

Phân tích Công ty Cổ phần **DƯỢC PHẨM VIỄN ĐÔNG**



CÔNG TY CP CHỨNG KHOÁN **MHB**

PHÒNG PHÂN TÍCH - TƯ VẤN

Trình bày: **VÕ KIM PHỤNG**

Email: phung.vk@mhbs.vn

Điện thoại: 08.38 241 567

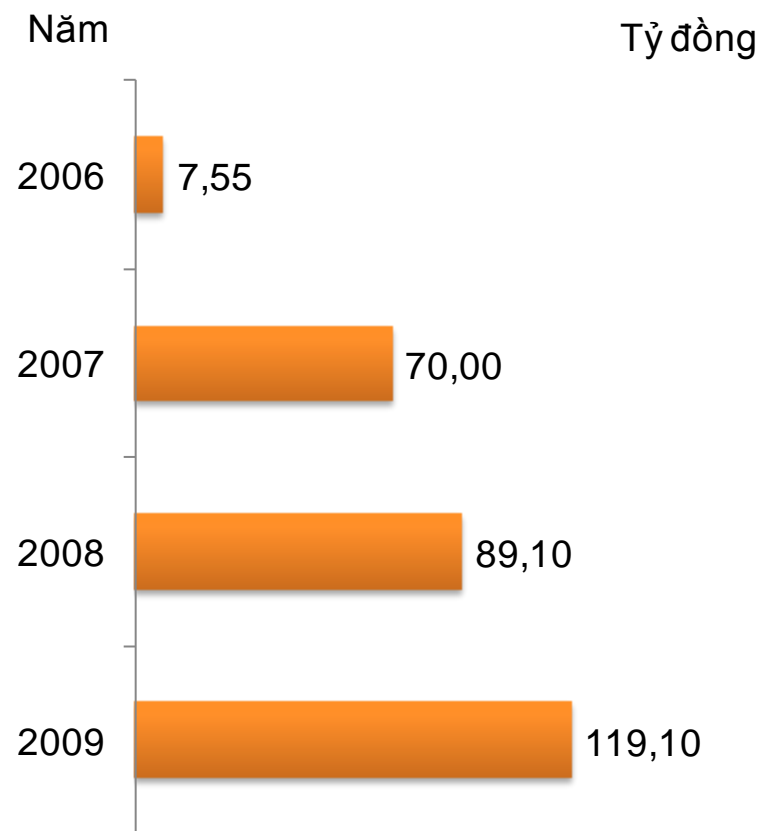
NỘI DUNG

- I. Giới thiệu doanh nghiệp Dược phẩm Viễn Đông**
- II. Hoạt động sản xuất kinh doanh của Dược phẩm Viễn Đông**
- III. So sánh Dược phẩm Viễn Đông với các Doanh nghiệp ngành Dược**

I. GIỚI THIỆU DOANH NGHIỆP

❖ Lịch sử hoạt động

- | | |
|------|--|
| 2004 | CTCP Dược phẩm Đại Hà Thành được thành lập, là tiền thân của CTCP Dược phẩm Viễn Đông ngày nay. |
| 2005 | CTCP Dược phẩm Đại Hà Thành đổi tên thành CTCP Dược phẩm Viễn Đông. |
| 2007 | Mua 100% cổ phần CTCP Quốc tế Viễn Đông Hà Nội và Công ty Quốc tế Viễn Đông TP. HCM.
Sau đó chuyển thành Công ty mẹ của Tập đoàn dược phẩm Viễn Đông thông qua việc mua 100% cổ phần của CTCP Dược phẩm Viễn Đông Đà Nẵng, mua 100% cổ phần của CTCP Dược phẩm Viễn Đông Hà Nội và tham gia góp vốn đầu tư xây dựng nhà máy liên doanh Lili of France tại khu công nghiệp Tiên Sơn - Bắc Ninh |
| 2008 | Thành lập 22 chi nhánh với văn phòng, kho hàng GPS |
| 2009 | Chính thức niêm yết trên Sở Giao dịch chứng khoán TP.HCM |

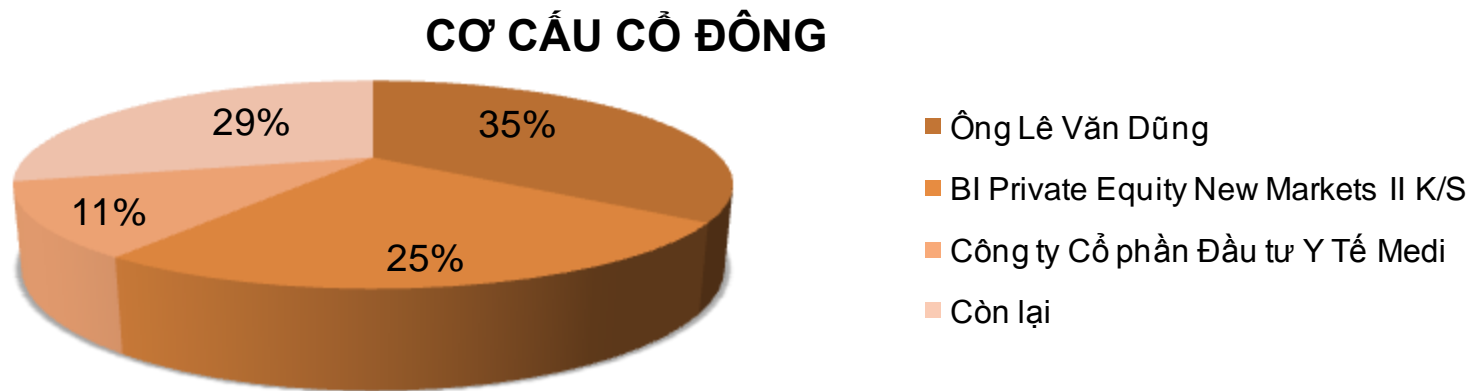


Nguồn: DVD

I. GIỚI THIỆU DOANH NGHIỆP

❖ Cơ cấu cổ đông (cập nhật đến ngày 31/05/2010)

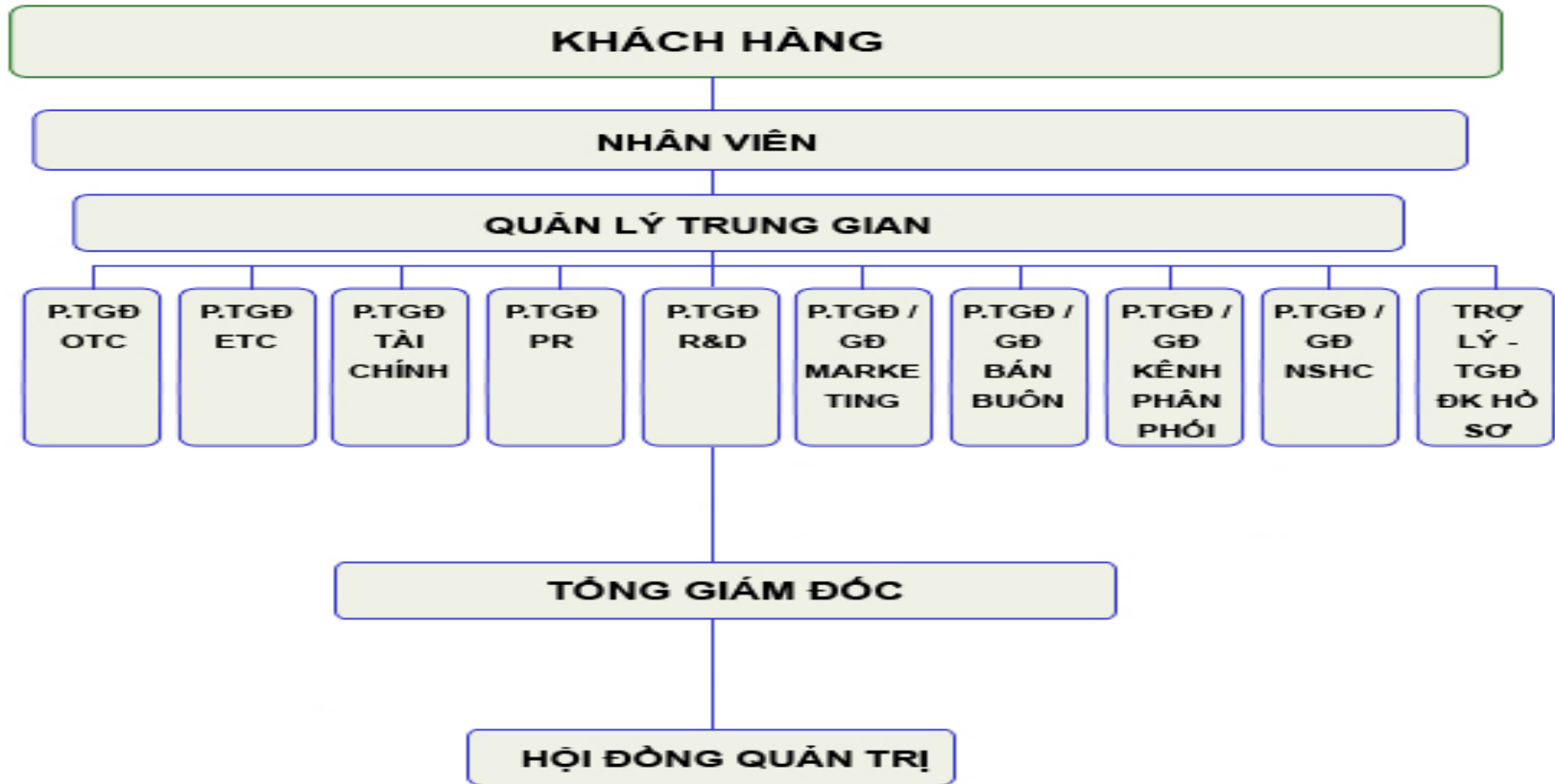
Danh mục cổ đông	Số cổ phần	Tỷ lệ (%)
Cổ đông sở hữu trên 5%	8.489.430	71%
Ông Lê Văn Dũng	4.136.510	35%
BI Private Equity New Markets II K/S	3.000.000	25%
Công ty Cổ phần Đầu tư Y Tế Medi	1.352.920	11%
Còn lại	3.420.570	29%
Tổng cộng	11.910.000	100%



Nguồn: DVD

I. GIỚI THIỆU DOANH NGHIỆP

❖ Cơ cấu tổ chức



Nguồn: DVD

I. GIỚI THIỆU DOANH NGHIỆP

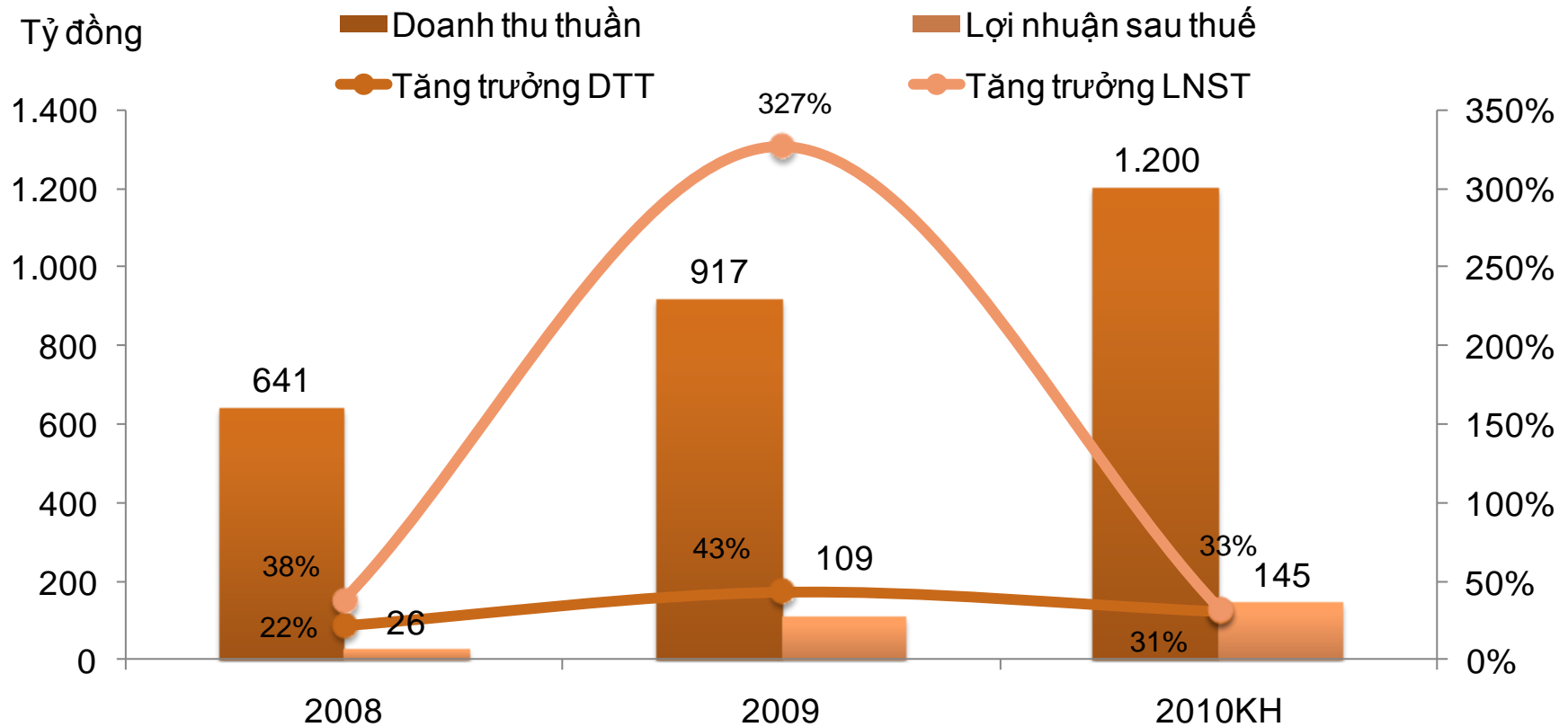
❖ Sản phẩm chính

- Xây dựng thành công trên 09 thương hiệu sản phẩm mạnh nằm trong топ dẫn đầu phân khúc thị trường
- Trong đó, 06 nhãn hiệu dẫn đầu phân khúc thị trường năm 2009: Vidorigyl, Vidocenol, Antibox, Vidorovacyn, Zyzocete, Vova dưỡng não.



II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

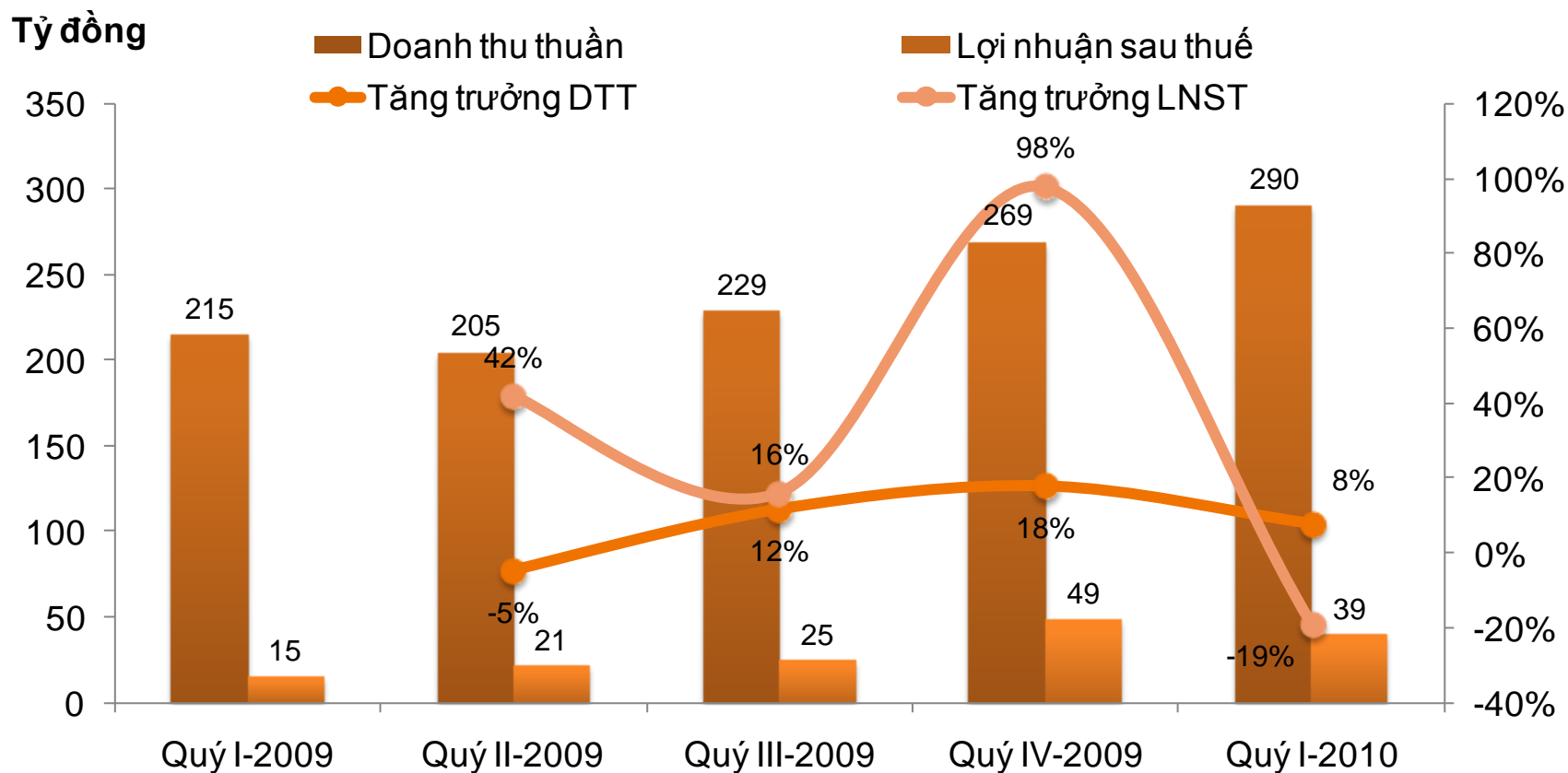
❖ Kết quả hoạt động kinh doanh qua các năm



Nguồn: BCTC DVD

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ KQKD cập nhật đến quý I-2010 và mức tăng trưởng so với quý trước

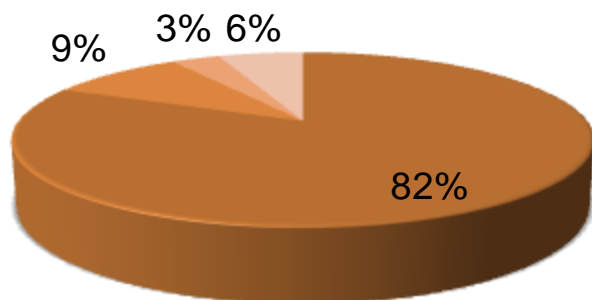


Nguồn: BCTC DVD, MHBS

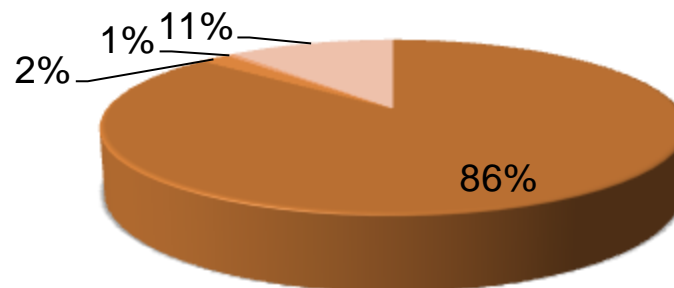
II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Cơ cấu doanh thu và lợi nhuận gộp

Doanh thu năm 2009

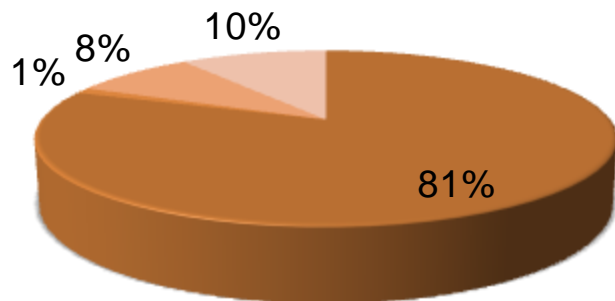


Lợi nhuận gộp năm 2009

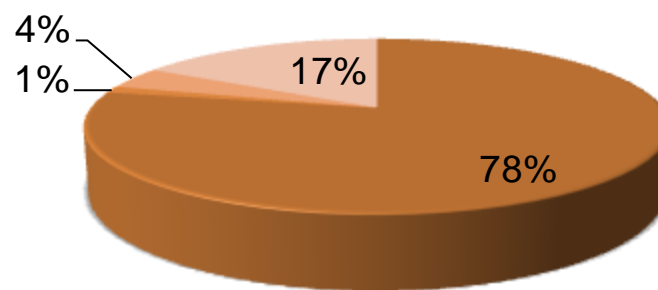


- SP truyền thống
- SP phân phối
- Hóa chất
- Đối tác chiến lược

Doanh thu quý I-2010



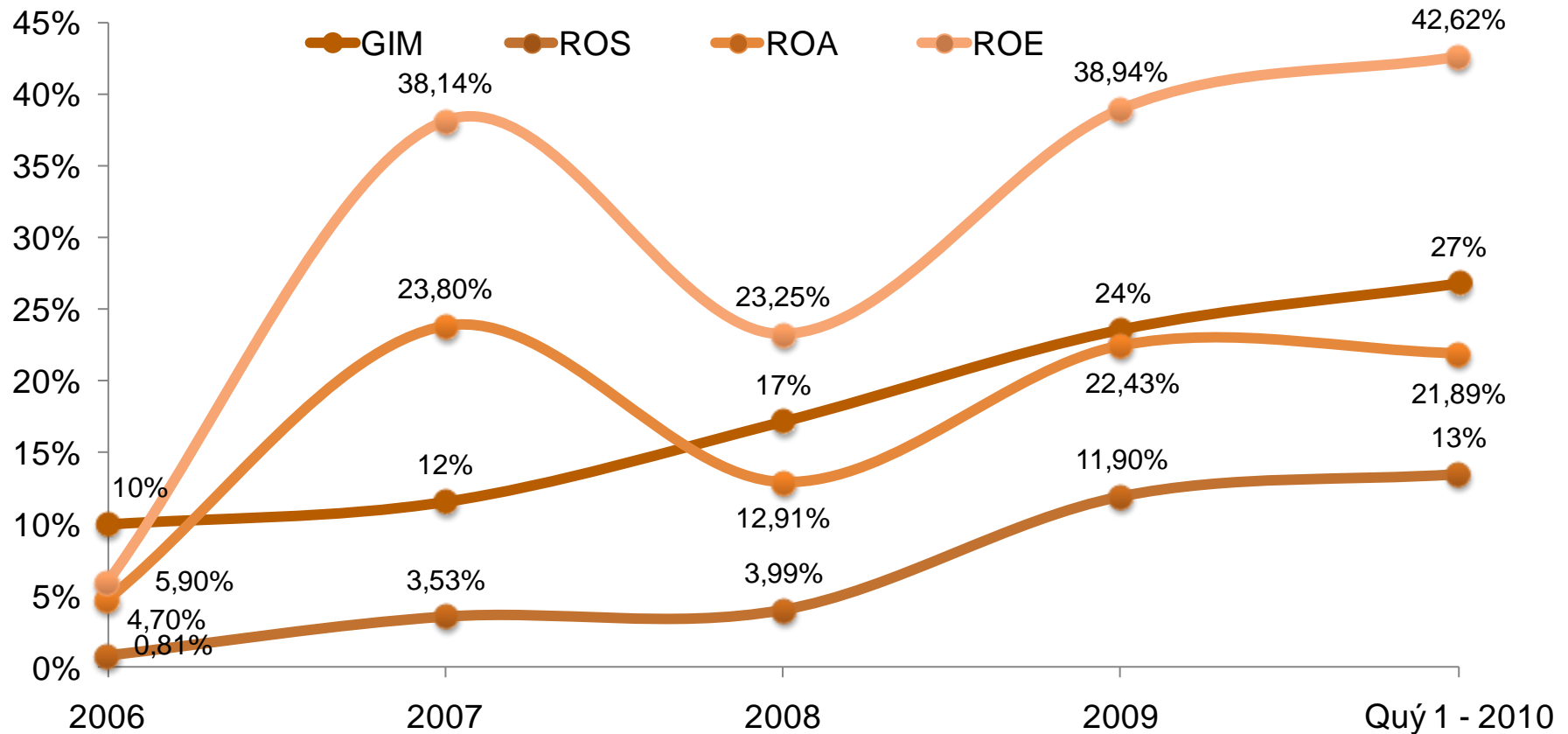
Lợi nhuận gộp quý I-2010



Nguồn: DVD

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

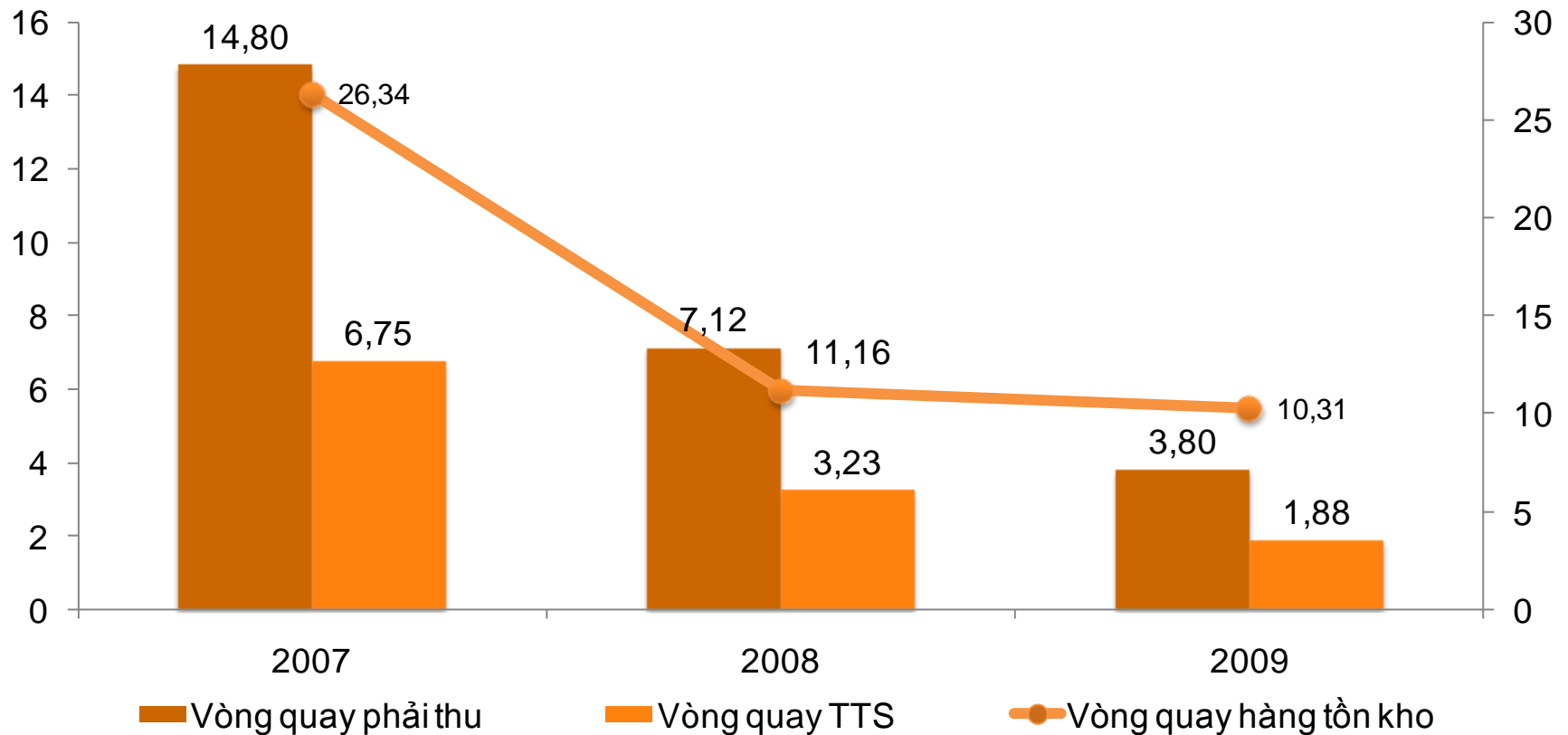
❖ Khả năng sinh lợi



Nguồn: MHBS

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

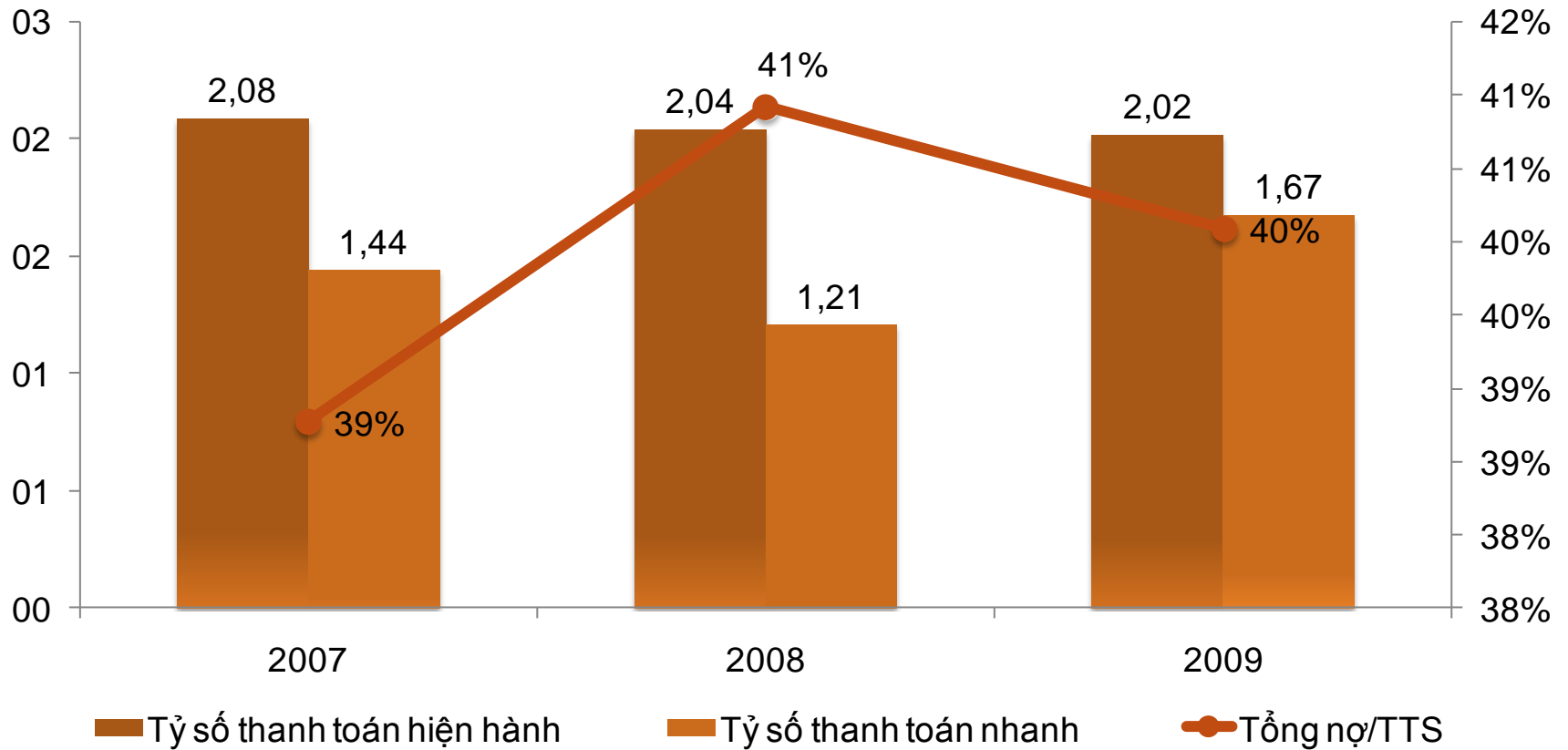
❖ Hiệu quả hoạt động



Nguồn: MHBS

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Khả năng thanh toán



Nguồn: MHBS

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Kế hoạch kinh doanh năm 2010-2011

Chỉ tiêu	2010	2011
Doanh thu (tỷ VNĐ)	1.200	1.900
Lợi nhuận sau thuế (tỷ VNĐ)	145	190
Vốn điều lệ (tỷ VNĐ)	190	190
EPS (đồng)	9.400	10.000
Tỷ lệ trả cổ tức (bằng tiền mặt) (%)	25%	25%

Nguồn: DVD

❖ Chiến lược M&A: Mua ít nhất 1 công ty (hiện đã mua xong 20,74% cổ phiếu Savipharma và 30% cổ phiếu Dược phẩm Hà Tây)

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Mục tiêu kinh doanh năm 2011-2015

- ❖ Lựa chọn trên 20 đối tác (mang lại doanh thu cho DVD khoảng 30 triệu USD trong năm đầu, tăng trưởng 70% trong 2 năm kế và 30% cho các năm tiếp theo)
- ❖ Mua ít nhất 5 công ty (tuy nhiên công ty dự kiến trong vòng 2 năm tới có thể hoàn thành mục tiêu này)
- ❖ Đạt tốc độ tăng trưởng ít nhất 70%/năm trong 2 năm đầu và ít nhất 30%/năm trong các năm sau (đối với SP truyền thống: OTC và ETC)
- ❖ Trở thành công ty được phẩm số 1 Việt Nam trước năm 2013
- ❖ Trở thành công ty được phẩm có tầm cỡ khu vực trước năm 2015

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Phân tích SWOT

ĐIỂM MẠNH (S)

- Mạng lưới kênh phân phối rộng lớn từ Bắc chí Nam
- Tiên phong trong mua bản quyền và chuyển giao công nghệ dược phẩm giúp tiết giảm thời gian và chi phí R&D cho sản phẩm mới, đồng thời giá cả thành phẩm rẻ hơn nhưng có chất lượng của thuốc ngoại
- Linh hoạt thay đổi dòng sản phẩm chiến lược để tạo lợi nhuận cao
- Đội ngũ ban lãnh đạo nhiều kinh nghiệm, năng động, nhạy bén với thị trường, nhiệt huyết với công ty
- Đội ngũ nhân sự nhiều kinh nghiệm, được đào tạo chuyên sâu ở nước ngoài
- Có cổ đông chiến lược hỗ trợ tốt cho công ty
- Lili of France là thương hiệu mạnh trong ngành

ĐIỂM YẾU (W)

- Các sản phẩm chất lượng cao, được thị trường ưa chuộng nhưng không mang tên DVD nên thương hiệu của công ty chưa được biết đến nhiều.

CƠ HỘI (O)

- Thị trường dược Việt Nam còn tiềm năng phát triển mạnh trong nhiều năm tới
- Thói quen và tâm lý thích dùng thuốc mang nhãn hiệu nước ngoài còn tồn tại thì sản phẩm của DVD vẫn còn ưu thế trên thị trường
- Hiện nay nhiều doanh nghiệp dược vẫn đang trong tình trạng khó khăn. Đây là thời điểm tốt nhất để DVD thực hiện chiến lược M&A.

THÁCH THỨC (T)

- Mức độ cạnh tranh trong ngành được ngày càng cao
- Tình trạng hàng giả, hàng nhái khá phổ biến ở Việt Nam
- Biến động tỷ giá

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Dự án Nhà máy Lili of France

- Công ty cổ phần liên doanh Lili of France liên doanh giữa CTCP Dược phẩm Dược Viễn Đông và Công ty YVERY (Pháp), do ông Đào Xuân Hưởng làm đại diện
- Vốn điều lệ tại 30/09/2009 là 120 tỷ đồng. Hiện tại, Dược Viễn Đông đang nắm sở hữu 97%, 2 ông Lê Anh Dũng và Đào Xuân Hưởng nắm 2% và công ty YVERY nắm 1%.
- Dự án Nhà máy LD LiLi of France gồm 11 dây chuyền sản xuất đạt tiêu chuẩn GMP và chia thành 03 phân xưởng lớn là: Phân xưởng Cephalosporin, phân xưởng Non Beta - Lactam và Phân xưởng Pilot. Ngoài ra dự án còn xây dựng 1 hệ thống GSP, 1 hệ thống GLP và 1 trung tâm nghiên cứu phát triển.
- Dự án khởi công tháng 6/2009, bắt đầu hoạt động tháng 5/2010 và dự kiến đạt công suất tối đa tháng 11/2010

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Dự án Nhà máy Lili of France

- Trong 5 năm đầu khi nhà máy đi vào hoạt động, Công ty YVERY (Pháp) sẽ đặt hàng sản xuất ít nhất 2 sản phẩm Revaton 10mg và 20mg có doanh số lớn để xuất khẩu sang Châu Âu và sẽ tăng số lượng đặt hàng để đảm bảo tối đa hiệu suất của nhà máy. Như vậy, với Lili of France, DVD bắt đầu hướng thị phần ra thị trường nước ngoài, mở đầu là Châu Âu
- Ưu điểm của nhà máy:
 - ❑ Tiết kiệm chi phí sản xuất từ 7%-24% so với hiện tại, do đó tăng GIM 5%-7%
 - ❑ Được ưu đãi về thuế TNDN trong 12 năm: miễn thuế trong 3 năm đầu hoạt động, thuế suất 7,5% trong 7 năm tiếp theo, và thuế suất 15% trong 2 năm còn lại.

II. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

❖ Dự án Nhà máy Lili of France

Thời hạn hoàn vốn chiết khấu nhà máy mới dự kiến là 9 năm kể từ khi khởi công xây dựng hoặc 8 năm từ khi bắt đầu hoạt động

Kế hoạch doanh thu thuần và lợi nhuận sau thuế của nhà máy Lili of France giai đoạn 2010-2014

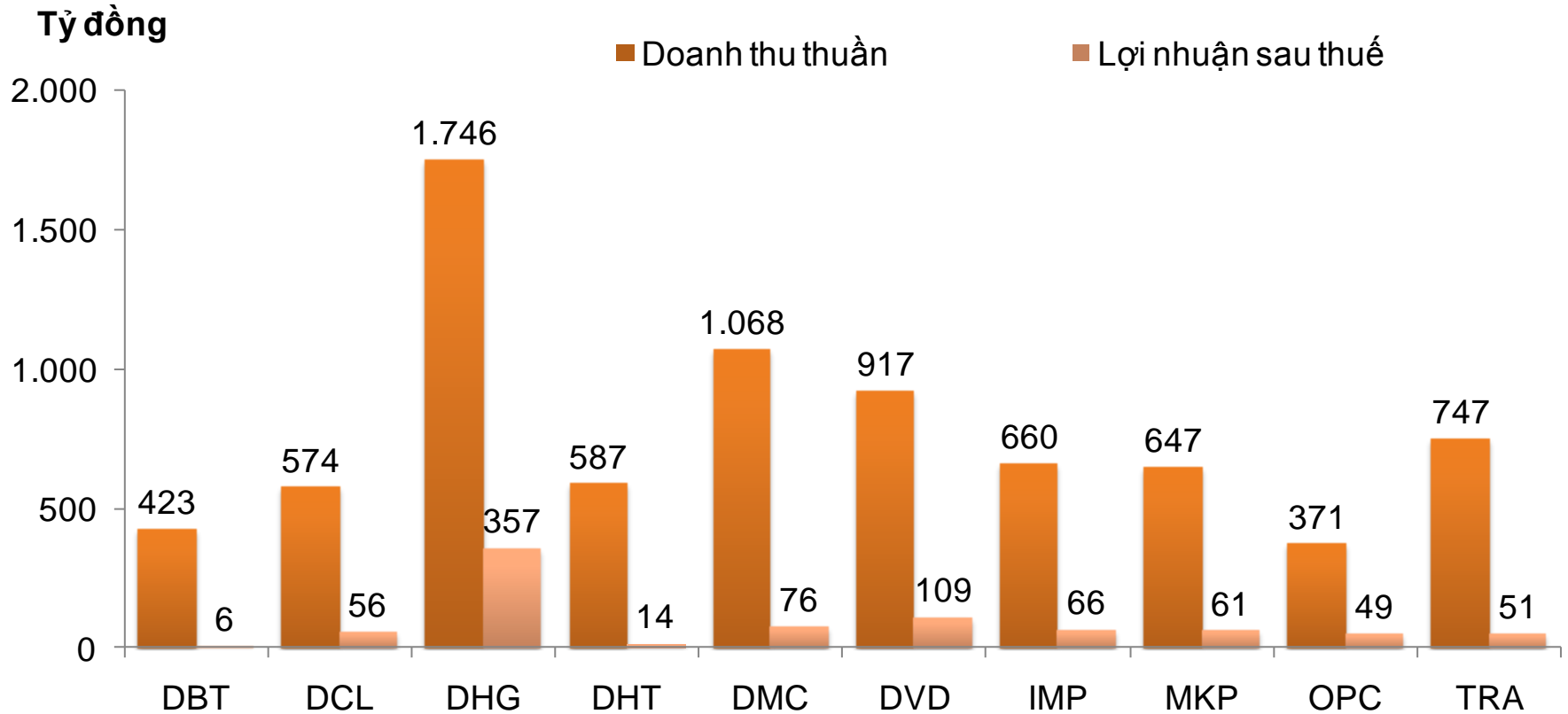
Đơn vị: triệu đồng

Năm	2010	2011	2012	2013	2014
Doanh thu thuần	284.640	379.170	419.377	462.035	481.931
LNST	17.174	36.181	44.721	50.525	54.376

Nguồn: DVD

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

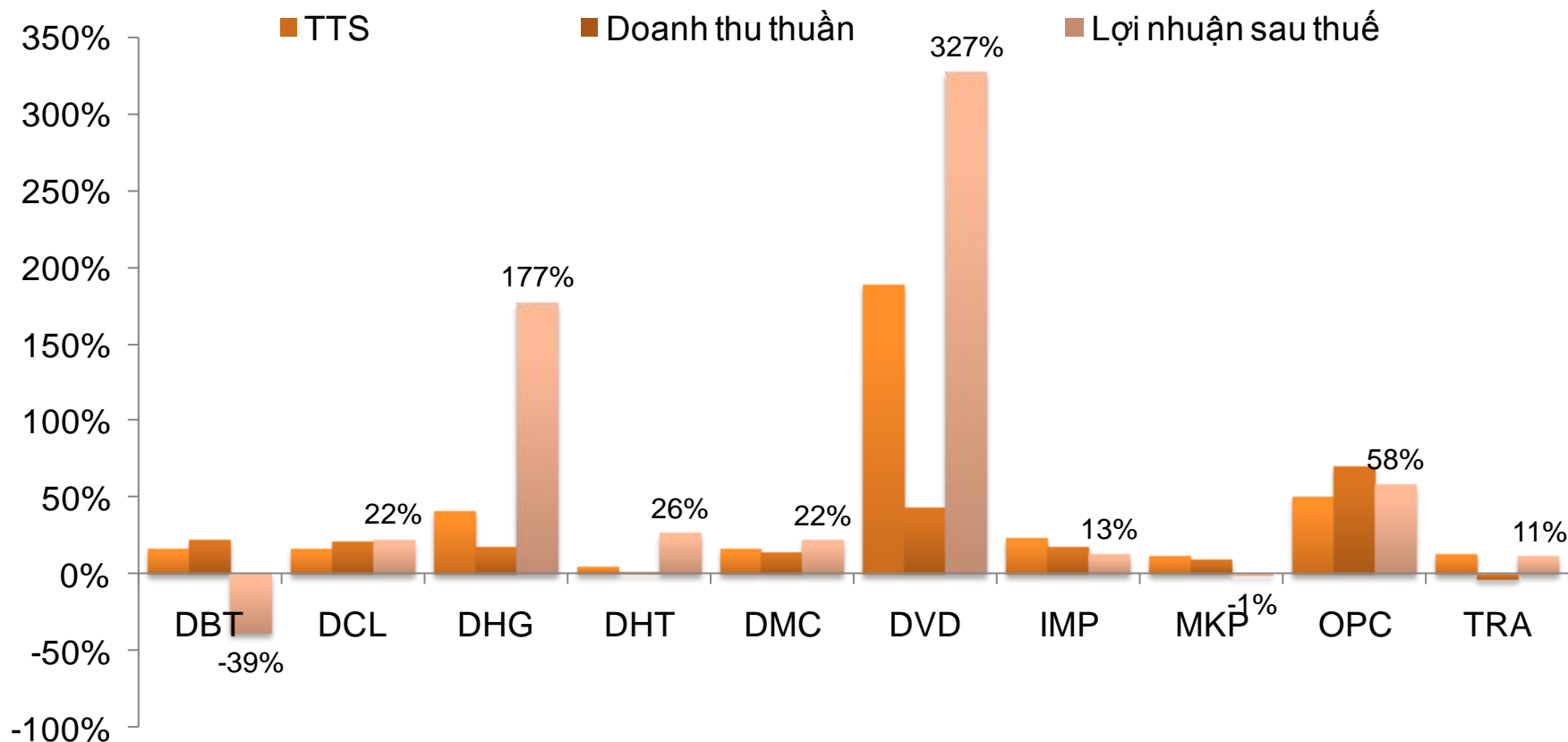
❖ Kết quả hoạt động kinh doanh các DN Dược năm 2009



Nguồn: MHBS tổng hợp

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

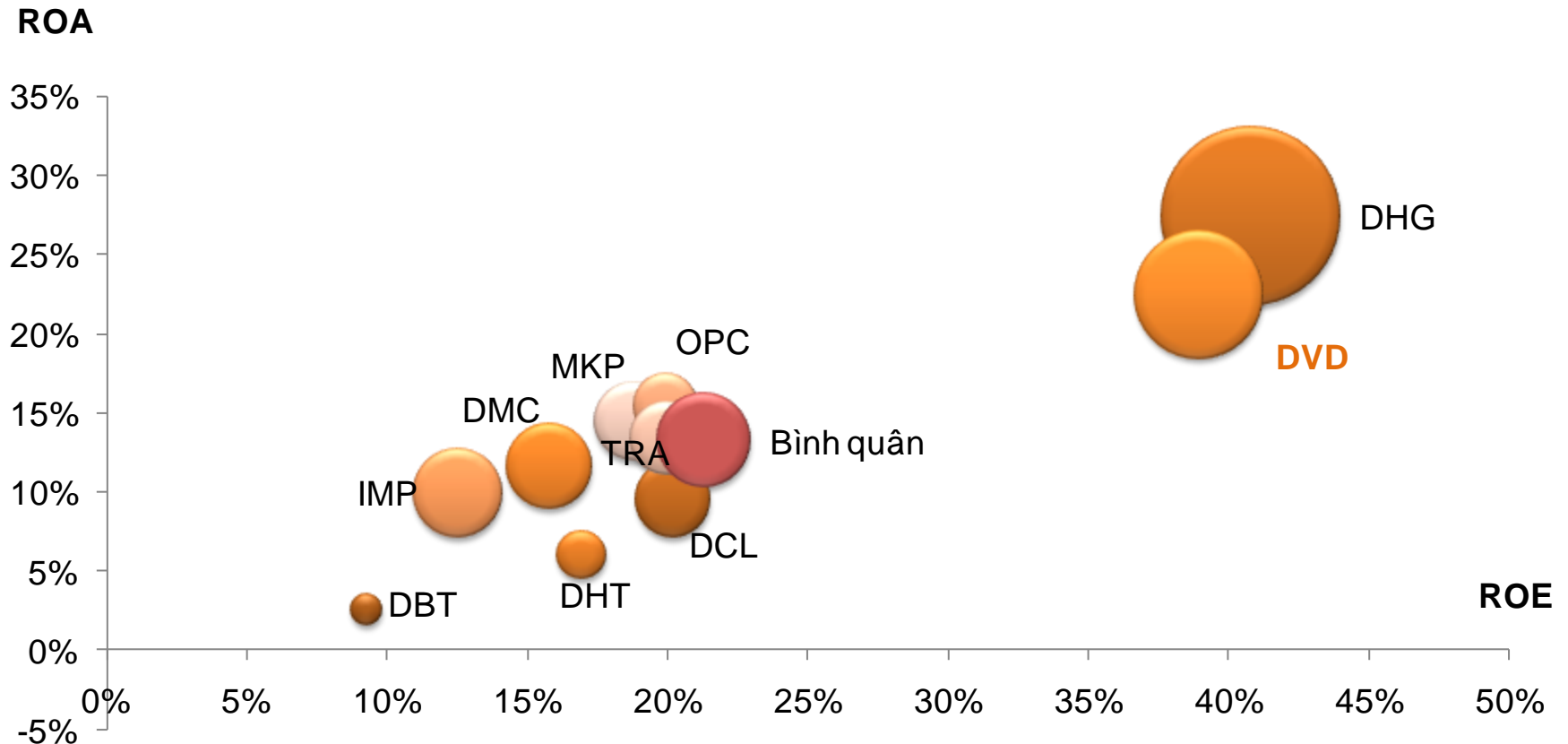
❖ Tốc độ tăng trưởng của các DN Dược năm 2009



Nguồn: MHBS tổng hợp

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

❖ Khả năng sinh lợi các DN Được năm 2009



Nguồn: MHBS tổng hợp

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

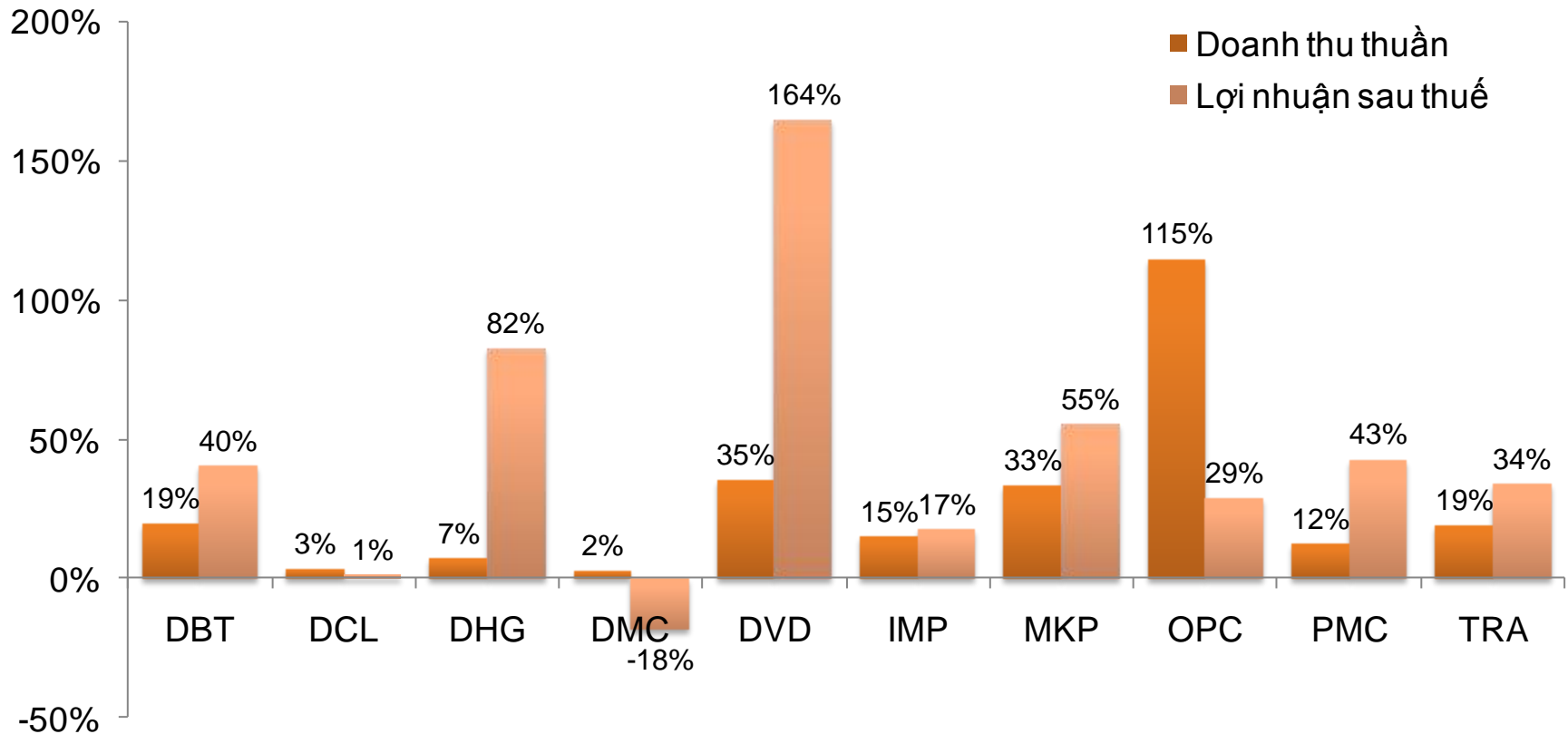
❖ Hiệu quả hoạt động và khả năng thanh toán các DN Được năm 2009

	Vòng quay phải thu	Vòng quay hàng tồn kho	Vòng quay TTS	Tỷ số thanh toán hiện hành	Tỷ số thanh toán nhanch	Tổng nợ/TTS
DBT	6,95	3,31	1,71	1,24	0,48	70%
DCL	2,98	4,84	0,96	1,56	1,09	53%
DHG	6,32	5,68	1,34	2,74	2,05	30%
DHT	7,23	9,09	2,45	1,34	1,33	64%
DMC	6,11	6,68	1,61	2,10	1,23	29%
DVD	3,80	10,31	1,88	2,02	1,67	40%
IMP	4,67	3,84	0,99	2,97	1,87	26%
MKP	7,32	3,86	1,52	4,96	2,65	17%
OPC	5,11	4,84	1,16	2,88	1,98	30%
TRA	4,40	5,63	1,95	2,47	1,62	35%
Bình quân	5,49	5,81	1,56	2,43	1,60	40%

Nguồn: MHBS tổng hợp

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

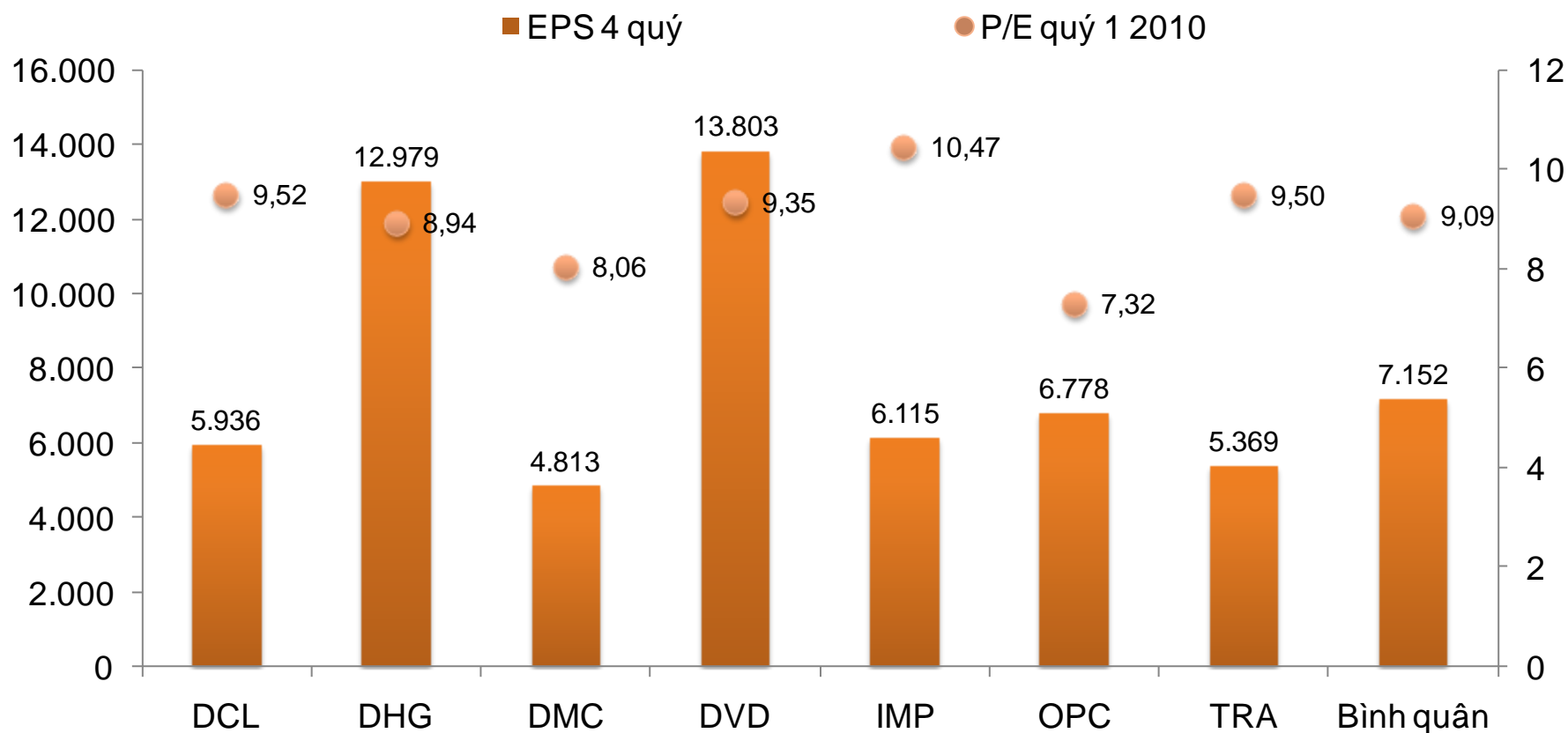
❖ Tốc độ tăng trưởng DDT và LNST quý I-2010 so với quý I-2009



Nguồn: MHBS tổng hợp

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

❖ EPS và P/E tính đến cuối quý I-2010

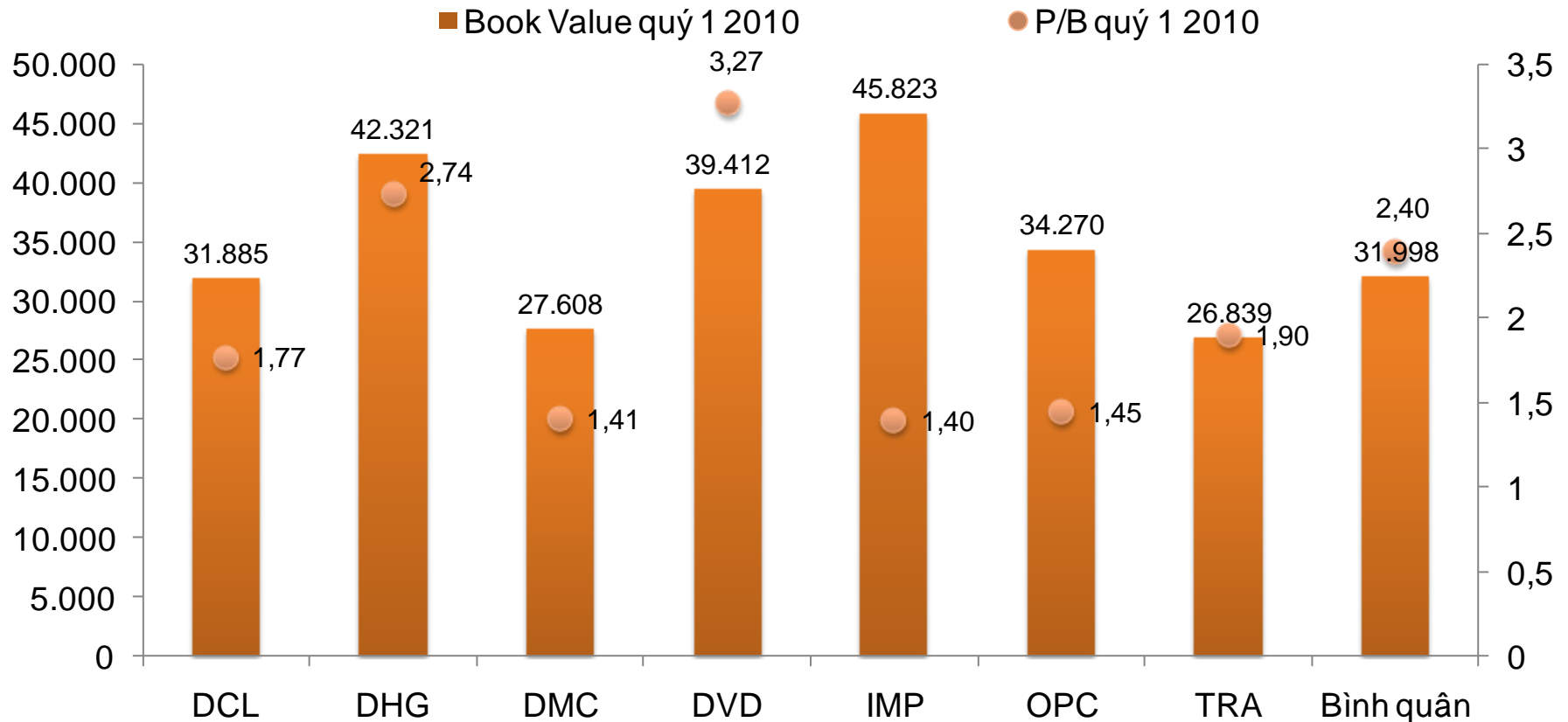


Nguồn: MHBS tổng hợp

* Giá đóng cửa các cổ phiếu ngày 21/06/2010

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

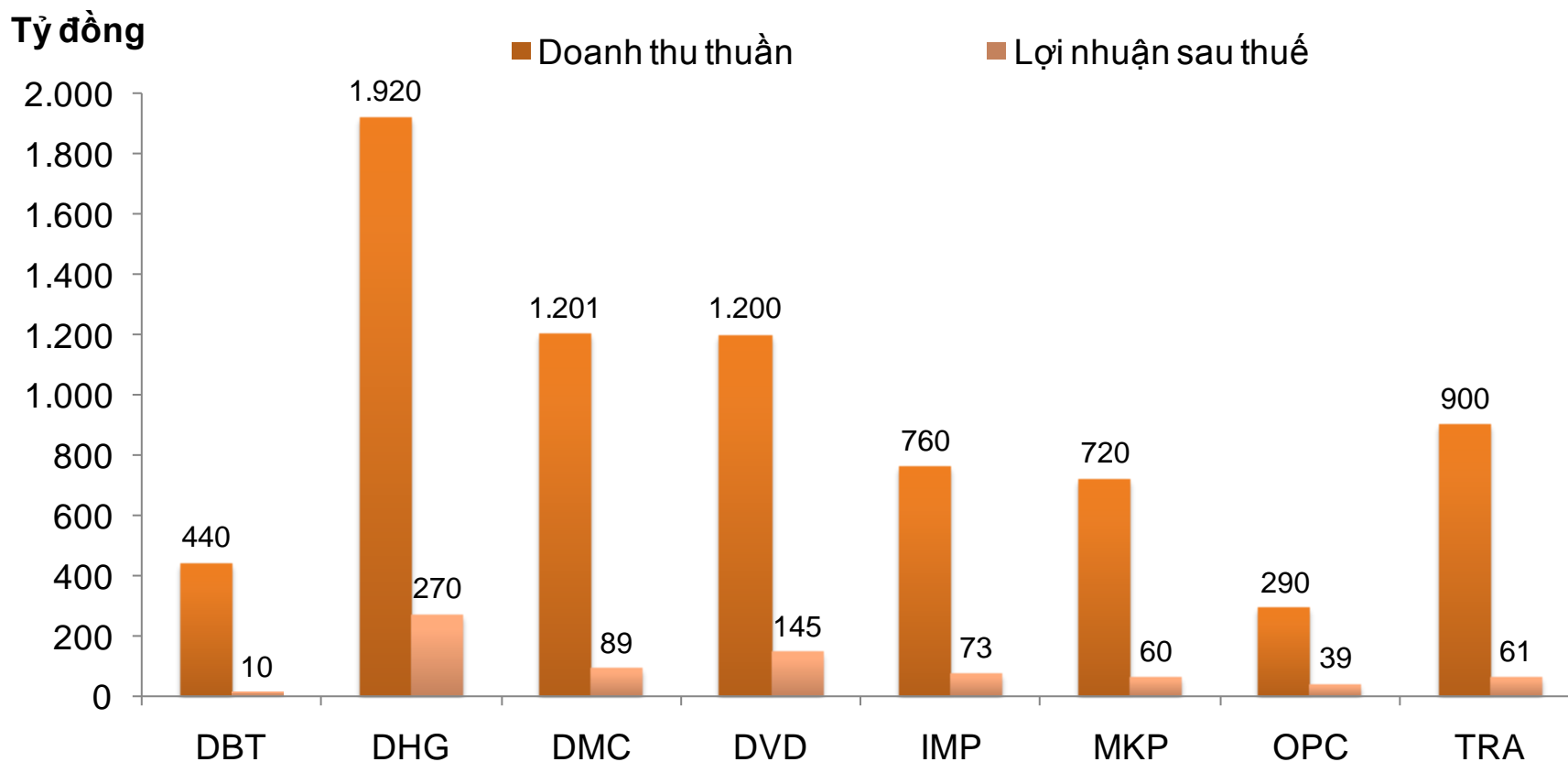
❖ Book value và P/B tính đến cuối quý I-2010



Nguồn: MHBS tổng hợp

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

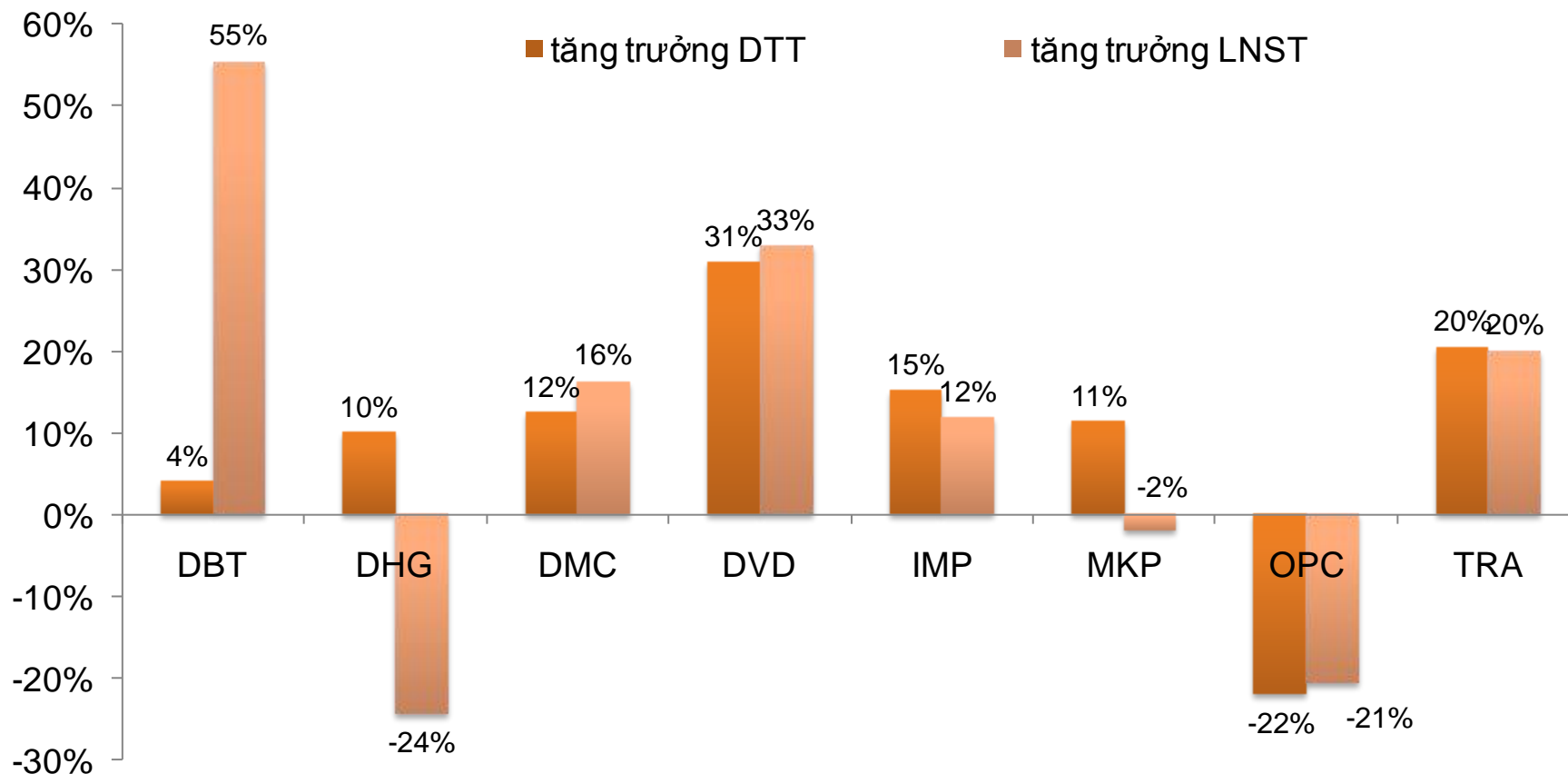
❖ So sánh chỉ tiêu Kế hoạch kinh doanh năm 2010



Nguồn: MHBS tổng hợp và ước tính

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

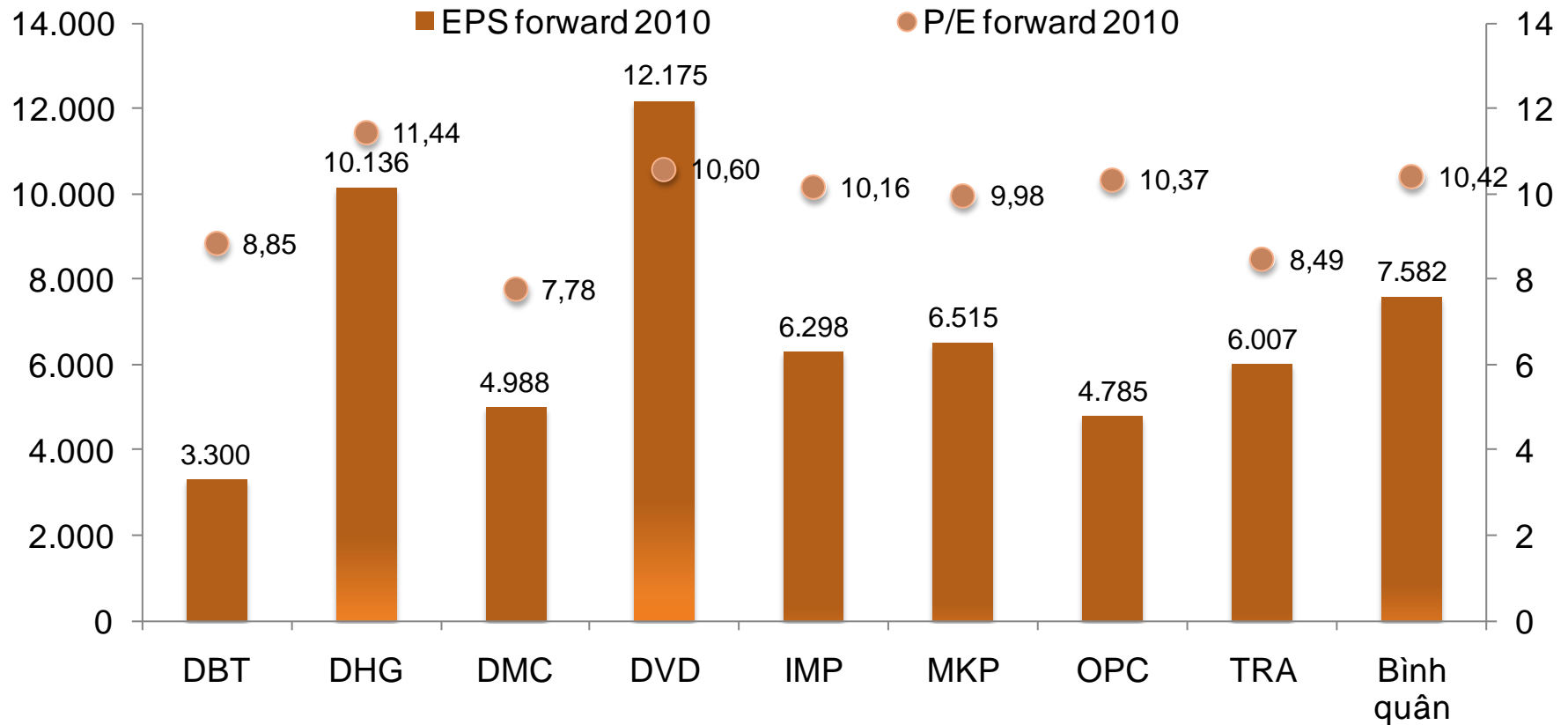
❖ Ước tính tốc độ tăng trưởng năm 2010



Nguồn: MHBS tổng hợp và ước tính

III. SO SÁNH CÁC DN CÙNG NGÀNH

❖ Ước tính EPS forward và P/E forward 2010



Nguồn: MHBS ước tính

TRÂN TRỌNG CẢM ƠN!



CÔNG TY CP CHỨNG KHOÁN **MHB**

PHÒNG PHÂN TÍCH - TƯ VẤN

Trình bày: **VÕ KIM PHỤNG**

Email: phung.vk@mhbs.vn

Điện thoại: 08.38 241 567