

การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านการผลิตเส้นไหมไทย ของกลุ่มบ้านดงหวาย อำเภอกุฉินชัย จังหวัด อุดรธานี

Strategic management in production thai silk yarn of dong wai district of group, Tumbol Kut Chap, Amphoe Kut Chap, Changwat Udon Thani

รัชนิทร์ ดงบัง¹ และ สุภาภรณ์ พวงชมพู^{*}
Ratchanin Dongbang¹ and Supaporn Pongchompu^{*}

บทคัดย่อ: การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการผลิต การตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่มผลิตเส้นไหมบ้านดงหวาย ตำบลกุฉินชัย อำเภอกุฉินชัย จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีการเลือกผู้ตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกศึกษาประธานกลุ่ม รองประธาน และสมาชิก จำนวน 20 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผลิตเส้นไหมเป็นรายได้เสริม มีการเลี้ยงไหมเฉลี่ย 5-6 รุ่น/ปี ต้นทุนผันแปรทั้งหมดเท่ากับ 769.12 บาท/รุ่น ต้นทุนคงที่ทั้งหมดเท่ากับ 79.26 บาท/รุ่น รวมต้นทุนทั้งหมด 1,127.13 บาท/รุ่น ผลตอบแทนทั้งหมดต่อรุ่นเท่ากับ 1,612 บาท/รุ่น กำไรสุทธิต่อรุ่น 484.87 บาท ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน กลุ่มมีจุดแข็ง คือ สมาชิกมีความรู้ในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จุดอ่อน คือ สมาชิกในกลุ่มยังไม่มีการวางแผนการผลิต ทำให้ผลผลิตที่ได้มีปริมาณน้อย สมาชิกในกลุ่มมีอายุเฉลี่ยสูงคือมากกว่า 50 ปี และไม่มีการสร้างคนรุ่นใหม่มาแทนคนรุ่นเก่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ โอกาส คือ มีการฝึกอบรมโครงการพัฒนาคุณภาพเส้นไหมอย่างต่อเนื่องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากหน่วยงานของภาครัฐ มีการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ และมีอุปสรรค คือ เกษตรกรประสบปัญหาในการเลี้ยงไหมเนื่องจากสภาพภูมิอากาศทำให้ไหมเป็นโรค ผลผลิตที่ได้จึงมีปริมาณน้อย จากการวิเคราะห์กลยุทธ์พบว่ากลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์การขยายกำลังการผลิต กลยุทธ์การวางแผนการผลิต กลยุทธ์พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน กลยุทธ์ส่งเสริมคนรุ่นใหม่

คำสำคัญ : เส้นไหมไทย, ต้นทุนการผลิต, การจัดการธุรกิจ

Abstract: This research aimed to study on production and marketing management, and internal and external environment analysis of silk farmer group in Ban-Dong-Yai Tumbol Kut chap, Aumphoe Kut chap, Changwat Udonthani. Purposive sampling method was used to interview president, vice president and members of the silk farmer group by using questionnaire totally 20 people. The results from this study showed that silk yarn production was a minor source of income for the farmers. Average silk yarn production was 5-6 generations per year. The total variable and fixed costs were 769.12 and 79.26 baht per generation, respectively. The total production cost was

¹ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002

Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Khon Kean University, Khon Kean 40002

*Corresponding author: Ratchanin_23@hotmail.com

1,127.13 baht per generation, while the total income was 1,612 baht per generation. Therefore, the net profit of silk yarn production was 484.87 baht per generation. The internal and external environment analysis consists of strength, weakness, opportunity and threat. The major strength was that members of the Dong Wai silk farmer group had well knowledge and skills in silk yarn production. The weaknesses were no production planning of the group and low production volumes. In addition, most members of the group were elderly people, who were more than 50 years old. There was a lack of younger generation to replace older generation. The opportunities of the silk farmer group were getting continuously supports from government in terms of education and training programs and material and financial subsidies. However, the farmers faced major threats which were climate changes and floods. These problems destroyed mulberry plants, and results in a decrease in silk production. From the strategies analysis, the group should use production expansion strategy, production planning strategy, management strategy to enhance quality and standard and new generation promotion strategy.

Keywords: Thai Silk, production cost, business management

บทนำ

ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ด้านการส่งเสริมการผลิตเส้นไหมหัตถกรรมปี 2550 ทำให้ผลผลิตเส้นไหมที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.49 เมื่อเทียบกับปี 2549 อย่างไรก็ตามเส้นไหมที่ผลิตภายในประเทศยังไม่เพียงพอกับปริมาณความต้องการใช้ของผู้ประกอบการทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคเอกชน ซึ่งปัญหานี้เกิดจากประสิทธิภาพและกำลังการผลิตของตัวเกษตรกรเอง นอกจากนี้ยังประสบปัญหาด้านราคาและคุณภาพของเส้นไหม ตลอดจนความต่อเนื่องของการส่งมอบวัตถุดิบที่ยังไม่สามารถควบคุมให้มีการส่งมอบตามกำหนดไปให้ผู้ประกอบการ (กรมหม่อนไหม, 2550)

จังหวัดอุดรธานีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการผลิตหม่อนไหม ของศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ภายใต้ความรับผิดชอบของกรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จากการสำรวจอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของจังหวัดอุดรธานี พบว่า มีเกษตรกรที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ผลิตเส้นไหมเพื่อจำหน่ายและทอผ้าไหม ประมาณ 4,324

ครัวเรือน (ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ อุดรธานี, 2553) จากทั้งหมด 25 อำเภอ แต่พบว่า บ้านดงหวาย ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีเกษตรกรปลูกหม่อนเลี้ยงไหมจำนวน 50 ราย และมีประสบการณ์การเลี้ยงประมาณ 30 ปี ดังนั้น ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติได้คัดเลือกเกษตรกรเข้าร่วมโครงการจำนวน 20 ราย และได้ทำการจัดตั้งกลุ่มบ้านดงหวายขึ้น โดยโครงการจัดอบรมหลักสูตรการสาวเส้นไหมหัตถกรรมตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ 8000-2548 กำหนด เพื่อพัฒนาคุณภาพเส้นไหมหัตถกรรม นอกจากนี้ยังจัดศูนย์กลางการรับซื้อเส้นไหมให้แก่สมาชิกอีกด้วย อย่างไรก็ตาม จากการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มที่ผ่านมา พบว่ากลุ่มยังผลิตเส้นไหมไม่เพียงพอกับความต้องการ และเส้นไหมที่ผลิตได้ยังไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น การศึกษากลยุทธ์การจัดการการผลิตเส้นไหมไทยของกลุ่มเกษตรกรบ้านดงหวาย อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงด้านการจัดการการผลิต เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตเส้นไหมได้คุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด

วิธีการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้เลือกกลุ่มเกษตรกรผลิตเส้นไหมไทยบ้านดงหวาย ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพเส้นไหม มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและผลิตเส้นไหมทั้งปี ซึ่ง ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ (Personal Interview) โดยสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยสัมภาษณ์สมาชิกทุกรายประกอบไปด้วยประธาน 1 ราย รองประธาน 1 ราย และสมาชิกกลุ่มผลิตเส้นไหม 18 ราย รวมจำนวนทั้งหมด 20 และใช้ SWOT metric ซึ่งเป็นเครื่องมือในการจัดทำแผนกลยุทธ์

ผลการศึกษา

การจัดการองค์กร

มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรที่ทำการผลิตเส้นไหมครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2550 มีสมาชิกทั้งหมด 20 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิก ซึ่งเป็นเพศหญิงทั้งหมด มีอายุเฉลี่ย 50 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 87.33 สมาชิกกลุ่มเกษตรกรผลิตเส้นไหมมีอาชีพหลักคือทำนา ส่วนอาชีพรองเลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นไหมจำหน่าย กลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในการเลี้ยงไหมให้แก่สมาชิกในกลุ่ม มีการประชุมกลุ่มในทุกๆ เดือน เพื่อสรุปปัญหา และชี้แจงการจำหน่ายเส้นไหม

การจัดการการผลิต

เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเฉลี่ย 3 งาน มีการเลี้ยงไหมเฉลี่ย 5 - 6 รุ่นต่อปี โดยพันธุ์ไหมที่ใช้เลี้ยงเป็นพันธุ์นางน้อยและพันธุ์ดอกบัว ในแต่ละรุ่นเลี้ยงจำนวน 1 แผ่น มีการเลี้ยงไหมแบบโรงเรือนแบบประหยัดไว้ได้ทุนบ้าน สมาชิกโครงการไปไหมจากศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ

อุดรธานี การผลิตเส้นไหม รังไหมที่ใช้สาวส่วนใหญ่เป็นรังไหมสด เกษตรกรไม่นับจำนวนรังในการสาวเส้นไหมแต่จะใช้วิธีการประมาณ ส่วนเครื่องสาวไหมใช้เครื่องสาวไหมเด่นชัย 2 และมีกรรกอเส้นไหมโดยใช้เครื่องกรอแบบปรับปรุง ส่วนเส้นไหมของเกษตรกรที่ได้คือ การรวมตัวของเส้นไหม เส้นไหมสะอาด และเส้นไหมไม่มีความสม่ำเสมอ ซึ่งยังไม่ได้มาตรฐานของเส้นไหม ในแต่ละรุ่นเกษตรกรสาวเส้นไหมได้จำนวน 1.24 กิโลกรัม รวมทั้งไหมน้อย ไหมหีบ และไหมสาวเลย เป็นต้น ซึ่งกลุ่มเกษตรกรบ้านดงหวายได้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพเส้นไหมหัตถกรรม โดยมีการติดตามผลการดำเนินงานฝึกอบรมจากเจ้าหน้าที่ การลงทุนของเกษตรกรจะใช้เพียงแรงงานและการดูแลรักษาแปลงหม่อนในระยะแรกเท่านั้น ส่วนวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตเส้นไหมเกษตรกรจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับผลการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตเส้นไหม พบว่า มีต้นทุนผันแปรทั้งหมดเท่ากับ 769.12 บาท/รุ่น ประกอบด้วยค่าพันธุ์ไหม ค่าปุ๋ยคอก ค่าสารเคมี ค่าน้ำมัน ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการสาวไหม ค่าแรงงาน/เครื่องจักร/อุปกรณ์ และค่าเสียโอกาส ต้นทุนคงที่ทั้งหมดเท่ากับ 79.26 บาท/รุ่น ประกอบด้วย ค่าเสื่อมอุปกรณ์ รวมต้นทุนทั้งหมด 1,127.13 บาท/รุ่น ผลตอบแทนทั้งหมดเท่ากับ 1,612 บาท/รุ่น และกำไรสุทธิจากการจำหน่ายเท่ากับ 472.12 บาท/รุ่น (Table 1)

การจัดการการตลาด

กลุ่มเกษตรกรผลิตเส้นไหมได้ทั้งหมด 24.8 กิโลกรัมต่อรุ่น เกษตรกรสามารถขายเส้นไหมได้ในราคาระดับโลกริมละ 1,300 บาท/รุ่น ส่วนช่องทางในการจำหน่ายของเกษตรกร เส้นไหมที่ผลิตได้นำมารวบรวมไว้ที่ประธานกลุ่ม โดยช่องทางในการจำหน่ายมี 3 ช่องทาง โดยช่องทางที่ 1 จำหน่ายได้ร้อยละ 82.33 ของจำนวนเส้นไหมทั้งหมด มีการจำหน่ายไปที่ผู้ประกอบการทอผ้าไหมโดยตรงเป็นช่องทางในการจำหน่ายที่ดีที่สุด ส่วนช่องทางที่ 2 จำหน่ายได้ร้อยละ 14.89 ของจำนวนเส้นไหมทั้งหมด โดยผ่านพ่อค้าคน

กลางไปยังผู้ประกอบการซึ่งพ่อค้าคนกลางจะเป็นคนกำหนดราคาให้เกษตรกรทำให้ได้กำไรน้อย และช่องทางที่ 3 จำหน่ายได้ร้อยละ 2.78 ของจำนวนเส้นไหมทั้งหมด มีการจำหน่ายให้เกษตรกรเพื่อทอผ้าไว้ใช้แสดงใน Fig.1

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

สภาพแวดล้อมภายใน กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเส้นไหมไทยบ้านดงหวาย มีจุดแข็ง คือ มีตลาดและกลุ่มลูกค้าประจำ สมาชิกมีความรู้ในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จุดอ่อน คือ สมาชิกในกลุ่มยังไม่มี การวางแผนด้านการผลิตที่ชัดเจน ทำให้ในบางช่วงเวลาทำให้ผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อ นอกจากนี้ส่วนใหญ่สมาชิกมีอายุมากกว่า 50 ปีทำให้กำลังการผลิตน้อย ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอก โอกาสของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเส้นไหมไทยบ้านดงหวายมีการฝึกอบรมโครงการพัฒนาคุณภาพเส้นไหมอย่างต่อเนื่อง ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ มีการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และมีเงินทุนหมุนเวียนจากภาครัฐ อุปสรรค คือ เกษตรกรประสบปัญหาในการเลี้ยงไหมเนื่องจากสภาพภูมิอากาศทำให้ไหมเป็นโรคผลผลิตที่ได้จึงมีปริมาณน้อย อีกทั้งยังขาดแคลนแหล่งน้ำในการบำรุงรักษาแปลงหม่อน

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่ม กลุ่มควรมีการเพิ่มเติมกลยุทธ์ในด้านการจัดการแต่ละด้าน ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกโดยใช้ TOWS Matrix ซึ่งกลยุทธ์ที่กลุ่มสามารถนำมาพัฒนาในด้านต่างๆ มีดังนี้

กลยุทธ์จุดแข็ง-โอกาส (S-O) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์จากโอกาสโดยอาศัยจุดแข็ง (SO Strategies) กลยุทธ์การขยายกำลังการผลิต โดยนำโครงการอบรมผู้ผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพมาเพิ่มความรู้ให้กับกลุ่มมากยิ่งขึ้น และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต

กลยุทธ์จุดอ่อน-โอกาส (W-O) กลยุทธ์การลบสิ่งจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาสที่เกิดขึ้น (WO

Strategies) กลยุทธ์การวางแผนการผลิต โดยการอบรมเรื่องการวางแผนการผลิต สร้างผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตให้กลุ่มเพื่อเป็นที่ปรึกษาในแต่ละด้าน

กลยุทธ์จุดแข็ง-อุปสรรค (S-T) กลยุทธ์ใช้จุดแข็งลบสิ่งอุปสรรค (ST Strategies) กลยุทธ์พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน ให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาการผลิตเส้นไหมเพื่อพัฒนาคุณภาพเส้นไหม

กลยุทธ์จุดอ่อน - อุปสรรค (W -T) กลยุทธ์การลบสิ่งจุดอ่อนและอุปสรรค (WT Strategies) กลยุทธ์ส่งเสริมคนรุ่นใหม่ มีการสร้างคนรุ่นใหม่แทนคนรุ่นเก่า คือมีการจัดฝึกอบรมแนะนำแนวทางการผลิตเส้นไหม

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก กลุ่มผลิตเส้นไหมบ้านดงหวาย สามารถนำกลยุทธ์ในการจัดการการผลิตไปปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพการผลิตเส้นไหมของกลุ่ม

สรุปผลการศึกษา

การผลิตเส้นไหมของกลุ่มปัจจุบันได้มีการส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐ เพราะถือว่าเส้นไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มเกษตรกรและเป็นวัตถุดิบหลักในอุตสาหกรรมสิ่งทอ จากผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเส้นไหม กลุ่มยังมีปัญหาในด้านการวางแผนการผลิต ซึ่งถือเป็นปัญหาหลักที่ต้องได้รับการแก้ไข และอายุของสมาชิกอีกด้วย เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มได้กระจายการผลิตเส้นไหมไปยังสมาชิก ซึ่งเส้นไหมที่ได้ยังไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้นผู้ศึกษาขอเสนอแนะว่า กลุ่มควรมีใช้กลยุทธ์การขยายความสามารถในการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพิ่มปริมาณการผลิต กลยุทธ์การวางแผนการผลิตให้ได้ทันตามคำสั่งซื้อมากขึ้น กลยุทธ์การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการการผลิตให้ได้คุณภาพ กลยุทธ์การสร้างคนรุ่นใหม่แทนคนรุ่น

เก่า อีกทั้งยังมีการจัดอบรมโครงการพัฒนาการสาวไหมหัตถกรรมตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ 8000-2548 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา กลุ่ม การจัดการกลุ่มที่ดีและเหมาะสม ควรประกอบด้วย การวางแผนผลิต การตลาด และระบบการบริหารจัดการกลุ่มที่สมาชิกร่วมดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามกลุ่มสามารถนำเอากลยุทธ์จากผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix มาปรับใช้เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตเส้นไหมของกลุ่ม

คำขอบคุณ

ขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ขอขอบคุณคณาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำพร้อมทั้งชี้แนวทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนตรวจทานข้อบกพร่อง และขอขอบคุณกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตเส้น

ไหมไทยบ้านดงหวาย ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ที่เป็นประโยชน์และอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง

เอกสารอ้างอิง

กรมหม่อนไหม. 2550. แผนยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม. กรมหม่อนไหม.กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ อุดรธานี. 2553. ข้อมูลการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จังหวัดอุดรธานี.

Table 1. Cost and return of Thai Silk yarn production

Cost and return	Cash	Non-cash	Total	% of total
Variable costs	769.12	-	769.12	92.97
1. Labor / machinery / equipment	278.75	-	278.75	24.73
2. Silkworm breeding	36.00	-	36.00	3.19
3. water and electricity	48.50	-	48.50	4.30
4. Chemical	32.00	-	32.00	2.84
5. Fertilizer	57.00	-	57.00	5.06
6. The materials for silk	64.25	-	64.25	5.70
7. Other	59.25	-	59.25	5.26
8. Opportunity cost of variable costs	472.12	-	472.12	41.89
Fixed costs		79.26	79.26	7.03
1. Depreciation of Equipment,machinery	-	43.55	43.55	3.86
2. Opportunity cost of fixed costs	-	35.71	35.71	3.17
Total costs (Baht/Kg)	1,127.13	-	1,127.13	100
Yield (Kg)	1.24	-	1.24	
Price (Baht/Kg)	1,300	-	1,300	
Total income (Baht)	1,612.00	-	1,612.00	
Net Profit	484.87	-	484.87	

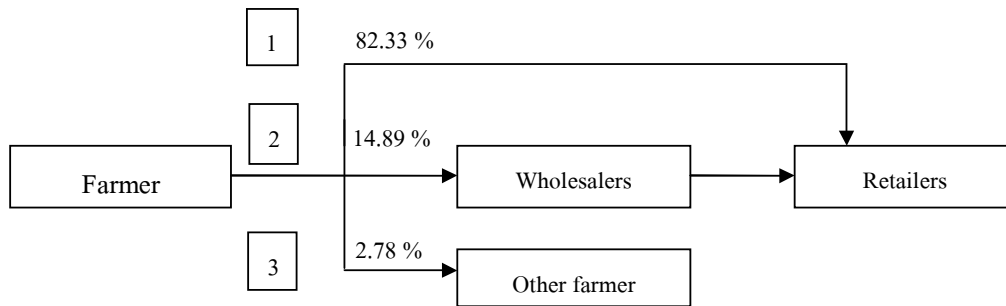


Figure 1. Marketing Channel of Thai Silk yarn