

Журнал “Социальные исследования”

Обратная задача выборки и мотивация на рынке Форекс

Ильясов Фархад Назипович ^{a *}

^a - независимый исследователь, кандидат философских наук по специальности «прикладная социология»

О СТАТЬЕ

Прохождение статьи:
Поступила: 29.05.2016
Принята: 19.06.2016
Опубликована онлайн:
12.07.2016

Ключевые слова:
выборка,
мотивация,
форекс

АННОТАЦИЯ

В статье описывается пример реализации процедуры обратной задачи выборки, то есть реконструкции структуры генеральной совокупности с помощью выборочного метода. Излагаются результаты исследования мотивов участия в валютных торгах у посетителей начальных семинаров по торговле на рынке Форекс.

1. Введение

В социальных исследованиях, особенно маркетинговых, нередко возникает ситуация, когда размер и структура генеральной совокупности неизвестны, в этом случае встает задача выявления параметров изучаемой совокупности. Олег Божков называет реконструкцию структуры генеральной совокупности с помощью выборочного метода - «обратная задача выборки». «...Одна из главных целей всего исследования и состоит в том, чтобы получить более или менее надежное и обоснованное представление о самой генеральной совокупности, которая являет собой неустойчивое («размытое»), но все-таки качественно вполне определенное множество» [Божков, 2014: 141].

Совокупности покупателей, находящихся в местах приобретения товаров и услуг - в торговых центрах, магазинах, зрелищных заведениях, точках общепита и т.п., представляют собой специфические общности, которые можно назвать

* E-mail: iliassov.farkhad@yahoo.com

генеральными совокупностями, формируемыми респондентами. Характеристики указанных совокупностей заранее неизвестны, так как они создаются покупателями стихийно, но их можно определить выборочным методом.

Знание социально-демографических характеристик генеральной совокупности (целевой аудитории) в маркетинге необходимо для разработки концептов товаров и медиа-планирования (составления концепции и плана рекламной компании, направленной на увеличение числа покупателей товаров и услуг).

Цель настоящего изложения - описание одного из примеров реализации обратной задачи выборки, а также описание мотивов и детерминации поведения выделенной группы, воссоздающей генеральную совокупность.

В качестве изучаемой совокупности в описываемом исследовании рассматривались лица, имеющие намерение участвовать в валютных торгах, т.е. на рынке Форекс¹. Индикатором указанного намерения выступал факт посещения бесплатных вводных семинаров, проводимых при дилинговых центрах².

Эмпирической базой исследования были восемь неформализованных интервью, четыре фокус-группы³, массовый опрос. На основании интервью и фокус-групп, проведенных с участниками вводных семинаров, была разработана анкета массового опроса.

Тип массового опроса - аудиторное анкетирование. Вид выборки - серийная (гнездовая), производился сплошной опрос лиц, посетивших семинары во время проведения анкетирования. Объем выборки массового опроса составил 397 респондентов.

2. Характеристики воспроизводимой генеральной совокупности

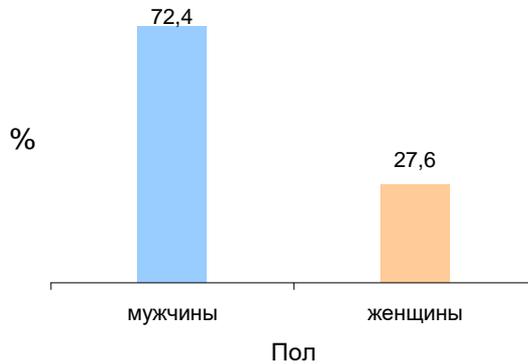
Распределение по полу, по результатам проведенного опроса, оказалось следующим: 72,4% мужчин и 27,6% женщин. То есть у желающих участвовать в валютных торгах преимущественно «мужское» лицо (см. рис. 1), хотя доля женщин представляет собой значительную величину.

¹ Forex - сокращение от англ. Foreign Exchange, переводится как «международный валютный обмен», обозначает «международный рынок валюты», «международная валютная биржа».

² Дилинговые центры - организации, которые предоставляют своим клиентам, физическим лицам, возможность участвовать в валютных торгах с небольшим стартовым капиталом.

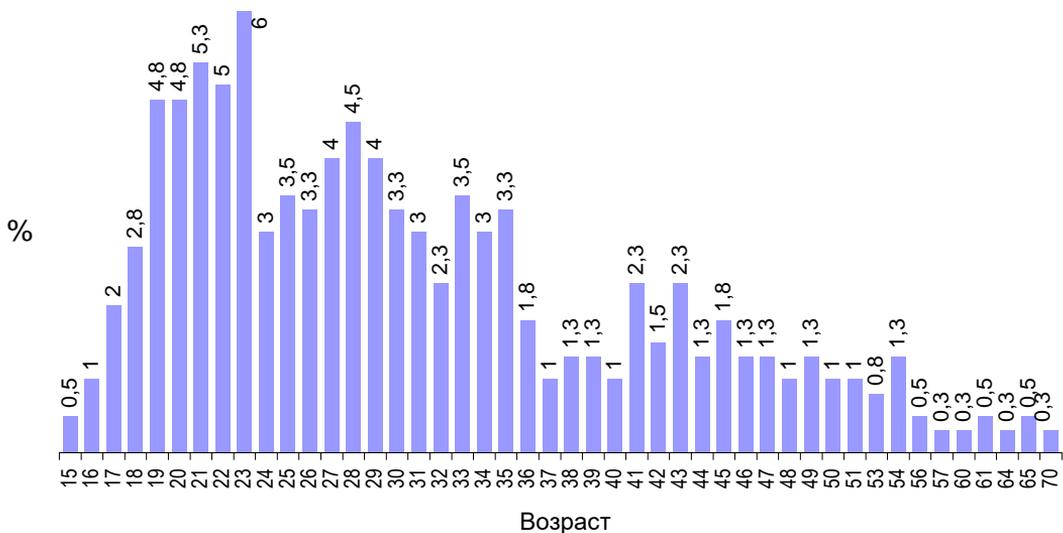
³ Три группы дифференцировались по возрасту, одна была смешанной по полу.

Рис. 1. Распределение опрошенных респондентов по полу, %⁴



Возрастная структура опрошенных респондентов приведена на рис. 2. Опрошенные представляют практически все возрастные группы, то есть, представлены все возраста, начиная с 15-ти до 70-ти лет. При этом на рис. 2 можно выделить 4 «пиковых» возраста или возрастные группы. Наибольшее количество оказалось в интервале от 19 до 23 лет, их доля составила 25,9%. Следующие возрастные пики приходятся на 27-29, 33-35 лет и 41-43 года. Укрупняя группы, модальным можно признать интервал 19-28 лет.

Рис. 2. Распределение опрошенных респондентов по возрасту



⁴ Здесь и далее указывается % от числа ответивших на данный вопрос.

Средний возраст по выборке составил 31 год. Медиана (значение признака, делящее выборочную совокупность на две равные части) равна 28 лет. Модальное (наиболее часто встречающееся) значение - 23 года.

Среднее арифметическое отклонение от среднего возраста по выборочной совокупности составляет ± 11 лет. Таким образом, при самом общем подходе, в качестве наиболее крупной возрастной группы может рассматривать интервал от 20 до 42 лет (31 год ± 11 лет).

Распределение по материальному положению опрошенных выглядит следующим образом: наибольшее количество респондентов (37,8%) отметили свое материальное положение как «Денег хватает на покупку товаров длительного пользования, однако покупка жилья или автомашины сейчас недоступна», - см. рис. 3⁵.

Рис. 3. Распределение опрошенных респондентов по самооценке материального положения

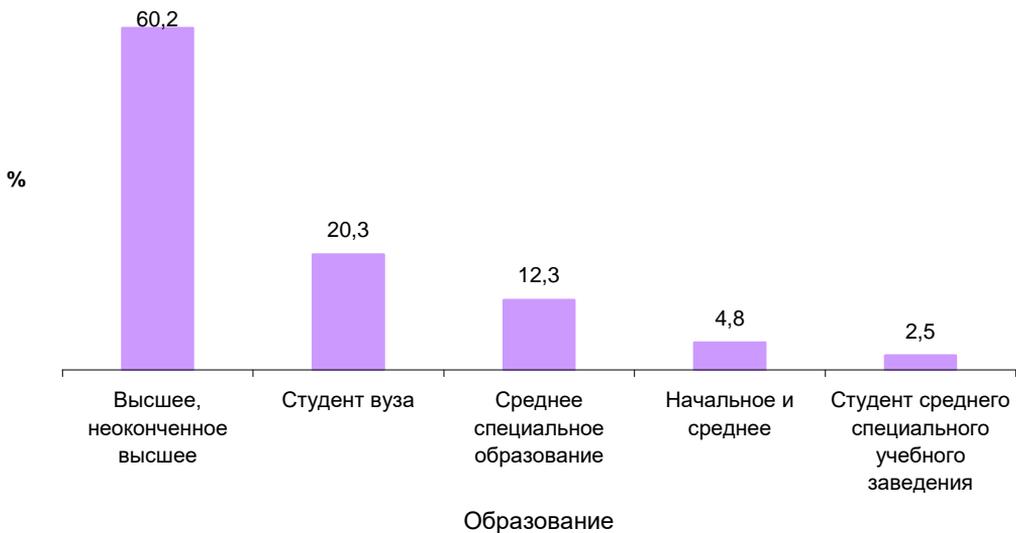


Если в качестве среднего класса в РФ понимать группу, которая может купить себе недорогую машину и жильё, то участники семинаров в основном представляют собой доходные группы, находящиеся на одну или две ступеньки ниже среднего класса.

⁵ Отказ от ответа на вопрос о доходах составил около 14%.

Распределение опрошенных участников семинаров по уровню образования приведено на рис. 4. Наибольшую долю в общем объеме составили респонденты, имеющие высшее и неоконченное высшее образование - 60,2%, доля студентов вуза равна 20,3%, респонденты со средним специальным образованием составляют 12,3%.

Рис. 4. Распределение опрошенных респондентов по образованию



Распределение респондентов по социальному положению, должности, выглядят следующим образом: наибольшее количество - 18,5% составляют «учащиеся, студенты дневного отделения», см. рис. 5. Чуть меньше - 17% «высококвалифицированные служащие, специалисты». 12,8% - «служащие», 11% - «временно не работающие, безработные». Примерно одинаковую долю в общем объеме составляют «частные предприниматели» и «руководители среднего звена», соответственно 9,8 и 9,3 процента (см. рис. 5).

Таким образом, наиболее типичный субъект, имеющий намерение участвовать в валютных торгах это мужчина в возрасте 31 года, имеющий высшее образование, доход ниже «среднего класса», служащий, студент или безработный.

Рис. 5. Распределение опрошенных респондентов по социальному положению

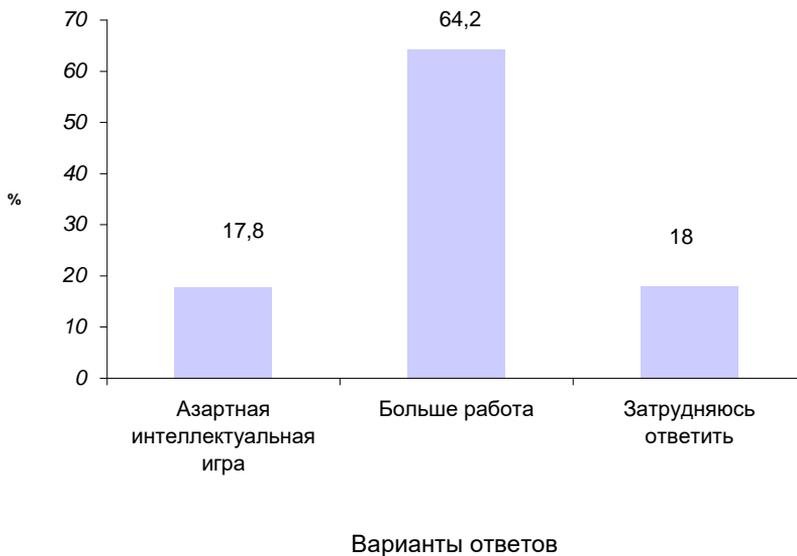


Приведенные социально-демографические параметры выборки могут служить ориентиром для понимания характеристик исследованной генеральной совокупности.

3. Мотивы (мотивировки)

«Азартная игра или работа?» Одной из задач исследования было определить долю участников слушателей семинара, относящихся к участию в валютных торгах как к азартной игре. Использовалась дихотомическая конструкция шкалы, максимальным образом выявляющая лиц, склонных откровенно признать, что рынок Форекс для них - это «азартная игра».

Рис. 6. Распределение ответов на вопрос: «Участие в валютных торгах для вас больше работа или скорее азартная интеллектуальная игра на деньги?»



Доля лиц, выбравших альтернативу «Азартная интеллектуальная игра», в ответе на вопрос «Участие в валютных торгах для Вас больше работа или скорее азартная интеллектуальная игра на деньги?», составила 17,8% (см. рис. 6).

В силу того, что в обществе существует социальная норма, отрицательно оценивающая игру на деньги, можно предполагать, что доля реальных «игроков» выше, в силу того, что некоторая часть респондентов дала, или социально одобряемый ответ (64,2%), или «затруднилась ответить» (18%).

Для выявления **мотивов участия** респондентов в валютных торгах задавался вопрос: «Какие из причин в первую очередь побуждают Вас к тому, чтобы участвовать в валютных торгах?». Распределение ответов на данный вопрос приведено на рис. 7.

Полученные в результате проведённого опроса данные показывают, что ведущими мотивами респондентов являются такие как:

1. «Возможность развития, интерес» (отметили 34,8% респондентов),
2. «Возможность зарабатывать деньги, сидя за компьютером» (33,3%),
3. «Независимость, свобода» (30,3%),
4. «Возможность начать свой бизнес с минимального стартового капитала» (26,8%),
5. «Реализация знаний, ума» (23,1%).

Рис. 7. Распределение ответов на вопрос: «Какие из причин в первую очередь побуждают Вас к тому, чтобы участвовать в валютных торгах?»⁶



Как представляется, приведенные мотивы (мотивировки) участия в валютных торгах в большей отражают рациональную детерминацию поведения, и в меньшей мере - эмоциональную и рефлкторную (инстинктивную).

4. Детерминация

Дэвид Кохен отмечает: «Большинство профессионалов рынка утверждает, что единственными факторами, оказывающими влияние на рынок, являются алчность, страх и стадный инстинкт». Анализируя различные публикации Кохен,

⁶ Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты могли выбирать до трёх вариантов ответов.

указывает: «проведенные исследования не позволяют дать адекватную оценку мотивациям поведения» участников биржевых торгов. Есть некоторые основания полагать, что их поведение не всегда бывает рациональным и даже осозанным. Предполагается, что поведение может быть проявлением, например, невроза или стремлением «свести счеты с богом» [Кохен, 2004: 65-67].

Говоря о детерминации поведения участников торгов, Томас Оберлехнер отмечает: «личная жадность решающий фактор в принятии риска», «страх и надежда самая крупная движущая сила» [Оберлехнер, 2005: 76]. Энтони Гидденс отмечает мотивационную составляющую риска: «...Мышление в понятиях риска явно имеет свои тревожные аспекты, но в то же время оно является средством поиска стабильного исхода, способом колонизации будущего» [Гидденс, 1994: 127].

Поведение человека детерминировано ресурсным поведением - стремлением сохранить, увеличить собственные ресурсы, блага. Основные отношения в социуме - конкурентно-иерархические и солидарно-распределительные. Конкурентно-иерархическое или агрессивное поведение - это стремление перераспределить ресурсы в свою пользу [Ильясов, 2000: 42]. Деньги, как известно, являются эквивалентом большинства материальных и значительной части морально-психологических ресурсов, в том числе задают властный и определяют имущественный социальный статус.

Деньги, большое количество денег, повышает социальный статус человека. Очень высокий статус, в свою очередь, порождает ощущение сакральности человека, как в восприятии самого этого человека, так и восприятии окружающих. В этом случае срабатывают иерархические рефлексy (инстинкты), порождая почти культовые ощущения избранности, достоинства любви, обожания и преклонения. Потому деньги являются мощным стимулом, сильно воздействующим на психику и существенным образом детерминирующим поведение.

Страх это «эмоциональные и поведенческие реакции, вызванные угрозой (реальной или мнимой) потерять или не приумножить ресурсы» [Ильясов, 2007: 81]. Вероятно, любая деятельность может рассматриваться как деятельность по упреждению страха. Например, потребление еды - это процесс «освобождения от страха голодной смерти». **Жадность**, алчность - это актуализированный страх дефицита ресурсов.

Измененным состоянием сознания, при самой широкой трактовке этого понятия, называют состояния психики, при которых изменяется восприятие человеком себя и окружающего мира. Как правило, это состояния, возникающие вследствие: а) сильного перенапряжения, б) сильного расслабления, в) сильной сосредоточенности на каком-нибудь предмете или деятельности, г) химического воздействия, д) нервно-эмоциональной, психической патологии. Страх, как и иные

состояния, вызываемые сильными эмоциями, переживаниями, интенсивными ощущениями, стрессом, вызывает измененное состояние сознания. Сильные эмоции, переживаемые опрошенными респондентами, проявляющиеся в особенностях поведения, позволяют предположить, что сознание некоторых из них находится в измененном состоянии.

Риск - возможность получения негативного результата, возникновения негативных последствий, при реализации определенного поведения, при совершении определенных действий.

Азарт есть одновременное переживание страха, жадности и надежды (веры в чудо) - это желание совершить действие, которое может привести к результату, резко увеличивающему ресурсы (блага) субъекта, но содержащее в себе элемент риска, связанный с утратой имеющихся благ.

Информация, полученная в ходе проведенных интервью и фокус-групп, позволяет предположить, что в некоторой мере поведение опрошенных детерминировано такими факторами как тревога (страх) в связи со своим текущим плохим материальным положением, стремление к риску, чувство азарта. Исходя из особенностей их поведения, можно предположить, что участники семинаров находятся в состоянии стресса. В какой-то мере, вероятно, можно говорить, что ряд опрошенных проявили признаки, которые можно отнести к гемблингу - влечению к азартным играм⁷. Проведенные опросы дают основания полагать, что для исследованной совокупности заметную роль в детерминации их участия в валютных торгах имеет эмоциональная триада: «страх, жадность и надежда».

Литература

Божков О. Б. Эта неуловимая генеральная совокупность / В кн.: Божков О. Б. Социология: ориентир – классика. Предварительные итоги. СПб: Эйдос, 2014. - 504 с.

Гидденс Энтони. Судьба, риск и безопасность // Thesis. 1994. № 5. С. 107-134.

Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М.: ИМА-пресс, 2000. - 200 с.

Ильясов Ф. Н. Терроризм - от социальных оснований до поведения жертв // Социологические исследования. №6, 2007. С. 78-86.

Кохен Дэвид. Психология фондового рынка: Страх, Алчность и Паника. М.: Интернет-трейдинг, 2004. - 364 с.

Оберлехнер Томас. Психология рынка Форекс. М.: Омега-Л, 2005. - 330 с.

Егоров А. Ю. Игровая зависимость (гемблинг) / В кн.: Руководство по аддиктологии. СПб.: Речь, 2007. С. 490-501.

⁷ Патологическое влечение к азартным играм (гемблинг) исследователи относят либо к так называемым нехимическим (поведенческим) аддикция, либо к одной из форм обсессивно-компульсивного расстройства [Егоров, 2007].

THE INVERSE PROBLEM OF SAMPLING AND MOTIVATION IN THE FOREX MARKET

Iliassov Farkhad Nazipovich *

* An independent researcher, PhD in «Applied Sociology» Email: iliassov.farkhad@yahoo.com

Abstract

The paper describes an example of the reconstruction of the general sample by sampling. Describes the results of a study of motives of participation in the Forex market.

Keywords: sample, motivation, Forex

References

- Bozhkov O. B. Eta neulovimaya general'naya sovokupnost'. [In book: *Bozhkov O. B. Sociology: landmark - classic. Preliminary results*]. St. Petersburg: Eidos, 2014. - 504 p. (in Rus.)
- Giddens Anthony. Fate, Risk and Security. *Thesis*. 1994. No. 5. P. 107-134. (Rus. ed.)
- Iliassov F.N. Political Marketing. The art and science of victory in the elections. Moscow: IMA-Press, 2000. - 200 p. (in Rus.)
- Iliassov F.N. Terrorism - from the social bases of behavior to the victims. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 2007. No. 6. P. 78-86. (in Rus.)
- Cohen David. Fear, Greed and Panic: The Psychology of the Stock Market. Moscow: Internet-treiding, 2004. - 364 p. (Rus. ed.)
- Oberlechner Thomas. The Psychology of the Foreign Exchange Market. Moscow: Omega-L, 2005. - 330 p. (Rus. ed.)
- Egorov A. Yu. Igrovaya zavisimost' (gembling). [In book: *Rukovodstvo po addiktologii*] St. Petersburg: Rech', 2007. P. 490-501. (in Rus.)