

Compact

Sujeeta Sharma

Production Economics and Marketing Performance of Coffee in Parbat, Nepal



Anchor Academic Publishing

disseminate knowledge

Sharma, Sujeeta: Production Economics and Marketing Performance of Coffee in Parbat, Nepal, Hamburg, Anchor Academic Publishing 2016

PDF-eBook-ISBN: 978-3-96067-596-9

Druck/Herstellung: Anchor Academic Publishing, Hamburg, 2016

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Bibliographical Information of the German National Library:

The German National Library lists this publication in the German National Bibliography. Detailed bibliographic data can be found at: <http://dnb.d-nb.de>

All rights reserved. This publication may not be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the publishers.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Anchor Academic Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2016
Printed in Germany

TABLE OF CONTENTS

Title	Page
LIST OF TABLES.....	4
LIST OF FIGURES	5
ACRONYMS.....	6
EQUIVALENTS.....	7
ABSTRACT.....	8
1 INTRODUCTION	9
1.1 Background of the study	9
1.2 Statement of problem.....	10
1.3 Research rationale.....	11
1.4 Objectives	11
1.5 Scope and limitation of the study.....	12
2 LITERATURE REVIEW	13
2.1 Coffee in Nepal	13
2.2 Worldwide Coffee production Scenario	13
2.3 Coffee production in Parbat	14
2.4 Economics of Coffee production	14
2.5 Constraints of coffee production and marketing.....	14
2.6 Market, marketing system and status of coffee	15
2.7 Institutional involvement in Coffee sector.....	15

3 RESEARCH METHODOLOGY.....	17
3.1 Selection of the study area	17
3.2 Sampling procedure and selection of the respondent	18
3.2.1 Sampling method	18
3.2.2 Defining the population	18
3.2.3 Sampling frame, sample size and sample selection procedure	18
3.3 Methods and techniques of data collection.....	18
3.3.1 Sources of information.....	18
3.4 Survey design and data collection procedure.....	19
3.4.1 Reconnaissance Survey.....	19
3.4.2 Interview schedule design.....	19
3.4.3 Pre-testing of interview schedule.....	19
3.4.4 Field survey.....	19
3.5 Methods and techniques of data analysis.....	20
3.5.1 Quantitative data analysis	20
3.6 Economics of coffee production	20
3.6.1 Cost of coffee production.....	20
3.6.2 Gross margin, profitability and cost-benefit analysis	21
3.6.3 Production function analysis.....	21
3.6.4 Return to Scale Analysis.....	22
3.7 Contribution of coffee production in household income	22
3.8 Analysis of problems associated with production and marketing of Coffee	23
4 RESULTS AND DISCUSSION	24
4.1 Socio-economic and demographic information.....	24
4.1.1 Age distribution of respondents and household head	24
4.1.2 Family type and family size.....	24

4.1.3 Ethnicity of the respondents.....	26
4.1.4 Age distribution of the sampled population and their major occupation.....	26
4.1.5 Educational status of sampled households.....	26
4.2 Farm characteristics	27
4.2.1 Land holding characteristics	27
4.3 Institutional characteristics	27
4.3.1 Organizational participation and Access of credit.....	27
4.3.2 Participation on trainings	28
4.4 Production economics of Coffee.....	29
4.4.1 Contribution of coffee in household income	29
4.4.2 Gross margin, profitability index and benefit-cost analysis on coffee production	29
4.4.3 Factors affecting the production of coffee	30
4.4.4 Return to Scale.....	31
4.5 Reasons for the cultivation of coffee	31
4.6 Constraints in production and marketing of Coffee.....	31
4.7 Marketing system and Marketing Channel of coffee.....	32
5 SUMMARY AND CONCLUSION	34
5.1 Summary.....	34
5.2 Conclusion	35
5.3 Recommendations.....	36
5.4 Areas for further research	37
LITERATURE CITED	38