

چگونه سهام سود آور انتخاب کنیم؟

ہمراہ با تجربیات سرمایہ گذاران بزرگ دنیا

نویسنده: مورنینگ استار - پائول لارسون

ترجمہ:

قربان برارنیا ادبی - محمد روشنل

فهرست



صفحه

عنوان

۱۳	فصل ۱: بازدارنده‌های اقتصادی (مزیت‌های رقابتی قوی)
۱۴	چگونه شرکت مزیت اقتصادی ایجاد می‌کند؟
۱۵	تولید با هزینه پایین یا صرفه جویی در مقیاس
۱۵	شرکت دل
۱۶	شرکت وال مارت
۱۷	هزینه‌های بالای جایگزینی محصولات
۱۸	شرکت آتودسک
۱۹	بانک سیتی گروپ
۱۹	اثر شبکه ای
۲۰	شرکت آدوب
۲۱	شرکت ای بی
۲۱	دارایی‌های نامشهود
۲۲	شرکت مودیز
۲۲	شرکت هارلی - دیویدسون
۲۳	نکته پایانی
۲۴	خلاصه فصل

۵۸	محاسبات مهم صورت سود و زیان
۵۹	سود ناخالص
۵۹	درآمد عملیاتی
۵۹	سود خالص
۶۰	سود هر سهم
۶۱	نکته پایانی
۶۱	خلاصه فصل
۶۲	فصل ۵: ترازنامه
۶۴	دارایی‌ها برابر با بدهی‌ها به اضافه حقوق صاحبان سهام
۶۶	دارایی‌ها
۶۷	دارایی‌های جاری
۷۰	دارایی‌های غیرجاری (ثابت)
۷۳	بدهی‌ها
۷۳	بدهی‌های جاری
۷۴	بدهی بلند مدت
۷۶	حقوق صاحبان سهام
۷۷	سود انباشته
۷۷	سهام خزانه
۷۷	نکته پایانی
۷۸	خلاصه فصل
۷۹	فصل ۶: صورت گردش وجوه نقد
۸۲	سه قسمت اصلی صورت گردش وجوه نقد
۸۳	جریان‌های نقدی ناشی از فعالیت‌های عملیاتی
۸۳	سود خالص
۸۳	استهلاک و کاهش ارزش دارایی
۸۴	تغییرات در سرمایه در گردش
۸۶	خالص وجوه نقد ناشی از فعالیت‌های عملیاتی
۸۷	جریان‌های نقدی ناشی از فعالیت‌های سرمایه گذاری
۸۷	مخارج سرمایه ای

۲۵	فصل ۲: موقعیت رقابتی بهتر
۲۶	پنج نیروی رقابتی پورتر
۲۷	مثالی از عوامل پنجگانه رقابتی پورتر: صنعت محصولات مصرفی
۳۰	برگشت به موضوع مزیت‌های اقتصادی
۳۱	انواع مزیت‌های اقتصادی محدود
۳۳	مزیت‌های اقتصادی گسترده
۳۴	مزیت‌های اقتصادی گسترده در مقابل مزیت‌های اقتصادی عمیق
۳۶	نکته پایانی
۳۷	خلاصه فصل
۳۹	فصل ۳: ارزیابی کیفیت مدیریت
۴۰	چرا مدیریت مهم است
۴۲	ساختار مدیریت
۴۳	خرید سهام یک شرکت
۴۴	گزارش مجمع: معدن طلای اطلاعات مدیریت
۴۷	شفافیت
۴۷	برخورد مناسب با سهامداران
۴۸	پاداش‌ها
۵۰	آیا جبران خدمت عادلانه است؟
۵۱	نکته پایانی
۵۱	خلاصه فصل
۵۳	فصل ۴: صورت سود و زیان
۵۴	درآمد
۵۵	هزینه‌ها
۵۵	بهای تمام شده کالای فروش رفته
۵۶	هزینه‌های فروش، عمومی و اداری
۵۶	هزینه‌های استهلاک دارایی مشهود و دارایی نامشهود
۵۷	سایر هزینه‌های عملیاتی
۵۷	درآمد بهره و هزینه بهره
۵۷	مالیات‌ها

۲۸۹	ریسک غیر سیستماتیک و سبد متمرکز
۲۹۱	تعیین وزن سبد سهام
۲۹۱	گردش سبد
۲۹۲	چرخه شایستگی و تمرکز بر یک بخش
۲۹۳	افزودن صندوق سرمایه گذاری مشترک به سبد سهام
۲۹۴	نکته پایانی
۲۹۵	خلاصه فصل
۲۹۷	فصل ۲۳: مقدمه‌ای بر اختیار معامله
۲۹۸	اختیار خرید و فروش سهام
۲۹۹	قرارداد اختیار چیست؟
۲۹۹	قیمت گذاری اختیار
۳۰۱	عوامل موثر بر ارزش اختیار
۳۰۱	استراتژی‌های اصلی داد و ستد اختیار معامله - اختیار سهام بلند مدت
۳۰۴	یک استراتژی دیگر - اختیارهای فروش کم ارزش
۳۰۵	نکته پایانی
۳۰۶	خلاصه فصل
۳۰۷	فصل ۲۴: سهام غیر عادی
۳۰۸	صندوق‌های سرمایه گذاری زمین و مسکن
۳۱۲	مشارکت محدود تخصصی (MPL)
۳۱۵	تراست‌های مالکانه
۳۱۸	نکته پایانی
۳۱۸	خلاصه فصل
۳۱۹	با کتاب‌های نشر چالش آشنا شویم

بازدارنده‌ها یا مزیت‌های اقتصادی

(مزیت‌های رقابتی پایدار)

در پاسخ به سؤال "در این دنیا چه کار کنیم تا آینده ما تأمین باشد؟" هیچ جوابی وجود ندارد جز اینکه: به فرصت‌ها و مزیت‌های فردی خود نگاه کنید.

جرج ساویل‌هالیفکس^۱

بخش اول این کتاب، مفهوم مزیت یا بازدارنده‌های اقتصادی^۲ و نقش آن در شناسایی توانایی واقعی شرکت در طول زمان را مورد بررسی قرار می‌دهد. در مجموع، مزیت اقتصادی را می‌توان نوعی مزیت رقابتی بلندمدت نامید که به شرکت اجازه می‌دهد تا میزان سودآوری خویش را در طول زمان به شدت افزایش دهد. به عبارت

1- George Savila Halifax

2- Economic Moats

دیگر، شرکت‌ها با داشتن مزیت‌های اقتصادی گسترده، قادر خواهند بود در بلندمدت برای سهامداران خود ارزش آفرینی کنند. بنابراین شما به عنوان یک سرمایه‌گذار باید توجه خویش را به چنین شرکت‌هایی معطوف سازید.

واژه "بازدارنده‌ها یا مزیت اقتصادی" در مالی برای اولین بار توسط یکی از سرمایه‌گذاران موفق بازار سهام، به نام وارن بافت مطرح گردید. وی معتقد بود شرکت‌هایی که در بلندمدت برای سرمایه‌گذاران ارزش فراوانی ایجاد می‌کنند، اغلب از یک مزیت رقابتی پایدار برخوردار هستند. نحوه سنجش و ارزیابی این مزیت از طریق شناسایی نوع دفاع، یا مانع رقابتی است که شرکت توانسته برای خودش در آن صنعت مهیا کند. مزیت‌های اقتصادی از دیدگاه سرمایه‌گذاری مهم است، زیرا هر گاه شرکت محصول یا خدمت مفیدی را معرفی می‌کند، در مدت زمان کوتاهی سایر شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا با ایجاد یک محصول یا خدمت مشابه - شاید هم ضعیف‌تر - از آن فرصت استفاده نمایند. مبانی تئوری اقتصاد می‌گوید: در یک بازار رقابتی کامل، رقبا در نهایت سود اضافه‌ای را که توسط شرکت‌های موفق کسب می‌شود حذف می‌کنند. به عبارت دیگر، رقابت پذیری، کسب رشد و سودآوری بالا را در بلندمدت دشوار می‌سازد، زیرا هر نوع مزیت رقابتی در معرض "ریسک الگوبرداری" قرار دارد. تقویت و تداوم مزیت اقتصادی، تعیین‌کننده توانایی شرکت در حذف رقبا یا کاهش سودآوری آنها خواهد بود.

چگونه شرکت‌ها می‌توانند مزیت اقتصادی پایدار ایجاد کنند؟

یک شرکت از چند طریق می‌تواند برای خود مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند. چندین معیار کیفی ذیل جهت سنجش و ارزیابی مزیت اقتصادی شرکت‌ها بکار می‌روند:

- متمایز نمودن محصول به طور واقعی یا انتزاعی
- کاهش هزینه‌ها و پیشرو بودن در آن
- حفظ و وابسته نمودن مشتریان به خود از طریق افزایش هزینه‌های مراجعه به محصول سایر شرکت‌ها

بازدارنده‌ها یا مزیت‌های اقتصادی ۱۵

- حذف یا کاهش قدرت رقبا از طریق ایجاد موانع فراوان برای ورود آنها به صنعت یا ایجاد موانع گسترده جهت جلوگیری از موفقیت آنها در بازار
- تاکنون سعی کردیم بیشتر مزیت‌های رقابتی اصلی را مورد اشاره قرار دهیم. در کتاب اول از این مجموعه، چهار نوع اصلی مزیت اقتصادی را مورد اشاره قرار دادیم و در ادامه آنها را به صورت مشروح و همراه با مثال بررسی خواهیم کرد. هر چقدر شرکتی بتواند مزیت‌های اقتصادی متعددی برای خود ایجاد کند از موقعیت بهتری در بازار برخوردار خواهد بود.

تولید با هزینه پایین یا صرفه جویی در مقیاس

شرکت‌هایی که بتوانند محصولات و خدمات خویش را با حداقل هزینه تولید و عرضه کنند و به نوعی از صرفه جویی در مقیاس بهره ببرند، از مزیت رقابتی متمایزی برخوردار هستند، زیرا می‌توانند رقبای خود را با مکانیزم قیمت از صحنه خارج سازند. از سوی دیگر، هر چند شرکت‌هایی با هزینه‌های پایین ممکن است گاهی اوقات محصولات خود را در سطح مشابه رقبا قیمت‌گذاری کنند، اما توانایی سودآوری آنها با انجام این کار، در مقایسه با رقبا بیشتر می‌شود. این نوع مزیت اقتصادی، مانع عمده‌ای جهت ورود رقبای جدید به بازار است، زیرا باید حجم قابل ملاحظه‌ای از سرمایه خود را صرف رقابت پذیری در بازار نمایند.

شرکت دل

موفقیت شرکت دل مرهون شهرت شرکت در ایجاد مدل کسب و کار «ساخت بر مبنای سفارش و فروش مستقیم» است. این امر باعث حذف واسطه‌هایی که هزینه‌ها را افزایش می‌دادند شده، سرمایه در گردش را کاهش داده و اطلاعات به موقع از بازار را برای مدیریت مهیا ساخته است. این مدل که یکی از مزیت‌های آن کاهش هزینه‌های سربار است، به شرکت اجازه داده است تا رقبا را بدون در دسر و تحمل هزینه از صحنه خارج سازد.