



សាកលវិទ្យាល័យតូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ
និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច

សារណាបញ្ចប់ការសិក្សា

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន

Moët Hennessy Louis Vuitton

ស្រាវជ្រាវចាប់ពីថ្ងៃទី១៨ ខែមីនា ឆ្នាំ២០១៩ ដល់ថ្ងៃទី១៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៩

ស្រាវជ្រាវដោយនិស្សិត៖

និស្សិតឈ្មោះ គួយ ស្រីលីន
សេង បូរីកា

សាស្ត្រាចារ្យណែនាំ៖

លោក ធីម សុជាតិ

ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ គណនេយ្យ

ជំនាន់ទី ១៤

ឆ្នាំចូលសិក្សា

ឆ្នាំសរសេរសារណា

២០១៥

២០១៩

អារម្ភកថា

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីស្ថានភាពរបស់អង្គភាពមួយ ឬសហគ្រាសមួយ។ ក្រុមហ៊ុនមួយរីកចម្រើន ឬអន់ថយនោះគឺអាស្រ័យទៅលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ដូចនេះនៅពេលដែលវិនិយោគិនចង់ធ្វើការវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនមួយ គេតែងតែរំពឹងលើការតបស្នងពីក្រុមហ៊ុននោះ តើអាចអោយគេទទួលបានផលចំណេញឬអត់? ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ជាផ្នែកមួយដ៏ចាំបាច់ ដើម្បីដឹងអំពីស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ពួកគេក៏ត្រូវវិភាគមើលលើមជ្ឈដ្ឋានខាងក្នុង និងមជ្ឈដ្ឋានខាងក្រៅរបស់ក្រុមហ៊ុននោះជាមួយគ្នាដែរ មុននឹងឈានដល់ការសម្រេចចិត្តក្នុងការវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុននោះ។

ក្នុងនាមខ្ញុំជានិស្សិត ផ្នែកគណនេយ្យ មានចំណាប់អារម្មណ៍ជាខ្លាំងក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ទើបនាងខ្ញុំលើកយកប្រធានបទមួយគឺ “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Moet Hennessy louis Vuitton” មកធ្វើការសិស្សាវិជ្ជាជាក់ស្តែងក្នុងគោលបំណងស្វែងយល់ពីអាជីវកម្ម ស្ថានភាព និងបម្រែបម្រួលហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ និងដើម្បីជួយដល់វិនិយោគិនក្នុងការពិចារណាមុននឹងពួកគេសម្រេចចិត្តបណ្តាក់ទុនលើក្រុមហ៊ុននេះ។

កិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះ អាចជាមានកំហុសឆ្គង និងចន្លោះខ្វះខាតដែលកើតមានឡើងដោយអចេតនា ហើយយើងខ្ញុំ ក៏រង់ចាំទទួលនូវយោបល់ មតិពីសំណាក់មិត្តនិស្សិត និងសាស្ត្រាចារ្យដោយក្តីសោមនស្ស។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

នាងខ្ញុំឈ្មោះ គួយ ស្រីលីន និង សេង បូរីកា ជានិស្សិតថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រឆ្នាំទី ៤ ជំនាន់ទី ១៤ ក្រុម A4C1 ឆ្នាំសិក្សា ២០១៥-២០១៩ នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និង វិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច យើងខ្ញុំសូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះ៖

អ្នកមានគុណទាំងពីរ ដែលបានចិញ្ចឹមបីបាច់ថែរក្សា អប់រំប្រៀនប្រដៅដល់កូន និងផ្តល់ភាពកក់ក្តៅដល់កូន។ និងជាពិសេស លោកទាំងពីរបានផ្តល់ទាំងកំលាំងកាយ និងកំលាំងចិត្ត ព្រមទាំងថវិការអោយកូនបានរៀនរហូតដល់បញ្ចប់ថ្នាក់បរិញ្ញាបត្រ ហើយទទួលបានចំណេះដឹងដ៏ខ្ពង់ខ្ពស់រហូតមកដល់សព្វថ្ងៃនេះ។

សាកលវិទ្យាធិការ សាកលវិទ្យាធិការរង បុគ្គលិកការិយាល័យ និងព្រមទាំងសស្ត្រាចារ្យទាំងអស់នៃសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច ដែលបានខិតខំបង្រៀនដល់ពួកយើងខ្ញុំរយៈពេល៤ឆ្នាំនេះ។

លោកសាស្ត្រាចារ្យ **វីម សុជាតិ** ដែលបានចំណាយពេលដ៏មានតម្លៃ មកពន្យល់ណែនាំ និងបង្ហាញពីចំណុចខ្វះខាតរបស់ប្រធានបទនាងខ្ញុំ និងផ្តល់ជាយោបល់ល្អៗ និងចង្អុលបង្ហាញក្នុងការកែតម្រូវនូវចំនុចខ្វះខាតមួយចំនួន ដើម្បីអោយការសរសេរសារណានេះប្រកបដោយជោគជ័យ។

មិត្តភក្តិ និងមិត្តរួមថ្នាក់ទាំងអស់ដែលតែងតែផ្តល់ជាកំលាំងចិត្តរហូតមក និងផ្តល់ជាគំនិតល្អដល់យើងខ្ញុំក្នុងការសិក្សាកន្លងមក។

ជាចុងក្រោយ យើងទាំងពីរសូមជូនពរ និងប្រសិទ្ធពរជ័យដល់លោកទាំងអស់ទទួលបានតែសេចក្តីសុខ និងប្រកបដោយជោគជ័យគ្រប់ការងារទាំងអស់។

មាតិកា

បញ្ជីតារាង	i
បញ្ជីក្រាហ្វិច.....	ii
បញ្ជីរូបភាព	ii

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ហានៃការស្រាវជ្រាវ	១
២. ចំណោទបញ្ហា	១
៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៤. ដែនកំណត់ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ	២
៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៦. វិធីសាស្ត្រនៃការស្រាវជ្រាវ.....	២
៧. រចនាសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ	៣

ជំពូកទី១៖ រំលឹកទ្រឹស្តីលើលក្ខណៈទូទៅ

និងការវិភាគនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

១.១. និយមន័យ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	៤
១.២. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	៤
១.២.១. សារៈសំខាន់នៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ.....	៤
១.២.២. អ្នកប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ	៤
១.៣. ការវិភាគសំរាប់អ្នកវិនិយោគ	៥
១.៤. ធាតុនីមួយៗក្នុងការដំណើរការនៃការវិភាគអាជីវកម្ម.....	៥
១.៤.១. ការវិភាគលើបរិយាកាស និងយុទ្ធសាស្ត្រ	៥
១.៤.២. ការវិភាគគណនេយ្យ (Accounting Analysis)	៦
១.៤.៣. ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ(Financial Analysis)	៧
១.៤.៤. ការវិភាគអនាគត(Prospective Analysis)	៨
១.៤.៥. ឧបករណ៍នៃការវិភាគ	៨
១.៤.៥.១. Comparative Financial Analysis	៨
១.៤.៥.២. ការវិភាគទំហំរួម(Common size Financial Analysis)	៩

១.៤.៥.៣. ការវិភាគអនុបាត(Ratio Analysis)	៩
---	---

ជំពូកទី២៖ ស្ថានភាពទូទៅ

និមួយៗការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន Moet Hennessy Louis Vuitton

២.១. ស្ថានភាពទូទៅ	១២
២.១.១. ប្រវត្តិរបស់ LVMH	១២
២.១.២. អាជីវកម្មរបស់ LVMH.....	១៤
២.១.៣. យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ LVMH	១៦
២.២. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ Moet Hennessy Louis Vuitton.....	១៨
២.២.១. របាយការណ៍លទ្ធផល (Income Statement)	១៨
២.២.២. តារាងតុល្យការ (Balance Sheet)	១៩
២.២.៣. របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ (Statement of Cash Flows)	២០

ជំពូកទី៣៖ ការវិភាគលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

របស់ Moet Hennessy Louis Vuitton

៣.១. ការវិភាគលើនិន្នាការ.....	២១
៣.១.១. ការវិភាគលើរបាយការណ៍លទ្ធផល	២១
៣.១.២. ការវិភាគលើតារាងតុល្យការ.....	២៤
៣.២. ការវិភាគលើទំហំរួម.....	២៦
៣.២.១. ការវិភាគលើរបាយការណ៍លទ្ធផល	២៦
៣.២.២. ការវិភាគលើតារាងតុល្យការ.....	២៧
៣.៣. ការវិភាគលើអនុបាត.....	២៨

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍

១. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន.....	៣៣
២. អនុសាសន៍	៣៤

ឯកសារយោង

ឧបសម្ព័ន្ធ

បញ្ជីតារាង

១. របាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ LVMH	១៨
២. តារាងតុល្យការរបស់ LVMH.....	១៩
៣. របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់របស់ LVMH.....	២០
៤. ការវិភាគនិន្នាការនៃរបាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ LVMH.....	២១
៥. ការវិភាគនិន្នាការនៃតារាងតុល្យការរបស់ LVMH.....	២៤
៦. ការវិភាគលើទំហំរួមនៃរបាយការណ៍លទ្ធផលរបស់ LVMH	២៦
៧. ការវិភាគលើទំហំរួមនៃតារាងតុល្យការរបស់ LVMH	២៧
៨. តារាងអនុបាតក្នុងការវិភាគ.....	២៩

បញ្ជីក្រាហ្វិច

៩. ក្រាហ្វិចទី១៖ ចំណូលនិងថ្លៃដើម	២២
១០. ក្រាហ្វិចទី២៖ ចំណាយការលក់ និងចំណូល	២៣

បញ្ជីរូបភាព

១១. រូបភាពធាតុសំខាន់ៗក្នុងដំណើរការវិភាគអាជីវកម្ម.....	៥
១២. រូបភាពផលិតផលដំបូងដែលក្រុមហ៊ុន LV ផលិត.....	១២

လေ့လာမှုများ

សេចក្តីផ្តើម

១. លំនាំបញ្ជាក់នៃការស្រាវជ្រាវ

ដូចដែលបានដឹងហើយបច្ចុប្បន្ននេះ ឃើញថាពិភពលោកមានភាពជឿនលឿនកំរិតណា ហើយស្ទើរតែគ្រប់វិស័យទាំងអស់មានភាពរីកចំរើនគួរអោយកត់សម្គាល់ជាខ្លាំង ដូចនេះហើយទើប មានអ្នកវិនិយោគជាច្រើនបានវិនិយោគលើវិស័យផ្សេងៗគ្នា ដើម្បីស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ។ ហើយ ក្នុងនោះដែរក្រុមហ៊ុនជាច្រើនបានខិតខំពង្រីកអាជីវកម្មរបស់ខ្លួនអោយកាន់តែរីកចម្រើន និង ស្វែង រកអ្នកវិនិយោគអោយវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនខ្លួន។ ចំពោះអ្នកវិនិយោគមុនឈានដល់ការវិនិយោគ ទៅលើក្រុមហ៊ុនមួយ ពួកគេត្រូវវិភាគលើក្រុមហ៊ុននោះជាច្រើនចំណុច ដូចជាស្ថានភាពរបស់ក្រុម ហ៊ុនមិនថាខាងក្នុងឬខាងក្រៅទេសុទ្ធតែមានឥទ្ធិពលលើការសម្រេចចិត្តរបស់ពួកគេ ចំនុចមួយ ទៀតដែលជាជំនួយយ៉ាងសំខាន់ដល់អ្នកវិនិយោគថាត្រូវវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនមួយ និងដើម្បីដឹង ថាក្រុមហ៊ុននោះមានដំណើរការល្អដែរទេ អាចរកប្រាក់ចំណេញអោយពួកគេឬអត់ គឺការវិភាគ របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុក្នុងការដឹងថាក្រុមហ៊ុននោះចំណេញ ឬខាតក្នុងមួយឆ្នាំៗ និងបញ្ហាហិរញ្ញវត្ថុ របស់ក្រុមហ៊ុនដែលបានជួប។

បើក្រឡេកទៅមើលវិស័យម៉ាកល្បីដូចជាសំលៀកបំពាក់ កាបូប ស្បែកជើង ដែលកំពុងវាយ លុកទីផ្សារអន្តរជាតិនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានភាពរីកចំរើនជាខ្លាំង ហើយក្រុមហ៊ុនLVMH គឺជាក្រុម ហ៊ុនមួយដែលល្បីផ្នែកផលិតផលប្រណិតដែលមានប្រវត្តិយូរណាស់មកហើយ និងមានមនុស្សស្ទើរ ជុំវិញពិភពលោកមានការគាំទ្រច្រើនមកដល់ពេលបច្ចុប្បន្ន។ ដូចនេះហើយទើបការស្រាវជ្រាវនេះ ជ្រើសរើសយកក្រុមហ៊ុនLVMH មកធ្វើការវិភាគលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីដឹងថាក្រុមហ៊ុននេះ ទទួលបានលទ្ធផលយ៉ាងដូចម្តេចនូវប៉ុន្មានឆ្នាំចុងក្រោយនេះ។

២. ចំណោទបញ្ហា

ទន្ទឹមនឹងនេះវិស័យម៉ាកល្បីកំពុងតែមានភាពរីកចម្រើនយ៉ាងខ្លាំង។ ហើយក្រុមហ៊ុនLVMHក៏ ជាក្រុមហ៊ុនមួយដែលកំពុងរីកចម្រើនផងដែរ។ ដោយឃើញថាមានការប្រកួតប្រជែងខ្លាំងនៅក្នុងវិ ស័យនេះផងដែរ អាស្រ័យហេតុនេះទើបមានប្រធានបទមួយ “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ ក្រុមហ៊ុនLVMH” ដើម្បីលើកយកមកសិក្សាអំពីស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH ថាតើមានលក្ខណៈ និងចំនុចពិសេសអ្វីខ្លះដើម្បីធ្វើការទាក់ទាញដល់អ្នកវិនិយោគអោយមកវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុននេះ ដែរទេ?

៣. គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

គោលបំណងចម្បងនៃការស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH គឺ៖

- សិក្សាអំពីអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH
- សិក្សាអំពីស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH
- បង្ហាញពីរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ
- សិក្សាអំពីការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននេះ
- ផ្តល់នូវសេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍។

៤. ផែនការណ៍ និងវិសាលភាពនៃការស្រាវជ្រាវ

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទ “ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH” នេះគឺផ្តោតទៅលើការវិភាគលើស្ថានភាពទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH អំពីយុទ្ធសាស្ត្រ ការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្ម និងជាពិសេសការវិភាគលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនផ្ទាល់។ ដោយសារការស្រាវជ្រាវនេះមានកំណត់ ដូច្នេះការប្រើប្រាស់ទិន្នន័យរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH គឺយកត្រឹមរយៈពេល៣ឆ្នាំចុងក្រោយ គឺចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦-២០១៨។ ចំពោះការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនេះគឺផ្តោតលម្អិតទៅលើលទ្ធភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការស្វែងរកប្រាក់ចំណេញ ក៏ដូចជាហានិភ័យផ្សេងទៀតដែលអ្នកវិនិយោគគួរយកមកពិចារណាមុនពេលធ្វើការវិនិយោគទៅលើក្រុមហ៊ុននេះ។ ហើយម្យ៉ាងវិញទៀតចំពោះការស្រាវជ្រាវនេះក៏បានធ្វើការប្រៀបធៀបក្រុមហ៊ុន LVMH ទៅនឹងក្រុមហ៊ុនដែលជាដៃគូប្រកួតប្រជែងក្នុងវិស័យនេះផងដែរ ដែលធ្វើអោយអ្នកវិនិយោគកាន់តែសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវ។

៥. សារៈសំខាន់នៃការស្រាវជ្រាវ

ចំពោះការស្រាវជ្រាវនេះមានសារៈសំខាន់ដូចជា៖

- យល់ដឹងបន្ថែមទៅលើនិយមន័យ និងមេរៀនទ្រឹស្តីអំពីការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុអោយកាន់តែស៊ីជម្រៅ
- ជាជំនួយដល់ការយល់ដឹងអំពីការប្រើយុទ្ធសាស្ត្រការគ្រប់គ្រងអាជីវកម្មក្នុងវិស័យម៉ាកប្រណិត
- ជាជំនួយដល់អ្នកវិនិយោគដែលចង់ធ្វើការវិនិយោគ
- ជាកម្រងឯកសារសម្រាប់ដល់អ្នកជំនាន់ក្រោយ។

៦. វិធីសាស្ត្រស្រាវជ្រាវ

ការប្រមូលទិន្នន័យ

នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវលើប្រធានបទមួយនេះសម្រាប់ព័ត៌មានសំខាន់ៗដែលទាក់ទងនឹងក្រុមហ៊ុនLVMH ដែលត្រូវយកមកវិភាគគឺពឹងផ្អែកទៅលើទិន្នន័យ៖

❖ ទិន្នន័យចំបង

- របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ ពីគេហទំព័រផ្លូវការរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH
https://www.lvmh.com/fianancial_statement/annual
- ប្រវត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH ពីគេហទំព័រ <https://en.wikipedia.org/wiki/LVMH#Historyz>
- អាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន និងព័ត៌មានលក្ខណៈទូទៅរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH ពីគេហទំព័រ
<https://www.lvmh.com>

❖ ទិន្នន័យបន្ទាប់បន្សំ

- ឯកសារមួយចំនួនដែលទាក់ទងនឹងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ នៅក្នុងបណ្ណាល័យសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទនីតិសាស្ត្រ និងវិទ្យាសាស្ត្រសេដ្ឋកិច្ច
- កម្រងឯកសារសារណាពីសិស្សច្បងជំនាន់មុន
- ការណែនាំ និងការផ្តល់យោបល់ពីសាស្ត្រាចារ្យ។

ការវិភាគទិន្នន័យ

ក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះ ចំពោះការវិភាគលើទិន្នន័យត្រូវបានធ្វើឡើងតាមវិធីសាស្ត្របីយ៉ាងគឺ៖

- ❖ វិធីសាស្ត្រទី១៖ ការវិភាគតាមជួរដេក
- ❖ វិធីសាស្ត្រទី២៖ ការវិភាគតាមជួរឈរ
- ❖ វិធីសាស្ត្រទី៣៖ ការវិភាគតាមអនុបាត

៧. វេនសម្ព័ន្ធនៃការស្រាវជ្រាវ

- សេចក្តីផ្តើម
- ជំពូកទី១៖ ការរំលឹកទ្រឹស្តីលើការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
- ជំពូកទី២៖ ស្ថានភាពទូទៅ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH
- ជំពូកទី៣៖ ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH
- សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងការផ្តល់អនុសាសន៍

ជំពូកទី១៖

រំលឹកគ្រឹះស្តីលើលក្ខណៈ

ទូទៅនិង

ការវិភាគរបាយការណ៍

ហិរញ្ញវត្ថុ

ជំពូកទី១៖**រំលឹកទ្រឹស្តីលើលក្ខណៈទូទៅនៃការវិភាគនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ****១.១. និយមន័យការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ**

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាផ្នែកមួយយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការវិភាគអាជីវកម្ម។ គោលបំណងនៃការវិភាគអាជីវកម្ម គឺដើម្បីវាយតម្លៃព័ត៌មានដែលទាក់ទងអំពីស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន ការគ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន ផែនការនិងយុទ្ធសាស្ត្រ និង បរិយាកាសអាជីវកម្មរបស់សហគ្រាស ដើម្បីធ្វើជាជំនួយដល់ការសម្រេចចិត្តក្នុងជំនួញកាន់តែប្រសើរឡើង។^{១១}

១.២. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ**១.២.១. សារៈសំខាន់នៃការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ**

បើគ្មានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ អ្នកវិនិយោគមិនអាចសម្រេចចិត្តបានត្រឹមត្រូវថាការវិនិយោគនេះអាចមានហានិភ័យឬអត់នៅពេលអនាគត។ មុននឹងឈានដល់ការសម្រេចចិត្តវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនមួយ អ្នកវិនិយោគក៏ពឹងផ្អែកទៅលើព័ត៌មានជាច្រើន ដែលរួមមានទិន្នន័យស្តីអំពីសេដ្ឋកិច្ច វិស័យខុសគ្នា ប្រភេទក្រុមហ៊ុន និងផលិតផល។ បន្ទាប់ពីប្រមូលព័ត៌មានបានគ្រប់គ្រាន់ គេអាចសម្រេចចិត្តយកក្រុមហ៊ុនមួយដែលគេចង់ធ្វើការវិនិយោគ។ អ្វីដែលប្រាប់បាននៅពេលនេះដើម្បីដឹង និងយល់កាន់តែច្បាស់អំពីក្រុមហ៊ុន សុខភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនមួយនាពេលបច្ចុប្បន្ន និងដើម្បីធ្វើការព្យាករណ៍នៅពេលអនាគត ហើយប្រភពព័ត៌មានដែលល្អបំផុត និងជាជំនួយដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់អ្នកវិនិយោគគឺរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុននោះ។^{១២}

១.២.២. អ្នកប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ

របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនេះមានសារៈសំខាន់ចំពោះបុគ្គលមួយចំនួន៖

- អ្នកកាន់ភាគហ៊ុន និងអ្នកវិនិយោគ
- ការគ្រប់គ្រង
- ម្ចាស់បំណុល
- ធនាគារ។

^{១១} John J.Wild, Leopold A. Bernstein, K.R.Subramanyam, *Financial Statement Analysis*, ទំព័រទី០៧

^{១២} Revsine, Collins, Johnson, *Financial Reporting & Analysis*, ទំព័រទី០៣

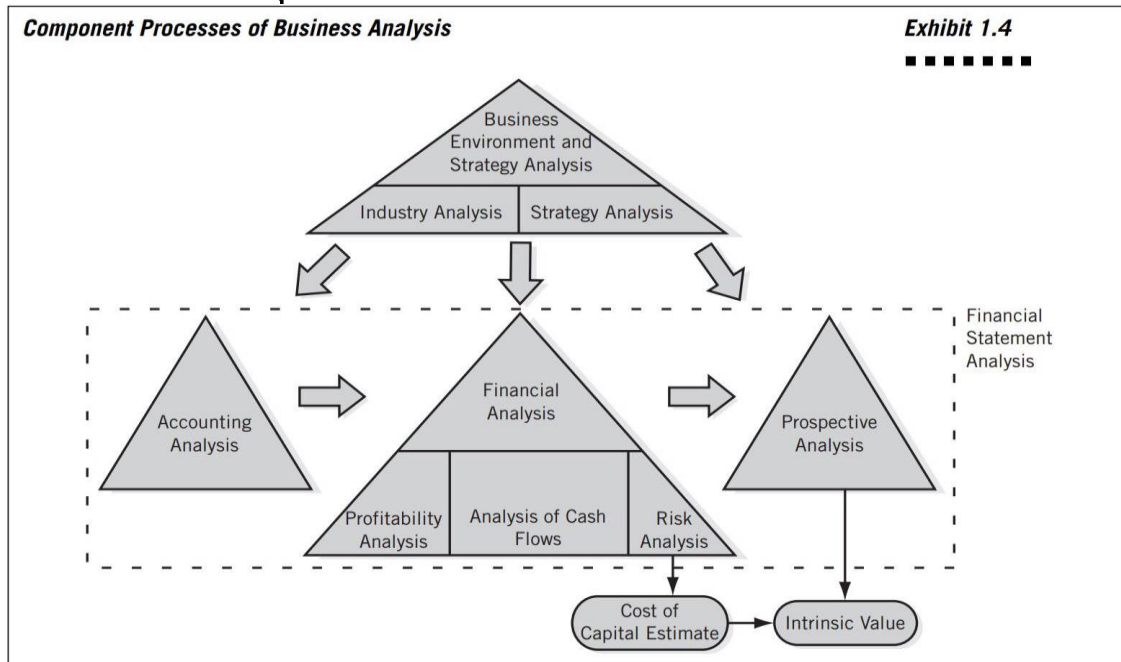
១.៣. ការវិភាគសម្រាប់អ្នកវិនិយោគ

Equity Investor ជាអ្នកផ្តល់ហិរញ្ញប្បទានសំខាន់ជាងគេចំពោះក្រុមហ៊ុន ហើយពួកគេនឹងទទួលបានមកវិញនូវភាពជាម្ចាស់ប៉ុន្តែក៏ទទួលនូវហានិភ័យផងដែរ។ បើសិនជាពេលដែលក្រុមហ៊ុនក្ស័យធន ពួកគេជាអ្នកដំបូងបង្អស់ក្នុងការចូលរួមទូទាត់សងបំណុលទាំងនោះដោយការទូទាត់តាមចំនួនមូលធនដែលពួកគេបានវិនិយោគ។ ក្នុងការវិនិយោគគេតែងតែប្រើវិធីសាស្ត្រពីរគឺ Technical Analysis និង Fundamental Analysis ។

- Technical Analysis: ជាវិធីសាស្ត្រនៃការវាយតម្លៃមូលបត្រ ដោយពឹងផ្អែកលើការសន្មតទិន្នន័យទីផ្សារដោយពួកគេអាចទស្សន៍ទាយបានពីតម្លៃទីផ្សារនាពេលអនាគតនៃភាគហ៊ុនរបស់ខ្លួន ។
- Fundamental Analysis: ជាដំណើរការក្នុងការកំណត់តម្លៃរបស់ក្រុមហ៊ុនដោយធ្វើការវិភាគទៅលើកត្តាសំខាន់ៗ មួយចំនួនដូចជាកត្តាសេដ្ឋកិច្ច កត្តាឧស្សាហកម្ម និងកត្តាក្រុមហ៊ុន ។ កត្តាចំងរស់របស់ Fundamental Analysis គឺកំណត់តម្លៃពិតប្រាកដរបស់ក្រុមហ៊ុន ។

១.៤. ធាតុនិមួយៗក្នុងដំណើរការនៃការវិភាគអាជីវកម្ម

ធាតុសំខាន់ៗក្នុងដំណើរការវិភាគអាជីវកម្ម



ប្រភព: John J.Wild, Leopold A. Bernstein, K.R.Subramanyam, *Financial Statement Analysis*, ទំព័រទី១៣

១.៤.១. ការវិភាគលើបរិយាកាសរបស់ក្រុមហ៊ុននិងយុទ្ធសាស្ត្រ

ការវិភាគលើបរិយាកាសរបស់ក្រុមហ៊ុន និងយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងគោលបំណងដើម្បីស្វែងរកនិងកំណត់អត្តសញ្ញាណ និងវាយតម្លៃពីស្ថានភាពឧស្សាហកម្ម និងអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុនដែល

កំពុងដំណើរការ។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការវិភាគផលិតផល កម្លាំងពលកម្ម និងទីផ្សារមូលធនដែលក្នុងនោះគេក៏ធ្វើការវិភាគសេដ្ឋកិច្ចរបស់ក្រុមហ៊ុន និងការកំណត់យុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន ហើយគេក៏ធ្វើការវាយតម្លៃភាពរឹងមាំនៃការប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុន ភាពខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែងរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ ។

ការវិភាគលើបរិយាកាសរបស់ក្រុមហ៊ុននិងយុទ្ធសាស្ត្រ គឺគេបែងចែកជា២ផ្នែក៖ ការវិភាគលើឧស្សាហកម្ម និងការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រ។

១.៤.១.១. ការវិភាគលើឧស្សាហកម្ម

ការវិភាគលើឧស្សាហកម្ម គឺជាជំហានដំបូងដោយផ្ដោតលើការរំពឹងទុក និងរចនាសម្ព័ន្ធនៃឧស្សាហកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ការសិក្សាទាក់ទងទៅនឹងឥរិយាបថ របស់អតិថិជនក្នុងការប្រើប្រាស់ផលិតផលនោះ។ ហើយការវិភាគឧស្សាហកម្មមួយត្រូវបានធ្វើជាញឹកញាប់ដោយប្រើក្របខ័ណ្ឌដែលស្មើឡើងរបស់ Porter^{១៣} ដែលក្រោមក្របខណ្ឌនេះបង្ហាញអំពី៖ ការប្រមូលផ្តុំនៃអ្នកប្រកួតប្រជែងមានស្រាប់ដែលកំពុងជះឥទ្ធិពលលើអ្នកប្រើប្រាស់ និងអ្នកផ្គត់ផ្គង់ដែលកំពុងប្រកួតប្រជែងយ៉ាងសកម្មជាមួយគ្នា និងការប្រឈមមុខនឹងការគំរាមកំហែងពីដៃគូប្រកួតប្រជែងថ្មី និងផលិតផលជំនួសផងដែរ។ ការវិភាគឧស្សាហកម្មត្រូវតែវាយតម្លៃទាំងការរំពឹងទុកឧស្សាហកម្ម និងកម្រិតនៃការប្រកួតប្រជែងជាក់ស្តែងរបស់ក្រុមហ៊ុន។

១.៤.១.២. ការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រ

ការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រ គឺជាការវាយតម្លៃទាំងការសម្រេចចិត្តលើអាជីវកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុននិងភាពជោគជ័យរបស់ខ្លួនដើម្បីបង្កើតផលប្រយោជន៍ក្នុងការប្រកួតប្រជែង។ នេះរួមបញ្ចូលទាំងការវាយតម្លៃយុទ្ធសាស្ត្រដែលរំពឹងទុករបស់ក្រុមហ៊ុនចំពោះបរិយាកាសធុរកិច្ចរបស់ខ្លួន និងការរៀបចំពីផែនការយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការប្រឆាំងនឹងបញ្ហាដែលក្រុមហ៊ុននឹងប្រឈម ដើម្បីភាពរីកចម្រើនរបស់ក្រុមហ៊ុននាពេលអនាគត។

១.៤.២. ការវិភាគគណនេយ្យ

ការវិភាគគណនេយ្យ គឺជាដំណើរការនៃវាយតម្លៃវិសាលភាពគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីសេដ្ឋកិច្ចជាក់ស្តែង។ ការវិភាគនេះត្រូវបានធ្វើឡើងដើម្បីសិក្សាពីប្រតិបត្តិការនិងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗរបស់ក្រុមហ៊ុន លទ្ធផលរបស់គណនេយ្យលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ និងដើម្បីធ្វើការវាយតម្លៃអំពីផលប៉ះពាល់នៃគណនេយ្យរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីឆ្លុះបញ្ចាំងឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើងពីសេដ្ឋកិច្ចមូលដ្ឋាន និងធ្វើឱ្យអ្នកវិនិយោគងាយស្រួលក្នុងការវិភាគ។^{១៣}

^{១៣} John J.Wild, Leopold A. Bernstein, K.R.Subramanyam, *Financial Statement Analysis*, ទំព័រទី១៣ ដល់ ១៤

១.៤.៣. ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុ

ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុគឺជាដំណើរការនៃការវិភាគអាជីវកម្មដោយប្រើប្រាស់របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដើម្បីធ្វើការវិភាគស្ថានភាពហិរញ្ញវត្ថុ និងប្រតិបត្តិការរបស់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធ្វើការវិនិច្ឆ័យលើហិរញ្ញវត្ថុនាពេលអនាគត។ មានសំនួរជាច្រើនអាចជាជំនួយដល់ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុមានដូចជា ទីមួយ៖ សំណួរដែលសួរពីការកំណត់ទិសដៅនាពេលអនាគត។ ឧទាហរណ៍៖ តើក្រុមហ៊ុនមានធនធានអ្វីដើម្បីធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនទទួលជោគជ័យ និងរីកចម្រើន? តើក្រុមហ៊ុនមានធនធានក្នុងការធ្វើការវិនិយោគលើគំរោងថ្មីដែរឬទេ? តើមានធនធានអ្វីដែលអាចអោយក្រុមហ៊ុនរកប្រាក់ចំណូលនាពេលអនាគត? ទីពីរ៖ ជាសំណួរជាប់ទាក់ទងនឹងការវាយតម្លៃលើកំណត់ត្រារបស់ក្រុមហ៊ុននិងសមត្ថភាពរបស់ខ្លួនផ្តល់នូវលទ្ធផលនៃរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុដែលរំពឹងទុក។ ឧទាហរណ៍៖ តើមុខងារហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនមានភាពរឹងមាំប៉ុណ្ណា? តើក្រុមហ៊ុនរកប្រាក់ចំណេញយ៉ាងដូចម្តេច?

ការវិភាគហិរញ្ញវត្ថុមាន៣ចំណុចសំខាន់ៗដូចជា៖ ការវិភាគលើប្រាក់ចំណេញ ការវិភាគលើហានិភ័យ និងការវិភាគលើធនធាន និងប្រើប្រាស់នៃដើមទុន។

១.៤.៣.១. ការវិភាគលើប្រាក់ចំណេញ

ការវិភាគលើប្រាក់ចំណេញ គឺជាការវាយតម្លៃលើលទ្ធភាពដែលទទួលបានផលត្រឡប់មកវិញពីការវិនិយោគ។ ដែលការវិភាគនេះផ្តោតលើទៅធនធាន និង កម្រិតប្រាក់ចំណេញរបស់ក្រុមហ៊ុនដែលទទួលបានបន្ទាប់ពីធ្វើការវិនិយោគ។ ហើយគេក៏ធ្វើការវិភាគលើប្រាក់ចំណេញដុល និងការបង្វល់ដើមទុន។ ការវិភាគលើប្រាក់ចំណេញក៏ផ្តោតទៅលើមូលហេតុនៃការប្រែប្រួលនៃប្រាក់ចំណេញដែរ។

១.៤.៣.២. ការវិភាគលើហានិភ័យ

ការវិភាគលើហានិភ័យ គឺជាការវាយតម្លៃលើលទ្ធភាពនៃការសងបំណុលរបស់ក្រុមហ៊ុនជាមួយនឹងសាច់ប្រាក់ និងប្រាក់ចំណេញរបស់ខ្លួន។ ចំពោះការវិភាគនេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ចំពោះអ្នកវិនិយោគព្រោះវាជាជំនួយដល់ការសម្រេចចិត្តរបស់ពួកគេផងដែរ។

១.៤.៣.៣. ការវិភាគធនធាន និងប្រើប្រាស់នៃដើមទុន

ការវិភាគធនធាន និងប្រើប្រាស់នៃដើមទុន គឺជាការវាយតម្លៃអំពីរបៀបដែលក្រុមហ៊ុនរកចំណូល និងប្រើប្រាស់មូលធនរបស់ខ្លួន។ ការវិភាគនេះផ្តល់នូវការយល់ដឹងអំពីការជាប់ពាក់ព័ន្ធអំពី

ហិរញ្ញវត្ថុនាពេលអនាគតរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ឧទាហរណ៍៖ ក្រុមហ៊ុនមួយដែលមានទូទាត់ផ្តល់ដើមទុនដល់គម្រោងថ្មីពីប្រាក់ចំណេញដែលបង្កើតឡើងដោយផ្ទាល់អាចនឹងទទួលបានលទ្ធផលល្អនៅពេលអនាគតជាងក្រុមហ៊ុនមួយដែលខ្ចីប្រាក់យ៉ាងច្រើនដើម្បីផ្តល់ហិរញ្ញវត្ថុដល់គម្រោងរបស់ខ្លួនឬខ្ចីប្រាក់ដើម្បីបំពេញការខាតនាពេលបច្ចុប្បន្ន។

១.៤.៤. ការប្រមើរមើលនាពេលអនាគត

ការប្រមើរមើលនាពេលអនាគតគឺជាការព្យាករណ៍អំពីចំណាយ ចំណូល និងលំហូរសាច់ប្រាក់នាពេលអនាគត។ ការវិភាគនេះគឺពឹងផ្អែកទៅលើការវិភាគគណនេយ្យ វិភាគហិរញ្ញវត្ថុ និងការវិភាគបរិយាកាស និងយុទ្ធសាស្ត្ររបស់ក្រុមហ៊ុន។ ដើម្បីជាជំនួយដល់ការវិភាគអនាគត គេក៏អាចប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិភាគដើម្បីកាន់តែងាយស្រួលដ៏ការប៉ាន់ស្មាននាពេលអនាគតផងដែរ។^{០៤}

១.៤.៥. ឧបករណ៍សំរាប់ធ្វើការវិភាគ

១.៤.៥.១. ការវិភាគតាមនិស្វករ Comparative Financial Statement Analysis

ការវិភាគការប្រៀបធៀបរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ គឺជាការប្រៀបធៀបតាមគ្នាដែលធ្វើឡើងនៅក្នុងតារាងតុល្យភាព របាយការណ៍ប្រាក់ចំណូល ឬរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ពីមួយដំណាក់កាលមួយទៅដំណាក់កាល។ ជាធម្មតាពាក់ព័ន្ធនឹងការពិនិត្យឡើងវិញនូវការប្រែប្រួលនៃសមតុល្យគណនីនីមួយៗនៅក្នុងរបាយការណ៍លើមូលដ្ឋាន (Year-to-Year)។ ព័ត៌មានសំខាន់ដែលត្រូវបានបង្ហាញជាញឹកញាប់ពីការវិភាគការប្រៀបធៀបរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុគឺជានិន្នាការ។ ការប្រៀបធៀបរបាយការណ៍ក្នុងរយៈពេលជាច្រើនគ្រា អាចបង្ហាញពីទិសដៅល្បឿននិងវិសាលភាពនៃនិន្នាការ។ ការវិភាគប្រៀបធៀបនេះក៏បានប្រៀបធៀបនិន្នាការក្នុងឆាតុដែលទាក់ទងដែរ។

Year to Year Change Analysis គឺជាការប្រៀបធៀបរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុចាប់ពីពីរឆ្នាំ ឬច្រើនជាងនេះ។ ជាធម្មតាគេអាចយកពីរយៈពេលពីរទៅបីឆ្នាំដើម្បីធ្វើការវិភាគពីការផ្លាស់ប្តូរសាច់ប្រាក់ពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំនៅក្នុងរបាយការណ៍គិតជាភាគរយ។ វិធីសាស្ត្រនេះគេយកឆ្នាំមួយធ្វើជាគោលហើយយកឆ្នាំបន្ទាប់ៗមកបរិមាណឆ្នាំគោកបន្ទាប់មកចែកនឹងឆ្នាំគោលនោះនឹងឃើញកំរិតលំអៀង ។^{០៥}

^{០៤} John J.Wild, Leopold A. Bernstein, K.R.Subramanyam, *Financial Statement Analysis*, ទំព័រទី១

^{០៥} John J.Wild, Leopold A. Bernstein, K.R.Subramanyam, *Financial Statement Analysis*, ទំព័រទី៣៣

១.៤.៥.២. ការវិភាគលើទំហំរួម (Common size financial analysis)

ការវិភាគលើទំហំរួមគឺជាការប្រៀបធៀបជាភាគរយជាមួយគណនីនីមួយៗដែលស្ថិតនៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុជាមួយគ្នា។ ក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធផល ចំណូលពីការលក់ត្រូវបានកំណត់ថាមានសមាមាត្រ ១០០% ដែលធាតុដ៏ទៃទៀតក្នុងរបាយការណ៍នោះមានសមាមាត្រធៀបនឹងចំណូលពីការលក់។ សំរាប់ការវិភាគតារាងតុល្យការទ្រព្យសកម្មសរុបត្រូវបានចាត់ទុកថាមានសមាមាត្រ ១០០% ហើយគណនីដទៃទៀតមានសមាមាត្រធៀបនឹងទ្រព្យសកម្មសរុប។ ចំពោះរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ធាតុទាំងអស់ត្រូវយកទៅធ្វើសមាមាត្រជាមួយសាច់ប្រាក់លំហូរចូលសរុបដែលកំណត់ថាសាច់ប្រាក់លំហូរចូលសរុបមានសមាមាត្រ ១០០%។ វិធីសាស្ត្រនេះផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ ដល់អ្នកគ្រប់គ្រងដឹងអំពីភាពប្រែប្រួលនៃធាតុនីមួយៗ មានការប្រែប្រួលសមស្របអាចទទួលយកបានឬនៅក្នុងប្រតិបត្តិការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។^{០៦}

១.៤.៥.៣. ការវិភាគអនុបាត

ការវិភាគអនុបាតគឺជាឧបករណ៍ដែលពេញនិយមបំផុតនិងត្រូវបានគេប្រើប្រាស់យ៉ាងទូលំទូលាយក្នុងការវិភាគផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។ ហើយការវិភាគអនុបាតនេះក៏បង្ហាញពីទំនាក់ទំនងរវាងធាតុដែលនៅក្នុងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ។ Ratio បង្ហាញពីទំនាក់ទំនងគណិតវិទ្យារវាងបរិមាណមួយនឹងមួយទៀត។ ទំនាក់ទំនងនេះ គឺត្រូវបានសរសេរនៅក្នុងលក្ខខណ្ឌជាភាគរយ ។

អនុបាតទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី (Liquidity Ratio) គឺជាការវាស់ស្ទង់សមត្ថភាពរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុនក្នុងការបំពេញកាតព្វកិច្ចសងបំណុល និងតម្រូវការសាច់ប្រាក់នៅពេលចាំបាច់។ ជាពិសេសអនុបាតដែលអាចប្រើដើម្បីកំណត់សមត្ថភាពសងបំណុលរយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុនគឺ Current ratio, Acid-Test ratio, Accounts receivable turnover និង inventory turnover។

❖ Liquidity Ratios

អនុបាតចរន្ត(Current Ratio) គឺសម្រាប់ធ្វើការវាយតម្លៃនៃការបំបែកសាច់ប្រាក់របស់ក្រុមហ៊ុននិងសមត្ថភាពទូទាត់បំណុលរយៈពេលខ្លី។ សមាមាត្រនេះ គឺធ្វើការប្រៀបធៀបរវាងទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី នឹងបំណុលរយៈពេលខ្លី។

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

^{០៦}Paul D. Kummel, Jerry J. Weygandt, Donald E. Kieso Principle of Accounting(8th Editing)

Acid-Test Ratio គឺជាការវាស់ស្ទង់នៃការបំប្លែងសាច់ប្រាក់រយៈពេលខ្លីរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ដើម្បីគណនាសមាមាត្រនេះត្រូវបែងចែកផលបូកនៃសាច់ប្រាក់ការវិនិយោគរយៈពេលខ្លីនិងគណនីត្រូវទារសរុប ហើយចែកនឹងបំណុលរយៈពេលខ្លី។

$$\text{Acid Test Ratio} = \frac{\text{Cash} + \text{Short term Investments} + \text{Accounts Receivable(Net)}}{\text{Current Liabilities}}$$

អនុបាតឥណទេយ្យ(Accounts Receivable Turnover) គឺដើម្បីធ្វើការវាស់ស្ទង់ចំនួនដង ឬជាមធ្យម ដែលក្រុមហ៊ុនអាចប្រមូលប្រាក់ក្នុងអំឡុងពេលមួយ។ ដើម្បីធ្វើការគណនាអនុបាតនេះដោយយកការលក់ជំពាក់សុទ្ធសរុបចែកអោយចំនួនឥណទេយ្យ។

$$\text{Accounts Receivable Turnover} = \frac{\text{Net Credit Sales}}{\text{Average Net Accounts Receivable}}$$

អនុបាតបង្វិលត្រលប់សន្លឹក(Inventory Turnover) គឺជាការវាស់ស្ទង់ចំនួនដងជាមធ្យម ដែលស្តុកលក់បាននៅក្នុងកំឡុងពេលមួយ។ ដើម្បីគណនា អនុបាតបង្វិលត្រលប់សន្លឹក គឺយកចំណាយថ្លៃដើមចែកអោយចំនួនសន្លឹកជាមធ្យម។

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

❖ អនុបាតលទ្ធភាពរកប្រាក់ចំណេញ (Profitability Ratios)

អនុបាតចំណេញដុល(Profit Margin) គឺជាវាស់វែងប្រាក់ចំណេញដុលដែលទទួលបានមកពីការលក់។

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

ផលចំណូលពីទ្រព្យសកម្ម(Asset Turnover) គឺវាស់វែងរបៀបដែលក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរបស់ខ្លួនអោយមានប្រសិទ្ធភាពដើម្បីទាញរកប្រាក់ចំណេញពីដំណើរអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។

$$\text{Asset Turnover} = \frac{\text{Net Sales}}{\text{Average Total Assets}}$$

អនុបាតចំណូលពីទ្រព្យសកម្ម(Return on Assets) គឺដើម្បីរកផលចំណេញដែលទទួលបានពីទ្រព្យសកម្ម។

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

Return on common stockholders' Equity គឺដើម្បីវាស់វែងប្រាក់ចំណេញនៃការវិនិយោគរបស់ម្ចាស់ភាគហ៊ុន។

$$\text{Return on Common Stockholders' Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Common Stockholders' Equity}}$$

ចំណេញក្នុងមួយភាគហ៊ុន Earnings per Share (EPS) គឺដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយភាគហ៊ុន។

$$\text{Earnings per Share} = \frac{\text{Net Income} - \text{Preferred Dividends}}{\text{Weighted average common shares outstanding}}$$

❖ **អនុបាតក្នុងការបន្តអាយុជីវិតរបស់ក្រុមហ៊ុន (Solvency Ratio)**

អនុបាតបំណុល (Debt to Total Asset) គឺបង្ហាញបំណុលដែលក្រុមហ៊ុនជំពាក់ទៅលើទ្រព្យសកម្មដែលខ្លួនមានសំរាប់ដំណើរការអាជីវកម្ម។

$$\text{Debt to Total Asset} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Assets}}$$

Price-earnings (P-E) Ratio គឺជាការវាស់ស្ទង់តម្លៃទីផ្សារដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយភាគហ៊ុន។^{០៧}

$$\text{Price-earnings (P-E) Ratio} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earnings per share}}$$

^{០៧}Weygandt, Kimmel, Kieso, *Accounting Principles*(12th Edition),ទំព័រ ៦៣១-៦៤

ជំពូកទី២៖

**ស្ថានភាពទូទៅ និង
របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
របស់ LVMH**

ជំពូកទី២៖

ស្ថានភាពទូទៅ និងរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុនៃ LVMH

២.១. ស្ថានភាពទូទៅ

ក្រុមហ៊ុន LVMH SE ដែលត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាក្រុមហ៊ុនប្រមូលផ្តុំទំនិញប្រណិតពហុជាតិដែលមានការិយាល័យកណ្តាលនៅប៉ារីស ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ 1987។ វាគ្រប់គ្រងសាខាប្រហែល 60។

២.១.១. ប្រវត្តិរបស់ LVMH

ក្រុមហ៊ុន LVMH ដែលមានឈ្មោះពេញថា Moët Hennessy Louis Vuitton ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ ១៩៨៧ ក្រោមការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងក្រុមហ៊ុន Louis Vuitton និងក្រុមហ៊ុន Moët Hennessy។ ក្រុមហ៊ុន Louis Vuitton គឺជាក្រុមហ៊ុនផលិតផលស្បែកម៉ាកល្បី ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ១៨៥៤ នៅ Rue Neuve des Capucines នៅទីក្រុងប៉ារីស ប្រទេសបារាំង ដោយលោក Louis Vuitton។ នៅឆ្នាំ១៨៥៤គាត់បានផលិតវ៉ាលីយ៉ាងប្រណិត ហើយគាត់ដែលបានណែនាំសំពត់



វ៉ាលីដែលជាផលិតផលដំបូង

ទ្រវែង របស់គាត់ជាមួយនិងផ្ទាំងក្រណាត់ ដែលវាជាប្រហោងក្រណាត់ទ្រនិច Trianon ពណ៌ប្រផេះ ។ ធ្វើអោយអ្នកផលិតឥវ៉ាន់ជាច្រើនបានធ្វើតាមគំនូរនិងការរចនាតាម លោក Louis Vuitton។ នៅឆ្នាំ ១៨៨៥ ក្រុមហ៊ុននេះបានបើកហាងដំបូងរបស់ខ្លួននៅក្នុងទីក្រុងឡុងដ៍ ។ នៅថ្ងៃទី២៧ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ១៨៩២ លោក Louis Vuitton បានស្លាប់ហើយកូនប្រុសរបស់គាត់បានឡើងជាថ្នាក់គ្រប់គ្រងរបស់ក្រុមហ៊ុន។ បួនឆ្នាំបន្ទាប់ពីការស្លាប់របស់លោក Louis Vuitton នៅឆ្នាំ 1892 លោក Georges ដែលជាកូនប្រុសរបស់លោក Louis Vuitton

បានណែនាំការរចនាផ្ទាំងក្រណាត់ថ្មីមួយនៅក្នុងគោលបំណងមួយទៀតដើម្បីរារាំងអ្នកក្លែងបន្លំ។ ក្នុងគំរូមុតពីឪពុករបស់គាត់ ការរចនាថ្មីរបស់ Georges បង្ហាញដោយការចារជាអក្សរ LV លើផលិតផលស្បែក និងផ្ទៃខាងក្រោយដែលមានរូបរាងដូចផ្កាយ និងផ្កា។ ហើយវាទទួលបានការគាំទ្រច្រើនពីអតិថិជន និងទទួលបានជោគជ័យផងដែរ។ បន្ទាប់មកក្រុមហ៊ុន LV បានពង្រីកខ្លួនទៅជាក្រុមហ៊ុនសាជីវកម្ម។

រហូតមកដល់ក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់ Racamier ក្រុមហ៊ុន Louis Vuitton បានចាប់ផ្តើមទទួលស្គាល់ជាក្រុមហ៊ុនដែលមានកេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងមានគុណភាពខ្ពស់។ ចំណែកក្រុមហ៊ុន Moët

Hennessy គឺជាសហគ្រាសបារាំងដែលទទួលបានការជោគជ័យយ៉ាងខ្លាំង ដែលក្លាយជាអ្នកនាំមុខគេក្នុងការ ផលិត ស្រា គ្រឿងសំអាង និងទឹកអប់។ ដែលមុនដំបូងមានឈ្មោះថា Moët et Cie ត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយពាណិជ្ជករផលិតស្រាឈ្មោះ Épernay នៅឆ្នាំ ១៧៤៣។ ហើយបានចាប់ផ្តើមដឹកជញ្ជូនស្រាបស់គាត់ទៅប៉ារីសក្នុងរជ្ជកាលរបស់ស្តេច Louis XV។ នៅឆ្នាំ ១៨៣៣ ក្រុមហ៊ុននេះត្រូវបានដាក់ឈ្មោះថា Moët et Chandon ហើយប្រភេទស្រាដែលដែលលក់ដាច់បំផុតរបស់ពួកគេមានឈ្មោះថា Brut Imperial និង Dom Perignon ត្រូវបានដាក់ឈ្មោះតាមព្រះសង្ឃ Benedictine ដែលគេដឹងស្គាល់នៅក្នុងរឿងព្រេងមួយឈ្មោះ “ឪពុកនៃស្រាសំប៉ាញ” ។ នៅឆ្នាំ១៩៧១ក្រុមហ៊ុននេះបានរួមបញ្ចូលគ្នាជាមួយក្រុមហ៊ុន Hennessy Cognac ដោយបានប្តូរឈ្មោះថា Moët Hennessy ។ ក្រោយពីការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងក្រុមហ៊ុន Louis Vuitton និង Moët Hennessy ដែលហៅកាត់ថា LVMH ក្រុមហ៊ុននេះបានក្លាយជា ក្រុមហ៊ុនផលិតផលប្រណិត ដែលធំមួយនៅលើពិភពលោកដែលមានអតិថិជនជាច្រើនទទួលស្គាល់ ដែលពេលបច្ចុប្បន្ននេះក្រុមហ៊ុន LVMH គ្រប់គ្រងដោយលោក Bernard Arnault។^{០៨}

បុគ្គលសំខាន់^{០៩}

ឈ្មោះ	ផ្នែក
Bernard Arnault	នាយកប្រតិបត្តិ
Antonio Belloni	អ្នកគ្រប់គ្រង
Delphine Arnault	ផលិតផល Louis Vuitton
Nicolas Bazire	ការអភិវឌ្ឍនិងការទិញ
Chantal Gaemperle	ធនធានមនុស្ស
Jean-Jacques Guiony	ហិរញ្ញវត្ថុ
Chris de Lapuente	Sephora និង Beauty
Philippe Schaus	ស្រា
Sidney Toledano	ម៉ូតសម្លៀកបំពាក់
Jean-Baptiste Viosin	យុទ្ធសាស្ត្រ

^{០៨} <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/lvmh-moët-hennessy-louis-vuitton-sa-history> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៨ ខែមិនា ២០១៩)

^{០៩} <https://www.lvmh.com> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ២៨ ខែមិនា ២០១៩)

❖ **ការទិញយករបស់LVMH**

LVMH បានផ្ដោតលើការអភិវឌ្ឍន៍អោយកាន់តែរីកចម្រើន និងបានព្យាយាមពង្រីកអាជីវកម្មអោយមានច្រើនបែបនៅក្នុងទសវត្សរ៍ឆ្នាំ1990 ។ ក្រុមហ៊ុនបានចំណាយប្រាក់ជាង 3 ពាន់លានដុល្លារក្នុងអំឡុងឆ្នាំ 1996 និង 1997 លើការវិនិយោគ។ ជាពិសេសពួកគេបានទិញ Sephora (Beauty store) ក្នុងឆ្នាំ 1997 ក្នុងតម្លៃ 267 លានដុល្លារ។

ឆ្នាំដែលមហាញ្ចីកបំផុតរបស់ក្រុមហ៊ុនសម្រាប់ការទិញដូរគឺឆ្នាំ 1999 ។ ពួកគេបានវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនទាក់ទងនឹងសម្រស់ចំនួន 4 (Hard Candy, BeneFit Cosmetics, Bliss Spa និង Make Up For Ever) ហើយបានបង្កើតផ្នែកនាឡិកានិងគ្រឿងអលង្ការរបស់ពួកគេ ដែលរួមមាន (Tag Heuer, Zenith, Ebel និង Chaumet) ។ ក្រុមហ៊ុននេះក៏ទិញយក Thomas Pink (ក្រុមហ៊ុនផលិតអាវយីត) និងជាពិសេសនៅឆ្នាំ២០១៧នេះក្រុមហ៊ុននេះបានទិញយីហោយក្សមួយគឺ Christain Dior។^{១០}

២.១.២. អង្គភាពរបស់LVMH

LVMH Moet Hennessy Louis Vuitton S.E ដែលមានប្រតិបត្តិការជាក្រុមហ៊ុនផលិតផលប្រណិត។ ក្រុមហ៊ុននេះដំណើរការតាមរយៈ Wines and Spirits; Fashion and Leather Goods; Perfumes and Cosmetics; Watches and Jewelry; Selective Retailing; and Other Activities business groups។

២.១.២.១. ស្រា (Wine and Spirits)

ក្រុមហ៊ុន LVMH មាន ស្រា ចំនួន២៧ម៉ាកដូចជា៖ ហើយចំ ចំពោះម៉ាកស្រាដែលទទួលបានការពេញនិយមពីសំណាក់អតិថិជនគឺមានដូចជា CLOS DES LAMBREYS(ដែលមានតាំងពីឆ្នាំ ១៣៦៥) គឺជាប្រភេទស្រាដែលមានអាយុកាលយូរជាងគេ, CHATEAU D'YQUEM, RUINART, MOET &CHANDON, HENNESSY , និងប្រភេទស្រាមួយចំនួនដែលក្រុមហ៊ុនទើបបង្កើតនូវប្រមាណ៥ឆ្នាំចុងក្រោយនេះមានដូចជា CHANDON INDIA, CLOS19, VOLCAN DE MITIERRA។

២.១.២.២. ម៉ូត និង ផលិតផលស្បែក (Fashion and Leather)

ក្រុមហ៊ុនLVMH គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលមានម៉ូតសំលៀកបំពាក់ និងផលិតផលស្បែក ដែលត្រូវបានទទួលស្គាល់ស្ទើរទូទាំងពិភពលោក និងទទួលបានការគាំទ្រច្រើនពីអតិថិជន។ក្រុមហ៊ុន LVMH មានចំនួន១៥ផ្ទះ(ផ្ទះសំដៅលើម៉ាក)ដូចជា៖ ចំពោះយីហោធំៗរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMHមានដូច

^{១០}<http://ashleymg330.wikidot.com/history-of-lvmh> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៨ ខែមិនា

ជាCHRISTIAN DIOR(ឆ្នាំ1947), GIVENCHY(ឆ្នាំ1952), MARC JACOBS(ឆ្នាំ1984), និងមានហាង ចំនួន១៨៥២ ដែលស្ថិតនៅជុំវិញពិភពលោក ហើយក្រុមហ៊ុននេះមានគំរោងបើកហាងមួយចំនួន ទៀត ដូចជានៅ ទីក្រុងស៊ីដនី អូស្ត្រាលី ក្រុងឡុងដ៍។ ម៉ាកពេញនិយម និងកំពុងវាយលុកទីផ្សារអន្តរ ជាតិនានាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានដូចជាម៉ាក CHRISTIAN DIOR, FENDI និងជាពិសេស LOUIS VUITTON (ដែលនិយាយកាត់ថាLV)។

២.១.២.៣. ទឹកអប់ និង គ្រឿងសម្អាង Perfumes and Cosmetics

គុណភាព និងប្រវត្តិយីហោដែលបង្កើតជាយូរណាស់មកហើយដែលធ្វើអោយទឹកអប់ និង គ្រឿងសម្អាងរបស់LVMH ទទួលបានការពេញនិយម និងគាំទ្រច្រើនពីសំណាក់អតិថិជន។ ចំពោះ ទឹកអប់ និងគ្រឿងសម្អាងគឺមាន១២យីហោ ហើយយីហោដែលទទួលបានការគាំទ្រ និងពេញនិយម ដែលគួរអោយកត់សំគាល់នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះមានដូចជា៖ ចំពោះទឹកអប់មាន PARFUMS CHRISTIAN DIOR(ដែលមានតាំងពីឆ្នាំ1947), Givenchy និងGuerlain។ ហើយវិស័យគ្រឿងសម្អាង វិញមាន BENEFIT COSMETICS, MAKE UP FOR EVER និង FENTY BEAUTY BY RIHANNA ។ ចំពោះម៉ាក FENTY BEAUTYវិញទោះបីទើបតែមានវត្តមាននៅឆ្នាំ2017នេះក៏ដោយក៏ប៉ុន្តែម៉ាក នេះទទួលបានការគាំទ្រច្រើនដោយសារតែម៉ាកនេះជាម៉ាក ដែលបង្កើតឡើងដោយតារាចំរៀងលំ ដាប់ ពិភពលោកគឺអ្នកនាងRIHANNA ។

២.១.២.៤. នាឡិកា និងគ្រឿងអលង្ការ

វិស័យនាឡិកា និងគ្រឿងអលង្ការនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនLVMH គឺកំពុងមានសក្តានុពលខ្លាំងនៅ លើទីផ្សារ។ ហើយវិស័យនេះដំណើរការជា២ផ្នែក គឺមួយផលិតនាឡិកាប្រកបដោយគុណភាពខ្ពស់ និងមួយទៀតផលិតគ្រឿងអលង្ការប្រកបដោយភាពផ្លែប្រឌិតនិងគុណភាព។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ក្នុងវិ ស័យនាឡិកានិងគ្រឿងអលង្ការមកដល់ពេលនេះបានអោយឃើញថាក្រុមហ៊ុនLVMH មានចំនួន៦ យីហោ។ ចំពោះនាឡិកាមានចំនួន៣យីហោដូចជា៖ TAG HEUER(ឆ្នាំ1780), ZENTH(ឆ្នាំ1865), និងHUBLOT(ឆ្នាំ1980) ហើយចំពោះគ្រឿងអលង្ការមាន CHAUMET(ឆ្នាំ1780), BVLGARI (ឆ្នាំ 1884), FRED(ឆ្នាំ1936)។

២.១.២.៥. Selective retailing

គ្រប់ផលិតផលទាំងអស់នៃSelective retailingដែលស្ថិតនៅក្នុងក្រុមហ៊ុនLVMH គឺមាន គោលបំណងក្នុងការចែករំលែក ដូចជាការផ្លាស់ប្តូរការទិញទំនិញទៅជាបទពិសោធន៍ថ្មីៗដែលមាន តែមួយ ជាមួយនឹងការជ្រើសរើសផលិតផលពិសេស។ ទាំងនេះធ្វើអោយហាង និងសេវាកម្មរបស់ ក្រុមហ៊ុនកាន់តែប្រសើរឡើង។ Selective retailing របស់ក្រុមហ៊ុនLVMH មាន៥ហាងមកដល់ពេល

បច្ចុប្បន្នដូចជា: LE BON MARCHE RIVE GAUCHE ជាប្រភេទផ្សារទំនើបដំបូងនៅបារីសដែលបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ1852 រីឯLA GRANDE EPICERIE DE PARIS គឺជាប្រភេទនៃផ្សារទំនើបដែលលក់នូវប្រភេទអាហារ និង ភេសជ្ជៈ ហើយSTARBOARD CRUISE SERVICES គឺការដើរទិញទំនិញនៅលើនាវាកំសាន្ត DFSគឺជាហាងទំនើបលក់ផលិតផលម៉ាកល្បីដែលមានមូលដ្ឋាននៅហុងកុង ចំពោះSEPHORAគឺជាហាងទំនិញដែលលក់ទឹកអប់ និងគ្រឿងសម្អាង។^{១១}

២.១.៣. ការវិភាគលើយុទ្ធសាស្ត្រ (Strategy Analysis)

២.១.៣.១. ទិដ្ឋភាពរបស់ផលិតផលប្រណិត

នៅក្នុងទីផ្សារម៉ាកប្រណិតនាពេលបច្ចុប្បន្នមានការប្រកួតប្រជែងជាខ្លាំង ដោយសារតែផលិតផលម៉ាកល្បីជាច្រើនសុទ្ធសឹងតែមានគុណភាពខ្ពស់ដូចគ្នា។ មិនថាតែយីហោដែលមានប្រវត្តិយូរ ឬយីហោដែលទើបបង្កើតក៏ដោយ គឺគុណភាពផលិតផលរបស់ពួកគេមិនចាញ់គ្នាប៉ុន្មានទេ នេះជាមូលហេតុដែលក្រុមហ៊ុនម៉ាកប្រណិតមួយនេះ ត្រូវស្វែងរកមធ្យោបាយដើម្បីបំពេញចិត្តរបស់អតិថិជនប្រកបដោយការច្នៃប្រឌិតបន្ថែមទៀត និងរកយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការប្រកួតប្រជែង។ មិនយ៉ាងណាក្រុមហ៊ុន LVMH ម៉ាកប្រណិតមួយនេះមានយុទ្ធសាស្ត្រក្នុងការធ្វើអោយអតិថិជនរបស់ខ្លួនមានភាពជឿជាក់លើផលិតផលម៉ាករបស់ខ្លួនទាំងគុណភាព និងភាពច្នៃប្រឌិតខ្ពស់។

២.១.៣.២. ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH

ទោះបីជាពួកគេជាក្រុមហ៊ុនម៉ាកប្រណិតលំដាប់ពិភពលោកក៏ដោយ តែក៏ឃើញថាក្រុមហ៊ុនLVMH មានដៃគូប្រកួតប្រជែងគួរអោយកត់សម្គាល់មានចំនួន២គឺ Kering និង Richemontព្រោះក្រុមហ៊ុនទាំងពីរនេះ គឺជាក្រុមហ៊ុនដែលប្រមូលផ្តុំម៉ាកទំនិញប្រណិត(ផ្ទះរបស់ម៉ាក) ដែលមានអាជីវកម្មប្រហាក់ប្រហែលជាមួយក្រុមហ៊ុនLVMHដែរ៖

Kering ដែលគ្រប់គ្រងលើម៉ាកល្បីជាច្រើនដូចជា(Gucci, Alexander McQueen, Boucheron, Sergio Rossi ក៏ដូចជា Puma...។ល។) ក្រុមហ៊ុននេះគឺជាអ្នកប្រកួតប្រជែងដ៏សំខាន់របស់LVMH ព្រោះវាក៏ជាផ្ទះរបស់ម៉ាក(House of brands)ផងដែរ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយយីហោរបស់ពួកគេមិនបានគ្របដណ្តប់លើម៉ាកប្រណិតដូចLVMHទេ។ ហើយក្រុមហ៊ុននេះក៏ផ្ដើមលើអតិថិជនអ្នកមាន និងមនុស្សល្បីល្បាញផងដែរ។ ហើយក្រុមហ៊ុនមានគំរោងបង្កើតផលិតផលសម្រាប់កុមារ។

^{១១} <https://www.lvmh.com> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី ២៨ ខែឧសភា ២០១៩)

Richemont ផ្ដោតសំខាន់ទៅលើនាឡិកា និងគ្រឿងអលង្ការប៉ុន្តែពួកគេមានយីហោម៉ាកស្បែកមួយចំនួនដូចជាChloe ធ្វើការប្រកួតប្រជែងដោយផ្ទាល់ជាមួយផលិតផលរបស់LVMH។^{១២}

ការវិភាគតាម SWOT

❖ កាតខ្លាំង (Strengths)

- មានយីហោដែលល្បី និងមានប្រវត្តិយូរណាស់មកហើយ (Louis Vuitton មានតាំងពីឆ្នាំ១៨៥៤, Diorដែលមានតាំងពីឆ្នាំ១៩៤៦...)។^{១៣}
- មានអតិថិជនជាតារាងល្បីជាច្រើនដែលធ្វើអោយផលិតផលរបស់LVMH មានការស្គាល់កាន់តែច្រើន(Lady gaga, Taylar Swift, Victoria Beckhams...)។^{១៤}
- មានអ្នករចនាម៉ូតដែលមានស្មារតី និងភាពច្នៃប្រឌិតខ្ពស់ (Givenchy គឺគ្រូច្នៃម៉ូតដ៏ឆ្នើម គាត់រចនាម៉ូតអោយមនុស្សល្បីៗជាច្រើនដូចជា Elizabeth Taylor, ព្រះនាង Grace នៃប្រទេស Monaco ...)។^{១៥}

❖ កាតខ្សោយ (Weakness)

- ដោយសារក្រុមហ៊ុននេះជាក្រុមហ៊ុនម៉ាកប្រណិត ហេតុដូច្នេះផលិតផលមានតម្លៃថ្លៃ(កាបូបមួយរបស់LVMH ម៉ាកLV lenaមានតម្លៃ\$1,430 និងកាបូបមួយទៀតម៉ាកLV Capucines ដែលធ្វើពីស្បែកក្រពើមានតម្លៃរហូតដល់\$30,500)។^{១៦}
- ក្រុមហ៊ុនLVMH គឺផ្ដោតទៅលើអតិថិជនអ្នកមាន និងតារាងល្បីដោយសារតម្លៃផលិតផលនេះថ្លៃ

❖ ឱកាស (Opportunities)

- មានភាពទាក់ទាញលើអ្នកវិនិយោគមួយកំរិត ដោយសារតែភាពល្បីល្បាញរបស់ខ្លួន(នៅថ្ងៃទី១០ ឧសភា ២០១៩ តារាងល្បីRihanna ធ្វើការវិនិយោគជាមួយLVMH
- ក្នុងវិស័យគ្រឿងសម្អាងដោយបង្កើតម៉ាករបស់នាងផ្ទាល់គឺ Fenty Beauty Line)។^{១៧}
- ក្រុមហ៊ុនមានទិញម៉ាកល្បីជាច្រើន ជាពិសេស បានទិញក្រុមហ៊ុន Christain Dior នៅថ្ងៃទី២៥ មេសា ឆ្នាំ២០១៧ ក្នុងតម្លៃ 6.5 billion euro។^{១៨}

^{១២}<https://sites.google.com/Lvmhforr490/home/compititors> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែឧសភា ២០១៩)

^{១៣}www.lvmh.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{១៤}therichest.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{១៥}newidiea.com.au, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{១៦}quora.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{១៧}businessofashion.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{១៨}www.forbes.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

ការគំរាមកំហែង (Threats)

- មានការគំរាមកំហែងខ្លាំងពីម៉ាកល្បីមួយចំនួនដូចជា៖ (Gucci, Boucheron...ជាដៃគូប្រកួតប្រជែងយ៉ាងសំខាន់)^{១៩}
- មានកំណើននៃក្រុមហ៊ុនម៉ាកប្រណិតតាមអ៊ីនធឺណេតជាច្រើនដូចជា(Farfetch gose further ដែលជាក្រុមហ៊ុនលក់សំលៀកបំពាក់Online ដែលកំពុងល្បី)^{២០}
- ផលិតផលក្លែងក្លាយដែលធ្វើអោយប៉ះពាល់ដល់ការលក់របស់ក្រុមហ៊ុន(នៅថ្ងៃទី ២០ ខែវិច្ឆិការ ឆ្នាំ២០១៨នេះ គេឃើញមានហាងលក់សំលៀកបំពាក់នៅចិនដែលបើកនៅក្នុងទីក្រុងRenhuai បានក្លែងបន្លំម៉ាករបស់LV វាមានភាពពិបាកក្នុងការបែងចែកពួកវាក្លែងក្លាយនៅពេលដំបូង ^{២១}។

២.២. របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH

ខាងក្រោមនេះជារបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH នាពេលបីឆ្នាំចុងក្រោយនេះ មានដូចជា របាយការន៍លទ្ធផល(Income Statement) របាយការណ៍តុល្យការ(Balance Sheet) និងរបាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់(Statement of Cash Flow)។

២.២.១. របាយការណ៍លទ្ធផល (Income Statement)

Income Statement

LVMH

Year Ending December 31

(EUR millions)	2018	2017	2016
Revenue	46,826	42,636	37,600
Cost of sales	(15,625)	(14,783)	(13,039)
Gross margin	31,201	27,853	24,561
Marketing and selling expense	(17,755)	(16,395)	(14,607)
General ang administative expenses	(3,466)	(3,162)	(2,931)
Income/(loss) from joint venture and associates	23	(3)	3
Profit from recurring operation	10,003	8,293	7,026
Other operating income and expenses	(126)	(180)	(122)
Operating profit	9,877	8,113	6,904
Cost of net financial debt	(117)	(137)	(133)
Other financial income and expenses	(271)	78	(185)
Net Financial income/(expense)	(388)	(59)	(318)
Income taxes	(2,499)	(2,214)	(2,133)
Net Profit before minority interests	6,990	5,840	4,453
Minority interests	(636)	(475)	(387)
Net profit, Group Share	6,354	5,365	4,066

ប្រភព: <https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

^{១៩}therichest.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{២០}newdiea.com.au, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

^{២១}bbc.com, (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២ ខែមិថុនា ២០១៩)

២.២.២. តារាងតុល្យភាព (Balance Sheet)

Balance Sheet

LVMH

Year Ending December 31

(EUR millions)	2018	2017	2016
Assets			
Brands and other intangible assets	17,254	16,957	13,335
Goodwill	13,727	13,837	10,401
Property, plant and equipment	15,112	13,862	12,139
Investments in joint ventures and associates	638	639	770
Non-current available for sale financial assets	1,100	789	744
Other non-current assets	986	869	777
Deferred tax	1,932	1,741	2,053
Non-current assets	50,749	48,694	40,219
Inventories and work in progress	12,485	10,888	10,546
Trade accounts receivable	3,222	2,736	2,685
Income taxes	366	780	280
Other current assets	2,868	2,919	2,342
Cash and cash equivalents	4,610	3,738	3,544
Current assets	23,551	21,061	19,397
Total assets	74,300	69,755	59,616
Liabilities and Equity			
Share Capital	152	152	152
Share premium account	2,298	2,614	2,601
Treasury shares and LVMH share-Settled Derivatives	(421)	(530)	(520)
Cumulative translation adjustment	573	354	1,165
Revaluation reserves	875	1,111	799
Other reserves	22,462	19,903	18,125
Net profit, Group share	6,354	5,365	4,066
Equity, Group share	32,293	28,969	26,388
Minority interests	1,664	1,408	1,510
Total Equity	33,957	30,377	27,898
Long-term borrowings	6,005	7,046	3,932
Non-current provisions	2,430	2,484	2,342
Deferred tax	5,036	4,989	4,137
Other non-current liabilities	10,039	9,870	8,497
Non-current liabilities	23,510	24,389	18,908
Short-term borrowings	5,027	4,530	3,447
Trade accounts Payable	5,314	4,539	4,184
Income taxes	538	763	428
Current provisions	369	404	352
Other Current liabilities	5,585	4,753	4,399
Current liabilities	16,833	14,989	12,810
Total liabilities	40,343	39,378	31,718
Total equity and liabilities	74,300	69,755	59,616

ប្រភព: <https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

២.២.៣. របាយការណ៍លំហូរសាច់ប្រាក់ (Cash Flow)

Cash Flow Statement

LVMH

Year Ending December 31

EUR millions	12/31/2018	12/31/2017	12/31/2016
Operating profit	9,877	8,113	6,904
Operating Activities			
Depreciation	2,302	2,376	2,143
Non-Cash Items	(214)	(84)	(314)
Cash Taxes Paid	(2,275)	(2,790)	(1,923)
Cash Interest Paid	(113)	(129)	(122)
Changes in Working Capital	(1,087)	(514)	(512)
Total Cash Flow From Operating Activities	8,490	6,972	6,176
Investing Activities			
Capital Expenditures	(3,141)	(2,345)	(2,590)
Other Cash flows from Investing Activities	(298)	(6,262)	243
Total Cash Flow From Investing Activities	(3,439)	(8,607)	(2,347)
Financing Activities			
Dividends Paid	(2,715)	(2,110)	(1,810)
Issuance(Retirement)of Debt	(645)	4,171	(1,221)
Issuance(Retirement)of Stock	(205)	30	(247)
Other Cash Flows from Financing Activities	(758)	67	(620)
Total Cash Flow From Financing Activities	(4,323)	2,158	(3,898)
Effect of Exchange Rate Changes	67	(242)	(47)
Change In Cash and Cash Equivalents	795	281	(53)

ប្រភព៖ <https://www.investing.com/equities/l.v.m.h.-cash-flow> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

ជំពូកទី៣៖
ការវិភាគលើរបាយ
ការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
របស់ LVMH

ជំពូកទី៣

ការវិភាគលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ LVMH

ការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងគោលបំណង ដើម្បីអោយដឹងពី ដំណើរការរបស់អាជីវកម្មមួយពីអតីតកាល ពេលបច្ចុប្បន្ន ក៏ដូចជាការព្យាករណ៍ពេលអនាគត។ ក្នុងការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH មានវិធីសាស្ត្រចំនួនបី៖ ការវិភាគតាម និន្នាការ រឺ ការវិភាគតាមជួរដេក ការវិភាគតាមទំហំរួម រឺ ការវិភាគតាមជួរឈរ និងការវិភាគតាមអនុ បាត ។

៣.១. ការវិភាគលើនិន្នាការ

៣.១.១ ការវិភាគលើរបាយការណ៍លទ្ធផល

តារាងទី១៖ ការវិភាគលើនិន្នាការរបាយការណ៍លទ្ធផល

LVMH

Income Statement

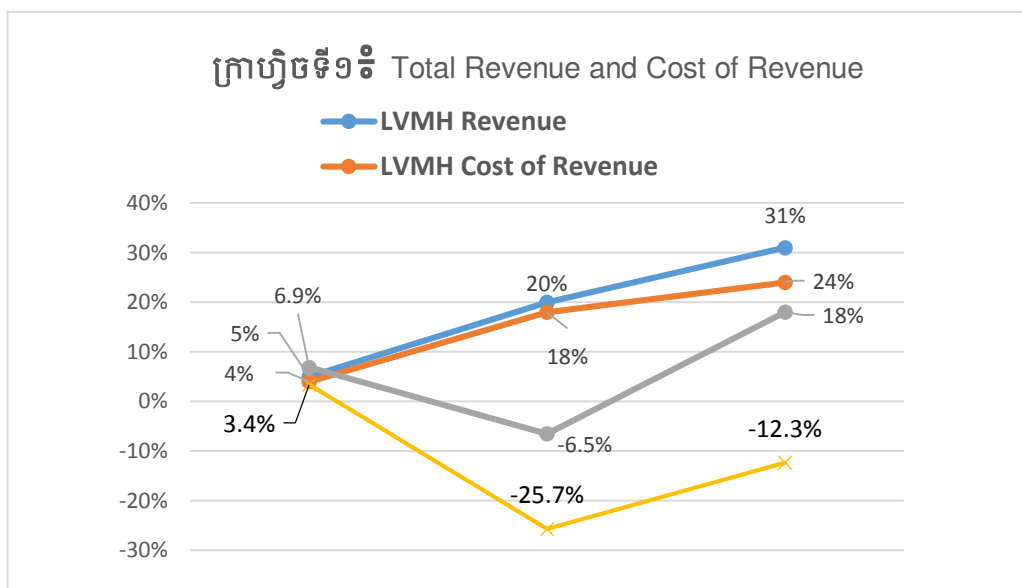
For the year ended December

(EUR millions)					% change compare to 2015		
	2018	2017	2016	2015	2018	2017	2016
Revenue	46,826	42,636	37,600	35,664	31%	20%	5%
Cost of sales	-15,625	-14,783	-13,039	-12,553	24%	18%	4%
Gross margin	31,201	27,853	24,561	23,111	35%	21%	6%
Marketing and selling expense	-17,755	-16,395	-14,607	-13,830	28%	19%	6%
General and administrative expenses	-3,466	-3,162	-2,931	-2,663	30%	19%	10%
Income/(loss) from joint venture and associates	23	-3	3	-13	277%	77%	123%
Profit from recurring operation	10,003	8,293	7,026	6,605	51%	26%	6%
Other operating income and expenses	-126	-180	-122	-221	-43%	-19%	-45%
Operating profit	9,877	8,113	6,904	6,384	55%	27%	8%
Cost of net financial debt	-117	-137	-133	-78	50%	76%	71%
Other financial income and expenses	-271	78	-185	-336	19%	123%	45%
Net Financial income/(expense)	-388	-59	-318	-414	-6%	-86%	-23%
Income taxes	-2,499	-2,214	-2,133	-1,969	27%	12%	8%
Net Profit before minority interests	6,990	5,840	4,453	4,001	75%	46%	11%
Minority interests	-636	-475	-387	-428	49%	11%	-10%
Net profit, Group Share	6,354	5,365	4,066	3,573	78%	50%	14%

ប្រភព: <https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

តាមរយៈតារាងការវិភាគរបាយការណ៍លទ្ធផលខាងលើ បានអោយឃើញថាចំណូលរបស់សហគ្រាសមានការកើនឡើងក្នុងឆ្នាំ២០១៦ ចំនួន ៥% បើធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៥ នឹង ក្នុងឆ្នាំ ២០១៧ មានការកើនឡើងចំនួន ២០% បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥ និងឆ្នាំ ២០១៨ មានការកើនឡើង ៣១% បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥។ តាមតារាងខាងលើសង្កេតឃើញថាចំណូលសរុបក្នុងឆ្នាំ២០១៨ មានការកើតឡើងខ្ពស់ជាងឆ្នាំមុនៗ ដែលក្នុងនោះក្រុមហ៊ុន LVMH ទទួលបានចំណូលពី Wines and Spirits ចំនួន ១០%, Fashion and Leather Goods ចំនួន ៣៩%, Perfume and Cosmetics ចំនួន ១៣%, Watches and Jewelry ចំនួន ៩% និង Selective Retailing ចំនួន ២៩%។ មួយវិញទៀត ចំណូលដែល LVMH ទទួលបានច្រើនជាងគេគឺមកពី United States ដែលមានចំនួន ៣៧% នៃចំណូលសរុប។^{២២}

ចំពោះប្រាក់ចំណេញដុល (Net Income) វិញបើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ ២០១៥ បានអោយឃើញថា ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានការកើនឡើងចំនួន ១៤% នឹងឆ្នាំ២០១៧ កើនឡើងចំនួន ៥០% ហើយឆ្នាំ ២០១៨ មានការកើនឡើង ៧៨%។ ចំពោះទិន្នន័យនេះបានអោយឃើញថាអត្រាមានកំណើនជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦ ហើយភាគីជាលទ្ធផលប្រសើរមួយសំរាប់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។



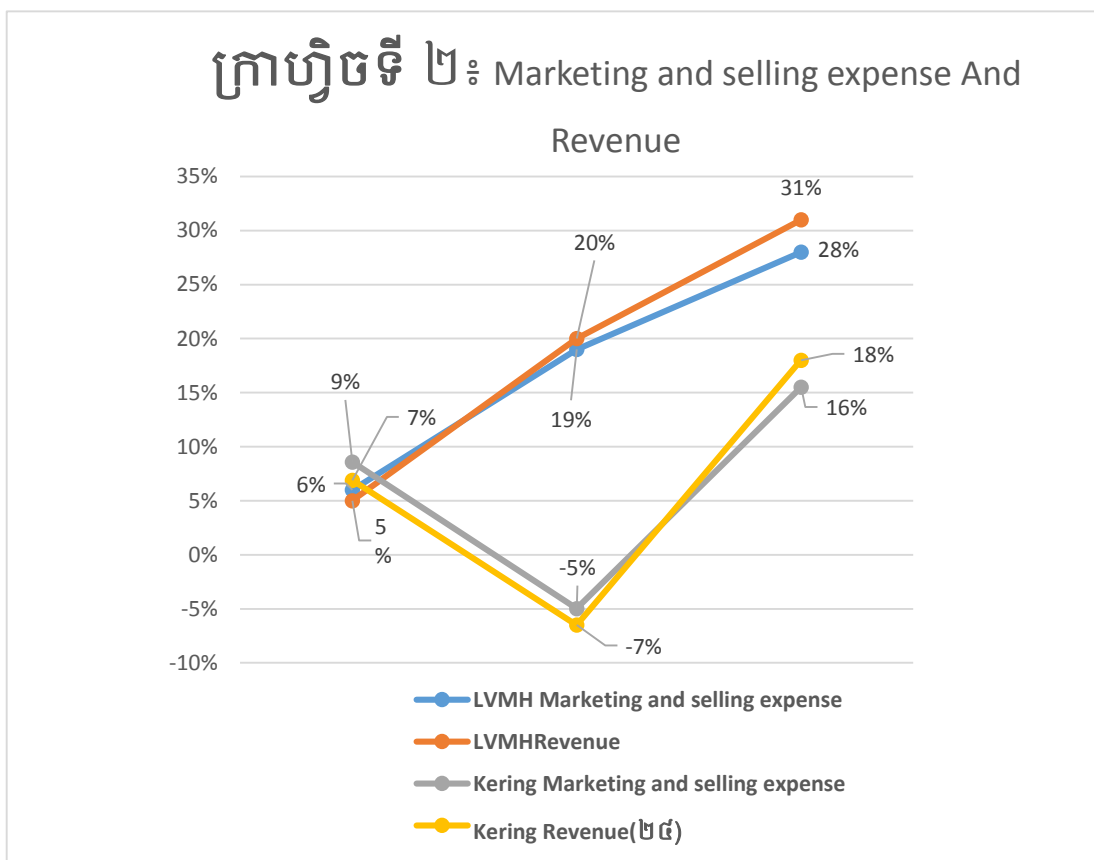
ប្រភព: ^{២៣}(<https://www.marketwatch.com/investing/stock/ppruf/financials>) ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩

រូបខាងលើនេះ ជាក្រាហ្វិចបង្ហាញពីចំណូល និងថ្លៃដើមរបស់ LVMH ធៀបនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែង Kering ។ តាមក្រាហ្វិចបង្ហាញឃើញថា ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ LVMH មានកំណើននៃចំណូលចំនួន ៣១% រីឯថ្លៃដើមមានកំណើនចំនួន ២៩% ចំណែកឯ Kering វិញចំណូលរបស់គេមានការកើនឡើង

^{២២}(<https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf>) ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩

ចំនួន១៨% តែថ្លៃដើមរបស់ Kering មានការថយចុះចំនួន ១២.៣%។ សរុបរួមមកសន្ទស្សន៍នៃចំណូលរបស់ LVMH ប្រែប្រួលលឿនជាងសន្ទស្សន៍នៃប្រាក់ដើម វាជាលទ្ធផលដែលប្រសើរសំរាប់ក្រុមហ៊ុន។ ផ្ទុយមកវិញទោះបីជាកំណើននៃចំណូលរបស់ LVMH ខ្ពស់ជាង Kering ប៉ុន្តែ Kering មានការថយចុះនៃថ្លៃដើមដែលអាចនិយាយបានថាក្រុមហ៊ុន Kering គ្រប់គ្រងថ្លៃដើមបានល្អ។

ម្យ៉ាងវិញទៀត ចំពោះគណនីការចំណាយលើទីផ្សារនិងការលក់វាជាគណនីមួយដែលសំដៅទៅលើការជំរុញក្រុមហ៊ុនអោយមានសន្ទុះកើនឡើងនៅក្នុងការលក់។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ LVMH មានការកើនឡើងលើចំណាយលើទីផ្សារនិងការលក់ (Marketing and Selling expense) ចំនួន ២៨% និងទទួលបានចំណូលសរុប ៣១%។ ចំណែកក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងវិញមានកំណើនចំនួន ១៦% លើចំណាយលើទីផ្សារនិងការលក់ (Marketing and Selling expense) និងទទួលបានចំណូលសរុបចំនួន ១៨%។ ដូចដែលបានឃើញក្រុមហ៊ុនទាំងពីរទទួលបានសន្ទស្សន៍នៃចំណូលខ្ពស់ជាងសន្ទស្សន៍នៃចំណាយលើទីផ្សារនិងការលក់ដូចគ្នា ហើយវាជាលទ្ធផលមួយសំរាប់ក្រុមហ៊ុនទាំងពីរ។



ប្រភព៖ <https://www.marketwatch.com/investing/stock/ppruf/financials> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

៣.១.២. ការវិភាគលើតារាងតុល្យការ

តារាងទី២៖ ការវិភាគលើនិស្នាគារតុល្យការ

LVMH

Balance Sheet

For the year ended December

(EUR millions)					% change compare to 2015		
	2018	2017	2016	2015	2018	2017	2016
Assets							
Brands and other intangible assets	17,254	16,957	13,335	13,572	27%	25%	-2%
Goodwill	13,727	13,837	10,401	10,122	36%	37%	3%
Property, plant and equipent	15,112	13,862	12,139	11,157	35%	24%	9%
Invesments in joint ventures and associates	638	639	770	729	-12%	-12%	6%
Non-current available for sale financial assets	1,100	789	744	574	92%	37%	30%
Other non-current assets	986	869	777	552	79%	57%	41%
Deferred tax	1,932	1,741	2,053	1,945	-1%	-10%	6%
Non-current assets	50,749	48,694	40,219	38,651	31%	26%	4%
Inventories and work in progress	12,485	10,888	10,546	10,096	24%	8%	4%
Trade acoounts receivable	3,222	2,736	2,685	2,521	28%	9%	7%
Income taxes	366	780	280	384	-5%	103%	-27%
Other current assets	2,868	2,919	2,342	2,355	22%	24%	-1%
Cash and cash equivqlents	4,610	3,738	3,544	3,594	28%	4%	-1%
Current assests	23,551	21,061	19,397	18,950	24%	11%	2%
Total assets	74,300	69,755	59,616	57,601	29%	21%	3%
Liabilities and Equity							
Share Capital	152	152	152	152	0%	0%	0%
Share premiun account	2,298	2,614	2,601	2,579	-11%	1%	1%
Treasury shares and LVMH share-Settled Derivatives	(421)	(530)	(520)	(240)	75%	121%	117%
Cumulative translation adjustment	573	354	1,165	1,137	-50%	-69%	2%
Revaluation reserves	875	1,111	799	949	-8%	17%	-16%
Other reserves	22,462	19,903	18,125	16,189	39%	23%	12%
Net profit, Group share	6,354	5,365	4,066	3,573	78%	50%	14%
Equity, Group share	32,293	28,969	26,388	24,339	33%	19%	8%
Minority interests	1,664	1,408	1,510	1,460	14%	-4%	3%
Total Equity	33,957	30,377	27,898	25,799	32%	18%	8%
Long-term borrowings	6,005	7,046	3,932	4,511	33%	56%	-13%
Non-current provisions	2,430	2,484	2,342	1,950	25%	27%	20%
Deferred tax	5,036	4,989	4,137	4,685	7%	6%	-12%
Other non-current liabilities	10,039	9,870	8,497	7,957	26%	24%	7%
Non-current liabilities	23,510	24,389	18,908	19,103	23%	28%	-1%
Short-term borrowings	5,027	4,530	3,447	3,769	33%	20%	-9%
Trade accounts Payble	5,314	4,539	4,184	3,960	34%	15%	6%
Income taxes	538	763	428	640	-16%	19%	-33%
Current provisions	369	404	352	421	-12%	-4%	-16%
Other Current liabilities	5,585	4,753	4,399	3,909	43%	22%	13%
Current liabilities	16,833	14,989	12,810	12,699	33%	18%	1%
Total liabilities	40,343	39,378	31,718	31,802	27%	24%	-0.26%
Total equity and liabilities	74,300	69,755	59,616	57,601	29%	21%	3%

ប្រភព: <https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

ក្នុងការវិភាគនិន្នាការ លើតារាងតុល្យាការខាងលើរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH បើពិនិត្យទៅលើ គណនីឥណទេយ្យ នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានការកើនឡើង ៧% បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥ ហើយឆ្នាំ ២០១៧ មានការកើនឡើង ៩% ប៉ុន្តែនៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ មានការកើនឡើងគណនីឥណទេយ្យចំនួន ២៨% វាគឺជាអត្រាមួយដែលកើនឡើងខ្លាំងបើប្រៀបធៀបទៅនឹងឆ្នាំមុនៗ។ កំណើននៃអត្រានេះក៏ អាចមានផលប៉ះពាល់ទៅដល់ក្រុមហ៊ុនផងដែរចំពោះការខ្វះដើមទុនសម្រាប់បង្វិលក្នុងដំណើរការ ប្រតិបត្តិការអាជីវកម្ម ។

ជាមួយគ្នានេះផងដែរចំពោះគណនីសន្និធិក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានការកើនឡើងចំនួន ៤% និង ក្នុងឆ្នាំ២០១៧ មានការកើនឡើង ៨% ហើយឆ្នាំ ២០១៨ មានការកើនឡើងដល់ ២៤% ដោយការ បង្កើននូវសន្និធិនេះអាចជាការបង្ការទុកមុនក្នុងករណីតម្រូវការមានការកើនឡើង ប៉ុន្តែវាក៏អាចជា ផលប៉ះពាល់ផងដែរ ប្រសិនបើមិនមានតម្រូវការពីសំណាក់អតិថិជន ។

ចំពោះ Non-current available for sale financial asset វិញដោយសារការទិញភាគហ៊ុន របស់ Belmond ចំនួន ២៧៤លានអឺរនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៨, ៦៤លានអឺរនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៧ និង ១២០ លានអឺរនៅឆ្នាំ២០១៦ ដូចនេះទើបធ្វើអោយ Non-current available for sale financial asset នៅក្នុង ឆ្នាំ២០១៨មានការកើនឡើងខ្លាំងគួរអោយកត់សំគាល់ ។^{២៤}

ចំពោះបំណុលរយៈពេលខ្លីវិញ បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥ គឺបានឃើញថាក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មាន ការកើនឡើងចំនួន ១% នឹងក្នុងឆ្នាំ២០១៧ កើនឡើងចំនួន ១៣% ហើយឆ្នាំ២០១៨ កើនឡើងចំនួន ៣៣%។ តាមដោយអត្រារបស់ឆ្នាំនីមួយៗ គឺឃើញថាក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ មានការកើនឡើងតែ ១% ប៉ុណ្ណោះនេះបញ្ជាក់បានថាក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ ក្រុមហ៊ុនមានការគ្រប់គ្រងបំណុលរយៈពេលខ្លីបានល្អ។ ផ្ទុយមកវិញ នៅក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ គណនីបំណុលរយៈពេលខ្លីមានការកើនឡើងដល់ ៣៣% កំណើន នៃអត្រានេះអាចជះឥទ្ធិពលដល់ក្រុមហ៊ុនដូចជា ក្រុមហ៊ុនអាចខ្វះខាតសាច់ប្រាក់ក្នុងការសង់ បំណុលរយៈពេលខ្លី និង ក្រុមហ៊ុនអាចប៉ះពាល់ដល់ក្នុងការទិញទំនិញពីអ្នកផ្គត់ផ្គង់ ។

^{២៤}(<https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf>(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

៣.២. ការវិភាគលើទំហំរួម (Common Size Analysis)

៣.២.១. ការវិភាគលើរបាយការណ៍លទ្ធផល

តារាងទី ៣៖ ការវិភាគលើទំហំរួមរបាយការណ៍លទ្ធផល

LVMH Income Statement For the year ended December						
(EUR millions)				Vertical Percentage		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Revenue	46,826	42,636	37,600	100%	100%	100%
Cost of sales	-15,625	-14,783	-13,039	33%	35%	35%
Gross margin	31,201	27,853	24,561	67%	65%	65%
Marketing and selling expense	-17,755	-16,395	-14,607	38%	38%	39%
General and administrative expenses	-3,466	-3,162	-2,931	7%	7%	8%
Income/(loss) from joint venture and associates	23	-3	3	0.05%	-0.01%	0.01%
Profit from recurring operation	10,003	8,293	7,026	21%	19%	19%
Other operating income and expenses	-126	-180	-122	0.34%	0.48%	0.32%
Operating profit	9,877	8,113	6,904	21%	19%	18%
Cost of net financial debt	-117	-137	-133	0.31%	0.36%	0.35%
Other financial income and expenses	-271	78	-185	-1%	0.18%	-0.49%
Net Financial income/(expense)	-388	-59	-318	1%	0.16%	1%
Income taxes	-2,499	-2,214	-2,133	7%	6%	6%
Net Profit before minority interests	6,990	5,840	4,453	15%	14%	12%
Minority interests	-636	-475	-387	2%	1%	1%
Net profit, Group Share	6,354	5,365	4,066	14%	13%	11%

ប្រភព: <https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

ក្នុងការវិភាគលើទំហំរួម វិ ការវិភាគតាមជួរឈរ ចំពោះរបាយការណ៍លទ្ធផល រាល់ចំណូលពីការលក់ត្រូវបានកំណត់ថាមានសមាមាត្រ ១០០% ដែលធាតុដទៃទៀតក្នុងរបាយការណ៍លទ្ធផលមានសមាមាត្រធៀបនឹងចំណូលពីការលក់។ តាមទិន្នន័យខាងលើ បានអោយឃើញថាប្រាក់ចំណេញដុល (Net Income) ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួន ១១% នៃចំណូលសរុបពីការលក់ នឹងចំពោះឆ្នាំ២០១៧ មានចំនួន ១៣% ហើយឆ្នាំ២០១៨ ប្រាក់ចំណេញដុលមានចំនួន ១៤% បើធៀបនឹងចំណូលពីការលក់ ប្រសិនបើជាគិតតាមអនុបាតប្រាក់ចំណេញសុទ្ធ (Profit Margin Ratio) នៅឆ្នាំ២០១៨ បើគេលក់បាន ១ ដុល្លារនោះ LVMH នឹងទទួលបានប្រាក់ចំណេញសុទ្ធចំនួន ០.១៤ ដុល្លារ។ តាមទិន្នន័យខាងលើបានបង្ហាញអោយឃើញថា អត្រាប្រាក់ចំណេញដុលធៀបនឹងចំណូលពីការ

លក់គឺ មានការកើនឡើងពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦ មកហើយអត្រាមួយនេះក៏ជាលទ្ធផលល្អមួយរបស់ក្រុមហ៊ុនផងដែរ។

ចំពោះថ្លៃដើមវិញ នៅឆ្នាំ២០១៦ និង២០១៧ គឺមានចំនួន ៣៥% បើធៀបនឹងចំណូលសរុប និងឆ្នាំ ២០១៨ មានចំនួន ៣៣% ធៀបនឹងចំណូលសរុប។ ការធ្លាក់ចុះនូវអត្រាមួយនេះគឺជាលទ្ធផលល្អមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលឆ្នាំ២០១៨ មានការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមបានល្អជាងឆ្នាំ២០១៦ និងឆ្នាំ ២០១៧។ បើប្រៀបធៀបនឹងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែង Kering វិញបានអោយឃើញថាថ្លៃដើមនៅឆ្នាំ ២០១៦ មានចំនួន ៥៣% និងឆ្នាំ២០១៧ គឺមានចំនួន ៤៣% ហើយឆ្នាំ២០១៨ មានចំនួន ៤១% បើធៀបនឹងចំណូលសរុប។^{២៦} ចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦ មកថ្លៃដើមធៀបនឹងចំណូលសរុបរបស់ Kering មានការធ្លាក់ចុះជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦ មក។ ប៉ុន្តែបើសិនជាមើលចំនួនភាគរយនៃផលធៀបរវាង ថ្លៃដើមនិងចំណូលសរុប របស់ក្រុមហ៊ុនទាំងពីរក្នុងឆ្នាំ២០១៨ បានអោយឃើញថា LVMH មានចំនួន ៣៣% ហើយ Kering មានចំនួន ៤១% LVMH មានចំនួនភាគរយតូចជាង Kering ដូចនេះអាចសន្និដ្ឋាន LVMH មានការគ្រប់គ្រងថ្លៃដើមបានល្អជាង Kering ។

៣.២.២. ការវិភាគលើតារាងតុល្យការ

តារាងទី៤៖ ការវិភាគលើទំហំរួមតារាងតុល្យការ

LVMH

Balance Sheet

For the year ended December

(EUR millions)				Vertical Percentage		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Assets						
Brands and other intangible assets	17,254	16,957	13,335	23%	24%	22%
Goodwill	13,727	13,837	10,401	18%	20%	17%
Property, plant and equipment	15,112	13,862	12,139	20%	20%	20%
Investments in joint ventures and associates	638	639	770	1%	1%	1%
Non-current available for sale financial assets	1,100	789	744	1%	1%	1%
Other non-current assets	986	869	777	1%	1%	1%
Deferred tax	1,932	1,741	2,053	3%	2%	3%
Non-current assets	50,749	48,694	40,219	68%	70%	67%
Inventories and work in progress	12,485	10,888	10,546	17%	16%	18%
Trade accounts receivable	3,222	2,736	2,685	4%	4%	5%
Income taxes	366	780	280	0%	1%	0%
Other current assets	2,868	2,919	2,342	4%	4%	4%
Cash and cash equivalents	4,610	3,738	3,544	6%	5%	6%
Current assets	23,551	21,061	19,397	32%	30%	33%
Total assets	74,300	69,755	59,616	100%	100%	100%

^{២៦}<https://www.marketwatch.com/investing/stock/ppruff/financials>(ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩)

Liabilities and Equity						
Share Capital	152	152	152	0.20%	0.22%	0.25%
Share premium account	2,298	2,614	2,601	3%	4%	4%
Treasury shares and LVMH share-Settled Derivatives	(421)	(530)	(520)	-0.57%	-0.76%	-0.87%
Cumulative translation adjustment	573	354	1,165	0.77%	0.51%	2%
Revaluation reserves	875	1,111	799	1.18%	2%	1.34%
Other reserves	22,462	19,903	18,125	30%	29%	30%
Net profit, Group share	6,354	5,365	4,066	9%	8%	7%
Equity, Group share	32,293	28,969	26,388	43%	42%	44%
Minority interests	1,664	1,408	1,510	2%	2%	3%
Total Equity	33,957	30,377	27,898	46%	44%	47%
Long-term borrowings	6,005	7,046	3,932	8%	10%	7%
Non-current provisions	2,430	2,484	2,342	3%	4%	4%
Deferred tax	5,036	4,989	4,137	7%	7%	7%
Other non-current liabilities	10,039	9,870	8,497	14%	14%	14%
Non-current liabilities	23,510	24,389	18,908	32%	35%	32%
Short-term borrowings	5,027	4,530	3,447	7%	6%	6%
Trade accounts Payble	5,314	4,539	4,184	7%	7%	7%
Income taxes	538	763	428	1%	1%	1%
Current provisions	369	404	352	0.50%	1%	1%
Other Current liabilities	5,585	4,753	4,399	8%	7%	7%
Current liabilities	16,833	14,989	12,810	23%	21%	21%
Total liabilities	40,343	39,378	31,718	54%	56%	53%
Total equity and liabilities	74,300	69,755	59,616	100%	100%	100%

ប្រភព: <https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf> (ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២២ ខែឧសភា ២០១៩)

ក្នុងការវិភាគតាមជួរឈរ ចំពោះតារាងតុល្យការ ទ្រព្យសកម្មសរុបត្រូវបានចាត់ទុកថាមានសមាមាត្រ ១០០% ហើយគណនីដទៃទៀត មានសមាមាត្រធៀបនឹងទ្រព្យសកម្មសរុប។ ចំពោះទិន្នន័យខាងលើ គណនីឥណទេយ្យក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួន ៥% ធៀបនឹងទ្រព្យសកម្មសរុប និង ឆ្នាំ២០១៧ និង២០១៨ មានចំនួន ៤% ដូចដែលបានឃើញអត្រានេះមួយដែលក្រុមហ៊ុនគឺអាចទទួលយកបានប៉ុន្តែផ្ទុយមកវិញ ប្រសិនបើបរិមាណនេះកាន់តែកើនឡើងធំនោះក្រុមហ៊ុននឹងជួបនៅហានិភ័យនៅពេលដែលអតិថិជនមិនសង់ច្រើន។

ម្យ៉ាងវិញទៀត ចំពោះគណនីសន្និធិវិញ ឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួន ១៨% នៃទ្រព្យសកម្មសរុប និងឆ្នាំ២០១៧ មានចំនួន ១៦% នៃទ្រព្យសកម្មសរុប ហើយឆ្នាំ២០១៨ មានចំនួន ១៧%នៃទ្រព្យសកម្មសរុប ចំពោះអត្រាមួយនេះមិនមានអ្វីអោយកត់សំគាល់ខ្លាំងនោះទេ ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុនក៏មិនអាចអោយអត្រាមួយនេះថយចុះពេក រឺ កើនឡើងពេកព្រោះវាអាចនាំអោយក្រុមហ៊ុនងាយប្រឈមមុខនឹងកង្វះខាតសន្និធិ រឺ ការកើនឡើងហួសតម្រូវការនៃសន្និធិ។

ចំពោះបំណុលរយៈពេលខ្លី (Current Liabilities) នៅឆ្នាំ២០១៦ និង ឆ្នាំ២០១៧ មានចំនួន ២១% និង ឆ្នាំ២០១៨ មានចំនួន ២៣% នៃទ្រព្យសកម្មសរុប ដែលអត្រានេះមានការកើនឡើងបន្តិច

ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ នោះមានន័យថាLVMH មិនសូវមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការគ្រប់គ្រងបំណុលរយៈពេលខ្លីបានល្អឡើយ។ ក្រឡែកមកមើលដៃប្រកួតប្រជែងវិញចំពោះបំណុលរយៈពេលខ្លីធៀបនឹងទ្រព្យសកម្មសរុប Kering ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួន ២០% និងឆ្នាំ២០១៧ មានចំនួន ២៣% ហើយឆ្នាំ២០១៨ មានចំនួន ២៩% អត្រានេះគឺមានកំណើនជាងរៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៦មក។^{២៧} ដូចនេះ Kering ក៏មិនមានការគ្រប់គ្រងបំណុលរយៈពេលខ្លីបានល្អដែរ ហើយបើមើលលើចំនួនភាគរយគឺឃើញថាក្នុងឆ្នាំ២០១៨ Kering មានចំនួនភាគរយច្រើនជាង LVMH ដែល Kering ចំនួន ២៩% ហើយ LVMH មានចំនួន ២១% ដូចនេះ LVMH មានការគ្រប់គ្រងបំណុលល្អជាង Kering ។

៣.៣. ការវិភាគលើអនុបាត (Ratio Analysis)

តារាងទី៥៖ ការវិភាគលើអនុបាត

Ratios	Formulas	LVMH			Kering ^{២៨}
		2016	2017	2018	2018
Current Ratio	Current Assets/ Current liability	1.5	1.4	1.4	1.04
Quick Ratio	(Current Assets-Inv.)/ Current Lia.	0.69	0.67	0.66	0.66
Debt Ratio	Total Liabilities/ Total Assets	0.53	0.56	0.54	0.53
Receivable Turnover	Sales/ Average Receivable	14.44	15.71	15.71	11.4
Day's Sales in Receivable	365/Receivable Turnover	25	23	23	30
Assets Turnover	Total Revenue/ Aver.Total Assets	0.64	0.66	0.65	0.58
Profit Margin	Net income/ Total Revenue	10.81	12.58	13.56	19
Return on Equity	Net income/ Aver.Shareholder's Equity	0.15	0.18	0.19	0.23
Return on Assets	Net income/Aver.Total Assets	0.07	0.08	0.09	0.11
Earnings per Share		8.06	10.64	12.64	20.13

ប្រភព ^{២៨}(<https://www.marketwatch.com/investing/stock/ppruf/financials>)ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩

ទិន្នន័យក្នុងតារាងខាងលើ គឺជាអនុបាតដែលបានមកពីការគណនាបាយណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH និង Kering ។ ចំពោះការវិភាគអនុបាតខាងលើបានបង្ហាញដូចតទៅ៖

អនុបាតចរន្ត(Current Ration) បង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីដើម្បីធ្វើការទូទាត់សងបំណុលរយៈពេលខ្លី។ បើមើលទៅលើតារាងខាងលើបានអោយឃើញថាអនុបាតមួយនេះក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ដើម្បីសងបំណុលរយៈពេលខ្លី ១ដុល្លារ LVMH ត្រូវបង្វិលជាសាច់ប្រាក់ពីទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លី ១.៤ដុល្លារ។ កំរិតមួយនេះបើប្រៀបធៀបជាមួយក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែង

^{២៧}(<https://www.marketwatch.com/investing/stock/ppruf/financials>)ចូលទស្សនាថ្ងៃទី២៦ ខែឧសភា ២០១៩

Kering វិញបានអោយឃើញថា LVMH មានកំរិតខ្ពស់ជាងដែល Kering ដែលមានតែ ១.០៤ ដុល្លារ។ ដូចនេះ អាចបញ្ជាក់បានថា LVMH បានប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរយៈពេលខ្លីដើម្បីធ្វើការទូទាត់សងបំណុលរយៈពេលខ្លីបានល្អជាង Kering ។

អនុបាតរហ័ស(Quick Ratio)ចង់បង្ហាញពីការលទ្ធភាពបង្វិលសាច់ប្រាក់ក្នុងការសងបំណុលរយៈពេលខ្លី។ បើមើលតាមតារាងខាងលើបានអោយឃើញថាអនុបាតមួយនេះមានការថយចុះជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៦ មក។ ដូចនេះក្រុមហ៊ុនមិនមានការគ្រប់គ្រងសាច់ប្រាក់ក្នុងការសងបំណុលរយៈពេលខ្លីមិនបានល្អទេ។ បើមើលលើឆ្នាំ ២០១៨ ក្រុមហ៊ុន LVMH និង ក្រុមហ៊ុន Kering មានលទ្ធភាពបង្វិលសាច់ប្រាក់ ០.៦៦ ដុល្លារដូចគ្នាក្នុងការសងបំណុលរយៈពេលខ្លី ១ ដុល្លារ។

អនុបាតបំណុល (Debt Total Asset) ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួន ០.៥៣ ឆ្នាំ ២០១៧ មានចំនួន ០.៥៦ និងឆ្នាំ ២០១៨ មានចំនួន ០.៥៤។ ដូចដែលបានឃើញនៅឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួនតូចជាងគេដែលអាចបញ្ជាក់ថាក្នុងឆ្នាំ ២០១៦ មានការគ្រប់គ្រងបំណុលល្អជាងឆ្នាំ ២០១៧ និង ២០១៨ តែយ៉ាងណាក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ក៏មានការធ្លាក់ចុះចំនួន ០.០២ បើប្រៀបធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៧ ដូចនេះឆ្នាំ ២០១៨ មានការគ្រប់គ្រងបំណុលល្អជាងឆ្នាំ ២០១៧។ បើធៀបនឹងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែង ក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ Kering មានចំនួន ០.៥៣ ដែលតូចជាង LVMH បន្តិច នោះអាចសន្និដ្ឋានថា Kering មានការគ្រប់គ្រងបំណុលល្អជាង LVMH ។

អនុបាតគណនីត្រូវទារ (Receivable Turnover) គឺបង្ហាញពីលទ្ធភាពក្នុងការប្រមូលបំណុលពីអតិថិជន។ តាមរយៈខាងលើបានបង្ហាញថាក្នុងឆ្នាំ២០១៦ អនុបាតគណនីត្រូវទារមានចំនួន ១៤.៤៤ ហើយឆ្នាំ ២០១៧ នឹងឆ្នាំ ២០១៨ មានចំនួន ១៥.៧១។ ចំពោះចំនួនទាំងនេះ អាចបញ្ជាក់ថាក្រុមហ៊ុនអាចជៀសផុតពីហានិភ័យដែលអាចកើតមានឡើង ដោយសារតែអតិថិជនអាចសងបំណុលពីអតិថិជនលឿន ដែលជាហេតុធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនអាចបង្វិលសាច់ប្រាក់សងបំណុលទៅម្ចាស់បំណុលទាន់ពេល។ បើធៀបនឹងក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែង ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ Kering មានលទ្ធភាពប្រមូលបំណុល ១២.៣៣ ដែលជាកំរិតមួយតូចជាង LVMH ។ ដូចនេះអាចសន្និដ្ឋានបានថា LVMH មានភាពល្អប្រសើរជាងក្នុងការប្រមូលបំណុលពីអតិថិជន។ ដោយឡែក បើមើលទៅលើចំនួនថ្ងៃជាមធ្យមក្នុងការប្រមូលឥណទេយ្យរបស់ LVMH លឿនជាង Kering ដោយ LVMH ប្រើពេល ២៣ ថ្ងៃតែ Kering ប្រើពេល ៣០ ថ្ងៃ។

អនុបាតផលចំណូលពីទ្រព្យសកម្ម (Asset Turnover) បង្ហាញពីប្រសិទ្ធភាពដែលក្រុមហ៊ុនប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មរបស់ខ្លួនក្នុងការបង្កើនចំណូលពីការលក់។ បើមើលតារាងគឺឃើញថាអនុបាតនេះក្នុងឆ្នាំ២០១៧ មានចំនួន ០.៦៦ ដែលជាចំនួនដែលខ្ពស់ជាងឆ្នាំ ២០១៦និង ២០១៨។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៨ LVMH អាចបង្កើនចំណូលពីការលក់បាន ០.៦៥ដុល្លារក្នុងការវិនិយោគលើទ្រព្យសកម្មរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលអាចបង្ហាញថាផលចំណូលពីការវិនិយោគលើទ្រព្យសកម្មរបស់ LVMH មានលក្ខណៈល្អប្រសើរជាង Kering ដែលផលចំណូលពីទ្រព្យសកម្មមានចំនួនតែ ០.៥៨ប៉ុណ្ណោះ។

អនុបាតចំណូលពីម្ចាស់ទ្រព្យ (Return on Equity) គឺចង់បង្ហាញពីលទ្ធភាពរកប្រាក់ចំណូលបានពីភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន ដែលបានមកពីរបៀបប្រើប្រាស់មូលធនម្ចាស់ដើម្បីរកប្រាក់ចំណេញ។ បើមើលទៅលើអនុបាតរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH ឃើញថាលទ្ធភាពនៃការរកប្រាក់ចំណេញមានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៦មក។ ចំពោះឆ្នាំ ២០១៨ LVMH រកចំណូលពីភាគហ៊ុនបាន ០.១៩ ដុល្លារដែលធំជាងឆ្នាំ២០១៧ ដែលរកបានចំនួន ០.១៨ ដុល្លារនិងឆ្នាំ២០១៦ រកបានចំនួន ០.១៥ ។ ប៉ុន្តែបើសិនប្រៀបធៀបជាមួយក្រុមហ៊ុនប្រកួតប្រជែងវិញគឺមានលក្ខណៈតូចជាងក្រុមហ៊ុន Kering ។ ដែលក្រុមហ៊ុន Kering អាចរកចំណូលពីភាគហ៊ុនបានចំនួន ០.២៣ ដុល្លារក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ។ ចំពោះអនុបាតចំណូលពីម្ចាស់ទ្រព្យរបស់ LVMH មានកំរិតទាបជាង Kering ដូចនេះ អាចសន្និដ្ឋានបានថាលទ្ធភាពរកប្រាក់ចំណូលបានពីភាគហ៊ុនរបស់ Kering ល្អជាងលទ្ធភាពរកចំណូលបានរបស់ LVMH ។

អនុបាតចំណូលពីទ្រព្យសកម្ម (Return on Asset) វាស់វែងពីប្រសិទ្ធភាពនៃការគ្រប់គ្រងការវិនិយោគលើទ្រព្យសកម្ម និងការប្រើប្រាស់ទ្រព្យរបស់ក្រុមហ៊ុនដើម្បីទាញរកប្រាក់ចំណេញពីដំណើរការអាជីវកម្មរបស់ខ្លួន។ ក្នុងអនុបាតមួយនេះបានអោយឃើញថា មានកំណើនជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦។ ដោយឆ្នាំ២០១៦ មានចំនួន ០.០៧ ឆ្នាំ២០១៧ មានចំនួន០.០៨ ហើយឆ្នាំ២០១៨មានចំនួន ០.០៩។ បើសិនជាប្រៀបធៀបជាមួយក្រុមហ៊ុន Kering វិញក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ការវិនិយោគ ១ដុល្លារលើទ្រព្យសកម្មសរុបរបស់ LVMH អាចទាញរកប្រាក់ចំណេញបាន ០.០៩ដុល្លារឯសម្រាប់ Kering វិញទទួលបានប្រាក់ចំណេញបាន ០.១១ដុល្លារ។ នេះបង្ហាញថា Kering ប្រើប្រាស់ទ្រព្យសកម្មទាញរកប្រាក់ចំណេញបានល្អជាង LVMH ។

មួយវិញទៀត ចំពោះប្រាក់ចំណេញក្នុងមួយភាគហ៊ុន (Earning per share) ក៏ជាផ្នែកមួយដ៏សំខាន់សម្រាប់ក្រុមហ៊ុន ដើម្បីធ្វើការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុផងដែរ។ តាមតារាងខាងលើគឺបង្ហាញថា EPS របស់ LVMH គឺមានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ ២០១៦។ ការកើនឡើង

នៃតំលៃហ៊ុននេះ គឺជាចំណុចប្រសើរបស់ LVMH ក្នុងការផ្តល់ទំនុកចិត្តដល់ម្ចាស់ភាគហ៊ុននិងវិនិយោគដទៃទៀត។ បើប្រៀបធៀបនិងដៃគូប្រកួតប្រជែង Kering បានអោយឃើញថា ក្នុងឆ្នាំ ២០១៨ ប្រាក់ចំណេញមួយភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH មានចំនួនតិចជាង ក្រុមហ៊ុន Kering ។ ដោយ ១ដុល្លារ របស់ក្រុមហ៊ុន LVMH អាចទទួលបានប្រាក់ចំណេញមួយភាគហ៊ុនចំនួន ១២.៦៤ ដុល្លារ ចំណែកឯ ក្រុមហ៊ុន Kering វិញបើអ្នកវិនិយោគធ្វើការវិនិយោគ ១ដុល្លារនិងទទួលបានប្រាក់ចំណេញមួយភាគហ៊ុនចំនួន ២០.១៣ដុល្លារ។

សេចក្តីសង្ឃឹជ្ជាន

និង

អនុសាសន៍

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និង អនុសាសន៍

១.សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

បន្ទាប់ពីការសិក្សា ស្រាវជ្រាវលើស្ថានភាពទូទៅ និងធ្វើការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុន LVMH រួចមកបានបង្ហាញអោយឃើញថា ក្រុមហ៊ុន LVMH ជាក្រុមហ៊ុនម៉ាកប្រណិតដែលឈានមុខគេ និងមានការគាំទ្រខ្លាំងនៅជុំវិញពិភពលោក និងមានម៉ាកដែលល្បី ជាច្រើនដែលប្រកបទៅដោយការច្នៃប្រឌិតខ្ពស់។ ហើយជាពិសេសក្រុមហ៊ុននេះមានភាពល្បីល្បាញខ្លាំងទៅលើផលិតផលស្បែករបស់ពួកគេផងដែរនៅក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនធំជាច្រើននៅលើពិភពលោក ទើបធ្វើអោយក្រុមហ៊ុននេះមានភាពលូតលាស់រីកចម្រើន និងទទួលបានជោគជ័យខ្ពស់។ បើពិនិត្យមើលលើរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ក្រុមហ៊ុនទៅលើការប្រាក់ចំណូលនៅឆ្នាំ២០១៨មានការកើនឡើងខ្ពស់ជាងឆ្នាំមុនៗខ្លាំង និង Profit Margin របស់ក្រុមហ៊ុន LVMH មានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦មក។ បើប្រៀបធៀបទៅនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងក្រុមហ៊ុន Kering បានអោយឃើញថាមានចំនួនទាបជាងដៃគូប្រកួតប្រជែង ដែលក្រុមហ៊ុននេះមានត្រឹមតែ 13.56% ឯក្រុមហ៊ុនដៃគូប្រកួតប្រជែងមានរហូតដល់ទៅ 19%។ ថ្វីត្បិតក្រុមហ៊ុន LVMH មានការចាញ់លើក្រុមហ៊ុនដៃគូប្រកួតប្រជែងលើ Gross Profit Margin ក៏ប៉ុន្តែបើវិភាគទៅលើ Current ratio នៅឆ្នាំ២០18 បានអោយឃើញថាក្រុមហ៊ុន LVMH ទទួលបានលទ្ធផលល្អជាងដៃគូប្រកួតប្រជែង។

ហើយចំណែកឯ Earnings per share តាមទិន្នន័យរបស់ www.marketwatch.com បង្ហាញឃើញថានៅឆ្នាំ២០១៨ មានការកើនឡើងជាងឆ្នាំ២០១៧ នឹងឆ្នាំ២០១៨ ហើយម្យ៉ាងវិញទៀត ភាគហ៊ុនរបស់ក្រុមហ៊ុនLVMH មានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ។

មួយវិញទៀតតាមរយៈការវិភាគតាមជួរឈរបានអោយឃើញថា ប្រាក់ចំណេញដុលធៀបនឹងចំណូលសរុប គឺមានការកើនឡើងពីមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦មក ដែលវាជាលទ្ធផលដែលប្រសើរមួយរបស់ក្រុមហ៊ុន។ ហើយបើប្រៀបធៀបនឹងដៃគូប្រកួតប្រជែងចំពោះផ្ទៃដើមធៀបនិងចំណូលសរុបវិញ គឺ LVMH មានចំនួនតូចជាង Kering ដូចនេះអាចសន្និដ្ឋានបានថា LVMH មានការគ្រប់គ្រងផ្ទៃដើមបានល្អជាង Kering ។

មួយវិញនៅក្នុងការវិភាគតាមជួរដេក ចំពោះចំណូលសរុបនៅក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ធៀបនឹងឆ្នាំ២០១៥ គឺមានការកើនឡើងចំនួន ៣១% រីឯប្រាក់ចំណេញដុលវិញមានការកើនឡើងដល់ ៧៨% ។

សរុបសេចក្តីមក តាមរយៈការវិភាគរបាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុខាងលើបានបង្ហាញអោយឃើញថា ចំពោះប្រាក់ចំណេញដុលមានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ និងចំពោះ EPS ក៏មានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំផងដែរចាប់ពីឆ្នាំ២០១៦ មកហើយវាជាចំណុចល្អដែលអ្នកវិនិយោគគួរយកទៅ

ពិចារណានៅថ្ងៃអនាគត តាមការការវិភាគខាងលើបង្ហាញថាស្ថានភាពរបស់ក្រុមហ៊ុនមានលក្ខណៈល្អប្រសើរផងដែរ ទោះបីបើ Profit Margin របស់ក្រុមហ៊ុនទទួលបានលទ្ធផលទាបជាងដៃគូប្រកួតប្រជែងក៏ដោយ ក៏ប៉ុន្តែក្រុមហ៊ុននេះទទួលបានប្រាក់ចំណេញកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ។ ដូចនេះប្រសិនបើអ្នកវិនិយោគមានគោលបំណងចង់ធ្វើការវិនិយោគជាមួយក្រុមហ៊ុន LVMH អ្នកវិនិយោគអាចទទួលបានប្រាក់ចំណេញបានដោយសារតែស្ថានភាពរបាយការណ៍របស់ក្រុមហ៊ុន មានភាពល្អប្រសើរជាងមួយឆ្នាំទៅមួយឆ្នាំ។ ហើយម្យ៉ាងវិញទៀតអាចអោយអ្នកវិនិយោគព្យាករណ៍នៅពេលអនាគត។

២. អនុសាសន៍

តាមរយៈការស្រាវជ្រាវ និងវិភាគខាងលើនេះ នាំអោយមានការផ្តល់ជាអនុសាសន៍ដូចជា៖

- ដោយពិនិត្យមើលឃើញថាចំណូលរបស់ក្រុមហ៊ុនមានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ ដូចនេះអាចសន្មតថាផលិតផលរបស់ក្រុមហ៊ុនទទួលបានការគាំទ្រច្រើន។
- ដោយឡែកនៅក្នុងរបាយការណ៍បានបង្ហាញថាភាគហ៊ុន និងចំណូលរបស់ LVMH មានការកើនឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ ដូចនេះអ្នកវិនិយោគអាចព្យាករណ៍បានថានឹងអាចកើនឡើងនៅឆ្នាំបន្ទាប់ទៀត។
- ដោយឃើញថាក្រុមហ៊ុនLVMH គឺយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងទៅលើម៉ាករបស់LVដែលជាម៉ាកយ៉ាងសំខាន់។ ហើយលោក Bernard Arnault ប្រធាន និងជានាយកប្រតិបត្តិនៃក្រុមហ៊ុន LVMH នឹងរក្សាទំនុកចិត្តយ៉ាងខ្លាំងទៅលើកំណើននាពេលអនាគតរបស់ម៉ាកLVនឹងកើន ហើយលោកមានគម្រោងថានឹងបើកហាងមួយចំនួនទៀតនៅទីតាំងជុំវិញពិភពលោកដូចជាទីក្រុងស៊ីដនី អូសាកា និងទីក្រុងឡុងដ៍។
- ឯក្រុមហ៊ុន Kering គឺកំពុងតែទទួលបានការគាំទ្រច្រើនមិនចាញ់ LVMH ប៉ុន្មានទេ ដោយឃើញថាទីផ្សារគោលដៅរបស់ Kering គឺផ្ដោតទៅលើមនុស្សល្បីល្បាញ អ្នកមានទ្រព្យសម្បត្តិ និងអ្នកមានឋានៈខ្ពស់ ហើយបច្ចុប្បន្នក្រុមហ៊ុនក៏បានផ្ដោតទៅលើអតិថិជនមានចំណូលមធ្យមផងដែរដោយក្រុមហ៊ុននេះមានអតិថិជនដែលមានអាយុចន្លោះពី២០ ទៅ ៥០ឆ្នាំ។ ហើយគោលដៅថ្មីរបស់ពួកគេនាពេលអនាគតមួយទៀតគឺបង្កើតម៉ាករបស់កុមារ ដែលធ្វើអោយក្រុមហ៊ុនKeringជាទីចាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកវិនិយោគផងដែរ។

ដូចនេះចំពោះអ្នកវិនិយោគមុននឹងវិនិយោគលើក្រុមហ៊ុនមួយ វិនិយោគិនអាចពិចារណាពីផលប្រយោជន៍ដែលអាចទទួលបានពីក្រុមហ៊ុនអោយបានច្បាស់លាស់ ហើយក៏គួរស្វែងយល់ពី

ហានិភ័យដែលក្រុមហ៊ុនជួបប្រទះនាពេលបច្ចុប្បន្ន ហើយថ្ងៃអនាគតក្រុមហ៊ុនអាចកែប្រែបាន
ប្រសើរជាងមុន ឬនៅរក្សាបញ្ហាប្រឈមដោយមិនអាចដោះស្រាយបាន។

ឯកសារយោង

1. John J.Wild, Leopold A. Bernstein, K.R.Subramanyam, Financial Statement Analysis
2. Revsine, Collins, Johnson, Financial Reporting & Analysis
3. Paul D. Kummel, Jerry J. Weygandt, Donald E. Kieso Principle of Accounting(8th Editing)
4. Weygandt, Kimmel, Kieso, Accounting Principles(12th Edition)
5. <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/lvmh-moët-hennessy-louis-vuitton-sa-history>
6. <https://www.lvmh.com>
7. <http://ashleymg330.wikidot.com/history-of-lvmh>
8. (<https://WWW.Lvmh.com/house/>)
9. (<https://sites.google.com/Lvmhforr490/home/compititors>)
10. LVMH Annual Report
<https://r.lvmh-static.com/uploads/2019/01/2018-financial-documents.pdf>
<https://www.investing.com/equities/l.v.m.h.-cash-flow>
11. Kering Annual Report
<https://www.marketwatch.com/investing/stock/ppruf/financials>
12. <https://sites.google.com/Lvmhforr490/home/compititors>
13. therichest.com
14. newidiea.com.au
15. quora.com
16. businessofashion.com
17. www.forbes.com
18. bbc.com

ឧបសម្ព័ន្ធ

**ឧបសម្ព័ន្ធទី១៖ សមាជិក
ក្រុមប្រតិបត្តិការរបស់
LVMH**

១. សមាជិកក្រុមប្រតិបត្តិការរបស់ LVMH



Bernard Arnault
Chairman and Chief Executive Officer



Antonio Belloni
Group Managing Director



Delphine Arnault
Louis Vuitton Products



Nicolas Bazire
Development and acquisitions



Pietro Beccari
Christian Dior Couture



Michael Burke
Louis Vuitton

**ឧបសម្ព័ន្ធទី២៖ បោល
ការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
របស់ក្រុមហ៊ុន LVMH**

២.របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ LVMH

Income Statement

**LVMH
Income Statement
For the year ended December**

(EUR millions)	2018	2017	2016	2015
Revenue	46,826	42,636	37,600	35,664
Cost of sales	-15,625	-14,783	-13,039	-12,553
Gross margin	31,201	27,853	24,561	23,111
Marketing and selling expense	-17,755	-16,395	-14,607	-13,830
General and administrative expenses	-3,466	-3,162	-2,931	-2,663
Income/(loss) from joint venture and associates	23	-3	3	-13
Profit from recurring operation	10,003	8,293	7,026	6,605
Other operating income and expenses	-126	-180	-122	-221
Operating profit	9,877	8,113	6,904	6,384
Cost of net financial debt	-117	-137	-133	-78
Other financial income and expenses	-271	78	-185	-336
Net Financial income/(expense)	-388	-59	-318	-414
Income taxes	-2,499	-2,214	-2,133	-1,969
Net Profit before minority interests	6,990	5,840	4,453	4,001
Minority interests	-636	-475	-387	-428
Net profit, Group Share	6,354	5,365	4,066	3,573
Basic Group Share of net earnings per share (EUR)	12.64	10.68	8.08	7.11
Number of shares on which the calculation is based	502,825,461	502,412,694	502,911,125	502,395,491
Diluted Group share of net earnings per share (EUR)	12.61	10.64	8.06	7.08
Number of Share of which the calculation is based	503,918,140	504,010,291	504,640,459	504,894,946

Balance Sheet

LVMH Balance Sheet For the year ended December

(EUR millions)	2018	2017	2016	2015
Assets				
Brands and other intangible assets	17,254	16,957	13,335	13,572
Goodwill	13,727	13,837	10,401	10,122
Property, plant and equipment	15,112	13,862	12,139	11,157
Investments in joint ventures and associates	638	639	770	729
Non-current available for sale financial assets	1,100	789	744	574
Other non-current assets	986	869	777	552
Deferred tax	1,932	1,741	2,053	1,945
Non-current assets	50,749	48,694	40,219	38,651
Inventories and work in progress	12,485	10,888	10,546	10,096
Trade accounts receivable	3,222	2,736	2,685	2,521
Income taxes	366	780	280	384
Other current assets	2,868	2,919	2,342	2,355
Cash and cash equivalents	4,610	3,738	3,544	3,594
Current assets	23,551	21,061	19,397	18,950
Total assets	74,300	69,755	59,616	57,601
Liabilities and Equity				
Share Capital	152	152	152	152
Share premium account	2,298	2,614	2,601	2,579
Treasury shares and LVMH share-Settled Derivative	-421	-530	-520	-240
Cumulative translation adjustment	573	354	1,165	1,137
Revaluation reserves	875	1,111	799	949
Other reserves	22,462	19,903	18,125	16,189
Net profit, Group share	6,354	5,365	4,066	3,573
Equity, Group share	32,293	28,969	26,388	24,339
Minority interests	1,664	1,408	1,510	1,460
Total Equity	33,957	30,377	27,898	25,799
Long-term borrowings	6,005	7,046	3,932	4,511
Non-current provisions	2,430	2,484	2,342	1,950
Deferred tax	5,036	4,989	4,137	4,685
Other non-current liabilities	10,039	9,870	8,497	7,957
Non-current liabilities	23,510	24,389	18,908	19,103
Short-term borrowings	5,027	4,530	3,447	3,769
Trade accounts Payable	5,314	4,539	4,184	3,960
Income taxes	538	763	428	640
Current provisions	369	404	352	421
Other Current liabilities	5,585	4,753	4,399	3,909
Current liabilities	16,833	14,989	12,810	12,699
Total liabilities	40,343	39,378	31,718	31,802
Total equity and liabilities	74,300	69,755	59,616	57,601

Cash Flows of Statement

LVMH Cash Flows of Statement For the year ended December

* In Millions of EUR (except for per share items)	2018	2017	2016	2015
Net Income/Starting Line	9877	8113	6904	6384
Cash From Operating Activities	8490	6972	6239	5634
Depreciation/Depletion	2302	2376	2143	2081
Non-Cash Items	-214	-84	-314	-520
Cash Taxes Paid	2314	2402	2529	2376
Cash Interest Paid	113	129	59	75
Changes in Working Capital	-3475	-3433	-2494	-2311
Cash From Investing Activities	-3439	-8607	-2347	-2466
Capital Expenditures	-3141	-2345	-2590	-2055
Other Investing Cash Flow Items, Total	-298	-6262	243	-411
Cash From Financing Activities	-4323	2158	3898	-3528
Financing Cash Flow Items	-758	67	-620	-539
Total Cash Dividends Paid	-2715	-2110	1810	-1671
Issuance (Retirement) of Stock, Net	-205	30	-247	117
Issuance (Retirement) of Debt, Net	-645	4171	1221	-1435
Foreign Exchange Effects	67	-242	-47	-33
Net Change in Cash	795	281	-53	-393

**ឧបសម្ព័ន្ធទី៣៖ បោស
ការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុ
របស់ក្រុមហ៊ុនKering**

ក.របាយការណ៍ហិរញ្ញវត្ថុរបស់ Kering
Income Statement

Kering
Income Statement
For the year ended December

All values EUR millions.	2015	2016	2017	2018
Sales/Revenue	11.58B	12.38B	10.82B	13.67B
Cost of Goods Sold (COGS) incl. D&A	6.33B	6.58B	4.7B	5.55B
Gross Income	5.25B	5.81B	6.12B	8.12B
SG&A Expense	3.61B	3.92B	3.43B	4.17B
Other Operating Expense	400,000	114.5M	21.2M	29M
Unusual Expense	638.4M	456.7M	253.5M	283M
EBIT after Unusual Expense	1.01B	1.32B	(253.5M)	3.63B
Non Operating Income/Expense	123.4M	(9.9M)	19.1M	(8.4M)
Non-Operating Interest Income	8.9M	8.9M	4.4M	6.4M
Interest Expense	136.1M	135.6M	133.2M	115.7M
Pretax Income	1B	1.18B	2.31B	3.51B
Income Tax	321.7M	296.1M	550.8M	867.7M
Equity in Affiliates	(2.2M)	(2.2M)	(3.6M)	11.9M
Consolidated Net Income	680.2M	880.1M	1.75B	2.66B
Minority Interest Expense	25.2M	55M	23.2M	27.7M
Net Income	655M	825.1M	1.73B	2.63B
Extraordinaries & Discontinued Operations	41M	(11.6M)	56.9M	1.08B
Extra Items & Gain/Loss Sale Of Assets	57.6M	(11.6M)	(5.5M)	1.18B
Cumulative Effect - Accounting Chg	-	-	-	-
Discontinued Operations	(16.6M)	-	62.4M	(94.9M)
Net Income After Extraordinaries	696M	813.5M	1.79B	3.71B
Preferred Dividends	-	-	-	-
Net Income Available to Common	638.4M	825.1M	1.79B	2.54B
EPS (Basic)	5.07	6.55	14.22	20.13
Basic Shares Outstanding	126M	126M	126M	125.96M
EPS (Diluted)	5.07	6.55	14.22	20.13
Diluted Shares Outstanding	126M	126M	126M	125.96M
EBITDA	2.06B	2.2B	3.1B	4.41B

Balance Sheet

Kering Balance Sheet For the year ended December

All values EUR millions.				
Assets	2015	2016	2017	2018
Cash Only	1.15B	1.05B	2.14B	2.22B
Short-Term Investments	72M	121.9M	148.5M	52.6M
Total Accounts Receivable	1.27B	1.31B	1.45B	948.4M
Accounts Receivables, Net	1.14B	1.2B	1.37B	849.5M
Accounts Receivables, Gross	1.21B	1.28B	1.44B	877.4M
Bad Debt/Doubtful Accounts	(74.1M)	(82.3M)	(76.4M)	(27.9M)
Other Receivables	133M	114.7M	85.7M	98.9M
Inventories	2.19B	2.43B	2.7B	2.41B
Other Current Assets	685M	725.4M	880.3M	899.5M
Total Current Assets	5.36B	5.64B	7.32B	6.53B
	2015	2016	2017	2018
Net Property, Plant & Equipment	2.07B	2.21B	2.27B	2.23B
Property, Plant & Equipment - Gross	4.04B	4.29B	-	4.19B
Buildings	1B	1.03B	-	942.6M
Other Property, Plant & Equipment	373.8M	325M	-	126.4M
Accumulated Depreciation	1.96B	2.08B	-	1.96B
Total Investments and Advances	284.2M	311.9M	230.2M	1.22B
Other Long-Term Investments	106.7M	122.9M	181.6M	149.4M
Long-Term Note Receivable	37.3M	48.9M	10.8M	11.4M
Intangible Assets	15.04B	14.81B	14.58B	9.79B
Net Goodwill	3.76B	3.53B	3.42B	2.4B
Net Other Intangibles	11.29B	11.27B	11.16B	7.39B
Other Assets	197.7M	198.3M	207.3M	748.8M
Tangible Other Assets	197.7M	198.3M	207.3M	748.8M
Total Assets	23.85B	24.14B	25.58B	21.37B
Liabilities & Shareholders' Equity				
	2015	2016	2017	2018
ST Debt & Current Portion LT Debt	1.79B	1.23B	939.7M	756.4M
Short Term Debt	1.78B	1.23B	932.6M	720.5M
Current Portion of Long Term Debt	7.6M	7.5M	7.1M	35.9M
Accounts Payable	939.7M	1.1B	1.24B	745.8M
Income Tax Payable	334.6M	398.5M	815.4M	1.3B
Other Current Liabilities	2.04B	2.17B	2.77B	3.42B
Accrued Payroll	8.9M	8.2M	10.7M	8.6M
Miscellaneous Current Liabilities	2.03B	2.16B	2.76B	3.41B
Total Current Liabilities	5.1B	4.9B	5.76B	6.22B
Long-Term Debt	4.04B	4.19B	4.25B	3.17B
Long-Term Debt excl. Capitalized Leases	3.98B	4.1B	4.17B	3.13B
Non-Convertible Debt	3.98B	4.1B	4.17B	3.13B
Capitalized Lease Obligations	63.5M	89.4M	76.8M	42.8M
Provision for Risks & Charges	215.7M	216.6M	181.2M	102.2M
Deferred Taxes	2.01B	1.93B	1.75B	748.5M
Deferred Taxes - Credit	2.86B	2.85B	2.71B	1.58B
Deferred Taxes - Debit	849.6M	927M	964.6M	830.1M
Other Liabilities	14.8M	19.6M	49.5M	231.6M
Other Liabilities (excl. Deferred Income)	14.8M	19.6M	49.5M	231.6M
Deferred Income	-	-	-	-
Total Liabilities	12.23B	12.18B	12.95B	11.31B

<u>Common Equity (Total)</u>	10.95B	11.27B	11.95B	9.91B
Common Stock Par/Carry Value	505.2M	505.2M	505.2M	505.2M
Cumulative Translation Adjustment/Unrealized For. Exch. Gain	63.6M	87.8M	(131.7M)	(206.7M)
Unrealized Gain/Loss Marketable Securities	(9.9M)	16.8M	76M	(97.8M)
Treasury Stock	(5.1M)	-	-	(168.3M)
<u>Total Shareholders' Equity</u>	10.95B	11.27B	11.95B	9.91B
Accumulated Minority Interest	674.8M	694.2M	678.2M	155.7M
Total Equity	11.62B	11.96B	12.63B	10.06B
<u>Liabilities & Shareholders' Equity</u>	23.85B	24.14B	25.58B	21.37B

Cash Flows of Statement

Kering Cash Flows of Statement For the year ended December

All values EUR millions.				
Operating Activities	2015	2016	2017	2018
<u>Net Income before Extraordinaries</u>	680.2M	880.1M	1.75B	2.66B
Depreciation, Depletion & Amortization	409.6M	432M	432.1M	491.9M
Depreciation and Depletion	409.6M	432M	-	-
Deferred Taxes & Investment Tax Credit	(55.3M)	(79.4M)	(193.3M)	(194.8M)
Deferred Taxes	(55.3M)	(79.4M)	(193.3M)	(194.8M)
Investment Tax Credit	-	-	-	-
Other Funds	314M	471M	638.7M	687.2M
Funds from Operations	1.35B	1.7B	2.63B	3.64B
Changes in Working Capital	(219.3M)	(84.4M)	(35.8M)	(51.6M)
Receivables	(71.9M)	(61.5M)	-	-
Accounts Payable	(74.4M)	145.5M	-	-
Other Assets/Liabilities	(2.9M)	61M	(35.8M)	(51.6M)
<u>Net Operating Cash Flow</u>	1.13B	1.62B	2.59B	3.59B
Investing Activities				
	2015	2016	2017	2018
<u>Capital Expenditures</u>	(672.1M)	(611M)	(605.2M)	(828M)
Capital Expenditures (Fixed Assets)	(672.1M)	(611M)	(605.2M)	(828M)
Net Assets from Acquisitions	(25.6M)	(10.2M)	(27.8M)	(18.5M)
Sale of Fixed Assets & Businesses	36.7M	8.5M	39.2M	5.2M
Purchase/Sale of Investments	(110.1M)	(71M)	(33.3M)	(58.4M)
Purchase of Investments	(131.1M)	(87.4M)	(65.1M)	(80.3M)
Sale/Maturity of Investments	21M	16.4M	31.8M	21.9M
Other Uses	-	(17.7M)	87.7M	(379.1M)
Other Sources	3.5M	(17.7M)	-	-
<u>Net Investing Cash Flow</u>	(767.6M)	(701.4M)	(539.4M)	(1.28B)
Financing Activities				
	2015	2016	2017	2018

Cash Dividends Paid - Total	(504.9M)	(504.9M)	(580.9M)	(757.6M)
Common Dividends	(504.9M)	(504.9M)	(580.9M)	(757.6M)
Preferred Dividends	-	-	-	-
Change in Capital Stock	(5.2M)	300,000	200,000	(167.9M)
Repurchase of Common & Preferred Stk.	(7.3M)	-200,000	-	(167.9M)
Sale of Common & Preferred Stock	2.1M	500,000	200,000	-
Proceeds from Stock Options	2.1M	500,000	200,000	-
Issuance/Reduction of Debt, Net	360M	(487.5M)	(475.1M)	(1.36B)
Change in Current Debt	(41M)	48.6M	-	-
Change in Long-Term Debt	401M	(536.1M)	-	-
Issuance of Long-Term Debt	1.16B	570.5M	-	-
Reduction in Long-Term Debt	(756.7M)	(1.11B)	-	-
Other Funds	(56.6M)	(36.5M)	(16.4M)	(22.8M)
Other Uses	(56.6M)	(36.5M)	(16.4M)	(22.8M)
Other Sources	-	-	-	-
Net Financing Cash Flow	(206.7M)	(1.03B)	(1.07B)	(2.31B)
Exchange Rate Effect	(98.4M)	13.9M	159.8M	(67.6M)
Net Change in Cash	56.5M	(96.8M)	1.14B	(63M)
Free Cash Flow	457.1M	1.01B	1.99B	2.76B