

Влияние поведения индивидов на принятие риска в эксперименте с конвертацией валют

Научный руководитель – Ведмедь Ирина Юрьевна

Подкорытова Елена Владимировна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Высшая школа экономики и менеджмента, Екатеринбург, Россия

E-mail: podkor.elena@yandex.ru

В современном мире с растущей глобализацией и повышенной валютной волатильностью колебания обменных курсов оказывают значительное влияние на деятельность не только компаний, но и отдельных людей. С каждым днем неуклонно растет и количество пользователей глобальной сети, а вместе с тем и количество интернет-магазинов [2]. Согласно крупному исследованию статистического портала Statista, темп роста онлайн-закупок с 2017 года к 2021 составит 196% [3]. Принимая во внимание тот факт, что иногда курсы валют бывают непредсказуемыми - прыгают до рекордных максимумов, а другие опускаются до минимумов, по очевидным причинам многие хотят получить прибыль, используя межбанковский рынок, а иногда и способ конвертации валюты на международных сайтах. Масштабы таких сделок значительны, как и риски участников. Именно поэтому актуальность темы трудно переоценить.

Понимание готовности к риску можно трактовать по-разному. В любом случае индивид должен обладать способностью самоконтроля при рыночной неполноте информации. Важно отметить, что ситуация в данном аспекте изучена недостаточно, поэтому существуют некоторые исследовательские пробелы, однако ряд фундаментальных исследований, посвященный анализу поведенческой экономики и полезности при выборе альтернативы, был проведен еще в прошлом веке. Авторами было выявлено, что потребитель всегда выбирает ту альтернативу, которая имеет большую полезность, либо ту, для которой ожидаемая полезность (сопоставленная с полезностью ожидаемого дохода) максимальна. Если индивид делает выбор в пользу вариантов, включающих в себя различные степени риска, то это объясняется незнанием шансов или существованием неполной информации. Нежелание придерживаться максимизации полезности является следствием убывающей предельной полезности [1].

Чтобы понять тенденции в поведении человека и количественно выразить их, необходимо использовать точные статистические методы исследования. С помощью среды разработки z-Tree в 2017 году автором данной статьи был запрограммирован экономический эксперимент, выявляющий склонность к риску у потребительской единицы, а также и её рациональность. В качестве выборки (N=50) послужили студенты экономических специальностей и нефинансовых направлений вузов Свердловской области.

Был сформулирован и протестирован ряд гипотез: 1) индивиды, которые знают о возможностях конвертации валют с целью выигрыша, склонны чаще рисковать; 2) индивиды, которые не знали о данном способе обмена валют, вряд ли упустят возможность конвертации валют с целью выигрыша; 3) студенты экономических специальностей получают в среднем больший выигрыш, чем студенты, не связанные с финансовой или экономической деятельностью, в силу специфики.

Перед проведением эмпирического исследования все участники ответили на вопрос, позволяющий определить степень осведомленности о конвертации валют в пользу покупателя, тем самым использовав методы управления рисками. Далее предполагалось выбрать

наиболее рациональный, на их взгляд, выбор конвертации с российского рубля на одну из предложенных валют при условии стоимости определенного товара в 10000 рублей, либо же отказаться и, таким образом, застраховать себя от рисков. Американский доллар служит медиатором при международных транзакциях, поэтому если индивид выберет, например, опцию конвертации со швейцарским франком, то сначала сумма переведется в американский доллар, а уже затем в рубли. На экране изображались реальные значения котировок, между тем, указаны и случайные форвардные курсы доллара в рациональных диапазонах с вероятностями благоприятного для участника исхода в 30% и наоборот - в 70%. На конечном этапе участник получал сумму выигрыша, которая могла быть равна нулю в случае, если он отказался рисковать, положительный или отрицательный результат. Дисперсия выигрышей участников показана на рисунке 1 ниже, где красные точки - результат студентов экономических специальностей, синие - учащихся нефинансовых направлений.

Итоги эксперимента показали, что люди, которые знали о возможности обмена валют на международных сайтах, в основном склонны к риску, они не хотят упустить шанса экономии денежных средств. Во-вторых, индивиды, не знающие о покупке товаров в другой валюте, чаще принимали риск. Возникает вопрос и о рациональности поведения индивидов в классическом понимании. В ходе исследования была выявлена проблема «интеллекта против интуиции», ибо далеко не все определяли эмпирическим путем, какой способ конвертации оказался более выигрышным, вне зависимости от того, студенты экономических специальностей это или нет. Здесь также имеет место гипотеза неполноты информации в силу использования вероятностей, однако те индивиды, которые делали некоторые подсчеты, чаще выбирали наиболее выгодный вариант, получая положительную прибыль. Был также выявлен интересный парадокс: студенты нефинансовых специальностей в среднем выигрывают больше, чем экономисты, тем самым подтверждая расхожее выражение, что «непрофессионалам зачастую везет больше».

В любом случае не существует гарантированных приемов для обеспечения успеха. Наряду с профессиональными знаниями, навыками, умением прогнозирования (а иногда и без них) необходимы простая человеческая удача и везение. В то же время, участники эксперимента активно применяли некоторые из методов управления риском, уклоняясь от неблагоприятных последствий, либо же принимая риск. Естественно, что количество рискнувших людей превысило количество отказавшихся, что полностью подтверждает теорию человека экономического (*homo economicus*), где индивид стремится максимизировать свою полезность, не всегда руководствуясь принципами рациональности.

Источники и литература

- 1) Сэвидж Л., Фридмен М. Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск // Теория потребительского поведения и спроса. СПб., 1993, с. 208-249.
- 2) Аналитическое агентство Forbes Insights: <https://www.forbes.com/forbesinsights/>
- 3) Статистический портал Statista: <https://www.statista.com>

Иллюстрации

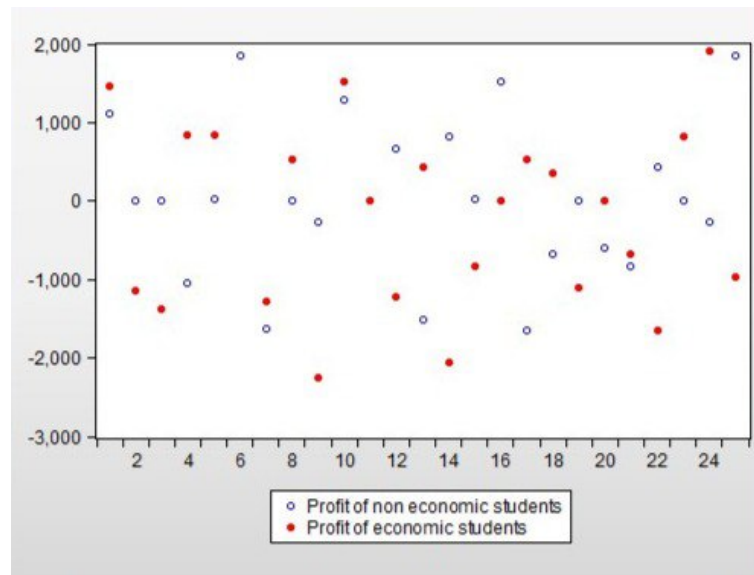


Рис. 1. Разброс выигрышей участников (в рублях)