

Юснідаг Ібрагім, Імран Аршад

Аналіз впливу участі продукту, суб'єктивного критерію та сприйнятого поведінкового управління на інвестиційні наміри індивідуальних інвесторів Пакистану

Метою дослідження є аналіз впливу участі продукту, суб'єктивного критерію та сприйнятого поведінкового управління на інвестиційні наміри індивідуальних інвесторів у Пакистані. Дані отримані від 548 індивідуальних інвесторів за допомогою методу систематичного випадкового відбору. Аналіз даних проводився з використанням описової та інференційної статистики. Результати аналізу свідчать про те, що залучення продукту та суб'єктивний критерій суттєво впливають на інвестиційні наміри індивідуальних інвесторів Пакистану, тоді як вплив сприйнятого поведінкового управління є незначним. Отримані дані можуть бути корисними для радників з питань інвестування з метою підвищення рівня участі. Вони повинні розробляти та рекламувати індивідуальні інвестиційні портфелі для своїх клієнтів, які відповідатимуть їхньому профілю ризику, інвестиційним цілям і фінансовим обмеженням.

Ключові слова: участь продукту, суб'єктивний критерій, сприйняте поведінкове управління, інвестиційні наміри.

Класифікація JEL: D91, G41.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Юснідаг Ібрагім, Імран Аршад

Анализ влияния участия продукта, субъективного критерия и воспринимаемого поведенческого управления на инвестиционные намерения индивидуальных инвесторов Пакистана

Цель исследования – анализ влияния участия продукта, субъективного критерия и воспринимаемого поведенческого управления на инвестиционные намерения индивидуальных инвесторов Пакистана. Данные получены от 548 индивидуальных инвесторов с помощью систематического случайного отбора. Анализ данных проводился с использованием описательной и инференциальной статистики. Результаты анализа свидетельствуют о том, что привлечение продукта и субъективный критерий существенно влияют на инвестиционные намерения индивидуальных инвесторов Пакистана, в то время как влияние воспринимаемого поведенческого управления является незначительным. Полученные данные могут стать полезными для консультантов по вопросам инвестиций для повышения степени участия. Они должны разрабатывать и рекламировать индивидуальные инвестиционные портфели для своих клиентов, которые будут соответствовать их профилю риска, инвестиционным целям и финансовым ограничениям.

Ключевые слова: участие продукта, субъективный критерий, воспринимаемое поведенческое управление, инвестиционные намерения.

Классификация JEL: D91, G41.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), что позволяет неограниченное повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.