

شرکت هلدینگ چیست و چه تفاوتی با شرکت سرمایه گذاری دارد؟

معنی کلمه هلدینگ (Holding) ، دارایی، موجودی و مابملک است .

شرکت های هلدینگ چه شرکت هایی هستند؟ هلدینگ ها در چند شرکت که در یک زمینه مشترک فعال هستند سرمایه گذاری می کنند. بطور کلی هر شرکتی که سهام مدیریتی یک یا چند شرکت دیگر را در اختیار داشته باشد هلدینگ است. به عنوان مثال شرکت سیمان فارس و خوزستان هلدینگ صنعت سیمان است.

«بطور ساده می توان گفت شرکت هلدینگ شرکتی است که یک یا چند شرکت دیگر را کنترل می کند»

ویژگی های شرکت هلدینگ

شرکت های مادر، به دو دسته کلی از نظر مشخصات کلی تقسیم میشوند:

نوع اول از شرکت های مادر، شرکت های سهامی هستند که علاوه بر عملیات بازرگانی، بخشی از سرمایه خود را صرف خرید سهام در شرکت های دیگر مینمایند و به آنها شرکت کنترل کننده می گویند.

نوع دوم از شرکت های مادر، شرکت های سهامی هستند که تمام سرمایه خود را صرف خرید سهام در شرکت های دیگر می نمایند و فعالیت بازرگانی ندارند و به آنها شرکت دارنده می گویند.

مزایا و معایب تاسیس شرکت هلدینگ

بهره مندی از معافیت های مالیاتی، محفوظ ماندن شخصیت حقوقی شرکتهای تابعه، کاهش ریسک به علت وجود شخصیت حقوقی جداگانه شرکتهای تابعه، امکان رعایت قوانین مختلف در کشورهای دیگر به علت وجود شخصیت حقوقی مستقل شرکتهای تابعه، حذف عملیات پر هزینه انتقال عنوان مالکیت املاک، اگر برخی از عملیات سود کافی نداشته باشند، فقط کافی است شرکت فرعی مربوطه، منحل شود. که به طور خلاصه می توانیم مهمترین مزایای ایجاد شرکت مادر را به مواردی چون کاهش ریسک، کنترل با مالکیت محدود و تفکیک حقوقی مورد عنایت قرار دهیم و از معایب تاسیس و تشکیل این نوع شرکتهای می توان به افزایش مالیات به طور نسبی اشاره نمود و نیز سهولت انحلال اجباری شرکتهای تابعه.

انواع شرکت های هلدینگ

در مجموع چهار نوع شرکت هلدینگ وجود دارد.

۱- هلدینگ هایی که از یک شرکت بزرگ ایجاد شده اند مانند هلدینگ ایران خودرو

۲- هلدینگ های محصولی یعنی همه شرکتهای آن یک نوع محصول تولید میکنند

۳- هلدینگ های زنجیره تامین یعنی همه شرکتهای آن در راستای نیل به یک هدف مشترک فعالیت های گوناگون دارند مانند هلدینگ های نفتی از عملیات اکتشاف تا پخش

۴- هلدینگ مختلط یعنی از شرکت هایی با فعالیت های مختلف ایجاد شده است

توجه داشته باشید، در شرکتهای مادر دو نوع استراتژی پیگیری میشود، نخست اینکه سهام چه شرکتهایی را جهت کنترل بخرند و دیگر اینکه، از چه نوع روش مدیریتی برای اداره و کنترل شرکت تابعه استفاده نمایند.

انواع روش‌های مدیریتی برای اداره و کنترل شرکت تابعه

روش اول - مدل برنامه ریزی استراتژیک (در این روش، شرکت مادر، نقش طراح اصلی برنامه‌ها را داشته و مسئولیتهای شرکتهای تابعه را مشخص میکند. در این روش مدیران می‌بایست دارای اطلاعات کاملی از شرکتهای تابعه باشند زیرا که کمبود دانش، سبب ایجاد خطرات اقتصادی میگردد.)

روش دوم - مدل کنترل مالی (این روش افراطی‌ترین نوع تفویض اختیار است. شرکت مادر، فقط در نقش یک سهامدار است و کنترل مالی شرکت مادر، به مواردی چون تخصیص سرمایه، تعیین اهداف اقتصادی، ارزیابی کارایی، مداخله برای اصلاح بازار مالی محدود میشود. و شرکتهای تابعه با آزادی کامل به رقابت با یکدیگر می‌پردازند.)

روش سوم - مدل کنترل استراتژیک (این روش بر پایه فرآیند توافق بر برنامه‌های اصلی طراحی شده توسط شرکت مادر استوار است. شرکت مادر با تسهیل ارتباطات و ایجاد اشتراک مساعی میان شرکتهای تابعه، به ایجاد ارزش افزوده می‌پردازد.)

حاصل مقایسه عملی و کاربردی این سه روش این است که، کنترل استراتژیک متداول‌ترین سبک است. در این مدل شرکتهای تابعه برنامه‌های خود را براساس استراتژیهای شرکت مادر تنظیم میکنند و شرکت مادر آنها را مورد بازبینی و کنترل قرار میدهد. مطابق این مدل، امور محوله براساس دو وظیفه کلی تنظیم میشوند:

اولا توسعه و رشد شرکت مادر و امور سرمایه‌گذاری و ثانيا اداره شرکتهای تابعه و تحت پوشش

راه‌های کنترل شرکت مادر بر شرکتهای تابعه

- کنترل با مالکیت محدود
- کنترل از طریق تعیین هیات مدیره شرکت های تابعه
- کنترل از طریق تعیین بودجه شرکتهای تابعه
- صورت‌های مالی تلفیقی

سهام مدیریتی

سهام مدیریتی تعاریف متفاوتی دارد اما معمولا بین ۱۶ درصد تا ۵۰ درصد و غالبا بیش از ۳۳ درصد را سهام مدیریتی میدانند. اکثر شرکتهای سرمایه‌گذاری که در ایران تاسیس شده‌اند مانند شرکت سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی، صنعت و معدن، نفت و گاز پارسیان، غدیر، معادن و فلزات و ... در بخشی از سرمایه‌گذاری‌های خود به عنوان هلدینگ عمل می‌کنند.

برخی شرکتهای دیگر مانند سیمان فارس هم هلدینگ‌هایی هستند که شرکتهای دیگری را اداره می‌کنند. بعضی شرکت‌ها هم نظیر بوعلی‌نه به قصد اعمال مدیریت که به قصد سود بردن از روند رشد سهام، سهام شرکت‌ها را خرید و فروش می‌کنند و بنابراین فاقد فعالیت هلدینگ است.

هلدینگ بودن هم خوب و هم بد است. هلدینگ‌ها از طریق کنترل شرکتهای خود می‌توانند به هم افزایی و سود بیشتر برسند اما در عوض هزینه‌سربار آنها به مراتب بیشتر است چون مدیریت شرکتهای تابعه چندان هم ارزان نیست.

بعضی از شرکت های سرمایه گذاری عادت دارند که بیش از ۵۰ درصد سهام شرکت هایی را که معمولاً از نظر صنعت مشابه یا مرتبط هستند خریداری کنند مثل سفارس که یک هلدینگ سیمانی است.

خرید سهام شرکت های هلدینگ معمولاً به دلیل سبکی که دارند کم ریسک تر از خرید غیر هلدینگ است ولی ممکن است بازده شان هم به همین دلیل کمتر باشد.

مشهورترین هلدینگ های پذیرفته شده در بورس ایران

هلدینگ توسعه صنایع بهشهر
هلدینگ سرمایه گذاری توکا فولاد
هلدینگ سرمایه گذاری غدیر
هلدینگ گروه صنعتی ملی
هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)

ساختار سازمانی در شرکت های هلدینگ

ساختار سازمانی، چهارچوب روابط حاکم بر مشاغل، سیستم ها، فرایندهای عملیاتی، افراد و گروه هایی است که برای نیل به یک هدف مشخص در سازمان تلاش می کنند.

در شرکت های هلدینگ، با توجه به ارتباط بین افراد در خود هلدینگ و شرکت های زیرمجموعه آن، آرایش ساختار سازمانی و نقش و ارتباط بین افراد می تواند در چابکی سیستم ها تأثیر بسزایی داشته باشد. در این روش مجموعه استراتژی هایی طراحی می شود که بر اساس آن، کارها و فعالیت ها را به وظایف مشخصی تقسیم کرده و هماهنگی میان آن ها را فراهم می کنیم. باید توجه کرد که ساختار، صرفاً یک سازوکار هماهنگی نیست، بلکه توزیع قدرت در سازمان را نشان می دهد و فرایندهای سازمانی را تحت تأثیر قرار می دهد. ساختار سازمانی به الگوهای روابط درونی سازمان، اختیار و ارتباطات دلالت دارد و روابط گزارش دهی، کانال های ارتباط رسمی، تعیین مسئولیت و تفویض اختیار تصمیم گیری را روشن می سازد. اگر سازمان را به زنجیر تشبیه کنیم و هر بخش سازمان را حلقه ای از این زنجیر تصور کنیم، بدیهی است کوچکترین نقص در طراحی ساختار و روشن کردن وظایف هر بخش یا شخص، می تواند در استحکام این زنجیر خلل ایجاد کند و پیوستگی تمامی بخش ها را تحت تأثیر قرار دهد.

توجه به این نکته ضروری است که در این روش، عملیات و فعالیت های داخل سازمان آرایش می یابد و خطوط مسئولیت و اختیارات هر شخص به شکل مشخص تعیین می شود. بنابراین فرهنگ ساختار سازمانی باید پیش از اجرای آن در سازمان، ایجاد شود تا همگان به تأثیر این موضوع اعتقاد کامل پیدا کنند. ساختار به مدیران نشان می دهد که مسئول سرپرستی چه کسانی هستند و به کارکنان، مدیران را می شناساند تا از آن ها آموزش و دستور بگیرند.

همچنین موارد هماهنگی بین فعالیت های آن ها و بیان ارتباطات درون سازمانی از نظر گزارش دهی و گزارش گیری را به شکل درست و دقیق مشخص می کند. از ویژگی های یک هلدینگ چابک، توان تسریع و تسهیل در تصمیم گیری، واکنش مناسب به محیط و حل تعارضات بین واحدهاست. با توجه به اینکه در یک ساختار سازمانی با آرایش درست، جریان اطلاعات با سرعت زیادی اتفاق می افتد، اصل چابکی سیستم خودبه خود در مجموعه ایجاد می شود.

برای رسیدن به این هدف باید به موضوعات مهمی پرداخته شود که از جمله آن ها می توان به نکات زیر اشاره کرد:

- محتوای کاری و بازدهی هر پست تا چه اندازه باید استاندارد شود.
- روش ها و اندازه بازدهی هر پست یا واحد باید چه میزان و به چه شکل باشد.

• برای ایجاد هماهنگی و ارتباط میان پست‌ها و واحدهای مختلف چه مکانیزم‌هایی باید طراحی شود تا سرعت هماهنگی بین این بخش‌ها زیاده‌تر نباشد.

• در طراحی بخش‌ها و مشاغل واحدها، باید دقت شود تا هر شغل با توجه به تخصصی بودنش، در بخش مناسب قرار بگیرد. همچنین پست‌های سازمانی در آن بخش باید تعریف شود.

• مهارت‌ها و دانش‌های مورد نیاز در هر بخش و هر پست سازمان که افراد باید بر اساس آن استخدام شوند، بررسی شود.

• مکانیسم طراحی گروه‌بندی هر پست در واحدها و واحدهای کوچک در واحدهای بزرگ‌تر مشخص شود.

• باید میزان بزرگی هر واحد با توجه به فعالیت و درجه اهمیت آن طراحی شود.

• موضوع مهمی که نباید از نظرها پنهان بماند، تعداد افرادی است که باید به یک مدیر گزارش دهند و زیر نظر او کار کنند. البته استانداردهای زیادی در دنیا با توجه به نوع مشاغل و مسئولیت‌ها تعریف شده است که می‌توان از آن‌ها نیز بهره برد.

• باید میزان تفویض اختیارات و قدرت تصمیم‌گیری در هر واحد و مدیران آن تعیین شود. نکته قابل تأمل در این بخش، این است که طراحی تفویض اختیارات باید به‌گونه‌ای صورت بگیرد تا در پایین‌ترین سطح سازمان نیز به شکل درست و کارآمد اجرا شود.

• باید بخشی از توان تصمیم‌گیری مدیران صف به متخصصان ستادی و عملیاتی آن بخش انتقال یابد که در این تصمیم‌گیری، باید خود مدیران ارشد میزان انتقال تصمیم‌گیری در شرایط مختلف را به شکل کاملاً واضح به افراد زیرمجموعه منتقل کنند.

با توجه به اجرای نکات ذکر شده، ساختار سازمانی به شکل نمودار سازمانی که برای تمام سطوح سازمانی قابل فهم باشد، طراحی و اجرا می‌شود.

پس از گذر از این بخش باید با مطالعه بر روش‌های مختلف ساختار سازمانی نزدیک‌ترین روش به سیستم هدینگ خود را انتخاب کنیم. حتی گاهی ممکن است در هر شرکت زیرمجموعه هدینگ، به فرآخور نوع محصول، مسئولیت‌ها و خروجی شرکت‌ها، مدل‌های متفاوتی از ساختار سازمانی را طراحی کنیم. البته در چنین مواردی باید دقت کرد که در قسمت خروجی هر شرکت و ارتباط شرکت‌ها با شرکت مادر، نظم مشخصی وجود داشته باشد. برای مثال، طراحی ساختار سازمانی بر حسب گروه‌بندی فعالیت و بخش‌های سازمانی، از متداول‌ترین روش‌هایی است که در سازمان‌ها استفاده می‌شود. حتی در برخی شرایط با توجه به نوع فعالیت مجموعه، تنها روش چیدمان سازمان این روش است.

در این شرایط باید مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را در یک گروه قرار داد و سپس گروه‌ها را با یکدیگر هماهنگ کرد. به این ترتیب سازمان از طریق تشکیل دایره‌ها یا گروه‌های ویژه، بخش‌های مختلف خود را به گروه‌های مختلف تا حدی تخصصی، تقسیم می‌کند.

یکی از راه‌های منطقی این است که کارها را بر حسب وظیفه به گروه‌های مهندسی، مالی، تولید، کنترل پروژه، خرید، کارگزینی و مانند این‌ها، تقسیم‌بندی کرد. طبق تجربه تشکیل دوایر بر حسب نوع وظیفه در بسیاری از سازمان‌ها کارساز واقع می‌شود. از آنجا که در این روش بخش‌ها از انعطاف خوبی برخوردارند، با توجه به تغییر اهداف سازمان، وظایف گروه‌ها نیز تغییرپذیر است.

همچنین در روش دسته‌بندی کردن بر مبنای تخصص، می‌توان با گماردن افرادی که دارای مهارت‌های مشابه هستند - در واحدهای مشابه - به‌گونه‌های مختلف صرفه‌جویی‌های اقتصادی کرد و بر میزان کارایی آن‌ها در مجموعه نیز افزود.

در صورتی که طراحی سازمان، پروژه‌محور، محصول‌محور، مشتری‌محور یا حتی بر مبنای گستردگی جغرافیایی برنامه‌ریزی شده باشد، به طور کلی طراحی ساختار سازمانی در هر یک از آن‌ها تغییر می‌کند. در هدینگ‌های تخصصی با وجود اینکه تمامی شرکت‌های زیرمجموعه در یک صنف یا موضوع تخصصی مشخص فعالیت می‌کنند، اما به دلیل اینکه موضوع عملکرد هر شرکت زیرمجموعه می‌تواند از تنوع زیادی برخوردار باشد، قطعاً نمی‌توان در همه شرکت‌ها از یک آرایش سیستم ساختار سازمانی استفاده کرد. بنابراین بهترین حالت این است که در خود هدینگ روش جمع‌آوری اطلاعات افراد و سازمان‌دهی آن‌ها مبتنی بر گروه‌بندی‌های

تخصصی، فنی و توانایی‌های شخصی طراحی شود تا در زمان نیاز بتواند شرکت‌های زیرمجموعه خود را یاری کند.

در برخی از سازمان‌ها با توجه به حساسیت نوع فعالیت آن‌ها، چه به لحاظ فنی و چه از نظر مدیریتی، باید نظارت و تقسیم وظایف تمام مراحل کار زیر نظر مقام مسئول و معاونی انجام شود که در آن موضوع تخصص کافی دارند و مسئولیت همه کارهایی را که در آن بخش انجام می‌شود، بپذیرند. از مزیت‌های اصلی این شیوه گروه‌بندی افزایش میزان مسئولیت در خصوص عملکردهاست، زیرا تمام روند فعالیت‌های مربوط به یک پروژه یا محصول خاص زیر نظر و هدایت یک مدیر قرار می‌گیرد.

اگر کارهای یک سازمان به صورت ارائه خدمات باشد و نه تولید محصول یا ساخت پروژه، باید گروه‌های مستقلی تشکیل شده و برای هر یک وظایف و خط‌مشی‌هایی مشخص و ارائه شود و همه افراد زیر نظر یک مسئول یا مدیر واحد اداره شوند.

همچنین برخی سازمان‌ها با توجه به گستردگی فعالیت خود، بخش‌های خود را بر مبنای منطقه جغرافیایی گروه‌بندی می‌کنند. برای مثال، برخی از سازمان‌های بزرگ پروژه‌محور یا فروش، دایره فعالیت‌های خود را در مناطق مختلف تقسیم‌بندی می‌کنند؛ برای مثال منطقه غرب، جنوب، شمال و شرق کشور و مدیرهای مستقلی را برای هر بخش مستقر می‌کنند.

برخی مجموعه‌ها ناگزیرند گروه‌ها و زیرمجموعه‌های خود را بر اساس فرایند تولید تقسیم‌بندی کنند؛ مثلاً در یک پروژه، هر یک از بخش‌های ساخت، تأسیسات، HSE، نظارت و... را به گروهی تقسیم کرده و سازمان آن بخش را راه‌اندازی می‌کنند. به‌گونه‌ای که از زمان ورود کالا به یک پروژه، کنترل کیفیت کالای رسیده، انبارداری، اجرا، نظارت بر نحوه اجرا، کنترل‌های مضاعف کیفیت ساخت، ایمنی در پروژه، مدیریت زمان و هر آنچه به اجرای پروژه بستگی دارد، در حوزه مشخصی تعریف می‌شود که البته با توجه به حجم کارها، این حوزه‌ها می‌توانند اشتراکاتی نیز با هم داشته باشند. افراد و مدیران هر گروه تمامی مسئولیت‌های آن بخش را می‌پذیرند و اجرا می‌کنند.

شیوه دیگری نیز برای گروه‌بندی وجود دارد که سازمان بر حسب نوع مشتری گروه‌بندی می‌شود؛ برای مثال فعالیت‌های فروش در یک شرکت به‌صورت متمرکز مستقر می‌شود و باز در این شرکت دایره‌هایی تعریف می‌شود که عبارت‌اند از: سازمان خرده‌فروشی، سازمان جذب سرمایه‌گذاران کلان، سازمان دریافت تسهیلات بانکی، سازمان فروش به بخش‌ها و ادارات دولتی، سازمان جذب برندهای بین‌المللی و سازمان‌هایی نظیر این. در صورتی که شرکت حقوقی مستقلی در زیرمجموعه هلدینگ وجود داشته باشد، بر اساس نوع سرویس‌هایی که به شرکت‌های دیگر هلدینگ یا مشتریان خود می‌دهد، دایره‌های کاری خود را طراحی می‌کند.

مقصود این است که مشخص شود هر واحد یا بخش، مسائل خاص خود را مدیریت و اجرا می‌کند و کارکنان هر بخش در کارهای ویژه‌ای تخصص دارند. به این ترتیب افراد داخل سیستم و مراجعه‌کنندگان به هلدینگ و شرکت‌های زیرمجموعه آن، با توجه به نوع مسئله یا مشکلی که دارند، به راحتی متوجه می‌شوند به کدام واحد مربوط مراجعه کنند.

شایان ذکر است که می‌توان بخش‌هایی مانند خدمات پس از فروش، بهره‌برداری، صدای مشتری، بخش حقوقی و از این قبیل بخش‌ها ایجاد کرد که در خود هلدینگ مستقر شوند و به تمامی شرکت‌های زیرمجموعه سرویس دهند.

اما از طرف دیگر شرکت‌های سرمایه‌گذاری هستند که برخی افراد آنها را با هولدینگ اشتباه می‌گیرند.

شرکت‌های سرمایه‌گذاری چه شرکت‌هایی هستند؟

شرکت‌های سرمایه‌گذاری واسطه‌گر مالی می‌باشند و منابع مالی موردنیاز خود را از سهامدار یا سپرده‌گذار (بانک‌ها) تهیه می‌کنند.

این شرکت‌ها منابع مالی موردنیاز برای شرکت‌های تولیدی و صنعتی را فراهم می‌کنند و به اصطلاح در آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند. ولی شرکت‌های غیرسرمایه‌گذاری مستقیماً به فعالیت تولیدی و صنعتی و خدماتی می‌پردازند.

ارزش پرتفوی بورسی یک شرکت سرمایه‌گذاری چیست؟

عبارتست از ارزش روز و بازاری سهام شرکت‌های بورسی تحت تملک یک شرکت سرمایه‌گذاری. برای محاسبه ارزش پرتفوی بورسی یک شرکت تعداد سهام تحت تملک در قیمت بازار سهم ضرب می‌شود. در صورتیکه ارزش پرتفوی بورسی بیشتر از ارزش روز بازار سهام موردنظر باشد نشان‌دهنده قابلیت رشد قیمت سهام شرکت سرمایه‌گذاری طی روزهای آتی خواهد بود.

ارزش پرتفوی غیربورسی یک شرکت سرمایه‌گذاری چیست؟

یک شرکت سرمایه‌گذاری ممکن است در زمینه‌ای غیر از سهام شرکت‌های بورسی فعالیت کند. در این حالت ارزش آن فعالیت‌ها و یا سهام آن شرکت‌هایی که خارج از بورس می‌باشند را پرتفوی غیربورسی می‌نامند.

رویکرد محافظه‌کارانه در ارزش‌گذاری فعالیت‌های غیربورسی استفاده از بهای تمام شده سرمایه‌گذاری می‌باشد. اما با توجه به وجود تورم بالا در ایران، پس از گذشت چند سال بهای تمام شده از ارزش واقعی سرمایه‌گذاری فاصله زیادی می‌گیرد.

رویکرد دیگر استفاده از نسبت p/e می‌باشد. یعنی برای محاسبه ارزش یک سرمایه‌گذاری غیربورسی، سود آن را در نسبت p/e شرکت‌های مشابه که در بورس فعالیت می‌کنند ضرب کرد تا ارزش یک سرمایه‌گذاری غیر بورسی بدست آید. در نهایت مجموع ارزش سرمایه‌گذاری‌های غیربورسی از جمع ارزش هر یک از سرمایه‌گذاری‌ها بدست می‌آید.

شرکت‌های سرمایه‌گذاری معمولاً پرتفوی بورسی و غیربورسی خود را به صورت دوره‌ای از طریق ارائه اطلاعیه به بورس اعلام می‌کنند.

<https://t.me/amoozeshbourseiran>