

بازار و مومنتوم

چگونه مارکت پروفایل به معامله گران برتری می دهد؟

تالیف:

جیمز دالتون

ترجمه و شرح:

مسعود قربانی

آراد کتاب

سرشناسه	: دالتون، جیمز اف،
عنوان و پدیدآور	: بازار و مومنتوم، چگونه مارکت پروفایل به معامله‌گران برتری می‌دهد؟/تالیف: جیمز دالتون، ترجمه و شرح: مسعود قربانی.
مشخصات نشر	: تهران، آراد کتاب،
مشخصات ظاهری	: ۲۶۸ ص، مصور، نمودار
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۷۲۶-۲
یادداشت	: عنوان اصلی Markets & momentum : how profiling gives traders an advantage
عنوان دیگر	: چگونه مارکت پروفایل به معامله‌گران برتری می‌دهد؟
موضوع	: سرمایه‌گذاری - مدیریت ریسک
شناسه افزوده	: قربانی، مسعود، ۱۳۴۸-، مترجم
رده بندی کنگره	: HG ۶۰۲۴
رده بندی دیویی	: ۳۳۲/۶۴۵۲
شماره کتابخانه ملی	: ۱۰۰۶۸۳۳۷

بازار و مومنتوم

چگونه مارکت پروفایل به معامله‌گران برتری می‌دهد؟

☑ ترجمه و شرح: مسعود قربانی	☑ ناشر: آراد کتاب
☑ نوبت چاپ: اول ۱۴۰۴	☑ تیراژ: ۵۰۰ جلد
☑ لیتوگرافی: آرمان سا	☑ قیمت: ۳۴۵۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۷۲۶-۲	

حق چاپ برای ناشر محفوظ است. کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب با نگرش به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای انتشارات آراد کتاب محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

مرکز پخش و فروش:

انتشارات آراد کتاب تلفن: ۰۶۶۹۷۵۲۸۵ - ۰۶۶۴۸۲۲۲۶ - ۰۹۳۵۳۰۶۲۴۵۸

خرید آنلاین از سایت: www.aradbook.com



مقدمه مترجم

بیش از ۹۰٪ معامله‌گران سوداگرانه (کسانی که برای سود از حرکات بازار معامله می‌کنند) پول خود را از دست می‌دهند. این نرخ شکست بالا به دلیل تصورات غلط است. باورهای نادرستی که معامله‌گران را به استفاده از استراتژی‌های ناکارآمد هدایت می‌کند.

برای غلبه بر این شانس سخت، معامله‌گران باید موانع ذهنی خود، مثل عادات بد، تفکر غیرمنطقی یا تصمیم‌های احساسی را شناسایی کنند.

کتاب رویکردی جدید در معامله‌گری ارائه می‌دهد و به معامله‌گران می‌آموزد چگونه اطلاعات تولیدشده توسط بازار (MGI) داده‌های مستقیم بازار مثل قیمت، زمان و حجم را تفسیر کنند، در حالی که در محیط پرهیاهوی بازار آرام و عینی باقی می‌مانند.

نویسنده تأکید می‌کند که بزرگ‌ترین مانع برای موفقیت در معامله‌گری، رفتار خود معامله‌گر است، از جمله:

عادات بد: مثل بستن زودهنگام معاملات سودآور یا نگه داشتن معاملات ضررده.

میانبرهای غیرمنطقی: تصمیم‌گیری بر اساس فرضیات سریع به جای تفکر دقیق.

توجیهات غیرمنطقی: دفاع از تصمیم‌های بد برای اجتناب از پذیرش اشتباه.

با درک الگوهای فکری و محرک‌های احساسی خود، معامله‌گران می‌توانند از تصمیم‌های عجولانه یا نادرست جلوگیری کنند.

مفاهیم کلیدی کتاب:

کتاب اشتباهات رایجی که منجر به ضرر می‌شوند را بررسی می‌کند، مثل:

مقاومت در برابر روزهای روند: شرط‌بندی علیه روندهای قوی بازار، که اغلب به ضرر منجر

می‌شود.

ترس از جا ماندن (FOMO) انجام معاملات ناگهانی برای از دست ندادن فرصت‌ها. دو برابر کردن در معاملات مشکوک: افزودن پول بیشتر به معاملات ضررده به امید جبران. ناتوانی در اجازه دادن به رشد سود: فروش زود هنگام معاملات سودآور و از دست دادن سودهای بزرگ‌تر.

غرق شدن در اخبار و تحلیل‌ها: حواس‌پرتی با اطلاعات بیش از حد، که قضاوت را مختل می‌کند.

مخاطبان هدف:

معامله‌گران مبتدی که با دیدی تازه شروع می‌کنند و می‌خواهند راه درست معامله‌گری را بیاموزند.

معامله‌گران باتجربه که آماده‌اند مهارت‌های خود را ارتقا دهند، بازده خود را بهبود بخشند و به سطح بالاتری برسند.

کتاب بازار و مومنتوم، نوشته جیمز اف. دالتون و رابرت بی. دالتون، ادامه کتاب نوآورانه آن‌ها، «پروفایل بازار»، است.

کتاب تأکید دارد که معامله‌گری موفق نیاز به تعادل بین درک بازار (دانستن نحوه کار بازارها) و درک خود (مدیریت احساسات و عادات) دارد.

بسیاری از معامله‌گران تازه‌کار دنبال الگوهای ثابت می‌گردند و فکر می‌کنند بازار همیشه یک جور عمل می‌کند. اما بازارها پویا هستند و از فرمول‌های سخت پیروی نمی‌کنند. معامله‌گران ماهر با دیدن ظرافت‌ها تغییرات کوچک در قیمت، حال و هوای بازار، یا نقدینگی متفاوت عمل می‌کنند، چون این‌ها نشان می‌دهد در بازار چه می‌گذرد.

دالتون در ایت کتاب توضیح می‌دهد که تحلیل جریان سفارش، یک تله رایج است که فکر می‌کنند نیت بازار را نشان می‌دهد. اما بیشتر چیزهایی که می‌بینید سطحی و پُر سر و صدا هستند، نه اطلاعات واقعی. جریان سفارش واقعی که نیت را نشان می‌دهد، پنهان است. تکیه به داده‌های در دسترس می‌تواند گمراه‌کننده باشد و اعتماد کاذب بدهد.

بخش‌های ابتدایی کتاب، با عنوان «شالوده» و «اصول بنیادین»، بنیانی استوار برای درک فرایند پیچیده حراج دوطرفه بازار و ابزار قدرتمندی چون پروفایل بازار فراهم می‌کنند. دالتون یکی از بهترین اساتید مارکت پروفایل است که حاصل چند دهه تجربه خود را در این کتاب در اختیار خواننده قرار داده است و مطالب بکر و تازه‌ای در مورد مارکت پروفایل ارائه می‌دهد که به نظرم تاکنون کسی به آن‌ها اشاره نکرده است.

این کتاب برای هر آن کس که آماده است با ذهنی باز و قلبی مصمم به استقبال چالش‌های بازار برود، نوشته شده است. «بازار و مومنتوم» نه تنها شما را در مسیر تسلط بر بازارها همراهی و هدایت می‌کند، بلکه شما را به کشف عمیق‌تر خودتان دعوت می‌کند، کشفی که در نهایت، کلید واقعی پیروزی در این بازی بی‌پایان است. همراه با جیمز دالتون، گام در این سفر بگذارید و ببینید چگونه ظرافت، شهود و خودآگاهی می‌توانند شما را به اوج موفقیت در معامله‌گری و فراتر از آن برسانند.

من به عنوان نویسنده و مترجم تاکنون چندین جلد کتاب در زمینه مارکت پروفایل به همت انتشارات وزین و آینده‌نگر «آراد کتاب» منتشر کرده‌ام اما متأسفانه اکثریت جامعه معامله‌گران ایرانی هنوز به اهمیت و قدرت مارکت پروفایل پی نبرده‌اند. امیدوارم این کتاب بتواند نظر آن‌ها را تغییر دهد و مارکت پروفایل را جدی‌تر دنبال کنند چون تنها ابزاری است که سه بُعد مهم بازار یعنی قیمت و حجم و زمان را با هم و در یک قاب به ما نشان می‌دهد.

مطمئناً هیچ ترجمه‌ای خالی از اشکال نیست و من با منت پذیرای نظرات و پیشنهادات شما هستم. آدرس ایمیل: masoud_ghi@yahoo.com

مسعود قربانی

اردیبهشت ۱۴۰۴

تهران



پیشینه مختصری از جیمز دالتون

در سال ۱۹۷۲، جیم عضو بورس کالای شیکاگو (CBOT) و بورس اختیارات شیکاگو (CBOE) بود، جایی که شخصیتی خیالی به نام «هکتور» نشان دهنده تمایل اولیه او به جمع‌آوری هر شاخص و سیگنال ممکن بازار است. او بعداً معاون اجرایی ارشد CBOE شد، اما در سال ۱۹۷۹ این سمت را ترک کرد و دوباره به معاملات فعال (و عادت‌های «هکتور») بازگشت. در اواخر دهه ۱۹۸۰، هنگام نوشتن اولین کتابش، تسلط ذهن بر بازارها، با همکاری اریک جونز و پسرش راب دالتون، شروع به کنار گذاشتن جمع‌آوری شاخص‌های بیش‌ازحد کرد و دریافت که معاملات موفق به استفاده از اطلاعات درست وابسته است، نه بیشترین اطلاعات. به عنوان مدیر میز معاملات اختیارات نهادی UBS، بسیاری از شاخص‌های غیرضروری را از سیستم‌هایشان حذف کرد و علی‌رغم مقاومت اولیه، میز معاملاتی قدرتمندی ایجاد کرد که بسیاری از معامله‌گران به حرفه‌های برجسته‌ای دست یافتند. فلسفه او با کتاب «هنر یادگیری» جاش ویتزکین، که بر عمق به جای گستردگی تأکید دارد، تقویت شد. این ایده در نقش او به عنوان مدیر تحقیقات صندوق‌های تامینی در UBS Financial Services، جایی که تعامل با صندوق‌های تامینی باور او به تمرکز بر عمق را تثبیت کرد، تأیید شد. در سال ۲۰۱۷، جیم با شرکای خود، جنیفر لو و راگوراجپوت، جیم دالتون تریدینگ را تأسیس کرد و دوره‌ها و برنامه‌های مربی‌گری پیشرفته‌ای ارائه داد که به معامله‌گران آموزش می‌دهد روی اطلاعات تولیدشده توسط بازار (MGI) تمرکز کنند و تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر احتمال و بدون تعصب بگیرند. اشتیاق مادام‌العمر او به درک بازارها از طریق قیمت، زمان و حجم همچنان کار او را هدایت می‌کند.

چگونه این کتاب متفاوت است

بیش از سه دهه پیش، کتاب «تسلط ذهن بر بازارها» را نوشتم تا درک جدیدم از قدرت اطلاعات تولیدشده توسط بازار (MGI) را بررسی و کدگذاری کنم.

وقتی می‌نویسید، در حال انجام ذخیره‌سازی خارجی و کدگذاری هستید. اطلاعات مهم را «ذخیره» می‌کنید و مرور آن‌ها را آسان‌تر می‌کنید، در حالی که هم‌زمان فرایند کدگذاری را بهبود می‌بخشید که ایده‌ها را در حافظه بلندمدت تثبیت می‌کند. به عبارت دیگر، آنچه می‌نویسید شانس بسیار بیشتری برای یادآوری مجدد دارد.

اگر نتوانید درباره آن به وضوح بنویسید، آن را درک نکرده‌اید. (شین پریش).
نوشتن «تسلط ذهن بر بازارها» (Mind over Markets) و کتاب بعدی «پروفایل بازار» (Markets in Profile) به تثبیت و کدگذاری فلسفه معاملاتی‌ام کمک کرد، که حول ابزار بصری پروفایل بازار متمرکز بود.

در سال‌های اولیه مدیریت میز معاملات، وقتی معامله‌ای ناموفق بود، به معامله‌گر یک کاغذ زرد می‌دادم و از او می‌خواستم دلایل خود برای آن معامله را بنویسد. اگر معامله‌گر نمی‌توانست موقعیت را به سرعت و به آسانی و به وضوح توصیف کند، می‌دانستم که معامله را درک نکرده است و آن را به شخص دیگری در میز می‌دادم. در آن زمان، اغلب درباره «خودشناسی» به عنوان یک جزء حیاتی برای موفقیت صحبت می‌کردم، اما باید اعتراف کنم که آن موقع، اصلاً اطلاعات کافی در این زمینه نداشتم. دو کتاب اول من این کاستی را نشان می‌دهند، زیرا تقریباً هیچ چیزی درباره این جزء بسیار مهم از ساختار معامله‌گری موفق نوشته نشده است.

از آن دوران تاکنون، بسیار فکر کرده‌ام، خوانده‌ام و مهم‌تر از همه، تجربه کرده‌ام. بنابراین، در حالی که این کتاب اشتراکات زیادی با «تسلط ذهن بر بازارها» و «پروفایل بازار» دارد، اوج حرفه‌ای است که صرف مطالعه چگونگی تأثیر انسان‌ها بر رفتار بازار، و به همان اندازه مهم، چگونگی تأثیر بازارها (و سروصدای مداوم دنیای مدرن) بر رفتار معامله‌گران شده است. نکته مهم، این است که استراتژی‌هایی را که از آن زمان آموخته‌ام قابل اجرا نیستند و آن‌ها را حذف کرده‌ام. مفاهیمی مانند «تعادل اولیه» و «گسترش محدوده» که زمانی با دقت بررسی کردم، گمراه‌کننده و نسبتاً غیرمفید بوده‌اند. به همین ترتیب، قبلاً انواع گشایش‌های بازار را با جزئیات شرح می‌دادم، که مردم دوست داشتند زیرا به نظر برنامه‌ریزی شده می‌آمدند... اما آن‌ها شاخص‌های معتبری نیستند. این عناصر را حذف کرده‌ام.

من در لاس وگاس در رویداد «معامله‌گران برای یک هدف» سخنرانی می‌کردم و یک معامله‌گر جوان پرسید که بازارها چگونه تغییر کرده‌اند. من پاسخ دادم که حجم معاملات بسیار

زیاد شده است و شرکت های بزرگ و صندوق های تأمینی اکنون اطلاعات سفارش ها را می خرند. این کار به آن ها اجازه می دهد کمی زودتر (در حد چند ثانیه) عمل کنند و با این سرعت کم، میلیارد ها دلار سود ببرند.

مؤسسات مالی همیشه کوشیده اند سفارش های خود را مخفی نگه دارند. بازارهای خصوصی (Dark pools)، که جاهایی برای معامله اوراق بهادار به صورت مخفی هستند، همچنان بزرگ تر شده اند. با بهتر شدن تکنولوژی، تقریباً همه سفارش ها، چه کوچک و چه بزرگ با استفاده از برنامه های کامپیوتری به نام الگوریتم انجام می شوند. این برنامه ها طبق قوانین خاصی به طور خودکار خرید و فروش می کنند و کار را سریع تر و راحت تر از آدم ها انجام می دهند.

تغییر معنادار دیگری در مارس ۲۰۲۰ در پاسخ به پاندمی کووید ۱۹ رخ داد، زمانی که سیاست های مالی و پولی به نقدینگی شدیدی منجر شد. چارلز شواب گزارش داد که حدود ۱۵٪ از بیش از ۳۰ میلیون مشتری اش در سال ۲۰۲۰ وارد شده اند. این مشتریان بی تجربه بازار را تغییر دادند و به افزایش نوسانات کمک کردند. من معتقدم که این نقدینگی سنگین توسط معامله گران با تجربه تر جذب شده است. اما در واقع، اجزای اساسی اصلاً تغییر نکرده اند: زمان، قیمت و حجم همچنان مکانیزم های بنیادین هر معامله ای هستند.

آنچه تغییر نکرده است و این برای من شگفت انگیز است این است که معامله گران هنوز به معاملات مومنتوم وابسته اند که فقط به قیمت نگاه می کند. اما فقط یک چیز نمی تواند همه چیز را درباره بازار به ما بگوید. پروفایل بازار به ما کمک کرد تا اطلاعات بازار (MGI) را بهتر بفهمیم. وقتی اولین بار آن را دیدم، نفهمیدم که با مومنتوم چه ربطی دارد. حالا می دانم که این دو با هم کار می کنند: مومنتوم نشان می دهد چه ممکن است اتفاق بیفتد، و MGI تأیید می کند که چه اتفاقی افتاده است.

اطلاعات بازار (MGI)، مومنتوم را در زمینه ای قابل استفاده قرار می دهد

وقتی کتاب «تسلط ذهن بر بازار» را نوشتم، مارکت پروفایل یا پروفایل بازار، فناوری جدیدی بود. پروفایل بازار ابزاری است که به معامله گران کمک می کند فعالیت های بازار را در زمان واقعی بفهمند. این ابزار داده های قیمت و معاملات را به شکل بصری (مثل نمودار یا منحنی) نشان می دهد تا مشخص شود قیمت ها کجا هستند، چه مقدار معامله انجام می شود و بازار چه

می‌کند. در آن زمان، پروفایل بازار تازه معرفی شده بود و مردم هنوز در حال یادگیری نحوه استفاده مؤثر از آن بودند. با گذشت زمان، این ابزار بهبود یافت و معامله‌گران راه‌های بهتری برای استفاده از آن پیدا کردند.

خیلی مهم است که دو کتاب من یعنی، «تسلط ذهن بر بازار» و «پروفایل بازار» هر دو زمانی نوشته شده بودند که من تجربه آموزش به معامله‌گران درباره استفاده از پروفایل بازار را داشتم. من سه دهه گذشته را صرف راهنمایی و آموزش معامله‌گران کرده‌ام تا بفهمند چگونه شاخص‌هایی مانند مومنتوم را از طریق زمینه منحنی توزیع همیشه در حال تغییر پروفایل درک کنند. این کار یک مسیر دوطرفه بوده است، زیرا ارتباط گسترده من با مشتریان به من آموخته که معامله‌گران با چه چالش‌های خاصی روبه‌رو هستند و بهترین راه‌ها برای آموزش اصول فهم بازار به آن‌ها چیست.

در نوشتن کتاب «بازارها و مومنتوم»، ما هر دو کتاب را پالایش کردیم و چیزهایی که بی‌اهمیت بودند را حذف کردیم. آن را به مهم‌ترین مسائل محدود کردیم و به شناخت خود از موضوع اصلی، عمق بیشتری دادیم، که فقط با تلاش مداوم در طول زمان به دست آمده است. باید این حقیقت را پذیرفت که بزرگ‌ترین مانع موفقیت شما خودتان هستید. اگر ندانید که ناخودآگاه شما اغلب رفتار شما را هدایت می‌کند که در عادت‌های بد، تصمیم‌های غیرمنطقی، و توجیه‌های قوی دیده می‌شود ممکن است بر اساس چیزهایی که نمی‌بینید تصمیم بگیرید.

«تا وقتی ناخودآگاه را خودآگاه نکنید، آن زندگی شما را هدایت می‌کند و شما آن را سرنوشت می‌نامید.»

کارل یونگ



موفقیت این کتاب به هر دوی ما بستگی دارد

این کتاب از اشتیاق من برای به اشتراک گذاشتن دانشی که طی یک عمر مطالعه بازارها و رفتار انسانی گردآوری کرده‌ام، زاده شده است. ما با بخش اول، یعنی «شالوده»، آغاز می‌کنیم که مفاهیم کلیدی و غیرخطی را معرفی می‌کند. این مفاهیم باید پیش از شروع معامله‌گری، عمیقاً درک شوند. این بخش را بخوانید، یادداشت برداری کنید و فرایند مادام‌العمر کشف رویکرد منحصر به فرد خود در پردازش اطلاعات را آغاز کنید. تنها با درک چگونگی تأثیر احساسات، ذهن ناخودآگاه و یادگیری لایه لایه بر تصمیم‌گیری‌های لحظه‌ای می‌توانید امیدوار باشید که به یک معامله‌گر موفق تبدیل شوید.

بخش دوم، یعنی «اصول بنیادین»، درک ضروری از فرایند حراج دوطرفه و پیوسته بازار که در آن خریداران و فروشندگان به طور مداوم با هم تعامل دارند را به شما ارائه می‌دهد و همچنین نظریه پشت «پروفایل بازار» را معرفی می‌کند. پروفایل بازار روشی شهودی برای سازماندهی و نمایش فعالیت‌های بازار است.

بسیاری از اعضای جامعه معامله‌گری معتقدند که من یک «معامله‌گر پروفایل بازار» هستم. این درست نیست. من معامله‌گری هستم که بر اساس قضاوت شخصی کار می‌کنم نه قوانین ثابت و از پروفایل به عنوان ابزاری کارآمد برای سازماندهی داده‌های بازار استفاده می‌کنم. در تمام فعالیت‌های تجربی، هرچه داده‌ها بهتر سازماندهی شوند، احتمال کسب بینش‌های ارزشمند بیشتر می‌شود.

پس از نیم قرن همکاری با معامله‌گران و مشتریان، مشاهدات بسیاری را ثبت کرده‌ام. مهم‌ترین آن‌ها این است: معامله‌گر شدن بیش از حد آسان است، با چند هزار دلار می‌توانید

حسابی در یک کارگزاری باز کنید و به سرعت معامله گر شوید. اما طبق اکثر برآوردها، شانس موفقیت یک معامله گر معمولی بسیار اندک است.

چرا اینقدر افراد ضرر می کنند؟ از نظر آماری، این حجم از شکست غیرممکن به نظر می رسد. اگر بازار تصادفی باشد که اغلب اوقات، شتاب بازار واقعاً تصادفی است، چرا ۹۰٪ مشتریان به طور مداوم در یک شرط بندی ۵۰:۵۰ بازنده اند؟ پاسخ به همان اندازه که ساده است، پیچیده نیز هست. این بازار نیست که آن ها را شکست می دهد؛ آن ها خودشان خود را شکست می دهند تا همواره بازنده بمانند.

هنگام تمرکز بر معامله گر شدن، بدانید که این کار تفاوتی با جراح، موسیقی دان یا ورزشکار حرفه ای شدن ندارد. نقد یک بازی بیسبال از روی سکوها یک چیز است، و روبه رو شدن با تویی که با سرعت صد مایل در ساعت به سمت شما می آید، چیز دیگری.

چالش دشوار برای معامله گران کوتاه مدت این است که وقتی بخشی از یک گروه می شوید، تمایل دارید شبیه آن ها شوید. به یاد داشته باشید، تمام شواهد غیررسمی نشان می دهند که کمتر از ۱۰٪ از این گروه سودآور هستند. محیط اطراف ما بر ما تأثیر می گذارد. ما به صورت ناخودآگاه به آنچه در نزدیکی مان است تبدیل می شویم. وقتی رفتار اطرافیان خود را می پذیرید، این تغییرات اغلب آن قدر ظریف اند که تا زمانی که دیر شود، متوجه آن ها نمی شوید (شین پریش، تفکر شفاف).