



روان‌شناسی تجارت موفق

راهنمای رفتاری برای کسب سود

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده: تیم شورت

ترجمه: علی آقاجانی
ویراستار: فاطمه آقاجانی

۱۳۹۹



روان‌شناسی تجارت موفق

راهنمای رفتاری برای کسب سود

نویسنده : تیم شورت

ترجمه : علی آقاجانی

ویراستار : فاطمه آقاجانی

طراح جلد و صفحه آرا: حامد حبیبی کسبی

مشخصات نشر : تهران، انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری : ۵۹۶ صفحه

نوبت چاپ : اول

شمارگان : ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: نوتااش

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۰-۰۰۹-۴

ISBN: 978-622-210-009-4

نشانی ناشر: تهران، خیابان میرداماد، نرسیده به خیابان ولیعصر (عج)، پلاک ۳۴۹، طبقه ۲، واحد ۱

تلفن و دورنگار: ۸۸۹۲۸۶۶۰

www.DIMORIN.ir

سرشناسه :	شورت، تیم
Short, Tim	
عنوان و نام پدیدآور:	روانشناسی تجارت موفق/ نویسنده تیم شورت؛ مترجم علی آقاجانی؛ ویراستار فاطمه آقاجانی.
مشخصات نشر :	تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری:	۵۹۶ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول (بخشی رنگی)، نمودار (بخشی رنگی)؛ ۱۴/۵ ×
۲۱/۵ س.م.	
شابک :	۹۷۸-۶۲۲-۲۱۰-۰۰۹-۴
وضعیت فهرست نویسی:	فیا
یادداشت :	عنوان اصلی: The Psychology of successful trading : behavioral strategies for profitability , 2018.
موضوع :	سرمایه گذاری --- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع :	Investments -- Psychological aspects
شناسه افزوده :	آقاجانی، علی، ۱۳۶۸ -، مترجم
شناسه افزوده :	آقاجانی، فاطمه، ۱۳۶۰ -، ویراستار
رده بندی کنگره:	HG4۵۱۵/۱۵/۹۹ ۱۳۹۸
رده بندی دیویی:	۳۳۲/۶۰۱۹
شماره کتابشناسی ملی:	۵۵۹۳۳۶۴



روان‌شناسی تجارت موفق

این کتاب اولین در نوع خود است که پیاده‌سازی کاربردی بخشی مهم و در عین حال تکمیلی از روان‌شناسی را که کمک به معامله‌گران برای فهم انحرافات و خطاهای ارزیابی که باعث بروز رفتارهای غیرقابل پیش‌بینی در زمینه‌ی معامله می‌شود، بیان می‌کند. خوانندگان این کتاب می‌توانند با مطالعه‌ی آن، شانس تجارت موفق خود را از طریق شناخت انحرافات شناختی که باعث ایجاد خطا در تجزیه و تحلیل سهام می‌شوند، بالا برده و متوجه شوند که چطور می‌توان از این انحرافات برای پیش‌بینی رفتار افراد حاضر در بازار استفاده کرد.

این کتاب که روی سه نوع اصلی انحرافات یا خطاها؛ یعنی خطاهای منجر به شکل‌گیری باور، انحرافات نیمه اقتصادی و اجتماعی تمرکز دارد، قبل از اینکه توضیح دهد هر کدام از این انحرافات و خطاها چه نقشی در بازارهای اقتصادی دارند، دقیقاً و به شیوه‌ای موشکافانه به توضیح هر کدام از آنها می‌پردازد.

نویسنده در این کتاب، دو زمینه‌ی روان‌شناسی فلسفی و رفتارشناسی اقتصادی را کنار هم گذاشته تا بتواند یک «تئوری ذهنی» معرفی کند و از این طریق ابزاری در اختیار خوانندگان قرار دهد که بتوانند رخ دادن این انحراف‌ها و خطاها را در دیگران پیش‌بینی کنند و از این پیش‌بینی‌ها برای طراحی راهبردهای تجاری مناسب خود استفاده کنند.

خوانندگان در این کتاب یاد می‌گیرند رفتارهای خود را بشناسند. این رفتار و خطاها شامل اعتماد به نفس بیش از حد، دنباله‌روی و همچنین نقص علم و دانش شخص می‌شود. خوانندگان می‌توانند با شناخت این خطاها و انحراف‌ها، عملکرد تجاری خود را تقویت کنند.

«تیم شرت» با در کنار هم گذاشتن تجربه و مهارت خود و مطالعات تحقیقی بسیاری که داشته است، پایه‌ها و بنیان‌های انحرافات شناختی را بیان کرده و مثال‌های بسیار قابل‌فهم، طرح‌های تجربی و داستان‌های مختلفی را از معامله‌گران عرضه می‌کند و به این ترتیب به خوانندگان کتاب کمک می‌کند راهنمایی‌ها و دستورالعمل‌های نظری و تئوری را در سناریوهای زندگی واقعی پیاده سازند.

حرفه‌ای‌های زرنگ و تیزبین و دانشجویان رشته‌ی «MBI» از ساختار شهودی و تمرکز کاربردی کتاب **روان‌شناسی تجارت موفق**



سود خواهند برد. «تیم شُرت» حداقل یک دهه را در بخش تجارت بانک‌های سرمایه‌گذاری مختلف بوده است. او نویسنده‌ی کتاب «تئوری شبیه‌سازی» است که در سال ۲۰۱۵ توسط انتشارات «راتلیج» به چاپ رسیده است.

با وجود اینکه هوش مصنوعی با تجزیه و تحلیل اطلاعاتی که هر روز در حال افزایش هستند، نقش بسیار مهمی در تسریع فهم ما از سرمایه‌گذاری و تجارت بازی می‌کند، اما هنوز هم تصمیمات سرمایه‌گذاری بر اساس اصول روان‌شناسی شکل می‌گیرند. «تیم» که در هر دوی این زمینه‌ها، تجربیاتی کاربردی دارد؛ به بررسی این امر می‌پردازد که چگونه وضعیت روان‌شناختی ما بر تصمیمات سرمایه‌گذاری ما اثر می‌گذارد.

«کریستوس دانیاس»، شرکت «استور هاربرز» (با مسئولیت محدود) انگلستان

روان‌شناسی تجارت موفق به گونه‌ای خوانا و سرشار از دید درونی، دیدی خاص از انحرافات شناختی در زمینه‌ی تجارت به ما می‌دهد. «تیم شُرت»، نتایج آماری بسیار عالی از این موضوع به دست می‌دهد و در این راه روان‌شناسی فلسفی را با روش‌های تجارت اقتصادی در هم می‌آمیزد. بحث در مورد انحرافاتمانند خطای تأیید و یا «اثر کروگر» که بسیار نیز خسته‌کننده است، در بهترین زمان مطرح شد.

آیا ما به همان اندازه که خودمان تصور می‌کنیم، باهوشیم؟ این کتاب یک مکمل بسیار کمک‌کننده برای رفتارشناسی اقتصادی است که هم برای اهداف دانشگاهی بسیار مؤثر است و هم برای کسانی که به طور حرفه‌ای تجارت می‌کنند و هم به طور کلی برای کسانی مفید است که می‌خواهند خطاهای شناختی خود را تصحیح کنند. این کتاب باید به عنوان یک منبع اصلی یا کتاب مرجع کلیدی در رفتارشناسی اقتصادی و نبوغ اقتصادی معرفی شود.

«الکساندر گیچ ویجسیچ»، دانشگاه ییل آمریکا

در دهه‌ی اخیر، روان‌شناسان به حقایق علمی بسیاری رسیده‌اند که نشان می‌دهند انحرافات چگونه می‌توانند پیش‌بینی ما را از رفتارها و تصمیم‌گیری‌های مردم تخریب کنند. مشخص شده که خطاهای ما، حتی در زمینه‌های پیچیده‌ای مانند تجارت اقتصادی میل به روشمند بودن دارند.

کتاب قابل‌فهم و بسیار عالی «تیم شُرت» که بر اساس بررسی‌های گسترده بر یافته‌های روان‌شناسی تألیف شده، خدمت بسیار بزرگی به تمامی کسانی کرده است که می‌خواهند تأثیرات انحرافات و خطاها را در تصمیمات اقتصادی بررسی کنند. شما چه بخواهید بازار را مورد



مطالعه قرار دهید و یا از آن پیشی بگیرید، خواندن این کتاب برای شما
ضروری است.

دکتر «مارتین استینه‌هاگن»، دانشگاه کمبریج انگلستان

فهرست خلاصه

.....	سپاس‌گزاری	۱۷
.....	۱. معرفی و مقدمه	۱۹
.....	۲. شکست دادن بازار	۵۱
.....	۳. تئوری ذهن	۹۳
.....	۴. انحرافات شکل‌دهنده‌ی باورها: بخش اول	۱۳۵
.....	۵. انحرافات شکل‌دهنده‌ی باورها: بخش دوم	۲۵۵
.....	۶. خطاها و انحرافات شبه اقتصادی	۳۶۳
.....	۷. خطاها و انحرافات اجتماعی: بخش اول	۴۱۳
.....	۸. خطاها و انحرافات اجتماعی: بخش دوم	۵۰۵

فهرست مطالب

۱۷	سپاس‌گزاری
۱۹	فصل ۱. معرفی و مقدمه
۴۵	۱-۱. خلاصه‌ی کتاب
۵۱	فصل ۲. شکست دادن بازار
۹۳	فصل ۳. تئوری ذهن
۹۵	۳-۱. معامله‌گران بهتر دارای تئوری ذهنی بهتری نیز هستند
۱۰۶	۳-۲. تئوری ذهن چطور کار می‌کند
۱۳۵	فصل ۴. انحرافات شکل‌دهنده‌ی باورها: بخش اول
۱۳۵	۴-۱. انحراف و خطای پافشاری بر باورها و همبستگی

- ۲-۴. خطا و یا انحراف نشانگر آزمون و خطا ۱۴۷
- ۳-۴. اثر خطای موزون بودن ۱۷۶
- ۴-۴. در دسترس بودن کاوش‌های ذهنی ۱۹۱
- ۵-۴. سفسطه‌ی قماربازان ۲۴۰
- فصل ۵. انحرافات شکل‌دهنده‌ی باورها: بخش دوم ۲۵۵
- ۱-۵. خطای تأیید ۲۵۵
- ۲-۵. توهم گروهی یا گروه‌بندی ۲۸۵
- ۳-۵. اثر موقعیت ۲۹۲
- ۴-۵. خطای همزمانی و تقارن ۳۰۶
- ۵-۵. خطای واپس‌نگری و تصور شکست‌ناپذیر بودن ۳۱۳
- ۵-۵-۱. شکست‌ناپذیر بودن و گزینه‌های موجود ۳۴۶
- فصل ۶. خطاها و اشتباهات شبه اقتصادی ۳۶۳
- ۱-۶. اثر اطمینان ۳۶۳
- ۲-۶. اثر پرسش ۳۷۸
- ۳-۶. اثر ایزوله بودن ۳۸۸
- ۴-۶. اثر مالکیت ۳۹۶
- ۵-۶. نتایج ۴۰۲



فصل ۷. خطاها و انحرافات اجتماعی: بخش اول ۴۱۳

۷-۱. فراگیر بودن دانش ۴۱۳

۷-۱-۱. مزیت مشکلات ۴۲۴

۷-۲. اثر کروگر و تخصص ۴۴۱

۷-۳. اثر توافق اشتباه ۴۷۴

۷-۴. خطا و انحراف پیروی ۴۸۲

فصل ۸. خطاها و انحرافات اجتماعی: بخش دوم ۵۰۵

۸-۱. خطای تخصیص پایه‌ای ۵۰۵

۸-۲. اثر هاله‌ای ۵۳۰

۸-۳. خطای عرضه‌ی خود و اعتماد به نفس کاذب ۵۴۲

۸-۳-۱. اعتماد به نفس کاذب و یا اینکه چرا زنان معامله‌گران بهتری هستند.. ۵۶۶

سپاس‌گزاری

از «ستفان جوهرت» تشکر می‌کنم که کتابی را در اختیارم گذاشت که باعث شد ایده‌ی نوشتن این کتاب به ذهنم بیاید. «ستفان» یک استاد پیانوی خوب نیز هست. از پروفیسور «گراهام بلر» نیز تشکر می‌کنم که وجودش برای بیرون آمدن من از وضعیتی که آن را در کتاب شرح داده‌ام، ضروری بود. همچنین از علاقه و زمانی که «کلوپ گوردون /سکوئر» برایم صرف کردند، بسیار تشکر و سپاس‌گزاری می‌کنم. از کسانی مانند «مارک هامپسون»، «جروند پدرو»، «تام ویلیامز»، «کارین سالوان»، «لکس سایچ»، «لورا سیلور» و «لیسا سیلوا» نیز قدردانی می‌کنم. همچنین از باشگاه استادان دانشگاه «UCL» تشکر

می‌کنم که مرا به عضویت خود پذیرفتند.

از دکتر «جیمز مائک» به خاطر حکایت‌های بسیار مفیدی که برای استفاده در این کتاب در اختیارم گذاشت، تشکر می‌کنم. «کو ریگنز» بسیار خوب توانست مرا برای ورود به دنیای فلسفه تحریک کند.

فصل ۱

معرفی و مقدمه

ایده‌ی اصلی این کتاب بر این است که شما می‌توانید با رسیدن به فهم مناسبی از خطاهای شناختی که باعث می‌شوند در تجزیه و تحلیل سهام اشتباه کنید و از آن مهم‌تر، پیش‌بینی رفتار دیگران، شانس تجارت موفق خود را بالا ببرید.

تنها راه داشتن عملکرد مناسب در بازارهای اقتصادی، پیش‌بینی موفقیت‌آمیز رفتارهای دیگران است. این همان چیزی است که «کارل مارکس» آن را «فکر مرحله‌ی دوم» می‌نامد. «فکر مرحله‌ی اول»؛ یعنی شما بر اساس ویژگی‌های شرکتی که وجود سهام را تضمین می‌کند، سهامی را که تصور می‌کنید خوب عمل خواهد کرد، خریداری

کنید. شما برای این کار تجزیه و تحلیل‌های استاندارد انجام خواهید داد، از جمله در نظر گرفتن نسبت p/e ، محیط فراگیر اقتصادی، جغرافیای سیاسی و سایر عوامل، از جمله شیوه‌ی رشد تمامی عوامل گفته شده در آینده.

البته این کاری است که همیشه تمامی بازار در حال انجام آن هستند. به همین دلیل پول در آوردن بسیار سخت شده، چون تا شما بخواهید کاری را شروع کنید، بقیه آن را انجام داده و به پایان خط رسیده‌اند. کلید موفقیت این است که شما باید سهامی را بخرید که بازار، ارزشی بیشتر یا کمتر از ارزش واقعی‌اش برایش تعیین کرده است که این یک مسئله‌ی روان‌شناختی است، نه اقتصادی و مالی.

همان‌طور که «مارکس» در کتابی که سال ۲۰۱۱ به چاپ رسیده، در صفحه‌ی نخست؛ یعنی همان اول کتاب می‌گوید: «روان‌شناسی نقش اصلی را در بازار دارد.» همچنین او با تأکید بیشتر می‌نویسد: «آنچه مهم است حسابداری و اقتصاد نیست، بلکه روان‌شناسی است.» «هرشلیفر» در کتابی که در سال ۲۰۰۳ نوشته، بر این نکته تأکید کرده است. او می‌گوید: «در نگرش‌های تازه‌تر و کمتر منطقی نسبت به روان‌شناسی تجارت، آنچه سود و بازگشت سرمایه را تعیین می‌کند، ریسک و ارزش‌گذاری اشتباه است که این دومی؛ یعنی ارزش‌گذاری اشتباه کاملاً

روان‌شناختی است.» در این کتاب من مبانی روان‌شناسی‌ای را که به آن نیاز دارید، در اختیارتان قرار خواهم داد.

این «فکر روان‌شناسی مرحله‌ی دوم» آن چیزی است که این کتاب بر آن تمرکز دارد. این نوع فکر را از آن جهت «فکر مرحله‌ی دوم» می‌نامند که معنایش فکر کردن به «فکر مرحله‌ی اول» است. یا دقیق‌تر بگویم تعیین اینکه «فکر مرحله‌ی اول» دیگران چه خواهد بود؟ و آیا اصلاً درست هست؟ یا نیست؟ من در مورد اصطلاح «فکر مرحله‌ی اول» توضیح خواهم داد تا به طور کامل آن را درک کنید. به این ترتیب پایه و بنیانی برای «فکر مرحله‌ی دومی» که می‌خواهم درباره‌ی آن بحث کنم، ایجاد شود، اما بحث در مورد «فکر مرحله‌ی اول» در این مرحله مفید است.

هدف ما پیدا کردن مثال‌هایی خواهد بود تا نشان دهیم که به جای تلاش خسته‌کننده برای طرح سؤال و پاسخ به سؤالات اقتصادی، این نکات روان‌شناسی هستند که در بازار، نقش اصلی را ایفا می‌کنند. به طور خلاصه ما تنها از آن جهت «فکر مرحله‌ی اول» را توضیح می‌دهیم که «فکر مرحله‌ی دوم» را برای شما روشن‌تر کنیم. «نافسینگر» در کتابی که سال ۲۰۱۶ چاپ کرده، به خوبی انگیزه‌های لازم برای انتخاب این روش را توضیح می‌دهد. او می‌گوید: «آنهایی که مطالبی را در مورد

اشتباه‌ها و خطاها می‌آموزند، ممکن است بتوانند از تصمیم‌های اشتباه سایر سرمایه‌گذاران استفاده کنند.»^۱

من نمی‌خواهم بگویم که شما می‌توانید از «فکر سطح اول» خودداری کرده و از آن دوری کنید. شما می‌توانید این کار را برای خود انجام داده و یا با خواندن مجلات و روزنامه‌های مربوط به سرمایه‌گذاری و اقتصاد و یا مطالعه‌ی بسیاری از کتاب‌هایی که روی «فکر مرحله‌ی اول» تمرکز می‌کنند، بیاموزید که چطور آن را انجام دهید. جایی که باید وارد عمل شوید، همین «فکر مرحله‌ی دومی» است.

فهم بازار، امری است که به خودی خود سخت است، اما فهم روان‌شناسی از آن هم سخت‌تر است. هر دوی آنها نیز برای موفقیت لازم هستند و موفقیت بسیار سخت به دست می‌آید. به همین دلیل شما باید در برخی از جنبه‌های روان‌شناسی به مهارت و تجربه دست یابید و بتوانید مسائل مختلف سرمایه‌گذاران را درک کنید.

اگر شما تنها برای انجام یکی از این کارها وقت دارید، بخش روان‌شناسی قضیه مهم‌تر است، چون همان‌طور که گفته شد می‌توانید با استفاده

۱- «نافسینگر» در کتابی که سال ۲۰۱۶ به چاپ رسانده است در مورد خطاهای روان‌شناختی سرمایه‌گذاران پژوهش خیلی عالی ارائه کرده است. من وقتی به خطاهایی برسم که خودم از آنها گفته‌ام، توضیح خواهم داد. کمی فراتر خواهم رفت، چون هدف «نافسینگر» اقتصاد در افرادی بوده که هنوز فارغ‌التحصیل نشده‌اند، اما من بر پیش‌بینی سایر جنبه‌ها و ارائه‌ی تجربیات واقعی بازار تمرکز خواهم کرد که مربوط به هم خواهد بود.

از آن از «فکر مرحله‌ی اول» عبور کنید و «فکر مرحله‌ی اول» دیگران را بخوانید. خرید با توجه به «فکر مرحله‌ی دوم» بسیار سخت‌تر است، چون تنها تعداد کمی از افراد می‌توانند این کار را به خوبی انجام دهند. قرار نیست من در این کتاب خودم برای شما «فکر مرحله‌ی دوم» را انجام دهم، بلکه نشان می‌دهم چطور این کار را شما برای خودتان انجام دهید.

«شول» در کتابی که سال ۲۰۱۱ منتشر کرده است، تمثیل مفیدی در مورد «پوکر» دارد که در اینجا کاربردی به نظر می‌رسد. با استفاده از این تمثیل می‌توان تفاوت بین این دو مرحله از یادگیری را نشان داد. او یادآور می‌شود که بسیاری از مردم، «پوکر» را بازی احتمالات می‌دانند. «شول» این نکته را یادآوری می‌کند که هر گاه شرط‌بندی آغاز شود، عدم اطمینان نیز همراه با آن مطرح خواهد شد.

مشاهده‌ی کلیدی او این است که برندگان در بازی «پوکر» برای بردن به پذیرش انسان‌ها و باورهای آنها در بازی شرط‌بندی می‌کنند. آنچه او در اینجا می‌خواهد بگوید، این است که تفاوت کلیدی بین بازیکنان برنده و بازنده، کمتر به کارتهایی بستگی دارد که آنها در اختیار دارند و بیشتر به توانایی آنها برای پیش‌بینی رفتار دیگران بستگی دارد. این

همان چیزی است که به عنوان «تئوری ذهنی^۲» شناخته می‌شود. «تئوری ذهنی» تعریف روان‌شناسیِ روشی است که بر اساس آن، ما رفتار دیگران را توضیح داده و پیش‌بینی می‌کنیم. تجزیه و تحلیل دارایی‌های بازار سهام کاری بسیار مفید است. این کار دقیقاً شبیه شمردن کارت‌ها برای بهبود احتمالات عددی پشت آنهاست، اما داشتن عملکرد ممتاز در زمینه‌ی «تئوری ذهنی» خواه در «پوکر» باشد یا در بازار، همان چیزی است که باعث می‌شود، برنده‌ها ببرند.

همچنین «شول» در کتابی که سال ۲۰۱۱ منتشر کرده، اهمیت «فکر مرحله‌ی اول و دوم» را گوشزد و به این نکته اشاره کرده است که اینها تماماً در ادبیات مشاهده می‌شوند. او این نکته را یادآوری می‌کند که «جان مینارد کینز» توانسته بود به «مرحله‌ی سوم تفکر» راه یابد. «مرحله‌ی سوم تفکر»؛ یعنی فکر کردن در مورد «فکر مرحله‌ی دوم» و یا پیش‌بینیِ پیش‌بینی‌های مردم.

او در فصل دوازده کتاب «مثال رقابت زیبایی» خود که سال ۲۰۱۶ به چاپ رسانده است، اشاره می‌کند که کار و وظیفه‌ی ما، تلاش برای پیش‌بینی نظر معمولی مردم از دیدگاه عادی ایشان است. این نیز

۲- «شول» در کتابی که سال ۲۰۱۱ چاپ و منتشر شده است، به طور مستقیم به «تئوری ذهنی» و اهمیت آن اشاره می‌کند، که این یک نمونه‌ی بسیار خاص و کمیاب است که یک معامله‌گر خود از این تعریف استفاده کند.

وظیفه‌ی «تئوری ذهنی» خواهد بود. این یک مثال است که به طور خاص باعث ایجاد شبیه‌سازی است و از آن دفاع می‌کنم.

در ادبیات دو دیدگاه در مورد «تئوری ذهنی» وجود دارد: یکی از آنها تئوری شبیه‌سازی نام دارد و بر پایه‌ی این ایده است که با قرار دادن خود به جای دیگران رفتار آنها را پیش‌بینی می‌کنیم. دومین دیدگاه «تئوری تئوری» نام دارد. به این معنا که در مورد دیگران یک تئوری داریم که با آن رفتارشان را پیش‌بینی می‌کنیم.

من در کتاب خودم که سال ۲۰۱۵ به چاپ رسید، به این نکته اشاره کردم که «تئوری شبیه‌سازی» راه درست پیش‌بینی است. با به‌کارگیری «تئوری شبیه‌سازی»، دیگر در پیش‌بینی افکار در مراحل مختلف مشکلی نخواهد بود، اما از سوی دیگر «تئوری تئوری» نیاز به این امر دارد که ما بنا را بر این بگذاریم که قوانینی در مورد پیش‌بینی پیش‌بینی‌های دیگران وجود دارد. در مورد شبیه‌سازی، این مرحله دیگر تقریباً حذف خواهد شد.

هیچ تفاوتی بین شبیه‌سازی فکر شخصی دیگر با شبیه‌سازی فکر شخصی در مورد افکار شخص دیگر وجود ندارد. در هر مورد، هر دوی نویسندگان، کار درستی انجام داده و بر اهمیت «تئوری ذهنی» در عملکرد بازار تأکید کرده‌اند.

بخشی از هدف این کتاب مربوط به سرمایه‌گذاران خرده‌پای است که با پول خود سرمایه‌گذاری می‌کنند و می‌خواهند بدانند چطور نیروهای روان‌شناختی و بازار با هم کنش و واکنش‌هایی دارند که لزوماً همیشه کمک‌کننده و مفید نیستند. من در این کتاب هیچ‌گونه تعریف اقتصادی استانداردی را توضیح نخواهم داد، اما بیشتر مطالب این کتاب برای کسانی که نسبتاً در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری شخصی تجربه دارند و یا حداقل توانایی بررسی منابع عمومی را دارند، آشنا خواهد بود.

معامله‌گران حرفه‌ای می‌توانند از این روان‌شناسی تخصصی‌شده، منافع بسیاری کسب کنند. منافعی که تا پیش از این حتی به آن فکر هم نمی‌توانستند بکنند، مگر آنکه در زمینه‌ی روان‌شناسی، پیشینه‌ی علمی و دانشگاهی داشته باشند؛ خصوصاً در زمینه‌ی روان‌شناسی خطاها و انحرافات.^۳

هر مطلبی که از روان‌شناسی بیان می‌کنم به گونه‌ای عمیق بررسی خواهد شد، اما هدف من، شخص آموزش دیده‌ای است که هیچ پیش‌زمینه‌ای از روان‌شناسی ندارد. من در این کتاب در مورد تمامی اصول روان‌شناسی و اقتصادی که از آنها استفاده می‌کنم، به تفصیل

۳- آنچه «کگلیسر» سال ۲۰۰۴ نوشته است، یک خلاصه‌ی خیلی خوب در مورد پروژه‌ای است که من دارم. اقتصاد در مورد خطاهای روان‌شناختی چه می‌تواند به ما بگوید؟

صحبت خواهیم کرد تا شما اگر مایل بودید، بتوانید به بررسی بیشتر این ایده‌ها بپردازید.

نکته‌ی مهم در اینجا این است که من حدود ۶۰۰ مجله و مقاله در این زمینه خوانده‌ام و آنچه برای فهم شرکت‌کنندگان در بازار لازم بوده را در اینجا آورده‌ام تا شما مجبور نباشید این کار را بکنید. باز باید یادآوری کنم که داشتن فهم روان‌شناسی برای رسیدن به فهم مناسب درباره‌ی بازار و خصوصاً زمان‌های سخت بازار که می‌توانند خطرات بسیاری را برای سرمایه‌گذاران پدید آورند، ضروری است. «بارباریس» در کتابش که سال ۲۰۱۳ به چاپ رسیده است، در بحث از بحران اقتصادی سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۷ که اثرات سوء آن تا هم اکنون؛ یعنی سال ۲۰۱۶ ادامه دارد، می‌گوید که بسیار امکان دارد که عوامل روان‌شناسی علاوه بر شکست‌های سازمانی، که خودشان در برابر انگیزه‌های روان‌شناختی ایمن نیستند، در مرکز این بحران قرار داشته باشند.

البته من اصلاً سعی نخواهم کرد تمامی علم روان‌شناسی و یا تمامی مطالب روان‌شناسی مربوط به انحرافات شناختی را بررسی کنم، چون انجام این کار در یک کتاب اصلاً ممکن نخواهد بود. این کار حتی برای هدفی که ما در اینجا داریم، لازم هم نیست. بخش‌های عمده‌ی

روان‌شناسی برای مثال، مسائل فیزیکی و روانی مربوط به پذیرش، اصلاً به بحث ما ربطی ندارند و کاملاً روی «روان‌شناسی خطاهای شناختی» تمرکز خواهیم داشت، چون همان‌طور که قبلاً در کتاب خودم که سال ۲۰۱۵ چاپ شد و کتابی که به همراه «ریگز» سال ۲۰۱۶ چاپ شد، اشاره کردم، اینها می‌توانند علل اصلی خطاهای «تئوری ذهنی» باشند. اینها عناصری از روان‌شناسی هستند که علل اصلی خطاها و اشتباهات پیش آمده در پیش‌بینی رفتار آدم‌ها به شمار می‌آیند. در نتیجه می‌توانند کلید ورود به «فکر مرحله‌ی دوم» باشند. می‌توانیم تا حدی به این نتیجه برسیم و حدس بزنیم که بیشتر آنهایی که در بازار فعالیت می‌کنند، این کتاب را نخواهند خواند. در نتیجه این کتاب برای فراهم کردن حاشیه‌ی امن و یا مزیتی در بازار مفید و کارآمد خواهد بود، اما اگر این کتاب گسترده مطالعه شود، ممکن است نیاز باشد به «فکر مرحله‌ی سوم» برویم؛ یعنی پیش‌بینی «فکر مرحله‌ی دوم».

ما تنها وقتی می‌توانیم از این پل عبور کنیم که به آن برسیم. من خودم را تنها به آن دسته از اشکالات شناختی محدود می‌کنم که برای پیش‌بینی رفتار افراد حاضر در بازارهای اقتصادی مفید هستند. بخش گسترده‌ای از موضوع به روان‌شناسی غیرمعمول مربوط می‌شود. با اینکه مطالعه و بررسی برخی از شرایط غیرمعمول به دلیل آنچه در

زمینه‌ی موضوعات عصبی می‌توان از آنها آموخت، ممکن است مفید باشد، اما در این کتاب تنها بر انتظارات رفتاری که از اکثریت مردم داریم، تمرکز می‌کنیم.

همه‌ی ما همواره در معرض بسیاری از خطاها در افکار خود هستیم. برای مثال، یکی از خطاهایی که در معرض آن قرار داریم، «خطای تأیید» است. جایی که تنها به دنبال اطلاعاتی می‌گردیم که در راستای شیوه‌ی فکری خودمان باشد. ایده‌ی این کتاب آگاهی دادن به شما در مورد این خطاها و انحرافات تا بتوانید تصمیمات تجاری خود را به شکلی بگیرید که چند ویژگی داشته باشد.

اول اینکه؛ بهینه‌تر باشند، چون شما توانسته‌اید اثر این خطاها را در فکر خود کاهش دهید و دوم اینکه؛ باز بهینه باشند. آن هم به این دلیل که می‌توانید احتمال بروز خطا در افکار دیگران را در تجزیه و تحلیل‌های فکری خود مد نظر قرار دهید. به طور خاص این احتمال وجود دارد که ما در فضای بازار دوباره به فرایندهای تجربی آزمون و خطا و انحرافات متوسل شویم.

همان‌طور که «دیل»، «جانسون» و «تان» در صفحه‌ی ۲۶۸ کتاب خود که سال ۲۰۰۵ به چاپ رسیده، در بحث از «حباب دریای جنوب» به آن اشاره می‌کنند. افراد وقتی با محیطی روبه‌رو می‌شوند که از نظر