

Uitgawe 60: April 2013

Ons soeke na eenvoud is nie maklik nie. Ons word herinner aan die dokter se aanbeveling met 'n spesifieke simptoom... hou op rook, eet gesond, of kry genoeg rus en doen gereeld oefening – so basies en eenvoudig, maar dikwels so moeilik om te implementeer. Mense verwag iets kompleks of grandiose. Miskien is daar 'n nuwe tipe medikasie, behandeling of chirurgie; dws 'n "quick fix" vir my probleem. Is dit ons menslike natuur om sake te kompliseer? Of is ons beïndruk deur groot woorde (ons weet so min en hulle so baie)? Hoekom is daar hierdie teenstrydigheid? Dit kom voor asof ons dié aanbevelings weerstaan omdat dit vereis dat ons kognitiewe patrone en ons gedrag sal moet verander.

Eenvoud

Hoekom soek individue dikwels gemak in kompleksiteit? Behalwe gierigheid, kan dit moontlik die rede wees waarom mense in Ponzi-skemas vasgevang word. Die skemas kom met indrukwekkende en ongelooflike konsekwente prestasie en word as verskansingsfondse "vermom" met komplekse strukture (wat min mense verstaan). Neem maar kennis van 'n paar beleggingskemas deur Bernard Madoff, Helmut Keiner en die wyle Herman Pretorius – almal foefie verskansingsfondse.

Steve Jobs het opsommend gesê [deur sy Apple produkreeks en ontwerp filosofie] dat gesofistikeerdheid deur eenvoud verkry word. Ontwerpers en ingenieurs het volhard en deur talle probleme, konfigurasies en prototipes gewerk ten einde te vestig op 'n spesifieke ontwerp wat die "skoon" en beter oplossing bied. Maw daar moet baie grondliggende werk gedoen word om inligting te orden sodat die optimale antwoord en proses gevind kan word.

Ongelukkig moet ons vinnige oplossings kry. Gereeld val ons vas in kompleksiteit, inligting en onsekerheid. Indien ons ons finansiële doelwitte kon vereenvoudig, sal ons waarskynlik meer effektief te wees (sketse van Carl Richards, The Behavior Gap).



Afrafin se inflasie-doelwitbestuurde belegging-strategie en persoonlike finansiële plan is getuigenis van hierdie onderliggende werksyde en filosofie. Die geheim is in die eenvoud, want dit is wanneer ons effektief is.

'n Mededingende omgewing

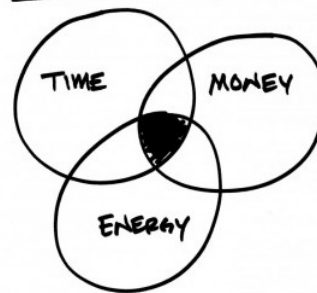
Vandag kompeteer maatskappye vir ons aandag. In 'n poging om hulleself te onderskei, probeer hulle om ons te beïndruk. Dit gaan oor wie die hardste skreeu, loyaliteits-programme, kleurvolle sirkel-diagramme/grafieke, advertensies, vleiende gesprekke deur agente, indruk-wekkende handelsname en kantore wat iets moet sê. Deur al die lawaai kan ons maklik verlore raak... wat was my aanvanklike doelwit? Om 'n Mini te koop en dan met 'n BMW uit te ry? Wat probeer ons bereik en hoe kan ek gefokus bly op my doelwit(te)? Hoe vergelyk ons alternatiewe indien dienste en produkte so vinnig van een jaar na die volgende verander? Hoe hou ons rekening met onsekerheid? Ons finansiële moeilikheid of onsekerheid kan maklik opgelos word deur 'n eenvoudige antwoord – ons moet minder spandeer en meer spaar. Maar hoe doen ek dit indien my bank en kredietkaart maatskappy my voortdurend daaraan herinner om op afslag items geld uit te gee; maw ek moet geld uitgee om te spaar? By Afrafin weet ons dat 'n begroting en finansiële plan met 'n kliniese (sonder emosie) belegging-proses van kardinale belang is.

Praktiese wenke

Niemand is so doof soos die een wat nie wil hoor nie en nêrens is dit so waar as met ons gesondheid, verhoudings en finansies nie. Is dit moontlik om vas te stel wat ek **nodig** het teenoor wat ek wil **hê**? Deur bloot na hierdie twee [die behoefte of hebsug] te kyk, kan ons vinnig bepaal dat ons eintlik weinig dinge regtig nodig het. Die volgende kan ons help om meer effektiewe besluite tot ons geld te maak:

- Kry 'n vennoot. Kies iemand om saam met jou te werk
- Ons moet ons tyd, energie en geld balanseer
- Voordat jy iets koop, stop en wag. Bepaal wat jy nodig het en waarom
- Weerhou jou van enige aankope (vir 'n periode) en spandeer slegs op noodsaaklike items soos bv kruide-niersware
- Hou boek van u uitgawe-patroon
- Plaas 'n bedrag op u doelwit(te); dws trek 'n finansiële plan op. Daar is geen kitsoplossing nie
- Hou belasting in gedagte en bepaal wat jy kan bespaar

A BALANCED FAMILY BUDGET



By Afrafin wil ons graag kliënte betrek ten einde sinvolle en goed-ingeligte besluite oor hul welvaart en welsyn te neem.

'n Gedrags-studie by Stanford Universiteit in Kalifornië deur die sielkundige Walter Mischel in die 1960's en 70's wat later die "Marshmallow toets" gedoop is, het kinders waargeneem.

Gedurende hierdie studie, is 'n kind 'n keuse tussen 'n klein beloning (soms 'n Marshmallow, maar dikwels 'n koekie) aangebied op voorwaarde dat hy of sy onmiddellik 'n tweede klein beloning sal kry indien hulle nog 15 minute kan wag. Met verdere navorsing is bevind dat kinders wat in staat was om langer te wag vir die belonings, geneig was tot 'n beter lewenstyl, eksamenuitslae, kwalifikasies, liggaamsmassa-indeks (LMI) en ander maatstawwe. In wese, is ons in staat om bevrediging uit te stel? Mōre se welvaart is vandag se opoffering. Wil u 'n pampoen of eikeboom hê?



"Kan jy asseblief bietjie vinniger speel"

'n Verstandige en konsekwente benadering tot ons finansies lê in eenvoudige dinge. Ons ken almal die storie van die skilpad en die haas. Dikwels wen die stadige en bestendige [berekende en skynbaar

oninspirende] een die wedloop.

Algemeen

Ons is van plan om 'n promosie in Die Burger op Saterdag die 13de April te plaas ter viering van ons 20ste bestaansjaar. Ons het die Finsolnet assosiate gevra om dit saam met ons te vier. Wees op die uitkyk vir ons!