



PH N I: TH TRU' NG LSNG

I. Đ I T NG NC(1)

1. LSNG là gì?

Các SP có ngu n g c
sinh h c (tr g)

Các d ch v

THU

C

- T r ng;
- T các ki u
SD t t ng
t .





I. Đ I T NG NC (2)

2. Th c v t cho LSNG là gì?

TH C V T

- C a r ng;
- C a các
ki u SD t
t ng t .

**CHO CÁC SP
KHÔNG PH I
LÀ G**

**NGOÀI G CÒN
CHO CÁC SP
KHÔNG PH I LÀ
G**





II. CÁC LOI LSNG C BUÔN BÁN T I TT HU (1)

1. T i A l i



B ng 01: Giá c , bi n ng th tr ng và m c óng góp i v i thu nh p ti n m t c a HGD c a m t s lo i LSNG chính t i Aroàng

S TT	Lo i LSNG	n v tính	Giá bán	Bi n ng th tr ng		M c óng góp v i thu nh p HGD
				Giá c	S c mua	
1	Mây	t	800 / t	2	1	1
2	Lá nón	t	6.000 /100 t	1	1	2
3	ót	Kg	1.000 /kg	1	1	3
4	M t ong	Chai (75)	70.000 /chai	1	1	4
5	oác	Chai (75)	2.500 /chai	1	1	5





II. CÁC LOI LSNG

C BUÔN BÁN T I TT HU (2)

1. T i A l i



Mây và lá nón là hai lo i SP chính t o thu nh p cho ng i dân a ph ng

M c đóng góp c a m t s lo i LSNG i v i thu nh p ti n m t c a các HG t i Aroàng gi m d n t mây n oác

S c mua các lo i LSNG t i A Roàng không bi n ng nhi u, tr m t hàng mây





II. CÁC LOI LSNG C BUÔN BÁN T I TT HU (3)

2. T i Nam ông



B ng 02: Giá c , bi n ng th tr ng và m c óng góp i v i thu nh p ti n m t c a HGD c a m t s lo i LSNG chính t i Th ng Qu ng

S TT	Lo i LSNG	n v tính	Giá bán	Bi n ng th tr ng		M c óng góp v i thu nh p HGD
				Giá c	S c mua	
1	Lá nón	t	7.000-9.000 đ/100 t	2	1	1
2	Mây	t	700-1.000 / t	2	3	2
3	ót	Kg	2.000-2.500 /kg	1	1	3
4	M t ong	Chai (75)	45.000-50.000 /chai	2	1	4
5	oác	Chai (75)	4.000 /chai	1	1	5





II. CÁC LOI LSNG

C BUÔN BÁN T I TH HU (4)

2. T i Nam ông

Lá nón là lo i SP chính t o thu nh p cho ng i dân a ph ng.

NH N XÉT V
CÁC LOI LSNG
C BUÔN BÁN
T I TH NG QU NG

M c đóng góp c a m t s lo i LSNG i v i thu nh p ti n m t c a các HG t i Th ng Qu ng gi m d n t lá nón đ n oác



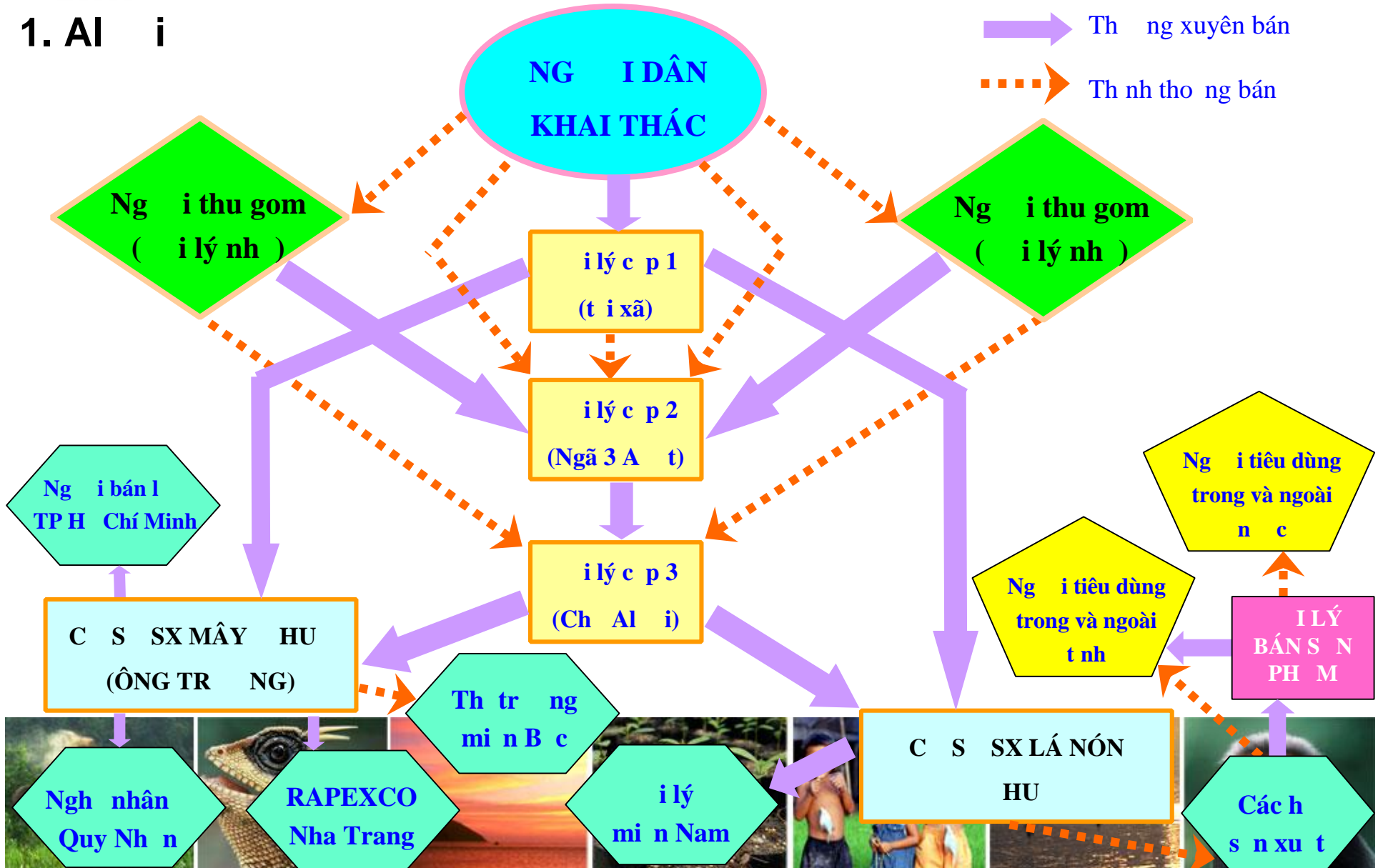
Lá nón, mây, m t ong có s bi n ng v giá c t ng i so v i các SP khác.





III. KÊNH THƯƠNG TRÚNG TIÊU THƯỜNG SẢN PHẨM TỰ THU (1)

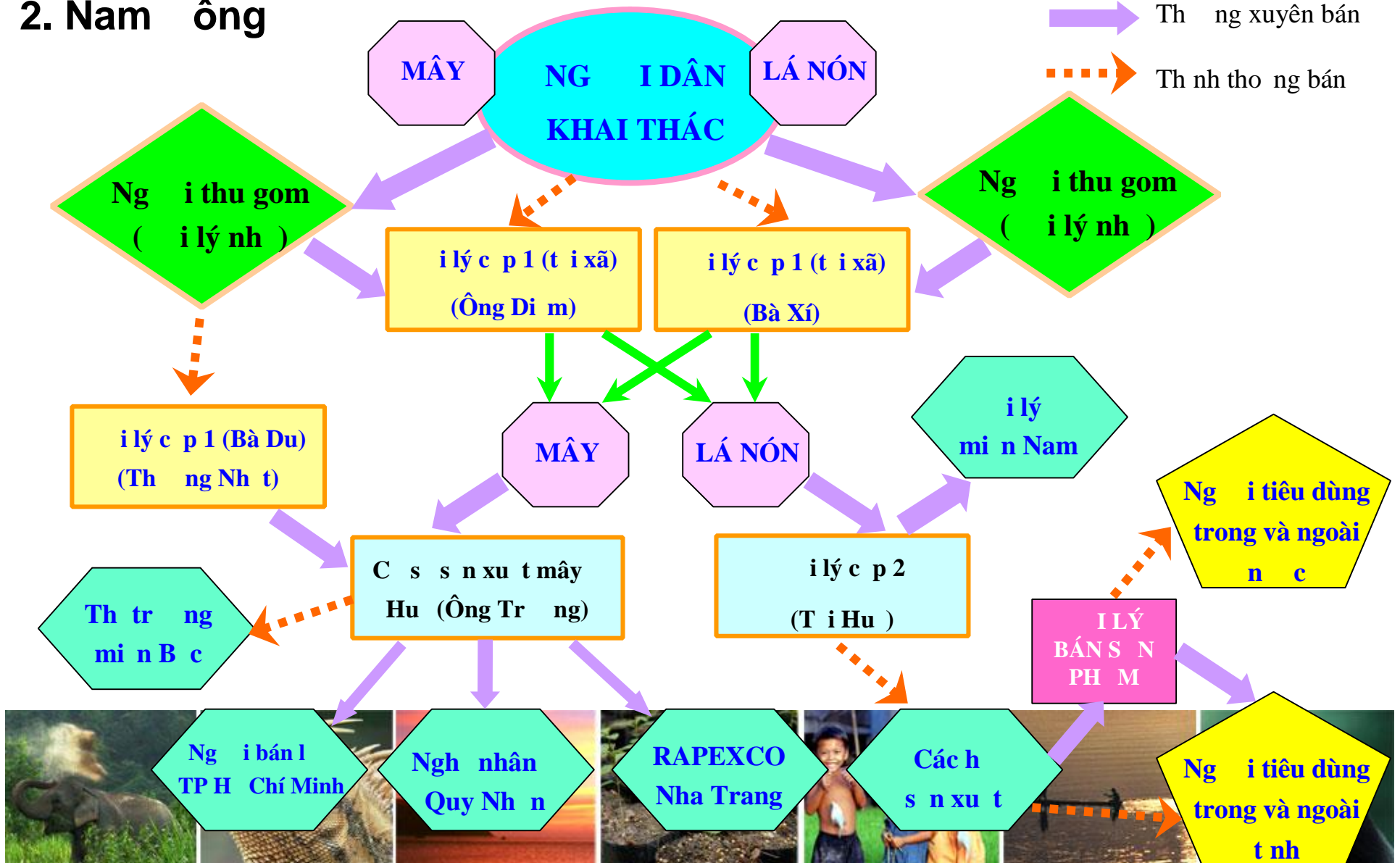
1. AI là





III. KÊNH THƯƠNG TRUYỀN TIÊU THỂ LƯỢNG TÀI THỤ (2)

2. Nam Ông





III. KÊNH TH TRU' NG TIÊU TH LSNG T I TT HU (3)

* NH N XÉT V KÊNH TH TRU' NG TIÊU TH LSNG T I HAI I M NGHIÊN C U:

AL I	NAM ÔNG
M t hàng LSNG c bán ch y u là Mây, Lá nón và ót.	M t hàng LSNG c bán ch y u là Lá nón và Mây.
Ng i dân ch y u bán cho i lý c p 1.	Ng i dân ch y u bán cho ng i thu gom.
i lý c p 1 ch y u bán cho c s s ch t i Hu .	i lý c p 1 ch bán cho c s s ch t i Hu .
Ng i thu gom ch y u bán cho i lý c p 2	Ng i thu gom ch y u bán cho i lý c p 1.
i lý c p 1 là ng i trong xã.	Ngoài ng i trong xã, i lý c p 1 còn có ng i ngoài xã.
Ngoài i lý c p 1 còn i lý c p 2 và c p 3.	Không có i lý c p 2 và c p 3.
C s s ch t i Hu ngoài mua hàng c a i lý c p 1 còn mua c a i lý c p 3.	Ch nh p hàng t i lý c p 1.
Hàng t p k tt i Hu ch y u c s s ch mây và lá nón.	





IV. PHÂN TÍCH SWOT VÀ TI M N NG TH TRU' NG LSNG (1)

1. T i A l i :

<p>“S” (i m m nh)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nguồn tài nguyên v LSNG a d ng. - ã có h th ng thu mua m t s LSNG (mây, ót, lá nón ...). - Có ngu n trao i hàng hoá. - Có nhi u SP khai thác c quanh n m (gi i quy t lao ng nhàn r i). - LSNG c s d ng cho nhi u m c ích. - Có m t s m t hàng SX mang tính truy n th ng (Sháp, R u óac). - LSNG có óng góp l n cho sinh k . 	<p>“W” (i m y u)</p> <ul style="list-style-type: none"> - M t s SP có giá tr , nh ng ch a bi t tiêu th âu (chi u sáp, cây thu c..). - Nguồn tài nguyên ngày m t khan hi m. - Dân trí th p. - Ít hi u bi t v th tr ng. - Ch a có quy ho ch b o t n LSNG. - L p tr không quan tâm nhi u n ngành ngh truy n th ng. - M t s LS có ti m n ng phát tri n nh ng không có th tr ng (cây thu c). - <u>Ch a có ch trao i, mua bán hàng hoá.</u>
<p>“O” (C h i)</p> <ul style="list-style-type: none"> - NN có ch tr ng, ang nghiên c u CS qu n lý LSNG. - Nhi u DA quan tâm h tr phát tri n - Có m t s n v có kinh nghi m NC và phát tri n LSNG. - Ngành CBLS ang phát tri n. 	<p>“T” (Thách th c)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ch a có c ch qu n lý LSNG (tr mây). - a bàn xa, b cô l p/thi u thông tin th tr ng. - Ng i a ph ng khác c ng tham gia khai thác và mua bán SP (c ng ng không qu n lý c). - Giá c không n nh. - Thi u v n u t .





IV. PHÂN TÍCH SWOT VÀ TI M N NG TH TRU' NG LSNG (2)

2. T i Nam òng:

<p>“S” (i m m nh)</p> <ul style="list-style-type: none"> - LSNG a d ng, trong ó có m t s lo i có kh n ng cung c p th ng xuyên (Lá nón, mây). - ã có h th ng thu mua m t s LSNG (mây, lá nón,...). - Nhu c u s đ ng các LSNG c a ng i dân trong vùng và ng i bên ngoài cao. - Ki n th c b n a trong khai thác, SD và CB c a ng i dân th hi n m nét. c bi t có t n t i các ngh truy n th ng l y nguyên li u t LSNG. - Sinh k c a ng i dân có liên quan ch t ch v i LSNG. 	<p>“W” (i m y u)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tr l ng các LSNG có khuynh h ng gi m theo th i gian. - Ng i dân có trình ðan trí th p và kh n ng tí p c n thông tin th tr ng còn r t h n ch . - Tính th ng trong tìm ki m th tr ng c a ng i dân th p và h không có thói quen buôn bán. - Cách th c ch bi n t ng kh n ng b o qu n và giá tr s n ph m c a ng i dân còn h n ch . - Chi n l c quy ho ch trong b o t n và phát tri n tài nguyên r ng ch a th hi n rõ nét. - <u>Ch a có ch trao i mua bán hàng hoá.</u> Do ó m t s lâm s n m c dù có ti m n ng phát tri n nh ng không có th tr ng.
<p>“O” (C h i)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Các CS c a NN ang chú ý n các v n liên quan n QL và b o t n LSNG. - S h tr u t c a các DA trong vi c xây d ng các mô hình SX liên quan n LSNG c ng nh h tr xây d ng các CS, quy c QL. - S a d ng v ch ng lo i và công đ ng c a các LSNG, c ng nh môi tr ng t nhiên thu n l i cho kh n ng gây tr ng và phát tri n nhi u lo i LSNG ngoài môi tr ng r ng t nhiên. 	<p>“T” (Thách th c)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vi c xác nh các bên liên quan c ng nh vai trò trách nhi m c a các bên trong qu n LSNG m t cách rõ ràng òi h i nhi u th i gian và kinh phí. - a bàn nghiên c u n m khá xa các trung tâm buôn bán, i l i khó kh n ph n nào h n ch v n l u thông hàng hoá. - Nhu c u th tr ng và giá c m t s s n ph m có s bi n ng l n ã nh h ng t i tâm lý u t s n xu t c a ng i dân. - i u ki n kinh t c a ng i dân còn khó kh n, thi u v n u t s n xu t. - M t s ho t ng khác (làm thuê, tr ng r ng, tr ng cao su,...) có thu nh p cao h n.





• M T S NH N XÉT V TH TRƯ NG
TIÊU TH LSNG T ITT HU :



- Đã có h th ng thu mua m t s lo i LSNG, nhưng ch t p trung ch y u vào 2 lo i chính là Mây và lá nón;
- T i 2 đi m nghiên c u u ch a có ch đ trao đ i, mua bán hàng hóa; Ngư i dân ch y u là bán s n ph m thô, không qua sơ ch /ch bi n nên không có ph n giá tr tăng thêm;
- Ngư i dân thi u thông tin v th trư ng, đ c bi t là giá c ;
- Ngư i dân r t th đ ng trong vi c tìm ki m th trư ng và chưa có thói quen buôn bán vì m c tiêu kinh t , mà ch khai thác LSNG bán vì m c tiêu sinh k ;
- Th trư ng nguyên li u thô ch y u ch s d ng trong n i a;
- Nhu c u s d ng LSNG (Mây, Lá nón) đã qua sơ ch c a th trư ng ngo i t nh khá cao;
- Các s n ph m ã qua ch bi n (hàng mây tre, nón) có th xu t kh u ra n c ngoài nh ng ngư i dân Th a Thiên Hu chưa chú tr ng t i vi c phát tri n ngành ngh t LSNG.





VII. M T S K I N N G H (1)

- Xây dựng chiến lược tiêu thụ sản phẩm: Phương pháp 4p's:
 - a) Lựa chọn sản phẩm (Product choice);
 - b) Xác định nguồn cung và địa điểm (Place) bán hàng và kênh tiêu thụ hiệu quả nhất;
 - c) Nâng cao lợi nhuận (Promotion of benefits) thông qua quảng cáo và
 - d) Giá cả phù hợp (suitable market Price) theo địa điểm, thời gian và loại hình sản phẩm.





VII. M T S KI N NGH (2)

- Khuyến khích ng i tr ng/khai thác tr c ti p bán LSNG cho các c s ch bi n lâm s n không qua các i lý trung gian. ==> Ký h p ng v i dân.
- H tr bán hàng theo nhóm: tránh b ép giá trong vi c bán LSNG, m t trong nh ng gi i pháp c a ra là t ch c thành các nhóm. Nh ng ng i tr ng/khai thác và thu gom c n c t ch c thành các nhóm. Các nhóm này sau ó c ghép l i thành t ch c th ng nh t bán LSNG cho nh ng ng i bán buôn.
- Hình thành các t ch c kinh t h p tác gi a ng i s n xu t, ng i thu mua và l u thông s n ph m.





VII. M T S KI N NGH (3)

- T p hu n giúp ng i dân có k năng ti p nh n và đ đoán c các thông tin v th trư ng giá c c ng nh nhu c u tiêu th các lo i LSNG.
- Cung c p thông tin th trư ng: Vi c cung c p thông tin v giá c các s n ph m phi g t i các th i i m khác nhau trên kênh tiêu th giúp ng i dân bán c giá hơn.
- Ph i h p v i các c quan ch c n ng tìm u ra cho s n ph m LSNG.
- Làm t t công tác xúc ti n th ng m i, tìm ki m và m r ng th trư ng tiêu th LSNG==> đa d ng hóa s n ph m, t ng c ng và phát tri n công ngh ch bi n.
- Nhà nư c c n quan tâm t i công tác đ báo th trư ng LSNG, đ c bi t là quan h cung c u, bi n ng giá c , tình hình c nh tranh.

