

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การวัดผลการดำเนินงานของกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผึ้ง  
ของ บริษัท เชียง ใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด

ผู้เขียน นางสาวจงวาด ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
(การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ  
รองศาสตราจารย์นภาพร ณ เชียงใหม่ ประธานกรรมการ  
อาจารย์ ดร. สมชาย จอมดวง กรรมการ  
อาจารย์ ดร. ศุภวัฒน์ สิ้นสุวงศ์วัฒน์ กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเพื่อวัดผลการดำเนินงานของกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผึ้ง กรณีศึกษา  
บริษัท เชียง ใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด โดยใช้แนวคิดเรื่องการวัดผลการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วย  
5 แนวคิด ได้แก่ การจัดการการเพิ่มผลผลิต ประสิทธิภาพการจัดการตลาด การวิเคราะห์ปัจจัย  
การเติบโต การวิเคราะห์ปัจจัยราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงและการวิเคราะห์ปัจจัยการ  
เพิ่มผลผลิต ของกิจการในปี พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

พบว่าผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผลิต เกือบทุกผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ปี  
พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2546 และเริ่มลดปริมาณการผลิตลงในปี พ.ศ. 2547 – 2548 โดยปัจจัยที่มีผลต่อ  
การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลมาจากปัจจัยหลักสองปัจจัยได้แก่ ปริมาณการสั่งซื้อจากลูกค้า และ  
ปริมาณวัตถุดิบที่เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้งเก็บเกี่ยวได้ในแต่ละฤดูกาล

ในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีอัตราส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต่อวัตถุดิบที่ใช้  
ในการผลิตที่ใกล้เคียงกัน แต่ที่แตกต่างกันมีปัจจัยเนื่องมาจากวัตถุดิบหลักในการผลิตเป็นวัตถุดิบที่  
ได้จากธรรมชาติซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้งไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ความชื้นในน้ำผึ้ง ปริมาณกาก  
ของนมผึ้ง ปริมาณกากของไขผึ้ง เป็นต้น

ในด้านประสิทธิผลการจัดการตลาดพบว่า ตลอดระยะเวลาทั้ง 4 ปี กิจการไม่สามารถดำเนินงานด้านการขายให้ประสบผลสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ เนื่องจากสินค้าหลักของบริษัท เชียงใหม่เฮลตี้โปรดักส์ จำกัด ที่ผลิตและจำหน่ายนั้น เป็นสินค้าที่จำหน่ายไปเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตต่อ โดยนำผิ๊งใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร นมผิ๊งเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ หรือ ไข่ผิ๊งซึ่งเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมเคมี คุณภาพของผลิตภัณฑ์ผิ๊งที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง แต่มีข้อเสียเปรียบในด้านราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง ทำให้ความได้เปรียบการแข่งขันต่อตลาดโลกลดลง

การวิเคราะห์ปัจจัยการเติบโตพบว่า การดำเนินงานของบริษัทมียอดขายสูงขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2545 จนถึงปี พ.ศ. 2546 แต่มีแนวโน้มลดลงในปี พ.ศ. 2547 จนถึงปี พ.ศ. 2548

การวิเคราะห์ปัจจัยราคาขายที่เกินกว่าต้นทุนที่เปลี่ยนแปลง พบว่าผลิตภัณฑ์จากผิ๊งของบริษัทที่จำหน่ายเป็นสินค้าภาคเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบซึ่งเน้นการจำหน่ายเป็นปริมาณมาก และกำไรต่อหน่วยต่ำ ดังนั้นหากราคาขายลดลงหรือราคาวัตถุดิบที่ซื้อเพิ่มขึ้นจะมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานมาก

การวิเคราะห์ปัจจัยการเพิ่มผลผลิตพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานมากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายผันแปรอื่นๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าแรงงาน และ ค่าใช้จ่ายในการผลิต

**Independent Study Title** Evaluation of Bee Products Manufacturing of Chiangmai  
Healthy Product Company Limited

**Author** Miss. Pajongwad Palakawong Na Ayuthaya

**Degree** Master of Business Administration  
(Agro-Industry Management)

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Napaporn Na Chiangmai	Chairperson
Lecturer Dr. Somchai Jomduang	Member
Lecturer Dr. Suphawatt Sinsuwongwat	Member

**ABSTRACT**

The objective of this research is to evaluate of bee product manufacturing. The case study is Chiang Mai Healthy Product Co. Ltd, . The concepts are management productivity, management of marketing effectiveness, analysis of growth factor, price recovery factor, and productivity factor from the operating year 2002 – 2005.

It is found that most of the company's products trended to increase from year 2002 to 2003, but they decreased from year 2004 –2005, consequence of two main factors as follows: the order from the customer and the quantity of the raw materials that farmers harvested in each season.

The ratio of product to raw material was nearly equal. It was not much different. However, the difference came from the main natural raw material which was unable to control by the farmer e.g. the moisture content of honey; the residues included bee pollen and wax.

For, management of marketing effectiveness, it is found that sale volume could not meet the goal during the last 4 years. The analysis of growth factor, price recovery factor, and productivity factor, it is found that company could not only control the efficiency of the production budget, but the main product of Chiang Mai

Healthy Product Co. Ltd., was also the intermediate product for the food industries. Bee pollen is raw material for the health food industries or wax is raw material for the chemical industries. Those products are not much different in characteristics compared to those of the overseas competitors. Even though, Thailand has the competitive advantage in quality of honey compared to the big competitors such as China. Consequence of big difference of price, the customers ignored the quality factor. Resulting of this, market negotiation is lost. The price negotiation is in the customers' hands. The company cannot get the required price.

The analysis of growth factor, it is found that most of the company's growth factor trended to increase from year 2002 to 2003, but they decreased from year 2004 –2005.

The price recovery factor, it is found that the nature of product itself it is the intermediate product as their raw material. So, the product would sell in volume in order if company can sold in a high volume to gain profit from that. If the cost of raw material and the price of selling product are changing these factors will be much affect to the operation of the company.

The productivity factor, it is found that the factors that have affect to the operation for the company is variable cost such as labor cost and cost of operation.