

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

استادیار گروه 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 گردآوری 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.

واژه های 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 پژوهش‌های 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، ۲۰۱۰). بیشتر نظریه‌های مالی فرض می‌کنند که سرمایه‌گذاران منطقاً به افزایش سرمایه خود می‌اندیشند و به نشانه‌های مالی توجه می‌کنند. افراد در تصمیم‌های مالی خود برای ارزیابی هر تصمیم، دارای بستر فرهنگی خاصی می‌باشند 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 نینجامد (ریچارد، تالر، ۱۹۹۹).^۱ نقشی که فرهنگ در رفتار انسان ایفا می‌کند، یکی از مهم‌ترین مفاهیمی است که در علوم رفتاری وجود دارد. در دو دهه گذشته مطالعات زیادی درباره ارتباط فرهنگ ملی و به کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات انجام گرفته است. تفاوت‌های فرهنگی ممکن است بر اعتماد اثر گذارد. بدین معنی که برقراری ارتباط بین فرهنگ‌های متفاوت مستلزم وجود اعتماد است. معروف ترین مطالعه در این زمینه، مطالعه هافستد است (ایلاگان، ۲۰۰۹: ۴). در زمینه بررسی تأثیر فرهنگ بر رفتار تصمیم‌گیری، الگوی فرهنگی هافستد^۲ مناسب ترین الگو است، چون الگوهای دیگر فرهنگی به فرهنگ داخلی سازمان اشاره دارند و به فرهنگ‌های ملی اشاره ای نکرده اند. ابعاد فرهنگ هافستد شامل فاصله قدرت، ابهام‌گریزی، فردگرایی در برابر جمع‌گرایی، مردگرایی در برابر زن‌گرایی است. از همین رو این تحقیق بر آن است تا درجه اهمیت عوامل از جمله فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و مردگرایی در مقابل زنگرایی را مشخص کند تا به سرمایه‌گذاران نوپا کمک نماید تا بر اساس شاخص‌هایی که سرمایه‌گذاران باتجربه از آن استفاده می‌کنند، تصمیم‌گیری نمایند. ضرورت انجام پژوهشی نیز در حوزه سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار به دلیل توسعه و پیچیدگی روزافزون معیارهای تصمیم‌گیری، پیشرفت مستمر فن‌آوری، افزایش حجم فعالیت‌ها، کمبود منابع، افزایش رقابت و وجود انواع خطرات تهدیدکننده اهداف و سیاستهای مالی شخصی، سبب شده تا ذهن سرمایه‌گذاران به مسایل بی‌شماری معطوف شده و کنترل مسایل محیطی، غیرممکن شود. به همین دلیل، نیاز به داشتن یک چارچوب سنخ‌شناسی اثربخش به عنوان جزئی لاینفک از سیستم تصمیم‌گیری مورد توجه جدی قرار گرفته است. هدف از انجام این پژوهش، سنخ

شناسی و بررسی چارچوب فضای فرهنگی حاکم بر تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران حقیقی مورد استفاده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد که مسأله اصلی در آنها ارزیابی سبک‌های تصمیم‌گیری است. این تحقیق در تلاش است که نشان دهد مدل تصمیم‌گیری‌های مالی سرمایه‌گذاران در قالب چارچوب فرهنگی هافستد راهنمایی کلی ارائه می‌نماید، و جزئیات آن بر عهده خود سرمایه‌گذاران می‌باشد.

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 شیوه 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، ۱۹۷۳).

الوسون (۲۰۰۲) معتقد است مفهوم فرهنگ از پارادایم ساختاری- کارکردی حاکم بر حوزه انسان‌شناسی 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 حمایت رهبری بیان می‌کند.

استیفن رابینز بیان می‌کند 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 محافظه‌کار باشند. براساس همین ویژگی‌ها می‌توان نگرش‌ها و رفتارهای کسانی را که درون این سازمان‌ها هستند، پیش‌بینی نمود.

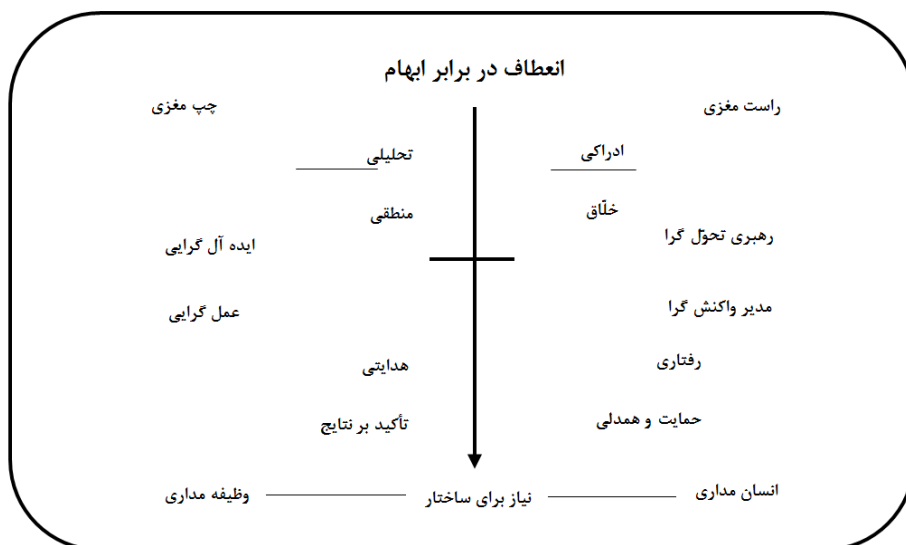
چارچوب فرهنگی هافستد نتیجه‌ی تحلیل عاملی انجام شده بر روی یک نظرسنجی جهانی درباره‌ی سیستم ارزش کارکنان در IBM بین سال‌های ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۳ بود. این نظریه

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 عمیقاً 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. فاصله‌ی قدرت نشان می‌دهد مردم جامعه تا چه حد حاضرند نابرابری در توزیع قدرت در سازمان‌های خود را تحمل کنند. افراد در فرهنگ‌های با فاصله‌ی قدرت بالا، سلطه و اقتدار را راحت‌تر از کسانی می‌پذیرند که در فرهنگ‌هایی با فاصله‌ی قدرت پایین زندگی می‌کنند. در فرهنگ‌هایی با فاصله‌ی قدرت پایین، برابری طبقات و برابری افراد، ارزش محسوب می‌شوند در پژوهش‌های آدایا (۲۰۰۸) مشخص شد در کشور هند متغیر فاصله‌ی قدرت با تصمیم به خرید رابطه‌ی مستقیم دارد. در حالی که در استرالیا متغیر فاصله‌ی قدرت با خرید رابطه‌ی معکوس دارد. یکی از ابعاد فرهنگی که بر رفتار خرید اینترنتی تأثیر می‌گذارد، فردگرایی در برابر جمع‌گرایی است. طبق نظر هافستد (۲۰۰۱) فردگرایی اشاره دارد به اینکه در یک فرهنگ تا چه حد از افراد انتظار می‌رود به طور مستقل از دیگر اعضای جامعه فعالیت کنند. به عبارت دیگر، تمایل افراد به حفاظت از منافع خود و خانواده‌شان. جمع‌گرایی عبارت است از تمایل افراد به وابستگی به گروه‌ها و اجتماعات و مراقبت از یکدیگر (هیئت‌سوجی، ۲۰۰۹). افراد فردگرا، خود و سپس، خانواده را مهمتر از جمع در نظر می‌گیرند. از طرف دیگر، در فرهنگ‌های جمع‌گرا، هماهنگی در گروه بالاترین اولویت را دارد و منفعت فردی نسبت به توسعه‌ی اجتماعی گروه اهمیت کمتری دارد. مردسالاری/ زن‌سالاری به میزان باور فرد درباره‌ی تمایز نقش‌های جنسیتی در جامعه اشاره دارد. افراد در جوامع مردسالار معتقدند نقش‌های زن و مرد باید مجزا و متمایز باشد. در این فرهنگ‌ها از مردان انتظار می‌رود جسور و پرخاشگر باشند و بر موفقیت مادی تأکید کنند و از زنان نیز انتظار می‌رود با حیا و حساس باشند و به کیفیت زندگی اهمیت دهند. ولی افراد معتقد به زن‌سالاری، به همپوشی و اشتراک نقش‌های جنسی باور دارند. افراد در فرهنگ‌های زن‌سالار به امنیت شغلی و محیط زندگی خود اهمیت می‌دهند. در مقابل، فرهنگ‌های مردسالار به پیشرفت در کسب و کار و رقابت اهمیت می‌دهند. یکی دیگر از ابعاد فرهنگی که ممکن است بر تصمیم‌گیری‌های مالی تأثیرگذار باشد، ابهام‌گریزی است. ابهام‌گریزی اشاره به راه‌هایی دارد که از طریق آن

جوامع انسانی آموخته‌اند عدم اطمینان را مدیریت کنند، که می‌توان آن را به دو دسته‌ی ابهام‌گریزی قوی و ضعیف تقسیم کرد. ابهام‌گریزی بر تمایل افراد برای پذیرش عدم اطمینان مؤثر است. افراد از فرهنگ‌هایی با سطح بالای ابهام‌گریزی کمتر تحمل عدم اطمینان را دارند و گرایش کمتری به خرید دارند. تحقیقات نشان داده‌اند افراد از فرهنگ‌هایی با سطح بالای ابهام‌گریزی در مقابل تغییر مقاومت بیشتری نشان می‌دهند، در حالی که افراد از فرهنگ‌های با سطح پایین ابهام‌گریزی از آینده‌ترسی ندارند و در مقابل تغییرات مقاومت کمتری نشان می‌دهند (هیئت‌سوجی، ۲۰۰۹).

تصمیم‌گیری عبارت است از انتخاب یک راه از میان راه‌های مختلف (امانی‌سازی و همکاران، ۱۳۹۰). تصمیم‌گیری، فرآیند اتخاذ تصمیم به منظور پیش‌بینی و انتخاب راه‌حلی برای مسائل احتمالی در آینده یا به منظور حل مسائل موجود می‌باشد (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۵). مدل‌های تصمیم‌گیری عبارت است از الگویی که از واقعیت گرفته شده و روابط بین متغیرها را نشان می‌دهد و می‌توان از آن برای پیش‌بینی در تصمیم‌گیری استفاده کرد این مدل‌ها شامل: مدل‌های تشریحی، مدل‌های شماتیک، مدل‌های فیزیکی، مدل‌های ریاضی و مدل‌های ادراکی می‌باشند.

سبک‌های تصمیم‌گیری راوو و مسن مدل سبک تصمیم‌گیری را نشان می‌دهد، محور عمودی نشان‌دهنده میزان تحمل و انعطاف در برابر پیچیدگی است و محور افقی علائق محیطی یا ارزش‌های فرد را نشان می‌دهد، افرادی که انعطاف‌پذیری کمتری در برابر پیچیدگی و عدم اطمینان دارند محیط را برحسب یک یا دو عامل مورد توجه 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 نشان‌دهنده توجه به مقوله‌های تکنیکی، فنی و وظیفه‌ای در برابر توجه به عوامل انسانی و انسان‌مداری می‌باشد. یک فرد ممکن است به عوامل فنی و کار توجه بیشتری داشته باشد و دیگری به عوامل انسانی و کارکنان و نیازهای آنان اهمیت می‌دهد.



شکل ۱ مدل سبک تصمیم گیری

فعالیت می کنند ، تطبیق دهند. هدف از این مقاله بررسی مسئله اصرار بر تعهد و چارچوب فرهنگی در یک محیط فرهنگی جدید در آلمان 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.

براساس نظر راوو و مسن و با توجه به عوامل فوق الذکر سبک های 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 پیامدهای منفی در گروه های منسجم داخلی با چشم انداز پیوند سرمایه اجتماعی متمرکز شده است و نشان دادند که هنجارها و فاصله 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

فرضیه تحقیق

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

- چه مشخصه‌های فرهنگی از سبک تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری افراد، بیان‌کننده بعد خاصی از چارچوب فرهنگی هافستد می‌باشد؟

جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل سرمایه‌گذاران فعال در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. نمونه پژوهش از طریق مراجعه در روزهای مختلف به تالار بورس به طور تصادفی انتخاب می‌گردد. که سرمایه‌گذاران مرتبط با مباحث مالی و سرمایه‌گذاری 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:

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

در این فرمول مهمترین پارامتری که نیاز به برآورد دارد S^2 است که همان واریانس نمونه اولیه است. مقدار $Z_{\alpha/2}$ 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 از پنج قسمت مساوی تشکیل شده و محقق متناسب با موضوع، تعدادی سؤال در اختیار پاسخگو قرار می‌دهد تا نظر خود را درباره آن مشخص نماید این طیف از قسمت‌های خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد و خیلی زیاد تشکیل شده است.

گاداواگالال^۸ (۲۰۰۹) در پژوهشی نقش فرهنگ در تجارت الکترونیک، نقش‌های اعتماد، ابهام‌گریزی، آشنایی با مسایل مالی و شهرت را به عنوان عوامل مؤثر بر ادراک گروه هدف برای تصمیم‌گیری مالی برجسته می‌کند نتایج نشان داد آشنایی و اعتبار درک شده مقدمه اصلی اعتماد به سرمایه‌گذاری است.

توفیقی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان «رابطه فرهنگ سازمانی با الگوی تصمیم‌گیری 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 تصمیم‌گیری به عنوان فرضیه اصلی است و ۶ مورد از فرضیه‌های فرعی نیز تایید گردیدند. از جمله درگیر شدن در کار و تصمیم‌گیری منطقی و شهودی، فرهنگ ماموریتی و تصمیم‌گیری سیاسی، فرهنگ سازگاری و تصمیم‌گیری سیاسی و شهودی و فرهنگ انعطاف‌پذیری و تصمیم‌گیری سیاسی. بین همه این متغیرها رابطه معنا داری وجود دارد.

اردشیر و کاظمی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان «تأثیر ابعاد ارزش‌های فرهنگی بر چسبندگی هزینه‌ها» انجام داده‌اند. هدف پژوهش آنها، بررسی تاثیر ابعاد ارزش‌های فرهنگی بر چسبندگی هزینه‌ها در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. این پژوهش، بر روی 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 هزینه‌ها تأثیر معناداری ندارند.

عباسی ریکانی و ایمانی برندق (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه بین فرهنگ با رفتار تصمیم‌گیری خرید و فروش سهام در بورس‌های منطقه‌ای منتخب اوراق بهادار در ایران» از نمونه شامل ۱۰۰ سهامدار برای دوره زمانی ۱۳۹۳ بررسی شده است. نتایج نشان داد بین فرهنگ و تیوری‌های رفتاری مورد استفاده سهامداران در تصمیم‌گیری آنها در خرید و فروش سهام رابطه وجود دارد.

واثقی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی ارتباط میان فرهنگ سازمانی و سبک‌های تصمیم‌گیری مدیران ادارات دولتی شهرستان اردبیل جامعه آماری تحقیق حاضر را کلیه مدیران ادارات دولتی شهرستان اردبیل تشکیل می‌دهند که تعداد آنها برابر ۲۸۵ نفر است. نتایج تحقیق نشان داد که بین فرهنگ سازمانی و مولفه‌های آن (فرهنگ مشارکتی، فرهنگ سازگاری، فرهنگ انطباق‌پذیری و فرهنگ ماموریتی) با سبک‌های تصمیم‌گیری مدیران رابطه معنی داری وجود دارد.

شیوه نمره گذاری و تفسیر

۱) پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد (۱۹۸۰) دارای ۱۴ 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 با امتیاز ۱، کاملاً مخالفم؛ امتیاز ۲ مخالفم؛ امتیاز ۳، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم؛ و امتیاز ۵، کاملاً 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 با امتیاز ۱، کاملاً مخالفم؛ امتیاز ۲ مخالفم؛ امتیاز ۳، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم؛ و امتیاز ۵، کاملاً موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۱۰ تا 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^۱ (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 امتیاز ۱، کاملاً مخالفم؛ امتیاز ۲ مخالفم؛ امتیاز ۳، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم؛ و امتیاز ۵، کاملاً 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 با امتیاز ۱، کاملاً مخالفم؛ امتیاز ۲ مخالفم؛ امتیاز ۳، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم؛ و امتیاز ۵، کاملاً 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 امتیاز ۱، کاملاً مخالفم؛ امتیاز ۲ مخالفم؛ امتیاز ۳، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم؛ و امتیاز ۵، کاملاً 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 با امتیاز ۱، کاملاً مخالفم؛ امتیاز ۲ مخالفم؛ امتیاز ۳، بی نظرم؛ امتیاز ۴، موافقم؛ و امتیاز ۵، کاملاً موافقم قرار دارد. امتیازات سوالات ۱۴ تا 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.

داده های این تحقیق کیفی هستند که در قالب پرسش نامه مطرح گردیده اند که برای تبدیل آنها به داده های کمی از طیف لیکرت به شرح زیر استفاده گردیده است که به آن طیف مجموعه نمرات هم گفته می شود.

(--)	(-)	(-+)	(+)	(++)
کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق
۱	۲	۳	۴	۵

پژوهش های کاربردی به منظور تعیین موارد استفاده عملی از دستاوردها و یافته های حاصل از پژوهش های پایه و تعیین راه ها و روش های جدید برای دسترسی به اهداف از پیش تعیین شده و مشخص انجام می شود و پژوهش های کاربردی ایده ها را تبدیل به "عمل" و "کاربرد" می نماید (طیبی و همکاران، ۱۳۸۸).

۲-۳- 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 پژوهش‌های شبه آزمایشی و از نوع پس‌رویدادی 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:

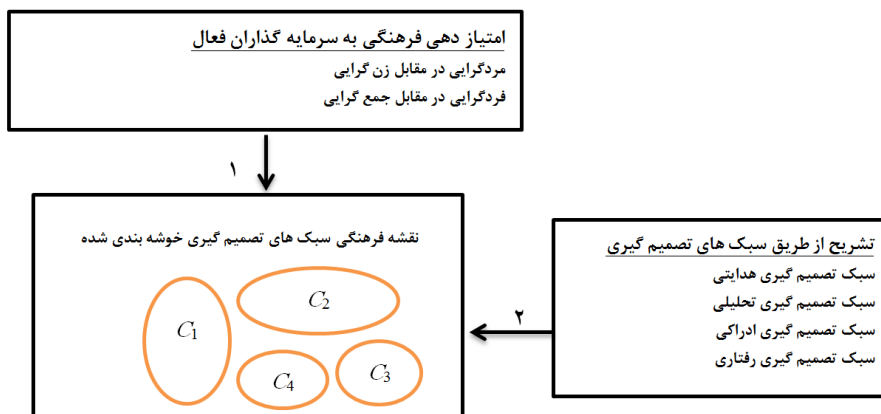
ابعاد فرهنگی: برای اندازه‌گیری ابعاد فرهنگی از پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد (۱۹۸۰) دارای ۱۴ گویه استفاده می‌شود که هدف اصلی آن بررسی ابعاد نگرش‌های فرهنگی (مردگرایی در مقابل زن‌گرایی و فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی) می‌باشد. متغیر وابسته:

سبک تصمیم‌گیری: برای اندازه‌گیری سبک تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران از پرسشنامه تصمیم‌گیری تحلیل سرمایه‌گذاری راو و منسون (۱۹۸۷) مشتمل بر ۱۸ پرسش و دارای ۴ بعد استفاده می‌شود.

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

به منظور تحلیل کیفی اطلاعات به ۳۰ عدد از سؤال‌های پرسشنامه، از طبقه‌بندی و سازمان‌دهی اطلاعات، درصد هر گزینه و درصد تجمعی و آماره‌های توصیفی (میان، میانگین، نما و انحراف معیار برای طبقه‌بندی سؤال‌ها استفاده می‌شود. برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، از

نرم افزارهای Excel ۲۰۱۳ و *Viscovery Somine* استفاده خواهد شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو مرحله انجام می‌شود. در مرحله اول توزیع فراوانی و درصد فراوانی عمومی پرسشنامه محاسبه و در ادامه توزیع فراوانی و درصد فراوانی تجمعی و آماره‌های توصیفی برای سولات پژوهش محاسبه می‌شود. روش آزمون فرضیه نخست با استفاده از عامل تحلیل، داده‌های جمع‌آور شده را تجزیه و تحلیل می‌کنیم بنابراین با استفاده از داده‌های نظر سنجی شده، قادریم متغیرها را شناسایی و اندازه‌گیری کنیم. در این تحقیق برای خوشه‌بندی مشخصه‌های ساختار کنترل داخلی که بیان‌کننده سطح خاصی از سودمندی کنترل داخلی از الگوریتم شبکه خود سازمان ده (SOM)^۱ استفاده می‌کنیم. در شبکه‌ی خود سازمان ده، از روش یادگیری رقابتی برای آموزش استفاده می‌شود و مبتنی بر مشخصه‌های خاصی از مغز انسان توسعه یافته است. سلولها در مغز انسان در نواحی مختلف طوری سازمان دهی شده‌اند که در نواحی حسی مختلف، با نقشه‌های محاسباتی مرتب و معنی‌دار ارائه می‌شوند. چارچوب روش شناسی در شکل ۳-۱ نشان داده شده است. این شکل نشان می‌دهد که نقشه‌های امتیاز دهی فرهنگی خوشه‌بندی شده ابتدا با استفاده از شاخص‌های پرسشنامه ابعاد فرهنگی هافستد شامل: (۱) مردگرایی در مقابل زن‌گرایی؛ (۲) فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی و سپس چهار نوع سبک تصمیم‌گیری شامل: (۱) سبک تصمیم‌گیری هدایتی؛ (۲) سبک تصمیم‌گیری تحلیلی؛ (۳) سبک تصمیم‌گیری ادراکی؛ (۴) سبک تصمیم‌گیری رفتاری با نقشه ارتباط داده می‌شوند. به عبارت دیگر، ابتدا ما انواع فرهنگ‌های سرمایه‌گذاران فعال در بورس را خوشه‌بندی کردیم و سپس چهار سبک تصمیم‌گیری با خوشه‌های اثرات بررسی شد.



شکل شماره ۲، چارچوب روش شناسی خوشه‌بندی اجزای فرهنگی و سبک تصمیم‌گیری

آزمون تحقیق با شبکه خودسازمان ده

در این تحقیق به خوشه‌هایی مختلفی از ابعاد فرهنگی توجه می‌شود که از نظر سبک تصمیم‌گیری دارای اثربخشی مشابهی باشند. برای اجرای الگوریتم شبکه خودسازمان ده از نرم افزار *Viscovery SOMine* نسخه ۵.۱ استفاده می‌شود. 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 می‌آید 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؛ کوهون، ۲۰۰۱).

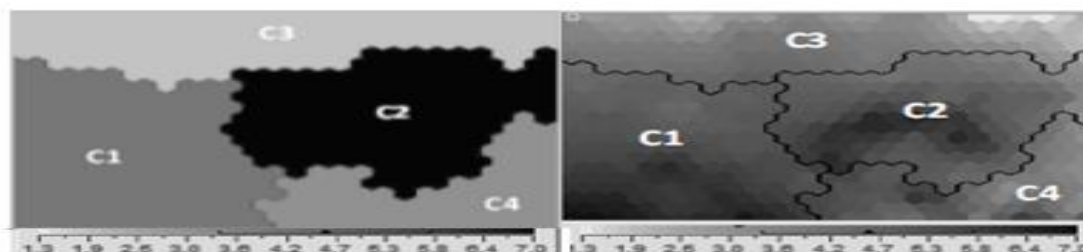


شکل شماره ۳، خوشه‌های نهایی موجود بر روی نقشه

نتایج تجربی و تجزیه و تحلیل داده‌ها

نقشه نهایی آموخته شده (شکل ۴) دو گروه مختلف (یا خوشه‌ها) در بورس اوراق بهادار را بر اساس سبک تصمیم‌گیری آنها مشخص می‌کند. این بدان معنی است که با استفاده از خوشه‌های شناسایی شده در شبکه خودسازمان ده، توانستیم چهار خوشه متفاوت را با الگوهای متفاوت تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری پیدا کنیم. با استفاده از طرح‌های بصری ویژگی‌های هر خوشه‌ای از سرمایه‌گذاران بورس اوراق بهادار را با جزئیات بیشتری شناسایی می‌کنیم. این طرح‌های بصری ویژگی‌های تقریبی متغیرها را در هر منطقه خاص از نقشه نشان می‌دهند که با استفاده از یک سایه رنگ که در آن مقادیر بالا با رنگ‌های تیره و مقادیر پایین با رنگ‌های روشن مشخص می‌شوند. مردگرایی در مقابل زن گرایی معمولاً در خوشه C₁ قرار دارند (سایه‌های تیره روی نقشه)، مردگرایی در مقابل زن گرایی متوسط در C₂ و C₄ (سایه‌های متوسط روی نقشه) و مردگرایی در مقابل زن گرایی کم C₃ (سایه‌های روشن بر روی نقشه). فردگرایی در مقابل جمع گرایی به طور کلی در خوشه C₁ زیاد و در خوشه‌های C₃ و C₄ متوسط هستند به طور کلی فردگرایی در مقابل جمع گرایی در خوشه C₄، زیاد تا متوسط است.

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



شکل شماره ۴ ویژگی‌های 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 می‌شود، چهار سبک تصمیم‌گیری با نقشه آموخته شده (شکل ۴) مرتبط است. بنابراین، می‌توانیم مشخصات داده‌ها را در یک خوشه با استفاده از داده‌های مربوط به خارج از فرایند آموزش را در جدول ۱ ارزیابی کنیم. تجزیه و تحلیل‌ها در جدول شماره ۳ نشان داد که خوشه ۲ از مقادیر خوشه ۳ در سبک تصمیم‌گیری ادراکی، سبک تصمیم‌گیری رفتاری، سبک تصمیم‌گیری تحلیلی و سبک تصمیم‌گیری هدایتی بیشتر است.

مجدداً با یک آزمون تحلیل واریانس یک طرفه مشخص شد که فاصله‌های بین خوشه‌ها در سطح ۰,۰۰۰ از لحاظ آماری معنی‌دار است. پس از انجام آزمون HSD توکی، دریافتیم که مقادیر ابعاد فرهنگی در خوشه ۱ از لحاظ آماری معنی‌دار هستند. جدول شماره ۴ نشان‌دهنده یک همبستگی قوی در اثربخشی بین ابعاد فرهنگی است. چهار گروه از سبک‌های تصمیم‌گیری از یکدیگر قابل تفکیک هستند:

(۱) بالاترین همبستگی در رابطه بین تصمیم‌گیری تحلیلی با فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی (۳۰ درصد)؛

(۲) اجتناب از فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی کم در سبک تصمیم‌گیری هدایتی (۱۰ درصد)؛

جدول ۱، آمار توصیفی متغیرهای چارچوب کوزو

متغیر	خوشه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Min	Max
مردگرایی در مقابل زن‌گرایی	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 جمع‌گرایی	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 زن‌گرایی	فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی
C1	زیاد	زیاد
C2	متوسط	کم
C3	کم	متوسط
C4	متوسط	متوسط

جدول ۳، آمار توصیفی شاخص‌های مربوط به هر خوشه

متغیر	خوشه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	Minimum	Maximum
سبک تصمیم‌گیری 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 تصمیم‌گیری 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

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

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

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 مآلفه 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 به دست آمده از فرضیه های این پژوهش، موارد پیشنهادی در راستای ارتقای برنامه ریزی برای پیش بینی تصمیمات سرمایه گذاران، به شرح ذیل است:

۱) یافته ها نشان داد که روش خوشه بندی موجب بهبود در پیش بینی سبک های تصمیم گیری بر اساس مشخصه های فرهنگی می شود، به مدیران مالی و مشاوران و کارگزاران بورس توصیه می شود به منظور پیش بینی بهتر رفتار تصمیم گیری سرمایه گذاران، از روش خوشه بندی بهره مند شوند، چراکه یافته های حاکی از این موضوع است که روش خوشه بندی

۲) این تحقیق در یک مؤلفه خاص ناحیه ای انجام شده و برای ارزیابی اعتبار بیرونی نتایج، مطالعات تکاملی باید در سایر زمینه‌ها 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 تصمیم‌گیری پیشرفت بیشتری داشته باشد.

۴) نگرش روش شناختی موجود در این تحقیق نمی‌تواند دیدگاه جامعی برای دلایل سطوح فرهنگی بیان کند و فقط الگوهای و رای این دلایل را مطرح می‌کند. به این دلیل نمی‌توانیم متغیرهای پنهانی که سبب بروز این نتایج شده اند را نادیده بگیریم.

۵) عدم وجود روشی متقن برای جمع‌آوری داده‌ها به نحوی که بتوان اهداف تحقیق را به صورت جداگانه بررسی کرد.

۶) وجود مشکل اعتبار سنجی نتایج با روش شبکه‌های خودسازمان ده (وسانتو و همکاران، ۲۰۰۲؛ دپوت و همکاران، ۲۰۰۳). با این حال، معمولاً در محدوده‌های مشخصی، انتخاب پارامتر به به دقت یادگیری، به ویژه در نقشه‌های کوچک تر بستگی دارد.

فهرست منابع

- * امانی ساری بگلو، جواد؛ غلامعلی لواسانی، مسعود؛ از ه ای، جواد؛ خضری آذر، هیمن (۱۳۹۰) «رابطه ارزش‌های فرهنگی و متغیرهای فردی با میزان استفاده از رایانه در دانشجویان» مجله علوم رفتاری دوره ۵، شماره ۱، صص ۱-۱۰
- * توفیقی، سیده طاهره، ۱۳۹۷، رابطه فرهنگ سازمانی با الگوی تصمیم‌گیری در آموزش و پرورش، سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش، محمودآباد، موسسه علمی پژوهشی ISR- دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور - آموزش و پرورش محمودآباد.
- * اردشیر، رویا و حسین کاظمی، ۱۳۹۷، تأثیر ابعاد ارزش‌های فرهنگی بر چسبندگی هزینه‌ها، پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، انجمن مدیریت ایران.
- * عباسی ریکانی، مهسا و محمد ایمانی بزندق، ۱۳۹۶، بررسی رابطه بین فرهنگ با رفتار تصمیم‌گیری خرید و فروش سهام در بورس‌های منطقه‌ای منتخب اوراق بهادار در ایران، دومین کنگره بین‌المللی علوم انسانی، مطالعات

موجب بهبود ساختار پیش‌بینی سبک‌های تصمیم‌گیری بر اساس مشخصه‌های فرهنگی می‌شود.

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

۳) توصیه می‌شود تشکیل جلسات منظم و مستمر کارگروه با حضور کارشناسان و تحلیلگران به منظور کنترل و نظارت بر تجزیه و تحلیل و طبقه‌بندی تصمیمات سرمایه‌گذاران بر اساس چارچوب تعیین‌شده و طرح‌نقص‌ها 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 می‌دهد که سبک‌های مختلف تصمیم‌گیری با مشخصه‌های فرهنگی متفاوت است. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که اجزاء به صورت غیر خطی و پیچیده با یکدیگر مرتبط هستند. دوم، این تحقیق یک چارچوب سنخ‌شناسی را مطرح می‌کند که روش‌های جایگزین را برای چگونگی بهبود تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار برای ارائه تحلیل بهتر ارائه می‌دهد.

پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

سنخ‌شناسی، تحلیلگران را قادر می‌سازد تا بتوانند اثربخشی پیش‌بینی رفتار سرمایه‌گذاران را بهبود بخشند. با توجه به نتایج سنخ‌شناسی، بورس اوراق بهادار تهران باید به شکل پیچیده‌تری ساختار پیش‌بینی و تحلیل رفتار سرمایه‌گذاران را ارزیابی و موانع را به نحو مؤثری کنترل کنند.

ارزیابی سبک‌های تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران برای تشکیل استراتژی طبقه‌بندی و تحلیل می‌تواند استفاده شود. مدیریت بورس اوراق بهادار را تشویق می‌کنیم تا بر نتایج ارائه شده تمرکز کند و در جهت بهبود کارایی تحلیل‌های داخلی در بخش‌های تابعه خود تلاش کند. همچنین کارشناسان می‌توانند از نتایج برای ارتباط با سرمایه‌گذاران در مورد مسائل مربوط به مشاوره مالی استفاده کنند.

محدودیت‌های تحقیق

۱) این مطالعه دارای محدودیت‌هایی است؛ اول اینکه از داده‌های نظرسنجی استفاده شده و لزوماً بیانگر اطلاعات مستند و مستدل نخواهد بود.

- * 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*, ۰. 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*. ۴۶ (۲), ۲۹۴-۳۰۱.
- فرهنگی، تهران، مرکز توانمندسازی مهارتهای فرهنگی و اجتماعی جامعه.
- * میرسیاسی . 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 شماره ۱، 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), ۳۵۱-۳۶۶.
- * 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. ۴, pp. ۷۸۰-۷۶۳
- * Ghada, R. & Galal, H. (۲۰۰۹). "The role of culture in e-commerce use for the Egyptian consumers". *Business Process Management Journal*, ۱۵ (۱), ۳۴-۴۷.
- * 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.

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)