



សាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

សារណារបញ្ចប់ការសិក្សា

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន

Starbucks Corporation

ស្រាវជ្រាវចាប់ពីថ្ងៃទី១៦ ខែមីនា ឆ្នាំ២០២០ ដល់ថ្ងៃទី១៥ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០២០

តាក់តែងឡើង

និស្សិត **ហ៊ុន គឹមហ៊ោង**

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

លោកស្រី **ហេង ច័ន្ទមូលីន**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ គណនេយ្យ

ជំនាន់ទី ១៥

ឆ្នាំចូលសិក្សា

ឆ្នាំសរសេរសារណា

២០១៦

២០២០

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្នុងនាមនាងខ្ញុំឈ្មោះ **ហ៊ិត គឹមហ៊ាង** ជានិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យ ភូមិន្ទ នីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ជំនាញគណនេយ្យក្រុម **A4C3** ជំនាន់ទី **១៥** ឆ្នាំសិក្សា**២០១៩-២០២០** ដែលបានសិក្សាស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទ “វិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation”។ សូមសម្តែងនូវសេចក្តីគោរព និងការដឹងគុណដល់បុគ្គលសំខាន់ដូចខាងក្រោម៖

លោកឪពុក និងអ្នកម្តាយ ដែលជាអ្នកមានគុណយ៉ាងធំធេងរបស់នាងខ្ញុំ ដោយបានលះបង់នូវកម្លាំងកាយចិត្ត ក្នុងការចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា អប់រំទូន្មានប្រៀនប្រដៅកូនអោយគោរពប្រតិបត្តិតាមគន្លងធម៌។ ពេលគឺលោកទាំងទ្វេបានផ្តល់នូវរូបដ៏ត្រជាក់ ព្រហ្មវិហារធម៌ទាំងបួនតាំងពីកូនបានចាប់កំណើតរហូតដល់បច្ចុប្បន្ន ជាពិសេសលោកទាំងពីរបានជួយទំនុកបម្រុងគ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បីអោយកូនបានសិក្សាមានចំណេះដឹងជ្រៅជ្រះរហូតបានបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រដោយជោគជ័យយ៉ាងត្រចះត្រចង់នេះ។

ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការទេ ព្រីឌ្ឍបុរស និងព្រីឌ្ឍបុរសទេ ដែលបានផ្តល់ឱកាសដល់នាងខ្ញុំ និងមិត្តនិស្សិតដទៃទៀតក្នុងការសិក្សា ក៏ដូចជាឱកាសក្នុងការស្រាវជ្រាវបង្កើនចំណេះដឹងអោយកាន់តែស៊ីជម្រៅថែមទៀត។

អ្នកគ្រូសាស្ត្រាចារ្យ ហេង ច័ន្ទបូលីន ដែលលោកតែងតែចំណាយទាំងកម្លាំងកាយ និងចិត្ត ដែលលោកតែងតែពន្យល់ណែនាំ តម្រង់ទិស និងផ្តល់ជាអនុសាសន៍ល្អៗសម្រាប់នាងខ្ញុំ។ បើមិនមានការយកចិត្តទុកដាក់ពីសំណាក់អ្នកគ្រូសាស្ត្រាចារ្យនោះទេ នាងខ្ញុំពិតជាមិនអាចសម្រេចសារណានេះបានយ៉ាងជោគជ័យបែបនេះដែរ។

លោក និងលោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចទាំងអស់ ពិសេសលោក និងលោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យផ្នែកគណនេយ្យ ដែលបានចំណាយពេលបង្ហាត់ចង្រៀន ចែករំលែកបទពិសោធន៍ល្អៗទាំងក្នុងការសិក្សា និងបទពិសោធន៍សង្គម។

ជាចុងចញាប់ នាងខ្ញុំសូមគោរពជូនពរដល់បុគ្គលដែលបានរៀបរាប់ខាងលើអោយមានសុខភាពល្អ និងទទួលបានជោគជ័យទាំងក្នុងវិស័យការងារ និងគ្រួសារ។

អារម្ភកថា

នាងខ្ញុំបានចំណាយពេលវេលាដ៏មានតម្លៃរយៈពេលបួនឆ្នាំ ដើម្បីសិក្សានៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានធ្វើអោយនាងខ្ញុំបានទទួលនូវចំណេះដឹងយ៉ាងច្រើនតាមរយៈការបង្ហាត់បង្រៀន បណ្តោះបណ្តាលដោយយកចិត្តទុកដាក់ពីលោក លោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យតាមមុខវិទ្យា ដោយលោកបានព្យាយាមផ្ទេរនូវចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ទាំងឡាយដែលពួកគាត់បានជួបប្រទះកន្លងមកដល់រូបនាងខ្ញុំ ជាពិសេសសិស្សនិស្សិតនៅសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចទាំងអស់តែម្តង។

ជាក់ស្តែងដើម្បី បញ្ចប់ការសិក្សាដោយជោគជ័យ សាកលវិទ្យាល័យតម្រូវអោយនិស្សិតធ្វើការស្រាវជ្រាវដើម្បីសរសេររបាយការណ៍ រឺសារណាបញ្ចប់ការសិក្សារបស់ខ្លួន ក៏ដូចជាផ្តល់ឱកាសអោយនិស្សិតយកទ្រឹស្តីទៅអនុវត្តផ្ទាល់ក្នុងការងារជាក់ស្តែងផងដែរ។ ហើយដើម្បីសម្រេចបានសៀវភៅសារណាមួយនេះឡើងនាងខ្ញុំបានជ្រើសយកក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation សម្រាប់ធ្វើជាប្រធានបទក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដែលទទួលបានការណែនាំពីសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ នឹងការផ្តល់យោបល់ល្អៗពីសាស្ត្រាចារ្យដឹកនាំ។ ហើយប្រធានបទ “**ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation**” លើកយកមកសិក្សានេះ គឺយើងចង់ដឹងពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន លទ្ធភាពទូទាត់បំណុល ប្រសិទ្ធភាពទ្រព្យសកម្ម និងលទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយយកឆ្នាំ២០១៨ និងឆ្នាំ២០១៩មកធ្វើការវិភាគ។

ខ្ញុំមានក្តីរំពឹងថា សៀវភៅសារណាមួយនេះ នឹងក្លាយជាឯកសារសម្រាប់ប្តូរៗនិស្សិតជំនាន់ក្រោយដែលសិក្សាលើមុខជំនាញផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចជាពិសេសនិស្សិត ដែលសិក្សាលើមុខជំនាញគណនេយ្យនេះតែម្តង សម្រាប់ផ្តល់អោយពួកគេនូវគំនិតក៏ដូចជាធ្វើជាគំរូក្នុងការសរសេរសៀវភៅសារណាដល់ពួកគេផងដែរ។

ជាចុងក្រោយ នាងខ្ញុំជឿជាក់ថា កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះពិតជាមានចំណុចខ្វះខាត និងពុំមានលក្ខណៈគ្រប់ជ្រុងជ្រោយទេ តែនាងខ្ញុំសង្ឃឹមថានិស្សិតជំនាន់ក្រោយ ក៏ដូចជាសាធារណៈជនទាំងអស់ដែលអានសៀវភៅសារណាមួយនេះសូមមេត្តាអធ្យាស្រ័យនូវកំហុសឆ្គង ដែលកើតមានក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះដោយក្តីអនុគ្រោះផង។

មាតិកា

បញ្ជីតារាង.....v
បញ្ជីដ្យាក្រាម.....vi
បញ្ជីរូបភាព.....vii
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ.....vii

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ១
២. ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ..... ១
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ២
៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ ២
៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ..... ២
៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ..... ៣
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ..... ៣

ជំពូកទី១

រំលឹកគ្រឹះស្តី

១.១. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ..... ៦
 ១.១.១. និយមន័យរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ៦
 ១.១.២. សារៈសំខាន់នៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ..... ៦
 ១.១.៣. បម្រើបម្រាស់ព័ត៌មានរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ៧
១.២. ទម្រង់នៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ..... ៨
 ១.២.១. របាយការណ៍លទ្ធផល..... ៨
 ១.២.២. របាយការណ៍មូលធនម្ចាស់/របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក ១០
 ១.២.៣. តារាងតុល្យការ ១១
 ១.២.៤. របាយការណ៍ចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់ ១២
១.៣. ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ១៤
១.៤. គោលបំណងនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ១៤

១.៥. ការវិភាគដោយប្រើប្រាស់រូបមន្តអនុបាត	១៥
១.៥.១. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី (Short-term Solvency Ratio).....	១៥
១.៥.២. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែង (Long-term Solvency Ratio).....	១៧
១.៥.៣. អនុបាតនៃលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្ម (Asset Utilization).....	១៨
១.៥.៤. អនុបាតនៃលទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ (Profitability Ratio).....	២១
១.៥.៥. អនុបាតទីផ្សារ (Market Ratio).....	២៣

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

២.១. ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks.....	២៤
២.២. ប្រវត្តិសង្ខេបក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation	២៤
២.៣. និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks និងការវិវត្តន៍របស់និមិត្តសញ្ញា	២៦
២.៣.១. ប្រវត្តិនិមិត្តសញ្ញា	២៦
២.៣.២. ការវិវត្តន៍របស់និមិត្តសញ្ញា	២៧
២.៤. ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន	២៩
២.៤.១. ការលក់ផលិតផល	២៩
២.៤.២. ការចែកចាយ Franchising®.....	៣១
២.៥. ផលិតផល	៣៣
២.៥.១. ផលិតផលរបស់ Starbucks	៣៣
២.៥.២. ផលិតផលប្រើប្រាស់របស់ Starbucks	៣៣
២.៥.៣. ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលរបស់ Starbucks	៣៤
២.៦. ការប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation	៣៦
២.៦.១. យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម និងអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង	៣៦
២.៦.២. អត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង	៣៧
២.៧. ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks's Corporation	៣៧
២.៧.១. ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks ដោយផ្ទាល់	៣៧
២.៧.២. ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks ដោយប្រយោល	៣៨

ជំពូកទី៣

ការវិនិយោគរបស់ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

៣.១. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ.....	៤១
៣.១.១. របាយការណ៍លទ្ធផល	៤១
៣.១.២. តារាងតុល្យការ	៤៣
៣.២. ព័ត៌មានភាគហ៊ុនរបស់ Starbucks	៤៦
៣.៣. ការវិភាគតាមអនុបាត	៤៦
៣.៣.១. អនុបាតនៃលទ្ធផលទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី	៤៦
៣.៣.២. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី.....	៥០
៣.៣.៣. អនុបាតនៃលទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្ម	៥៣
៣.៣.៤. អនុបាតនៃលទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ	៥៩
៣.៣.៥. អនុបាតនៃតម្លៃទីផ្សារភាគហ៊ុន (Market Value Measure).....	៦១
៣.៤. ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ	៦៣
៣.៤.១. ចំណុចខ្លាំង	៦៣
៣.៤.២. ចំណុចខ្សោយ	៦៤

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៦៥
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍	៦៦

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីតារាង

តារាងទី១៖ ទម្រង់គំរូរបាយការណ៍លទ្ធផលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន	៩
តារាងទី២៖ ទម្រង់គំរូរបាយការណ៍មូលធនម្ចាស់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន	១០
តារាងទី៣៖ ទម្រង់គំរូតារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន	១១
តារាងទី៤៖ ទម្រង់របាយការណ៍ចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់	១៣
តារាងទី៥៖ ព័ត៌មានភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks	៤៦

តារាងទី៦៖ អនុបាតចរន្តរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៤៧

តារាងទី៨៖ អនុបាតសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៤៨

តារាងទី៩៖ អនុបាតបំណុលសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៤៩

តារាងទី១០៖ អនុបាតបំណុលធៀបនឹងមូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៥០

តារាងទី១១៖ មេគុណមូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥១

តារាងទី១២៖ អនុបាតចំនួនដងនៃការចំណាយការប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៥២

តារាងទី១៣៖ អនុបាតបង្វិលជុំនៃសន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៣

តារាងទី១៤៖ អនុបាតចំនួនថ្ងៃនៃការលក់សន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៤

តារាងទី១៥៖ អនុបាតបង្វិលជុំនៃឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៥៥

តារាងទី១៦៖ អនុបាតចំនួនថ្ងៃដែលឥណទេយ្យសងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៦

តារាងទី១៧៖ ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៧

តារាងទី១៨៖ ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៨

តារាងទី១៩៖ អនុបាតប្រាក់ចំណេញសុដុលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៥៩

តារាងទី២០៖ អនុបាតផលចំណេញពីទ្រព្យសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៦០

តារាងទី២១៖ អនុបាតផលចំណេញពីមូលធនម្ចាស់របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៦១

តារាងទី២២៖ អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៦២

តារាងទី២៣៖ អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញក្នុង១ហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ៦៣

បញ្ជីជ្រាប

ជ្រាបទី១៖ Current Asst និង Current Liabilities របស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ២០១៨ និង ឆ្នាំ២០១៩.... ៤៧

ជ្រាបទី២៖ Current Asset – Inventory និង Current Liabilities របស់ក្រុមហ៊ុន..... ៤៨

ជ្រាបទី៣៖ Cash និង Current Ratio របស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ២០១៨ និង ២០១៩..... ៤៩

ជ្រាបទី៤៖ Total Debt និង Total Asset របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥០

ជ្រាបទី៥៖ EBIT និង Interest របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥២

ជ្រាបទី៦៖ COGS និង Inventory របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៣

ជ្រាបទី៧៖ Days និង Inventory Turnover របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៤

ជ្រាបទី៨៖ Sales និង Account Receivable របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៥

ជ្រាបទី៩៖ Days និង Receivable Turnover របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩ ៥៦

ជ្រាបទី១០៖ Sales និង Fixed asset របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩..... ៥៧

ដ្យាក្រាមទី១១៖ Sales និង Total asset របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩.....	៥៨
ដ្យាក្រាមទី១២៖ Net Income និងSales របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩.....	៥៩
ដ្យាក្រាមទី១៣៖ Net Income និង Total Assets របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩.....	៦០
ដ្យាក្រាមទី១៤៖ Net Income និង Shares របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩	៦២

បញ្ជីរូបភាព

រូបភាពទី១៖ ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks	២៤
រូបភាពទី២៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ១៩៧១-១៩៨៧	២៧
រូបភាពទី៣៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ១៩៨៧-១៩៩២	២៨
រូបភាពទី៤៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ១៩៩២-២០១១	២៨
រូបភាពទី៥៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១១ដល់បច្ចុប្បន្ន	២៩

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks.....	
ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ ចំនួនភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ដែលបានបោះក្រោយឆ្នាំ២០១៥ ដល់២០១៩	
ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ តម្លៃភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ពីឆ្នាំ២០១៨ ដល់ឆ្នាំ២០១៩.....	
ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ រូបភាពផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks.....	

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

សព្វថ្ងៃនេះវិស័យសេដ្ឋកិច្ចនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសនានាលើពិភពលោកកំពុង មានសំទុះរីកចម្រើន យ៉ាងខ្លាំងគួរអោយកត់សម្គាល់។ ហើយដោយសារតែបែបនេះហើយទើបធ្វើ អោយយើងមើលឃើញថាមាន ការកើនឡើងនូវសហគ្រាសអាជីវកម្មតូច ធំ គ្រប់ប្រភេទជាច្រើននៅទូទាំងពិភពលោក ជាពិសេសក្រុមហ៊ុន អាហារ និងភេសជ្ជៈមានការរីកចម្រើនទៅមុខជាលំដាប់។ ទន្ទឹមនឹងការរីកចម្រើននេះផងដែរ Starbucks Corporation ជាក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈ និងអាហារមួយដ៏ល្បីនៅសហរដ្ឋអាមេរិក និងនៅប្រទេសដទៃទៀត។ ក្រុម ហ៊ុននេះមានផលិតផលដូចជា កាហ្វេ តែ ភេសជ្ជៈ និងអាហារជាច្រើនប្រភេទ រួមមានទាំងអាហារសម្រន់ផង ដែរ។ ម្យ៉ាងទៀតក្រុមហ៊ុនផ្តល់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់តាមរយៈរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បី អោយពួកគេងាយស្រួលធ្វើការសម្រេចចិត្ត និងតាមដាននូវប្រតិបត្តិការណ៍អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជាកំណត់ត្រាហិរញ្ញវត្ថុដ៏សំខាន់មួយក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម ដែលអ្នកគ្រប់គ្រង មិនអាចខ្វះបាន ព្រោះវាបានបង្ហាញនូវសុខុមាលភាពផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាដំណើរការរបស់ អាជីវកម្មមួយ។ ការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុជាកត្តាមួយដ៏សំខាន់ ដែលអ្នកគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុននីមួយៗ ត្រូវយក ចិត្តទុកដាក់ជាងគេដើម្បីធានាថាស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនរឹងមាំ ដោយជៀសវាងភាពអាក្រក់អូលផ្នែក ហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។ ជាទូទៅមុននឹងសម្រេចចិត្តវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនណាមួយ គេត្រូវពិនិត្យ មើលលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននោះដូចជា ចំណេញខាត ស្ថានភាពបំណុល និងវិបត្តិដែលក្រុម ហ៊ុនបានជួបប្រទះ។ ដូច្នេះការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មាន សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន និងអ្នកវិនិយោគ។

ដោយមើលឃើញពីភាពល្អល្បីល្បាញរបស់ក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាសារៈសំខាន់នៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញ វត្ថុ ទើបនាងខ្ញុំសម្រេចចិត្តជ្រើសរើសប្រធានបទ“ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation” មកសិក្សា។

២. ចំណេញបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុធ្វើឡើង សម្រាប់ផ្តល់ជាព័ត៌មាន ដ៏មានសារៈសំខាន់ដល់អ្នកប្រើ ប្រាស់ដើម្បី ងាយស្រួល សម្រេចចិត្ត និងរំពឹងទុកចំពោះស្ថានភាពនៃដំណើរការអាជីវកម្មរបស់អង្គការនីមួយៗ។ ការរីកចម្រើននៃវិស័យចំណីអាហារក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននេះវាបានទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍អ្នកវិនិ យោគ ហើយ Starbucks គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលល្បីជាងគេក្នុងការផ្គត់ផ្គង់អាហារ និងភេសជ្ជៈ នឹងទទួល

បានការគាំទ្រពីសំណាក់អតិថិជនរបស់ខ្លួន។ ហេតុដូច្នេះហើយការសិក្សាពី “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks” ចង់ដឹងថា: (១) លទ្ធភាពសងបំណុលរយៈពេលខ្លី និងរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុនយ៉ាងណាដែរ? (២) តើសមត្ថភាពគ្រប់គ្រងទ្រព្យសកម្ម និងស្វែងរកប្រាក់ចំណេញយ៉ាងដូចម្តេចដែរ? (៣) តើស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុនៅឆ្នាំ២០១៩ យ៉ាងណាដែរធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨?

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាពីការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks នេះគឺមានគោលបំណងដើម្បីស្វែងយល់ឲ្យស៊ីជម្រៅក្នុងការបង្កើនចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍ ពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវផ្នែកទ្រឹស្តីទៅនឹងការអនុវត្តជាក់ស្តែងពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ដោយការសិក្សានេះផ្តោតទៅលើ៖

- ស្វែងយល់ពីស្ថានភាពទូទៅនៃក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation។
- ស្វែងយល់ពីផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation។
- ស្វែងយល់ពីលទ្ធភាពទូទាត់បំណុល គុណភាពទ្រព្យសកម្ម លទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ស្វែងយល់ពីចំណុចខ្សោយ និងចំណុចខ្លាំងនៅឆ្នាំ២០១៩ ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៨។

៤. ទំហំ និងដែនកំណត់នៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាលើប្រធានបទ វិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation គឺផ្តោតសំខាន់លើស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីចង់ដឹងពីលទ្ធភាពទូទាត់បំណុល ប្រសិទ្ធភាពនៃការទ្រព្យសកម្ម និងលទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ។ ដោយសារតែពេលវេលាមានកំណត់ការសិក្សានេះបានប្រើប្រាស់ការវិភាគតាមអនុបាតតែប៉ុណ្ណោះសម្រាប់យកមកធ្វើជាឧបករណ៍ក្នុងការវិភាគ ដោយមិនបានប្រើប្រាស់ការវិភាគតាមជួរឈរ និងជួរដេក ហើយក៏មិនបានសិក្សាលើធាតុផ្សំក្នុងការវិភាគអាជីវកម្មទេ។

៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានផ្តល់ជាផលប្រយោជន៍ដល់អ្នកស្រាវជ្រាវ និងសាធារណៈជនដូចជា៖

- អាចអោយយើងយល់ដឹងអំពីរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ទុកជាឯកសារសម្រាប់អោយនិស្សិតជំនាន់ក្រោយសិក្សាស្រាវជ្រាវ
- ជួយដល់អ្នកវិនិយោគគិតគូរដូចជាសាធារណៈជនទូទៅអោយដឹងពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន
- ជាពិសេសការសិក្សាស្រាវជ្រាវមួយនេះផ្តល់នូវចំណេះដឹងទាក់ទងទៅ នឹងការអនុវត្តជាក់ស្តែងបន្ថែមលើការសិក្សាកន្លងមក

៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវទៅលើការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks សម្រេចជោគជ័យទៅបាន ដោយនាងខ្ញុំបានប្រើប្រាស់ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំចំនួនពីរឆ្នាំគឺឆ្នាំ ២០១៨ និងឆ្នាំ២០១៩ ដែលជាទិន្នន័យដែលមានស្រាប់ហើយយកចេញពីប្រភព៖

- ✓ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុប្រចាំឆ្នាំជាផ្លូវការរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation ដកស្រង់ចេញពី Starbucks Fiscal 2019 Annual Report, ទំព័រទី៣
- ✓ តម្លៃទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលយកចេញពីគេហទំព័រ
(<https://www.macrotrends.net/stocks/charts/SBUX/Starbucks/stocks-price-history>)
- ✓ ពី Website ផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹង Starbucks
- ✓ កម្រងឯកសារ ដែលជាប់ទាក់ទងទៅនឹងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation

ម្យ៉ាងទៀតចំពោះការវិភាគទិន្នន័យវិញត្រូវបានធ្វើតាមអនុបាតតែប៉ុណ្ណោះ ដោយសិក្សាលើអនុបាតហិរញ្ញវត្ថុធំៗចំនួន ៥ រួមមាន៖ សមត្ថភាពសងបំណុលរយៈពេលខ្លី សមត្ថភាពសងបំណុលរយៈពេលវែង សមត្ថភាពគ្រប់គ្រងទ្រព្យសកម្ម សមត្ថភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ និងអនុបាតតម្លៃទីផ្សារ។ ជាចុងក្រោយ បានទាញរកចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយនៃការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុឆ្នាំ២០១៩ ដោយធ្វើការប្រៀបធៀបជាមួយនឹងឆ្នាំគោល២០១៨។

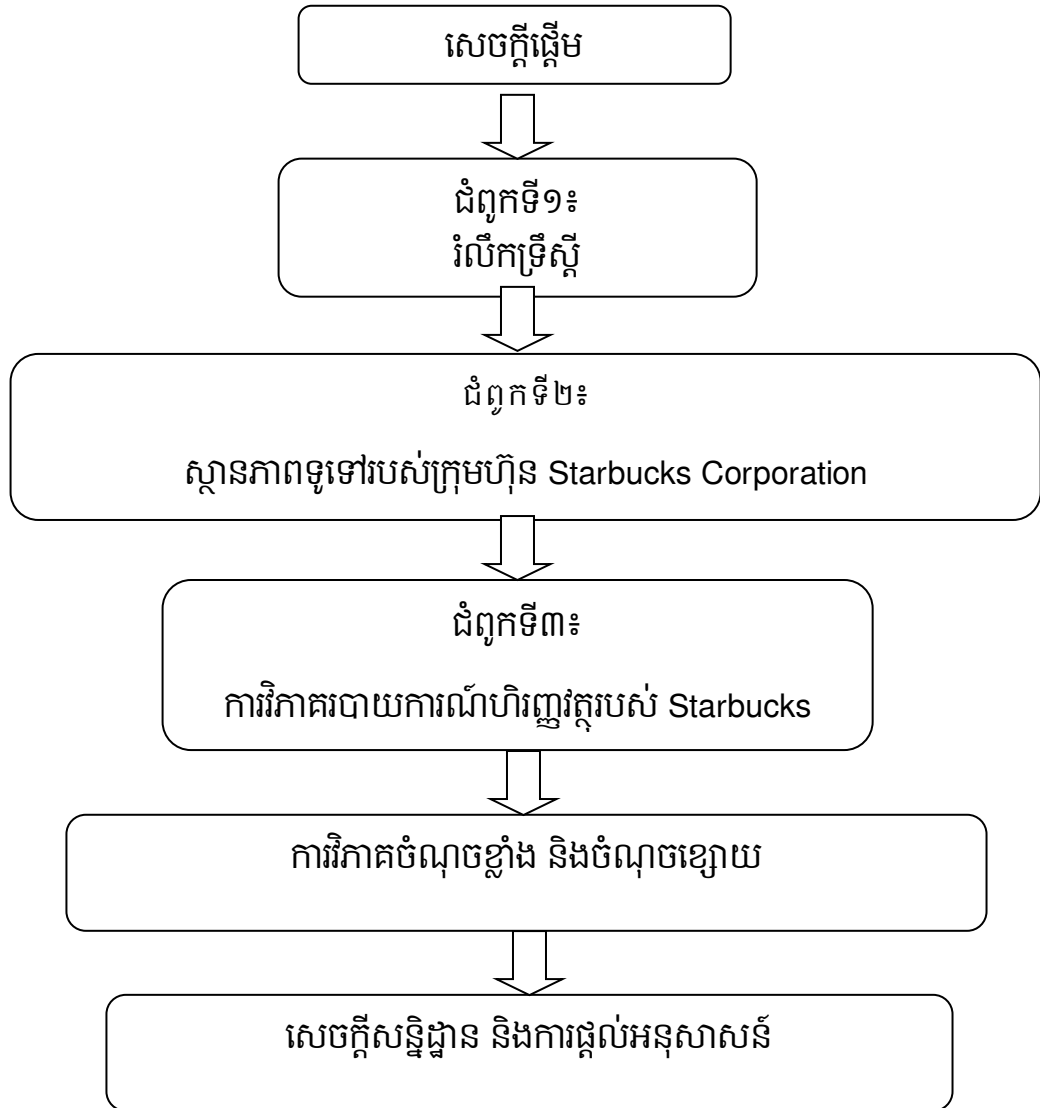
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

ការចងក្រងនូវរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះ យើងខ្ញុំបានធ្វើការរៀបចំ និងបែងចែកជា ៣ ជំពូកដូចខាងក្រោម៖

- សេចក្តីផ្តើម: បង្ហាញពី លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ ចំណោទបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ គោល បំណងនៃការស្រាវជ្រាវ ទំហំនិងដែនកំណត់ អត្ថប្រយោជន៍នៃការស្រាវជ្រាវ វិធីសាស្ត្រក្នុងការស្រាវជ្រាវ រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ
- ជំពូកទី១: រំលឹកទ្រឹស្តី បង្ហាញពីអ្វីជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ទម្រង់នៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។
- ជំពូកទី២: ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks បង្ហាញពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន ប្រវត្តិអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន និងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks។
- ជំពូកទី៣: ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks
 - ការវិភាគតាមអនុបាត (Ratio Analysis)
 - លទ្ធផលនៃការវិភាគ
- សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍
- ១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន
 - ២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

របាយការណ៍ស្រាវជ្រាវ



ជំពូកទី១

រំលឹកទ្រឹស្តី

១.១. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១.១.១. និយមន័យរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺជារបាយការណ៍មួយប្រភេទ ដែលរៀបចំឡើងផ្អែកទៅតាមវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ ដើម្បីបង្ហាញពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយនៅពេលកំណត់ជាក់លាក់។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានគេកំណត់ន័យដូចខាងក្រោម៖¹

- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជារបាយការណ៍ ដែលរៀបចំឡើងផ្អែកលើវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ មានន័យថាការរៀបចំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុពីផ្នែកទាំងស្រុងទៅលើ ការកត់ត្រាទិន្នន័យរបស់គណនេយ្យនៅក្នុងបណ្តាសៀវភៅផ្សេងៗ
- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុឆ្លុះបញ្ចាំង ពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយដូចជា ចំណូល ចំណាយ ទ្រព្យសកម្ម លំហូរ និងសាច់ប្រាក់ចូល ឬចេញ។ ដូច្នេះយើងអាចដឹងពីចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ និងសក្តានុពលរបស់ក្រុមហ៊ុនតាមរយៈរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់វា។
- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរៀបចំឡើងនៅពេលវេលាមួយកំណត់ជាក់លាក់៖ ជាទូទៅរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ត្រូវបានគេរៀបចំឡើងនៅចំណុចពេលវេលាមួយកំណត់ជាក់លាក់ដូចជានៅថ្ងៃទី៣១ ខែមីនា ឬថ្ងៃទី៣១ ខែធ្នូ ជាដើម។

១.១.២. សារៈសំខាន់នៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

អត្ថប្រយោជន៍នៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានដូចជា៖

- ជួយក្នុងការវាស់ស្ទង់ផលចំណេញ៖ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជួយឱ្យដឹងថាតើដំណើរការអាជីវកម្មអាជីវកម្មកំពុងបង្កើតប្រាក់ចំណេញ ឬខាត។ វាក៏ជួយអោយយើងដឹងផងដែរថាតើប្រាក់ចំណេញឬខាតរបស់ក្រុមហ៊ុនកំពុងកើនឡើងឬថយចុះ បន្ថែមពីនេះវាជួយអោយយើងដឹងពីសមត្ថភាពអាជីវកម្មក្នុងការបង់ការប្រាក់ទៅលើកម្ចីមូលធន និងសមត្ថភាពទូទាត់ភាគលាភដល់ភាគទុនិករបស់ខ្លួន។
- ជួយក្នុងការវាស់វែងពីភាពរឹងមាំនៃហិរញ្ញវត្ថុ៖ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជួយឱ្យយើងយល់ពីភាពខ្លាំងនៃហិរញ្ញវត្ថុរបស់អាជីវកម្ម។ វាក៏ជួយក្នុងការសម្រេចចិត្តទាក់ទងនឹងមូលនិធិដែលមានស្រាប់សម្រាប់ការទិញទ្រព្យសកម្ម, ទូទាត់បំណុលជាដើមល។ វាក៏ជួយអោយយើងដឹងថាតើប្រភពមូលនិធិ

¹ <https://khmesarit.wordpress.com/definition-Financial-Statement> (ចូលមើលនៅថ្ងៃទី ១៩/៦/ ២០២០)

ធីក្នុងរបស់ក្រុមហ៊ុន (ប្រាក់ចំណូលរក្សាទុកក្នុងឆ្នាំកន្លងមក) មានគ្រប់គ្រាន់ឬត្រូវការប្រាក់កម្ចីបន្ថែម ទៀតពីប្រភពខាងក្រៅ។

- ជួយឱ្យដឹងពីប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រង៖ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជួយឱ្យដឹងពីប្រសិទ្ធភាពនៃ ការគ្រប់គ្រងក្នុងការដំណើរការអាជីវកម្ម។ វាជួយអោយដឹងថាតើគោលការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលអនុវត្តន៍ តាមការគ្រប់គ្រងត្រឹមត្រូវឬអត់។²

១.១.៣. បម្រើបម្រាស់ព័ត៌មានរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានយកទៅប្រើប្រាស់សម្រាប់គោលដៅខុសៗគ្នា អាស្រ័យទៅការអនុវត្តប្រតិបត្តិការ អាជីវកម្ម និងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ ដែលមានតទិពលភាពលើអង្គការអាជីវកម្មទាំងមូល។ អ្នកគ្រប់គ្រងព័ត៌ មានហិរញ្ញវត្ថុទាំងអស់តែងតែយកចិត្តទុកដាក់ និងធ្វើការតាមដានចំពោះស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុអង្គការអាជីវកម្ម របស់ខ្លួនទាំងនៅពេលបច្ចុប្បន្ន និងនាពេលអនាគត។ ជាទូទៅអ្នកប្រើប្រាស់ ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានបែង ចែកជាពីរគឺ អ្នកប្រើប្រាស់ផ្ទៃក្នុង (Internal Usher) និងអ្នកប្រើប្រាស់ផ្ទៃក្នុង (External Usher)។³

❖ ការប្រើប្រាស់ផ្ទៃក្នុង

អ្នកប្រើប្រាស់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាបុគ្គលដែលចូលរួមក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការរបស់អាជីវកម្មដូច ជាអ្នកគ្រប់គ្រង អ្នកប្រឹក្សាយោបល់ សវនករផ្ទៃក្នុង អ្នកគ្រប់គ្រងកញ្ចប់ថវិការ និងអ្នកស្រាវជ្រាវអភិវឌ្ឍន៍ជាដើ ម។ ជាក់ស្តែងចំពោះអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវបានប្រើប្រាស់វាក្នុងការវាយតម្លៃ និងទូទាត់សងតាមមូលដ្ឋាននៃគោល ការណ៍គណនេយ្យដូចជាប្រាក់ចំណេញ និងប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ។ ក្នុងនោះផងដែរសារៈសំខាន់ក្នុងការប្រើ ប្រាស់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុផ្ទៃក្នុងមួយទៀតគឺ សម្រាប់ងាយស្រួលរៀបចំផែនការអាជីវកម្មនាពេលអនាគត និង សម្រាប់ពិនិត្យមើល realism នៃការសន្មតដែលបានធ្វើនៅក្នុងគំរោងនោះ។

❖ ការប្រើប្រាស់ខាងក្រៅ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានយកទៅប្រើប្រាស់ដោយភាគីនៅក្រៅក្រុមហ៊ុន ដែលរួមមានដូចជា ម្ចាស់ តណទានរយៈខ្លី និងរយៈពេលវែង អ្នកវិនិយោគទុន អ្នកផ្គត់ផ្គង់ ដៃគូប្រកួតប្រជែង អតិថិជន ភ្នាក់ងារពន្ធដារ និងអ្នកដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតជាដើម ហើយព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានពួកគេយកទៅប្រើប្រាស់ក្នុង គោលបំណងមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

- ម្ចាស់តណទាន៖ ប្រើប្រាស់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីវិភាគទៅលើដំណើរការអាជីវកម្ម និងស្ថានភាពហិ

² [Quora: updated by Rajiv Vadera, MBA Financial & Marketing (2004) Link: <http://bit.ly/2X3NL> Vo (ចូលមើលថ្ងៃទី ១៩/៦/២០២០)

³ Ross Westerfield Jordan., Fundamentals Of Corporate Finance (បោះពុម្ពលើកទី៨, ទំព័រទី ៧១)

រញ្ជីត្រូវរៀបរយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនពេលសម្រេចចិត្តផ្តល់ឬ បដិសេធមិនផ្តល់តណាទាន និងដើម្បីចង់ដឹងពីលទ្ធភាពសងបំណុលរបស់ក្រុមហ៊ុន។

- **អ្នកវិនិយោគ៖** ត្រូវការត្រួតពិនិត្យលើព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីថ្លឹងថ្លែងពីដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន មុនពេលសម្រេចចិត្តវិនិយោគ ឬក៏បន្តវិនិយោគបន្តទៅទៀត។
- **អ្នកផ្គត់ផ្គង់៖** ពួកគេប្រើប្រាស់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុ ស្រដៀងទៅនឹងម្ចាស់តណាទានដែរ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ត្រូវការព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុមុនពេលសម្រេចចិត្តផ្គត់ផ្គង់ដោយជំពាក់ឱ្យក្រុមហ៊ុន។
- **ដៃគូប្រកួតប្រជែង៖** ដៃគូប្រកួតប្រជែងប្រើប្រាស់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីចង់ដឹងស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងចង់ដឹងពីភាពខ្លាំងនៃរបាយការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុនបើពួកគេអាច។
- **អតិថិជន៖** អតិថិជនធំៗប្រើប្រាស់ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងការសម្រេចចិត្តវាយតម្លៃពីរប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីកំណត់នូវជំនឿទុកចិត្តរបស់ខ្លួនមកលើក្រុមហ៊ុននាពេលអនាគត។
- **ភ្នាក់ងារពន្ធដារ៖** ធ្វើការត្រួតពិនិត្យទៅលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងគោលបំណងកំណត់ទំហំទឹកប្រាក់ក្នុងការបង់ពន្ធជាដើម។
- **រាជរដ្ឋាភិបាល៖** គោលបំណងក្នុងព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុគឺដើម្បីងាយស្រួលក្នុងការត្រួតពិនិត្យពីសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ងាយស្រួលក្នុងការដឹងពីស្ថានភាពរូបនៃសេដ្ឋកិច្ចជាតិទាំងមូល។

១.២.ទម្រង់នៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ទម្រង់នៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានបួនជំពូក៖

- របាយការណ៍លទ្ធផល (Income Statement)
- របាយការណ៍មូលធនម្ចាស់/របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក(Statement of Retained Earning)
- តារាងតុល្យការ (Balance Sheet)
- របាយការណ៍ចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់(Statement of Cash Flow)

១.២.១.របាយការណ៍លទ្ធផល

❖ និយមន័យ

របាយការណ៍លទ្ធផលជា របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុសំខាន់មួយក្នុងចំណោមរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុសំខាន់ៗបួនដែលផ្តល់នូវគណនេយ្យលំអិតនៃប្រាក់ចំណូលដែលទទួលបាន និងចំណាយដែលបានបង់ក្នុងកំឡុងពេលគណនេយ្យជាក់លាក់មួយ។ ជាទូទៅវារាយការណ៍ពីភាពជោគជ័យឬបាត់បង់ផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន និង

ជាឧបករណ៍ដ៏មានតម្លៃសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងផ្តោតជាចម្បងលើការកែលម្អប្រាក់ចំណេញ និងបង្កើនលំហូរសាច់ប្រាក់។ របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលទូទៅផ្តល់នូវទស្សនៈហិរញ្ញវត្ថុមិនមែនជាប្រតិបត្តិការទេ។ ដូច្នេះហើយក្នុងនាមជាអ្នកដឹកនាំអាជីវកម្មដែលទទួលខុសត្រូវក្នុងការរីកចម្រើនរបស់អាជីវកម្ម ត្រូវមានសមត្ថភាពមើលដឹងអំពីប្រភពដើមនៃចំណូលនិងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនអោយបានត្រឹមត្រូវ។⁴

តារាងទី១៖ ទម្រង់គំរូរបាយការណ៍លទ្ធផលសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន

Company Name	
Income Statement	
For the year ended December 31, 20XX	
Income	\$ XXX
Services Rendered	\$ XXX
Expenses	\$ XXX
Salaries	\$ XXX
Rent	\$ XXX
Telephone & Internet	\$ XXX
Water & Electricity	\$ XXX
Property & Rate and Taxes	\$ XXX
Insurance	\$ XXX
Advertising Costs	\$ XXX
Fuel	\$ XXX
Stationery	\$ XXX
Bank Charges / Interest Paid	\$ XXX
Tax Expense	\$ XXX
Net Margin	\$ XXX

⁴[https:// www.3csoftware.com/operational-income-statement-analytics-planning/](https://www.3csoftware.com/operational-income-statement-analytics-planning/) (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ២០ មិថុនា ២០២០)

១.២.២.របាយការណ៍មូលធនម្ចាស់/របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក (Statement of Retained Earning)

❖ និយមន័យ

របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូលដែលបានរក្សាទុកគឺជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដែលសង្ខេបពីការផ្លាស់ប្តូរប្រាក់ចំណូលដែលបានរក្សាទុកក្នុងកំឡុងពេលជាក់លាក់ណាមួយ ឬជាចំណែកនៃប្រាក់ចំណូលសុទ្ធដែលនៅសល់បន្ទាប់ពីការបែងចែកភាគលាភទៅឱ្យម្ចាស់ភាគហ៊ុន ប៉ុន្តែបានរក្សាទុកក្នុងអាជីវកម្មសម្រាប់គោលបំណងផ្សេងៗ ដូចជាការពង្រីកអាជីវកម្មបន្ថែមនាពេលអនាគត ឬសម្រាប់បំពេញកាតព្វកិច្ចបំណុលរបស់ក្រុមហ៊ុនជាដើម។ ជាទូទៅប្រាក់ចំណូលរក្សាទុកកើនឡើងនៅពេលប្រាក់ចំណេញកើនឡើង ឬនៅពេលក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការបែងចែកភាគលាភទៅឱ្យម្ចាស់ភាគហ៊ុន។ ហើយវាថយចុះនៅពេល ដែលប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនថយចុះ ឬក៏ក្រុមហ៊ុនធ្វើការបែងចែកភាគលាភទៅឱ្យម្ចាស់ភាគហ៊ុនច្រើន។⁵

តារាងទី២៖ទម្រង់គំរូរបាយការណ៍មូលធនម្ចាស់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន

Company Name	
Statement of Retained Earning	
For the year end December 31, 20XX	
Retained earning at Janaury 1, 20XX	\$ XXX
Add: net income earning in 20XX	\$ XXX
Sutotal	<u>\$ XXX</u>
Less: dividends declared in 20XX	\$ XXX
Retained earnings at December 31, 20XX	<u>\$ XXX</u>

⁵ <https://www.accountingformanagement.org/statement-of-retained-earning/> (ចូលមើលថ្ងៃទី ២៣ មិថុនា២០២០)

១.២.៣.តារាងតុល្យការ (Balance Sheet)

❖ និយមន័យ

តារាងតុល្យការបង្ហាញនូវ ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងការិបច្ឆេទគណនេយ្យ។ ការិបច្ឆេទគណនេយ្យជាទូទៅ គឺមានរយៈពេលមួយឆ្នាំ(១២ខែ) មួយឆមាស(៦ខែ) ឬ មួយត្រីមាស(៣ខែ)។ តារាងតុល្យការគឺជាតារាងមួយដែលបានរាយការណ៍ព័ត៌មានស្តីពី ទ្រព្យសកម្ម(Asset), បំណុល(Liabilities), និងទ្រព្យម្ចាស់ (Equity) របស់អង្គការអាជីវកម្មមួយក្នុងកំឡុងពេលដ៏ជាក់លាក់។ តារាងតុល្យការបានបង្ហាញពីផ្នែកទ្រព្យ, បំណុល, និងមូលធនរបស់ម្ចាស់ទ្រព្យដែលមានតុល្យភាពនឹងគ្នា។ ហើយផ្នែកទ្រព្យវាបានបង្ហាញពីការប្រើប្រាស់មូលនិធិដើម្បីប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន ចំណែកផ្នែកបំណុលវាបានបង្ហាញពីប្រភពផ្សេងៗនៃប្រតិបត្តិការ។⁶

សមីការតារាងតុល្យការមានធាតុដែលចូលរួមសំខាន់ៗបីគឺ៖

$$\text{ទ្រព្យសកម្ម} = \text{បំណុល} + \text{ទ្រព្យម្ចាស់}$$
$$\text{Asset} = \text{Liabilities} + \text{Equity}$$

តារាងទី៣៖ ទម្រង់គំរូតារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន

Company Name Balance Sheet For the year End December 31, 20XX	
Asset	
Current Asset	
Cash	\$XXX
Account receivable	\$XXX
Inventory	\$XXX
Total	<u>\$XXX</u>
Fixed asset	

⁶ <http://accountingfinanceknowledge.blogspot.com/2017/08/blog-post-83.html?m=1> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ២៤ មិថុនា ២០២០)

Net plan and equipment	\$XXX
Other Long-Term assets	\$XXX
Total assets	<u>\$XXX</u>
Liabilities & Equity	
Current Liabilities	
Accrued wages and taxes	\$XXX
Account payable	\$XXX
Note payable	\$XXX
Total	<u>\$XXX</u>
Long-term debt	\$XXX
Total debt	<u>\$XXX</u>
Stockholder's equity	
Preferent stock	\$XXX
Common stock and paid-in surplus	\$XXX
Retained earning	\$XXX
Total	<u>\$XXX</u>
Total liabilities and equity	<u>\$XXX</u>

១.២.៤.របាយការណ៍ចលនាចំហូរសាច់ប្រាក់ (Statement of Cash Flows)

របាយការណ៍នេះបកស្រាយរាល់ការប្រែប្រួលស្តីពី ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុគ្រប់សកម្មភាពទាំងលមហូរសាច់ប្រាក់ចេញ និងលំហូរសាច់ប្រាក់ចូលនៅក្នុង ការិយបរិច្ឆេទជាក់លាក់មួយ។ សកម្មភាពបី ដែលមានតតទ្វិពលទៅលើរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់គឺសកម្មភាពប្រតិបត្តិការ (Operating Activities), សកម្មភាពវិនិយោគ (Investing Activities), និងសកម្មភាពហិរញ្ញប្បទាន (Financing Activities), សកម្មភាពប្រតិបត្តិការមានពាក់ព័ន្ធនឹងសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន រីឯសកម្មភាពវិនិយោគទាក់ទងទៅ នឹងការទិញ និងការលក់មូលបត្រ ឬទ្រព្យសម្បត្តិ និងសកម្មភាពហិរញ្ញប្បទានគឺវាមានការពាក់ព័ន្ធនឹងការវិនិយោគរបស់ម្ចាស់អាជីវកម្ម។⁷

⁷ <https://www.khsearch.com/qna/17964> (ចូលមើលថ្ងៃទី ២៥ មិថុនា ២០២០)

តារាងទី៤៖ ទម្រង់របាយការណ៍ចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់

Company Name	
Statement of Cash Flows	
For the year end December 31, 20XX	
Cash Flows from Operating Activities	
Net income	\$XXX
Add: depreciation expense	\$XXX
Increase in accounts receivable	\$XXX
Decrease in inventory	\$XXX
Decrease in accounts payable	\$XXX
Cash provided (used) in operating activities	<u>\$XXX</u>
Cash Flows from Investing Activities	
Capital expenditures	\$XXX
Proceeds from sale of property	\$XXX
Cash provided (used) in investing activities	<u>\$XXX</u>
Cash Flow from Financing Activities	
Borrowing of long-term debt	\$XXX
Cash dividends	\$XXX
Purchase of treasury stocks	\$XXX
Cash provided (used) by financing activities	\$XXX
Net increase in cash	\$XXX
Cash at the begining of the year	\$XXX
Cash at the end of the year	<u>\$XXX</u>

១.៣. ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ រួមមានការប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិភាគ និងបច្ចេកទេសនៃការវិភាគ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនោះ ក៏ដូចជាបណ្តាទិន្នន័យទំនាក់ទំនងផ្សេងៗទៀតដើម្បីទទួលបាននូវព័ត៌មានសំខាន់ៗ។ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជាការត្រួតពិនិត្យទៅលើផ្នែកផ្សេងៗនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដែលផ្នែកទាំងនោះមានទំនាក់ទំនងគ្នាទៅវិញទៅមក និងឆ្លោះបញ្ចាំងពីទិដ្ឋភាពរបស់អង្គាទាំងមូល។^៨ ដើម្បីវិភាគ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុយើងត្រូវវិភាគទៅលើគោលបំណង ទូទៅនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ហើយវិភាគថាវា មានទំនាក់ទំនងយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះជាមួយនិងទិន្នន័យសម្រាប់ការសម្រេចចិត្តរបស់អាជីវកម្មទាំងមូល។

១.៤. គោលបំណងនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

គោលបំណងនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺដើម្បីចង់ដឹងពីស្ថានភាពនៃដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ ក្រុមហ៊ុនពីអតីតកាល បច្ចុប្បន្ន និងអនាគត និងផ្តល់ភាពងាយស្រួលដល់អ្នកខាងក្នុងនិងអ្នកខាងក្រៅក្រុម ហ៊ុនដើម្បីកំណត់ភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយរបស់អង្គការ។

គោលបំណងសំខាន់ៗនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានដូចខាងក្រោម៖

- ❖ ការវាយតម្លៃពីការអនុវត្តក្នុងអតីតកាល(Assessment of Past Performance): ប្រតិបត្តិការនៅក្នុង អតីតកាលគឺជាសូចនាករដ៏ល្អមួយនៃការអនុវត្តនាពេលអនាគត។ វិនិយោគិន ឬម្ចាស់បំណុលចាប់ អារម្មណ៍នឹងនិន្នាការនៃការលក់ ចំណាយថ្លៃដើម ចំណាយប្រតិបត្តិការ ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ លំហូរ សាច់ប្រាក់ និងធនភាគលាភ និងការវិនិយោគកាលពីអតីតកាល។ និន្នាការទាំងនេះផ្តល់ជូននូវ មធ្យោបាយ សម្រាប់វិនិច្ឆ័យការគ្រប់គ្រងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មពីអតីតកាល និងជាសូចនាករ ដែលអាចធ្វើទៅបាននៃការអនុវត្តនាពេលអនាគត។
- ❖ ការវាយតម្លៃពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន(Assessment of current position): ការវិភាគរបាយការណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុបង្ហាញពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នរបស់ក្រុមហ៊ុនទាក់ទងទៅ នឹងប្រភេទទ្រព្យសកម្ម ដែល គ្រប់គ្រងដោយក្រុមហ៊ុន ឬអាជីវកម្មមួយ និងបំណុលផ្សេងៗដែលក្រុមហ៊ុនត្រូវសងគេ។
- ❖ ការព្យាករណ៍ពីភាពចំណេញនិងការរីកចម្រើន(Prediction of Profitability and Growth prospects): ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជួយក្នុងការវាយតម្លៃ និងព្យាករណ៍អំពីលទ្ធភាពរក ប្រាក់ចំណូល និងអត្រាកំណើនប្រាក់ចំណូលដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដោយវិនិយោគិននៅពេល ដែលប្រៀប

⁸ Martin G. Jangles et al., Economic and Finance Analysis ២០០៤ (ការវិភាគសេដ្ឋកិច្ច និងហិរញ្ញវត្ថុ) , បោះពុម្ពលើកទី៣,)

ធៀបជម្រើសវិនិយោគនិងអ្នកប្រើផ្សេងទៀតក្នុងការវិនិច្ឆ័យពីសក្តានុពលនៃសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម។

- ❖ ការព្យាករណ៍ពីការក្លែងប្លែក និងការបរាជ័យ(Prediction of bankruptcy and failure): ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាឧបករណ៍ដ៏សំខាន់មួយក្នុងការវាយតម្លៃ និងព្យាករណ៍ភាពក្លែងប្លែក និងប្រូបាប៊ីលីតេនៃភាពបរាជ័យរបស់អាជីវកម្ម។
- ❖ ការវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការ (Assessment of the operational efficiency): ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ជួយវាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាពប្រតិបត្តិការនៃការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ។ លទ្ធភាពជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលត្រូវបានបង្ហាញនៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុអាចប្រៀបធៀបទៅនឹងស្តង់ដារមួយចំនួនដែលបានកំណត់ពីមុន ហើយភាពលំអៀងរវាងស្តង់ដារ និងការអនុវត្តនជាក់ស្តែងអាច ត្រូវបានប្រើជាសូចនាករនៃប្រសិទ្ធភាពរបស់ការគ្រប់គ្រង។⁹

១.៥. ការវិភាគដោយប្រើប្រាស់រូបមន្តអនុបាត(Ratio Analysis)

ការវិភាគអនុបាតហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាការគណនានូវអនុបាតដោយប្រើទិន្នន័យពីរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងការបកស្រាយនូវលទ្ធផលដែលទទួលបានពីការគណនា ដើម្បីកំណត់នូវទំនោរ និងការប្រែប្រួលហើយត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាមូលដ្ឋានក្នុងការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកប្រើប្រាស់។

១.៥.១. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី (Short-term Solvency Ratio)

អនុបាតសម្រាប់វាស់វែងពីលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី ត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់វាស់វែងពីសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការដោះស្រាយនូវបញ្ហាបំណុល ដែលក្រុមហ៊ុនបានខ្ចីពីម្ចាស់បំណុល មានដូចជាធនាគារ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជាដើម។ ម្យ៉ាងវិញទៀតក្នុងលក្ខខណ្ឌ ដែលក្រុមហ៊ុនខ្វះលទ្ធភាពក្នុងការទូទាត់បំណុលដល់ម្ចាស់បំណុលវានឹងធ្វើ អោយមានការប៉ះពាល់ដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះ ក៏ដូចជាដំណើរការរបស់ក្រុមហ៊ុនយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរផងដែរ។

ក. អនុបាតចរន្ត(Current Ratio)

អនុបាតចរន្ត គឺជាអនុបាតដែលត្រូវបានគេប្រើប្រាស់សម្រាប់វាស់វែងពីសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន និងសុវត្ថិភាពរបស់អាជីវកម្ម ហើយវាបង្ហាញនូវសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី។ បើលទ្ធផលនៃអនុបាតនេះមានទំហំធំជាង១ វាបញ្ជាក់ពីល្បឿនយ៉ាងលឿនរបស់ចលនាសាច់ប្រាក់នៅក្នុងក្រុមហ៊ុន។ ប្រសិនបើលទ្ធផលខាងលើមានកំរិតតូចជាង១ នោះបង្ហាញថាក្រុមហ៊ុននឹងជួបនូវបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ។¹⁰

⁹ khemsariteducation. wordpress.com (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ២៨/៦/ ២០២០)

¹⁰ Berk J., DeMarco P. and Harford J (២០០០), Fundamentals of Corporate Finance បោះពុម្ពលើកទី២, ទំព័រ៣២

ខាងក្រោមនេះជារូបមន្តអនុបាតចរន្ត៖

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Current Liabilities}}$$

ខ. អនុបាតរហ័ស (Quick Ratio)

អនុបាតរហ័ស គឺជាអនុបាតដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីវាស់វែងពីលទ្ធភាពរបស់អង្គការក្នុងការទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លីដោយមិនចាំបាច់លក់សន្តិធ៌ ឬទទួលយកនូវហិរញ្ញប្បទានពីខាងក្រៅកាលណាអនុបាតនេះមានកំរិតខ្ពស់អង្គការកាន់តែមានស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុល្អ ប៉ុន្តែបើវាមានកំរិតទាប នោះអង្គការនឹងមានការលំបាក ឬក៏វាស្ម័គ្រច្រានក្នុងការទូទាត់បំណុល។¹¹

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liability}}$$

គ. អនុបាតសាច់ប្រាក់ (Cash Ratio)

អនុបាតសាច់ប្រាក់គឺជាផលធៀបរវាងសាច់ប្រាក់នឹងបំណុលរយៈពេលខ្លី។ កាលណាតួលេខរបស់អនុបាតនេះកាន់តែធំវា មានលក្ខណៈល្អប្រសើរសម្រាប់ម្ចាស់បំណុលរយៈពេលខ្លី ប៉ុន្តែចំពោះអង្គការវិញអាចត្រូវបានគេវាយតម្លៃថាមានសាច់ប្រាក់ច្រើនទុកចោល មិនបានយកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងការរកចំណូល¹²។ អនុបាតសាច់ប្រាក់មានរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash}}{\text{Current Liability}}$$

¹¹ Berk J., DeMarco P. and Harford J (២០០០), Fundamentals of Corporate Finance (បោះពុម្ពលើកទី២, ទំព័រ៣២)

¹² Berk J., DeMeco P. and Harford J (២០០០), Fundamentals of Corporate Finance (បោះពុម្ពលើកទី២, ទំព័រ៣២)

១.៥.២. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែង (Long-term Solvency Ratio)

អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែង គឺជាអនុបាត ដែលប្រើសម្រាប់វាស់វែងនូវកំរិតជាប់បំណុលរបស់អង្គការ ជាពិសេសលទ្ធភាពរបស់អង្គការក្នុងការគោរពកាតព្វកិច្ចបំណុលក្នុងការកំណត់សង។ អនុបាតនេះរួមមាន៖

ក. អនុបាតបំណុលសរុប (Total Debt Ratio)

អនុបាតបំណុលសរុប គឺជាអនុបាតដែលវាស់វែងកំរិតទ្រព្យសកម្មរបស់អង្គការដែលត្រូវបានផ្គត់ផ្គង់ដោយបំណុល។ បំណុលសរុបរួមបញ្ចូលទាំងបំណុលរយៈពេលខ្លី និងបំណុលរយៈពេលវែង។ ម្ចាស់បំណុលចង់ដឹងពីកំរិតបំណុលរបស់អង្គការ ព្រោះថាបើអនុបាតនោះ កាន់តែទាបនោះកំរិតការពារនៃការខាតបង់របស់ម្ចាស់បំណុលកាន់តែខ្ពស់ ប្រសិនបើអង្គការត្រូវរំលាយ។ ចំណែកឯម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនវិញគឺចង់ឱ្យអង្គការប្រើបំណុលនេះកាន់តែច្រើន ព្រោះវាអាចបង្កើនប្រាក់ចំណេញរំពឹងទុករបស់ពួកគេ។ ដូច្នេះអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវសម្រេចចិត្តលើកំរិតបំណុលដែលក្រុមហ៊ុនគួរប្រើប្រាស់ ដើម្បីកុំឱ្យបង្កើនហានិភ័យនៃការក្លានលទ្ធភាពសងបំណុលវិញ។¹³ វាមានរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Total Debt Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

ខ. អនុបាតបំណុលធៀបនឹងមូលធន (Debt to Equity Ratio)

អនុបាតបំណុលធៀបនឹងមូលធន គឺជាអនុបាតវាស់វែងពីភាគរយនៃបំណុលធៀបនឹងមូលធនរបស់អង្គការដើម្បីដឹងពីលទ្ធភាពសងត្រឡប់របស់មូលធន ប្រសិនបើអង្គការត្រូវការរំលាយ។ អង្គការដែលមានបំណុលធៀបជាមួយមូលធនខ្ពស់ គឺទទួលបាននូវហានិភ័យខ្លាំងប្រសិនបើមានវិបត្តិសេដ្ឋកិច្ច ព្រោះទោះជាបំណុលរបស់អង្គការធ្លាក់ចុះក៏ដោយ ក៏អង្គការនៅតែមានកាតព្វកិច្ចសងការប្រាក់ និងប្រាក់ដើមដែលជំពាក់ដដែល។ ចំណែកឯមូលធនរបស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនវិញ អង្គការមិនមានកាតព្វកិច្ចសងប្រាក់វិនិយោគវិញឡើយ ហើយការបែងចែកភាគលាភអាចត្រូវបានពន្យារ រហូតដល់ពេលដែលប្រាក់ចំណេញអង្គការងើបឡើងវិញ¹⁴។ ខាងក្រោមនេះជារូបមន្តរបស់បំណុលធៀបនឹងមូលធន៖

¹³ Eugene F. Brigham, Michel C. Ehrhardt (2002), Financial Management p.82
¹⁴ Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt (2002), Financial Management p.252

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

គ. មេគុណមូលធន (Equity Multiplier)

មេគុណមូលធន គឺជាសមាមាត្រអនុភាពហិរញ្ញវត្ថុមួយដែលត្រូវបានគណនាដោយបែងចែកទ្រព្យសកម្មសរុបដោយមូលធនភាគទុនិក។ វានឹងបង្ហាញអំពីទ្រព្យសកម្មប៉ុន្មានដុល្លារក្នុងមូលធនមួយដុល្លារ។ ករណីមេគុណនេះខ្ពស់ធ្វើអោយអនុភាពហិរញ្ញវត្ថុនេះទាប។¹⁵

$$\text{Equity Multiplier(EM)} = \frac{\text{Total Asset}}{\text{Total Equity}}$$

ឃ. អនុបាតចំនួនដងនៃការចំណាយការប្រាក់ (Times Interest Earned Ratio)

អនុបាតនៃចំនួនដង នៃការចំណាយការប្រាក់ គឺប្រើសម្រាប់វាស់ពីលទ្ធភាព ដែលប្រាក់ចំណេញពីប្រតិបត្តិការរបស់អង្គការជាច្រើនចុះ មុននឹងអង្គការមិនមានលទ្ធភាពសងការប្រាក់តាមកាលកំណត់ អាចនាំអោយមានការប្តឹងពីម្ចាស់បំណុល ហើយអាចឈានទៅរកការក្លែងបន្លំផងដែរ¹⁶ ។ អនុបាតនេះត្រូវបានគណនា ដោយចែកប្រាក់ចំណេញមុននឹងចំណាយការប្រាក់ និងពន្ធជាមួយនឹងចំណាយការប្រាក់។

$$\text{Time interest Earned} = \frac{\text{Earnings before Interest and Tax}}{\text{Interest}}$$

១.៥.៣. អនុបាតនៃលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្ម (Asset Utilization)

អនុបាតនៃលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ ទ្រព្យសកម្មត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីវាស់វែងការគ្រប់គ្រង និងការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណូលដលក្រុមហ៊ុន។ អនុបាតនៃលទ្ធភាពប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរួមមាន៖

¹⁵ Belverd E. Needles and Marian Powersm (2007), Financial Accounting p.252
¹⁶ <https://www.myaccountingcourse.com/financial-ratio/equity-multiplier> (ចូលមើលថ្ងៃទី ៣០/៦/ ២០២០)

ក. អនុបាតបង្វិលជុំនៃសន្និធិ (Inventory Turnover)

អនុបាតបង្វិលជុំនៃសន្និធិ ជាអនុបាតដែលបង្ហាញពីចំនួនដងដែលអង្គភាពបញ្ចេញសន្និធិ ហើយទិញចូល ឬផលិតសន្និធិទាំងនោះឡើងវិញក្នុងកំឡុងពេលណាមួយ។ អនុបាតនេះអាចជួយអ្នកគ្រប់គ្រងអង្គភាពធ្វើការសម្រេចចិត្តកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពលើតម្លៃ ដំណើរការផលិត ការធ្វើទីផ្សារ និងនាំចូលនូវសន្និធិថ្មីផងដែរ។ កាលណាលទ្ធផលដែលទទួលបានពីការគណនាអនុបាតនេះកាន់តែទាបបង្ហាញពីការលក់ខ្សោយ និងសន្និធិមានចំនួនលើសតម្រូវការ ប៉ុន្តែបើលទ្ធផលវាកាន់តែខ្ពស់មានន័យថាការលក់កាន់តែមានភាពខ្លាំងនិងសន្និធិអាចផ្គត់ផ្គង់ស្របតម្រូវការ។¹⁷ អនុបាតនេះមានរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Cost of Goods Sold}}{\text{Inventory}}$$

ខ. អនុបាតចំនួនថ្ងៃនៃការលក់សន្និធិ (Day's Sale in Inventory)

អនុបាតចំនួនថ្ងៃនៃការលក់សន្និធិ ជាអនុបាតដែលបង្ហាញពីចំនួនថ្ងៃជាមធ្យមដែលត្រូវបានចំណាយពេលសម្រាប់ អង្គភាពមួយក្នុងការលក់ចេញនូវសន្និធិ។ អនុបាតនេះជាមូលដ្ឋានមួយសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងប្រើប្រាស់ដើម្បីកំណត់នូវប្រសិទ្ធភាពនៃការលក់ ហើយប្រសិនបើតួលេខនៃអនុបាតនេះខ្ពស់ មានន័យថាអង្គភាពមួយនោះគ្រប់គ្រងសន្និធិមិនបានល្អទេ ឬអាចមានសន្និធិដែលពិបាកលក់ចេញ¹⁸។ អនុបាតនេះមានរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Day's Sale in Inventory} = \frac{365}{\text{Inventory Turnover}}$$

គ. អនុបាតបង្វិលជុំនៃឥណទេយ្យ (Account Receivable Turnover)

អនុបាតបង្វិលជុំនៃឥណទេយ្យ គឺជាអនុបាតមួយដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីវាស់វែងពីចំនួនដងដែលឥណទេយ្យត្រូវបានបង្វិលក្នុងមួយឆ្នាំ និងបង្ហាញពីកំរិតប្រសិទ្ធភាពរបស់អង្គភាពក្នុងការប្រមូលឥណទេយ្យ ឬប្រាក់ដែលអតិថិជនជំពាក់។ Receivable Turnover មានកម្រិតទាបបង្ហាញថាការប្រមូលឥណទេយ្យរបស់

¹⁷ Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt (2002), Financial Management p.252
¹⁸ <https://www.investopedia.com/term/i/inventoryturnover.asp> (ចូលថ្ងៃទី ៣០/៦/២០២០)

អង្គការមានភាពខ្សោយ និងមានចំនួនអតិថិជនច្រើន ដែលសងបំណុលមិនទាន់កាលកំណត់¹⁹។ អនុបាតនេះអាចគណនាដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Account Receivable Turnover} = \frac{\text{Sale}}{\text{Account Receivable}}$$

ឃ. អនុបាតចំនួនថ្ងៃដែលឥណទេយ្យសង (Day's Sale in Receivable)

អនុបាតដែលចំនួនថ្ងៃដែលឥណទេយ្យសង គឺជាអនុបាតដែលបង្ហាញពីចំនួនថ្ងៃជាមធ្យមដែលត្រូវបានចំណាយពេលសម្រាប់សងអង្គការមួយ ក្នុងការប្រមូលប្រាក់ជំពាក់ពីអតិថិជន បន្ទាប់ពីការលក់បានកើតឡើង។ អនុបាតនេះអាចវាស់វែងពីកម្រិតដែលអតិថិជនសងប្រាក់លឿន ឬយឺត និងប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងឥណទេយ្យរបស់អង្គការមួយ។²⁰ អនុបាតនេះមានរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Day's Sale in Account Receivable} = \frac{365\text{days}}{\text{Account Receivable Turnover}}$$

ង. អនុបាតដើមទុនចរន្តសុទ្ធ (Net Working Capital Turnover)

អនុបាតដើមទុនចរន្តសុទ្ធ ប្រើសម្រាប់វាស់វែងនូវប្រសិទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណូលដោយប្រើប្រាស់ដើមទុនចរន្តសុទ្ធដែលខ្លួនមាន។ យើងអាចនិយាយម្តងទៀតថាជាប្រាក់ចំណូលដែលទទួលបានពីទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីសុទ្ធដែលត្រូវបានដកជាមួយបំណុលរយៈពេលខ្លីរួច។ អង្គការដែលមាន NWC Turnover ខ្ពស់មានន័យថាអង្គការនោះបានប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីសុទ្ធបានល្អជាងក្រុមហ៊ុន ដែលមាន NWC Turnover ទាបជាង។²¹

$$\text{Net Working Capital Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Net working Capital}}$$

¹⁹ <https://www.investopedia.com/terms/r/receivableturnoverratio.asp> (ចូលមើលថ្ងៃទី ៣០/៦/២០២០)

²⁰ <https://www.investopedia.com/terms/d/dso.asp> (ចូលមើលថ្ងៃទី ៣០/៦/២០២០)

²¹ <https://www.investopedia.com/terms/w/workingcapitalturnover.asp> (ចូលមើលថ្ងៃទី ៣០/៦/២០២០)

ច. អនុបាតបង្វិលជុំនៃទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង (Fixed Asset Turnover)

អនុបាតបង្វិលជុំនៃទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង បង្ហាញពីការវាស់វែងនូវប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ និង ការគ្រប់គ្រងនូវទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង ដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានការវិនិយោគលើទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង។ បើលទ្ធផលដែលទទួលបានកាន់តែខ្ពស់មានន័យថា អង្គភាពមានសមត្ថភាពនៅក្នុងការគ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងឱ្យអស់លទ្ធភាព តែបើកម្រិតទាបវិញនោះ មានន័យថាការប្រើប្រាស់ និងការគ្រប់គ្រងទ្រព្យសកម្មរបស់អង្គភាពគឺមិនមានប្រសិទ្ធភាពឡើយ។²²

$$\text{Fixed Asset Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Fixed Asset}}$$

ឆ. អនុបាតការបង្វិលទ្រព្យសកម្មសរុប (Total Asset Turnover)

អនុបាតការបង្វិលទ្រព្យសកម្មសរុបប្រើសម្រាប់វាស់វែងនូវ ប្រសិទ្ធភាពរបស់អង្គភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណូលដោយប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មដែលខ្លួនមាន។ យើងអាចនិយាយរៀងទៀតថាប្រាក់ចំណូលដែលទទួលបានពីទ្រព្យសកម្មមួយដុល្លារ។ អង្គភាពដែលមាន Total Asset Turnoverខ្ពស់មានន័យថាអង្គភាពនោះ បានប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មបានល្អជាងក្រុមហ៊ុនដែលមាន Total Asset Turnover ទាបជាង។²³ អនុបាតនេះគណនាតាម៖

$$\text{Total Asset Turnover} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}}$$

១.៥.៤. អនុបាតនៃលទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ (Profitability Ratio)

គ្រប់អង្គភាពអាជីវកម្មទាំងអស់ មានគោលដៅចំបងមួយគឺប្រាក់ចំណេញ។ អាស្រ័យហេតុនេះ ហើយទើបពួកគេខិតខំប្រឹងប្រែងធ្វើយ៉ាងណាឱ្យអាជីវកម្មរបស់ពួកគេមានប្រាក់ចំណេញកាន់តែខ្ពស់គឺកាន់តែប្រសើរ។ ដើម្បីឱ្យដឹងពីប្រសិទ្ធភាពនៃការបង្កើតប្រាក់ចំណេញបានកម្រិតណា គេប្រើប្រាស់អនុបាតមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

²² Ross Westerfield Jordan (2006)., Fundamentals of Corporate Finance បោះពុម្ពលើកទី៨

²³ Belverd E. Needles and Marian Powersm (2007), Financial Accounting p252

ក. អនុបាតប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ (Profit Margin Ratio)

អនុបាតប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ គឺជាផលធៀបរវាងប្រាក់ចំណេញសុទ្ធផ្សេងជាមួយនឹងចំណូលនៃការលក់របស់ក្រុមហ៊ុនសរុប។²⁴ អនុបាតនេះវាស់វែងពីលទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញពិតដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានរៀងរាល់មួយដុល្លារនៃប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ។ ជាទូទៅរាល់អ្នកវិនិយោគទុននឹងម្ចាស់ភាគហ៊ុនគឺតែងតែមានការចាប់អារម្មណ៍ និងទ្វេការវាយតម្លៃពីប្រាក់ចំណេញដល់ក្រុមហ៊ុន។ បើអនុបាតនេះកាន់តែធំគឺកាន់តែល្អ ពីព្រោះបានបង្ហាញថាក្រុមហ៊ុនទទួលបានប្រាក់ចំណេញកាន់តែច្រើនពីប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។ វាត្រូវបានគេយកមកគណនាដោយផ្អែកលើរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Profit Margin (PM)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Sales}}$$

ខ. អនុបាតផលចំណេញពីទ្រព្យសកម្ម (Return on Assets)

អនុបាតផលចំណេញពីទ្រព្យសកម្ម គឺជាផលធៀបរវាងប្រាក់ចំណេញសុទ្ធជាមួយនឹងទ្រព្យសកម្មសរុបនៅក្នុងគ្រា ដើម្បីចង់ដឹងពីប្រាក់ចំណេញដែលអាជីវកម្មមានលទ្ធភាពបង្កើតដោយប្រើទ្រព្យសកម្មរបស់ខ្លួន។ អនុបាតនេះមានតម្លៃកាន់តែធំកាន់តែល្អប្រសើរ ព្រោះវាបង្ហាញពីប្រសិទ្ធភាពនៃការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការបង្កើតប្រាក់ចំណេញកាន់តែប្រសើរ។ ប៉ុន្តែបើអនុបាតនេះកាន់តែទាប មានន័យថាការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនគ្មានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការបង្កើនប្រាក់ចំណេញ។²⁵

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

គ. អនុបាតផលចំណេញធៀបនឹងមូលធន (Return on Equity)

អនុបាតផលចំណេញធៀបនឹងមូលធន គឺជាផលធៀបរវាងប្រាក់ចំណេញសុទ្ធផ្សេងជាមួយនឹងមូលធនសរុប ដើម្បីវាស់វែងប្រាក់ចំណេញ ដែលរកបានដោយអង្គភាពតាមរយៈការប្រើប្រាស់មូលធនមួយដុល្លារសម្រាប់វិនិយោគ គេអាចទទួលបានប្រាក់ចំណេញប៉ុន្មាន។ នៅក្នុងការគណនា ប្រសិនបើលទ្ធភាពនៃអនុបាត

²⁴ Peter S. Rose and Sylvia C. Hugin, 2010, Bank Management and Financial Service, Eight Edition, ទំព័រ ១៧៤

²⁵ <https://www.readyratios.com/reference/profitability/return-on-assets.html> (ចូលមើលថ្ងៃទី ១/៧/២០២០)

កាន់តែធំគឺកាន់តែល្អ ព្រោះមានន័យថាក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់មូលធនក្នុងការបង្កើតប្រាក់ចំណេញមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ ផ្ទុយមកវិញប្រសិនបើលទ្ធភាពនៃអនុបាតកាន់តែតូចនោះហេតុអ្វីបានជាប្រើប្រាស់មូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុនគ្មានប្រសិទ្ធភាព។

ខាងក្រោមនេះជារូបមន្តសម្រាប់គណនាអនុបាតប្រាក់ចំណេញធៀបនឹងមូលធន៖

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$$

១.៥.៥. អនុបាតទីផ្សារ (Market Ratio)

ក. អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញ (Price-Earnings Ratio)

អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញ គឺជាផលធៀបតម្លៃទីផ្សារនៃភាគហ៊ុនជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ពីតម្លៃទីផ្សារដែលអ្នកវិនិយោគត្រូវចំណាយក្នុងការទិញភាគហ៊ុនដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញមួយដុល្លារ។²⁶ ខាងក្រោមនេះគឺជារូបមន្តដើម្បីចង់គណនាអនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញ៖

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Market Price}}{\text{Earning Per Share}}$$

ខ. អនុបាតទីផ្សារ (Market-to-book Ratio)

អនុបាតទីផ្សារ គឺជាអនុបាតដែលត្រូវបានប្រើដើម្បីវាស់វែងពីតម្លៃភាគហ៊ុនរបស់អង្គការដោយប្រៀបធៀបតម្លៃទីផ្សាររបស់វាជាមួយនឹងតម្លៃដែលបានកត់ត្រាក្នុងបញ្ជី។ កាលណាអនុបាតនេះកាន់តែខ្ពស់មានន័យថា តម្លៃទីផ្សារភាគហ៊ុនរបស់អង្គការមានតម្លៃកាន់តែខ្ពស់ជាងតម្លៃភាគហ៊ុនដែលបានកត់ត្រាក្នុងបញ្ជី។ អនិបាតនេះមានរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Market - to - book ratio} = \frac{\text{Market Value Per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

²⁶ <https://www.investopedia.com/terms/p/price-earningsratio.asp> (ចូលថ្ងៃទី ១ កក្កដា ២០២០)

ជំពូកទី២

ស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation

២.១. ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks មានទីតាំងនៅទីក្រុង Seattle រដ្ឋវ៉ាស៊ីនតោនសហរដ្ឋអាមេរិកដែលមានមនុស្សចំនួន ៣.៥០១ ធ្វើការនៅខែមករា ឆ្នាំ ២០១៥។ អគារដ៏សំខាន់នៅក្នុងហាង Starbucks ពីមុនគឺជាមជ្ឈមណ្ឌលចែកចាយរបស់Sears។

រូបភាពទី១៖ ទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks



<http://en.wikipedia.org/wiki/Starbucks>

២.២. ប្រវត្តិសង្ខេបក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation

ហាងកាហ្វេ Starbucks ត្រូវបានបើកដំណើរការជាលើកដំបូងនៅទីក្រុង Seattle Washington ថ្ងៃទី៣១ ខែមីនា ឆ្នាំ១៩៧១ ដោយមានដៃគូសហការបីនាក់ដែលបានជួបគ្នាកំឡុងពេលជានិស្សិតនៅសាកលវិទ្យាល័យសាន់ហ្វ្រាន់ស៊ីស្កូល។ គ្រូបង្រៀនភាសាអង់គ្លេសលោក Jerry Baldwin គ្រូបង្រៀនប្រវត្តិសាស្ត្រ Zev Siegl និងអ្នកនិពន្ធប្តារដុន (Gordon) ។ Bowker ត្រូវបានបំផុសគំនិតអោយលក់កាហ្វេ និងកាហ្វេដែលមានគុណភាពខ្ពស់ដោយសហគ្រិនដុតកាហ្វេឈ្មោះ Alfred Peet បន្ទាប់ពីគាត់បង្រៀនពួកគេនូវវិធីសាស្ត្រនៃការចម្អិនកាហ្វេ។ បានរំលឹកថា Terry Hecklerដែលលោក Terry Heckler ជាមួយលោក Bowker ដែលជាម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមួយបានគិតថាពាក្យដែលចាប់ផ្តើមដោយ*st*គឺមានអំណាចខ្លាំង។ ស្ថាបនិកបានបំផុសគំនិតថ្មីជាមួយបញ្ជីពាក្យ ដែលចាប់ផ្តើមដោយ*st*ហើយទីបំផុតបានចុះចតនៅលើ (Starbo) ដែលជាទីក្រុងនៅក្នុងរដ្ឋ Cascade។ ចាប់ពីពេលនោះមកក្រុមនេះបានចងចាំថា

“Starbuck” ដែលជាឈ្មោះមេម៉ាយនៅក្នុងសៀវភៅ “Moby Dick”។ លោក Bowker បានមានប្រសាសន៍ថា “Moby Dick” មិនមានអ្វីធ្វើជាមួយក្រុមហ៊ុន Starbucks ដោយផ្ទាល់នោះទេ គ្រាន់តែជារឿងចែងនូវប៉ុណ្ណោះដែលសម្លេងវាហាក់ដូចជាទាក់ទងគ្នា។

ហាងលក់កាហ្វេ Starbucks ដំបូងមានទីតាំងនៅទីក្រុងស៊ីថលនៅខាងលិចវិញ្ញាណ ២២០០០ ចាប់ពី ១៩៧១-១៩៧៦។ ក្រោយមកហាងកាហ្វេនេះត្រូវបានគេផ្លាស់ប្តូរនៅឆ្នាំ១៩១២ ទៅនៅតំបន់ Pike Place។ ក្នុងអំឡុងពេលនេះ ក្រុមហ៊ុននេះបានលក់តែគ្រាប់កាហ្វេហើយមិនទាន់បានឆុងកាហ្វេដើម្បីលក់នៅឡើយទេ។ ក្នុងកំឡុងពេលប្រតិបត្តិការនៅក្នុងឆ្នាំដំបូងក្រុមហ៊ុន Starbucks បានទិញគ្រាប់កាហ្វេបែតងពី Peet បន្ទាប់មកទៀតបានចាប់ផ្តើមទិញដោយផ្ទាល់ពីអ្នកដាំ។

ក្នុងឆ្នាំ ១៩៨៤ ម្ចាស់ដើមរបស់ហាង Starbucks ដែលដឹកនាំដោយលោក Jerry Baldwin បានពីញយកគ្រាប់កាហ្វេពី Peet។ ក្នុងកំឡុងទសវត្សឆ្នាំ១៩៨០ ការលក់កាហ្វេនៅសហរដ្ឋអាមេរិកបានធ្លាក់ចុះ ប៉ុន្តែការលក់កាហ្វេពិសេសបានកើនឡើងដែលបង្កើនបាន១០% នៃទីផ្សារនៅក្នុងឆ្នាំ១៩៨៩ បើប្រៀបធៀបតៅនឹង ៣% នៅឆ្នាំ១៩៨៣។ គិតមកត្រឹមឆ្នាំ ១៩៨៦ ក្រុមហ៊ុនបានបើកហាងចំនួនប្រាំមួយនៅទីក្រុងស៊ីថល ហើយគ្រាន់តែចាប់ផ្តើមលក់កាហ្វេ espresso។

ក្នុងឆ្នាំ១៩៨៧ ម្ចាស់ដើមបានលក់ខ្សែសង្វាក់ Starbucks ទៅអតីតអ្នកគ្រប់គ្រង Howard Schultz ដែលបានប្តូរឈ្មោះហាងកាហ្វេ Il Giornale ជា Starbucks ហើយបានចាប់ផ្តើមពង្រីកខ្លួនយ៉ាងឆាប់រហ័សផងដែរ។ នៅក្នុងឆ្នាំដដែល Starbucks បានបើកទីតាំងដំបូងរបស់ខ្លួននៅខាងក្រៅទីក្រុងSeattle នៅ Waterfront Vancouver, British Colombia និង Chicago, Illinois ។ នៅឆ្នាំ១៩៨៩ Starbucks មានហាងចំនួន ៤៦ កន្លែងនៅទូទាំងភាគពាយ័ព្យ និងភាគខាងលិច ហើយជារៀងរាល់ឆ្នាំហាងកាហ្វេ Starbucks ត្រូវបានគេដុតកាហ្វេជាង ២.០០០.០០០ ផោន (៩០៧.១៨គីឡូ) នៃកាហ្វេ។

នៅក្នុងពេលនៃការផ្តល់ជូនជាសាធារណៈលើកដំបូងរបស់ខ្លួន (IPO) នៅលើទីផ្សារភាគហ៊ុននៅក្នុងថ្ងៃចុះឈ្មោះ ឆ្នាំ ១៩៩២ ហាងកាហ្វេ Starbucks មានទីតាំង ១៤០ កន្លែងលក់ដោយមានប្រាក់ចំណូលចំនួន ៧៣.៥ លានដុល្លារ មានការកើនលើងពី ១.៣លានដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ១៩៨៧តម្លៃទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុននេះគឺ ២៧១ លានដុល្លារមកត្រឹមពេលនោះ។ ភាគហ៊ុនចំនួន១២%នៃក្រុមហ៊ុនដែលត្រូវបានលក់បានកើនឡើងប្រមាណជា ២៥លានដុល្លារ សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ដែលសម្របសម្រួលទ្រព្យនៃចំនួនហាងលក់រយៈពេលពីរឆ្នាំខាងមុខនេះ។ នៅក្នុងខែកញ្ញាឆ្នាំ ១៩៩២ តម្លៃភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks បានកើនឡើង ៧០% ដល់ជាង ១០០ដង នៃប្រាក់ចំណូលក្នុងមួយហ៊ុននៃឆ្នាំមុន។

នៅក្នុងខែកក្កដាឆ្នាំ២០១៣ការទិញទំនិញនៅក្នុងហាងលើសពី ១០% ត្រូវបានធ្វើឡើងលើទូរស័ព្ទ ចល័តរបស់អតិថិជនដោយប្រើកម្មវិធី Starbucks ។ ក្រុមហ៊ុននេះបានប្រើប្រាស់វេទិកាទូរស័ព្ទចល័តម្តង ទៀតនៅពេលដែលខ្លួនបានចាប់ផ្តើមការផ្សព្វផ្សាយ “Twitter-a-Coffee” កាលពីខែតុលាឆ្នាំ ២០១៣។ នៅ ក្នុងឧទាហរណ៍នោះផងដែរការផ្តល់ជូននេះក៏ពាក់ព័ន្ធនឹង Twitter ផងដែរ ហើយ អតិថិជនអាចទិញកាត បញ្ចុះតម្លៃ៥ដុល្លារអាមេរិកសម្រាប់មិត្តភក្តិ ដោយបញ្ចូលទាំងពីរ “@tweetacoffee” និងរបស់មិត្តម្នាក់ក្នុងការ សរសេរក្នុង Tweet។ ក្រុមហ៊ុនស្រាវជ្រាវ Keyhole បានគ្រប់គ្រងមើលលើដំណើរការនៃយុទ្ធនាការនេះហើយ កាលពីថ្ងៃទី១៦ខែធ្នូឆ្នាំ២០១៣ សារព័ត៌មានមួយបានរាយការណ៍ថាក្រុមហ៊ុនបានរកឃើញថាមនុស្ស ៧២.០០០បានចូលរួម ហើយការទិញចំនួន១៨០.០០០ដុល្លារត្រូវបានធ្វើឡើងរហូតមកដល់ពេលនេះ។គិត ត្រឹមឆ្នាំ២០១៨ ហាងកាហ្វេ Starbucks ជាប់ចំណាត់ថ្នាក់លេខ១៣២នៅលើបញ្ជីក្រុមហ៊ុន Fortune ៥០០ ដែលជាក្រុមហ៊ុនធំបំផុតរបស់សហរដ្ឋអាមេរិកចំណូល។²⁷

២.៣. និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks និងការវិវត្តន៍របស់និមិត្តសញ្ញា

២.៣.១. ប្រវត្តិនិមិត្តសញ្ញា

និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ដើមឡើយគឺជារូបភាពនៃ “មច្ឆា” ដែលមានសញ្ញាភ្លោះ។ ទេវកថារបស់ក្រិចមានន័យថាស៊ីរីនបានល្បួងពួកពួញ អោយកប៉ាល់លិចនៅឯនាយឆ្នេសមុននៃកោះមួយ នៅប៉ាស៊ីហ្វិកខាងត្បូង ហើយជូនកាលគេសំដៅថា Starbucks ដូចជាកោះទាំងប្រាំ។ និមិត្តសញ្ញានេះត្រូវ បានប្រើប្រាស់ដោយស្ថាបនិកដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ដើម្បីទាក់ទាញអ្នកចូលចិត្តកាហ្វេពីគ្រប់ទីកន្លែ ង។²⁸

ចាប់តាំងពីការបង្កើតនិមិត្តសញ្ញាដើម Starbucks បានឆ្លងកាត់ការផ្លាស់ប្តូរជាច្រើន។ ការចនាស្តាក់ សញ្ញាបានសង្កេតឃើញមានការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងឆ្នាំ១៩៨៧ នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបាន ទិញដោយលោក Howard Schultz ។ កាហ្វេ Starbucks តែនិង Spice ក៏ត្រូវបានផ្លាស់ប្តូរតាមកាហ្វេ Starbucksផងដែរ។ Schultz ជាអ្នកដែលទទួលបាននិមិត្តសញ្ញាដ៏ស្មុគស្មាញរបស់ Starbucks ដែលបាន ធ្វើការកែប្រែឡើងវិញបន្តិចហើយបានបន្ថែមរូបរាងបញ្ចូលគ្នាអោយប្រសើរជាងមុន និងការចាប់អារម្មណ៍

²⁷ <https://en.wikipedia.org/wiki/Starbucks#History> (ថ្ងៃទី ១៤/៨/ ២០២០)
²⁸ <https://www.designhill.com/design-blog/Starbucks-logo-overview-of-design-history-and-evolution/> (ថ្ងៃទី ១៤/៨/ ២០២០)

បន្ថែមទៀតទៅនឹងការរចនានិមិត្តសញ្ញាអាជីវកម្មនេះ ធ្វើឱ្យតែមានការផ្លាស់ប្តូរយ៉ាងច្រើន ដែលបានធ្វើឡើងពីការរចនាក៏ដោយ ក៏និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks នៅតែរក្សារូបសញ្ញាដើម “Mermaid” ដដែល។

និមិត្តសញ្ញាមានវិក័ត្តន៍ជាលំដាប់យូរមក ហើយជាមួយនឹងការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័សនៃប្រជាប្រិយភាពរបស់ Starbucks។ ជាក់ស្តែងនិមិត្តសញ្ញាបានក្លាយទៅជារូបតំណាងមួយក្នុងចំណោមរូបតំណាងដែលអាចស្គាល់បានច្រើនបំផុតនៅទូទាំងពិភពលោក។

២.៣.២. ការវិវត្តន៍របស់និមិត្តសញ្ញា

មូលហេតុចម្បងមួយក្នុងចំណោមហេតុផលសំខាន់ជាច្រើន ដែលមនុស្សទទួលបានពីស្លាកសញ្ញារបស់ហាង Starbucks គឺរូបរាងនិងការប្រើប្រាស់ឆ្លាតវៃសាមញ្ញ និងស្រស់ស្អាត។ ប្តូរនិមិត្តសញ្ញាបុព្វបុរសមានទ្រង់ទ្រាយរាងជារង្វង់ ហើយបង្ហាញយ៉ាងល្អិតល្អន់រូបភាពនៃ “Siren” នៅក្នុងពណ៌ចម្រុះ ពណ៌បៃតង និងពណ៌ស។ ខាងក្រោមនេះជាការវិវត្តន៍និងការរចនានិមិត្តសញ្ញារបស់ហាង Starbucks ប៉ុន្មានឆ្នាំមកនេះ។

និមិត្តសញ្ញាដំបូងរបស់ Starbucks ដែលរចនាឡើងក្នុងឆ្នាំ១៩៧១មានលក្ខណៈពិសេស “Siren” ជាមួយនឹងកន្ទុយពីររបស់នាង និងអាចមើលឆ្លើយឃើញយ៉ាងច្បាស់។ ការរចនានិមិត្តសញ្ញាដែលមានរាងជារង្វង់ព័ទ្ធជុំវិញរូបតុក្កតារួមជាមួយនឹងអន្ទាក់ពីរ ដែលមានលក្ខណៈជាទេវកថានៅក្តារលាយពណ៌កាហ្វេ។

រូបភាពទី១៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ១៩៧១-១៩៨៧



និមិត្តសញ្ញារបស់ហាង Starbucks លើកទីពីរត្រូវបានរចនាឡើងក្នុងឆ្នាំ១៩៨៧។ និមិត្តសញ្ញានេះបង្ហាញពីការបញ្ចេញរូបរាងរបស់មច្ឆា ឬ “Siren” ដែលគ្របដណ្តប់ដោយសក់វែងទម្លាក់។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយការរចនានិមិត្តសញ្ញានេះមានកងរបស់មច្ឆា ដែលអាចមើលឃើញ។ ឈ្មោះរបស់ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបាន

បង្ហាញនៅក្នុងផកលាកសញ្ញាក្នុងរង្វង់ ដែលមានផ្កាយពីរនៅសងខាង។ លើសពីនេះទៀតផ្ទៃនៃរង្វង់ពណ៌បៃតង អត្រូវបានប្រើដើម្បីតំណាងអោយកំណើននៃការលូតលាស់ ភាពស្រស់ស្អាត និងភាពរុងរឿងរបស់ហាងកាហ្វេ Starbucks ដែលត្រូវបានទិញដោយលោក Howard Schultz ។

រូបភាពទី៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ ១៩៨៧-១៩៩២



ការកែប្រែលើកទីបីនៅក្នុងឆ្នាំ ១៩៩២ ការរចនានិមិត្តសញ្ញារបស់ហាង Starbucks បានវិវត្តន៍ទៅជា ការរចនាស្អាតជាមួយនឹងទិដ្ឋភាពយ៉ាងជិតស្និទ្ធរបស់បច្ចុប្បន្ន។ ផ្កាស្កែមបានបាត់ពីការរចនាហើយមានតែ កន្ទុយពីរប៉ុណ្ណោះ ដែលអាចមើលឃើញ។ និមិត្តសញ្ញានេះមានពណ៌នៅកណ្តាលពណ៌បៃតង និងពណ៌ស ជាមួយនឹងឈ្មោះក្រុមហ៊ុន ដែលត្រូវបានគេដាក់នៅក្នុងស្លាកសញ្ញានៅខាងក្នុងរង្វង់ដែលមានផ្កាយពីរនៅ សងខាង។

រូបភាពទី៤៖ និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ ១៩៩២-២០១១



និមិត្តសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Starbucks ត្រូវបានចនាឡើងជាថ្មីនៅក្នុងឆ្នាំ២០១១ដើម្បីប្រារព្ធខួបលើកទី ៤០ ឆ្នាំរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការកែលម្អនិងសម្របសម្រួលអោយកាន់តែប្រសើរឡើងក្នុងការចនានិមិត្តសញ្ញាដែល បានបង្ហាញពីរូបភាពធំ “Siren” ដែលមានពណ៌បៃតង។ពាក្យសម្គាល់ និងផ្កាយបានបាត់ពីការចនា។ ការ ចនាមិនត្រូវបានទទួលដោយអ្នកគាំទ្រនិងអ្នកកោតសរសើរឡើយ ហើយត្រូវប្រឈមនឹងការរិះគន់យ៉ាងខ្លាំងពី អ្នកជំនាញខាងចនា។

រូបភាពទី៥៖និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១១ដល់បច្ចុប្បន្ន



២.៤.ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន

ចំណូល ដែលបានមកពីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មមាន ចំណូលពីការលក់ផលិតផលនៅក្នុងហាង ដែល គ្រប់គ្រងផ្ទាល់ដោយក្រុមហ៊ុននិងកម្រៃដែលបានមកពីការចែកចាយFranchising។²⁹

២.៤.១.ការលក់ផលិតផល

Starbucks លក់ផលិតផលកាហ្វេនិងតែតាមរយៈបណ្តាញផ្សេងៗទៀតនិងតាមរយៈក្រុមហ៊ុនវិនិយោគ មួយចំនួន។ក្រុមហ៊ុន Starbucks ក៏ផលិតនិងលក់ភេសជ្ជៈកាហ្វេ Frappuccino^R និង Starbucks DoubleShotTM និងកាវ៉េមាត់បណ្តាញមិនលក់រាយទាំងនេះត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាប្រតិបត្តិការពិសេស។ គោលដៅរបស់ Starbucks គឺបង្ហាញ Starbucks ជាម៉ាកដែលទទួលស្គាល់ និងគោរពបំផុតនៅក្នុងពិភព លោក។ ដើម្បីសម្រេចបាននៅគោលដៅក្រុមហ៊ុនមានផែនការបន្ថយការពង្រីកប្រតិបត្តិការលក់របស់ខ្លួនយ៉ាង ឆាប់រហ័សដើម្បីពង្រីកប្រតិបត្តិការពិសេសរបស់ខ្លួន និងជ្រើសរើសយកឧកាសផ្សេងទៀតដើម្បីប្រើប្រាស់ម៉ាក សញ្ញា Starbucks តាមរយៈការណែនាំផលិតផលថ្មី។

²⁹ Starbuck Fiscal 2019 Annual Report, ទំព័រ ៣ (ចូលមើលថ្ងៃទី ២០/៨/២០២០)

គោលដៅលក់រាយរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺដើម្បីក្លាយជាអ្នកលក់រាយ និងការហ្វេណេសមុខគេនៅតាមទីផ្សារគោលដៅនីមួយៗ ដោយលក់ការហ្វេណេសភាពខ្ពស់និងផលិតផលដែលពាក់ព័ន្ធ និងផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មល្អតតខ្លះ ដោយបង្កើតអោយមានភាពស្មោះត្រង់ខ្ពស់ចំពោះអតិថិជន។ យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ Starbucks សម្រាប់ពង្រីកអាជីវកម្មលក់រាយរបស់ខ្លួនគឺដើម្បីបង្កើនចំណែកទីផ្សាររបស់ខ្លួននៅក្នុងទីផ្សារ ដែលមានស្រាប់ជាលើកដំបូងដោយបើកហាងបន្ថែម និងបើកហាងនៅតាមទីផ្សារថ្មីៗដែលមានឱកាសដើម្បីក្លាយជាអ្នកលក់ការហ្វេណេសមុខគេ។

ហាងលក់រាយរបស់ហាងការហ្វេណេស Starbucks មានទីតាំងស្ថិតនៅផ្លូវដែលមានចរាចរណ៍ខ្ពស់ និងមានភាពមើលឃើញខ្ពស់។ ដោយសារតែក្រុមហ៊ុនផ្លាស់ប្តូរទំហំនិងទ្រង់ទ្រាយក្នុងហាងរបស់ខ្លួនមានទីតាំងស្ថិតនៅក្នុងការកំណត់ផ្សេងគ្នា រាប់បញ្ចូលទាំងមជ្ឈមណ្ឌលលក់រាយទីប្រជុំជននិង ទីក្រុងជាយអគារ ការិយាល័យ និងសាកលវិទ្យាល័យខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុនមានទីតាំងជ្រើសរើសផ្សារទំនើបនៅក្នុងផ្សារទំនើបជាយក្រុង វាផ្តោតលើហាងដែលមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់អ្នកថ្មើរជើង និងអ្នកបើកបរ។

ហាងការហ្វេណេស Starbucks ទាំងអស់ផ្តល់ជូននៅជម្រើសភេសជ្ជៈការហ្វេណេសជាទៀងទាត់ និងគ្មានជាតិការហ្វេណេសដែលជាជម្រើសយ៉ាងទូលំទូលាយនៃភេសជ្ជៈ Espresso អ៊ីតាលីភេសជ្ជៈត្រជាក់ៗ ភេសជ្ជៈស្រស់ស្រូបត្រជាក់ និងការជ្រើសរើសយកតែនឹងការហ្វេណេសសណ្តែកទាំងមូល។ ហាងលក់ការហ្វេណេស Starbucks ក៏ផ្តល់ជូននូវជម្រើសនៃនំកម្ទុងស្រស់និងអាហារដទៃទៀតដូចជាស្ករដាច់ក្រឡុក គ្រឿងបរិក្ខារការហ្វេណេសនិងគ្រឿងបន្លាស់ ការជ្រើសរើសឌីសកូតឈ្នួល និងធាតុថ្មីៗហាង Starbucks នីមួយៗផ្លាស់ប្តូរផលិតផលចម្រុះរបស់វាអាស្រ័យលើទំហំនៃហាងនិងទីតាំងរបស់វា។ ហាងធំៗផ្ទុកនូវការហ្វេណេស និងសណ្តែកទាំងមូលរបស់ក្រុមហ៊ុននៅតាមទំហំនិងប្រភេទផ្សេងគ្នានៃការវិចខ្ជប់ ក៏ដូចជាគ្រឿងបរិក្ខារការហ្វេណេស និងគ្រឿងអេឡិចត្រូនិចនិងគ្រឿងបន្លាស់ផ្សេងៗ។ ហាងលក់ការហ្វេណេស Starbucks តូចនិងហាងលក់ទំនិញជាធម្មតាលក់ផលិតផលការហ្វេណេសពេញលេញ ការជ្រើសរើសការហ្វេណេស សណ្តែកទាំងមូលនិងគ្រឿងបន្លាស់មួយចំនួននិងថង់ផ្លាកសញ្ញា។

Starbucks ប្តេជ្ញាលក់តែការហ្វេណេសសណ្តែកនិងភេសជ្ជៈការហ្វេណេសតែប៉ុណ្ណោះ។ ដើម្បីធានានូវស្តង់ដារការហ្វេណេសយ៉ាងហ្មត់ចត់ក្រុមហ៊ុន Starbucks គ្រប់គ្រងការទិញការហ្វេណេស ការវិចខ្ជប់ការហ្វេណេសនិងចែកចាយការហ្វេណេសតៅកាន់ហាងលក់រាយរបស់ខ្លួន។ ក្រុមហ៊ុនបានទិញការហ្វេណេសបែកអពីតំបន់ផលិតការហ្វេណេសនៅជុំវិញពិភពលោក ហើយការតុបតែងបែបនេះធ្វើអោយពួកគេមានស្តង់ដារច្បាស់លាស់សម្រាប់បញ្ចូលនិងប្រភពការហ្វេណេសតែមួយ។³⁰

³⁰ <https://csimarket.com/stocks/SBUX-Business-Description.html> (ចូលមើលថ្ងៃទី ១៥ កក្កដា ២០២០)

២.៤.២.ការចែកចាយ Franchising®

ហាងកាហ្វេ Starbucks គឺជាម៉ាកដល់ល្បីល្បាញបំផុតមួយនៅលើពិភពលោកដែលមានទីតាំងរាប់ពាន់កន្លែងនៅសហរដ្ឋអាមេរិក អាហ្វ្រិក អឺរ៉ុប អាស៊ី។នេះធ្វើអោយពួកគេជាជម្រើសដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់ការទិញសិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មពីក្រុមហ៊ុន Starbucks ។ ក៏ប៉ុន្តែ Starbucks បានបញ្ឈប់សិទ្ធិធ្វើអាជីវកម្មក្នុងឆ្នាំ ២០១១។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយក្រុមហ៊ុន Starbucks នៅតែផ្តល់នូវឱកាសពិសេសសម្រាប់អាជីវកម្មណាដែលចង់បើកហាង Starbucks នៅក្នុងហាងរបស់ខ្លួនដែលបានបង្កើតរួចហើយ។នេះគឺជាដំណើរការដ៏លំបាកមួយដែលត្រូវការ ការរៀបចំនិងមូលធនជាច្រើន។ ប្រសិនបើសហគ្រិន ដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ក្នុងការបើកទីតាំងរបស់ហាងកាហ្វេ Starbucks នៅក្នុងកន្លែងរបស់ពួកគេកំពុងធ្វើអាជីវកម្ម ពួកគេប្រហែលជាចង់ដឹងអំពីថ្លៃសេវាទិញយកឈ្មោះប្រើប្រាស់របស់ហាង Starbucks ពិតប្រាកដ។ ចំណុចខាងក្រោមនេះគឺជាការណែនាំមួយចំនួនសម្រាប់ថ្លៃសេវាទិញយកឈ្មោះប្រើប្រាស់របស់ហាង Starbucks និងព័ត៌មានមានប្រយោជន៍ផ្សេងៗទៀត។

ក.ពិនិត្យមើលទីតាំង

កាហ្វេ Starbucks មានជម្រើសច្រើនណាស់អំពីអាជីវកម្ម ដែលក្រុមហ៊ុនជ្រើសរើសយកលក់សិទ្ធិយកឈ្មោះប្រើប្រាស់ជាមួយ។ ពួកគេចូលចិត្តអាជីវកម្មដែលបានបង្កើតឡើងដែលស្ថិតនៅទីតាំងល្អបំផុត។ តំបន់ខ្ទេចជាផ្សារទំនើបនិងកន្លែងសាធារណៈគឺល្អបំផុត។ កាហ្វេ Starbucks ក៏ស្វែងរកកន្លែងដែលមានចរាចរណ៍ជើងច្រើនផងដែរដូចជា និស្សិត និងកម្មករដែលជាអតិថិជនសាមញ្ញបំផុតរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks។ ការបង្កើតទីតាំងដែលមានប្រជាសាស្ត្រសំខាន់ៗជាច្រើនរបស់ពួកគេដើរគឺសំខាន់បំផុត។ បន្ទាប់ពីការណែនាំប្រសិនបើអ្នកមានអារម្មណ៍ថាអាជីវកម្មរបស់អ្នកស្ថិតនៅតំបន់បែបនេះ អ្នកអាចបន្តទៅជំហានបន្ទាប់ក្នុងការដាក់ពាក្យស្នើសុំសិទ្ធិរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ។

ខ.តម្លៃសេវា Franchise របស់ Starbucks

ដោយសារតែការជ្រើសរើសរបស់ពួកគេ Starbucks មិនបានធ្វើអោយមានតម្លៃពិសេសរឹតត្រូវការជាសាធារណៈរបស់ខ្លួនឡើយ។ ពួកគេគ្រាន់តែសម្លឹងមើលកម្មវិធីនិងជ្រើសរើសមួយដែលសមទៅនឹងទម្រង់របស់ពួកគេ។ ចំណុចនេះបង្កការលំបាកដល់អ្នកដាក់ពាក្យមានសក្តានុពលក្នុងការរៀបចំឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់។ អ្វីដែលអ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចធ្វើបានគឺការស្រាវជ្រាវពីដៃគូជំនួញផ្សេងទៀតរបស់ពួកគេ។ ឧទាហរណ៍ កាហ្វេល្អបំផុតនៅទីក្រុងស៊ីថលគឺជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ។ ពួកគេមានលក្ខណៈស្រដៀងគ្នាទៅនឹងសិទ្ធិទិញយកឈ្មោះរបស់កាហ្វេ។ ដូច្នេះអ្នកដាក់ពាក្យប្រើវាដើម្បីប៉ាន់ប្រមាណតម្លៃរបស់ខ្លួន។

អាស្រ័យលើទំហំហាងនិងទីតាំងរបស់ខ្លួនការចំណាយអាចមានចាប់ពី២៦៥.០០០ដុល្លារដល់៤៤០.០០០

ដុល្លារ។

គ.ការដាក់ពាក្យសម្រាប់ហាងដែលមានអាជ្ញាប័ណ្ណ

ព័ត៌មានទាំងអស់ដែលបេក្ខជនត្រូវការ ដើម្បីដាក់ពាក្យសុំទិញសិទ្ធិយកឈ្មោះប្រើប្រាស់គឺនៅលើគេហទំព័ររបស់កាហ្វេStarbucks។ ជម្រើស ដែលអ្នកស្នើសុំកំពុងស្វែងរកគួរតែស្ថិតក្នុងការដាក់ពាក្យសម្រាប់ហាងមានអាជ្ញាប័ណ្ណ ហើយជ្រើសរើសការពណ៌នាដែលសមនឹងសកម្មភាពអាជីវកម្មរបស់អ្នកស្នើសុំ។ សមណុ៍បែបបទកម្មវិធីនិងត្រូវផ្ទុកនេះគឺជាកន្លែង ដែលអ្នកស្នើសុំត្រូវមានព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុសំខាន់របស់ខ្លួន។ ព័ត៌មាន ដែលត្រូវការចាំបាច់រួមមានទីតាំងអាជីវកម្ម ទ្រព្យសកម្មសរុប បំណុលនិងទ្រព្យសម្បត្តិសុទ្ធ។ ការស្នើសុំក៏ត្រូវការការប៉ាន់ប្រមាណនូវមូលនិធិ ដែលមិនមែនជាបំណុលដែលអ្នកអាចរកបានសម្រាប់ការវិនិយោគ។ Starbucks រំពឹងថាហាងដែលមានអាជ្ញាប័ណ្ណនឹងមានចំនួនទឹកប្រាក់ជាក់លាក់ ដែលអាចប្រើការបានដោយប៉ាន់ប្រមាណថាអ្នកស្នើសុំនិងត្រូវការយ៉ាងហោចណាស់៧០០.០០០ដុល្លារក្នុងទ្រព្យសម្បត្តិ។

ឃ.ការសរសេរមតិ

មានផ្នែកយោបល់តិចតួចនៅចុងបញ្ចប់នៃសំណុំបែបបទ“ប័ណ្ណទទួលបានអាជ្ញាប័ណ្ណ”។ អ្នកដាក់ពាក្យស្នើសុំអាចប្រើឱកាសនេះ ដើម្បីបន្ថែមមតិផ្ទាល់ខ្លួន។ ពន្យល់ពីមូលហេតុ ដែលអ្នកស្នើសុំគិតថាខ្លួននឹងក្លាយជាបេក្ខជនដ៏ល្អសម្រាប់ការផ្តល់សិទ្ធិ ក្នុងការយកឈ្មោះប្រើប្រាស់(franchise)។ រួមនឹងព័ត៌មានណាមួយពាក់ព័ន្ធនឹងផែនការរបស់ខ្លួនសម្រាប់ហាង។ អ្វី ដែលនៅសល់ដើម្បីធ្វើបន្ទាប់ពីនេះគឺប្រគល់ពាក្យស្នើសុំ។ ប្រសិនបើអ្នកទទួលបានពាក្យឆ្លើយតបនៅប៉ុន្មានសប្តាហ៍ខាងមុខអ្នក នឹងត្រូវបានដាក់ពាក្យសុំដោយជោគជ័យសម្រាប់សិទ្ធិក្នុងការលក់របស់ហាងStarbucks។

២.៥. ផលិតផល

២.៥.១. ផលិតផលរបស់ Starbucks



ប្រភព: <https://www.foodbev.com/news/starbucks-launches-new-cold-brew-coffee-products-in-us/>

Starbucks លក់កាហ្វេតែនិងភេសជ្ជៈផ្សេងៗនិងអាហារជាច្រើនប្រភេទ ដែលរួមមានទាំងអហារសម្រន់ផងដែរ។

- កាហ្វេ: More than 30 blends and single-origin premium coffee ។
- ភេសជ្ជៈដែលផលិតដោយដៃ (Handcrafted Beverages): Fresh-brewed coffee, hot and iced espresso beverages, Frannuccino® coffee and non-coffee blended beverages, smoothies and Tazo® teas។
- ទំនិញ (Merchandise): Coffee and Tea brewing equipment, mugs and accessories, packaged goods, music, books, and gifts.
- អាហារស្រស់ (Fresh food): Baked pastries, sandwiches, salads, oatmeal, yogurt parfaits and fruit cups។

២.៥.២. ផលិតផលម្រើប្រាស់របស់ Starbucks

- កាហ្វេ និងតែ (Coffee and tea): Whole bean and ground coffee (Starbucks and Seattle's Best Coffee bands), Starbucks VIA® Ready Brew, Starbucks® K-Cup® portion packs, Tazo® tea filterbags and tea latte concentrates។

- ភីស៊ីស្ត័រស្រៀម(Ready-to-Drink): Starbucks® bottled Frappuccino® coffee drinks, Starbucks Discoveries® chilled cup coffee®, Ice Lattes, Starbucks Refreshers™ beverages, Tazo® bottled ice and juiced teas។
- កាវ៉ាដ៏ឆ្ងាត់(Starbucks® Ice Cream): Super-premium coffee and coffee-free flavors។

២.៥.៣.ការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលរបស់ Starbucks

Starbucks បានប្តេជ្ញាចិត្តថាលក់កាហ្វេគ្រាប់និងភេសជ្ជៈកាហ្វេអនុលោមទៅតាមភាពម៉ត់ចត់នៃស្តង់ដារកាហ្វេក្រុមហ៊ុន ក្រុមហ៊ុនត្រួតពិនិត្យទៅលើការទិញកាហ្វេ ការត្រង ការវិចខ្ចប់ និងការបែងចែកកាហ្វេទូទាំងពិភពលោកដែលប្រើនៅក្នុងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន។ Starbucks ទិញគ្រាប់កាហ្វេបែតងពីតំបន់ផលិតកាហ្វេច្រើនកន្លែងនៅជុំវិញពិភពលោក ហើយដុតវាអោយទៅស្តង់ដារពិបាកដរាបសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ក្លិនជាច្រើននិមិត្តកាហ្វេដើមតែមួយ។

តម្លៃកាហ្វេអាចនិងប្រែប្រួលខ្លាំង ទោះបីជាការធ្វើពាណិជ្ជកម្មកាហ្វេភាគច្រើននៅក្នុងទីផ្សារទំនិញកម្ពុស់ខ្ពស់កាហ្វេ Arabica ដែលមានគុណភាពហើយបានស្វែងរកឃើញដោយក្រុមហ៊ុន Starbucksមាននិទ្ទាការដើម្បីធ្វើពាណិជ្ជកម្មនៅលើមូលដ្ឋាននៃការចរចាមួយ នៅកាហ្វេខ្ពស់ជាងកាហ្វេ “C” តម្លៃទំនិញ។ ទាំងបុព្វលាភនិងតម្លៃទំនិញអាស្រ័យលើការផ្គត់ផ្គង់និងតម្រូវការនៅពេលដែលទិញ។ ការផ្គត់ផ្គង់និងតម្លៃអាចរងផលប៉ះពាល់ដល់កត្តាជាច្រើនដល់ការផលិតក្នុងប្រទេសរួមមានអាកាសធាតុ គ្រោះមហន្តរាយធម្មជាតិនិងដំណាំមានជម្ងឺ ការកើនឡើងជាទូទៅនៃការនាំចូលទន្ធផលកសិកម្ម និងតម្លៃនៃកាលផលិតសារពើភ័ណ្ឌ និងស្ថានភាពនយោបាយនិងលក្ខខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ច។ តម្លៃក៏មានផលប៉ះពាល់ផងដែរដោយសកម្មភាពជួញដូរនៅទីផ្សារកាហ្វេ Arabica រួមទាំងមូលនិធិបណ្តាក់ទុននិងមូលនិធិសន្ទស្សន៍ទំនិញ។

Starbucks ប្តេជ្ញាទិញកាហ្វេដោយប្រើប្រាស់តម្លៃទំនិញថេរ និងតម្លៃថេរអាស្រ័យលើលក្ខខណ្ឌទីផ្សារដើម្បីធានានូវសុវត្ថិភាពការផ្គត់ផ្គង់នៃគុណភាពកាហ្វេបែតង។ កិច្ចសន្យាតម្លៃថេរដែលបានកំណត់ គឺជាការប្តេជ្ញាចិត្តក្នុងការទិញទៅលើគុណភាព បរិមាណ រយៈពេលនៃការដឹកជញ្ជូននិងលក្ខខណ្ឌផ្សេងៗដែលបានចរចាត្រូវបានព្រមព្រៀងគ្នាប៉ុន្តែកាលបរិច្ឆេទ និងតម្លៃដែលកាហ្វេមូលដ្ឋាន “C” សមាសភាគតម្លៃទំនិញនិងត្រូវបានកែប្រែមិនទាន់ត្រូវបានបង្កើតឡើយ។ ការប្តេជ្ញាចិត្តទិញកាហ្វេបែតងសរុបគិតត្រឹមថ្ងៃទី ៣០ ខែ កញ្ញា ឆ្នាំ ២០១៨ មានចំនួន ១,១ពាន់លានដុល្លារ។ មានចំនួន៩៩៦លានដុល្លារអាមេរិកក្រោមកិច្ចសន្យាតម្លៃថេរនិងការប៉ាន់ប្រមាណចំនួន១៦៦លានដុល្លារក្នុងកិច្ចសន្យាតម្លៃថេរ។ ភាគច្រើនកិច្ចសន្យាតម្លៃថេរចាប់ពីថ្ងៃទី

៣០ខែកញ្ញាឆ្នាំ២០១៨ទៅតាមជម្រើសរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីកែសម្រួលតម្លៃទំនិញកាហ្វេ “C” មូលដ្ឋានសមាសភាគ។ ការប្តេជ្ញាចិត្តទិញសរុបរួមជាមួយសារពើភ័ណ្ឌ ដែលមានស្រាប់ត្រូវបានគេរំពឹងទុកនឹងផ្តល់ការផ្គត់ផ្គង់ឱ្យកាហ្វេបែតងាយបានគ្រប់គ្រាន់តាមរយៈសារពើពន្ធឆ្នាំ២០១៩។

Starbucks ពឹងផ្អែកទំនាក់ទំនងរបស់ខ្លួនជាមួយអ្នកផលិតកាហ្វេក្រុមហ៊ុនពាណិជ្ជកម្មក្រៅប្រទេសនិងអ្នកនាំចេញសម្រាប់ការផ្គត់ផ្គង់ពណ៌បែតងរបស់ក្រុមហ៊ុន។ Starbucks ជឿជាក់ថាផ្អែកលើទំនាក់ទំនងដែលបានបង្កើតឡើងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ក្រុមហ៊ុន ហានិភ័យនៃការមិនដឹកជញ្ជូនអោយលើការទិញគឺស្ទើរតែមិនកើតមានឡើយ។

ដើម្បីជួយនូវការផ្គត់ផ្គង់កាហ្វេបែតងគុណភាពខ្ពស់នៅពេលអនាគត នឹងដើម្បីពង្រឹងតួនាទីដឹកនាំរបស់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងឧស្សាហកម្មកាហ្វេ Starbucks ប្រតិបត្តិការមជ្ឈមណ្ឌលផ្តល់ជំនួយដល់កសិករច្រំបួន។ មជ្ឈមណ្ឌលគាំទ្រកសិករមានបុគ្គលិកកសិកម្ម និងអ្នកជំនាញដែលធ្វើការជាមួយសហគមន៍កសិកម្មកាហ្វេដើម្បីលើកកម្ពស់ការអនុវត្តន៍ល្អបំផុត ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង និងដើម្បីកែលម្អទាំងគុណភាពកាហ្វេ ទិនផលនិងការគាំទ្រផ្នែកក្សេត្រសាស្ត្រ ដើម្បីដោស្រាយបញ្ហាអាកាសធាតុ និងផលប៉ះពាល់ផ្សេងៗទៀត។

បន្ថែមពីនេះទៅទៀតក្រុមហ៊ុនStarbucksក៏ទិញបរិមាណកាហ្វេទឹកដោះគោ ជាពិសេសទឹកដោះគោរាវដើម្បីទ្រទ្រង់តម្រូវការប្រតិបត្តិការលក់ក្នុងហាង។ Starbucks ជឿជាក់ថាផ្អែកលើទំនាក់ទំនងដែលបានបង្កើតឡើងជាមួយអ្នកផ្គត់ផ្គង់ទឹកដោះគោរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលកិតថាហានិភ័យនៃការមិនដឹកជញ្ជូនទឹកដោះគោរាវក្នុងបរិមាណគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីគាំទ្រដល់ការលក់ក្នុងហាងគឺស្ទើរតែមិនអាចបឹងកើតមានឡើយ។

ផលិតផលជាច្រើនផ្សេងៗទៀត ដូចជាកាហ្វេគ្រាប់ទាំងមូលនិងភេសជ្ជៈកាហ្វេដែលបានលក់នៅក្នុងហាងStarbucks រួមមានតែនិងភេសជ្ជៈសម្រាចដែលភេសជ្ជៈត្រូវបានទិញពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ជំនាញជាច្រើនដែលជាធម្មតាស្ថិតនៅក្រោមកិច្ចសន្យាផ្គត់ផ្គង់រយៈពេលវែង។ ផលិតផលអាហារដូចជា នំខេក(Pastries)សំរាំងរិច(sandwiches) និងអាហារថ្ងៃត្រង់ អាហារពេលព្រឹក ត្រូវបានទិញពីក្នុងប្រទេស តំបន់និងធនធាននៅក្នុងតំបន់។ ក្រុមហ៊ុនទិញផលិតផលក្រដាស និងផ្លាស្ទិកធំ និងគ្រឿងតុបតែងផ្សេងៗពីក្រុមហ៊ុនជាច្រើន ដើម្បីជួយផ្គត់ផ្គង់ដល់តម្រូវការរបស់ហាងលក់រាយរបស់ក្រុមហ៊ុនក៏ដូចជាប្រតិបត្តិការផលិត និងចែកចាយរបស់ក្រុមហ៊ុន។

³¹ Starbuck Fiscal 2019 Annual Report ចូលមើល ២០/៨/២០២០)

២.៦.ការប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks's Corporation

២.៦.១.យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម និងអត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង

យុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មហាងកាហ្វេរបស់ Starbucks មានមូលដ្ឋានលើបួនចំណុចដូចខាងក្រោម៖

- ការផ្តល់បទពិសោធន៍ជាក់ស្តែងទីបី៖ ហាងកាហ្វេ Starbucks ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាកន្លែងទីបីក្រៅពីផ្ទះនិងកន្លែងធ្វើការ ដែលមនុស្សអាចចំណាយពេលវេលាក្នុងការសម្រាកនិងឃើញការសម្រស់ដែលសុខសាន្តជាមួយមិត្តភក្តិឬតែម្នាក់ឯង។ គ្រប់ហាងទាំងអស់នៅអាមេរិកនិងហាងដទៃទៀតនៅបរទេសបានផ្តល់ជូននូវសេវា វាយហ្វាយ (Wi Fi) ដោយឥតគិតថ្លៃ។ ហាងលក់កាហ្វេ Starbucks ត្រូវបានរចនាឡើងយ៉ាងល្អិតល្អន់ដើម្បីធ្វើអោយអតិថិជនស្នាក់នៅបានយូរនិងទិញទំនិញបន្ថែម។
- ការលក់កាហ្វេដែលមានគុណភាពខ្ពស់បំផុត៖ ក្រុមហ៊ុន Starbucks គ្រប់គ្រងរាល់ដំណើរការទាំងអស់នៃការផលិតដោយខ្លួនឯង ដោយចាប់ផ្តើមពីការដាំដើមកាហ្វេ ជ្រើសរើសយកគ្រាប់កាហ្វេ ការលើងគ្រាប់កាហ្វេ ការកិនគ្រាប់កាហ្វេ រហូតដល់ការផ្សំជាមួយគ្រឿងផ្សំនិងក្លាយជាកាហ្វេមួយកែវហើយថែមទាំងលក់កាហ្វេដោយហាងផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ Starbucks ក៏មានវគ្គបណ្តុះបណ្តាលបុគ្គលិករបស់ពួកគេ ដើម្បីមានសមត្ថភាពក្នុងការផលិតកាហ្វេ ដែលមានគុណភាពខ្ពស់ផងដែរ។ មូលហេតុទាំងនេះបានធ្វើអោយកាហ្វេរបស់ Starbucks មានគុណភាពខ្ពស់និងមានរសជាតិប្លែកខុសពីកាហ្វេហាងដទៃ។
- ការពង្រីកទីផ្សារអន្តរជាតិដោយផ្តោតលើប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍៖ យុទ្ធសាស្ត្រនេះគឺជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ Starbucks ក្នុងរយៈពេលវែង។ ចំណែកប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនពីផ្នែកទីផ្សារសកលរបស់ចិន និងអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិកបានកើនឡើងដល់ ១៤% នៅឆ្នាំ ២០១៦ និងចាប់ពី ៧% ក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំមុនហើយហាងលក់កាហ្វេ Starbucks ថ្មីមានចំនួនដល់ទៅ ២,៧១៩ ហាងដែលបានបើកដំណើរការក្នុងរយៈពេលពីឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។
- ការបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាចូលទៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម៖ Starbucks មានភាពរឹងមាំដោយឈរលើគោលដៅនៃបច្ចេកវិទ្យាថ្មី ដែលមិនមែនត្រឹមតែដើម្បីកែលម្អគេហទំព័ររបស់ខ្លួនឬ ដើម្បីដំណើរការទូទាត់ល្បឿនសម្រាប់អ្នកដែលរងចាំនៅនោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងការបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាទៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម និងនីតិវិធីជាច្រើនទៀតដូចជាការដាក់អោយប្រើនូវមុខងារកម្មវិធី និងទូទាត់តាមទូរស័ព្ទ

ដែលអនុញ្ញាតអោយអតិថិជនទិញដោយមិនចាំបាច់ធ្វើការរងចាំ និងការផ្ញើសារជូនដំណឹងទៅកានអតិថិជនវិញនៅពេលដែលការបញ្ជាទិញតាមទូរស័ព្ទរបស់ពួកគេរួចរាល់។³²

២.៦.២.អត្ថប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង

- ដោយសារតែStarbucksធ្វើគ្រប់ដំណើរការនៃការផលិតដោយខ្លួនឯងផ្ទាល់ ដូច្នេះប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនមានកម្រិតខ្ពស់ ដោយមិនចាំបាច់ចែករំលែកជាមួយដៃគូអាជីវកម្មឬអ្នកផ្គត់ផ្គង់កាហ្វេផ្សេងទៀតឡើយ។
- Starbucksមានសម្ភារៈគន្លឹះនៅក្នុងឧស្សាហកម្មកាហ្វេ ដូច្នេះគូប្រជែងដទៃទៀតមានការលំបាកក្នុងការប្រកួតប្រជែងជាមួយStarbucks។
- Starbucksអាចកាត់បន្ថយដំណើរការដែលមិនចាំបាច់មួយចំនួនចេញ និងមិនចាំបាច់បញ្ជាទិញទំនិញពីខាងក្រៅដែលធ្វើអោយ Starbucks កាន់តែមានភាពងាយស្រួលក្នុងដំណើរការផលិតកម្ម។
- ដោយសារតែមានវគ្គបណ្តុះបណ្តាលជូនបុគ្គលិករបស់ខ្លួន Starbucks មានភាពងាយស្រួលក្នុងការរក្សាបាននូវ គុណភាពផលិតផលរបស់ខ្លួន ហើយងាយស្រួលក្នុងការសិក្សាពីតម្រូវការអតិថិជន និងរក្សាទំនាក់ទំនងជាមួយអតិថិជនដើម្បីពង្រឹងគុណភាព និងបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជនរបស់ខ្លួនផងដែរ។
- ចំណុចទាំងនេះបានធ្វើអោយអតិថិជនរបស់ Starbucks មានភាពជឿជាក់និងស្មោះស្ម័គ្រជាមួយផលិតផលរបស់ Starbucks។³³

២.៧. វិធានការប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks's Corporation

២.៧.១.វិធានការប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks ដោយផ្ទាល់

- **ការហ្វេស្កា:** គឺជាដៃគូប្រកួតប្រជែងដ៏ធំបំផុតរបស់ Starbucks ហើយវាត្រូវបានជាប់ចំណាត់ថ្នាក់ជាហាងកាហ្វេធម៌បំផុតលំដាប់ទី ២ នៅលើពិភពលោកបន្ទាប់ពីក្រុមហ៊ុនStarbucks។នៅក្នុងខែមីនា ឆ្នាំ ២០១៨ ការហ្វេស្ការកចំណូលបាន១,២៩ពាន់លានដោន ។ កូស្តាកាហ្វេ បានដំណើរការចំនួនហាងលក់កាហ្វេខ្ពស់បំផុតនៅក្នុងទីផ្សារកាហ្វេអឺរ៉ុបទាំងមូល។បច្ចុប្បន្ននេះវាមានហាងចំនួន២,៤២២ កន្លែងនៅចក្រភពអង់គ្លេស។

³² <https://research-methodology.net/starbucks-coffee-business-strategy-2/> (ចូលមើល ១៥ កក្កដា ២០២០)

³³ <https://www.reviewessays.com/essay/The-Avantages-and-Disadvantage-of-Starbucks/29959.html> (ចូលថ្ងៃទី ១៥ កក្កដា ២០២០)

- **McDonaldsMcCafe:** ត្រូវបានក្លាយជាអ្នកប្រកួតប្រជែងមួយក្នុងចំណោមដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់Starbucks និងមានហាងទំនិញជាច្រើននៅទូទាំងពិភពលោក។ នៅឆ្នាំ ២០១៥ វាគឺជាក្រុមហ៊ុនលក់កាហ្វេឈានមុខគេមួយ ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនលក់កាហ្វេឈានមុខគេធំៗចំនួន៣ដែលមានចំណូលលើសពី ១.៤ពាន់លានដុល្លារ ពីចំនួនហាងច្រើនជាង ៤,៥០០ កន្លែង។ បច្ចុប្បន្ន McCafé ត្រូវបានគេចាត់ថ្នាក់ជាម្ចាស់ឧស្សាហកម្មកាហ្វេធំបំផុតនៅក្នុងប្រទេសនូវវែលសេឡង់ និងអូស្ត្រាលី។
- **Dunkin Donuts:** គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងចំណោមដៃគូប្រកួតដ៏សំខាន់របស់Starbucksហើយវាគឺជាភោជនីដ្ឋានអាហារលើសបំផុតលំដាប់ទី៨លំដាប់ទី៣ ដោយចំនួនទីតាំងនៅក្នុងពិភពលោក វាមានហាងជាង១២,០០០កន្លែងនៅក្នុងប្រទេសចំនួន៣៦។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ប្រាក់ចំណូលរបស់ Dunkin Donuts មានចំនួន៨២៨.៩០លានដុល្លារអាមេរិក។
- **Café Coffee Day:** គឺជាក្រុមហ៊ុនប្រជែងផ្សេងទៀតរបស់Starbucks។ វាគឺជាហាងកាហ្វេតាមួយដែលជាកម្មសិទ្ធិរបស់ក្រុមហ៊ុន Coffee Day Global លីមីតធីតដែលជាក្រុមហ៊ុនបុត្រសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន Coffee Day Enterprises Limited Café Coffee Day ផ្តល់ជូននូវផលិតផលជាច្រើនប្រភេទដែលរួមមាន កាហ្វេ តែ នំប៉័ង កូស៊ីណូ ស្ករក្រូច និងផលិតផលជាច្រើនទៀត។ ការធ្វើអោយមានកាហ្វេ និងអាហារជាច្រើនបែបនេះរួមចំណែកជាដៃគូប្រកួតប្រជែង ដ៏មានសក្តានុពលរបស់Starbucks ហើយចំណូលរបស់ Café Coffee Day ក្នុងឆ្នាំ២០១៥គឺ១៩០លានដុល្លារ។

២.៧.២. ផែនការប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks ដោយប្រយោល

- ហាងលក់អាហារហ្វឹស និងហាងនំតូចៗក្នុងតំបន់: មានហាងនំប៉័ង និងកាហ្វេក្នុងស្រុករាប់រយកន្លែងទៀតដែលលក់កាហ្វេផងដែរ ដែលពួកគេក៏ជាដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks ផងដែរ ដោយសារ តែពួកគេអាចផ្តល់ជូនសេវាកម្មផ្ទាល់ខ្លួនកាន់តែច្រើនហើយបុគ្គលិក ដែលមានភាពរួសរាយរាក់ទាក់របស់ពួកគេត្រូវបានស្គាល់យ៉ាងច្បាស់ដោយអតិថិជន។
- **McDonalds:** គឺជាហាងលក់អាហារហ្វឹសរបស់អាមេរិកដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ១៩៤០។ វាគឺជាហាងលក់អាហារហ្វឹសហាមប៊ីហ្គីធំមួយនៅក្នុងពិភពលោកដែលមានហាងជាង៣,៧០០កន្លែងនៅក្នុង១០០ប្រទេស។ ដោយសារតែការពង្រីកមុខម្ហូបរបស់Starbucksតាមរយៈភីហ្សាខ្នាតតូច និងអាហារផ្សេងទៀតដើម្បីអមជាមួយកាហ្វេវាបានក្លាយជាក្រុមហ៊ុនដោយប្រយោលរបស់McDonald's ។

- **Kentucky Fried Chicken (KFC):** ដោយយោងទៅតាមយុទ្ធសាស្ត្រនៃការបង្កើនមុខម្ហូបអាហារ និងភេសជ្ជៈផ្សេងៗរបស់ KFC KFC បានក្លាយជាផ្នែកមួយនៃដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks។ ការបន្ថែមមុខម្ហូបអាហារ និងការអនុវត្តន៍យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារម៉ាក្រូផ្សេងៗទៀតទាំងនេះ នឹងបង្កើតបាន ហាងថ្មីៗដែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks នាពេលអនាគត។
- **Tazo:** ខណៈពេល ដែលធ្វើការប្រៀបធៀបដៃគូប្រជែងរបស់ Starbucks តាហ្សូជាអ្នកប្រកួត ប្រជែងដោយប្រយោល ដែលជាធម្មតាត្រូវបានលើកឡើង។ តែតាហ្សូគឺមានការប្រកួត ប្រជែងដោយសារ តែរស់ជាតិពិសេស ក្លិន និងអាចជួយជាឱថបានទៀតផង។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១០ ប្រាក់ចំណូល Tazo មានចំនួនប្រមាណ ១,៣ ពាន់លានដុល្លារ ហើយបច្ចុប្បន្ននេះ ក្រុមហ៊ុន Tazo បម្រើអតិថិជននៅតាមបណ្តាប្រទេស៤៦ដែលមានហាងចំនួនជាង ១៧,០០០ កន្លែងក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ Starbucks ។
- **Twining's:** នៅឆ្នាំ២០១៧ កម្រិតនៃការលក់របស់ Twining's គឺខ្ពស់រហូតដល់ចំណុចមួយដែលវា ត្រូវបាក់គេបោះឆ្នោតថាជាម៉ាកតែមួយក្នុងចំណោមតែ ដែលល្អបំផុតនៅលើពិភពលោក។ Twining's មានច្រើនជាង១៨៩ប្រភេទតែ ដែលត្រូវបានលាយខុសៗគ្នា និងចំណូលលក់ប្រចាំឆ្នាំចំនួន៨.៥ លានដុល្លារ ដែលទាំងនេះកំពុងតែគំរាមគំហែងទៅនឹងការប្រកួតប្រជែងរបស់ Starbucks នៅក្នុងទី ផ្សារ។
- **Tetley:** គឺជាក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងចមនោមក្រុមហ៊ុនធម៌បំផុតនៅក្នុងចក្រភពអង់គ្លេស និងជាអ្នកផលិត តែធំទី២នៅទូទាំងពិភពលោក ហើយផលិតផលជាង៦៥រសជាតិខុសៗគ្នា។ ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិ ការរបស់ Tetley បានកើនឡើង៦០% បន្ទាប់ពីពង្រឹងម៉ាកយីហោ និងការផលិតប្រចាំឆ្នាំរបស់ Tetley ជាមធ្យមមានចំនួន២២ពាន់លានដុល្លារ ដែលនាំអោយ Tetley ក្លាយជាម៉ាកមួយទៀតដែល កំពុងប្រឈមនឹងការប្រកួតប្រជែងយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរចំពោះ Starbucks។
- **Dilmah: Ceylon** ដែលជាក្រុមហ៊ុនមេរបស់ Dilmah គឺជាក្រុមហ៊ុនធំបំផុតទី៦នៅលើពិភពលោក ជាមួយនឹងប្រាក់ចំណូលលក់បាន៧.៩២ពាន់លានដុល្លារ។ ផលិតផលតែរបស់ក្រុមហ៊ុននេះរួមមាន តែបែតង តែរសជាតិទឹកដោះគោតេម៉ាសាឡាលា តែ Ceylon តែលាយរុក្ខជាតិ និងតែត្រជាក់ផ្សេងទៀ ត។
- **The Republic of Tea:** យុទ្ធសាស្ត្រនៃការប្តូរឈ្មោះ និងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មបាបធ្វើ អោយក្រុមហ៊ុននេះទទួលបានការទទួលស្គាល់ជាសកល និងចំណូលការលក់ប្រចាំឆ្នាំប្រហែល២០

លានដុល្លារ។ ផលិតផលលក់ដាច់មួយចំនួនរបស់វា រួមមានទឹកផ្លែប៉េប៊ែរក្តៅ (hot apple cider) តែ ល្អៅខ្មៅហ៊ីរ (pumpkin spice black tea) តែខ្លីផ្លែប៉េប៊ែរ (ginger peach and comfort) តែខ្មៅ រីករាយ (joy black tea) និងតែដ៏ទៃទៀត។

- **Peet's Coffee:** គឺជាក្រុមហ៊ុនកល់រាយដែលមានជំនាញខាងដុតកាហ្វេ។ វាត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅ ឆ្នាំ១៩៦៦ ហើយវាមានមូលដ្ឋាននៅតំបន់ឆកសាន់ហ្វ្រាន់ស៊ីស្កូក្នុងរដ្ឋកាលីហ្វ័រញ៉ា សហរដ្ឋអាមេរិក។ Peet បានណែនាំអាមេរិកនូវកាហ្វេ Arabica របស់វាដែលមានរសជាតិឈ្ងុយឆ្ងាញ់ដែលរួមបញ្ចូល ទាំងនំបារាំង និងគ្រាប់កាហ្វេដែលសមស្របសម្រាប់ភេសជ្ជៈ espresso ។ អ្នកលក់រាយក៏ផ្តល់នូវ គ្រាប់សណ្តែកស្រស់ កាហ្វេញ៉ាត្តោ និងញ៉ាត្រជាក់។ កាហ្វេរបស់ Peet លក់ក្នុងហាងលក់គ្រឿងទេស ជាង ១៤.០០០ កន្លែនៅទូទាំងសហរដ្ឋអាមេរិក។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ Peet's Coffee អ្នកលក់រាយបាន រកចំណូលបាន ៨០០ លានដុល្លារ។
- **Tim Hortons:** គឺជាភោជនីដ្ឋានអាហារសម្រន់ពហុជាតិដែលមានមូលដ្ឋាននៅប្រទេសកាណាដា ដែលពេញនិយមសម្រាប់កាហ្វេ និងនំដូណាត់។ វាគឺជាភោជនីដ្ឋានដែលមានសេវាកម្មលឿនបំផុត របស់ប្រទេសកាណាដា ដែលមានភោជនីដ្ឋានសរុបចំនួន ៤.៦១៣ នៅក្នុងប្រទេសចំនួន ១៣។ ចំណូលពីការលក់របស់ខ្លួននៅឆ្នាំ ២០១៦ គឺ ៣ ពាន់លានដុល្លារ។
- **The Coffee Bean:** នេះគឺជាហាងកាហ្វេអាមេរិកដែលបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ១៩៦៣។ មកដល់ឆ្នាំ ២០១៧ ក្រុមហ៊ុននេះមានហាងលក់ទំនិញគ្រប់គ្រងដោយខ្លួនឯង និងមានចំនួនជាង ១.០០០ កន្លែង នៅក្នុងសហរដ្ឋអាមេរិក និង ៣១ ប្រទេសផ្សេងទៀត។ វាមានឯកទេសខាងកាហ្វេតែ និងអាហារ។ ប្រាក់ចំណូលក្រុមហ៊ុនកាហ្វេនេះគិតត្រឹមខែ មករា ឆ្នាំ ២០១៣ មានចំនួន ៥០០ លានដុល្លារ។³⁴

³⁴ <https://www.madsjunction.com/marketing/starbucks-competitors/> (ចូលថ្ងៃទី ១៥ កក្កដា ២០២០)

ជំពូកទី៣

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation

៣.១. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

៣.១.១. របាយការណ៍លទ្ធផល

**STARBUCKS CORPORATION
CONSOLIDATED STATEMENTS OF EARNINGS**
(in millions, except per share data)

Fiscal Year Ended	Sep 29, 2019	Sep 30, 2018
Net revenues:		
Company-operated stores	\$ 21,544.4	\$ 19,690.3
Licensed stores	2,875.0	2,652.2
Other	2,089.2	2,377.0
Total net revenues	26,508.6	24,719.5
Cost of sales	8,526.9	7,930.7
Store operating expenses	10,493.6	9,472.2
Other operating expenses	371.0	554.9
Depreciation and amortization expenses	1,377.3	1,247.0
General and administrative expenses	1,824.1	1,708.2
Restructuring and impairments	135.8	224.4
Total operating expenses	22,728.7	21,137.4
Income from equity investees	298.0	301.2
Operating income	4,077.9	3,883.3
Gain resulting from acquisition of joint venture	—	1,376.4
Net gain resulting from divestiture of certain operations	622.8	499.2
Interest income and other, net	96.5	191.4
Interest expense	(331.0)	(170.3)
Earnings before income taxes	4,466.2	5,780.0
Income tax expense	871.6	1,262.0
Net earnings including noncontrolling interests	3,594.6	4,518.0
Net earnings/(loss) attributable to noncontrolling interests	(4.6)	(0.3)
Net earnings attributable to Starbucks	\$ 3,599.2	\$ 4,518.3
Earnings per share — basic	\$ 2.95	\$ 3.27
Earnings per share — diluted	\$ 2.92	\$ 3.24
Weighted average shares outstanding:		
Basic	1,221.2	1,382.7
Diluted	1,233.2	1,394.6

ប្រភព: <https://sec.report/Document/0000829224-19-000051/#bux-9292019x10xk.htm>

❖ សាមាសធាតុសំខាន់ៗរបាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

របាយការណ៍លទ្ធផលមានសមាសធាតុសំខាន់ៗដូចជា៖

- Net Revenues: ប្រាក់ចំណូលសុទ្ធគឺជាប្រាក់ចំណូលដែលមិនរាប់បញ្ចូលថ្លៃដើមនៃទំនិញដែលបានលក់ និងចំណាយរដ្ឋបាលទូទៅចំណាយផ្សេងៗ។
- Company-Operated Store: ប្រតិបត្តិការលក់រាយ ដែលមានទំនាក់ទំនងជាមួយក្រុមហ៊ុន ដោយក្រុមហ៊ុននឹងជាធម្មតាគ្រប់គ្រង និងដំណើរការដោយក្រុមហ៊ុន។
- Licensed Store: ហាងដែលមានច្បាប់នៃការរៀបចំអាជីវកម្មដែលក្រុមហ៊ុនមួយអនុញ្ញាតអោយក្រុមហ៊ុន មួយផ្សេងទៀតផលិតផលិតផល របស់ខ្លួនសម្រាប់ការទូទាត់ជាក់លាក់។
- ប្រាក់ចំណេញមុនពេលបង់ការប្រាក់ និងពន្ធ (Earnings Before Interest and Tax): គឺជាប្រាក់ចំណេញសុទ្ធរបស់ក្រុមហ៊ុនមុនពេលចំណាយលើការប្រាក់ និងការបង់ពន្ធ។
- ថ្លៃដើមនៃចំណូល (Cost of Revenues) រឺហៅថាថ្លៃដើមនៃការលក់ (Cost of goods sold): គឺជាថ្លៃដើមផ្ទាល់សរុបក្នុងការផលិតកាហ្វេ តែ នំ និងម្ហូបអាហារ។
- ចំណាយការប្រាក់ (Interest Expense): គឺជាចំណាយការប្រាក់ទៅលើកម្ចីមួយចំនួនដូចជាបំណុល និងគណនីរបស់ក្រុមហ៊ុនជាដើម។
- ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ (Net income): គឺជាប្រាក់ចំណេញសុទ្ធដែលត្រូវបានគណនាដោយយកការលក់សរុបដកជាមួយនឹងចំណាយប្រតិបត្តិការទូទៅ ចំណាយរដ្ឋបាល ចំណាយការប្រាក់ ចំណាយការបង់ពន្ធ និងការចំណាយផ្សេងៗទៀតរួចរាល់ហើយ។
- Weighted average share outstanding: គឺជាវិធីសាស្ត្រមួយសម្រាប់គណនាកម្រិតចំណូលក្នុងមួយភាគហ៊ុន។
- ចំណាយលើការរំលោះទ្រព្យសកម្មរូបិយ និងទ្រព្យសកម្មអរូបិយ (Depreciation and Amortization Expenses): ការចំណាយនេះគឺជាធាតុនៅក្នុងរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល។វាត្រូវបានរាប់បញ្ចូលនៅពេល ដែលក្រុមហ៊ុនកត់ត្រាការបាត់បង់តម្លៃនៃទ្រព្យសកម្មអរូបិយរបស់ពួកគេតាមរយៈការរំលោះ។ ទ្រព្យសកម្មរូបិយដូចជាម៉ាស៊ីន ឧបករណ៍រឺយានយន្តថយចុះតាមពេលវេលា និងកាត់បន្ថយតម្លៃកើនឡើង។ ហើយនៅពេលចំណាយលើរំលោះនេះកើតឡើងគ្មានសាច់ប្រាក់ចេញនោះទេ ព្រោះវាត្រូវបានចំណាយនៅពេលទិញយកមករួចហើយ។

- ចំណាយទូទៅ និងចំណាយលើផ្នែករដ្ឋបាល (General and administrative expense): គឺជាប្រភេទចំណាយថេរដែលមិនបិតនៅក្នុងដំណើរការចំណាយនៃផលិតកម្ម និងការលក់ក្នុងរយៈពេលដែលបានផ្តល់អោយនោះទេ។ ហើយការចំណាយនេះរួមមាន ថ្លៃឈ្នួលប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ធានារ៉ាប់រងថ្លៃសេវាស្របច្បាប់នឹងប្រាក់ខែជាក់លាក់។

៣.១.២. តារាងតុល្យការ

STARBUCKS CORPORATION
CONSOLIDATED BALANCE SHEETS
(in millions, except per share data)

	Sep 29, 2019	Sep 30, 2018
ASSETS		
Current assets:		
Cash and cash equivalents	\$ 2,686.6	\$ 8,756.3
Short-term investments	70.5	181.5
Accounts receivable, net	879.2	693.1
Inventories	1,529.4	1,400.5
Prepaid expenses and other current assets	488.2	1,462.8
Total current assets	5,653.9	12,494.2
Long-term investments	220.0	267.7
Equity investments	396.0	334.7
Property, plant and equipment, net	6,431.7	5,929.1
Deferred income taxes, net	1,765.8	134.7
Other long-term assets	479.6	412.2
Other intangible assets	781.8	1,042.2
Goodwill	3,490.8	3,541.6
TOTAL ASSETS	\$ 19,219.6	\$ 24,156.4
LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY/(DEFICIT)		
Current liabilities:		
Accounts payable	\$ 1,189.7	\$ 1,179.3
Accrued liabilities	1,753.7	1,752.5
Accrued payroll and benefits	664.6	656.8
Income taxes payable	1,291.7	102.8
Stored value card liability and current portion of deferred revenue	1,269.0	1,642.9
Current portion of long-term debt	—	349.9
Total current liabilities	6,168.7	5,684.2
Long-term debt	11,167.0	9,090.2
Deferred revenue	6,744.4	6,775.7
Other long-term liabilities	1,370.5	1,430.5

Total liabilities	25,450.6	22,980.6
Shareholders' equity/(deficit):		
Common stock (\$0.001 par value) — authorized, 2,400.0 shares; issued and outstanding, 1,184.6 and 1,309.1 shares, respectively	1.2	1.3
Additional paid-in capital	41.1	41.1
Retained earnings/(deficit)	(5,771.2)	1,457.4
Accumulated other comprehensive loss	(503.3)	(330.3)
Total shareholders' equity/(deficit)	(6,232.2)	1,169.5
Noncontrolling interests	1.2	6.3
Total equity/(deficit)	(6,231.0)	1,175.8
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY/(DEFICIT)	\$ 19,219.6	\$ 24,156.4

ប្រភព: <https://sec.report/Document/0000829224-19-000051/#bux-9292019x10xk.htm>

❖ សាមាសធាតុសំខាន់ៗរបាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

របាយការណ៍លទ្ធផលមានសមាសធាតុសំខាន់ៗដូចជា៖

- ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីដ៏(Current Asset): ជាទ្រព្យសកម្មដែលអាចបម្លែងជាសាច់ប្រាក់នៅក្នុងរយៈពេលតិចជាង រឺស្មើមួយឆ្នាំ។
- សាច់ប្រាក់ និងសមាសធាតុសមមូលនិងសាច់ប្រាក់ (Cash and Cash equivalents): គឺជាសមាសធាតុដែលមានសន្ទនីយភាពខ្ពស់ជាងគេបំផុតក្នុងចំណោមមាសធាតុផ្សេងៗទៀតនៃទ្រព្យសកម្មទាំងអស់។វាមានដូចជា សាច់ប្រាក់ក្នុងដៃ សាច់ប្រាក់ក្នុងធនាគារ មូលប្បទានបំត្រ និងសមាសធាតុដែលងាយបំលែងទៅជាសាច់ប្រាក់ផ្សេងៗទៀត។
- ការវិនិយោគរយៈពេលខ្លី (Short-term investment): ជាការវិនិយោគទាំងឡាយណាដែលមានរយៈពេលមិនលើសពីមួយឆ្នាំ រឺជាឧករណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលក្រុមហ៊ុនបានធ្វើការវិនិយោគលើទីផ្សាររូបិយវត្ថុដែលមានដូចជាប័ណ្ណរតនាគារ(T-bill) ជាដើម។
- (Accumulated other Comprehensive income/loss): គឺជាគណនេយ្យទិន្ននុប្បវត្តមួយដែលត្រូវបានកត់ត្រាចូលទៅក្នុងផ្នែកមូលធននៃតារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ម្យ៉ាងវិញទៀតគណនេយ្យនេះគឺសម្រាប់កត់ត្រាប្រាក់ចំណេញមិនពិតប្រាកដ និងការខាតទៅធាតុណាមួយហើយត្រូវដាក់ចូលទៅក្នុងប្រភេទចំណូលរឺខាតផ្សេងៗទៀត។
- Shareholder's Equity: គឺជាមូលធនភាគហ៊ុនរបស់ភាគទុនិក។
- Retained Earnings: គឺជាប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកសម្រាប់ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មក្នុងឆ្នាំថ្មីហើយគេក៏អាចកាត់ផ្ទេរមួយចំនួនទៅជាដើមទុនផងដែរ។

- Noncontrolling Interests: គឺជាប្រាក់ដែលបានមកពីភាពជាម្ចាស់មួយផ្នែកនៃក្រុមហ៊ុនមួយដែលខ្លួនបានវិនិយោគមូលធនចូលប៉ុន្តែមិនអាចលើសពី៥០ភាគរយនៃមូលធនសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុននោះទេ។
- Common Stock: គឺជាភាគហ៊ុនធម្មតារបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបានបោះផ្សាយលក់ទៅអោយម្ចាស់ភាគហ៊ុន។វាគឺជាមូលធនភាគហ៊ុនរបស់ភាគទុនិក។
- Account Receivable: គឺជាគណនីដែលអតិថិជនទិញទំនិញតែមិនទាន់បានទូទាត់ប្រាក់។ជាទូទៅវាជាទម្រង់ជារឹកយប់ត្រូវជំពាក់ ដែលលើកឡើងដោយអាជីវកម្ម ហើយប្រគល់ជូនអតិថិជនអតិជនសម្រាប់ការទំទាត់ក្នុងរយៈពេលកំណត់មួយ។
- Inventories: ជាទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុនមានដូចជាទំនិញរឹសវាសសម្រាប់លក់ និងវត្ថុធាតុដើមដែលត្រូវបានប្រើ ដើម្បីផលិតទំនិញដែលមានសម្រាប់លក់។ វាជាទ្រព្យចម្បងដ៏សំខាន់ជាគេរបស់ក្រុមហ៊ុនតំណាងអោយប្រភពប្រាក់ចំណូលបន្តបន្ទាប់សម្រាប់ម្ចាស់ភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- Account Payable: គឺជាគណនីត្រូវបង់ ដែលអាជីវកម្មជំពាក់បំណុលអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួន ដែលបង្ហាញថាជាបំណុលនៅលើតារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- Current Liabilities: គឺជាបំណុលរយៈពេលខ្លី ដែលមានកាលកំណត់រយៈពេលតិចជាងមួយឆ្នាំដែលមានដូចជាពន្ធលើប្រាក់ចំណូលដែលត្រូវបង់ (income taxes payable) ជាដើម។
- Long-term debt: គឺជាបំណុលរយៈពេលវែង ដែលមានកាលកំណត់លើសពីមួយឆ្នាំ ដែលមានដូចជាហិរញ្ញប្បទានពីផ្នែកខាងក្រៅ (Laon) កាតព្វកិច្ចហិរញ្ញវត្ថុក្នុងការបង់រំលោះ (Lease Financing) ជាដើម។
- ការវិនិយោគភាគហ៊ុន (Equity investment): គឺជាការយកលុយទៅវិនិយោគនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមួយដោយការទិញភាគហ៊ុនពីក្រុមហ៊ុននោះនៅក្នុងទីផ្សារភាគហ៊ុន។ ហើយចំនួនភាគហ៊ុនទាំងនោះគឺត្រូវបានជួញដូរជាធម្មតានៅលើផ្សារភាគហ៊ុន។
- ការពន្យារពេលពន្ធលើប្រាក់ចំណូល (Deferred income taxes): គឺជាបំណុលដែលបានកត់ត្រានៅលើតារាងតុល្យការ ដែលបណ្តាលមកពីភាពខុសគ្នានៃការទទួលស្គាល់ប្រាក់ចំណេញរវាងច្បាប់ពន្ធនិងវិធីគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ដោយហេតុផលនេះពន្ធលើប្រាក់ចំណូលដែលអាចបង់បានរបស់ក្រុមហ៊ុនអាចមិនស្មើនឹងការចំណាយពន្ធសរុប ដែលបានរាយការណ៍ទេ។

- បំណុលបង្ក (Accrued Liabilities): គឺជាចំណាយ ដែលអាជីវកម្មបានកើតឡើងប៉ុន្តែមិនទាន់បានទូទាត់សងនៅឡើយទេ។ ក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនបំណុលសម្រាប់កាតព្វកិច្ចមួយចំនួន ហើយបំណុលអាចត្រូវបានកត់ត្រាទុកថាជាបំណុលរយៈពេលខ្លីរវាងនៅលើតារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន។

៣.២. ព័ត៌មានភាគហ៊ុនរបស់ Starbucks

តារាងទី៥៖ ព័ត៌មានភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks

	2019	2018
ថ្លៃភាគហ៊ុនក្នុង១ហ៊ុន	64.06	87.92
ចំនួនភាគហ៊ុន	13,957,000	1,233,000

ប្រភព: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/SBUX/sstarbucks/stock-price-history>

៣.៣. ការវិនិយោគតាមអនុបាត

នៅក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks យើងបានបែងចែកអាប្រាំផ្នែកសំខាន់ៗដូចតទៅ៖

- អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី
- អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែង
- អនុបាតនៃប្រសិទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្ម
- អនុបាតនៃលទ្ធភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ
- អនុបាតនៃតម្លៃទីផ្សារភាគហ៊ុន

៣.៣.១. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី

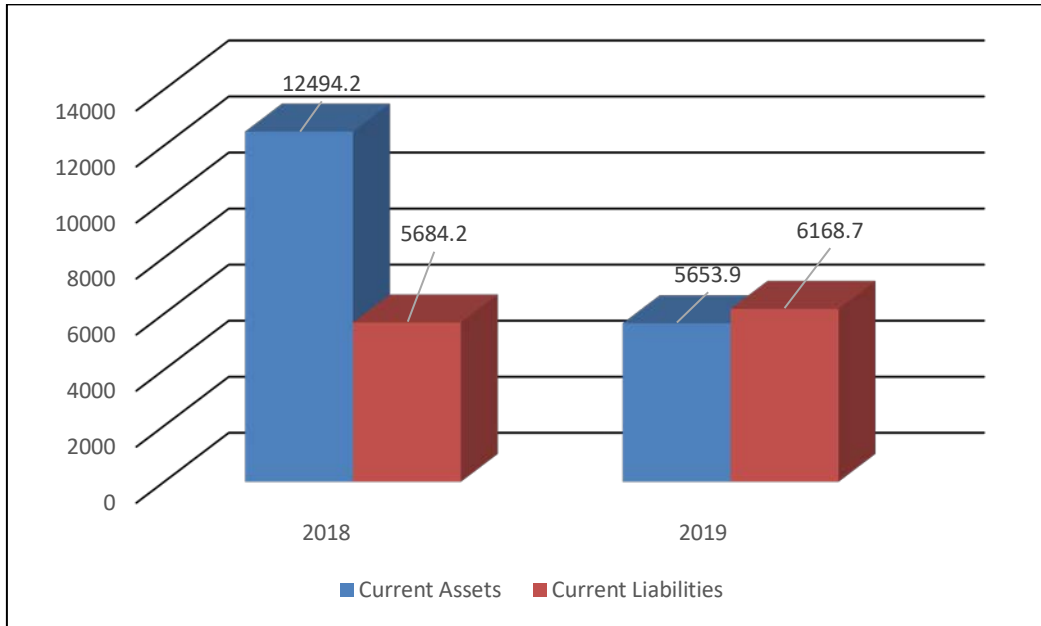
ក. អនុបាតចរន្ត (Current Ratio)

ម៉ាត្រូប្រមូល៖ $Current\ Ratio = Current\ Asset / Current\ Liabilities$

តារាងទី៦៖ អនុបាតចរន្តរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Current Asset	Current Liabilities	Current Ratio	Change
2018	12494.2	5684.2	2.20	—
2019	5653.9	6168.7	0.92	-1.28

ដ្យាក្រាមទី១៖ Current Asst និងCurrent Liabilities របស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ២០១៨ និង ឆ្នាំ២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមតារាងខាងលើបង្ហាញថា ផលធៀបរវាងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី និងបំណុលរយៈពេលខ្លីក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ស្មើនឹង 2.20 មានន័យថាក្នុង 1 ដុល្លារ នៃបំណុលរយៈពេលខ្លី ក្រុមហ៊ុនមានទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីចំនួន 2.20 ដុល្លារសម្រាប់ទុកទូទាត់។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ក្នុង 1 ដុល្លារ នៃបំណុលរយៈពេលខ្លីក្រុមហ៊ុនមានទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី ចំនួន 0.92 ដុល្លារ សម្រាប់ទូទាត់ គឺមានការថយចុះ 1.28 ដុល្លារ។

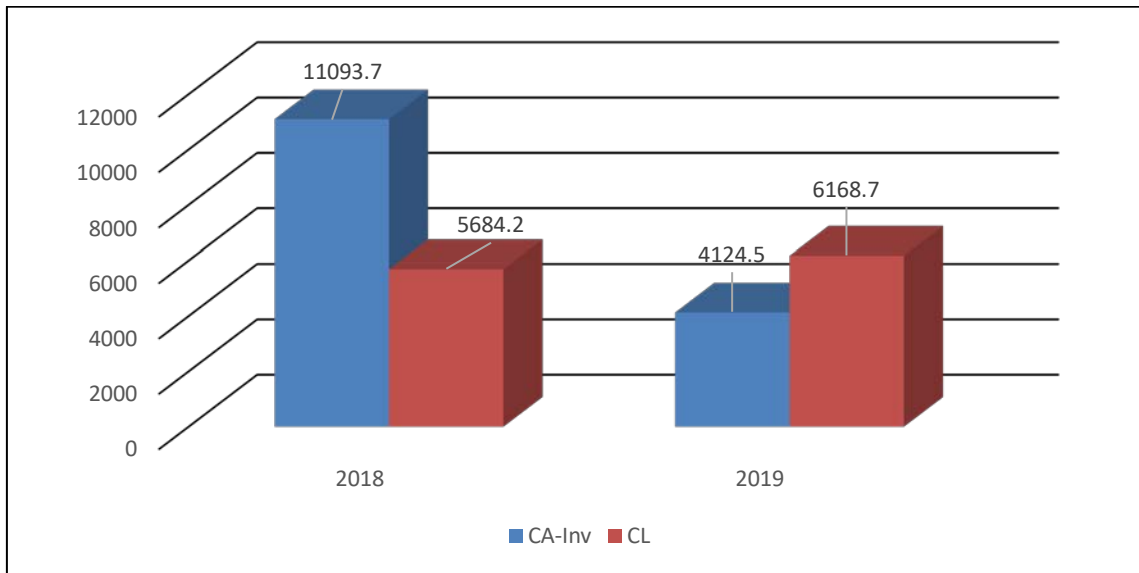
ខ. អនុបាតរហ័ស (Quick Ratio)

មានរូបមន្ត: $Quick Ratio = (Current Asset - Inventory) / Current Liabilities$

តារាងទី៧៖ អនុបាតរហ័សរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Current Asset- Inventory	Current Liabilities	Quick Ratio	Change
2018	11093.7	5684.2	1.95	—
2019	4124.5	6168.7	0.67	-1.28

ដ្យាក្រាមទី២៖ Current Asset – Inventory និង Current Liabilities របស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ និង ឆ្នាំ២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមទិន្នន័យខាងលើបង្ហាញថា ផលធៀបទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី ដកជាមួយសន្និធិធៀបជាមួយ នឹងបំណុលរយៈពេលខ្លីក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ស្មើ 1.95 មានន័យថាក្នុង 1 ដុល្លារ នៃបំណុលរយៈពេលខ្លី ក្រុមហ៊ុនមាន ទ្រព្យសកម្មរហ័សចំនួន 1.95 ដុល្លារ សម្រាប់ទូទាត់។ នៅឆ្នាំ២០១៩ ក្នុង 1ដុល្លារ នៃបំណុលរយៈពេលខ្លីក្រុមហ៊ុនមានទ្រព្យសកម្មចំនួន 0.67 ដុល្លារ សម្រាប់ទុកទូទាត់គឺមានការថយចុះ 1.28 ដុល្លារ។

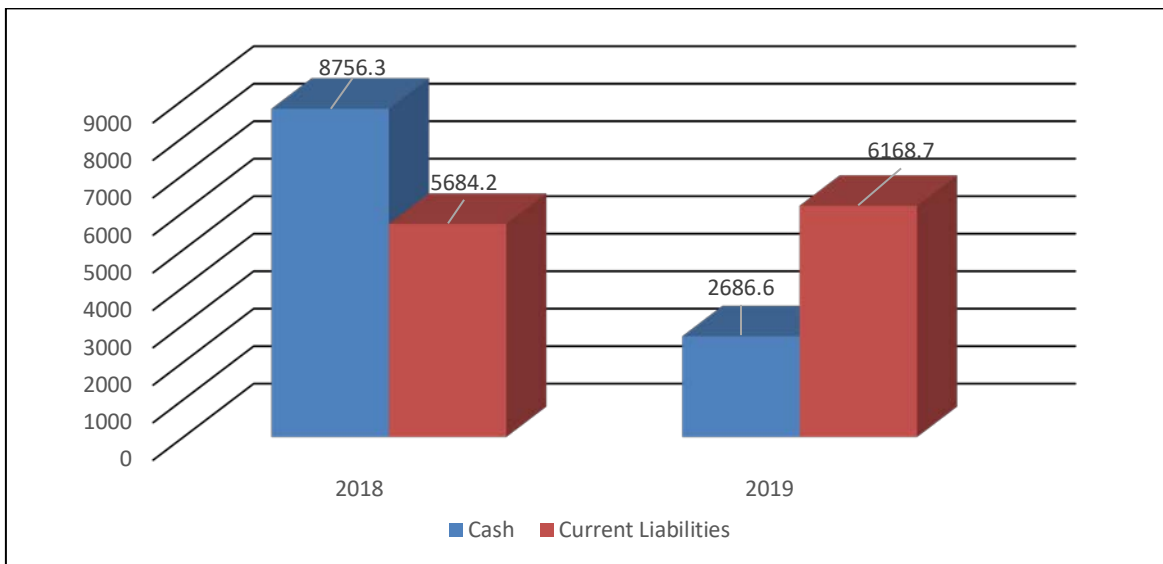
គ. អនុបាតសាច់ប្រាក់ (Cash Ratio)

មានរូបមន្ត: $Cash Ratio = Cash / Current Liabilities$

តារាងទី៨៖ អនុបាតសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Cash	Current Liabilities	Cash Ratio	Change
2018	8756.3	5684.2	1.54	—
2019	2686.6	6168.7	0.44	-1.10

រូបភាពទី៣៖ Cash និង Current Ratio របស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងឆ្នាំ២០១៨ និង ២០១៩



បកស្រាយ: នៅឆ្នាំ២០១៨ផលធៀបរវាងសាច់ប្រាក់ជាមួយនឹងបំណុលរយៈពេលខ្លីស្មើនឹង 1.54 មានន័យថា ក្នុង 1 ដុល្លារ នៃបំណុលរយៈពេលខ្លី ក្រុមហ៊ុនមានសាច់ប្រាក់ចំនួន 1.54 ដុល្លារសម្រាប់ទូទាត់។ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ក្នុង 1 ដុល្លារ នៃបំណុលរយៈពេលខ្លី ក្រុមហ៊ុនមានសាច់ប្រាក់ 0.44 ដុល្លារ សម្រាប់ទុកទូទាត់គឺមាន ការថយចុះចំនួន1.10 ដុល្លារ បើធៀបជាមួយឆ្នាំចាស់។

សរុបសេចក្តីមក អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន រួមមាន អនុបាតចរន្ត (Current Ratio) អនុបាតហ្វាស (Quick Ratio) អនុបាតសាច់ប្រាក់ (Cash Ratio) មានការថយចុះគួរអោយកត់សម្គាល់បើធៀបជាមួយ ឆ្នាំចាស់របស់ក្រុមហ៊ុនតាមរយៈនេះបង្ហាញអោយឃើញថាលទ្ធភាពនៃការទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយមានការថយចុះ។

៣.៣.២. អនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែង (Long-term Solvency Ratio)

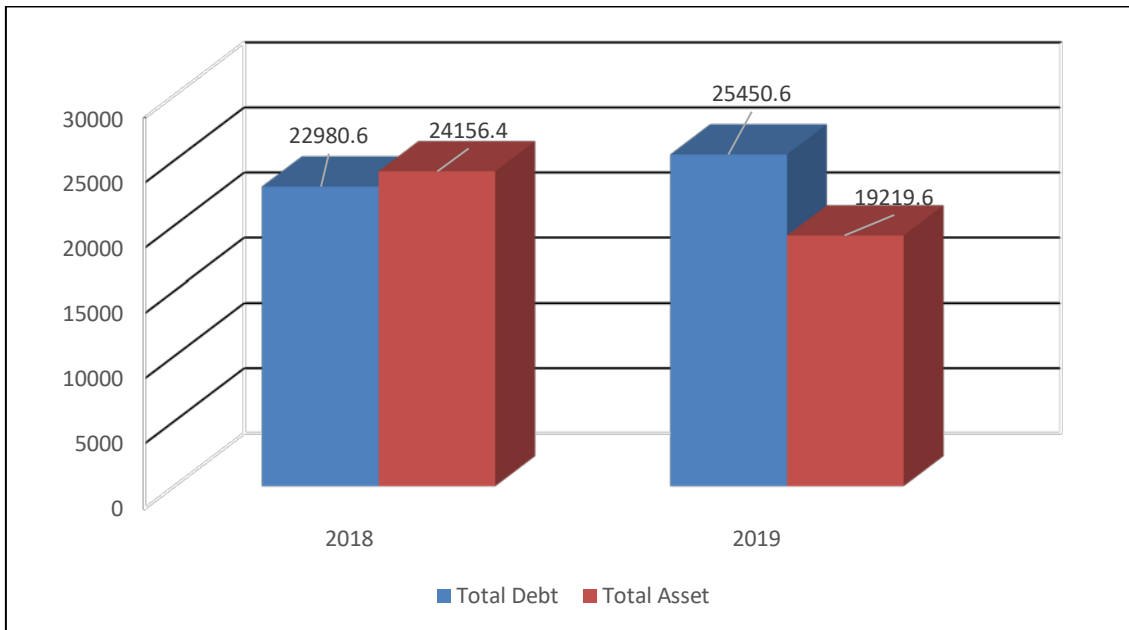
ក. អនុបាតបំណុលសរុប (Total Debt Ratio)

ម៉ាត្រិចប្រមូល៖ $\text{Total Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} = \frac{(\text{Total Asset} - \text{Total Equity})}{\text{Total Asset}}$

តារាងទី៩៖ អនុបាតបំណុលសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Total Debt	Total Asset	Total Debt to Asset Ratio	Change
2018	22980.6	24156.4	0.95	-
2019	25450.6	19219.6	1.32	+0.37

ដ្យាក្រាមទី៤៖ Total Debt និង Total Asset របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: យោងលើតារាងទី៩នៃខាងលើបង្ហាញថាឆ្នាំ ២០១៨ អនុបាតនៃបំណុលសរុបស្មើនឹង ០.៩៥ មានន័យថាវាដាច់ ១ ដុល្លារនៃទ្រព្យសកម្មដែលក្រុមហ៊ុនមាន ក្រុមហ៊ុនបានប្រើប្រាស់បំណុលចំនួន ០.៩៥ ដុល្លារ ។ នៅឆ្នាំ ២០១៩ វិញផលធៀបនេះមានការស្ទុះឡើងយ៉ាងខ្លាំងដល់ ១.៣២ ដែលមានន័យថាក្រុមហ៊ុនប្រើបំណុលលើសពីទ្រព្យសកម្ម ០.៣២ ដែលធ្វើឲ្យ Equity របស់ក្រុមហ៊ុនអវិជ្ជមាន។

ខ. អនុបាតបំណុលធៀបនឹងមូលធន (Debt to Equity Ratio)

ម៉ាត្រូបមន្ត: $Debt\ to\ Equity\ Ratio = Total\ Debt / Total\ Equity$

តារាងទី១០៖ អនុបាតបំណុលធៀបនឹងមូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Total Debt	Total Equity	Total Debt / Total Equity
2018	22980.6	1175.8	19.54
2019	25450.6	(6231.0)	(4.08)

បកស្រាយ: យោងល់តារាងទិន្នន័យខាងលើបង្ហាញថាបំណុលសរុបធៀបនឹងមូលធនសរុបនៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ស្មើនឹង 19.54 មានន័យថាបំណុល 1 ដុល្លារ ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់បំណុល 19.54 ដុល្លាររួមជាមួយ។ នៅឆ្នាំ២០១៩ ផលធៀបនេះតូចជាងសូន្យពីព្រោះក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់បំណុលច្រើន រហូតដល់លើសពីទ្រព្យសកម្មរបស់ខ្លួនដែលនាំអោយ Equity របស់ក្រុមហ៊ុនអវិជ្ជមាន។

គ. មេគុណមូលធន (Equity Multiplier)

ម៉ាត្រូបមន្ត: $Equity\ Multiplier = Total\ Asset / Total\ Equity$

តារាងទី១១៖ មេគុណមូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Total Asset	Total Equity	Equity Multiplier
2018	24156.4	1175.8	20.54
2019	19219.6	(6231.0)	(3.08)

បកស្រាយ: តាមផលធៀបនេះយើងឃើញថានៅឆ្នាំ២០១៨ មានផលធៀបស្មើនឹង 20.54 មានន័យថាទ្រព្យសកម្មសរុបស្មើដល់ទៅ 20.54 ដង នៃមូលធនសរុប។ នៅឆ្នាំ២០១៩ ផលធៀបនេះអវិជ្ជមានដោយសារ Equity របស់ក្រុមហ៊ុនអវិជ្ជមាន។

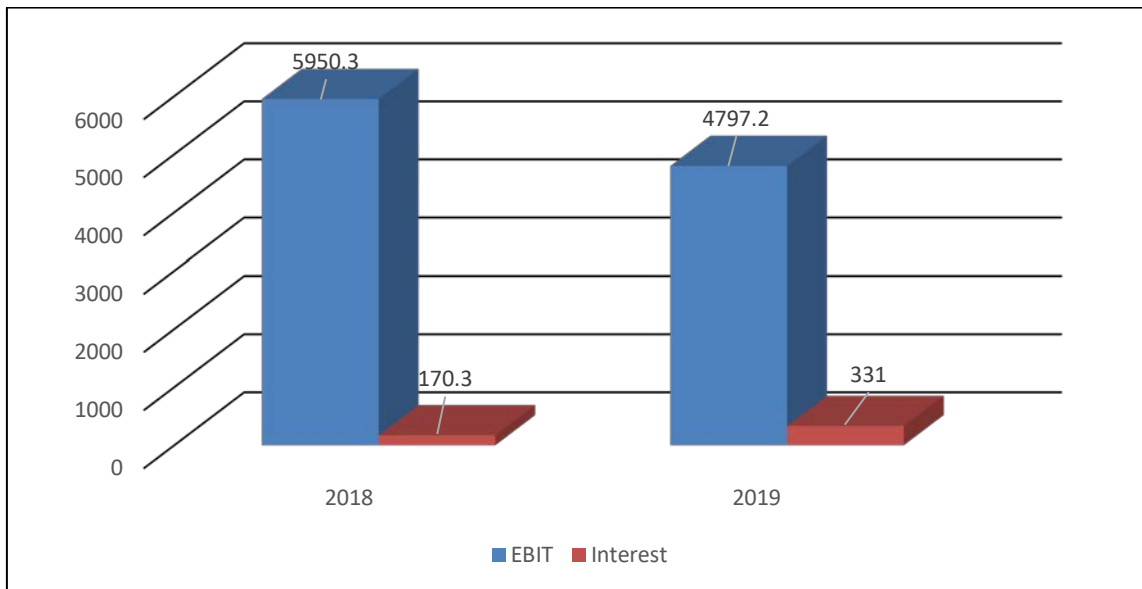
ឃ. អនុបាតចំនួនដងនៃការចំណាយការប្រាក់ (Time Interest Earned Ratio)

ម៉ាត្រូបមន្ត: $Time\ Interest\ Earned = Earnings\ Before\ Income\ Taxes / Interest$

តារាងទី១២៖ អនុបាតចំនួនដងនៃការចំណាយការប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	EBIT	Interest	Time Interest Earned	Change
2018	5950.30	170.3	34.94	—
2019	4797.20	331.0	14.49	-20.45

ដ្យាក្រាមទី៥៖ EBIT និង Interest របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: តាមតារាងខាងលើនេះបង្ហាញថានៅឆ្នាំ ២០១៨ ប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុននេះអាចទូទាត់ការប្រាក់បាន 34.94 ដង ហើយផលធៀបនេះមានការថយចុះយ៉ាងខ្លាំងក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ គឺប្រាក់ចំណេញប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនអាចទូទាត់ការប្រាក់បានតែ 14.49 ដងប៉ុណ្ណោះដែលទាបជាងឆ្នាំមុន 20.45 ដង។

យោងតាមទិន្នន័យនៃការវិភាគអនុបាតនៃលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែងយើងឃើញថានៅឆ្នាំ ២០១៩ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់បំណុលកាន់តែច្រើនរហូតលើសពីតម្លៃនៃទ្រព្យសកម្ម។ ម្យ៉ាងទៀតលទ្ធភាពទូទាត់ការប្រាក់ ដោយប្រើប្រាស់ប្រាក់ចំណេញមុនបង់ការប្រាក់ និងបង់ពន្ធមានការថយចុះគួរអោយកត់សម្គាល់។

៣.៣.៣. អនុធាននៃលទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្ម (Asset Utilization)

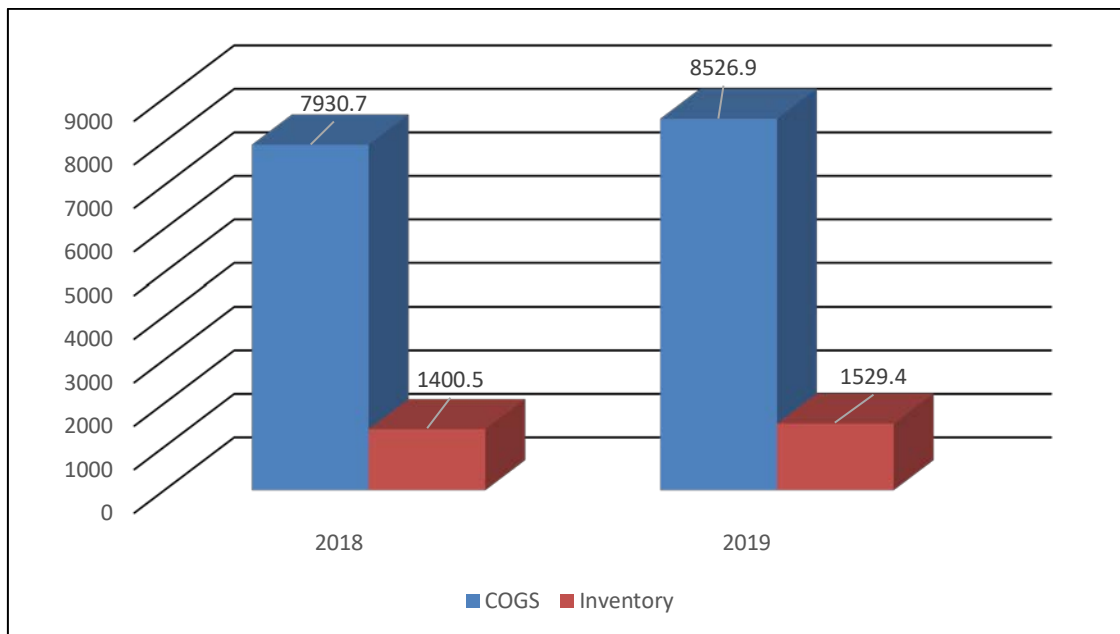
ក. អនុបាតបង្វិលជុំនៃសន្លឹកិ (Inventory Turnover)

ម៉ាត្រូប៊ែរមន្តៈ Inventory Turnover = Cost of Goods Sold / Inventory

តារាងទី១៣៖ អនុបាតបង្វិលជុំនៃសន្លឹកិរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Cost of Goods Sold	Inventory	Inventory Turnover	Change
2018	7930.7	1400.5	5.66	—
2019	8526.9	1529.4	5.58	-0.08

ដ្យាក្រាមទី៦ COGS និង Inventory របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមទិន្នន័យនៅក្នុងតារាងខាងលើបានបង្ហាញថា ផលធៀបរវាងចំណាយថ្លៃដើមជាមួយនឹងសន្លឹកិនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនឆ្នាំ២០១៨ស្មើនឹង 5.66 មានន័យថានៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ជាមធ្យមក្រុមហ៊ុនអាចបង្វិល សន្លឹកិបាន 5.66 ដង ក្នុងមួយឆ្នាំ។ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ជាមធ្យមក្រុមហ៊ុនអាចបង្វិលសន្លឹកិបាន 5.58 ដង ក្នុងមួយឆ្នាំ វាមានការថយចុះចំនួន 0.08 ដងបើធៀបជាមួយឆ្នាំចាស់។

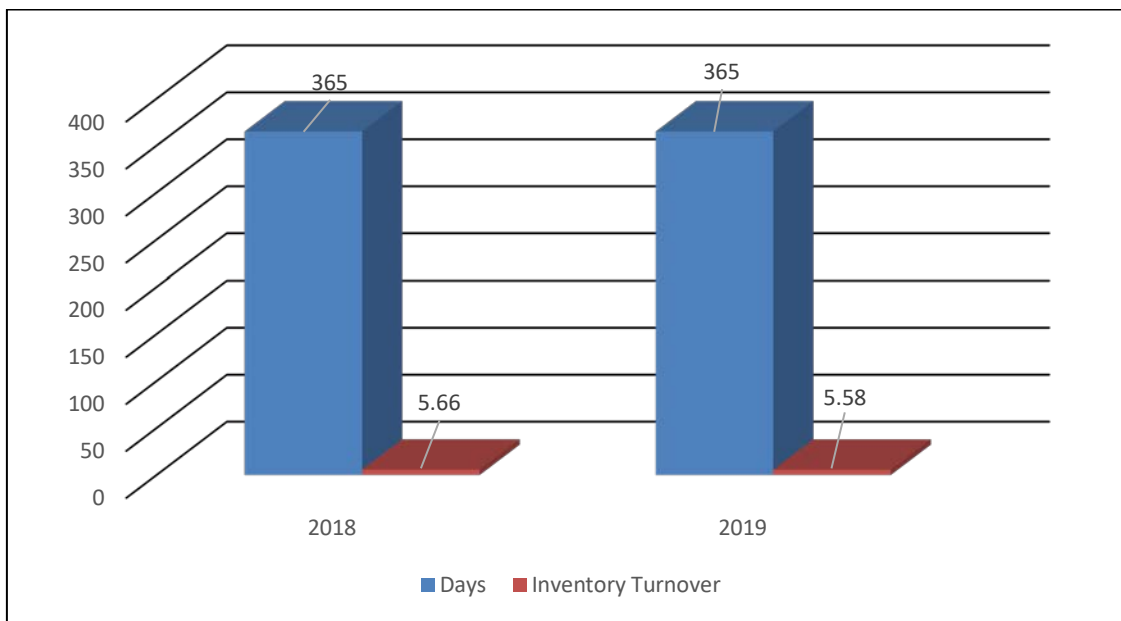
ខ. អនុបាតចំនួនថ្ងៃនៃការលក់សន្និធិ (Day's Sale in Inventory)

មានរូបមន្ត: $Day's\ Sale\ in\ Inventory = 365days / Inventory\ Turnover$

តារាងទី១៤៖ អនុបាតចំនួនថ្ងៃនៃការលក់សន្និធិរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Days	Inventory Turnover	Day's Sale in Inventory	Change
2018	365	5.66	64.46 days	—
2019	365	5.57	65.47 days	+1.01 days

ដ្យាក្រាមទី៧៖ Days និង Inventory Turnover របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមតារាងខាងលើបង្ហាញថានៅឆ្នាំ ២០១៨ ជាមធ្យមក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់រយៈពេលចំនួន 64.46 ថ្ងៃ នៅក្នុងការបង្វិលសន្និធិម្តងៗ។ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ជាមធ្យមក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់រយៈពេល 65.47 ថ្ងៃ ក្នុងការបង្វិលសន្និធិម្តងៗ ដែលវាមានការកើនឡើងចំនួន 1.01 ថ្ងៃបើធៀបជាមួយឆ្នាំចាស់។

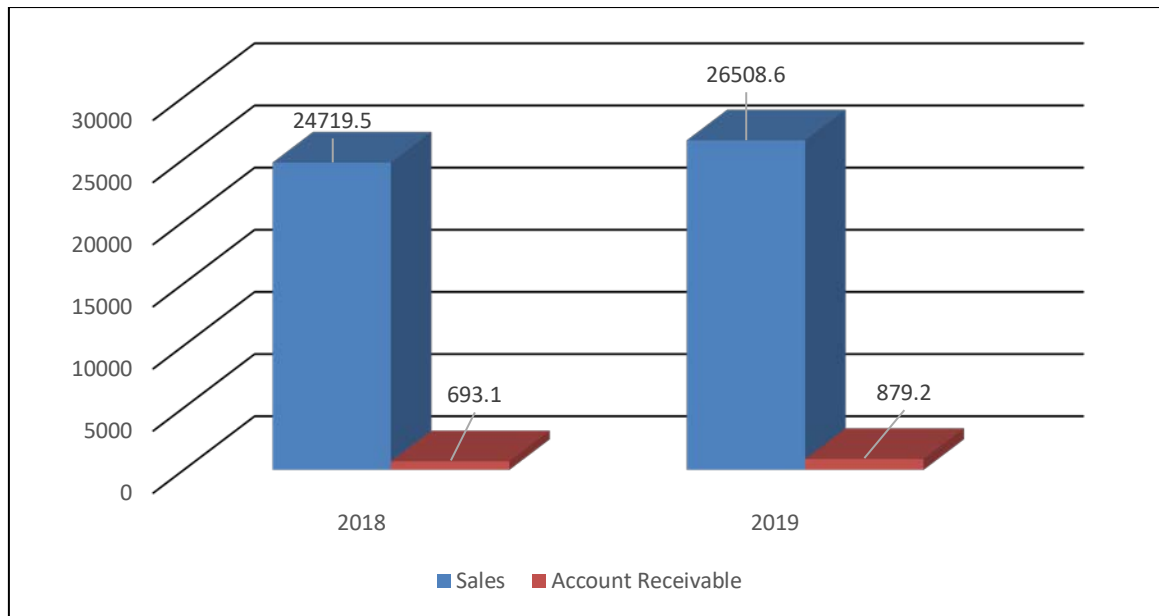
គ. អនុបាតបង្វិលជុំនៃឥណទេយ្យ (Account Receivable Turnover)

មានរូបមន្ត: $Account\ Receivable\ Turnover = Sale / Account\ Receivable$

តារាងទី១៥ អនុបាតបង្វិលជុំនៃឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Sales	Account Receivable	Account Receivable Turnover	Change
2018	24719.5	693.1	35.67 times	—
2019	26508.6	879.2	30.15 times	-5.52 times

រូបភាពទី៨៖ Sales និង Account Receivable របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: នៅឆ្នាំ ២០១៨ ក្រុមហ៊ុនអាចបង្វិលឥណទេយ្យជាមធ្យមបានចំនួន 35.67 ដងនៅក្នុងមួយឆ្នាំ។ នៅឆ្នាំ ២០១៩ ក្រុមហ៊ុនអាចបង្វិលឥណទេយ្យបានចំនួន 30.15 ដង នៅក្នុងមួយឆ្នាំ ហើយបើប្រៀបធៀបទៅ នឹងឆ្នាំចាស់ការបង្វិលឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនមានការថយចុះជាងមុនចំនួន 5.52 ដង ។

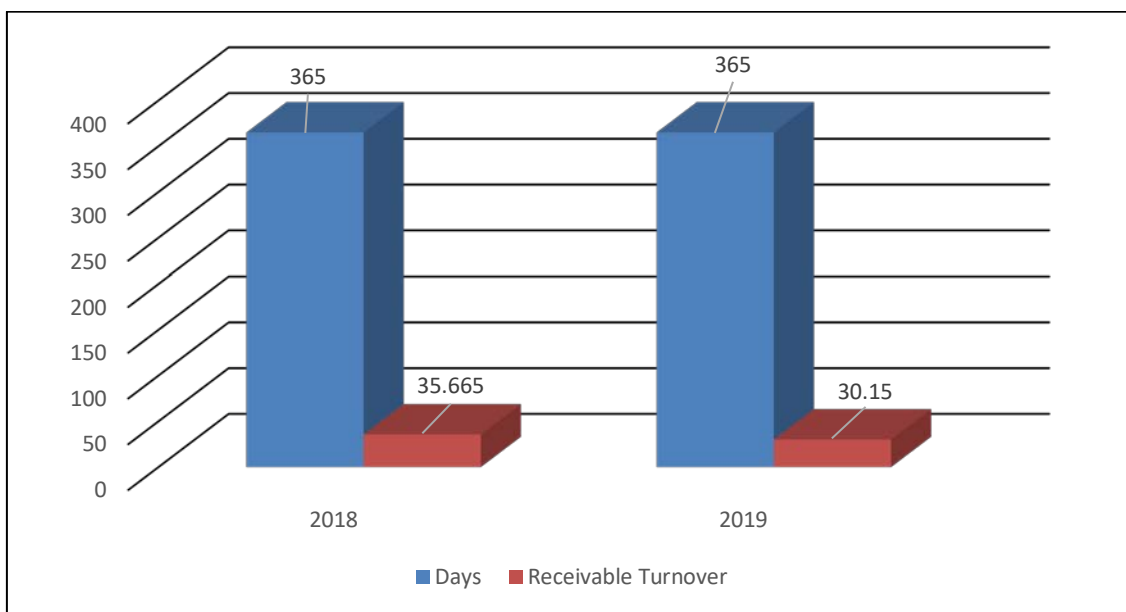
ឃ. អនុបាតចំនួនថ្ងៃដែលឥណទេយ្យសង (Day's Sales in Account Receivable)

មានរូបមន្ត: $\text{Day's Sales in Account Receivable} = 365 \text{ days} / \text{Account Receivable Turnover}$

តារាងទី១៦ អនុបាតចំនួនថ្ងៃដែលឥណទេយ្យសងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Days	Receivable Turnover	Day's Sales in Receivable	Change
2018	365	35.665 times	10.23 days	—
2019	365	30.150 times	12.10 days	1.87 days

ដ្យាក្រាមទី៩៖ Days និង Receivable Turnover របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមតារាងនៃទិន្នន័យខាងលើបង្ហាញថាក្រុមហ៊ុនចំណាយពេលជាមធ្យម 10.23 ថ្ងៃ នៅក្នុងការបង្វិលណាត់ទេយ្យម្តងៗ។ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ក្រុមហ៊ុនប្រើរយៈពេលជាមធ្យមចំនួន 12.10 ថ្ងៃ ក្នុងការបង្វិលណាត់ទេយ្យម្តងៗ។ បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំចាស់ ចំនួនថ្ងៃមានការកើនឡើងចំនួន 1.87 ថ្ងៃ។

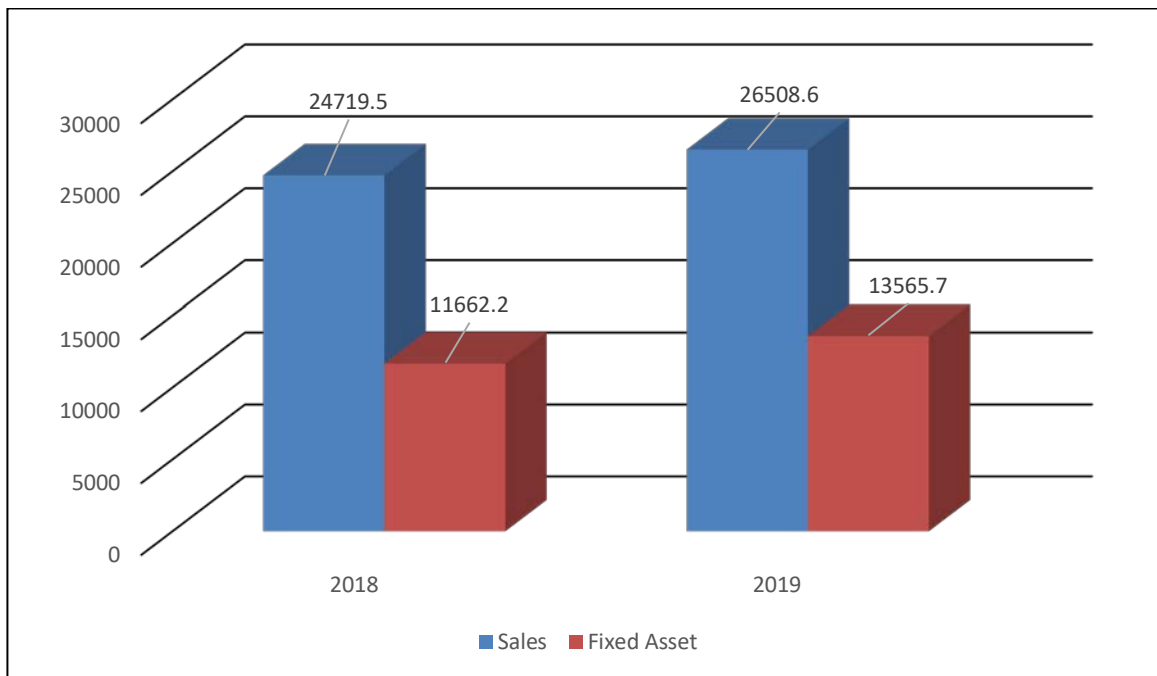
ង. ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង (Fixed asset turnover)

ម៉ាត្រូបមន្ត: $\text{Fixed asset turnover} = \text{Sales} / \text{Fixed asset}$

តារាងទី១៧៖ ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Sales	Fixed asset	Fixed asset turnover	Change
2018	24719.5	11662.2	2.12	—
2019	26508.6	13565.7	1.95	-0.17

ដ្យាក្រាមទី១០៖ Sales និង Fixed asset របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមតារាងខាងលើបង្ហាញថាផលធៀបរវាងការលក់សរុបជាមួយនឹងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុននៅក្នុងឆ្នាំ២០១៨ស្មើនឹង 2.12 មានន័យថារាល់ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន 1 ដុល្លារ ក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលបាន 2.12 ដុល្លារ។ ហើយនៅឆ្នាំ ២០១៩ រាល់ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង 1 ដុល្លារ ក្រុមហ៊ុនបង្កើតចំណូលបាន 1.95 ដុល្លារ បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំ២០១៨ គឺមានការថយចុះចំនួន 0.17 ដុល្លារ។

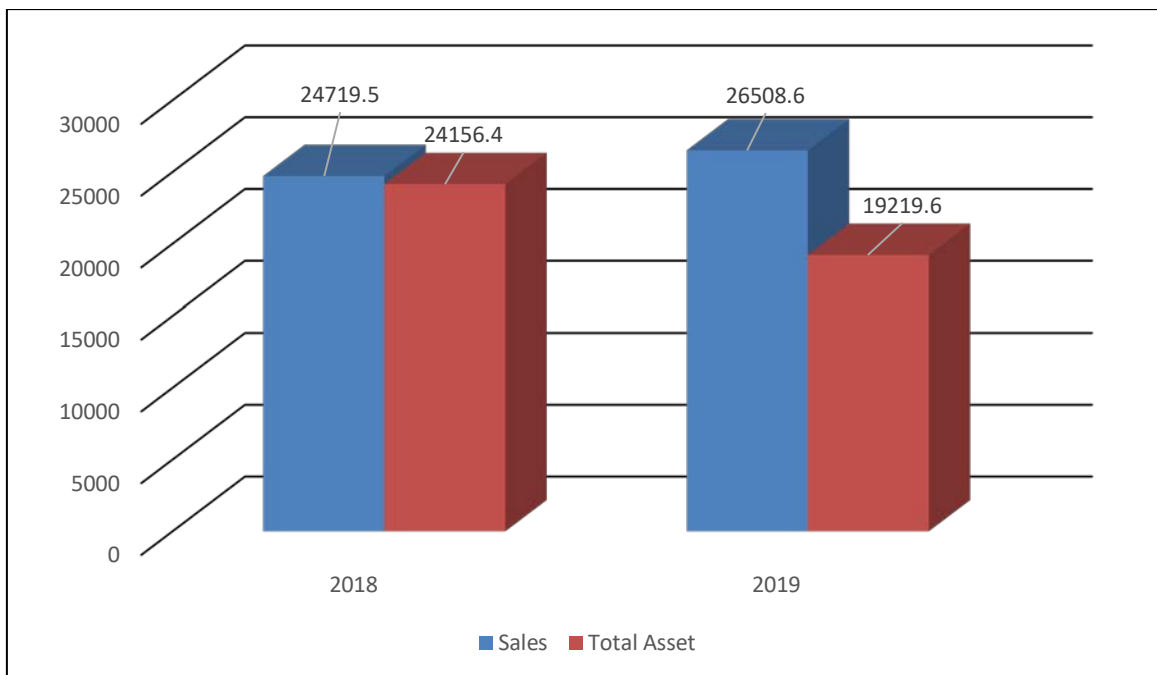
ឆ. ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មសរុប (Total asset turnover)

មានរូបមន្ត: Total asset turnover = Sale / Total asset

តារាងទី១៨៖ ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Sales	Total asset	TAT	Change
2018	24719.5	24,156.4	1.02	—
2019	26508.6	19,219.6	1.38	0.36

ដ្យាក្រាមទី១១៖ Sales និង Total asset របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: តាមតារាងនៃទិន្នន័យខាងលើបង្ហាញថាផលធៀបរវាងការលក់សរុបធៀបជាមួយនឹងទ្រព្យសកម្មសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុននៅឆ្នាំ ២០១៨ ស្មើនឹង 1.02 មានន័យថា រាល់ការវិនិយោគ 1 ដុល្លារ ទៅលើទ្រព្យសកម្មសរុបក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលបានចំនួន 1.02 ដុល្លារ។ នៅឆ្នាំ ២០១៩ រាល់ការវិនិយោគ 1 ដុល្លារ ទៅលើទ្រព្យសកម្មសរុប ក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតប្រាក់ចំណូលបាន 1.38 ដុល្លារ ដែលមានការកើនឡើង 0.36 ដុល្លារ បើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំមុន។

បន្ទាប់ពីសិក្សាលើអនុបាតគ្រប់គ្រងលើទ្រព្យសកម្មរួមគ្នា យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថាប្រសិទ្ធភាពការគ្រប់គ្រងលើសន្តិវិធី និងឥណទេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុននៅឆ្នាំ២០១៩មានការថយចុះបន្តិចបន្តួច ប៉ុន្តែចំពោះការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មដើម្បីបង្កើតចំណូលមានការកើនឡើង។

៣.៣.៤. អនុបាតនៃលទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ

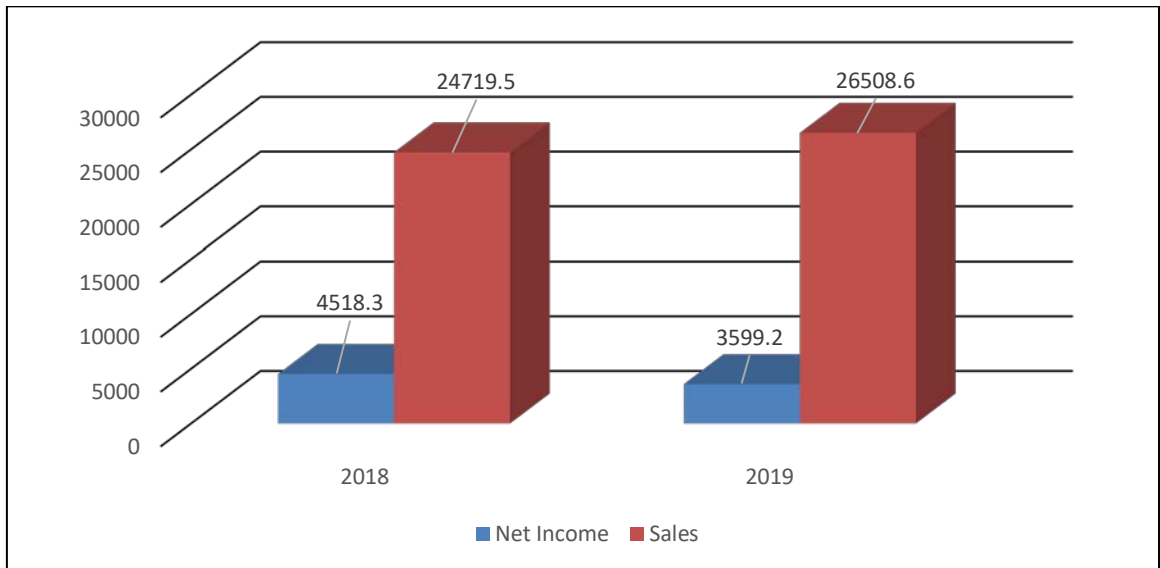
ក. អនុបាតប្រាក់ចំណេញដុល (Profit Margin Ratio)

ម៉ាត្រូប៊ែមន្ត: Profit Margin Ratio = Net Income / Sales

តារាងទី១៩: អនុបាតប្រាក់ចំណេញសុដុលរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Net Income	Sales	PM	Change
2018	4,518.3	24,719.5	0.18	—
2019	3,599.2	26,508.6	0.14	-0.04

ដ្យាក្រាមទី១២: Net Income និង Sales របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: តាមរយៈតារាងខាងលើបង្ហាញថា នៅឆ្នាំ ២០១៨ ស្មើនឹងក្នុង 1 ដុល្លារ នាំចំណូលក្រុមហ៊ុន បង្កើតប្រាក់ចំណេញបាន 0.18 ដុល្លារ។ ប៉ុន្តែក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ ផលធៀបនេះមានការថយចុះបន្តិចមកត្រឹម 0.14 ដែលថយចុះ 0.04 ដុល្លារ។

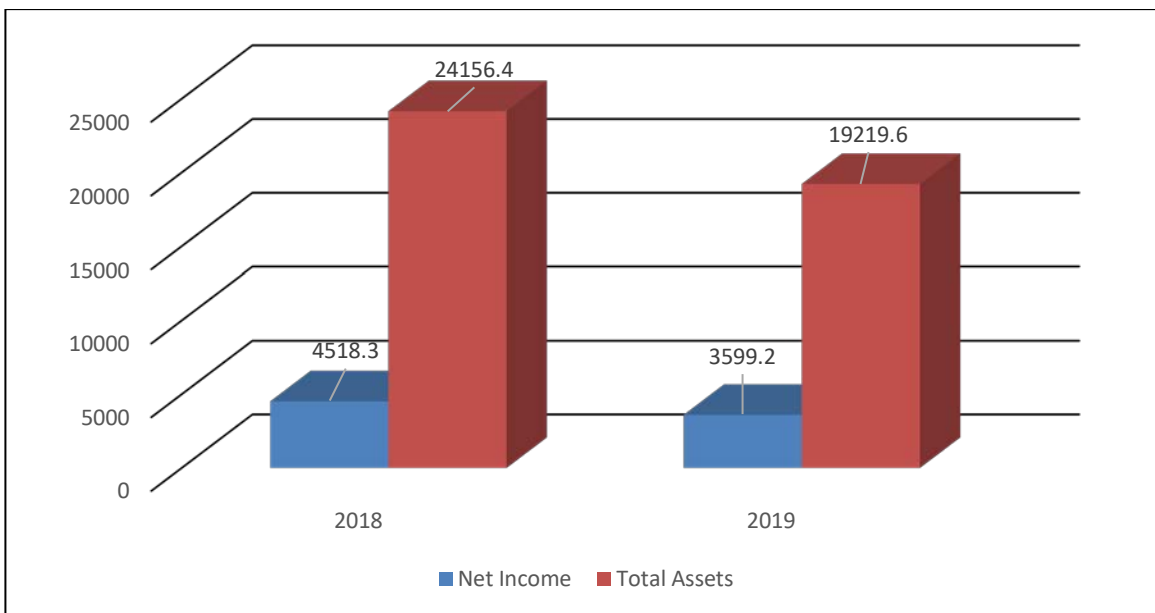
ខ. អនុបាតផលចំណេញពីទ្រព្យសកម្ម (Return on Asset)

ម៉ាត្រូប៊ែមន្ត: Return on Asset = Net Income / Total Assets

តារាងទី២០: អនុបាតផលចំណេញពីទ្រព្យសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Net Income	Total Assets	ROA	Change
2018	4,518.3	24,156.4	18.704%	—
2019	3,599.2	19,219.6	18.725%	0.021%

ដ្យាក្រាមទី១៣៖ Net Income និង Total Assets របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: តាមរយៈតារាងខាងលើបង្ហាញថា នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ រាល់១០០ ដុល្លារ នៃការវិនិយោគលើទ្រព្យសកម្មសរុបក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតប្រាក់ចំណេញបានត្រឹមតែ 18.704 ដុល្លារ ។ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ រាល់ 100 ដុល្លារ នៃការវិនិយោគលើទ្រព្យសកម្មសរុបក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតប្រាក់ចំណេញបានដល់ទៅ 18.725 ដុល្លារ គឺមានការកើនឡើង 0.021ដុល្លារ។

គ. អនុបាតផលចំណេញពីមូលធនម្ចាស់(Return on Equity)

មានរូបមន្ត: $\text{Return on Equity} = \text{Net Income} / \text{Total Equity}$

តារាងទី២១៖ អនុបាតផលចំណេញពីមូលធនម្ចាស់របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Net Income	Total Equity	ROE
2018	4,518.3	1175.8	3.84
2019	3,599.2	(6,231.0)	(0.58)

បកស្រាយ: តាមរយៈទិន្នន័យខាងលើបង្ហាញថានៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ក្រុមហ៊ុននេះមានផលរៀបរយនៃផលចំណេញពីមូលធនស្មើនឹង 3.84 មានន័យថាវាខ្ពស់ជាង 1 ដុល្លារ នៃការដាក់មូលធនសរុបក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើតប្រាក់ចំណេញដល់ទៅ 3.84 ដុល្លារ។ ប៉ុន្តែឆ្នាំ ២០១៩ ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនមានប្រាក់ចំណេញក៏ដោយ ក៏ ROEរបស់ក្រុមហ៊ុនអវិជ្ជមានដែរ ដែលវាបណ្តាលមកពី៖

- ក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់បំណុលច្រើនលើសពីទ្រព្យសកម្ម។
- ការថយចុះនៃតម្លៃនៃទ្រព្យសកម្មអរូបី។
- Accumulate other comprehensive Loss។
- ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកអវិជ្ជមានដោយសារការចែកភាគលាភជាសាច់ប្រាក់ និងការទិញ Stocks ត្រឡប់មកវិញ (Treasury Stocks)។

យោងតាមទិន្នន័យនៃការវិភាគលើអនុបាតនៃលទ្ធភាព ក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញខាងលើយើងឃើញថានៅឆ្នាំ ២០១៩ ការគ្រប់គ្រងចំណាយប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនមិនសូវមានប្រសិទ្ធភាពបើធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៨។

៣.៣.៥. អនុបាតនៃតម្លៃទីផ្សារភាគហ៊ុន (Market Value Measure)

នៅឆ្នាំ២០១៨ ក្រុមហ៊ុន Starbucks បោះផ្សាយភាគហ៊ុនចំនួន 1,395,700 ភាគហ៊ុន និងតម្លៃនៃការលក់គឺ 64.06 ដុល្លារ ក្នុងមួយភាគហ៊ុន ហើយប្រាក់ចំណេញក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ស្មើនឹង 4,518 លានដុល្លារ។ ឆ្នាំ ២០១៩ ក្រុមហ៊ុនបោះផ្សាយភាគហ៊ុនចំនួន 1,233,000 ភាគហ៊ុន និងតម្លៃនៃការលក់គឺ 87.92 ដុល្លារ ក្នុងមួយភាគហ៊ុន ហើយប្រាក់ចំណេញ 3,599 លានដុល្លារ។³⁵

ក. ប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយហ៊ុន

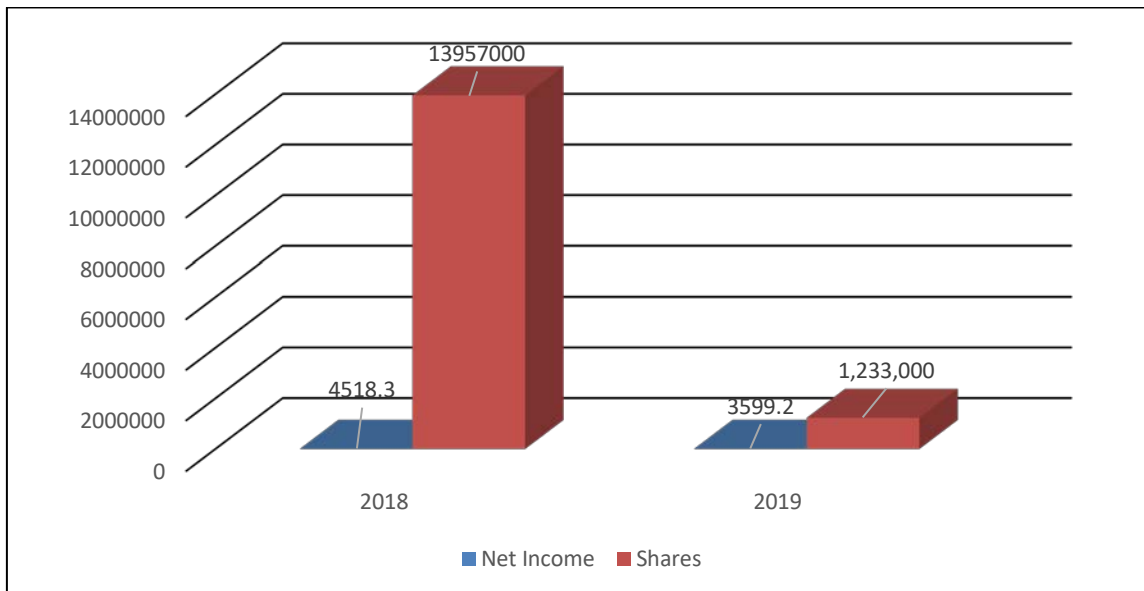
ម៉ាស៊ីនបម្លែង: Earnings Per Share = Net Income / Shares

³⁵ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/SBUX/starbucks/stocks-price-history>

តារាងទី២២៖ អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Net Income	Share	Earnings Per Share	Change
2018	4,518.30	13,957,000	3.24	—
2019	3,599.20	1,233,000	2.91	-0.33

ដ្យាក្រាមទី១៤៖ Net Income និង Shares របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩



បកស្រាយ: យោងតាមតារាងខាងលើយើងសង្កេតឃើញថានៅឆ្នាំ២០១៨ ប្រាក់ចំណេញក្នុង១ហ៊ុន គឺ 3.24 ដុល្លារ។ រីឯនៅឆ្នាំ២០១៩ ប្រាក់ចំណេញ គឺ 2.91ដុល្លារ ដែលមានការធ្លាក់ចុះ 0.33 ដុល្លារ។

ខ. អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញ (Price Earnings Ratio)

មានរូបមន្ត: $Price\ Earnings\ Ratio = Net\ Income / Sales$

តារាងទី២៣៖ អនុបាតថ្លៃជាមួយនឹងប្រាក់ចំណេញក្នុង១ហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks ឆ្នាំ២០១៨-២០១៩

Year	Price Per Share	EPS	PE	Change
2018	64.06	3.24	19.77	—
2019	87.92	2.91	30.21	10.44

យោងតាមទិន្នន័យនៅក្នុងតារាងខាងលើបង្ហាញថានៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ដើម្បីទទួលបានប្រាក់ចំណេញ 1 ដុល្លារ អ្នកវិនិយោគទុនហ៊ុនចំណាយ 19.77 ដុល្លារ ក្នុងការវិនិយោគទៅលើភាគហ៊ុនក្នុងមួយហ៊ុន។ ក្នុងឆ្នាំ ២០១៩ អ្នកវិនិយោគចំណាយប្រាក់ 30.21 ដុល្លារ ក្នុងការវិនិយោគទៅលើភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន។ បើប្រៀបធៀបឆ្នាំទាំងពីរនេះការចំណាយទៅលើការវិនិយោគរបស់អ្នកវិនិយោគទុនមានការកើនឡើងចំនួន 10.44 ដុល្លារបើប្រៀបធៀបឆ្នាំ២០១៨ទៅឆ្នាំ២០១៩។

៣.៤. ចំណុចខ្លាំង និងចំណុចខ្សោយ

ក្រោយពីធ្វើការសិក្សា និងវិភាគទៅលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation នៅឆ្នាំ២០១៨ និង ២០១៩ តាមរយៈការប្រើប្រាស់អនុបាតតូចមកយើងសង្កេតឃើញមានចំណុចខ្លាំងនិងចំណុចខ្សោយមួយចំនួនដូចខាងក្រោម៖

៣.៤.១. ចំណុចខ្លាំង

- Starbucks ធ្វើអោយអតិថិជនគិត ជាកន្លែងទីបី បន្ទាប់ពីផ្ទះ និងកន្លែងការងារ។
- ក្រុមហ៊ុនលក់កាហ្វេដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ដោយគ្រប់គ្រងដំណើរការទាំងអស់នៃការផលិតដោយខ្លួនឯង ដែលនាំអោយកាត់បន្ថយចំណាយ។
- ក្រុមហ៊ុនមានយុទ្ធសាស្ត្រពង្រីកទីផ្សារអន្តរជាតិ ជាពិសេសប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍។
- ក្រុមហ៊ុនបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាទៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម។
- តាមរយៈអនុបាតទ្រព្យសកម្មធៀបនឹងបំណុលសរុប នឹងអនុបាតបំណុលសរុបធៀបនឹងមូលធន យើងឃើញថាក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់បំណុលយ៉ាងច្រើនលើសលុបរហូតដល់ មូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុនតូចជាងសូន្យ ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណាក្តី ក៏នៅឆ្នាំ២០១៩ ក្រុមហ៊ុនក៏នៅតែបង្កើតប្រាក់ចំណេញដ៏ដែលហើយនឹងបានធ្វើឲ្យប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយហ៊ុនមានការកើនឡើង។
- សមត្ថភាពគ្រប់គ្រងទ្រព្យសកម្មសរុប ក៏ដូចជាការប្រើប្រាស់វាដើម្បីបង្កើតប្រាក់ចំណូល មានការកើនឡើងនៅឆ្នាំ២០១៩ បើយើងពឹងផ្អែកលើអនុបាតការបង្វិលទ្រព្យសកម្មសរុប។

- ការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មសរុបដើម្បីបង្កើតប្រាក់ចំណេញ មានការកើនឡើងនៅឆ្នាំ២០១៩ បើយើង ពឹងផ្អែកលើអនុបាត ROA។

៣.៤.២. ចំណុចខ្សោយ

- យោងតាមអនុបាតចរន្ត អនុបាតហ្វីស អនុបាតសាច់ប្រាក់ មានការធ្លាក់ចុះនៅឆ្នាំ២០១៩ បញ្ជាក់ លទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន មានការថយចុះ ដែលវាជាព័ត៌មានមិនល្អទេ សម្រាប់ម្ចាស់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- តាមអនុបាត Time Interest earned ក៏ឃើញថាមានការថយចុះដែរនៅឆ្នាំ២០១៩។ យើងអាច សន្និដ្ឋានបានថាលទ្ធភាពទូទាត់ការប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន ដោយប្រើប្រាក់ចំណេញមុនបង់ការប្រាក់ និងបង់ពន្ធមានការធ្លាក់ចុះ។
- ការបង្វិលសន្និធិ គណនេយ្យ និងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងមានការធ្លាក់ចុះបន្តិចបន្តួចនៅឆ្នាំ ២០១៩ បើ ផ្អែកលើអនុបាត Inventory Turnover និងReceivable Turnover។
- ការគ្រប់គ្រងចំណាយនៅឆ្នាំ ២០១៩ មិនសូវមានប្រសិទ្ធភាព បើធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៨។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និង ការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ក្រោយធ្វើការសិក្សាទៅ លើស្ថានភាពទូទៅ របស់ក្រុមហ៊ុន Starbucks Corporation ទីស្នាក់ការ កណ្តាលរួចមក យើងសង្កេតឃើញថា Starbucks គឺជាក្រុមហ៊ុនកាហ្វេមួយដែលឈានមុខគេ និងមាន សក្តានុពល ពោលគឺក្រុមហ៊ុនបានលក់កាហ្វេដែលមានគុណភាពខ្ពស់ ដោយគ្រប់គ្រងដំណើរការទាំងអស់នៃ ការផលិតដោយខ្លួនឯង ដែលនាំអោយកាត់បន្ថយចំណាយ និងបានធ្វើអោយអតិថិជនគិតថាជាកន្លែងទីបី បន្ទាប់ពីផ្ទះ និងកន្លែងការងារ។ ម្យ៉ាងទៀត ក្រុមហ៊ុនបានបញ្ចូលបច្ចេកវិទ្យាទៅក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម និង មានយុទ្ធសាស្ត្រពង្រីកទីផ្សារអន្តរជាតិ ជាពិសេសប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍។

ផ្អែកលើការវិភាគលើតារាងតុល្យការ របាយការណ៍លទ្ធផល និងទិន្នន័យដែលជាប់ពាក់ព័ន្ធរួចមក វាស្តែង អោយឃើញថា នៅឆ្នាំ ២០១៩ ក្រុមហ៊ុនមានចំណុចខ្លាំងមួយចំនួន។ បើយើងពឹងផ្អែកលើ TAT និង ROA ការបង្វិលទ្រព្យសកម្មសរុប និងសមត្ថភាពស្វែងរកប្រាក់ចំណេញមានការកើនឡើងនៅឆ្នាំ២០១៩។ នៅឆ្នាំ ២០១៩ ប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុនមានការកើនឡើងដែរ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត

ទោះបីជាក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់បំណុលយ៉ាង ច្រើនលើសលុបរហូតដល់មូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុនតូចជាងសូន្យក៏ ដោយ ក៏នៅឆ្នាំ២០១៩ ក្រុមហ៊ុននៅតែបង្កើតប្រាក់ចំណេញដ៏ដែល ហើយនឹងបានធ្វើឲ្យប្រាក់ចំណេញក្នុង មួយហ៊ុនមានការកើនឡើង។

ទន្ទឹមនឹងការរីកចម្រើននេះផងដែរក្រុមហ៊ុន Starbucks ក៏មានចំណុចខ្លះខាតមួយចំនួនគួរអោយកត់ សម្គាល់ផងដែរ។ បើយើងក្រឡេកទៅមើល អនុបាតចរន្ត អនុបាតហ៊ុន អនុបាតសាច់ប្រាក់ មានការធ្លាក់ចុះ នៅឆ្នាំ២០១៩ សរុបពាក់ថាលទ្ធភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន មានការថយចុះ ដែលវាជាពិត មានមិនល្អទេសម្រាប់ម្ចាស់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ម្យ៉ាងទៀត បើយើងក្រឡេកមកមើលពីអនុ បាត Time Interest earned យើងអាចសន្និដ្ឋានថាលទ្ធភាពទូទាត់ការប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុនដោយប្រើ ប្រាក់ចំណេញមុនបង់ការប្រាក់ និងបង់ពន្ធក៏មានការធ្លាក់ចុះដែរ។ លើសពីនេះទៅទៀត បើមើលទៅលើការ បង្វិល សន្និដ្ឋាន ការបង្វិលតណនេយ្យ និងការបង្វិលទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងមានការធ្លាក់ចុះបន្តិចបន្តួច ហើយវិធីប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងចំណាយប្រតិបត្តិការ ក៏មានការថយចុះបន្តិចបន្តួចនៅឆ្នាំ២០១៩។

សរុបសេចក្តីមក តាមរយៈការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដោយខាងលើ យើងអាចសន្និដ្ឋានបានថា ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៩ របស់ក្រុមហ៊ុនជាទូទៅមិនសូវល្អទេបើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៨។

២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

តាមរយៈការវិភាគលើចំណុចខ្សោយរបស់ក្រុមហ៊ុន Starbuck នាងខ្ញុំសូមធ្វើការអនុញ្ញាតផ្តល់នូវមតិយោបល់ខ្លះៗដើម្បីធ្វើការពិចារណា ដែលអាចធ្វើអោយការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនបានល្អបន្ថែមទៀត ក៏ដូចជាឈ្នះលើការប្រកួតប្រជែងដូចខាងក្រោម៖

- ❖ ក្រុមហ៊ុនគួរតែគួរតែកាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់បំណុល ការចែកភាគលាភជាសាច់ប្រាក់ ក៏ដូចជាការទិញផ្កាគហ៊ុនត្រឡប់មកវិញច្រើនហួសហេតុដែលធ្វើឲ្យមូលធនអវិជ្ជមានដែលបទពិសោធន៍បែបនេះវាអាចកើតឡើងសម្រាប់តែក្រុមហ៊ុនដែលទើបតែបង្កើត ដោយមិនគួរកើតឡើងចំពោះក្រុមហ៊ុនដែលល្បីល្បាញទេ។ កាត់បន្ថយការប្រើប្រាស់បំណុលវាអាចជំរុញឲ្យក្រុមហ៊ុនអាចបង្កើនលទ្ធភាពទូទាត់ការប្រាក់ និងបំណុលបានល្អ។
- ❖ ការបង្វិលសន្តិដ្ឋាន គណនេយ្យ និងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែងមានការធ្លាក់ចុះបន្តិចបន្តួច។
- ❖ ក្រុមហ៊ុនគួរគ្រប់គ្រងការបង្វិលសន្តិដ្ឋាន គណនេយ្យ និងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង ព្រមទាំងចំណាយប្រតិបត្តិឲ្យបានល្អ។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោងជាសៀវភៅ

- Berk J., DeMarco P. and Harford J (២០០០), Fundamentals of Corporate Finance បោះពុម្ពលើកទី២, ទំព័រ៣២
- Belverd E. Needles and Marian Powersm (2007), Financial Accounting p.252
- Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt (2002), Financial Management p.252
- Martin G. Jangles et al., Economic and Finance Analysis ២០០៤ (ការវិភាគសេដ្ឋកិច្ច និង ហិរញ្ញវត្ថុ) , បោះពុម្ពលើកទី៣, p12)
- Ross Westerfield Jordan., Fundamentals Of Corporate Finance (បោះពុម្ពលើកទី៨, ទំព័រ ទី ៧១)

ឯកសារយោងជាវេបសាយ

- <https://khmesarit.wordpress.com/definition-Financial-Statement>
- <https://www.3csoftware.com/operational-income-statement-analytics-planning/>
- <https://www.accountingformanagement.org/statement-of-retained-earning/>
- <http://accountingfinanceknowledge.blogspot.com/2017/08/blog-post-83.html?m=1>
- <https://www.khsearch.com/qna/17964>
- Quora: updated by Rajiv Vadera, MBA Financial & Marketing (2004) Link: <http://bit.ly/2X3NLVo>
- khemsarieducation.wordpress.com
- <https://www.myaccountingcourse.com/financial-ratio/equity-multiplier>
- <https://www.investopedia.com/term/i/inventoryturnover.asp>
- <https://www.investopedia.com/terms/r/receivableturnoverratio.asp>
- Starbucks Fiscal 2019 Annual Report
- <https://csimarket.com/stocks/SBUX-Business-Description.html>
- <https://research-methodology.net/starbucks-coffee-business-strategy-2/>
- <https://www.reviewessays.com/essay/The-Avantages-and-Disadvantage-of-Starbucks/29959.html>
- <https://www.foodbev.com/news/starbucks-launches-new-cold-brew-coffee-products-in-us/>
- <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/SBUX/starbucks/stocks-price-history>

