

COCAUVON – Peter Lynch Và Cái Bẫy Hội Chứng Charmin Khiến Nhà Đầu Tư Cháy Tài Khoản

Bỏ Ngay Thói Quen Ném Tiền Qua Cửa Sổ Đi.

Nếu anh em vẫn đang ngụp lặn, mua bán mịt mù theo hệ tâm linh, thì bài bóc tách hôm nay chính là gáo nước lạnh giúp anh em tỉnh ngộ, cùng xem huyền thoại đầu tư Peter Lynch nói gì nhé.

Sự Phi Lý Trong Cách Nhiều Người Đầu Tư.

Thầy có nực cười không, đi siêu thị mua chai nước mắm thì đứng xăm soi nhòm mọt còi nĩa tiếng đong hò đò xem có rẻ hơn được vài ngàn không.

Nhưng lúc chốt đơn vớt 5 ngàn đô vào chứng khoán, chưa tới 5 phút, không thèm ngó báo cáo tài chính luôn, hoàn toàn nhòm mọt mua bừa.

Và chính cái sự lười biếng mù quáng này là lưỡi dao tọt thọt trên thị trường.

Hội Chứng Charmin Mà Peter Lynch Cảnh Báo.

Peter Lynch gọi thủng căn bệnh này là hội chứng Charmin.

Kiểu như anh em đi ăn thầy một bát phở ngon hay mê tít một con điện thoại mới ra mọt, thò là vội nghĩ “à, còi phiếu công ty này chực chần ngon.”

Sai lầm nhé, nó chực là gợi ý ban đầu thôi.

Mua xong mới lật báo cáo ra xem hoặc ném thủng nó vào sọt rác, thì tài khoản bực hơi là chuyện sớm muộn.

Vậy thì sự thật đằng sau những bong bóng báo cáo đó là gì.

Câu Hỏi Chí Mạng Khi Nghiên Cứu Doanh Nghiệp.

Anh em phải hỏi ngay một câu chí mạng thò này “Cái sốn phòm đang làm mưa làm gió kia, nó thực sự đóng góp chính xác bao nhiêu phần trăm vào tăng lợi nhuận còi công ty”, nhìn vào đây anh em sẽ thầy thực tọt nó phủ phàng cỡ nào.

Bài Học Từ Procter & Gamble Và Hanes.

Ví dụ nhé, Pampers bán cực kỳ chạy đúng không, nhưng khi đặt vào cái khối doanh thu khổng lồ của tập đoàn mẹ Procter & Gamble, thì nó đúng nghĩa là muỗi bọ bọ, quá nhỏ bé.

→ Dù bán tốt đến đâu cũng không đủ sức bầy nòi lợi nhuận của một cỗ máy khổng lồ như thế đâu.

Nhưng nếu chiều ngược lại, nhìn sang hãng Hanes, khi họ tung ra quần lót L'eggs, vì bản thân quy mô công ty lúc đó đủ nhỏ, nên phom này lập tức tạo ra cú hích cực đại, đẩy giá cổ phiếu tăng vọt.

→ Rõ ràng, quy mô công ty là cái quyết định cuộc chơi.

Quy Mô Doanh Nghiệp Quyết Định Tiềm Năng Sinh Lãi.

Đúng vậy, chính kích cỡ của doanh nghiệp sẽ quyết định giới hạn tăng suất sinh lời mà anh em có thể kỳ vọng, đó là bài toán cơ bản thôi.

→ Ví dụ, mấy gã khổng lồ lạch bạch như Coca-Cola hay GE thì lấy đâu ra của nhân 10 tài khoản trong thời gian ngắn.

→ Khó ngang lên trời.

→ Muốn bùng nổ, muốn ăn bằng lớn, anh em bắt buộc phải tìm đến những sân chơi nhỏ hơn.

Bản Thiệt Kế 6 Nhóm Cổ Phiếu Của Peter Lynch.

Đó là lý do Peter Lynch tạo ra một bản thiệt kế chuyên nghiệp, chia rành mạch thị trường thành 6 nhóm cổ phiếu cốt lõi, nhìn lướt qua cái bảng này nha, 6 nhóm tương ứng với 6 mức kỳ vọng, và tốt nhiên là 6 chiến lược đánh hoàn toàn khác nhau, xếp sai nhóm ngay từ đầu thì xác định là vớt đi cả một chiến lược, đi sâu vào từng loại nào.

Nhóm Tăng Trưởng Chậm.

Nhóm số 1, tăng trưởng chậm, gọi vui là những con bò sữa.

– Nó là mấy công ty già cỗi lâu đời rồi, đừng mơ mộng nhân đôi nhân ba tài khoản ở đây.

→ Giữ tụi này đơn giản là vì dòng tiền cổ tức nó đều đặn, một sự ổn định đến mức nhàm chán.

Nhóm Vững Mạnh.

Kể tiếp là nhóm vững mạnh.

– Mức tăng trưởng quanh quẩn 10 đến 12 phần trăm, tụi này là những pháo đài tởm đô thực sự.

→ Khi kinh tế suy thoái, thị trường đổ lả, thì đây chính là cái hầm trú ẩn cực kỳ an toàn để bảo vệ tài sản của anh em khỏi những cú rơi tự do.

Nhóm Tăng Trưởng Nhanh.

– Nào, phần khốc liệt và hấp dẫn nhất đây, Tăng trưởng nhanh, độ rủi ro cao nhưng lợi nhuận thì siêu khủng khiếp.

– Đây là những doanh nghiệp nhỏ, chạy rất béc, tăng trưởng 20 đến 30 phần trăm mỗi năm.

→ Chính minh chứng này là cái nô sinh ra những siêu cổ phiếu túi 10 gang.

→ Ăn cực dày nhưng đòi hỏi anh em phải cực kỳ nhạy bén.

Nhóm Cổ Phiếu Chu Kỳ.

– Nhóm thứ tư là cổ phiếu theo chu kỳ.

→ Mấy ông thép, ô tô hay hàng không rơi vào đây hết.

→ Doanh thu của tụi nó đập nhịp nhàng theo kinh tế vĩ mô.

→ Canh sai thời điểm, đu đỉnh lúc chu kỳ đi xuống thì không phải là lỗ nữa, mà là sự hủy diệt tài khoản, canh thời điểm ở đây là vấn đề sống còn.

Nhóm Đột Biến.

– Và cuối cùng, hai nhóm dành cho thợ săn giá trị.

→ Đột biến, giống như Chrysler, là mấy công ty từng chùng sụp chật đuối tới nơi nhưng bỗng dưng hồi sinh từ bờ vực phá sản, mang lại lợi nhuận không tưởng.

Nhóm Tài Sản Ngầm.

– Còn tài sản ngầm, là những mỏ vàng bị Phố Wall bỏ lỡ.

→ Kiểu mấy công ty ngấm trên đồng tiền mặt hay quỹ đất khổng lồ mà chỉ được định giá bèo bọt.

Triết Lý Cốt Lõi Của Peter Lynch.

- Vậy tóm lại, triết lý cốt lõi ở đây là gì.

→ Một khi anh em đã đọc hiểu báo cáo, xếp đúng chỗ phiếu vào đúng nhóm, thì cái bệnh sợ lỡ cơ hội, cái FOMO này, nó tự động biến mất.

→ Những con số sẽ chờ cho anh em biết, lúc nào thì lì đòn ôm hàng, nắm giữ dài hạn, lúc nào thì phải lạnh lùng bấm nút chốt lời.

Nhìn Lại Danh Mục Của Chính Mình.

- Nào, giờ thì gạt bỏ cảm tính đi, nhìn thẳng vào danh mục của mình.

→ Trong số các nhóm vừa rồi, nhóm nào đang thực sự kiểm soát tài sản của anh em.

→ Nếu không trở lời được ngay lập tức, thì anh em đang đánh bạc chứ không phải đầu tư đâu.

- Mọi ngày báo cáo ra, phân loại lại từ đầu để làm cho cuộc chơi đi nha.

→ Hẹn anh em ở những bài bóc tách thực chiến tiếp theo.

📌 TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng nỗi sợ “đầu tư sai cách sẽ cháy tài khoản”

↓

Tạo cảm giác: nhà đầu tư đang mua bán theo cảm tính và tâm linh

↓

Đập thẳng vào hành vi phi lý đời thường

(mua nước mắm thì cân đo, đầu tư thì nhòm mắt bấm lệnh)

↓

Đến vào Peter Lynch để tạo uy tín học thuật

(hội chứng Charmin)

↓

Nhét ví dụ đời sống để neo nhận thức

(thầy sốn phẩm ngon, thầy thích là suy ra chỗ phiếu tốt)

↓

Cảnh báo sai lầm cốt lõi

→ cảm xúc tiêu dùng bị nhòm thành luận điểm đầu tư

↓

Đặt câu hỏi chí mạng “sản phẩm đó đóng góp bao nhiêu % vào lợi nhuận công ty”

↓

Đưa ví dụ doanh nghiệp lớn

(Procter & Gamble, Pampers)

→ sản phẩm tốt nhưng tác động nhỏ trong tập đoàn lớn

Đưa ví dụ doanh nghiệp nhỏ

(Hanes, L'eggs)

→ một sản phẩm đã tạo cú hích lớn cho cả công ty

↓

Chốt insight về quy mô doanh nghiệp

→ công ty càng lớn càng khó nhân nhiều lần tài khoản

→ công ty nhỏ mới có dư địa tăng trưởng mạnh

↓

Chuyển sang hệ thống 6 nhóm cổ phiếu của Peter Lynch

↓

1. Nhóm tăng trưởng chậm

→ ổn định, cổ tức, không kỳ vọng bùng nổ

2. Nhóm vững mạnh

→ tăng trưởng 10–12%, phòng thủ tốt

3. Nhóm tăng trưởng nhanh

→ rủi ro cao, lợi nhuận lớn, nơi tạo siêu cổ phiếu

4. Nhóm cổ phiếu chu kỳ

→ phụ thuộc kinh t, sai thời đi = thua nặng

5. Nhóm đột biến

→ doanh nghiệp h sinh, upside lớn b t ngờ

6. Nhóm tài sản ngầm

→ bị định giá th p so với giá trị thật

↓

Ch t tư duy hệ th ng

→ m i nhóm = một mức kỳ vọng lợi nhuận khác nhau

↓

Sai phân loại = sai toàn bộ chi n lược đ u tư

↓

Bi n framework thành công cụ ch ng FOMO

→ bi t giữ, bi t bán, bi t kỳ vọng

↓

K t bằng c nh t nh

→ không phân loại danh mục = đang đánh bạc

→ ph i quay lại đọc báo cáo và x p lại từ đ u

□ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:

1. Content phân tích Peter Lynch
2. Content chứng khoán giáo dục nhà đ u tư mới
3. Video bóc tách sai lầm đ u tư ph bi n
4. Storytelling tài chính cá nhân
5. Content tư duy đọc báo cáo tài chính
6. Documentary v tri t lý đ u tư
7. Content ch ng FOMO trên thị trường chứng khoán

□ NÓ HIỆU QU VÌ:

- Không dạy tài chính theo kiểu sách giáo khoa
- Không dùng quá nhiều thuật ngữ chuyên môn
- Không bắt đầu bằng báo cáo tài chính khô khan
- Nhưng khiến người xem tự nhận ra sai lầm của chính mình

□ CỐT LÕI KIỂU VIỆT NÀY:

- Không bắt đầu từ cổ phiếu
- Không bắt đầu từ biểu đồ
- Mà bắt đầu từ hành vi của nhà đầu tư

□ DNA CỦA PHONG CÁCH NÀY:

Cảm tính

- không đọc báo cáo
- hiểu sai doanh nghiệp
- mua sai cổ phiếu
- kỳ vọng sai lợi nhuận
- thua lỗ

Tức là: không nhìn giá cổ phiếu trước, mà nhìn chất lượng tư duy đầu tư trước

□ ĐIỂM MẠNH NHẤT:

Người xem không cảm giác: “đây là video dạy đọc báo cáo tài chính”

Mà cảm giác: “đây là người đang giải thích vì sao mình thua lỗ bấy lâu nay”

□ MUỐN NÂNG CẤP HƠN NỮA THÌ:

- Tăng thêm các case thực tế nổi tiếng của Peter Lynch
- Thêm nhiều ví dụ doanh nghiệp Việt Nam
- Thêm các case turnaround và tài sản ngầm
- Thêm các con số tăng trưởng thực tế của từng nhóm cổ phiếu

- Tăng thêm hình ảnh đời thường để tạo đồng cảm

↓

Khi đó content sẽ:

- dễ nhớ hơn

- thực tiễn hơn

- thuyết phục hơn

- và rất giống những video phân tích đầu tư kinh điển của Peter Lynch.