

OKIEM EKSPERTA

## Wojna między strachem i chciwością



FOT. MAT. PRAŚOWE

**Jędrzej Janiak**  
analityk, F-Trust

Jeśli brać pod uwagę amerykański rynek akcji, to jesteśmy w 90. miesiącu hossy. Dla przypomnienia, poprzednia – między rokiem 2003 a 2007 – trwała „tylko” 53 miesiące. Dlaczego więc teraz, po rekordowo długim okresie, klienci detaliczni powinni wchodzić na rynek? A przede wszystkim co zrobić, aby ograniczyć ich ryzyko?

Analiza napływów do akcyjnych funduszy detalicznych wskazuje, że klienci indywidualni nie przekonali się jeszcze do panującej od ośmiu lat hossy. W rozmowach z nimi zaczyna być jednak widoczne, że wielu z nich toczy wojnę między chciwością a strachem. Co zrobić, żeby klienci nie sparzyli się i aktywnie uczestniczyli w rynku kapitałowym nie tylko na szczytach hossy?

Struktura oszczędności Polaków wskazuje na niewielką skłonność do ryzyka, która może wynikać z niskiej świadomości ekonomicznej lub złych doświadczeń. Ale ludzka natura, wcześniej czy później, popchnie część posiadanych aktywów na rynek. Z doświadczeń chociażby poprzedniej hossy wiemy, że rekordowe napływy zbiegają się w czasie z formowaniem się szczytu notowań giełdowych. Brak takiego zjawiska obecnie z jednej strony daje nadzieję, że ten szczyt jest jeszcze przed nami, a z drugiej daje czas na przygotowanie odpowiedniej oferty. Przy czym nie mam na myśli nowych funduszy, ale portfele

składające się np. z funduszy o wysokim i niskim ryzyku oraz ich adekwatną strukturę względem poziomu ryzyka dla konkretnego klienta. Trzeba wykorzystać do tego wynik ankiety MFIFD lub poziom zadeklarowany przez samego klienta. Mając na uwadze zakończenie trwających zwyżek, które kiedyś przecież nastąpi, konieczne jest ustalenie z klientem na samym początku współpracy zachowania na wypadek zrealizowania się negatywnego scenariusza.

Taka prosta metoda rebalansingu i utrzymywania uzgodnionej struktury, np. w horyzoncie kwartalnym, ma kilka zalet. Po pierwsze, umożliwi uśrednianie ceny, ale co ważniejsze, ewentualna korekta lub zmiana trendu umożliwi klientom nabycie aktywów w okresach, w których sami by się na to nie zdecydowali. Wcześniejsze zdefiniowanie celu, okresu oraz działań cyklicznych na

portfelu klienta powinno uspokoić emocje i zrationalizować decyzje. Po drugie, po ośmiu latach zwyżek nie wepchnie klienta z całością kapitału na rynek akcyjny, a tym samym, w przypadku zrealizowania się spadkowego scenariusza, nie zwiększy grupy niezadowolonych klientów, którzy pozostaną poza rynkiem przez kolejną dekadę. Po trzecie, i dla mnie najistotniejsze, wymaga od inwestora cyklicznej weryfikacji i analizy swojego portfela.

Bez względu na to, jak dobre narzędzia przygotowują towarzystwa oraz dystrybutorzy, koniecznym warunkiem udanych inwestycji jest uwaga i zainteresowanie inwestorów swoimi pieniędzmi. Zrozumienie inwestycji, ale też posiadanie planu działania, zwiększa poczucie bezpieczeństwa i pozwala poskromić emocje, które – jak wiemy – nie są na rynku kapitałowym dobrym doradcą. ■ ©