

บทวิเคราะห์

ในการตัดสินใจเลือกบริษัทที่จะลงทุน จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ลงทุนจะต้องทำการศึกษาวิเคราะห์ติดตามข้อมูลของบริษัทนั้นให้ดีก่อนการลงทุน ทั้งนี้ข้อมูลงบการเงินเป็นส่วนที่สำคัญที่สะท้อนถึงสถานะการเงินและความมั่นคงของบริษัท จากตัวอย่างของข้อมูลบริษัทในเกม Monsoomsim ที่ให้งบกำไรขาดทุนมาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน โดยเราจะใช้ข้อมูลที่ให้มาเพื่อทำการวิเคราะห์ว่าบริษัทใดเป็นบริษัทที่น่าลงทุนมากที่สุดและบริษัทใดที่ไม่น่าลงทุนมากที่สุด โดยจะพิจารณาจาก 7 ปัจจัย คือ การขาย Retail และ Wholesales การตลาด การพยากรณ์การขาย (Sales forecast) อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Return of investment) และความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย Interest Coverage Ratio

Retail sales และ Wholesales

ก่อนจะพูดถึงการวิเคราะห์แบบอื่นๆ ขอพูดถึงการขาย Retail และ Wholesales ก่อน ซึ่งการขายถือเป็นส่วนสำคัญและเป็นรายได้หลักของธุรกิจ การขายเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาด แต่เป็นหน้าที่ที่สำคัญในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ขายหรือผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์(ผลกำไร) ที่ตั้งไว้ จากกราฟเป็นยอดรวมของการขายปลีกและขายส่ง (Business to Business) การขายปลีกเน้นจะได้ราคาที่สูงและ Profit margin สูงตามไปด้วย ส่วนการขายแบบ B2B จะเน้นขายปริมาณมากได้เงินทีละมากๆ แต่ Profit margin น้อย



จากกราฟ บริษัท C เป็นบริษัทที่มียอดขายมากที่สุดในวันที่ 120 ถ้าย้อนกลับไปดูข้อมูลการขายรวม (Sales Total) จะเห็นว่ายอดขาย Wholesales เป็นครึ่งหนึ่งของ Retail เลยทีเดียวในขณะที่บริษัทอื่นๆ ไม่สูงมากนัก ทั้งยังจัดการกับ Warehouse ได้เป็นอย่างดี มีค่าปรับหรือ Warehouse Overflow น้อยมากเมื่อเทียบกับยอดขายและขนาดของ Warehouse

ส่วนบริษัท J และ บริษัท I ถ้าดูในกราฟอาจจะมีการถามว่าทำไมยอดขายถึงน้อยมากและลดลงอย่างมากในวันที่ 120 คำตอบคือเพราะทั้งสองบริษัทไม่ได้ขาย B2B จึงทำให้มียอดขายที่ไม่สูงมากนัก เมื่อพูดถึงยอดขายแน่นอนหัวข้อถัดไปที่เราจะทำการวิเคราะห์คือ Marketing

Marketing



การตลาด หมายถึง การทำกิจกรรมกับตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนองต่อความจำเป็น ทำให้เกิดความพึงพอใจ เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ

บริษัทที่ทำการตลาดดีที่สุด คือ บริษัท L เพราะว่า ใช้งบประมาณการตลาดแบบพอดี ถามว่าเท่าไรก็จะเรียกว่าพอดี คำตอบนั้นขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการจะเป็นคนกำหนดว่าจะใช้งบประมาณในการทำการตลาดเท่าใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า ธุรกิจ และเงินทุนของของบริษัทยุ่กันๆ ควรวางแผนงบประมาณ

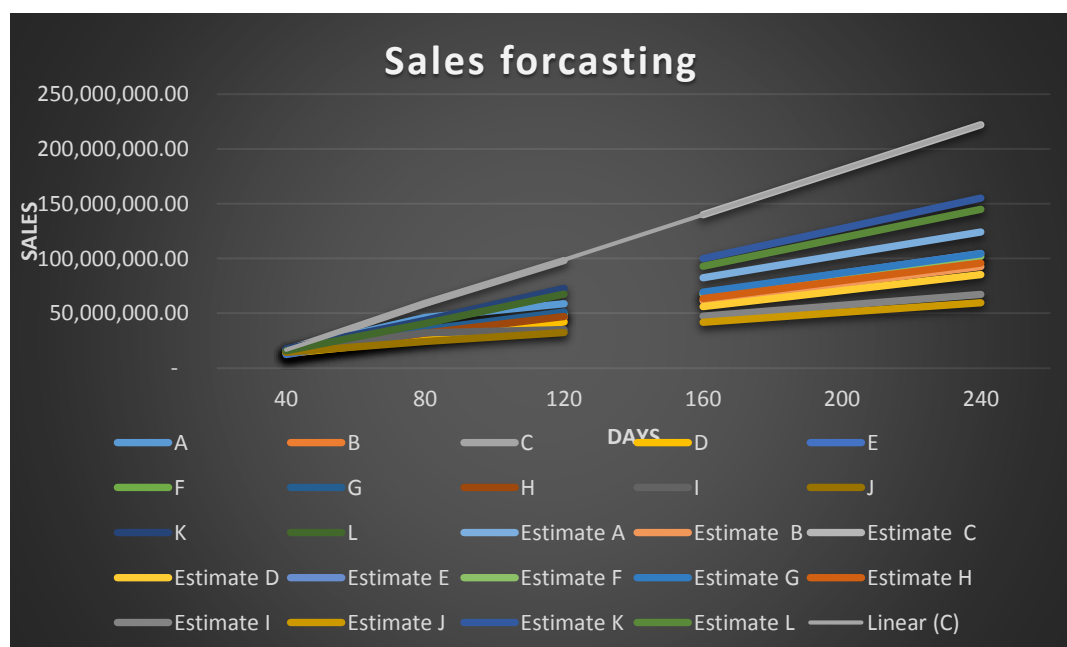
รวม ๆ ไว้ โดยการคาดการณ์รายได้ หรือเป้าหมายของยอดขายเอาไว้ และใส่บด้านการตลาดไว้เป็นต้นทุน บริษัท L ใช้สื่อการตลาดที่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดี

บริษัทที่ทำการตลาดดีที่สุด คือ บริษัท J เพราะว่า บริษัท J ได้ลงทุนการตลาดคิดเป็น 10% ของ ยอดที่ขายได้ แต่ยอดขายไม่ได้สูงมากนัก อาจจะใช้การตลาดไม่เหมาะสมกับ Audience ส่วน บริษัท L ได้ ใช้งบการตลาดคิดเป็น 1.77% ของยอดที่ขายได้ ซึ่งบริษัท L ลงทุนน้อยกว่า แต่มียอดขายมากกว่า 2 เท่า แสดงว่าบริษัท L รู้จักเรียนรู้และศึกษาหาข้อมูลของสินค้า หรือคู่แข่ง เพื่อช่วงชิงความได้เปรียบ มีการวางแผนอย่างรอบคอบ วิเคราะห์ วิจัยกลุ่มเป้าหมาย เพื่อคาดการณ์เกี่ยวกับการผลิตสินค้า งบประมาณ และ ผลกำไรที่จะได้รับ นั่นคือข้อได้เปรียบของบริษัท L การที่จะรู้อย่างว่าเราต้องลงทุนการตลาดเท่าใด การพยากรณ์การขายเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้การวางแผนการตลาดได้ดียิ่งขึ้น

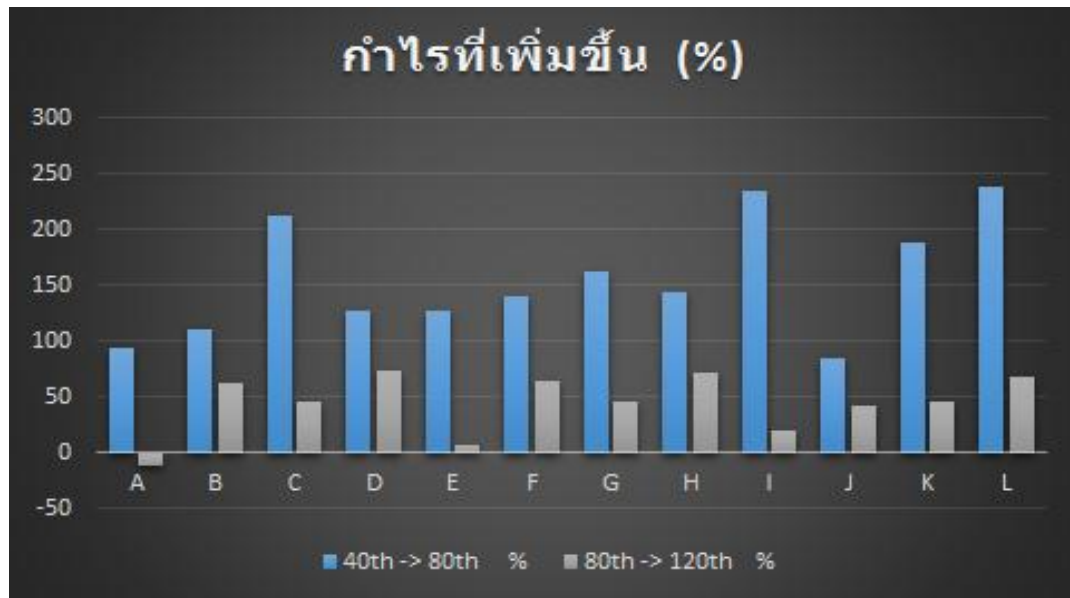
การพยากรณ์การขาย (Sales forecast)

การแสดงผลการพยากรณ์ยอดขายแต่ละชนิดและรายการมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อให้สถาบันการเงิน ทราบปริมาณความต้องการ (Demand) ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตลาดแต่ละเดือน

จากกราฟด้านล่างได้ใช้ Trend Function ของ Excel ในการพยากรณ์ยอดขายในอนาคต จะเห็นได้ว่าบริษัท C จะมีการพยากรณ์ยอดขายสูงที่สุดในวันที่ 160 - 240 เป็นเพราะบริษัท C เน้นการขายแบบ Business to Business ทำให้การพยากรณ์ยอดขายพุ่งสูงขึ้น โดยประมาณการเพียงยอดขายเท่านั้น แต่เมื่อดูโดยรวมทั้งหมด บริษัทที่มีความก้าวหน้าของเศรษฐกิจมากขึ้นเรื่อยๆจะเป็น บริษัท L



ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น (%)



การจะรู้ได้ว่าบริษัทที่ลงทุนนั้นมีกำไรหรือไม่ ผู้ลงทุนต้องหมั่นควบคุมและสอดคล้องธุรกิจของตนเองเปรียบเทียบกับตลาดทุกระยะทั้งรายวัน รายเดือน หรือรายปี เพื่อรับทราบผลตอบรับของลูกค้าต่อข่าวสารทางการตลาดและสื่อโฆษณาที่เราได้สร้างขึ้นจากกราฟแสดงถึง ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น โดยเปรียบเทียบผลกำไร ณ วันที่ 40 ถึง 80 และ วันที่ 80 ถึง 120 จะทำให้ทราบว่ากำไรที่เพิ่มขึ้นนั้นเพิ่มขึ้นเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ด้วยสูตร

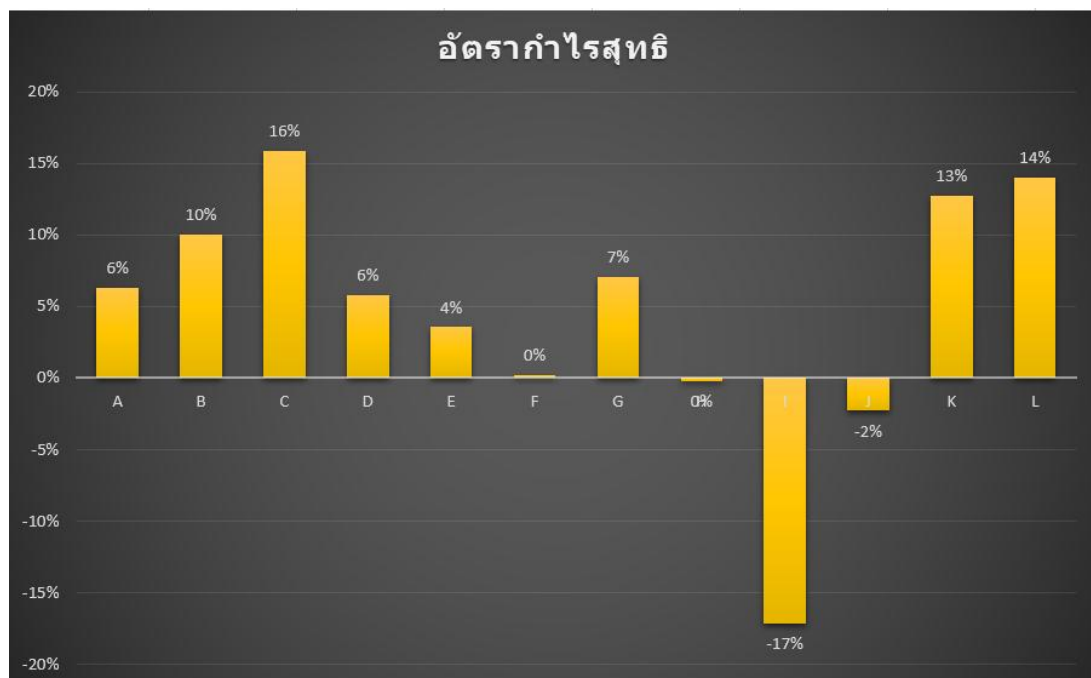
$$\left[\frac{(\text{กำไรจากการขาย(วันที่สิ้นสุด)} - \text{กำไรจากการขาย(วันที่เริ่ม)})}{\text{กำไรจากการขาย(วันที่เริ่ม)}} \right] \times 100$$

บริษัทที่มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นดีที่สุด วันที่ 40 - 80 จากการคำนวณพบว่า บริษัท L I และ C เป็นบริษัทที่มี ผลกำไรเพิ่มขึ้นมากที่สุดในช่วง 40 - 80 วัน ซึ่งอยู่ที่ 200%ขึ้นไป ในวันที่ 80 - 120 จะเห็นว่าทุกบริษัทมีเปอร์เซ็นต์ผลกำไรต่ำลง แต่บริษัทที่ยังคงสูงอยู่ บริษัท D H และ L ทั้ง 3 บริษัทนี้มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ประมาณ 67-73% ส่วนบริษัทที่มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด วันที่ 40 - 80 คือ บริษัท J เป็นบริษัทที่มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นที่น้อยที่สุด เกิดจากการที่ซื้อสินค้ามาเก็บไว้ในคลังมากเกินไป เสียค่า Overflow warehouse เพิ่มขึ้น ระบายของออกได้ช้า ส่วนบริษัทที่มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นน้อยที่สุด วันที่ 80 - 120 คือ บริษัท A เป็นบริษัทที่มีอัตราผลกำไรที่เพิ่มขึ้น เป็นเปอร์เซ็นต์ ติดลบ อาจเกิดจากการผิดพลาดในการวางแผน ราคา และการขายที่ขาดทุน จึงทำให้ผลกำไรนั้นติดลบไป

อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin Ratio)

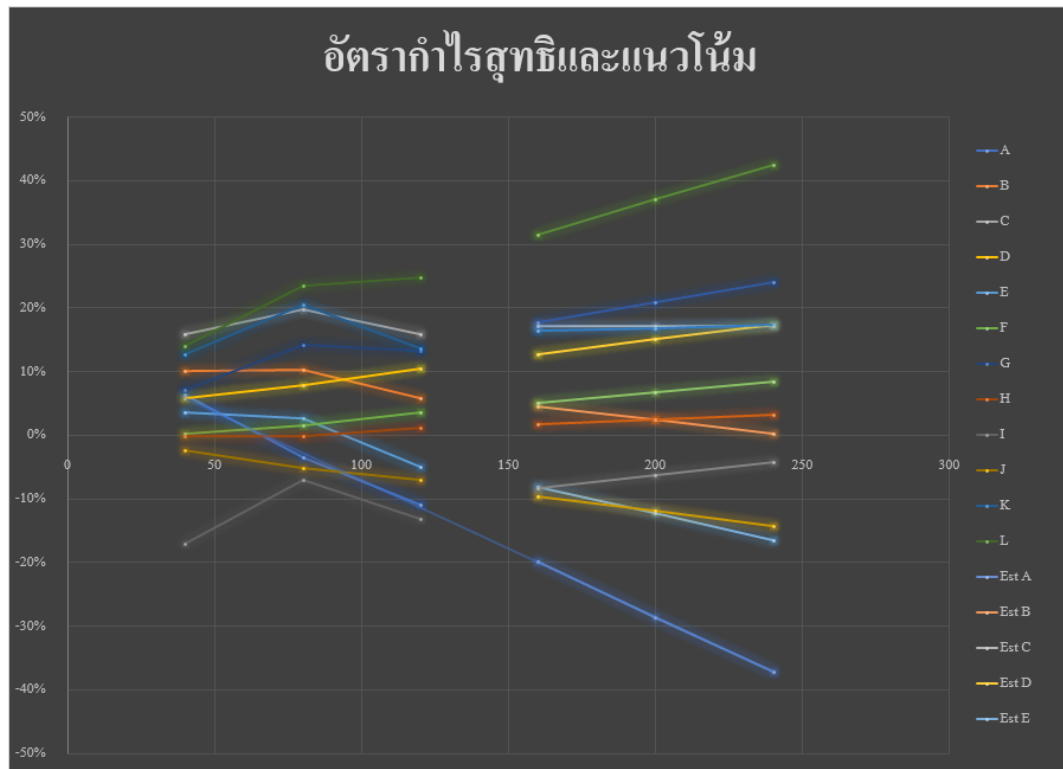
อัตรากำไรสุทธิ เป็นอัตราส่วนทางการเงินเพื่อวัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการ เป็นอัตราส่วนที่แสดงว่าความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการว่าเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของค่าขาย ถ้าอัตรากำไรสุทธิสูงดีเนื่องจากแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิ (กำไรที่ได้จากค่าขายหักด้วยต้นทุนสินค้า ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารตามปกติและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่ใช่จากการดำเนินงานตามปกติแล้ว) ของกิจการว่ามีกำไรสุทธิเป็นจำนวนมาก ข้อสังเกตถ้าอัตรากำไรสุทธิสูงย่อมแสดงถึงนโยบายการกำหนดราคาขายที่ดี นโยบายการจัดซื้อและนโยบายการผลิตที่ดี นอกจากนั้นยังจะแสดงถึงความสามารถของกิจการในการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ดีด้วย

โดยสูตรที่ใช้ในการหาอัตรากำไรสุทธิคือ กำไรสุทธิ/ยอดขาย โดยทำพิจารณาตั้งแต่วันที่ 40 ของ Game ปรากฏว่าบริษัท C เป็นบริษัทที่มีอัตรากำไรสูงสุดถึง 16% รองลงมาคือ บริษัท L ที่มีอัตรากำไรสูงถึง 14% ดังกราฟ



แต่ธุรกิจจะสิ้นสุดวันที่ 220 ซึ่งมีข้อมูลให้มาเพียง 120 วันแรก การตัดสินใจจาก 40 วันแรกจึงไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้องเราจึงใช้ฟังก์ชัน TREND ใน excel เพื่อหาแนวโน้มว่าเมื่อสิ้นสุดวันที่ 220 บริษัทใดจะมีอัตรากำไรสูงสุด ผลที่ได้ น่าตกใจเป็นอย่างมาก เมื่อบริษัทที่เราคิดว่าน่าลงทุนที่สุดในตอนแรก โดยดูจาก Net profit กลับเป็นบริษัทที่มีอัตรากำไรในอันดับเฉลี่ย ดังกราฟ

บริษัท	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	Est A	Est B	Est C	Est D	Est E	Est F	Est G	Est H	Est I	Est J	Est K	Est L
40	6%	10%	6%	6%	4%	0%	7%	0%	-17%	-2%	13%	14%												
80	-4%	10%	20%	8%	3%	1%	14%	0%	-7%	-5%	21%	24%												
120	-10%	6%	16%	10%	-5%	4%	13%	1%	-13%	-7%	14%	25%												
160													-20%	5%	17%	13%	-8%	5%	18%	2%	-8%	-10%	16%	32%
200													-29%	2%	17%	15%	-12%	7%	21%	2%	-6%	-12%	17%	37%
240													-37%	0%	17%	17%	-17%	8%	24%	3%	-4%	-14%	17%	42%



จากภาพและกราฟของข้อมูลยอดขายและกำไรที่เกิดขึ้นตั้งแต่วันที่ 40, 80 และ 120 และการคาดการณ์วันที่ 160, 200 และ 240 บริษัทที่อัตรากำไรสุทธิสูงสุดคือ

- บริษัท L ในวันที่ 120 มีอัตรากำไรสูงถึง 25% ถ้าใช้กลยุทธ์นี้ต่อไปบริษัท L จะมีอัตรากำไรสูงถึง 42 % ในวันที่ 240
- รองลงมาคือบริษัท C ที่มี 16% ในวันที่ 120 แต่สิ่งที่น่าตกใจคือ ถ้าบริษัท C ใช้กลยุทธ์นี้ไปเรื่อยๆจนถึงวันที่ 240 อัตราผลกำไรจะเป็น 17% ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมเล็กน้อย บริษัท C มี Net profit เยอะก็จริงในวันที่ 240 แต่จะไม่สามารถทำกำไรได้สูงสุด
- บริษัทที่น่าจับตามองอีกบริษัทหนึ่งคือ บริษัท G จากที่เริ่มบริษัทมีอัตรากำไรแค่ 7% ซึ่งเท่ากับค่าเฉลี่ยทั่วไป แต่ในวันที่ 240 อัตรากำไรเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงมีอัตรากำไรสูงถึง 24%
- ส่วนบริษัทที่มีอัตรากำไรต่ำสุดคือ บริษัท A ที่ติดลบ -11% ถ้าบริษัท A ไม่เปลี่ยนกลยุทธ์และการบริหารจะติดลบลงไปเรื่อยๆ จนถึง -37% ซึ่งหมายความว่ายิ่งขาย ยิ่งผลิตสินค้าบริษัทจะแย่ลง นอกจากจะไม่เกิดกำไรยังจะติดลบมากขึ้นอีก

- อีกบริษัทหนึ่งที่ต้องพูดถึงคือ บริษัท B ตอนเริ่มธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี เพราะมีอัตรากำไรถึง 10% แต่เมื่อทำธุรกิจแบบนี้ไปเรื่อยๆ วันที่ 240 อัตรากำไรจะกลายเป็น 0% ซึ่งเท่ากับว่าสิ่งที่ลงทุนมาสูญเปล่า

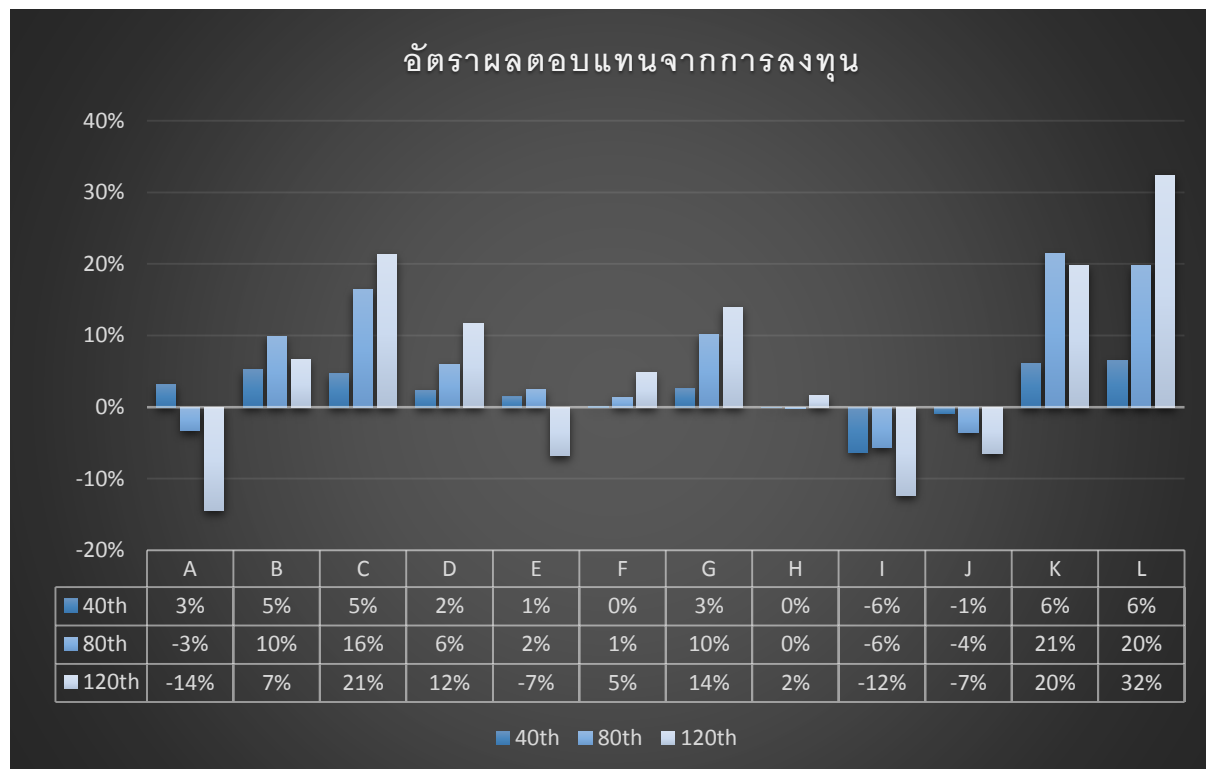
อย่างไรก็ตามข้อมูลข้างต้นเป็นเพียงการคาดการณ์จากกำไรและยอดขายเท่านั้น ไม่ได้เป็นการคาดการณ์ที่ถูกต้อง 100% ทั้งนี้การตัดสินใจลงทุนควรมาจากหลายๆปัจจัยเพื่อประกอบการตัดสินใจในโลกของการลงทุน ศัพท์ที่หลายคนน่าจะเคยได้ยินกันเป็นอย่างดี ก็คือคำว่า “อัตราผลตอบแทนการลงทุน” หรือ Return On Investment เรียกย่อๆง่ายๆว่า “ROI”

อัตราผลตอบแทนการลงทุน Return On Investment

โดยนิยาม อัตราผลตอบแทนการลงทุน ก็คือ กำไรจากการลงทุน (ที่เราซื้อหรือสร้างขึ้นมา) เทียบกับเม็ดเงินที่เราลงทุนไป เมื่ออยากรู้ว่าที่บริษัทลงทุนไปนั้นคุ้มหรือไม่ สิ่งแรกที่ต้องทำก็จะต้องหาดำเนินทุนทั้งหมดของโครงการทางธุรกิจ เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ เป็นต้น หลังจากได้ต้นทุนทางธุรกิจมาแล้วสิ่งสำคัญลำดับต่อมาคือ การประเมินและคำนวณหารายรับรวมถึงผลกำไรจากการทำธุรกิจ โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณคือ

$$\text{อัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROI)} = \frac{\text{กำไรจากการลงทุนต่อปี} \times 100}{\text{เงินลงทุน}}$$

เพราะสูตรที่เราใช้เป็นการคำนวณต่อปี แต่วันที่เราคิดเป็นวันที่ 40, 80 และ 120 ตามลำดับ เราจึงใช้ ถ้าคำนวณวันที่ 40 จะใช้สูตรคือ กำไรจากการลงทุนต่อปี $\times (40 / 365)$ / เงินลงทุน



ผลประกอบการของบริษัทที่หน้าลงทุนในระดับค่อนข้างดี คือบริษัท L ซึ่ง มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างก้าวกระโดด จาก 6% ในวันที่ 40 เป็น 20% และ 32% ในวันที่ 80 และ 120 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าเป็นบริษัทที่นำลงทุนบริษัทหนึ่ง เพราะมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด รองลงมาคือบริษัท C ซึ่งมีการเจริญเติบโตค่อนข้างดี คือ 5%,16%,21% ในวันที่ 40,80,120 วันตามลำดับ

อีกบริษัทที่มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนไม่แพ้กัน คือบริษัท K จากวันที่ 40 ถึง 80 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนจาก 6 % เพิ่มมาเป็น 21% แต่ก็ดูเหมือนว่าจะลดลงในอีก 40 วันถัดมา อาจจะเกิดจากผลของการดำเนินนโยบายที่ผิดพลาดไปในช่วงนั้นจึงต้องรีบแก้ไขเพราะ ถ้าแก้ไขนโยบายได้ทันจะสามารถเติบโตต่อไปได้ไม่ยากเย็นนัก บริษัท B ก็อาจจะมีความคล้ายคลึงกับ บริษัท K แต่ผลประกอบการของบริษัทนี้ อาจจะไม่ได้มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดมากนักแต่หาก เปลี่ยนนโยบายการดำเนินธุรกิจอาจจะสามารถเติบโตได้ในระยะยาว

ผลประกอบการของบริษัทที่ค่อนข้างแย่ คือบริษัท I ซึ่งมีการเจริญเติบโตแบบติดลบลงไปเรื่อยๆ และอาจจะมีแนวโน้มที่จะติดลบไปเรื่อยๆหากไม่มีการเปลี่ยนแปลง เพราะ จากวันที่ 80 ไป 120 นั้นติดลบไปอีกเท่าตัว จึงต้องเร่งแก้ไขเพื่อให้บริษัทมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมากขึ้น ส่วนบริษัท A ซึ่งถึงแม้ว่าในวันที่ 40 นั้นอัตราผลตอบแทนการลงทุนอยู่ที่ 3% แต่ ในวันที่ 80 และ 120 นั้นอัตราการลงทุนลดลงอย่างรวดเร็ว หากไม่รีบแก้ไขจะมีความเสี่ยงที่จะล้มละลายอย่างมาก

อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)

ดอกเบี้ยถูกจัดเป็นภาระหนี้สินทางการเงินอย่างหนึ่งที่เป็นผลผูกพันกับเงินกู้ที่ผู้ประกอบการได้หยิบยืมมาลงทุนก่อนหน้านี้ ซึ่งดอกเบี้ยนั้นมีความสำคัญต่อระบบการเงินภายในบริษัทเป็นอย่างมาก เพราะดอกเบี้ยจะเป็นตัวกำหนดกรอบนโยบายทางการเงินของธุรกิจทั้งหมดโดยอัตโนมัติ ทำให้ธุรกิจหลายประเภทก่อนที่จะระดมเงินทุนมาใช้ในกิจการภายในนั้นมักจะคิดคำนวณหาความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยก่อนเสมอ เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินที่จะตามมาอันมีสาเหตุหลักมาจากการค่าใช้จ่ายในเรื่องของดอกเบี้ยนั่นเอง โดยวิธีการคำนวณหาอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยหรือที่เรียกว่า Interest Coverage Ratio นั้น จะเป็นคำตอบที่ช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับทราบสถานะว่าธุรกิจมีความสามารถในการจ่ายชำระค่าดอกเบี้ยได้มากขนาดไหน โดยวิธีการคำนวณมีดังนี้

$$\text{อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย} = \frac{\text{กำไรจากการดำเนินงาน}}{\text{ดอกเบี้ยจ่าย}}$$

หากผลลัพธ์ที่ปรากฏออกมามีค่าเป็นบวกที่เท่ากับ หรือมากกว่า 1 แสดงว่าธุรกิจของผู้ประกอบการมีความสามารถที่จะจ่ายชำระค่าดอกเบี้ยได้ทั้งหมด แต่ถ้าหากผลลัพธ์ที่ได้ออกมามีค่าเท่ากับศูนย์หรือติดลบนั้นจะเท่ากับว่าธุรกิจของผู้ประกอบการไม่มีความสามารถเพียงพอที่จะจ่ายดอกเบี้ยได้เลยแม้แต่บาทเดียว ซึ่งสิ่งนี้จะพัฒนากลายเป็นปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินในที่สุด



ผลการวิเคราะห์ Interest Coverage Ratio คือ บริษัทที่มีอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสูงสุด บริษัท L ซึ่ง มีอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยสูงสุด และอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากวันที่ 40 80 120 ตามลำดับ ทำให้บริษัท L มีภาพคล่องทางการเงินสูงสุด บริษัท K ก็เช่นกันที่มีอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยที่สูงเช่นกัน แต่ในช่วง วันที่ 80 ถึงวันที่120 อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยลดลง แต่ก็ยังถือว่าตัวเลขนั้นสูงอยู่ อาจเกิดจากการลงทุนเพิ่มเติมแต่ผลกำไรยังไม่เห็นผล แต่สภาพคล่องทางการเงินยังอยู่ในระดับที่สูง

ส่วนบริษัทที่มีอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยต่ำ บริษัท A J I เป็นบริษัทที่ไม่น่าลงทุนด้วยที่สุดเพราะว่า อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย เป็นลบ หรือก็คือไม่มีความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ทำให้บริษัทเป็นหนี้และล้มละลายได้

บริษัท A เป็นบริษัทที่ในช่วง 40 วันแรกมี อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยที่สูง แต่ตั้งแต่วันที่ 40 เป็นต้นมา ผลประกอบการติดลบและมีดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น เกิดจากการวางแผนและดำเนินการที่ผิดพลาด และกลายเป็นว่าเป็นบริษัทที่มีอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยต่ำที่สุดอีกด้วย

บริษัท J และ I ก็เป็นอีก 2 บริษัท ที่ไม่น่าลงทุนเพราะ ผลประกอบการ ณ วันที่ 40 ก็ติดลบแล้วทำให้ อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยติดลบไม่มารถจ่ายดอกเบี้ยได้ และขาดสภาพคล่องทางการเงิน

ตารางสรุป

เกณฑ์การให้คะแนน เราจะแบ่งคะแนนแต่ละช่องเป็น 2 คะแนน เมื่อบริษัทอยู่ในช่องใดจะสะสมคะแนนตามเกณฑ์เรื่อยๆ และจะรวมคะแนนในช่องสรุป

รายการ	ดีเยี่ยม	ดี	พอใช้	แย่	แย่มาก
Retail sales และ Wholesales	C	K	L	I	J
Marketing	K	L	C	F	J
ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น (%)	L	I	C	J	A
การพยากรณ์การขาย (Sales forecast)	C	K	L	I	J
อัตรากำไรสุทธิ	L	K	C	B	A
อัตราผลตอบแทนการลงทุน Return On Investment	L	C, K	B	I	A
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย	L	K	C	J	A
สรุป	L	K	C	I	A

สรุป

จากการวิเคราะห์ในหลายๆปัจจัย เช่น ยอดขายปลีกและขายส่ง การตลาด การพยากรณ์การขาย (Sales forecast) อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Return of investment) ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย Interest Coverage Ratio ผลที่ได้คือ บริษัทที่น่าลงทุนมากที่สุดได้แก่ บริษัท L เพราะจากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า บริษัท L ได้คะแนนสูงสุดจากการทำการวิเคราะห์ มีอัตรากำไรสุทธิที่สูงและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ มีความสามารถสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยได้อย่างดีติดต่อกันหลายเดือน สินค้าคงคลังไม่สูงมากแสดงถึงการจัดการคลังที่มีประสิทธิภาพ รองลงมาได้แก่บริษัท K เพราะบริษัท K มีการทำ

ตลาด(Marketing) ที่ดี แต่ผลกำไรอาจจะน้อยทำให้การเติบโตไม่อาจสู้บริษัท L ได้แต่ก็ถือว่ายังมีมูลค่าที่สูงอยู่ อีกบริษัทที่จะต้องกล่าวถึงคือ บริษัท C ซึ่งมียอดขายสูงมากเมื่อดูจากกราฟยอดขาย และการพยากรณ์ยอดขาย แต่ดูเหมือนว่ายิ่งขายไปเรื่อยบริษัทจะได้กำไรอยู่ในระดับไม่สูงมาก กล่าวคือถึงจะมียอดขายสูงแต่ Trading Profit กลับมีน้อย ทำให้การลงทุนไม่เกิดกำไร อาจเกิดจากการที่ตั้งราคาต่ำไปทำให้ขายสินค้าได้เยอะแต่ไม่มีกำไรนั่นเอง

การวิเคราะห์บริษัทที่น่าไม่ลงทุน เราพิจารณาจากการที่บริษัทขาดทุนมากๆ และติดต่อกันหลายปี ระยะเวลาการเก็บหนี้เพิ่มขึ้น สินค้าคงคลังสูงมากผิดปกติ ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ยอดขายสูงขึ้น แต่กำไรลดลง เราสรุปว่าบริษัทที่น่าไม่ลงทุนมากที่สุด 2 บริษัทได้แก่ บริษัท A และ I เพราะจากการวิเคราะห์ 2 บริษัทนี้ได้คะแนนจากการวิเคราะห์น้อยที่สุด เรียงลำดับจากมากไปน้อย เพราะว่าบริษัท A มีผลกำไรติดลบหรือในอีกแง่ก็คือ ขาดทุนลงเรื่อยๆ ซึ่งนำไปสู่การที่บริษัทจะไม่สามารถชำระหนี้และล้มละลายได้ ส่วนบริษัท I ได้คะแนนจากการวิเคราะห์เป็นอันดับรองสุดท้าย จากการวิเคราะห์นั้นจะเห็นได้ว่า บริษัท เริ่มขาดทุนตั้งแต่ 40 วันแรก นั้นหมายความว่า น่าจะมีการวางแผนที่ผิดพลาด แล้วยังมีกำไรที่ติดลบลงไปเรื่อยๆ หากไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้บริษัทเป็นหนี้ขึ้นเรื่อยๆ

เพราะฉะนั้น หากเป็นผู้ประกอบการที่มองการณ์ไกล ได้กำไรเร็ว บริษัท L ถือเป็นที่เป็นคำตอบของบริษัทที่ควรค่าแก่การลงทุน อย่างไรก็ตามการที่บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว ความเสี่ยงย่อมสูงขึ้นเช่นกัน หากเป็นผู้ประกอบการที่หวังผลกำไรในระยะยาว ความเสี่ยงน้อยกว่า บริษัท K เป็นบริษัทที่น่าลงทุนบริษัทหนึ่ง เพราะข้อดีของบริษัท K คือการทำการตลาด เมื่อผู้บริโภครู้จักแบรนด์ (Brand awareness) แล้วก็เป็นเรื่องง่ายที่จะเข้าถึงลูกค้าได้เร็วกว่า และผลกำไรก็จะตามมานั่นเอง

อ้างอิง

สามารถดูงบ Profit and Loss และข้อมูลอ้างอิงกราฟต่างๆ ได้ [คลิกที่นี่](#)