

กลุ่ม Grand Paradise พิจารณาเลือก 2 บริษัทที่สนใจลงทุนและ 2 บริษัทที่ไม่สนใจลงทุน ได้แก่

บริษัทที่สนใจลงทุน

1. บริษัท L

2. บริษัท C

บริษัทที่ไม่สนใจลงทุน

1. บริษัท J

2. บริษัท J

กลุ่ม Grand Paradise ใช้ปัจจัย 3 ประการในการพิจารณาเลือก 2 บริษัทที่สนใจลงทุนและ 2 บริษัทที่ไม่สนใจลงทุน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านความสามารถในการลงทุน แบ่งเป็นด้านยอดขายและด้านกำไร

- ด้านยอดขาย

Sales - Accumulated	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
120th	58,605,202	46,187,022	98,331,078	42,089,511	48,943,568	49,720,191	51,078,685	47,015,072	35,121,422	32,318,810	72,885,328	67,508,447
Market Share 120th	9.02%	7.11%	15.13%	6.48%	7.53%	7.65%	7.86%	7.24%	5.40%	4.97%	11.22%	10.39%

จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัท L และ C ที่สนใจลงทุนมี ยอดขายมากเป็นอันดับที่ 2 และ 1 ตามลำดับ และมีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับ 3 และ 1 ตามลำดับ เห็นได้ชัดว่ามียอดขายที่สูง แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการขายของทั้ง 2 บริษัท ว่ามีประสิทธิภาพสูงเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น

ในขณะที่บริษัท I และ J ที่ไม่สนใจลงทุน มียอดขายน้อยที่สุดและน้อยรองลงมาเป็นอันดับที่ 12 และ 11 ตามลำดับ และยังคงส่วนแบ่งการตลาดน้อยเป็นอันดับที่ 12 และ 11 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในงานขายนั่นเอง

- ด้านกำไร

Net Profit - Accumulated	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
120th	(6,381,970.00)	2,689,402.00	15,661,238.00	4,401,782.00	(2,409,399.00)	1,759,385.00	6,804,376.00	593,002.00	(4,593,858.00)	(2,269,293.00)	9,884,234.00	16,747,853.00
Net Profit / Sales	-16.84%	6.50%	32.65%	11.73%	-8.21%	4.43%	15.58%	1.62%	-18.13%	-7.02%	18.85%	34.23%

จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัท L และ C ที่สนใจลงทุนมี กำไรสุทธิเป็นอันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ และมีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายรวมมากเป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการเปลี่ยนยอดขายให้เป็นกำไรของทั้ง 2 บริษัท ว่ามีประสิทธิภาพสูงมาก เป็นเท่าตัวของบริษัทอื่นๆ

ในขณะที่บริษัท I และ J ที่ไม่สนใจลงทุน มีกำไรสุทธิเป็นอันดับที่ 11 และ 10 ตามลำดับ และมีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายรวมเป็นอันดับที่ 12 และ 10 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในการเปลี่ยนยอดขายให้เป็นกำไร ทำให้บริษัทอยู่ในสถานะขาดทุนอยู่นั่นเอง

2. ปัจจัยด้านความสามารถในการเติบโต แบ่งเป็นความสามารถในการเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการเติบโตของการค้าปลีก และ ความสามารถในการเติบโตของการค้าส่ง

- ความสามารถในการเติบโตของยอดขาย

Sales - Accumulated	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
40th	16,679,766	15,127,025	16,206,809	13,019,154	12,396,174	15,067,749	15,860,111	14,659,236	15,350,721	14,266,608	17,613,931	15,764,858
80th	46,133,337	29,903,968	58,983,063	26,353,344	33,552,272	32,866,648	34,980,413	31,829,482	32,250,749	24,326,398	43,430,320	40,693,165
120th	58,605,202	46,187,022	98,331,078	42,089,511	48,943,568	49,720,191	51,078,685	47,015,072	35,121,422	32,318,810	72,885,328	67,508,447
40th > 80th Growth Rate	176.58%	97.69%	263.94%	102.42%	170.67%	118.13%	120.56%	117.13%	110.09%	70.51%	146.57%	158.13%
80th > 120th Growth Rate	27.03%	54.45%	66.71%	59.71%	45.87%	51.28%	46.02%	47.71%	8.90%	32.85%	67.82%	65.90%
40th > 120th Growth Rate	251.36%	205.33%	506.73%	223.29%	294.83%	229.98%	222.06%	220.72%	128.79%	126.53%	313.79%	328.22%
Growth Rate of Market Share From 40th > 120th	-1.58%	-14.48%	69.95%	-9.45%	10.59%	-7.57%	-9.79%	-10.17%	-35.91%	-36.55%	15.90%	19.95%

จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัท L และ C ที่สนใจลงทุนมีอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดโดยเฉลี่ย อันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของแผนการตลาดและความสามารถในการแก้ปัญหาที่สูงกว่าบริษัทอื่น โดยเฉพาะบริษัท C ที่สูงขึ้นเป็นอย่างมาก

ในขณะที่บริษัท I และ J ที่ไม่สนใจลงทุน มีอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดโดยเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 11 และ 12 แสดงให้เห็นว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในการทำแผนการตลาดและไม่สามารถรับมือกับปัญหาได้ ทำให้มีอัตราการเติบโตของยอดขายติดลบ

- ความสามารถในการเติบโตของการค้าปลีก

Retail Sales TOTAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
40th	16,097,666	14,549,525	15,620,909	12,336,454	12,058,774	14,617,549	15,860,111	14,366,336	15,033,521	14,266,608	16,729,531	14,864,058
80th	33,517,809	28,624,868	34,136,420	24,443,114	23,652,415	30,026,457	32,924,837	27,512,698	24,626,930	24,326,398	37,490,922	34,009,633
120th	37,891,500	41,350,124	47,965,179	37,523,741	29,329,935	39,733,491	43,677,751	36,665,254	25,340,523	32,318,810	52,434,831	48,921,699
40th > 80th Growth Rate	108%	97%	119%	98%	96%	105%	108%	92%	64%	71%	124%	129%
80th > 120th Growth Rate	13%	44%	41%	54%	24%	32%	33%	33%	3%	33%	40%	44%
40th > 120th Growth Rate	135%	184%	207%	204%	143%	172%	175%	155%	69%	127%	213%	229%
Growth Rate of Market Share From 40th > 120th	-12.24%	5.96%	14.48%	13.40%	-9.32%	1.34%	2.67%	-4.85%	-37.16%	-15.54%	16.85%	22.71%

จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัท L และ C ที่สนใจลงทุนมีอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดค้าปลีกโดยเฉลี่ย อันดับที่ 1 และ 3 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของแผนการตลาดค้าปลีกและความสามารถในการแก้ปัญหาในตลาดค้าปลีกที่สูงกว่าบริษัทอื่น

ในขณะที่บริษัท I และ J ที่ไม่สนใจลงทุน มีอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดค้าปลีกโดยเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 12 และ 11 แสดงให้เห็นว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในการทำแผนการตลาดค้าปลีกและไม่สามารถรับมือกับปัญหาได้ ทำให้มีอัตราการเติบโตของยอดขายติดลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัท I

- ความสามารถในการเติบโตของการค้าส่ง

Wholesale Sales TOTAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
40th	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80th	11,312,328	0	23,297,943	481,130	8,987,757	2,033,591	2,055,576	3,341,484	6,447,919	0	3,946,698	5,048,032
120th	19,143,602	2,562,298	45,842,701	2,023,670	18,106,633	8,058,500	6,654,262	8,610,918	8,523,299	0	15,773,386	16,195,248
80th > 120th Growth Rate	69%	-	97%	321%	101%	296%	224%	158%	32%	-	300%	221%
Growth Rate of Market Share	-25.21%	-	-13.04%	85.89%	-10.97%	75.13%	43.07%	13.89%	-41.58%	-	76.63%	41.79%

จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัท L และ C ที่สนใจลงทุน มีอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดค้าปลีกโดยเฉลี่ย อันดับที่ 4 และ 3 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของแผนการตลาดค้าปลีกและความสามารถในการแก้ปัญหาในตลาดค้าปลีกที่สูงกว่าบริษัทอื่น

ในขณะที่บริษัท I และ J ที่ไม่สนใจลงทุน มีอัตราการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดค้าปลีกโดยเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 12 และ 11 แสดงให้เห็นว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในการทำแผนการตลาดค้าส่งและไม่สามารถรับมือกับปัญหาได้ ทำให้มีอัตราการเติบโตของยอดขายติดลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัท I ที่ส่วนแบ่งตลาดค้าส่งตกลงอย่างมาก และบริษัท J ที่ไม่เข้าร่วมตลาดค้าส่งเลย

3. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพโดยวัดจากค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

120th	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Net Profit - Accumulated	(6,381,970.00)	2,689,402.00	15,661,238.00	4,401,782.00	(2,409,399.00)	1,759,385.00	6,804,376.00	593,002.00	(4,593,858.00)	(2,269,293.00)	9,884,234.00	16,747,853.00
Operating Expense - Accumulated	14,514,735	13,297,281	24,191,099	12,449,288	11,619,987	11,930,809	15,974,746	11,897,151	12,252,832	11,476,933	16,376,605	17,001,858
Salary	2,594,900	2,514,750	2,804,550	2,558,500	2,394,350	2,576,700	2,433,900	2,403,100	2,475,550	2,144,800	2,587,200	2,720,900
Interest	68,877	16,927	20,236	17,778	53,857	10,348	21,224	7,159	169,757	27,076	4,471	1,042
Marketing	581,200	263,000	1,516,000	742,381	362,500	1,057,400	777,200	298,000	244,200	3,231,000	625,400	865,515
Rental	6,417,500	7,182,500	15,192,500	5,910,000	6,360,000	6,437,500	9,055,000	6,517,500	6,062,500	4,640,000	9,402,500	10,040,000
Overflow - Warehouse	47,075	20,700	244	867,264	113,940	78,528	57,736	75,713	206,345	4,200	214,146	47,765
Overflow - Retail	193,700	90,900	51,400	359,500	96,500	202,800	242,900	173,200	675,500	460,200	312,500	93,700
Penalty	2,143,000	83,000	203,000	0	301,000	64,000	12,000	115,000	51,000	0	37,000	0
Depreciation	740,057	908,364	1,180,119	795,025	580,000	688,373	786,746	980,089	633,385	273,347	1,321,738	1,050,043
Loss due to asset disposal	352,016	316,014	0	0	0	0	0	0	0	0	1,258,022	400,003
Maintenance	1,180,000	1,195,000	2,506,000	92,000	102,000	78,000	1,080,000	95,000	1,280,000	0	170,000	521,000
Logistics	11,410	676,140	390,050	939,840	849,840	373,160	548,040	659,390	226,595	651,310	429,640	893,890
Human Resources	185,000	348,000	327,000	173,000	406,000	381,000	960,000	573,000	228,000	45,000	288,000	368,000
Net Profit : Operating	-43.97%	20.23%	64.74%	35.36%	-20.73%	14.75%	42.59%	4.98%	-37.49%	-19.77%	60.36%	98.51%

จากตารางจะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัท L และ C ที่สนใจลงทุน มีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อค่าใช้จ่ายในการประกอบการ เป็น อันดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในแผนการใช้จ่าย ว่าสองบริษัทนี้สามารถใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

ในขณะที่บริษัท I และ J ที่ไม่สนใจลงทุน มีอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อค่าใช้จ่ายในการประกอบการ เป็น อันดับที่ 11 และ 9 แสดงให้เห็นว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในการทำแผนการใช้จ่าย ทำให้บริษัทได้กำไรน้อยกว่าที่ควรจะเป็น