

# PETERLYNCH – Sai Một Giai Đoạn, Một Cổ Khoản Đầu Tư

Hieu Đúng Vòng Đời Doanh Nghiệp.

Bà qua phần rào đầu dầm dà, chúng ta vào việc luôn nhé.

Hôm nay, trong bài hướng dẫn nhanh gọn này, tôi sẽ mở x một trong những vũ khí cốt lõi nhất từ huyền thoại chứng khoán Peter Lynch, đó là cách nhìn thấu vòng đời của một doanh nghiệp.

Biết được điều này, các bạn sẽ nắm chính xác khi nào nên giữ chặt cổ phiếu, khi nào phải chốt lời ngay lập tức.

Tập trung cao độ nhé, vì những phút tới đây hoàn toàn có thể cứu tài khoản của các bạn khỏi những cú sập không đáng có.

Công Ty Tốt Chưa Chốt Cổ Phiếu Tốt.

Đã bao giờ mọi người vò đầu bứt tai tự hỏi, à, tại sao mình đang ôm cổ phiếu của một công ty cực kỳ tốt, báo cáo lãi m m, tên tuổi lẫy lừng, mà giá thì cứ đứng im, thậm chí là giảm đầu lao dốc chưa.

Chốt chốt rồi đúng không, đây là nỗi đau mà phải đến 90% nhà đầu tư mới đầu dính phải.

Sự thật mất lòng là thế này, một công ty tốt không có nghĩa nó là một khoản đầu tư tốt ở mọi thời điểm.

Chu Kỳ Kinh Doanh Mới Quan Trọng.

Cốt lõi vấn đề nằm ở việc nó đang đứng ở đâu trong chu kỳ kinh doanh cơ.

Để giải quyết bài toán này, Peter Lynch đã chia vòng đời doanh nghiệp ra làm 3 giai đoạn sinh tử, mà bất kỳ ai ném tiền vào thị trường cũng bắt buộc phải thuộc lòng.

Một là khởi nghiệp, hai là mở rộng và ba là bão hòa.

Nhớ kỹ 3 mốc này nhé.

Khởi Nghiệp Là Giai Đoạn Rise Ro.

Đầu tiên, chúng ta có giai đoạn khởi nghiệp.

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

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

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

Mở Rộng Là Mở Vàng.

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

Phải nói luôn, đây chính là mở 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.

Chiều của hãng này đã rơi thẳng đứng, trượt một mạch từ 42 đô la xuống còn vèo vèo 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 th<sup>o</sup> vào trường hợp c<sup>o</sup>a hãng bán l<sup>o</sup> The Limited này xem.

Họ đã c<sup>o</sup>m c<sup>o</sup>r 670 trên t<sup>o</sup>ng s<sup>o</sup> 700 khu mua s<sup>o</sup>m chính.

Tức là sao, tức là dư địa đ<sup>o</sup> m<sup>o</sup> thêm c<sup>o</sup>a hàng vật lý g<sup>o</sup>n như bằng không r<sup>o</sup>i.

N<sup>o</sup>u không th<sup>o</sup> tăng tr<sup>o</sup>ng bằng cách m<sup>o</sup> mới, công ty bị d<sup>o</sup>n vào chân tường, b<sup>o</sup>t buộc ph<sup>o</sup>i tìm cách v<sup>o</sup>t thêm ti<sup>o</sup>n từ tập khách hàng cũ hoặc ph<sup>o</sup>i đi thâm tóm các công ty khác.

Đ<sup>o</sup>i Mới Đ<sup>o</sup> Ti<sup>o</sup>p Tục S<sup>o</sup>ng.

Chuy<sup>o</sup>n sang ph<sup>o</sup>n hai, chúng ta cùng xem xét các chi<sup>o</sup>n lược phục h<sup>o</sup>i khi mà đ<sup>o</sup>i mới là con đường duy nh<sup>o</sup>t đ<sup>o</sup> t<sup>o</sup>n tại.

Và chi<sup>o</sup>c phao cứu sinh đ<sup>o</sup>c lực nh<sup>o</sup>t.

C<sup>o</sup> Máy In Ti<sup>o</sup>n Hoàn H<sup>o</sup>o.

Một minh chứng quá tuyệt vời khác là ngành truy<sup>o</sup>n hình cáp.

Quá trình tăng tr<sup>o</sup>ng c<sup>o</sup>a họ được thi<sup>o</sup>t k<sup>o</sup> x<sup>o</sup>p ch<sup>o</sup>ng lên nhau thành từng lớp vô cùng thông minh.

Lớp thứ nh<sup>o</sup>t, họ ăn trọn tập khách hàng nông thôn, lớp thứ hai, họ tung ra các dịch vụ tr<sup>o</sup> ti<sup>o</sup>n cao c<sup>o</sup>p như HBO hay Disney.

Lớp thứ ba, ti<sup>o</sup>n quân vào thành thị, và lớp thứ tư, h<sup>o</sup>t bạc từ qu<sup>o</sup>ng cáo.

Đó là công thức chu<sup>o</sup>n đ<sup>o</sup> tạo ra một c<sup>o</sup> máy in ti<sup>o</sup>n không có đi<sup>o</sup>m dừng.

Không Được Mua R<sup>o</sup>i Quên.

Cu<sup>o</sup>i cùng, ph<sup>o</sup>n ba, một bài học xương máu, bài học từ đ<sup>o</sup>i th<sup>o</sup> và cách chớp cơ hội từ sai l<sup>o</sup>m c<sup>o</sup>a người khác.

Và đây là câu th<sup>o</sup>n chú mà mọi người ph<sup>o</sup>i in đậm, ghim chặt vào đ<sup>o</sup>u này.

Peter Lynch dặn dò th<sup>o</sup> này.

Ph<sup>o</sup>i ki<sup>o</sup>m tra lại tình hình kinh doanh vài tháng một l<sup>o</sup>n.

Đừng bao giờ có tư duy mua xong r<sup>o</sup>i v<sup>o</sup>t xó đ<sup>o</sup>y.

Ph<sup>o</sup>i liên tục bám sát các báo cáo, các thông tin thực t<sup>o</sup> đ<sup>o</sup> so xem cái kịch b<sup>o</sup>n màu h<sup>o</sup>ng mà ban lãnh đạo vẽ ra lúc đ<sup>o</sup>u, bây giờ nó còn đi

đúng quỹ đạo hay không.

**Kiểm Tra Lại Luận Điểm Đầu Tư.**

Đóng khép lại bài hướng dẫn này, tôi muốn các bạn làm ngay việc sau.

Hãy nghiêm túc tự hỏi xem, cái kịch bản, cái lý do khiến bạn xuống tiền ngày trước, hiện tại nó còn đúng hay không.

Doanh nghiệp đó đang ở giai đoạn khởi nghiệp đột tiến, đang phất lên mở rộng thị trường hay đã kịch trần bão hòa rồi.

Trên lời được câu hỏi này, các bạn đã bỏ xa 90% tay mơ trên thị trường.

**Lợi Nhuận Sẽ Tự Tìm Đến.**

Từ việc bám sát vòng đời doanh nghiệp, lợi nhuận rồi sẽ tự tìm đến.

**☐ TÓM LẠI CÔNG THỨC**

Hook bằng một nhân vật cực kỳ thành công

↓

Tạo cảm giác: “người này đang vận hành một hệ thống mà số đông không nhìn thấy”

↓

Đập thủng vào quy mô cực lớn của đối thủ

(3000 điểm bán, 320 tỷ đồng mỗi ngày, phủ khắp Việt Nam)

↓

Liên tục nhấn mạnh quy mô lực dòng tiền

“cảm tiền của 90% dân Việt Nam”, “đủ chi tiêu đô”, “ông trùm bán lẻ”...

↓

Nhét dữ kiện ngắn, mạnh, dễ hình dung

(Thị Giới Di Động, Bách Hóa Xanh, An Khang, 3000 cửa hàng...)

↓

Biến thành bài học quản trị doanh nghiệp

Không nói về bán lẻ

Mà nói về cách kiểm soát tiền

↓

Thu hẹp toàn bộ thành 3 chủ sở hữu còn

Hàng tiền kho

→ Nợ phải trả

→ Vòng quay vốn

↓

Không giải thích tài chính phức tạp

Mà diễn giải bằng ngôn ngữ đời thường

“tiền nằm ở kho là tiền chết”

“chiếm dụng vốn là tiền khôn”

“vốn quay càng nhanh lợi nhuận càng dày”

↓

Biến khái niệm tài chính thành hình ảnh cơ thể người

Dòng tiền

→ Mạch máu

Lợi nhuận

→ Da thịt

↓

Tạo cảm giác nguy hiểm nếu thiếu dòng tiền

Lợi nhuận cao

→ Chưa chắc khỏe

Dòng tiền tức

→ Doanh nghiệp gặp vốn đờ ngay lập tức

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ tập đoàn tới đô

→ Doanh nghiệp vừa và nhỏ

→ Chủ doanh nghiệp cá nhân

↓

Không bán sách ngay từ đầu

Mà tạo vốn đầu trước

↓

Biến kiến thức thành giải pháp

Không bán sách

Mà bán:

- Tư duy dòng tiền
- Khả năng kiểm soát chi phí
- Khả năng xoay vòng vốn
- Góc nhìn quản trị doanh nghiệp

↓

Kết bằng lời kêu gọi hành động trực tiếp

“Kinh doanh mà không hiểu dòng tiền, chẳng khác nào gánh nước bằng rọ.”

☐ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO:

Content doanh nhân nổi tiếng

Storytelling kinh doanh

Content quản trị doanh nghiệp

Video tài chính doanh nghiệp

Content bán sách kinh doanh

Documentary doanh nghiệp Việt Nam

Content dòng tiền và quản trị vốn

☐ NÓ HIỆU QUẢ VÌ:

- Không dạy tài chính theo sách giáo khoa
- Không dùng quá nhiều thuật ngữ
- Không phân tích báo cáo tài chính phức tạp
- Nhưng khiến người xem cảm thấy:

“hóa ra doanh nghiệp lớn vận hành bằng những nguyên tắc rất đơn giản.”

□ CỐT LÕI KIỂU VIỆT NÀY:

- Không kè vè sốn phẩm
- Không kè vè doanh thu
- Mà kè vè dòng tiển đứng phía sau doanh nghiệp

□ DNA CẢ PHONG CÁCH NÀY:

Hàng tiền kho

- Nợ phải trả
- Vòng quay vòn
- Dòng tiển khỏe
- Doanh nghiệp mở rộng
- Đè chè tăng trưởng

Tức là:

Không nhìn lợi nhuận trước, mà nhìn dòng tiển trước

□ ĐIỂM MẠNH NHẤT:

Người xem không cảm giác:

“Đây là video bán sách.”

Mà cảm giác:

“Đây là người đang tiết lộ bí mật vận hành của một đế chế tiền đồ.”

□ MUỐN NÂNG CẤP HƠN NỮA THÌ:

- Thêm số liệu thực tế về MWG
- Thêm ví dụ hàng tiền kho, công nợ, vòng quay vòn

- Thêm hình ảnh của hàng, kho hàng, xe tải giao nhận
- Thêm các tình huống doanh nghiệp thiếu tiền dù vẫn có lợi nhuận

↓

Khi đó content sẽ:

- Thuyết phục hơn
- Thực chi hơn
- Giàu hình ảnh hơn
- Và rất giống documentary kinh doanh hiện đại.

---

# PETERLYNCH – Hãy Nhớ Kỹ Mọi Loại Cổ Phiếu Đầu Có Một Tấc Huyết

**Đầu Tư Bằng Cảm Xúc**

Tài khoản bốc hơi, gồng lỗ đến mất ngủ mỗi ngày.

**Phốt Lờ Con Số Sợng Còn**

Lý do thực ra cực kỳ đơn giản, anh em đang đầu tư bằng cảm xúc và phốt lờ những con số sợng còn.

Bỏ qua mấy lời đạo đầu rườm rà đi, chúng ta vào việc luôn nhé.

**Bản Phân Tích Kinh Doanh**

Hôm nay, mình sẽ bóc tách thng vào bản phân tích siêu kinh doanh từ lớp học quản trị danh mục của huyền thoại Peter Lynch.

**Muốn Sợng Sốt Trên Thị Trường**

Ai muốn sợng sốt và thực sự kiếm được tiền trên cái thị trường kh

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 tư vấn chứng 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 một hơi nước mắt biến mất chỉ vì cái tội lười kiểm tra số liệu.

### Bản Tiêu Chí Không Thờ Bỏ

Rủi, 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 ép nó vào trung bình ngành để biết mình đang mua được deal hay bị hét giá trên trời.

### Số Hữu Tỷ Chức Càng Thấp

Thứ hai, tỷ lệ số 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 phiếu quỹ, đó là tín hiệu cực kỳ ngon.

### Soi Kỹ Sức Mạnh Tài Chính

Và cuối cùng, sức mạnh tài chính, hay nôm na là soi tỏ lệ nợ trên tài sản.

### Tiền Mặt Là Phao Cứu Sinh

Nói sâu hơn về sức mạnh tài chính một chút, trạng thái tiền mặt ròng, nó không phải là một con số khô khan nằm ngoan ngoãn trên báo cáo kế toán đâu.

Nó chính là cái phao cứu sinh, là mức giá sàn tuyệt đối cho bất kỳ tài sản nào khi thị trường sập hầm.

### Tiền Mặt Quyết Định Sống Còn

Hiệu đơn giản là, khi dòng tiền cạn kiệt, ông nào ôm một đống tiền mặt trong két thì ông đó sống, còn mấy kẻ ngập ngụa trong nợ nần thì lập tức bị đào thải.

### Mỗi Nhóm Một Tụ Huyết

Ok, chuyển sang phần 2, 6 nhóm cổ phiếu.

Đây là tiêu chuẩn để anh em biết mình đang cầm cái gì.

### Sai Lầm Của Dân F0

Sai lầm trí mạng của dân F0 là gom tất cả cổ phiếu vào một rổ và đánh đống chúng.

### Đừng Đánh Đống Cổ Phiếu

Kim chớ nam ở đây là, mỗi nhóm nó có một cái tụ huyết riêng biệt.

Cầm cổ phiếu tăng trưởng chậm, chăm chăm nhìn vào cổ tức cho tôi.

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

Nhóm chu kỳ, cung cầu và hàng tồn kho là vua.

Nhóm tăng trưởng nhanh, phải duy trì được mức tăng 20-25%.

Nhóm đột biến, bỏ qua hết, chỉ quan tâm nợ và tiền mặt.

### Tài Sản Ngầm Phải Định Giá

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

Nếu chắc cái ma trận này, anh em sẽ không bao giờ mất cái lõi ngớ ngẩn là đòi một con còi phiêu phòng thối ngày nào cũng phải tăng trớn.

Nếu đúng mật độ này thì phần còn lại sẽ có khoảng 25–30 ý chính cho toàn bài, đúng kiểu mà 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 thủng 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 phần đám đông

→ b̄ qua ch̄ s̄ cơ b̄n

→ đ̄nh giá sai

→ mua sai c̄ phīu

→ danh mục d̄ s̄p đ̄

↓

Không đi phân tích từng doanh nghiệp

Mà xây hệ th̄ng tư duy lọc c̄ phīu trước

↓

PH̄N 1

BỘ LỌC C̄ PHĪU CHUNG

↓

Đưa ra checklist đơn gīn

4 tiêu chí

↓

Tạo c̄m giác:

“dân chuyên nghiệp dùng đ̄ loại rác từ đ̄u”

↓

Các tiêu chí được trình bày theo dạng công cụ thực chīn

– P/E so với ngành

– S̄ hữu t̄ chức

– Giao dịch nội bộ

– Sức mạnh tài chính

↓

Không gīi thích học thuật

Mà bīn từng ch̄ s̄ thành tín hiệu đ̄u tư

↓

**P/E**

→ **biết đang mua rẻ hay đắt**

↓

**Người nội bộ mua**

→ **tín hiệu tích cực**

↓

**Nợ thấp**

→ **doanh nghiệp khỏe**

↓

**Tiền mặt lớn**

→ **khả năng sống sót cao**

↓

**Biến khái niệm tài chính thành hình ảnh sinh tồn**

**Tiền mặt**

→ **phao cứu sinh**

↓

**Khủng hoảng**

→ **dòng tiền cạn**

↓

**Doanh nghiệp nhiều tiền**

→ **sống**

↓

**Doanh nghiệp ngập nợ**

→ **bị đào thải**

↓

**Không nói báo cáo tài chính**

Mà k<sup>h</sup> cuộc chi<sup>ến</sup> s<sup>ố</sup>ng còn

↓

PH<sup>ầ</sup>N 2

6 NHÓM C<sup>á</sup> PHI<sup>êu</sup> C<sup>á</sup>A PETER LYNCH

↓

Tạo c<sup>ảm</sup> giác:

“đa s<sup>ố</sup> nhà đ<sup>ầu</sup> tư đang đánh đ<sup>ố</sup>ng mọi c<sup>á</sup> phi<sup>êu</sup>”

↓

Đưa framework phân loại

↓

M<sup>ỗi</sup> nhóm

→ một luật chơi

↓

M<sup>ỗi</sup> nhóm

→ một t<sup>âm</sup> huyết riêng

↓

Tăng tr<sup>ở</sup>ng chậm

→ nhìn c<sup>á</sup> tức

↓

Vững mạnh

→ nhìn P/E

↓

Chu kỳ

→ nhìn t<sup>âm</sup> kho

↓

Tăng tr<sup>ở</sup>ng nhanh

→ nhìn t<sub>o</sub>c độ m<sub>o</sub> rộng

↓

**Đột bi<sub>o</sub>n**

→ nhìn nợ và ti<sub>o</sub>n mặt

↓

**Tài s<sub>o</sub>n ng<sub>o</sub>m**

→ nhìn giá trị tài s<sub>o</sub>n thực

↓

**Toàn bộ ph<sub>o</sub>n này xoay quanh một ý**

**Sai nhóm**

→ sai phương pháp định giá

↓

**Sai phương pháp định giá**

→ sai quy<sub>o</sub>t định đ<sub>o</sub>u tư

↓

**Liên tục tạo sự đ<sub>o</sub>i lập**

↓

**Tăng trư<sub>o</sub>ng nhanh**

→ m<sub>o</sub> rộng

→ nhân b<sub>o</sub>n mô hình

→ duy trì tăng trư<sub>o</sub>ng

↓

**Đột bi<sub>o</sub>n**

→ không c<sub>o</sub>n m<sub>o</sub> rộng

→ ch<sub>o</sub> c<sub>o</sub>n s<sub>o</sub>ng sót

→ x<sub>o</sub> lý nợ

↓

Hai nhóm cò phiếu

↓

Hai luật chơi hoàn toàn khác nhau

↓

Tạo cảm giác:

“nếu không hiểu bản chất nhóm cò phiếu thì chắc chắn đánh giá sai”

↓

PHẦN 3

Kฎ LUẬT NHÀ ĐU TU

↓

Chuyên từ phân tích cò phiếu

Sang phân tích con người

↓

Đánh thẳng vào hành vi phạm biến nhất

Mua đũa

↓

Nón xanh

→ hưng phấn

↓

Hưng phấn

→ mua giá cao

↓

Mua giá cao

→ thua lỗ

↓

**Biện phân tích kỹ thuật còm tính thành hình ònh cờ bạc**

↓

**Đầu tư bằng màu nòn**

→ đánh bạc

↓

**Đầu tư bằng luận điòm**

→ đầu tư

↓

**Liên tục đò cao lợi thò nhà đầu tư cá nhân**

↓

**Không có thông tin nội bộ**

↓

**Không có đội ngũ phân tích**

↓

**Nhưng có trò nghiệm thực tò**

↓

**Quan sát cuộc sòng**

→ phát hiện xu hướng

↓

**Phát hiện xu hướng**

→ trước phò Wall

↓

**Đây là một trong những DNA ròt Peter Lynch**

↓

**Mua thứ mình hiòu**

↓

**Quan sát thứ mình dùng**

↓

**Điu tra trước khi đu tư**

↓

**Kht cu cm xuc toàn bai**

**Thua lo**

↓

**Nguyên nhân không nắm l thị trường**

↓

**Nguyên nhân nắm l cách đu tư**

↓

**Mun đu tư tot**

→ phi lọc cm phiu

↓

**Mun lọc cm phiu**

→ phi hiu từng nhóm doanh nghiệp

↓

**Mun hiu doanh nghiệp**

→ phi điu tra thực to

↓

**Mun ton tại dài hạn**

→ phi có kh luật

↓

**Nguyên toc toi thượng**

**Điu tra trước khi đu tư**

↓

**Không bán cổ phiếu cụ thể**

↓

**Không bán tín hiệu mua bán**

↓

**Không bán dự đoán thị trường**

↓

**Mà bán:**

- tư duy phân loại cổ phiếu
- tư duy điều tra doanh nghiệp
- tư duy quản trị rủi ro
- tư duy đầu tư của Peter Lynch
- luật giữ tiền

↓

**□ FORMAT NÀY CỰC MẠNH CHO**

**Content Peter Lynch**

**Content Warren Buffett**

**Phân tích cổ phiếu**

**Giáo dục đầu tư cho F0**

**Quản trị danh mục**

**Định giá doanh nghiệp**

**Tư duy đầu tư dài hạn**

**□ NÓ HIỆU QUẢ VÌ**

- Không dạy lý thuyết khô khan
- Không đọc báo cáo tài chính
- Không dùng thuật ngữ quá nặng
- Nhưng khiến người xem cảm thấy:

**“mình vừa nhìn thị trường bằng con mắt của nhà đầu tư chuyên nghiệp”**

**□ CỐT LỖI KIẾU VIỆT NÀY**

**Không k<sup>o</sup> c<sup>o</sup> phi<sup>u</sup>**

↓

**K<sup>o</sup> cách suy nghĩ v<sup>o</sup> c<sup>o</sup> phi<sup>u</sup>**

↓

**Không k<sup>o</sup> doanh nghiệp**

↓

**K<sup>o</sup> cách đánh giá doanh nghiệp**

↓

**Không k<sup>o</sup> lợi nhuận**

↓

**K<sup>o</sup> cách tránh mất ti<sup>ền</sup>**

**□ DNA C<sup>o</sup>A PHONG CÁCH NÀY**

**C<sup>o</sup>m xú<sup>c</sup>**

**→ quy<sup>đ</sup>t định sai**

**→ mua sai c<sup>o</sup> phi<sup>u</sup>**

**→ thua lỗ**

↓

**Đi<sup>ều</sup> tra doanh nghiệp**

**→ hi<sup>ệu</sup> b<sup>ên</sup> ch<sup>ết</sup>**

**→ định giá đúng**

**→ đ<sup>ầu</sup> tư đúng**

↓

**Tức là:**

**không nhìn giá c<sup>o</sup> phi<sup>u</sup> trước,**

mà nhìn chất lượng doanh nghiệp trước.

□ ĐIỂM MẠNH NHẤT

Người xem không cảm giác:

“đây là video dạy chứng khoán.”

Mà cảm giác:

“đây là người đang chỉ ra lý do vì sao đã số nhà đầu tư mất tiền.”

□ MUỐN NÂNG CẤP HƠN NỮA THÌ

– Giám lập ý Peter Lynch

– Tăng thêm ví dụ doanh nghiệp thực tế

– Thêm case study thắng thua

– Thêm các con số định lượng cụ thể

(P/E, ROE, nợ vay, tiền kho, tăng trưởng)

– Tăng thêm các tình huống đời thực của nhà đầu tư

↓

Khi đó content sẽ:

– thực tiễn hơn

– sắc hơn

– đáng tin hơn

– và rất giống các documentary đầu tư của Mỹ hiện đại.

---

# PETERLYNCH – Cảnh Báo 6 Loại Cổ Phiếu Rác Nếu F0 Không

# Muốn Một Tiễn

## Mở Đầu

Tài khoản chứng khoán búc hơi liên tục, đừng vội đổ lỗi cho thị trường, cùng bóc trần ngay 6 loại cphiếu rác mà chúng ta phải tránh xa hoàn toàn nếu không muốn cháy tài khoản.

→ Không dài dòng nữa, đi thẳng vào vấn đề để bởo vệ túi tiền ngay lập tức nhé.

## Nguyên Nhân Thua L

Thị tại sao tiền lại búc hơi nhanh đến vậy, sự thật là, không phải do kém thông minh đâu, mà phần lớn là do nhà đầu tư non tay, liên tục sập bởy tâm lý.

→ Cứ mãi mê đuổi theo những số nh trên bảng điện, thay vì nhìn vào giá trị thật của doanh nghiệp, nào giờ cùng lật tẩy cái bởy số 1.

## Cphiếu Siêu Nóng

Đi thẳng vào cạm bởy đầu tiên, đó chính là những cphiếu siêu nóng, nằm trong những ngành nóng nh, cái loại mà từ quán trà đá vớa hè đến các hội nhóm phím hàng trên mạng, đâu đâu cũng thấy người ta bởu vớu vào và tung hô ớy.

→ Vòng đời của mớy mã này dđ đoán lóm, nó luôn bởt đầu bằng tin đến thớ và cảm giác sợ lỡ mất cơ hội, hay còn gọi là FOMO tột độ.

Giá cứ thở dựng đứng vô lý, mọi người thi nhau đu đếnh.

→ Rồi sau đó, đớ thị cạnh tranh nhớ vào xâu xé, biên lợi nhuận búc hơi sạch, và kết cục tởt yớu, sập hóm.

Nhớ lại mớy mã trà đá hay cphiếu hệ sinh thái từng làm chển động thị trường chứng khoán Việt Nam đi, tăng bằng lờn nhờ bánh vẽ, rồi rơi tự do, trờng bên mua.

→ Đổ tiền vào đây thì đúng nghĩa là đánh bạc chứ đầu tư gì.

## Lời Nguyờn Kờ Nới Ngời

Chuyờn sang cạm bởy số 2, nghe rỏt quen tai, lời nguyờn mang tên kờ nới ngời.

→ Đây thực sự là một sự cảm động cho người khi ai cũng chăm chăm muốn tìm ra một siêu cổ phiếu tiềm năng tiếp theo, nhưng thực tế phủ phàng lắm.

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

→ Thì gần như chúng 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 đầu đầu lòi đuôi sự yếu kém rồi.

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

### **Đa Dạng Hóa Tài Tệ**

Tiếp tục nhé, hôm tiếp theo thứ 3, đa dạng hóa sai lắm.

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

Tiền thì nhiều, nhưng ban lãnh đạo lại quá cận tâm nhìn.

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

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

→ Nói thẳng ra, đây chúng khác gì hành vi rút tiền từ túi cả đồng 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 quý hoặc tăng cổ tức chia cho mọi người.

Còn đa dạng hóa tài tệ thì sao, cảm đâu đi mua lại những công ty chúng liên quan gì.

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

### **Đoanh Cổ Phiếu Rủi Tai**

Sang đ̣n địm mù thứ 4, cái này thao túng tâm lý cực kỳ mạnh luôn.

o nh c̣a c̣ phịu ṛ tai.

→ Những câu chuyện tḥm kín đ̣u đ̣ợc vẽ ra ḥp đ̣n đ̣n mức khịn người nghe o ṭng rằng mình là người duy nḥt trên đời ṇm đ̣ợc bí mật này.

Cḥc chúng ta không lạ gì ṃy mã đ̣ợc đ̣n tḥi bằng những kịch ḅn vịn ṭng đ̣ng không.

→ o thị trường Việt Nam thì đ̣y ṛy những lời ṛ tai kịu như: mã này ṣp có game lớn ḷm, đội lái đang gom hàng, hay ṣp trúng tḥu dự án ṭ đô, quỹ đ̣t vàng chụn bị bung ṛi.

Một gịc mơ vĩ đại đ̣ợc vẽ ra, nhưng nhìn vào báo cáo tài chính thì sao.

→ Lợi nhuận bằng không tròn trĩnh, cḥ ṣ P/E thì vô cực luôn vì làm gì có đ̣ng lãi nào.

Địm ṃu cḥt o đây là, tuyệt đ̣i đừng rút ṿn cḥ vì một lời hứa, hãy kiên nḥn chờ đ̣n khi doanh nghiệp chứng minh đ̣ợc bằng dòng tịn thật.

### **Ṛi Ro Khách Hàng Duy Nḥt**

Ṛi, chụn qua vùng nguy hịm thứ 5, một qụ bom ṇ chậm thực sự, ṛi ro chụi cung ứng.

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

Nhìn vào bịu đ̣ này mà xem, gị ṣ 35% đ̣n 50% doanh thu c̣a một công ty mà phụ thuộc hoàn toàn vào một tay khách hàng lớn.

→ Thì họ đang đi trên dây mà không có lưới ḅo vệ luôn.

Dữ liệu thực ṭ cho tḥy, cḥ c̣n đ̣i tác duy nḥt đó ḥt hơi ṣ mũn, ḥy hợp đ̣ng hoặc ép giá tḥi.

→ Thì nhà cung c̣p lập tức đ̣ng bên bờ vực phá ṣn.

Đừng bao giờ giao phó tịn ṃ hôi nước ṃt c̣a mình cho một doanh nghiệp không tḥ tự quỵt định sinh mệnh c̣a chính nó.

### **Ḅy Tên Gọi**

Và cụi cùng, cạm ḅy thứ 6, có lẽ là cái ḅy tinh vi nḥt mà ít ai đ̣ ý, ḅy tên gọi.

→ Đừng đùa, tâm lý đám đông cực kỳ dễ bị thao túng bởi máy từ ngữ hào nhoáng đấy.

Dòng tiền, đặc biệt là của các tổ chức lớn, thường xuyên bị mờ mắt trước những cái tên nghe thật kêu.

→ Nào là tiên tiền, công nghệ cao, hay có cái đuôi chữ X bí ẩn, nghe là thấy ảo giác về sự đột phá rồi.

Ngược lại, những cái tên khá là đơn điệu, những công ty nghe thật nhạt, chán phèo lại thường bị phẫn Wall Street lạnh.

→ Nhưng bí mật là đây, chính sự ghẻ lạnh đó lại mở ra cơ hội vàng để gom được những doanh nghiệp hoạt động cực kỳ hiệu quả với mức giá hời, ngay trước khi đám đông ngoài kia kịp bừng tỉnh.

### **Triết Lý Peter Lynch**

Tóm lại, hãy khờ cợt ghi tâm triết lý cực kỳ kinh điển này của Peter Lynch.

→ Thà mua một công ty tốt ngay từ đầu với mức giá cao, còn hơn là đi nhặt nhạnh một công ty được coi là tiếp theo ở một mức giá hời.

Nên tăng lợi nhuận vững chắc và sự minh bạch phải luôn là ưu tiên số một.

→ Chấm dứt ngay cái việc ném tiền vào những vụ đầu cơ mộng mơ đi nhé.

### **Kêu Gọi Hành Động**

Ngay lúc này đây, hãy mở ngay danh mục đầu tư ra và soi lại thật kỹ.

- Liệu có quả bom nổ chậm nào đang nằm vùng trong đó không.
- Một cổ phiếu đang bị thổi giá nóng bỏng tay.
- Một công ty đem tiền đi đổ vào những mảng kinh doanh tồi tệ.
- Hay một cái mã nghe rất kêu nhưng lợi nhuận lại bằng không.

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

Thật nghĩ xem có mã cổ phiếu rác nào đang nằm chờ trong tài khoản không.

→ Hãy cùng suy ngẫm và chúng ta sẽ tiếp tục mở xỏ vụn đổ 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 rõ thực ra có thể cực kỳ đốt.”

↓

Đập thủng 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 đầu tin”

– “nhìn qua tư tưởng hợp dơn”

↓

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 cổ phiếu

→ doanh nghiệp

→ ngành nghề

→ chu kỳ kinh tế

↓

Dùng những ví dụ thực tế để phá vỡ định kiến

– “cửa hàng vốn đông khách nhưng lợi nhuận giảm”

– “doanh thu tăng nhưng tiền mặt biến mất”

↓

Không gượng gập định nghĩa P/E

Mà kết cảm giác: “nhìn thấy món hàng giảm giá mạnh chưa chắc là cơ hội.”

↓

Biên dữ kiện tài chính thành cảm xúc đầu tư

↓

Không bán cổ phiếu cụ thể Mà bán:

– tư duy định giá

– khả năng nhìn doanh nghiệp

– góc nhìn dài hạn

– kỹ năng tránh bẫy giá rẻ

↓

Kết bằng cảm giác:

“cổ phiếu rẻ nhất đôi khi lại là cổ phiếu đắt nhất.”

**Format Đây Cực Mạnh Cho:**

1. Content định giá cổ phiếu

2. Phân tích P/E, P/B

3. Video tài chính phân 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 niềm 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 b⊃ng

#### ⊃ C⊃t L⊃i Ki⊃u Vi⊃t N⊃y:

- 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 N⊃y:

P/E th⊃p

- lợi nhuận gi⊃m
- dòng ti⊃n y⊃u
- niềm 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.”

## □ Muốn Nâng Cấp Hơn Nữa Thì:

- Giảm bớt lập luận điếm
- Tăng thêm ví dụ đời thực
- Thêm các chi tiết hoạt động kinh doanh  
(cửa hàng, đơn hàng, nhà máy, tài kho, công nợ...)
- Thêm các tín hiệu dòng tiền thực tế

↓

Khi đó content sẽ:

- súc hơn
- thật hơn
- dễ nhớ hơn
- và rất giống documentary đầu tư theo phong cách Peter Lynch hiện đại.