



សាកលវិទ្យាល័យតូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ស្រាវជ្រាវពីថ្ងៃទី ០១ ខែ មេសា ដល់ថ្ងៃទី ៣១ ខែ ឧសភា ឆ្នាំ ២០១៧

ស្រាវជ្រាវដោយ

និស្សិតឈ្មោះ: **គួន ស៊ីវឡេង**
សុខ គឹមនាង

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ

លោក **ធីម សុជាតិ**

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ គណនេយ្យ

ជំនាន់ទី ១២

ឆ្នាំចូលសិក្សា

ឆ្នាំសរសេរសារណា

២០១៣

២០១៧

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

សារណាមួយនេះនឹងមិនអាចចេញជាប្រភេទបានឡើយ បើមិនមានការយកចិត្តទុកដាក់ និងកម្លាំងចិត្តពីបុគ្គលសំខាន់ៗមួយចំនួន។ ឆ្លៀតក្នុងឱកាសនេះនាងខ្ញុំ **សុខ គឹមនាង** និងនាងខ្ញុំ **គួង ស៊ីវឡេង** សូមធ្វើការបង្ហាញពីសេចក្តីដឹងគុណ និងថ្លែងអំណរគុណដល់បុគ្គលសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

លោកឪពុក និងអ្នកម្តាយ ដែលជាអ្នកមានគុណយ៉ាងធំធេងរបស់យើងខ្ញុំទាំងពីរនាក់ដោយបានលះបង់នូវកម្លាំងកាយចិត្ត ក្នុងការចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា អប់រំទូន្មានប្រៀនប្រដៅកូនឲ្យគោរពប្រតិបត្តិ តាមគន្លងធម៌។ ពោលគឺ លោកទាំងទ្វេបានផ្តល់នូវម្ហូបដ៏ត្រជាក់ ព្រហ្មវិហារធម៌ទាំងបួន តាំងពីកូនបានចាប់កំណើតរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន ជាពិសេសលោកទាំងពីរបានជួយទំនុកបម្រុងគ្រប់បែបយ៉ាង ដើម្បីឲ្យកូនបានសិក្សាមានចំណេះដឹងជ្រៅជ្រះ រហូតបានបញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រដោយជោគជ័យយ៉ាងត្រចះត្រចង់នេះ។

ឯកឧត្តមសាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង ព្រឹទ្ធបុរស និងព្រឹទ្ធបុរសរង ដែលបានផ្តល់ឱកាសដល់ក្រុមនាងខ្ញុំ និងមិត្តនិស្សិតដទៃទៀតក្នុងការសិក្សា ក៏ដូចជាផ្តល់ឱកាសក្នុងការស្រាវជ្រាវបង្កើនចំណេះដឹងឲ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅថែមទៀត។ បើគ្មានការផ្តល់ឱកាសនេះទេ យើងខ្ញុំក៏ពុំមានឱកាសក្នុងការបកស្រាយកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះដែរ។

លោកសាស្ត្រាចារ្យ **ធីម សុជាតិ** ដែលលោកតែងតែចំណាយទាំងកម្លាំងកាយ និងកម្លាំងចិត្តក្នុងការពន្យល់ណែនាំ តម្រង់ទិស និងផ្តល់ជាអនុសាសន៍ល្អៗសម្រាប់ក្រុមនិស្សិតនាងខ្ញុំ។ បើមិនមានការយកចិត្តទុកដាក់ពីសំណាក់លោកសាស្ត្រាចារ្យនោះទេ ក្រុមនិស្សិតនាងខ្ញុំពិតជាមិនអាចសម្រេចសារណានេះបានយ៉ាងជោគជ័យបែបនេះដែរ។

លោក និងលោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ សេដ្ឋកិច្ចទាំងអស់ជាពិសេស លោក និងលោកស្រីសាស្ត្រាចារ្យផ្នែកគណនេយ្យ ដែលបានចំណាយពេលបង្ហាត់បង្រៀន ចែករំលែកបទពិសោធន៍ល្អៗទាំងក្នុងការសិក្សា និងបទពិសោធន៍សង្គម។

មិត្តនិស្សិតនៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រផ្នែកគណនេយ្យជំនាន់ទី១២ទាំងអស់ និងរៀបចំរៀប ពិសេសក្រុមគណនេយ្យ A4B1 ដែលបានផ្តល់ជាកម្លាំងចិត្ត និងផ្តល់ជាយោបល់ល្អៗក្នុងដំណើរការស្រាវជ្រាវនេះ។

ជាចុងបញ្ចប់ ក្រុមនាងខ្ញុំសូមគោរពជូនពរដល់បុគ្គលសំខាន់ៗដែលបានរៀបរាប់ខាងលើឲ្យមានសុខភាពល្អ និងទទួលបានជោគជ័យទាំងក្នុងវិស័យការងារ និងក្រុមគ្រួសារ។

អារម្ភកថា

ការវិនិយោគគឺជាវិស័យដ៏ចាំបាច់ក្នុងការរួមចំណែកអភិវឌ្ឍន៍សេដ្ឋកិច្ចជាតិ និង ក្នុងការវិនិយោគ វិនិយោគិនតែងតែរំពឹងទុកថានឹងបានផលតបស្នងមកវិញពីក្រុមហ៊ុន ក្នុងទម្រង់ជាភាគលាភ ឬភាគហ៊ុន ប៉ុន្តែបើពួកគេសម្រេចចិត្តមិនត្រឹមត្រូវពួកគេនឹងមានការខាតបង់ ដូចនេះមុននឹងធ្វើការវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនណាមួយ វិនិយោគិនត្រូវយល់ដឹងអំពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ ជាមុនសិន។ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់វិនិយោគិនព្រោះវាអាចផ្តល់នូវព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុចាំបាច់មួយចំនួនសម្រាប់វិនិយោគិន ដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្ត។ ជាទូទៅ ចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយដែលបង្ហាញនៅក្នុងរបាយការណ៍លទ្ធផលគឺជាផ្នែកមួយដែលត្រូវយកចិត្តទុកដាក់។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្នុងដំណើរការវិភាគទាមទារឲ្យសិក្សាផងដែរលើរបាយការណ៍តុល្យការ និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុននោះ។

ប្រធានបទ **ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា** ត្រូវបានសរសេរឡើងក្នុងគោលបំណងសិក្សាអំពីដំណើរការអាជីវកម្ម ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងបម្រែបម្រួលធាតុហិរញ្ញវត្ថុមួយចំនួនដែលក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាមានក្នុងបណ្តាឆ្នាំ ២០១៤, ២០១៥, និង ២០១៦ តាមរយៈការវិភាគលើផលធៀប ការវិភាគលើទំហំរួម ការវិភាគតាមអនុបាត និងសិក្សាអំពីព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗនានាដែលក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាមាន។

ដោយសារតែ ពេលវេលា និងសមត្ថភាពក្នុងការស្រាវជ្រាវនូវរបស់ក្រុមនិស្សិតនាងខ្ញុំមានកម្រិតនូវឡើយ ដូច្នេះក្រុមនិស្សិតរបស់នាងខ្ញុំ សូមធ្វើការអភ័យទោសទុកជាមុន លើរាល់ចំណុចខ្វះខាត និងកំហុសដោយអចេតនានានា ដែលកើតមានឡើងនៅក្នុងសារណានេះ។ ក្រុមនិស្សិតនាងខ្ញុំសូមស្វាគមន៍ទទួលយករាល់នូវមតិកែលម្អ និងការរិះគន់ក្នុងន័យស្ថាបនាពីសំណាក់សាស្ត្រាចារ្យ និងមិត្តនិស្សិតដោយក្តីសោមនស្សរីករាយ។

មាតិកា

បញ្ជីរូបភាព	v
បញ្ជីតារាង	vi
បញ្ជីក្រាហ្វិច.....	vii
បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ.....	viii

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	១
២. ចំណោទបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៤. ដែនកំណត់និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៦. វិធីសាស្ត្រ នៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ.....	៣

ជំពូកទី ១

រំលឹកទ្រឹស្តីលើលក្ខណៈទូទៅ និងដំណើរការវិភាគ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១.១. និយមន័យ និង ស្ថានភាពទូទៅនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ.....	៥
១.១.១. និយមន័យនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ.....	៥
១.១.២. គោលបំណងនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	៥
១.១.៣. សារៈសំខាន់ និងអ្នកប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ.....	៦
១.២. ប្រភេទនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	៨
១.២.១. តារាងតុល្យការ	៨
១.២.២. របាយការណ៍លទ្ធផល (Income statement).....	១១
១.២.៣. របាយការណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់(Statement of Cash Flow)	១១
១.២.៤. របាយការណ៍មូលធនម្ចាស់/របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក (Statement of Retained Earnings)	១៣
១.២.៥. ទំនាក់ទំនងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ (The Relationship of Financial Statments)...	១៤

១.២.៦. អត្ថប្រយោជន៍នៃកំណត់សំគាល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ (Usefulness of Note to Financial Statement)	១៦
១.៣. វិធីសាស្ត្រក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	១៧
១.៣.១. ឧបករណ៍ក្នុងការវិភាគ.....	១៧
១.៣.១.១. ការវិភាគតាមបែបប្រៀបធៀប (Comparative Analysis).....	១៨
១.៣.១.២. ការវិភាគតាមទំហំរួម (Common Size Analysis)	២០
១.៣.១.៣. ការវិភាគតាមអនុបាត (Ratio analysis).....	២០
១.៣.២. ធាតុនៃការវិភាគអាជីវកម្ម	២៣
១.៣.២.១. ការវិភាគបរិយាកាស និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម	២៤
១.៣.២.២. ការវិភាគគណនេយ្យ.....	២៥
១.៣.២.៣. ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ	២៧
១.៣.២.៤. ការវិភាគលើការរំពឹងទុកនៅពេលអនាគត	២៨

ជំពូកទី ២

ស្ថានភាពទូទៅ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់

ក្រុមហ៊ុន កូកា ភូឡា

២.១. ស្ថានភាពទូទៅ.....	២៩
២.១.១. ប្រវត្តិសង្ខេប.....	២៩
២.១.២. ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ	៣០
២.១.៣. ស្ថាភូតស្ថានផលិតផល កូកា ភូឡា	៣១
២.២. ចក្ខុវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា ភូឡា	៣១
២.២.១. បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា ភូឡា.....	៣១
២.២.២. ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា ភូឡា.....	៣២
២.៣ រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៣២
២.៤. ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន.....	៣៣
២.៤.១. ចំណាត់ថ្នាក់ទៅតាមម៉ាកសញ្ញារបស់ផលិតផល	៣៤
២.៤.២. ចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលទៅតាមក្រុមនៃសេវា.....	៣៦
២.៥. ទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា ភូឡា	៣៦

២.៥.២. ការពង្រីកវិសាលភាពផលិតផលសុខភាព	៣៦
២.៥.១. ការលក់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៣៨
២.៦.៣. យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៣៩
២.៦.៣.១. អត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែងក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៤០
២.៦.៣.២. យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៤១
២.៦.៣.៣. មូលធនស្លាកសញ្ញា (Brand equity) ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៤១
២.៦.៣.៤. ការវិភាគទីផ្សារនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៤២
២.៦. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃដៃគូប្រកួតប្រជែង.....	៤២
២.៦.១. ម៉ាកសញ្ញាផលិតផល	៤៣
២.៧. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៤៤
២.៧.១. របាយការណ៍លទ្ធផល.....	៤៤
២.៧.២. របាយការណ៍ Comprehensive Income	៤៥
២.៧.៣. របាយការណ៍តារាងតុល្យការ	៤៦
២.៧.៤. របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់	៤៧

ជំពូកទី ៣

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់

ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

៣.១. ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៤៨
៣.១.១. ការវិភាគរបាយការណ៍តាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប.....	៤៨
៣.១.២. ការវិភាគរបាយការណ៍តាមវិធីសាស្ត្រទំហំរួម	៥០
៣.២. ការវិភាគលើអនុបាតរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៥២
៣.៣. ការវិភាគពីទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងដៃគូប្រកួតប្រជែង.....	៥៣
៣.៣.១. ការវិភាគពីការចែកចាយផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៣
៣.៣.២. ការវិភាគពីទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៤
៣.៤. ការវិភាគពីប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៥៥

៣.៤.១. ការវិភាគ ពីចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៦
៣.៤.១.១. ការវិភាគលក្ខណៈទូទៅចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៦
៣.៤.១.២. មូលហេតុពីក្រោយការធ្លាក់ចុះការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៥៦
៣.៤.២. ការវិភាគថ្លៃដើម របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៨
៣.៤.២.១. ថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៥៨
៣.២.២.១. ការប្រៀបធៀបថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៥៨
៣.២.២.៣. ហានិភ័យថ្លៃដើម របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៥៩
៣.៤.៣. ការវិភាគចំណាយ របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៦០
៣.៤.៤. ការវិភាគបំណុលត្រូវទាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៦១
៣.៤.៥. ការវិភាគបំណុលរយៈពេលខ្លី និងបំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៦១
៣.៥. ការវិភាគពីភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៦២
៣.៦. ការវិភាគពីការរំពឹងទុករបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៦៥

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន	៦៧
២. ការផ្តល់អនុសាសន៍.....	៦៨

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីរូបភាព

រូបភាពទី១៖ ទំនាក់ទំនងនៃធាតុធំៗទាំងបួនក្នុងដំណើរការអាជីវកម្ម.....	២១
រូបភាពទី២៖ ទីស្នាក់ការរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងរោងចក្រច្រកដបផលិតផលភូកា ភូឡា នៅសហរដ្ឋអាមេរិក.....	២៧
រូបភាពទី៣៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា នាពេលបច្ចុប្បន្ន.....	២៨
រូបភាពទី៤៖ ចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ទៅតាមក្រុមសេដ្ឋកិច្ច.....	៣៣

បញ្ជីតារាង

តារាងទី១៖ គំរូនៃតារាងតុល្យការ	៨
តារាងទី២៖ គំរូនៃតារាងលទ្ធផល.....	៩
តារាងទី៣៖ គំរូនៃរបាយការណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់	១១
តារាងទី៤៖ គំរូនៃរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សទុក	១២
តារាងទី៥៖ ទំនាក់ទំនងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	១៤
តារាងទី៦៖ រូបមន្តនៃអនុបាតគណិតវិទ្យា.....	២០
តារាងទី៧៖ តារាងបេក្ខជនក្រុមប្រឹក្សាភិបាល និងអ្នកចាត់ការសំខាន់	៣០
តារាងទី៨៖ តារាងម៉ាកសញ្ញាផលិតផលពេញនិយមក្នុងក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងប្រចាំឆ្នាំ.....	៣១
តារាងទី៩៖ របាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៤១
តារាងទី១០៖ របាយការណ៍ Comprehensive Income របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៤២
តារាងទី១១៖ របាយការណ៍តុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៤២
តារាងទី១២៖ របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា	៤៤
តារាងទី១៣៖ ការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធភាពតាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប.....	៤៨
តារាងទី១៤៖ ការវិភាគរបាយការណ៍តុល្យការតាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប.....	៤៩
តារាងទី១៥៖ ការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធភាពតាមវិធីសាស្ត្រទំហំរួម.....	៥០
តារាងទី១៦៖ ការវិភាគរបាយការណ៍តុល្យការតាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប.....	៥១
តារាងទី១៧៖ ការវិភាគអនុបាតរបស់ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា.....	៥២
តារាងទី១៨៖ ការប្រៀបធៀបការលក់ រវាងConcentrate Sale និង Finished Goods.....	៥៥

បញ្ជីតារាង

ក្រាហ្វិចទី១៖ ចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបានមកពីចំណែកប្រតិបត្តិការ.....	៣៤
ក្រាហ្វិចទី២៖ ការប្រៀបធៀបចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៤៦
ក្រាហ្វិចទី៣៖ ការប្រៀបធៀបថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៤៨
ក្រាហ្វិចទី៤៖ បម្រែបម្រួល Trade Receivable របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥០
ក្រាហ្វិចទី៥៖ បម្រែបម្រួល បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៣
ក្រាហ្វិចទី៦៖ បម្រែបម្រួល បំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៤
ក្រាហ្វិចទី៧៖ បង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៤
ក្រាហ្វិចទី៨៖ បង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុប ស៊ី.....	៥៥
ក្រាហ្វិចទី៩៖ ការប្រៀបធៀប Price Earning Per Share (P/E) រវាងក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា.....	៥៦

បញ្ជីឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ របាយការណ៍ របស់ក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ី

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ របាយការណ៍ របស់ក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ីតាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ បង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុប ស៊ី(២០១៥-២០១៧)

ឧបសម្ព័ន្ធទី៤៖ ទិដ្ឋភាពទូទៅទាក់ទងនឹងចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា និងប៊ុបស៊ី

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ខណៈពេលដែលពិភពលោកកំពុងឆ្ពោះដំណើរទៅកាន់វឌ្ឍនភាព ក្រុមហ៊ុន សហគ្រាស ស្ថាប័ន គ្រឹះស្ថាន និងឧស្សាហកម្មនានាក៏ចាប់ផ្តើមមានវត្តមាន អាជីវកម្ម កាន់តែច្រើនឡើងដើម្បី បំពេញតម្រូវការរបស់មនុស្សជាតិ។ ក្នុងចំណោមកត្តាទាំងអស់នោះ ហិរញ្ញវត្ថុជាផ្នែកមួយយ៉ាង សំខាន់ដែលថ្នាក់ដឹកនាំសហគ្រាសអាជីវកម្ម ម្ចាស់អង្គភាព គ្រឹះស្ថាន គួរយកចិត្តទុកដាក់ជាង គេ។ យ៉ាងណាមិញក្រុមហ៊ុននីមួយៗក៏បានប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីសម្របសម្រួល ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុឲ្យមានប្រសិទ្ធភាព ក៏ដូចជាដើម្បីឲ្យព័ត៌មានទាំងនោះមានភាពស៊ីសង្វាក់ និង មានទំនាក់ទំនងគ្នាទៅនឹងលំហូរអាជីវកម្មដែលក្រុមហ៊ុនមាន។ ដោយហេតុនេះ សិល្បៈនៃការកត់ ត្រា ព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុនៅក្នុងក្រុមហ៊ុននីមួយៗក៏មានសភាព ខុសគ្នាទៅតាមទ្រង់ទ្រាយ លក្ខណៈ អាជីវកម្ម និងសកម្មភាពប្រតិបត្តិការដែលកើតមាននៅក្នុងក្រុមហ៊ុននោះផងដែរ។

វិស័យហិរញ្ញវត្ថុគឺជាបេះដូងនៃសហគ្រាសពីព្រោះតែវិស័យនេះអាចដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការផ្តល់ជាសារ បង្ហាញពីសុខភាពផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច ក៏ដូចជាដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន មួយ ជាសាធារណៈ។ ហេតុដូច្នេះហើយទើបព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានរៀបចំឡើងប្រកបដោយ សុក្រិតភាពនិង ភាពហ្មត់ចត់បំផុត ពីព្រោះវាជាប់ពាក់ព័ន្ធទៅនឹងការព្យាករណ៍ ការសម្រេចចិត្ត និងការរំពឹងទុករបស់អ្នកវិនិយោគដែលចូលរួមក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការរៀបចំ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុបានល្អ មិនមែនមានន័យថា អាចដឹកនាំអ្នកវិនិយោគឲ្យសម្រេចចិត្តបាន ត្រឹមត្រូវមួយរយភាគរយនោះទេ ប៉ុន្តែការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទៅវិញទេ ដែលជាការ សំខាន់។ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់អ្នកវិនិយោគក្នុងការ សម្រេចដាក់ទុនវិនិយោគលើអាជីវកម្មណាមួយ។

ប្រសិនបើក្រឡេកមើលក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈវិញ វិស័យនេះគឺជាវិស័យដែលកំពុងមានការ ប្រកួតប្រជែងយ៉ាងខ្លាំងក្លា។ ក្នុងនោះ ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ក៏ស្ថិតនៅក្នុងលំដាប់ក្រុមហ៊ុនធំមួយ ក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនធំៗដទៃទៀតដែលមានផលិតផលសំបូរបែប និងជាក្រុមហ៊ុនចែកចាយនាំ មុខគេលើបណ្តាប្រទេសជាច្រើន ដែលជាហេតុធ្វើឲ្យកើនឡើងនូវប្រាក់ចំណូល និងមានការចាប់ អារម្មណ៍ជាខ្លាំងពីសំណាក់សាធារណៈជន និងវិនិយោគិន (នៅក្នុងទីផ្សារមូលបត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន)។

២. បំណោទបញ្ជូននៃការស្រាវជ្រាវ

ទន្ទឹមនឹងសន្ទុះនៃការរីកដុះដាលលើវិស័យភេសជ្ជៈចេះតែរីកចម្រើនខ្លាំងឡើងដោយយោងទៅតាមការសង្កេតក្នុងកំឡុងពេលបីឆ្នាំក្រោយមកនេះ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា បានទទួលប្រជាប្រិយភាពយ៉ាងខ្លាំងក៏ដូចជាមានយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីៗ ដែលអាចទាក់ទាញអតិថិជន ព្រមទាំងអាចទាញចំណាប់អារម្មណ៍វិនិយោគិនទាំងឡាយឲ្យក្រឡេកមកមើល ពីសក្តានុពលផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចនៃក្រុមហ៊ុននេះ។ នេះជាមូលហេតុ ដែលគាត់តែងតម្រូវឲ្យមានការសិក្សាវិភាគពីប្រធានបទមួយលេចឡើងស្តីពី “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា” ក្នុងនោះដែរប្រធានបទនេះយកចិត្តទុកដាក់ជាសំខាន់ទៅលើ ស្ថានភាពនៃការគ្រប់គ្រងហិរញ្ញវត្ថុ និងការបែងចែក ភាគលាភ និង លក្ខណៈពិសេសយ៉ាងណាដើម្បីអាចទាញឲ្យមានចំណាប់អារម្មណ៍ពីសំណាក់ សាធារណៈជនជាពិសេសវិនិយោគិន មកកាន់ក្រុមហ៊ុននេះ។

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវអំពី ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នេះ ក្រុមនិស្សិតយើងខ្ញុំយកចិត្តទុកដាក់ជាសំខាន់ទៅលើការបកស្រាយតួលេខនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនខាងលើតាមរយៈព័ត៌មានរបស់សហគ្រាស និងប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ក្នុងការវិភាគដូចជា ការវិភាគលើនិន្នាការ ការវិភាគលើទំហំរួម និងការវិភាគលើអនុបាត ក្នុងបំណងដើម្បីសិក្សាពី៖

- អត្ថប្រយោជន៍ដែលបានមកពីការវិនិយោគ៖ សិក្សាពីស្ថានភាពទូទៅនៃវិស័យហិរញ្ញវត្ថុនៃក្រុមហ៊ុន ប្រភពចំណូល និងចំណាយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា យល់ដឹងពីតម្លៃឱកាសរវាងការវិនិយោគ និងការធ្វើពាណិជ្ជកម្មលើសន្លឹកប័ណ្ណ
- ការប្រមើលមើលនាពេលអនាគត៖ សិក្សាពីភាពខ្លាំង និងភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ក៏ដូចជាសិក្សាពីដៃគូប្រកួតប្រជែង និងកត្តាខាងក្រៅដែលប៉ះពាល់ដល់ការព្យាករណ៍ និងរំពឹងទុករបស់វិនិយោគនាពេលអនាគត

៤. ដែនកំណត់និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ប្រធានបទ “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា” គឺត្រូវបានលើកយកមកសិក្សាដោយផ្ដោតសំខាន់ទៅលើ ការវិភាគលំអិតពីលទ្ធភាពដែល កូកា កូឡារកប្រាក់ចំណេញ បាននាពេលបច្ចុប្បន្ន និងអនាគត លទ្ធភាពនៃការសងបំណុល ក៏ដូចជាតម្លៃភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុននាពេលអនាគតផងដែរ ហើយរួមបញ្ចូលទាំងគោលនយោបាយបែងចែកភាគលាភដែលជាគោលដៅនៃវិនិយោគិន។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ចំពោះទិន្នន័យដែលយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងការ

វិភាគគឺ ជាប្រភេទរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងការវិភាគគឺជាប្រភេទ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុបង្រួមរួច(Consolidated Financial Statement) នាការិយបរិច្ឆេទបីឆ្នាំ ចុងក្រោយនេះ គឺឆ្នាំ ២០១៦ ២០១៥ និង ២០១៤ ព្រមទាំងសិក្សាបន្ថែមពីស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ធៀបនឹងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងដែលស្ថិតនៅក្នុងវិស័យដូចគ្នា។

៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានផ្តល់នូវសារៈសំខាន់ជាច្រើនដូចជា ផ្តល់គំនិតល្អៗ ពីដំណើរការអាជីវកម្ម ដែលអាចបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការសម្រេចចិត្តឲ្យបានកាន់តែប្រសើរ ក្នុងនាមជាអ្នកវិនិយោគ ក៏ដូចជាស្វែងយល់ពីទិដ្ឋភាពទូទៅ ការវិវឌ្ឍន៍ជាវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន ទុកជាបទពិសោធន៍ បង្កើននូវចំណេះដឹងផ្ទាល់ផ្សារភ្ជាប់ នឹងទ្រឹស្តី ព្រមទាំងជាមូលដ្ឋានសម្រាប់ជាកសារយោងដល់អ្នកដែលមានបំណងចង់សិក្សាពីប្រធានបទ “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ”។

៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទនៃរបាយការណ៍កម្មសិក្សានេះគឺពឹងផ្អែកលើប្រភពទិន្នន័យសំខាន់ ដែលត្រូវប្រើប្រាស់ក្នុងការវិភាគ និងបកស្រាយចំពោះកិច្ចការស្រាវជ្រាវមួយនេះ។ ប្រភពទិន្នន័យសំខាន់ដែលយកមកសិក្សា បកស្រាយ និងវិភាគក្នុងអត្ថបទនេះ គឺ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ។ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំទាំងនោះ រួមមានដូចជា៖

- ការណែនាំពីសាស្ត្រាចារ្យណែនាំ
- សៀវភៅ និងឯកសារនានា ព្រមទាំងឯកសារដែលបានសិក្សាកន្លងមក ដែលមានទ្រឹស្តីទាក់ទងនឹងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
- ការស្រាវជ្រាវ និងរបាយការណ៍កម្មសិក្សាមុនៗ ដែលមានគំរូទាក់ទងនឹងប្រធានបទ
- ទិន្នន័យ ឬព័ត៌មានក្នុងប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត

៧. វេនសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

នៅក្នុងរបាយការណ៍កម្មសិក្សាបញ្ចប់ការសិក្សានេះ ចែកចេញជាបួនជំពូកធំៗ ហើយអមដោយសេចក្តីផ្តើម និងសេចក្តីសន្និដ្ឋាន រួមជាមួយការផ្តល់អនុសាសន៍។ សេចក្តីផ្តើម បកស្រាយអំពី ចំណូលបញ្ហា ចំណោទបញ្ហា និងគោលបំណងនៃការសិក្សាលើប្រធានបទនេះ។ ជំពូកទី ១ នឹងដកស្រង់បកស្រាយពីទ្រឹស្តី សម្តី និងលទ្ធផលស្រាវជ្រាវដែលទាក់ទងទៅនឹងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ រីឯជំពូកទី ២ គឺធ្វើការរៀបរាប់ពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ ដើម្បីយកមកធ្វើការសិក្សាប្រៀបធៀប។ ចំណែក ជំពូកទី ៣ នឹងធ្វើ

ការសិក្សា និងបង្ហាញពីដំណើរការនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដែលផ្ដោតលើយុទ្ធសាស្ត្រចំនួន បីសំខាន់ៗគឺ វិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប វិធីសាស្ត្រទំហំរួម និងការវិភាគតាមអនុបាត ហើយធ្វើការប្រៀប ធៀបទិន្នន័យជាមួយនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា។

ចំណុចចុងក្រោយ ក្រុមនាងខ្ញុំនឹងធ្វើការសន្និដ្ឋានសរុបជាចុងក្រោយពីការពិភាក្សាលើ ប្រធានបទ **វិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា** ហើយនឹងសូមផ្តល់មតិយោបល់ មួយចំនួនសម្រាប់វិនិយោគិនក្នុងការសម្រេចចិត្ត។

ជំពូកទី ១

វិធីសាស្ត្រស្តីពីលក្ខណៈទូទៅ និងដំណើរការវិភាគ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១.១. និយមន័យ និង ស្ថានភាពទូទៅនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១.១.១. និយមន័យនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ជាទូទៅ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជាច្បាប់ខ្លាំងណាស់ចំពោះវិនិយោគិន ម្ចាស់អាជីវកម្មក៏ដូចជាអ្នកគ្រប់គ្រង ពីព្រោះវាជាប្រភពមួយនៃព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ ដែលអាចផ្តល់ឲ្យវិនិយោគិននូវទិន្នន័យ ពីអតីតកាល បច្ចុប្បន្នកាល និងអនាគតកាល ក្នុងការធ្វើការវិភាគដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្ត។ បើយោងទៅតាមសន្និដ្ឋានក្រុមវិនិយោគ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ^១ គឺជាសំណុំនៃរបាយការណ៍នៃអង្គភាពមួយ ដែលធ្វើការរាយការណ៍ ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ លក្ខខណ្ឌហិរញ្ញវត្ថុ និងចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់។

១.១.២. គោលបំណងនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

បម្រែបម្រួលនៃធាតុនីមួយៗនៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ផ្តល់នូវទិន្នន័យចំបងសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុក្នុងរូបភាពជាលទ្ធផលវិភាគ ដើម្បីជាជំនួយនៅក្នុងការព្យាករណ៍ការរំពឹងទុកនាពេលអនាគតរបស់ពួកគេ។ អ្នកវិភាគត្រូវការរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីធ្វើការវិភាគ និងព្យាករណ៍អំពីបម្រែបម្រួលធាតុចំបងៗមួយចំនួន ដើម្បីដឹងថាតើ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ត្រូវបានគេយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងគោលបំណងដូចខាងក្រោម^(២)៖

- ដើម្បីកំណត់ពីលទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកចំណូល ប្រភពនៃប្រាក់ចំណូល ក៏ដូចជាការប្រើប្រាស់ប្រាក់ចំណូលរបស់អង្គភាពមួយ
- ដើម្បីបង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការទូទាត់បំណុលរបស់អង្គភាព
- ដើម្បីតាមដានលទ្ធផលហិរញ្ញវត្ថុដោយធៀបនឹងនិន្នាការណាមួយ ក្នុងបំណងរកឲ្យឃើញពីបញ្ហាក្នុងការស្វែងរកប្រភពប្រាក់ចំណូល
- ដើម្បីគណនាធាតុនីមួយៗតាមអនុបាតនានារបាយការណ៍ដែលអាចបង្ហាញពីលក្ខណៈនៃអាជីវកម្ម

¹ <http://www.accountingtools.com/definition-financial-statement> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃទី១៦ មិថុនា ២០១៧)។

² <http://www.accountingtools.com/definition-financial-statement> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃទី១៦ មិថុនា ២០១៧)។

— ដើម្បីស្វែងយល់ឲ្យកាន់តែច្បាស់អំពីប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ដោយយោងទៅតាមកំណត់
បង្ហាញដែលភ្ជាប់ជាមួយរបាយការណ៍

១.១.៣. សារៈសំខាន់ និងអ្នកប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុពិតជាមានអត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងខ្លាំង ព្រោះវាដើរតួនាទីយ៉ាងចំបង
ក្នុងការផ្តល់ព័ត៌មានអំពី ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ ប្រតិបត្តិការហិរញ្ញវត្ថុ និង បម្រែបម្រួលស្ថានភាព
ហិរញ្ញវត្ថុ នៃសហគ្រាសមួយ ដែលវាគឺជារឿងដ៏មានអត្ថប្រយោជន៍សម្រាប់ អ្នកប្រើប្រាស់របាយ
ការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទាំងអស់ នៅក្នុងការសម្រេចផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចរបស់ផងដែរ។

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុផ្តល់នូវព័ត៌មានដ៏មានអត្ថប្រយោជន៍ ទៅដល់បណ្តាអ្នកប្រើប្រាស់
របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដូចខាងក្រោម៖

- ❖ **អ្នកគ្រប់គ្រងនិងម្ចាស់អាជីវកម្ម៖** ត្រូវការរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីគ្រប់គ្រង រឿងរ៉ាវ (រឿង
អាស្រូវ រឿងហេតុ) ផ្សេងៗនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនដោយធ្វើការវាយតម្លៃទៅលើ លទ្ធផល និង
ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ ដែល ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការសម្រេចចិត្តអាជីវកម្ម។ ក្នុងនោះដែរ
ម្ចាស់អាជីវកម្ម និងអ្នកគ្រប់គ្រងត្រូវការព័ត៌មានទាំងឡាយណាដែលជួយពួកគេ ក្នុងការវាយ
តម្លៃទៅលើលទ្ធផលអាជីវកម្ម និងការរៀបចំផែនការ ព្រមទាំងធ្វើការសម្រេចចិត្តនាពេល
អនាគត។ តាមរយៈរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុម្ចាស់អាជីវកម្ម និងអ្នកគ្រប់គ្រងអាចវិភាគនិងធ្វើ
ការសម្រេចចិត្តថាគួរកាត់បន្ថយសង្វាក់ផលិតកម្ម ឬបន្ថយការលក់ ដើម្បីបង្កើនបរិមាណ
លក់និងបែងចែកទៅលើការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មប៉ុន្មាន? តើប្រាក់ចំណេញប្រចាំខែ ឬ
ប្រចាំឆ្នាំកើនឡើងឬថយចុះ បើធៀបនឹងប្រាក់ចំណេញកាលពីខែមុន ឬឆ្នាំមុន?
- ❖ **ម្ចាស់ភាគហ៊ុន៖** ប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីប៉ាន់ស្មាន ហានិភ័យ និង អត្ថប្រយោជន៍
នៃការវិនិយោគរបស់ពួកគេ នៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមួយ ដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តដោយផ្អែកទៅលើ
ការវិភាគ។
- ❖ **វិនិយោគិនសក្តានុពល៖** ត្រូវការរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីវាយតម្លៃទៅលើ លទ្ធភាពដែល
ជោគជ័យនៃការវិនិយោគរបស់ពួកគេនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនមួយ។ អ្នកវិនិយោគរំពឹងទុកទៅលើ
ភាគលាភដែលទទួលបាននាពេលអនាគត ដោយផ្អែកលើការដាក់បង្ហាញនូវប្រាក់ចំណេញ
នៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ ដោយសារតែហានិភ័យដែលជាប់ទាក់ទងនឹងការវិនិយោគ
គឺត្រូវបានគេវាស់វែងតាមរយៈរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ ឧទាហរណ៍ ការឡើងចុះ នៃប្រាក់
ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន បង្ហាញពីហានិភ័យខ្ពស់ក្នុងការវិនិយោគ (មានន័យថាក្រុមហ៊ុនអាច

រងការខាត ឬចំណេញពេលមានការប្រែប្រួលចំណូល)។ ហេតុដូច្នេះហើយ របាយការណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុផ្តល់ឲ្យនូវ មូលដ្ឋានមួយសម្រាប់ វិនិយោគិនសក្តានុពលដើម្បីធ្វើការសម្រេចចិត្តថា តើគួរវិនិយោគរឺទេ។

- ❖ **ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុ (ដូចជាធនាគារជាដើម)៖** ប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីសម្រេច ចិត្តថាតើគួរតែផ្តល់ប្រាក់កម្ចីឲ្យទៅអាជីវកម្មមួយនោះឬទេ។ ស្ថាប័នហិរញ្ញវត្ថុវាយតម្លៃពី សុខភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុនៃអាជីវកម្មមួយ ដើម្បីបញ្ជាក់ពីលទ្ធភាពនៃការសងត្រឡប់មកវិញនូវ ទឹកប្រាក់ដែលក្រុមហ៊ុនបានខ្ចី។ រាល់ការសម្រេចចិត្តក្នុងការឲ្យខ្ចីត្រូវតែមានការដាក់ បង្ហាញទ្រព្យសកម្មដាក់បញ្ចាំ និងភាពងាយស្រួល ដើម្បីបំប្លែងទ្រព្យសកម្មទាំងនោះជា សាច់ប្រាក់វិញ។
- ❖ **អ្នកផ្គត់ផ្គង់៖** ត្រូវការរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីវាយតម្លៃពីកត្តិសព្ទរបស់អាជីវកម្មមួយ ហើយប្រាកដថាតើ គួរតែឲ្យអតិថិជន នោះជំពាក់ថ្លៃផ្គត់ផ្គង់ទំនិញដែរទេ ឬក៏កំណត់ចំនួន ទឹកប្រាក់ដែលអាចជំពាក់បាន និងកំណត់រយៈពេលសងត្រឡប់វិញ។ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ត្រូវប្រាកដ ថា អតិថិជនរបស់ខ្លួនមានលទ្ធភាពក្នុងការទូទាត់មកឲ្យខ្លួន។ ជាទូទៅ រយៈពេលនៃការ ឲ្យជំពាក់ គឺអាស្រ័យទៅនឹងសុខភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់អតិថិជននោះ។
- ❖ **អតិថិជន ឬអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅ(សាធារណៈជន)៖** ប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីប៉ាន់ ប្រមាណថាតើ អ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួនមួយនេះ មានធនធាន(គ្រប់គ្រាន់)ក្នុងការធានាពី ស្ថេរភាពការផ្គត់ផ្គង់ផលិតផលមកឲ្យខ្លួននាពេលអនាគតដែរទេ និងសុខភាពសេដ្ឋកិច្ចរបស់ ក្រុមហ៊ុន។ វាពិតជារឿងដ៏សំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់ អតិថិជន ដែលពឹងផ្អែកទៅលើអ្នក ផ្គត់ផ្គង់ណាមួយ ដើម្បីផ្តល់នូវទំនិញដែលមានលក្ខណៈពិសេសមកកាន់ខ្លួន
- ❖ **បុគ្គលិក៖** ប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដើម្បីប្រមើលមើលពីលទ្ធភាពក្នុងការបង្កើត ប្រាក់ចំណេញ និងគុណវិបត្តិ (បញ្ហា) របស់ក្រុមហ៊ុនដែលខ្លួនកំពុងធ្វើការ ដើម្បីឲ្យដឹងពី លាភការណ៍របស់ខ្លួននាពេលអនាគត និងសុវត្ថិភាពការងារ។
- ❖ **ដៃគូប្រកួតប្រជែង៖** ប្រៀបធៀបប្រតិបត្តិការរបស់ពួកគេទៅនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងដើម្បីធ្វើ ការសិក្សានិងអភិវឌ្ឍយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការកែលំអរប្រកួតប្រជែងជាមួយប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួន។
- ❖ **រដ្ឋាភិបាល៖** ត្រូវការប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ ដើម្បីកំណត់អំពី ភាពត្រឹមត្រូវនៃការប្រកាសពន្ធដែលជាប់ទាក់ទងទៅនឹងចំណូលពន្ធ។ ដូចជាពន្ធលើប្រាក់ ចំណេញ ដែលត្រូវគិតលើប្រាក់ចំណេញដែលក្រុមហ៊ុនរកបាន និងកំណត់ប្រភេទពន្ធផ្សេង

ទៀតគួយដឹង ពន្ធលើផលរបរ ពន្ធលើទ្រព្យសម្បត្តិ ជាដើម។ រដ្ឋាភិបាលក៏ត្រូវតាមដានផងដែរនូវ ដំណើរការសេដ្ឋកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ តាមរយៈការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ ទៅនឹងវិស័យសេដ្ឋកិច្ចផ្សេងៗទៀត។

១.២. ប្រភេទនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជាសំណុំនៃរបាយការណ៍នៃអង្គភាពមួយ ដែលបង្ហាញពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រតិបត្តិការរបស់សហគ្រាស។ វាមានតួនាទីផ្តល់នូវព័ត៌មានស្តីពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ លទ្ធផល និងចលនាសាច់ប្រាក់របស់សហគ្រាស ដែលព័ត៌មានទាំងនោះមានប្រយោជន៍ដល់អ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅក្នុងការសម្រេចចិត្តផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចរបស់ពួកគេ។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមួយពេញលេញត្រូវមានសមាសធាតុដូចជា៖

ក. តារាងតុល្យការ

ខ. របាយការណ៍លទ្ធផល

គ. របាយការណ៍លំហូរ/ចលនាសាច់ប្រាក់

ឃ. របាយការណ៍មូលធនម្ចាស់/របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក

ង. កំណត់សម្គាល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១.២.១. តារាងតុល្យការ

តារាងតុល្យការ (Balance Sheet) ឬ របាយការណ៍ស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ (Statement of Financial Position) គឺជារបាយការណ៍ដែលបង្ហាញ ពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការិយបរិច្ឆេទជាក់លាក់ណាមួយ³ ។ ធាតុផ្សំរបស់វាមាន ទ្រព្យសកម្ម (Assets) បំណុល (Liabilities) និង មូលធនម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន(Equity)។ ហើយធាតុទាំងនោះ ត្រូវបានរៀបចំទៅតាមលទ្ធភាពងាយបំបែកជាសាច់ប្រាក់ (Liquidity)។

ចំពោះទ្រព្យសកម្មត្រូវបានគេបែងចែកជាពីរក្រុមគឺ ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី (Current Assets) និង ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលវែង (Non-current Assets) ។

បំណុលរួមមានពីរប្រភេទគឺ បំណុលរយៈពេលខ្លី (Current Liabilities) និង បំណុលរយៈពេលវែង (Non-current Liabilities) ។ បំណុលរយៈពេលខ្លី គឺជាកាតព្វកិច្ចដែលក្រុមហ៊ុនត្រូវសង

³ Robert.Anthony, David F.Hawkins, Kenneth A. Merchant, *Accounting Book* [សៀវភៅគណនេយ្យ], បោះពុម្ពលើកទី១១, (២០០៩),៣២។

ទៅអោយម្ចាស់បំណុលក្នុងរយៈពេលតិចជាងមួយឆ្នាំ ឬ មួយខួបប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម។ រីឯបំណុលរយៈពេលវែងវិញ ក្រុមហ៊ុនត្រូវទូទាត់សងក្នុងរយៈពេលលើសពីមួយឆ្នាំ។

មូលធនម្ចាស់ក្រុមហ៊ុនវិញ គឺជាចំនួនសរុបនៃការវិនិយោគដំបូងរបស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុន ឬ ភាគទុនិករមួយសាច់ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក (Retained Earning) ការវិនិយោគបន្ថែមចំណូល និងចំណាយ។ ហើយការរៀបចំតារាងតុល្យការត្រូវគោរពតាមសមភាពមួយគឺ៖

ទ្រព្យសកម្ម = ទ្រព្យអកម្ម + មូលធនផ្ទាល់

Asset = Liabilities + Shareholders' equity

(Source៖ Robert.Anthony, David F.Hawkins, Kenneth A. Merchant, *Accounting Book* [សៀវភៅគណនេយ្យ], បោះពុម្ពលើកទី១១,(២០០៥),៣២)។

តារាងទី១៖ គំរូនៃតារាងតុល្យការ

ABC Company			
Balance Sheet			
As of December,20XX			
Current Assets:			
Cash		xxx	
Marketable Securities		xxx	
Accounts Receivable		xxx	
Inventories		xxx	
Prepaid Expense		xxx	
Total Current assets			xxx
Property, Plant, and Equipment			
Land		xxx	
Building and Equipment	xxx		
Less Accumulated Depreciation	(xxx)		
Net Property, Plant, and Equipment		xxx	
Total property, plant, and Equipment			xxx
Other Assets			
Investments		xxx	
Intangible Assets		xxx	
Total Assets			xxx
Current Liabilities			
Account Payable		xxx	
Salaries Payable		xxx	
Taxes Payable		xxx	
Accrued Expense		xxx	
Deferred Revenue		xxx	
Total Current Liabilities			xxx
Non-current liabilities			
Long Term Debt			xxx
Total liabilities			xxx
Shareholder's Equity			
Retained earnings		xxx	
Total Shareholders' equity			xxx
Total Liabilities and Shareholders' equity			xxx

១.២.២. របាយការណ៍លទ្ធផល (Income statement)

របាយការណ៍លទ្ធផល គឺជារបាយការណ៍ដែលបង្ហាញអំពីដំណើរការប្រព្រឹត្តទៅនៃក្រុមហ៊ុនដែលជាប់ទាក់ទងនឹងផលចំណេញ ឬ ខាតក្នុងការិយបរិច្ឆេទមួយ⁴។ របាយការណ៍នេះរួមមានចំណូលដែលក្រុមហ៊ុនបានមកពីការលក់ទំនិញ ឬ បំពេញសេវាកម្ម (Revenue) ថ្លៃដើមទំនិញ ឬ សេវាកម្ម (Cost of Goods Sold) ចំណាយប្រតិបត្តិការ (Operating Expense) និងកាតព្វកិច្ចចំណាយផ្សេងៗ (Other Expense) ។

តារាង ២៖ គំរូនៃរបាយការណ៍លទ្ធផល

ABC Company		
Income Statement		
For The Year Ended December, 31, 20XX		
Sale Revenue		xxx
Cost of goods sold		(xxx)
Gross Margin		xxx
Operating Expense		
Research and Development expense	xxx	
Selling and Administration expense	xxx	
Total operating expense		xxx
Operating Income		xxx
Other income		(xxx)
Other Expense		(xxx)
Income before income tax		xxx
Income Tax expense		(xxx)
Net income		xxx
Earnings per share of common stock		xxx

១.២.៣. របាយការណ៍បំបាត់សាច់ប្រាក់ (Statement of Cash Flow)

របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ គឺជារបាយការណ៍ដែលកត់ត្រាអំពីលំហូរសាច់ប្រាក់ចូល និង លំហូរសាច់ប្រាក់ចេញរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលជាជំនួយដល់អ្នកគ្រប់គ្រងក្រុមហ៊ុនក្នុងការធានា

⁴ Peter M.Bergevin, *Financial Statement Analysis* [ការវិភាគរបាយការណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុ] (គ្មានឈ្មោះរោងពុម្ព, ២០០២), ៦៧។

ឲ្យបាននូវស្ថេរភាពសាច់ប្រាក់ក្រុមហ៊ុន^៥។ គោលបំណងរបស់របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ គឺ ផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើ ប្រតិបត្តិការដែលជាប់ទាក់ទងនឹងសាច់ប្រាក់ មានន័យថាក្រុមហ៊ុនអាចទទួលបាននូវព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុពីសាច់ប្រាក់ដែលទទួលបាន និង សាច់ប្រាក់ទូទាត់ក្នុងកំឡុងពេលជាក់លាក់មួយថា តើសាច់ប្រាក់ទទួលបាន នឹងចំណាយទៅលើអ្វីខ្លះ។ ជាទូទៅចលនាសាច់ប្រាក់បានមកពីសកម្មភាពបីគឺ សកម្មភាពប្រតិបត្តិការ (Operating Activities) សកម្មភាពវិនិយោគ (Investing Activities) និង សកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ (Financing Activities) ។

- **សកម្មភាពប្រតិបត្តិការ៖** លំហូរសាច់ប្រាក់ចូលរួមមាន ចំណូលពីការលក់ទំនិញ ឬសេវាកម្ម ចំណូលការប្រាក់ និងភាគលាភទទួលបានចំណែក រីឯសាច់ប្រាក់ចេញតាមរយៈ ការទិញសន្និធិ ចំណាយប្រាក់បៀវត្សបុគ្គលិក ចំណាយលើពន្ធ ចំណាយលើការប្រាក់ និងចំណាយផ្សេងៗទៀត។ វិធីសាស្ត្រក្នុងការរៀបចំទម្រង់សកម្មភាពប្រតិបត្តិការមានពីរ គឺវិធីសាស្ត្រដោយផ្ទាល់ និង វិធីសាស្ត្រមិនផ្ទាល់។
- **សកម្មភាពវិនិយោគ៖** លំហូរសាច់ប្រាក់ចូលរួមមាន ការលក់នូវអចលនវត្ថុ បរិក្ខារផ្សេងៗ ការទិញប័ណ្ណភាគហ៊ុន ឬ សញ្ញាប័ណ្ណរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបានទិញក្នុងន័យវិនិយោគ ការប្រមូលនូវប្រាក់កម្ចីដែលបានអោយគេខ្ចី។ ចំណែកលំហូរសាច់ចេញវិញរួមមាន ការទិញនូវរោងចក្រអចលនទ្រព្យ បរិក្ខារផ្សេងៗ ការទិញប័ណ្ណភាគហ៊ុន ឬ សញ្ញាប័ណ្ណ ការផ្តល់កម្ចីជាដើម។
- **សកម្មភាពហិរញ្ញវត្ថុ៖** លំហូរសាច់ប្រាក់រួមមាន ការបោះផ្សាយប័ណ្ណភាគហ៊ុន សញ្ញាប័ណ្ណ ឬ ប័ណ្ណបំណុល។ លំហូរសាច់ប្រាក់ចេញរួមមាន ការទិញចូលមកនូវ Treasury Stock ការទូទាត់ទៅលើសញ្ញាប័ណ្ណ ឬ ប័ណ្ណបំណុល និងការបែងចែកភាគលាភជាដើម។

តារាងទី៣៖ គំរូនៃរបាយការណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់

⁵ Robert.Anthony, David F.Hawkins, Kenneth A. Merchant, *Accounting Book* [សៀវភៅគណនេយ្យ], បោះពុម្ពលើកទី១១,(២០០៤),៣៤៥។

តារាង ៣៖ គំរូនៃរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់

ABC Company	
Statement of Cash Flows	
For year ended December, 31, 20XX	
Net Income	XXX
Cash flow from operating Activities	
Increase Account Receivable	XXX
Depreciation expense	(XXX)
Loss on sale of plant assets	XXX
Net Cash provided by operating activities	XXX
Cash flow from investing activities	
Cash Receivable from sale of plant Assets	XXX
Cash Paid for Purchased Plant Assets	(XXX)
Net Cash Provided by Investing activities	XXX
Cash Flow from financing activities	
Cash Received from Issue stock	XXX
Cash paid for Dividend	(XXX)
Net Cash flow from financing Activities	XXX
Net Increase/Decrease in cash	XXX
Cash balance at prior period-End	XXX

Source: Robert.Anthony, David F.Hawkins, Kenneth A. Merchant, *Accounting Book*[សៀវភៅគណនេយ្យ], បោះពុម្ព
លើកទី១១,(២០០៩), ៣៩៩។

១.២.៤. របាយការណ៍មូលធនម្ចាស់/របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក (Statement of Retained Earnings)

របាយការណ៍ដំបូងដែលយកមកវិភាគពីការប្រែប្រួលមូលធននៃសាជីវកម្ម គឺរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក ហើយមានភាពជាក់លាក់ទៅតាមការិយបរិច្ឆេទ ដែលប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនបានរក្សាទុក។ ប្រាក់ចំណេញនៅក្នុងរបាយការណ៍លទ្ធផល ត្រូវបានគេយកទៅប្រើប្រាស់ដើម្បីគណនាធាតុនៅក្នុងរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក ដែលលទ្ធផលនៃប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកនេះ ត្រូវបានគេយកទៅរាយការណ៍នៅក្នុងរបាយការណ៍តុល្យការ។ ចំណូលធ្វើអោយប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកកើនឡើង ហើយភាគលាភធ្វើឲ្យប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកថយចុះ។

ការថយចុះនេះដោយសារក្រុមហ៊ុនមិនបានរក្សាទុកប្រាក់ចំណេញដែលបានផ្តល់ឲ្យទៅម្ចាស់ភាគហ៊ុនក្នុងទម្រង់ជាភាគលាភ។

តារាងទី៤៖ គំរូនៃរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក

ABC Company	
Statement of Retain Earnings	
Years ended December 31, 20XX	
Retain Earnings	
Balance, Beginning of the year	xxx
Net Income	xxx
Dividend and other distribution to shareholders 'equity	(xxx)
Balance, End of the year	xxx

(Source: Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ព

លើកទី៧ (២០០៨), ១៦។

១.២.៥. ទំនាក់ទំនងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ (The Relationship of Financial Statments)

ក្នុងកំណត់សំគាល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមានទំនាក់ទំនងគ្នាបួនធាតុគឺ របាយការណ៍លទ្ធផល តារាងតុល្យការ របាយការណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់ និងរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក^៦។ របាយការណ៍លទ្ធផល, តារាងតុល្យការ និងរបាយការណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់ គឺផ្អែកលើប្រតិបត្តិការដូចគ្នា ប៉ុន្តែបង្ហាញពីរូបភាព (View) ខុសគ្នានៃក្រុមហ៊ុន។

១. ក្នុងរបាយការណ៍លទ្ធផលក្នុងការិយបរិច្ឆេទចុងគ្រា (For the year ended 31, December, 20XX)

- ✓ របាយការណ៍ពីចំណូល និងចំណាយក្នុងកំឡុងឆ្នាំ ។ ចំណូល និងចំណាយត្រូវបានរាយការណ៍តែនៅរបាយការណ៍លទ្ធផលតែប៉ុណ្ណោះ។
- ✓ របាយការណ៍ពីប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ ប្រសិនបើចំណូលសរុបធំជាងចំណាយសរុបរបាយការណ៍ថាចំណេញ។ ហើយប្រសិនបើចំណូលសរុបតិចជាងចំណាយសរុបនោះនិងរបាយការណ៍ថាខាត។

២. របាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក ក្នុងការិយបរិច្ឆេទចុងគ្រា (For the year ended 31, December, 20XX)

- ✓ ចាប់ផ្តើមជាមួយប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកនៅដើមគ្រា(Beginning Retained Earnings)

⁶ Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី៧ (២០០៨), ១៦។

- ✓ រួមបញ្ចូលទាំងប្រាក់ចំណេញ ឬក៏ដកខាតចេញ។ ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធដែលយកមកពីរបាយការណ៍លទ្ធផល។
- ✓ ដកភាគលាភចេញ
- ✓ រាយការណ៍ពីប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកនៅចុងគ្រា

៣. តារាងតុល្យការនៅការវិបរិច្ឆេទចុងគ្រា (At December, 31 20XX)

- ✓ រាយការណ៍ពីទ្រព្យសកម្ម បំណុល និងមូលធនម្ចាស់ នៅចុងឆ្នាំ។ មានតែតារាងតុល្យការដែលរាយការណ៍ពីទ្រព្យនិងបំណុល។
- ✓ រាយការណ៍ថា ទ្រព្យសកម្មសរុបត្រូវតែស្មើនឹងបំណុលសរុប ឬក៏ជាមួយនឹងមូលធនផ្ទាល់ដោយគោរពតាមសមីការគណនេយ្យ។
- ✓ រាយការណ៍ពីប្រាក់ចំណេញរក្សាទុកដែលបានមកពីរបាយការណ៍ប្រាក់ចំណេញរក្សាទុក

៤. របាយការណ៍ចលនាសាច់ប្រាក់ (For the year ended 31,December,20XX)

- ✓ រាយការណ៍ពីចលនាសាច់ប្រាក់ដែលបានពីសកម្មភាពប្រតិបត្តិការ, សកម្មភាពវិនិយោគ និង ហិរញ្ញប្បទាន
- ✓ រាយការណ៍ពីការកើនឡើងឬថយចុះសាច់ប្រាក់ក្នុងកំឡុងឆ្នាំ ដែលសាច់ប្រាក់ចុងគ្រាក្នុងរបាយការណ៍នេះត្រូវរាយការណ៍ក្នុងតារាងតុល្យការ

តារាងទី៥៖ ទំនាក់ទំនងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

ABC Company Statement of Retained Earnings As Year ended December, 31, 20X2		ABC Company Balance Sheet At the year ended December,31, 20X2	
Beginning retained earnings.....	\$180	Asset	
Net income.....	\$30	Cash.....	\$ 35
Cash Dividends	\$(10)	All other asset.....	\$ 265
Ending retained earnings.....	\$200	Total Asset	\$ 300
		Liabilities	
		Total Liabilities.....	\$ 120
		Stockholders' equity	
		Common Stock.....	\$ 40
		Retained Earnings.....	\$ 200
		Other equity.....	\$ 60
		Total stockholders' equity.....	\$ 180
		Total liabilities and stockholders' equity	\$ 300

ABC Company Income statement Year ended December, 31, 20X2	
Revenue.....	\$700
Expense	\$(670)
Net Income	\$30

ABC Company Statement of Cash flow For the year ended December, 31, 20XX	
Net Cash provided by operating activities.....	\$ 90
Net cash used for investing activities.....	\$ 100
Net cash provided by financing activities.....	\$ 40
Net Increase in Cash.....	\$ 30
Cash balance, December 31 20X1.....	\$ 5
Cash balance, December 31 20X2.....	\$ 35

(Source: Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី៧(២០០៨), ២២។

១.២.៦. អត្ថប្រយោជន៍នៃកំណត់សម្គាល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ (Usefulness of Note to Financial Statement)

សំណុំរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជាទូទៅ គឺភ្ជាប់មកជាមួយនូវកំណត់សម្គាល់ពីរបូបី ដើម្បីលាតត្រដាងព័ត៌មាន និងបកស្រាយពីរបាយការណ៍។ អ្នកប្រើប្រាស់របាយការណ៍គួរតែមើលលើកំណត់សម្គាល់ដែលជាផ្នែកមួយបំពេញចន្លោះខ្វះខាត ព័ត៌មានក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ កំណត់ សម្គាល់ (Note) មានអត្ថប្រយោជន៍ជាច្រើនដូចជា៖

- ដឹងពីគោលនយោបាយគណនេយ្យ និងវិធីសាស្ត្រ (Accounting policies and methods)។

- បង្ហាញលំអិតបន្ថែមពីព័ត៌មាននៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុតាមរយៈកំណត់សម្គាល់ រាល់ព័ត៌មានលំអិតទាំងឡាយ គឺបានបកស្រាយក្នុងកំណត់សម្គាល់ដែលអាចផ្តល់ឲ្យនូវព័ត៌មានកាន់តែជាក់លាក់ស្តីពីប្រតិបត្តិការក្នុងក្រុមហ៊ុន។
- មានសារៈសំខាន់ចំពោះការពន្យល់ និងការបាត់បង់ដោយប្រការណាមួយ (Loss contingencies) ។
- ភាគលាភបែងចែកហួសថ្ងៃ (Dividend in arrears) ។

១.៣. វិធីសាស្ត្រក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

គោលបំណងនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

អ្នកប្រើប្រាស់ព័ត៌មានផ្ទៃក្នុងនៃព័ត៌មានគណនេយ្យ គ្រប់គ្រងនិងប្រតិបត្តិការក្រុមហ៊ុន។ ក្នុងនោះរួមទាំង អ្នកគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក និងសវនករផ្ទៃក្នុង។ គោលបំណងនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ផ្ទៃក្នុង ផ្តល់ឲ្យនូវព័ត៌មានយុទ្ធសាស្ត្រទៅពង្រឹងក្រុមហ៊ុនឲ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពនិងភាពសក្តិសិទ្ធិ។

សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ខាងក្រៅវិញ មិនមែនប្រើប្រាស់ព័ត៌មានដោយផ្ទាល់របស់ក្រុមហ៊ុននោះដែរ។ អ្នកប្រើប្រាស់ខាងក្រៅប្រើប្រាស់ព័ត៌មានខាងក្រៅ អាស្រ័យលើការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទៅតាមគោលបំណងរបស់គេរៀងៗខ្លួន ។ វិនិយោគិននិងម្ចាស់បំណុលប្រើប្រាស់ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុទៅបង្កើនការសកម្មភាពវិនិយោគនិង ការសម្រេចចិត្តផ្តល់កម្ចី។ ក្រុមប្រឹក្សាភិបាលប្រើប្រាស់ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុក្នុងត្រួតពិនិត្យលើការគ្រប់គ្រងក្នុងការសម្រេចចិត្ត។

គោលបំណងទូទៅនៃអ្នកប្រើប្រាស់ទាំងអស់នេះ គឺដើម្បីវាយតម្លៃពីការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយនិងស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ។ ទាំងអស់នេះរួមបញ្ចូលទាំងការវាយតម្លៃនូវ៖

១. ការអនុវត្តតាំងពីអតីតកាលរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន
២. តួនាទីហិរញ្ញវត្ថុនាពេលបច្ចុប្បន្ន (Current financial position)
៣. ការអនុវត្តពេលអនាគត និង ហានិភ័យ

១.៣.១. ឧបករណ៍ក្នុងការវិភាគ

ឧបករណ៍ក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុមាន៖

១. ការវិភាគតាមបែបប្រៀបធៀប (Comparative Analysis)៖ ដែលយើងតែងតែនិយាយថាជាការវិភាគតាមជួរដេក(Horizontal)៖ គឺជាការប្រៀបធៀបស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការិយបរិច្ឆេទមួយជាក់លាក់ទៅកាន់ការិយបរិច្ឆេទមួយទៀត។ យ៉ាងណាមិញ

ភាគច្រើនត្រូវបានលើកយកនូវការិយបរិច្ឆេទបីឬប្រាំឆ្នាំជាប់ៗគ្នាមកធ្វើការប្រៀបធៀប(Comparision of a company's financial condition and performance across time)។⁷

២. ការវិភាគតាមជួរឈរ ឬការវិភាគតាមបែបទំហំរួម (Vertical Analysis/Comomsize Analysis)៖ គឺធ្វើការប្រៀបធៀបពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងការអនុវត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនធៀបនឹងតម្លៃគោលណាមួយ (Comparison of a company's financial condition and performance to a base amount)។⁷

៣. ការវិភាគអនុបាត (Ratio analysis)៖ ការវាស់វែងពីគន្លឹះអនុបាតរវាងធាតុរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។

១.៣.១.១. ការវិភាគតាមបែបប្រៀបធៀប (Comparative Analysis)

ការសម្រេចចិត្តជាច្រើនអាស្រ័យលើនិន្នាការនៃចំណូល ចំណាយ ចំណេញ និងផ្នែកដទៃទៀត។ ដោយវិភាគមើលថាចំណូលពីឆ្នាំមុនកើនឡើងទេ? បើកើនតើមានចំនួនប៉ុន្មាន? ឧបមាថាចំណូលបានពីការលក់ក្នុងឆ្នាំ២០១៦កើនបាន៥០០០ដុល្លា បើសិនក្រឡេកមើលតែការប្រែប្រួលទឹកប្រាក់ជាដុល្លាពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំនោះមិនអាចជួយយើងក្នុងការវិភាគ បានគ្រប់គ្រាន់ និងត្រឹមត្រូវបានច្រើននោះទេ តែបើក្រឡេកទៅមើលលើការប្រែប្រួលជាភាគរយនៃការលក់វិញគឺពិតជាជួយលើការវិភាគបានកម្រិតខ្ពស់មែនទែន។ វាជាការប្រសើរឡើងបើសិនយើងដឹងថាការលក់កើនបាន ២០% ជាជាងដឹងថាវាកើនឡើង៥០០០ដុល្លា។ ការវិភាគ តាមជួរដេក គឺជាការប្រៀបធៀបពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន និងការអនុវត្តកន្លងមក ដែលជាការប្រៀបធៀបជួរដេកពីឆ្នេង ទៅស្តាំ ឬពីស្តាំទៅឆ្នេង⁷។

ក្នុងនោះដែរការវិភាគតាមជួរដេកបង្ហាញឲ្យឃើញពីការប្រែប្រួល ជាដុល្លា និង ជាភាគរយពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ នៃការប្រែប្រួលរបស់សហគ្រាសលើធាតុផ្សំនីមួយៗស្តីពីទិសដៅ ល្បឿន និងវិសាលភាព ថាតើប្រែប្រួលដូចម្តេចពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ។ គេមានឧបករណ៍ពីរប្រភេទក្នុងការវិភាគតាមបែបប្រៀបធៀប ឬការវិភាគជួរដេក៖

ក. ការប្រែប្រួលពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ (Year to year change analysis)

ខ. ការវិភាគតាមនិន្នាការ (Index-Trend analysis) ឬ ការប្រែប្រួលជាភាគរយ (Percentage Change)

⁷ Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី៧ (២០០៨), ៦៩០។

ក. ការវិភាគលើការប្រែប្រួលពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ (Year to year change analysis)

ការវិភាគលើការប្រែប្រួលពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ គឺជាការប្រៀបធៀបរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ទៅលើទំនាក់ទំនងរយៈពេលខ្លី។ ជាធម្មតាគឺវិភាគលើធាតុនៃគណនីពីមួយទៅមួយ តាមការប្រែប្រួលពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ ដែលងាយស្រួលយល់ និង អាចគ្រប់គ្រងបាន។ វាមានអត្ថប្រយោជន៍ ក្នុងការបង្ហាញពីបម្រែបម្រួលក្នុងទម្រង់ទឹកប្រាក់ជាដុល្លារ បានល្អជាភាគរយ^៨។

ការគណនាការប្រែប្រួលពីមួយឆ្នាំ ទៅមួយឆ្នាំគឺមិនមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញ ហើយនិង មានចំនុចសំខាន់មួយចំនួនគួរកត់សម្គាល់ និងយកចិត្តទុកដាក់។ ពេលមានចំនួនអវិជ្ជមានកើត ឡើងក្នុងឆ្នាំគោល ឬឆ្នាំមូលដ្ឋាន(Base year) និងចំនួនវិជ្ជមានកើតឡើងក្នុងឆ្នាំបន្ទាប់ យើងមិន អាចគណនាលើការប្រែប្រួលជាភាគរយទេ ហើយបើគ្មានតំលៃគោល ក៏មិនមានការគណនាការ ប្រែប្រួលជាភាគរយកើតឡើងដែរ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរនៅពេលដែលទឹកប្រាក់ឆ្នាំមូលដ្ឋាន ឬឆ្នាំ គោលតូច ការប្រែប្រួលជាភាគរយអាចគណនាបានប៉ុន្តែតួលេខដែលបកស្រាយត្រូវមានការប្រុង ប្រយ័ត្នខ្លាំងបំផុត។ នេះពីព្រោះ ជាសញ្ញានៃការប្រែប្រួលយ៉ាងសំខាន់ ដោយសារវាជាចំនួនទឹក ប្រាក់ក្នុងឆ្នាំគោលតូច ហើយយកមកប្រើប្រាស់ក្នុងការគណនាការប្រែប្រួល។

$$\text{Year to year Change analysis} = \text{Any year Amount} - \text{Base year Amount}$$

ខ. ការវិភាគលើនិរន្តរភាព (Index Trend Analysis or % Change)

បង្ហាញពីទិសដៅនៃអាជីវកម្មដែលកំពុងប្រព្រឹត្តទៅថាមានចំណូលមានការប្រែប្រួលយ៉ាង ណាក្នុងទៅលើរយៈពេល៥ឆ្នាំនេះនិរន្តរភាពនេះបង្ហាញពីធាតុដែលទាក់ទងនឹងប្រាក់ចំណេញ?សំណួរ ទាំងនេះនិងបកស្រាយតាមរយៈការវិភាគតាម និរន្តរភាពតាមការិយបរិច្ឆេទនីមួយៗ។ ម្យ៉ាងទៀតការ វិភាគតាមនិរន្តរភាព មិនតម្រូវឲ្យធ្វើការវិភាគគ្រប់ធាតុទាំងអស់នៅក្នុងរបាយការណ៍ នោះទេគឺគ្រាន់ តែលើកយកធាតុដែលសំខាន់តែប៉ុណ្ណោះមកធ្វើការវិភាគ ដែលយើងគួរយកចិត្តទុកដាក់លើកត្តា ឧស្សាហកម្ម សេដ្ឋកិច្ច រួមនឹងការផ្លាស់ប្តូរគោលនយោបាយគណនេយ្យដែលអាចជះឥទ្ធិពលដល់ បម្រែបម្រួល។យើងអាចគណនាបានតាមរូបមន្តដូចខាងក្រោម៖

$$\text{Index-Trend Analysis} = \frac{\text{Any year-base amount}}{\text{Base amount}}$$

⁸ Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី៧ (២០០៨), ៦៩២។

១.៣.១.២. ការវិភាគតាមទំហំរួម (Common Size Analysis)

ការវិភាគតាមជួរឈរ ឬហៅថាការវិភាគតាមបែបទំហំរួមជាឧបករណ៍នៃការវិភាគដើម្បីវាយតម្លៃពីទំនាក់ទំនងរវាងអថេរមួយ ទៅកាន់អថេរមួយទៀត និងអាចទទួលបានអត្ថប្រយោជន៍ពីការដឹងនូវសមាមាត្រនៃក្រុមគណនីមួយធៀបនឹងគណនីមួយជាក់លាក់។ ជាពិសេសសម្រាប់ការប្រៀបធៀបរវាងក្រុមហ៊ុន និងក្រុមហ៊ុនដែលរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៃក្រុមហ៊ុនផ្សេងគ្នា តែត្រូវបានបង្ហាញក្នុងទំហំរួមក្នុងទម្រង់ដូចគ្នា^៩ ។ ក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធផលចំណូលបានមកពីការលក់(sale revenue) ត្រូវបានកំណត់ថាស្មើនឹង ១០០% ដោយធាតុដទៃទៀតត្រូវបង្ហាញជាភាគរយធៀបនឹងចំណូលបានពីការលក់(sale revenue)។ ការវិភាគតាមបែបជួរឈរនៅក្នុងរបាយការណ៍លទ្ធផល មានសារៈសំខាន់ណាស់ ការលក់មានឥទ្ធិពលលើគណនីចំណាយស្ទើរតែទាំងអស់ ហើយមានប្រយោជន៍ក្នុងការដឹងនូវភាគរយចំណាយធៀបនឹងការលក់ ។ចំពោះតារាងតុល្យការនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគណនេយ្យទ្រព្យសកម្មសរុប ឬ បំណុលសរុបបូកនិងមូលធនសរុបត្រូវបានគេជ្រើសរើសជាធាតុដែលកំណត់ដែលស្មើនឹង១០០%ហើយគណនីដទៃទៀតត្រូវធៀបនឹងវា។ ក្នុងការវិភាគតាមបែបទំហំរួមក្នុងតារាងតុល្យការត្រូវបានយកចិត្តទុកដាក់លើកត្តាពីរដូចជា៖

១.កាប្រភពនៃហិរញ្ញវត្ថុ រួមបញ្ចូលទាំងការបែងចែកលើធាតុហិរញ្ញវត្ថុរួមមាន បំណុលរយៈពេលខ្លី រយៈពេលវែងនិង មូលធន។

២. សមាមាត្រនៃទ្រព្យសកម្មរួមបញ្ចូលទាំងចំនួន និង បរិមាណទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី និងវែង

១.៣.១.៣. ការវិភាគតាមអនុបាត (Ratio analysis)

ការវិភាគតាមអនុបាត បង្ហាញពីទំនាក់ទំនងធាតុផ្សេងៗនៃទិន្នន័យរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុបង្ហាញពីទំនាក់ទំនងគណិតវិទ្យារវាងមួយចំនួន និងចំនួនដទៃទៀត^{១០} ។ ទំនាក់ទំនងនេះគឺបានបង្ហាញជា ភាគរយ(%) អត្រា(.) និង សមាមាត្រ(:)។ មានកត្តាមួយចំនួនដែលអាចជះឥទ្ធិពលដល់អនុបាត ដែលរួមមានដូចជា ព្រឹត្តិការណ៍សេដ្ឋកិច្ច កត្តាឧស្សាហកម្មគោលនយោបាយគ្រប់គ្រង និង ការផ្លាស់ប្តូរវិធីសាស្ត្រគណនេយ្យ។ យើងអាចគណនាចំនួនអនុបាតតាមរយៈការប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។ អនុបាតខ្លះមានលក្ខណៈទូទៅក្នុងការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ ខណៈពេលដែលអ្នកដទៃទៀតផ្ដោតសំខាន់តែទៅលើព្រឹត្តិការណ៍ជាក់

⁹ Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី៧ (២០០៨), ៦៩៣។

¹⁰ K.R Surbrabyam, *Financial Statement Analysis* [ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី១១ (២០១៤), ១១២។

លាក់ណាមួយឬក៏ឧស្សាហកម្ម។ ការវិភាគអនុបាតផ្ដោត ទៅលើ ផ្នែកឬនសំខាន់នៃរបាយការណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុដូចជា¹¹៖

ក. ការវាស់វែងពីការបម្លែងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី (Measures of short-term liquidity)៖ ជាផលធៀបដែលវាស់វែងពីលទ្ធភាពក្នុងការទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ខ. ការវាស់វែងពីហានិភ័យនៃកម្ចីរយៈពេលវែង (Measure of long-term credit risk)៖ ជាផលធៀបដែលបង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការទូទាត់បំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន។

គ. ការវាស់វែងពីកម្រិតប្រាក់ចំណេញ (Measures of profitability)៖ ជាផលធៀបដែលបង្ហាញពីចំណូល និងចំណាយ ដើម្បីធ្វើការវាស់វែងប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ឃ. ការវាស់វែងសម្រាប់ធ្វើការវាយតម្លៃថ្លៃទីផ្សារនៃ Common Stock (Measures for evaluating the current market price of common stock)៖ ជាផលធៀបដែលវាស់វែងពីប្រាក់ចំណេញដែលទទួលបានពីការវិនិយោគលើប័ណ្ណភាគហ៊ុន។

តារាងទី៦៖ រូបមន្តនៃអនុបាតគណិតវិទ្យា (Ratio)

Ratios or Other Measurements	Method of Computation	Significance
Measures of short-term liquidity		
Current ratio	Current Assets	វាស់វែងពីលទ្ធភាពក្នុងការសងបំណុលរយៈពេលខ្លី
	Current Liabilities	
Quick ratio	Current Asset—Inventory	វាស់វែងពីលទ្ធភាពក្នុងការសងបំណុលរយៈពេលខ្លី
	Current Liabilities	
Receivables turnover rate	Net Sales	បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការប្រមូលមកវិញនូវ Receivables (Indicates how quickly receivables are collected)
	Average Account Receivable	
Days to collect average accounts receivable	365 Days Receivables Turnover Rate	បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការប្រមូលមកវិញនូវ Receivables គិតជាចំនួនថ្ងៃ (Indicates in days how quickly receivables are collected)
Inventory turnover rate	Cost of Goods Sold Average Inventory	បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការលក់សន្លឹក (Indicates how quickly inventory sells)
Days to sell the average inventory	365 Days	បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការលក់សន្លឹក (គិតជាចំនួនថ្ងៃ) (Indicates in days how quickly inventory sells)
	Inventory Turnover Rate	
Operating Cycle	Days to sell inventory + Days to collect Receivables	បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការបម្លែងប្រាក់វិនិយោគជាសាច់ប្រាក់វិញ (គិតជាចំនួនថ្ងៃ)

¹¹ K.R Surbrabyam, *Financial Statement Analysis* [ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី១១ (២០១៤), ១១៥។

		Indicates in days how quickly cash invested in inventory converts back into cash
Free cash flow	Net Cash from Operating Activities—Cash Used for investing Activities and Dividends	វាស់វែងពីសាច់ប្រាក់ពីសកម្មភាពប្រតិបត្តិការទៅលើតម្រូវការមូលដ្ឋាន (Excess of operating cash flow over basic needs)
Measures of long-term credit risk		
Debt ratio	Total Liabilities	បង្ហាញពីភាគរយនៃទ្រព្យសកម្មដែលបានមកពីការផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុដោយម្ចាស់បំណុលនិងបង្ហាញពីភាពជាម្ចាស់នៃទ្រព្យសកម្មដែលក្រុមហ៊ុនមាន (Percentage of assets financed by creditor; indicates relative size of the equity position)
	Total Assets	
Interest coverage ratio	Income before Interest and Taxes	បង្ហាញពីលទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការទូទាត់ចំណាយការប្រាក់ (Indicator of a company's ability to meet its interest payment obligations)
	Annual Interest Expense	
Measures of profitability		
Percentage changes; that is, in net sales and net income	Dollar Amount of change	គណនាអត្រាដែលជាបង្ហាញពី ការកើនឡើង ឬការថយចុះ (អត្រានៃការលូតលាស់) The rate at which a key measure is increasing or decreasing; the "growth rate"
	Financial Statement Amount in the Earlier Year	
Gross Profit Rate	Gross Profit	ជាការឆ្លងផ្លាស់មួយពីលទ្ធភាពក្នុងការរកប្រាក់ចំណេញពីការលក់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន (A measure of the profitability of the company's products)
	Net Sales	
Operating expense ration	Operating Expenses Net Sales	ជាការវាស់វែងពីលទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងចំណាយ (A measure of management's ability to control expenses)
Operating income	Gross Profit—Operating Expenses	លទ្ធភាពក្នុងការរកប្រាក់ចំណេញ នៃសកម្មភាពអាជីវកម្មជាមូលដ្ឋានរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ (The profitability of a company's basic business activities)
Net income as a percentage of net sales	Net Income Net Sales	បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម (An indicator of management's ability to control costs)
Earnings per share	Net income—Preferred Dividends Average Number of Common Shares Outstanding	ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ ដែលមាននៅក្នុង សន្លឹកហ៊ុននីមួយៗ (Net income applicable for each share of common stock)
Return on assets	Operating Income Average Total Assets	ជាការវាស់វែងមួយពីផលិតភាពនៃទ្រព្យសកម្ម ដោយមិនគិតពីទ្រព្យសកម្មដែលមកពីការផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុ (A measure of the productivity of assets, regardless of how the assets are financed)
Return on equity	Net income Average Total Equity	អត្រានៃប្រាក់ចំណេញត្រលប់ របស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុននៅក្នុងអាជីវកម្ម (The rate of return earned on the stockholder's equity in the business)
Return on common		អត្រានៃប្រាក់ចំណេញត្រលប់របស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុន Common

stockholders' equity	Net income—Preferred Dividends	Stock នៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនមាន ហ៊ុនពីរប្រភេទគឺ Common និង Preferred Stock (The rate of return earned on the common stockholders' equity; appropriate when company has both common and preferred stock)
	Average Common Stockholders' Equity	
Measures for evaluating the current market price of common stock		
Market value of financial instruments	Quoted in financial press or disclosed in financial statements	បង្ហាញពីការរំពឹងទុករបស់វិនិយោគិន និងលក្ខខណ្ឌទីផ្សារបច្ចុប្បន្ន (Reflects both investors' expectations and current market conditions)
Price-earnings ratio	Current Stock Price	ជាការវាស់វែងពីការរំពឹងទុករបស់វិនិយោគិនចំពោះការរំពឹងទុកនាពេលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុន (A measure of investors' expectations about the company's future prospects)
Dividend yield	Annual Dividend	ភាគលាភត្រូវបានបង្ហាញក្នុងរូបភាពជាអត្រានៃប្រាក់ចំណូលដែលបានមកពីតម្លៃទីផ្សារនៃភាគហ៊ុន (Dividends expressed as a rate of return on the market price of the stock)
	Current Stock Price	
Book value per share	Common Stockholders' Equity	កំណត់ត្រាតម្លៃនៃទ្រព្យសកម្មសុទ្ធនៅក្នុងភាគហ៊ុន Common Stock (The records value of net assets underlying each share of common stock)
	Shares of Common Stock Outstanding	

Source៖ (Williams, Haka, Bettner, and Carcello) Financial and Managerial Accounting, 14th edition) ។

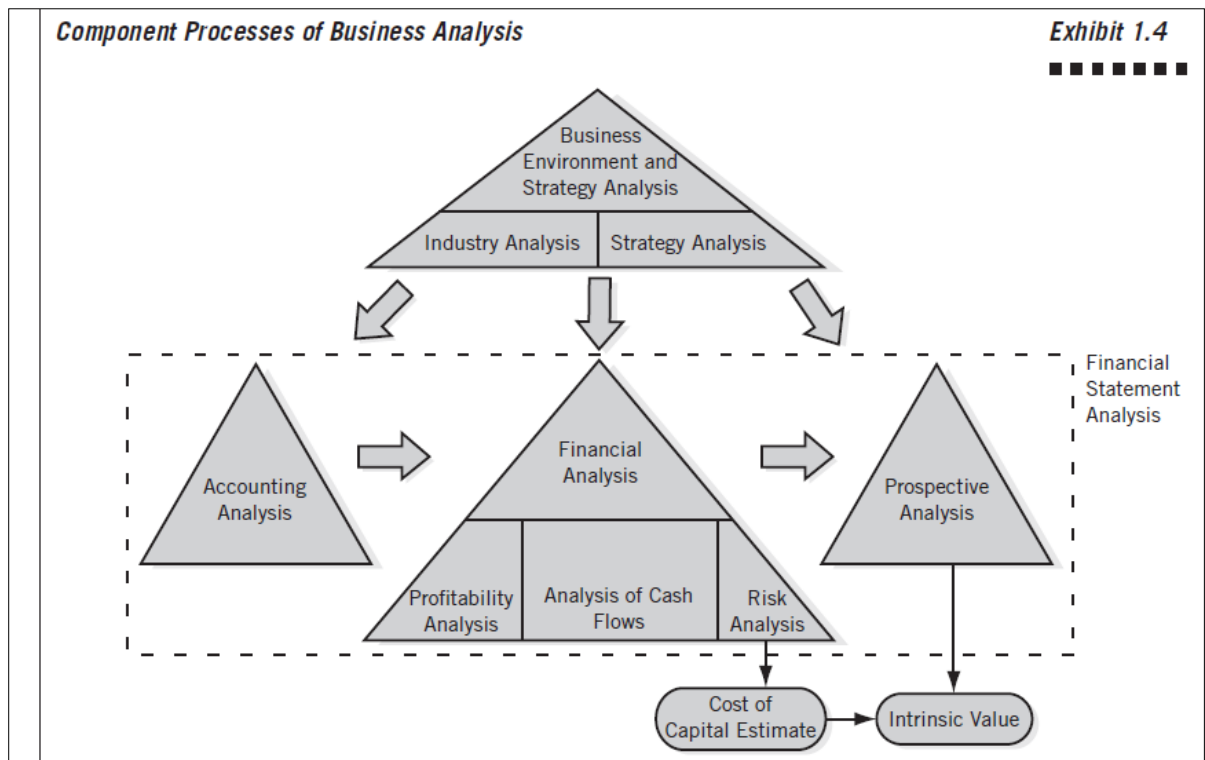
១.៣.២. ធាតុនៃការវិភាគអាជីវកម្ម

ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយ អ្នកវិនិយោគត្រូវដឹងពីសមាសធាតុសំខាន់ៗក្នុងការវិភាគអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុននោះផងដែរ។ ការវិភាគអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្តល់ឲ្យបុគ្គលនូវព័ត៌មានលំអិតស្តីពីក្រុមហ៊ុននោះ ជាហេតុនាំឲ្យបុគ្គលអ្នកទាញយកសេចក្តីសន្និដ្ឋានអំពីស្ថានភាពបច្ចុប្បន្នដែលក្រុមហ៊ុនមួយនោះមានហើយធ្វើការសម្រេចចិត្តលើការវិនិយោគរបស់ខ្លួន ដោយសង្កេតទៅលើផលចំណេញ និងអត្ថប្រយោជន៍ពីការរំពឹងទុកនាពេលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ។

ការវិភាគអាជីវកម្មមានសមាសធាតុចំបងចំនួនបួនដែលក្នុងនោះរួមមាន៖

- ការវិភាគបរិយាកាស និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម
- ការវិភាគគណនេយ្យ ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ
- ការវិភាគការរំពឹងទុក។

រូបភាពទី១៖ ទំនាក់ទំនងនៃធាតុផ្សំទាំងបួនខាងលើ ក្នុងដំណើរការវិភាគអាជីវកម្ម



(Source: Financial Statement Analysis by K.R Subrabyam, 11edition, @2014, on page11)

១.៣.២.១. ការវិភាគបរិយាកាស និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម

ផ្នែកដ៏សំខាន់បំផុតក្នុងការវិភាគអាជីវកម្ម គឺការវិភាគទៅលើការរំពឹងទុករបស់ក្រុមហ៊ុននាពេលអនាគត ប៉ុន្តែវាជាកិច្ចការដ៏ស្មុគស្មាញមួយ ដោយសារដើម្បីសិក្សាពីកត្តានេះ បុគ្គលត្រូវចំណាយពេលសិក្សាទៅលើធាតុមួយចំនួន។ រួមបញ្ចូលទាំងការសិក្សា ពីការវិភាគបរិយាកាស និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម។ ការវិភាគលើបរិយាកាសអាជីវកម្មមានបំណងស្វែងរកឲ្យឃើញនូវ អត្តសញ្ញាណ និងដំណើរការសេដ្ឋកិច្ច និង ស្ថានភាពរបស់ឧស្សាហកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបុគ្គលចង់សិក្សា ដោយរួមបញ្ចូលទាំងការសិក្សាពីផលិតផល កម្លាំងពលកម្ម និងទីផ្សារមូលធនរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ការវិភាគបរិយាកាសនិងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មផ្ដោតសំខាន់លើផ្នែកពីរសំខាន់ៗ គឺការវិភាគលើឧស្សាហកម្មនៃក្រុមហ៊ុន និងការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន។

ក. ការវិភាគឧស្សាហកម្ម

ការវិភាគឧស្សាហកម្ម ទាក់ទងទៅនឹងការរំពឹងទុករបស់ក្រុមហ៊ុន និងកំរិតសមត្ថភាពនៃដៃគូប្រកួតប្រជែងជាក់ស្តែង និងដៃគូប្រកួតប្រជែងនាំមុខរបស់ក្រុមហ៊ុន។

ខ. ការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រ

- ចំណែកការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្ម យកចិត្តទុកដាក់លើ ការសិក្សាពីភាពខ្លាំង ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង (SWOT) នៃដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន¹²។
- ការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មវិញ សំដៅដល់ការវាយតម្លៃទាំងការសម្រេចចិត្តអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន និងភាពជោគជ័យរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការបង្កើតឱកាសប្រកួតប្រជែងមួយ។ ទាំងនេះរួមបញ្ចូលទាំងការវិភាគលើការឆ្លើយតបបែបយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន ទៅកាន់បរិយាកាសអាជីវកម្ម ហើយនឹងកត្តាប៉ះពាល់ដែលបានមកពីការឆ្លើយតបទាំងនោះទៅលើភាពជោគជ័យ និងការលូតលាស់នាពេលអនាគត។
- ការវិភាគយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មតម្រូវឲ្យមានការពិនិត្យបញ្ជាក់ផងដែរ អំពីយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ផលិតផល និងរចនាសម្ព័ន្ធផ្លែងដើមនៃដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន។

១.៣.២.២. ការវិភាគគណនេយ្យ

ការវិភាគគណនេយ្យគឺជាដំណើរការនៃការវាយតម្លៃអំពីកំរិតនៃភាពប្រាកដប្រជានៃប្រព័ន្ធគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅលើស្ថានភាពសេដ្ឋកិច្ចជាក់ស្តែង។ ដើម្បីសម្រេចឲ្យបាននូវការវិភាគគណនេយ្យនេះ បុគ្គលត្រូវសិក្សាពីប្រតិបត្តិការ និងព្រឹត្តិការណ៍នៃក្រុមហ៊ុនមួយ ដើម្បីវាយតម្លៃគោលការណ៍គណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុននោះដោយផ្អែកលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនិង ដើម្បីកែតម្រូវរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុទាំងនោះ។ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជាប្រភពទិន្នន័យចម្បងមួយសម្រាប់ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ។ គុណភាពនៃការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុគឺអាស្រ័យលើ ភាពដែលអាចជឿទុកចិត្តបាននៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ភាពដែលអាចជឿទុកចិត្តបាននៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ក៏ពឹងផ្អែកលើគុណភាពនៃការវិភាគគណនេយ្យផងដែរ។ ជាមួយមក ការវិភាគគណនេយ្យពិតជាមានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំងក្នុងដំណើរការវិភាគបែបប្រៀបធៀប។

ដែនកំណត់នៃគណនេយ្យអាចធ្វើឲ្យមានការប៉ះពាល់ដល់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និង អាចបង្កបញ្ហាពីរសំខាន់ៗនៅក្នុងដំណើរការវិភាគ។

១. បញ្ហាទីមួយ បើព័ត៌មានគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនមានភាពខុសគ្នា នាំឲ្យប៉ះពាល់ដល់សមត្ថភាពក្នុងការប្រៀបធៀបទិន្នន័យ។ បញ្ហាកង្វះសមត្ថភាពក្នុងការប្រៀបធៀប កើតឡើងនៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនដែលបុគ្គលចង់យកក្រុមហ៊ុនផ្សេងគ្នាមកធ្វើការសិក្សាប្រៀបធៀប ប្រើប្រាស់

¹² K.R Surbrabyam, *Financial Statement Analysis* [ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី១១ (២០១៤), ១២។

នូវប្រព័ន្ធគណនេយ្យខុសគ្នាក្នុងការកត់ត្រា ប្រតិបត្តិការ ឬ ព្រឹត្តិការណ៍ស្រដៀងគ្នា។ ម្យ៉ាងទៀត បញ្ហានេះក៏អាចកើតមានឡើងផងដែរនៅពេលដែលក្រុមហ៊ុនមួយផ្លាស់ប្តូរប្រព័ន្ធគណនេយ្យរបស់ខ្លួននៅក្នុងការិយបរិច្ឆេទណាមួយដែលបង្កឲ្យការប្រៀបធៀបគណនេយ្យក្នុងកំឡុងពេលនោះ បាត់បង់នូវសុក្រឹតភាព ឬ មានកំហុសកើតឡើង។

២. បញ្ហាទីពីរ សេរីភាពក្នុងការសម្រេចចិត្ត និងភាពលំអៀងនៃគណនេយ្យនាំឲ្យការបកស្រាយ ប្រាស់ចាកពីព័ត៌មានហិរញ្ញវត្ថុប្រភពដើមដែលបានផ្តល់ឲ្យ។ កំហុសគណនេយ្យ គឺជាគម្លាតព័ត៌មានគណនេយ្យ ពីសេដ្ឋកិច្ចជាក់ស្តែង ហើយវានឹងកើតឡើងក្នុងទម្រង់ដូចជា៖

- ទី១ ការប៉ាន់ស្មានទៅលើការគ្រប់គ្រង (អាយុកាលនៃការប្រើប្រាស់ទ្រព្យបំណុលពិបាកទារ និងទំនិញខូចខាត) អាចជាមូលហេតុក្នុងការធ្វើឲ្យមានកំហុសអចេតនា ឬ ការភ្លេច។ ការប៉ាន់ស្មានខុសគឺជាឫសគល់ចម្បងក្នុងការបង្កើតឲ្យមានកំហុសគណនេយ្យ។
- ទី២ អ្នកគ្រប់គ្រងអាចប្រើប្រាស់សេរីភាពក្នុងការសម្រេចចិត្តរបស់ខ្លួនមកតុបតែង (Window-dress) របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។
- ទី៣ ស្តង់ដាគណនេយ្យក៏អាចជាមូលហេតុបង្កឲ្យមានកំហុសគណនេយ្យកើតឡើងផងដែរ ព្រោះវាមានសភាពខុសគ្នាពីភាពសេដ្ឋកិច្ចពិត។

ការវិភាគគណនេយ្យរាប់បញ្ចូលទាំងការវាយតម្លៃគុណភាព នៃការរកប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ឬគុណភាពគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការវាយតម្លៃគុណភាពនៃការរកប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ទាមទារឲ្យមានការវិភាគទៅលើកត្តាមួយចំនួន ដូចជា អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនគោលនយោបាយគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន គុណភាព និងបរិមាណនៃព័ត៌មានដែលបានលាតត្រដាង ប្រតិបត្តិការនិងកេរ្តិ៍ឈ្មោះនៃការគ្រប់គ្រង ឱកាស និងគ្រឿងលើកទឹកចិត្តក្នុងការគ្រប់គ្រងប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការវិភាគគណនេយ្យក៏ត្រូវរាប់បញ្ចូលទាំងការវាយតម្លៃនៃស្ថេរភាពនៃការរកប្រាក់ចំណូលផងដែរ។

១.៣.២.៣. ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ

ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុគឺជាការប្រើប្រាស់របាយការណ៍ ហិរញ្ញវត្ថុក្នុងការវិភាគ (Financial position and performance) របស់ក្រុមហ៊ុន ហើយក៏ជាការវិភាគលើ Financial Performance ពេលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ អាចធ្វើទៅបានអាស្រ័យទៅលើ កត្តាបីសំខាន់ៗដែលរួមមាន ការវិភាគ លទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ការវិភាគហានិភ័យ និងការវិភាគប្រភពនិងការប្រើប្រាស់ សាច់ប្រាក់ដែលនៅទំនេរ(មូលនិធិ)។

ការវិភាគលទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ គឺជាការវាយតម្លៃនៃផលតបស្នងរបស់ ក្រុមហ៊ុនដែលបានមកពីការវិនិយោគ។ ការវិភាគនេះផ្ដោតសំខាន់ទៅលើធនធាន និងកំរិតនៃ ប្រាក់ចំណេញដែលក្រុមហ៊ុនមាន ហើយរួមបញ្ចូលទាំងការកំណត់និងផ្លាស់ប្តូរផ្ទៃផលប៉ះពាល់ ដែលបានមកពីប្រភពនៃការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញផ្សេងៗពីគ្នា។ វាក៏រួមបញ្ចូលផងដែរនូវការវិភាគ លើប្រភពពីរសំខាន់ៗនៃលទ្ធភាពក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ដែលរួមមាន ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ (ចំណែកប្រាក់ដែលបានមកពីការលក់ ដកនឹង ថ្លៃដើម) និង ការប្រើប្រាស់ដើមទុន។

ការវិភាគហានិភ័យ គឺជាការវាយតម្លៃពីសមត្ថភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការឈានទៅដល់ការ ប្តេជ្ញាចិត្តរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលរួមមានការវាយតម្លៃលទ្ធភាពសងបំណុលនិងលទ្ធភាពក្នុងបម្លែងទ្រព្យ សកម្មភាពទៅជាសាច់ប្រាក់ ជាមួយការប្រែប្រួលនៃការរកប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ការវិភាគ ហានិភ័យ មិនត្រឹមតែផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់ឥណទានយកក្នុងការដឹងពីលទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុន លើការសងបំណុលពេលអនាគតប៉ុណ្ណោះទេ តែវាក៏ដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ផងដែរ សម្រាប់ម្ចាស់ ភាគហ៊ុន ដើម្បីសិក្សាពីភាពដែលអាចជឿទុកចិត្តបាន និង ស្ថេរភាពនៃ Performance ក្រុមហ៊ុន និងដើម្បីប៉ាន់ស្មានថ្លៃដើមមូលធននាពេលអនាគត។

ការវិភាគចលនាលំហូរសាច់ប្រាក់ គឺជាការវាយតម្លៃពីរបៀបដែលក្រុមហ៊ុនកំពុង គ្រប់គ្រង និងប្រើប្រាស់សាច់ប្រាក់របស់ខ្លួនបានយ៉ាងណា។ ការវិភាគនេះបង្ហាញឲ្យឃើញពីភាពឈ្លាសវៃនៃ ក្រុមហ៊ុន ក្នុងការផ្តល់ហិរញ្ញប្បទាននាពេលអនាគត។ ឧទាហរណ៍ ជំនួសឲ្យការខ្ចីសាច់ប្រាក់ពីគេ ក្នុងចំនួនច្រើនដើម្បីយកមកធ្វើការវិនិយោគលើគម្រោងថ្មី ក្រុមហ៊ុនអាចប្រើប្រាស់ប្រាក់ចំណេញ ដែលក្រុមហ៊ុនទទួលបានមកវិនិយោគលើគម្រោងថ្មីមួយ ដែលអាចទទួលបានភាពជោគជ័យនា ពេលអនាគត។

១.៣.២.៤. ការវិភាគលើការរំពឹងទុកនៅពេលអនាគត

ការវិភាគលើការរំពឹងទុក គឺជាស្ថានីយកម្មក្នុងការទូទាត់នាពេលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុន ពីប្រភពប្រាក់ចំណូលឬ លំហូរសាច់ប្រាក់។ ការវិភាគនេះប្រើប្រាស់ការវិភាគគណនេយ្យ ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ និងការវិភាគបរិយាកាសអាជីវកម្ម និងយុទ្ធសាស្ត្រអាជីវកម្មមកធ្វើការវិភាគ។ ទិន្នផលនៃការវិភាគការរំពឹងទុកនាពេលអនាគត ផ្តល់ឲ្យនូវការរំពឹងទុកនូវលទ្ធភាពទូទាត់របស់ក្រុមហ៊ុននាពេលអនាគត ដែលជាកត្តាអាចប៉ាន់ស្មានដឹងពីតម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ។

ជំពូកទី ២

ស្ថានភាពទូទៅ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

២.១. ស្ថានភាពទូទៅ

២.១.១. ប្រវត្តិសង្ខេប

នៅថ្ងៃទី០៨ ខែឧសភា ឆ្នាំ ១៨៨៦ ឧសថការីម្នាក់ឈ្មោះ John S. Pemberton នៅរដ្ឋ អាត្លង់តា(Atlanta) បានផលិតភេសជ្ជៈថ្មីម្យ៉ាងដែល បានដាក់ឈ្មោះឲ្យថា កូកា កូឡា។ លោក Asa Candler គឺជាម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាដំបូងបង្អស់ ហើយលោកបាននាំយកនូវចក្ខុវិស័យជាក់លាក់មួយសម្រាប់អាជីវកម្ម និងម៉ាកសញ្ញាផលិតផលមួយនេះ។¹³

Asa Candler គឺជាអ្នកជំនួញដ៏វៃឆ្លាតមួយរូប គាត់បានកែប្រែ ការបង្កើតកូកា កូឡា ទៅជាអាជីវកម្មដ៏ជោគជ័យមួយ។ ក្នុងឆ្នាំ១៨៩៤ អ្នកជំនួញមកពី មីស៊ីស៊ី(Mississippi)ពីម្នាក់ឈ្មោះ Joseph Biedenharn ជាជនដំបូងដែលបំបែករូបរាងរបស់ភេសជ្ជៈ កូកា កូឡា ពីការដាក់កែវធម្មតាទៅជាការច្រកក្នុងដបយ៉ាងល្អប្រណិតនិងធ្វើឲ្យផលិតផលនេះកាន់តែមានភាពពេញនិយមឡើង ព្រោះអតិថិជនងាយស្រួលកាន់និងយកតាមខ្លួនទៅគ្រប់ទីកន្លែង។¹⁴

ក្នុងឆ្នាំ ១៩២៣ លោក Robert Woodruff បានក្លាយខ្លួនជាប្រធានក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈមួយនេះ។ ក្នុងឆ្នាំ១៩២៨ លោកក៏បានណែនាំផលិតផល កូកា កូឡា តាមរយៈការប្រកួតកីឡាអូឡាំពិកលើកដំបូង ដោយដាក់ភ្ជាប់ផលិតផលនេះ ជាមួយក្រុមកីឡាអូឡាំពិករបស់សហរដ្ឋអាមេរិក ទៅទីក្រុង Amsterdam ក្នុងឆ្នាំ ១៩២៨។¹⁵

បន្ទាប់ពីចិត្តសិបឆ្នាំនៃការទទួលបានជោគជ័យជាមួយនឹងម៉ាកសញ្ញាមួយ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ក៏ចាប់ផ្តើមសម្រេចចិត្តពង្រីកនូវវស្សាជាតិបន្ថែម។ ហ្វាន់តា (Fanta) ត្រូវបានបង្កើតឡើងជាលើកដំបូងនៅឆ្នាំ ១៩៥០ មិនតែប៉ុណ្ណោះផលិតផលដទៃទៀតក៏ចាប់ផ្តើមកើតឡើងជាបន្តបន្ទាប់ដែលរួមមាន ស្ពៃហ៍ (Sprite, ១៩៦១) ថេប(TAB, ១៩៦៣) និង ហ្វេស្កា (Fresca, ១៩៦៦)។ លោក Roberto Goizueta បង្កើតឲ្យមាន ផលិតផល Diet Coke, ដែលជាផលិតផលបន្ថែមដំបូងបំផុត

¹³ <http://www.coca-cola.co.uk/stories/our-story-1886-1892--the-beginning>(ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា ២០១៧)។

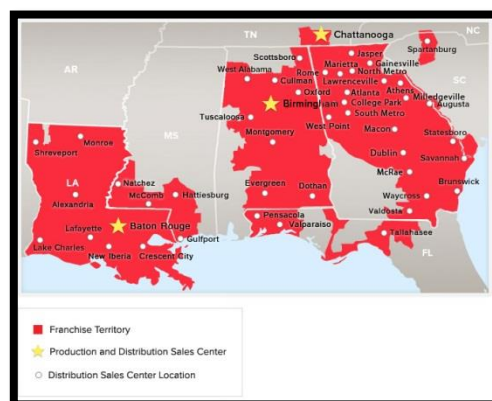
¹⁴ <http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/heritage/our-story-1893-1904-the-early-years> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា ២០១៧)។

¹⁵ <http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/heritage/our-story-1919-1940--cokes-first-olympics> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា ២០១៧)។

ដែលប្រើប្រាស់ម៉ាកសញ្ញា Coca-Cola ។ ក្នុងរយៈពេលត្រឹមតែពីរឆ្នាំ វាបានក្លាយទៅជាភេសជ្ជៈកំពូលដែលមានការទូទាត់នៅលើពិភពលោក ដែលទទួលបានប្រជាប្រិយភាព និងជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំង។ មកដល់ឆ្នាំ១៩៩០ ដែលត្រូវបានគេកំណត់ថា ជាឆ្នាំដែលក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាមានសន្ទុះយ៉ាងលេចធ្លោមួយទៀត ដោយក្រុមហ៊ុននេះបានសហការគាំទ្រព្រឹត្តិការណ៍កីឡាសំខាន់ៗជាច្រើនដែលនៅក្នុងនោះមាន ការប្រកួតកីឡាអូឡាំពិក កីឡាបាល់ទាត់ FIFA World Cup កីឡាបាល់ទាត់ World Cup និងសមាគមន៍បាល់បោះជាតិថៃមទៀត¹⁶។

២.១.២. ទីតាំងភូមិសាស្ត្រ

នាពេលបច្ចុប្បន្ន ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា បាននឹងកំពុងពង្រីកសាខារបស់ខ្លួនឲ្យមានវិសាលភាពពាសពេញពិភពលោក។ ដោយឡែកទីស្នាក់ការកណ្តាលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ គឺស្ថិតនៅកន្លែងដែលវាបានកើតដំបូងគឺនៅអាត្លង់តា រដ្ឋដូចជា (Georgia) នៃសហរដ្ឋអាមេរិក¹⁷។ ក្រុមហ៊ុននេះ បានចែកចាយផលិតផលរបស់ខ្លួនទៅកាន់ ២០០ប្រទេសជុំវិញពិភពលោក និង មានទីតាំងច្រកដបផលិតផលកូកា កូឡាយ៉ាងច្រើនសន្លឹកសន្លាប់ ប្រហែល ២៧៥កន្លែងជុំវិញពិភពលោក។ បើក្រឡេកមើលនៅក្នុងទឹកដីសហរដ្ឋអាមេរិកផ្ទាល់ គេឃើញមាន រោងចក្រច្រកដបផលិតផលកូកា កូឡាជាច្រើនដែលត្រូវបានបែងចែកជាបីតំបន់ធំៗគឺ ភូមិភាគកណ្តាលចំនួន១៥កន្លែង ខាងកើត១៤កន្លែង និងខាងលិច៦កន្លែង¹⁸។



រូបភាពទី២៖ ទីស្នាក់ការរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡានាពេលបច្ចុប្បន្ននិងរោងចក្រផលិតផលកូកា កូឡានៅសហរដ្ឋអាមេរិក

¹⁶ <http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/heritage/our-story-1919-1940--cokes-first-olympics> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា)។

¹⁷ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Coca-Cola_buildings_and_structures (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា)។

¹⁸ <https://cocacolaunited.com/locations> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា)។

២.១.៣. ស្លាកសញ្ញាផលិតផល កូកា កូឡា

ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន Coca-Cola គឺជានិមិត្តរូបមួយដែលត្រូវបានស្គាល់ជាសកល។ ទោះបីជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ស្លាកសញ្ញាមួយនេះត្រូវបានទ្រង់ទ្រាយជាច្រើនលើករួចមកហើយ។ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា បានប្តូរនូវស្លាកសញ្ញាចំនួន១២ដង ប៉ុន្តែរាល់និមិត្តសញ្ញានីមួយៗមានរំលេចដោយអក្សរ CocaCola ដោយគ្រាន់តែដូរនូវទ្រង់ទ្រាយតែប៉ុណ្ណោះ។ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា បានចាប់រចនាតាំងពីឆ្នាំ ១៨៨៧ រហូតដល់ឆ្នាំ២០១៦ ស្លាកសញ្ញា កូកា កូឡា បានផ្លាស់ប្តូររូបរាងរបស់ខ្លួនទៅជារូបដែលមានលំអដោយដប់ កូកា កូឡា បួនដប់ដែលតំណាងឲ្យការជួបជុំគ្រួសារ ឈរជាប់និងអក្សរ សាកល្បងរសជាតិ(Test the Feeling)¹⁹។



រូបភាពទី៣៖ ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា នាពេលបច្ចុប្បន្ន

២.២. បក្ខវិស័យ និងបេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

២.២.១. បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

កូកា កូឡាជាក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈដ៏ធំមហិមាមួយនៅក្នុងពិភពលោក ដែលបានដំណើរការពេលជាង ១៣០ឆ្នាំមកហើយ។ បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា គឺបង្ហាញពីគោលបំណងដ៏វែងឆ្ងាយក្នុងនាមជាក្រុមហ៊ុនមួយ ដែលបំរើនូវភេសជ្ជៈហើយត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ពាសពេញពិភពលោក។ ក្រុមហ៊ុននេះតែងតែឲ្យតម្លៃទៅលើសកម្មភាពនិងការសម្រេចចិត្តដែលជាផ្នែកនៃបេសកកម្មរបស់ខ្លួន។ បេសកកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា គឺ²⁰៖

- ⊕ ដើម្បីធ្វើឲ្យពិភពលោកមានភាពស្រស់ស្រាយ
- ⊕ ដើម្បីជំរុញឲ្យមាន សុទិដ្ឋិនិយម និងសុភមង្គល
- ⊕ ដើម្បីបង្កើតនូវគុណតម្លៃ និង ភាពខុសប្លែកមួយ

¹⁹ <http://www.coca-colajourney.com.au/stories/trace-the-130-year-evolution-of-the-coca-cola-logo> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២៤ មិថុនា)។

²⁰ <http://www.coca-colacompany.com/our-company/mission-vision-values> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២៤ មិថុនា ២០១៧)។

២.២.២. ចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

មិនខុសអំពីក្រុមហ៊ុនដទៃប៉ុន្មានទេ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាតែងតែមានចក្ខុវិស័យមួយផ្ទាល់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធ្វើការវាស់វែងសមត្ថភាព និង ការរំពឹងទុកនាពេលអនាគត។ ក្នុងន័យនេះដែរ ដើម្បីសម្រេចបាននូវគោលបំណងបន្តឲ្យមាននិរន្តរភាពកំណើនគុណភាព ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាមានចក្ខុវិស័យដូចខាងក្រោម៖

- ចំពោះមនុស្ស៖ ធ្វើជាទីកន្លែងដើម្បីធ្វើការ ដែលផ្តល់ឲ្យមនុស្សនូវការលើកទឹកចិត្តឲ្យបានច្រើនបំផុតតាមដែលពួកគេអាចធ្វើបាន
- ដៃគូ៖ រក្សាចំណងទាក់ទងល្អជាមួយអតិថិជន និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់។ អ្នកទាំងអស់គ្នា យើងជួយគ្នា និងរក្សាគ្នាទៅវិញទៅមក ដើម្បីបង្កើតនូវគុណតម្លៃមួយ
- ភពផែនដី៖ គឺជាពលរដ្ឋដែលមានទំនួលខុសត្រូវម្នាក់ ដោយការជួយគ្នាក្នុងការកសាងនិងទំនុកបំរុងសហគមន៍របស់យើងប្រកបដោយនិរន្តរភាព
- ប្រាក់ចំណេញ៖ ផ្តល់ឲ្យមានអតិបរមានៃអត្ថប្រយោជន៍រយៈពេលវែងសម្រាប់ ម្ចាស់ភាគហ៊ុន ខណៈពេលដែលយើងយកចិត្តទុកដាក់ លើការទទួលខុសត្រូវទាំងមូល
- ផលិតភាព៖ ជាអង្គភាពមួយប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ អាចពឹងផ្អែកបាន និងមានដំណើរការវិវត្តន៍លឿន

លើសពីនេះទៅទៀត ចក្ខុវិស័យឆ្នាំ ២០២០ របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ដើម្បីបន្តការលូតលាស់ដែលជាអាជីវកម្មមួយរយៈពេលដប់ឆ្នាំ និងឆ្នាំបន្ទាប់ទៅមុខ ក្រុមហ៊ុនត្រូវតែសម្លឹងមើលទៅមុខ យល់ពីនិន្នាការនិង កម្លាំងដែលនឹងមានឥទ្ធិពលអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន នៅពេលអនាគតនិងភាពបត់បែន យ៉ាងលឿនដើម្បីរៀបចំសម្រាប់អ្វីដែលជាការទៅមក។ ចំពោះក្រុមហ៊ុន យើងទាំងអស់គ្នាត្រូវតែទទួលបានត្រៀមខ្លួនជាស្រេចសម្រាប់ថ្ងៃស្អែកនៅថ្ងៃនេះ។ វាបង្កើតជាគោលដៅរយៈពេលវែងសម្រាប់អាជីវកម្មរបស់យើងនិងផ្តល់ឱ្យយើងនូវ “ផែនទីបង្ហាញផ្លូវ” សម្រាប់ការឈ្នះការរួមគ្នាជាមួយនឹងដៃគូក្រុមហ៊ុនរបស់យើង។

២.៣. រចនាសម្ព័ន្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាក៏មានរចនាសម្ព័ន្ធមិនខុសពីក្រុមហ៊ុនដទៃទៀតប៉ុន្មានឡើយ ប៉ុន្តែដោយសារក្រុមហ៊ុននេះជាក្រុមហ៊ុនខ្នាត ធំនិងមានសាខាជាច្រើននៅបណ្តាប្រទេសជុំវិញពិភពលោក នេះជាមូលហេតុដែលធ្វើឲ្យបេក្ខជនក្រុមប្រឹក្សាភិបាល តែងទទួលការចាប់អារម្មណ៍ពីសាធារណៈជនទូទៅក៏ដូចជាវិនិយោគិនផងដែរ។

តារាងទី៧៖ តារាងបេក្ខជនក្រុមប្រឹក្សាភិបាល និងអ្នកចាត់ការសំខាន់២១

ឈ្មោះ	តួនាទី
Herbert A. Allen	ជាម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងជាប្រធានចាត់ការទូទៅ និងជាអ្នកដឹកនាំនិងជាម្ចាស់ហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន
Ronald W. Allen	អតីតប្រធាននៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាល និងម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន និងជាប្រធានចាត់ការណ៍ទូទៅនិងជាម្ចាស់ Aaron Inc និងក្រុមហ៊ុនអាកាសចរណ៍Delta Inc.
Marc Bolland	ប្រធាននៃប្រតិបត្តិការណ៍ផលបត្រអឺរ៉ុបនៃ The Blackstone Group L.P
Ana Botin	ប្រធានចាត់ការទូទៅនៅ Banco Santander, S.A
Richard M. Daley	ប្រធានចាត់ការទូទៅនៅ Tur Partners LLC; Counsel, Katten Muchin Rosenman LLP
Barry Diller	ប្រធានចាត់ការទូទៅ និងជាមន្ត្រីប្រតិបត្តិការជាន់ខ្ពស់ នៅ IAC/Inter Active Corp and Expedia, Inc.
Helene D. Gayle	ប្រធានចាត់ការទូទៅនៅ McKinsey Social Initiative
Alexis M. Herman	ប្រធានចាត់ការទូទៅនៅ New Ventures LLC
Muhtar Kent 4	ប្រធានចាត់ការទូទៅនៅThe Coca-Cola Company
Bobby Kotick	ម្ចាស់ក្រុមហ៊ុន ,ប្រធានចាត់ការទូទៅ និងជាអ្នកចាត់ការ Activision Blizzard, Inc.
Maria Elena Lagomasino Sam Nunn	ប្រធានចាត់ការទូទៅនិងជាដៃគូគ្រប់គ្រងនៅWE Family Offices សហប្រធានចាត់ការទូទៅនៅ Nuclear Threat Initiative (NTI)
James Quincey	ប្រធានចាត់ការទូទៅនៅThe Coca-Cola Company
David B. Weinberg	ប្រធាននៃក្រុមប្រឹក្សាភិបាល និងជាប្រធានចាត់ការណ៍ទូទៅនៅ Judd Enterprises, Inc

Source៖ <http://www.coca-colacompany.com/our-company/board-of-directors>

២.៤. ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន

ចាប់តាំងពីក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា បានចាប់ផ្តើមមានវត្តមាននៅលើទីផ្សារពិភពលោកមក ក្រុមហ៊ុននេះបានចាប់ផ្តើម ពង្រីកម៉ាកផលិតផលរបស់ខ្លួនបន្ថែមទៀតតាមរយៈការ ផលិតដោយ ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់ និងការទិញយកម៉ាកផលិតផលពីដៃគូខាងក្រៅផងដែរ។ ដោយសារផលិតផល

²¹ <http://www.coca-colacompany.com/our-company/board-of-directors> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២៤ មិថុនា ២០១៧)។

របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានច្រើនសន្លឹកសន្លាប់ ដូចនេះវាត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ទៅតាមម៉ាកសញ្ញា របស់ផលិតផល និងទៅតាមក្រុមផលិតផល។

២.៤.១. បំណាច់ថ្នាក់ទៅតាមម៉ាកសញ្ញារបស់ផលិតផល

កូកា កូឡា គឺមានការពេញនិយមបំផុត និង ជាភេសជ្ជៈដែលលក់ដាច់បំផុតក្នុងប្រវត្តិសាស្ត្រ មិនតែប៉ុណ្ណោះក៏ជាស្លាកសញ្ញាដែលទទួលស្គាល់ក្នុងពិភពលោក។ កូកា កូឡាបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ ១៨៨៦ និងបានចុះបញ្ជីពាណិជ្ជកម្មក្នុងឆ្នាំ១៨៨៧ ។

ក្នុងឆ្នាំ១៨៩៩ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាបានចាប់ផ្តើមទទួលបានសិទ្ធិប្រតិបត្តិការលក់ផលិតផល ជាដបក្នុងសហរដ្ឋអាមេរិក និង ក្នុងឆ្នាំ ១៩០៨ បានបន្តប្រតិបត្តិការចេញទៅកាន់អន្តរជាតិ។ រហូត មកដល់ពេលបច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានផលិតផលប្រមាណជាង៥០០ប្រភេទចែកចាយ តាមបណ្តាប្រទេសជាង២០០ប្រទេសគិតមកដល់បច្ចុប្បន្ន និង ៣៥ ម៉ាកសញ្ញាធំៗផងដែរ²²។ ខាង ក្រោមនេះជាម៉ាកសញ្ញាផលិតផលពេញនិយមក្នុងក្រុមហ៊ុន និង ប្រចាំឆ្នាំ៖

តារាងទី៨៖ ម៉ាកសញ្ញាផលិតផលពេញនិយមក្នុងក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា និងប្រចាំឆ្នាំ៖

ផលិតផល	ប្រភេទផលិតផល	តម្រូវការអតិថិជន	ដៃគូប្រកួតប្រជែង
១.Coca-Cola Classic Vanilla Classic Cherry Classic	-ភេសជ្ជៈកាបូណាត -កម្រិតជាតិស្ករ ៣៥ ក្រាមក្នុង ៣៣០ ម ល។	-ពេញនិយមសម្រាប់មនុស្សគ្រប់វ័យ។ Coca-Cola Class មានលក្ខណៈ៖ ពិសេស ដោយបំពេញនូវតម្រូវការនិង ភាពស្រស់ស្រាយបន្ទាប់ពីទទួលបាន។ -លក់ដាច់ខ្លាំង នៅតាមបណ្តាប្រទេស ជាច្រើនក្រៅពីអាហ្វ្រិក និងសហរដ្ឋអា មេរិក។	
២.Diet Coke Coca Cola Zero, Coca Cola light	-ភេសជ្ជៈកាបូណាត	-ពិសេសដែលបំពេញតាមតម្រូវការ និងភាពចង់បានរបស់អតិថិជន ដែរ។ Coke ជាម៉ាកសញ្ញាដែលល្បីតាំងពី ឆ្នាំ១៨៨៤។ -លក់ដាច់នៅតាមបណ្តាប្រទេសជា ច្រើនជាពិសេសនៅតាមភោជនីយដ្ឋាន និងFast food	-Diet Pepsi -Diet-Mountain Dew
៣. Sprite Sprite lemon	-ភេសជ្ជៈកាបូណាត -រសជាតិក្រូចឆ្មារ និង	-ពេញនិយមខ្លាំងសម្រាប់យុវវ័យ បំបាត់ការស្រែកទឹក ភាពឆ្អើយហាត់	Sprite ជាដៃគូ ប្រកួតប្រជែងធំ

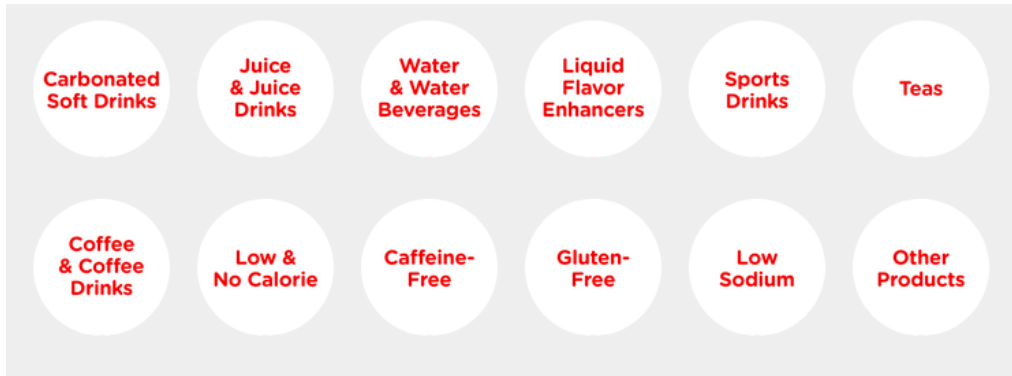
²² <http://www.therichest.com/rich-list/most-popular/top-10-most-popular-coca-cola-products/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២៧ មិថុនា ២០១៧)។

Sprite lime Sprite Zero	ក្រូច	អស់កម្លាំងយ៉ាងមានប្រសិទ្ធភាពដែរ -លក់នៅតាមបណ្តាប្រទេសជាង ១៩០	មួយជាមួយ ផលិតផល 7Up របស់ Pepsi។
៤. Fanta Fruit: Orange , grape Strawberry,Pineapple Mago, Passion Apple, Sour Chhery Raspberry និងមាន ១០០ជម្រើសផ្សេងៗ	-ភេសជ្ជៈទឹកផ្លែឈើ កាបូណាត	-ល្អសម្រាប់គ្រួសារ,បរិយាកាស រីករាយ, មិនប៉ះពាល់សុខភាព និង មានរសជាតិអស្ចារ្យ។ -ផលិតផលនេះសាយភាយនៅអឺរ៉ុប ដែលអ្នកទទួលប្រមាណជា ១៣០ លានដបរាល់ថ្ងៃជុំវិញពិភពលោក។ -ជាស្លាកសញ្ញាធំលំដាប់ទី២បន្ទាប់ពី កូកា កូឡា	
៥. Powerade	-ភេសជ្ជៈថាមពល ក្នុងវិស័យកីឡា	-Powerade វាយលុកបាន ៧៥%នៅ ក្នុងទីផ្សារនៃសហរដ្ឋអាមេរិក។ -ជាជម្រើសដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់ការ នឿយហត់ពីការហាត់ប្រាណ និង កីឡា -Powerade ជួយបំពេញជាតិទឹកបាន យ៉ាងល្អ	Gatorade
៦. Del Valle	-ប្រភេទទឹកផ្លែឈើ	-កំពុងឈានចូលក្នុងទីផ្សារ Latin American និងលក់ដាច់ខ្លាំងក្នុង ប្រទេស Mexico, Venezuela, Brazil និងប្រទេសផ្សេងទៀត។	
៧. Fuze	- ទឹកផ្លែឈើ -តែ	-ជាម៉ាកសញ្ញាល្បីក្នុងបណ្តាប្រទេស នៅអាស៊ី -ពេញនិយមបំផុត សម្រាប់ប្រទេស ដែលចូលចិត្តតែដូចជាប្រទេសជប៉ុន ជាដើម។ -ទឹកផ្លែឈើរហូតទៅដល់៣០ប្រភេទ។	
៨.Minute Maid -ទឹកក្រូច -ទឹកក្រូចឆ្មារ -ទឹកប៉ោម -ទឹកទំពាំងប៉ាយជួរ	- Concentrate and Carbonated ឈាម បញ្ចូលទាំងរសជាតិ ផ្លែឈើថែមទៀត ផង។	-Minute Maid មានប្រតិបត្តិការលក់ ជាច្រើននៅតាមបណ្តាទីផ្សារធំៗ ក្នុង ប៉ែកអឺរ៉ុប និងជាអ្នកចែកចាយ ទឹកផ្លែ ឈើធំក្នុងពិភពលោក -កំណើនការលក់កើនដល់ ២លាន ដុល្លារ ក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈទាំងមូល។	

(Source: <http://www.therichest.com/rich-list/most-popular/top-10-most-popular-coca-cola-products/>)

២.៤.២. ចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលនៅតាមក្រុមនៃសជាតិ

រូបភាពទី៥៖ ចំណាត់ថ្នាក់ផលិតផលក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ទៅតាមក្រុមសជាតិ



(Source៖ <http://www.vendingmarketwatch.com/news/12289528/coca-cola-strategies-for-2017-include-new-product-launches>)

បើចែកថ្នាក់ទៅតាមប្រភេទផលិតផល ផលិតផល កូកា កូឡាត្រូវបានបែងចែកជា ១២ ក្រុមដែលរួមមាន ភេសជ្ជៈកាបូណាត ទឹកផ្លែឈើ ទឹកបរិសុទ្ធនិងភេសជ្ជៈ សជាតិតែ កាហ្វេ និង ភេសជ្ជៈដទៃមួយចំនួនទៀត។

២.៥. ទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

២.៥.២. ការពង្រីកវិសាលភាពផលិតផលសុខភាព

នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ប្រាក់ចំណេញសុទ្ធរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាបានធ្លាក់ចុះ ៤% ទោះបីជា ផលិតផលផ្នែកសរីរាង្គរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាមានកំណើនបរិមាណនៃការលក់២%ក្នុងចំណោម ផលិតផលទាំងអស់របស់ក្រុមហ៊ុន។ផលិតផលបែបសរីរាង្គនេះកំពុងមានការគាំទ្រខ្លាំងពីសំណាក់ អតិថិជននិងអ្នកដែលគាំទ្រផលិតផល កូកា កូឡា ដោយសារផលិតផលនេះមិនមានជាតិប្លាស និងកម្រិតជាតិស្ករមិនប៉ះពាល់ដល់សុខភាព។ ក្នុងចំណោមផលិតផលសុខភាព នេះរួមមាន៖

ភេសជ្ជៈសរីរាង្គជាប្រភេទភេសជ្ជៈម៉្យាងក្នុងចំណោមប្រភេទផលិតផលសុខភាពដែលកំពុង លក់ដាច់ខ្លាំងក្នុងត្រីមាសទីបីក្នុងឆ្នាំ២០១៦នេះដែរ។ ម៉ាកសញ្ញា កូកា កូឡាដែលជាភេសជ្ជៈ កាបូណាតមានតំហាយចុះនូវតម្រូវការទិញដោយសារកម្រិតជាតិស្ករប៉ះពាល់ដល់សុខភាពជាកត្តា ដែលនាំអោយផលិតផល កូកា កូឡា ថយចុះនូវប្រជាប្រិយភាពដូចនេះ ក្រុមហ៊ុនក៏បែរមកបង្កើន នូវការកែច្នៃនិងពង្រីកភេសជ្ជៈបែបសុខភាពដែលជាប្រភេទសរីរាង្គ និងគ្មានជាតិកាបូណាតវិញ។

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានគំរោងជាច្រើនក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ ដែលក្រុមហ៊ុននេះ កំពុងតែបង្វែរ ទិសដៅរបស់ខ្លួនទៅរកភេសជ្ជៈបែបសរីរាង្គវិញ។នេះដោយសារតែគំនាបនៃបញ្ហាសុខភាពដែល ចោទមកលើក្រុមហ៊ុន ភេសជ្ជៈកាបូណាតមួយនេះ។ ទឹកដីអាមេរិកដែលជាដើមកំណើតដំបូងនៃ

ផលិតផលកូកា កូឡា ហើយក៏ជាទីផ្សារធំមួយក្នុងចំណោមទីផ្សារដទៃរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ បានកំពុងតែផ្លាស់ប្តូរទស្សនៈមកប្រើប្រាស់ភេសជ្ជៈបែបសរីរាង្គ ឬភេសជ្ជៈបែបសុខភាពវិញ ដោយពួកគេយល់ឃើញថាភេសជ្ជៈដែលសម្បូរជាតិស្ករធ្វើឲ្យពួកគេឡើងទម្ងន់ ហើយការឡើងទម្ងន់គឺជាប្រសគល់នៃជំងឺ²³។ ដើម្បីដោះស្រាយចំពោះបញ្ហានេះ ក្រុមហ៊ុនក៏ចាប់ផ្តើមពង្រីកវិសាលភាពនៃផលិតផលរបស់ខ្លួន តាមរយៈការទិញស្លាកសញ្ញាភេសជ្ជៈសុខភាពជាច្រើនដែលនៅក្នុងនោះរួមមានក្រុមហ៊ុនលំដាប់ពិភពលោក ៥ដូចជា²⁴៖

- **Monster Beverages៖** នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៥ អាចរកប្រាក់ចំណូលបាន ២.១៥កោដិដុល្លារ។ ក្រុមហ៊ុននេះ បានផ្ទេរផលិតផល(ផលិតផលមិនប៉ូវកំលាំង ឬមានជាតិស្ករតិច) ទាំងអស់របស់ខ្លួនឲ្យមកក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ដែលរួមមាន Hansen's natural sodas, Peace Tea, Hubert's Lemonade, និង Hansen's Juice products ថែមទៀតផង។
- **FUZE Beverages៖** ត្រូវបានទិញយកដោយក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡានៅក្នុងឆ្នាំ២០០៧។ វាបានពង្រីកវិសាលភាពនៃផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ក្នុងទ្រង់ទ្រាយជាតិ និងទឹកផ្លែឈើ រហូតទៅដល់ ៣០ប្រភេទ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន វាជាស្លាកសញ្ញាដែលមានតម្លៃរាប់កោដិរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។
- **Vitamin Water៖** ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាបានទិញយកក្រុមហ៊ុននេះនៅឆ្នាំ២០០៧ ក្នុងតម្លៃ ៤.២កោដិដុល្លារ។ ក្រុមហ៊ុននេះជាយុទ្ធសាស្ត្រថ្មីមួយទៀតសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាដើម្បីបង្កើតនូវភេសជ្ជៈដែលគ្មានជាតិកាហ្វេអ៊ីន។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន Vitamin Water ជាផលិតផលដែលពេញនិយមមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។
- **Minute Maid Brands៖** ត្រូវបានទិញយកដោយក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡានៅក្នុងឆ្នាំ១៩៦០។ ផលិតផលសំខាន់ៗរបស់ក្រុមហ៊ុននេះគឺ ទឹកផ្លែឈើដែលមានដូចជា ទឹកក្រូច ទឹកក្រូចឆ្មារ ទឹកប៉ោម និងទឹកទំពាំងបាយជូរជាដើម។
- **Bottlers Investment Group៖** វាបានក្លាយខ្លួនជាទ្រព្យសកម្មដ៏មានតម្លៃបំផុតសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។ ក្រុមហ៊ុននេះ ត្រូវបានបង្កើតក្នុងឆ្នាំ២០០៦ ក្នុងគោលបំណងដើម្បីចែកចាយសំបកដបទៅដល់អ្នកដែលមានតម្រូវការ។ វាបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងដំណើរ

²³ <http://www.businessinsider.com/people-drinking-less-coke-and-pepsi-2016>(ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា ២០១៧)។

²⁴ <http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-ko.asp> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា ២០១៧)។

ការចែកចាយផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។ បច្ចុប្បន្ននេះវាមានប្រហែលជាជាង ២៥០ (ប្រហែល ២៧៥កន្លែង) កន្លែងនៅលើពិភពលោក។²⁵

ដើម្បីពង្រឹង និងពង្រីកសក្តានុពលភាពរបស់ខ្លួននៅផលិតផលសរីរាង្គនេះ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាបានទិញយកផលិតផល ទឹកសណ្តែកAdeS របស់ក្រុមហ៊ុន យូនីលីវើល ក្នុងតម្លៃ ៥៧៥ លានដុល្លារ។ ទឹកសណ្តែកAdeS គឺជាទឹកសណ្តែកជាប់លំដាប់ថ្នាក់ទី២លើពិភពលោក ដែលអាចរកប្រាក់ចំណូលបានរហូតដល់ ២៨៤លានដុល្លារ ហើយក៏ផលិតផលដែលមានប្រជាប្រិយភាពមួយនៅក្នុង តំបន់ Latin America ដែលរួមមានប្រទេសមួយចំនួនដូចជា Brazil, Argentina, Uruguay, និង Paraguay។²⁶

២.៥.១. ការលក់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

មនុស្សជាង៩០%នៅលើពិភពលោកបានស្គាល់និមិត្តសញ្ញារបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ដោយសារតែភាពសម្បូរបែបនៃផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ បើទោះបីជាពេលខ្លះផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មួយចំនួនមិនបានប្រើប្រាស់ស្លាកសញ្ញាកូកា កូឡានៅលើសំបកដបក៏ដោយ។ ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាមានផលិតផល៣,៥០០មុខហើយមានភេសជ្ជៈសរុបវិញគឺប្រហែល ៥០០ប្រភេទ។ ក្រុមហ៊ុននេះបានកាន់កាប់ស្លាកសញ្ញាល្បីៗនៃផលិតផលដែលគ្មានជាតិស្រវឹងតម្លៃរាប់កោដិ ១៥ក្នុងចំណោម ៣៣ម៉ាកសញ្ញានៅលើពិភពលោក។

តាមការដាក់ស្រង់ពីក្នុងវេបសាយមួយបាន លើកឡើងថានៅលើពិភពលោកមានចំនួនប្រជាជន ៧.៣កោដិនាក់ ហើយម្នាក់ក្នុងចំណោមពួកគេ នឹងប្រើប្រាស់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា យ៉ាងហោចណាស់ មួយដប់ក្នុងរយៈពេល៤ថ្ងៃ។²⁷ អ្វីដែលមិនគួរឲ្យជឿនោះគឺថា ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាអាចលក់ដាច់ ១០,៤៥០ កំប៉ុងនៃភេសជ្ជៈរបស់ខ្លួនរៀងរាល់រយៈពេល ១វិនាទី។²⁸

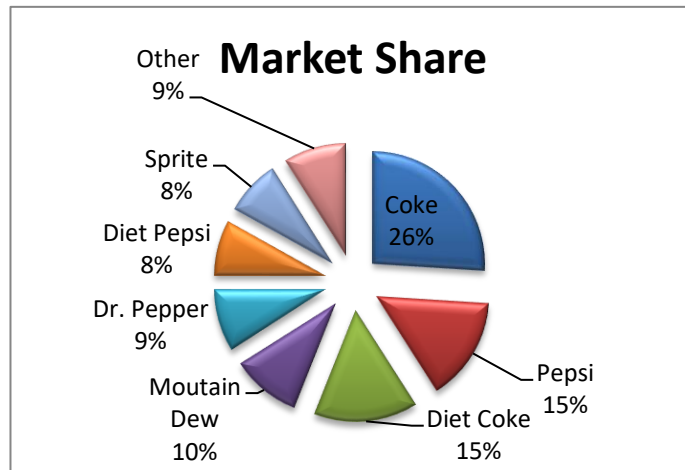
²⁵ <http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-ko.asp> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៩ កក្កដា២០១៧)។

²⁶ <http://fortune.com/2016/06/01/coca-cola-soy-beverage-deal/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៩ កក្កដា ២០១៧)

²⁷ <http://brandongaille.com/24-great-coca-cola-sales-statistics/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា ២០១៧)។

²⁸ <http://www.statisticbrain.com/coca-cola-company-statistics/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា ២០១៧)។

ក្រាហ្វិចទី១៖ ចំនួនភាគហ៊ុនរបស់ ភេសជ្ជៈនៅលើពិភពលោក(Worldwide Unit Case Volume Geographic Mix)



Source: <http://www.statisticbrain.com/coca-cola-company-statistics/>

ភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នៅតែបន្តកើនឡើងជាលំដាប់អស់រយៈពេលជាង ៥០ ឆ្នាំមកហើយបើទោះបីប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះនៅតែបន្តធ្លាក់ចុះនៅក្នុងបណ្តាឆ្នាំថ្មីៗកន្លងមកនេះ។ ប៉ុន្តែម៉ាកសញ្ញានីមួយៗដែលល្បីក្នុងក្រុមហ៊ុន មានសន្ទុះខ្លាំងក្នុងវិស័យផ្សារហ៊ុនដែលជាហេតុធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នៅតែបន្តប្រជាប្រិយភាពខ្លួនបានរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃ។ តើក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ប្រើប្រាស់យុទ្ធសាស្ត្រអ្វីមកដោះស្រាយបញ្ហានេះ? ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ដើម្បីរក្សាស្ថេរភាពនិងត្រៀមខ្លួននឹងបង្កើនសក្តានុពលរបស់ខ្លួនតាមរយៈវិធីសាស្ត្រពីរគឺ ការវាយលុកទីផ្សារអន្តរជាតិ និង ការពង្រីកវិសាលភាពផលិតផលសុខភាព។

២.៦.៣. យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

កូកាកូឡា គឺជាភេសជ្ជៈមានទីផ្សាររលាយមុខលើពិភពលោក និងប្រតិបត្តិការ ក្នុងបណ្តាប្រទេសច្រើនជាង២០០ ប្រទេសជុំវិញពិភពលោក។ កូកា កូឡាលក់ជាប្រភេទផ្សេងៗគ្នានៃភេសជ្ជៈ។ កូកា កូឡាបង្កើត៦០%នៃប្រាក់ចំណូលរបស់ខ្លួន និងប្រហែល ៨០% នៃប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួន បានមកពីបណ្តាប្រទេសដទៃ ក្រៅពី សហរដ្ឋអាមេរិច ព្រមទាំងមានមានម៉ាកល្បីដែលគេទទួលស្គាល់ជាសកល។ តាមរយៈអាជីវកម្មនេះ ផងដែរប្រហែល៩៥%នៃប្រជាជនពិភពលោកបានដឹងពីឡូហ្គោ ពណ៌ស និងពណ៌ក្រហមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។

ការបែងចែក ការកំណត់ទិសដៅ និងទីតាំងរបស់កូកាកូឡា ជាយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។ ការបែងចែក ជួយ កំណត់ស្លាកសញ្ញាផលិតផលសមស្របសម្រាប់

ក្រុមអតិថិជនជាក់លាក់។ ក្រុមហ៊ុនក្អកក្អមមានធនធានកំណត់គោលដៅជាក់លាក់ណាមួយទេប៉ុន្តែ សម្របខ្លួនជាមួយ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ខ្លួនដោយបង្កើតផលិតផលថ្មី។

ស្រដៀងគ្នាដែរ ក្អក ក្អមប្រើការរួមបញ្ចូលនៃភាពមិនរើសអើងគ្រប់ប្រទេស គ្រប់អតិថិជន និងយុទ្ធសាស្ត្រ សង្កត់លើទីផ្សារដូចជា កន្លែងធ្វើទីផ្សារសម្រាប់ផលិតផលជាក់លាក់ដើម្បី ជំរុញការលក់នៅក្នុងទីផ្សារប្រកួតប្រជែង។ ក្អក ក្អមមានប្រជាប្រិយនៅទូទាំងពិភពលោក ហើយក៏ជាចំណូលចិត្តសម្រាប់មនុស្សគ្រប់វ័យ។ ក្អក ក្អម ប្រើប្រាស់ឥរិយាបថយុទ្ធសាស្ត្រនៃ ការប្រកួតប្រជែង ឈានទៅរកការប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យទីផ្សារភេសជ្ជៈគ្មានជាតិស្រវឹង។

២.៦.៣.១. អត្ថប្រយោជន៍ប្រកួតប្រជែងក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ក្អក ក្អម

ក្រុមហ៊ុនក្អកក្អមមានសមត្ថភាពប្រកួតប្រជែងជាងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ខ្លួននៅក្នុង ពេលកំណត់នៃការប្រតិបត្តិការ ការត្រួតពិនិត្យ/ការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើម ផលប៉ះពាល់កសិករ បណ្តាញ ទីផ្សារ, ទំនាក់ទំនងនៃកិច្ចសហការអតិថិជន។

ក. ប្រតិបត្តិការ

ក្រុមហ៊ុនក្អកក្អមមានប្រភពប្រតិបត្តិការដបផ្តាច់មុខនៅខាងក្រៅប្រទេស(ក្រៅសហរដ្ឋ អាមេរិក) FEMSA ដែលជាក្រុមហ៊ុនចែកចាយដបធំជាងគេ នៃភេសជ្ជៈម៉ាកក្អកក្អមនៅក្នុងពិភព លោក។ វាជួយក្រុមហ៊ុនក្នុងការចាប់យកឱកាស កំណើនដ៏សំខាន់នៅក្នុងផ្នែក ភេសជ្ជៈដែលមិន មានជាតិកាបូណាត និងក្នុងការទទួលយុទ្ធសាស្ត្រដោយការចូលទៅក្នុងកិច្ចព្រមព្រៀងដើម្បីទិញ ក្រុមហ៊ុនរួមគ្នាជាមួយក្រុមហ៊ុនក្អកក្អម។

ខ. ការត្រួតពិនិត្យថ្លៃដើម

ម៉ាកសញ្ញាផលិតផលចម្រុះរបស់ខ្លួន, ប្រតិបត្តិការប្រភពខាងក្រៅ និងទំហំនៃសេដ្ឋកិច្ច អាចជួយក្នុងការកាត់បន្ថយចំណាយប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន និងបង្កើនប្រាក់ ចំណេញ។

គ. ម៉ាកដ៏ល្បី និងដ៏រឹងមាំ (Strong Brand Portfolio)

ក្រុមហ៊ុនផ្តល់ជូននូវភេសជ្ជៈដ៏មានកម្លាំង និងទូលំទូលាយដល់អតិថិជនរបស់ខ្លួន និងបន្ត ស្វែងយល់ពីប្រភេទភេសជ្ជៈដែលមានសក្តានុពលដើម្បីចាប់យកកំណើននៅក្នុងទីផ្សារខុសៗ គ្នា។ ភេសជ្ជៈរបស់ក្រុមហ៊ុនក្អកក្អម មានជាតិ(Carbonate soft drinks) bottle water ទឹកផ្លែឈើ ទឹកក្រូច iso-tonics តែ ភេសជ្ជៈថាមពល ទឹកដោះគោ កាហ្វេ និងសូម្បីតែស្រាបៀរនៅក្នុងទីផ្សារ មួយចំនួនដូចជាប្រេស៊ីលជាដើម។

ឃ. ទំនាក់ទំនងនៃកិច្ចសហការអតិថិជន

ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡាជឿយ៉ាងមុតមាំលើការចូលរួមការបង្កើតទីផ្សារតម្លៃភាគហ៊ុន(Share Value)សម្រាប់អ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។ ការកែលម្អម៉ាកសញ្ញានៃផលិតផលរបស់ខ្លួន និងកញ្ចប់ថវិការសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនរបស់ពួកគេ ដោយផ្អែកលើប្រជាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ចសង្គមរបស់ទីផ្សារក្នុងស្រុក ឱកាសនៃទំនាក់ទំនងការប្រើប្រាស់ និងលក្ខណៈប្លែកៗរបស់តួបលក់ភេសជ្ជៈរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ។

២.៦.៣.២. យុទ្ធសាស្ត្រចែកចាយនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

កូកា កូឡាប្រើគំរូលក់ និងរូបរាងដែលចែកចាយអាស្រ័យលើទីផ្សារ លក្ខខណ្ឌភូមិសាស្ត្រ និងព័ត៌មានរបស់អតិថិជន៖

ក. ប្រព័ន្ធលក់មុន

ប្រព័ន្ធលក់មុន គឺជាការបែងចែកការលក់ និងមុខងារចែកចាយ ដោយអនុញ្ញាតឱ្យឡានដឹកទំនិញផ្ទុកទៅដោយផលិតផលចម្រុះ (mix of products) ដែលអ្នកលក់រាយបានបញ្ជាទិញពីជាមុន។ វិធីនេះ នឹងបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការលក់និងចែកចាយ។

ខ. ប្រព័ន្ធផ្លូវដឹកទំនិញសាមញ្ញ

ប្រព័ន្ធនេះ ផ្តល់សិទ្ធិឱ្យមនុស្សទទួលបន្ទុកការដឹកជញ្ជូន ធ្វើការលក់ភ្លាមៗពីសន្និធិ (inventory) ដែលអាចទុកនៅលើឡាន។

គ. ប្រព័ន្ធចែកចាយកូនកាត់

ប្រព័ន្ធចែកចាយកូនកាត់ ជាកន្លែងដែលឡានដឹកផលិតផលអាចរកបានសម្រាប់ការលក់ភ្លាម និងផលិតផលដែលបានបញ្ជាទិញពីមុនតាមរយៈប្រព័ន្ធ the pre-sale។

ឃ. ប្រព័ន្ធ Telemarketing

ប្រព័ន្ធ Telemarketing ជាប្រព័ន្ធមួយដែលអាចរួមបញ្ចូលជាមួយ Pre-sale visits និងការលក់តាមរយៈអ្នកលក់បោះជំហានទីបីនៃផលិតផល។

២.៦.៣.៣. មូលធនស្នាមសញ្ញា (Brand equity) ក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

កូកា កូឡា គឺជាម៉ាកមួយដែលត្រូវបានទទួលស្គាល់ដោយមនុស្សគ្រប់គ្នានៅទូទាំងពិភពលោក។ នៅពេលយើងនិយាយអំពី brand equityនោះវាគឺជាតម្លៃរបស់វាហើយវានិយាយអំពីរឿងរ៉ាវ,ការចងចាំ,រសមគមន៍,និងទំនាក់ទំនងមនុស្ស (ទោះជាយ៉ាងណាការតភ្ជាប់ទាំងនេះនឹងត្រូវបានរៀបចំយ៉ាងប្រុងប្រយ័ត្ន និងត្រូវបានរចនាដោយចេតនាដោយអ្នកមានទេពកោសល្យក្នុងរយៈ

ពេលច្រើនឆ្នាំនិងកិច្ចប្រជុំក្រុមប្រឹក្សាភិបាលរាប់មិនអស់ ។ នេះគឺជាអ្វីដែល Coca-Cola បានធ្វើជា the master of អស់រយៈពេលជាង 100 ឆ្នាំមកហើយ។ Equity នេះត្រូវបានទាញយកចេញពីឆន្ទៈរបស់ប្រជាជនក្នុងការបង់ថ្លៃ a premium for the brand និងមិនមានឆន្ទៈក្នុងការទទួលយកជំនួស។ យុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់កូកាកូឡាតែងតែផ្សារភ្ជាប់នូវភាពរីករាយ, វិជ្ជមាននិយម និងជីវិតដ៏ល្អជាមួយផលិតផលរបស់ពួកគេ។

២.៦.៣.៤. ការវិភាគទីផ្សារនៅក្នុងយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

ទីផ្សារភេសជ្ជៈដែលមិនមានជាតិអាល់កុល គឺជាឧស្សាហកម្មដែលចេះតែកើនឡើងជាមួយនឹងវត្តមាននៃទីផ្សារអាស៊ីវិកលូតលាស់ និងប្រទេសកំពុងអភិវឌ្ឍន៍ដែលធ្វើឲ្យការប្រើប្រាស់មានកំណើនខ្ពស់ ជាងនេះផងដែរដោយសារតែការផ្លាស់ប្តូរប្រែប្រួលរបស់នៅ, លក្ខខណ្ឌសេដ្ឋកិច្ច រួមជាមួយទម្លាប់ការនៃការផ្លាស់ប្តូរការទិញ។ នៅក្នុងឧស្សាហកម្មនេះអតិថិជនទទួលបានជម្រើសច្រើន ពីទឹកទៅជា តែ កាហ្វេ / ទៅជា soft drinks, ដូច្នេះឱកាសនៃអតិថិជនប្តូរទៅម៉ាកផ្សេងទៀតគឺខ្ពស់។ មធ្យោបាយតែមួយគត់ដើម្បីធ្វើឱ្យមានភាពខុសគ្នានៃផលិតផលនិងដើម្បីរក្សាអតិថិជន ក្រុមហ៊ុនត្រូវបង្កើតនូវស្លាកសញ្ញាដ៏រឹងមាំនិងបង្កើតភាពទាក់ទាញនៅក្នុងទីផ្សារ។ ចំពោះយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ដើម្បីទាក់ទាញអតិថិជនគឺ ក្រុមហ៊ុនកូកាកូឡាផ្តោតសំខាន់ទៅលើទីផ្សារដ៏ធំមួយដែលផ្តោតទៅលើការរំពឹងទុករបស់អតិថិជន ដែលរួមមាន តម្លៃទាប រសជាតិដ៏អស្ចារ្យ ភាពងាយស្រួល និងជម្រើសជាច្រើនដើម្បីជ្រើសរើស²⁹។

២.៦. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃដៃគូប្រកួតប្រជែង

ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាមានក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងជាច្រើន ដែលស្ថិតក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈដូចគ្នានេះដែរ។ មិនថាក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា ឬក៏ក្រុមហ៊ុនដៃគូប្រកួតប្រជែងដទៃនោះទេ បានពង្រីកទីផ្សាររបស់ខ្លួនទៅកាន់បណ្តាប្រទេសជាច្រើនដើម្បីបង្កើនចំណូលនិងណែនាំផលិតផលរបស់ខ្លួនចូលក្នុងពិភពលោក។ ខាងក្រោមនេះជាក្រុមហ៊ុនដែលប្រកួតប្រជែងជាមួយនឹងក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា³⁰៖

- Pepico, Inc.
- Dr Pepper Snaple Grup, Inc
- RedBull GmbH
- Diageo plc និងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងមួយចំនួនទៀត។

²⁹ [http://www.marketing91.com/marketing-strategy-of-coca-cola/\(21,06,2017\)](http://www.marketing91.com/marketing-strategy-of-coca-cola/(21,06,2017)) ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១១ កក្កដា ២០១៧។

³⁰ United States Securities and Exchange Commission from 10-K; *Annual Report pursuant to section 13* [របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំអនុលោមទៅតាមមាត្រាទី១៣ នៃការទិញលក់ភាគហ៊ុន], (១៩៣៤)។

យ៉ាងណាមិញក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីកូ ជាក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងធំមួយស្ថិតក្នុងវិស័យរួមជាមួយ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា និងចែកចាយទៅតាមបណ្តាប្រទេសជាច្រើនក្នុងពិភពលោកគួរឲ្យកត់ សម្គាល់ផងដែរ។

ក្រុមហ៊ុន PepsiCo, Inc គឺជាក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម ពហុអាហារ, អាហារសម្រន់និងភេសជ្ជៈ របស់អាមេរិក។ ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបានគេចែកចាយទៅជាង ២០០ប្រទេសនៅលើ ពិភពលោក ដែលទទួលបានលទ្ធផលនៅក្នុងប្រាក់ចំណូលថ្មីប្រចាំឆ្នាំ ប្រមាណ៤៣.៣ ពាន់លាន ដុល្លារ ។ PepsiCo, Inc ផ្ដោតសំខាន់ទៅលើការបង្កើតចំណងទាក់ទងជាមួយនឹងអតិថិជន ដោយ ផ្តល់ឲ្យអតិថិជនពីអ្វីដែលពួកគេចង់បាន។ ជោគជ័យរបស់ PepsiCoពឹងផ្អែកទៅលើពីរបៀបដែល ក្រុមហ៊ុនឆ្លើយទៅលើនិន្នាការរបស់អតិថិជន។ អ្វីដែលអតិថិជនចង់បានពីក្រុមហ៊ុននេះគឺ អាហារ និងភេសជ្ជៈបែបសុខភាព ដូច្នេះក្រុមហ៊ុនក៏បាន ពង្រីកផលិតផលរបស់ខ្លួនទាក់ទងនឹងអាហារ បែបសុខភាព)

២.៦.១. ម៉ាកសញ្ញាផលិតផល

នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៥ ផលិតផលរបស់ ប៊ុបស៊ី ដែលទទួលបានការគាំទ្រច្រើនជាងគេ គឺ ផលិតផល Mountain Dew, Diet Pepsi, និង Diet Mountain Dew។ ទាំងនេះគឺជាផលិតផលល្បីៗ ទាំងបួនដែលបានជាប់ក្នុងតារាងភេសជ្ជៈដែលលក់ដាច់ជាងគេទាំងដប់លើពិភពលោក ដែល ផលិតផលទាំងនេះឈរជាផលិតផលនៅលេខរៀងទីបី ទីបួន ទីប្រាំពីរ និងទីប្រាំបីនៅលើពិភព លោក។ Gatorade Thirst Quencher, Mtn Dw Kickstart Pineapple Orange Mango, Aquafina, និង Iced tea គឺជាផលិតផលថ្មីៗរបស់ ក្រុមហ៊ុន PepsiCo, Inc³¹។

³¹ <https://www.reference.com/food/popular-pepsi-products-9e12520ad0164d32> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី១២ កក្កដា ២០១៧)។

២.៧. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

២.៧.១. របាយការណ៍លទ្ធផល

តារាងទី៩៖ របាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

The Coca-Cola Company and subsidiaries Consolidated Financial Statement For The year Ended December 31, In million			
	Year		
	2016	2015	2014
Net Operating Revenues	41,863	44,294	45,998
Cost Of Good Sold	16,465	17,482	17,889
Gross Profit	25,398	26,812	28,109
Selling,general and Administrative expenses	15,262	16,427	17,218
Other operating charge	1,510	1,657	1,183
Operating Income	8,626	8,728	9,708
Interest Income	642	613	594
interest expense	(733)	(856)	(483)
Equity Income(Loss)_Net	835	489	769
Other Income(Loss)_ Net	(1,234)	631	(1,263)
Income before Income Tax	8,136	9,605	9,325
Income Tax	1,586	2,239	2,201
Consolidated Net Income	6,550	7,366	7,124
Net Income attributable to noncontrolling interests	(23)	(15)	(26)
Net Income attributable to shareowners of the Coca-Cola Company	6,527	7,351	7,098
Basic Net Income per Share	1.51	1.69	1.62
Diluted Net Income per share	1.49	1.67	1.6
Average share Outstanding	4,317	4,352	4,387
Effect of dilutive securities	50	53	63
Average share Outstanding assuming dilution	4,367	4,405	4,450

(Source: Annual report of Coca-Cola Company from 10K, on ទំព័រ. 73)

២.៧.២. របាយការណ៍ Comprehensive Income

តារាងទី១០៖ របាយការណ៍ Comprehensive Income របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

The Coca-Cola Company and subsidiaries Consolidated Statement of Comprehensive Income Year Ended December,31 in million			
	Year		
	2016	2015	2014
Consolidated net Income	6,550	7,366	7,124
Other comprehensive Income			
Net tp Foreign currency translation adjustment	(626)	(3,959)	(2,382)
Net gain (loss) on dirivatives	(382)	142	357
Net unrealized gain(loss) on	17	(684)	714
Net Change in pension and other benefit liabilities	(53)	86	(1,039)
Total Comprehensive Income(loss)	5,506	2,951	4,774
Comprehensive income(loss)	10	(3)	21
attributable noncontrolling Interests			
Total Comprehensive Income(loss) attributable to shareownwes the Coca-Cola Company	5,496	2,954	4,753

(Source៖ Annual report of Coca-Cola Company from 10K,on ទំព័រ.74)

២.៧.៣. របាយការណ៍តារាងតុល្យការ

តារាងទី១១៖ របាយការណ៍តុល្យការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

The Coca-Cola Company and Subsidiaries Consolidated Balance Sheets As The year ended December 31, in million			
	Year		
	2016	2015	2014
Asset			
Current Assets			
Cash and cash equivalents	8,555	7,309	8,958
Short-term Investment	9,595	8,322	9,052
Marketable securities	4,051	4,269	3,665
Trade account receivable, less allowances of \$466&352, respectively	3,856	3,941	4,466
Inventoris	2,675	2,902	3,100
Prepaid expense and other asset	2,481	2,752	3,066
Asset held for sale	2,797	3,900	679
Total Current Asset	34,010	33,395	32,986
Equity Method Investment	16,260	12,318	9,947
Other Investment	989	3,470	3,678
Other Assets	4,248	4,110	4,407
Property, Plant and Equipment _net	10,635	12,571	14,633
Trademarks with indefinite lives	6,097	5,989	6,533
Bottlers' franchise rights with indefinite lives	3,676	6,000	6689
Good will	10,629	11,289	12100
Other Intangible Assets	726	854	1050
Total Asset	87,270	89,996	92,023
LIABILITIES AND EQUITY			
Current Liabilities			
Accounts Payable and accrued expenses	9,490	9,660	9,234
Loans and notes payable	12,498	13,129	19,130
Currengt maturities of long-ter debt	3,527	2,676	3,552
Accrued Income Taxes	307	331	400
Liabilities held for sale	710	1,133	58
Total Current Liabilities	26,532	26,929	32,374
Long-term debt	29,684	28,311	19,063
Other Liabilities	4,081	4,301	4,389
Deferred Income taxes	3,753	4,691	5,636
Total liabilities	64,050	64,232	61,462
The Coca-Cola Company Shareowners'Equity			
Common Stock,0.25\$ per values; Authorized _ 11,200 Shares; Issued_ 7,040 and 7,040 share, respectively	1,760	17,660	1,760
Capital Surplus	14,993	14,016	13,154
Reinvest earnings	65,502	65,018	63,408
Accumulated other comprehensive income (loss)	(11,205)	(10,174)	(5,777)
Treasury stock, at cost _2,752 and 2,716 shares, respectively	(47,988)	(45,066)	(42,225)
Equity attributable to shareowners the Coca-Cola company	23,062	41,454	30,320
Capital Surplus	14,993	14,016	13,154
Reinvest earnings	65,502	65,018	63,408
Accumulated other comprehensive income (loss)	(11,205)	(10,174)	(5,777)
Treasury stock, at cost _2,752 and 2,716 shares, respectively	(47,988)	(45,066)	(42,225)
Equity attributable to shareowners the Coca-Cola company	23,062	41,454	30,320
Equity attributable to noncontrolling Interests	158	210	241
Total Equity	23,220	41,664	30,561
TOTAL LIABILITIES AND SHAREOWNERS'EQUITY	87,270	105,896	92,023

(Source៖ Annual report of Coca-Cola Company from 10K, on PP. 75)

២.៧.៤. របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់

តារាងទី១២៖ របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

The Coca-Cola Company and subsidiaries
Consolidated Statement of Cash Flow
the year ended December 31, in million

	Years		
	2016	2015	2014
OPERATING ACTIVITIES			
Consolidated net income	6,550	7,366	7,124
Depreciation and Amortization	1,787	1,970	1,976
Stock-based compensation expense	258	236	209
Deferred Income	(856)	73	(40)
Equity (income) loss_net of dividend	(449)	(122)	(371)
Foreign currency adjustments	158	(137)	415
Significant (gain) losses on sales of assets_net	1,146	(374)	831
Other Operating charges	647	929	761
Other Items	(224)	744	149
Net change in operating assets and liabilities	(221)	(157)	(439)
Net cash provided by operating activities	8,796	10,528	10,615
INVESTING ACTIVITIES			
purchase investments	(15,499)	(15,831)	(17,800)
Proceeds from disposals of investment	16,624	14,079	12,986
Acquisitions of businesses, equity method investments and non-marketable securities	(838)	(2,491)	(389)
Proceeds from disposals of businesses, equity method investments and nonmarketable securities	1,035	565	148
Purchase of Property, Plant and equipment	(2,262)	(2,553)	(2,406)
Proceed from disposals of property, plant and equipment	150	85	223
Other Investing activities	(209)	(40)	(268)
Net cash provided by(used in) Investing activities	(999)	(6,186)	(7,506)
FINANCING ACTIVITIES			
Issuances of debt	27,281	40,434	41,674
Payments of debt	(25,615)	(37,738)	(36,962)
Issuances of stock	1,434	1,245	1,532
Purchase of stock for treasury	(3,681)	(3,564)	(4,162)
Dividends	(6,043)	(5,741)	(5,350)
Other financing activities	79	251	(363)
Net cash provided by (used in) Financing activities	(6,545)	(5,113)	(3,631)
Effect of Exchange rate changes on Cash and Cash Equivalents	(6)	(878)	(934)
Net increase(decrease) during the year	1,246	(1,649)	(1,456)
Balance at beginning of year	7,309	8,958	10,414
Balance at end of year	8,555	7,309	8,958

(Source: Annual report of Coca-Cola Company from 10K, on PP. 75)

ជំពូកទី ៣
ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់
ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

៣.១. ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

៣.១.១. ការវិភាគរបាយការណ៍តាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប

តារាងទី១៣៖ ការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធភាពតាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប

The Coca-Cola Company and subsidiaries Consolidated Financial Statement For The year Ended December 31, In million							
	Year			Comparative Method			
				Year to Year		Percentage change	
	2016	2015	2014	2016	2015	2016	2015
Net Operating Revenues	41,863	44,294	45,998	(2,431)	(1,704)	-5%	-4%
Cost Of Good Sold	16,465	17,482	17,889	(1,017)	(407)	-6%	-2%
Gross Profit	25,398	26,812	28,109	(1,414)	(1,297)	-5%	-5%
Selling,general and Administrative expenses	15,262	16,427	17,218	(1,165)	(791)	-7%	-5%
Other operating charge	1,510	1,657	1,183	(147)	474	-12%	40%
Operating Income	8,626	8,728	9,708	(102)	(980)	-1%	-10%
Interest Income	642	613	594	29	19	5%	3%
interest expense	(733)	(856)	(483)	123	(373)	-25%	77%
Equity Income(Loss)_Net	835	489	769	346	(280)	45%	-36%
Other Income(Loss)_ Net	(1,234)	631	(1,263)	(1,865)	1,894	148%	-150%
Income before Income Tax	8,136	9,605	9,325	(1,469)	280	-16%	3%
Income Tax	1,586	2,239	2,201	(653)	38	-30%	2%
Consolidated Net Income	6,550	7,366	7,124	(816)	242	-11%	3%
Net Income attributable to noncontrolling interests	(23)	(15)	(26)	(8)	11	31%	-42%
Net Income attributable to shareowners of the Coca-Cola Company	6,527	7,351	7,098	(824)	253	-12%	4%
Basic Net Income per Share	1.51	1.69	1.62	(0)	0	-11%	4%
Diluted Net Income per share	1.49	1.67	1.6	(0)	0	-11%	4%
Average share Outstanding	4,317	4,352	4,387	(35)	(35)	-1%	-1%
Effect of dilutive securities	50	53	63	(3)	(10)	-5%	-16%
Average share Outstanding assuming dilution	4,367	4,405	4,450	(38)	(45)	-2%	-1%

តារាងទី១៤៖ ការវិភាគរបាយការណ៍តុល្យការតាមវិធីសាស្ត្រប្រៀបធៀប

The Coca-Cola Company and Subsidiaries Consolidated Balance Sheets As The year,ended December 31, in million							
	Year			Comparative Method			
	2016	2015	2014	Year to year		% Change	
Asset				2016	2015	2016	2015
Current Assets							
Cash and cash equivalents	8,555	7,309	8,958	1,246	(1,649)	14%	-18%
Short-term Investment	9,595	8,322	9,052	1,273	(730)	14%	-8%
Marketable securities	4,051	4,269	3,665	(218)	604	-6%	16%
Trade account receivable, less allowances of \$466&352, respectively	3,856	3,941	4,466	(85)	(525)	-2%	-12%
Inventoris	2,675	2,902	3,100	(227)	(198)	-7%	-6%
Prepaid expense and other asset	2,481	2,752	3,066	(271)	(314)	-9%	-10%
Asset held for sale	2,797	3,900	679	(1,103)	3,221	-162%	474%
Total Current Asset	34,010	33,395	32,986	615	409	2%	1%
Equity Method Investment	16,260	12,318	9,947	3,942	2,371	40%	24%
Other Investment	989	3,470	3,678	(2,481)	(208)	-67%	-6%
Other Assets	4,248	4,110	4,407	138	(297)	3%	-7%
Property, Plant and Equipment _net	10,635	12,571	14,633	(1,936)	(2,062)	-13%	-14%
Trademarks with indefinite lives	6,097	5,989	6,533	108	(544)	2%	-8%
Bottlers' franchise rights with indefinite lives	3,676	6,000	6689	(2,324)	(689)	-35%	-10%
Good will	10,629	11,289	12100	(660)	(811)	-5%	-7%
Other Intangible Assets	726	854	1050	(128)	(196)	-12%	-19%
Total Asset	87,270	89,996	92,023	(2,726)	(2,027)	-3%	-2%
LIABILITIES AND EQUITY				-	-		
Current Liabilities				-	-		
Accounts Payable and accrued expenses	9,490	9,660	9,234	(170)	426	-2%	5%
Loans and notes payable	12,498	13,129	19,130	(631)	(6,001)	-3%	-31%
Currengt maturities of long-ter debt	3,527	2,676	3,552	851	(876)	24%	-25%
Accrued Income Taxes	307	331	400	(24)	(69)	-6%	-17%
Liabilities held for sale	710	1,133	58	(423)	1,075	-729%	1853%
Total Current Liabilities	26,532	26,929	32,374	(397)	(5,445)	-1%	-17%
Long-term debt	29,684	28,311	19,063	1,373	9,248	7%	49%
Other Liabilities	4,081	4,301	4,389	(220)	(88)	-5%	-2%
Deferred Income taxes	3,753	4,691	5,636	(938)	(945)	-17%	-17%
Totoal liabilities	64,050	64,232	61,462	(182)	2,770	0%	5%
The Coca-Cola Company Shareowners'Equity				-	-		
Common Stock,0.25\$ per values; Authorized _ 11,200 Shares; Issued_7,040 and 7,040 share, respectively	1,760	17,660	1,760	(15,900)	15,900	-903%	903%
Capital Surplus	14,993	14,016	13,154	977	862	7%	7%
Reinvest earnings	65,502	65,018	63,408	484	1,610	1%	3%
Accumulated other comprehensive income (loss)	(11,205)	(10,174)	(5,777)	(1,031)	(4,397)	18%	76%
Treasury stock, at cost _2,752 and 2,716 shares, respectively	(47,988)	(45,066)	(42,225)	(2,922)	(2,841)	7%	7%
Equity attributable to shareownwers the Coca-Cola company	23,062	41,454	30,320	(18,392)	11,134	-61%	37%
Equity attributable to noncontrolling Interrests	158	210	241	(52)	(31)	-22%	-13%
Total Equity	23,220	41,664	30,561	(18,444)	11,103	-60%	36%
TOTTAL LIABILITIES AND SHAREOWNERS'EQUITY	87,270	105,896	92,023	(18,626)	13,873	-20%	15%

៣.១.២. ការវិភាគរបាយការណ៍តាមវិធីសាស្ត្រទំហំរួម

តារាងទី១៥៖ ការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធភាពតាមវិធីសាស្ត្រទំហំរួម

The Coca-Cola Company and subsidiaries Consolidated Financial Statement For The year Ended December 31, In million						
	Year			Common Size Method		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Net Operating Revenues	41,863	44,294	45,998	100%	100%	100%
Cost Of Good Sold	16,465	17,482	17,889	39%	39%	39%
Gross Profit	25,398	26,812	28,109	61%	61%	61%
Selling,general and Administrative expenses	15,262	16,427	17,218	36%	37%	37%
Other operating charge	1,510	1,657	1,183	4%	4%	3%
Operating Income	8,626	8,728	9,708	21%	20%	21%
Interest Income	642	613	594	2%	2%	1%
interest expense	(733)	(856)	(483)	-2%	-2%	-1%
Equity Income(Loss)_Net	835	489	769	2%	1%	2%
Other Income(Loss)_ Net	(1,234)	631	(1,263)	-3%	1%	-3%
Income before Income Tax	8,136	9,605	9,325	19%	22%	20%
Income Tax	1,586	2,239	2,201	4%	5%	5%
Consolidated Net Income	6,550	7,366	7,124	16%	17%	15%
Net Income attributable to noncontrolling interests	(23)	(15)	(26)	0%	0%	0%
Net Income attributable to shareowners of the Coca-Cola Company	6,527	7,351	7,098	16%	17%	15%
Basic Net Income per Share	1.51	1.69	1.62	0%	0%	0%
Diluted Net Income per share	1.49	1.67	1.6	0%	0%	0%
Average share Outstanding	4,317	4,352	4,387	10%	10%	10%
Effect of dilutive securities	50	53	63	0%	0%	0%
Average share Outstanding assuming dilution	4,367	4,405	4,450	10%	10%	10%

តារាងទី១៦៖ ការវិភាគរបាយការណ៍តុល្យការតាមវិធីសាស្ត្រទំហំរួម

The Coca-Cola Company and Subsidiaries Consolidated Balance Sheets As The year,ended December 31, in million						
	Year			Common Size Method		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Asset						
Current Assets						
Cash and cash equivalents	8,555	7,309	8,958	10%	8%	10%
Short-term Investment	9,595	8,322	9,052	11%	9%	10%
Marketable securities	4,051	4,269	3,665	5%	5%	4%
Trade account receivable, less allowances of \$466&352, respectively	3,856	3,941	4,466	4%	4%	5%
Inventoris	2,675	2,902	3,100	76%	3%	3%
Prepaid expense and other asset	2,481	2,752	3,066	3%	3%	3%
Asset held for sale	2,797	3,900	679	3%	4%	1%
Total Current Asset	34,010	33,395	32,986	39%	37%	36%
Equity Method Investment	16,260	12,318	9,947	19%	14%	11%
Other Investment	989	3,470	3,678	1%	4%	4%
Other Assets	4,248	4,110	4,407	5%	5%	5%
Property, Plant and Equipment _net	10,635	12,571	14,633	12%	14%	16%
Trademarks with indefinite lives	6,097	5,989	6,533	7%	7%	7%
Bottlers' franchise rights with indefinite lives	3,676	6,000	6689	4%	7%	7%
Good will	10,629	11,289	12100	12%	13%	13%
Other Intangible Assets	726	854	1050	1%	1%	1%
Total Asset	87,270	89,996	92,023	100%	100%	100%
LIABILITIES AND EQUITY						
Current Liabilities						
Accounts Payable and accrued expenses	9,490	9,660	9,234	11%	11%	10%
Loans and notes payable	12,498	13,129	19,130	14%	15%	21%
Currengt maturities of long-ter debt	3,527	2,676	3,552	4%	3%	4%
Accrued Income Taxes	307	331	400	0%	0%	0%
Liabilities held for sale	710	1,133	58	1%	1%	0%
Total Current Liabilities	26,532	26,929	32,374	30%	30%	35%
Long-term debt	29,684	28,311	19,063	34%	31%	21%
Other Liabilities	4,081	4,301	4,389	5%	5%	5%
Deferred Income taxes	3,753	4,691	5,636	4%	5%	6%
Totoal liabilities	64,050	64,232	61,462	73%	71%	67%
The Coca-Cola Company Shareowners'Equity						
Common Stock,0.25\$ per values; Authorized _ 11,200 Shares; Issued_7,040 and 7,040 share, respectively	1,760	1,760	1,760	2%	2%	2%
Capital Surplus	14,993	14,016	13,154	17%	16%	14%
Reinvest earnings	65,502	65,018	63,408	75%	72%	69%
Accumulated other comprehensive income (loss)	(11,205)	(10,174)	(5,777)	-13%	-11%	-6%
Treasury stock, at cost _2,752 and 2,716 shares, respectively	(47,988)	(45,066)	(42,225)	-55%	-50%	-46%
Equity attributable to shareownwers the Coca-Cola company	23,062	25,554	30,320	26%	28%	33%
Equity attributable to noncontrolling Interests	158	210	241	0%	0%	0%
Total Equity	23,220	25,764	30,561	27%	29%	33%
TOTAL LIABILITIES AND SHAREOWNERS'EQUITY	87,270	89,996	92,023	100%	100%	100%

៣.២. ការវិភាគលើអនុបាតរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

តារាងទី១៨៖ ការវិភាគអនុបាតរបស់ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា

ផលធៀប បរិច្ឆេទ ឆ្នាំ	រូបមន្ត	កកា កឡា			ប៊ុបស៊ី		
		2016	2015	2014	2016	2015	2014
Measures of Short term Liquidity							
Current Asset	Current Assets	1.28	1.24	1.02	1.28	1.31	1.14
	Current Liabilities						
Quick Ratio	Cuurent Asset-Inventory	1.18	1.13	0.92	1.15	1.16	0.97
	Curent liabilities						
Recievable turnover	Net Sale	2.68	2.63	5.15	2.39	2.41	5.01
	Average Account Revievabl						
Day to collect A/R	365 days	136	139	71	153	151	73
	Recievable turnover						
Measure of Solvency							
Debt Ratio	Total liabilities	0.73	0.71	0.67	2.32	2.50	2.56
	Total Asset						
Measure of Profitabilities							
Profit margin	Net Income	0.16	0.17	0.15	0.10	0.09	0.10
	Sales						
EPS	NI.Prefer Dividend	1.52	1.70	1.62	4.43	3.77	4.39
	Average share outstanding						
Return on Asset	Net Income	0.08	0.08	0.08	0.09	0.08	0.08
	Total Asset						
Measurement of Market Value							
P/E Ratio	Market price	27.49	25.98	25.80	24.09	25.70	22.84
	EPS						
Divedend yiel	Dividend/Sh of CS	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.02
	Market price						

៣.៣. ការវិនិយោគពីទីផ្សាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងដៃគូប្រកួតប្រជែង

៣.៣.១. ការវិនិយោគពីការចែកចាយផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា គឺជាប្រភេទក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ផលិតភេសជ្ជៈ ហើយស្វែងរកប្រាក់ចំណូលតាមរយៈការលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួន។ តាមរយៈគេហទំព័ររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា គេអាចវាស់វែងបរិមាណនៃការលក់ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ តាមរបៀបដូចខាងក្រោម៖

- ❖ Concentrate Sale៖ សំដៅដល់ការចែកចាយទឹកភេសជ្ជៈទៅកាន់ដៃគូសហការណ៍របស់ខ្លួនដូចជា ភោជនីយដ្ឋាន ឬហាងលក់រាយនានាដូចជា Mc Donale, Subway, និង Burger King ជាដើម។
- ❖ ការលក់ផលិតផលសំរេច៖ សំដៅទៅលើការលក់ផលិតផលសំរេចដែលមានដូចជា ផលិតផលថាមពល (Sparkling Beverage) និងផលិតផលសុខភាព (Still Beverage)។

តារាងទី១៧៖ ការប្រៀបធៀបការលក់ រវាងConcentrate Sale និង ការលក់ផលិតផលសម្រេចរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

Year Ended December 31,	2016	2015	2014
Concentrae Operations	40%	37%	38%
Finished product operation	60%	63%	62%
Total	100%	100%	100%

(Source: United States Securities and Exchange Commission from 10-K; *Annual Report pursuant to section 13*

[របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំអនុលោមទៅតាមមាត្រាទី១៣ នៃការទិញលក់ភាគហ៊ុន], (១៩៣៩),៥០។)

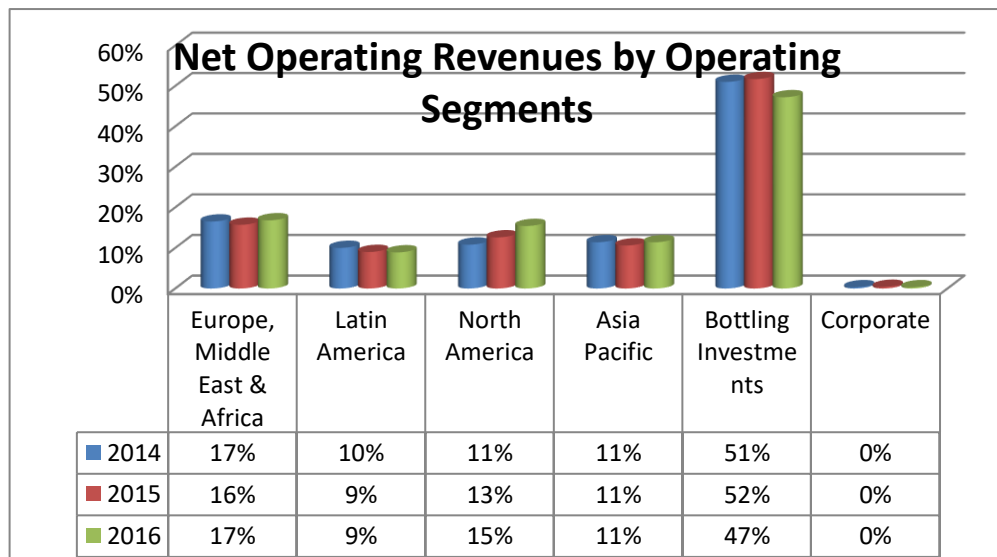
តាមរយៈតារាងទី១៣ ខាងលើ បានបង្ហាញថាបើទោះបីជាក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា អាចលក់ផលិតផលរបស់ខ្លួនតាមវិធីសាស្ត្រក៏ដោយ ការលក់របស់ក្រុមហ៊ុននេះ នូវតែពឹងផ្អែកទៅលើការលក់ផលិតផលសម្រេចដែល។ ដូច្នេះក្រុមហ៊ុននេះនូវតែត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ទៅលើការលក់ភេសជ្ជៈសំរេចរបស់ខ្លួន។ តាមរយៈប្រភពដដែលបានឲ្យដឹងថា ការលក់ផលិតផលសម្រេចរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា មានការកើនឡើងបើធៀបទៅនឹងឆ្នាំមុន គឺពី ២៨.៦ កោដិកតាក្នុងឆ្នាំ ២០១៤ ទៅ ២៩.២ កោដិកតាក្នុងឆ្នាំ២០១៥ និង២៩.៣ កោដិកតាក្នុងឆ្នាំ២០១៦។ លើសពីនេះទៅទៀត ក្នុងការលក់ផលិតផលសម្រេច១០០% មានការលក់ភេសជ្ជៈថាមពលដល់ទៅ ៧៣%, ៧៣%, និង ៧២% នៅក្នុងបណ្តាឆ្នាំ២០១៤,២០១៥, និង ២០១៦រៀងគ្នា។ នេះបង្ហាញឲ្យឃើញថា ភេសជ្ជៈថាមពលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡានៅតែអាចរក្សាប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្លួនជាងភេសជ្ជៈ

បែបសុខភាព បើទោះជាការលក់ភេសជ្ជៈថាមពលនេះមានតំហាយ ១%នៅឆ្នាំ២០១៦ ធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៥ក៏ដោយ។

៣.៣.២. ការវិភាគពីទិន្នន័យរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា គឺជាក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈលំដាប់ថ្នាក់ពិភពលោក ហើយត្រូវបានចែកចាយទៅកាន់ជាង ២០០ប្រទេស។ ការលក់របស់ក្រុមហ៊ុននេះ ត្រូវបានគេបែងចែកជាតំបន់ៗ ផ្សេងគ្នាដូចខាងក្រោម៖

ក្រាហ្វិចទី២៖ ចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលបានមកពីចំណែកប្រតិបត្តិការ



(Source: United States Securities and Exchange Commission from 10-K; Annual Report pursuant to section 13

[របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំអនុលោមទៅតាមមាត្រាទី១៣ នៃការទិញលក់ភាគហ៊ុន], (១៩៣៩,៥០១)

ទិន្នន័យខាងលើនេះ បង្ហាញពីចំណូលប្រតិបត្តិការដែលបានមកពីចំណែកប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា។ តាមទិន្នន័យខាងលើ បង្ហាញថាចំណូលប្រតិបត្តិការភាគច្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា បានមកពីBottling Investments ដោយក្នុងវិស័យនេះបានកាន់កាប់ស្ទើរតែ១ភាគ២នៃចំណូលប្រតិបត្តិការសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា ស្របពេលដែលក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី រកប្រាក់ចំណូលដោយពឹងផ្អែកលើវិស័យចំណីអាហារ ដែលមានទំហំជាង៥០%នៃចំណូលប្រតិបត្តិការសរុបរបស់ខ្លួន។

បើសង្កេតទៅលើ តំបន់Europe, Middle East & Africa និង North America មានកំណើនគួរឲ្យកត់សម្គាល់ ដែលក្នុងនោះ Europe, Middle East & Africa មានកំណើនចំណូលប្រតិបត្តិការ ១.១% ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥ ខណៈដែល ការលក់របស់ក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ីនៅក្នុងតំបន់ស្រដៀងគ្នានេះ គឺ Europe Sub-Saharan Africa នៅតែមានការថយចុះពី២០%នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៤ មកត្រឹម ១៧%

ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ និង ធ្លាក់មកដល់១៦%នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦។ នេះបង្ហាញឲ្យឃើញថា នៅក្នុងតំបន់នេះ និយមជារផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ជាងផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី។(មានក្រាហ្វិចនៅក្នុងឧបសម្ព័ន្ធទី២)

នៅក្នុងតំបន់North Americaសន្ទុះនៃការចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានការកើនឡើងពី ១២.៦% ទៅ ១៥.៤% ដែលមានកំណើន ២.៨ភាគរយ។ ដោយឡែក តំបន់North America នេះក៏ជាទីផ្សារធំមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី ដោយក្រុមហ៊ុននេះបានពង្រីក វិសាលភាព និង ផ្សារភ្ជាប់ ផលិតផលផ្នែកចំណីអាហារល្បីៗ (មានដូចជា Frito-Lay និង Quaker Foods)និងភេសជ្ជៈរបស់ខ្លួនយ៉ាងរឹងមាំនៅក្នុងតំបន់នេះ ។ ដោយសង្កេតឃើញថា ការលក់ភេស ជ្ជៈក្នុងតំបន់ North America មានកំណើនចំណូលប្រតិបត្តិការគួរឲ្យកត់សម្គាល់គឺចាប់ពី៣០%នៅ ក្នុងឆ្នាំ២០១៤ ទៅដល់ ៣៤%ក្នុងឆ្នាំ២០១៦។ ក្នុងតំបន់ដដែលនេះ ការលក់ផលិតផលអាហារ ក៏ កំពុងមានវិវត្តន៍ទៅមុខដូចគ្នា គឺចំពោះ Frito-Lay មានកំណើនការលក់ពី២២%នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៣ ដល់២៥%ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ខណៈពេលដែល Quaker Foodsនៅរក្សាស្ថេរភាពការលក់ត្រឹម ៤% ដដែលចាប់ពីឆ្នាំ២០១៤ មកដល់ឆ្នាំ២០១៦នេះ។

ការពិនិត្យមើលទៅទីផ្សារដែលមានការថយចុះនូវចំណូលប្រតិបត្តិការវិញ ឃើញថាតំបន់ Latin America គឺជាតំបន់ដែលមានតំហាយចុះការលក់ភេសជ្ជៈចំពោះក្រុមហ៊ុនទាំងពីរ គឺទាំងក្រុម ហ៊ុន កូកា កូឡា និងក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី។ ពោលគឺ ក្នុងតំបន់នេះចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាបានបន្តថយចុះ ពី១០%នៅឆ្នាំ២០១៤ មកត្រឹម ៩%នៅឆ្នាំ២០១៥ និង៨.៩%នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៦។ ក៏ដូចគ្នាដែរ ការលក់របស់ ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី ក្នុងតំបន់នេះមានការធ្លាក់ចុះយ៉ាងលឿនគឺ ពី ១៤%នៅឆ្នាំ២០១៤ មកត្រឹមតែ ១៣%នៅឆ្នាំ២០១៥ និងបន្តធ្លាក់មកត្រឹម ១១%ក្នុងឆ្នាំ២០១៦។ ទាំងនេះសបញ្ជាក់ថាឱនភាពនៃ ចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីនៅក្នុងតំបន់ Latin America មានសន្ទុះខ្លាំងជាក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។

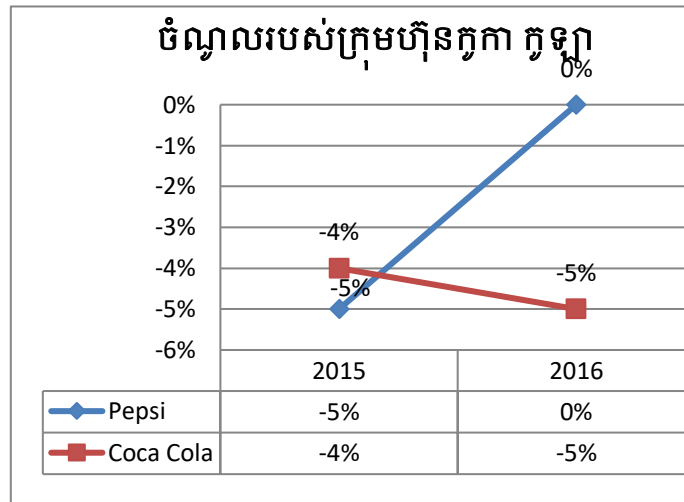
៣.៤. ការវិភាគពីប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

អស់រយៈពេលជាង ១៣០ឆ្នាំមកនេះ ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលនាំមុខគេនៅ ក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈ ហើយក្រុមហ៊ុននេះនៅតែបន្តពង្រីកសក្តានុពលរបស់ខ្លួនឲ្យកាន់តែខ្លាំងក្លា ឡើងជាលំដាប់។ ដោយឡែក នៅក្នុងប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាមានឱនភាព ប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួន ដែលជះឥទ្ធិពលដល់សុខភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ដើម្បីសិក្សា ឲ្យបានស៊ីជម្រៅអំពី ដើមចងនៃបញ្ហានេះ គប្បីត្រូវវិភាគធាតុដែលពាក់ព័ន្ធដូចខាងក្រោម៖

៣.៤.១. ការវិនិច្ឆ័យ ពីចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

៣.៤.១.១. ការវិនិច្ឆ័យក្នុងការទូទៅចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ក្រាហ្វិចទី៣៖ ការប្រៀបធៀបចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា



តាមរយៈក្រាហ្វិចទី២ បានបង្ហាញថាចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា មានការធ្លាក់ចុះពី -៤% នៅឆ្នាំ២០១៥ មកត្រឹម -៥%នៅឆ្នាំ២០១៦។ ខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុន ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីមានការកើនឡើងគួរឲ្យកត់សម្គាល់ ដែលបានកើនឡើងពី -៥%នៅឆ្នាំ២០១៥ ទៅ ០% នៅឆ្នាំ២០១៦។

ដូចដែលបានបង្ហាញនៅក្រាហ្វិចទី២ខាងលើរួចមកហើយ អំពីចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី គឺចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ មិនមែនជាចំណូលដែលបានមកពីការលក់ភេសជ្ជៈរបស់ខ្លួនទាំងស្រុងឡើយ ប៉ុន្តែទិន្នន័យដែលបានបង្ហាញនេះគឺជាចំណូលសរុបរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី រួមបញ្ចូលទាំងការលក់ផ្នែកចំណីអាហារផងដែរ។ បើយោងតាមរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីក្នុងឆ្នាំ២០១៦ បានឲ្យដឹងថា ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីដែលបានមកពីការលក់ និងចែកចាយផលិតផលភេសជ្ជៈរបស់ខ្លួនមានត្រឹមតែ៥២%នៃប្រាក់ចំណេញសរុបប៉ុណ្ណោះ ហើយបន្តធ្លាក់ភាគរយនៃការលក់ភេសជ្ជៈមកនូវត្រឹម៤៧% ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ឬអាចនិយាយបានថាចំណូលដែលបានមកពីការលក់ភេសជ្ជៈរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីមានបម្រែបម្រួលពី -៧% នៅឆ្នាំ២០១៥ មក៨%នៅឆ្នាំ២០១៦។

៣.៤.១.២. មូលហេតុពីក្រោយការធ្លាក់ចុះការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

អ្វីដែលគួរឲ្យកត់សម្គាល់នោះគឺថា ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុននៅតែមានការអន់ថយបើធៀបនឹងឆ្នាំចាស់ៗ។ ហើយអស់រយៈពេលជាច្រើនឆ្នាំកន្លងមកហើយដែរ ចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡានៅតែបន្តធ្លាក់ចុះ។ នៅឆ្នាំ២០១៦ ប្រាក់ចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុនក៏បានថយចុះចំនួន ២,៤៣១ លានដុល្លារ ដែលស្មើនឹង៥%បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥។

មូលហេតុចម្បងនៃធ្លាក់ចុះការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាគឺបណ្តាលមកពីជម្រើសសុខភាពរបស់អតិថិជន។ ក្នុងពេលថ្មីៗនេះ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាត្រូវបានរិះគន់អំពីបរិមាណជាតិស្ករដែលមាននៅក្នុងផលិតផលខ្លួន។ បើតាមលោក Sarah Dean for Daily Mail Australia បាននិយាយនៅក្នុង អត្ថបទរបស់លោកដែលបានចេញផ្សាយកាលពីឆ្នាំ២០១៥ថា “ក្នុងផលិតផលកូកា កូឡាមួយកំប៉ុងដែលមានចំណុះ៣៣០មីលីលីត្រ ផ្ទុកសារជាតិស្ករដល់ទៅ ៣៥ក្រាម ដែលស្មើនឹងស្ករ១០ស្លាបព្រាកាហ្វេ ឬផ្ទុក១៣៩កាឡូរី”។ ដូច្នេះក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ក៏បានផលិតផលិតផល Coca Cola Life ដែលច្រកក្នុងកំប៉ុងពណ៌បៃតង ហើយមានជាតិស្ករត្រឹមតែ ២២ក្រាម ស្មើនឹងស្ករ៦ស្លាបព្រាកាហ្វេដែលអាចផ្តល់ថាមពល ៨៩កាឡូរី។ ប៉ុន្តែវានៅតែមានជាតិស្ករខ្ពស់ដដែលសម្រាប់សុខភាពអ្នកប្រើប្រាស់។

បើទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយ ផលិតផលនេះនូវតែរងនូវការរិះគន់ពីអតិថិជនរបស់ខ្លួន អំពីកម្រិតជាតិស្ករដែលប្រើប្រាស់នៅក្នុងភេសជ្ជៈដែលអាចផ្តល់ជាជំងឺផ្សេងៗជាច្រើន ពិសេសគឺជំងឺធាត់ (Obesity)³²។ វាបានផ្តល់ជាបទពិសោធន៍ និង ទស្សនៈអវិជ្ជមានមកកាន់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាដែលជាក្រុមហ៊ុន ដែលមានភេសជ្ជៈប៉ូរកម្លាំងលំដាប់ថ្នាក់ទី១លើពិភពលោក ព្រោះថាបើទោះបីជាក្រុមហ៊ុន មានភាពសំបូរបែបផ្នែកផលិតផលយ៉ាងណាក៏ដោយ ពួកគេនៅតែមានម៉ាកសញ្ញាភេសជ្ជៈប៉ូរកម្លាំងច្រើនជាង ភេសជ្ជៈបែបសុខភាព។ នេះជាបញ្ហាចំបងដែលធ្វើឲ្យប្រជាប្រិយភាពនៃភេសជ្ជៈប៉ូរកម្លាំងដែលបណ្តាលឲ្យមានការប៉ះទង្គិចយ៉ាងខ្លាំងសម្រាប់ក្រុមហ៊ុននេះ ។

លើសពីនេះទៅទៀត វាអាចបណ្តាលមកពី ផលិតផលកូកា កូឡា បានឈានទៅដល់ចំណុច ទុំដោរ(Decline) នៃវដ្តជីវិតផលិតផលរបស់ខ្លួន (Product Life) ពីព្រោះផលិតផលនេះបានធ្លាប់ជាផលិតផលលំដាប់ថ្នាក់ទី១របស់ពិភពលោក ហើយមានសន្ទុះនៃការលក់គួរឲ្យកត់សម្គាល់រួចមកហើយ។ ដូចបានរៀបរាប់ខាងលើអំពីបរិមាណការលក់ភេសជ្ជៈប៉ូរកម្លាំងរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ថាមាន កំណើនពី ពី ២៨.៦ កោដិដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ២០១៤ ទៅ ២៩.២ កោដិដុល្លារក្នុងឆ្នាំ២០១៥ និង២៩.៣ កោដិដុល្លារក្នុងឆ្នាំ២០១៦។ នេះបង្ហាញឲ្យឃើញថា សន្ទុះនៃបរិមាណការលក់ភេសជ្ជៈប៉ូរកម្លាំង មានសភាពយឺតជាងមុន ហើយនឹងអាចមានការធ្លាក់ចុះនៅថ្ងៃអនាគត។

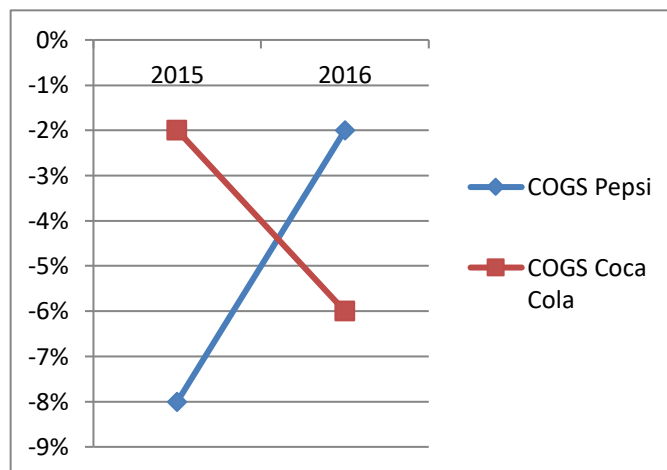
³² <http://www.dailymail.co.uk/news/article-3018850/Coca-Cola-accused-health-washing-single-Coke-Life-maxes-daily-recommended-SIX-teaspoons-sugar.html>

ក្រៅពីនេះ ហេតុផលមួយចំនួន ដែលនាំឲ្យចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាថយចុះ គឺ ការទិញលក់ភាគហ៊ុន ឬអចលនទ្រព្យ (Acquisitions and Divestitures) ថ្លៃដើមផលិតផល (Price, Product & Geographic Mix) និងការប្រែប្រួល អត្រាប្តូរប្រាក់តាមតំបន់។(មើលក្នុងឧប្បសម្ព័ន្ធទី៣)

៣.៤.២. ការវិភាគថ្លៃដើម របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

៣.៤.២.១. ថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

ក្រាហ្វិចទី៤៖ ការប្រៀបធៀបថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា



ចំពោះក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ថ្លៃដើមគឺជាកត្តាដ៏ចាំបាច់ក្នុងដំណើរការអាជីវកម្មរបស់គេ ព្រោះវាអាចជះឥទ្ធិពលដល់ប្រាក់ចំណូល និងចំណេញក្នុងមួយឯកតាបានពីការលក់ (Gross Profit)។ ការវិភាគថ្លៃដើមគឺត្រូវបានធ្វើឡើង ដើម្បីចង់ដឹងពីបម្រែបម្រួលថ្លៃដើមរបស់ផលិតផលនៅក្នុងគ្រា និង អំពីហានិភ័យថ្លៃដើមដែលក្រុមហ៊ុនអាចនឹងប្រឈមមុខ។

តារាងលទ្ធផលតាមបែបទំហំរួម បានបង្ហាញថា ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡានៅតែមិនបានផ្លាស់ប្តូរយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមរបស់ខ្លួនឡើយ ដោយរក្សាថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុនឲ្យនៅថេរត្រឹម ៣៩%នៃចំណូលប្រតិបត្តិការរបស់ខ្លួន។ ទោះបីជានៅកំឡុងឆ្នាំ ២០១៥ ដល់ ២០១៦ ចំនួនភាគរយនៃថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នៅថេរ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនបន្ថយតម្លៃរបស់វាពី ១៧,៤៨២លានដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ មកត្រឹមតែ ១៦,៤៦៥ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ២០១៦។

៣.២.២.១. ការប្រៀបធៀបថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

ខណៈពេលដែល ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីមានការកើនឡើង ថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុននេះក៏មានការកើនឡើងផងដែរ ពោលគឺបានកើនឡើងពី -៨%នៅឆ្នាំ២០១៥ ទៅដល់ -២%នៅឆ្នាំ២០១៦។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានេះដែរ ថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាមានការធ្លាក់ចុះពី -២% ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ មកត្រឹម -៦%ក្នុងឆ្នាំ២០១៦។ នេះមានន័យថាការ

គ្រប់គ្រងថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានភាពល្អប្រសើរជាង ក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ី។ ដោយក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាមានលទ្ធភាពក្នុងការកំណត់ថ្លៃដើមរបស់ខ្លួនបានយ៉ាងល្អ និងមានកំរិត ថយចុះ៤%គួរឲ្យកត់សម្គាល់។ មូលហេតុពីក្រោយការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា គឺដោយសារតែក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា កាន់កាប់រោងចក្រផលិតផល និងច្រកសំបកដប ជាង ២៥០ប្រទេសនៅលើពិភពលោក ដែលវាដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការកាត់បន្ថយថ្លៃដើម ផលិតផល។

៣.២.២.៣. ហានិភ័យថ្លៃដើម របស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា

ការវិភាគថ្លៃដើមផលិតផល គឺទាក់ទងទៅនឹងវត្ថុធាតុដើម ដែលក្រុមហ៊ុនត្រូវការចាំបាច់ ក្នុងការ ផលិត ផលិតផលរបស់ពួកគេ។ វត្ថុធាតុដើមចម្បងដែលក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាត្រូវការរួម មាន៖

- ទឹក៖ គឺជាវត្ថុធាតុដើមសំខាន់ក្នុងការផលិតភេសជ្ជៈសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ពីព្រោះក្រុមហ៊ុននេះបានប្រើប្រាស់បរិមាណទឹកយ៉ាងច្រើននៅក្នុងភេសជ្ជៈរបស់ខ្លួនមួយ ដប។
- សារជាតិផ្អែម៖ សារជាតិផ្អែមត្រូវបានគេបែងចែកជា២គឺ សារជាតិផ្អែមដែលមានសារ ធាតុចិញ្ចឹម និងគ្មានសារធាតុចិញ្ចឹម (nutritive and non-nutritive sweeteners)។ សារ ជាតិផ្អែមដែលមានជីវជាតិគឺសំដៅទៅលើ high fructose corn syrup (HFCS) ដែលមាន សារធាតុចិញ្ចឹមប្រហាក់ប្រហែលនឹងស្ករស រីឯសារជាតិផ្អែមដែលគ្មានសារធាតុចិញ្ចឹម គឺ សំដៅទៅលើសារធាតុមួយចំនួន ដូចជា aspartame, acesulfame potassium, sucralose, saccharin ជាដើម។ សារជាតិផ្អែមទាំងអស់នេះត្រូវបានទិញយកពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ហើយវា មានចំនួនកម្រិតជាក់លាក់មួយ។ បើទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡានៅ មិនទាន់ជួបប្រទះហានិភ័យក្នុងការទិញសារជាតិផ្អែមទាំងនេះពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់របស់ខ្លួនឡើយ។
- ផ្លែឈើ និងរសនៃផ្លែឈើ៖ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ត្រូវបានផ្គត់ផ្គង់ផ្លែឈើ និងរសនៃផ្លែ ឈើ ពី ប្រទេស Florida និង Brazil។ ក្នុងករណីដែលប្រទេសទាំងនេះ មានអាកាសធាតុ ត្រជាក់ខ្លាំង (Freezing Weather) ឬជួបប្រទះនឹងព្យុះ (Hurricanes) ឬក៏ជួបនឹងបញ្ហាជំងឺ របស់រុក្ខជាតិ (Greening Disease) នោះក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នឹងជួបប្រទះនូវវិបត្តិថ្លៃដើម ដោយសារតែ តម្លៃនៃផ្លែឈើនិងរសនៃផ្លែឈើទាំងនោះនឹងកើនតម្លៃ និងចំណាយ។

៣.៤.៣. ការវិនិយោគចំណាយ របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ផ្អែកតាមរបាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ចំណាយចំបងៗរបស់ក្រុមហ៊ុន រួមមាន ចំណាយការលក់ និងរដ្ឋបាល ចំណាយផ្សព្វផ្សាយ និងចំណាយផ្សេងៗ។

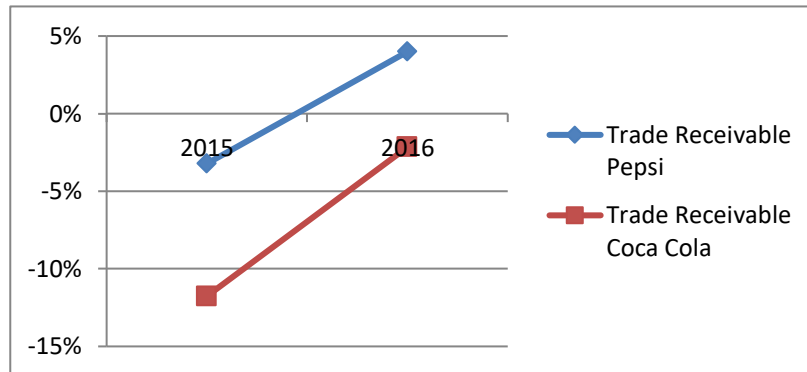
ទិន្នន័យនៃតារាងលទ្ធផលតាមទំហំរួម បង្ហាញថាក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ពុំមានយុទ្ធសាស្ត្រថ្មី សម្រាប់ចំណាយ ការលក់ និងរដ្ឋបាល និងចំណាយផ្សេងៗរបស់ខ្លួនឡើយ។ ដោយសារ តែ សម្រាប់ចំណាយការលក់ និងរដ្ឋបាល ក្រុមហ៊ុននៅតែរក្សាចំនួន ៣៦% ទៅ៣៧%នៃចំណូល ប្រតិបត្តិការ ហើយ ចំណាយផ្សេងៗស្មើនឹង ៣ ទៅ៤%នៃចំណូលប្រតិបត្តិការ។

ចំណាយការលក់ និងរដ្ឋបាលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា មានការធ្លាក់ចុះ ១,១៦៥ លាន ដុល្លារ ដែលស្មើនឹង៧% បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥។ ចំណាយផ្សព្វផ្សាយក៏ត្រូវបានគេចាត់ទុកជាផ្នែក មួយដែលពាក់ព័ន្ធនឹងចំណាយការលក់ និងរដ្ឋបាលដែរ។ ប៉ុន្តែខណៈពេលដែលចំណាយការលក់ និងរដ្ឋបាលមានការថយចុះ ចំណាយផ្សព្វផ្សាយរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាមានការកើនឡើងពី ៣,៤៩៩ លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំ ២០១៤ មក ៣,៩៧៦លានដុល្លារ ក្នុងឆ្នាំ២០១៥ និង កើនទៅដល់ ៤,០០៤លានដុល្លារក្នុងឆ្នាំបន្ទាប់។ នេះដោយសារតែក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាតែងតែយកចិត្តទុកដាក់ លើការផ្សព្វផ្សាយពាណិជ្ជកម្មផលិតផលរបស់ខ្លួន ហើយយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការផ្សព្វផ្សាយរបស់ក្រុម ហ៊ុន ភូកា ភូឡា គឺផ្អែកទៅតាមស្ថានភាពពេលបច្ចុប្បន្នរបស់អតិថិជន។ ឧទាហរណ៍ ក្នុងពេលបច្ចុ ប្បន្នជា ពេលដែលពិភពលោកមានសន្តិភាព ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ប្រើប្រាស់ភាពជួបជុំគ្រួសារ និងភាពសុខុមាលភាពរបស់មនុស្សជាគោលគំនិតក្នុងការផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់ខ្លួន។ ការកើន ឡើងនៃចំណាយផ្សព្វផ្សាយ បង្ហាញឲ្យឃើញថា ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា កំពុងតែវិនិយោគដើមទុន របស់ខ្លួន ដើម្បីពង្រឹងនូវម៉ាកសញ្ញាផលិតផលដែលខ្លួនមាន។

ចំពោះចំណាយផ្សេងៗវិញ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា បានទទួលស្គាល់ ចំណាយចំនួន១,៥១០ លានដុល្លារជាចំណាយផ្សេងៗ។ នៅក្នុងនោះរួមមាន ចំណាយចំនួន៣៥២ លានដុល្លារសម្រាប់កម្មវិធីវិនិយោគរបស់ក្រុមហ៊ុន (reinvestment program) និង ២៤០លានដុល្លារ សម្រាប់ការបើកឲ្យដំណើរការនូវ រោងចក្រដបនៅប្រទេសអាឡឺម៉ង់ (for integration of our German bottling operations)។ លើសពីនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុន ក៏បានបន្ថែមចំណាយ ចំនួន២៩៧ លានដុល្លារសម្រាប់ការធ្វើវិសោធនកម្ម Franchise សម្រាប់រោងចក្រសំបកដបរបស់ខ្លួន (refranchise our bottling operations)។

៣.៤.៤. ការវិភាគបំណុលត្រូវទាររបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

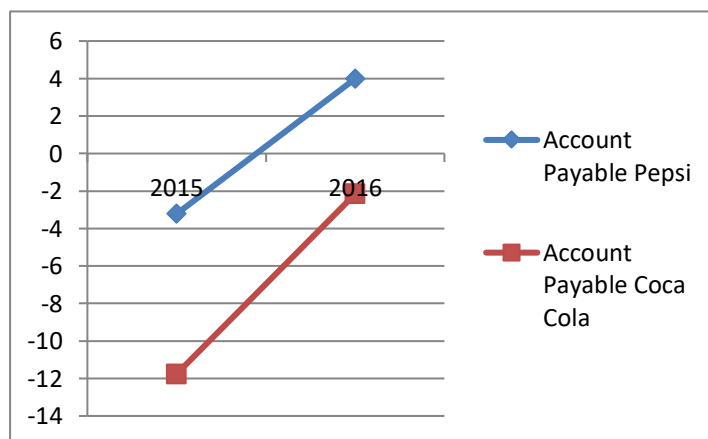
ក្រាហ្វិចទី៥៖ បម្រែបម្រួល Trade Receivable របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា



ចំពោះបម្រែបម្រួល បំណុលត្រូវទារនេះវិញ ឃើញថាទាំងក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីមានការកើនឡើង។ យ៉ាងណាមិញ បើទោះជាតម្លៃនៃ បំណុលត្រូវទារ របស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីមានទំហំធំជាងក៏ពិតមែន ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ហាក់មានសន្ទុះនៃបម្រែបម្រួលបំណុលត្រូវទារ ធំជាងក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី។ នេះបង្ហាញឲ្យឃើញថា ក្រុមហ៊ុនទាំងពីរនេះ មានការគ្រប់គ្រង បំណុលត្រូវទារ បានល្អប្រសើរដូចគ្នា ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាមានវិធីសាស្ត្រល្អជាងក្នុងការប្រមូល នូវបំណុលត្រូវទារ ពីអតិថិជនដែលរួមចំណែកក្នុងការកាត់បន្ថយហានិភ័យការគ្រប់គ្រង សាច់ប្រាក់ (liquidity risk management) នាពេលអនាគត។

៣.៤.៥. ការវិភាគបំណុលរយៈពេលខ្លី និងបំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ក្រាហ្វិចទី៦៖ បម្រែបម្រួលបំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

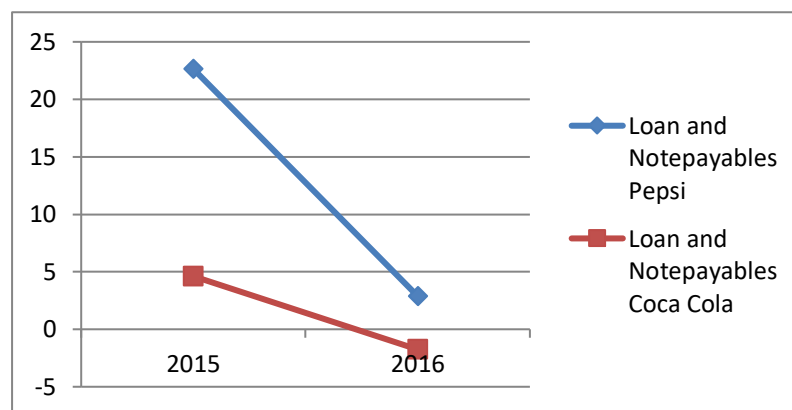


ចំពោះផ្នែកបំណុលរយៈពេលខ្លីវិញ ឃើញថា ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាមានបម្រែបម្រួល បំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាមានការកើនឡើង ពី-១១.៧៦% នៅឆ្នាំ២០១៥ កើន ដល់ -២.១៦% នៅឆ្នាំ២០១៦។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយក៏បម្រែបម្រួលនេះស្ថិតនៅក្នុងស្ថានភាព

ល្អជាងក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីដដែល។ នេះបង្ហាញយ៉ាងថា ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា មានលទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងបំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ខ្លួនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពជាងក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ី។

ក្រាហ្វិចអំពីបម្រែបម្រួលបំណុលរយៈពេលវែងនេះ បានបង្ហាញថា បម្រែបម្រួលបំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងពីរបានថយចុះគួរឲ្យកត់សម្គាល់ដែលមានន័យថា ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា និងក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីបានព្យាយាមកាត់បន្ថយបំណុលរយៈពេលវែងរបស់ខ្លួនបានយ៉ាងជោគជ័យ។ ដោយឡែកបម្រែបម្រួលបំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ីបានថយលឿនជាងក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា។

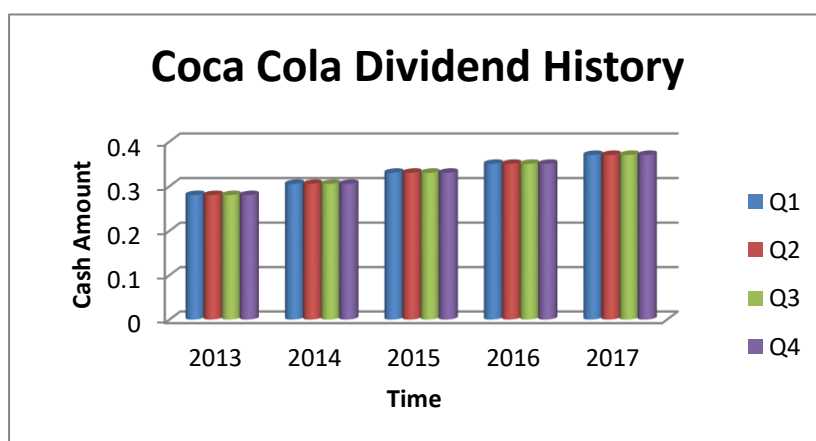
ក្រាហ្វិចទី៧៖ បម្រែបម្រួលបំណុលរយៈពេលវែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា



៣.៥. ការវិភាគពីភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ត្រូវបានគេចាត់ទុកជាក្រុមហ៊ុនដែលមានកត្តិនាមល្អក្នុងការចែកភាគលាភ ដោយសារតែក្រុមហ៊ុននេះ បានបន្តបង្កើនភាគលាភរបស់ខ្លួនអស់រយៈពេលជាង ៥៨ឆ្នាំមកហើយគិតត្រឹមឆ្នាំ២០១៧។

ក្រាហ្វិចទី៨៖ បង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា(២០១៤-២០១៧)



Source៖ http://performance.morningstar.com/stock/performance-return.action?p=dividend_split_page&t=KO

បើទោះបីជា ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ត្រូវបានគំរាមកំហែងដោយសារការបាត់បង់ប្រជាប្រិយភាពនៃផលិតផលប៉ុន្មានយ៉ាងណាក៏ដោយ ក្រុមហ៊ុននេះនៅតែបន្តចែកភាគលាភ និងបង្កើនចំណែកភាគលាភរៀងគ្នា អស់រយៈពេល ៥៤ឆ្នាំមកហើយ។

បើពិនិត្យទៅលើ Dividend Yield របស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ឃើញថា Dividend Yield របស់ក្រុមហ៊ុននេះ មានកម្រិតបម្រែបម្រួលក្នុងរង្វង់ ៣.២០%។ ដោយនៅ ថ្ងៃទី០៩ ខែមេសា ឆ្នាំ២០១៧ មាន ៣.២៦%, ថ្ងៃទី០៣ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧ មាន ៣.២២% និង ថ្ងៃទី២០ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៧ នេះ មាន៣.២១%។ Dividend Yield ៣.២១% មានន័យថា វិនិយោគិននឹងទទួលបានការចែកភាគលាភ ៣.២១%នៃទុកដែលពួកគេបានវិនិយោគ។ នេះជាចំណុចដែលអ្នកវិនិយោគធ្វើការសម្រេចចិត្តព្រោះពួកគេចង់វិនិយោគទៅលើក្រុមហ៊ុនណាដែលមានស្ថេរភាព Dividend Yield ឬ មាន Dividend Yield ខ្ពស់ប៉ុណ្ណោះ។

បើក្រឡេកមើលទៅលើ ប្រវត្តិនៃការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុប ស៊ីវិញ ឃើញថា ក្រុមហ៊ុននេះក៏មានការកើនឡើងនៃចំណែកភាគលាភតាមឆមាសនីមួយៗរបស់ខ្លួនដែរ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ចំណែកភាគលាភទាំងនោះមានតម្លៃខ្ពស់ជាងក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡាទ្វេដង។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីបែងចែកភាគលាភរបស់ខ្លួន ០.៧៥២ដុល្លា ក្នុងឆមាសទី២របស់ខ្លួន³³ ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡាអាចចែកភាគលាភត្រឹមតែ ០.៣៥ ដុល្លារប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយឆមាស³⁴។ លើសពីនេះទៅទៀត បើសង្កេតទៅលើការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុនទាំងពីរ ឃើញថា ក្នុងឆ្នាំ២០១៧ ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី មានលទ្ធភាពចែកភាគលាភទៅឲ្យម្ចាស់ភាគហ៊ុនរហូតដល់ ០.៨០៥ដុល្លាក្នុងមួយឆមាស រីឯ ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា អាចចែកភាគលាភរបស់ខ្លួនត្រឹមតែ ០.៣៧ដុល្លាក្នុងមួយឆមាស។ នេះមានន័យថា ក្នុងចន្លោះឆ្នាំ២០១៦ ទៅ២០១៧ តម្លៃនៃភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី មិនត្រឹមតែមានតម្លៃខ្ពស់ប៉ុណ្ណោះទេ ថែមទាំងមានកំណើនលឿនជាងភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាថែមទៀតផង។

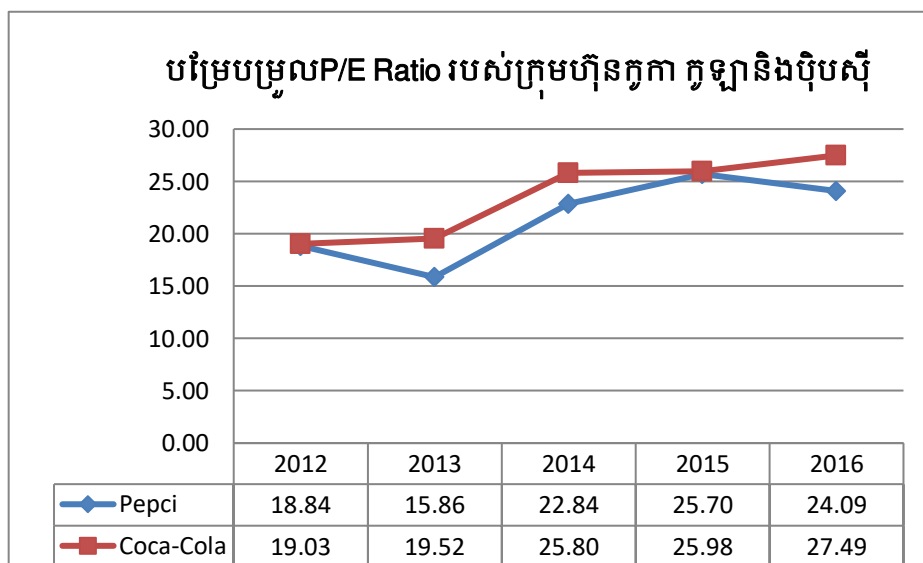
P/E Ratio តាមទិន្នន័យដែលបានបង្ហាញក្នុងក្រាហ្វិចទី៩បានបង្ហាញថាក្នុងកំឡុងពេលប្រាំឆ្នាំមកនេះRatio របស់ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា មានការកើនឡើងជាបន្តបន្ទាប់។ ក្នុងឆ្នាំ២០១២ ដល់ ២០១៦ P/E ratio របស់ក្រុមហ៊ុនភូកាភូឡាកើនឡើងពី១៩.០៣ដង ដល់ ២៧.៤៩ដង។ កំណើននៃP/E ratio នេះអាចបង្ហាញឲ្យឃើញថាចាប់ពីឆ្នាំ២០១២មកក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា រកចំណេញបាន

³³ <http://www.nasdaq.com/symbol/pep/dividend-history> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២០កក្កដា ២០១៧)។

³⁴ <http://www.nasdaq.com/symbol/ko/dividend-history> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២០កក្កដា ២០១៧)។

២.០២ដុល្លារនៃវិនិយោគិនហ៊ានទិញហ៊ុនរហូតដល់ទៅតម្លៃ ៣៨.៤៥ដុល្លា ដែលស្មើនឹង១៩.០៣ ដងនៃថ្លៃចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន ជាងនេះទៅទៀតបន្តរហូតមកដល់ឆ្នាំ២០១៦ ក្នុងផលចំណេញ ១.៥២ដុល្លា វិនិយោគិនហ៊ានទិញហ៊ុនក្នុងតម្លៃ៤១.៧៨ ដែលស្មើនឹង២៧.៤៩ដងនៃប្រាក់ចំណេញ ក្នុង១ហ៊ុននាពេលបច្ចុប្បន្ន។ បើក្រឡេកទៅមើលក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ីវិញក្នុងឆ្នាំ២០១២ដល់២០១៣ មានការថយចុះលើការវិនិយោគពី១៨.៨៤ដល់១៥.៨៦ដង និងកើនឡើងវិញក្នុងឆ្នាំ២០១៤មក ដល់២២.៨៤ដងវិញដោយក្នុងប្រាក់ចំណេញ៣.៧៧ដុល្លាវិនិយោគិនហ៊ានទិញហ៊ុនក្នុងតម្លៃ ៩៦.៩០ដុល្លាដោយស្មើនឹង២២.៨៤ដងនៃប្រាក់ចំណេញក្នុងឆ្នាំ២០១៤ប៉ុន្តែក្នុងកំឡុងឆ្នាំបន្ទាប់ រហូតដល់ឆ្នាំ២០១៦ក្នុងប្រាក់ចំណេញ៤.៤៣ដុល្លាវិនិយោគិនហ៊ានទិញ១០៦.៧៣ដុល្លា ដែលស្មើ នឹងស្មើនឹង ២៤.០៩ដងនៃប្រាក់ចំណេញដែលរកបាននាពេលបច្ចុប្បន្ន។

ក្រាហ្វិចទី៩៖ ការប្រៀបធៀប Price Earning Per Share (P/E) រវាងក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា និងក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី



(Source៖ <http://www.nasdaq.com/symbol/pep/dividend-history> និង <http://www.nasdaq.com/symbol/ko/dividend-history>)

បើយោងតាមទិន្នន័យក្នុងការិយបរិច្ឆេទទាំងប្រាំឆ្នាំកន្លងមកក្នុងក្រាហ្វិចរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡានិងក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ីស្ថិតក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈដូចគ្នា៖

ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាមានភាពប្រសើរជាងក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ី ដែលអាចសរុបញ្ជាក់បានថាក្រុម ហ៊ុនកូកា កូឡាមាន P/E ratio ខ្ពស់ជាងប៊ុបស៊ី ដែលជាចំណុចមួយគួរឱ្យវិនិយោគិនមានទំនោរច្រើន ក្នុងការវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុន និងមានចំណុចវិជ្ជមាននៃផលចំណេញនាពេលអនាគតដល់វិនិយោគ ិន។ ម្យ៉ាងវិញទៀតក្នុងប្រាក់ចំណេញ១.៥២ដុល្លា វិនិយោគិនហ៊ានទិញហ៊ុនដល់ទៅ៤១.៧៨ ដុល្លា ស្មើនឹង២៧.៤៩ដងនៃប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនមានក្នុងឆ្នាំ២០១៦ផងដែរ។ ដូចនេះក្នុងឆ្នាំ

បន្ទាប់ខាងមុខទៀតទំនោរនៃការបណ្តាក់ទុនរបស់វិនិយោគិនក៏កាន់តែមានច្រើនឡើងៗ។ ចំណែក បុរេស៊ីវិញវិនិយោគិនត្រូវចំណាយលុយដល់ទៅ១០៦.៧៣ដើម្បីកាន់កាប់ហ៊ុន និងបានផលត្រឹមតែ ២៤.០៩ដងប៉ុណ្ណោះក្នុងប្រាក់ចំណេញ៤.៤៣ដុល្លាក្នុងឆ្នាំ២០១៦នេះដូចគ្នា ដែលអាចបង្ហាញពី ការរំពឹងទុកនាពេលអនាគតទៅលើក្រុមហ៊ុនបុរេស៊ីមិនសូវល្អប៉ុន្មាននោះទេ។

Dividend Yield: តាមទិន្នន័យដែលបានបង្ហាញក្នុងតារាងខាងលើ បង្ហាញថាក្នុងកំឡុងឆ្នាំ ២០១៤ រហូតដល់ ២០១៦ Dividend Yield ក្នុងក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡាមិនមានការប្រែប្រួលនោះទេគឺ នៅថេរត្រឹម ០.០៣ ដដែលបើធៀបនឹងក្រុមហ៊ុនបុរេស៊ី គឺមានសភាពប្រហាក់ប្រហែលគ្នាក្នុងឆ្នាំ ២០១៤និងស្មើគ្នាក្នុងឆ្នាំ២០១៥, ២០១៦ ។ដោយផ្អែកទៅលើទិន្នន័យដែលបានបង្ហាញនេះ មាន ន័យថាវិនិយោគិនរបស់ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡាមានលទ្ធភាពទទួលបាន០.០៣ដុល្លាជាភាគលាភ ដែលគេវិនិយោគក្នុងក្រុមហ៊ុន ។ តាមរយៈនេះដែរភាគលាភដែលវិនិយោគិនទទួលបានពីក្រុម ហ៊ុនទាំងពីរគឺមិនមានភាពខុសគ្នានោះទេចំពោះលទ្ធផលដែលទទួលបាន។

៣.៦. ការវិភាគពីការរំពឹងទុករបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា

ការវិភាគលើការរំពឹងទុកគឺជាផ្នែកដ៏ចម្បងមួយក្នុងបណ្តាផ្នែកសំខាន់ៗទៀត ដែលរួម ចំណែកក្នុងការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកវិនិយោគ។ តាមរយៈការប្រមូលផ្តុំទិន្នន័យ ការឈ្វេងយល់ និង ការវិភាគលើធាតុសំខាន់ៗមួយចំនួនខាងលើ យើងអាចធ្វើការវិភាគលើការរំពឹងទុក របស់ក្រុម ហ៊ុន ភូកា ភូឡា បានដូចខាងក្រោម៖

◦ភាពចំរុះនៃផលិតផល៖ ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា នឹងក្លាយខ្លួនជាក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈខ្នាតយក្ស លំដាប់ថ្នាក់ទីមួយនៅលើពិភពលោក ក្រៅពីមានផលិតផលកាបូណាតល្បីៗ និងមានជំហររឹងមាំ រួចមក ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា កំពុងតែពង្រីកវិសាលភាពភេសជ្ជៈបែបសុខភាពរបស់ខ្លួន។ ដូចនេះ នាពេលអនាគត ដោយសាសក្តានុពលផលិតផល និងភាពវ័យឆ្លាតនៃចក្ខុវិស័យរបស់ក្រុមហ៊ុន ធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុនកាន់តែមានជំហររឹងមាំលើវិស័យភេសជ្ជៈ។

◦ការវាយលុកទីផ្សារអន្តរជាតិរបស់ក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡា នឹងមានសន្ទុះគួរឲ្យកត់សម្គាល់៖ ដោយសារក្រុមហ៊ុន បុរេស៊ីដែលជាគូប្រកួតប្រជែងធំរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា មានជំហររឹងមាំ និងពឹងផ្អែកទៅលើទីផ្សារក្នុងស្រុកប៉ុណ្ណោះ។ នេះជាឱកាសរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាក្នុងការវាយ លុកទីផ្សារអន្តរជាតិ និងបង្កើនការលក់របស់ខ្លួន។

◦ការកំណត់ថ្លៃដើមផលិតផល និងកំណើនការលក់នាពេលអនាគត៖ ថ្លៃដើមផលិតផលគឺ ជាបញ្ហាចំបងសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនផលិតកម្ម ដោយសារតែក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាបានវិនិយោគលើផ្នែក

សំបកដប(Bottling Investment) អាចធ្វើឲ្យថ្លៃដើមរបស់ក្រុមហ៊ុន ថយចុះ។ ដូច្នេះក្រុមហ៊ុននេះ មានអំណាចក្នុងការកំណត់ថ្លៃដើមផលិតផលរបស់ខ្លួន ដែលពុំមានក្រុមហ៊ុនដៃគូប្រកួតប្រជែង ណាអាចធ្វើបាននៅឡើយ។ ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាអាចប្រើយុទ្ធសាស្ត្រថ្លៃដើមនេះ ដើម្បីបង្កើនការ លក់របស់ខ្លួន។

○ការប្រកួតប្រជែង៖ខណៈពេលដែរ ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី កំពុងតែមានទំនោរទៅខាង ផលិតកម្មចំណីអាហារ។ ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា បានត្រៀមខ្លួនរួចជាស្រេចក្នុងការប្រកួតប្រជែង ទាំងក្នុង និងក្រៅតំបន់ ដោយសារក្រុមហ៊ុននេះមាន រោងចក្រប្រតិបត្តិការដបជាង២៧៥ កន្លែង នៅលើពិភពលោក បាននឹងកំពុងកាន់កាប់ម៉ាកសញ្ញានៃភេសជ្ជៈសុខភាព។

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ឆ្លងផុតជាច្រើនទសវត្សកន្លងមកក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡា បានកែប្រែខ្លួនពីហាងតូចមួយ ទៅជា ក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈលំដាប់ពិភពលោក និងមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះល្បីល្បាញនៅតាមបណ្តាប្រទេសចំនួន ច្រើនជាង២០០ និងពង្រីកវិសាលភាពទៅកាន់តំបន់ធំៗជាច្រើនកន្លែងនៅលើពិភពលោក ដូចជា **Europe, Middle East & Africa, Latin America, North America, Asia Pacific**. ជាងនេះទៅទៀត ក្រុមហ៊ុននេះក៏មានផលិតផលដ៏សំបូរបែបជាច្រើនចំនួនប្រមាណជា ៣៥០០ប្រភេទបែងបែកតាម តំបន់ដែលបំពេញតម្រូវការនិង ចំណង់ចំណូលចិត្តដល់មនុស្សគ្រប់វ័យ ឬអាចនិយាយបានថា បំពេញនូវតម្រូវការទីផ្សារបានយ៉ាងល្អ។

ក្នុងនោះដែរក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាមានប្រភេទវេសជាតិជាច្រើនដូចជា៖ តែ, ទឹកផ្លែឈើ, កាហ្វេ, ភេសជ្ជៈសរីរាង្គ, កាបូណាត, ទឹកសុទ្ធនិងភេសជ្ជៈប៉ូរកំលាំងនិងជំនួយសុខភាពដទៃទៀត។ ក្រុមហ៊ុននេះបានបង្កើននូវប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាច្រើនស្ទើរតែគ្រប់ទីកន្លែង ដូចជាប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត media, ស្លាកសញ្ញាតាមផ្សារទំនើបនានា, ដាក់ស្លាកសញ្ញាក្រុមហ៊ុននៅតាមវត្ថុអនុស្សាវរីយ៍ផ្សេងៗ។ មិន តែប៉ុណ្ណោះក្រុមហ៊ុនបង្កើតនូវប្រព័ន្ធប្រមូលនិធិផ្សេងៗ ដើម្បីឲ្យមហាជនបានស្គាល់, សាកភ្នក់រស ជាតិផលិតផលក្រុមហ៊ុន និងបង្ហាញពីសក្តានុពលរបស់ខ្លួនក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈផងដែរ។

ក្នុងកំឡុងពេលដប់ពីរឆ្នាំមកនេះចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាបានបន្តធ្លាក់ចុះ ដោយសារកត្តាមួយចំនួនដូចជា ការវាយតម្លៃនិងប្រតិកម្មពីកម្រិតប៉ះពាល់សុខភាព, ការគំរាមគំ ហែងពីសំណាក់ក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យដូចគ្នា, ការរីកដុះដាលនូវប្រភេទភេសជ្ជៈជា ច្រើនប្លែកៗ, ការរួមបញ្ចូលគ្នានូវវេសជាតិថ្មីៗជាច្រើន, បច្ចេកវិទ្យា និងតម្រូវការទីផ្សារក្នុង និងក្រៅ តំបន់។ កត្តាទាំងនេះហើយដែលជាហេតុធ្វើឲ្យក្រុមហ៊ុន ព្យាយាមអភិវឌ្ឍខ្លួនឲ្យស្របតាមស្ថាន ភាពជាក់ស្តែងក្នុង និងព្យាយាមយកទុនទៅវិនិយោគបន្ថែមលើផលិតផលបន្ថែមជាជាងការដែល បង្ហាញពីកំណើនប្រាក់ចំណូល។

ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា គឺជាក្រុមហ៊ុន មួយដែលមានសក្តានុពលផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ និងមានយុទ្ធ សាស្ត្រច្បាស់លាស់ក្នុងការសម្រេចឲ្យបាននូវគោលដៅ នាពេលអនាគតរបស់ ខ្លួន។ អាច និយាយបានថា ក្រុមហ៊ុននេះគឺជាក្រុមហ៊ុនល្អមួយសម្រាប់វិនិយោគដោយយោងលើកត្តាខាង ក្រោមដូចជា៖

- **ការអភិវឌ្ឍន៍ខ្លួន៖** ដើម្បីបំពេញតម្រូវការនាពេលបច្ចុប្បន្នរបស់អតិថិជន ដែលកំពុងតែមានការរងគ្រោះរង្គើដោយសារតែបញ្ហាសុខភាព និងដើម្បីជំនួសផលិតផលដែលស្ថិតនៅក្នុងដំណាក់កាលទុំ (មានន័យថាផលិតផលដែលនឹងលែងមានកំណើននៃតម្រូវការ)របស់ខ្លួន ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា បានពង្រីកវិសាលភាពផលិតផលខាងផ្នែកសុខភាពរបស់ខ្លួន ហើយបានកាន់កាប់ម៉ាកសញ្ញាល្បីៗដែលមានតម្លៃរាប់កោដិបានជាច្រើន
- **សុខភាពហិរញ្ញវត្ថុ៖** បើទោះបីជាប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នៅតែបន្តធ្លាក់ចុះអស់រយៈពេលជាង ១០ឆ្នាំកន្លងមកក្តី ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា នៅតែអាចឈរជើងបានយ៉ាងរឹងមាំ ហើយនៅតែមានលទ្ធភាពបន្តបង្កើនការចែកភាគលាភរបស់ខ្លួនជា លំដាប់។ តម្លៃហ៊ុន Dividend yield និង P/E Ratioរបស់ក្រុមហ៊ុនមានសភាពល្អប្រសើរ ដែលជាសញ្ញាណល្អមួយសម្រាប់អ្នកវិនិយោគក្នុងការទាញយកផលចំណេញតាមរយៈ ការវិនិយោគ និងការធ្វើពាណិជ្ជកម្ម។
- **ឱកាស និងការប្រកួតប្រជែង៖**ដោយសារតែដៃគូប្រកួតប្រជែងធំរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ទំនោរទៅខាងផលិតផលអាហារ ហើយផ្ដោតផ្ដល់ទៅលើទីផ្សារ North America ដែលជាទីផ្សារក្នុងស្រុកច្រើនជាងវាយលុកទៅតំបន់ផ្សេងៗ នេះជា ឱកាសមួយសម្រាប់ ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ខ្លួនទាំងផលិតផល និងការវាយលុកទីផ្សារអន្តរជាតិ។ ផ្អែកទៅលើទិន្នន័យ និងការឈ្វេងយល់ North America នឹងថយចុះនូវតម្រូវការ ភេសជ្ជៈប្លែកម្ខាងរបស់ខ្លួននាពេលអនាគត ដែលជាហានិភ័យធំមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី និងជាឱកាសសម្រាប់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។

២. ការផ្តល់អនុសាសន៍

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនេះធ្វើឡើងសម្រាប់ជា ធាតុមួយចូលរួមចំណែកក្នុងការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកវិនិយោគថា តើរាល់ព័ត៌មានស្របតាមតម្រូវការដល់វិនិយោគិនក្នុងកម្រិតណា? រំពឹងទុកអ្វីខ្លះទៅលើក្រុមហ៊ុន? តើការវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនភេសជ្ជៈលំដាប់ពិភពលោកមួយនេះនឹងទទួលបានផលតបស្នងវិជ្ជមាន ឬអវិជ្ជមាននាពេលអនាគត។ ទាំងនេះជាហេតុផលចម្បងៗ និងជាអនុសាសន៍សម្រាប់អ្នកវិនិយោគដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍លើក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា៖

- **ទីផ្សារហ៊ុន៖** រាល់ការវិនិយោគគឺតែងតែរំពឹងនូវផលតបស្នង និងភាពជោគជ័យ។ ជាក់ស្ដែងយោងទៅតាមយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការបែងចែកភាគលាភនាពេល៥០កន្លងមកនោះសង្កេតឃើញថាទោះបីតម្លៃហ៊ុននៅលើទីផ្សារមានការប្រែប្រួលមិនទៀងក្រុមហ៊ុននៅតែមានជំហររឹងមាំក្នុងការបែងចែកភាគលាភ និងផ្តល់ទំនុកចិត្តខ្ពស់ជូនវិនិយោគិនដែរ។ ក្រុមហ៊ុន

ប្រើវិធីសាស្ត្របង្កើនតម្លៃភាគលាភសន្សំៗទោះបីកំណើនតិចឬច្រើនប៉ុន្តែមិនឲ្យថយចុះ តម្លៃភាគលាភនោះដែរ។ ក្រឡេកទៅមើលតម្លៃហ៊ុនលើទីផ្សារ និងកំរិតប្រាក់ចំណេញក្នុង មួយហ៊ុនវិញភូកា ភូឡាអាចទាក់ទាញវិនិយោគិនបានគ្រប់ស្រទាប់វណ្ណៈ។(ដូចមានក្នុងក្រាហ្វិចទី៩ P/E Ratio)ឃើញថា តម្លៃហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា មានសភាពទាបជាង ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី ដល់ទៅ ពីរដងមានន័យថា ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា អំណោយផលដល់ អ្នក វិនិយោគដែលមានដើមទុនតិច តែលទ្ធផល និងចំនួនដងនៃការរឹងទុកលើផលចំណេញ មានកម្រិតប្រហាក់ប្រហែលនឹងក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ីក្នុងឆ្នាំ២០១២,២០១៣ និងខ្ពស់ជាងក្នុងឆ្នាំ ២០១៤ ២០១៥ ២០១៦ ដែលនិងរំពឹងទុកថាក្នុងឆ្នាំបន្ទាប់កាន់តែបន្តកើនឡើង។

• **ផលិតផលដ៏សំបូរបែប និងការផលិតនិងចែកចាយដបៈ** ទាំងម៉ាកសញ្ញាល្បីៗ,រសជាតិ, ប្រភេទផលិតផល, ការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុន អាចបង្ហាញពីគ្រឹះដ៏រឹងមាំរបស់ ក្រុមហ៊ុនក្នុងវិស័យភេសជ្ជៈ។ ទោះជាក្នុងចំណោមផលិតផល ឬរសជាតិណាមួយក្នុងក្រុម ហ៊ុន ត្រូវទទួលរងការវាយតម្លៃក៏នូវមានផលិតផលជាច្រើនទៀតដែលអាចឈរជើងនៅ លើទីផ្សារបាន។ ម្យ៉ាងវិញទៀតថ្នាក់ដឹកនាំក្នុងក្រុមហ៊ុនក៏មិនបានបណ្តោយឲ្យផលិតផល ក៏ដូចជាក្រុមហ៊ុនបាត់បង់ប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្លួនទៅទាំងបែបនេះដែរ។ ក្រុមហ៊ុន ព្យាយាមអភិវឌ្ឍន៍និងផលិតផលដោយងាកទៅរកការវិនិយោគនិងទិញម៉ាកសញ្ញាល្បីៗ និងសហការដៃគូជាមួយក្រុមហ៊ុនល្បីៗមួយចំនួនទៀតដែរ។ (%ផលិតផលល្បីក្នុងទីផ្សារ ហ៊ុន) ទាក់ទងនឹងវិស័យផលិតដបក្រុមហ៊ុនភូកា ភូឡាមានទីតាំងជាច្រើនតាម បណ្តា ប្រទេសនិងចំណូលដែលទទួលបានពីវិស័យនេះប្រមាណជាង៤៨%ក្នុងមួយឆ្នាំផងដែរ។ ទន្ទឹមនឹងនេះដែរវិនិយោគិនមិនគួរមើលរំលងពីហានិភ័យ និងប៉ាន់ស្មានលើការរំពឹងទុកនា ពេលលអនាគតចំពោះក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡានោះដែរ ពោលគឺវិនិយោគិនត្រូវត្រៀមខ្លួនផងដែរ ចំពោះហានិភ័យដែលក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡាអាចមានដូចជា៖

• **ការធ្លាក់ចុះខ្លាំងនៃតម្រូវការផលិតផលកាបូណាតៈ** ប្រាក់ចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ពឹងផ្អែក៦០%ទៅលើការលក់ផលិតផលប៉ូរកម្លាំង និងមានម៉ាកសញ្ញាល្បីដែលជាប្រភេទ ភេសជ្ជៈកាបូណាត ដែលក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា ក៏ទទួលរងនូវមតិវិះគន់ពី អតិថិជនរបស់ខ្លួនចំពោះបញ្ហាសុខភាពផងដែរ។ ក្នុងករណីដែលផលិតផលប៉ូរកម្លាំង របស់ក្រុមហ៊ុន បាត់បង់ប្រជាប្រិយភាពរបស់ខ្លួនភ្លាមៗ ក្រុមហ៊ុន ភូកា ភូឡា អាចនឹងមាន វិបត្តិហិរញ្ញវត្ថុយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរប្រសិនបើ អតិថិជនក្រឡេកទៅប្តូរទទួលទានប្រភេទ ភេសជ្ជៈ ថ្មី។

- **ដៃគូប្រកួតប្រជែង៖** ដៃគូប្រកួតប្រជែងចម្បងរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា គឺក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ី។ នាពេលថ្មីៗនេះ ខណៈពេលដែលក្រុមហ៊ុនកូកា កូឡាកំពុងតែពង្រីកវិសាលភាពផលិតផលបែបសុខភាពរបស់ខ្លួន ក្រុមហ៊ុន ប៊ុបស៊ីបែរជាពង្រឹងផលិតផលផ្នែកអាហាររបស់ខ្លួនទៅវិញ។ សកម្មភាពនេះធ្វើឲ្យសក្តានុពលផ្នែកភេសជ្ជៈរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា អាចនឹងមានសន្ទុះខ្លាំងជាងក្រុមហ៊ុនប៊ុបស៊ី។

ព្រោះតែការពង្រីកម៉ាកសញ្ញាភេសជ្ជៈ និងការថយចុះនៃតម្រូវការភេសជ្ជៈកាបូណាត នាំឲ្យសុខភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននៅមិនទាន់ខ្លាំងក្លានៅឡើយ ដែលនាំឲ្យតម្លៃហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡាស្ថិតនៅក្នុងតម្លៃមានកម្រិតមួយ។ ធៀតឱកាសតម្លៃហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មិនទាន់មានតម្លៃខ្ពស់នៅឡើយ នាពេលបច្ចុប្បន្ន ជាពេលវេលាដ៏សមស្របសម្រាប់វិនិយោគិនក្នុងការសម្រេចចិត្តទិញយកភាគហ៊ុន កូកា កូឡារបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា។ នាពេលអនាគតដោយសារសុខភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា មានសភាពល្អប្រសើរ និងមានកំណើនវិជ្ជមាន តម្លៃភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន កូកា កូឡា អាចនឹងមានការកើនឡើង ដូចនេះវិនិយោគិនដែលមានភាគហ៊ុន កូកា កូឡា អាចនឹងទទួលបាននូវផលចំណេញជាច្រើន។

ឯកសារយោង

ឯកសារយោងជាសៀវភៅ

- Robert.Anthony, David F.Hawkins, Kenneth A. Merchant, *Accounting Book* [សៀវភៅគណនេយ្យ], បោះពុម្ពលើកទី១១,(២០០៤),៣២។
- Walter T.Harrison Jr និង Charles T. Horngren, *Financial Accounting* [គណនេយ្យហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី៧(២០០៨), ១៦។
- Peter M.Bergevin, *Financial Statement Analysis* [ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ] (គ្មានឈ្មោះរោងពុម្ព,២០០២), ៦៧។
- K.R Surbrabyam, *Financial Statement Analysis* [ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ], បោះពុម្ពលើកទី១១(២០១៤), ១១។
- United States Securities and Exchange Commission from 10-K; *Annual Report pursuant to section 13 OR 15(d)* [របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំអនុលោមទៅតាមមាត្រាទី១៣ ឬ១៥(d) នៃការទិញលក់ភាគហ៊ុន], (១៩៣៤),៥០។

ឯកសារយោងជាវេបសាយ

- <http://www.accountingtools.com/definition-financial-statement> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃទី១៦ មិថុនា ២០១៧)។
- <http://www.coca-cola.co.uk/stories/our-story-1886-1892--the-beginning> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា ២០១៧)។
- <http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/heritage/our-story-1893-1904-the-early-years> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា ២០១៧)។
- <http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/heritage/our-story-1919-1940--cokes-first-olympics>(ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា ២០១៧)។
- <http://www.coca-cola.co.uk/stories/history/heritage/our-story-1919-1940--cokes-first-olympics> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា)។
- https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Coca-Cola_buildings_and_structures (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា)។
- <https://cocacolaunited.com/locations> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២២ មិថុនា)។

[http://www.coca-colajourney.com.au/stories/trace-the-130-year-evolution-of-the-coca-cola-](http://www.coca-colajourney.com.au/stories/trace-the-130-year-evolution-of-the-coca-cola-logo)
logo (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ២៤ មិថុនា)។

<http://www.coca-colacompany.com/our-company/board-of-directors> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ
២៤ មិថុនា ២០១៧)។

<http://brandongaille.com/24-great-coca-cola-sales-statistics/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា
២០១៧)។

<http://www.statisticbrain.com/coca-cola-company-statistics/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា
២០១៧)

<http://www.businessinsider.com/people-drinking-less-coke-and-pepsi-2016> (ចូលទស្សនានៅ
ថ្ងៃ ០៧ កក្កដា ២០១៧)។

[http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-](http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-ko.asp)
ko.asp (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៧ កក្កដា ២០១៧)។

[http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-](http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-ko.asp)
ko.asp (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៩ កក្កដា ២០១៧)។

[http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-](http://www.investopedia.com/articles/markets/011216/top-5-companies-owned-coca-cola-ko.asp)
ko.asp (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៩ កក្កដា ២០១៧)។

<http://fortune.com/2016/06/01/coca-cola-soy-beverage-deal/> (ចូលទស្សនានៅថ្ងៃ ០៩ កក្កដា
២០១៧)។

<http://www.marketing91.com/marketing-strategy-of-coca-cola/>(21,06,2017) (ចូលទស្សនាថ្ងៃ
ទី១១ កក្កដា ២០១៧)។

<https://www.reference.com/food/popular-pepsi-products-9e12520ad0164d32> (ចូលទស្សនា
ថ្ងៃទី១២ កក្កដា ២០១៧)។

<http://www.nasdaq.com/symbol/pep/dividend-history> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២០ កក្កដា ២០១៧)។

<http://www.nasdaq.com/symbol/ko/dividend-history> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២០ កក្កដា ២០១៧)។

ឧបសម្ព័ន្ធ

ឧបសម្ព័ន្ធទី ១

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ របាយការណ៍លទ្ធផល

Coca-Cola and subsidiaries Company

Consolidated Income Statement

For the ended, 31, December-(In million USD)

	Year		
	2016	2015	2014
Total Revenue	62,799	63,056	66,683
Cost of Revenue	28,209	28,731	31,238
Gross Profit	34,590	34,325	35,445
Operating Expenses			
Research and Development	-	-	-
Sales, General And Admin	24,735	24,538	25,772
Non-Recurring Items	-	-	-
Other Operating Items	70	75	92
Operating Income	9,785	8,353	9,581
Add'l Income/Expense Items	110	59	85
Earning Before Interest and Tax	9,895	8,412	9,666
Interest Expense	1,342	970	909
Earning Before Tax	8,553	7,442	8,757
Income Tax	2,174	1,941	2,199
Minority Interest	(50)	(49)	(45)
Equity Earnings/Loss	-	-	-
Unconsolidated Subsidiary			
Net Income-Cont. Operations	6,329	5,452	6,513
Net Income	6,329	5,452	6,513

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ របាយការណ៍តារាងតុល្យការរបស់ក្រុមហ៊ុនប៊ីបស៊ីកូ

Pepsi Co., Consolidated Balance Sheets As The year,ended December 31, in million			
	Year		
	2016	2015	2014
Current Asset			
Cash and Cash Equivalents	9,158	9,096	6,134
Short-Term Investments	6,967	2,913	2,592
Net Receivable	6,694	6,437	6,651
Inventory	2,723	2,720	3,143
Other Current Assets	1,547	1,865	2,143
Total Current Assets	27,089	23,031	20,663
Long-Term Assets			
Long-Term Investments	1,950	2,311	2,689
Fixed Assets	16,591	16,317	17,244
Goodwill	14,430	14,177	14,965
Intangible Assets	13,433	13,081	14,088
Other Assets	636	750	860
Deferred Asset Charges	-	-	-
Total Assets	74,129	69,667	70,509
Current Liabilities			
Accounts Payable	14,243	13,507	13,016
Short-Term Debt/Current			
Portion of Long-Term Debt	6,892	4,071	5,076
Other Current Liabilities	-	-	-
Total Current Liabilities	21,135	17,578	18,092
Long-Term Debt	30,053	29,213	23,821
Other Liabilities	6,669	5,887	5,744
Deferred Liabilities Charges	5,073	4,959	5,304
Misc. Stocks	(151)	(145)	(140)
Minority Interest	104	107	110
Total Liabilities	62,883	57,599	52,931
Stock Holders Equity			
Common Stocks	24	24	25
Capital Surplus	4,091	4,076	4,115
Retained Earnings	52,518	50,472	49,092
Treasury Stock	(31,468)	(29,185)	(24,985)
Other Equity	(13,919)	13,319	(10,669)
Total Equity	11,246	12,068	17,578
Total Liabilities and Equity	74,129	69,667	70,509
Accumulated other comprehensive income	(11,205)	(10,174)	(5,777)
Treasury stock, at cost 2,752 and 2,716 shares, respectively	(47,988)	(45,066)	(42,225)
Equity attributable to shareholders the Coca-Cola Company	12,263	39,814	29,416
Equity attributable to noncontrolling Interests	158	210	241
Total Equity	12,421	40,024	29,657
TOTAL LIABILITIES AND SHAREOWNERS EQUITY	12,445	40,048	29,682

ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់

Pepsi Co., Statement of Cash Flow As The year,ended December 31, in million			
	Year		
	2016	2015	2014
Net Income	6,329	5,452	6,513
Cash Flows-Operating Activities			
Depreciation	2,368	2,416	2,625
Net Income Adjustments	811	1,956	433
Changes in Operating Activiites			
Accounts Receivable	(349)	(461)	(343)
Changes in Inventories	(75)	(244)	(111)
Other Operating Activities	(56)	(335)	(189)
Liabilites	1,326	1,747	1,533
Net Cash Flow-Operating	10,404	10,580	10,506
Cash Flows-Investing Activities			
Capital Expenditure	(3,040)	(2,758)	(2,859)
Investments	(4,301)	(400)	(2,386)
Other Investing Activities	193	(411)	308
Net Cash Flows-Investing	(7,148)	(3,569)	(4,937)
Cash Flows-Financing Activities			
Sale and Purchases of Stock	(2,442)	(4,501)	(4,267)
Net Borrowing	3,746	4,632	(331)
Other Financing Activities	(58)	(52)	(50)
Net Cash Flows-Financing	(2,942)	(3,828)	(8,264)
Effect of Exchange Rate	(252)	(221)	(546)
Net Cash Flow	62	2,962	(3,241)

ឧបសម្ព័ន្ធទី ២

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ របាយការណ៍លទ្ធផល

Pepsi Co.,

Consolidated Income statement

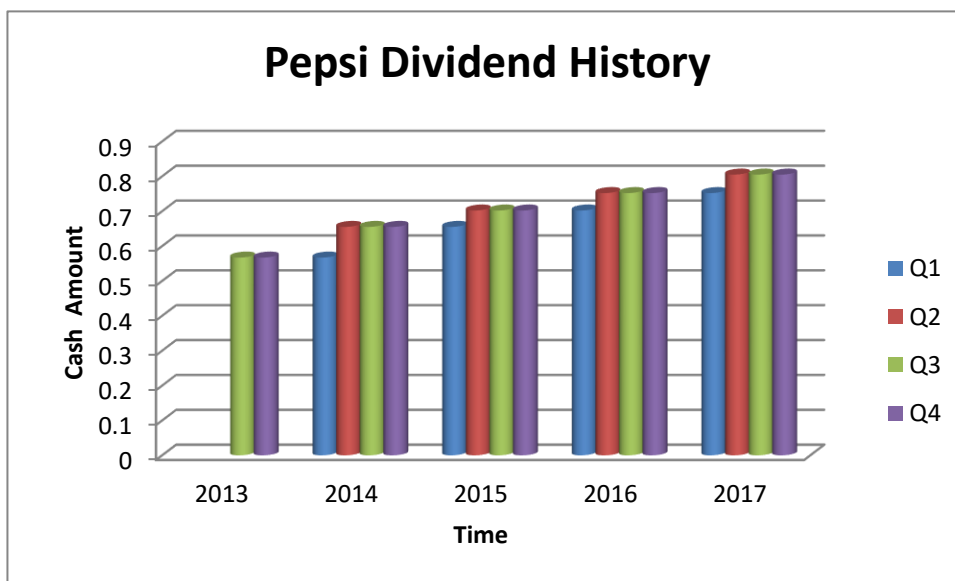
For the year ended,31 December(In million)

Pepsi Co., Consolidated Income Statement As The year,ended December 31, in million						
	Year			Vertical Analysis		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Total Revenue	62,799	63,056	66,683	100%	100%	106%
Cost of Revenue	28,209	28,731	31,238	45%	46%	50%
Gross Profit	34,590	34,325	35,445	55%	55%	56%
Operating Expenses				0%	0%	0%
Research and Development	-	-	-	0%	0%	0%
Sales, General And Admin	24,735	24,538	25,772	39%	39%	41%
Non-Recurring Items	-	-	-	0%	0%	0%
Other Operating Items	70	75	92	0%	0%	0%
Operating Income	9,785	8,353	9,581	16%	13%	15%
Add'l Income/Expense Items	110	59	85	0%	0%	0%
Earning Before Interest and Tax	9,895	8,412	9,666	16%	13%	15%
Interest Expense	1,342	970	909	2%	2%	1%
Earning Before Tax	8,553	7,442	8,757	14%	12%	14%
Income Tax	2,174	1,941	2,199	3%	3%	4%
Minority Interest	(50)	(49)	(45)	0%	0%	0%
Equity Earnings/Loss	-	-	-	0%	0%	0%
Unconsolidated Subsidiary				0%		0%
Net Income-Cont. Operations	6,329	5,452	6,513	10%	19%	10%
Net Income	6,329	5,452	6,513	10%	19%	10%
Net Income Applicable	6,329	5,452	6,513	10%	19%	10%
To Common Shareholders						

ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ តារាងតុល្យការ

Pepsi Co., Consolidated Balance Sheets As The year,ended December 31, in million						
	Year			Vertical		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Current Asset						
Cash and Cash Equivalents	9,158	9,096	6,134	12%	13%	9%
Short-Term Investments	6,967	2,913	2,592	9%	4%	4%
Net Receivable	6,694	6,437	6,651	9%	9%	9%
Inventory	2,723	2,720	3,143	4%	4%	4%
Other Current Assets	1,547	1,865	2,143	2%	3%	3%
Total Current Assets	27,089	23,031	20,663	37%	33%	29%
Long-Term Assets						
Long-Term Investments	1,950	2,311	2,689	3%	3%	4%
Fixed Assets	16,591	16,317	17,244	22%	23%	24%
Goodwill	14,430	14,177	14,965	19%	20%	21%
Intangible Assets	13,433	13,081	14,088	18%	19%	20%
Other Assets	636	750	860	1%	1%	1%
Deferred Asset Charges	-	-	-	0%	0%	0%
Total Assets	74,129	69,667	70,509	100%	100%	100%
Current Liabilities				0%	0%	0%
Accounts Payable	14,243	13,507	13,016	19%	19%	18%
Short-Term Debt/Current						
Portion of Long-Term Debt	6,892	4,071	5,076	9%	6%	7%
Other Current Liabilites	-	-	-	0%	0%	0%
Total Current Liabilities	21,135	17,578	18,092	29%	25%	26%
Long-Term Debt	30,053	29,213	23,821	41%	42%	34%
Other Liabilites	6,669	5,887	5,744	9%	8%	8%
Deferred Liabilities Charges	5,073	4,959	5,304	7%	7%	8%
Misc. Stocks	(151)	(145)	(140)	0%	0%	0%
Minority Interest	104	107	110	0%	0%	0%
Total Liabilites	62,883	57,599	52,931	85%	83%	75%
Stock Holdes Equity						
Common Stocks	24	24	25	0%	0%	0%
Capital Surplus	4,091	4,076	4,115	6%	6%	6%
Retained Earnings	52,518	50,472	49,092	71%	72%	70%
Treasury Stock	(31,468)	(29,185)	(24,985)	-42%	-42%	-35%
Other Equity	(13,919)	13,319	(10,669)	-19%	19%	-15%
Total Equity	11,246	12,068	17,578	15%	17%	25%
Total Liabilities and Equity	74,129	69,667	70,509	100%	100%	100%

ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖បង្ហាញពីប្រវត្តិនៃការបែងចែកភាគលាភរបស់ក្រុមហ៊ុន ប៊ិបស៊ី(២០១៤-២០១៧)



(Source: <http://www.nasdaq.com/symbol/pep/dividend-history>)

ឧបសម្ព័ន្ធទី ៤

Net Operating Revenues

Net Operating Revenues

Year Ended December 31, 2016 versus Year Ended December 31, 2015

The Company's net operating revenues decreased \$2,431 million, or 5 percent.

The following table illustrates, on a percentage basis, the estimated impact of key factors resulting in the increase (decrease) in net operating revenues for each of our operating segments:

	Percent Change 2016 vs. 2015				Total
	Volume ¹	Acquisitions & Divestitures	Price, Product & Geographic Mix	Currency Fluctuations	
Consolidated	1%	(6)%	3%	(3)%	(5)%
Europe, Middle East & Africa	—%	(4)%	2%	(3)%	(4)%
Latin America	(1)	—	13	(18)	(6)
North America	1	—	3	—	4
Asia Pacific	3	(2)	(2)	1	1
Bottling Investments	—	(13)	1	(1)	(14)
Corporate	*	*	*	*	*

Note: Certain rows may not add due to rounding.

* Calculation is not meaningful.

¹ Represents the percent change in net operating revenues attributable to the increase (decrease) in concentrate sales volume for our geographic operating segments (expressed in equivalent unit cases) after considering the impact of structural changes. For our Bottling Investments operating segment, this represents the percent change in net operating revenues attributable to the increase (decrease) in unit case volume after considering the impact of structural changes. Our Bottling Investments operating segment data reflects unit case volume growth for consolidated bottlers only. Refer to the heading "Beverage Volume" above.

Refer to the heading "Beverage Volume" above for additional information related to changes in our unit case and concentrate sales volumes.

"Acquisitions and divestitures" refers to acquisitions and divestitures of brands or businesses, some of which the Company considers to be structural changes. Refer to the heading "Structural Changes, Acquired Brands and Newly Licensed Brands" above for additional information related to the structural changes.

"Price, product and geographic mix" refers to the change in revenue caused by factors such as price changes, the mix of products and packages sold and the mix of channels and geographic territories where the sales occurred.

Price, product and geographic mix had a favorable 3 percent impact on our consolidated net operating revenues. Price, product and geographic mix was impacted by a variety of factors and events including, but not limited to, the following:

- Europe, Middle East and Africa — favorable product and geographic mix;
- Latin America — favorable price mix in all four of the segment's business units and the impact of inflationary environments in certain markets, partially offset by unfavorable geographic mix;
- North America — favorably impacted as a result of pricing initiatives and product and package mix; and
- Asia Pacific — unfavorable product and channel mix.

The unfavorable impact of foreign currency fluctuations decreased our consolidated net operating revenues by 3 percent. This unfavorable impact was primarily due to a stronger U.S. dollar compared to certain foreign currencies, including the South African rand, euro, U.K. pound sterling, Brazilian real, Argentine peso, Mexican peso and Australian dollar, which had an unfavorable impact on our Europe, Middle East and Africa, Latin America, Asia Pacific and Bottling Investments operating segments. The unfavorable impact of a stronger U.S. dollar compared to the currencies listed above was partially offset by the impact of a weaker U.S. dollar compared to certain other foreign currencies, including the Japanese yen, which had a favorable impact on our Asia Pacific operating segment. Refer to the heading "Liquidity, Capital Resources and Financial Position — Foreign Exchange" below.

Net Operating Revenue by operating Segment

Net Operating Revenues by Operating Segment

Information about our net operating revenues by operating segment as a percentage of Company net operating revenues is as follows:

Year Ended December 31,	2016	2015	2014
Europe, Middle East & Africa	16.8%	15.7%	16.5%
Latin America	8.9	9.0	10.0
North America	15.4	12.6	10.8
Asia Pacific	11.4	10.6	11.4
Bottling Investments	47.2	51.7	51.0
Corporate	0.3	0.4	0.3
Total	100.0%	100.0%	100.0%

The percentage contribution of each operating segment fluctuates over time due to net operating revenues in certain operating segments growing at a faster rate compared to other operating segments. Net operating revenue growth rates are impacted by sales volume; acquisitions and divestitures; price, product and geographic mix; and foreign currency fluctuations. For additional information about the impact of foreign currency fluctuations, refer to the heading "Liquidity, Capital Resources and Financial Position — Foreign Exchange" below.

Gross Profit Margin

As a result of our finished goods operations, which are primarily included in our North America and Bottling Investments operating segments, the following inputs represent a substantial portion of the Company's total cost of goods sold: (1) sweeteners, (2) metals, (3) juices and (4) PET. The Company enters into hedging activities related to certain commodities in order to mitigate a portion of the price risk associated with forecasted purchases. Many of the derivative financial instruments used by the Company to mitigate the risk associated with these commodity exposures, including any related foreign currency exposure, do not qualify for hedge accounting. As a result, the changes in fair value of these derivative instruments have been, and will continue to be, included as a component of net income in each reporting period. The Company recorded gains related to these derivatives of \$79 million during the year ended December 31, 2016 and losses of \$206 million and \$8 million during the years ended December 31, 2015 and 2014, respectively, in the line item cost of goods sold in our consolidated statements of income. Refer to Note 5 of Notes to Consolidated Financial Statements. We do not currently expect changes in commodity costs to have a significant impact on our 2017 gross profit margin as compared to 2016.

Year Ended December 31, 2016 versus Year Ended December 31, 2015

Our gross profit margin increased to 60.7 percent in 2016 from 60.5 percent in 2015. The increase was primarily due to the impact of positive price mix and lower commodity costs, partially offset by the unfavorable impact of foreign currency exchange rate fluctuations and acquisitions and divestitures. Refer to Note 2 of Notes to Consolidated Financial Statements for additional information related to acquisitions and divestitures.

Year Ended December 31, 2015 versus Year Ended December 31, 2014

Our gross profit margin decreased to 60.5 percent in 2015 from 61.1 percent in 2014. The decrease was primarily due to the impact of acquisitions and divestitures and the unfavorable impact of foreign currency exchange rate fluctuations, partially offset by positive price mix and slightly lower commodity costs. Refer to Note 2 of Notes to Consolidated Financial Statements for additional information related to acquisitions and divestitures.

Revenue from each regions

Information about our Company's operations by operating segment as of and for the years ended December 31, 2016, 2015 and 2014, is as follows (in millions):

	Europe, Middle East & Africa	Latin America	North America	Asia Pacific	Bottling Investments	Corporate	Eliminations	Consolidated
2016								
Net operating revenues:								
Third party	\$ 7,014	\$ 3,746	\$ 6,437	\$ 4,788	\$ 19,751	\$ 127	\$ —	\$ 41,863
Intersegment	264	73	3,773	506	134	5	(4,755)	—
Total net revenues	7,278	3,819	10,210	5,294	19,885	132	(4,755)	41,863
Operating income (loss)	3,676	1,951	2,582	2,224	(137)	(1,670)	—	8,626
Interest income	—	—	27	—	—	615	—	642
Interest expense	—	—	—	—	—	733	—	733
Depreciation and amortization	93	35	426	80	1,013	140	—	1,787
Equity income (loss) — net	62	18	(17)	9	648	115	—	835
Income (loss) before income taxes	3,749	1,966	2,560	2,238	(1,923)	(454)	—	8,136
Identifiable operating assets ¹	4,067	1,785	16,566	2,024	15,973	29,606	—	70,021
Investments ³	1,302	804	109	164	11,456	3,414	—	17,249
Capital expenditures	62	45	438	107	1,329	281	—	2,262
2015								
Net operating revenues:								
Third party	\$ 6,966	\$ 3,999	\$ 5,581	\$ 4,707	\$ 22,885	\$ 156	\$ —	\$ 44,294
Intersegment	621	75	4,259	545	178	10	(5,688)	—
Total net revenues	7,587	4,074	9,840	5,252	23,063	166	(5,688)	44,294
Operating income (loss)	3,875	2,169	2,366	2,189	124	(1,995)	—	8,728
Interest income	—	—	9	—	—	604	—	613
Interest expense	—	—	—	—	—	856	—	856
Depreciation and amortization	103	41	373	85	1,211	157	—	1,970
Equity income (loss) — net	39	(7)	(18)	9	426	40	—	489
Income (loss) before income taxes	3,923	2,164	2,356	2,207	(427)	(618)	—	9,605
Identifiable operating assets ¹	4,156 ²	1,627	16,396	1,639	22,688 ²	27,702	—	74,208
Investments ³	1,138	657	107	158	8,084	5,644	—	15,788
Capital expenditures	54	70	377	81	1,699	272	—	2,553
2014								
Net operating revenues:								
Third party	\$ 7,574	\$ 4,597	\$ 4,975	\$ 5,257	\$ 23,459	\$ 136	\$ —	\$ 45,998
Intersegment	692	60	4,296	489	192	—	(5,729)	—
Total net revenues	8,266	4,657	9,271	5,746	23,651	136	(5,729)	45,998
Operating income (loss)	3,936	2,316	2,243	2,448	213	(1,448)	—	9,708
Interest income	—	—	—	—	—	594	—	594
Interest expense	—	—	—	—	—	483	—	483
Depreciation and amortization	122	56	349	96	1,161	192	—	1,976
Equity income (loss) — net	66	10	(16)	12	691	6	—	769
Income (loss) before income taxes	4,017	2,319	2,228	2,464	120	(1,823)	—	9,325
Identifiable operating assets ¹	4,656 ²	2,426	16,844	1,793	23,197 ²	29,427	—	78,343
Investments ³	1,171	757	34	157	8,795	2,711	—	13,625
Capital expenditures	84	55	367	76	1,554	270	—	2,406

¹ Principally cash and cash equivalents, short-term investments, marketable securities, trade accounts receivable, inventories, goodwill, trademarks and other intangible assets, and property, plant and equipment — net.

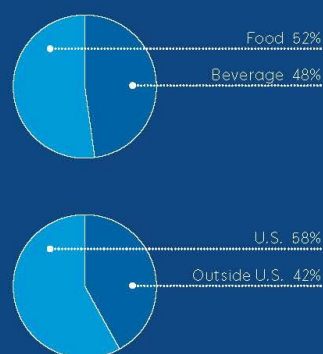
² Property, plant and equipment — net in Germany represented 10 percent of consolidated property, plant and equipment — net in 2015 and 10 percent in 2014. The 2015 amount includes property, plant and equipment — net classified as held for sale. During the year ended December 31, 2016, the Company deconsolidated our German bottling operations. Refer to Note 2.

³ Principally equity method investments and other investments in bottling companies.

ឧបសម្ព័ន្ធទី ៥

2016 Financial Highlights

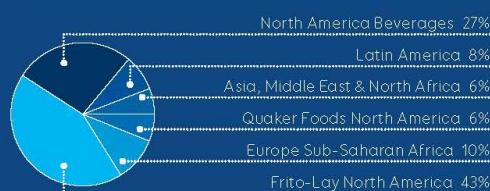
Mix of Net Revenue



Net Revenues



Division Operating Profit



PepsiCo, Inc. and Subsidiaries

(in millions except per share data, all per share amounts assume dilution)

Summary of Operations	2016	2015	% Chg ^(a)
Net revenue	\$62,799	\$63,056	—%
Core total operating profit ^(b)	\$10,393	\$ 9,937	5%
Reported earnings per share	\$ 4.36	\$ 3.67	19%
Core earnings per share attributable to PepsiCo ^(c)	\$ 4.85	\$ 4.57	6%
Free cash flow, excluding certain items ^(d)	\$ 7,786	\$ 8,128	-4%
Capital spending	\$ 3,040	\$ 2,758	10%
Common share repurchases	\$ 3,000	\$ 5,000	-40%
Dividends paid	\$ 4,227	\$ 4,040	5%

(a) Percentage changes are based on unrounded amounts.

(b) Excludes the net mark-to-market impact of our commodity hedges, restructuring and impairment charges, charges related to the transaction with Tingyi and pension-related settlements in both years. In 2015, also excludes Venezuela impairment charges. See page 146 "Reconciliation of GAAP and Non-GAAP Information" for a reconciliation to the most directly comparable financial measure in accordance with GAAP.

(c) Excludes the net mark-to-market impact of our commodity hedges, restructuring and impairment charges, charges related to the transaction with Tingyi and pension-related settlements in both years as well as a charge related to debt redemption in 2016. In 2015, also excludes Venezuela impairment charges and a non-cash tax benefit. See page 56 "Results of Operations—Consolidated Review—Other Consolidated Results" in Management's Discussion and Analysis, and page 146 "Reconciliation of GAAP and Non-GAAP Information" for a reconciliation to the most directly comparable financial measure in accordance with GAAP.

(d) Includes the impact of net capital spending, and excludes payments related to restructuring charges and the associated net cash tax benefits in both years. In 2016, also excludes net cash received related to interest rate swaps and net cash tax benefit related to debt redemption charge, as well as discretionary pension contributions and associated net cash tax benefits. In 2015, also excludes pension-related settlements and associated net cash tax benefits. See pages 73-74 "Our Liquidity and Capital Resources" in Management's Discussion and Analysis, and page 146 "Reconciliation of GAAP and Non-GAAP Information" for a reconciliation to the most directly comparable financial measure in accordance with GAAP.

Forward-Looking Statements

This Annual Report on Form 10-K contains statements reflecting our views about our future performance that constitute “forward-looking statements” within the meaning of the Private Securities Litigation Reform Act of 1995 (Reform Act). Statements that constitute forward-looking statements within the meaning of the Reform Act are generally identified through the inclusion of words such as “aim,” “anticipate,” “believe,” “drive,” “estimate,” “expect,” “expressed confidence,” “forecast,” “future,” “goal,” “guidance,” “intend,” “may,” “objective,” “outlook,” “plan,” “position,” “potential,” “project,” “seek,” “should,” “strategy,” “target,” “will” or similar statements or variations of such words and other similar expressions. All statements addressing our future operating performance, and statements addressing events and developments that we expect or anticipate will occur in the future, are forward-looking statements within the meaning of the Reform Act. These forward-looking statements are based on currently available information, operating plans and projections about future events and trends. They inherently involve risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially from those predicted in any such forward-looking statement. These risks and uncertainties include, but are not limited to, those described in “Item 1A. Risk Factors” and “Item 7. Management’s Discussion and Analysis of Financial Condition and Results of Operations – Our Business – Our Business Risks.” Investors are cautioned not to place undue reliance on any such forward-looking statements, which speak only as of the date they are made. We undertake no obligation to update any forward-looking statement, whether as a result of new information, future events or otherwise. The discussion of risks below and elsewhere in this report is by no means all-inclusive but is designed to highlight what we believe are important factors to consider when evaluating our future performance.

PART I

Item 1. Business.

When used in this report, the terms “we,” “us,” “our,” “PepsiCo” and the “Company” mean PepsiCo, Inc. and its consolidated subsidiaries, collectively. Certain terms used in this Annual Report on Form 10-K are defined in the Glossary included in Item 7. of this report.

Company Overview

We were incorporated in Delaware in 1919 and reincorporated in North Carolina in 1986. We are a leading global food and beverage company with a complementary portfolio of enjoyable brands, including Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker and Tropicana. Through our operations, authorized bottlers, contract manufacturers and other third parties, we make, market, distribute and sell a wide variety of convenient and enjoyable beverages, foods and snacks, serving customers and consumers in more than 200 countries and territories.

Our Operations

We are organized into six reportable segments (also referred to as divisions), as follows:

- 1) Frito-Lay North America (FLNA), which includes our branded food and snack businesses in the United States and Canada;
- 2) Quaker Foods North America (QFNA), which includes our cereal, rice, pasta and other branded food businesses in the United States and Canada;
- 3) North America Beverages (NAB), which includes our beverage businesses in the United States and Canada;
- 4) Latin America, which includes all of our beverage, food and snack businesses in Latin America;
- 5) Europe Sub-Saharan Africa (ESSA), which includes all of our beverage, food and snack businesses in Europe and Sub-Saharan Africa; and

- 6) Asia, Middle East and North Africa (AMENA), which includes all of our beverage, food and snack businesses in Asia, Middle East and North Africa.

Our segment net revenue (in millions) and contributions to consolidated net revenue for each of the last three fiscal years were as follows:

	Net Revenue			% of Total Net Revenue		
	2016 ^(a)	2015	2014	2016	2015	2014
FLNA	\$ 15,549	\$ 14,782	\$ 14,502	25%	23%	22%
QFNA	2,564	2,543	2,568	4	4	4
NAB	21,312	20,618	20,171	34	33	30
Latin America	6,820	8,228	9,425	11	13	14
ESSA	10,216	10,510	13,399	16	17	20
AMENA	6,338	6,375	6,618	10	10	10
	<u>\$ 62,799</u>	<u>\$ 63,056</u>	<u>\$ 66,683</u>	<u>100%</u>	<u>100%</u>	<u>100%</u>

(a) Our fiscal 2016 results include an extra week of results (53rd reporting week). The 53rd reporting week increased 2016 net revenue by \$657 million, including \$294 million in our FLNA segment, \$43 million in our QFNA segment, \$300 million in our NAB segment and \$20 million in our ESSA segment.

See Note 1 to our consolidated financial statements for financial information about our divisions and geographic areas. See also "Item 1A. Risk Factors" below for a discussion of certain risks associated with our operations, including outside the United States.

Frito-Lay North America

Either independently or in conjunction with third parties, FLNA makes, markets, distributes and sells branded snack foods. These foods include Lay's potato chips, Doritos tortilla chips, Cheetos cheese-flavored snacks, Tostitos tortilla chips, branded dips, Fritos corn chips, Ruffles potato chips and Santitas tortilla chips. FLNA's branded products are sold to independent distributors and retailers. In addition, FLNA's joint venture with Strauss Group makes, markets, distributes and sells Sabra refrigerated dips and spreads.

Quaker Foods North America

Either independently or in conjunction with third parties, QFNA makes, markets, distributes and sells cereals, rice, pasta and other branded products. QFNA's products include Quaker oatmeal, Aunt Jemima mixes and syrups, Quaker Chewy granola bars, Cap'n Crunch cereal, Quaker grits, Life cereal, Rice-A-Roni side dishes, Quaker rice cakes, Quaker simply granola and Quaker oat squares. These branded products are sold to independent distributors and retailers.

North America Beverages

Either independently or in conjunction with third parties, NAB makes, markets, distributes and sells beverage concentrates, fountain syrups and finished goods under various beverage brands including Pepsi, Gatorade, Mountain Dew, Aquafina, Diet Pepsi, Diet Mountain Dew, Tropicana Pure Premium, Mist Twst and Mug. NAB also, either independently or in conjunction with third parties, makes, markets and sells ready-to-drink tea and coffee products through joint ventures with Unilever (under the Lipton brand name) and Starbucks, respectively. Further, NAB manufactures and distributes certain brands licensed from Dr Pepper Snapple Group, Inc. (DPSG), including Dr Pepper, Crush and Schweppes, and certain juice brands licensed from Dole Food Company, Inc. (Dole) and Ocean Spray Cranberries, Inc. (Ocean Spray). NAB operates its own bottling plants and distribution facilities and sells branded finished goods directly to independent distributors and retailers. NAB also sells concentrate and finished goods for our brands to authorized and independent bottlers, who in turn sell our branded finished goods to independent distributors and retailers in certain markets.

Latin America

Either independently or in conjunction with third parties, Latin America makes, markets, distributes and sells a number of snack food brands including Doritos, Cheetos, Marias Gamesa, Lay's, Ruffles, Emperador, Saladitas, Rosquinhas Mabel, Sabritas and Tostitos, as well as many Quaker-branded cereals and snacks. Latin America also, either independently or in conjunction with third parties, makes, markets, distributes and sells beverage concentrates, fountain syrups and finished goods under various beverage brands including Pepsi, 7UP, Gatorade, Toddy, Mirinda, Manzanita Sol, H2oh! and Diet Pepsi. These branded products are sold to authorized bottlers, independent distributors and retailers. Latin America also, either independently or in conjunction with third parties, makes, markets and sells ready-to-drink tea through an international joint venture with Unilever (under the Lipton brand name).

See Note 1 to our consolidated financial statements for information about the deconsolidation of our Venezuelan subsidiaries, which was effective as of the end of the third quarter of 2015.

Europe Sub-Saharan Africa

Either independently or in conjunction with third parties, ESSA makes, markets, distributes and sells a number of leading snack food brands including Lay's, Walkers, Doritos, Cheetos and Ruffles, as well as many Quaker-branded cereals and snacks, through consolidated businesses as well as through noncontrolled affiliates. ESSA also, either independently or in conjunction with third parties, makes, markets, distributes and sells beverage concentrates, fountain syrups and finished goods under various beverage brands including Pepsi, Pepsi Max, 7UP, Mirinda, Diet Pepsi and Tropicana. These branded products are sold to authorized bottlers, independent distributors and retailers. In certain markets, however, ESSA operates its own bottling plants and distribution facilities. ESSA also, either independently or in conjunction with third parties, makes, markets and sells ready-to-drink tea products through an international joint venture with Unilever (under the Lipton brand name). In addition, ESSA makes, markets, sells and distributes a number of leading dairy products including Chudo, Agusha and Domik v Derevne.

Asia, Middle East and North Africa

Either independently or in conjunction with third parties, AMENA makes, markets, distributes and sells a number of leading snack food brands including Lay's, Kurkure, Chipsy, Cheetos, Doritos and Crunchy through consolidated businesses, as well as through noncontrolled affiliates. Further, either independently or in conjunction with third parties, AMENA makes, markets, distributes and sells many Quaker-branded cereals and snacks. AMENA also makes, markets, distributes and sells beverage concentrates, fountain syrups and finished goods under various beverage brands including Pepsi, Mirinda, 7UP, Aquafina, Mountain Dew, and Tropicana. These branded products are sold to authorized bottlers, independent distributors and retailers. In certain markets, however, AMENA operates its own bottling plants and distribution facilities. AMENA also, either independently or in conjunction with third parties, makes, markets, distributes and sells ready-to-drink tea products through an international joint venture with Unilever (under the Lipton brand name). Further, we license the Tropicana brand for use in China on co-branded juice products in connection with a strategic alliance with Tingyi (Cayman Islands) Holding Corp. (Tingyi).

Our Distribution Network

Our products are brought to market through direct-store-delivery (DSD), customer warehouse and distributor networks. The distribution system used depends on customer needs, product characteristics and local trade practices.

Direct-Store-Delivery

We, our independent bottlers and our distributors operate DSD systems that deliver beverages, foods and snacks directly to retail stores where the products are merchandised by our employees or our independent

Results of Operations — Division Review

The results and discussions below are based on how our Chief Executive Officer monitors the performance of our divisions. Accordingly, volume growth measures for 2016 and 2015 reflect adjustments to the 2015 and 2014 results, respectively, for divestitures and other structural changes, including the deconsolidation of our Venezuelan businesses effective as of the end of the third quarter of 2015. See “Non-GAAP Measures” and “Items Affecting Comparability” for a discussion of items to consider when evaluating our results and related information regarding non-GAAP measures.

	FLNA	QFNA	NAB	Latin America	ESSA	AMENA	Total
Net Revenue, 2016	\$ 15,549	\$ 2,564	\$ 21,312	\$ 6,820	\$ 10,216	\$ 6,338	\$ 62,799
Net Revenue, 2015	\$ 14,782	\$ 2,543	\$ 20,618	\$ 8,228	\$ 10,510	\$ 6,375	\$ 63,056
<i>% Impact of:</i>							
Volume ^(a)	2%	—%	1%	3 %	1.5 %	6 %	2 %
Effective net pricing ^(b)	2	(1)	1	7	2.5	(1)	2
Foreign exchange translation	—	—	—	(11)	(7)	(5)	(3)
Acquisitions and divestitures	—	—	—	(1)	—	—	—
Venezuela deconsolidation ^(c)	—	—	—	(14)	—	—	(2)
53 rd reporting week ^(d)	2	2	1.5	—	—	—	1
Reported growth ^(e)	5%	1%	3%	(17)%	(3)%	(1)%	— %

	FLNA	QFNA	NAB	Latin America	ESSA	AMENA	Total
Net Revenue, 2015	\$ 14,782	\$ 2,543	\$ 20,618	\$ 8,228	\$ 10,510	\$ 6,375	\$ 63,056
Net Revenue, 2014	\$ 14,502	\$ 2,568	\$ 20,171	\$ 9,425	\$ 13,399	\$ 6,618	\$ 66,683
<i>% Impact of:</i>							
Volume ^(a)	1%	1 %	0.5%	1 %	(2)%	4 %	0.5 %
Effective net pricing ^(b)	2	—	3	19	4	0.5	5
Foreign exchange translation	(1)	(2)	(1)	(27)	(24)	(5)	(10)
Acquisitions and divestitures	—	—	—	—	—	(3)	—
Venezuela deconsolidation ^(c)	—	—	—	(6)	—	—	(1)
Reported growth ^(e)	2%	(1)%	2%	(13)%	(22)%	(4)%	(5)%

(a) Excludes the impact of acquisitions and divestitures. In certain instances, volume growth varies from the amounts disclosed in the following divisional discussions due to nonconsolidated joint venture volume, and, for our beverage businesses, temporary timing differences between BCS and CSE, as well as the mix of beverage volume sold by our Company-owned and franchised-owned bottlers. Our net revenue excludes nonconsolidated joint venture volume, and, for our beverage businesses, is based on CSE.

(b) Includes the year-over-year impact of discrete pricing actions, sales incentive activities and mix resulting from selling varying products in different package sizes and in different countries.

(c) For 2016 and 2015 reported growth, represents the impact of the exclusion of the 2015 and fourth quarter 2014 results of our Venezuelan businesses, respectively, which were deconsolidated effective as of the end of the third quarter of 2015.

(d) Our fiscal 2016 results include a 53rd reporting week which increased 2016 net revenue by \$657 million, including \$294 million in our FLNA segment, \$43 million in our QFNA segment, \$300 million in our NAB segment and \$20 million in our ESSA segment.

(e) Amounts may not sum due to rounding.

Organic Revenue Growth

Organic revenue is a non-GAAP financial measure. For further information on organic revenue see “Non-GAAP Measures.”

2016	FLNA	QFNA	NAB	Latin America	ESSA	AMENA	Total
Reported Growth	5%	1 %	3%	(17)%	(3)%	(1)%	— %
<i>% Impact of:</i>							
Foreign exchange translation	—	—	—	11	7	5	3
Acquisitions and divestitures	—	—	—	1	—	—	—
Venezuela deconsolidation ^(a)	—	—	—	14	—	—	2
53 rd reporting week ^(b)	(2)	(2)	(1.5)	—	—	—	(1)
Organic Growth ^(c)	3.5 %	— %	2 %	9 %	4 %	5 %	4 %

2015	FLNA	QFNA	NAB	Latin America	ESSA	AMENA	Total
Reported Growth	2 %	(1)%	2 %	(13)%	(22)%	(4)%	(5)%
<i>% Impact of:</i>							
Foreign exchange translation	1	2	1	27	24	5	10
Acquisitions and divestitures	—	—	—	—	—	3	—
Venezuela deconsolidation ^(a)	—	—	—	6	—	—	1
Organic Growth ^(c)	3 %	1 %	3 %	20 %	2 %	4 %	5 %

(a) For 2016 and 2015 organic revenue growth, represents the impact of the exclusion of the 2015 and fourth quarter 2014 results of our Venezuelan businesses, respectively, which were deconsolidated effective as of the end of the third quarter of 2015.

(b) Our fiscal 2016 results include a 53rd reporting week which increased 2016 net revenue by \$657 million, including \$294 million in our FLNA segment, \$43 million in our QFNA segment, \$300 million in our NAB segment and \$20 million in our ESSA segment.

(c) Amounts may not sum due to rounding.