

CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

MUA - Giá mục tiêu: 61.300 VND (+39%)

Chúng tôi khuyến nghị MUA với giá mục tiêu của MWG lên 61.300 đồng/cổ phiếu (+39% tăng giá, sử dụng phương pháp chiết khấu dòng tiền). Các yếu tố thúc đẩy giá: (1) Động lực thúc đẩy doanh thu mảng điện tử – điện máy (ICT) qua mô hình supermini và Topzone, (2) Chuỗi Bách Hóa Xanh tối ưu hóa doanh thu trên mỗi cửa hàng, (3) Tìm kiếm cơ hội tăng trưởng thông qua các mô hình kinh doanh mới.

Luận điểm đầu tư

Gia tăng doanh thu mảng Điện tử - Điện máy (ICT). Trong tương lai, MWG đẩy mạnh tăng trưởng TGDD và ĐMX thông qua gia tăng, cạnh tranh thị phần, tập trung cải thiện doanh thu và giảm chi phí các cửa hàng cũ, làm việc với các nhà cung cấp để tăng lợi thế về độc quyền, đặc biệt là qua Topzone với các sản phẩm Apple.

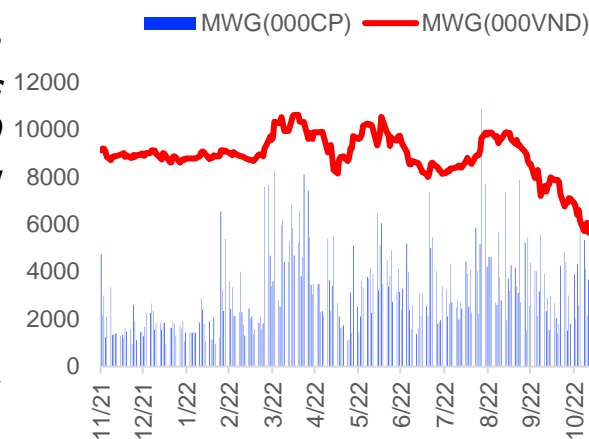
Chuỗi Bách Hóa Xanh (BHX) tập trung tối ưu hóa doanh thu trên một cửa hàng, hướng đến mục tiêu có lãi vào cuối năm 2023. Mảng bán lẻ tạp hóa tại Việt Nam chiếm tỉ trọng lớn nhất trong cấu trúc doanh số ngành bán lẻ, quy mô thị trường lên đến 80 tỷ USD, dư địa của chuỗi bán lẻ hiện đại như BHX là còn rất lớn.

Tìm kiếm cơ hội tăng trưởng thông qua các mô hình kinh doanh mới. MWG liên tục tìm các hướng đi mới nhằm giữ vững đà tăng trưởng. Trong những mảng kinh doanh thử nghiệm, AVA Kids đang có kết quả ban đầu khá khả quan. Với An Khang, MWG tạm thời dung mở rộng để tối ưu hóa và đánh giá lại mô hình hoạt động.

Rủi ro đầu tư

Kinh tế Việt Nam phải đối mặt với các yếu tố gây nên áp lực lạm phát có thể ảnh hưởng đến sức mua của người tiêu dùng, đặc biệt là đối với mặt ICT. Bên cạnh đó, chuỗi BHX phục hồi không đúng theo dự tính cũng sẽ là một rủi ro cần chú ý.

Biến động giá



	1T	3T	12T
MWG (%)	-17,05%	-42,16%	37,34%
VN-Index (%)	-0,41%	-18,78%	-30,49%

Thông tin doanh nghiệp

Giá hiện tại (29/11/2022)	VND 44.050
Giá mục tiêu	VND 61.300
Tăng/Giảm	39%
Vốn hóa	62.640 tỷ VND
	2,532 tỷ USD
Biến động giá trong 52 tuần	VND 37.700 – VND 79.528
Giá trị giao dịch bình quân	210 tỷ VND
	8,4 triệu USD
Sở hữu nước ngoài tối đa	49%
Sở hữu nước ngoài hiện tại	49%

Chỉ tiêu	Đơn vị	2021	2022F	2023F	2024F	2025F
Doanh thu thuần	Tỷ đồng	122.958	137.658	149.241	160.822	172.323
Lợi nhuận gộp	Tỷ đồng	27.632	28.674	31.692	34.926	38.158
<i>Biên lợi nhuận gộp</i>	%	<i>22,47%</i>	<i>20,83%</i>	<i>21,24%</i>	<i>21,72%</i>	<i>22,14%</i>
Lợi nhuận trước thuế và lãi vay_EBIT	Tỷ đồng	5.895	5.709	8.270	9.922	11.033
Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	6.472	6.215	8.903	10.518	11.662
Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	4.901	4.836	6.926	8.183	9.073
Thu nhập mỗi cp-EPS	Đồng	6.897	3.302	4.729	5.588	6.195
<i>Tăng trưởng EPS</i>	%		<i>-52,13%</i>	<i>43,24%</i>	<i>18,15%</i>	<i>10,88%</i>
P/E	Lần	6,39	13,34	9,31	7,88	7,11
P/B	Lần	1,54	2,70	2,19	2,54	2,10
EV/EBITDA	Lần	13,32	27,53	20,71	17,80	0,00
ROE	%	24,05%	20,20%	23,56%	22,66%	20,75%
ROA	%	7,78%	7,82%	9,67%	10,17%	9,80%

CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

MUA - Giá mục tiêu: 61.300 VND (+39%)

Cập nhật kết quả kinh doanh

Năm 2022, MWG đặt mục tiêu doanh thu đạt 140.000 tỷ đồng, và LNST đạt 6.350 tỷ đồng, tăng trưởng lần lượt 14% và 30% so với thực hiện năm 2021.

Lũy kế 9 tháng đầu năm 2022, MWG ghi nhận doanh thu thuần hợp nhất đạt 102.816 tỷ đồng và lợi nhuận sau thuế đạt 3.493 tỷ đồng, lần lượt tăng trưởng 18% và 4% so với cùng kỳ (svck). Công ty đã hoàn thành 73% kế hoạch doanh thu và 55% kế hoạch LNST cả năm.

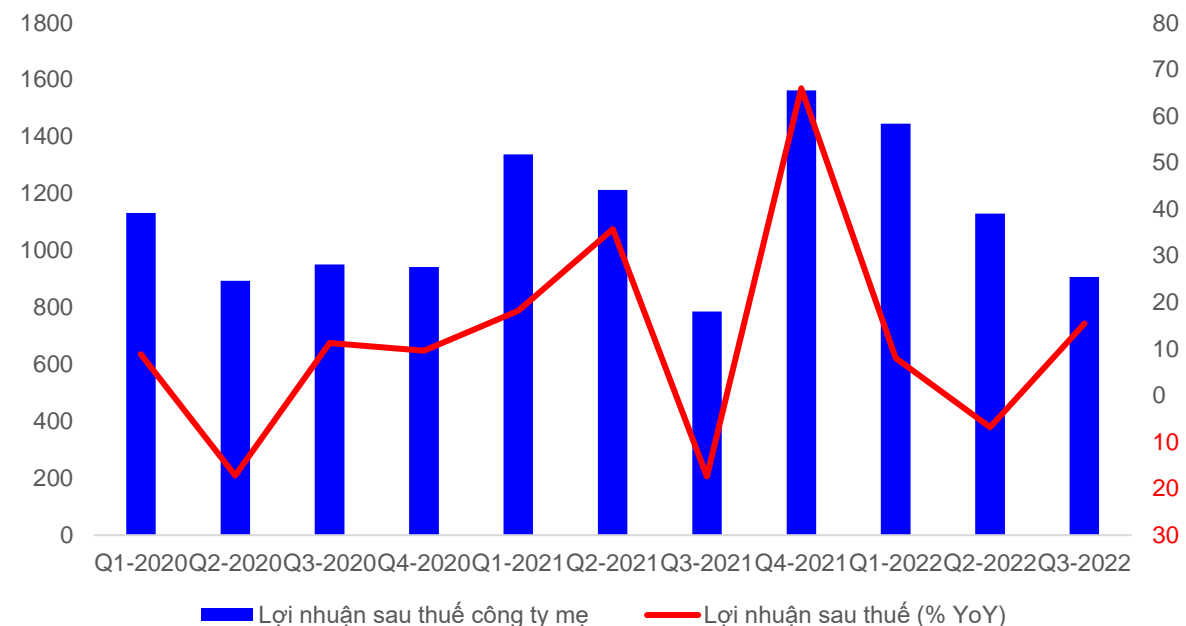
Thế giới di động (TGDD) – bao gồm Topzone và Điện Máy Xanh (DMX) đóng góp lần lượt là 27 nghìn tỷ và 54 nghìn tỉ đồng, chiếm 79% cơ cấu doanh thu MWG. Tổng doanh thu lũy kế của hai chuỗi này tăng 27% svck. Tính riêng trong quý 3 2022, hai chuỗi chủ lực này tăng trưởng 62% từ nền so sánh thấp của cùng kỳ năm trước.

BHX mang về 20 nghìn tỉ đồng, chiếm 19,4%. Lũy kế 9 tháng, doanh thu của BHX giảm 12%. Doanh số quý 3 giảm 23% từ mức đỉnh cùng kỳ năm trước, tuy nhiên vẫn là quý cao thứ 3 trong lịch sử hoạt động của chuỗi này.

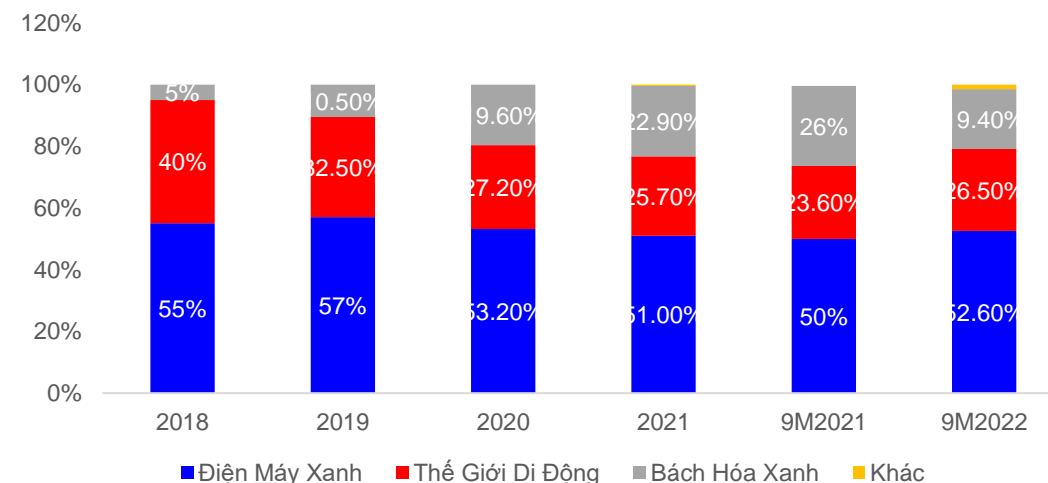
Với việc tiếp tục duy trì tăng trưởng hai chữ số, tỷ trọng đóng góp của chuỗi TGDD và DMX trong cơ cấu doanh thu của MWG tăng từ 50% và 23,6% cùng kỳ năm ngoái lên 52,6% và 26,5% trong 9M2022. Ở chiều ngược lại, tỷ trọng đóng góp của chuỗi BHX giảm từ 26% xuống còn 19,4% khi doanh thu chuỗi này có sự sụt giảm.

Cuối tháng 9/2022, MWG vận hành 5.689 cửa hàng, bao gồm 1.116 cửa hàng TGDD (gồm 71 cửa hàng Topzone), 2.246 cửa hàng DMX (gồm 1019 cửa hàng DMS), 1.727 cửa hàng BHX, 529 nhà thuốc An Khang, 71 cửa hàng AVAKids và 12 AVASport.

Kết quả kinh doanh theo Quý



Cơ cấu Doanh thu MWG



CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

MUA - Giá mục tiêu: 61.300 VND (+39%)

Mục tiêu gia tăng doanh thu mảng Điện tử - Điện máy với chuỗi cửa hàng Supermini và Topzone.

Hiện tại MWG vẫn tập trung vào 2 chuỗi cốt lõi là Chuỗi Thế Giới Di Động (TGDD) và Điện Máy Xanh (ĐMX) khi 2 chuỗi này vẫn là trụ cột chính đóng góp 75% đến 80% doanh thu. Khi thị phần của MWG trong ngành hàng ICT đã đạt đến mức 50-60%, chạm mức bão hòa, BLD xác định rằng ĐMX Supermini và Topzone sẽ chủ yếu thúc đẩy tăng trưởng của mặt hàng này trong tương lai.

Trong 9M2022, hai chuỗi TGDD và ĐMX mang về lũy kế 81 nghìn tỷ đồng, tăng 27% svck. Tăng trưởng doanh thu ở các cửa hàng cũ cùng sự đóng góp của các cửa hàng mới (chủ yếu là DMS và Topzone) đã là động lực thúc đẩy doanh thu mảng ICT này. Tăng trưởng Doanh thu/CH lũy kế 9 tháng của 2 chuỗi này ghi nhận ở mức 16%.

Công ty chia sẻ rằng MWG đang tăng trưởng tốt hơn so với thị trường chung ở tất cả các ngành hàng, tiếp tục gia tăng thị phần tại tất cả các mặt hàng chính. Biên LNG quý 3 tăng nhẹ lên 23%, chủ yếu gia tăng nhờ tăng doanh thu đóng góp của ngành hàng gia dụng – chiếm khoảng 10% doanh thu của TGDD và ĐMX.

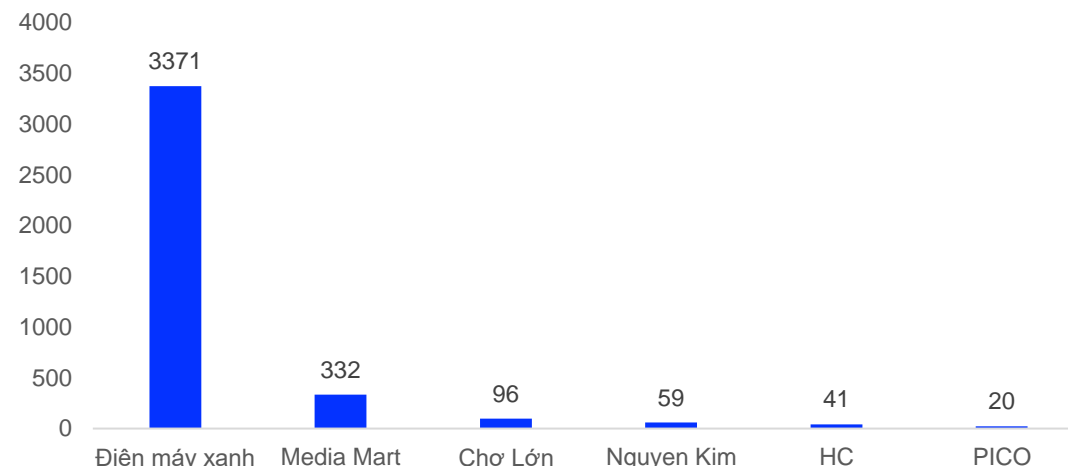
Chuỗi ĐMX Supermini (DMS) góp phần gia tăng tỉ trọng và doanh thu cho MWG. Mô hình cửa hàng này được định hướng dùng để tấn công các thị trường nhỏ, vùng xôi vùng xa, và đã mang về cho MWG những kết quả khả quan. Nhỏ gọn và bao phủ dày đặc là mục tiêu mà Điện Máy Xanh supermini hướng tới. DMS vẫn đang tiếp tục là nhân tố đem lại lợi nhuận và gia tăng thị phần của MWG. Trong vòng 12 tháng vừa qua, số cửa hàng DMS tiếp tục gia tăng đáng kể về số lượng, hiện chiếm 45% về số lượng cửa hàng của chuỗi Điện máy xanh, tăng 11% so với tỷ trọng 34% của Quý 3/2021.

Chuỗi ĐMX Supermini đã nhân rộng mạnh mẽ từ 300 cửa hàng và mức đóng góp 850 tỷ đồng năm 2020 lên 800 cửa hàng và doanh số 6.800 tỷ đồng năm 2021. Với 1034 điểm bán vào thời điểm cuối tháng 10/2022, ĐMX tiếp tục là nhân tố thúc đẩy cho chuỗi Điện Máy Xanh. Sau hơn hai năm mở rộng, MWG cũng nhận thấy những cơ hội để gia tăng doanh số từ việc nâng cấp các cửa hàng Supermini có doanh thu vượt trội lên mô hình ĐMX Mini hoặc chuyển từ TGDD sang DMS tại các khu vực có tiềm năng.

Chuỗi Thế giới di động và Điện Máy Xanh

Diễn giải	Q1-2022	Q2-2022	Q3-2022
Tổng số cửa hàng cuối kỳ	3.091	3.198	3.362
Tăng trưởng tổng doanh thu svck	21%	12%	62%
Tăng trưởng doanh thu cửa hàng cũ	9%	3%	52%
Biên lợi nhuận gộp	22%	21%	23%
Tỷ trọng DT online	19%	15%	15%
Đóng góp của DMS	9%	10%	10%
Đóng góp của Topzone	2%	2%	2%

Số cửa hàng của các hệ thống siêu thị Điện máy (Tính đến 24/11/2022)



CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

MUA - Giá mục tiêu: 61.300 VND (+39%)

Hướng đến mục tiêu gia tăng thị phần và doanh thu Apple lên 1 tỷ USD bằng mô hình Topzone. Từ cuối 2021, MWG đã thử nghiệm và triển khai mô hình cửa hàng Mono (cửa hàng chuyên biệt chỉ bán các sản phẩm của Apple). Đây là phiên bản cửa hàng nâng cao mà Việt Nam chưa có. Theo đánh giá của công ty, tập khách hàng của Apple thuộc phân khúc cao cấp với khả năng chi trả cao và thói quen liên tục cập nhật công nghệ mới là những tiềm năng lớn của thị trường này.

Apple cũng đã thể hiện sự quan tâm đến thị trường Việt Nam khi nâng mức ưu tiên của thị trường nước ta lên hạng 3 thay vì hạng 4-5 như trước, giúp người dùng có thể nhận được máy sớm chỉ sau 3 tuần so với các thị trường lớn như Mỹ, Singapore,... Điều này sẽ hạn chế hàng xách tay, hướng người tiêu dùng đến với các cửa hàng phân phối chính hãng.

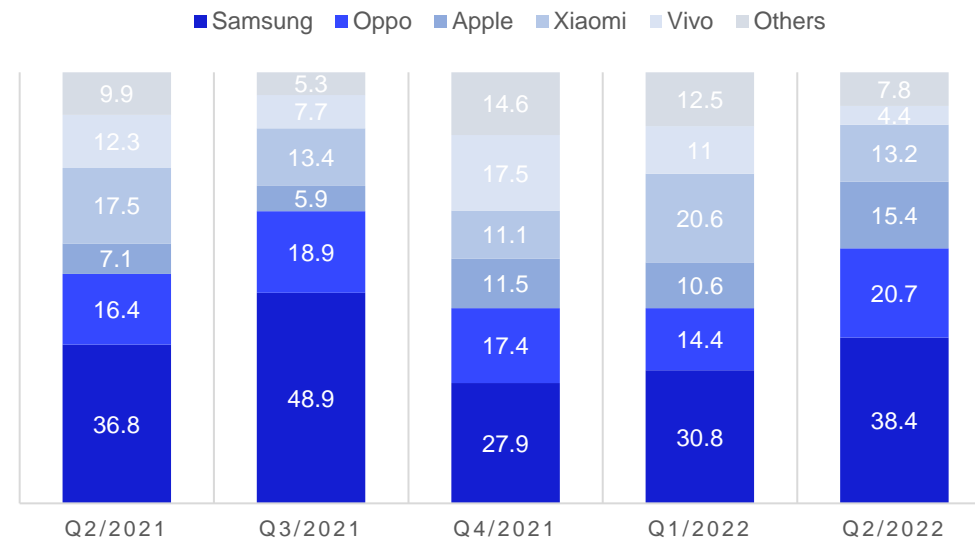
MWG cho rằng còn nhiều tiềm năng với các sản phẩm khác thuộc hệ sinh thái của Apple bên cạnh dòng điện thoại cao cấp. MWG cũng sẽ tập trung vào các dòng sản phẩm này, khi mà tại Việt Nam mới chỉ tập trung chủ yếu vào Iphone.

Sự ra mắt của Iphone 14 vào Tháng 9 vừa qua dự kiến đóng góp doanh thu cho Topzone vào quý cuối cùng của năm. Iphone 14 thúc đẩy tăng trưởng 150% svck, tuy nhiên BLD chia sẻ có thể làm tốt hơn nữa nếu chuỗi cung ứng không gặp khó khăn do căng thẳng tại các nhà máy của Iphone tại Trung Quốc.

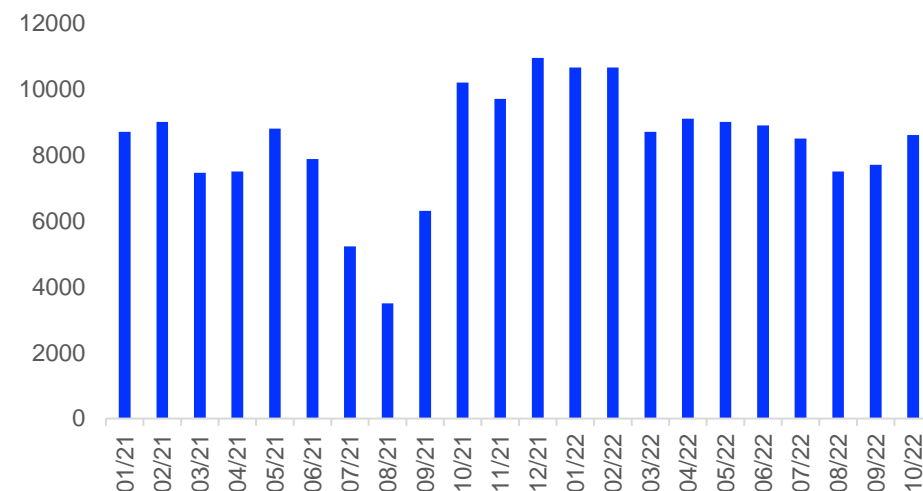
Trong tương lai, MWG đẩy mạnh tăng trưởng TGDD và ĐMX thông qua gia tăng, cạnh tranh thị phần, tập trung cải thiện doanh thu và giảm chi phí các cửa hàng cũ, làm việc với các nhà cung cấp để tăng lợi thế về độc quyền, đặc biệt là qua Topzone với các sản phẩm Apple.

Triển vọng ngành ICT trong 2023 theo MWG là không lạc quan, không có nhiều tăng trưởng khi sức mua giảm sút, đặc biệt là trong 6T2023. Chính vì vậy, TGDD và Điện máy xanh hiện không có kế hoạch mở mới trong giai đoạn từ nay đến giữa 2023 trong bối cảnh số lượng cửa hàng của hai chuỗi này cũng đã lớn.

Thị phần di động tại Việt Nam (Q2/2022)



Doanh thu TGDD và ĐMX theo tháng (tỷ đồng)



CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

MUA - Giá mục tiêu: 61.300 VND (+39%)

Tối ưu hóa Bách Hóa Xanh, hướng đến mục tiêu có lợi nhuận vào 2023

Mảng bán lẻ tạp hóa tại Việt Nam chiếm tỉ trọng lớn nhất trong cấu trúc doanh số ngành bán lẻ, quy mô thị trường lên đến 80 tỷ USD. Tuy nhiên, phần doanh thu lớn nhất vẫn thuộc về các chợ truyền thống, tiệm tạp hóa. Lĩnh vực này còn rất nhiều dư địa tăng trưởng khi tỷ lệ bao phủ của bán lẻ hiện đại tại Việt Nam thấp hơn nhiều nước trong khu vực, chỉ đạt 25% tổng mức bán lẻ. Trong khi đó, tỷ lệ này tại Philippines là 33%, Thái Lan là 34%, Malaysia 60%, Singapore là 90%,...

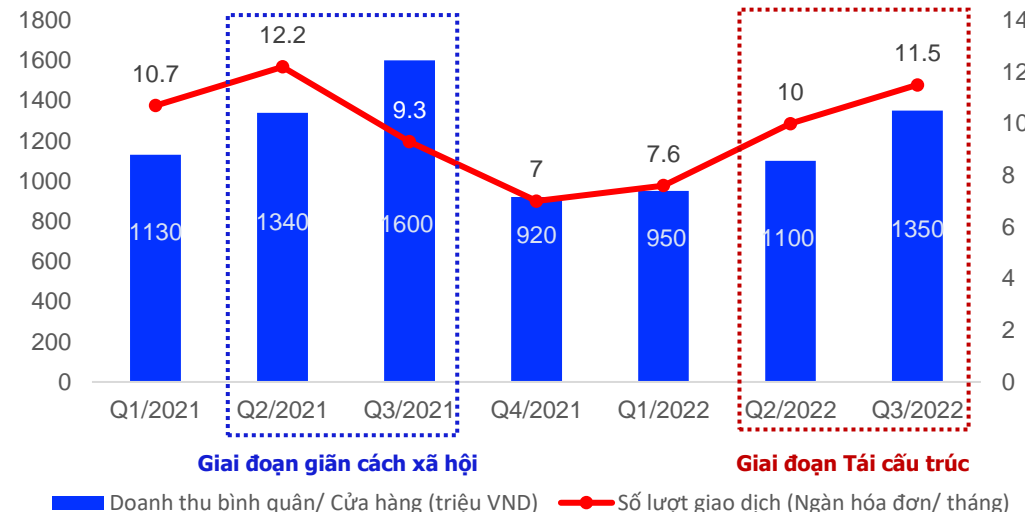
BHX đã kết thúc quá trình thay đổi layout mới và đóng những cửa hàng không hiệu quả. Trong quý 3, dù số lượng cửa hàng giảm do tái cấu trúc, tổng doanh thu toàn chuỗi BHX đã tăng 5% và doanh thu bình quân đạt 1.35 tỷ/CH (+20% so với Q2). Số lượt giao dịch cũng được khôi phục so với mức cao của Quý 2 2021. Đến tháng 10, BHX đã ghi nhận mức hòa vốn EBITDA ở cấp độ công ty khi chuỗi này đã ghi nhận mức lợi nhuận trực tiếp (đã bao gồm khấu hao) ở cấp độ cửa hàng dương và cao nhất kể từ đầu năm. Có thể thấy, nỗ lực tái cấu trúc đã bắt đầu có hiệu quả, chi phí phát sinh khi đóng cửa hàng rơi vào khoảng 500 tỷ đồng đã được hạch toán đầy đủ vào Quý 2 và Quý 3 và sẽ không ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh từ Tháng 10.

Hiện tại, các cửa hàng của BHX đã có những thay đổi đáng kể so với thời điểm cuối năm 2021. Trải nghiệm của khách hàng được cải thiện, BLD tự tin về trải nghiệm của người mua sắm so với các siêu thị lớn. Khách hàng mục tiêu không chỉ còn là người mua tại các chợ truyền thống mà còn từ cả các siêu thị chuyển qua mua hàng tại BHX.

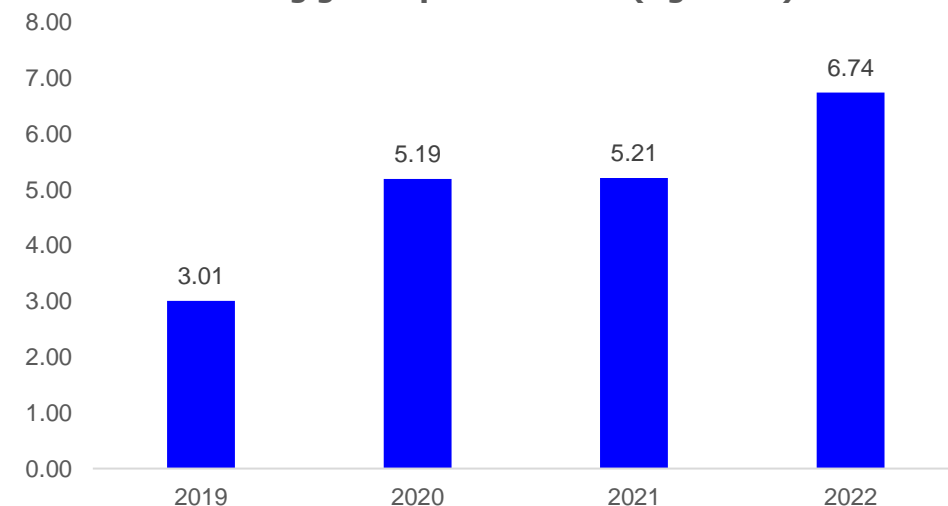
Định hướng gia tăng doanh thu của BHX năm 2023 sẽ đến từ việc gia tăng khách hàng mới. Bên cạnh đó, các chương trình khuyến mãi vẫn được triển khai. Những chương trình này đến từ sự phối hợp và hợp tác của MWG với các nhãn hàng. Bên cạnh đó, MWG sẽ tập trung vào việc tối ưu hóa chuỗi logistics của BHX sau thời gian dài tập trung vào hàng hóa, giá cả và nhân viên. Nếu doanh thu/cửa hàng tăng lên và đạt 1,5– 1,6 tỷ/CH với BLNG đạt 22%, BHX sẽ về đích và có lời. BLD cũng tự tin vào khả năng có lời của BHX vào quý 4 năm sau trừ khi có tình hình xấu đi đột biến về các yếu tố bên ngoài.

Trong thời gian tới, MWG sẽ tập trung vào mô hình 150-200 mét vuông (Hiện tại đang là 100m²). Bên cạnh đó, MWG cũng tập trung vào khu dân cư đông đúc, các khu nhà trọ và KCN. BLD không đặt tiêu chí về số lượng cửa hàng, mục tiêu mở shop nào thì shop đó sẽ mang lại lợi nhuận.

Doanh thu và Số lượt giao dịch tại BHX có sự cải thiện sau giai đoạn tái cấu trúc



Số lượng cửa hàng tiện lợi tại Việt Nam tăng gấp đôi trong giai đoạn 2019-2022 (Nghìn CH)



CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

MUA - Giá mục tiêu: 61.300 VND (+39%)

Tìm kiếm cơ hội tăng trưởng thông qua các mô hình kinh doanh mới

Ngoài BHX, MWG bắt đầu mở rộng và thử nghiệm các mô hình mới để khai phá thêm các lĩnh vực khác, vùng đất màu mỡ khác nhằm giữ vững đà tăng trưởng của tập đoàn trong những năm tiếp theo. MWG lựa chọn những ngành nghề thiết yếu với quy mô thị trường lớn để thử nghiệm và khai thác, với mô hình AVA và chuỗi nhà thuốc An Khang.

Bên cạnh đó, MWG cũng đạt kết quả kinh doanh khả quan với chuỗi nhà thuốc An Khang. Cũng giống như thị trường Mẹ và Bé, quy mô của ngành dược hiện rơi vào khoảng 7-8 tỷ USD, và có đến 60 nghìn hàng thuốc truyền thống trong khi cửa hàng theo chuỗi còn ít. Dư địa ngành là còn lớn, MWG hiện đang rà soát và điều chỉnh về nhận diện của An Khang với mục tiêu tăng tốc trong thời gian tới, hướng đến mục tiêu Top 3 doanh số mảng dược.

Chuỗi An Khang tính đến cuối T9 có 529 nhà thuốc, các nhà thuốc hoạt động ổn định từ tối thiểu 6 tháng có doanh thu từ 400-500 triệu đồng/tháng, nhà thuốc mới khai trương trong vòng 6 tháng doanh thu 300-350 triệu đồng/tháng. Dù hướng đến mục tiêu mở rộng 800 cửa hàng trong 2022, MWG đã quyết định dừng mở rộng lại vào Quý 3 khi môi trường vĩ mô không thuận lợi. Đây cũng là cơ hội để MWG đi chậm lại để tối ưu hóa và đánh giá lại mô hình của An Khang.

Trong 2023, An Khang sẽ được mở rộng vào thời điểm phù hợp và thận trọng trên cơ sở có lãi. Với doanh thu trung bình từ 450-500 triệu đồng/CH và duy trì BLNG khoảng 22%, An Khang được dự tính sẽ vượt mức hòa vốn và thậm chí là có lãi. An Khang sẽ mở ở khu trung tâm đông đúc, tuyến đường tier 2 (các trục đường dân sinh) để đảm bảo lượng khách hàng.

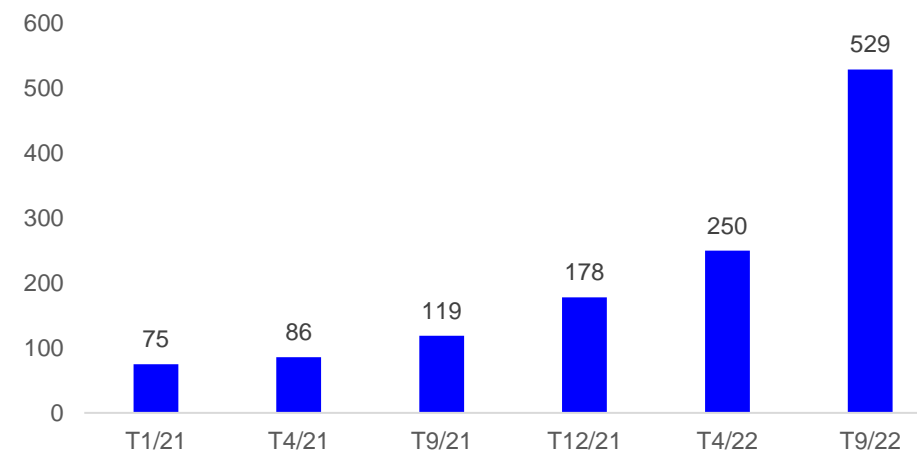
Dự phóng và Định giá

Chúng tôi dự phóng kết quả kinh doanh năm 2022 với doanh thu đạt 137.658 nghìn tỷ đồng (+12% svck) và LNST đạt 4.836 tỷ đồng (-2% svck) khi hoạt động kinh doanh của MWG đi chậm lại vào những tháng cuối năm và bị ảnh hưởng bởi đợt tái cơ cấu chuỗi Bách Hóa Xanh.

Lạm phát kéo dài sẽ làm ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng doanh thu của mặt hàng ICT, tuy nhiên với kỳ vọng vào mảng BHX sẽ bắt đầu cải thiện và sinh lời, cùng với việc chi phí phát sinh khi đóng cửa hàng đã được hạch toán hết, chúng tôi dự phóng Doanh thu và LNST năm 2023 của MWG sẽ lần lượt đạt 149.241 tỷ đồng và 6.926 tỷ đồng.

Chúng tôi khuyến nghị MUA với giá mục tiêu của MWG lên 61.300 đồng/cổ phiếu (+39% tăng giá, sử dụng phương pháp chiết khấu dòng tiền).

Số cửa hàng của An Khang tăng trưởng mạnh mẽ từ Q4/2021



Kết quả kinh doanh	2022F	2023F
Doanh thu thuần	137.658	149.241
Tăng trưởng	12%	8%
LNST	4.836	6.926
Tăng trưởng	-2%	43%

CTCP Thế Giới Di Động (HOSE: MWG)

Kết quả kinh doanh (tỷ đồng)						Hệ số tài chính					
	2021	2022F	2023F	2024F	2025F		2021	2022F	2023F	2024F	2024F
Doanh thu	122.958	137.658	149.241	160.822	172.323	Hệ số hiệu quả					
Giá vốn hàng bán	95.326	108.985	117.549	125.895	134.166	Biên lợi nhuận gộp	22,5%	20,8%	21,2%	21,7%	22,1%
Lợi nhuận gộp	27.632	28.674	31.692	34.926	38.158	EBITDA Margin	7,2%	5,7%	7,1%	7,6%	0,0%
Doanh thu tài chính	1.288	1.308	1.448	1.480	1.585	Biên lợi nhuận ròng	4,0%	3,5%	4,6%	5,1%	5,3%
Chi phí tài chính	715	822	837	908	982	ROE	24,1%	20,2%	23,6%	22,7%	20,8%
Chi phí bán hàng	17.914	18.897	19.016	20.262	22.049	ROA	7,8%	7,8%	9,7%	10,2%	9,8%
Chi phí quản lý doanh nghiệp	3.823	4.068	4.406	4.743	5.076	Hệ số tăng trưởng					
Lợi nhuận thuần hđ kinh doanh	5.895	5.709	8.270	9.922	11.033	Tăng trưởng doanh thu	13,3%	12,0%	8,4%	7,8%	7,2%
Lợi nhuận trước thuế	6.472	6.215	8.903	10.518	11.662	Tăng trưởng LNTT	19,6%	-4,0%	43,2%	18,1%	10,9%
Lợi nhuận sau thuế	4.901	4.836	6.926	8.183	9.073	Tăng trưởng LNST	25,0%	-1,3%	43,2%	18,1%	10,9%
Lợi nhuận cổ đông công ty mẹ	4.901	4.836	6.926	8.183	9.073	Tăng trưởng EPS	0,0%	-52,1%	43,2%	18,1%	10,9%
Lợi nhuận cổ đông thiểu số	11,8	13,8	16,7	20,1	23,8	Hệ số thanh khoản					
						Hệ số thanh toán hiện hành	1,22x	1,33x	1,39x	1,51x	1,62x
Tài sản- Nguồn vốn (tỷ đồng)						Hệ số định giá					
	2021	2022F	2023F	2024F	2025F		2021	2022F	2023F	2024F	2024F
Tài sản ngắn hạn	51.955	50.347	58.727	66.837	79.257	Hệ số thanh toán nhanh	0,51x	0,46x	0,48x	0,57x	0,68x
Tiền tương đương tiền	4.142	2.933	1.983	5.676	9.813	Nợ phải trả/Tổng tài sản	0,68x	0,61x	0,59x	0,55x	0,53x
Đầu tư tài chính ngắn hạn	14.237	12.101	15.126	16.034	19.241	Nợ phải trả/Vốn chủ sở hữu	2,09x	1,58x	1,44x	1,23x	1,12x
Khoản phải thu ngắn hạn	3.162	2.445	2.985	3.740	4.008	Hệ số đảm bảo chi phí lãi vay	8,25x	6,95x	9,88x	10,93x	11,23x
Hàng tồn kho	29.167	31.252	36.881	39.500	44.173	Hệ số định giá					
Tài sản ngắn hạn khác	1.247	1.616	1.752	1.887	2.022	EPS (VND)	6.897	3.302	4.729	5.588	6.195
Tài sản dài hạn	11.016	11.490	12.885	13.617	13.310	BVPS (VND)	28.578	16.344	20.073	24.661	29.856
Tài sản cố định hữu hình	9.567	10.094	11.427	12.096	11.724						
Tài sản cố định vô hình	80	78	78	77	77						
Khoản phải thu dài hạn	482	505	547	590	632						
Tài sản dài hạn khác	439	381	413	445	477						
Tổng tài sản	62.971	61.838	71.611	80.454	92.567						
Nợ phải trả	42.593	37.902	42.214	44.337	48.842						
Nợ phải trả ngắn hạn	42.593	37.896	42.208	44.331	48.842						
Phải trả người bán ngắn hạn	12.180	10.898	11.755	12.590	13.417						
Vay và nợ thuê tài chính ngắn hạn	24.647	22.310	25.399	26.323	29.646						
Phải trả ngắn hạn khác	4.537	3.589	3.871	4.146	4.418						
Nợ phải trả dài hạn	-	6	6	6	-						
Vay và nợ thuê tài chính dài hạn	-	6	6	6	-						
Phải trả dài hạn khác	-	-	-	-	-						
Vốn chủ sở hữu	20.378	23.936	29.398	36.116	43.725						
Vốn góp của chủ sở hữu	7.131	14.645	14.645	14.645	14.645						
Thặng dư vốn cổ phần	558	558	558	558	558						
Cổ phiếu quỹ	(2,32)	(2,32)	(2,32)	(2,32)	(2,32)						
Quỹ đầu tư phát triển	5,39	-	-	-	-						
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	12.675	8.721	14.180	20.895	28.500						
Lợi ích cổ đông không kiểm soát	12	14	17	20	24						
Tổng nguồn vốn	62.971	61.838	71.611	80.454	92.567						

Liên hệ: Phòng Nghiên cứu Khách hàng Tổ chức – Khối Nghiên cứu

Trưởng Phòng

Hoàng Công Tuấn Tuan.HoangCong@mbs.com.vn

Nhóm nghiên cứu Kinh tế vĩ mô

Kinh tế vĩ mô

Nguyễn Trọng Việt Hoàng Hoang.NguyenTrong@mbs.com.vn

Trái phiếu

Lê Minh Anh Anh.LeMinh@mbs.com.vn

Nhóm Nghiên cứu Ngành và Cổ phiếu

Năng lượng - Dầu khí

Chu Thế Huỳnh Huynh.ChuThe@mbs.com.vn

Bất động sản - Tài chính

Trần Thái Bình Binh.TranThai@mbs.com.vn

Hàng tiêu dùng - Bán lẻ

Phạm Thùy Trang Trang.PhamThuy@mbs.com.vn

Bất động sản - Tài chính

Đình Công Luyện Luyen.DinhCong@mbs.com.vn

Tài chính - Ngân hàng

Đỗ Lan Phương Phuong.DoLan@mbs.com.vn

Tài chính- Vật liệu xây dựng

Dương Thiệu Chí Chi.DuongThien@mbs.com.vn

Hệ Thống Khuyến Nghị: Hệ thống khuyến nghị của MBS được xây dựng dựa trên mức chênh lệch của giá mục tiêu 12 tháng và giá cổ phiếu trên thị trường tại thời điểm đánh giá

Xếp hạng	Khi (giá mục tiêu – giá hiện tại)/giá hiện tại
MUA	$\geq 15\%$
GIỮ	Từ -15% đến +15%
BÁN	$\leq -15\%$

MBS SECURITIES

Được thành lập từ tháng 5 năm 2000 bởi Ngân hàng TMCP Quân đội (MB), Công ty CP Chứng khoán MB (MBS) là một trong 5 công ty chứng khoán đầu tiên tại Việt Nam. Sau nhiều năm không ngừng phát triển, MBS đã trở thành một trong những công ty chứng khoán hàng đầu Việt Nam cung cấp các dịch vụ bao gồm: môi giới, nghiên cứu và tư vấn đầu tư, nghiệp vụ ngân hàng đầu tư và các nghiệp vụ thị trường vốn. Mạng lưới chi nhánh và các phòng giao dịch của MBS đã được mở rộng và hoạt động có hiệu quả tại nhiều thành phố trọng điểm như Hà Nội, TP, HCM, Hải Phòng và các vùng chiến lược khác, Khách hàng của MBS bao gồm các nhà đầu tư cá nhân và tổ chức, các tổ chức tài chính và doanh nghiệp, Là thành viên Tập đoàn MB bao gồm các công ty thành viên như: Công ty CP Quản lý Quỹ đầu tư MB (MB Capital), Công ty Quản lý nợ và Khai thác tài sản MB (AMC), Công ty Tài chính TNHH MB Shinsei (MS Finance). MBS có nguồn lực lớn về con người, tài chính và công nghệ để có thể cung cấp cho Khách hàng các sản phẩm và dịch vụ phù hợp mà rất ít các công ty chứng khoán khác có thể cung cấp.

MBS RESEARCH | TUYÊN BỐ MIỄN TRÁCH NHIỆM

Copyrights. MBS 2020, ALL RIGHTS RESERVED. Bản quyền năm 2020 thuộc về Công ty CP Chứng khoán MB (MBS), Những thông tin sử dụng trong báo cáo được thu thập từ những nguồn đáng tin cậy và MBS không chịu trách nhiệm về tính chính xác của chúng, Quan điểm thể hiện trong báo cáo này là của (các) tác giả và không nhất thiết liên hệ với quan điểm chính thức của MBS, Không một thông tin cũng như ý kiến nào được viết ra nhằm mục đích quảng cáo hay khuyến nghị mua/bán bất kỳ chứng khoán nào, Báo cáo này không được phép sao chép, tái bản bởi bất kỳ cá nhân hoặc tổ chức nào khi chưa được phép của MBS.

MBS HỘI SỞ

Tòa Nhà MB, 21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội | Tel: +84 24 7304 5688 – Fax: +84 24 3726 2601 | Website: www.mbs.com.vn