PETERLYNCH - Sai Một Giai Đoạn, M□t C□ Kho□n Đ□u Tư

Hi□u Đúng Vòng Đời Doanh Nghiệp.

B□ qua ph□n rào đ□u rườm rà, chúng ta vào việc luôn nhé.

Hôm nay, trong bài hướng d□n nhanh gọn này, tôi sẽ m□ x□ một trong những vũ khí c□t lõi nh□t từ huy□n thoại chứng khoán Peter Lynch, đó là cách nhìn th□u vòng đời c□a một doanh nghiệp.

Bi□t được đi□u này, các bạn sẽ n□m chính xác khi nào nên giữ chặt c□ phi□u, khi nào ph□i ch□t lời ngay lập tức.

Tập trung cao độ nhé, vì những phút tới đây hoàn toàn có th□ cứu tài kho□n c□a các bạn kh□i những cú sập không đáng có.

Công Ty T□t Chưa Ch□c C□ Phi□u T□t.

Đã bao giờ mọi người vò đ□u bứt tai tự h□i, □a, tại sao mình đang ôm c□ phi□u c□a một công ty cực kỳ t□t, báo cáo lãi □m □m, tên tu□i l□y lừng, mà giá thì cứ đứng im, thậm chí là c□m đ□u lao d□c chưa.

Ch□c ch□n r□i đúng không, đây là n□i đau mà ph□i đ□n 90% nhà đ□u tư mới đ□u dính ph□i.

Sự thật m□t lòng là th□ này, một công ty t□t không có nghĩa nó là một kho□n đ□u tư t□t □ mọi thời đi□m.

Chu Kỳ Kinh Doanh Mới Quan Trọng.

C□t lõi v□n đ□ nằm □ việc nó đang đứng □ đâu trong chu kỳ kinh doanh cơ.

Đ□ gi□i quy□t bài toán này, Peter Lynch đã chia vòng đời doanh nghiệp ra làm 3 giai đoạn sinh t□, mà b□t kỳ ai ném ti□n vào thị trường cũng b□t buộc ph□i thuộc lòng.

Một là kh□i nghiệp, hai là m□ rộng và ba là bão hòa.

Nhớ kỹ 3 m□c này nhé.

Kh□i Nghiệp Là Giai Đoạn R□i Ro.

Đ□u tiên, chúng ta có giai đoạn kh□i nghiệp.

Bật ngay đèn cảnh báo đỏ ở đây, đây là thời kỳ rủi ro cao nhất.

Doanh nghiệp lúc này giống như một con thuyền nhỏ đang vật lộn với sóng gió ngoài khơi vậy.

Chẳng có bất kỳ điều gì đảm bảo chắc chắn cho sự thành công của nó trong tương lai cả.

Mở Rộng Là Mỏ Vàng.

Vượt qua được giông bão, công ty bước sang giai đoạn hai, đó là mở rộng.

Phải nói luôn, đây chính là mỏ vàng an toàn nhất và là lúc lợi nhuận đạt cực đại.

Lúc này, công ty đã tìm ra công thức chuẩn chỉnh rồi, và việc của họ chỉ là sao chép, nhân bản nó ra các thị trường mới để gom tiền về.

Tóm được một doanh nghiệp ở đúng điểm rơi này thì cứ xác định là thắng lớn.

Bão Hòa Là Vùng Nguy Hiểm.

Phần một, chúng ta sẽ học cách nhận diện ngưỡng bão hòa, hay còn gọi là vùng nguy hiểm.

Bữa tiệc nào rồi cũng đến lúc tàn thôi.

Khi việc tiếp tục mở rộng bắt đầu hụt hơi, đó chính là lúc doanh nghiệp bước vào vùng nguy hiểm.

Peter Lynch có đưa ra một ví dụ cực kỳ kinh điển về công ty Sensormatic.

Cổ phiếu của hãng này đã rơi thẳng đứng, trượt một mạch từ 42 đô la xuống còn vỏn vẹn đúng 5 đô la chỉ trong vòng một năm.

Lý do ư, quá đơn giản.

Khi họ đã bán hệ thống chống trộm cho gần như tất cả các khách hàng có thể mua, họ không còn dư địa để mở rộng nữa.

Động cơ tăng trưởng đứt phanh.

Bão hòa chính là sát thủ thầm lặng giết chết tài khoản của chúng ta đấy.

Hết Dư Địa Để Mở Rộng.

Mọi người nhìn thử vào trường hợp của hãng bán lẻ The Limited này xem.

Họ đã cắm cờ ở 670 trên tổng số 700 khu mua sắm chính.

Tức là sao, tức là dư địa để mở thêm cửa hàng vật lý gần như bằng không rồi.

Nếu không thể tăng trưởng bằng cách mở mới, công ty bị dồn vào chân tường, bắt buộc phải tìm cách vắt thêm tiền từ tập khách hàng cũ hoặc phải đi thâu tóm các công ty khác.

Đổi Mới Để Tiếp Tục Sống.

Chuyển sang phần hai, chúng ta cùng xem xét các chiến lược phục hồi khi mà đổi mới là con đường duy nhất để tồn tại.

Và chiếc phao cứu sinh đắc lực nhất.

Cỗ Máy In Tiền Hoàn Hảo.

Một minh chứng quá tuyệt vời khác là ngành truyền hình cáp.

Quá trình tăng trưởng của họ được thiết kế xếp chồng lên nhau thành từng lớp vô cùng thông minh.

Lớp thứ nhất, họ ăn trọn tập khách hàng nông thôn, lớp thứ hai, họ tung ra các dịch vụ trả tiền cao cấp như HBO hay Disney.

Lớp thứ ba, tiến quân vào thành thị, và lớp thứ tư, hất bạc từ quảng cáo.

Đó là công thức chuẩn để tạo ra một cỗ máy in tiền không có điểm dừng.

Không Được Mua Rồi Quên.

Cuối cùng, phần ba, một bài học xương máu, bài học từ đổi thủ và cách chớp cơ hội từ sai lầm của người khác.

Và đây là câu thần chú mà mọi người phải in đậm, ghim chặt vào đầu này.

Peter Lynch dặn dò thế này.

Phải kiểm tra lại tình hình kinh doanh vài tháng một lần.

Đừng bao giờ có tư duy mua xong rồi vứt xó đấy.

Phải liên tục bám sát các báo cáo, các thông tin thực tế để so xem cái kịch bản màu hồng mà ban lãnh đạo vẽ ra lúc đầu, bây giờ nó còn đi

đúng quỹ đạo hay không.

Ki□m Tra Lại Luận Đi□m Đ□u Tư.

Đ□ khép lại bài hướng d□n này, tôi mu□n các bạn làm ngay việc sau.

Hãy nghiêm túc tự h□i xem, cái kịch b□n, cái lý do khi□n bạn xu□ng ti□n ngày trước, hiện tại nó còn đúng hay không.

Doanh nghiệp đó đang □ giai đoạn kh□i nghiệp đ□t ti□n, đang ph□t lên m□ rộng th□n t□c hay đã kịch tr□n bão hòa r□i.

Tr□ lời được câu h□i này, các bạn đã b□ xa 90% tay mơ trên thị trường.

Lợi Nhuận Sẽ Tự Tìm Đ□n.

Từ việc bám sát vòng đời doanh nghiệp, lợi nhuận r□i sẽ tự tìm đ□n.

PETERLYNCH – Hãy Nhớ Kỹ M□i Loại C□ Phi□u Đ□u Có Một T□ Huyệt

Đ□u Tư Bằng C□m Xúc

Tài kho□n b□c hơi, g□ng l□ đ□n m□t ng□ m□i ngày.

Phớt Lờ Con S□ S□ng Còn

Lý do thực ra cực kỳ đơn gi□n, anh em đang đ□u tư bằng c□m xúc và phớt lờ những con s□ s□ng còn.

B□ qua m□y lời dạo đ□u rườm rà đi, chúng ta vào việc luôn nhé.

B□n Phân Tích Kinh Đi□n

Hôm nay, mình sẽ bóc tách th□ng vào b□n phân tích siêu kinh đi□n từ lớp học qu□n trị danh mục c□a huy□n thoại Peter Lynch.

Muốn Sống Sót Trên Thị Trường

Ai muốn sống sót và thực sự kiếm được tiền trên cái thị trường khốc liệt này thì tập trung cao độ vào vài phút tới đây.

Danh Mục Sụp Đổ Vì Hời Hợt

Anh em có bao giờ tự hỏi tại sao những danh mục tưởng chừng như toàn siêu cổ, hoành tráng lắm, nhưng chỉ cần thị trường rung lắc nhẹ là chảy máu, bốc hơi tài sản không?

Điểm cốt lõi nằm ở sự hời hợt đấy.

Hưng Phấn Che Mờ Rủi Ro

Khi sự hưng phấn của đám đông che mờ đi những rủi ro thực sự, việc anh em phớt lờ các chỉ số cơ bản sẽ phá hủy ngay cả những danh mục vĩ đại nhất.

Đừng để thêm mồ hôi nước mắt biến mất chỉ vì cái tội lười kiểm tra số liệu.

Bộn Tiêu Chí Không Thể Bỏ

Rồi, đi vào phần 1, bộ lọc cổ phiếu chung.

Đây là những tiêu chí bắt buộc phải qua bài kiểm tra.

Lọc Rác Ngay Từ Đầu

Nhớ kỹ này, trước khi đào sâu xem công ty bán cái gì, mô hình kinh doanh ra sao, có 4 tiêu chí không thể thương lượng.

Dân chuyên nghiệp dùng nó để lọc rác ngay từ vòng gửi xe.

Đừng Nhìn P E Một Mình

Thứ nhất, P/E.

Đừng nhìn nó một mình, hãy ốp nó vào trung bình ngành để biết mình đang mua được đồ rẻ hay bị hét giá trên trời.

Sở Hữu Tổ Chức Càng Thấp

Thứ hai, tỷ lệ sở hữu của các tổ chức lớn, quỹ lớn càng thấp càng tốt.

Theo Dõi Người Nội Bộ

Thứ ba, người nội bộ, ban lãnh đạo đang gom hàng hay công ty mua cổ

phi□u quỹ, đó là tín hiệu cực kỳ ngon.

Soi Kỹ Sức Mạnh Tài Chính

Và cu□i cùng, sức mạnh tài chính, hay nôm na là soi t□ lệ nợ trên tài s□n.

Ti□n Mặt Là Phao Cứu Sinh

Nói sâu hơn v□ sức mạnh tài chính một chút, trạng thái ti□n mặt ròng, nó không ph□i là một con s□ khô khan nằm ngoan ngoãn trên báo cáo k□ toán đâu.

Nó chính là cái phao cứu sinh, là mức giá sàn tuyệt đ□i cho b□t kỳ tài s□n nào khi thị trường sập h□m.

Ti□n Mặt Quy□t Định S□ng Còn

Hi□u đơn gi□n là, khi dòng ti□n cạn kiệt, ông nào ôm một đ□ng ti□n mặt trong két thì ông đó s□ng, còn m□y k□ ngập ngụa trong nợ n□n thì lập tức bị đào th□i.

M□i Nhóm Một T□ Huyệt

Ok, chuy□n sang ph□n 2, 6 nhóm c□ phi□u.

Đây là tiêu chu□n đ□ anh em bi□t mình đang c□m cái gì.

Sai L□m C□a Dân F0

Sai l□m trí mạng c□a dân F0 là gom t□t c□ c□ phi□u vào một r□ và đánh đ□ng chúng.

Đừng Đánh Đ□ng C□ Phi□u

Kim ch□ nam □ đây là, m□i nhóm nó có một cái t□ huyệt riêng biệt.

C□m c□ phi□u tăng tr□ng chậm, chăm chăm nhìn vào c□ tức cho tôi.

Nhóm vững mạnh, soi kỹ P/E và sức chịu đựng c□a nó qua các đợt suy thoái.

Nhóm chu kỳ, cung c□u và hàng t□n kho là vua.

Nhóm tăng tr□ng nhanh, ph□i duy trì được mức tăng 20-25%.

Nhóm đột bi□n, b□ qua h□t, ch□ quan tâm nợ và ti□n mặt.

Tài S□n Ng□m Ph□i Định Giá

Cuối cùng là nhóm tài sản ngắm, phải đánh giá được chính xác cái giá trị tài sản thực sự mà bọn nó đang giấu.

Nắm chắc cái ma trận này, anh em sẽ không bao giờ mắc cái lỗi ngớ ngẩn là đòi một con cổ phiếu phòng thủ ngày nào cũng phải tăng trần.

Nếu đúng mật độ này thì phần còn lại sẽ có khoảng 25–30 ý chính cho toàn bài, đúng kiểu mày đang làm content.

🔥 TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một nỗi đau tài khoản cực lớn

↓

Tạo cảm giác:

“đa số nhà đầu tư đang thua lỗ vì chính cách họ đầu tư”

↓

Đập thẳng vào một nguyên nhân đơn giản nhưng khó chấp nhận

Đầu tư bằng cảm xúc

→ bỏ qua số liệu

→ bỏ qua doanh nghiệp

→ bỏ qua quản trị rủi ro

↓

Liên tục nhấn mạnh tính sinh tồn

“sống sót trên thị trường”

“giữ được tiền”

“tránh bốc hơi tài sản”

↓

Mượn uy tín của một huyền thoại đầu tư

Peter Lynch

↓

Biến một sai lầm cá nhân thành nguyên nhân của mọi thua lỗ

Hưng ph□n đám đông

→ b□ qua ch□ s□ cơ b□n

→ định giá sai

→ mua sai c□ phi□u

→ danh mục d□ sụp đ□

↓

Không đi phân tích từng doanh nghiệp

Mà xây hệ th□ng tư duy lọc c□ phi□u trước

↓

PH□N 1

BỘ LỌC C□ PHI□U CHUNG

↓

Đưa ra checklist đơn gi□n

4 tiêu chí

↓

Tạo c□m giác:

“dân chuyên nghiệp dùng đ□ loại rác từ đ□u”

↓

Các tiêu chí được trình bày theo dạng công cụ thực chi□n

– P/E so với ngành

– S□ hữu t□ chức

– Giao dịch nội bộ

– Sức mạnh tài chính

↓

Không gi□i thích học thuật

Mà bi□n từng ch□ s□ thành tín hiệu đ□u tư

↓

P/E

→ bi□t đang mua r□ hay đ□t

↓

Người nội bộ mua

→ tín hiệu tích cực

↓

Nợ th□p

→ doanh nghiệp kh□e

↓

Ti□n mặt lớn

→ kh□ năng s□ng sót cao

↓

Bi□n khái niệm tài chính thành hình □nh sinh t□n

Ti□n mặt

→ phao cứu sinh

↓

Kh□ng ho□ng

→ dòng ti□n cạn

↓

Doanh nghiệp nhi□u ti□n

→ s□ng

↓

Doanh nghiệp ngập nợ

→ bị đào th□i

↓

Không nói báo cáo tài chính

Mà k□ cuộc chi□n s□ng còn

↓

PH□N 2

6 NHÓM C□ PHI□U C□A PETER LYNCH

↓

Tạo c□m giác:

“đa s□ nhà đ□u tư đang đánh đ□ng mọi c□ phi□u”

↓

Đưa framework phân loại

↓

M□i nhóm

→ một luật chơi

↓

M□i nhóm

→ một t□ huyệt riêng

↓

Tăng trư□ng chậm

→ nhìn c□ tức

↓

Vững mạnh

→ nhìn P/E

↓

Chu kỳ

→ nhìn t□n kho

↓

Tăng trưng nhanh

→ nhìn tc độ m rộng

↓

Đột bin

→ nhìn nợ và tin mặt

↓

Tài sn ngm

→ nhìn giá trị tài sn thực

↓

Toàn bộ phn này xoay quanh một ý

Sai nhóm

→ sai phương pháp định giá

↓

Sai phương pháp định giá

→ sai quyt định đu tư

↓

Liên tục tạo sự đi lập

↓

Tăng trưng nhanh

→ m rộng

→ nhân bn mô hình

→ duy trì tăng trưng

↓

Đột bin

→ không cn m rộng

→ ch cn sng sót

→ x□ lý nợ

↓

Hai nhóm c□ phi□u

↓

Hai luật chơi hoàn toàn khác nhau

↓

Tạo c□m giác:

“n□u không hi□u b□n ch□t nhóm c□ phi□u thì ch□c ch□n đánh giá sai”

↓

PH□N 3

K□ LUẬT NHÀ Đ□U TƯ

↓

Chuy□n từ phân tích c□ phi□u

Sang phân tích con người

↓

Đánh th□ng vào hành vi ph□ bi□n nh□t

Mua đu□i

↓

N□n xanh

→ hưng ph□n

↓

Hưng ph□n

→ mua giá cao

↓

Mua giá cao

→ thua l□

↓

Bi□n phân tích kỹ thuật c□m tính thành hình □nh cờ bạc

↓

Đ□u tư bằng màu n□n

→ đánh bạc

↓

Đ□u tư bằng luận đi□m

→ đ□u tư

↓

Liên tục đ□ cao lợi th□ nhà đ□u tư cá nhân

↓

Không có thông tin nội bộ

↓

Không có đội ngũ phân tích

↓

Nhưng có tr□i nghiệm thực t□

↓

Quan sát cuộc s□ng

→ phát hiện xu hướng

↓

Phát hiện xu hướng

→ trước ph□ Wall

↓

Đây là một trong những DNA r□t Peter Lynch

↓

Mua thứ mình hi□u

↓

Quan sát thứ mình dùng

↓

Đi□u tra trước khi đ□u tư

↓

K□T C□U C□M XÚC TOÀN BÀI

Thua l□

↓

Nguyên nhân không nằm □ thị trường

↓

Nguyên nhân nằm □ cách đ□u tư

↓

Mu□n đ□u tư t□t

→ ph□i lọc c□ phi□u

↓

Mu□n lọc c□ phi□u

→ ph□i hi□u từng nhóm doanh nghiệp

↓

Mu□n hi□u doanh nghiệp

→ ph□i đi□u tra thực t□

↓

Mu□n t□n tại dài hạn

→ ph□i có k□ luật

↓

Nguyên t□c t□i thượng

ĐI□U TRA TRƯỚC KHI Đ□U TƯ

↓

Không bán c□ phi□u cụ th□

↓

Không bán tín hiệu mua bán

↓

Không bán dự đoán thị trường

↓

Mà bán:

– tư duy phân loại c□ phi□u

– tư duy đi□u tra doanh nghiệp

– tư duy qu□n trị r□i ro

– tư duy đ□u tư c□a Peter Lynch

– k□ luật giữ ti□n

↓

□ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO

Content Peter Lynch

Content Warren Buffett

Phân tích c□ phi□u

Giáo dục đ□u tư cho F0

Qu□n trị danh mục

Định giá doanh nghiệp

Tư duy đ□u tư dài hạn

□ NÓ HIỆU QU□ VÌ

– Không dạy lý thuy□t khô khan

– Không đọc báo cáo tài chính

– Không dùng thuật ngữ quá nặng

— Nhưng khi□n người xem c□m th□y:

“mình vừa nhìn thị trường bằng con m□t c□a nhà đ□u tư chuyên nghiệp”

□ C□T LÕI KI□U VI□T NÀY

Không k□ c□ phi□u

↓

K□ cách suy nghĩ v□ c□ phi□u

↓

Không k□ doanh nghiệp

↓

K□ cách đánh giá doanh nghiệp

↓

Không k□ lợi nhuận

↓

K□ cách tránh m□t ti□n

□ DNA C□A PHONG CÁCH NÀY

C□m xúc

→ quy□t định sai

→ mua sai c□ phi□u

→ thua l□

↓

Đi□u tra doanh nghiệp

→ hi□u b□n ch□t

→ định giá đúng

→ đ□u tư đúng

↓

Tức là:

không nhìn giá c□ phi□u trước,

mà nhìn ch□t lượng doanh nghiệp trước.

□ ĐI□M MẠNH NH□T

Người xem không c□m giác:

“đây là video dạy chứng khoán.”

Mà c□m giác:

“đây là người đang ch□ ra lý do vì sao đa s□ nhà đ□u tư m□t ti□n.”

□ MU□N NÂNG C□P HƠN NỮA THÌ

– Gi□m lặp ý Peter Lynch

– Tăng thêm ví dụ doanh nghiệp thực t□

– Thêm case study th□ng thua

– Thêm các con s□ định lượng cụ th□

(P/E, ROE, nợ vay, t□n kho, tăng trư□ng)

– Tăng thêm các tình hu□ng đời thực c□a nhà đ□u tư

↓

Khi đó content sẽ:

– thực chi□n hơn

– s□c hơn

– d□ tin hơn

– và r□t gi□ng các documentary đ□u tư c□a Mỹ hiện đại.

PETERLYNCH – C□nh Báo 6 Loại

C□ Phi□u Rác N□u F0 Không Mu□n M□t Ti□n

M□ Đ□u

Tài kho□n chứng khoán b□c hơi liên tục, đừng vội đ□ l□i cho thị trường, cùng bóc tr□n ngay 6 loại c□ phi□u rác mà chúng ta ph□i tránh xa hoàn toàn n□u không mu□n cháy tài kho□n.

→ Không dài dòng nữa, đi th□ng vào v□n đ□ đ□ b□o vệ túi ti□n ngay lập tức nhé.

Nguyên Nhân Thua L□

Th□ tại sao ti□n lại b□c hơi nhanh đ□n vậy, sự thật là, không ph□i do kém thông minh đâu, mà ph□n lớn là do nhà đ□u tư non tay, liên tục sập b□y tâm lý.

→ Cứ m□i mê đu□i theo những □o □nh trên b□ng điện, thay vì nhìn vào giá trị thật c□a doanh nghiệp, nào giờ cùng lật t□y cái b□y s□ 1.

C□ Phi□u Siêu Nóng

Đi th□ng vào cạm b□y đ□u tiên, đó chính là những c□ phi□u siêu nóng, nằm trong những ngành nóng nh□t, cái loại mà từ quán trà đá v□a hè đ□n các hội nhóm phím hàng trên mạng, đâu đâu cũng th□y người ta b□u víu vào và tung hô □y.

→ Vòng đời c□a m□y mã này d□ đoán l□m, nó luôn b□t đ□u bằng tin đ□n th□i và c□m giác sợ lỡ m□t cơ hội, hay còn gọi là FOMO tột độ.

Giá cứ th□ dựng đứng vô lý, mọi người thi nhau đu đ□nh.

→ R□i sau đó, đ□i th□ cạnh tranh nh□y vào xâu xé, biên lợi nhuận b□c hơi sạch, và k□t cục t□t y□u, sập h□m.

Nhớ lại m□y mã trà đá hay c□ phi□u hệ sinh thái từng làm ch□n động thị trường chứng khoán Việt Nam đi, tăng bằng l□n nhờ bánh vẽ, r□i rơi tự do, tr□ng bên mua.

→ Đ□ ti□n vào đây thì đúng nghĩa là đánh bạc chứ đ□u tư gì.

Lời Nguy□n K□ N□i Ngôi

Chuy□n sang cạm b□y s□ 2, nghe r□t quen tai, lời nguy□n mang tên k□

nội ngôi.

→ Đây thực sự là một sự cám dỗ chết người khi ai cũng chăm chăm muốn tìm ra một siêu cổ phiếu tiềm năng tiếp theo, nhưng thực tế phũ phàng lắm.

Điểm thú vị ở đây là, mấy doanh nghiệp cứ mở miệng ra là tự phong mình là Vinamilk thứ 2 hay FPT tiếp theo.

→ Thì gần như chẳng bao giờ vươn tới được đỉnh cao của bản gốc cả.

Tự dưng phải bám víu vào hào quang của người khác để đánh bóng tên tuổi, rõ ràng là dấu đầu lòi đuôi sự yếu kém rồi.

→ Tệ hơn nữa nhé, khi thị trường bỗng dưng xuất hiện một đồng kẻ ăn theo, thì đó thường là tín hiệu báo thời kỳ hoàng kim của cả ngành đó sắp tàn đến nơi rồi.

Đa Dạng Hóa Tồi Tệ

Tiếp tục nhé, hạ tầng thứ 3, đa dạng hóa sai lầm.

→ Đây đúng chuẩn là căn bệnh nan y của nhiều công ty.

Tiền thì nhiều, nhưng ban lãnh đạo lại quá cạn tầm nhìn.

→ Huyền thoại Peter Lynch có một từ rất hay cho cái này, gọi là diworseification, hiểu nôm na là đa dạng hóa tồi tệ.

Thay vì dồn sức vào thế mạnh cốt lõi, ban lãnh đạo lại đem cả núi tiền đi thâu tóm mấy mảng kinh doanh xa lạ hoắc với cái giá trên trời.

→ Nói thẳng ra, đây chẳng khác gì hành vi rút tiền từ túi cả đông rồi ném thẳng qua cửa sổ cả.

Nói thẳng ra, sự khác biệt giữa việc phân bổ vốn thông minh và ngớ ngẩn, nó nằm ngay ở đây nè.

→ Vốn thông minh là dùng tiền dôi dư để mua lại cổ phiếu quỹ hoặc tăng cổ tức chia cho mọi người.

Còn đa dạng hóa tồi tệ thì sao, cầm đầu đi mua lại những công ty chẳng liên quan gì.

→ Giống hệt cái vụ hãng dầu khí Mobil Oil tự dưng lại đi mua công ty bao bì đấy. Nghe đã thấy cạn rồi đúng không, đốt tiền vào những mảng mù tịt chính là con đường ngắn nhất để hủy hoại cả một thập kỷ tích lũy của doanh nghiệp.

□o □nh C□ Phi□u R□ Tai

Sang đ□n đi□m mù thứ 4, cái này thao túng tâm lý cực kỳ mạnh luôn.

□o □nh c□a c□ phi□u r□ tai.

→ Những câu chuyện th□m kín đ□u được vẽ ra h□p d□n đ□n mức khi□n người nghe □o tư□ng rằng mình là người duy nh□t trên đời n□m được bí mật này.

Ch□c chúng ta không lạ gì m□y mã được đ□n th□i bằng những kịch b□n vi□n tư□ng đúng không.

→ □ thị trường Việt Nam thì đ□y r□y những lời r□ tai ki□u như: mã này s□p có game lớn l□m, đội lái đang gom hàng, hay s□p trúng th□u dự án t□ đô, quỹ đ□t vàng chu□n bị bung r□i.

Một gi□c mơ vĩ đại được vẽ ra, nhưng nhìn vào báo cáo tài chính thì sao.

→ Lợi nhuận bằng không tròn trĩnh, ch□ s□ P/E thì vô cực luôn vì làm gì có đ□ng lãi nào.

Đi□m m□u ch□t □ đây là, tuyệt đ□i đừng rót v□n ch□ vì một lời hứa, hãy kiên nh□n chờ đ□n khi doanh nghiệp chứng minh được bằng dòng ti□n thật.

R□i Ro Khách Hàng Duy Nh□t

R□i, chuy□n qua vùng nguy hi□m thứ 5, một qu□ bom n□ chậm thực sự, r□i ro chu□i cung ứng.

→ Hay nói chính xác hơn là, phụ thuộc vào một khách hàng duy nh□t.

Nhìn vào bi□u đ□ này mà xem, gi□ s□ 35% đ□n 50% doanh thu c□a một công ty mà phụ thuộc hoàn toàn vào một tay khách hàng lớn.

→ Thì họ đang đi trên dây mà không có lưới b□o vệ luôn.

Dữ liệu thực t□ cho th□y, ch□ c□n đ□i tác duy nh□t đó h□t hơi s□ mũi, h□y hợp đ□ng hoặc ép giá thôi.

→ Thì nhà cung c□p lập tức đứng bên bờ vực phá s□n.

Đừng bao giờ giao phó ti□n m□ hôi nước m□t c□a mình cho một doanh nghiệp không th□ tự quy□t định sinh mệnh c□a chính nó.

B□y Tên Gọi

Và cu□i cùng, cạm b□y thứ 6, có lẽ là cái b□y tinh vi nh□t mà ít ai đ□ ý, b□y tên gọi.

→ Đừng đùa, tâm lý đám đông cực kỳ d□ bị thao túng b□i m□y từ ngữ hào nhoáng đ□y.

Dòng ti□n, đặc biệt là c□a các t□ chức lớn, thường xuyên bị mờ m□t trước những cái tên nghe thật kêu.

→ Nào là tiên ti□n, công nghệ cao, hay có cái đuôi chữ X bí □n, nghe là th□y □o giác v□ sự đột phá r□i.

Ngược lại, những cái tên khá là đơn điệu, những công ty nghe t□ nhạt, chán phèo lại thường bị ph□ Wall gh□ lạnh.

→ Nhưng bí mật là đây, chính sự gh□ lạnh đó lại m□ ra cơ hội vàng đ□ gom được những doanh nghiệp hoạt động cực kỳ hiệu qu□ với mức giá hời, ngay trước khi đám đông ngoài kia kịp bừng t□nh.

Tri□t Lý Peter Lynch

Tóm lại, hãy kh□c c□t ghi tâm tri□t lý cực kỳ kinh đi□n này c□a Peter Lynch.

→ Thà mua một công ty t□t ngay từ đ□u với mức giá cao, còn hơn là đi nhặt nhạnh một công ty được coi là ti□p theo □ một mức giá hời.

N□n t□ng lợi nhuận vững ch□c và sự minh bạch ph□i luôn là ưu tiên s□ một.

→ Ch□m dứt ngay cái việc ném ti□n vào những vụ đ□u cơ mộng mơ đi nhé.

Kêu Gọi Hành Động

Ngay lúc này đây, hãy m□ ngay danh mục đ□u tư ra và soi lại thật kỹ.

— Liệu có qu□ bom n□ chậm nào đang nằm vùng trong đó không.

— Một c□ phi□u đang bị th□i giá nóng b□ng tay.

— Một công ty đem ti□n đi đ□t vào những m□ng kinh doanh t□i tệ.

— Hay một cái mã nghe r□t kêu nhưng lợi nhuận lại bằng không.

→ Hãy rà soát sự thật đằng sau những con s□ và thanh lọc danh mục ngay hôm nay trước khi quá muộn.

Th□ nghĩ xem có mã c□ phi□u rác nào đang nằm chực chờ trong tài kho□n không.

→ Hãy cùng suy ngẫm và chúng ta sẽ tiếp tục mổ xẻ vấn đề này trong các bài hướng dẫn tiếp theo nhé.

TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một tuyên bố đập tan niềm tin phổ biến

↓

Tạo cảm giác: “thứ mà đa số nhà đầu tư nghĩ là rẻ thực ra có thể cực kỳ đắt.”

↓

Đập thẳng vào một dữ kiện đảo ngược tư duy mạnh

(P/E = 3 nhưng cổ phiếu vẫn giảm 70%)

↓

Liên tục nhấn mạnh sự ngộ nhận của đám đông

– “ai cũng nghĩ”

– “đa số đều tin”

– “nhìn qua tưởng hấp dẫn”

↓

Nhét các chỉ số quen thuộc, ngắn, dễ hiểu

(P/E, lợi nhuận, doanh thu, nợ vay, dòng tiền)

↓

Biến một con số định giá thành chuỗi vấn đề doanh nghiệp

P/E thấp

→ lợi nhuận suy giảm

→ dòng tiền yếu đi

→ nợ tăng lên

→ thị trường mất niềm tin

→ cổ phiếu lao dốc

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ c phi u

→ doanh nghiệp

→ ngành ngh

→ chu kỳ kinh t

↓

Dùng những ví dụ thực t đ phá vỡ định ki n

– “c a hàng v n đông khách nhưng lợi nhuận gi m”

– “doanh thu tăng nhưng ti n mặt bi n m t”

↓

Không gi ng gi i định nghĩa P/E

Mà k c m giác: “nhìn th y món hàng gi m giá mạnh chưa ch c là cơ hội.”

↓

Bi n dữ kiện tài chính thành c m xúc đ u tư

↓

Không bán c phi u cụ th Mà bán:

– tư duy định giá

– kh năng nhìn doanh nghiệp

– góc nhìn dài hạn

– kỹ năng tránh b y giá r

↓

K t bằng c m giác:

“c phi u r nh t đôi khi lại là c phi u đ t nh t.”

 Format Này Cực Mạnh Cho:

1. Content định giá c phi u

2. Phân tích P/E, P/B

3. Video tài chính ph□n biện tư duy đám đông

4. Storytelling đ□u tư giá trị

5. Content b□y c□ phi□u giá r□

6. Documentary doanh nghiệp suy thoái

7. Content tránh b□y định giá

□ Nó Hiệu Qu□ Vì:

– Đánh th□ng vào ni□m tin ph□ bi□n

– Tạo c□m giác khám phá sự thật phía sau con s□

– Không c□n dùng công thức phức tạp

– Nhưng khi□n người xem hi□u rằng định giá ch□ là ph□n n□i c□a t□ng băng

□ C□t Lõi Ki□u Vi□t Này:

– Không k□ ch□ s□

– Không dạy lý thuy□t

– Mà k□ lý do vì sao một doanh nghiệp đang m□t giá trị

□ DNA C□a Phong Cách Này:

P/E th□p

→ lợi nhuận gi□m

→ dòng ti□n y□u

→ ni□m tin suy gi□m

→ định giá ti□p tục co hẹp

→ c□ phi□u ti□p tục gi□m

Tức là: không nhìn con s□ định giá trước, mà nhìn ch□t lượng doanh nghiệp trước.

□ Đi□m Mạnh Nh□t:

Người xem không c□m giác: “đây là bài học tài chính.”

Mà c□m giác: “đây là người đang gi□i thích vì sao nhi□u người mua nh□m hàng l□i.”

□ Mu□n Nâng C□p Hơn Nữa Thì:

– Gi□m bớt lặp luận đi□m

– Tăng thêm ví dụ đời thực

– Thêm các chi ti□t hoạt động kinh doanh

(c□a hàng, đơn hàng, nhà máy, t□n kho, công nợ…)

– Thêm các tín hiệu dòng ti□n thực t□

↓

Khi đó content sẽ:

– s□c hơn

– thật hơn

– d□ nhớ hơn

– và r□t gi□ng documentary đ□u tư theo phong cách Peter Lynch hiện đại.