

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำต้นเรื่อง

สหกรณ์โรงอบ/รมยางเป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรรายย่อยที่รัฐบาลจัดสร้างขึ้นภายใต้การดูแลของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง (สทย.) เพื่อเป็นการช่วยเหลือให้กลุ่มเกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตในรูปร่างแผ่นรมควันซึ่งจะมีราคาสูงกว่ายางแผ่นดิบประมาณ 2 บาทต่อกิโลกรัม สหกรณ์โรงอบ/รมยางที่สร้างขึ้นจะมีอยู่ด้วยกัน 2 รุ่น คือรุ่นที่สร้างปี 2537 และรุ่นที่สร้างปี 2538 โดยโรงรมรุ่นปี 2538 ได้มีการปรับปรุงห้องรมให้มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 2 ตัน/วัน จากสหกรณ์รุ่นปี 2537 ซึ่งมีกำลังการผลิต 1.5 ตัน/วัน และจากผลการดำเนินงานของสหกรณ์โรงอบ/รมยางตั้งแต่เริ่มดำเนินการถึงปัจจุบันมีหลายสหกรณ์ที่ประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ทำให้สหกรณ์หลายแห่งต้องเลิกกิจการไป สหกรณ์โรงอบ/รมยางในจังหวัดสงขลาตอนเริ่มต้นมีจำนวนสหกรณ์ทั้ง 2 รุ่นรวมทั้งสิ้น 101 สหกรณ์ แต่จากสถิติในปี 2547 เหลือสหกรณ์ที่ดำเนินงานอยู่เพียง 76 สหกรณ์ สาเหตุส่วนใหญ่คือปัญหาทางเศรษฐกิจของสหกรณ์ที่ขาดการจัดการบริหารองค์กรและการผลิตที่ดีทำให้รายได้ของสหกรณ์ลดลง และส่งผลกระทบต่อเงินปันผลของสมาชิกในที่สุดการดำเนินกิจการของสหกรณ์ต้องปิดกิจการลง วิธีการหนึ่งในการเพิ่มกำไรให้สหกรณ์คือการลดการใช้ทรัพยากรซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง การจัดทำรูปแบบการจัดการทรัพยากรเป็นการหาแบบที่เหมาะสมในการจัดการทรัพยากรของสหกรณ์เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับสหกรณ์ที่ทำได้ดีที่สุดในกลุ่ม

เบนช์มาร์กกิ้ง (Benchmarking) เป็นกระบวนการในการวัดและเปรียบเทียบ ผลิตภัณท์ บริการและวิธีปฏิบัติ เทียบกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่าหรือทำได้ดีที่สุด เพื่อให้ทราบว่าผู้ปฏิบัติที่ดีนั้นมีแนวทางปฏิบัติอย่างไร ตัวเองอยู่ในระดับใดและต้องปรับปรุงอะไรบ้างเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่เป็นเลิศเหล่านั้น หลังจากนั้นคือการนำผลการมาเปรียบเทียบและแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศมาประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเองเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการใช้ทรัพยากรในการผลิตของสหกรณ์โรงอบ/รมยางในเขตจังหวัดสงขลาและรวบรวมแนวทางปฏิบัติที่ดีเพื่อนำมาจัดทำรูปแบบการจัดการทรัพยากรตามแต่ละตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้น หลังจากนั้นสหกรณ์นำแนวทางปฏิบัติจากสหกรณ์ที่มีแนวทางปฏิบัติที่ดีมาปรับปรุงการใช้ทรัพยากรของตนเองให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นอันจะนำมาซึ่งการลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว และเป็นตัวอย่างให้สหกรณ์อื่นนำไปปรับปรุงการใช้ทรัพยากรของตนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

1.2 การตรวจเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือ วารสาร เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการทรัพยากรของสหกรณ์โรงอบ/รมยางภายใต้การดูแลของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัด โดยผู้วิจัยจะนำเสนอเนื้อหาในหัวข้อตามลำดับต่อไปนี้

- สหกรณ์โรงอบ/รมยาง
- ลักษณะการดำเนินงานของสหกรณ์โรงอบ/รมยาง
- กระบวนการผลิตยางแผ่นรมควัน
- ความหมาย ประเภทเบนซ์มาร์กกิ่งและขั้นตอนการทำเบนซ์มาร์กกิ่ง
- ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของกำไร
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 สหกรณ์โรงอบ/รมยาง

วินัย อัจจงหาญและกฤตยา พรรคอนันต์ (2540) ได้สรุปการดำเนินงานของสหกรณ์โรงอบ/รมยางดังนี้

1.2.1.1 นโยบาย

จากวิกฤตการณ์ราคายางพาราตกต่ำอย่างมากติดต่อกันตั้งแต่ปี 2534 จนถึงปี 2535 ทำให้เกษตรกรชาวสวนยางพาราได้รับความเดือดร้อนและเรียกร้องให้รัฐแก้ปัญหาดังกล่าว คณะกรรมการวิสามัญได้นำเสนอเพื่อพิจารณาแก้ปัญหาราคายางพาราต่อสภาผู้แทนราษฎรในการประชุมครั้งที่ 6 เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2535 และมีมติมอบหมายให้กรมส่งเสริมสหกรณ์จัดทำแผนงานเพื่อจัดตั้งเป็นโครงการขึ้นมาเพื่อรวบรวมเกษตรกรชาวสวนยางรายย่อยตั้งเป็นสหกรณ์อย่างเร่งด่วน และมีความคาดหวังจะใช้วิธีการดำเนินงานของสหกรณ์เข้าไปแก้ปัญหาดังกล่าว

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้จัดทำโครงการส่งเสริมการจัดตั้งสหกรณ์ในกลุ่มผู้ผลิตยางพาราเป็นโครงการระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2537-2541) เสนอรัฐบาลในปีงบประมาณ 2537 ได้รับอนุมัติดำเนินการ โดยให้กรมสหกรณ์ในกลุ่มผู้ผลิตยางพารา ใช้ชื่อสหกรณ์ว่า “สหกรณ์กองทุนสวนยาง...จำกัด”

1.2.1.2 เป้าหมายโครงการและหน่วยงานรับผิดชอบ

โครงการดังกล่าวมีพื้นที่เป้าหมาย 14 จังหวัดในภาคใต้ 4 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จันทบุรี ระยอง ตราด และชลบุรี, 5 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ สุรินทร์ ศรีสะเกษ มุกดาหาร สกลนคร และหนองคาย และ 1 จังหวัดในภาคตะวันตก คือ กาญจนบุรี โดยมีหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบให้คำแนะนำ/ปรึกษาแก่สหกรณ์มีดังนี้

- สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
- กรมส่งเสริมสหกรณ์
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
- สถาบันวิจัยยาง

จุดมุ่งหมายในการก่อตั้งสหกรณ์คือให้มีสหกรณ์มีโรงอบ/รมยาง สามารถผลิตและจำหน่ายยางในรูปแบบแผ่นรมควันที่มีราคาสูงกว่าแทนที่จะจำหน่ายในรูปแบบแผ่นดิบแต่หลังจากสร้างโรงอบ/รมยางแล้วเสร็จ ได้ทำการสำรวจพบว่าในปี 2540 มีโรงรมยางที่ใช้การไม่ได้ถึงร้อยละ 33.81 ของโรงรมยางที่สร้างขึ้น (กองตรวจบัญชี 2 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์) และร้อยละ 50 ของโรงรมยางขาดแหล่งน้ำใช้ นั่นแสดงว่าแหล่งที่ตั้งของโรงรมไม่เหมาะสม และร้อยละ 20 ของโรงรมไม่มีเชื้อเพลิง ดังที่ปรากฏในรายงานผลการดำเนินงานของสหกรณ์ปี 2538-2539 (ปีทางบัญชีสหกรณ์ ตั้งแต่ 1 เมษายน 2538 ถึง 30 มีนาคม 2539) ซึ่งพบว่าจากการตรวจสอบบัญชีของกรมตรวจบัญชี จำนวนสหกรณ์ทั้งสิ้น 630 สหกรณ์ มีสหกรณ์ที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจมากถึงร้อยละ 65 หรือจำนวน 410 สหกรณ์

1.2.2 ลักษณะการดำเนินงานของสหกรณ์โรงอบ/รมยาง

1.2.2.1 การสร้างโรงงานและแนวคิดการดำเนินงาน

หลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายให้สร้างสหกรณ์โรงอบ/รมยางขึ้นเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรเจ้าของสวนยาง โดยมีการรวมกลุ่มสมาชิกจำนวน 30-100 คน มีเนื้อที่สวนยางที่เปิดกรีดรวมกันไม่น้อยกว่า 3,000 ไร่ และมีการดำเนินการโดยรับซื้อน้ำยางสดของสมาชิก เพื่อนำมาผลิตเป็นยางแผ่นรมควันหรือยางอบแห้ง โดยรัฐบาลสนับสนุนงบประมาณการก่อสร้างอาคารและวัสดุอุปกรณ์ เกษตรกรร่วมกันจัดหาดินไม่น้อยกว่า 2 ไร่โดยไม่คิดค่าตอบแทนและยกให้เป็นกรรมสิทธิ์ของสหกรณ์ สมาชิกรวบรวมทุนในลักษณะการถือหุ้นเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ถ้าหากการดำเนินงานล้มเหลว ด้วยเหตุใดก็ตามจนถึงขั้นต้องชำระบัญชีเลิกสัมกิจการสหกรณ์กองทุนสวนยางยังมีสิทธิ์ที่จะคัดเลือกกลุ่มเจ้าของสวนยางอื่นมาบริหารต่อไปได้

1.2.2.2 บทบาทของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

รัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยงานต่างๆ ที่สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เข้าไปมีส่วนรับผิดชอบในการดำเนินการเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรอย่างแท้จริง แต่ละหน่วยงานจะมีบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

- 1) สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
 - จัดตั้งกลุ่มพัฒนาสวนสงเคราะห์
 - ควบคุมการก่อสร้างโรงอบ/รมยาง
 - กำกับ แนะนำ การจัดการด้านเทคนิคการผลิต และการตลาดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับยางพารา
 - จัดเจ้าหน้าที่เข้าไปช่วยเหลืองานด้านบัญชีให้สหกรณ์ในระยะแรกที่สหกรณ์ยังไม่มีพนักงานบัญชี
 - ให้การอบรมและฝึกงานด้านการผลิต และการตลาดแก่กรรมการสหกรณ์
- 2) กรมส่งเสริมสหกรณ์
 - จัดตั้งสหกรณ์
 - กำกับ แนะนำ และส่งเสริมการดำเนินการของสหกรณ์ตามอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ ตามกฎหมาย ข้อบังคับและระเบียบของสหกรณ์
 - กำกับ แนะนำ ในด้านการบริหารธุรกิจด้านการตลาด ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตลาดยางพารา โดยประสานงานกับสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง
 - ให้การศึกษา อบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการดำเนินการ และพนักงานสหกรณ์ ในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์
 - ระดมทุน และจัดหาแหล่งเงินกู้ให้แก่สหกรณ์
- 3) กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
 - วางระบบบัญชีและจัดทำคู่มือระบบบัญชีแก่สหกรณ์กองทุนสวนยาง
 - ให้การศึกษาอบรมด้านบัญชี การเงิน แก่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์เจ้าหน้าที่กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง และคณะกรรมการสหกรณ์
 - ตรวจสอบแนะนำการเงินและบัญชี

4) สถาบันวิจัยยาง

- แสดงความเห็นในงบการเงินประจำปีของสหกรณ์ เทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยาง

1.2.3 กระบวนการผลิตยางแผ่นรมควันในสหกรณ์โรงอบ/รมยาง

กระบวนการผลิตยางแผ่นรมควันในสหกรณ์โรงอบ/รมยางมี 3 ขั้นตอนหลักดังนี้ (คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2545)

1.2.3.1 การรวบรวมน้ำยางก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต

ขั้นตอนนี้ครอบคลุมตั้งแต่การรับซื้อน้ำยางสดจากสมาชิกสหกรณ์ จนกระทั่งเทน้ำยางลงบ่อพักน้ำยางสดก่อนปล่อยน้ำยางลงสู่ตะก ในขั้นตอนนี้อาจเป็นต้นเหตุทำให้ยางแผ่นรมควันที่ได้มีคุณภาพต่ำเนื่องจากคุณภาพของน้ำยางสดที่รับซื้อจากสมาชิกเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพยางแผ่นรมควันที่ผลิตได้ สมาชิกบางรายนำน้ำยางสดที่ไม่ได้คุณภาพมาจำหน่ายให้สหกรณ์ เช่น มีการผสมน้ำในน้ำยางสด ผสมสิ่งปลอมปนไม่พึงปรารถนาเช่น แอมโมเนียหรือโซดาไฟเพื่อป้องกันการจับตัวของน้ำยาง เมื่อสหกรณ์นำน้ำยางสดที่ไม่ได้คุณภาพไปผสมกับน้ำยางสดที่มีคุณภาพดีทำให้น้ำยางสดรวมมีคุณภาพลดลง ดังนั้นกลยุทธ์การควบคุมคุณภาพน้ำยางสดที่สมาชิกนำมาส่งจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

ในขั้นตอนนี้ทางสหกรณ์จะทำการหาความเข้มข้นของน้ำยางเพื่อจ่ายค่าตอบแทนให้แก่สมาชิก โดยการคำนวณเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งหรือ %DRC ปัจจุบันวิธีการหาความเข้มข้นเนื้อยางในน้ำยางสดมีอยู่ 2 วิธี คือ การใช้เครื่องมือวัดที่เรียกว่า “เมโทรแลค” และ “การอบแห้ง” การใช้เมโทรแลควัดความเข้มข้นของน้ำยางทำโดย ตักน้ำยางมาประมาณ 1 ส่วน ผสมกับน้ำสะอาด 2 ส่วน กวนให้เข้ากันดีแล้วเทส่วนผสมนี้ลงในกระบอกแก้วทรงสูงความจุ 1ลิตร จนเต็มกระบอกค่อยๆ หย่อนเมโทรแลคลงในกระบอกน้ำยางรอให้ก้านเมโทรแลคหยุดนิ่ง แล้วจึงอ่านค่า นำค่าที่อ่านได้คูณด้วย 3 และหารด้วย 10 ซึ่งจะได้ %DRC ของน้ำยางสด การหาความเข้มข้นของน้ำยางโดยวิธีนี้ทำให้ทราบ %DRC อย่างรวดเร็วแต่อาจผิดพลาดได้ง่าย และต้องอาศัยความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างสมาชิกที่นำน้ำยางมาขายกับผู้ที่ทำหน้าที่อ่านค่า %DRC จากเมโทรแลคเป็นสำคัญ ส่วนการหาความเข้มข้นของน้ำยางโดยการอบแห้งนั้น ใช้น้ำยาง 20 กรัม ผสมกรดฟอร์มิก 2% จำนวน 1 ซ้อนชา กวนให้เข้ากันแล้วปล่อยให้แห้งตัวเพื่อนำไปรีดเป็นแผ่นเล็กๆ บางๆ แล้วนำไปอบแห้งต่อไป วิธีนี้ช่วยให้ทราบ %DRC ที่ใกล้เคียงความจริงที่สุดแต่มีข้อเสียเนื่องจากต้องอบทิ้งไว้เป็นเวลา 1 คืนทำให้สมาชิกต้องรอรับเงินค่าน้ำยางของตนในวันถัดไป

1.2.3.2 กระบวนการทำแผ่นยางและการรมควัน

หลังจากรับน้ำยางสดจากสมาชิก เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์เทน้ำยางสดลงในบ่อพักน้ำยางสดก่อนปล่อยลงตะกอน น้ำยางของสมาชิกแต่ละคนที่เทลงในบ่อพักน้ำยางสดจะนำมาคำนวณ %DRC รวมอีกครั้ง ก่อนนำน้ำยางลงสู่ตะกอนและต้องมีการกำหนดสัดส่วนระหว่างน้ำยางกับน้ำสะอาดตามความผันแปรของความเข้มข้นของเนื้อยางในน้ำยาง ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{ปริมาณน้ำยางสดต่อ 1 ตะกอน} = \frac{\text{(ความจุของตะกอน)} \times \text{ความเข้มข้นที่ต้องการ}}{\text{เปอร์เซ็นต์ความเข้มข้นของน้ำยางสดเฉลี่ย}}$$

โดย ความจุของตะกอน = 33 ซีด หรือ 215 ลิตร
 ความเข้มข้นสุดท้ายที่ต้องการในตะกอน = 15 % (ค่ามาตรฐาน)
 เปอร์เซ็นต์ความเข้มข้นของน้ำยางสดเฉลี่ย = %DRC รวมของน้ำยางที่จะทำการผลิต
หมายเหตุ ที่ผนังของตะกอนจะมีขีดบอกระดับที่ใช้ประมาณปริมาณน้ำ / น้ำยาง ที่ใช้ในการผลิต

เมื่อทราบสัดส่วนที่ต้องผสมน้ำกับน้ำยางแล้วขั้นตอนต่อไปคือการทำแผ่นซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

- 1) การผสมน้ำกรดฟอร์มิคเพื่อให้ยางแข็งตัว สำหรับการทำยางแผ่นรมควัน 1 ตะกอนจะใช้สารละลายกรดฟอร์มิคความเข้มข้น 90 % จำนวน 250 ซีซี ลงในน้ำสะอาดจำนวน 7 ลิตร (คณะวิศวกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2545) ผสมให้เข้ากันแล้วนำไปเทในตะกอนต่อไปอีก 2-3 เทียวจนแน่ใจว่ากรดคลุกเคล้ากับเนื้อยางดีแล้วจึงหยุดกวน สำหรับฟองที่เกิดขึ้นในตะกอนงานจะใช้แผ่นเสียบกวาดฟองไปด้านท้ายของตะกอนแล้วคัดออกใส่ภาชนะเพื่อนำไปขายเป็นเศษชียาง
- 2) ใส่แผ่นเสียบให้ตรงกับช่องเสียบแต่ละช่องและต้องแน่ใจว่าแผ่นเสียบด้านล่างได้เสียบลงถึงช่องเสียบที่พื้นตะกอนทุกช่อง มิฉะนั้นขนาดของแผ่นยางที่ได้จะไม่เท่ากัน รอให้ยางแข็งตัวใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมงหลังการใส่น้ำกรด คนงานฉีดน้ำสะอาดลงในตะกอนให้น้ำท่วมยางทุกส่วนเพื่อป้องกันผิวยางเป็นสีคล้ำอันเนื่องมาจากผิวที่แห้งหรือการทำปฏิกิริยาเมื่อถูกอากาศ
- 3) ยกยางจากตะกอนลงในรางลำเลียงยางที่อยู่กลางห้อง ซึ่งใส่น้ำสะอาดเตรียมไว้เพื่อล้างยางและลำเลียงยางให้ลอยไปปลายรางใกล้จักรรีดยาง
- 4) การรีดยางจะใช้จักรรีดยางซึ่งมี 2 แบบคือ แบบใช้มอเตอร์ไฟฟ้า และ แบบใช้เครื่องยนต์ดีเซล ซึ่งแผ่นยางที่รีดได้มีความหนาประมาณ 2-3 มิลลิเมตร แผ่นยางที่ออกจากจักรรีด

จะตกลงในอ่างรองรับที่มีน้ำข้างบริเวณด้านหลังจักรรีด คนงานนำแผ่นยางไปพาดบนราวไม้ไผ่รวก ปล่อยให้ยางสะเด็ดน้ำสัก 1 คืน ก่อนเข้าห้องรมเพื่อลดปัญหาความชื้นในห้องรมควันมากเกินไป

5) ในขั้นตอนของการรมควันยางต้องควบคุมอุณหภูมิในห้องรมให้อยู่ในระดับ 50-70 องศาเซลเซียส (สูงสุดไม่เกิน 70 องศาเซลเซียส) ถ้าอุณหภูมิสูงเกินไปอาจทำให้แผ่นยาง เกรียมต้องตัดทิ้งภายหลังหรือในกรณีที่รุนแรงแผ่นยางอาจจะหลอมและทำให้เกิดไฟไหม้ภายใน ห้องรมควัน แต่ถ้าอุณหภูมิต่ำเกินไปอาจทำให้แผ่นยางไม่สุกและต้องตัดทิ้งเป็นยางคัตติ้งภายหลัง

1.2.3.3 การคัดชั้นยาง

การคัดชั้นยางเป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการผลิตยางแผ่นรมควัน เป็นการนำ ยางแผ่นรมควันที่ได้มาตัดสิ่งปลอมปน ฟองอากาศ ยางส่วนที่ยังไม่สุก และส่วนที่ไหม้ ออกจาก แผ่นยางแล้วทำการคัดชั้นยางโดยใช้การมองด้วยสายตาเป็นเกณฑ์ตัดสิน เมื่อทำการตัดตำหนิบน แผ่นยางออกจะช่วยเพิ่มคุณภาพของยางแผ่นรมควันให้ดีกว่าเดิม สำหรับพื้นที่ห้องเก็บยางควรมีการ ปูเสื่อน้ำมันเพื่อให้พื้นที่ใช้วางยางสะอาด รักษาความสะอาดได้ง่ายขึ้นและป้องกันความชื้นจากพื้น มาตรฐานการจัดชั้นคุณภาพและการหีบห่อยางธรรมชาติจากหนังสือ International Standards of Quality and Packing for Natural Rubber Grades หรือที่เรียกโดยทั่วไปว่าสมุดปกเขียว (Green Book) ได้กำหนดยางแผ่นรมควันไว้ 5 ชั้นดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 ข้อกำหนดยางแผ่นรมควันชั้นต่างๆ ที่อ้างตาม Green Book

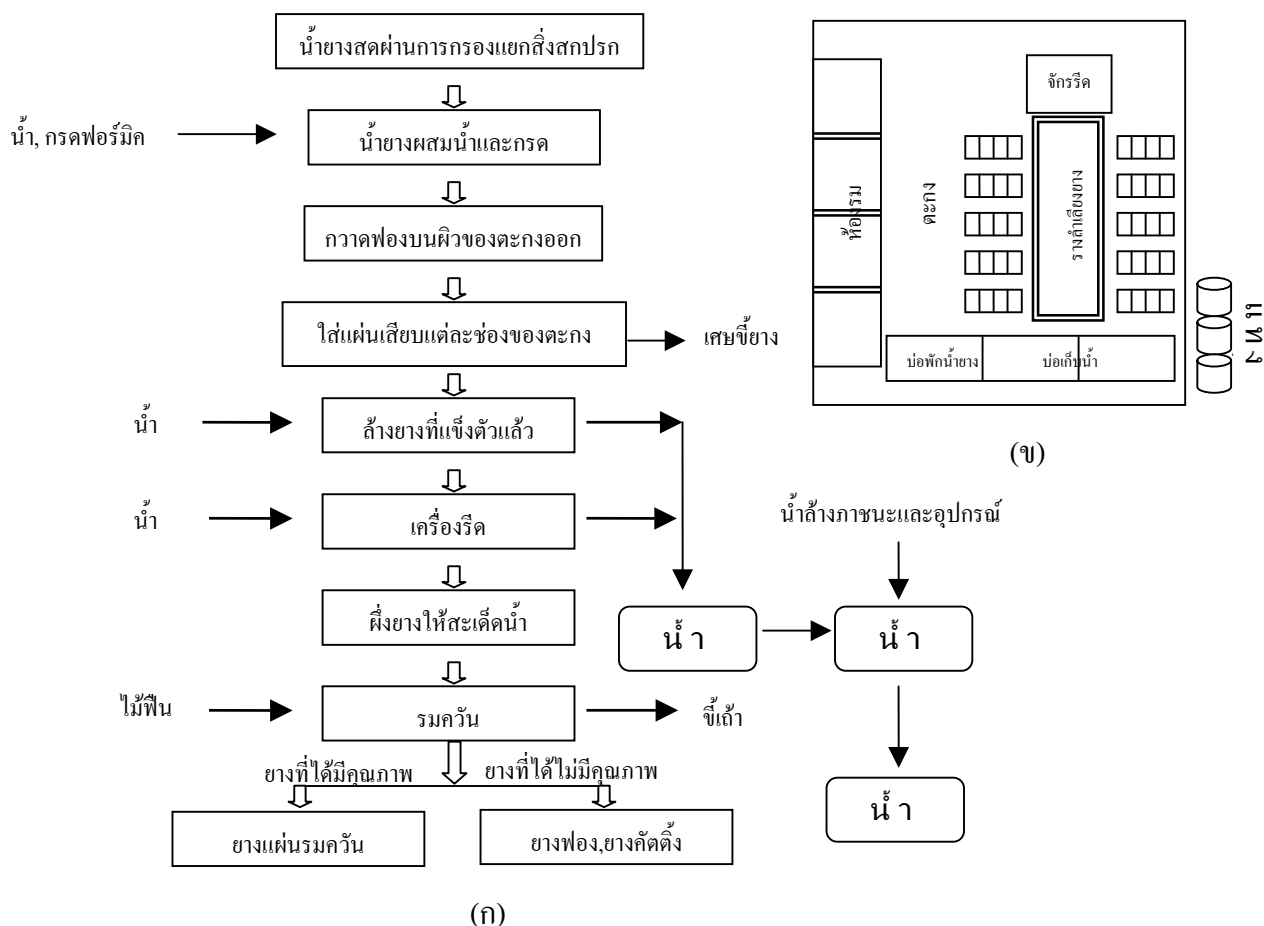
ชั้นยาง	การหีบห่อ	ยางเสียปลอมปน	คุณสมบัติยางแผ่น
ชั้น 1 พิเศษ (NO.1RSS XL)	แต่ละก้อนต้องไม่มีรา แต่ขณะส่งมอบอนุญาต ให้มีราแห้งจำนวนเล็กน้อยบนผิวก้อนที่ติดกับ แผ่นยางที่ห่อได้	ต้องไม่มียางที่เป็นรอย ไหม้เป็นจุดๆ หรือเป็น แถบๆ ไม่มียางข้อยหรือ ยางเยิ้ม ไม่มียางอ่อนรม ไม่มียางแกร่ม ไม่มียางขุ่น มัว ไม่มียางไหม้	แผ่นยางต้องแห้งสนิท สะอาดและดูแข็งแรง คง ทนปราศจากข้อตำหนิ ใดๆ อันได้แก่ สิ่งแปลก ปลอมเจือปน ราสนิม ยางพอง ดินหรือทราย สิ่งสกปรกเจือปนอื่นๆ อนุญาตให้มีฟองอากาศ ขนาดปลายเข็มได้

ตารางที่ 1-1 (ต่อ)

ชั้นยาง	การหีบห่อ	ยางเสียบปลอมปน	คุณสมบัติยางแผ่น
ชั้นที่ 1 (NO.1 RSS)	เหมือนชั้น 1 พิเศษ	เหมือนชั้น 1 พิเศษ	เหมือนชั้น 1 พิเศษ ต่างกันที่อนุญาตให้มีตำหนิเปลือกไม้และฟองอากาศได้เล็กน้อย
ชั้นที่ 2 (NO.2 RSS)	อนุญาตให้มีราสนิมหรือราแห้งได้ไม่เกิน 5 %	เหมือนชั้น 1 พิเศษ และชั้นที่ 1	เหมือนชั้นที่ 1
ชั้นที่ 3 (NO.3 RSS)	อนุญาตให้มีราสนิมหรือราแห้งได้ไม่เกิน 10 %	เหมือนชั้น 1 พิเศษและชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2	เหมือนชั้นที่ 1 และชั้นที่ 2 แต่ยินยอมให้ยางแผ่นคู่ไม่ค่อยสะอาดขึ้นเล็กน้อย
ชั้นที่ 4 (NO.4 RSS)	อนุญาตให้มีราสนิมหรือราแห้งได้ไม่เกิน 20 %	เหมือนชั้น 1 พิเศษและชั้นที่ 1 ชั้นที่ 2 ชั้นที่ 3	เหมือนชั้นที่ 3 และอนุญาตให้มีตำหนิเปลือกไม้ ฟองอากาศสิ่งเจือปน โปร่งแสงเหนียวเล็กน้อยยางแกร่งได้
ชั้นที่ 5 (NO.5 RSS)	อนุญาตให้มีราสนิมหรือราแห้งไม่เกิน 20 %	จะต้องไม่มียางที่มีรอยไหม้เป็นจุดๆ หรือเป็นแถบๆ ไม่มียางข้อยหรือยางเยิ้ม ไม่มียางไหม้ อนุญาตให้มียางอ่อนรมได้เล็กน้อย อนุญาตให้มียางแกร่งได้เล็กน้อย	ยางแผ่นจะต้องแห้งสนิท อนุญาตให้มีตำหนิเปลือกไม้ ฟองอากาศยางพองได้เล็กน้อย

ที่มา : สถาบันวิจัยยาง, 2542

จากขั้นตอนการผลิตยางแผ่นรมควันพบว่า มีของเสียเกิดขึ้นในจุดต่างๆ ดังนี้ 1) ขั้นตอนการผลิตและการล้างภาชนะ อุปกรณ์หลังทำการผลิตแล้วเสร็จ 2) เศษขี้ยางจากการกวาดฟองยางในตะกวด และ 3) ขี้เถ้าจากเตารมควันแสดงในภาพประกอบที่ 1-1



ภาพประกอบที่ 1-1 วิธีการผลิตยางแผ่นรมควันของสหกรณ์: (ก) ทรัพยากรที่ใช้และของเสียที่เกิดขึ้นในการผลิต และ (ข) แผนผังในสหกรณ์

1.2.4 เบนช์มาร์กิ้ง (Benchmarking)

1.2.4.1 ความหมายเบนช์มาร์กิ้ง

David T. Kearns อดีตหัวหน้าคณะผู้บริหารของบริษัท Xerox กล่าวว่า เบนช์มาร์กิ้ง เป็นกระบวนการวัดค่าอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการและวิธีการประกอบธุรกิจ โดยการเปรียบเทียบกับบริษัทที่เป็นคู่แข่งโดยตรง หรือที่เป็นผู้นำในกิจการแบบเดียวกัน (Camp, 1992)

เบนช์มาร์กิ้ง เป็นกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่ทำให้เรารู้จักตัวของเราเอง พิจารณา วิเคราะห์ว่าตัวของเราเองเป็นอย่างไร อยู่ที่ใดเมื่อเปรียบเทียบกับคนที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรม

กรรมหรือโลก ว่าต่างกันราวกับฟ้าดินเพียงใด แล้วกำหนดการเดินทาง กรรมวิธีที่จะปรับสภาพกระบวนการต่างๆ ทางธุรกิจเพื่อให้อยู่ในแนวหน้า เท่ากับ หรือดีกว่าคนที่เก่งที่สุดในปัจจุบัน (พีรศักดิ์ วรรณทรโรสถ, 2542)

เบนซ์มาร์กกิ้ง เป็นกระบวนการที่เป็นระบบและต่อเนื่องในการประเมินผลผลิต บริการ กระบวนการและกระบวนการทำงานขององค์กรเปรียบเทียบกับผลผลิต บริการกระบวนการและกระบวนการทำงานอื่นที่เป็นเลิศ ซึ่งสามารถใช้เป็นตัวแทนของวิธีการที่ดีที่สุด เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการปรับปรุงองค์กร (สุรศักดิ์ เจตสุรگانต์ และบุษบา เจริญผล, 2542)

เบนซ์มาร์กกิ้ง เป็นกระบวนการของการเปรียบเทียบระหว่างผลผลิต บริการ และวิธีการปฏิบัติของบริษัท เปรียบเทียบกับของบริษัทคู่แข่ง ที่เหนือเราที่สุดหรือเป็นบริษัทที่อยู่ในระดับแนวหน้า (นริณี ชวนเกริกกุล, 2543)

เบนซ์มาร์กกิ้ง เป็นกระบวนการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีปฏิบัติเทียบกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่าหรือทำได้ดีที่สุด เพื่อนำผลการเปรียบเทียบและแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงองค์กรของตนเองเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจ (พงษ์วิภา หล่อสมบุญ และคณะ, 2545)

เบนซ์มาร์กกิ้ง เป็นกระบวนการที่เป็นระบบในการค้นหาและเรียนรู้วิธีการในการปฏิบัติที่ดีที่สุดเข้ามาใช้ภายในองค์กร โดยการค้นหาองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าหรือดีที่สุดที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือมีกระบวนการในการดำเนินงานที่เหมือนกับองค์กรของตน หลักการสำคัญของการทำเบนซ์มาร์กกิ้งคือพยายามทำความเข้าใจว่าองค์กรมีวิธีการอย่างไรในการปฏิบัติให้มีผลการดำเนินงานออกมาดีเลิศ (พสุ เดชะรินทร์, 2540)

กล่าวโดยสรุป เบนซ์มาร์กกิ้ง เป็นกระบวนการในการวัดหรือเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับองค์กรที่ดีกว่าหรือดีที่สุด เพื่อนำแนวทางปฏิบัติที่ดีมาใช้ในการปรับปรุงองค์กร เพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

1.2.4.2 ประเภทของการทำเบนซ์มาร์กกิ้ง

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2544) และ พงษ์วิภา หล่อสมบุญและคณะ (2545) ได้สรุปการทำเบนซ์มาร์กกิ้งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

- 1) เบนซ์มาร์กกิ้งภายในองค์กร (Internal Benchmarking)

เป็นการเปรียบเทียบวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดในด้านต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน หรือกับบริษัทที่อยู่ในเครือบริษัทเดียวกัน เพื่อทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา เช่น เปรียบเทียบการให้บริการระหว่างหน่วยงานจัดซื้อ และหน่วยงานบัญชี เป็นต้น

2) เบนซ์มาร์กิ้งเปรียบเทียบคู่แข่ง (Competitive Benchmarking)

เป็นการเปรียบเทียบกิจกรรมต่างๆ กับคู่แข่งที่มีอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันโดยตรง เพื่อให้ผู้บริหารเห็นจุดอ่อนของตน ความแตกต่างในความสามารถและศักยภาพเพื่อที่จะพัฒนาแนวปฏิบัติของตนให้เท่าเทียมแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศหรือเป็นเลิศที่สุด

3) เบนซ์มาร์กิ้งแบบเปรียบเทียบกิจกรรมเดียวกัน (Functional Benchmarking)

เป็นการเปรียบเทียบแนวปฏิบัติของกระบวนการ หรือกิจกรรมแบบเดียวกัน (Function) โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างของอุตสาหกรรม เช่น การจัดการหม้อไอน้ำในอุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์มกับการจัดการหม้อไอน้ำในอุตสาหกรรมน้ำตาล เป็นต้น

4) เบนซ์มาร์กิ้งเปรียบเทียบทั่วไป (Generic Benchmarking)

เป็นการเปรียบเทียบแนวปฏิบัติที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการเฉพาะ (Specific Process) ในกระบวนการหรือกิจกรรมกับผู้ที่เป็เลิศอย่างแท้จริงโดยมิได้คำนึงถึงประเภทของอุตสาหกรรมเป็นการนำแนวปฏิบัติหรือกระบวนการที่ต้องการปรับปรุงมาเปรียบเทียบกับกระบวนการของผู้ที่เป็นเลิศ เช่นการรับใบสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าของร้านขายหนังสือกับเฟรนไชส์พิซซา เป็นต้น เบนซ์มาร์กิ้งประเภทนี้เป็นประโยชน์ในการบริหาร และพัฒนากระบวนการต่างๆ ของธุรกิจให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

นอกจากการแบ่งประเภทเบนซ์มาร์กิ้งตามองค์กรที่นำไปเปรียบเทียบบ้างข้างต้นแล้ว ยังอาจแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการจัดทำเบนซ์มาร์กิ้ง เช่น

1) การจัดทำเบนซ์มาร์กิ้งเพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน (Result Benchmarking) เป็นการเปรียบเทียบผลลัพธ์ในการดำเนินงานเพื่อบ่งบอกถึงความแตกต่างหรือช่องว่างในผลการดำเนินงานที่องค์กรต่างๆ สามารถที่จะพัฒนาต่อไปได้อีก

2) การจัดทำเบนซ์มาร์กิ้งเพื่อเปรียบเทียบกระบวนการต่างๆภายในองค์กร (Process Benchmarking) ที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ออกมาโดยที่กระบวนการแต่ละอย่างมักจะประกอบไปด้วยวิธีการหรือขั้นตอนหลายอย่าง เป็นหมายสุดท้ายของการทำเบนซ์มาร์กิ้งประเภทนี้คือการเพิ่มขึ้นของคุณภาพหรือปริมาณของผลผลิตที่ได้

3) การจัดทำเบนช์มาร์กิ้งเพื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์หรือการบริการกับความพึงพอใจของผู้บริโภค (Performance Benchmarking) เป็นการประเมินสถานภาพทางการแข่งขันโดยพิจารณาหรือเปรียบเทียบในด้านของสินค้าและบริการ ซึ่งจะครอบคลุมในเรื่องของราคา คุณภาพการใช้งานและลักษณะของสินค้าหรือบริการ ความรวดเร็ว หรือความเชื่อถือถนทาน เช่น การเปรียบเทียบระหว่างสินค้าและบริการโดยตรง

4) การจัดทำเบนช์มาร์กิ้งเพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างองค์กร (Strategy Benchmarking) เบนช์มาร์กิ้งประเภทนี้จะไม่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมมากนักแต่จะให้ความสนใจกับกลยุทธ์ที่องค์กรใช้เพื่อนำไปใช้และประสบผลสำเร็จในการแข่งขัน

1.2.4.3 วัตถุประสงค์ของการทำเบนช์มาร์กิ้ง

Bendell (1997) ได้สรุปวัตถุประสงค์ของการทำเบนช์มาร์กิ้งไว้ว่าเป็นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานโดยการเปรียบเทียบกับองค์กรภายนอกหรือคู่แข่งเพื่อหาวิธีการที่เหมาะสมหรือวิธีที่คู่แข่งใช้จนประสบผลสำเร็จมาแล้วมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการของตนเอง

1.2.4.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำเบนช์มาร์กิ้ง

Bendell (1997) ได้สรุปประโยชน์ที่ได้รับจากการทำเบนช์มาร์กิ้งไว้ว่าการทำเบนช์มาร์กิ้งไม่ใช่การลอกเลียนแบบวิธีที่คนอื่นปฏิบัติ แต่เป็นการศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดจากองค์กรคู่แข่งหรือองค์กรภายนอก หลังจากนั้นทำความเข้าใจแล้วจึงประยุกต์ใช้กับองค์กรของตน เพื่อให้ได้ผลดังนี้

- 1) ช่วยปรับปรุงคุณภาพขององค์กร
- 2) นำไปสู่การลดต้นทุน/ค่าใช้จ่ายส่วนต่างๆ
- 3) กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ สร้างวัฒนธรรมและแนวคิดใหม่ๆ
- 4) ยกระดับการปฏิบัติงานตามศักยภาพสูงสุดขององค์กร

1.2.4.5 เหตุผลในการทำเบนช์มาร์กิ้ง

ณัฐพันธ์ เจริญนันท (2544) ได้สรุปสาเหตุสำคัญที่องค์กรธุรกิจต่างให้ความสำคัญกับการทำเบนช์มาร์กิ้งได้ดังต่อไปนี้

- 1) ทำให้ธุรกิจรู้จักตนเองมากขึ้นจากผลการวัดการดำเนินงานเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นที่มีการทำงานที่ดี (ที่สุด) จะทำให้เราเห็นความแตกต่างของวิธีการปฏิบัติเทียบกับองค์กรที่มีวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด
- 2) เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเองอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรมที่สามารถวัดและตรวจสอบได้ มิใช่เพียงแต่นึกหรือคิดเอาเองเท่านั้นเพราะการทำ Benchmarking ที่ดีต้องมีการทำอย่างต่อเนื่องจึงจะเกิดผลดีที่สุด
- 3) เป็นการสั่งสมความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่จะเป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหขององค์กรในอนาคต โดยการนำวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดมาประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนเอง
- 4) เป็นเครื่องมือในระดับกลยุทธ์ที่จะพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร มิใช่เทคนิคการปฏิบัติ เพื่อสร้างคุณภาพและผลิตภาพในการผลิตและการบริการเท่านั้น

1.2.4.6 ขั้นตอนในการทำเบนซ์มาร์กกิ้ง

จากการศึกษาขั้นตอนการทำเบนซ์มาร์กกิ้งพบว่าขั้นตอนการทำเบนซ์มาร์กกิ้งนั้นอาจมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละองค์กร โดยขั้นตอนเริ่มจากการวิเคราะห์การดำเนินงานภายในองค์กรของตนเองโดยเลือกพิจารณาในกระบวนการใดกระบวนการหนึ่ง จากนั้นหาองค์กรอื่นที่ประสบผลสำเร็จหรือเป็นที่ยอมรับในกระบวนการนั้นเพื่อทำการลดช่องว่าง (GAP) กับองค์กรอื่นลง โดยขั้นตอนที่สำคัญในการทำเบนซ์มาร์กกิ้งมีดังนี้

- 1) การสรรหาและการกำหนดว่ากิจกรรมหรือกระบวนการใดภายในองค์กร ที่การทำเบนซ์มาร์กกิ้งจะเข้าไปช่วยเพิ่มพูนประสิทธิภาพโดยจะต้องระบุให้ได้ว่าจะทำการพัฒนาหรือปรับปรุงในส่วนไหน เช่น กิจกรรมหรือกระบวนการในการทำงานด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าไม่มีทุนทรัพย์หรือเวลาอย่างเพียงพอที่จะทำได้ครบทุกกิจกรรม ดังนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทราบว่ากิจกรรมใดที่เมื่อทำเบนซ์มาร์กกิ้งแล้วจะทำให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาอันนำไปสู่การเพิ่มพูนความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยส่วนใหญ่จะเน้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการประหยัดของต้นทุนหรือลดค่าใช้จ่าย

นอกจากการเลือกกิจกรรมที่จะทำเบนซ์มาร์กกิ้งแล้วผู้บริหารต้องเลือกทีมงานที่จะทำเบนซ์มาร์กกิ้งด้วย การมีบุคคลที่เหมาะสมอยู่ในทีมจะช่วยเพิ่มโอกาสให้การทำเบนซ์มาร์กกิ้งประสบผลสำเร็จหลังจากคัดเลือกทีมงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปในการวางแผนได้แก่การกำหนดตารางการศึกษาให้มีความเหมาะสมกับกิจกรรมที่จะดำเนินการ เพื่อให้มีความชัดเจนถึงขั้นตอน กระบวนการและรายละเอียดเกี่ยวกับการศึกษารวมทั้งการมอบหมายที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

2) พิจารณาว่าอะไรคือปัจจัยหลักที่มีความสำคัญ เป็นการวิเคราะห์ถึงกิจกรรม ความเคลื่อนไหวของกระบวนการ หรือปัจจัยในการวัดผล การดำเนินงานที่ต้องการและการ ประเมินการดำเนินงานขององค์กรตนเองโดยเฉพาะในส่วนที่ต้องการปรับปรุง และต้องระลึกไว้ว่า สิ่งที่ได้จากการทำเบนช์มาร์กก็คือการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จมากกว่าตัวเลขที่ได้จากการ ดำเนินงาน

3) การสรรหาและกำหนดองค์กรอื่น ที่มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้นำในกิจกรรม หรือกระบวนการนั้นๆ การเลือกองค์กรใดที่จะทำการศึกษานั้นขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการปรับปรุง ซึ่ง อาจทำการเปรียบเทียบกับคู่แข่งโดยตรงที่มีกิจกรรมเหมือนกันหรืออาจเลือกจากองค์กรนอกอุตสาหกรรมที่มีกิจกรรมหรือกระบวนการในลักษณะคล้ายๆ กัน

4) ตรวจสอบ วิเคราะห์ถึงกิจกรรมและกระบวนการในองค์กรทั้งในเชิงตัวเลข และเชิงคุณภาพซึ่งรวมถึงสาเหตุและวิธีการที่องค์กรเหล่านั้นสามารถดำเนินกิจกรรมนั้นๆ ได้บรรลุ เป้าหมายหรืออีกนัยหนึ่งขั้นตอนนี้คือการรวบรวมข้อมูลนั่นเอง การเก็บข้อมูลสามารถแบ่งเป็น 2 แบบ คือ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภายในองค์กรเอง และ 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภายนอกองค์กร เช่น การข้อมูลที่มีการพิมพ์เผยแพร่ตลอดจนการสัมภาษณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

5) วัดผลการดำเนินกิจกรรม ขององค์กรตนเองเทียบกับองค์กรเป้าหมาย เพื่อให้ ทราบช่องว่าง (Gap) ระหว่างองค์กรของตนกับองค์กรที่มีแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศ พร้อมทั้ง วิเคราะห์สาเหตุเพื่อกำหนดแผนในการปรับปรุงต่อไป

6) สร้างแผนงานในการดำเนินงาน ให้บรรลุเป้าหมายโดยนำผลที่ได้จากการ ศึกษาามาประยุกต์ใช้ โดยมีการปรับปรุงกระบวนการหรือกิจกรรมเดิมโดยอาศัยจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มา

7) ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการ ศึกษาผลการดำเนินงานก่อนและหลัง เพื่อทำการปรับแก้และทบทวนกระบวนการดำเนินการในกรณีที่ผลการดำเนินการยังไม่เป็นที่พอใจ และสรุปผลการดำเนินงานต่อผู้บริหาร

1.2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของกำไรของสหกรณ์

จากการตรวจสอบเอกสารและสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของกำไรของสหกรณ์โรงอบ/ รมยางในเชิงธุรกิจและสังคมมีดังนี้

1.2.5.1 ลักษณะ สมาชิก คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

สมาชิก เกี่ยวข้องกับลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมเกี่ยวกับอายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ แรงงาน ความสะดวกในการนำวัตถุดิบสู่สหกรณ์ ความรู้ความเข้าใจในอุดมการณ์ หลักการ วิธีการของสหกรณ์ ความซื่อสัตย์

คณะกรรมการ เกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถด้านการจัดการ ความซื่อสัตย์ ลักษณะความเป็นผู้นำ ความสามารถในการต่อรอง

เจ้าหน้าที่ ในที่นี้ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสหกรณ์จังหวัดสงขลา และเจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางจังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้แก่สมาชิกและคณะกรรมการรวมทั้งเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำ เป็นที่ปรึกษาในด้านต่างๆ ในการดำเนินงานของสหกรณ์โรงอบ/รม

ซึ่งบุคคลที่กล่าวในข้างต้นถ้าหากขาดความรับผิดชอบและไม่รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนจะก่อให้เกิดปัญหาได้

1.2.5.2 สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ได้แก่

- 1) สมาชิกมองแต่ผลประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก
- 2) สมาชิกไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ ทำให้การบริหารจัดการงานต่างๆ ของกลุ่มเป็นไปได้ไม่ดีเท่าที่ควร
- 3) สมาชิกในกลุ่มไม่เคารพในกฎระเบียบที่ได้กำหนดร่วมกัน เช่น ต้องการขายผลผลิตร่วมกันตามข้อตกลง แต่สมาชิกบางคนไม่ทำตามข้อตกลง แล้วแยกไปขายเองแม้ว่าจะได้ราคาต่ำก็ตาม เพราะต้องการเงินด่วนมาก ซึ่งเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ทำให้การบริหารจัดการของกลุ่มไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เป็นต้น
- 4) สมาชิกไม่ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมประชุม เมื่อมีการแจ้งข่าวสารต่างๆ ในที่ประชุม ทำให้สมาชิกบางส่วนไม่รับรู้
- 5) คณะกรรมการขาดความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเอง
- 6) คณะกรรมการขาดจิตสำนึกและความเอาใจใส่ในบทบาทหน้าที่ เช่น ไม่ติดตามดูสภาพปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นของสมาชิก เป็นต้น
- 7) คณะกรรมการขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการ
- 8) คณะกรรมการไม่สามารถรับผิดชอบต่อภาระงานที่มอบหมายได้อย่างเต็มที่เนื่องจากมีงานประจำ หรืองานอื่นของตนเอง

- 9) คณะกรรมการไม่สามารถจัดการเกี่ยวกับการตลาดเพื่อรองรับผลผลิตที่เกิดขึ้นของสมาชิกได้ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
- 10) เจ้าหน้าที่สหกรณ์ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำระบบการเงิน หรือบัญชี

1.2.5.3 สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ได้แก่

- 1) กลไกการตลาด ซึ่งเป็นไปตามอุปสงค์และอุปทาน ถ้าช่วงใดมีปริมาณขายแผ่นนมควั่นในท้องตลาดมาก ส่งผลให้ราคายางต่ำลง
- 2) ราคายางแผ่นนมควั่นในตลาดโลกช่วงที่มีการซื้อขาย
- 3) การแทรกแซงจากพ่อค้าคนกลางและการแทรกแซงทางการเมือง
- 4) วัตถุดิบที่นำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์มีราคาสูงขึ้นทำให้ต้นทุนสูงขึ้นตามไปด้วย เช่นราคาไม้พืนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี
- 5) เศรษฐกิจตกต่ำทำให้ราคาสินค้าทางการเกษตรตกต่ำไปด้วย
- 6) นโยบายของภาครัฐ ถ้าภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพารา ส่งผลให้ราคายางมีราคาดี
- 7) สมาชิกบางคนมีความขัดแย้งกับผู้นำของสหกรณ์

1.2.5.4 อื่นๆ

- 1) สหกรณ์ไม่มีอำนาจต่อรองในการขายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากต้องอาศัยเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต ทำให้การตัดสินใจขายยางแผ่นนมควั่นไม่ได้คำนึงถึงราคาในท้องตลาด
- 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน การบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดีพอ ระบบการผลิตยังไม่มีคุณภาพเพียงพอ และขาดการเชื่อมโยงแหล่งข้อมูล ความรู้ในการผลิต
- 3) บางครั้งเงินทุนของสหกรณ์ไม่เพียงพอ
- 4) ขาดบุคลากรที่มีความรู้ประสบการณ์ในการบริหารงาน
- 5) ฤดูกาลการผลิตยางพาราที่ไม่แน่นอน
- 6) ความชำนาญของคนงาน
- 7) ความรู้เทคโนโลยีเรื่องยางหรือการแปรรูปยางยังไม่เพียงพอ

1.2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุญอาจ กฤษณะทรัพย์ และสมพร กฤษณะทรัพย์ (2536) ได้ศึกษาต้นทุนการผลิตยางในประเทศไทยโดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิด้านราคาปัจจัยการผลิต อุปกรณ์และค่าจ้างแรงงานท้องถิ่นที่ได้จากศูนย์วิจัยยาง 3 แห่ง (สงขลา สุราษฎร์ธานี และฉะเชิงเทรา) และการเก็บสำรวจข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อนำมาวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตยาง ผลการศึกษาพบว่าต้นทุนชนิดแรกแยกเป็นต้นทุนการผลิตยางแผ่นดิบที่สวน 15.98 บาท/กก. ต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควัน 17.28 บาท/กก. นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการทำยางแผ่นยังประกอบไปด้วยค่าเสื่อมราคาโรงเรือนทำยางแผ่นจักรรีดยาง ถังร่อนน้ำยาง ตะแกรงกรองน้ำยาง ตะกบ ไม้ตากยาง ฯลฯ รวมมูลค่าเสื่อมทั้งสิ้น 0.62 บาท/กก. ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ได้แก่ ค่าน้ำกรดฟอร์มิก 0.12 บาท/กก. ค่ารมควันยาง 1.03 บาท/กก. และค่าใช้จ่ายด้านการตลาดของผู้ส่งออกถึง โกดังท่าเรือ 0.70 บาท/กก. ด้วยถึงจะเป็นต้นทุนการผลิตที่แท้จริง

สถิตย์พันธ์ ชรรณสถิตย์ (2540) ได้เสนอเทคนิคการบริหารการจัดการสหกรณ์ยาง จำกัดด้านการลดต้นทุนการผลิตโดยการรวบรวมน้ำยางสดป้อนโรงงานให้มีจำนวนสม่ำเสมอวันละ 4,500 กิโลกรัม เพื่อผลิตยางแผ่น 1,500 กิโลกรัม ชักชวนให้เจ้าของสวนยางใกล้เคียงเข้าเป็นสมาชิกของสหกรณ์ เข้มงวดและใช้มาตรการเด็ดขาดกับผู้ปลอมปนน้ำยางสด ตรวจสอบค่าเนื้อยางแห้ง (Dry Rubber Content : DRC) รวมของโรงงานทุกเช้า หาแหล่งไม้พืนราคาถูกลดค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการ โดยเลือกคนที่มีความสามารถในจำนวนที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจ ตัดค่าใช้จ่ายไม่จำเป็นของคณะกรรมการ การจ้างแรงงานประเภทฝีมือควรให้ได้รับค่าตอบแทนมากกว่างานอื่นๆ ส่วนการจ้างประเภทแรงงานให้ได้รับค่าตอบแทนที่น้อยกว่า แต่ต้องไม่ต่ำกว่าค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมาย ไม่ควรจ้างรายวันหรือรายเดือน เพราะค่าใช้จ่ายคงที่จะสูงแต่ควรจ้างแบบยึดผลงานที่ทำได้ในแต่ละวัน เป็นอัตราต่อเนื้อยางแห้งไม่เกินกิโลกรัมละ 3 บาท ใช้คนงานทั้ง 2 ประเภทรวมไม่เกิน 10 คน ส่วนเจ้าหน้าที่บัญชีซึ่งต้องอาศัยความรู้เฉพาะด้านอาจใช้วิธีการจ้างโดยสหกรณ์หลายๆ แห่งรวมกันจ้างเพียง 1 คน แนวทางการควบคุมกำหนดค่าใช้จ่ายต่อเนื้อยางแห้ง 1 กิโลกรัม คือ ค่าจ้างแรงงานรวบรวมน้ำยางจากสวนถึงโรงงาน 0.30 บาท/กก. จำนวนคนงาน 1-2 คน การทำยางแผ่นตัวอย่างและเลขทะเบียน 0.30 บาท/กก. ใช้แรงงาน 1-2 คน การทำยางแผ่นดิบ 0.60 บาท/กก. ใช้แรงงาน 4-6 คน การอบ/รมยาง 0.30 บาท/กก. ใช้แรงงาน 1-2 คน การคัดชั้นยางอัดเบลห่อพลาสติก 0.25 บาท/กก. ใช้แรงงาน 2-3 คน ค่าใช้จ่ายในการบริหาร 0.30 บาท/กก. ค่าวัสดุ 0.85 บาท/กก. รวมค่าใช้จ่ายการผลิต 2.90 บาท/กก.

อาลี หวังแอ (2544) ได้ทำการศึกษาต้นทุนการผลิตยางแผ่นรมควัน กรณีศึกษาสหกรณ์กองทุนสวนยางน้ำขาว อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา พบว่าค่าแรงงานในระบบการผลิตรวมทั้งสิ้น 465,355.01 บาท เฉลี่ยกิโลกรัมละ 3.27 บาท ในขณะที่แนวทางกำหนดค่าใช้จ่ายค่าแรงงานของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยางกำหนดไว้กิโลกรัมละ 2.90 บาท ซึ่งต้นทุนส่วนนี้สูงกว่าแนวทางค่าใช้จ่ายโดยทั่วไป 0.37 บาทต่อกิโลกรัม

พงษ์วิภา หล่อสมบูรณ์ และคณะ (2545) ได้ทำโครงการจัดทำเบนซ์มาร์กกิ่งด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย กรณีศึกษา : อุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์มดิบ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำกระบวนการเบนซ์มาร์กกิ่งมาประยุกต์ใช้จัดการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบแบบมาตรฐาน ได้แก่ การจัดการน้ำเสีย พลังงาน และกากของเสีย ในโรงงานตัวอย่างจำนวน 10 โรง จากผลการศึกษาพบว่า การทำเบนซ์มาร์กกิ่งเป็นกลยุทธ์ที่โรงงานนำสามารถจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากช่วยให้โรงงานเกิดการปรับปรุงแบบก้าวกระโดด ลดเวลาในการวิเคราะห์หรือการลงผิดลองถูก และสามารถเรียนรู้แนวปฏิบัติที่ดีจากการเยี่ยมชมโรงงานอย่างมีระบบ และนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้ในทันที โรงงานทั้ง 10 โรงงานได้แนวทางในการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในกระบวนการผลิต เช่น ลดปริมาณน้ำเสียที่เกิดขึ้นจากการใช้น้ำในกระบวนการผลิต เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากการลดน้ำมันที่สูญเสียไปกับน้ำทิ้ง เพิ่มความสามารถในการผลิตจากการลดการหยุดเดินเครื่องอย่างกะทันหัน มีการปรับปรุงระบบควบคุมที่ดีขึ้นตลอดจนการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพทำให้ลดการซื้อไฟฟ้าจากหน่วยงานภายนอกลดลง

กรรณก ลัธชนันท์ (2548) ได้ศึกษาการปรับปรุงการจัดการศึกษาของวิทยาลัยพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยใช้กระบวนการเบนซ์มาร์กกิ่ง ตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ พ.ศ. 2545 ผลการศึกษาพบว่า การจัดการศึกษาของวิทยาลัยพยาบาลในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขกับสถาบันที่มีวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดมีความแตกต่างของวิธีปฏิบัติสูงในทุกหมวด เรียงลำดับคือ สารสนเทศและการวิเคราะห์ ภาวะผู้นำ การวางแผนกลยุทธ์ การมุ่งเน้นคณาจารย์และบุคลากร การจัดการกระบวนการและการมุ่งเน้นผู้เรียน การดำเนินการจัดการศึกษาของสถาบันที่มีวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด ส่วนใหญ่มีแนวทางการปฏิบัติที่เป็นระบบ ใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ มีความพยายามที่จะให้เกิดการผสมผสานกับหน่วยงานด้านอื่น และมีการกระจายไปยังหน่วยงานหลักส่วนใหญ่ ปัจจัยเอื้อหลักที่ก่อให้เกิดวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด คือ ภาวะผู้นำและการวางแผน

กลยุทธ์ หลังจากนั้นได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการปรับปรุงการจัดการศึกษาของวิทยาลัยพยาบาล โดยใช้กระบวนการเบนซ์มาร์กิ้งเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการปรับปรุงดังนี้ 1) เร่งรัดและพัฒนาภาวะผู้นำในองค์กร อาจารย์ บุคลากรให้มีศักยภาพ 2) พัฒนาประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการด้วยการบริหารงานเชิงกลยุทธ์และการจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง 3) พัฒนาการจัดการความรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อกำหนดดำเนินงานอย่างยั่งยืน 4) เร่งรัดการประชาสัมพันธ์และขยายการศึกษาสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ 5) การพัฒนาระบบคุณภาพ 6) ทำเบนซ์มาร์กิ้งอย่างต่อเนื่อง 7) มุ่งเน้นการผลิตและพัฒนาบุคลากรและงานวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน 8) เร่งรัดพัฒนาสถาบันให้เป็นศูนย์กลางการศึกษาด้านสุขภาพในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาการใช้ทรัพยากรที่เป็นส่วนของต้นทุนผันแปรในการผลิตยางแผ่นรมควันของสหกรณ์โรงอบ/รมยางในจังหวัดสงขลา

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของกำไรของสหกรณ์โรงอบ/รมยางในจังหวัดสงขลา

1.3.3 รวบรวมแนวทางปฏิบัติที่ดีมาจัดทำรูปแบบการจัดการทรัพยากรในกระบวนการผลิตยางแผ่นรมควันของสหกรณ์โรงอบ/รมยางในจังหวัดสงขลา

1.3.4 เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเทคนิคเบนซ์มาร์กิ้งไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 พื้นที่

ตัวแทนในการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะสหกรณ์โรงอบ/รมยางในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่มีผลการปฏิบัติที่ผ่านมา (ปี 2546) ดีที่สุดใน 3 อันดับแรกตามตัวชี้วัดที่กำหนดขึ้นในหมวด ประสิทธิภาพในการรับซื้อน้ำยาง ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ประสิทธิภาพการผลิตยางแผ่นรมควัน และต้นทุนการผลิต

1.4.2 ประเด็น

1.4.2.1 ศึกษาการใช้ทรัพยากรการผลิตในกระบวนการผลิตยางแผ่นรมควัน เฉพาะในส่วนของต้นทุนผันแปรอันได้แก่ ปริมาณน้ำใช้ ปริมาณกรดฟอร์มิก ปริมาณไม้ฟืน ปริมาณไฟฟ้า ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน รวมทั้งต้นทุนการผลิต

1.4.2.2 ศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของกำไรของสหกรณ์โรงอบ/รมยาง

1.4.2.3 ศึกษาแนวทางปฏิบัติที่ดีในการจัดการทรัพยากรในกระบวนการผลิต

1.4.2.4 ศึกษาผลการดำเนินงานจากการนำแนวทางปฏิบัติที่ดีไปประยุกต์ใช้รวมถึง ปัญหาและอุปสรรคในการนำเทคนิคเบนช์มาร์กิ้งไปใช้

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 รูปแบบการจัดการทรัพยากรในกระบวนการผลิตยางแผ่นรมควันซึ่งประกอบด้วยผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของสหกรณ์ที่เป็นเลิศ (Benchmark) ในกลุ่มสหกรณ์ที่ทำการศึกษา เพื่อใช้เป็นเกณฑ์วัดผลการดำเนินงานและแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการทรัพยากร ที่สหกรณ์สามารถนำไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรการผลิต

1.5.2 สหกรณ์โรงอบ/รมยาง ที่นำรูปแบบการจัดการทรัพยากรเป็นประยุกต์ใช้สามารถลดการใช้ทรัพยากร เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด อันจะนำมาซึ่งการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวม

1.6 นิยามศัพท์

- 1) *สหกรณ์* หมายถึง สหกรณ์โรงอบ/รมยางภายใต้การดูแลของสำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง จังหวัด สงขลา โดยใช้ชื่อว่า “สหกรณ์กองทุนสวนยาง... จำกัด”
- 2) *สหกรณ์ที่เป็นเลิศ* หมายถึง สหกรณ์ที่มีแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด
- 3) *เบนช์มาร์ก (Benchmark)* หมายถึง ค่าที่ได้จากผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่เป็นเลิศ เพื่อใช้เป็นมาตรฐานที่ให้ผู้อื่นใช้วัดหรือเปรียบเทียบ
- 4) *รูปแบบการจัดการทรัพยากร* หมายถึง รูปแบบที่รวบรวมได้จากสหกรณ์ที่มีผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศในแต่ละตัวชี้วัด และแนวทางปฏิบัติที่ดีของการใช้ทรัพยากร
- 5) *ยางแผ่นรมควัน* หมายถึง ยางที่ได้จากกระบวนการผลิตที่ผ่านการรมควันที่อุณหภูมิ 55-65 องศาเซลเซียส มีสีเหลืองขุ่น และสีน้ำตาลเข้มและมีน้ำหนักแผ่นละ 800-1,200 กรัม
- 6) *ยางแผ่นดิบ* หมายถึง เป็นยางที่ได้จากกระบวนการผลิตแต่ไม่ได้นำไปผ่านการรมควัน เพียงแต่ผึ่งให้แห้งทิ้งไว้ 2-3 วัน ทางผู้ซื้อจะนำยางส่วนนี้ไปรมควันต่อ

- 7) *ยางคัตตั้ง* หมายถึง เป็นยางส่วนที่ตัดออกจากยางแผ่นรมควันเนื่องจากไม่ได้มาตรฐานหรือมีตำหนิ เช่นยางไม่สุก ยางไหม้ หรือแผ่นยางรมควันที่ขาด
- 8) *ยางฟอง* หมายถึง ยางแผ่นที่มีฟองอากาศอยู่ภายในซึ่งเกิดจากความร้อนในห้องรมควันวันแรกมากเกินไปหรือเป็นน้ำยางสดที่ผสมแอมโมเนีย เมื่อนำแผ่นยางไปรมทำให้น้ำหรือแอมโมเนียที่อยู่ในแผ่นยางเปลี่ยนอยู่ในรูปก๊าซ ดังนั้นถ้าอุณหภูมิในห้องรมสูงเกินไปจะทำให้ผิวยางแผ่นแห้งเร็ว เนื้อยางหดตัวปิดปากรูซึมทำให้ก๊าซระเหยออกมาไม่ได้และเกิดเป็นฟองอากาศในแผ่นยาง
- 9) *เศษขี้ยาง* หมายถึง เป็นยางที่ไม่ได้นำเข้ากระบวนการผลิตยางแผ่นรมควัน ติดอยู่ตามภาชนะ หรือก้นถัง ทิ้งไว้จนแข็งตัว หรือยางที่จับตัวเป็นก้อน หรือ ฟองยางที่ได้จากการกวาดฟองในตะกุง
- 10) *ยางเป็นแม่* หมายถึง ยางที่จับตัวเป็นก้อนขนาดใหญ่เนื่องจากการผสมน้ำหรือยางที่เริ่มจับตัวเมื่อทิ้งไว้นาน
- 11) *ยางเป็นเม็ดหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า เม็ดพริก* หมายถึง ยางที่จับตัวเป็นก้อนแข็งขนาดเล็กเท่าเม็ดพริก
- 12) *ยางเป็นแป้ง* หมายถึง ลักษณะน้ำยางในช่วงเปิดกริดหน้ายางใหม่ๆ จะมีความเข้มข้นของแป้งมากกว่าน้ำยางทำให้น้ำยางในช่วงนี้มีลักษณะข้นกว่าปกติและไม่ควรวัดเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งด้วยเมโทรแลคเพราะจะทำให้ได้ค่าสูงกว่าปริมาณเนื้อยางแห้งที่มีอยู่จริง
- 13) *รายงานกิจการประจำปี 2546* หมายถึง รายงานที่สรุปผลการปฏิบัติงานของสหกรณ์โรงอบ/รมยาง ตั้งแต่ 1 เมษายน 2545 ถึง 30 มีนาคม 2546
- 14) *ปีทางบัญชีสหกรณ์* หมายถึง นับตั้งแต่ 1 เมษายนของปีนั้น ถึง 30 มีนาคม ของปีถัดไป
- 15) *ทะเบียนคูนน้ำหนักรยาง* หมายถึง ทะเบียนที่มีการจดบันทึกน้ำหนักน้ำยางที่เข้าทำการผลิตและผลผลิตที่ผลิตได้ในวันนั้น (บางสหกรณ์มีการแยกยางแต่ละประเภทที่ผลิตได้ด้วย)
- 16) *เปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้งหรือ % DRC (Dry Rubber Content)* หมายถึง ปริมาณเนื้อยางที่มีอยู่จริงในน้ำยางเป็นน้ำหนักยางที่เหลือภายหลังจากการรมควัน
- 17) *ทรัพยากรการผลิต* หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตได้แก่ น้ำยางสด, น้ำ, กรดฟอร์มิค, ไม้ฟืน, น้ำมันเชื้อเพลิง, ไฟฟ้าและคน
- 18) *ส่วนเหลือสุทธิ (Net Margin)* หมายถึง อัตรากำไรต่อกิโลกรัมของการรับซื้อน้ำยางซึ่งสหกรณ์กำหนดไว้เพื่อเป็นกำไรของสหกรณ์ การตั้งส่วนเหลื่อมดังกล่าวจะส่งผล

ต่อราคารับซื้อน้ำยางจากสมาชิก คือ ถ้ากำหนดส่วนเหลือมสุทธิไว้สูงจะทำให้สมาชิก
ได้ราคาน้ำยางต่ำ

- 19) **น้ำหนักแห้งของผลผลิตที่ได้ทั้งหมด** หมายถึง น้ำหนักยางทุกประเภท (ยางแผ่นรม
ควัน+ยางฟอง+ยางคัตติ้ง+เศษขี้ยาง) ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ซึ่งผู้วิจัยจะชั่งน้ำหนักหลัง
จากนำยางออกจากห้องรม (ใช้เวลาในการผลิต 4 วัน)