

PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG THỊ TRƯỜNG CỦA CÁC TÁC NHÂN TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ ARTICHOKE ĐÀ LẠT

Nguyễn Thị Tươi¹, Lê Như Bích¹, Hồ Thị Thu Hòa¹,
Nguyễn Thị Thanh Tịnh¹, Lê Quang Thông²

TÓM TẮT

Phân tích hoạt động thị trường của các tác nhân trong chuỗi giá trị artichoke ở Đà Lạt dựa trên cách tiếp cận chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001), GTZ ValueLinks (2011) và M4P (2007). Đề tài sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất cùng với các công cụ khác như: Đánh giá nông thôn có sự tham gia (PRA), tham vấn chuyên gia (KIP) và phỏng vấn trực tiếp từng tác nhân trong chuỗi giá trị artichoke tại Đà Lạt. Số liệu của đề tài được thu thập từ 60 nông dân, 12 thương lái, 06 cơ sở chế biến/công ty, 20 người bán lẻ và 07 chuyên gia/những người có am hiểu về sản xuất và tiêu thụ artichoke. Nghiên cứu này nhằm mục tiêu: Phân tích hoạt động thị trường của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị artichoke ở Đà Lạt. Kết quả cho thấy giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần mà nông dân tạo ra thấp, chỉ cao hơn thương lái, trong khi đó cơ sở chế biến và công ty lại tạo ra giá trị gia tăng cao nhất, còn người bán lẻ luôn nhận được giá trị gia tăng thuần cao nhất.

Từ khóa: Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng, artichoke Đà Lạt

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Dựa theo cách tiếp cận về phương pháp nghiên cứu chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001), các công cụ phân tích chuỗi giá trị cho người nghèo của M4P (2007) cũng như chuỗi giá trị và tiếp cận thị trường GTZ (2011), ở Việt Nam từ năm 2000 trở lại đây đã có nhiều nhà nghiên cứu và quản lý quan tâm đến chuỗi giá trị của sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm nông nghiệp. Các nghiên cứu đều tập trung vào phân tích hoạt động của các tác nhân trong chuỗi cũng như phân tích kinh tế chuỗi để phát triển bền vững chuỗi. Cụ thể là các nghiên cứu như: phân tích chuỗi giá trị lúa gạo ở Đồng bằng sông Cửu Long (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2011), nghiên cứu đặc điểm và mối liên kết của các tác nhân trong chuỗi giá trị sản ở Thừa Thiên Huế (Nguyễn Việt Tuấn, 2012) và chuỗi giá trị khóm ở Tiền Giang (Nguyễn Quốc Nghi, 2015)... Do thích hợp với điều kiện khí hậu ôn đới, artichoke đã trở thành cây trồng đặc sản của Đà Lạt. Tiềm năng phát triển cây trồng đặc sản này thành vùng nguyên liệu cho công nghiệp chế biến cũng như xuất khẩu chính là lợi thế rất lớn của Đà Lạt. Tuy nhiên, lợi thế này vẫn chưa được khai thác triệt để. Hiện nay việc sản xuất artichoke còn manh mún và tự phát; thông tin về thị trường đến với nông dân còn ít; các mối liên kết trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ artichoke còn rời rạc. Thêm vào đó, giá cả thường xuyên không ổn định đã ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của người trồng artichoke và làm cho diện tích canh tác artichoke đang suy giảm rất nhanh. Trước tình hình trên, đề tài: “Phân tích hoạt động thị trường của các tác nhân trong chuỗi giá trị artichoke ở Đà Lạt” được

thực hiện nhằm giúp các tác nhân trong chuỗi, đặc biệt là nông hộ có thêm cơ sở để quyết định tăng hiệu quả sản xuất, chế biến và tiêu thụ artichoke.

II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phân tích hoạt động thị trường của các tác nhân trong chuỗi giá trị artichoke ở Đà Lạt được dựa trên cách tiếp cận về phương pháp phân tích chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2003), GTZ ValueLinks (2011), M4P (2007) và của Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2008). Sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất (Nguyễn Thị Cảnh, 2005) cùng với các công cụ khác như: đánh giá nông thôn có sự tham gia (PRA), tham vấn chuyên gia (KIP) và phỏng vấn trực tiếp từng tác nhân trong chuỗi giá trị artichoke tại Đà Lạt. Số liệu của đề tài được thu thập từ 60 nông dân, 12 thương lái, 06 cơ sở chế biến/công ty, 20 người bán lẻ và 07 chuyên gia/những người có am hiểu về sản xuất và tiêu thụ artichoke.

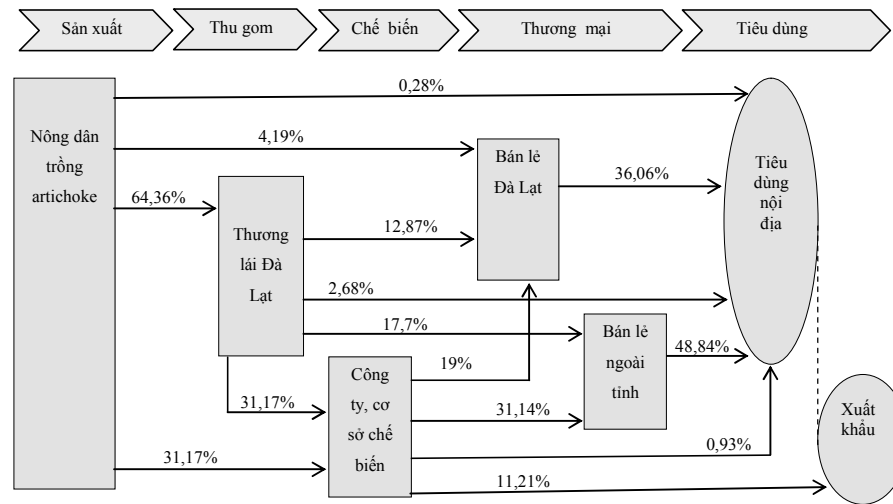
III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Chuỗi giá trị artichoke ở Đà Lạt được hình thành thông qua sự liên kết 4 tác nhân: Nông dân trồng artichoke, thương lái, người bán lẻ, công ty/cơ sở chế biến; mỗi tác nhân trong chuỗi có một vai trò nhất định trong việc vận hành chuỗi như trong Hình 1.

Để thuận lợi và thống nhất cho việc tính giá thành thành của 1kg artichoke của các tác nhân trong chuỗi, giá của 1kg artichoke đã được quy đổi ra sản phẩm khô theo phương pháp bình quân gia quyền có trọng số.

¹ Khoa Nông Lâm, Trường Đại học Đà Lạt

² Khoa Kinh Tế, Trường Đại học Nông Lâm TP. Hồ Chí Minh



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị artichoke tại Đà Lạt

3.1. Nông dân trồng artichoke

Qua khảo sát 60 hộ, diện tích sản xuất nông nghiệp bình quân của mỗi hộ là 0,52ha, trong đó diện tích sản xuất artichoke khoảng 0,33ha, thấp nhất là 0,1ha và cao nhất là 1,5ha. Như vậy, việc sản xuất artichoke của các hộ diễn ra ở quy mô nhỏ. Điều này sẽ gây khó khăn cho việc đầu tư cơ giới hóa và sản xuất nhằm cắt giảm chi phí về lao động. Trong sản xuất artichoke có 3 khoản chi phí chiếm tỷ trọng cao. Trong đó chi phí về lao động gia đình chiếm tỷ trọng cao nhất (42,1%) vì cây artichoke canh tác trong một thời gian khá dài (10 tháng) và ít áp dụng cơ giới hóa vào trong sản xuất và thu hoạch nên đòi hỏi rất nhiều công lao động. Kế tiếp là chi phí về phân bón các loại (26%) một phần là do giá cả của các loại phân bón tăng cao, phần khác là do nông dân thường sử dụng các loại phân bón và thuốc BVTV cao hơn gấp 1,5 đến 2,5 lần so với khuyến cáo của Trung tâm nông nghiệp Đà Lạt. Bên cạnh đó, chi phí hao hụt cũng chiếm một phần không nhỏ (15,3%), bao gồm các hao hụt do cây chết, do trời mưa nên không phơi được lá phải đổ bỏ hoặc phơi bông gặp trời mưa nên bông bị ngả màu, do bảo quản không tốt làm cho bông bị ngả màu hoặc bị sâu mọt và do thương lái trừ bao bì, trừ tỷ lệ vụn nát... Như vậy, chi phí sản xuất bình quân cho 1.000m² artichoke là 30 triệu đồng tương ứng với chi phí là 31,4 ngàn đồng/kg artichoke.

Số liệu trong bảng 1 cho thấy thu nhập trung bình của 1 kg artichoke khô đã quy đổi là 63,6 ngàn đồng, sau khi trừ đi các khoản chi phí thì giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần mà nông dân tạo ra lần lượt là 52,7 và 32,3 ngàn/kg.

Bảng 1. Hiệu quả sản xuất 1.000m² artichoke của nông hộ

DVT: 1.000 đồng

Khoản mục	Sản lượng (kg)	Đơn giá /kg	Thành tiền	Tỷ trọng (%)
Bông	206	160	32.960	55
Lá	524	15	7.860	13
Thân	113	80	9.040	15
Rễ	102	100	10.200	17
Tổng cộng	945		60.060	100
Giá bán		63,6		
Chi phí trung gian		10,9		
Giá trị gia tăng		52,7		
Chi phí tăng thêm		20,4		
Giá trị gia tăng thuần		32,3		

(Nguồn: Số liệu khảo sát và kết quả PRA năm 2015)

Kết quả khảo cho thấy không có bất cứ nông dân nào bán artichoke dưới hình thức hợp đồng mà tất cả đều bán tự do và riêng lẻ. Điều này sẽ làm năng lực thương lượng về giá của nông dân bị hạn chế (là người chấp nhận giá), trong khi người làm giá lại là các thương lái, chưa kể các khoản trừ của thương lái khi thu mua: Trừ tỷ lệ vụn nát, trừ bao bì, trừ ẩm độ, trừ đen mốc... Điều này cũng đúng với quy luật thị trường khi mà trên thị trường có nhiều người bán cùng 1 lúc trong khi chỉ có ít người mua. Cụ thể về sản lượng bán của nông dân như sau: 31,11% bán cho các cơ sở chế biến và công ty, trong đó chỉ có 5,6% sản lượng được bán trực tiếp cho các công ty

chế biến artichoke như Ladopha, Ngọc Duy, Vĩnh Tiến... ở dạng khô vì các công ty thường kiểm hàng và phân loại rất kỹ nên hầu hết nên hầu hết nông dân không thích bán trực tiếp cho công ty. Còn lại 25,57% sản phẩm được bán cho công ty Được Lâm Đồng thông qua Tổ hợp tác sản xuất artichoke theo tiêu chuẩn VietGAP ở phường 11 và phường 12, nhưng chỉ bán được lá tươi. Việc điều hành của các tổ hợp tác này còn nhiều bất cập vì giá mua và thời điểm mua hoàn toàn do công ty chế biến quyết định. Như vậy nông dân vẫn là người chấp nhận giá mặc dù công ty cũng đã hỗ trợ thêm 200 đồng/kg đối với sản phẩm artichoke sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP. Tác nhân thu mua nhiều nhất của nông dân vẫn là các thương lái (64,36%) với mọi phẩm cấp khác nhau và ở mọi thời điểm. Chỉ có 4,19% sản lượng của nông dân được bán cho người bán lẻ chủ yếu là vào lúc chính vụ. Còn lại 0,28% sản lượng của nông dân bán trực tiếp cho người tiêu dùng tại Đà Lạt hoặc khách du lịch.

3.2. Thương lái mua bán artichoke

Thương lái mua bán artichoke tại Đà Lạt là những người chuyên mua artichoke trực tiếp từ các nông hộ sau đó phân phối lại cho các công ty/cơ sở chế biến hoặc những người bán lẻ. Vì địa bàn sản xuất artichoke tại Đà Lạt khá nhỏ và tập trung nên thương lái sẽ đảm nhiệm luôn chức năng thu gom.

Hoạt động thu mua, bán của các thương lái có thể diễn ra quanh năm nhưng chủ yếu tập trung nhiều nhất từ tháng 2 đến tháng 7 hàng năm. Đây là thời điểm chính vụ, cây artichoke bắt đầu cho thu hoạch bông sau đó là đến thu thân và rễ. Khối lượng artichoke mà thương lái mua hàng năm là từ các nông dân trồng artichoke, trung bình vào khoảng 47,5 tấn (cao nhất là 195,5 tấn và thấp nhất là 0.8 tấn). Khi mua artichoke, thương lái dựa vào nhiều tiêu chuẩn khác nhau để xác định giá mua, trong đó tiêu chuẩn về màu sắc của sản phẩm là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến giá mua. Kế tiếp là các yếu tố về độ ẩm (đối với sản phẩm khô), kích cỡ, mức độ đồng đều. Việc chuyển đổi từ lối canh tác truyền thống sang canh tác artichoke theo tiêu chuẩn VietGAP là một khó khăn rất lớn đối với nông dân. Nhưng với thương lái thì điều này không quan trọng và không ảnh hưởng đến giá mua artichoke.

Sau khi thu mua artichoke của nông dân, thương lái phân phối các sản phẩm này đến nhiều đối tượng người mua khác nhau bao gồm: Những người bán lẻ tại Đà Lạt (20%), người bán lẻ ngoài tỉnh (27,5%), công ty và cơ sở chế biến (48,33%), riêng người tiêu dùng trực tiếp chỉ chiếm một tỷ lệ rất thấp (4,17%). Thị trường tiêu thụ chính của các thương lái vẫn là

tại Đà Lạt (72,5%) sau đó là đến thị trường thành phố Hồ Chí Minh (25%), các tỉnh thành khác không đáng kể (2,5%).

Bảng 2. Doanh thu, chi phí, giá trị gia tăng và lợi nhuận của thương lái

ĐVT: 1.000 đồng/kg

Khoản mục	Giá trị	% GB	% GTGT
Giá bán	76,00	100,0	
Chi phí trung gian	63,60	85,6	
Giá trị gia tăng	12,40	14,4	100,0
Chi phí tăng thêm	4,60		36,5
Tổng chi phí	68,20		
Giá trị gia tăng thuần	7,80		63,5

Ghi chú: Bảng 2, 3: Nguồn: Số liệu khảo sát 2015; GB: Giá bán; GTGT: Giá trị gia tăng

Với hoạt động mua bán artichoke, thương lái phải bỏ ra trung bình là 68,109 đồng/kg, trong đó chủ yếu là chi phí mua artichoke (85,6%), còn lại là các khoản chi phí tăng thêm. Chi phí tăng thêm của các thương lái gồm nhiều loại nhưng chủ yếu là các khoản chi phí về vận lao động, hao hụt và vận chuyển (Bảng 2). Giá bán của các thương lái quy đổi về 1kg artichoke trung bình khoảng 76 ngàn đồng. Giá trị gia tăng mà các thương lái tạo ra là 12,4 ngàn đồng/kg. Sau khi trừ đi 4,6 ngàn cho các khoản chi phí tăng thêm thì các thương lái sẽ nhận được khoảng 7,8 ngàn đồng/kg tiền lời.

3.3. Người bán lẻ artichoke

Những người bán lẻ artichoke rất đa dạng, họ có thể là các quầy sạp bán hàng đặc sản xung quanh khu vực chợ Đà Lạt, các tiệm thuốc tây, các cửa hàng tạp hóa hay các lò mứt xung quanh các khu du lịch. Nhu cầu mua artichoke của người bán lẻ có thể diễn ra quanh năm nhưng chủ yếu tập trung nhiều nhất từ tháng 2 đến tháng 7 hàng năm và các dịp lễ, Tết. Khối lượng artichoke mà những người bán lẻ mua hàng năm rất khác nhau, trung bình vào khoảng 1,5 tấn (cao nhất là 10 tấn và thấp nhất là 0,05 tấn). Để có được các sản phẩm artichoke, người bán lẻ mua từ nhiều nguồn khác nhau: nông hộ trồng artichoke (11,6%), thương lái (35,7%), công ty hoặc các cơ sở chế biến (52,7%).

Tương tự như hoạt động mua, hoạt động bán của những người bán lẻ artichoke cũng diễn ra quanh năm nhưng tập trung chủ yếu vào dịp hè và những ngày lễ, Tết. Hình thức bán lẻ cũng khá đơn giản, hầu hết là bán artichoke cùng với các sản phẩm khác: Người bán bông artichoke tươi ở các chợ/

siêu thị sẽ bán cùng với những loại rau củ quả tươi. Còn các quầy sạp bán đặc sản hoặc các lò mứt xung quanh các khu du lịch hoặc chợ Đà Lạt và những tiệm thuốc tây cũng sẽ bán kèm artichoke ở dạng khô: thân, rễ, lá, trà túi lọc, trà artichoke từ lá tươi, cao mềm, cao khô và artichoke ở dạng ướt như: cao lỏng và ống uống.

Bảng 3. Doanh thu, chi phí, giá trị gia tăng và lợi nhuận của người bán lẻ

DVT: 1.000 đồng/kg

Khoản mục	Giá trị	% GB	% GTGT
Giá bán	278,66	100,0	
Chi phí trung gian	194,50	69,8	
Giá trị gia tăng	84,16	30,2	100,0
Chi phí tăng thêm	11,19		16,2
Tổng chi phí	205,69		
Giá trị gia tăng thuần	72,97		91,8

Trong quá trình bán, chỉ có 25% những người bán lẻ là có mối để bán, còn lại 75% là bán tự do vì đối tượng bán của những người bán lẻ chủ yếu là khách du lịch (79%), trong khi dân địa phương chỉ chiếm 17% còn lại là các nhà hàng khách sạn (4%). Riêng đối với các lò mứt gần các khu du lịch, hoạt động bán hàng của họ 85% phải dựa vào đối tượng gọi là “cò”.

Trong việc mua bán artichoke, người bán lẻ phải bỏ ra trung bình là 205,7 ngàn đồng/kg, trong đó chủ yếu vẫn là chi phí mua artichoke (94%), chi phí tăng thêm không đáng kể (Bảng 3). Sau khi mua artichoke về, người bán lẻ ít phải làm các công đoạn khác mà sẽ bán trực tiếp sản phẩm cho người tiêu dùng với giá bán trung bình là 278,7 ngàn đồng/kg. Giá trị gia tăng mà người bán lẻ tạo ra là 84,2 ngàn đồng/kg. Sau khi trừ đi 11,2 ngàn cho các khoản chi phí tăng thêm thì người bán lẻ sẽ nhận được 73 ngàn đồng/kg tiền lời.

3.4. Công ty và cơ sở chế biến

Nhu cầu về nguyên liệu artichoke khô bình quân của các công ty vào khoảng 113 tấn và cơ sở chế biến khoảng 3,2 tấn dùng để chế biến ra 80% là trà túi lọc, 10% là các sản phẩm khô như bông, thân, rễ, còn lại 10% là cao mềm, cao lỏng, cynarphyto và trà tươi artichoke. Riêng đối với các công ty, việc mua hàng của của nông dân cũng như thương lái được kiểm tra và phân loại rất kỹ nên chất lượng sẽ cao hơn so với các cơ sở chế biến. Về đầu tư thiết bị và máy móc trong chế biến artichoke của một số công ty và cơ sở chế biến còn rất hạn chế. Đi đầu trong đầu tư về công nghệ có công ty Cổ phần Dược Lâm Đồng

đã xây dựng 1 nhà máy chiết xuất cao dược liệu và 1 nhà máy sản xuất trà thảo dược lên đến 100 tỷ đồng, trong đó chủ yếu là sản xuất artichoke với các thiết bị hiện đại, khép kín cùng với một phần nguyên liệu artichoke được nông dân sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP. Chính vì vậy mà các sản phẩm artichoke của công ty đã được người tiêu dùng trong và ngoài nước đón nhận góp phần đưa doanh thu 2015 lên 484 tỷ đồng, trong đó doanh thu từ artichoke chiếm 77%. Nhìn chung, chế biến 1kg thành phẩm chi phí trung gian vào khoảng 151 ngàn đồng/kg; trong đó chi phí về nguyên vật liệu chính là 92 ngàn đồng/kg chiếm 61,1%, còn lại là các khoản chi phí về hương liệu phụ liệu (13,9%), chi phí nhiên liệu (12,6%) và chi phí bao bì (12,4%). Như vậy, đối với các công ty và cơ sở chế biến artichoke, khi giá artichoke xuống thấp thì họ sẽ có lợi hơn vì giảm được chi phí nguyên vật liệu trong khi giá bán các sản phẩm artichoke đã qua chế biến chỉ có tăng theo thời gian chứ chưa bao giờ giảm.

Các cơ sở chế biến đều có mối quen để bán, những mối này hầu hết là các quầy bán đặc sản tại các khu du lịch ở Đà Lạt (70%), các cơ sở bán lẻ ngoài tỉnh chiếm 20%, còn lại là người tiêu dùng địa phương 10%. Đối với các công ty, tiêu thụ artichoke nội địa vẫn là chủ yếu (85%) với các mặt hàng chủ yếu là: trà túi lọc 80%, cao 12%, bông khô 5% còn lại các sản phẩm khác 3%. Riêng thị trường nước ngoài như Canada, Singapore, Đài Loan, Nhật Bản, Pháp... thì sản phẩm chủ yếu vẫn là trà túi lọc và cao mềm. So với các tác nhân khác trong chuỗi giá trị thì các cơ sở sản xuất và công ty chế biến artichoke là tác nhân tạo ra giá trị gia tăng lớn nhất trong chuỗi (134,4 ngàn đồng/kg). Số liệu ở bảng 4 cho thấy: Các cơ sở chế biến và công ty đã có sự đầu tư vượt trội rất rõ so với các tác nhân khác thể hiện ở phần chi phí tăng thêm (90 ngàn đồng/kg).

Bảng 4. Doanh thu, chi phí, giá trị gia tăng và lợi nhuận của cơ sở chế biến/công ty

DVT: 1.000 đồng/kg

Khoản mục	Giá trị	% GB	%CPTT /GTGT
Giá bán	285,0	100,0	
Chi phí trung gian	150,6	52,9	100,0
Giá trị gia tăng	134,4	47,1	100,0
Chi phí tăng thêm	90,0		67,0
Tổng chi phí	240,6		
Giá trị gia tăng thuần	44,4		33,0

Ghi chú: Nguồn: Số liệu khảo sát năm 2015; CPTT: Chi phí tăng thêm; GTGT: Giá trị gia tăng.

Trong đó chi phí marketing là lớn nhất (34,8 ngàn đồng/kg), tiếp đó là chi phí lao động, chi phí quản lý, chi phí khấu hao bảo dưỡng... Như vậy, đối với các tác nhân chế biến, chi phí trung gian là 151 ngàn đồng/kg, giá trị gia tăng tạo ra là 134,4 ngàn đồng/kg, sau khi trừ đi chi phí tăng thêm 90 ngàn đồng/kg thì lợi nhuận thu được là 44,4 ngàn đồng/kg.

IV. KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ

4.1. Kết luận

Chuỗi giá trị artichoke ở Đà Lạt được hoạt động thông qua 4 tác nhân chính là nông dân, thương lái, công ty chế biến và người bán lẻ. Nông dân trồng artichoke có quy mô sản xuất nhỏ (0.29ha), đang gặp khó khăn trong việc chọn giống, chi phí sản xuất cao, lệ thuộc vào thời tiết, giá cả không ổn định và ít có quyền lực trong thương lượng giá bán. Thương lái là tác nhân thu mua artichoke lớn nhất trong chuỗi (64%). Những người bán lẻ có quy mô nhỏ và bán kèm artichoke cùng với nhiều mặt hàng khác, một số phải chịu thêm chi phí cho “cò”. Các công ty và cơ sở chế biến có nhiều chủng loại sản phẩm từ artichoke và xuất khẩu ra nước ngoài. Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần mà nông dân tạo ra thấp, chỉ cao hơn thương lái, trong khi đó cơ sở chế biến và công ty lại tạo ra giá trị gia tăng cao nhất, còn người bán lẻ luôn nhận được giá trị gia tăng thuần cao nhất.

4.2. Đề nghị

- Đề nghị UBND thành phố Đà Lạt nên tiếp tục hỗ trợ cho 2 tổ hợp tác sản xuất artichoke theo tiêu chuẩn VietGAP tại phường 11 và phường 12 để khuyến khích nông dân tham gia tổ hợp tác nhằm cắt giảm chi phí sản xuất và nâng cao lợi thế trong tìm kiếm thị trường và tiêu thụ sản phẩm.

- Các công ty chế biến nên có những chính sách hỗ trợ giá cho các nông dân trong tổ hợp tác sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP để khuyến khích nhiều nông dân tham gia vào tổ hợp tác và thay đổi phương sản xuất truyền thống sang sản xuất theo hướng an toàn, để từ đó công ty cũng có nguồn nguyên liệu sạch trong chế biến.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Nguyễn Thị Cành, 2005. *Phương pháp và phương pháp luận nghiên cứu khoa học kinh tế*. Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
- GTZ, 2011. *Tài liệu tập huấn dành cho giảng viên về chuỗi giá trị, tiếp cận thị trường và nghị định 151*, truy cập ngày 18 tháng 5 năm 2015. Địa chỉ: <http://tailieu.vn/doc/chuoi-gia-tri-tiep-can-thi-truong-va-nghi-dinh-151-1456730.html>.
- Kaplinsky, R. and Morris, M., 2001. *A Handbook for Value Chain Research*. Ottawa: International Development Research Center.
- M4P, 2007. *Making value chains work better for the poor - A toolbook for practitioners of Value chain analysis*. Asian Development Bank: Vietnam.
- Nguyễn Quốc Nghi, 2015. Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở Tỉnh Tiền Giang. *Trường đại học Cần Thơ*, 40: 75-82.
- Nguyễn Việt Tuấn, 2012. Nghiên cứu đặc điểm và mối liên kết của các tác nhân trong chuỗi giá trị sản ở Thừa Thiên Huế. *Trường Đại học Huế*, 75(2): 299:308
- Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2011. Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng Đồng bằng sông Cửu Long. *Trường đại học Cần Thơ*, 19: 96-108.
- Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2008. *Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm*. Trường Đại học Cần Thơ.

Analysis of market activities of factors in the artichoke value chain in Da Lat

Nguyen Thi Tuoi, Le Nhu Bich, Ho Thi Thu Hoa,
Nguyen Thi Thanh Tinh, Le Quang Thong

Abstract

Analysis of market activities of factors in the artichoke value chain in Da Lat was based on approaches of Kaplinsky and Morris (2001), GTZ (2011) and M4P (2007). Non-probability sampling and other tools such as Participatory Rural Appraisal (PRA) approach, key informant panel method (KIP) and direct interviews with the factors in the artichoke value chain in Da Lat (included 60 farmers, 12 traders, 06 processing companies, 20 retailers and 07 key informants) was used to collect as primary data. The aim of the study was to analyze activities of market factors in the artichoke value chain. The results showed that added values and net added values obtained by farmers were low, but higher than that by traders while processing companies created the highest added value and retailers had the highest net added value.

Key words: Added value, value chain, artichoke Da Lat

Ngày nhận bài: 8/11/2016

Người phản biện: TS. Nguyễn Thị Tần Lộc

Ngày phản biện: 17/11/2016

Ngày duyệt đăng: 21/11/2016