

| | หน้า |
|--|------|
| บทนำ | 3 |
| เบนซ์มาร์คกิ้ง | 4 |
| ประโยชน์ของการทำเบนซ์มาร์คกิ้ง | 5 |
| ตัวชี้วัดการใช้ทรัพยากรในการผลิตยางแผ่นรมควัน | 6 |
| สรุปค่าตัวชี้วัดจากการศึกษา | 7 |
| การประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดและแนวปฏิบัติที่ดี | 8 |
| 1. ประสิทธิภาพการรับซื้อน้ำยาง | 8 |
| 2. ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร | 11 |
| 2.1 ปริมาณน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิต | 11 |
| 2.2 ปริมาณกรดฟอร์มิกที่ใช้ | 14 |
| 2.3 ปริมาณไม้พินที่ใช้ | 15 |
| 2.4 ปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ | 21 |
| 2.5 ปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ | 21 |
| 3. ประสิทธิภาพการผลิต | 22 |
| 4. ต้นทุนการผลิต | 26 |
| 4.1 ต้นทุนการผลิตทั้งหมดที่ไม่รวมค่าซื้อน้ำยาง | 26 |
| 4.2 ค่าจ้างแรงงานและเงินเดือน | 28 |
| บทสรุปและข้อเสนอแนะ | 29 |