

26 AUG 2021



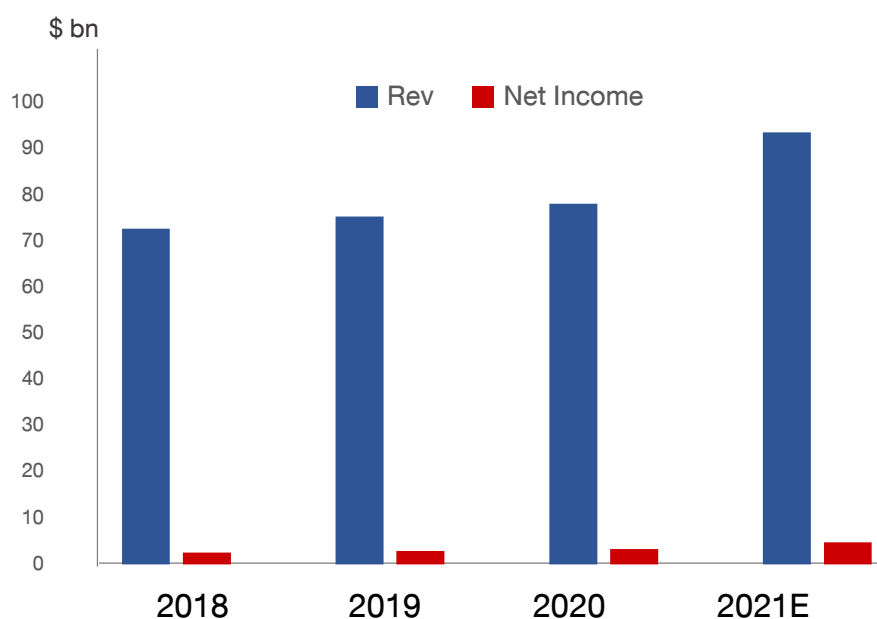
Source: target.com

Last Price : \$251.15
Cons. Target Price: \$276.11
Cons. Rating: **BUY**
Upside: 9.9%
Stock Exchange: NYSE

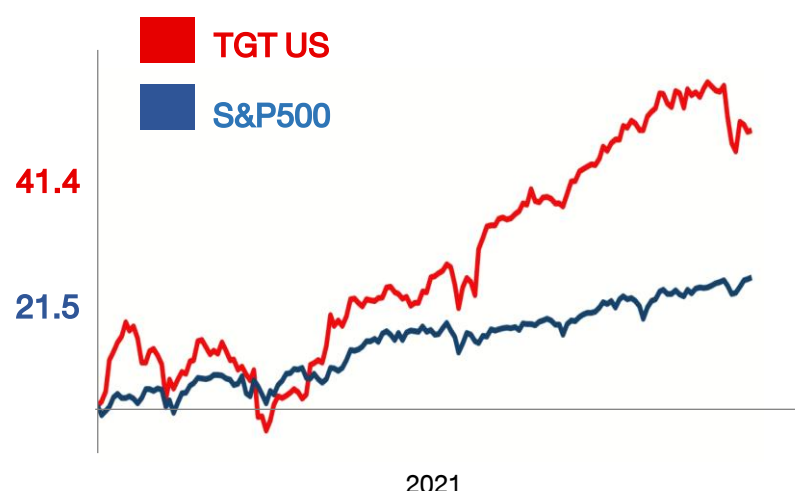
Key Information

Market Cap:	\$122.97bn
PE 22E:	19.59x
EPS Growth 22E:	36.12%
ROE 22E:	41.63%
Dividend Yield 22E:	1.26%

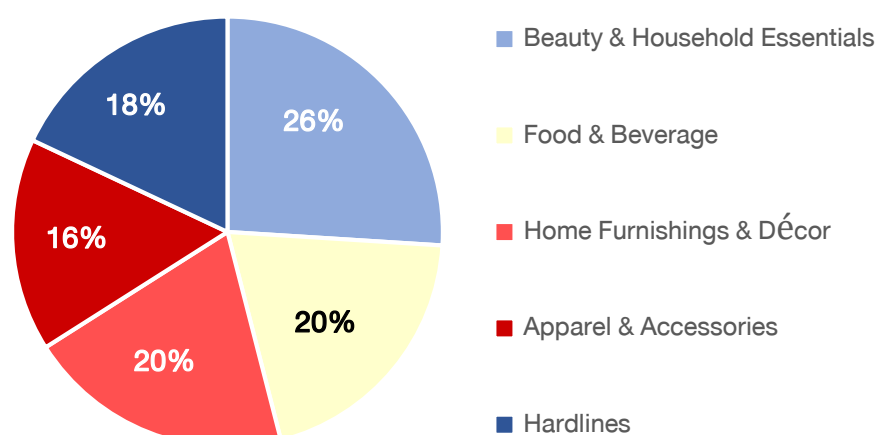
Financials



Performance YTD VS. S&P500



Revenue Breakdown



Target (TGT US)

3 เหตุผล.. ทำไม Target (TGT US) ถึงน่าสนใจ

- 1) จับจุดเด่นทั้งหน้าร้านและออนไลน์ เน้นขนส่งที่รวดเร็ว
- 2) “Target Effect” กลยุทธ์เด่นเพิ่มยอดขาย
- 3) ผลประกอบการแข็งแกร่ง เกาะรั้ง Defensive

Company Profile

บริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่สัญชาติอเมริกัน เน้นจำหน่าย 5 กลุ่มสินค้าหลัก ได้แก่ เครื่องแต่งกาย, อาหารและเครื่องดื่ม, ผลิตภัณฑ์ด้านความสวยงาม, สินค้าเกี่ยวกับบ้านและสินค้าในชีวิตประจำวัน รายได้เกือบทั้งหมดมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีจำนวนร้านทั้งหมดมากกว่า 1,900 สาขา ครอบคลุมทุกรัฐในประเทศ โดย Target มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับ 3 รองจาก Walmart (WMT US) และ Costco (COST US) เน้นกลุ่มลูกค้าหลักเป็นผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง จึงมีสัดส่วนสินค้าฟุ่มเฟือยสูง คุณภาพดีราคาสมเหตุสมผล และจะไม่เน้นสินค้า mass ราคาไม่แพงดังเช่นคู่แข่ง

จับจุดเด่นทั้งหน้าร้านและออนไลน์ เน้นขนส่งที่รวดเร็ว

ในขณะที่ร้านค้าปลีกหลายเจ้าเริ่มย่ำแย่ลงจากพฤติกรรมของผู้คนที่หันไปใช้บริการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น อีกทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ยิ่งเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเร็วขึ้นอีก Target กลับสามารถยืนหยัดและแสดงผลประกอบการอันแข็งแกร่งได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญมาจากการปรับตัวและเข้าสู่ช่องทางออนไลน์ โดยมีจุดเด่นด้านการบริการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและมีทางเลือกหลากหลาย เช่น Same Day Delivery, Drive Up และ Order Pickup โดยในปี 2017 ได้มีการเข้าซื้อบริษัท Shipt และ Grand Junction ซึ่งดำเนินธุรกิจเทคโนโลยีการขนส่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการเชื่อมต่อกับเครือข่ายการขนส่งจากศูนย์กระจายสินค้า อีกทั้งยังมีการลงทุนเพิ่มเติมในส่วน Omni-Channel คือการผสมผสานช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์อีกด้วย ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวได้สะท้อนในตัวเลงบการเงินล่าสุดอย่าง Digital Comparable Sales และ same-day service ที่เพิ่มขึ้น 10% และ 55% ตามลำดับ หลังจากเติบโตเกือบ 200% และ 270% ในปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ ความท้าทายของบริษัทคือการรักษาสมดุลระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์และลูกค้าที่ยังคงมาใช้บริการที่ร้าน ซึ่งนอกเหนือจากการที่บริษัทได้ทุ่มเงินลงทุนจำนวนมากในการพัฒนาและปรับปรุงแพลตฟอร์ม Digital แล้ว ยังมีการลงทุนปรับปรุงและยกระดับหน้าร้านใหม่ซึ่งทำให้อัตราการใช้บริการในร้านยังแข็งแกร่งแม้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19

“Target Effect” กลยุทธ์เด่นเพิ่มยอดขาย

นอกจากนี้ บริษัทยังมีกลยุทธ์ที่หลากหลายในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งมี brand royalty ที่สูง เช่น การจับมือเป็นพันธมิตรกับแบรนด์อื่นๆ เช่น Ulta Beauty, Christian Robinson, Fall Designer, Kindfull Pet Food เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้า อีกทั้ง กลยุทธ์ของลักษณะการจัดวางสินค้าให้เลือกอย่างสะดวกสบาย มีป้ายบอกทางชัดเจน การจัดแสงไฟที่ให้ความรู้สึกสดใสและผ่อนคลาย ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีความสุขและเพลิดเพลินไปกับการใช้เวลาและซื้อของมากกว่าที่ตั้งใจไว้ จนมีการเรียกพฤติกรรมเหล่านี้ในเชิงจิตวิทยาว่า ‘Target Effect’

อีกหนึ่งจุดเด่นของ Target คือการวางระบบ Supply-chain ที่แข็งแกร่งทำให้มีต้นทุนในการจัดส่งสินค้าที่ต่ำและรวดเร็ว ทั้งนี้ บริษัทได้มีการขยายระบบอัตโนมัติและลงทุนเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในเครือข่าย Supply-chain เช่น สร้างศูนย์กระจายสินค้าใหม่เพิ่มอีก 4 แห่ง ลงทุนในระบบการคาดการณ์ของการบริหารสินค้าคงคลังและเพิ่มขีดความสามารถของหุ่นยนต์ที่ใช้จัดเรียงสินค้า เป็นต้น

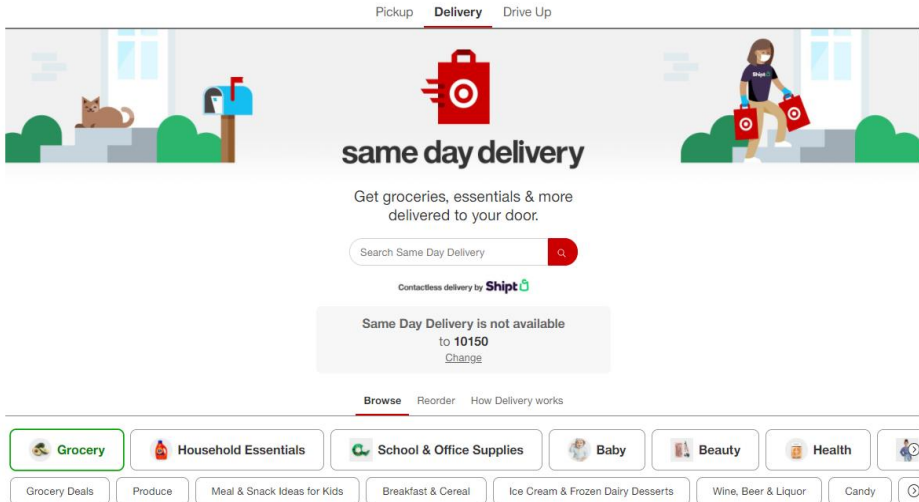
Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 25/8/21



Source: CNBC



Source: cbc.ca



Source: target.com

ผลประกอบการแข็งแกร่ง เกาะรั้น Defensive

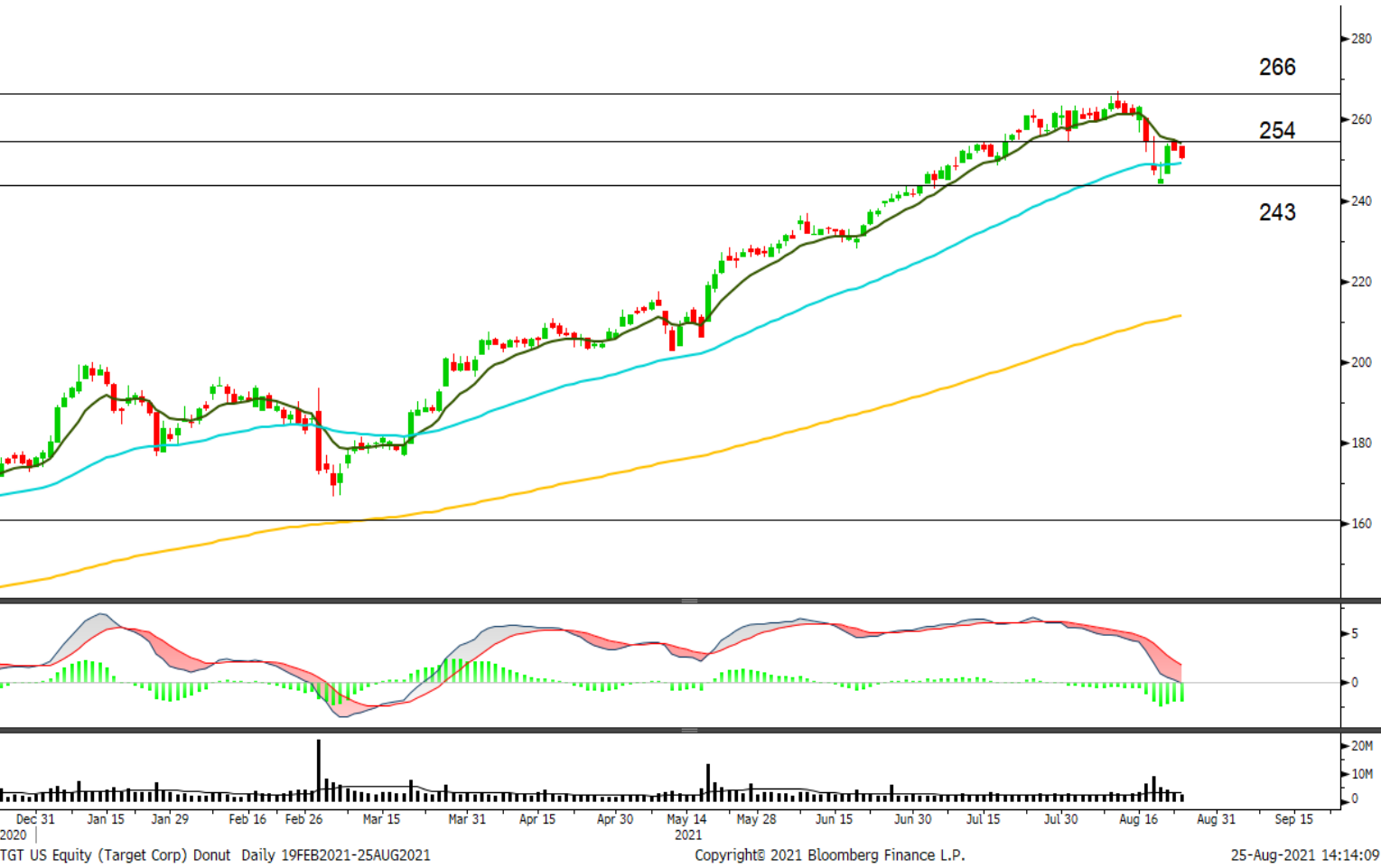
ในช่วงเวลาที่ตลาดหุ้นทั่วโลกมีความผันผวน หนึ่งในธุรกิจที่มีเสถียรภาพ มีความเคลื่อนไหวไม่หวือหวามาก และมีลักษณะเป็นหุ้น Defensive คือหุ้นค่าปสิกลงขนาดใหญ่อย่าง Target เนื่องจากสินค้ามีความจำเป็นและความต้องการใช้อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน สะท้อนในผลการดำเนินงานไตรมาสสุดท้ายที่ยังเติบโตดีทั้งรายได้และกำไร

โดยบริษัทมีรายได้เติบโต 9.5%YoY ที่ \$25.16bn ซึ่งรายได้เพิ่มขึ้นในทุกหมวดประเภทสินค้า เนื่องจากในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้คนมักเลือกใช้บริการค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าครบวงจร เพื่อลดความเสี่ยงในการไปซื้อสินค้าจากหลายแห่ง อีกทั้งการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ยังได้รับความนิยม ด้านกำไรต่อหุ้น (EPS) อยู่ที่ 3.64 เติบโตราว 8%YoY และเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าจากปี 2019 ทั้งนี้ บริษัทได้มีการปรับ Guidance ของทั้งปี 2021 โดยคาดการณ์ว่า Operating Margins จะขยายตัวได้มากกว่า 8%

ความเสี่ยงที่ต้องจับตา

- ยอดขายอาจมีแนวโน้มชะลอตัวลงจากการจับจ่ายของผู้บริโภคที่ลดลง
- เงินเฟ้อที่สูงขึ้นอาจทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น
- การแข่งขันที่ดุเดือดอาจส่งผลต่อราคาสินค้า
- Margins อาจถูกกดดันจากการลงทุนในด้าน Supply Chain และ Omni-Channel

กราฟทางเทคนิค



แนวโน้ม : Uptrend พักตัวในแนวโน้มขาขึ้น ปัจจุบันมี EMA 10 วันคอยกด คาดจะแกว่งออก Sideway ที่ \$243-254 หากผ่านกรอบบนได้ จะเปิด Upside ไปที่ \$266

Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ดี บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และไม่ได้เป็นการชี้นำ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือพันธะผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด

Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 25/8/21