

## Журнал “Социальные исследования”

### Обратная задача выборки и мотивация на рынке Форекс

Ильясов Фархад Назипович <sup>a \*</sup>

<sup>a</sup> - 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 является 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 Форекс<sup>1</sup>. Индикатором указанного намерения выступал факт посещения бесплатных вводных семинаров, проводимых при дилинговых центрах<sup>2</sup>.

Эмпирической базой исследования были восемь неформализованных интервью, четыре фокус-группы<sup>3</sup>, 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

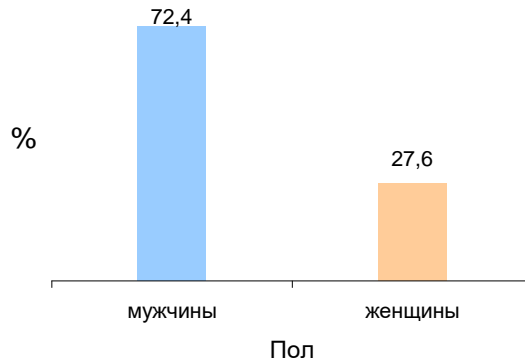
Распределение по полу, по результатам проведенного опроса, оказалось следующим: 72,4% мужчин и 27,6% женщин. То есть у желающих участвовать в валютных торгах преимущественно «мужское» лицо (см. рис. 1), хотя доля женщин представляет собой значительную величину.

---

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

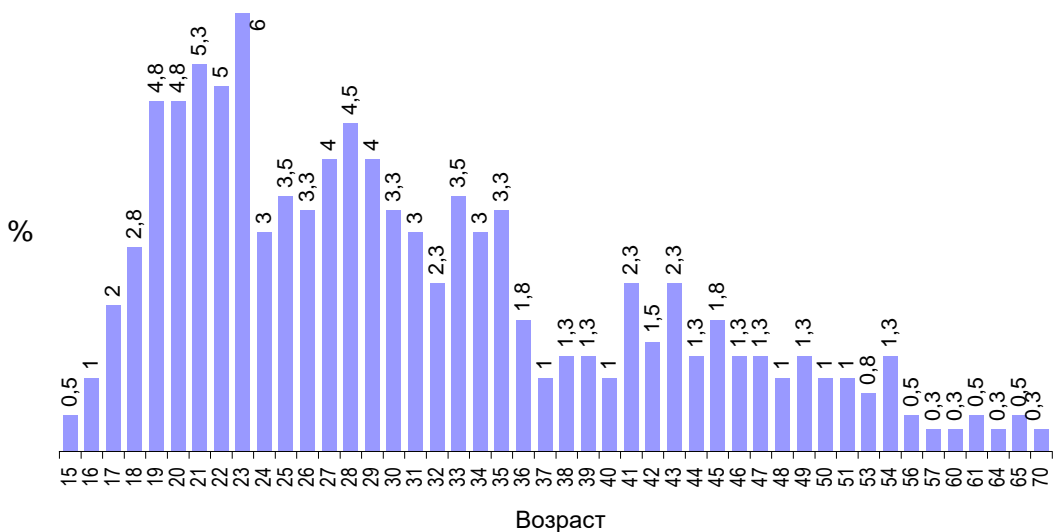
<sup>2</sup> Дилинговые центры - организации, которые предоставляют своим клиентам, физическим лицам, возможность участвовать в валютных торгах с небольшим стартовым капиталом.

<sup>3</sup> Три группы дифференцировались по возрасту, одна была смешанной по полу.

Рис. 1. Распределение опрошенных респондентов по полу, %<sup>4</sup>

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



<sup>4</sup> 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  $\pm 11$  лет. Таким образом, при самом общем подходе, в качестве наиболее крупной возрастной группы может рассматривать интервал от 20 до 42 лет (31 год  $\pm 11$  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. 3<sup>5</sup>.

Рис. 3. Распределение опрошенных респондентов по самооценке материального положения

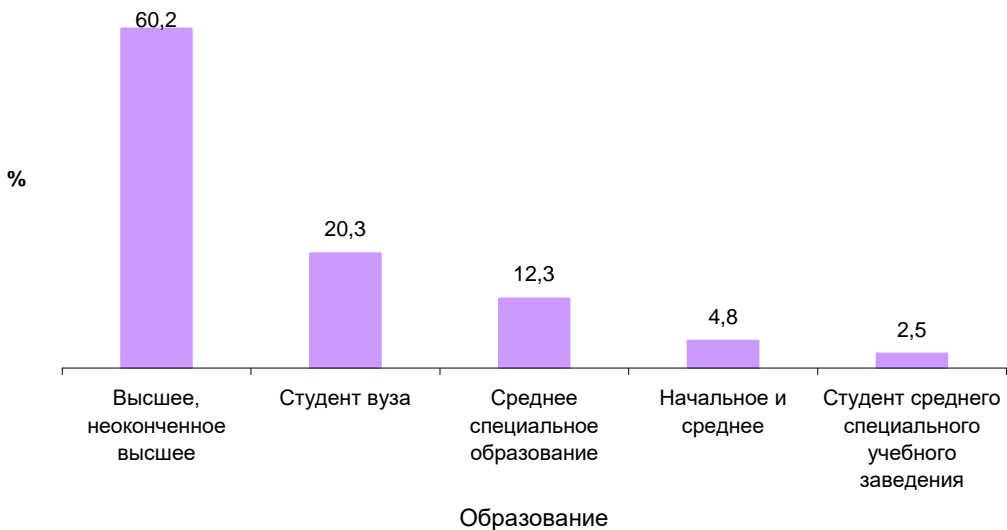


Если в качестве среднего класса в РФ понимать группу, которая может купить себе недорогую машину и жильё, то участники семинаров в основном представляют собой доходные группы, находящиеся на одну или две ступеньки ниже среднего класса.

<sup>5</sup> 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

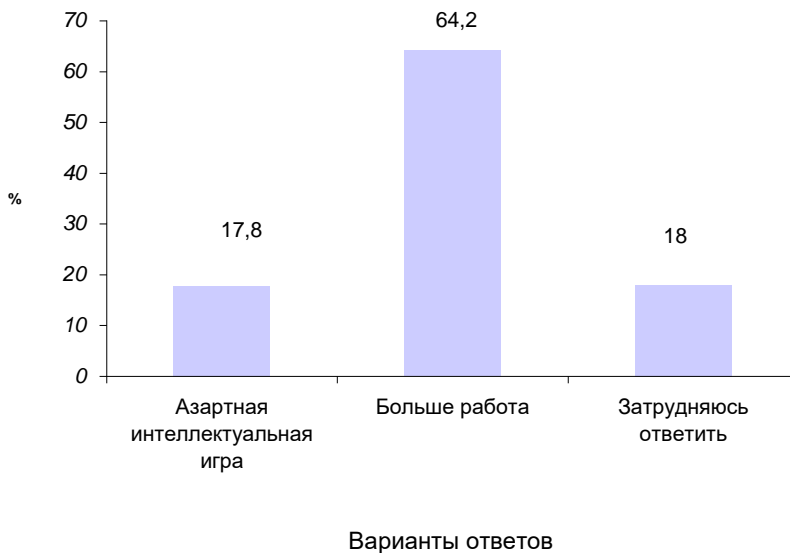


Приведенные социально-демографические параметры выборки могут служить ориентиром для понимания характеристик исследованной генеральной совокупности.

### 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?»<sup>6</sup>



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

<sup>6</sup> 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 играм<sup>7</sup>. 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.

---

<sup>7</sup> 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.)