ภาคผนวก ค

เอกสารแผ่นพับความรู้เรื่องเบนซ์มาร์กกิ้ง (ก่อนเริ่มเก็บข้อมูลรอบแรก)

โครงการจัดทำต้นแบบการจัดการทรัพยากรของสหกรณ์โรงอบ/รมยาง ในจังหวัดสงขลา

จุดประสงค์ของโครงการ

เพื่อหาแนวทางในการจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยจัดทำ Benchmark ด้านการจัดการทรัพยากรของสหกรณ์โรงอบ/รมยางเพื่อหารูปแบบและแนวทางในการจัดการทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อใช้เป็นต้นแบบให้สหกรณ์โรงอบ/รมยาง นำไปปรับปรุงการใช้ทรัพยากรในสหกรณ์ของตนให้ดีขึ้นต่อไป

พื้นที่เป้าหมาย

ศึกษาเฉพาะสหกรณ์โรงอบ/รมยางในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่มีการปฏิบัติที่ผ่านมาในอดีตดีเลิศในแต่ละประเด็นที่จะทำ Benchmark ได้แก่ ประสิทธิภาพในการรับซื้อเนื้อยางแห้ง ประสิทธิภาพการผลิต ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และต้นทุนการดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการ

กรกฎาคม 2547 – ธันวาคม 2547

หัวหน้าโครงการ ดร.สุเมธ ไชยประพัทธ์
คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม ม.สงขลานครินทร์
โทรศัพท์ 0-7428-6834

เบนช์มาร์กกิ้งคืออะไร

เบนช์มาร์กกิ้ง เป็นกระบวนการในการวัดและเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์ บริการ และวิธีปฏิบัติเทียบกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่าหรือดีที่สุด เพื่อนำผลการเปรียบเทียบและแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศมาประยุกต์ใช้ในองค์กรของตนเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ

วัตถุประสงค์ของการทำเบนช์มาร์กกิ้ง

เป็นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานโดยการเปรียบเทียบกับองค์กรภายนอกหรือผู้อื่นเพื่อหาวิธีการที่เหมาะสมหรือวิธีที่ผู้อื่นใช้จนประสบผลสำเร็จมาแล้วมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการของตนเอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำเบนช์มาร์กกิ้ง

1. ช่วยปรับปรุงคุณภาพขององค์กรให้ดีขึ้น
2. นำไปสู่การลดต้นทุน/ค่าใช้จ่ายส่วนต่างๆ
3. กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และแนวคิดใหม่ๆ
4. ยกระดับการปฏิบัติงานขององค์กรให้ดีขึ้น

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการทำเบนช์มาร์กกิ้ง

- หลีกเลี่ยงการบิดเบือนข้อมูล ควรให้แต่ข้อมูลที่เป็นความจริง
- มีกระบวนการที่ชัดเจน และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
- เน้นวิธีปฏิบัติมากกว่าตัววัดผล
- นำแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศที่พบมาประยุกต์ใช้ให้ได้ผลอย่างจริงจัง
- ปฏิบัติตามกฎ กติกา มารยาท ที่ตกลงไว้

ข้อมูลที่ใช้ในการทำเบนช์มาร์กกิ้ง

1. **ปัจจัยการผลิต**
   - 1.1. ปริมาณน้ำยางที่รับเข้ามาในแต่ละวัน
   - 1.2. ปริมาณกรดฟอร์มิคที่ใช้
   - 1.3. ปริมาณไฟฟ้าที่ซื้อในแต่ละเดือน
   - 1.4. ปริมาณไม้ฟืนที่ใช้
   - 1.5. ปริมาณยางแผ่นรมควันที่ผลิตได้
   - 1.6. ปริมาณยางคัตติ้งที่เกิดขึ้น
   - 1.7. ปริมาณยางฟองที่เกิดขึ้น
   - 1.8. ปริมาณเศษขี้ยางที่เกิดขึ้น
   - 1.9. ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน

2. ปัจจัยภายนอก

2.1. สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจาก สมาชิกคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

2.2. สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการภายในสหกรณ์

2.3. สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจสังคมและการเมือง

2.4. สภาพปัญหาอื่นๆ เช่นคนงานขาดความชำนาญ หรือไม่มีอำนาจต่อรองในการจำหน่ายสินค้า

ขั้นตอนการทำเบนช์มาร์กกิ้ง

ขั้นตอน	
การวางแผน	1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการทำ เบนช์มาร์กกิ้ง
	2. เลือกสหกรณ์ที่จะมาทำเบนช์มาร์กกิ้ง
	3. เลือกประเด็นที่จะนำมาทำเบนช์มาร์กกิ้ง
	4. ร่างและวิเคราะห์กระบวนการผลิต
	5. ร่วมกำหนดวิธีการวัดผลการดำเนินการ
การเก็บข้อมูล	6. จัดทำแบบสอบถามเพื่อหาผู้ที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ
	7. การเยี่ยมชมแนวปฏิบัติของสหกรณ์ที่มีแนวปฏิบัติเป็นเลิศ
การวิเคราะห์ข้อมูล	8. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อมาจัดทำเบนช์มาร์กกิ้งของการจัดการทรัพยากร
	9. สหกรณ์ผลการดำเนินงานในปัจจุบันกับเบนช์มาร์กกิ้งที่ได้ว่ามีความแตกต่างอย่างไร
การดำเนินการ	10. จัดทำแผนการปรับปรุง
	11. ดำเนินการปรับปรุงกระบวนการตามเบนช์มาร์กกิ้ง
	12. ติดตามความก้าวหน้าหลังจากนำเบนช์มาร์กกิ้งไปใช้
	13. ทบทวนกระบวนการดำเนินงาน
	14. สรุปผลการดำเนินงาน

สิ่งที่มักเข้าใจผิดเกี่ยวกับการทำเบนช์มาร์กกิ้ง

สิ่งที่เข้าใจผิด	ความจริง
✕ เบนช์มาร์กกิ้งเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลเชิงปริมาณ	✓เบนช์มาร์กกิ้งเป็นการเรียบรู้กระบวนการทำงานเพื่อมาปรับปรุงให้ดีขึ้น ข้อมูลเชิงปริมาณจึงเป็นเพียงส่วนหนึ่ง
✕ จัดทำเบนช์มาร์กกิ้งครั้งเดียวก็เพียงพอ	✓ ควรมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาระดับผลดำเนินงาน
✕ เบนช์มาร์กกิ้งเป็นการคัดลอกแนวปฏิบัติที่ดีขององค์กรอื่นมาใช้งาน	✓ เบนช์มาร์กกิ้งไม่ได้เป็นการลอกเลียนแบบแต่เป็นการเปรียบเทียบแนวปฏิบัติเพื่อหาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ เพราะถ้าลอกเลียนแบบจะทำให้ผลการดำเนินงานทำได้ดีที่สุดเท่ากับคู่แข่งเท่านั้น
✕ เบนช์มาร์กกิ้งเป็นการล้วงความลับของคู่แข่ง	✓เบนช์มาร์กกิ้งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงาหรือองค์กรอย่างเปิดเผย จริงใจและถูกกฎหมาย