

Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm chôm chôm ở huyện Phong Điền, TP. Cần Thơ

nNguyễn Quốc nGhi

Trường Đại học Cần Thơ

Nhận bài: 12/2/2018 - 09/05/2018

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích chuỗi giá trị sản phẩm chôm chôm ở huyện Phong Điền, TP. Cần Thơ. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 83 quan sát, bao gồm các tác nhân nông hộ, thương lái, vựa và tác nhân bán lẻ. Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận của Kaplinsky & Morris (2001), Recklies (2001), Eschborn GTZ (2007) để phân tích sự vận hành của chuỗi giá trị sản phẩm chôm chôm ở huyện Phong Điền. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, chuỗi giá trị sản phẩm chôm chôm được vận hành chủ yếu thông qua 5 kênh thị trường chính. Phần lớn sản lượng được nông hộ bán cho thương lái đường dài (chiếm 52,93%). Trong các kênh thị trường chính, kênh 4 là kênh tạo ra giá trị gia tăng (GTGT) và nhận về giá trị gia tăng thuần (GTGTT) cao nhất. Việc rút ngắn kênh thị trường và liên kết nông dân sản xuất giúp giảm được chi phí và gia tăng lợi nhuận cho các tác nhân tham gia.

Từ khóa: Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng, chôm chôm, huyện Phong Điền.

Abstract

The study was conducted to analyze the value chain of rambutan in Phong Dien district, Can Tho city. The research data were collected from 83 observations, including households, traders, granaries and retailers. Also, integrated value chain approach method from Kaplinsky & Morris (2000), Recklies (2001), GTZ Eschborn (2007) was used in this study to analyze operations of rambutan value chain in Phong Dien district. The results showed that the value chain of rambutan is operated mainly through five main market channels. Most of the output is mainly sold to long distance traders (52.93%). In the main market channels, channel 4 is a channel generated the highest value added (VA) as well as received the highest net value added (NVA). Shortening market channel and making farmer linkages help reduce costs and increase profit for the stakeholders.

Keywords: Value chain, value added, rambutan, Phong Dien district.