

THƯỜNG THỨC KINH THƯƠNG

MỘT SỐ THUẬT NGỮ VỀ THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

Kể từ số báo này Tập san PTKT xin giới thiệu cùng bạn đọc: *Những thuật ngữ chuyên môn thường dùng trong thị trường chứng khoán* (Lexique des termes employés dans le commerce des valeurs mobilières) dựa theo tài liệu giảng dạy (9/1990) của Học viện Chứng khoán Canada.

Học viện này là một tổ chức giáo dục có qui mô toàn quốc gia. Nó được đỡ đầu bởi hiệp hội của những người môi giới (courtiers) chứng khoán Canada tại các thị trường chứng khoán Montréal, Toronto, Alberta và Vancouver. Việc biên dịch tài liệu trên đây do Ban Đầu tư của Trung tâm CESAIS thực hiện. Vì thuật ngữ VN trong lĩnh vực thị trường chứng khoán còn chưa được chuẩn mực hoá nên Ban biên dịch chắc chắn còn để ít nhiều thiếu sót, rất mong nhận được ý kiến đóng góp của độc giả.

1. ACHETER PAR ÉCHELONS DE BAISSE (AVERAGING DOWN)

Đây là phương pháp dựa vào việc mua đôi ra các chứng khoán của cùng một lần phát hành với giá thấp hơn giá của các chứng khoán đã được mua ở nơi đầu tiên. Điều này cho phép giảm bớt giá trung bình trên mỗi cổ phiếu (action).

2. ACHETEUR DISPENSÉ (EXEMPT PURCHASER): Người mua được miễn trừ.

Người mua có đăng ký kinh doanh tại thị trường chứng khoán theo định chế thị không phải chịu trách nhiệm trước thị trường chứng khoán những lời quảng cáo có liên quan đến việc mua bán chứng khoán.

3. ACTIF (ASSETS): Tài sản có.

Tất cả những gì thuộc sở hữu của công ty và những gì mà người khác phải trả cho công ty; một phần của Bảng Tổng kết tài sản của công ty.

4. ACTIF À COURT TERME (Current assets): Tài sản lưu động.

Những tài sản hiện có dễ dàng chuyển đổi hay được sử dụng để tạo ra lợi nhuận trong một thời vụ thường là một năm. Dưới dạng tiền mặt, tài khoản của khách hàng, hàng hoá dự trữ...

5. ACTIF INCORPOREL (Intangible assets): Tài sản vô hình.

Tài sản không tồn tại dưới hình thức vật chất và giá trị thực tế của chúng khó xác định.

Thí dụ: Quyền tác giả, khách hàng, các văn bằng...

6. ACTIF NET (Net asset value): Vốn thực có.

Toàn bộ vốn công ty trừ đi các khoản nợ.

7. ACTIONS À CARACTÈRE CYCLIQUE (CYCLICAL STOCK): Cổ phiếu có tính chất chu kỳ.

Các cổ phiếu của một khu vực đặc biệt nhạy bén với những dao động kinh tế.

8. ACTIONS COTÉES EN BOURSE (LISTED STOCK):

Những cổ phiếu được định giá trên sở giao dịch chứng khoán.

9. ACTIONS COTÉES HORS BOURSE (Unlisted stock):

Những cổ phiếu không được định giá tại sở giao dịch chứng khoán nhưng được định giá ngoài sở giao dịch chứng khoán.

10. ACTIONS DE CLASSE "A" ET DE CLASSE "B" (Class "A" and "B" stock): Những cổ phiếu hạng "A" và hạng "B".

Những cổ phiếu hạng A tương tự các cổ phiếu ưu đãi tham dự và được xếp loại trên các cổ phiếu hạng B tùy theo sự phân phối cổ tức hay tùy theo sự phân chia vốn trong trường hợp thanh toán, nhưng những cổ phiếu này không có quyền bỏ phiếu bầu cử; những cổ phiếu hạng B theo thông lệ thì có quyền bỏ phiếu nhưng không có bất kỳ một ưu đãi nào tương tự các cổ tức hay vốn.

11. ACTION DE PREMIER PRIVILÈGE (PRIOR PREFERRED SHARE): Cổ phiếu ưu đãi đặc biệt.

Cổ phiếu này được xếp trên tất cả những cổ phiếu ưu đãi khác của cùng một công ty.

12. ACTION DE TRÉSORERIE (Treasury Share): Cổ phiếu kho bạc.

Cổ phiếu của một công ty được công nhận nhưng không được phát hành, hay được phát hành nhưng đã được công ty mua lại.

13. ACTIONS D'INNOVATION (CONCEPT STOCK): Cổ phiếu "Innovation".

Đó là những cổ phiếu của một công ty đã tạo ra trên thị trường một sản phẩm hay một dịch vụ mới (tuy nhiên chưa thấy rõ). Công ty này không có một tiền lệ nào có liên quan đến lợi nhuận rất khó phân tích chính xác điều này. Những cổ phiếu của các công ty thuộc loại này rất hay được đầu cơ.

14. ACTIONS ENTIÉRIÈRES (ESCREWED SHARES): Cổ phiếu giao ước.

Những cổ phiếu này lưu hành trong một công ty không thể được mua bán vì chúng đã được ủy thác cho một tam nhân, thường là một tổ chức nhận ủy thác tài sản. Do đó, thông thường thì những cổ phiếu này được cam kết trong một thời gian. Trong khoảng thời gian này công ty thực hiện một cuộc tài trợ mới (cấp vốn) bằng cách bán những cổ phiếu kho bạc. Đây cũng là phương pháp được sử dụng khi tài trợ cho những xí nghiệp khoáng sản. Nhóm tổ chức khai khoáng và đầu tư thường cầu viện đến phương pháp này khi họ phát hành cổ phiếu kho bạc, cho tài sản mới. Những cổ phiếu này chỉ được phát hành với sự cho phép của những người có thẩm quyền thường là Sở Giao dịch chứng khoán hay Ủy ban Chứng khoán và Giao dịch (SEC: Stock and Exchange Commission).

15. ACTIONS NON TRANSFÉRABLES PAR ENDOSSEMENT ET LIVRAISON (BOOD STOCK):

Những cổ phiếu không được chuyển đổi bằng cách bồi thục.

Những cổ phiếu được các ngân hàng, các công ty bảo hiểm... phát hành Người sở hữu không nhận được một giấy chứng nhận in sẵn mà tên của người này được ghi trong sổ cổ đông của công ty và người ta đưa cho họ một giấy chứng nhận. Nếu anh ta bán một hay nhiều cổ phiếu của anh ta, thì anh ta phải báo trước cho công ty, nói chung là phải qua trung gian của người môi giới. Không một bán chắc nào có thể được thực hiện mà không được thông báo trước cho công ty. Số lượng những cổ phiếu này trong lưu thông giảm đi.

người xem. Chìa khoá thành công của đoạn quảng cáo này là làm sao cho người xem hãy được nổi một nhọc (biểu hiện bằng ảnh ảnh mờ hơi nhể nhại, hơi thờ đờn lập...) trên đường chạy và hình ảnh tươi sáng sau khi uống biểu hiện bằng nét mặt hoan khoái, hơi thở nhẹ nhàng. Sự khác biệt càng lớn gấp 2 lần, thì sự thành công càng lớn.

Hãy xem quảng cáo một loại nước hầm, người ta thường thấy một bàn ăn uầy quần đây các loại món và một chai nước chấm. Giọng người thuyết minh cứ a rả về những ưu điểm của loại nước này, nhưng người quảng cáo không làm cho người xem "nểm" được loại nước chấm đó, oi có đúng như đã nói không! Nếu đúng như vậy người ta mới mua!

Điều cuối cùng nhà thực hiện quảng cáo cũng cần chú ý là phải tránh làm lung người trong quảng cáo. Cần xác định họ được sự xuất hiện của đối tượng nào đó có đem lại kết quả hay không; phải trả lời được câu hỏi đó. Bởi lẽ không phải ai cũng người xuất hiện trong quảng cáo tivi, báo chí, tập san...) là tốt. Có những ăn phẩm người ta chỉ cần phở diễn một ở phần trên thân thể con người. Như xem quảng cáo một loại tất mỏng cao đến đùi, người xem hoàn toàn không thấy mặt mũi ở gãi đó, chỉ thấy đôi chân thon thả, yển chuyển qua thước phim ngắn. Hay quảng cáo một loại giày trong catalogue, người xem chỉ thấy đôi chân mang đôi giày, đưa lên cao; xung quanh là vô số hình đôi khác. Hay áp-phích được giải nhất năm 88 ở Pháp (áp-phích quảng cáo), đó là hình ảnh một bà vú da đen to lớn đầy đặn, đang cho đứa bé da trắng bú, vai hoàng một loại vải của hãng Benetton. Ảnh được chụp từ cổ xuống thắt lưng. Nhờ áp-phích đó mà doanh số thu của hãng enetton tăng lên đột ngột, và cũng bị liệt hại đáng kể: cửa kính của hãng này bị bọn phân biệt chủng tộc ném nát không thương tiếc, vì lý do: Người da trắng không để bú đồng sữa của người da đen. Đó là lẽ của bọn phân biệt chủng tộc.

Trong khi đó, quảng cáo ở ta thì ngược lại. Đôi khi chẳng ăn nhập gì cũng lấy ảnh người xuất hiện; quảng cáo sản phẩm mà người xem lại thấy cả ban giám đốc đang ngồi họp, không biết để làm gì?

Các chủ cơ sở sản xuất thường cố ý sử dụng hình ảnh mình, vợ con, họ hàng mình n tivi. Nếu như những khuôn mặt ấy hẳn nào gây thiện cảm ở người xem thì còn được, còn đáng này... Hay quảng cáo một loại gạch bông, đáng ra phải được lấy một ngôi nhà sạch sẽ, gọn gàng với nền gạch bông hài hoà, và trẻ em nô đùa, n lộn trên gạch bông mát rượi, đáng này thì thấy hình chụp nhân viên đang thanh toán thủ tục, tiền bạc!

L.M.T.

(Còn tiếp)

Ban Đầu tư CESAIS