



فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری
دوره ۱۴ / شماره ۳ (پیاپی ۵۵) / پائیز ۱۴۰۴
صفحه ۶۳۹ تا ۶۵۴

شناسایی عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران با به‌کارگیری تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی

فرهاد مرسلی پاورسی

دانشجوی دکترا مهندسی مالی، گروه مهندسی مالی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران
f.morsali@isu.ac.ir

حمید احمدزاده

استادیار گروه حسابداری، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران، نویسنده مسئول
h.ahmadzadeh@kia.ac.ir

مجتبی کاوند

استادیار گروه مالی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
m.kavand@iau-tnb.ac.ir

محمود خدام

استادیار گروه مهندسی مالی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران
m.khodam@kia.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۲

چکیده

هدف از این مطالعه شناسایی عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سهام ایران است. در پژوهش حاضر از روش پیمایشی توصیفی استفاده شده است. جامعه‌ی آماری شامل خبرگان در حوزه بازار سهام بودند. نمونه‌ی آماری بر اساس فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر محاسبه شد. جهت توزیع پرسش‌نامه از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته با تأیید روایی و پایایی آن بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش‌های تحلیل عامل اکتشافی، آزمون تی تک نمونه‌ای و فریدمن استفاده شد. بر اساس نتایج تحلیل عامل اکتشافی ۱۹ عامل از مهم‌ترین عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سهام ایران بودند. وضعیت این عامل‌ها نشان دهنده میزان توانایی بازار سهام ایران برای ایجاد معاملات اجتماعی است. نتایج آزمون فریدمن نشان داد که شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی مهم‌ترین عامل استقرار معاملات اجتماعی در بازار سهام ایران هستند. تمامی شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق، نقش تأثیرگذاری در موفقیت استقرار معاملات اجتماعی در بازار سهام ایران را دارند برای استقرار موفقیت‌آمیز عامل‌های راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران سازمان بورس اوراق بهادار بایستی نسبت به ایجاد و تقویت این عوامل اقدام کند. **واژه‌های کلیدی:** بازار سهام، معاملات اجتماعی، شفافیت اطلاعاتی، هزینه.

۱- مقدمه

معاملات اجتماعی یک گزینه مناسب برای معاملات سهام است. این معاملات بر اساس انگیزه‌ها و اطلاعات بازار شکل گرفته و این مؤسسات در این عملکرد جایگاه و نقش مهمی دارد. عملکرد اقتصادی در داخل و سطوح بین‌المللی از گزینه‌های اصلی برای معاملات اجتماعی است. در این راستا؛ انتظار بر این است که معاملات اجتماعی بتواند یک مجموعه تحولاتی را در اقتصاد و خانوارها ایجاد نماید. این رویکرد به‌عنوان یک چالش اقتصادی در بازار سهام برای معاملات اجتماعی به شمار می‌رود. کاهش اعتماد در کنار تغییرات سریع در شفافیت اطلاعات مالی بازار از گزینه‌های مرتبط با خریدوفروش سبب شده است که معاملات مجازی بیشتر موردتوجه قرار گیرد (گلاسر و ریسو^۱، ۲۰۱۸: ۲).

معاملات اجتماعی یک مزیت بسیار بزرگ دارند آن‌ها می‌توانند عدم تقارن اطلاعات را برطرف کند این نوع معاملات توزیع پیامدهای اجتماعی را بین کسانی که سیگنال‌ها را ارائه می‌دهند کاهش می‌دهد مهم‌ترین مزیت معاملات اجتماعی ایجاد سود ناشی از به‌اشتراک‌گذاری سیگنال‌های فروش یا خرید سهام است داوری بخش مهم و اصلی استفاده از معاملات اجتماعی در یک ساختار و بازار سهام به شمار می‌رود. ظهور عظیم شرکت‌های فناوری مالی، مؤسسات مالی سنتی را به‌شدت به چالش کشیده است. یکی از نوآوری‌های نوظهور «معاملات اجتماعی» است که مزایای شبکه‌های اجتماعی و تجارت تفویضی را ترکیب می‌کند. پلتفرم‌های معاملات اجتماعی یک زمینه منحصربه‌فرد از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند که تأثیر اجتماعی بر قصد مشتری بالقوه در آن تا امروز آزمون تجربی قرار نگرفته است. از آنجایی‌که تحقیقات در زمینه‌ی معاملات اجتماعی نسبتاً جدید است. جنبه‌های کارکردی بخش اصلی معاملات اجتماعی هستند. این معاملات کاملاً مبتنی بر قصد رفتاری برای کاربران اجتماعی شکل می‌گیرد. سیستم‌های شخصی‌سازی در این زمینه دارای بالاترین اهمیت است. مولفه‌های اثرگذار بر روی معاملات تجاری در این حالت شامل ریسک‌گریزی، انتظار عملکرد، امنیت معاملات است. معمولاً معاملات تجاری تحت تأثیر رویکردهای تبلیغاتی در پلتفرم‌های اجتماعی قرار می‌گیرند (ریث^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴۲۷).

انتظار بر این است که با توزیع صحیح سیگنال‌ها بتوان جریان‌های ورودی مرتبط با خریدوفروش سهام را نشان داد این نوع نشان‌دادن سبب تشخیص میزان فعالیت یک سهام خاص در بازار سهام می‌شود همچنین این نوع معاملات به‌سرعت معاملات دارای سودآوری کم یا سهام شکست‌خورده را به‌خوبی نشان می‌دهند این نوع معاملات می‌توانند سیگنال‌هایی که پیامد پولی ضعیفی را به دنبال دارند را تشخیص دهد به عبارتی این نوع بازار و این نوع معاملات عدم تقارن‌های موجود در اطلاعات را کاهش داده و سبب شفافیت در خریدوفروش سهام ناشی از اشتراک‌گذاری سیگنال‌ها می‌شوند (اوهلیر و ژنیدر^۳، ۲۰۲۳: ۱).

از آنجاکه معاملات اجتماعی به‌عنوان یکی از نوآوری‌های عمده در تجارت آنلاین در نظر گرفته می‌شود. از سال ۲۰۰۷ تعداد فزاینده‌ای از پلتفرم‌های ارائه‌دهنده خدمات معاملات اجتماعی وارد بازار شده است. این پلتفرم‌ها ویژگی‌های معاملات اجتماعی را در تجارت آنلاین ترکیب می‌کنند. آن‌ها با فراهم کردن امکان معاملات آینه‌ای

¹ Glaser & Risius

² Reith

³ Oehler & Schneider

خود را از معاملات کلاسیک متمایز می‌کنند که به کاربران امکان می‌دهد استراتژی‌های سرمایه‌گذاری سایر معامله‌گران را که به آن‌ها سیگنال دهنده‌ها، ارائه‌دهندگان سیگنال یا رهبران تجاری گفته می‌شود، کپی کرده و به‌طور خودکار در معاملات خود به کار بگیرند. ویژگی‌های این معاملات شفافیت اطلاعات، کاهش هزینه‌ها برای کاربران و مشارکت متخصصان و شرکت‌های رسانه‌ای در ایجاد و اشتراک اطلاعات است.

از این‌رو، معاملات اجتماعی نوع جدیدی از بازار را ایجاد کرد که با فعال کردن تعامل اجتماعی بین سیگنال‌دهندگان و دنبال‌کنندگان، برای مثال از طریق ارتباط استراتژی‌های معاملاتی و امکان رتبه‌بندی سیگنال‌دهنده‌ها، جنبه جدیدی به تجارت اضافه می‌کند. این بعد اجتماعی متضمن مجموعه جدیدی از عوامل تعیین‌کننده رفتار معاملاتی است (دورفلینتر و ژکنباچ^۱، ۲۰۲۲: ۱).

از سوی دیگر شبکه‌های معاملات اجتماعی دسترسی به نوع نوآورانه مدیریت سودمحور را فراهم می‌کنند. جنبه‌های نهادی این پلتفرم‌ها به‌عنوان یک واسطه قادر به کاهش اطلاعات هستند. عدم تقارن بین سرمایه‌گذاران و مدیران پرتفوی استفاده از یک مجموعه داده منحصر به فرد شامل تراکنش‌های چهارگانه را برای معاملات تجاری ایجاد می‌کند. این معاملات چهارگانه شامل پلتفرم‌های تجاری، مشتریان، شرکت‌های سهامی و بازار سهام است. مهم‌ترین اصل برای معاملات تجاری بازدهی است. همچنین تحلیل ریسک مرتبط با سهام نیز عامل مهمی در ایجاد معاملات تجاری است. در دوره‌های کوتاه‌مدت ریسک سامان‌مند عامل مهمی در ایجاد معاملات تجاری است. شبکه‌های معاملات اجتماعی دسترسی به بازده صندوق‌های پوشش ریسک را فراهم می‌کنند، اما در مقابل، شفافیت، نقدینگی و دسترسی بالا در آن‌ها نیاز به بررسی دارد (دئورینگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱).

معاملات اجتماعی دارای ضرورت است که چراکه به‌عنوان یکی از مولفه‌های تغییر در تحولات بازار اطلاعات در بورس شناخته می‌شود. با تحولات بازار سرمایه ایران و نفوذ شبکه‌های اجتماعی، نیاز به بستر اجتماعی مناسب برای بازار سرمایه ایران اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. ابعادی مانند شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی، تعامل بازار پول و اوراق بهادار و آموزش و آموزش سرمایه‌گذاران بالاترین رتبه‌ها و ابعاد را به خود اختصاص داده‌اند که نسبت‌های مالی، توانایی رقابتی و ویژگی‌های فناوریانه کمترین رتبه را دارند. باید در نظر گرفت که این نتایج می‌تواند در فرایند توسعه محصول برای توسعه‌دهندگان و سرمایه‌گذاران خطرپذیر که بر روی پلتفرم‌های معاملات اجتماعی کار می‌کنند مفید باشد (احمدی و همکاران، ۲۰۲۲: ۱) که نشان از اهمیت ویژگی‌های فناوریانه در تغییرات مرتبط با معاملات اجتماعی دارد.

در سال‌های گذشته این موضوع دارای اهمیت شده است. در این سال‌ها گسترش انواع پلتفرم‌های تجارت اجتماعی بوده‌ایم. این‌ها پلتفرم‌های کارگزاری آنلاین هستند که کاربرانی که در یک شبکه اجتماعی تعبیه شده‌اند، دریافت می‌کنند اطلاعات در مورد وضعیت مالی دیگران و مهم‌تر از همه، می‌تواند تصمیم بگیرد. به‌طور خودکار تصمیمات مالی سایر کاربران را کپی کنند. یعنی پلتفرم‌های معاملاتی را کپی کنند. ارائه امکان تخصیص وقف پولی برای بازتولید استراتژی مالی سبب می‌شود که اطلاعات کاربری که کسی می‌خواهد کپی کند دارای

¹ Dorfleitner & Scheckenbach

² Doering

طبقه‌بندی امن باشد. در حال حاضر بیش از دوازده پلتفرم از این دست وجود دارد، که میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان از آن استفاده می‌کنند. این پلتفرم‌ها پیامدهای رفاهی بالقوه قابل توجهی، هم برای سرمایه‌گذاران فردی که در آن شرکت دارند و هم برای خریداران گروهی فراهم می‌کند. پلتفرم‌های معاملاتی اجتماعی ممکن است به طرق مختلف بر رفتار تأثیر بگذارند. در این پلتفرم‌ها محرک رفتار تقلیدی، چه به صورت غیرمستقیم و چه مستقیم دارای اهمیت است.

رویکرد غیرمستقیم از طریق ارائه اطلاعاتی در مورد نمونه کارها و موفقیت دیگر آنکه کاربران ممکن است سعی کنند توسط آن‌ها تقلید کنند مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. در تنظیم یک بازار مالی، که در آن قیمت‌های طبیعی بی‌ثبات است، تقلید به عنوان مثال در شکل تجارت اجتماعی دارای اهمیت شده است (آپستگین و همکاران، ۲۰۱۹: ۱).

از سوی دیگر بازار سرمایه به عنوان یکی از ارکان اقتصاد کشور با کارکردهایی همچون تخصیص بهینه منابع و تشکیل سرمایه افزایش نقدشوندگی‌های دارای‌ها بهبود حاکمیت شرکتی و حمایت از سرمایه‌گذاران، نقشی اساسی در بهبود تولید و بهره‌وری اشتغال‌زایی سرمایه‌گذاری رشد اقتصادی و بهبود رفاه و عدالت اجتماعی دارد یکی از ابزارهای ضروری برای رشد و توسعه بازار سرمایه، نقش آفرینی بورس اوراق بهادار در تسهیل تشکیل سرمایه است که تحقق این امر مهم با پذیرش شرکت‌ها در بورس و تعمیق بازار سرمایه فراهم می‌شود از مهم‌ترین پیامدهای پذیرش نادرست شرکت‌ها در بازار سرمایه، درگیری شرکت‌ها با مسائلی همچون تنزل رتبه در طبقه‌بندی تابلوهای معاملاتی، فرایندهای تعلیق و لغو پذیرش به دلایل متعددی از قبیل عدم ایفای تعهدات توسط ناشر انحلال یا ورشکستگی ناشر، اظهار نظر مردود یا عدم اظهار نظر حسابرس است همچنین اعطای مهلت به ناشران توسط شرکت بورس اوراق بهادار تهران و شرکت فرابرس ایران مطابق با دستورالعمل فعلی پذیرش اوراق بهادار برای اعلام برنامه‌های ناشر برای خروج از موارد عدم رعایت نیز مطرح است (مرشدی و حسینی، ۱۴۰۱: ۲۸).

بازار سرمایه که مهم‌ترین منبع تأمین مالی بلندمدت است به نظام و مکان مشخصی اطلاق می‌شود که در آن نیازهای میان‌مدت و بلندمدت مالی بنگاه‌های اقتصادی تأمین می‌گردد. این بازار به عنوان یک مرکز تأمین وجوه، سرمایه‌ای پس‌انداز و نقدینگی افراد را از طریق کارگزاران و واسطه‌های مالی به جانب سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت تولیدی و بازرگانی هدایت می‌کند. ابزارهای تأمین مالی از قبیل سهام ممتاز اوراق قرضه و اوراق تبدیل‌پذیر از ابزارهای بازار سرمایه‌ای جامع محسوب می‌شوند. از نهادهای عمده فعال در بازار سرمایه می‌توان مواردی از قبیل: بانک‌های سرمایه‌گذاری کارگزاران شرکت‌های سرمایه‌گذاری شرکت‌های بیمه صندوق‌های بازنشستگی و بورس‌های بین‌المللی که گاهی اوراق سهام شرکت‌های سایر کشورها را نیز پذیره‌نویسی می‌کنند اشاره کرد. بازار سرمایه اصولاً به دو بخش اساسی تقسیم می‌گردد: بازار اولیه - بازار ثانویه (فرمان‌آرا و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۲).

بازار سرمایه مکانی است که در آن دسته‌ای از فعالین اقتصادی باهم ارتباط برقرار می‌کنند از این نظر بازار سرمایه مکان ارتباطات اجتماعی با اهداف اقتصادی است. این به معنای جاری بودن سرمایه اجتماعی در بازار سرمایه است. بانک جهانی، سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی روابط انسانی

هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده است که این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد (جعفری ندوشن و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۰۳).

بر اساس آنچه گفته شد می‌توان بیان داشت که عامل‌های راه‌اندازی در معاملات اجتماعی در یک بازار سهام دارای گونه‌های متعددی است که این موضوع نیاز به یک بررسی کیفی را نشان می‌دهد که در این مقاله به آن پرداخته می‌شود.

براین اساس، سؤالات پژوهش بدین ترتیب است:

۱) عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران کدام‌اند؟

۲) عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران شامل چه رتبه‌ای است؟

۲- مبانی نظری

در مطالعه دیگری رید (۲۰۱۶) (به نقل از احمدی و همکاران، ۱۴۰۱) ضمن اندازه‌گیری احساسات مصرف‌کننده از طریق اطلاعات به‌دست‌آمده از شبکه توییتر، اثر این احساسات روی قیمت سهام را نشان داده است. نتایج تحقیق نشان داده است که توییتر از دو راه می‌تواند بر بازار سهام اثر بگذارد. اول اثر مستقیم به‌طوری‌که سرمایه‌گذاران وقتی افزایشی را در گرایش جامعه در ارتباط با اقتصاد بیکاری و تغییرات سیاسی مشاهده می‌کنند این تغییرات را مقدمه کاهش در بازده بازار سرمایه تلقی می‌کنند، بنابراین سرمایه‌گذار اقدام به فروش سهم خود و در نتیجه کاهش بیشتر قیمت در بازار سهام می‌شود که احتمالاً دیگر سرمایه‌گذاران نیز ترغیب به فروش سهام خود می‌شوند اثر دوم و غیرمستقیم اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر بازار سهام زمانی است که رسانه‌ها از توییتر برای پوشش اخبار روزمره جهان.

ژی^۱ و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند که ظهور رسانه‌های اجتماعی سهام‌داران اقلیت را قادر می‌سازد تا با شنیدن صدای خود در حاکمیت شرکتی مشارکت کنند. این اثر منفی برای شرکت‌هایی با سهام مدیریت بالاتر، محیط اطلاعاتی ضعیف‌تر و مشارکت کمتر دولت قوی‌تر است. ظهور رسانه‌های اجتماعی سهام‌داران اقلیت را قادر می‌سازد تا با شنیدن صدای خود در حاکمیت شرکتی مشارکت کنند. این اثر منفی برای شرکت‌هایی با سهام مدیریت بالاتر، محیط اطلاعاتی ضعیف‌تر و مشارکت کمتر دولت قوی‌تر است. زاده^۲ و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند که اتکای شرکت‌ها به تأمین مالی می‌تواند بر روی معاملات اجتماعی اثرگذار باشد. معمولاً معاملات اجتماعی تحت تأثیر شفافیت قرار دارند. این مؤلفه تحت تأثیر عدم تقارن اطلاعاتی قرار می‌گیرد.

بورچ و مین^۳ (۲۰۲۳) نشان دادند که معاملات اجتماعی بیشتر مورد توجه قرار گرفته است چراکه در یک بستر خودکار شبکه‌های اجتماعی می‌توان سیگنال‌های را به‌صورت خودکار به اشتراک گذاشت. در بازارها، اکثر سفارش‌ها توسط الگوریتم‌های کاملاً خودکار انجام می‌شود. دنگ^۴ و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند که معاملات اجتماعی یک

¹ Xie

² Zadeh

³ Borch & Min

⁴ Deng

بازار در حال ظهور در اقتصاد اشتراک‌گذاری است. در این حالت از یک نمودار تصادفی نمایی زمانی تفکیک‌پذیر برای تجزیه و تحلیل شکل‌گیری و انحلال پیوندها در یک شبکه تجارت اجتماعی بزرگ استفاده می‌شود. دورفلینتر و ژکنباچ (۲۰۲۲) اثبات کردند که پلتفرم‌های معاملات اجتماعی ابزارهای کلاسیک معاملات آنلاین را با ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی ترکیب می‌کنند. در این معاملات ارقام کلیدی مانند ریسک و عملکرد ارائه می‌شود. دورفلینتر و ژکنباچ^۱ (۲۰۲۲) نشان دادند که معاملات اجتماعی به‌عنوان یکی از نوآوری‌های عمده در تجارت آنلاین در نظر گرفته می‌شود. از سال ۲۰۰۷ تعداد فزاینده‌ای از پلتفرم‌های ارائه‌دهنده خدمات معاملات اجتماعی وارد بازار شده است. معاملات اجتماعی نوع جدیدی از بازار را ایجاد کرد که با فعال کردن تعامل اجتماعی بین سیگنال‌دهندگان و دنبال‌کنندگان ارزش‌آفرینی می‌کند. شفافیت اطلاعات بهبودیافته، اثر تمایل به استفاده از معاملات اجتماعی را ضعیف می‌کند

چومرا^۲ و همکاران (۲۰۲۲) اثبات کردند که در پلتفرم‌های معاملات اجتماعی سیگنال‌های سهام به‌سرعت منتشر می‌شود و سرعت انتقال اطلاعات در این پلتفرم‌ها در بالاترین حد خود قرار دارد. این امر در پاسخ به نگرانی‌ها برای سرمایه‌گذاران خرد جهت جلوگیری از ضرر ناشی از خریدوفروش سهام پدیدآمده است. ادوت^۳ و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که شغل، عضویت، تجربه و محبوبیت، مهم‌تر از عملکرد، حجم یا سیگنال‌های دارای ریسک هستند و دنبال‌کنندگان به این مؤلفه‌ها بیشتر اهمیت می‌دهند.

اورتو^۴ و همکاران (۲۰۲۲) اثبات کردند که پیش‌بینی قیمت دیجیتال بخش مهمی از شفافیت اطلاعات است که به دلیل نوسانات بالا و مکانیسم‌های جدیدی که بازارهای سهام را مشخص می‌کند. موفقیت برنامه‌های پلتفرم اجتماعی در نهایت به این بستگی دارد که آیا کاربران شفافیت لازم در ارائه اطلاعات را دارند. تقاضاهای نامتعادل با کاهش حداقل محدودیت‌های اعتباری شبکه اجتماعی معمولاً ناشی از عدم وجود شفافیت است.

تان و تاس^۵ (۲۰۲۱) اثبات کردند که نویسندگان تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر اجزای شاخص معاملات اجتماعی را برای بازارهای ایالات متحده، اروپا و بازارهای نوظهور به میزان شفافیت اطلاعات موجود در این بازارها متصل می‌کند. امروزه فناوری‌های کاربردی مهم‌ترین بخش معاملات در بازار سهام هستند. در این میان توجه به شفافیت اطلاعات به‌طور سامان‌مند می‌تواند کارکردهای پلتفرم‌های اجتماعی را توجیه کند. لیئو و ما^۶ (۲۰۲۰) اثبات کردند که معاملات اجتماعی یک بستر تجاری خدمات شبکه اجتماعی است. آن‌ها بیان داشتند که این شبکه‌ها شامل دستگاه‌ها و روش‌هایی جهت رتبه‌بندی معامله‌گران توسعه‌یافته است. در این روش معامله‌گران خبره می‌توانند برای ایجاد سبدهای بهتر با ریسک‌های مختلف سهام اقدامات بهتری انجام دهند.

¹ Dorfleitner & Scheckenbach

² Chmura

³ Erdős

⁴ Ortu

⁵ Tan & Tas

⁶ Liu & Ma

۳- روش‌شناسی

در پژوهش حاضر از روش پیمایشی استفاده شده است از لحاظ معیار کاربرد نیز این مطالعه از نوع کاربردی است چراکه نتایج آن می‌تواند مورد استفاده‌ی بازار سهام و معامله‌گران بازار سهام و کارگزاران این بازار قرار گیرد. جامعه آماری شامل خبرگان و متخصصین فعال در بازار سرمایه ایران است. نمونه آماری بر اساس جدول کرجسی مورگان تعداد ۳۸۴ نفر محاسبه شد و جهت توزیع پرسش‌نامه از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. در نهایت ۳۹۰ پرسش‌نامه توزیع و ۳۸۴ پرسش‌نامه برگشت داده شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق ساخته بود که پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰.۸۹ بود. که نشان می‌دهد ابزارهای گردآوری داده‌ها از پایایی خوبی برخوردار هستند برای تعیین روایی پرسش‌نامه از آزمون بارتلت استفاده شد که در ادامه گزارش خواهد شد برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های تحلیل عامل اکتشافی و آزمون فریدمن استفاده شده است. این پرسش‌نامه دارای ۱۰۲ گویه در طیف لیکرت بوده است که بر اساس طیف لیکرت ۱ تا ۵ مورد بررسی قرار می‌گیرند.

۴- یافته‌های پژوهش

قبل از استفاده از روش تحلیل عامل اکتشافی لازم بود که ضرایب همبستگی نمرات بین سؤالات پرسش‌نامه بررسی و از بالا بودن آن اطمینان حاصل شود. همان‌گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود. باتوجه به آزمون «کرویت بارتلت» نشان داده شده است، می‌توان نتیجه گرفت که انجام تحلیل عامل اکتشافی بر روی این پرسش‌نامه‌ها قابل توجیه است.

جدول ۱- توصیف جمعیت شناختی نمونه آماری

ردیف	نوع عامل	ویژگی عامل	فراوانی	درصد فراوانی
۱	جنسیت	زن	168	43.8
۲		مرد	216	56.3
۳	تحصیلات	لیسانس	116	30.2
۴		فوق لیسانس	130	33.9
۵		دکتری	138	35.9
۶	سابقه	کمتر از ۱۰ سال	132	34.4
۷		کمتر از ۱۵ سال	116	30.2
۸		بیشتر از ۱۵ سال	136	35.4

جدول ۲- آزمون بارتلت

ردیف	آزمون بارتلت	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۱	۰.۹۵۸	۵۱۱۵	۰.۰۰

پرسش اول پژوهش شناسایی عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه چیست؟ بود. پس از اطمینان از پیش‌فرض‌های مذکور، کار انجام تحلیل عامل اکتشافی بر روی پاسخ‌های آزمودنی‌ها و بر روی ۱۰۲ سوال پرسش‌نامه انجام شد با توجه به اطلاعات اولیه حاصل از تحلیل گویه‌های پرسش‌نامه عامل‌های اولیه به عنوان ملاک پیشین برای استخراج و اکتشاف عامل‌ها به نرم افزار داده شد. بعد از این مرحله بهره‌گیری از رویکرد چرخش متعامد واریماکس یا چرخش واریماکس بررسی شد که کدام یک از این رویکردهای ارایه شده بهتر است. نتیجه پژوهش نشان داد که چرخش واریماکس گزینه بهتری بود. جدول ۳ عوامل استخراج شده به همراه مقدار ویژه درصد واریانس تبیین شده و واریانس تراکمی تبیین شده مربوط هر مورد از این عوامل را نشان داد. تحلیل عامل نهایی به استخراج ۱۹ عامل منجر گردید که این ۱۹ عامل در مجموع ۶۲.۵۱ درصد از واریانس کل پرسش‌نامه را تبیین می‌کنند. این عدد نشان دهنده‌ی قدرت تبیین‌کنندگی بسیار خوب پرسش‌های پرسش‌نامه است.

جدول ۳- مؤلفه‌های استخراج شده بعد از تحلیل عاملی پرسش‌نامه

عامل‌ها	کل	واریانس تجمعی	درصد تجمعی	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
1	41.695	40.877	40.877	41.695	40.877	40.877
2	1.555	1.525	42.402	1.555	1.525	42.402
3	1.42	1.392	43.794	1.42	1.392	43.794
4	1.389	1.362	45.156	1.389	1.362	45.156
5	1.36	1.333	46.489	1.36	1.333	46.489
6	1.328	1.302	47.791	1.328	1.302	47.791
7	1.287	1.262	49.053	1.287	1.262	49.053
8	1.281	1.256	50.309	1.281	1.256	50.309
9	1.253	1.228	51.537	1.253	1.228	51.537
10	1.234	1.209	52.747	1.234	1.209	52.747
11	1.209	1.186	53.933	1.209	1.186	53.933
12	1.194	1.171	55.103	1.194	1.171	55.103
13	1.172	1.149	56.252	1.172	1.149	56.252
14	1.127	1.105	57.357	1.127	1.105	57.357
15	1.121	1.099	58.455	1.121	1.099	58.455
16	1.081	1.06	59.515	1.081	1.06	59.515
17	1.025	1.005	60.52	1.025	1.005	60.52
18	1.017	0.997	61.518	1.017	0.997	61.518
19	1.012	0.992	62.51	1.012	0.992	62.51
20	0.972	0.953	63.463	0.972	0.953	63.463
21	0.957	0.938	64.401	0.957	0.938	64.401
22	0.949	0.931	65.332	0.949	0.931	65.332
23	0.935	0.917	66.249	0.935	0.917	66.249
24	0.909	0.891	67.14	0.909	0.891	67.14
25	0.893	0.876	68.016	0.893	0.876	68.016
26	0.883	0.865	68.881	0.883	0.865	68.881
27	0.869	0.852	69.733	0.869	0.852	69.733

عاملها	کل	واریانس جمعی	درصد جمعی	کل	درصد واریانس	درصد جمعی
28	0.862	0.845	70.578			
29	0.835	0.818	71.396			
30	0.816	0.8	72.196			
31	0.807	0.791	72.987			
32	0.797	0.781	73.768			
33	0.781	0.766	74.534			
34	0.762	0.747	75.281			
35	0.745	0.73	76.012			
36	0.736	0.722	76.734			
37	0.715	0.701	77.434			
38	0.698	0.685	78.119			
39	0.68	0.667	78.786			
40	0.662	0.649	79.434			
41	0.653	0.64	80.074			
42	0.639	0.627	80.701			
43	0.62	0.608	81.309			
44	0.612	0.6	81.909			
45	0.601	0.589	82.498			
46	0.595	0.583	83.082			
47	0.577	0.565	83.647			
48	0.567	0.556	84.203			
49	0.556	0.545	84.748			
50	0.54	0.529	85.278			
51	0.526	0.515	85.793			
52	0.509	0.499	86.292			
53	0.499	0.489	86.781			
54	0.498	0.488	87.269			
55	0.484	0.474	87.744			
56	0.476	0.466	88.21			
57	0.46	0.451	88.661			
58	0.454	0.445	89.105			
59	0.443	0.434	89.539			
60	0.431	0.423	89.962			
61	0.418	0.41	90.372			
62	0.41	0.402	90.774			
63	0.404	0.396	91.17			
64	0.391	0.383	91.554			
65	0.385	0.378	91.931			
66	0.372	0.365	92.296			
67	0.356	0.349	92.645			
68	0.355	0.348	92.993			

عامل‌ها	کل	واریانس تجمعی	درصد تجمعی	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
69	0.344	0.337	93.33			
70	0.341	0.334	93.664			
71	0.334	0.328	93.992			
72	0.321	0.315	94.306			
73	0.311	0.305	94.612			
74	0.297	0.291	94.903			
75	0.292	0.286	95.189			
76	0.284	0.279	95.467			
77	0.278	0.273	95.74			
78	0.263	0.257	95.997			
79	0.255	0.25	96.247			
80	0.243	0.238	96.485			
81	0.235	0.23	96.715			
82	0.23	0.225	96.94			
83	0.221	0.217	97.157			
84	0.212	0.208	97.365			
85	0.212	0.208	97.573			
86	0.202	0.198	97.77			
87	0.201	0.197	97.967			
88	0.195	0.191	98.158			
89	0.186	0.183	98.341			
90	0.175	0.172	98.513			
91	0.167	0.164	98.677			
92	0.165	0.161	98.839			
93	0.152	0.149	98.988			
94	0.15	0.147	99.135			
95	0.144	0.142	99.277			
96	0.132	0.129	99.406			
97	0.118	0.116	99.521			
98	0.111	0.109	99.631			
99	0.105	0.103	99.733			
100	0.1	0.098	99.831			
101	0.094	0.093	99.924			
102	0.078	0.076	100			

جدول شماره ۴ عامل‌های استخراج شده، گویه‌های مرتبط به آن و نیز ضرایب آلفای کرونباخ را که برای بررسی پایایی نمرات آزمون‌های فرعی به کار رفته، نشان می‌دهد. این جدول تعداد گویه‌های مرتبط با هر یک از عامل‌های شناسایی شده را نیز نشان می‌دهد.

جدول ۴- سؤالات مرتبط با عوامل و ضریب آلفای کرونباخ

شماره مؤلفه	نام ویژگی مورد سنجش	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
۱	بخش‌های زیر ساختاری	5	۰.۷۷
۲	بخش‌های هزینه‌ای	3	۰.۹۶
۳	حریم خصوص	5	۰.۷۴
۴	شفاف‌سازی اطلاعات	8	۰.۸۰
۵	اعتماد اجتماعی	4	۰.۹۱
۶	هزینه‌های انتقال اطلاعات	8	۰.۸۵
۷	سرعت انتقال اطلاعات	4	۰.۹۲
۸	شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی	3	۰.۹۷
۹	وضعیت کلی شبکه‌های اجتماعی	5	۰.۹۴
۱۰	ابزار تحلیل و بازدهی سهام	8	۰.۸۵
۱۱	شاخص‌های توسعه مالی	6	۰.۷۴
۱۲	نسبت‌های مالی و ارزش بازار	6	۰.۸۳
۱۳	مدیریت ریسک	5	۰.۸۷
۱۴	وضعیت فناوری	4	۰.۹۳
۱۵	رقابت‌پذیری	5	۰.۹۳
۱۶	آموزش و آگاهی	4	۰.۹۲
۱۷	سیستم موجودی مدیریت	5	۰.۹۵
۱۸	حقوق مالکانه و صورت‌های مالی	8	۰.۸۱
۱۹	پلتفرم اجتماعی	6	۰.۸۳

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها در نمونه آماری در جدول شماره ۵ ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که میانگین به‌دست‌آمده برای هر ۱۹ عامل کمتر از --- بوده و همه شاخصها در سطح ۰.۰۱ معنی دار هستند. به عبارت دیگر، عامل‌های مورد بررسی در راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه مورد تأیید قرار گرفت. بنابراین، معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران می‌توانند توسط عامل‌های مورد بررسی در این تحقیق مورد راه‌اندازی قرار گیرند. اکنون پس از تأیید عامل‌های راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران، جهت به‌دست‌آوردن رتبه اهمیت هر یک از شاخص‌های استخراج شده و اولویت‌بندی آنها از آزمون فریدمن استفاده شد، که نتیجه آن در جدول شماره ۶ قابل مشاهده است و شامل میانگین رتبه و اولویت شاخص مورد نظر است. شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی با میانگین رتبه ۱۰.۴۳ به عنوان مهم‌ترین عامل و در اولویت اول قرار دارد و سایر ابعاد به ترتیبی است که در جدول شماره ۶ ارائه شده که دارای اهمیت هستند و در اولویت‌های بعدی قرار دارند. نتیجه این آزمون با مقدار کای اسکور ۲۶.۳۶ در سطح کمتر از ۰.۰۱ معنی دار است.

جدول ۵- نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای مربوط به عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی

شماره مؤلفه	نام ویژگی مورد سنجش	میانگین	انحراف معیار	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	آماره تی	حد پایین	حد
۱	بخش‌های زیر ساختاری	3.71	1.07	۰.۰۰	۳۸۳	67.89	3.60	3.82
۲	بخش‌های هزینه‌ای	3.66	1.16	۰.۰۰	۳۸۳	62.02	3.55	3.78
۳	حریم خصوص	3.64	1.11	۰.۰۰	۳۸۳	64.02	3.53	3.75
۴	شفاف‌سازی اطلاعات	3.66	1.03	۰.۰۰	۳۸۳	69.46	3.56	3.77
۵	اعتماد اجتماعی	3.73	1.09	۰.۰۰	۳۸۳	67.19	3.62	3.84
۶	هزینه‌های انتقال اطلاعات	3.69	1.03	۰.۰۰	۳۸۳	70.36	3.58	3.79
۷	سرعت انتقال اطلاعات	3.70	1.09	۰.۰۰	۳۸۳	66.43	3.59	3.81
۸	شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی	3.74	1.10	۰.۰۰	۳۸۳	66.99	3.63	3.85
۹	وضعیت کلی شبکه‌های اجتماعی	3.72	1.05	۰.۰۰	۳۸۳	69.72	3.61	3.82
۱۰	ابزار تحلیل و بازدهی سهام	3.71	1.01	۰.۰۰	۳۸۳	71.68	3.61	3.81
۱۱	شاخص‌های توسعه مالی	3.69	1.04	۰.۰۰	۳۸۳	69.46	3.58	3.79
۱۲	نسبت‌های مالی و ارزش بازار	3.65	1.08	۰.۰۰	۳۸۳	66.20	3.54	3.76
۱۳	مدیریت ریسک	3.71	1.06	۰.۰۰	۳۸۳	68.88	3.61	3.82
۱۴	وضعیت فناوری	3.73	1.07	۰.۰۰	۳۸۳	68.19	3.63	3.84
۱۵	رقابت‌پذیری	3.73	1.05	۰.۰۰	۳۸۳	69.54	3.62	3.83
۱۶	آموزش و آگاهی	3.71	1.09	۰.۰۰	۳۸۳	66.55	3.60	3.82
۱۷	سیستم موجودی مدیریت	3.68	1.07	۰.۰۰	۳۸۳	67.09	3.57	3.79
۱۸	حقوق مالکانه و صورت‌های مالی	3.70	1.00	۰.۰۰	۳۸۳	72.50	3.60	3.80
۱۹	پلتفرم اجتماعی	3.72	1.03	۰.۰۰	۳۸۳	70.70	3.61	3.82

جدول ۶- نتایج آزمون فریدمن جهت اولویت‌بندی عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه

ترتیب اولویت	نام ویژگی مورد سنجش	میانگین رتبه
۱	شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی	10.43
۲	اعتماد اجتماعی	10.31
۳	رقابت‌پذیری	10.28
۴	پلتفرم اجتماعی	10.24
۵	وضعیت فناوری	10.2
۶	وضعیت کلی شبکه‌های اجتماعی	10.18

ترتیب اولویت	نام ویژگی مورد سنجش	میانگین رتبه
۷	آموزش و آگاهی	10.17
۸	سرعت انتقال اطلاعات	10.1
۹	مدیریت ریسک	10.07
۱۰	بخش‌های زیر ساختاری	10.06
۱۱	ابزار تحلیل و بازدهی سهام	10.04
۱۲	حقوق مالکانه و صورت‌های مالی	10
۱۳	بخش‌های هزینه‌ای	9.96
۱۴	هزینه‌های انتقال اطلاعات	9.88
۱۵	شاخص‌های توسعه مالی	9.83
۱۶	سیستم موجودی مدیریت	9.76
۱۷	شفاف‌سازی اطلاعات	9.56
۱۸	نسبت‌های مالی و ارزش بازار	9.52
۱۹	حریم خصوص	9.42

۵- نتیجه‌گیری

نتایج آزمون تحلیل عامل اکتشافی ۱۹ عامل مهم مربوط به راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سرمایه ایران را شناسایی کرد که عبارتند از: شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی، اعتماد اجتماعی، رقابت‌پذیری، پلتفرم اجتماعی، وضعیت فناوری، وضعیت کلی شبکه‌های اجتماعی، آموزش و آگاهی، سرعت انتقال اطلاعات، مدیریت ریسک، بخش‌های زیر ساختاری، ابزار تحلیل و بازدهی سهام، حقوق مالکانه و صورت‌های مالی، هزینه‌های انتقال اطلاعات، شاخص‌های توسعه مالی، سیستم موجودی مدیریت، شفاف‌سازی اطلاعات، نسبت‌های مالی و ارزش بازار، حریم خصوص. نتایج آزمون فریدمن نیز نشان داد که شفافیت اطلاعاتی و معاملاتی در اولویت این عوامل است.

یافته‌های حاصل از این مطالعه با نتایج مطالعات زی و همکاران (۲۰۲۳)؛ بورچ و مین (۲۰۲۳) و دنگ و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد. از جمله نکاتی که می‌بایست در راه‌اندازی معاملات اجتماعی مدنظر قرار گیرد، توجه به نقش شفافیت معاملاتی به عنوان یک ابزار کارساز و ضروری برای تحقق اهداف راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سهام ایران است. که در مطالعه ویرکار و همکاران (۲۰۱۹) و یانگ و همکاران (۲۰۲۲) همخوانی دارد. بر اساس مطالعه یی (۲۰۲۱) و ژو و همکاران (۲۰۱۹) شفافیت معاملاتی یکی از عوامل ارتباط‌دهنده بین بخش‌های مختلف سازمان و زمینه‌ساز انتقال اطلاعات و کاهش هزینه‌های انتقال اطلاعات است اما علی‌رغم اهمیت رقابت‌پذیری در استقرار پلتفرم اجتماعی نتایج نشان داد که در بین عوامل بررسی شده، شفافیت اطلاعاتی در کنار اعتماد اجتماعی و رقابت‌پذیری از مهم‌ترین دلایل راه‌اندازی معاملات اجتماعی در بازار سهام به شمار می‌روند که در مطالعه دورفلینتر و ژکنباچ (۲۰۲۲) مورد تأیید بود. از عوامل راه‌اندازی معاملات اجتماعی می‌توان به وضعیت

کلی شبکه‌های اجتماعی برای اتصال افراد به منابع داخلی و بیرونی سهام و هزینه‌های انتقال اطلاعات جهت اشتراک‌گذاری اطلاعات بین پرسنل و عدم وجود پایگاه دانش سازمانی برای استفاده کارمندان اشاره کرد. کیریپاک و رادینوا (۲۰۲۰) تأکید می‌کند که یکی از بسترهای مهم موفقیت راه‌اندازی معاملات اجتماعی راه‌اندازی زیر ساخت فنی منسجم شامل شبکه‌ها پایگاه‌های اطلاعاتی، مخازن دانش و رایانه‌ها، خبرگان سیستم‌های فروش سهام است که به عنوان سیستم‌های موجود مدیریت در بازار سهام اجتماعی معروف است. شن و همکاران (۲۰۲۲) و استین و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی نقش فن آوری اطلاعات در معاملات اجتماعی پرداختند به این نتیجه رسیدند که سه عامل فناورانه یعنی زیر ساخت فنی نیروی انسانی فنی و روابط فنی بر شفافیت معاملاتی در فروش سهام در یک ساختار اجتماعی مؤثر هستند.

فهرست منابع

- احمدی، شاهین؛ کردلویی، حمیدرضا؛ معدنچی زاج، مهدی؛ شاهرودیانی، شادی؛ حیدرزاده هنزایی، علیرضا (۱۴۰۱). طراحی و تبیین سکوی اجتماعی معاملاتی در بازار سرمایه ایران از نظر خبرگان، بورس اوراق بهادار، شماره ۶۰، صص ۲۷۹-۳۲۴.
- جعفری ندوشن، علی‌اکبر؛ عطار، سعید؛ ملک افزلی، مجتبی (۱۴۰۰). هم‌افزایی سرمایه اجتماعی و بازار سرمایه در ایران، جامعه‌شناسی سیاسی ایران، شماره ۱۵، صص ۱۹۸-۲۱۶.
- فرمان‌آرا، وحید؛ کمیجانی، اکبر؛ فرزین وش، اسدالله؛ غفاری، فرهاد (۱۳۹۸). نقش بازار سرمایه در تأمین مالی و رشد اقتصادی مطالعه موردی ایران و منتخبی از کشورهای درحال توسعه، اقتصاد مالی، شماره ۴۷، صص ۱۹-۳۷.
- مرشدی، فاطمه؛ حسینی، سید علی (۱۴۰۱). شناسایی و رتبه بندی معیارهای سنجش ریسک شرکت‌ها برای پذیرش در بازار سرمایه، پژوهش‌های تجربی حسابداری، شماره ۴۶، صص ۲۷-۴۸.
- Chmura, T., Le, H., & Nguyen, K. (2022). Herding with leading traders: Evidence from a laboratory social trading platform. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 203, 93-106.
- Duz Tan, S., & Tas, O. (2021). Social media sentiment in international stock returns and trading activity. *Journal of Behavioral Finance*, 22 (2), 221-234.
- Erdős, S., Papp, T., & Vörös, Z. (2022). The effects of community-based signals on investment decisions in copy trading. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 97, 101847.
- Glaser, Florian; Risius, Marten (2018). Effects of Transparency: Analyzing Social Biases on Trader Performance in Social Trading, *Journal of Information Technology*, 33.
- Liu, Z., Hu, H., Liu, Y., Ross, K. W., Wang, Y., & Mobius, M. (2010, March). P2P trading in social networks: The value of staying connected. In 2010 Proceedings IEEE INFOCOM (pp. 1-9). IEEE.
- Oehler, A., & Schneider, J. (2023). Social trading: do signal providers trigger gambling?. *Review of Managerial Science*, 17 (4), 1269-1331.
- Ortu, M., Uras, N., Conversano, C., Bartolucci, S., & Destefanis, G. (2022). On technical trading and social media indicators for cryptocurrency price classification through deep learning. *Expert Systems with Applications*, 198, 116804.
- Reith, R., Fischer, M., & Lis, B. (2020). Explaining the intention to use social trading platforms: An empirical investigation. *Journal of Business Economics*, 90, 427-460.

- Scheckenbach, I., Wimmer, M., & Dorfleitner, G. (2021). The higher you fly, the harder you try not to fall: An analysis of the risk taking behavior in social trading. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 82, 239-259.
- Shen, Z., Zheng, E., & Jiang, W. (2022). A Machine Learning Approach to Mitigating Irrationality in Copy Trading. Available at SSRN 4298755.
- Stein, C., Staudt, P., & Greif-Winzrieth, A. (2022). The Success of Others: Copy Trading and Risk.
- Urquhart, A., & Zhang, H. (2019). The performance of technical trading rules in Socially Responsible Investments. *International review of economics & finance*, 63, 397-411.
- Virkar, S., Viale Pereira, G., & Vignoli, M. (2019). Investigating the social, political, economic and cultural implications of data trading. In *Electronic Government: 18th IFIP WG 8.5 International Conference, EGOV 2019, San Benedetto Del Tronto, Italy, September 2-4, 2019, Proceedings 18* (pp. 215-229). Springer International Publishing.
- Yang, M., Zheng, Z., & Mookerjee, V. (2022). How much is financial advice worth? the transparency-revenue tension in social trading. *Management Science*, 68 (7), 5252-5268.
- Yi, S., Qing, C., Quan, J., & Kun, G. (2020). The impact of social interaction on the disposition effect of individual investors: empirical analysis based on social trading platform. *Management Review*, 32 (10), 72.
- Zhou, Zhijin, Xiao, Shengsheng (2018). Chad Ho, Yi-Chun, and Tan, Yong. The persuasive and informative effects of information disclosure: Evidence from an online supply chain finance market.

Identifying the Factors of Launching Social Trading in the Capital Market of Iran Using the Exploratory Factor Analysis Technique

Farhad Morsali Pavarsi

PhD Student of Financial Engineering, Department of Financial Engineering, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran
f.morsali@isu.ac.ir

Hamid Ahmadzadeh

Assistant Professor, Department of Accounting, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran,
Corresponding Author
h.ahmadzadeh@kiau.ac.ir

Mojtaba Kavand

Assistant Professor, Department of Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran,
m.kavand@iau-tnb.ac.ir

Mahmoud Khoddam

Assistant Professor, Department of Financial Engineering, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran,
m.khoddam@kiau.ac.ir

Abstract

The purpose of this study is to identify the factors of launching social trading in the Iranian capital market.

In the present study, a descriptive survey method was used. The statistical population included experts in the field of capital market. The statistical sample was calculated based on Cochran's formula of 384 people. Simple random sampling was used to distribute the questionnaire. The data collection tool was a researcher-made questionnaire with its validity and reliability. Exploratory factor analysis, one-sample t-test, and Friedman were used to analyze the data.

Based on the results of the exploratory factor analysis, 19 factors were among the most important factors for launching social trading in the Iranian capital market. The status of these factors shows the potential of the Iranian capital market to create social trading. The results of Friedman's test showed that informational and trading transparency are the most important factors in the establishment of social trading in the Iranian capital market.

All the indicators examined in this research have an influencing role in the success of the establishment of social trading in the Iranian capital market. In order to successfully establish the factors for the establishment of social trading in the Iranian capital market, the Securities and Exchange Organization of Iran (SEO) should create and strengthen these factors.

Keywords: stock market, social trading, information transparency, cost.