

تحليل بنيادي

تحليل بنيادي آزموني براي نيروهاي اساسي است که بر بهزيستي، اقتصاد، گروه هاي صنعتي و شرکت ها تاثير مي گذارد. همانند بسياري از تحليل ها هدف، پيش بيني و سود بردن از حرکات قيمت در آينده است. در سطح شرکت، تحليل بنيادي آزمون داده هاي مالي، مديريت، مفهوم تجارت و رقابت را شامل مي شود. در سطح صنعتي، آزموني از نيروهاي عرضه و تقاضا به نفع فرآورده ها پيشنهاده مي گردد. در اقتصاد ملي، تحليل بنيادي بر روي داده اقتصادي تمرکز مي کند تا رشد اقتصاد را در حال و آينده تعيين کند. براي پيش بيني قيمت هاي بازار سهام در آينده، تحليل بنيادي، تحليل هاي شرکتي و صنعتي و اقتصادي را ترکيب مي کند تا ارزش عادلانه جريان بازار سهام را بدست آورد و ارزش هاي آينده را پيش بيني کند. اگر ارزش عادلانه با قيمت جاري بازار سهام برابر نباشد، تحليل گران بنيادي اعتقاد مي يابند که بازار سهام کمتر يا بيشتراز حد معمول ارزش گذاري شده و قيمت بازار نهايتا به سمت ارزش عادلانه جذب مي گردد. آنها به توصيه شرکت کنندگان تصادفي اعتنائي نمي کنند و معتقدند که آن بازارها کار آمد نيستند. به واسطه اعتقاد به اينکه قيمت ها دقيقا همه اطلاعات موجود را بيان نمي کنند، تحليل گران بنيادي به سرمايه گذاري بر روي تفاوت هاي مشخص قيمت نگاه مي کنند.

قدم هاي عمومي براي رشد بنيادي

گر چه يك روش كاملا صحيح وجود ندارد، اما تحليل آماري (breakdown) در زير به نمايش در آمده که احتمالا سرمايه گذار اين گونه عمل مي کند. اين شيوه يك رويکرد بالا به پايين را به کار مي برد که با اقتصاد کل آغاز مي کند سپس به گروه هاي صنعتي مي پردازد و از آنجا به شرکت هاي خاص مي رسد. به عنوان بخشي از جريان تحليل، مهم است به خاطر داشته باشيد که همه اطلاعات نسبي هستند. گروه هاي صنعتي با ساير گروه هاي صنعتي و شرکت ها مقايسه مي شوند. معمولا، شرکت ها با ساير شرکت ها در گروه مشابه مقايسه مي شوند. به عنوان مثال، يك اپراتور تله کام مثل (verizon) با يك اپراتور تله کام ديگر مثل (گروه SBC) مقايسه مي شود نه با يك شرکت نفتي مثل (chevron Texaco).

پيش بيني اقتصادي

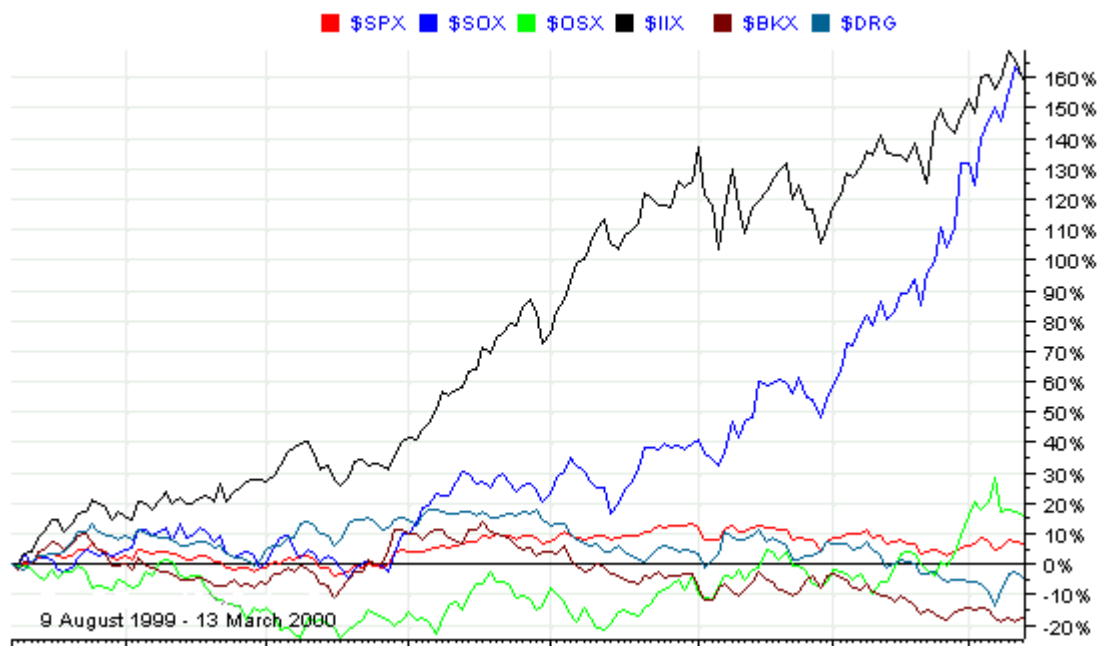
اولين و مهمترين امر در يك رويکرد بالا به پايين، رشد کامل اقتصاد عمومي است. اقتصاد همچون موج است و گروه هاي صنعتي مختلف و شرکت هاي فردي همانند قايق. زماني که اقتصاد گسترش مي يابد، گروه هاي صنعتي و شرکت ها سود مي دهند و رشد مي کنند. زماني که اقتصاد سقوط کند، بيشتتر بخش ها و شرکت ها معمولا متضرر مي شوند. بسياري از اقتصاد دانان، رشد و رکود اقتصادي را به سطح نرخ بهره متصل مي کنند. نرخ هاي بهره به عنوان انديکاتور راهبر به خوبي در بازار سهام نيز به کار مي روند. در پايين، نموداري از S&P500 و عايدي ۱۰ سال از ۳۰ سال فعاليت اخير قرار دارد. گرچه نه دقيق اما ارتباطي بين قيمت هاي بازار سهام و نرخ هاي بهره مي تواند ديده شود. هنگامي که سناريويي براي اقتصاد کل رشد يابد، سرمايه گذار مي تواند اقتصاد را به گروه هاي صنعتي مختلف آن بشکند.



انتخاب گروه

اگر پیش بینی هایی که به نفع اقتصاد هستند در حال رشد باشد، پس احتمالاً گروه های مشخصی بیش از دیگران سود می برند. سرمایه گذار می تواند زمینه کارش را به آن گروه هایی محدود سازد که برای سود دهی از محیط اقتصادی فعلی یا آینده، بهترین شرایط را دارند. اگر انتظار می رود که اکثر شرکت ها از این رشد اقتصادی سود ببرند، پس ریسک در سهام های فاقد سود معین (equities) نسبتاً پایین است و یک استراتژی رشد-محور شدید توصیه می شود. استراتژی رشد شامل خرید سهام های تکنولوژی، بیو تکنولوژی، نیمه هادی و سیکل ها می شود. اگر پیش بینی شود که اقتصاد رکود دارد، سرمایه گذار احتمالاً یک استراتژی محافظه کارانه تری را بر می گزیند و شرکت های درآمد-محور پایدارتری را پیدا می کند. استراتژی دفاعی شامل خرید سهام های مواد خام مصرفی، ابزار آلات و سهام های مربوط به انرژی است. برای تعیین پتانسیل یک گروه صنعتی سرمایه گذار، نرخ رشد کلی، اندازه بازار و اهمیت آن در اقتصاد را مد نظر می گیرد. در حالیکه شرکت های شخصی هم مهم هستند، اما گروه صنعتی ممکن است تاثیر بیشتر یا کمتری بر قیمت بازار سهام بگذارد. هنگامیکه بازار سهام شروع به حرکت می کند، معمولاً این حرکت به صورت گروهی است و افراد به صورت تنها در آن بسیار کم هستند. اکثر اوقات قرار گرفتن در صنعت مناسب بهتر و مهمتر از قرار گرفتن در بازار سهام مناسب است. چارت زیر نمایش نسبی پنج بخش در یک فریم زمانی

هفت ماهه را نشان می دهد. همانگونه که چارت تشریح می کند، در بخش مناسب قرار گرفتن می تواند این همه تفاوت ایجاد کند.



محدود کردن درون يك گروه

وقتی گروهی انتخاب می شود، سرمایه گذار نیاز دارد که پیش از انجام تحلیل های جزئی تر، لیست شرکت ها را محدود کند. سرمایه گذاران معمولاً مشتاقند تا رهبران و مبتکران درون گروه را پیدا کنند. اول وظیفه آن است که تجارت جاری و محیط رقابتی را درون يك گروه به خوبی شناسایی کنیم. اینکه چگونه شرکت ها بر حسب سهم بازار، موقعیت تولید و مزایای رقابتی رده بندی می شوند؟ رهبر فعلی کیست و چگونه درون بخشی که بر موازنه جاری قدرت اثر می گذارد تغییر می کند؟ محدودیت های ورود چیست؟ به موفق شدن در بازار یابی، تکنولوژی، شراکت بازار یا ... بستگی دارد. تحلیل تطبیقی از رقابت درون يك بخش به تشخیص دادن شرکت هایی که سود آور بوده و به حفظ سود کمک می کنند، کمک می کند.