

رتبه بندی عوامل مالی موثر بر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی هنری با استفاده از تکنیک AHP

مرضیه اکبرزاده^۱، جهانبخش اسدنیا^۲

^۱ دانشجوی رشته ارشد حسابداری ایران، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملارد

^۲ عضو هیئت علمی و استاد دانشگاه، ایران، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملارد

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

مرضیه اکبرزاده

marziyehakbarzadeh1395@gmail.com

چکیده

در دنیای کنونی سرمایه گذاری بر روی محصولات فرهنگی به یک مزیت رقابتی برای توسعه عمومی در دیگر جوانب زندگی بشری تبدیل شده است و به همین دلیل توجه مصرف کنندگان و تولید کنندگان محصولات فرهنگی به طور روزافزونی در حال افزایش است. یکی از ابعاد رشد چنین فضایی وجود سرمایه لازم، تأمین، ساماندهی و مدیریت آن می باشد. هدف این تحقیق رتبه بندی عوامل مالی موثر بر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی هنری با استفاده از تکنیک AHP می باشد. از آنجایی که هدف آن است که این پژوهش هم اکتشافی و هم توصیفی باشد، رویکردی مرکب از هر دو روش کیفی و کمی برای پژوهش اتخاذ شده است. در این تحقیق پس از تعیین عوامل موثر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی هنری آن را به صورت چک لیست درآورده و بین چهار از نخبگان رشته های علوم اجتماعی و مدیریت فرهنگی توزیع نمودیم. نتایج تحقیق نشان داد که؛ رتبه بندی عوامل موثر از نظر نخبگان به ترتیب شامل سیاست و خط مشی دولت، تضمین سود، جبران ضرر، ارائه تسهیلات، شرایط اقتصادی و تجارت، عوامل فرهنگی و اجتماعی و نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره می باشد.

واژگان کلیدی: سرمایه گذاری، رتبه بندی، تکنیک AHP، موسسات فرهنگی هنری.

مقدمه

سرمایه گذاری از اساسی ترین مباحث اقتصادی است. بدون آن، تولید شکل نمی گیرد و ثروت تحقق نمی یابد. عدالت و توزیع مناسب ثروت، زمانی معنا می دهند که ثروت ایجاد شده باشد. البته توزیع منابع اولیه ثروت طبیعی بر تولید و سرمایه گذاری تقدم دارد، به همین خاطر مکتب اقتصادی اسلام به توزیع قبل از تولید نگاه ویژه ای دارد و مجموعه قوانین و مقررات شرعی، کیفیت مالکیت و بهره برداری از ثروت های طبیعی را روشن ساخته است. پس از شکل گیری مناسب و عادلانه توزیع ثروت های طبیعی، نوبت به تولید ثروت با انجام سرمایه گذاری می رسد (عسکرزاده، ۱۳۸۸).

تولید از ترکیب نهاده انسانی و مادی شکل می گیرد. سرمایه انسانی عبارت از برخورداری از دانش، مدیریت و تجربه مفید است و سرمایه مادی، شامل سرمایه نقدی، تأسیسات، زمین و مواد اولیه می شود. سرمایه نقدی را به علت امکان تبدیل به دیگر سرمایه های مادی می توان به عنوان شاخص سرمایه مادی قلمداد کرد. سرمایه نقدی با پس انداز، قرض گرفتن و مشارکت صاحبان سرمایه در امر تولید تحقق می یابد. تولیدکننده در جهت رسیدن به هدف اقتصادی خود بر اساس معیارهای مختلف، به انجام طرح تولیدی خاصی تصمیم می گیرد (نیکول و همکاران^۱، ۲۰۱۴).

در دنیای کنونی سرمایه گذاری بر روی محصولات فرهنگی به یک مزیت رقابتی برای تمایز بخشی ملت ها در عرصه های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مبدل شده است و از قالب های فردی و تجسد یافته که فقط فرد را از خود منتفع سازد، خارج شده است. آن چه در رقابت های استراتژیک جهانی، موازنه های قدرت و نابرابری های سیاسی به عنوان عامل اثر گذار شناخته شده اند، فقط سرمایه گذاری های اقتصادی انسانی و اجتماعی نیستند، بلکه مزایای رقابتی دنیا در عرصه توسعه پایدار در کشورهای گوناگون جهان امروزه در حوزه سرمایه گذاری فرهنگی رقم می خورد (فیلیپس و شوکلی^۲، ۲۰۱۰).

برای مشخص شدن دامنه تاثیر گذاری فعالیت های ها در برنامه ریزی فرهنگی، ابتدا لازم است فرهنگ تعریف شود تا براساس تعریف بتوان موضوع تصرف و رسالت اقشار جامعه را معین نمود. به خلاف تعاریف موجود از فرهنگ، تعریف فرهنگ در نظام اسلامی از خصوصیت و ویژگی خاصی برخوردار است، زیرا در توسعه فرهنگی، اخلاق و گرایشات و اعتقادات محور قرار می گیرد و توسعه کارآمدی، حول محور توسعه اخلاق صورت می پذیرد (سپهرنیا، ۱۳۹۳).

بر این مبنا، فرهنگ به کیفیات یا جهت های پذیرفته شده اجتماعی نسبت به نظام ارزشی یا اعتقادی، بینشی یا نظری، دانشی یا کاربردی متناسب با تکامل اسلامی جامعه تعریف میگردد. به عبارتی، فرهنگ به سنجش، پذیرش و تفاهم تعریف می شود (کورز و روزنبرگ، ۱۳۷۸).

قابلیت تبدیل سرمایه فرهنگی به چشم اندازهای اقتصادی و قدرت تبدیل شوندگی به سرمایه های اجتماعی در تولید انباشت های فرهنگی، نقش های عمده ای است که توسط سرمایه گذاری فرهنگی در جامعه صورت می پذیرد. حضور سرمایه گذاران فرهنگی در شبکه جهانی نه به عنوان مبدل سرمایه ای بلکه به صورت ارکان اساسی توسعه پایدا مورد توجه قرار گرفته اند (گرین و گوتینگ، ۲۰۱۰).

از سرمایه گذاری در علم اقتصاد به معنای تغییر در انباشت سرمایه ها به منظور تولید کالاها و خدمات یاد می شود. منظور از انباشت سرمایه مجموع ماشین آلات، ساختمانها، تأسیسات و منابع انسانی موجود و غیره در یک لحظه از زمان می باشد. از این رو انواع سرمایه به سرمایه فیزیکی از قبیل ابزار و ماشین آلات و ساختمان، سرمایه انسانی مانند نیروی کار و مدیریت منابع، سرمایه مالی شامل سهام، اوراق قرضه و نقدینگی موجود در سطح جامعه و همچنین سرمایه اجتماعی که در واقع نوعی از روابط اجتماعی که منجر به ایجاد شبکه های اجتماعی، هنجارها، اعتماد اجتماعی و تسهیل هماهنگی و همکاری به منظور دستیابی به منافع اجتماعی می گردند، تقسیم بندی می شود. سرمایه گذاری مستلزم مطالعه فرصت های سرمایه گذاری است. فرصت های سرمایه گذاری مستلزم مدیریت ثروت سرمایه گذاران است، این ثروت شامل مجموع درآمد فعلی و ارزش فعلی درآمدهای آتی است. سرمایه گذاران سعی می کنند ثروت و دارایی خود را به نحو مؤثری مدیریت کنند و بتوانند با محافظت از عواملی همچون تورم، مالیات و سایر عوامل، بیشترین بازده را کسب نمایند (اعلایی کلجاهی، ۱۳۹۳).

¹ Nichol et al.

² Phillips & Shockley

فرصت های سرمایه گذاری در واقع توانایی بالقوه سرمایه گذاری های شرکت را نشان می دهد بدین معنی که هر چقدر توانایی انجام سرمایه گذاری شرکت در آینده بیشتر باشد شرکت دارای فرصت های سرمایه گذاری بیشتری است. آینده نگری گروه های استفاده کننده از صورت های مالی همواره حسابداران را به جستجوی روش های برتر برای تفسیر اطلاعات مالی هدایت کرده است، مدیران نتایج عملیات آتی یک واحد تجاری و توان جذب سرمایه را با اهمیت می دانند و رضایت سهامداران نیز در گرو سود مورد انتظار آنهاست که در این میان یکی از روشهای برتر تفسیر اطلاعات بررسی فرصتهای سرمایه گذاری است (فردیناند و بورچ^۱، ۱۹۹۹).

مطالعه دقیق فرصت های سرمایه گذاری می تواند باعث مدیریت بهتر و افزایش ثروت سرمایه گذار شود. به علاوه انتظار می رود افراد با مطالعه اصول سرمایه گذاری تا آنجایی که ممکن است از اشتباهات جلوگیری کرده و آگاهانه تصمیم گیری نمایند. فرصت های سرمایه گذاری در واقع توانایی بالقوه سرمایه گذاری های شرکت را نشان می دهد. بدین معنی که هر چقدر توانایی انجام سرمایه گذاری شرکت در آینده بیشتر باشد شرکت دارای فرصتهای سرمایه گذاری بیشتری است. فرصت های سرمایه گذاری باعث ایجاد حرفه و مشاغل نیز می شود. کسانی که می خواهند در این زمینه به صورت حرفه ای مشغول شوند باید به مطالعه و پژوهش در رابطه با فرصت های سرمایه گذاری بپردازند. کسانی که در رشته سرمایه گذاری، دارای مهارت هستند می توانند نسبت به افراد عادی از سود بیشتری برخوردار باشند (بهارمقدم و حسینی فرد، ۱۳۸۹).

سود یکی از اقلام اساسی و مهم صورتهای مالی است لذا در زمینه های گوناگون، استفاده های متعددی دارد به عنوان مثال سود می تواند مبنایی برای محاسبه مالیات، تعیین سیاست تقسیم سود، راهنمایی برای سرمایه گذاریها و تصمیم گیریها، معیار کارایی مدیریت و همچنین عاملی برای پیش بینی سودها و رویدادهای اقتصادی آتی باشد (تهرانی و احمدیان، ۱۳۸۵).

برای یافتن علل اهمیت سود برای تصمیم گیری سرمایه گذاران، می بایست به نقش فوایدی که سود برای تصمیم گیری دارد پی برد. سود بر مبنای فرض تعهدی و طبق اصول و موازین پذیرفته شده حسابداری اندازه گیری می شود، بطور کلی می توان گفت هدف از اندازه گیری سود عبارتست از تعیین اینکه وضعیت یک واحد تجاری در نتیجه عملیاتی که طی یک دوره معین انجام داده به چه میزان بهبود یافته است. یعنی مفهوم سود معمولاً مترادف بهبود موقعیت واحد تجاری می باشد و نتیجتاً هر چه مبلغ سود بیشتر باشد، می توان انتظار بهبود بیشتری در موقعیت واحد تجاری داشت. البته باید توجه نمود که منظور از بهبود در موقعیت واحد تجاری بهبود وضعیت نقدینگی آن نیست و به عبارت دیگر در یک دوره مالی میزان سود و تغییرات در وجوه نقد رابطه الزامی و تنگاتنگی با یکدیگر ندارند. زیرا افزایش در وجوه نقد ممکن است دلیل دیگری غیر از سود کسب شده، ایجاد شده باشد (تهرانی و نوربخش، ۱۳۸۲).

عبارت فرهنگ در بُعد عمومی نشأت گرفته از همان اندیشه تایلر است که «فرهنگ را مجموعه ای از توانایی ها، شناخت، باورها، اشیاء، فنون، و هنرها، و قوانین می دانند که هر انسانی از جامعه ای که در آن عضو است، دریافت می کند.» (فکوهی، ۱۳۷۹). در بُعد رفتاری فرهنگ را باید یکسری از رفتارهای مشترک نشأت گرفته از هنجارها و ارزش های جامعه دانست که افراد جامعه از همان کودکی به آموزش و یادگیری آن پرداخته اند؛ و در قالب فرایند اجتماعی شدن می توان آن را مورد بررسی و مطالعه قرار داد. فرهنگ در قالب ارزشی اشاره به مجموعه ای از ارزش های جامعه و ضوابط اجتماعی می کند؛ که باید در یک جامعه برای رسیدن به سعادت و توسعه افراد آن را به کار برد (فکوهی، ۱۳۸۵).

از طرفی توسعه، یک مفهوم چندبُعدی و پیچیده است، و همراه با رگه های ارزشی با مفاهیم "ترقی و تکامل - تغییر، تحول و دگرگونی - رشد، بهبود، نوسازی و..." همراه است. براین اساس می توان همانند مایکل تودارو بر این باور بود که «توسعه را باید جریان چند بعدی دانست که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی عامه مردم و نهاد های ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه کردن فقر مطلق است. توسعه در اصل باید نشان دهد که مجموعه نظام اجتماعی، هماهنگ با نیاز های متنوع اساسی و خواسته های اقرا و گروه های اجتماعی در داخل نظام، از حالت نامطلوب زندگی خارج شده و به سوی وضع یا حالتی از زندگی که از نظر مادی و معنوی بهتر است، سوق می یابد (لهسایی زاده، ۱۳۸۲).

در واقع ترکیب توسعه و فرهنگ در جامعه و در بخشی از اندیشه های ای علوم انسانی به نام "توسعه فرهنگی"، به دنبال این است که با توجه به فرایند مدرنیته و مدرنیزاسیون با یک رویکرد درونی و بومی و بهره مندی از پیامدهای موثر بیرونی توسعه، به شناخت

¹ Ferdinand & Burch

عمیق باورها و ارزش های ملی و محلی فرهنگ جامعه خود بپردازد، و با توجه به اهمیت به نگرش های ملی و محلی از خلاقیت های انسان در جهت رشد میراث معنوی و فرهنگی خود در دنیای حاضر بهره ببرد؛ و به اشاعه و تقویت آن دسته از رفتارهای فرهنگی که نشأت گرفته از ارزش های بومی و ملی است بپردازد، تا بتواند فرهنگ خود را جهانی نماید (بیگی، ۱۳۸۷).

توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه ریزی های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خود پاسخ دهد، تا از این طریق ایده ها، افکار، و آداب و رسوم ملی - بومی جامعه خود را در قالب ارتباطات نمادین فرهنگی و نشانه های ملی و بومی در عصر حاضر همپای سایر فرهنگ جوامع موثر در جهان اشاعه دهد (آشفته، ۱۳۸۶).

در هر جامعه ای سرمایه فرهنگی هر فردی که ارتقاء یابد کمک موثری بر بسط توسعه فرهنگی داشته است. سرمایه فرهنگی به نظر پیر بورديو به سه شکل وجود دارد:

- ۱- در حالت متجسد، یعنی به شکل خصائل دیرپای فکری و جسمی،
- ۲- در حالت عینیت یافتگی به شکل کالاهای فرهنگی (در قالب کتب، تصاویر، لغت نامه، ادوات و ماشین آلات و...)
- ۳- در حالت نهادینه شده، چون مدارک تحصیلی و سایر مدارک تخصصی که ضمانت کننده سرمایه فرد است. بورديو آن ها را بررسی کرده است (شارع پور . خوش فر، ۱۳۸۱).

توسعه فرهنگی از طریق حالت متجسد به دنبال اشاعه و بسط رفتارها و شیوه های تربیتی که در یک فرهنگ وجود دارد، تجسد می بخشد، و به صورت جزئی از کالبد در آمدن، به کالبدپیوستن و جزئی از آن شدن است. این فرایند را باید اکتسابی در جامعه در نظر داشت، در حالت عینیت یافتگی باید به اشیای مادی، و رسانه هایی چون نوشته ها، نقاشی ها، بناهای تاریخی، ابزار ها، و غیره که عینیت دارند، توجه کرد؛ در این حالت کالاهای فرهنگی را می توان هم به طور مادی به تملک در آورد، که مستلزم سرمایه اقتصادی است و هم به طور نمادین- که مستلزم سرمایه فرهنگی است. در حالت نهادینه شده، سرمایه فرهنگی به شکل و مدارج آموزشی و امتیازات ضمانت شده همراه است، که نقش موثر در بسط توسعه فرهنگی دارد. بورديو در این سه وجه اشاره به تمایلات و گرایشات روانی افراد، میزان مصرف کالاهای فرهنگی و ارتقاء مدارک، مدارج تحصیلی و علمی- فرهنگی افراد جامعه می کند که در سنجش هویت فرهنگی و توسعه پایدار فرهنگی جوامع نقش بسزایی دارد (سپهرنیا، ۱۳۸۷).

مسعودنیا (۱۳۹۳)، به بررسی و تعیین مهم ترین عوامل موثر بر برند شهری در شهر تهران و ارائه راهکار مناسب پرداختند. نتایج نشان داد که سه گروه عوامل فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بیشترین شانس را جهت سرمایه گذاری و اکتساب برند برای شهر تهران دارا می باشند.

اعلایی کلجاهی (۱۳۹۳)، به بررسی عوامل موثر بر گرایش سرمایه گذاران به توسعه سرمایه گذاری (مطالعه موردی بنگاه های شهرک فناوری خودرو تبریز) پرداخت. تایج حاصل از تکنیک AHP نشان می دهد که به ترتیب عوامل «اقتصادی»، «سیاست- گذاری های دولت»، «امنیتی»، «قوانین و مقررات»، «امکانات»، «مدیریت داخلی»، «ویژگی های فردی سرمایه گذار» و در نهایت «عامل فرهنگی» به عنوان مهم ترین عوامل موثر بر گرایش سرمایه گذاران به توسعه سرمایه گذاری قلمداد می شوند.

علم الهدی و همکاران (۱۳۹۳)، به بررسی رابطه کیفیت سود و ساختار سرمایه پرداختند. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که رابطه معنا داری بین نسبت بدهی به دارایی و دیگر شاخص هایی که به نوعی بر ساختار سرمایه تاثیر دارند با کیفیت سود وجود ندارد. در این تحقیق به یک عامل مهم ساختار مالکیتی و سهام مدیریتی نیز به عنوان یک عامل موثر بر ساختار سرمایه پرداخته شده است و نتایج، شواهدی ارائه نموده که ساختار سرمایه با ساختار مالکیت رابطه مثبت دارد و همچنین وجود رابطه منفی بین تعداد سهام های متعلق به سرمایه گذاران نهادی با اهرم تأیید شد.

مهام و همکاران (۱۳۹۲)، بررسی ارتباط بین بدهی ها، تنوع بخشی و مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج نشان می دهد که شرکت هایی با اهرم مالی بیشتر، مدیریت سود کمتری دارند و شرکت هایی که متنوع ترند شفافیت کمتر، مدیریت سود دارند. و نهایتاً در شرکت های متنوع با شفافیت کمتر اثرات بدهی بر روی اقلام تعهدی اختیاری منفی است. عبارت دیگر؛ شرکت ها از تنوع بخشی محصولات جهت جلوگیری از کنترل وام دهندگان استفاده نمی کنند. نجف بیگی و حسین زادگان (۱۳۹۰)، به مطالعه در مورد جهانی شدن و تجارت کالاهای فرهنگی کشور پرداختند. هدف مقاله، طراحی الگوی توسعه صادرات کالاهای فرهنگی است. نتیجه تحقیق نشان داد که در کشورهای در حال توسعه مانند ایران به دلیل سیاسی و فلسفی بودن فرهنگ رویکرد خاصی در مورد آن وجود ندارد و به همین دلیل در امر بازاریابی آن فعال نبوده ایم.

عسکرزاده (۱۳۸۸)، به بررسی بررسی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه گذاری در ورزش استان خوزستان پرداخت. نتایج نشان داد که شرایط جغرافیایی، اقتصادی و سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت های فیزیکی، نیروی انسانی کارآمد، تمایل مردم استان به ورزش های تجاری رابطه مثبت معنی داری وجود دارد و ویژگی های دموگرافیکی مثل میزان تحصیلات، پست سازمانی دارای رابطه مثبت و جنسیت و رشته تحصیلی رابطه منفی معنی داری با جذب سرمایه گذاری دارند و دیگر ویژگی ها (سابقه مدیریت، سابقه ورزشی و...) فاقد رابطه معنی دار بودند. همچنین عامل نگرش مدیران با جذب سرمایه گذاری رابطه منفی معنی داری دارد. در پایان پیشنهاد می شود تمام عوامل مؤثر باید به صورت یک مجموعه در نظر گرفته شوند و بدون تغییر نگرش در میان مدیران و کارشناسان ورزش استان بستر مناسب برای ورود سرمایه امکان پذیر نخواهد بود.

سپهرنیا (۱۳۸۷)، در تحقیقات خود با عنوان طراحی الگوی اندازه گیری سرمایه فرهنگی درایران، نشان می دهد که در راستای شناسایی شاخص های اندازه گیری سرمایه فرهنگی در بعد جمعی مولفه صنعت فرهنگی با شاخص های تنوع مصرف، میزان مصرف و نوع محصولات فرهنگی در تعیین اندازه سرمایه فرهنگی دخیل می باشند.

تهرانی و احمدیان (۱۳۸۵)، به بررسی رابطه بین تنوع محصولات با ریسک و بازدهی سهام شرکت های تولیدی بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتیجه کلی که حاصل محقق گردیده این است که تقریباً ارتباط محسوسی بین هیچ یک از ابعاد تنوع محصولات سازمانی با بازدهی و ریسک شرکت ها دیده نمی شود.

سازمان یونسکو (۱۳۸۰)، گزارش نموده است که، در جمع آوری و تحلیل داده های ۱۲۰ کشور بین سالهای ۱۹۹۴ و ۲۰۰۲ تجارت بین المللی کالاهای فرهنگی از ۳۸ میلیارد دلار به ۶۰ میلیارد دلار افزایش یافت و صنایع خلاق و صنایع فرهنگی، بیش از ۷ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می دهند. بازار این صنایع در اختیار معدودی از کشورهای دارای درآمد سرانه بالاست. سهم کشورهای در حال توسعه از صادرات کالاهای فرهنگی هر چند افزایش یافته ولی کمتر از ۱ درصد بوده است. در میان کالاهای فرهنگی محوری، بین سال های ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۲، تنها سهم کالاهای صوتی-تصویری با ۱۱۷ درصد رشد، افزایش یافته است. بیشترین کاهش متعلق به گروه رسانه های چاپی-کتاب و مجله و روزنامه و سایر رسانه های چاپی-بوده است (۱۶ درصد کاهش سهم) که تحول مهمی است. سهم رسانه های چاپی، در تجارت کالاهای فرهنگی ۳۰ درصد است که ۱۹ درصد آن به تجارت کتاب اختصاص دارد. شکی نیست که پیدایش رسانه های جدید و توسعه تکنولوژی دیجیتال، عامل مهم این کاهش به شمار می رود. در بسیاری از کشورها، از جمله کشورهای پیشرفته، بسیاری از نشریات و روزنامه ها به صورت آنلاین منتشر می شوند و ۴۰ تا ۷۰ درصد آنان برای خود وب سایت دارند.

روش تحقیق

در این پژوهش ابتدا برای جمع آوری اطلاعات در مورد ادبیات پژوهش از شیوه ی کتابخانه ای؛ سپس برای انجام پژوهش های میدانی از روش چک لیست استفاده شده است. از آنجایی که هدف آن است که این پژوهش هم اکتشافی و هم توصیفی باشد، رویکردی مرکب از هر دو روش کیفی و کمی برای پژوهش اتخاذ شده است. در این تحقیق پس از تعیین عوامل مؤثر آن را به صورت چک لیست درآورده و بین چهار از نخبگان رشته های علوم اجتماعی و مدیریت فرهنگی توزیع نمودیم. برای هر عامل نمره بین ۰ تا ۱۰ جهت تعیین نظر نخبگان قرار دادیم. این عوامل عبارت بودند از: سیاست و خط مشی دولت، تضمین سود، عوامل فرهنگی و اجتماعی، نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره، جبران ضرر، ارائه تسهیلات و شرایط اقتصادی و تجارت. پس از گردآوری داده ها وزن هریک را در جداول جداگانه آورده و با استفاده از تکنیک AHP و نرم افزار Expert Choice به رتبه بندی عوامل مالی مؤثر بر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی هنری پرداختیم.

جدول ۱- عوامل موثر بر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی هنری

ردیف	عوامل موثر بر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی هنری
۱	سیاست و خط مشی دولت
۲	عوامل فرهنگی و اجتماعی
۳	نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره
۴	جبران ضرر
۵	ارائه تسهیلات
۶	شرایط اقتصادی و تجارت
۷	تضمین سود

یافته ها و نتیجه گیری

یافته های این مطالعه از نظر ۴ نفر از خبرگان در راستای رتبه بندی عوامل موثر در سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی برای هر کارشناس به صورت مجزا بیان شده است:

جدول ۲- وزن نسبی عوامل از دیدگاه متخصصین اعداد از ۱ تا ۱۰							
نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	عوامل فرهنگی و اجتماعی	شرایط اقتصادی و تجارت	ارائه تسهیلات	جبران ضرر	تضمین سود سرمایه	سیاست و خط مشی دولت	
۱۰	۸	۵	۴	۲	۳	۱	سیاست و خط مشی دولت
۱۰	۹	۶	۵	۳	۱	۰,۳۳	تضمین سود
۲	۱	۰,۵	۰,۲	۰,۱۲	۰,۱۲	۰,۱۲	عوامل فرهنگی و اجتماعی
۱	۰,۵	۰,۵	۰,۲۵	۰,۱۲	۰,۱	۰,۱	نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره
۸	۸	۸	۴	۱	۰,۳۳	۰,۵	جبران ضرر
۴	۵	۳	۱	۰,۲۵	۰,۲	۰,۲۵	ارائه تسهیلات
۲	۲	۱	۰,۳۳	۰,۱۲	۰,۱۶	۰,۲	شرایط اقتصادی و تجارت

جدول ۳- وزن نسبی عوامل از دیدگاه متخصص ۲ عدد از ۱ تا ۱۰

نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	عوامل فرهنگی و اجتماعی	شرایط اقتصادی و تجارت	ارائه تسهیلات	جبران ضرر	تضمین سود سرمایه	سیاست و خط مشی دولت	
۱۰	۱۰	۵	۵	۳	۳	سیاست و خط مشی دولت	
۹	۹	۶	۶	۵	۱	تضمین سود	
۳	۱	۰,۳۳	۰,۱۶۶	۰,۱۲۵	۰,۱۱	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
۱	۰,۳۳	۰,۵	۰,۱۶	۰,۱۱	۰,۱۱	نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	
۹	۸	۷	۵	۱	۰,۱۶	جبران ضرر	
۶	۶	۴	۱	۰,۲	۰,۱۶	ارائه تسهیلات	
۲	۳	۱	۰,۲۵	۰,۱۴	۰,۱۶	شرایط اقتصادی و تجارت	

جدول ۴- وزن نسبی عوامل از دیدگاه متخصص ۳ عدد از ۱ تا ۱۰

نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	عوامل فرهنگی و اجتماعی	شرایط اقتصادی و تجارت	ارائه تسهیلات	جبران ضرر	تضمین سود سرمایه	سیاست و خط مشی دولت	
۹	۸	۶	۴	۴	۵	سیاست و خط مشی دولت	
۹	۷	۵	۴	۵	۱	تضمین سود	
۲	۱	۱	۱	۰,۱۴	۰,۱۴	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
۱	۰,۵	۰,۳۳	۰,۳۳	۰,۱	۰,۱۱	نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	
۱۰	۷	۹	۴	۱	۰,۲	جبران ضرر	
۵	۴	۵	۱	۰,۲۵	۰,۲۵	ارائه تسهیلات	
۳	۱	۱	۱	۰,۱۱	۰,۲	شرایط اقتصادی و تجارت	

جدول ۵- وزن نسبی عوامل از دیدگاه متخصص ۴ عدد از ۱ تا ۱۰

نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	عوامل فرهنگی و اجتماعی	شرایط اقتصادی و تجارت	ارائه تسهیلات	جبران ضرر	تضمین سود سرمایه	سیاست و خط مشی دولت	
۱۰	۹	۷	۵	۳	۴	سیاست و خط مشی دولت	
۱۰	۹	۶	۴	۴	۱	تضمین سود	
۱	۱	۱	۰,۲	۰,۱۱۱	۰,۱۱	عوامل فرهنگی و اجتماعی	
۱	۱	۱	۰,۱۶	۰,۱	۰,۱	نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره	
۱۰	۹	۸	۴	۱	۰,۲۵	جبران ضرر	
۶	۵	۳	۱	۰,۲۵	۰,۲۵	ارائه تسهیلات	
۱	۱	۱	۰,۳۳	۰,۱۲۵	۰,۱۶	شرایط اقتصادی و تجارت	

جدول ۶- رتبه بندی عوامل موثر بر سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی از دیدگاه نخبگان

اولویت	میانگین وزنی	خبره ۴	خبره ۳	خبره ۲	خبره ۱	
1	0.353442	0.373208	0.367876	0.343767	0.328915	سیاست و خط مشی دولت ۱
2	0.259196	0.251612	0.233787	0.277414	0.273973	تضمین سود ۲
6	0.031694	0.026981	0.04036	0.029458	0.029975	عوامل فرهنگی و اجتماعی ۶
7	0.022749	0.025457	0.022269	0.020556	0.022713	نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره ۷
3	0.197124	0.199637	0.191288	0.186416	0.211154	جبران ضرر ۳
4	0.094587	0.091628	0.09973	0.097189	0.0898	ارائه تسهیلات ۴
5	0.042625	0.031987	0.047613	0.04649	0.04441	شرایط اقتصادی و تجارت ۵

نتایج نشان داد که عامل سیاست و خط مشی دولت به عنوان مهمترین عامل در سرمایه گذاری در موسسات فرهنگی است و وزن آن بالاترین وزن و ۰/۳۵ شده است. عامل تضمین سود دومین عامل و میانگین وزنی آن ۰/۲۵ شده است. عامل جبران ضرر نیز به عنوان سومین مولفه و میانگین وزنی آن ۰/۱۹۷ شده است. عامل ارائه تسهیلات نیز به عنوان چهارمین مولفه و میانگین وزنی آن ۰/۰۹۴ شده است. عامل شرایط اقتصادی و تجارت نیز به عنوان پنجمین مولفه و میانگین وزنی آن ۰/۰۴۲ شده است. عامل عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز به عنوان ششمین مولفه و میانگین وزنی آن ۰/۰۳۱ شده است. عامل نگرانی نسبت به وقایع غیر منتظره نیز به عنوان هفتمین مولفه و میانگین وزنی آن ۰/۰۲۲ شده است

منابع و مراجع

- [1] Alaei Koljahi, P. (2014). Investigating the effective factors of investors tendency to developed the investment. the case study. The agency for vehicle technology of Tabriz. The master thesis. The supervisor hosein panahi and parviz mohamadzade . Tabriz university. (in Persian)
- [2] Alam-el-Hoda, S. & Daryabar, A. & Tariqi, S. (2014). Investigates the relation between the quality of profit and structure of capital. The non-financial companies admitted in stock exchange of Tehran. 1. (8): No. 27. (in Persian)
- [3] Asgharzadeh, A. (2009). Investigating on effective factors in attracting investment in Khuzestan, athlets from the perspective of the authorties of physical education. Master thesis. (in Persian)
- [4] Ashofteh, A. (2009). Cultural programming and economical development. The institution of development publication . Data base for specialized journals. Noormags. (In Persian)
- [5] Bahar Moghadam, M. & Hasanifard, H. (2010). Investigates the relationship between the financial occurrences and the profit management in the admitted companies in stock market of Iran. The research of accountant in the second year. Summer, No.6. (In Persian)
- [6] Eoghan, N. & Dowling, M. (2014). Profitability and investment factors for UK asset pricing models, Economics Letters 125, 364–366.
- [7] Esfahanian, M. & Aghabarari, M. & Safari, A. (2013). Investigating the relationship between the profit management and the financial expenditures in the companies admitted to stock market of Tehran. The first national conference of accounting and management. Shiraz. The international educational institution if Kharazmi. (In Persian)
- [8] Fakoochi, N. (2000). From Culture to development, Ferdowsi publication. Tehran. (In Persian)
- [9] Ferdinand A. Gul, Burch T. Kealej, (1999). Review of Quantitative Finance and accounting, P. 44. (In Persian)
- [10] Kouzer, L. & Rouzenberg, B. (1998). The fundamental theories of society. Translation: Ershad farhang, Tehran, Ney publication. (In Persian)
- [11] Lahsaie-zadeh, A. (2014). Sociology of development, the master thesis. The supervisor Ali Rabiee . Payam-e Noor University. (In Persian)
- [12] Phillips, R. , & Shockley, G., (2010). Linking Cultural Capital Conceptions to Asset-Based Community Development. Mobilizing communitis: asset building as a community development strategy, 92.
- [13] Sepehrnia, R. (2008). Designing the measurement model of cultural capital in Iran. The master thesis of cultural management. Islamic Azad University. (in Persian)
- [14] Sepehrnia, R. (2012). Investigating the position of the creative cultural industries and its relationship with promotion of cultural capital in Iran. The creative and initiation in human science, the second period, No. 1. (In Persian)
- [15] Sharepour, M. & khoshfar, Gh. (2002). The relationship between cultural capitaland social identity of youths, The letter of social science. No. 20, Social science compus. Tehran university. (in Persian)
- [16] Tehrani. F, Ahmadian. V (2006). Investigating the relationship between the variability of products with risk and stock returns of manufacturers of stock market exchange. The research marketing journal, No. 38. (in Persian)