

ชื่อเรื่อง	การประเมินผลเชิงคุณภาพของบริษัท เชียงใหม่ แอล.เค.มาร์เก็ตติ้ง จำกัด
ผู้จัดทำ	นางสาวพนมพร ศักดิ์ศรีไพศาล
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
วันที่อนุมัติผลงาน	30 มิถุนายน 2557
จำนวนหน้า	63
คำสำคัญ	การประเมินผลเชิงคุณภาพ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการ มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลเชิงคุณภาพของบริษัทเชียงใหม่ แอล.เค.มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ตามมุมมองการวัดผลทั้ง 4 มุมมอง ได้แก่มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการ และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต ประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหาร จำนวน 1 ราย เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นอกนั้นเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากพนักงานของบริษัทจำนวนที่มีทั้งหมด 105 ราย และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจากการสุ่มแบบเจาะจง ลูกค้าที่ซื้อสินค้ามูลค่า 1 ล้านบาทขึ้นไปต่อเดือน มีจำนวนทั้งสิ้น 50 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และอัตราส่วนทางการเงิน

ผลการศึกษาด้านการเงิน บริษัทมีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราส่วนตัวทวีคูณส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายอยู่ในระดับดีมาก สำหรับประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์อยู่ในระดับดี

ด้านลูกค้า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของบริษัทระดับมากที่สุดต่อการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ และการตอบสนองต่อลูกค้า มีความพึงพอใจมากต่อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และความเห็นอกเห็นใจ

ด้านกระบวนการ บริษัทมีการปฏิบัติตามกระบวนการระดับมากที่สุดในด้านการบริหารสินค้าเข้า การบริหารสินค้าออก การตลาดและการบริการลูกค้า ยกเว้นการสรุปรายงานด้านการตลาดและการสรุปรายงานด้านการบริการลูกค้าที่มีการปฏิบัติในระดับน้อย

ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ด้านระบบข้อมูลสารสนเทศ ด้านวัฒนธรรมองค์กรระบบงาน และโครงสร้างองค์กร บริษัทให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและด้านทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร บริษัทให้ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ผลการประเมินอภิปรายได้ว่าบริษัท เชียงใหม่ แอล.เค.มาร์เก็ตติ้ง จำกัดมีการบริหารงานทั้งสี่มุมมองยังไม่สมดุล ทั้งนี้การบริหารเน้น สอง มุมมอง คือ มุมมองด้านลูกค้า บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เกือบทุกด้าน มุมมองด้านกระบวนการ ผู้บริหารมีการวางแผนกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ แต่อีก สอง มุมมองที่ยังไม่อยู่ในระดับเดียวกัน คือ มุมมองด้านการเงิน พบว่าสัดส่วนหนี้สินสูงเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น อาจประสบปัญหาได้ หากบริษัทต้องการที่จะขยายธุรกิจหรือลงทุนเพิ่ม ส่วนมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโตแม้ว่าปัจจุบันบริษัทสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่องแต่ในอนาคตหากมีคู่แข่งมากขึ้นบริษัทจะได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงหากไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับสถานการณ์

PAYAP UNIVERSITY