



استراتژی کانسلیم چیست؟ ۷ نکته طلایی برای خرید یک سهام سودآور

فعالیت در بازار بورس نیازمند آشنایی با روش‌ها و استراتژی‌هایی است که بزرگان آن‌ها را امتحان کرده و جواب گرفته‌اند. این به آن معنا نیست که برای سرمایه‌گذاری باید از بقیه تقلید کنیم. بلکه نشان می‌دهد برای شروع، بهتر است از روش‌هایی استفاده کنیم که قبلاً امتحان‌شان را پس داده‌اند. یکی از این استراتژی‌ها روش کانسلیم (CANSLIM) نام دارد که اکنون قصد آموزش و توضیح مولفه‌های آن را داریم. این مقاله از [اخبار بورس](#) کمک می‌کند بفهمیم که اصول استراتژی معاملاتی کانسلیم چیست و چطور می‌توان در تحلیل بنیادی از این روش استفاده کرد.

این مقاله آموزشی کاری از گروه تولید محتوای [اخبار بورس](https://akhbarbourse.com) (<https://akhbarbourse.com>) است. اشتراک‌گذاری و استفاده از آن با ذکر منبع مانعی ندارد.

فهرست مطالب

- ۱..... استراتژی کانسلیم چیست؟
- ۱..... آشنایی با ویلیام اونیل
- ۲..... کانسلیم به چه معناست؟
- ۲..... آشنایی با مولفه‌های استراتژی کانسلیم
- ۳..... درآمدهای فصلی جاری (Current quarter earnings)
- ۳..... درآمدهای سالانه (Annual Earning)
- ۴..... محصول، خدمات یا مدیریت جدید (New Product or Service)
- ۵..... عرضه و تقاضا (Supply and Demand)
- ۵..... پیشرو یا پیرو (Leader or Laggard)
- ۶..... نهاد پیشینیان یا حامی (Institutional Sponsorship)
- ۶..... جهت بازار (Market Direction)
- ۷..... چطور از استراتژی کانسلیم در بازار بورس استفاده کنیم؟
- ۸..... مزایا و معایب استراتژی کانسلیم
- ۹..... جمع بندی
- ۹..... سوالات متداول با پاسخ های کوتاه

استراتژی کانسلیم چیست؟

استراتژی معاملاتی کانسلیم روشی است که به کمک آن می‌توان سهامی را که مستعد رشد هستند شناسایی کرد. اگر با اصول این استراتژی به خوبی آشنا شوید و بتوانید آن را در **تحلیل بنیادی** به کار بگیرید، سودهای خوبی نصیب‌تان خواهد شد.

شناسایی سهامی که پتانسیل رشد بالا دارند به عوامل متعددی مربوط است. canslim هم روی این سهام دست می‌گذارد و به دنبال آن است که سودی چندبرابری را از آن‌ها به دست بیاورد. هرچه بازار مالی نوسانات شدیدتری را تجربه کند، کانسلیم هم بهتر جواب می‌دهد. چرا که این استراتژی در پی پیش‌بینی حرکات صعودی بازار است و در یک بازار نوسانی می‌توان آن را به خوبی پیاده کرد. البته آنچه کانسلیم را برجسته می‌کند این است که این استراتژی نه فقط به تحلیل بنیادی، بلکه به **تحلیل تکنیکال** هم توجه دارد.

مهم‌ترین کاربرد روش کانسلیم در شناسایی روند حرکتی سهم در زمانی کوتاه خلاصه می‌شود. این استراتژی روند درآمد کل شرکت‌های بورسی را بررسی می‌کند و به وضعیت سود سهام و روند قیمتی آن‌ها می‌پردازد.

آشنایی با ویلیام اونیل

اسم استراتژی معاملاتی کانسلیم با نام ویلیام اونیل (William O'Neil) گره خورده است. کسی که این روش را برای کسب درآمد از بورس ابداع کرد. او در سال ۱۹۳۳ متولد شد و در ۲۵ سالگی توانست مدرک دانشگاهی خود را دریافت کند. سپس به عنوان کارگزار در بورس فعالیتش را آغاز کرد.

اونیل خود در سرمایه‌گذاری دستی بر آتش داشت و بنیان‌گذار روزنامه‌ی Investor Business Daily بوده است. هم‌چنین یک موسسه‌ی تحقیقاتی به نام ویلیام اونیل و شرکا دارد که در آن هدایت تیم تحقیق را به عهده دارد. اونیل در سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۸۰ یعنی طی ۳۰ سال، بررسی‌های متعددی را در بازار وال استریت انجام داد. در حین همین بررسی‌ها بود که توانست این استراتژی معاملاتی را طراحی کند. این استراتژی از همان آغاز ابداع تا کنون تقریباً یکسان بوده و تغییرات چندانی نداشته است. اونیل خود با استفاده از روش ابداعی‌اش توانست از بسیاری از فعالان بازار جلو بزند و در مدتی کوتاه عملکرد قابل قبولی از خودش نشان بدهد.

کانسلیم به چه معناست؟

اسم این روش شاید کمی نامانوس و عجیب به نظر برسد. کانسلیم معنای لغوی خاصی ندارد. بلکه از کنار هم قرار دادن هفت حرف ابتدایی هفت کلمه‌ی مجزا تشکیل شده است. در ادامه می‌گوییم که این هفت کلمه کدام‌اند:

- C از Current quarter earnings یا درآمد سه‌ماهه‌ی جاری مشتق می‌شود.
 - A از Annual Earning گرفته شده که به معنای درآمدهای سالانه است.
 - N از عبارت New Product or Service گرفته شده است. این مولفه به محصول یا خدمت جدید اشاره دارد.
 - S از عبارت Supply and Demand به معنای **عرضه و تقاضا** گرفته شده است.
 - L از عبارت Leader or Laggard گرفته شده است که به معنای پیشرو یا پیرو است. اما معنای دیگری هم به جز این دارد. برخی می‌گویند به معنای آن است که سهامی را که **کم‌ارزشی** **گذاری** شده‌اند پیدا کنیم. از منظری دیگر هم می‌توان این مولفه را با سهام پیشگام مرتبط دانست.
 - I از عبارت Institutional Sponsorship به معنای نهاد پشتیبان مشتق شده است.
 - M از عبارت Market Direction به معنای جهت بازار گرفته شده است.
- این حروف در کنار هم استراتژی معاملاتی کانسلیم را تشکیل می‌دهند که اصول آن را نیز نشان می‌دهد.

آشنایی با مولفه‌های استراتژی کانسلیم

درک و شناختن مولفه‌های استراتژی کانسلیم بهتر به ما کمک می‌کند که بدانیم اصول این روش چیست و چطور باید از آن استفاده کرد. به خاطر داشته باشید که نباید این روش را به عنوان ابزار تکنیکال یا بنیادی در نظر بگیرید. این استراتژی فقط روشی است که از هر دو مفهوم بنیادی و تکنیکال استفاده می‌کند تا سهام مستعد رشد را شناسایی کند.

به جز این مباحث **مالی‌رفتاری** نیز در این استراتژی جایگاه مشخصی دارند و در ساختار این روش مورد استفاده قرار می‌گیرند. حالا بهتر است ببینیم مولفه‌های استراتژی کانسلیم چیست و هر کدام چه معنایی دارد.



درآمدهای فصلی جاری (Current quarter earnings)

اولین مورد از مولفه های استراتژی کانسلیم به درآمدهای فصلی شرکتها اشاره دارد. با مطالعه **EPS** سه ماهه می توانیم این فاکتور را بررسی کنیم. در بازار بورس ایران، شرکتها گزارشهای ماهانه و فصلی فعالیت های خود را در سامانه **کدال** به آدرس <https://www.codal.ir/> منتشر می کنند. بهترین و منطقی ترین حالت آن است که سود یک فصل را با سود همان فصل در سال گذشته مقایسه کنیم. مثلا گزارش سه ماهه ی بهار سال ۱۴۰۱ را با سه ماهه ی بهار ۱۴۰۰ مقایسه کنیم. دلیل این مسئله هم این است که شرایط فصلی در سودسازی شرکتها تاثیر می گذارند.

چنانچه سود به میزان مشخصی مثلا ۲۰٪ افزایش پیدا کرده باشد، می توان از روند صعودی شرکت باخبر شد. عدد ۲۰ معیار سنجش روند صعودی نیست. بلکه تنها نشان می دهد که درآمد در مقایسه با سال گذشته رشدی ۲۰ درصدی را تجربه کرده است. همچنین توجه کنید که اگر شرکتی بتواند یک ریال را به دو ریال تبدیل کند، این سود نباید به منزله رشد ۱۰۰ درصدی در نظر گرفته شود.

ممکن است گزارشهای گمراه کننده ای نیز در این میان منتشر شود و گزارشهای فروش یک شرکت بسیار مثبت باشد. یعنی مطابق گزارشها اعلام شود که فروش شرکت در مقایسه با سال گذشته ۴۰ درصد افزایش داشته است. اما ممکن است افزایش قیمت مواد اولیه باعث کاهش سودآوری شده باشد.

رشد قابل توجه سود فصلی اخیر در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته اهمیت دارد. عددی بین ۲۰ تا ۵۰٪ در این مورد مطلوب خواهد بود. دقت کنید که باید به سودهای عملیاتی شرکت توجه کنید.

درآمدهای سالانه (Annual Earning)

برای توضیح این بخش، یک مثال را ارائه می کنیم. فرض کنید شرکتی در پنج سال گذشته، به ترتیب ۱۰۰، ۲۰۰، ۳۰۰، ۱۰۰ و ۲۰۰ ریال سودآوری داشته است. اگر سال آخر را در نظر بگیریم می فهمیم که شرکت در مقایسه با سال قبل رشد ۱۰۰ درصدی داشته است. اما با نگاهی به سالهای قبل می فهمیم که نمی توانیم این رشد ۱۰۰ درصدی را به منزله ی افزایش سودآوری در نظر بگیریم. با رسیدن سود شرکت در سال بعدی به عددی مثل ۵۰۰ ریال می توانیم بفهمیم که روند افزایش سود ادامه دارد.

بررسی میزان سود شرکت در مقایسه با شرکت های رقیب و هم گروه مهم است. در بررسی درآمد عملیاتی، سود خالص است که مهم است. چرا که ممکن است سود شرکت افزایش پیدا کند ولی هزینه ها هم به همان اندازه رشد کنند.



این مفهوم در تحلیل کانسلیم به نتایج بلندمدت فعالیت‌های شرکت مربوط است. همان‌طور که در این مثال، افزایش ۱۰۰ درصدی سود نسبت به سال قبل نمی‌تواند به منزله‌ی روند افزایشی سودسازی شرکت تلقی شود، در سمت مقابل اگر شرکتی ۱۰ سال سودسازی مناسبی داشته است ولی در سال یازدهم نتواند این کار را به خوبی انجام بدهد نمی‌توانیم آن شرکت را یک شرکت بد و با عملکرد ضعیف بدانیم.

استمرار سود حاصل از درآمد شرکت مسئله‌ی مهمی در CANSLIM است. رشد سود سالانه در کنار سود فصلی از جمله مهم‌ترین عواملی هستند که می‌توانند خیال ما را در مورد سودسازی شرکت راحت کنند.

محصول، خدمات یا مدیریت جدید (New Product or Service)

حالا می‌خواهیم ببینیم منظور از مولفه سوم استراتژی معاملاتی کانسلیم یعنی خدمات یا محصولات جدید چیست. این بخش از استراتژی نگاهی به مدیریت و پیشرفت‌های نوین شرکت در ارائه و عرضه‌ی کالاها و خدمات جدید دارد.

شرکت‌ها برای افزایش قیمت سهام‌شان به میزان زیاد، باید نوآوری و خلاقیتی داشته باشند که این امر افزایش قیمت را توجیه می‌کند. استفاده از فناوری‌های نوین در صنعت می‌تواند امری مثبت در رشد شرکت داشته باشد. به گونه‌ای که افزایش سرعت فروش را رقم بزند. اگر این اتفاق نیفتند و به کارگیری فناوری تأثیری در عملکرد شرکت نداشته باشد، عملاً ناکارآمد و بیهوده خواهد بود. شرکت اپل را در نظر بگیرید که هر سال گجت‌ها و امکانات جدیدی را روانه‌ی بازار می‌کند تا همیشه حرفی برای گفتن داشته باشد.

اونیل معتقد است می‌توان سهم را در قیمت بالا خرید و در قیمت بالاتر فروخت. او می‌گوید بهترین زمان خرید سهم وقتی است که قیمت آن پس از یک دوره‌ی ۲ تا ۱۵ ماهه تثبیت شده است. در این زمان است که قیمت به بیشترین میزان خود رسیده است. جالب است که به باور عموم و حتی تحلیل‌گران، سهم را همیشه باید در قیمت پایین بخرید و در قیمت بالا بفروشید. می‌بینید که اونیل این‌طور فکر نمی‌کند.

اگر شرکتی به دنبال ارزش بخشیدن به سهامش باشد، باید محصول یا خدمتی نوین ارائه کند. حتی مدیریت نوین هم می‌تواند در این خصوص کارآمد باشد.



عرضه و تقاضا (Supply and Demand)

مفهوم عرضه و تقاضا که در بازارهای مالی همیشه اهمیت دارد در استراتژی CANSLIM هم جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است. عرضه و تقاضا به آن دلیل مهم است که می‌تواند در تعیین و **کشف قیمت** اثرگذار باشد.

مثلا فرض کنید شرکتی تعداد زیادی برگه سهام منتشر کرده است. این مسئله نشان می‌دهد که برای افزایش قیمت آن، لازم است که تقاضای زیادی در سهم به وجود بیاید. اما اگر یک سهم تعداد کمی برگه را عرضه کند، با یک تقاضای معقول و نه چندان زیاد هم قیمت سهم می‌تواند افزایشی منطقی ولی قابل توجه داشته باشد.

اما حرف روش تحلیل کانسلیم در این شرایط چیست؟ CANSLIM پیشنهاد می‌کند در مواقعی که میان خرید دو سهم مردد هستید، ببینید کدام‌شان سهام کمتری را عرضه کرده‌اند. به جز این **شناوری** **سهام** هم بسیار مهم است. کمتر بودن سهام شناور می‌تواند موجب عرضه و تقاضای بهتری در سهم شود. اگر درصد بالایی از سهام شرکت در اختیار سهام‌داران حقوقی باشد، می‌توانیم به آینده‌ی شرکت امیدوار باشیم.

عرضه و تقاضا یکی از مولفه های استراتژی کانسلیم است که بررسی آن می‌تواند به انتخاب سهام بهتر کمک کند. تعادل در عرضه و تقاضا در شرایطی که شرکت سهام کمتری را عرضه کرده باشد بهتر اتفاق می‌افتد. هم‌چنین شناوری کمتر هم می‌تواند به این مسئله به خوبی کمک کند.

پیشرو یا پیرو (Leader or Laggard)

در این گام از استراتژی معاملاتی و تحلیل به روش کانسلیم باید بررسی کنیم و ببینیم آیا سهامی که مدنظرمان است پیشرو است یا نه. اونیل معتقد است انتخاب سهام پیشرو احتمال سوددهی را افزایش می‌دهد که امری منطقی به نظر می‌رسد. شرکت‌های پیشرو معمولا زودتر از رقبای خود دست به کار می‌شوند و محصولات یا خدماتی جدید را ارائه می‌کنند که برای مشتری جذاب است.

فرض کنید شرکتی در یک عرصه پیشگام می‌شود و سهامش با قیمت خوبی به فروش می‌رود. ناگهان سروکله‌ی یک شرکت رقیب پیدا می‌شود که می‌خواهد همان مسیر را ادامه بدهد و قیمت سهامش هم کمتر است. ممکن است به خاطر ارزان بودن در ابتدا مردم از آن استقبال کنند. اما به لحاظ پیشگامی شرکت دوم حرف خاصی برای گفتن ندارد. حتی ممکن است مشکلاتی که در آن به وجود می‌آید سهام‌داران را متضرر کند. مثال‌هایی از این دست در تاریخ بازار سهام جهان کم نیستند که مهر تاییدی می‌زنند بر ادعای اونیل مبنی بر اهمیت پیشرو بودن شرکت.



یک تعریف دیگر هم برای این مولفه وجود دارد که از منظر تکنیکال قابل بررسی است. استفاده از **اندیکاتورهای تحلیل تکنیکال** مانند **RSI** می‌تواند به شناسایی این شرکت‌ها و سهام پیشرو کمک کند. این **اندیکاتور مومنتوم** می‌تواند بزرگی تغییرات قیمتی را برای شناسایی **اشباع خرید و فروش** اندازه‌گیری کند. سهامی که در ناحیه‌ی اشباع فروش قرار می‌گیرند زیر **ارزش ذاتی** خرید و فروش می‌شوند و احتمال رشدشان بالاست. همچنین سهامی که در ناحیه‌ی اشباع خرید قرار دارند، بیش از اندازه قیمت‌گذاری شده‌اند.

سعی کنید در درجه‌ی اول سهام شرکت‌های پیشرو و پیشگام را انتخاب کنید که احتمال سوددهی بالاتری دارند. یا از منظر دیگر به دنبال سهامی باشید که کم ارزش گذاری شده‌اند.

نهاد پشتیبان یا حامی (Institutional Sponsorship)

تا اینجا دیدیم که نقش تحلیل بنیادی در استراتژی معاملات کانسلیم چقدر پررنگ است. خریداران نهادی نقش موثری در عرضه و تقاضا ایفا می‌کنند. وجود این نهادها مانع از سقوط قیمت سهم می‌شوند. خریداران نهادی در مواقع بحرانی که شرکت نیاز به تقاضای سهم دارد، نقش حمایتی را به خوبی ایفا می‌کنند. حضور ۳ تا ۱۰ مالک نهادی در هر شرکت می‌تواند اثر بسیار چشم‌گیری روی عملکرد آن داشته باشد. البته با توجه به نوع سهم این عدد می‌تواند متغیر باشد. اونیل با اشاره به این عدد، توصیه می‌کند سهامی را انتخاب کنید که پیشینه عملکرد آن بالاتر از بازار است.

از جمله حامیان نهادی یا همان **بازارگردان** ها می‌توانیم به **صندوق‌های سرمایه‌گذاری**، صندوق پس انداز بازنشستگی، شرکت‌های بیمه، مشاوران سرمایه‌گذاری، صندوق **پوشش ریسک**، اداره‌های امانی بانک‌ها، موسسات دولتی و آموزشی اشاره کنیم.

درست است که حامیان نهادی می‌توانند نقش مثبتی را در سهم ایفا کنند. اما این را هم در نظر بگیرید که اگر یک شرکت حامیان نهادی زیادی داشته باشد و به مشکلی برخورد، ممکن است به ناگاه با حجم فروش بالایی مواجه شود که قیمت سهامش را به شکل چشم‌گیری کم خواهد کرد. همچنین ممکن است اختلاف نظر در امور مدیریتی بالا بگیرد که همه‌ی این عوامل به ضرر شرکت هستند.

خرید سهام شرکت‌هایی که چند حامی نهادی دارند و عملکردی بهتر از میانگین بازار دارند از جمله اصول استراتژی CANSLIM است.

جهت بازار (Market Direction)

می‌رسیم به آخرین مورد از مولفه‌های استراتژی کانسلیم که به جهت بازار مربوط است. برای درک بهتر این عامل، فرض کنیم با توجه به شش مرحله‌ی قبلی سهمی مناسب را پیدا کرده‌اید. اما جهت



بازار را درست تشخیص ن داده‌اید. پس ممکن است علی‌رغم تمام بررسی‌های‌تان از افت قیمت سهم ضرر کنید و سرمایه‌تان را از دست بدهید. این مسئله نشان می‌دهد که دلیل اهمیت تشخیص جهت بازار در استراتژی کانسلیم چیست.

ممکن است یک شرکت در سه ماه اول سال درآمدی بسیار بالا داشته باشد ولی در سه ماه دوم سطح درآمدش افزایش چشم‌گیری نکند. در سمت دیگر یک شرکت شاید درآمد سه‌ماهه‌ی کمتری نسبت به شرکت اول داشته باشد ولی در سه ماه دوم رشد قابل توجهی در درآمدش به چشم بخورد. به این ترتیب شرکت دوم عملکرد بهتری داشته است.

در این میان باید به مفهوم **همیستگي** توجه کنید. معمولا بیشتر سهام بازار با هم همبسته هستند. به آن معنا که اگر روند کلی بازار نزولی باشد، احتمال نزولی بودن سایر سهام هم خیلی بالاست. پس در این شرایط حتی اگر بهترین سهام را هم انتخاب کرده باشید، ممکن است ضرر کنید. کانسلیم برای جلوگیری از این مشکل پیشنهاد می‌کند نمودارها و اندیکاتورهای مهمی مثل قیمت و حجم روزانه را بررسی کنید. او معتقد است حرکت در خلاف جهت بازار یک اقدام پرریسک است که بیشتر ضررده است تا سودرسان.

بررسی نمودارهایی مثل قیمت و حجم که به تشخیص جهت کلی بازار کمک می‌کنند می‌توانند در شناسایی سهام پربازده موثر باشند.

چطور از استراتژی کانسلیم در بازار بورس استفاده کنیم؟

بازارهای مالی مختلف با هم تفاوت دارند. پس نمی‌توانیم استراتژی کانسلیم را همان‌طور که در این مقاله به آن پرداختیم پیاده کنیم. مثلا بخش مربوط به سهام پیشرو یا پیرو عملا در بازار بورس ایران چندان کاربردی نیست. ولی در سمت دیگر بررسی سود فصلی و سالیانه در بورس ایران به راحتی انجام می‌شود.

به طور کلی می‌توانیم مفاهیم و مولفه های اصلی استراتژی کانسلیم را مدنظر قرار دهیم و بر اساس این معیارها، در هر بازاری تحلیل خودمان را انجام بدهیم. به این موارد توجه کنید:

- **بررسی سودآوری:** یکی از مولفه های استراتژی کانسلیم بررسی روند سودآوری شرکت است که می‌توانیم از گزارش سه‌ماهه‌ی شرکت‌ها آن را استخراج کنیم.



- **نرخ رشد:** سهام با رشد بالا که در یک سال توانسته‌اند افزایش درآمد داشته باشند و در این مسیر استمرار داشته باشند گزینه‌های خوبی به شمار می‌روند.
- **رشد فروش:** بررسی میزان فروش شرکت در مدت مشابه سال گذشته می‌تواند ما را با حقایق مهمی روبرو کند. به این مسئله دقت کنید که افزایش فروش باید با افزایش درآمد همراه باشد؛ نه اینکه هزینه‌های جانبی سود خالص شرکت را کم کند.
- **محصولات و خدمات شرکت:** تغییر در محصولات اساسی شرکت‌ها عامل مهمی است که می‌تواند سهام را با رشد قیمت مواجه کند. تنوع پایین محصولات یا وابستگی شرکت به یک محصول با ریسک بالایی همراه است.
- **عملکرد سهامداران حقیقی و حقوقی:** بررسی رفتار سهامداران یک شرکت در بازه‌های مختلف زمانی بسیار مهم است. چرا که می‌توانیم بفهمیم مواقعی که قیمت سهم کم شده است آیا سهامداران هم دست به فروش زده‌اند یا از سهم‌شان حمایت کرده‌اند. رفتار سهامدار می‌تواند روی قیمت سهم اثر فراوانی بگذارد.
- **همبستگی سهم با شاخص کل:** با مقایسه رفتار سهم و رفتار **شاخص کل** در یک سال گذشته می‌توانیم به ارتباط میان این دو پی ببریم.

مزایا و معایب استراتژی کانسلیم

کانسلیم یک استراتژی معاملاتی است که در بازارهای صعودی و سریع کاربرد دارد. پس در هر بازاری قابل استفاده نیست. ایده‌ی اصلی این استراتژی این است که پیش از اینکه دارایی‌های نهادی به طور کامل در سهام پربازده و رشدی سرمایه‌گذاری شوند، وارد سهم شویم.

مسئله‌ی مهم این است که سهامی که با استراتژی CANSLIM مطابقت دارند، در شرایطی که جهت بازار تغییر کند و سرمایه‌گذاران نهادی بستر سرمایه‌گذاری‌شان را تغییر بدهند، می‌توانند سریع‌تر از باقی سهام سقوط قیمت را تجربه کنند.

CANSLIM برای افراد باتجربه‌ای که تحمل ریسک بالایی دارند مناسب است. این سهام را نمی‌شود به سادگی خرید و نگهداری کرد. چرا که مقدار زیادی از ارزش آن در ازای رشد آتش قیمت‌گذاری می‌شود. در این مسیر هر کاهش سرعت چه در سهم و چه در کل بازار می‌تواند ورق را برگرداند و موجب افت قیمت سهم شود.

جمع بندی

استراتژی کانسلیم (CANSLIM) استراتژی معاملاتی کارآمدی است که در پیدا کردن سهام سودده کاربرد دارد. این استراتژی را آقای ویلیام اونیل بر مبنای هفت مولفه ابداع کرد. این مولفه‌ها عبارت‌اند از: درآمد سه‌ماهه‌ی جاری، درآمد سالانه، خدمات یا محصولات جدید، عرضه و تقاضا، پیشرو یا پیرو بودن سهام، سرمایه‌گذاران نهادی و جهت بازار. به کمک این مولفه‌ها می‌توان سهام مختلف را بررسی و بهترین‌شان را انتخاب کرد. canslim در حقیقت مانند یک نقشه‌ی راه می‌ماند که می‌تواند افراد را در پیدا کردن مسیر سرمایه‌گذاری‌شان کمک کند.

سوالات متداول با پاسخ های کوتاه

استراتژی معاملاتی کانسلیم چیست؟

کانسلیم استراتژی معاملاتی است که در بازارهای صعودی و سریع کاربرد دارد و به پیدا کردن سهامی با پتانسیل رشد بالا کمک می‌کند.

مولفه های استراتژی کانسلیم کدام‌اند؟

درآمد سه‌ماهه‌ی جاری، درآمد سالانه، خدمات یا محصولات جدید، عرضه و تقاضا، پیشرو یا پیرو بودن سهام، سرمایه‌گذاران نهادی و جهت بازار.

استراتژی canslim چه معایبی دارد؟

این استراتژی بیشتر در بازارهای صعودی و سریع کاربرد دارد و در هر بستری امکان استفاده از آن وجود ندارد. همچنین اگر جهت بازار تغییر کند و سرمایه‌گذاران نهادی بستر سرمایه‌گذاری خود را تغییر دهند، سهامی که با این استراتژی مطابقت دارند ممکن است سریع‌تر از سایر سهام با افت قیمت مواجه شوند.

آیا می‌توان سهام بورس ایران را به روش کانسلیم تحلیل کرد؟

بله. کافی است این موارد را در زمان تحلیل بررسی کنیم: سودآوری، نرخ رشد، روند فروش، محصولات و خدمات شرکت، سهامداران حقیقی و حقوقی و همبستگی سهام با شاخص کل.