



تحلیل روانشناسی عرضه و تقاضا

برای حضور و فعالیت مستمر و همچنین بهره‌وری بالا در بازارهای مالی عوامل مختلفی وجود دارد که یکی از مهم‌ترین آنها تحلیل درست و جامع از بازار است.

در همه بازارهای مالی اعم از سنتی یا مدرن و نوپا دودسته کلی تحلیل وجود دارد که آموزش و فراگیری، همچنین به‌کارگیری درست و صحیح آنها برای تحقق اهداف فوق لازم و ضروری است.

- تحلیل فاندامنتال (Fundamental Analysis) : تحلیلی است که بر اساس یک سری اطلاعات و داده‌های بنیادی استوار بوده و بررسی یک نماد بر اساس عوامل اساسی آن مانند: محصول تولیدی، زنجیره تولید، زنجیره تأمین، زنجیره فروش، صورت‌های مالی، عملکرد مدیران ارشد، طرح گسترش، قراردادهای فی‌مابین، اخبار و هرآنچه که به آن نماد مربوط است گفته می‌شود.

در کل علم ارزیابی متغیرهای اقتصادی، مالی و دیگر موارد تغییرپذیر درباره یک دارایی است تا بتوان ارزش حقیقی فعلی و احتمالی آن در آینده را تعیین کرد. این تحلیل برای آن دسته از افرادی که علاقه‌مند به این حوزه بوده و به دنبال معاملاتی با تعداد کم و زمان سرمایه گذاری بلندمدت همچنین با تارگت سود بالا هستند، مناسب است.

- **تحلیل تکنیکال (Technical Analysis) :** تحلیلی است که به‌جای تمرکز و توجه به خود دارایی و خدماتی که در آن انجام می‌شود، فقط به رفتارهای قیمتی گذشته آن دارایی در بازار توجه کنیم. در این روش کلیه داده‌ها و قیمت‌های گذشته یک نماد را بررسی کرده و باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده و همچنین یک سری محاسبات ریاضی در قالب اسیلاتورها یا اندیکاتورها، رفتار آینده بازار را از نظر حجم معاملات و جهت حرکت قیمت، پیش‌بینی نموده و بهترین نقاط ورود خروج بازار را شناسایی و معرفی می‌نماید.

این نوع تحلیل حدود سه قرن قدمت دارد و می‌توان عنوان کرد که آقای چارلز داو نخستین استفاده را از این روش داشته است. وی بنیان‌گذار وال‌استریت ژورنال بوده و شاخص میانگین صنعتی داو جونز را ابداع و ارائه نموده است.

ما در کشورمان بعد از گذشت این‌همه سال کماکان از این روش تحلیلی قدیمی و فرسوده برای حضور و کسب سود استفاده می‌کنیم و اکثر مجموعه‌های آموزشی همچنان مشغول تدریس این اطلاعات تاریخ‌گذشته به تحلیل گران هستند. در صورتی‌که این دانش نیز همانند مابقی حوزه‌های مالی پایه‌پای پیشرفت‌های علمی تغییرات زیادی کرده‌اند.

قطعاً کسب دانش به‌روز و ترویج آن در جامعه سنت‌گرایی مثل ایران زحمت زیادی دارد که هرکسی حاضر به پذیرش آن مشقت نمی‌باشد. نتیجه این تعلل و عدم مطابقت با دانش روز باعث می‌شود که اکثر تحلیل گران یا معامله گران در بازارهای بزرگی مثل بازار فارکس عملکرد غیر قابل قبولی داشته باشند.

این عدم خروج تحلیل گران از حاشیه امن خود برای درگیری با چالش آموزش مطالب جدید، باعث از بین رفتن سرمایه معامله گران در این نوع از بازارها خواهد شد.

اگر کسی که بتواند این سختی را به خود ببیند، علاوه بر موفقیت هنگام حضور در بازارهای خارجی، در بازارهای مالی داخلی یک سروگردن از مابقی سرمایه گذاران و معامله گران بالاتر بوده و بهره‌وری بیشتری را از معاملات خود به دست خواهد آورد. همچنین با راحتی و آرامش بیشتری در این دریای طوفانی و موج حضور داشته چرا که خود و سرمایه‌اش را با به کارگیری آخرین دانش روز دنیا تجهیز و بیمه نموده است.

موارد و نواقصی که در این نوع از تحلیل وجود دارد و می‌توان بدان اشاره نمود به شرح ذیل است.

❑ برای تحلیل قسمت انتهایی بازار چرا باید بخش زیادی از چارت را بررسی نماییم تا در نهایت، تایم کوچکی از آینده بازار را تحلیل کنیم؟

❑ اندیکاتورها و اسیلاتورها در یک شرایط و یک تایم فریم یکسان معمولاً سیگنال‌های ضدونقیضی را صادر می‌نمایند که باعث سردرگمی تحلیل‌گر می‌شود.

❑ عدم آموزش مناسب برای استفاده از هر اندیکاتور یا اسیلاتور از سوی طراحان آن و به خطا رفتن تحلیل گران به واسطه استفاده سلیقه‌ای از آنها.

❑ استفاده از دیتای قدیمی برای تحلیل بازه انتهایی بازار، ما اگر بخواهیم وضعیت بازار فردا را در تکنیکال بررسی و تحلیل نماییم باید از اندیکاتورها و اسیلاتورهایی مانند RSI با تنظیمات پیش فرض 14 یا MACD با تنظیمات پیش فرض 12,26,9 یا MFI با تنظیمات پیش فرض 14 و ... استفاده نماییم. این اعداد بدین معنا است که باید اطلاعات و مشخصات این تعداد کندل قبل را در فرمول محاسباتی آنها به کار ببریم تا بتوانیم در نهایت یک خروجی به عنوان سیگنال از آنها داشته باشیم. سؤالی که اینجا می‌توان مطرح نمود

اینکه چرا باید اطلاعات 14 یا 26 روز قبل بازار را برای تحلیل آینده بازار استفاده کنیم؟ آیا ما نباید از آخرین شرایط حاکم بر بازار برای تحلیل یک تایم نزدیک به آن استفاده کنیم؟

به نظر شما این خطا نیست که وضعیت 26 روز قبل بازار که با شرایط الان تفاوت زیاد دارد را در تحلیلمان دخیل نماییم؟ شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، امنیتی و مدیریت ریسک 26 روز گذشته قطعاً با امروز متفاوت است. پس معامله گران برای مقابله با آن شرایط تصمیمی را بنا به مصلحت گرفته‌اند که قطعاً این تصمیمات اتخاذ شده در طول بازار، از شرایط مذکور نشت می‌گیرد. ما در اینجا شرایط نامناسب اجتماعی یا سیاسی یا ... 26 روز گذشته که مقطعی بوده را نمی‌توانیم ملاک محاسبه آینده بازار با شرایط جدید قرار دهیم.

❑ عدم استانداردسازی در تعاریف و اصطلاحات رایج مورداستفاده در بین تحلیل گران، هر تحلیل گری بر اساس سلیقه و درک خود از شرایط موجود، تعریفی از موارد داشته، بدین سبب است که از یک جریان قیمتی چند تحلیل مختلف ارائه می‌شود.

❑ یکی از آفت‌های معامله‌گری، تصمیم‌گیری لحظه‌ای در حین بازار است. در زمانی که فشار روانی بازار و هیجانات موجود در آن باعث اضطراب و استرس حاضرین در بازار می‌شود، هر تصمیمی که در این شرایط گرفته شود آلوده به خطا بوده و امکان اتخاذ تصمیم اشتباه بسیار زیاد است. ساختار موجود در تحلیل تکنیکال، باعث می‌شود که تحلیل‌گر یا معامله‌گران باتوجه به سیگنال‌های خروجی اندیکاتورهای یا اسیلاتورهای در لحظه و در لابه‌لای بازار تصمیماتی بگیرند که نباید گرفته شود. موارد زیادی را در این زمینه می‌توان ذکر کرد که از حوصله این مقاله خارج است و فقط به همین موارد برای روشن شدن موضوع اکتفا می‌نمایم.

باتوجه به این مسائل بود که استفاده از تحلیل تکنیکال را برای خود نامناسب دانسته، در نتیجه به دنبال روش‌های مناسب‌تری بودم که با روش تحلیلی.

روانشناسی عرضه و تقاضا آشنا شدم این روش مبتنی بر بررسی تفکر، رفتار و عملکرد معامله گران در آخرین بازه بازار عمل می‌نماید. چرا که کندل آینده تمام‌نمای احساسات معامله گران بوده و با بررسی آن می‌توانیم از تفکر حاضرین در بازار، نسبت به آینده مارکت مطلع شده و بهترین تصمیم را در جهت بهینه‌سازی معاملاتمان داشته باشیم.

مثالی را در این خصوص مطرح می‌نمایم تا منظورم را بهتر متوجه شوید. در نظر بگیرید که فردی در پرتفوی خود تعداد صد هزار سهم نماد خودرو را دارد. وی امروز در طول بازار اقدام به خرید ده هزار سهم دیگر از همین نماد می‌نماید. در این مثال به نظر شما فرد معامله‌گر نظرش نسبت به آینده این سهم چیست؟ نظر وی مثبت است یا منفی؟ قطعاً نظرش مثبت است چرا که علاوه بر صد هزار سهام خودروی موجود در پرتفواش اقدام به خرید مجدد این نماد می‌کند. آیا اگر نظرش به بازار خوب نبود، نماد را مجدداً خریداری می‌کرد؟

مثال دیگر اینکه همین معامله‌گر در چند روز بعد نه تنها خریدی از نماد خودرو ندارد؛ بلکه تعداد هشتاد هزار سهم موردنظر را به فروش می‌رساند. ما با بررسی عملکرد وی می‌توانیم نظر او را نسبت به آینده این سهم متوجه شویم. به همین راحتی می‌توان با بررسی دقیق و موشکافانه رفتار معامله گران که در کندل جمع شده است، علاوه بر تشخیص جهت بازار، از سرعت و شیب حرکت نیز مطلع شد. یکی از مواردی که در جامعه آموزشی در حوزه مالی رایج است آموزش و عنوان مطالب تئوریک به دانش‌پژوهان است.

اینکه چطور از این اطلاعات در بازارهای پیچیده و نوین امروزی استفاده کنند و چه استراتژی برای حضور و موفقیت در آنها داشته باشند، مطلبی عنوان نمی‌شود.

مگر می‌شود بدون استراتژی و برنامه‌ریزی و بدون هیچ پلنی در بازار فعالیت نمود؟ مثالی که در اینجا برای این موضوع می‌توان عنوان نمود اینکه فردی احساس ناراحتی و درد در قفسه سینه خود دارد. وی با مراجعه به پزشک در نهایت متوجه می‌شود که قلبش دچار مشکلی شده است و باید مورد مداوا قرار گیرد.

پزشک معالج به جای تجویز داروی مناسب برای این بیمار لیست کلیه داروهای حوزه قلب را به وی داده و پیشنهاد می‌کند که بیمار به صورت آزمون و خطا با مصرف تدریجی داروها ببیند که کدام مناسب وی بوده آنگاه آن دارو را برای مدتی که خود تشخیص می‌دهد مصرف نماید. آیا چنین چیزی امکان دارد که بیمار بتواند باگذشت زمان که گاهی اوقات فاکتوری حیاتی است داروی مناسب خود را بیابد؟ اگر وی چنین تخصصی داشت و می‌توانست چنین تصمیم بزرگی بگیرد پس چرا به پزشک مراجعه نموده است؟

در خیلی از مراکز آموزشی ما دقیقاً شبیه به این اتفاق می‌افتد. یک دانش‌پژوه همانند آن بیمار با مراجعه به مجموعه آموزشی تحت آموزش مدرسی (پزشک) قرار می‌گیرد. در ادامه پس از ساعت‌ها آموزش و فراگیری نحوه استفاده از ابزارهای مختلف تکنیکالی (لیست دارو) فرد به طور ناگهان ارتباطش با مدرس و مجموعه به پایان می‌رسد. توصیه‌ای هم که معمولاً مدرسین این حوزه به دانش‌پژوهان دارند این است که با تلاش و کوشش و با صرف زمان و انرژی و سرمایه در بازار حضور یابند و درصدد به‌دست آوردن استراتژی مناسب و خوب برای خود باشند.

چرا آزمون و خطا؟ چرا اتلاف انرژی و سرمایه و زمان؟ چرا دانش‌پژوه به طور ناگهانی بین زمین و هوا رها شده تا خود مسیر درست را بیابد؟ اگر وی قدرت تشخیص چنین امر مهمی را داشت پس چرا در کلاس آموزشی شرکت نموده است؟

در مقابل تحلیل روان‌شناسی عرضه و تقاضا برای شرایط مختلف احتمالی بازار استراتژی‌های معاملاتی متفاوتی پیشنهاد می‌دهد که در ذیل بدان اشاره خواهم داشت. شرایطی مختلفی که در این نوع تحلیل برای بازارهای مختلف مالی می‌توان در نظر گرفت بدین شرح است.

- بازار رنج و بدون نوسان (ساید)

یکی از بازارهایی که قطعاً وجود داشته و با خود رخوت و سکون و بی‌تحركی را به همراه می‌آورد بازار بدون جهت و رنج است. این شرایط زمانی حاکم است که قدرت عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان با یکدیگر برابری می‌کند و جهتی برای بازار نمی‌توان متصور شد؛ لذا معامله‌گران در بالاتکلیفی به سر می‌برند و نمی‌توانند جهت درست را تشخیص دهند؛ بنابراین ترجیح می‌دهند که از این شرایط دوری کنند و در بازار حضور نداشته باشند بدین‌جهت حجم معاملات در این نوع شرایط به ناگاه افت نموده و کاهش می‌یابد.

پس اگر بتوان با یک استراتژی کم‌ریسک و دقیق از این شرایط بازار که عموم معامله‌گران آن را تهدید می‌پندارند استفاده نماییم می‌توانیم این تهدید را به فرصت تبدیل نموده و با حضور در بازار علاوه برقرار گرفتن در جو بازار، معاملاتی سودده داشت؛ بنابراین استراتژی "تحلیل تک کندلی" مختص چنین شرایط با بازه سود محاسباتی محدوده معرفی می‌گردد.

- بازار جهت‌دار با شیب ملایم

این شرایط دقیقاً پس از بازار رنج اتفاق می‌افتد. بازار تازه در جهتی حرکت می‌نماید؛ بنابراین تصمیم برای حضور و تعیین قطعی جهت برای معامله‌گران بسیار دشوار خواهد بود؛ لذا طبق آموزه‌های تکنیکال باید کمی صبر و حوصله به خرج داد تا با برقراری شرایطی خاص بتوان پوزیشنی باز نمود.

تحلیل روان‌شناسی عرضه و تقاضا با تدوین استراتژی "تحلیل محیطی" می‌تواند زمان تصمیم‌گیری برای حضور و باز نمودن پوزیشن در چنین شرایطی را کاهش داده ضمن حضوری مطلوب‌تر، از خلوتی و بالاتکلیفی بازار برای ورود مناسب استفاده نماید.

- بازار جهت دار شارپی

در ادامه مسیر بازار پس از گذران شرایط رنج و حرکت در جهتی صعودی یا نزولی، خیلی از تحلیل گران و معامله گران تازه توجهشان به این نماد جلب شده و با هجوم به آن در صدد باز نمودن پوزیشن خواهند بود. بدین سبب بر سرعت بازار افزوده شده و عموماً باعث حرکت‌های شارپی و سریع در بازار می‌شوند.

این شرایط بهترین و کم‌ریسک‌ترین شرایطی است که می‌توان در بازار از آن یادکرد. پس اگر بتوان در ابتدای مسیر و زود وارد جریان بازار شد می‌توان بازه سود بسیار بزرگی را برای معاملات خود در نظر گرفت. در تحلیل روان‌شناسی عرضه و تقاضا استراتژی "تحلیل قیمتی" می‌توان بدین هدف دست‌یافت و از دیگر معامله گران در کسب سود پیشی گرفت.

حال به معرفی این سه استراتژی خوب و کم‌ریسک و پرسود خواهیم پرداخت.

❖ استراتژی تک کندلی:

عموماً شرایط رنج در بازارهای مختلف طول عمر کمی دارند؛ لذا باید در تایم‌های کوتاه‌تری برای آنها برنامه‌ریزی نمود. این استراتژی فقط با تحلیل کندل آخر بازار در تایم فریم‌های ماهیانه (MN) هفتگی (W1) و روزانه (D1) دو پلن و برنامه برای تایم بعدی بازار ترسیم می‌نماید تا در هر شرایطی بتوان از حرکت قیمت بهره برد. این استراتژی با رعایت کامل اصول مدیریت ریسک و سرمایه، ریسک معاملات را به شدت کاهش داده و در نهایت با کسب سودی منطقی به کار خود خاتمه می‌دهد.

لازم به ذکر است این استراتژی برای بازارهای یک‌طرفه و دوطرفه قابل‌استفاده است.

در تصویر ذیل محیط این استراتژی که برای هر شرایط احتمالی بازار ترسیم شده است را نمایش می‌دهد.



محاسنی که می‌توان برای این استراتژی در نظر گرفت به شرح ذیل است.

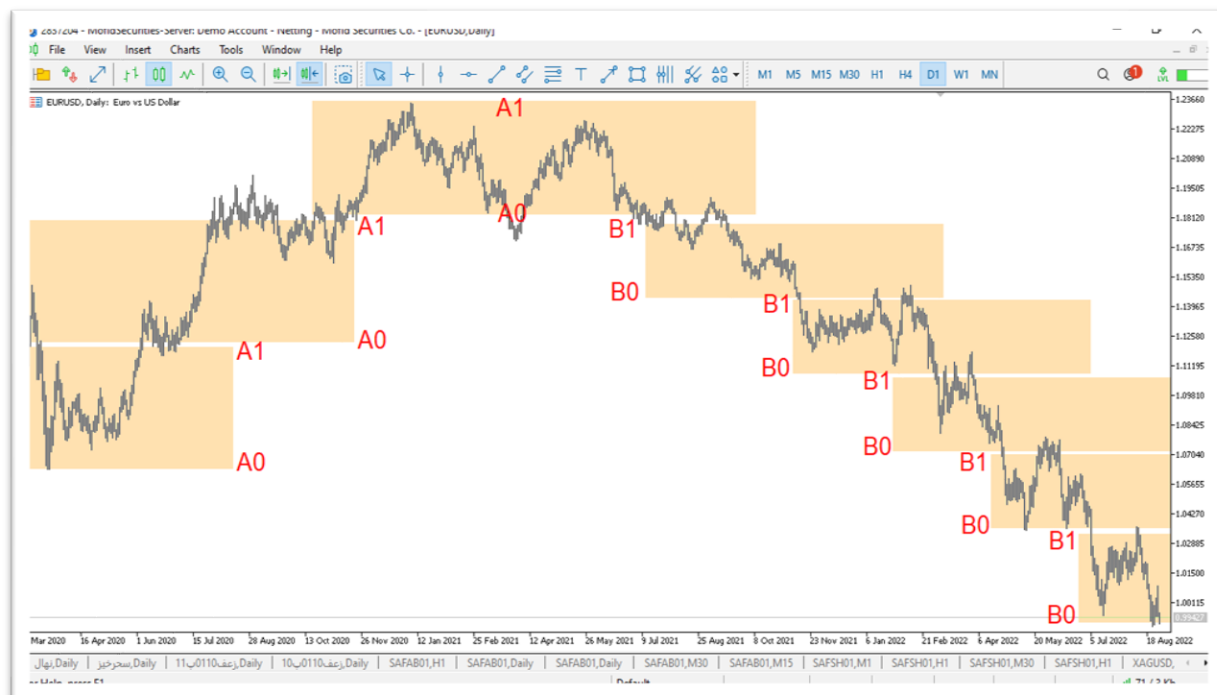
- این روش به جای تحلیل محیطی بزرگ و در نهایت احتمالات زیاد برای حرکت بازار (روش تکنیکالی) فقط کندل آخر را در زمان قبل از شروع بازار بررسی نموده و برای احتمال صعود قیمت یک پلن معاملاتی و برای احتمال نزول نیز پلن معاملاتی دیگری در نظر می‌گیرد که باتوجه به این موضوع حرکت قیمت در هر جهت که باشد، پوشش تحلیلی خواهیم داشت.
- ترسیم پلن معاملاتی با در نظر گرفتن محدوده ورود مناسب، حد سود بهینه و حد زیان منطقی صورت می‌گیرد.
- قابلیت ورود به معامله (برای Long و Sort) به صورت پلکانی (چیدمان زمانی یا چیدمان قیمتی).
- عدم ورود به معامله و خروج از آن در هر زمان دلخواه
- خروج از معامله به صورت پلکانی در زمان رسیدن قیمت به حد سودها (در این روش می‌توان تا سه حد سود {TP} را برای کاهش ریسک معاملات در نظر گرفت).

- خروج کامل از معامله در صورت ناموفق شدن الگو و رسیدن قیمت به حد زیان (SL).
- بستن معامله در انتهای مدت زمان اعتبار تحلیل.
- باتوجه به مباحث روان شناسی عرضه و تقاضا و مباحث کندل شناسی که در این روش وجود دارد، بهترین و بهینه ترین محدوده ورود (محدوده ای که احتمال کاهش قیمت در آن کم بوده و به نوعی کف قیمتی است) و بهترین و مناسب ترین نقاط خروج با کمترین ریسک (نقاطی که بازار بیشترین حرکت را نموده و احتمال برگشت قیمت در آن وجود دارد) و بهترین نقطه خروج در زمان فیلد شدن الگو (به صورتی نقطه قیمتی حد ضرر در نظر گرفته می شود که کمترین میزان زیان به معامله گر تحمیل شده و از طرفی فرصتی برای برگشت قیمت و ادامه روند در جهت فرایند معامله به بازار داده می شود).
- کاهش ریسک معاملات به واسطه وجود پلن معاملاتی دقیق برای احتمالات ایجاد شده در بازار (محدوده ورود، حد سود، حد ضرر) و عدم تصمیم گیری لحظه ای برای مواقع خاص.
- مناسب برای بازارهای یک طرفه و دوطرفه است.
- باتوجه به در نظر گرفتن کلیه شرایط بازار در این روش و داشتن پلن های مناسب برای شرایط ایجاد شده در هنگام معامله، نیازی به حضور مستمر و لحظه ای در مارکت نمی باشد؛ بنابراین استرس و فشار روانی به معامله گر وارد نشده در نتیجه برآیند معاملات سوده خواهد بود.

❖ استراتژی محیطی:

تفکری که این استراتژی بر آن بنیان نهاده شده بدین صورت است که بازارها در کلیه زمان ها در محدوده های قیمتی مختلفی در حال حرکت هستند.

پس تحلیل گران و معامله گران باید سعی نمایند به دوراز هرگونه تشویش ذهنی سقف و کف محدوده را تشخیص و ارزان یا گران بودن آن نماد معاملاتی را بر پایه این موضوع در نظر گرفته و نسبت به باز نمودن پوزیشن خود اقدام نمایند. اگر بخواهم برای تفهیم بهتر این موضوع مثالی را عنوان کنم باید به تصویر ذیل دقت نمایید.



نمودار EURUSD را ملاحظه می‌کنید در این تصویر محدوده‌های قیمتی این نماد با کادر کرم رنگ مشخص شده است. قیمت در محدوده‌های کف ارزان و در محدوده‌های سقف گران است. پس در روند صعودی استراتژی معاملاتی باید خرید (long) در محدوده‌های A0 و خروج از بازار (sell) در محدوده‌های A1 و بالعکس در روند نزولی ورود (short) در محدوده‌های B1 و خروج از بازار (buy) در محدوده‌های B0 باشد.

پس باید دقت نمود که ذهن تحلیل‌گر یا معامله گران در نواحی تغییر محدوده یعنی نواحی که A1 به A0 یا B0 به B1 تبدیل شده‌اند دچار خطا شده و تصمیم اشتباه بر خلاف واقعیت می‌گیرد.

عموماً در زمانی که قیمت از A1 عبور کرده و در حال تکمیل فرایند شکست سه مرحله‌ای است و به A0 نزدیک می‌شود معامله‌گر به اشتباه قیمت را در سقف دیده و به تصور اینکه بازار باید اصلاح نماید پوزیشن عکس یعنی فروش می‌گیرد. در حالی که قیمت در محدوده A0 قرار دارد و باید طبق استراتژی از خرید به فروش پوزیشن‌ها را باز نمود.

البته باید عنوان نمود که چطور محدوده‌ها را تشخیص و نشانه‌های اینکه بازار در حال حاضر در محدوده قیمتی A1 است یا A0 نیاز به آموزش و تمرین دارد.

محاسنی که می‌توان برای این استراتژی در نظر گرفت به شرح ذیل است.

❑ در این استراتژی به جای بررسی فقط یک کندل آخر، محیط آخر را تحلیل می‌کنیم. پس می‌توان گفت که تحلیل محیطی، تحلیلی است جامع‌تر و کامل‌تر

❑ چون بازار دارای روند است پس از این تحلیل می‌توان انتظار بازه سود بالاتر و بیشتری را داشت.

❑ تایم تحلیل و معامله در این استراتژی می‌تواند یک‌ماهه، سه‌ماهه، شش‌ماهه و یک‌ساله باشد. پس افرادی که به دنبال معاملات با تعداد کم ولیکن حاشیه سود بالا هستند می‌توانند از این استراتژی بهره کافی و وافی را ببرند.

❑ مناسب برای بازارهای یک‌طرفه و دوطرفه است.

❑ بخشی از این استراتژی به تصویرسازی آینده بازار بر اساس اطلاعات گذشته می‌پردازد که این امر می‌تواند نقشه راهی برای حضور در بازه آتی بازار باشد.

- ❑ محدوده‌های صفر معمولاً جزء مناطق پرتقاضا و محدوده یک جزء مناطق پر عرضه بازار هستند.
- ❑ ریسک معاملات با این استراتژی در حد مطلوب و پایین است طوریکه می‌توان از آن برای معاملات بلندمدت و میان‌مدت خود بهره برد.
- ❑ قابلیت ورود به معامله (برای Long و Sort) به صورت پلکانی (چیدمان زمانی یا چیدمان قیمتی).
- ❑ عدم ورود به معامله و خروج از آن در هر زمان دلخواه
- ❑ خروج از معامله به صورت پلکانی در زمان رسیدن قیمت به حد سودها
- ❑ بستن معاملات در انتهای مدت زمان اعتبار تحلیل.

❖ استراتژی قیمتی:

زمانی که بازار دارای روند است به راحتی می‌توان روند حاکم را تشخیص داده و سوار بر موج آن شد؛ لذا باید به فکر استراتژی باشیم که بتوانیم توسط آن نمادهای با

پتانسیل سود بالا و احتمال حرکت شارپی را از بین ده‌ها، بلکه صدها نماد دیگر جدا و تفکیک نمود. در بازاری که همه نمادها به طور دسته‌جمعی در یک جهت خاص در حال حرکت هستند قطعاً ورود به هرکدام از آنها ما را به سود خواهد رساند.

اما مسئله مهمی که در سرمایه‌گذاری باید بدان توجه و دقت نمود آن است که صرف سود کردن ملاکی برای درستی عملکرد سرمایه‌گذار نیست؛ بلکه راندمان معاملات مهم‌ترین و اساسی‌ترین شاخص برتری بین دو معامله‌گر و سرمایه‌گذار است.

پس اگر در بازاری نمادی با قابلیت رشد 45% وجود داشته باشد انتخاب و ورود به نمادی که 35% پتانسیل سود دارد منطقی و اقتصادی نیست. تفاوت یک سرمایه‌گذار آماتور با یک سرمایه‌گذار حرفه‌ای دقیقاً در کسب راندمان‌های بالاتر در معاملات است. بدین سبب برای بهینه نمودن معاملات و ایجاد فاصله از رقبا "استراتژی قیمتی" می‌تواند بهترین و مؤثرترین ابزارها باشد. این موضوع به‌خصوص در بازار سرمایه (بورس اوراق) کشورمان قابل‌ملاحظه‌تر است چرا که این بازار یک‌طرفه بوده و دارای محدودیت بازه نوسانات است. بدین سبب در زمان حرکت صعودی بازار شاهد صف خرید و هنگام نزول قیمت‌ها شاهد صف فروش خواهیم بود. از این‌رو برای اینکه زودتر از بقیه سرمایه‌گذاران و معامله‌گران بتوان وضعیت بازار را تحلیل و پیش‌بینی نمود تا در صف‌های خرید یا فروش گیر نکنیم باید حتماً و حتماً استراتژی ویژه‌ای داشته با علاوه بر فعالیت در آن بازار بتوان به بالابردن راندمان معاملات نیز فکر نمود.

پس ما در این استراتژی با بررسی عوامل ذیل به دنبال نمادهای با سرعت و شتاب بالا برای انتخاب نماد برتر و بهتر خواهیم بود.

✓ قیمت لحظه

✓ قیمت بازار

✓ ارزش بازار

✓ «ترین» قیمت در محدوده انتهای بازار

✓ نزدیکی قیمت لحظه به High و Low بازه آخر بازار

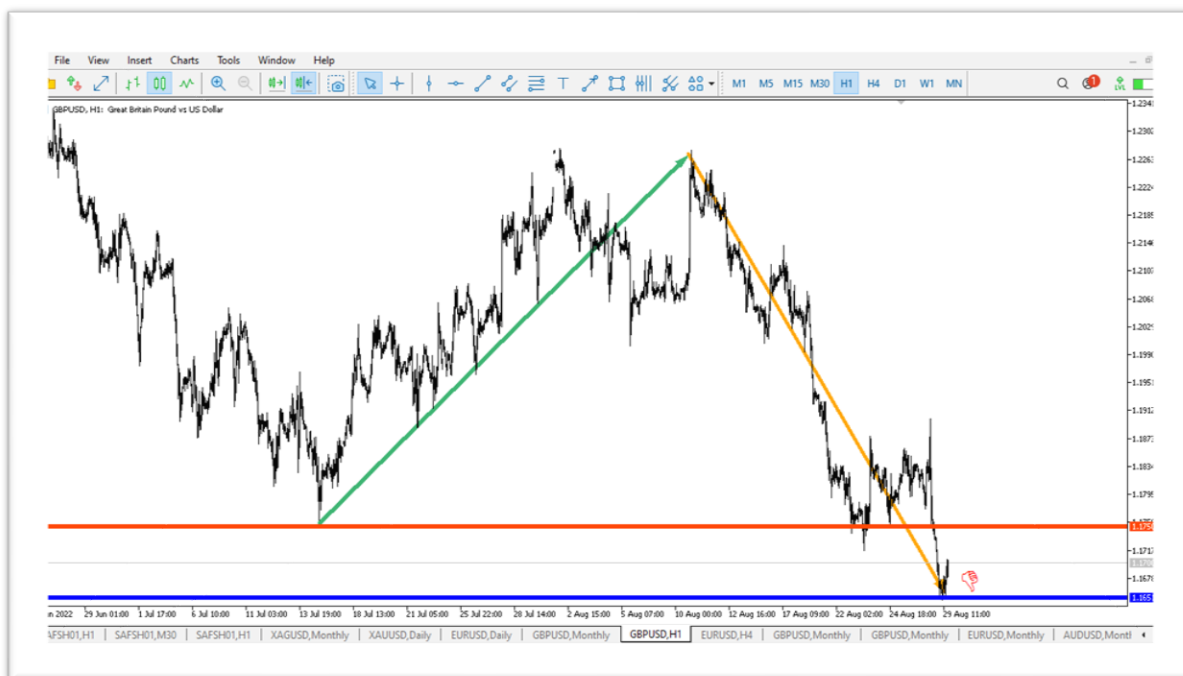
✓ عرضه یا تقاضا بودن محیط

✓ خردکردن کندل مورد بررسی برای تعیین میزان حجم عرضه یا تقاضا

✓ سرعت رسیدن بازار به قیمت لحظه

✓ زاویه حرکتی قیمت

- ✓ فرایند شکست
- ✓ نرمال یا غیرنرمال بودن حرکت بازار
- ✓ جانمایی محیط در روند حاکم بر انتهای بازار
- ✓ تمایل چسبندگی به حمایت و مقاومت پیش رو
- ✓ محدوده صفر و یک بازار
- ✓ بررسی گذشته دورتر محیط تحلیلی برای تکمیل اطلاعات موردنیاز



- محاسنی که برای این استراتژی می‌توان عنوان نمود به شرح ذیل است.
- استقلال از تعیین بازه زمانی تحلیل و استفاده از کل قیمت موجود در تاریخچه قیمتی بازار جهت تحلیل کل رفتار آن برای پوزیشن‌های بلندمدت.
- مناسب برای بازارهای یک‌طرفه و دوطرفه است.

- باز نمودن پوزیشن به صورت پلکانی برای کاهش ریسک معاملات.
- خروج از معامله به صورت پلکانی در زمان رسیدن قیمت به حد سودها
- مناسب سرمایه گذاری که پذیرای ریسک بالاتری در معاملات خود هستند.

موفق، پیروز و سربلند باشید

رضا کردری مدرس و مشاور در امور سرمایه گذاری و تحلیل گر و فعال بازارهای مالی