی و به تبع آن کسب احساس امنیت بیشتر در جامعه و نیز امکان تسهیم اطلاعات با افراد مطلع در بازار بورس از دیگر متغیرهایی است که نخبگان به اثر گذاری آن به عنوان یک متغیر زیربنایی اشاره کرده اند.علاوه بر موارد فوق عوامل دیگری هستندکه صبغه روانشناسی اجتماعی دارند در واقع عوامل تحت تاثیر جایگاه افراد در گروه های اجتماعی و روابط آنها با اطرافیان خود و نیز بر حسب موقعیت آنها در بین این گروه ها عمل می کنند. عوامل استخراج شده در این سطح عبارتند از: همنوایی اجتماعی، آگاهی و دانش بورسی، گروه های مرجع و نیز نگرش به آینده. در خصوص بازار بورس نیز این وضعیت به خوبی دیده می شود چنانکه بر اساس آمار ارایه شده از سوی کارگزاری های بورس ایران و سازمان بورس ایران می توان به روند تصاعدی افراد برای حضور در بازار بورس اشاره کرد. چنانکه در یکسال گذشته این آمار با روند افزایشی بسیار سریعی روبرو بوده

است. این روند را می توان تا حد زیادی ناشی از همنوایی و همرنگی مردم و تقلید آنها از یکدیگر دانست. این روند افزایشی به حدی است که می توان گفت یک مد اجتماعی برای حضور در بورس و داشتن کد بورسی شکل گرفته است. در سطحی بالاتر از عواملی که بحث شدند نخبگان این تحقیق ارزش های مدرن و نیز رسانه ها و ارتباطات را به عنوان عوامل اثرگذار در مشارکت مردم تشخیص داده اند. رشد و گسترش مادی گرایی و نیز توجه مردم به کسب ثروت و همچنین پی گیری نفع شخصی و فردگرایی که از ملزومات زندگی مدرن امروزی است افراد را به پی گیری راه های کسب منافع مادی بیشتر از قبل تشویق می کند. وجود انگیزه های فردگرایانه و مادی قوی از یک سو و از سوی دیگر وضعیت بازر های مالی مختلف در ایران و محدودیت های خاص هر کدام می تواند مشوقی بسیار قوی برای ورود به بازار بورس باشد. در کنار موضوع زیر ساخت ها و امکان ارتباط دیجیتال باید به وضعیت تبلیغات و اطلاع رسانی و نیز شبکه های اجتماعی اشاره کرد که توانسته اند در ایجاد همنوایی و همرنگ کردن مردم و تشویق آنها به بازر بورس اثر گذار باشند. چنانکه در این تحقیق ملاحظه شد در دومین سطح عوامل اثر گذار در بازار بورس همنوایی و همرنگی اجتماعی دیده شد. بی شک رسانه های ارتباطی با ابزار های تبلیغاتی و نیز شبکه های اجتماعی مجازی در بروز این همنوایی بسیار اثر گذار بوده اند. چنانکه آمارها نشان می دهد بسیاری از ایرانیان امکان اتصال به اینترنت و نیز لوازم مرتبط با آن را دارند و در بسیاری از شبکه های اجتماعی عضو هستند. بسیاری از این شبکه ها نظیر فیسبوک، اینستاگرام، تلگرام، واتس آپ و... نه تنها ابزار ارتباطی هستند بلکه زمینه مناسبی را فراهم نموده اند تا فعالان بازار بورس بتوانند با یکدیگر آشنا شده و به ارایه خدماتی نظیر آموزش، خرید و فروش، سبدگردانی و غیره، اقدام کنند.این یافته تحقیق با یافته های فرخی استاد و همکاران (۱۳۹۵) همسو است و به مانند آنها نشان می دهد که شبکه های اجتماعی ضمن امکان اطلاع رسانی می تواند در شکل گیری رفتار توده ای سرمایه گذاران بورس موثر باشد.در بالاترین سطح(به تعبیری کم اثرترین سطح) دو متغیر اعتماد اجتماعی و ویژگی های شخصی به عنوان عوامل موثر در مشارکت مردم در بازار بورس از سوی نخبگان تشخیص داده شدند. اعتماد اجتماعی به عنوان یک مقوله کلی با در بر داشتن ابعادی چون اعتماد به دولت، اعتماد به نظام سیاسی، اعتماد به نهادهای تخصصی، اعتماد به بازار بورس، ثبات در قوانین بازار بورس می تواند نقش پر رنگی در مشارکت و یا عدم مشارکت مردم در این بازار داشته باشد. این یافته با یافته های گریف (۱۹۹٤)، بیاتکوفسکی و همکاران (۲۰۱۲) و طهرانی (۱۳۸۵) منطبق است و بوضوح اثر اعتماد اجتماعی بر مشارکت در بازار بورس را نشان می دهد. همچنین نگرش مردم به بازار بورس و ریسک‌های آن، اعتقادات مذهبی و ریسک‌پذیری متغیرهایی هستند که نسبت به سایر عواملی که قبل از این ذکر شدند جنبه عاملیت گرای پر رنگ تری دارند. ریسک پذیری یا امکان مخاطره کردن از موضوعاتی است که به اعتقاد خلقیات پژوهان در ایرانیان کمتر دیده می شود. می توان دلیل این امر را اتفاقات تاریخی و اجتماعی که در ذهنیت تاریخی ایرانیان هست و نیز انواع ناامنی هایی که در سنوات مختلف تجربه کرده اند مرتبط دانست. در زمینه اقتصادی نیز سیستم مالی عمده کشور که مبتنی بر بانکداری بوده و دریافت سوده های تضمینی را برای ایرانیان فراهم کرده است موجب شده ریسک پذیری ایرانیان به لحاظ اقتصادی در سطح بالایی نباشد. اثر متغیر ریسک پذیری

که در این تحقیق خود را نشان داده است با یافته های ابراهیمی سرو علیا و عظیمی(۱۳۹٦) همخوانی دارد.در کنار روحیه ریسک پذیری می توان به اعتقادات مذهبی افراد و تاثیر آن بر ورود به فعالیت های بازار سهام اشاره کرد. این یافته با یافته های ناظمی اردکانی(۱۳۹۰) همسو هست. البته باید گفت فراوانی اشاره به این متغیر در بین مصاحبه شوندگان بسیار اندک بوده است و دلیل معنادار شدن اثر آن را می توان در این دید که این متغیر ذیل متغیر نگرش مردم به بازار بورس قرار گرفته است. با این حال شواهدی وجود دارد که نشان می دهد اعتقادات مذهبی افراد در خصوص مباحثی چون ربا، قمار و نیز احکام فعالیت های اقتصادی(که البته می تواند ناشی از اطلاعات ناقص یا نادرست آنها باشد) در این زمینه بی تاثیر نیست. تحلیل «میک مک» داده ها نیز نشان داد دو متغیر اعتماد و ویژگی های شخصیتی در خوشه وابستگی قرار می گیرند یعنی حضور آنها منوط به حضور سایر متغیرها هست و متغیرهای مهم اثر گذار در این تحقیق بر اساس این تحلیل متغیرهای ساختاری چون عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، ارزش های اجتماعی، همنوایی اجتماعی، سرمایه اجتماعی و فرهنگی هستند که خود متاثر از عوامل دیگری نیستند و می توانند روی سایر عوامل مشارکت مردم در بازار بورس اثرگذار باشند.با توجه به جایگاهی که متغیر گروه های مرجع که در محور مختصات به خود اختصاص داده است می توان نتیجه گرفت که این متغیر قابلیت اثر گذاری روی سایر متغیرها را دارد. ناحیه متصل یا پیوندی مختص عواملی است از که قدرت نفوذ و میزان وابستگی بالایی برخوردارند و ضمن تاثیرگذاری بالایی که دارند به مقدار زیادی از سایر عوامل نیز تأثیر می‌پذیرند. وجود عوامل چون فرهنگ اقتصادی، رسانه ها، نگرش و آگاهی(دانش بورسی) در این منطقه گویای این است که این عوامل علاوه بر تاثیر زیادی که بر مشارکت مردم در ورود به بازار بورس دارند خودشان از عوامل دیگری اثر می پذیرند. این تحلیل به نوعی خود را در تحلیل ISM نیز نشان داد به این صورت که متغیرهای مذکور در سطوح بینابینی عوامل استخراج شده قرار گرفتند یعنی از یکسو متاثر از برخی عوامل اساسی تر بوده و از سوی دیگر بر سایر عوامل که از وابستگی زیادتری برخوردار بودند اثر می گذارند. در مجموع یافته های این تحقیق با یافته های حسن نژاد و شمس(۱۳۹۵) هماهنگ است. ایشان نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند تبلیغات و اطلاع رسانی در مورد بازار بورس، ایجاد دانش مقدماتی در خصوص بورس و سرمایه گذاری نزد مردم، تسهیم اطلاعات و مشارکت میان اعضای خانواده، حضور فعال گروه های مرجع در بازار سرمایه، ترجیحات شخصی و اولویت های سیاسی افراد و جامعه، پویایی های اجتماعی میان افراد جامعه و نهایتا نحوه نگرش و تلقی مردم از بازار سرمایه و ریسک های آن از زمره عوامل اجتماعی و فرهنگی هستند که می توانند مشوق حضور مردم در بازار سرمایه باشند (کاستیا و تورستیلا[1]، ۲۰۱۱؛ براون و تایلور[2]، ۲۰۱۰؛ گنگ[3]، ۲۰۰۹؛ هیل[4]، ۱۹۹۷؛ حسن نژاد و شمس، ۱۳۹۵). همچنین یافته های این تحقیق در خصوص اثر فرهنگ اقتصادی و نیز اعتقادات مردم بر مشارکت در بازار بورس یافته های ناظمی اردکانی(۱۳۹۰) را تایید می کند.

ملاحظات اخلاقی: در انجام این پژوهش، موازین اخلاقی مدنظر بوده اند. تمامی نمونه ها با آگاهی و رضایت خاطر

1. Kaustia & Torstila
2. Brown & Taylor
3. Geng
4.Hill

در تحقیق شرکت کرده اند و طبق تعهد، اطلاعات آنان، نزد نویسندگان، محرمانه و به امانت نگه داشته شده‌اند.

تقدیر و تشکر: این پژوهش ماحصل پایان نامه کارشناسی ارشد نویسنده سوم است. نویسندگان لازم می‌دانند از کلیه متخصصین جامعه شناس و اقتصاددان فعال در بازار بورس اوراق بهادار که با مشارکت و همدلی خود انجام این پژوهش را ممکن ساختند، تقدیر و تشکر کنند.

تضاد منافع: نویسندگان مقاله، هیچ‌گونه تضاد منافع ندارند.

منابع فارسی

ابراهیمی سروعلیا، محمدحسن.، عظیمی، ماشاءالله. (۱۳۹٦). بررسی روش های نوین تأمین مالی در تعاونی های ایران (رویکردی کیفی). *بورس اوراق بهادار*، ۳۸، ۸۸-۵۵.

ازکیا، مصطفی.، غفاری، غلامرضا .(۱۳۸۰). بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در نواحی روستایی شهر کاشان. *نامه علوم اجتماعی*، ۱۷(۱۷)، ۳۱-۳.

استونز، راب. (۱۳۸۱). متفکران بزرگ جامعه شناسی. ترجمه مهرداد میردامادی. تهران: نشر مرکز.

باقری، مرضیه.، ازکیا، مصطفی.، موسایی، میثم .(۱٤۰۲). تحلیل جامعه شناختی عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر رفتار سرمایه گذاری سهامداران در بازار بورس تهران. *فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی*، ٤۳، ۳۵۱-۳۸۱.

بهزاد، داوود. (۱۳۸٤). تحلیل نظری سرمایه اجتماعی در پیشگیری از آسیبهای اجتماعی. مجموعه مقاله های نخستین سمپوزیوم سرمایه اجتماعی ورفاه اجتماعی دانشگاه علوم بهزیستی وتوانبخشی. تهران.

بهشتی، سید صمد.، کهنسال خوب، احسان. (۱۳۹۸). تبیین جامعه‌شناختی وضعیت اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن موردمطالعه: شهر دهدشت. *پژوهش های جامعه شناسی معاصر* ، ۸(۱٤)، ۲۸۲-۲٦۱.

https://doi:10.22084/csr.2019.17187.1532

حسن نژاد، محمد.، شمس، شهاب الدین. (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر مشارکت مردم در بازار سرمایه ایران. *فصلنامه بورس اوراق بهادار*، ۳٤، ۱۰٦-۷۷.

خوشنود، مهدی.، وکیلی فرد، حمیدرضا.، فروغ نژاد، حیدر . (۱۳۹۲). ارزیابی رفتارهای سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران با روش فرایند تحلیل شبکه ای. مدیریت دارایی و تامین مالی، ۱(۲)، ۳٤-۱۹.

https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23831170.1392.1.2.3.1

ریتزر، جورج.(۱۳۷٤). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی.

سازکار یزدی، آزاده. (۱۳۹۵). مهم‌ترین عوامل موثر بر بورس تهران. دنیای اقتصاد، شماره ۳۸۳۵.

شاردن، ژان. (۱۳۷٤). سفرنامه شاردن. ترجمه اقبال یغمایی. تهران: انتشارات توس.

طهرانی، اشرف. (۱۳۸۵). بررسی رابطه اعتماد بیش از حد سرمایه گذاران انفرادی و حجم مبادلات آنها در بورس اوراق بهادار تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تهران، تهران.

فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم: انتشارات صبح صادق.

فاضلی، محمد. (۱۳۸٤). جامعه شناسی مصرف موسیقی. فصلنامه مطالعات فرهنگی، ۱(٤)، ۵۳-۲۷.

فرخی استاد، مجتبی.، علی صوفی، مهدیه.، فرخی استاد، مصطفی. (۱۳۹۵). ارزیابی اثر حمایت مجازی در ایجاد رفتار توده وار (معاملات سهام) در بورس اوراق بهادار تهران. بورس اوراق بهادار، ۳۳، ۲٤-۵.

کریمی، جلیل.، احمدی، وکیل، قلی‌پور، سیاوش. (۱۳۹۹). تحلیلی جامعه‌شناختی از سرمایه اجتماعی در شهر کرمانشاه. پژوهش های جامعه شناسی معاصر، ۹(۱٦)، ۹۱-٦۱.

https://doi: 10.22084/csr.2020.19943.1703

کوئن، بروس. (۱۳۷۲). مبانی جامعه شناسی. ترجمه غلامعباس توسل و رضا فاضل. تهران: انتشارات سمت.

گیبینز، جان.، ریمر، بو. (۱۳۸۱). سیاست پست مدرنیته. ترجمه منصور انصاری. تهران: گام نو.

متفکرآزاد، محمدعلی.، اصغرپور، حسین.، موسویان، سیدعباس.، رنج پور، رضا.، امینی خوزانی، محسن. (۱۳۹۷). تاثیر عوامل فرهنگی اجتماعی بر مشارکت در بورس با تبیین نقش میانجی اعتماد (مطالعه موردی: بورس اوراق بهادار ایران). دانش مالی تحلیل اوراق بهادار (مطالعات مالی)، ۱۱(٤۰)، ۸۰-٦۵.

ناظمی اردکانی، مهدی. (۱۳۹۰). درآمدی بر مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی کشور. تهران: آوای نور.

References

Agarwal, A., Shankar, R. & Tiwari, M. K. (2007). Modeling agility of supply chain. *Industrial Marketing Management*, 36, 443-457.
https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.12.004

Azkia, M. & Ghafari, G. (2001). Investigating the relationship between trust and social participation in rural areas of Kashan city. *Letter of Social Sciences*, 17(17), 3-31. [In Persian]

Bagheri, M., Azkia, M. & Mousai, M. (2023). Sociological analysis of socio-economic factors affecting the investment behavior of shareholders in Tehran Stock Market. *Islamic Economics & Banking*, 12(44), 351-381 [In Persian]

Becker, L. & Seligman, C. (1981). Welcome to the energy crisis. *Journal of Social Issues*, 37(2), 1-7.
https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1981.tb02623.x

Beheshti, S. S. & Kohansal Khoob, E. (2019). Sociological explanation of social trust status and its influencing factors, case study: Dehdasht. *Journal of Contemporary Sociological Research*, 8(14), 261-282. [In Persian]
https://doi:10.22084/csr.2019.17187.1532

Behzad, D. (2005). Theoretical analysis of social capital in preventing social harms. The first symposium on social capital and social welfare. Tehran: University of Welfare and Rehabilitation Sciences. [In Persian]

Białkowski, J., Etebari, A. & Wisniewski, T. P. (2012). Fast profits: Investor sentiment and stock returns during Ramadan. *Journal of Banking & Finance*, 36, 835-845.
https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2011.09.014

Brohmann, B., Cames, M. & Gores, S. (2009): Conceptual framework on consumer behaviour – with a focus on energy savings in buildings. available at: https: idealepbd.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=14&lang=en

Brown, S. & Taylor, K. (2010). Social interaction and stock market participation: Evidence from British panel data. *IZA Discussion Paper*, 4886, 1-28

Cohen, B. (1993). *Foundations of sociology*. (G. Tavassoli & R. Fazel, Trans.). Tehran: Samt Publication. [In Persian]

Ebadpoor, B., Ebrahimi Sarvolia, M. H., Babajani, J. & Hanafizadeh, P. (2019). A study of cultural, social and psychological factors influencing individual investors' behavior in stock exchange. *Organizational Culture Management*, 17(3), 445-467. [In Persian]
https://doi: 10.22059/jomc.2019.243188.1007352

Ebrahimi Sarvolya, M.H. & Azimi, M. (2017). Investigating modern financing methods in Iranian cooperatives (A qualitative approach). *Journal of Securities Exchange*, 38, 55-88. [In Persian]

Farrokhi Ostad, M., Ali Soufi, M. & Farrokhi Ostad, M. (2016). Evaluating the effect of virtual support on the creation of herding behavior (stock trading) in the Tehran stock exchange. *Journal of Securities Exchange*, 9(33), 5–24. [In Persian]

Fazeli, M. (2003). *Consumption and lifestyle*. Qom: Sobh-e Sadegh Publication. [In Persian]

Fazeli, M. (2005). *Sociology of music consumption*. Cultural Studies & Communication, 1(4), 27-53. [In Persian]

Fornas, J. & Goran, B. (1995). *Youth culture in late modernity*. London: Sage Publication.

Geng, L. (2009). *Information sharing and stock market participation: Evidence from extended families*. Available at: federalreserve.gov/pubs/feds/2009/200947/200947pap.pdf

Gibbins, J. R. & Reimer, B. (2002). The politics of postmodernity. (M. Ansari, Trans.). Tehran: Gam-e No Publication. [In Persian]

Greif, A. (1994). Cultural beliefs and the organization of society : A historical and theoretical reflection on collectivist Institutions ist societies. *Journal of Political Economy*, 102(5), 912-950.
https://doi.org/10.1086/261959

Hasannejad, M. & Shams, S. (2016). The survey of factors influencing public participation in the Iranian capital market. *Journal of Srcurities Exchange*, 9(34), 77-106. [In Persian]

Hill, C. A. (1997). *The political determinants of investors' behavior*. Wienna: Uniwin University.
https://doi:10.22084/csr.2020.19943.1703

Karimi, J., Ahmadi, V. & Ghpolipoor, S. (2020). A sociological analysis on social capital in Kermanshah. *Journal of Contemporary Sociological Research*, 9(16), 61-91.[In Persian]

Kaustia, M., Torstila, S. (2011). Stock market aversion? Political preferences and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, (100), 98-112.
https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2010.10.017

Kaustia, M., Conlin, A. & Luotonen, N. (2023). What drives stock market participation? The role of institutional, traditional, and behavioral factors. *Journal of Banking & Finance*, 48, 1-21.

https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106743

Khoshnood, M. , Vakilifard, H. & Foroughnejad, H. (2013). Evaluation investor's behavior in Tehran Stock Exchange with analytic network process (ANP). *Journal of Asset Management and Financing*, 1(2), 19-34. [In Persian]

https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23831170.1392.1.2.3.1

Motfaker Azad, M. Asgharpour, H. Mousavian, S., Ranjpour, R. & Amini Khouzani, M. (2019). The influence of socio-cultural factors by role of mediator trust on participation in the stock (Case study: Iran stock market). *Financial Knowledge of Security Analysis (Financial Studies)*, 11(40), 65-80. [In Persian]

Nazemi Ardakani, M. (2011). *An introduction to the engineering of culture and cultural engineering of the country*. Tehran: Avaye Nour Publication. [In Persian]

Ng, A., Ibrahim, M. H. & Mirakhor, A. (2015). Ethical behavior and trustworthiness in the stock market-growth nexus. *Research in International Business and Finance*, *33*, 44-58.

Ritzer, G. (1995). Contemporary sociological theory. (M. Solaci, Trans.). Tehran: Elmi Publication. [In Persian]

Sazekar Yazdi, A. (2016). The most important factors affecting the Tehran stock exchange. Donya-e-Eqtesad, No 3835. [In Persian]

Stones, R. (2002). Great sociological thinkers. (M. Mirdamadi, Trans.). Tehran: Markaz Publication [In Persian]

Tehrani, A. (2006). Investigating the relationship between individual investors' overconfidence and their trading volume on the Tehran stock exchange. Master thesis, University of Tehran, Tehran. [In Persian]